



Koersen tussen ambitie en budget

Evaluatie van La Vuelta Holanda 2022

Universiteit Utrecht

Departement Bestuurs- en Organiseringswetenschap

Maarten van Bottenburg en Chris Noij (Universiteit Utrecht)

Met medewerking van Bart van Bezooijen, Bas Kersemaekers en Monique van Rooijen (Fontys Hogeschool)

7 december 2022

1. Inleiding	7
1.1 De aantrekkingskracht van wielerevenementen	7
1.2 Doelstellingen La Vuelta Holanda	9
1.3 Doel- en vraagstelling evaluatie	12
1.4 Organisatie evaluatieteam	13
1.5 Leeswijzer	13
2. Onderzoeksmethoden	15
2.1 Foto- en video-opnames	15
2.2 Enquêtes	16
2.3 Focusgroepgesprekken	19
2.4 Interviews	20
2.5 Literatuuronderzoek en documentenanalyse	21
2.6 Samenvattend overzicht	21
3. Organisatorische impact	23
3.1 Governance en organisatie	24
3.2 Opbrengsten en succesfactoren	29
3.3 Kostenbegroting	33
3.4 Risico-management	35
3.5 Waardering	38
3.6 Conclusies	42
4. Maatschappelijke impact	43
4.1 Omvang, deelname en waardering activiteiten	44
4.2 Impact op gezond stedelijk leven	51
4.3 Impact op duurzaamheid	56
4.4 Impact op economische ontwikkeling	62
4.5 Conclusies	63
5. Economische impact	66
5.1 Bezoekers	67
5.2 Wielerploegen, Unipublic, vrijwilligers en media	73
5.3 Projectorganisatie	76
5.4 Totale economische impact	79
5.5 Conclusies	82
6. Conclusies	85
7. Lessons learned	90
Bijlage I – Overzicht respondenten	92
Bijlage II – Betrokken onderzoekers	93



Management samenvatting

Koersen tussen ambitie en budget

Van 19 tot en met 21 augustus 2022 werden de eerste etappes van de Spaanse wielerronde in Nederland verreden. Het evenement vond plaats onder verantwoordelijkheid van vijf publieke partners: de gemeenten Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht en de provincies Noord-Brabant en Utrecht. Daarvoor was een overeenkomst getekend tussen de gemeente Utrecht en Unipublic/ASO, de organisator van La Vuelta; gevolgd door ondertekening van een samenwerkingsovereenkomst tussen de genoemde publieke partners. Vanwege het Corona-beleid kon het aanvankelijke plan om het wielerevenement in augustus 2020 te houden niet doorgaan. Na toestemming van Unipublic en het beschikbaar stellen van extra middelen door Provinciale Staten en de gemeenteraden van de publieke partners, is besloten het evenement te verplaatsen naar augustus 2022.

Voor de organisatie van het evenement hebben de publieke partners een projectorganisatie opgericht: Stichting La Vuelta Holanda. Vanuit de constructie van quasi-inbesteding konden de publieke partners opdrachten en subsidies geven aan deze afgescheiden rechtspersoon en tegelijkertijd hierop toezicht houden. De stichting kreeg een onafhankelijk bestuur met externe bestuursleden, terwijl de bestuurlijke portefeuillehouders van de publieke partners in een stuurgroep plaatsnamen. Vanuit de stuurgroep bepaalden zij de financiële en inhoudelijke kaders van het evenement en konden zij op het resultaat en de doelstellingen sturen. Dit is een goed werkbaar organisatiemodel gebleken voor het organiseren van dit complexe evenement onder gezamenlijke verantwoordelijkheid van meerdere provinciale en gemeentelijke overheden.

De projectorganisatie La Vuelta Holanda heeft nauw samengewerkt met private partners uit de Utrechtse en Brabantse regio die niet alleen opdrachtnemer waren maar ook in cash en in kind een bijdrage leverden aan de financiering van het evenement. De totale

begroting van de Projectorganisatie bedroeg 15,3 miljoen euro. Het ministerie van VWS heeft daarvan 3 miljoen euro bijgedragen. Van de resterende 12,3 miljoen euro hebben de organiserende publieke partners 58% opgebracht en is 42% privaat gefinancierd. Met dit budget is de hoofddoelstelling nagestreefd om “een perfect, veilig georganiseerd en hooggewaardeerd evenement” neer te zetten “met een breed en geapprecieerd activatieprogramma, dat een impuls geeft aan duurzaamheid, gezond stedelijk leven, economisch ontwikkeling en bestuurlijke en organisatorische samenwerking in beide provincies, en in het bijzonder de betrokken gemeenten.” Deze hoofddoelstelling is uitgewerkt in meerdere subdoelstellingen en concrete key performance indicators (kpi's).

De voorliggende rapportage evalueert of de beoogde organisatorische, maatschappelijke en economische impact is gerealiseerd. Dit wordt enerzijds bepaald door te meten of de vooraf opgestelde streefresultaten en doelstellingen zijn behaald, en anderzijds door het proces van organiseren te evalueren waarin deze opbrengsten tot stand zijn gekomen. Het doel hiervan is te leren van de ervaringen en opbrengsten met betrekking tot het organiseren van een groot sportevenement door meerdere publieke partners en in samenwerking met private partners.

De Projectorganisatie heeft continu een balans moeten vinden tussen het bewaken van de begroting en het realiseren van organisatorische, maatschappelijke en economische doelstellingen. Er is sprake geweest van een strakke sturing op kosten en baten en het stimuleren van co-financiering van het activatieprogramma. Hierin zijn mogelijk kansen gemist om de maatschappelijke impact, waarop de Provinciale Staten en gemeenteraden van de publieke partners hadden aangedrongen, verder te vergroten. Tegelijkertijd heeft de organisatie hierdoor voldaan aan de druk vanuit diezelfde volksvertegenwoordigingen om het toegekende budget niet te overschrijden.

De resultaten laten zien dat het eerste deel van de hoofddoelstelling van La Vuelta Holanda goeddeels is gerealiseerd: het evenement verliep in een positieve, feestelijke sfeer; ondanks een turbulente maatschappelijke omgeving met een continue dreiging van corona-uitbraken en protesten van activisten. Met naar schatting 957.700 toeschouwers was de publieke belangstelling boven verwachting groot. De bezoekers waardeerden het evenement als geheel met een 8,3 op een tienpuntschaal. Dat is hoger dan de 8,0 die de organisatie zich ten doel had gesteld.

Ook het tweede deel van de hoofddoelstelling is goeddeels gerealiseerd. Het evenement heeft aantoonbaar bijgedragen aan de bestuurlijke en organisatorische samenwerking in beide provincies, en in het bijzonder de betrokken gemeenten. Ook zijn op vele manieren leerervaringen opgedaan over het organiseren van een groot sportevenement met meerdere overheden en in een publiek-private samenwerking.

Het activatieprogramma, dat in de honderd dagen voorafgaand aan het evenement tot uitvoering is gebracht, was omvangrijker dan ten doel was gesteld (381 gerealiseerde versus 200 beoogde activiteiten), maar trok minder deelnemers (60.913 gerealiseerd versus 100.000 beoogd) en bezoekers (318.969 gerealiseerd en 400.000 beoogd). Overeenkomstig de doelstelling vonden de activiteiten verspreid plaats over beide provincies. De deelnemers en bezoekers waardeerden de activiteiten gemiddeld met een 8,2 (de doelstelling was een 8,0). Van meerdere activiteiten is bekend dat zij geen eenmalige evenementen zijn maar langduriger geprogrammeerd gaan worden.

Tijdens het activatieprogramma en de etappedagen is op uiteenlopende wijze aandacht besteed aan gezonder en duurzamer leven. Ongeveer een derde van de deelnemers en bezoekers geeft aan zich hierdoor gestimuleerd te voelen om gezonder en duurzamer te leven. Een wereldprimeur was de Groene Karavaan. Hiermee is een stap gezet in de verduurzaming van wielerrondes. Een meerderheid van de bezoekers van het evenement onderschrijft dat streven, maar ziet een interne tegenstrijdigheid tussen deze duurzaamheidsambitie en het starten van een Spaanse wielerronde in Nederland. De Groene Karavaan kan worden gezien als een voorzichtige stap in de verduurzaming, die internationale navolging verdient, maar die ook vraagt om verdere uitwerking tot een vorm die meer mensen en vooral ook kinderen aanspreekt en integraal onderdeel uitmaakt van een duurzame benadering van het evenement als geheel.

Over de totale economische impact had de Projectorganisatie vooraf geen concrete doelstelling bepaald. Wel hebben de vijf publieke partners met elkaar de ambitie uitgesproken om met de start van de Spaanse wielerronde positieve economische effecten te realiseren in de vorm van extra bestedingen en promotie van de betrokken steden en regio's. Die economische impact is tot stand gebracht. In de gemeente Utrecht zorgde het evenement voor 7,2 miljoen euro aan additionele bestedingen; in de gemeente Breda 1,1 miljoen euro; en in de gemeente 's-Hertogenbosch 420.000 euro. De ploegenpresentatie en etappedagen hebben in de provincies Utrecht en Noord-Brabant in totaal geleid tot 17,6 miljoen euro aan additionele bestedingen (inclusief de drie genoemde gemeenten). Hier tegenover staan 15,3 miljoen euro aan organisatiekosten, waarvan 3,0 miljoen werd ingebracht door de rijksoverheid, 2,35 miljoen door de provincie Utrecht, 1,058 miljoen door de provincie Noord-Brabant, 2,35 miljoen door de gemeente Utrecht, 1,058 door Breda en 334.000 door 's-Hertogenbosch. De private partners legden 5,120 miljoen in.

De bezoekers van het wielerevenement zijn trots dat La Vuelta Holanda 2022 heeft plaatsgevonden. Ook is een grote meerderheid van mening dat dit evenement positief heeft bijgedragen aan het imago en de naamsbekendheid van de eigen stad of provincie en een gunstig effect heeft op de aantrekkingskracht ervan als toeristische bestemming.

1. Inleiding

1.1 DE AANTREKKINGSKRACHT VAN WIELEREVENEMENTEN

In augustus 2022 kleurden grote delen van Utrecht en Brabant rood voor de start van La Vuelta. Op 18 en 19 augustus vonden de ploegenpresentatie en ploegentijdrit in Utrecht plaats. Op 20 augustus werd een etappe verreden door de provincies Noord-Brabant en Utrecht met 's-Hertogenbosch als startplaats en finish op het Utrecht Science Park. En op 21 augustus trok de wielerkaravaan grotendeels door regio West-Brabant met Breda als start- en finishplaats. Dit meerdaagse evenement kreeg de naam La Vuelta Holanda.

De organisatie van La Vuelta Holanda was het product van samenwerking tussen vijf publieke partners: de gemeenten Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht, en de provincies Noord-Brabant en Utrecht. De gemeente Utrecht werd daarmee de eerste stad ter wereld waar alle drie grote wielerrondes zijn gestart of gefinisht: het was finishplaats van de Giro d'Italia in 2010, startplaats van de Tour de France in 2015 en opnieuw startplaats van de Vuelta in 2022. 's-Hertogenbosch was start- en finishplaats in 1996 van de Tour de France. Voor Breda was het een primeur om het wielerpeloton van een dergelijk grote wielerronde te ontvangen.

Hoewel dit al de elfde keer was dat één van de drie grote wielerrondes in Nederland van start ging (na zes keer de Tour, drie keer de Giro nu twee keer de Vuelta), blijkt het enthousiasme voor een dergelijk wielerevenement onverminderd groot, zowel bij de gaststeden en -provincies om het te organiseren, als bij de private partners om opnieuw bij te dragen en bij de bevolking om het evenement te bezoeken.

Dat enthousiasme is begrijpelijk. Ten eerste heeft Nederland een echte fietscultuur. Nederlanders fietsen veel en kijken graag naar wielervedstrijden. Met meer dan 23 miljoen fietsen op achttien miljoen inwoners heeft Nederland de grootste fietsdichtheid ter wereld. Met circa 276.000 kilometer fietspaden kunnen zij beschikken over het meest fijnmazige fietsnetwerk van Europa, en vermoedelijk ter

wereld. Nergens is het aandeel van de fiets in het totaal aantal verkeersbewegingen zo hoog.¹ Dat vertaalt zich ook in publieke belangstelling voor professioneel wielrennen. Nederland kent na Vlaanderen en Denemarken het hoogste percentage televisiekijkers naar de Tour de France voor mannen. Nergens is het percentage kijkers naar vrouwenwielrennen zo hoog als in Nederland.²

Dit geldt zeker ook voor Utrecht en Noord-Brabant. In Utrecht bevinden zich het oudste fietspad van Nederland (Maliebaan) en de grootste fietsenstalling ter wereld (Stationsplein). Een CNN-rapportage noemde de gemeente Utrecht in oktober 2022 “a model of sustainability” waar meer dan 90% van de bewoners de fiets als vervoersmiddel gebruikt.³ Verzekeringsmaatschappij Luko riep Utrecht in hetzelfde jaar zelfs uit tot “the most cyclist-friendly city around the world” op basis van zestien criteria.⁴ In Noord-Brabant kent de wielrensport een lange traditie, die loopt van Jan Pijnenburg en Wim van Est, Wout en Rini Wagtmans tot Johan van der Velde, Jeroen Blijlevens, Mathieu Hermans, Adri van der Poel, Harrie Lavreysen en Marianne Vos. Met name West-Brabant wordt gezien als de bakermat van het Nederlandse wielrennen, met zijn talloze wielerverenigingen, zoals Willebrord Wil Vooruit dat vele kampioenen heeft opgeleid. In 's-Hertogenbosch vindt al ruim 70 jaar het jaarlijkse Nationale Wielergala plaats, met de verkiezing van de wielrenner, wielrenster en belofte van het jaar.

Ten tweede biedt het organiseren van een wielerevenement interessante aanknopingspunten voor beleid. In tegenstelling tot ticketevenementen in stadions vinden wielervedstrijden in de openbare ruimte plaats. De topsporters komen als het ware langs de voordeuren van de mensen, met een parcours dat zich door de hele gemeente of provincie slingert. Wielerevenementen zijn daarmee gratis te bezoeken en bereiken een omvangrijk en breed publiek onder alle lagen van de bevolking. Zij richten het vizier op een activiteit die gezond en milieuvriendelijk is en brengen een feestelijke sfeer met zich mee, verspreid over een zeer groot geografisch gebied. Een grote wielerronde staat bovendien garant voor veel media-aandacht, zowel nationaal als internationaal.⁵ Zo waren in Nederland meer dan duizend journalisten aanwezig om van La Vuelta Holanda verslag te doen en was het wielerevenement wereldwijd via televisie en social media te volgen. Deze kenmerken sluiten naadloos aan bij de

¹ Stichting Landelijk Fietsplatform (2009). *Zicht op Nederland Fietsland*, Amersfoort; Jan Klinkenberg en Luca Bertolini (2014). *Fietsland Nederland, er liggen nog kansen*, Rooilijn, 47(3), p. 164-171; BOVAG/RAI (2021), *Mobiliteit in cijfers. Tweewielers 2021-2022*.

² Daam van Reeth (2020). Road cycling TV viewing report 2019. KU Leuven.

³ <https://www.duic.nl/algemeen/cnn-maakt-videoreportage-over-utrecht-toonbeeld-van-een-duurzame-stad>

⁴ <https://de.luko.eu/en/advice/guide/bike-index/>

⁵ Gemeente Utrecht, gemeente 's-Hertogenbosch, gemeente Breda, Provincie Utrecht, Brabant Sport, Ministerie van VWS (2022). *Media impact rapport. La Vuelta Holanda 22*.

bestuursakkoorden van Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht, waarin gezond stedelijk leven, toegankelijkheid, inclusie, duurzaamheid en citymarketing prominente aandachtsgebieden zijn.

Een pikant aspect van La Vuelta Holanda is de historische en Spaansgezinde relatie van de steden Breda en 's-Hertogenbosch met Spanje. Utrecht is tijdens de Tachtigjarige Oorlog langdurig door de Spanjaarden bevochten; een strijd die vanuit de Republiek uiteindelijk ook in Breda en 's-Hertogenbosch heeft plaatsgevonden. De sporen daarvan zijn nog altijd te zien, zoals de Citadel en zuidelijke linie in en nabij 's-Hertogenbosch, de resten van kasteel Vredenburg in Utrecht en het beroemde schilderij 'De overgave van Breda' van Diego Velázquez. Dit schilderij, dat de bijnaam 'Las Lanzas' draagt, is te bewonderen in het Prado Museum van Madrid. Een prachtige kopie ervan hangt in het stadhuis van Breda. Het gezamenlijke sportevenement dat drie eeuwen later nu in de drie steden is gehouden, kan in vergelijking met de oorlogshandelingen waar al deze sporen naar verwijzen, letterlijk en figuurlijk worden gezien als een feest van vredig samenspel.

1.2 DOELSTELLINGEN LA VUELTA HOLANDA

Tegen deze achtergrond, en de positieve ervaringen van de gemeente Utrecht met het organiseren van Le Grand Départ,⁶ hebben de gemeenten Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht en de provincies Noord-Brabant en Utrecht, de handen ineengeslagen om in augustus 2020 drie etappes van de Vuelta te organiseren. Door de maatregelen die overheden in het voorjaar vanaf maart dat jaar namen om het Corona-virus terug te dringen, moest het wielerevenement in een laat stadium worden afgelast. De publieke partners slaagden er echter in om voldoende publieke en private steun te verkrijgen voor organisatie van het evenement in augustus 2022 met handhaving van de gestelde ambities en doelstellingen.

Het evenement bestond uit de ploegenpresentatie op 18 augustus, de eerste etappe in de vorm van een ploegentijdrit op 19 augustus, de tweede etappe van 's-Hertogenbosch naar Utrecht op 20 augustus en de derde etappe van en naar Breda via een route door West-Brabant. Het evenement werd verlengd en verrijkt met een activatieprogramma dat honderd dagen voorafgaand aan La Vuelta Holanda van start ging. Dit activatieprogramma bestond uit allerlei activiteiten die in de periode van 12 mei tot en met 21 augustus 2022 in de provincies Utrecht en Noord-Brabant

⁶ Maarten van Bottenburg, Bake Dijk, Paul Hover, Sven Bakker, Froukje Smits, Hans Slender (2015). *Evaluatie Le Grand Départ 2015*. Universiteit Utrecht.

plaatsvonden. Het programma bestond niet alleen uit sportieve, maar ook bijvoorbeeld uit culturele, historische, educatieve en culinaire activiteiten. Zij werden aangedragen door burgers en maatschappelijke organisaties. Doel hiervan was La Vuelta Holanda onder de aandacht te brengen en de maatschappelijke impact van het evenement te vergroten (zie verder hoofdstuk 4).

De hoofddoelstelling van het organiseren van het evenement, inclusief het activatieprogramma, definieerden de publieke partners als volgt: “Een perfect, veilig georganiseerd en hooggewaardeerd evenement, met een breed en geapprecieerd activatieprogramma, dat een impuls geeft aan duurzaamheid, gezond stedelijk leven, economisch ontwikkeling en bestuurlijke en organisatorische samenwerking in beide provincies, en in het bijzonder de betrokken gemeenten”. Deze hoofddoelstelling is in subdoelstellingen uitgewerkt, met vermelding van concrete resultaten en key performance indicators (KPI's):

Figuur 1.1: Subdoelstellingen en bijbehorende KPI's van La Vuelta Holanda¹

Onderwerp	Doelstelling	Resultaat/KPI
Veilig en gewaardeerd evenement	Een perfect, veilig georganiseerd en hooggewaardeerd evenement	<ul style="list-style-type: none"> De gemiddelde waardering door bezoekers bedraagt een 8,0
Activatie	Een breed, divers en geapprecieerd activatieprogramma met evenementen op het gebied van sport/fietsen, cultuur(historie) en kennis in de regio's, steden en parcoursgemeenten	<ul style="list-style-type: none"> Het activatieprogramma telt minimaal 200 evenementen en activiteiten, verspreid over de vijf steden en regio's Het activatieprogramma trekt minimaal 100.000 deelnemers en 400.000 bezoekers Het activatieprogramma wordt door bezoekers gemiddeld gewaardeerd met een 8,0
Duurzaamheid	Een impuls voor duurzaamheid, zowel in het hoofdevenement als bij het activatieprogramma	<ul style="list-style-type: none"> (Hiervan zijn geen resultaten/kpi's in het projectplan vastgelegd. Wel is hieraan in aparte deelplannen uitwerking gegeven. Zie hierover hoofdstuk 4.)
Gezond stedelijk leven	Een impuls voor gezond stedelijk leven, met name via het activatieprogramma en aansluitend bij gemeentelijke en provinciale beleidsprogramma's	<ul style="list-style-type: none"> Het evenement en activatieprogramma hebben in Utrecht en Brabant een impuls gegeven aan gezond leven (voldoende beweging en gezonde voeding) in het algemeen en het gebruik van de fiets(infrastructuur) in het bijzonder:

		<ul style="list-style-type: none"> ○ Het gebruik van de fiets door inwoners met en zonder beperking is toegenomen; ○ Het belang dat inwoners hechten aan gezond leven is gestegen. • Eén of meerdere (grootschalige) activiteiten die in het kader van de Vuelta voor sporters met een beperking zijn ontwikkeld, zijn niet eenmalig, maar meerjarig geprogrammeerd.
Economische ontwikkeling	Een economische impuls in de vorm van extra toeristisch-recreatieve bestedingen en naamsbekendheid	<ul style="list-style-type: none"> • De in samenwerking met marketingorganisaties uitgevoerde activiteiten/campagnes hebben geleid tot een toegenomen bekendheid van toeristische trekpleisters zoals de Utrechtse Heuvelrug, de Brabantse Wal, de (gebieden rond de) Zuiderwaterlinie, de grote verblijfsrecreatie/ attractieparken en de drie (binnen)steden. • Het evenement heeft geleid tot extra vrijetijdsbestedingen in Utrecht en Brabant
Bestuurlijke en organisatorische samenwerking	Een impuls voor bestuurlijke en organisatorische samenwerking in Utrecht en Brabant	<ul style="list-style-type: none"> • De Vuelta heeft de bestuurlijke (en ambtelijke) relaties tussen de vijf betrokken overheden, tussen de Utrechtse en Brabantse kennisinstellingen en tussen de betrokken overheden en kennisinstellingen verstevigd. Er zijn gezamenlijke thema's en concrete projecten benoemd, waarop partijen (intensiever) willen samenwerken. • De Vuelta heeft door haar aanpak leerervaringen geboden m.b.t. het met meerdere overheden samenwerken aan de organisatie van een groot sportevenement. Hetzelfde geldt voor leerervaringen m.b.t. het publiek-privaat organiseren en financieren van een groot sportevenement. Beide typen leerervaringen leiden tot concrete aanbevelingen voor het beoogde beleid ten aanzien van topsportevenementen dat het Ministerie van VWS samen met VSG, NOC*NSF en de provincies aan het uitwerken is.

De doelstellingen laten zien dat de organisatoren meer wilden realiseren dan alleen een veilig en hooggewaardeerd wielerevenement. Zij beoogden hiermee ook een impuls te geven aan duurzaamheid, gezond stedelijk leven, economische ontwikkeling en bestuurlijke en organisatorische samenwerking.

1.3 DOEL- EN VRAAGSTELLING EVALUATIE

De projectorganisatie La Vuelta Holanda (verder in dit rapport ook wel de Projectorganisatie genoemd) heeft aan USBO Advies de opdracht gegeven om de doelstellingen van La Vuelta Holanda op onafhankelijke wijze te evalueren. Door de afgelasting van La Vuelta Holanda in 2020 is de evaluatie twee keer opgestart. De eerste opdracht voor het uitvoeren van een onafhankelijke evaluatie werd door de Projectorganisatie verstrekt op 3 februari 2020. Na de afgelasting van het evenement op 29 april 2020 is besloten om een deel van de ingezette evaluatie af te ronden. Dit betrof de ervaringen van de stakeholders met de samenwerking tussen meerdere publieke partners in de voorbereiding op het evenement. Hierover is in november 2020 een evaluatierapport gepubliceerd, dat in de voorliggende rapportage is verwerkt. De tweede opdracht werd verstrekt in april 2022.

Vraagstelling evaluatie

De centrale vraag van de evaluatie is of de beoogde impact van La Vuelta Holanda op maatschappelijk, economisch en organisatorisch vlak is behaald. Dit wordt enerzijds bepaald door te meten of de vooraf opgestelde streefresultaten en doelstellingen zijn behaald, en anderzijds door het proces van organiseren te evalueren waarin deze opbrengsten tot stand zijn gekomen.

Doelstelling evaluatie

Het doel van de evaluatie is te leren van de ervaringen, opbrengsten en lessen met betrekking tot het organiseren van een groot (sport)evenement door meerdere publieke partners en in samenwerking met private partners. Ook beoogt de evaluatie inzicht te geven in bevorderende en belemmerende factoren bij het creëren van maatschappelijke en economische impact via een dergelijk evenement. Niet alleen voor direct betrokkenen bij de organisatie van La Vuelta Holanda, maar ook voor andere organisaties die nu en in de toekomst betrokken zijn bij het organiseren van sportevenementen en bij willen dragen aan het vergroten van de impact hiervan.

Disclaimer

Omdat de evaluatie binnen enkele maanden na het evenement diende te worden afgerond, konden alleen effecten op korte termijn worden gemeten. Die effecten

kunnen deels duurzaam zijn en dus op langere termijn doorwerken, maar een meting en beoordeling daarvan valt buiten het bestek van deze evaluatie en vraagt om aanvullend onderzoek. Om deze reden zijn bepaalde kpi's niet geëvalueerd, zoals de geambieerde toename van fietsen, vrijetijdsbestedingen en toerisme. We spreken in dit rapport dan ook over de impact van La Vuelta Holanda en niet over de *legacy* of nalatenschap ervan. Onder impact verstaan we het effect dat direct tijdens of na het sportevenement optreedt. Als het een aanhoudend of duurzaam effect betreft, kan worden gesproken van *legacy*.⁷

1.4 ORGANISATIE EVALUATIETEAM

Hoofdaannemer van het evaluatie-onderzoek is het Departement Bestuurs- en Organisatiewetenschap van de Universiteit Utrecht. Het onderzoek werd uitgevoerd door Maarten van Bottenburg, Chris Noij en Ineke Deelen (in 2020-2021), ondersteund door bachelor- en masterstudenten (zie bijlage II).

In het evaluatie-onderzoek van 2020 is samengewerkt met Avans Hogeschool, Breda University of Applied Sciences, Fontys Hogeschool, Hogeschool Utrecht en de faculteit Geowetenschappen van de Universiteit Utrecht. In het evaluatie-onderzoek van 2022 hebben Bart van Bezooijen, Monique van Rooijen en Bas Kersemaekers van Fontys Hogeschool SPECO de economische impact berekend en de studententeams van SPECO en USBO aangestuurd om de bezoekersenquêtes af te nemen. Ook is Paul Hover van het Mulier Instituut bereid geweest om een peer review van de rapportage op te stellen.

1.5 LEESWIJZER

In het tweede hoofdstuk van dit evaluatierapport wordt verantwoord hoe de evaluatie is uitgevoerd. Er zijn verschillende onderzoeksmethoden gebruikt met verschillende doelgroepen en doelstellingen. Inzicht hierin is van belang om de bevindingen en conclusies te verantwoorden en op waarde te kunnen schatten.

Het derde hoofdstuk gaat in op de organisatorische impact van La Vuelta Holanda. Op welke wijze hebben de betrokken partijen de gestelde doelen nagestreefd en wat kan daarvan worden geleerd? Welke governance en organisatiestructuur is hiervoor ingericht en hoe heeft die gefunctioneerd? Welk budget is hiervoor beschikbaar gesteld en wat is daarmee gedaan? Wat heeft dit betekend voor het eindproduct en in

⁷ Marijke Taks, Laurence Chalip & Christine Green (2015). Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities, *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 1-6. DOI: 10.1080/16184742.2014.995116.

hoeverre is dat gewaardeerd door bezoekers en inwoners? Hoe is de samenwerking tussen de publieke partners verlopen, welke factoren zijn daarop van invloed geweest, en wat betekent dat voor de organisatie van toekomstige evenementen?

In het vierde hoofdstuk komt de maatschappelijke impact aan de orde. Uit hoeveel activiteiten bestond het activatieprogramma dat in het kader van La Vuelta Holanda van 12 mei tot en met 21 augustus is uitgevoerd? Hoe waren die activiteiten verspreid over de gemeenten en provincies? Hoeveel deelnemers en bezoekers trokken deze activiteiten en in hoeverre waardeerden zij het programma? Welke maatschappelijke impact hebben het activatieprogramma en het hoofdevenement gehad op gezond stedelijk leven, duurzaamheid en economische ontwikkeling? Om een beeld te geven van het activatieprogramma biedt dit hoofdstuk een aantal sfeerimpressies van activiteiten die op programma hebben gestaan.

Het vijfde hoofdstuk geeft inzicht in de economische impact van het evenement. Welke extra bestedingen zijn vanwege het wielerevenement gedaan in de provincies Noord-Brabant en Utrecht en in de gemeenten Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht? Hierbij is dezelfde methode gevolgd als in de evaluatie van Le Grand Départ, zodat beide evenementen kunnen worden vergeleken. De impact-analyse is uitgevoerd volgens een erkende, gestandaardiseerde methodiek waarin de additionele bestedingen worden berekend. Daarmee worden de uitgaven bedoeld van de bezoekers, deelnemers, media en organisator die zonder het evenement in het betreffende gebied niet zouden zijn gedaan.⁸

In het zesde hoofdstuk worden conclusies getrokken en aanbevelingen gedaan, gericht op de lessen die we kunnen trekken voor het organiseren van toekomstige evenementen op grond van deze evaluatie.

⁸ Paul Hover, Jerzy Straatmeijer & Koen Breedveld (red.) (2014). *Sportevenementen in Nederland. Over sportevenementen en hun maatschappelijke betekenis. Brancherapport Sport*. 's-Hertogenbosch: Mulier Instituut.

2. Onderzoeksmethoden

Voor de evaluatie zijn meerdere onderzoeksmethoden ingezet: foto- en video-opnames, enquêtes, interviews, focusgroepgesprekken, literatuuronderzoek en documentenanalyse.

2.1 FOTO- EN VIDEO-OPNAMES

Tijdens activiteiten en de etappedagen zijn foto- en video-opnames gemaakt met verschillende doeleinden.

Opnames tijdens activiteiten

Ten behoeve van de analyse van de maatschappelijke impact zijn zes activiteiten geselecteerd:

- Prokkelsterrenslag, Utrecht, 13 juni 2022
- GreenRace, Doorn, 15 juni 2022
- Fietshub Overvecht, Utrecht, 2 juli 2022
- Onbeperkte Vuelta, Breda, 3 juli 2022
- Breda wandelt, Expeditie Las Lanzas, Breda, 16 juli 2022
- De Groene Karavaan Finishplein, Utrecht, 19-20 augustus; Breda, 21 augustus 2022

De activiteiten zijn bezocht door een onderzoeksteam bestaande uit een onderzoeker en drie tot vijf studenten, met uitzondering van laatstgenoemde waar twee medewerkers van More2Win aanwezig waren. Tijdens de activiteiten zijn foto- en video-opnames gemaakt ten behoeve van sfeerrapportages die dit rapport verlevendigen.

Opnames tijdens etappedagen

Om de economische impact van een evenement te berekenen dient het aantal bezoekers te worden bepaald. Tijdens La Vuelta Holanda hebben we dat gedaan aan de hand van gegevens van de organisatie en zelfgemaakte foto- en video-opnames. We hebben de opnames op twee manieren aangepakt.

Ten eerste zijn van de gehele eerste en tweede etappe video-opnames van het publiek gemaakt vanuit één van de auto's van De Groene Karavaan die korte tijd voor het peloton uitreed over het afgezette parcours. Voor de derde etappe is dit

steekproefgewijs met foto's vanuit een auto van De Groene Karavaan gedaan vanwege andere taken van de rijder.

Ten tweede zijn video- en foto-opnames gemaakt door tijdens de etappes met een camera langs het parcours te lopen en fietsen in Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda. Op deze wijze is in de eerste etappe het publiek langs het volledige parcours en gecreëerde hotspots van de ploegentijdrit in Utrecht op beeld vastgelegd, en voor de tweede etappe het publiek langs het volledige parcours in 's-Hertogenbosch vanaf de start (Citadel) tot aan de Parallelweg, vlak voor het einde van de neutralisatie bij de Brabanthallen. Voor de derde etappe was geen videomateriaal voorhanden en zijn de schattingen van de bezoekersaantallen gebaseerd op fotomateriaal, observaties en vergelijkingen tussen de omvang van het publiek in Breda en de andere twee steden.

Om de bezoekersaantallen buiten de drie grote steden te bepalen is gebruik gemaakt van opgaven die door Projectorganisatie zijn verstrekt op basis van informatie van experts van de betrokken publieke partners. De berekening van de additionele bestedingen als onderdeel van de evaluatie van de economische impact wordt uitgesplitst naar ten eerste beide provincies tezamen en ten tweede naar de drie organiserende gemeenten afzonderlijk (zie hoofdstuk 5).

2.2 ENQUÊTES

Met behulp van enquêtes zijn deelnemers/bezoekers van de activiteiten en bezoekers van de etappesdagen bevraagd.⁹

Enquêtes onder deelnemers en bezoekers van activiteiten

De onderzoeksteams die de activiteiten bezochten, hebben ter plaatse, tijdens de activatie, face-to-face vragenlijsten afgenomen onder in totaal 182 deelnemers en bezoekers. Tijdens de etappesdagen is dezelfde vragenlijst ook afgenomen onder 46 bezoekers van 'De Groene Karavaan Finishplein', waardoor de totale respons uitkomt op 228. Alle vragenlijsten zijn afgenomen met behulp van Qualtrics op mobiele telefoons. De vragenlijst bestond uit tien vragen over de aard van de activiteit (onder meer over sfeer, inclusiviteit, duurzaamheid, gezondheid) en enkele persoonlijke achtergrondkenmerken.

⁹ De vragenlijsten zijn op te vragen bij de onderzoekers.

Enquêtes onder bezoekers van etappedagen

Tijdens het wielerevenement is eveneens een enquête onder de bezoekers uitgezet. Bezoekers van de etappedagen zijn op drie manieren benaderd om een vragenlijst in te vullen. Ten eerste hebben onderzoeksteams bestaande uit een onderzoeker en zes tot tien studenten op willekeurige plaatsen langs het parcours in de drie grote steden tijdens de drie etappes vragenlijsten face-to-face afgenomen. Dat kostte ongeveer vijftien minuten per respondent. Om dit proces te vergemakkelijken en versnellen zijn, ten tweede, bezoekers van de etappes gevraagd om een QR-code te scannen waarmee zij op een later tijdstip naar eigen keuze de enquête konden opvragen en invullen. Ten derde zijn na het evenement op verschillende manieren links naar de enquête verspreid via social media. Hierbij is ook de hulp ingeroepen van de projectorganisatie, de drie betrokken gemeenten en relevante organisaties, zoals de NTFU en KNWU.

Een vergelijking van de resultaten tussen de (472) face-to-face en (2.358) online verkregen enquêtes wees uit dat deze methodes niet tot significante verschillen hebben geleid. Daarom zijn de deelbestanden samengevoegd en vervolgens 'opgeschoond' door onbetrouwbare responses te verwijderen: 15 proefenquêtes, 104 responses waarvan te veel inhoudelijke data ontbraken, en 71 responses van mensen die geen etappe hadden bezocht. Na deze opschoning resulteerde een totaalbestand met 2.640 respondenten.

De enquête onder de bezoekers van de etappedagen is gebruikt voor de evaluatie van zowel de organisatorische impact als de maatschappelijke en economische impact. De meeste vragen in de enquête hadden betrekking op de economische impact: over de woonplaats van de bezoekers, de duur van het verblijf, eventuele overnachtingen, uitgaven tijdens het verblijf, et cetera. Voor de organisatorische impact zijn vragen uit de enquête benut over de beoordeling van de organisatie van het evenement en aspecten daarvan, zoals bereikbaarheid, gastvrijheid, netheid, veiligheid en sfeer. Voor de evaluatie van de maatschappelijke impact zijn vragen gebruikt over de impact van het evenement op hun belangstelling, beleving en gedrag, zoals de betekenis van het evenement voor fiets- en beweeggedrag, de ervaren trots en saamhorigheid en de opgewekte belangstelling voor de historische relatie tussen Nederland en Spanje.

Onderstaande tabellen geven inzicht in enkele achtergrondkenmerken van de responsgroep.

Tabel 2.1 Bezochte etappe(s) respondent (meerdere antwoorden mogelijk)

	Abs.	% *
Ploegenpresentatie	406	15,4
1 ^e Utrecht	1187	45,0
2 ^e 's-Hertogenbosch	622	23,6
2 ^e Utrecht	715	27,1
3 ^e Breda	1106	41,9

* Percentage op totaal aantal antwoorden; in tabellen 2.2 t/m 2.5 op aantal respondenten

Tabel 2.2 Woonplaats respondent

	Abs.	%
Gemeente Breda	355	14,1
Gemeente 's-Hertogenbosch	68	2,7
Gemeente Utrecht	411	16,3
Provincie Utrecht/Noord-Brabant (excl start-/finishsteden)	980	38,9
Elders in Nederland	613	24,4
Elders in buitenland	90	3,6
Totaal	2.517	100

Tabel 2.3 Geslacht respondent

	Abs.	%
Man	1485	58,3
Vrouw	1042	40,8
Anders	24	0,9
Totaal	2551	100

Tabel 2.4 Leeftijdscategorie respondent

	Abs.	%
20 jaar en jonger	63	2,6
21-35	686	28,1
36-55	1009	41,3
>55	683	28,0
Totaal	2441	100

Tabel 2.5 Opleidingsniveau respondent

	Abs.	%
Basisonderwijs	32	1,3
LBO/VMBO/MAVO	133	5,3
HAVO/VWO	222	8,7
MBO	427	16,8
HBO	869	34,2
Universiteit	817	32,2
Anders	39	1,5
Totaal	2539	100

In het algemeen kan worden gesteld dat het aantal respondenten (2.640) ruim voldoende is om betrouwbare, generaliserende uitspraken te doen voor de totale populatie bezoekers. Ook ligt het aselekt benaderde aantal respondenten per etappe en etappestad ruim boven de ondergrens van 400 die voorafgaand aan het onderzoek was gesteld. Zoals verwacht mag worden op grond van de bezoekersaantallen, hebben de meeste respondenten een etappe bezocht in Utrecht, gevolgd door Breda en 's-Hertogenbosch. In verhouding tot het aantal bezoekers in de drie steden en hun totale inwonertal, is de enquête door relatief veel bezoekers van Breda ingevuld.

Voor de andere kenmerken van de responsgroep kan worden geconstateerd dat zich onder de respondenten, in vergelijking met de Nederlandse bevolking als geheel, relatief veel mannen, minder jongeren¹⁰, meer volwassenen van 36-55 jaar en meer mensen met een hoog opleidingsniveau bevinden. Wat betreft geslacht, leeftijdscategorie en opleidingsniveau komt dit in grote lijnen overeen met de responsgroep uit de evaluatie van de Le Grand Départ in 2015.¹¹ Het gemiddeld hoge opleidingsniveau hoeft geen weerspiegeling te zijn van de totale bezoekerspopulatie. Dit kan ook het gevolg zijn van de hoge respons op de online survey. Terwijl bezoekers voor de face-to-face enquêtes random zijn gevraagd om medewerking (waardoor geen verschil naar opleidingsniveau kan worden verwacht), is het aannemelijk dat opleidingsniveau wel een rol heeft gespeeld bij de keuze van bezoekers om na het evenement de online enquête in te vullen.

2.3 FOCUSGROEPGESPREKKEN

In aanvulling op de enquêtes onder deelnemers en bezoekers van de activiteiten zijn focusgroepgesprekken gehouden; ten eerste met vier organisatoren van activiteiten uit

¹⁰ De enquête richtte zich op bezoekers van La Vuelta Holanda vanaf 18 jaar.

¹¹ Maarten van Bottenburg, Bake Dijk, Paul Hover, Sven Bakker, Froukje Smits, Hans Slender (2015). *Evaluatie Le Grand Départ 2015*. Universiteit Utrecht.

het programma; ten tweede met vijf medewerkers van de publieke partners en de Projectorganisatie die het activatieprogramma in hun portefeuille hadden. Deze focusgroepen vonden in hybride vorm (online en fysiek) plaats.

Tijdens de focusgroepgesprekken is ingegaan op de doelstellingen van de betreffende activiteiten en het activatieprogramma als geheel, de uitdagingen waarmee de respondenten bij de uitvoering werden geconfronteerd, de impact die is gerealiseerd en de lessen die we uit deze ervaringen kunnen trekken.

2.4 INTERVIEWS

Interviews zijn gehouden om zicht te krijgen op de wijze waarop La Vuelta Holanda is georganiseerd en hoe de samenwerking tussen de publieke en private partners is verlopen. In totaal zijn 35 personen geïnterviewd: 28 personen zijn geïnterviewd in de periode van april tot en met juni 2020; vijftien personen in de periode van april tot en met augustus 2022; en acht personen in beide periodes.

De respondenten kunnen worden onderverdeeld in de volgende categorieën: (negen) bestuurders van de publieke partners, (acht) ambtenaren van de publieke partners, (elf) vertegenwoordigers van private partners, (drie) leden van het stichtingsbestuur en (vier) medewerkers van de Projectorganisatie. In bijlage I is een (geanonimiseerd) overzicht van respondenten opgenomen.¹² Zeven respondenten (bestuurders van de publieke partners en leden van het stichtingsbestuur) zijn zowel in 2020 als in 2022 geïnterviewd. Met hen is in het tweede interview specifiek ingegaan op de aanpassingen die bij de doorstart in de organisatie en governance zijn doorgevoerd. Ook is met hen over een langere periode teruggeblikt op het samenwerkingsproces en de betekenis hiervan.

De interviews vonden individueel plaats, met enkele uitzonderingen waarin twee respondenten tegelijkertijd zijn bevroegd. Het grootste deel van de interviews is online afgenomen via Microsoft Teams. Zes interviews zijn op een fysieke locatie afgenomen. Alle interviews zijn opgenomen, waarna van elk interview een verslag is gemaakt met de belangrijkste bevindingen en citaten.

Tijdens de interviews zijn de volgende onderwerpen besproken: de governance van de organisatie van La Vuelta Holanda met vijf publieke partners en een projectorganisatie;

¹² In de periode van 2020 tot en met 2022 zijn sommige betrokkenen vervangen door anderen, bijvoorbeeld door de samenstelling van een nieuw College van B&W of Gedeputeerde Staten. Ook zijn de directieleden van de Projectorganisatie vervangen bij de doorstart van La Vuelta Holanda.

het verloop van de organisatie en de belangrijkste vraagstukken en knelpunten die speelden; de gerealiseerde en verwachte opbrengsten van La Vuelta Holanda, in het bijzonder wat betreft de ontwikkeling van organisatorische competenties en interorganisatorische samenwerking; de lessons learned en borging van die kennis met het oog op het organiseren van toekomstige grote (sport)evenementen. Door hierover met respondenten te spreken vanuit verschillende stakeholders en functies, is een multi-actor-perspectief op de organisatie van het wielerevenement gecreëerd, wat de betrouwbaarheid van de bevindingen vergroot.

2.5 LITERATUURONDERZOEK EN DOCUMENTENANALYSE

In aanvulling op de data die met de inzet van de hiervoor besproken methoden zijn verzameld, zijn voor de evaluatie relevante documenten opgevraagd bij de projectorganisatie La Vuelta Holanda. Dit betrof onder meer haalbaarheidsstudies¹³, een bewonerspeiling (bewonerspanel onder 6.761 Utrechters), projectplannen, begrotingen en projectverantwoordingen (waaronder resultaten van een enquête onder 32 organisatoren van activiteiten (27 maatschappelijke organisaties, drie private organisaties en twee overige).

De evaluatie is verdiept op basis van een literatuurstudie. Vooral het bestuderen van wetenschappelijke literatuur over interorganisatorische samenwerking is behulpzaam geweest bij het analyseren van de kenmerken, het verloop en de resultaten van de interorganisatorische samenwerking tussen de publieke en private actoren. Voor de evaluatie van de economische impact is voorts gebruik gemaakt van de richtlijnen en rapporten van de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen.¹⁴

2.6 SAMENVATTEND OVERZICHT

De methoden zijn als volgt benut voor de drie onderdelen van de evaluatie:

- De evaluatie van de organisatorische impact is gebaseerd op 38 interviews met 35 vertegenwoordigers van betrokken publieke en private partners en vragen uit de bezoekersenquête met 2.640 respondenten die één of meer etappedagen hebben bezocht (hoofdstuk 3).

¹³ Paul Hover, Anouk Brandsema (2018). *Vuelta 2020 in Utrecht en Brabant. Draagvlak onder inwoners en prognose economische impact*. Mulier Instituut; BMC Advies (2018). *Uitwerking haalbaarheid Vuelta 2020*. Amersfoort.

¹⁴ Richtlijnenhandboek Economische impact WESP v. 2.3: <https://evenementenevaluatie.wordpress.com>.

Tabel 2.6 Schematisch overzicht van de gehanteerde onderzoeksmethoden

Methodie	Doelgroep/doel	Respondenten
Enquêtes	Deelnemers en bezoekers activiteiten	228
	Bezoekers etappedagen	2.640
Interviews	Projectorganisatie, publieke en private partners	42
Focusgroepen	Organisatoren activiteiten; medewerkers gemeente en Projectorganisatie	9
Foto- en film-opnames	Activaties tbv sfeerrapportages	nvt
	Etappedagen ivm berekening bezoekersaantallen	nvt
Desk research	Wetenschappelijke literatuur en beleidsdocumenten	nvt

- De evaluatie van de maatschappelijke impact is gebaseerd op observaties tijdens zes activiteiten, enquêtes onder bezoekers van deze activiteiten met in totaal 218 respondenten, twee focusgroepgesprekken met in totaal negen respondenten, een analyse van documenten van de Projectorganisatie, en vragen uit de bezoekersenquête (N=2.640) (hoofdstuk 4).
- De economische impact is berekend op grond van observaties (film- en fotomateriaal van de publieksomvang) en vragen uit de bezoekersenquête (N=2.640). De gehanteerde methode is op schrift vastgelegd en met de uitkomsten van de economische impact voorgelegd aan dr. Paul Hover van het Mulier Instituut voor een zogeheten peer review, conform de WESP-richtlijnen. Hij heeft een conceptrapportage voorzien van opmerkingen met zeven algemene feedbackpunten en 24 adviezen over de rapportage van de economische impact. De feedback en adviezen zijn in het eindrapport verwerkt en opnieuw aan hem voorgelegd.

Datamanagement

Voorafgaand aan alle interviews en enquêtes is de respondenten om een *informed consent*-verklaring gevraagd. De interviews zijn opgenomen op een veilig apparaat en vervolgens verplaatst naar een veilige digitale omgeving (OneDrive) van de Universiteit Utrecht. De surveys zijn afgenomen via Qualtrics en vervolgens omgezet naar SPSS, eveneens in OneDrive. In de interviewverslagen zijn de data van de interviews gepseudonimiseerd. In de verwerking van de survey zijn alle data geanonimiseerd. In de verslaglegging is ervoor gezorgd dat informatie niet kan worden herleid tot herkenbare of identificeerbare personen. Maximaal drie maanden na oplevering van de rapportage worden de gegevens vernietigd.

3. Organisatorische impact

De hoofddoelstelling van het organiseren van het totale evenement, inclusief het activatieprogramma, definieerden de publieke partners als volgt: “Een perfect, veilig georganiseerd en hooggewaardeerd evenement, met een breed en geapprecieerd activatieprogramma, dat een impuls geeft aan duurzaamheid, gezond stedelijk leven, economisch ontwikkeling en bestuurlijke en organisatorische samenwerking in beide provincies, en in het bijzonder de betrokken gemeenten”.

Voor de evaluatie van de organisatorische impact roept deze doelstelling twee vragen op. De eerste vraag is of de organisatoren erin zijn geslaagd een evenement neer te zetten dat voldoet aan de genoemde doelstellingen. Hiervoor heeft de Projectorganisatie een eenvoudige en heldere prestatie-indicator geformuleerd: een gemiddelde waardering van het evenement bedraagt een 8,0 op een tienpuntenschaal. In de evaluatie gaan we verder dan dit waarderingscijfer. We gaan ook na of het evenement op een effectieve en efficiënte wijze tot stand is gebracht in overeenstemming met de kaders die de publieke partners daarvoor vooraf hebben gesteld.

De tweede vraag is of het evenement heeft bijgedragen aan bestuurlijke en organisatorische samenwerking in beide provincies, in het bijzonder tussen de betrokken gemeenten. Voor het realiseren van deze ambitie heeft de Projectorganisatie twee resultaten geformuleerd: versteviging van relaties tussen de vijf betrokken overheden en tussen Utrechtse en Brabantse kennisinstellingen; en het opdoen van leerervaringen over het organiseren van een groot sportevenement met meerdere overheden en in een publiek-private samenwerking. Ook deze prestatie-indicatoren verbreden we in deze evaluatie. We gaan na hoe de betrokken publieke en private partners de samenwerking hebben ervaren, tot welke bestuurlijke en organisatorische leerervaringen en opbrengsten dit heeft geleid en welke lessen hieruit kunnen worden getrokken voor de organisatie van evenementen in de toekomst.

Om deze vragen over de organisatorische impact te beantwoorden beschrijft dit hoofdstuk de wijze waarop de betrokken partijen de doelen hebben nagestreefd en wat daarvan kan worden geleerd. Ingegaan wordt op de gekozen governance en

organisatiestructuur en het functioneren hiervan, de begroting en de wijze waarop is gestuurd om de doelen te realiseren en kostenoverschrijding te voorkomen, en het uiteindelijke resultaat en de waardering daarvan door bezoekers en inwoners. Dat wordt verweven met reflecties van betrokken publieke en private partners over het verloop van het samenwerkingsproces, de factoren die hierop van invloed zijn geweest en de betekenis hiervan voor andere werkzaamheden en toekomstige evenementen. Hierbij maken we mede gebruik van de tussentijdse evaluatie van de interorganisatorische samenwerking met het oog op La Vuelta Holanda 2020 die we na de afgelasting van het evenement voor de Projectorganisatie en publieke partners hebben opgesteld.¹⁵

3.1 GOVERNANCE EN ORGANISATIE

In augustus 2019 is de overeenkomst met Unipublic, het bedrijf dat La Vuelta organiseert, getekend waarin de rechten werden verkregen om als gastheer te fungeren van de eerste drie etappes van de Vuelta. Namens de vijf publieke partners trad de gemeente Utrecht op als formele contractpartner. In het contract werd afgesproken dat de publieke partners tezamen gingen optrekken om La Vuelta Holanda in 2020 te organiseren.

De voorbereidingen werden begin 2020 onderbroken door de maatregelen die overheden namen om het Corona-virus terug te dringen. Op 29 april 2020 maakte de projectorganisatie bekend dat La Vuelta Holanda in augustus 2020 niet verreden kon worden. Na de afgelasting is verkend of uitstel mogelijk één van de opties was. Omdat de start in 2021 al door Unipublic was vergeven aan Burgos, heeft de Projectorganisatie het voorstel gedaan om het evenement te verplaatsen naar 2022. Zowel Unipublic als de publieke partners hebben daarmee in 2021 ingestemd zodat het evenement van 18 tot 21 augustus 2022 alsnog heeft kunnen plaatsvinden, in combinatie met het activatieprogramma in de honderd dagen voorafgaand aan het evenement.

Voor de organisatie van het evenement hebben de publieke partners in november 2019 een samenwerkingsovereenkomst afgesloten. Hierin verklaarden zij gezamenlijk de verantwoordelijkheid op zich te nemen om La Vuelta Holanda te organiseren. Ook werd in deze overeenkomst het doel van de samenwerking, de governance, organisatievorm, begroting en financiering van het evenement op hoofdlijnen

¹⁵ Ineke Deelen, Maarten van Bottenburg & Chris Noij (2020). *'Het gaat om de weg ernaartoe'. Evaluatie organisatorische legacy.* Universiteit Utrecht.

vastgelegd. Expliciet werd hierin benoemd dat het evenement niet op zichzelf diende te staan, maar “van, voor en door de steden en regio’s” diende te worden georganiseerd, en te worden “geladen via de centrale thema’s Gezond stedelijk leven en Duurzaamheid en innovatie”, gericht op het creëren van “feest in de stad”.

Om dit doel op een zo effectief en efficiënt mogelijke manier te bereiken, hebben de publieke partners een separate entiteit opgericht, Stichting La Vuelta Holanda, die de opdracht kreeg om la Vuelta Holanda te organiseren. De Stichting is gaan opereren met een onafhankelijk bestuur en een Projectorganisatie, waarin specialisten van publieke en private partners is gewerkt en met stagiairs van Utrechtse en Brabantse kennisinstellingen en daarbuiten. Zodoende is de operationele uitvoering van het organiseren van het evenement op afstand gezet van de publieke partners en gescheiden van de opdrachtgevende en controlerende rol van de gemeenten en provincies.

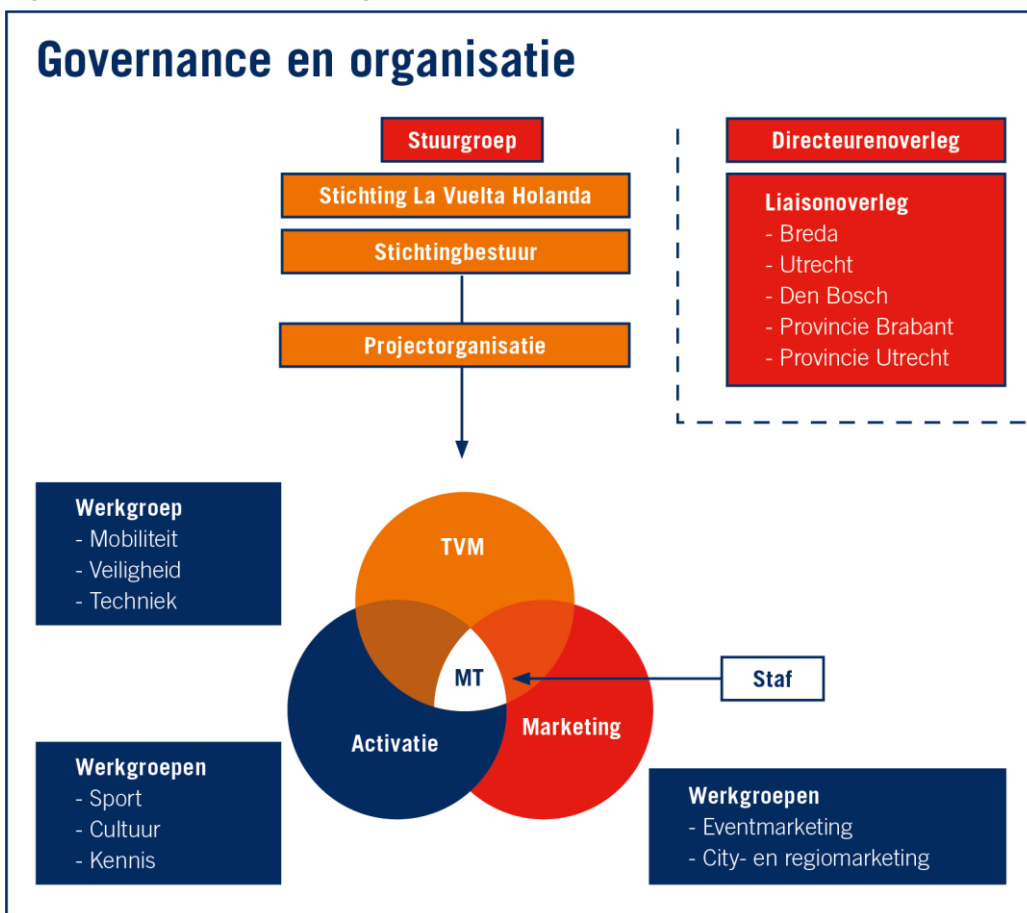
Uitgangspunt voor de gekozen governance was gelijkwaardigheid tussen de publieke partners en directe sturing op de maatschappelijke doelstellingen van het evenement. Die sturing vraagt om meer mogelijkheden dan het louter verstrekken van subsidie. Daarom is in het geval van La Vuelta Holanda gekozen voor de constructie van quasi-inbesteding. In deze constructie verstrekten de publieke partners een opdracht aan een afgescheiden rechtspersoon (de Stichting La Vuelta Holanda) met de waarborg dat zij als publieke opdrachtgevers toezicht konden uitoefenen op deze rechtspersoon zoals op eigen diensten. Daaraan is voldaan door het benoemen van externe bestuursleden van de Stichting en door de publieke partners zitting te laten nemen in een stuurgroep als toezichthoudend orgaan van de Stichting. In de stuurgroep namen de bestuurlijke portefeuillehouders van de vijf publieke partners zitting. Zij bepaalden de financiële en inhoudelijke kaders voor het evenement en stuurden op het resultaat en de doelstellingen ervan.

Naast de stuurgroep zijn een directeurenoverleg, een controlleroverleg en een liaisonplatform ingericht. Het directeurenoverleg bestond uit directieleden van de vijf publieke partners, ter voorbereiding en advisering van de stuurgroep. Het controlleroverleg richtte zich op de financiële voortgang, risicomanagementanalyse, begroting, jaarrekening en kwartaalrapportages ter advisering van het directeurenoverleg en de stuurgroep. Deze gremia vergaderden in een vaste volgorde, om ervoor te zorgen dat elk volgend overleg een verdieping vormde op het voorafgaande overleg en besluitvorming kon plaatsvinden bij de stuurgroep. Het liaisonplatform bestond uit ambtelijke medewerkers van de publieke partners. Zij fungeerden als operationele aanspreekpunten voor de projectorganisatie en

doorkomstgemeenten, en zorgden voor doorgeleiding van voorstellen en rapportages naar colleges van B&W, gemeenteraden en Provinciale Staten.

Binnen de Projectorganisatie zijn vier clusters ingericht: een werkgroep Mobiliteit, Veiligheid en Techniek, een werkgroep Marketingcommunicatie, een werkgroep Activatie en een stafafdeling. De Projectorganisatie werd geleid door een projectdirecteur, ondersteund door een projectsecretaris, met een managementteam bestaande uit managers van de clusters. Onder andere voor de uitvoering vulde de organisatie stageplekken en werkervaringsplekken in.

Figuur 3.1 Governance en organisatie van La Vuelta Holanda



Met deze governance en organisatie bouwden de vijf publieke partners voort op de ervaringen die de gemeente Utrecht in 2015 opdeed met de organisatie van de Tourstart. Naast de inrichting van een separate entiteit in de vorm van een projectorganisatie in stichtingsvorm met een onafhankelijk bestuur, is ook het model van publieke-private samenwerking overgenomen van de Tourstart. Dit is invulling gegeven door bedrijven aan zich te verbinden die, deels via *in kind partnership* en deels

in de vorm van betaalde opdrachten, diensten verleenden aan de Projectorganisatie of een *cash* bijdrage leverden.

De private partners kregen geen bestuurlijke zeggenschap in de organisatie van het evenement. Zij waren geen onderdeel van de governance, hadden dus geen inspraak in besluiten, maar liepen ook geen financieel risico. Wel leverden zij gespecialiseerde kennis en ervaring op het gebied van communicatie en eventmanagement (Sportvibes), sportmarketing en sponsorwerving (Triple Double), juridische zaken (Holla Advocaten), fiscale zaken (EY), finance en control (PwC), verduurzaming sportevenementen (More2Win), verkeers- en mobiliteitsplanning (Arcadis), verkeersmaatregelen (TSNed), crowd management (Movaris), infrastructurele werkzaamheden en plaatsing tijdelijke voorzieningen op/aan het parcours (Agterberg en KWS) en mobiele faciliteiten voor start en finishlocaties (Movico). Daarnaast zijn meerdere ZZp-ers ingehuurd met kennis, expertise en netwerk in de culturele sector in de provincies Utrecht en Noord-Brabant.

Vrijwel alle vertegenwoordigers van de publieke partners die we in het kader van deze evaluatie hebben gesproken, vonden de bestuurlijke inrichting helder en goed werken.

“In de praktijk werkt het. Drie partijen zijn heel goed met elkaar in balans: het stichtingsbestuur, de ambtelijke opdrachtgevers en de projectorganisatie. Dat vind ik samen heel gezond. Juist het stichtingsbestuur staat er weer op een andere manier in dan de projectorganisatie. Dat geeft een gezonde balans en gezonde afstand van het bestuur. Dat vind ik een enorme les.” (Publieke partner, gemeente Utrecht, 2022)

Wel was het soms zoeken naar de juiste afstemming om informatieverlies, overlap of vertraging te voorkomen. Dat gold vooral voor het liaisonsoverleg dat na de herstart in 2021 op een andere manier in de structuur werkte. Ook de verhouding tussen het bestuurlijk en ambtelijk overleg vroeg soms om aanscherping. Volgens sommige respondenten had het directeurenoverleg een groter mandaat mogen hebben zodat de bestuurders zich minder over details hoefden te buigen. Anderen merkten juist op dat sommige besluiten wat te snel op een lager niveau werden genomen, waardoor er geïntervenieerd moest worden om voldoende draagvlak te creëren.

“Er zijn veel gremia waar alle besluiten doorheen moeten. (...) In 2020 hadden het liaisonsoverleg, controllersoverleg, directeurenoverleg en stuurgroep meer een eigen taak, nu moet alles door de hele molen.” (Stichtingsbestuur, 2022)

De instelling van een onafhankelijk bestuur van de Stichting La Vuelta Holanda en de kwaliteit van de Projectorganisatie waren belangrijke factoren in het goed functioneren van deze governance-structuur. Het stichtingbestuur bestond uit drie personen met relevante expertise en een omvangrijk netwerk in het veld. Het gaf enerzijds de projectorganisatie meer slagkracht en anderzijds waar nodig tegendruk aan de stuurgroep. Ook kon het oog houden voor de inzet en belasting van de Projectorganisatie. Die Projectorganisatie kon beschikken over onder meer een projectdirecteur, projectsecretaris en managementteam met veel professionaliteit en expertise. Tegelijkertijd was de Projectorganisatie kwetsbaar door het aantal onervaren krachten dat in de vorm van een stage of werkervaringsplaats was aangesteld.

“Er dient een goede balans te zijn tussen aantal stagiairs en de begeleiding die dit vraagt van managementteamleden. Het begeleiden van stagiairs kost tijd en die tijd moet wel beschikbaar zijn.” (Projectorganisatie, 2022)

Een ingewikkelde kwestie in het model van quasi-inbesteding is de rol van private partners. Zij konden in de governance geen rol krijgen. Tegelijkertijd was het de ambitie van alle partijen dat de private partners meer zouden zijn dan alleen sponsors, en dat zij dus ook zouden worden meegenomen in de overwegingen en risicoanalyses die aan besluiten ten grondslag lagen. Uit de interviews komt naar voren dat de private partners hiermee geen problemen hebben ervaren. Vrijwel alle private partners waren goed ingevoerd en onderhielden gedurende lange tijd een goede relatie met de publieke partners.

Eén van de private partners geeft bijvoorbeeld expliciet aan dat La Vuelta Holanda geen project was om rechtstreeks geld mee te verdienen:

“We zijn partner. La Vuelta Holanda geeft een positieve vibe aan onze medewerkers. Zij hebben iets om naar uit te kijken en over te praten. Dat is voor mij ook echt een drijfveer. Het is gaaf om te zeggen voor mensen die bij ons werken dat zij straks de Giro, Tour of Vuelta hebben gedaan. Het is mooi om daar trots op te zijn en naar toe te leven.” (Private partner, 2022)

“La Vuelta Holanda is voor ons geen project om geld mee te verdienen. We zijn partner en dat ben je niet zomaar.” (Private partner, 2022)

Langdurige ervaring met de kwaliteit en betrouwbaarheid van een dergelijke partner is voor een Projectorganisatie van levensbelang. Zeker wanneer alle taken in korte tijd en onder grote publieke belangstelling en media-aandacht moeten worden verricht.

“Het werk dat [die private partner] heeft verricht was echt onbetaalbaar. Bij dit soort grootschalige evenementen werk je vaak met dezelfde partijen. Het zijn alleen grote partijen die dit soort dingen aankunnen.” (Projectorganisatie, 2022)

3.2 OPBRENGSTEN EN SUCCESFACTOREN

Naast het neerzetten van een geslaagd wielerevenement heeft de samenwerking tussen vijf publieke partners volgens de betrokkenen tot meerdere opbrengsten geleid. Door zo intensief met elkaar aan een project te werken, leren bestuurders en ambtenaren op allerlei niveaus elkaar beter kennen. Dat creëert duurzame relaties waarvan de provincies en gemeenten ook op andere terreinen de vruchten kunnen plukken.

“Ik merk dat de snelheid en betrokkenheid waarmee je met elkaar omgaat, door deze samenwerking verbetert.” (Publieke partner, gemeente Breda, 2022)

“De relatie tussen de publieke partners is verbeterd. Dat merk je ook concreet als er over andere thema’s, zoals bereikbaarheid, wordt gesproken.” (Publieke partner, gemeente Utrecht, 2022)

“Met het huidige college zijn we ook van plan om naar Utrecht te gaan om te horen wat hun visie is op gezond stedelijk leven en hoe ze daarmee omgaan. Wij hebben dat helemaal niet, we doen er van alles aan, maar niet zo integraal als zij dat doen.” (Publieke partner, gemeente Breda, 2022)

“Zo’n evenement draagt wel bij aan andere netwerken en samenwerkingen.” (Publieke partner, 's-Hertogenbosch, 2020)

De samenwerking vergroot bovendien de kans op kennisdeling en kennisaccumulatie over het organiseren van een dergelijk grootschalig evenement en de samenwerking tussen publieke partijen daarin. Zij krijgen een kijkje in elkaars ‘keuken’. Zowel op individueel niveau als op organisatieniveau leren zij van elkaar over de wijze van besturen, de samenwerking met lokale ondernemers, het creëren van publieke waarde met sportbeleid, et cetera.

“De provincie Utrecht is meer bezig om een sportbeleid te ontwikkelen en daarbij is Noord-Brabant een goed voorbeeld geweest. Wat betreft vergunningsverlening hebben Utrecht en Brabant ook van elkaar kunnen leren. Een club als BrabantSport heeft de provincie Utrecht niet omdat sport lang geen rol heeft gespeeld in het beleid.” (Publieke partner, provincie Utrecht, 2020)

“Samenwerking met Utrechtse publieke partners levert als voordeel op om te ervaren hoe zij het organiseren in hun eigen organisatie. Hoeveel vrijheid krijgt een ambtenaar? Hoe gaat de besluitvorming en wat moet je allemaal terugleggen aan de bestuurders?” (Publieke partner, 's Hertogenbosch, 2020)

“Wij hebben veel geleerd van de stad Utrecht. Hoe zij dingen doen, daar zit veel in waar we in Breda wat aan hebben. Waarom zelf verzinnen als je goed kan jatten?” (Publieke partner, gemeente Breda, 2020)

“Het organiseren van La Vuelta Holanda heeft bijgedragen aan bewustwording over de bijdrage die we kunnen leveren op thema's als sport, bewegen en gezond stedelijk leven.” (Publieke partner, provincie Utrecht, 2022)

Ook voor private partijen levert de samenwerking directe en indirecte opbrengsten op.

“Het gaat bij La Vuelta Holanda meer om het netwerk. We willen meer contacten opdoen en dit is nu echt een netwerk. Laatst bij een bijeenkomst van 100 dagen voor La Vuelta; dat was de mooiste netwerkactiviteit van m'n carrière. Daar doen we het voor. We hebben daar ook een opdracht gekregen, daar hebben we nu dan contacten.” (Private partner, 2022)

Al onze gesprekspartners waren het erover eens dat dit evenement met deze omvang niet door slechts één publieke partij georganiseerd had kunnen worden. Er is een sterk besef dat samenwerking in een dergelijk evenement grote voordelen biedt. De kosten en risico's kunnen worden gedeeld. Tegelijkertijd vergroot het de slagkracht om maatschappelijke meerwaarde te creëren en publiciteit te genereren.

“Wij hadden dit als Breda nooit in ons eentje kunnen doen. Wij hebben Utrecht nodig, 's-Hertogenbosch nodig, de regio nodig. Dit is echt een ander schaalniveau.” (Publieke partner, gemeente Breda, 2022)

“Als Breda en 's-Hertogenbosch kun je dit financieel nooit meer alleen doen. We hebben ooit in '96 de tourstart gehad. Maar toen waren de bedragen geringer. Dus moet je het met meerderen doen.” (Publieke partner, gemeente 's-Hertogenbosch, 2020)

“Zo'n evenement over drie steden en twee provincies geeft meer draagvlak, meer mensen en meer exposure. Vooral grote private partijen stappen er ook eerder in.” (Stichtingsbestuur, 2022)

“Verhouding met doorkomstgemeenten in Brabant is goed. Breda en 's-Hertogenbosch zetten zich daar goed voor in. De ruimte wordt geboden binnen de kaders van de ASO een eigen feestje te bouwen bij de doorkomst.” (Publieke partner, provincie Noord-Brabant, 2022)

Naast samenwerking tussen de publieke partners zien onze gesprekspartners ook de publiek-private samenwerking als een belangrijke voorwaarde om een dergelijk evenement goed neer te zetten. De projectorganisatie kon in dat opzicht voortbouwen op de ervaringen die waren opgedaan tijdens de organisatie van Le Grand Départ.

“Publiek-private samenwerkingen zijn de enige manier om dit soort evenementen te kunnen organiseren in Nederland. Het zorgt voor continuïteit. Met minder partners is de afhankelijkheid te groot.” (Private partner, 2020)

Hiervan profiteerden ook de kennis- en onderzoeksinstituten in de provincies Noord-Brabant en Utrecht. Studenten aan de Universiteit Utrecht, Hogeschool Utrecht, BUAS, Avans en Fontys vervulden stage-opdrachten of afstudeeronderzoeken in het kader van La Vuelta Holanda. In Breda fungeerde La Vuelta Holanda als aanjager voor de samenwerking tussen kennisinstellingen onderling en met de gemeente en andere organisaties. Ook is op onderdelen van de evaluatie door de genoemde kennisinstellingen samengewerkt in het kader van de evaluatie-onderzoeken die in 2020 en 2022 zijn verricht. Een koppeling met onderwijsprogramma's bleek lastig omdat het accent van het onderzoek in de periode van mei tot en met augustus 2022 lag. Die periode in vakantietijd wreekte zich ook voor de Projectorganisatie in het rekruteren van vrijwilligers.

“De vrijwilligers waren of heel jong, of vrij oud. Alles wat daartussen zit, was of op vakantie of zat op Lowlands. Ook studenten waren moeilijk te vinden. Uiteindelijk is het opgelost; 600 per stad en 800 in de doorkomstgemeenten.” (Projectorganisatie, 2022)

Belangrijke factoren in de interorganisatorische samenwerking tussen de vijf publieke partners waren de onderlinge gelijkwaardigheid, commitment en vertrouwensrelaties,

en de helderheid en consensus over de doelen, strategie, kostenverdeling en risicodeling.¹⁶

“’s-Hertogenbosch heeft als kleinste partner een ondergeschikte rol maar voelt zich in het gesprek gelijkwaardig en gaat gewoon voor een leuk feestje.” (Publieke partner, gemeente ‘s-Hertogenbosch, 2022)

“Je ziet dat de gemeente en provincie Utrecht wel trekkers zijn. Wij als provincie Noord-Brabant zijn vooral ondersteunend aan onze steden en doorkomstgemeenten. Een belangrijk deel van het hoofdevenement en veel side events spelen zich wel af op Brabants grondgebied. Echt een wielrengebied van oudsher, daar komt wel wat los.” (Publieke partner, provincie Noord-Brabant, 2022)

De cruciale factor ten aanzien van doelconsensus was niet zozeer dat alle partners exact dezelfde doelen stelden, maar dat zij accepteerden dat elke partij een verschillende bijdrage kon leveren en verschillende accenten kon leggen in het realiseren van een gemeenschappelijk doel. In die zin kan worden gesproken van convergentie van doelstellingen, acceptatie van onderlinge verschillen, en wederzijds vertrouwen. Elke partner werd in zijn waarde gelaten, met begrip voor de mogelijkheden en onmogelijkheden die elk in de eigen context werd geboden, en het podium gegund waar dat voor die partner van speciale betekenis was.

Tegelijkertijd werd de samenwerking uitgedaagd door een aantal factoren. Eén van die factoren waren de coalitiewisselingen na de verkiezingen op gemeentelijk en provinciaal niveau. Die deden zich op verschillende momenten voor en hadden impact op de samenwerking. Hierdoor kwamen nieuwe bestuurders aan het roer die opnieuw met elkaar moesten kennismaken en vertrouwd moesten raken met de gemaakte afspraken en wijze van samenwerken. Dit heeft de samenwerking nooit verstoord, maar vroeg wel om extra tijd en investeringen.

“Nieuwe coalities en collegewisselingen en wisselingen van wethouders of gedeputeerden maken dat je opnieuw moet wennen aan elkaar. Nieuwe gedeputeerden of wethouders hebben niet alles meegemaakt, zijn niet mee geweest naar eerdere evenementen. Dat maakt het soms lastig. Een nieuwe coalitie betekent ook andere doelen. Het is spannend hoe nieuwe coalities en partijen erin zitten. De wisselingen zelf maken niet uit, maar je moet

¹⁶ Vergelijk Oliver, C. (1990). Determinants of interorganizational relationships: Integration and future directions. *Academy of Management Review*, 15, 241-265; Kouwenhoven, V. (1993). The rise of the public-private partnership: A model for the management of public-private cooperation. In J. Kooiman (Ed.), *Modern governance: New government-society interactions* (pp. 119-129). London: Sage; Babiak, K. (2007). Determinants of interorganizational relationships: the case of a Canadian Nonprofit Sport Organization. *Journal of Sport Management*, 21, 338-376.

weer even aan elkaar wennen en opnieuw contacten opbouwen. Het is mooi om te zien dat ondanks wisselingen iedereen toch weer opnieuw meegenomen is" (Publieke partner, gemeente Utrecht, 2020)

Andere factoren die de samenwerking bij tijd en wijle bemoeilijkten, hadden te maken met schurende belangen binnen afzonderlijke partners en periodes van financiële onzekerheid. Een voorbeeld van een schurend belang is de overlap tussen de marketing van La Vuelta Holanda en het 900-jarige bestaan van de gemeente Utrecht (U900). Door het uitstel vanwege corona was op voorhand niet te voorzien dat het activatieprogramma van La Vuelta Holanda samen zou vallen met het programma van U900. De financiële onzekerheid deed zich in de beginperiode voor toen het erg lang duurde om de constructie van quasi-inbesteding vorm te geven. Dat zorgde volgens één van de private partners voor "een lethargische situatie" waarin iedereen al veel wilde doen, maar er eigenlijk nog niet veel gebeurde. In de eindfase groeiden de spanningen opnieuw toen de private opbrengsten uit de toertochten en hospitality achter dreigden te blijven. Op die momenten was het van des te groter belang dat de onderlinge verhoudingen goed waren en de governance goed werkte.

3.3 KOSTENBEGROTING

De totale begroting van de Projectorganisatie bedroeg 15.288.700 euro. Dit is inclusief de extra middelen die het ministerie van VWS en de publieke partners hebben toegekend om de projectorganisatie in 2021 opnieuw op te starten en het evenement aan te passen aan de veranderde omstandigheden.¹⁷ De provincies Utrecht en Noord-Brabant en de gemeenten Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda kenden daarvoor gezamenlijk een extra budget van 750.000 euro toe voor het evenement (zie tabel 3.2). Het ministerie van VWS verhoogde de subsidie voor het organiseren van een niet-jaarlijks aansprekend internationaal sportevenement¹⁸ vanwege de herstart van 2,5 naar 3,0 miljoen euro.

Het is lastig om het budget voor La Vuelta Holanda te vergelijken met andere evenementen. Elk evenement heeft een eigen opzet, duur en verhaal. Om het budget niettemin enigszins in perspectief te plaatsen, kan erop worden gewezen dat de organisatiekosten van meerdaagse internationale wielerevenementen in de periode tussen 2010 en 2020 (WK Wielrennen, Valkenburg, 2012¹⁹; Tour de France, Utrecht,

¹⁷ Met publieke partners worden in dit rapport de provincies en gemeenten bedoeld die samen verantwoordelijk zijn geweest voor de organisatie van La Vuelta Holanda. Het ministerie was medefinancier van het evenement, maar niet medeorganisator en wordt daarom niet als zesde publieke partner (in de organisatie van het evenement) beschouwd.

¹⁸ In het kader van het Beleidskader Sportevenementen 01-01-2014 t/m 31-12-2018.

¹⁹ Slangen, H., Hover, P., Bakker, S., Pardal de Sousa, S., Schendel, A. van, Jong, E. de, ... Mulier Instituut (2013). Evaluatie WK wielrennen 2012: economische impact, beleving onder lokale bevolking en promotionele waarde. Heerlen: Zuyd Hogeschool.

2015²⁰; Giro d'Italia, Gelderland, 2016²¹) tussen 12,5 en 18,1 miljoen euro lag. Een ander perspectief biedt vergelijking met grote ticket-evenementen: met de organisatie van het Eurosongfestival in 2021²² te Rotterdam was 19 miljoen euro gemoeid; de organisatie van de Dutch GP Formule 1 van Nederland 2021²³ kostte 43,2 miljoen euro.

De grootste uitgavenposten van het budget voor La Vuelta Holanda waren organisatiekosten (waaronder de fee voor Unipublic voor de organisatierechten van La Vuelta in Nederland), techniek, veiligheid en mobiliteit, marketing en communicatie en het activatieprogramma. Veel kosten zijn tussen 2020 en 2022 gestegen, bijvoorbeeld door schaarste in de evenementenbranche. Deze kosten zijn gedekt uit drie bronnen: (1) bijdragen van de gemeenten Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda en de provincies Utrecht en Noord-Brabant, (2) subsidie van het ministerie van VWS en (3) private opbrengsten (zie tabel 3.2).

De bijdrage van de publieke partners zijn volgens een vaste voet verdeeld, zoals in de samenwerkingsovereenkomst tussen de publieke partners was overeengekomen. Deze hield in dat de Utrechtse partners twee derde van de bijdrage voor hun rekening namen (met een gelijke verdeling tussen provincie en gemeente) en de Brabantse partners een derde (waarin de provincie Noord-Brabant en de gemeente Breda gelijke proporties en de gemeente 's-Hertogenbosch een kleiner deel voor hun rekening namen). Met de aanvullende bijdrage voor de herstart van La Vuelta Holanda kwamen de bijdragen van de publieke partners uit op 7.150.000 euro (zie tabel 3.2).

De bijdragen uit private opbrengsten bestonden grotendeels uit bijdragen door *in kind* geleverde diensten. Voor een klein deel bestonden deze private opbrengsten uit commerciële activiteiten, in het bijzonder inkomsten uit hospitality en toertochten. Deze laatste inkomsten waren begroot op 475.000 euro en waren van alle inkomstenbronnen de meest onzekere, mede omdat allerlei crisissituaties (Corona, internationale spanningen, energiecrisis) tot een grotere terughoudend leidden bij potentiële afnemers.

²⁰ Maarten van Bottenburg, Bake Dijk, Paul Hover, Sven Bakker, Froukje Smits, Hans Slender (2015). *Evaluatie Le Grand Départ 2015*. Universiteit Utrecht.

²¹ Dijk, B., Bekhuis, H., Schoemaker, J., Janssen, L., Pater, M. de, & Boer, W.I.J. de (2016). *Evaluatie Giro Gelderland 2016*. Nijmegen: Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.

²² Eurovisie Songfestival Rotterdam 2020 – 2021 Legacy rapportage

²³ Zegers, K., Klijs, J., Vlems F., Ratgers L., Graaf J. van de, (2022). *Onderzoeksrapportage impact Dutch Grand Prix Zandvoort 2021*. Breda University of applied sciences.

Tabel 3.2 Begroting Projectorganisatie La Vuelta Holanda²⁴

Inkomsten	Totaal	Inbreng 2020+2022
Publieke partners	€ 7.150.000	
<i>Gemeente Utrecht</i>		€ 2.350.000
<i>Provincie Utrecht</i>		€ 2.350.000
<i>Provincie Noord-Brabant</i>		€ 1.058.000
<i>Gemeente Breda</i>		€ 1.058.000
<i>Gemeente 's-Hertogenbosch</i>		€ 334.000
Ministerie van VWS	€ 3.000.000	
Private opbrengsten	€ 5.138.700	
Totaal	€ 15.288.700	
Uitgaven	Totaal	
Organisatiekosten	€ 6.612.645	
Techniek, veiligheid, mobiliteit	€ 4.842.700	
Marketing en communicatie	€ 1.377.402	
Activatie	€ 889.950	
Overige kosten	€ 1.076.003	
Relatiemanagement	€ 490.000	
Totaal	€ 15.288.700	

3.4 RISICO-MANAGEMENT

Hoewel de financiële eindverantwoording van de Projectorganisatie nog zal worden ingediend, kan op basis van de verkregen informatie uit interviews en documenten worden geconstateerd dat strak is gestuurd op het financiële resultaat. Dat gold voor alle gremia: directie en stichtingsbestuur van de Projectorganisatie, het controllersoverleg, directeurenoverleg en de stuurgroep.

Een belangrijke rol hierin speelden tevens de gemeenteraden en Provinciale Staten. Vooral in de provincie en gemeente Utrecht waren de volksvertegenwoordigers zeer kritisch over de kosten die het organiseren van een dergelijk grootschalig evenement met zich meebrengt. Dat werd extra gecompliceerd door de verkiezingen. In de provincie Utrecht had Provinciale Staten met een minieme meerderheid ingestemd met het voorstel om 2,1 miljoen euro voor La Vuelta Holanda beschikbaar te stellen. De Provinciale Statenverkiezing van 2019 zette nog meer druk op de bestuurders,

²⁴ Sluitende neutrale begroting Projectorganisatie La Vuelta Holanda, vastgesteld door de stuurgroep op 29 maart 2022.

Projectorganisatie en overige publieke partners om het toegekende budget niet te overschrijden.

Deze druk leidde tot spanningen tussen enerzijds het bewaken van het toegekende budget en anderzijds het verwezenlijken van de gestelde ambities. Dat gold vooral voor het activatieprogramma. De financiële middelen voor dit programma waren al tijdens de voorbereidingen op het wielerevenement in 2020 vergeven. Latere mogelijkheden en aanvragen om activiteiten te organiseren die verder invulling konden geven aan de ambities op het gebied van gezond stedelijk leven, sporten en bewegen, inclusiviteit en duurzaamheid konden daardoor niet worden gehonoreerd. Later besloot de stuurgroep met het restbudget het activatieprogramma te verdiepen en verbreden. Hierdoor konden activiteiten worden gecompenseerd voor gestegen kosten, de doelgroep verbreden en meer doorkomstgemeenten betrekken. De aanmeldstop begin 2022 betekende echter dat een aantal nieuwe initiatieven geen financiële zekerheid konden krijgen en daardoor niet werden doorgezet.

Het lastige van deze spanning was dat juist deze publieke waarden, in het bijzonder duurzaamheid, een essentiële rol speelden voor Provinciale Staten van Utrecht om in te stemmen met het organiseren van La Vuelta Holanda.

“100 dagen activatieprogramma; dat was de legitimatie om uiteindelijk te zeggen waarom we mee gingen doen.” (Publieke partner, provincie Utrecht, 2022)

“Vanaf de jaarwisseling merkte je in de stad dat La Vuelta Holanda meer ging leven, organisatoren kregen daardoor mooie ideeën die nog prima uit te werken en te organiseren waren in de resterende periode tot de activatieperiode in de zomer. Door hen juist op dat moment geen financiële zekerheid te bieden, zijn hele mooie initiatieven afgevallen. Toen later het bericht kwam dat er alsnog financiële ruimte gevonden was, was het voor veel van hen te laat om alsnog hun activiteit te organiseren.” (Publieke partner, Breda, 2022)

Deze spanning heeft meerdere keren de discussie opgeroepen of ambitie op financiën volgt of financiën op ambitie. Onder sommige stakeholders gingen regelmatig geluiden op om meer vanuit ambities te handelen.

“Het is jammer dat de budgettaire kaders bijna belangrijker zijn dan de doelstellingen van het evenement. Als te weinig geld wordt binnengehaald zouden het activatieprogramma en marketing het eerste zijn waar minder geld naartoe gaat, terwijl het activatieprogramma juist voor impact in de steden en provincies zorgt en de doelstellingen van LVH vertaalt.” (Stichtingsbestuur, 2022)

“Als duurzaamheid een speerpunt is voor de publieke partners, moet er ook meer ruimte voor in de begroting worden opgenomen. We wilden veel meer dan mogelijk is; de focus ligt vooral op verantwoording.” (Private partner, 2022)

Door de nadruk op kostenbeheersing en het voorkomen van budgetoverschrijding zijn mogelijk kansen gemist om de maatschappelijke impact van het evenement te vergroten. Daar staat tegenover dat een continue kritische houding van de volksvertegenwoordiging essentieel is om de kosten van dit soort evenementen binnen de perken te houden. In binnen- en buitenland zijn veel voorbeelden van evenementen te vinden waar de kosten zijn ontspoord.²⁵

De publieke partners vonden vier manieren om met deze spanning tussen ambitie en financiën om te gaan. Ten eerste werd strak op de begroting gekoerst. Bij de herstart kreeg het controlleroverleg een meer formele positie in de governance en overlegstructuur. Op alle onderdelen moesten overschrijdingen binnen de begroting worden opgelost en dienden aangepaste begrotingen aan de stuurgroep voor akkoord te worden voorgelegd. Hierbij werd gebruik gemaakt van het risico- en kansenmanagementmodel (COSO-model) dat in de aanloop naar Le Grand Départ werd opgesteld in overleg met concernfinanciën van de gemeente Utrecht en Public Risk Management Nederland, Primo. Ook in dat opzicht zijn de leereffecten van het organiseren van evenementen direct zichtbaar.

“Bij dit soort evenementen gaat het erom dat het allemaal leuk en niet te moeilijk moet zijn, maar je hebt ongelooflijk veel baat bij een strakke organisatie en begroting” (Publieke partner, provincie Noord-Brabant, 2022)

Een tweede manier om met de spanning tussen ambitie en financiën om te gaan is door organisatoren van het activatieprogramma te stimuleren tot co-financiering. Uit het totale budget voor het activatieprogramma is 569.000 euro toegekend voor de uitvoering van gehonoreerde projectvoorstellen. Deze bijdrage was gemaximeerd op 30% van de kosten van de betreffende activatie. Over het gehele activatieprogramma is de bijdrage vanuit de Projectorganisatie uitgekomen op gemiddeld 24,2% van de

²⁵ Flyvberg, B., Stewart, A. & Budzier, A. (2016). The Oxford Olympics Study 2016: Cost and Cost Overrun at the Games. Working paper. University of Oxford. Zie ook bijvoorbeeld: Rammeloo, E. (2022, februari 15). De ware kosten van de 'goedkope' Winterspelen in China blijven verborgen. 'Het is een idioot project'. Opgehaald van Trouw.nl: <https://www.trouw.nl/sport/de-ware-kosten-van-de-goedkope-winterspelen-in-china-blijven-verborgen-het-is-een-idioot-project~b127e949?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>. NOS (2022, september 9). Floriade gaat laatste maand in - tekort nu 85 miljoen. Opgehaald van NOS.nl: <https://nos.nl/regio/flevoland/artikel/304418-floriade-gaat-laatste-maand-in-tekort-nu-85-miljoen>.

begroting van de voorgestelde activiteiten. De overige kosten zijn door de organisatoren van de activaties op andere manieren gefinancierd. Per saldo betekent dit dat 1.781.000 euro extra is geïnvesteerd in het activatieprogramma, en dus door andere partners dan de provincies Utrecht en Noord-Brabant en de gemeenten Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda.

Een derde manier waarmee is omgegaan met de spanning tussen ambitie en financiën is door organisatoren van activaties op andere manieren te faciliteren dan middels een financiële bijdrage. Via workshops zijn organisatoren van activaties ('compañeros') geïnformeerd over de wijze waarop zij hun activiteit zo duurzaam en toegankelijk mogelijk kunnen organiseren, hoe zij hun activiteit kunnen laten aansluiten op andere initiatieven en hoe zij hierover kunnen communiceren. Ook zijn de compañeros vanuit de Projectorganisatie ondersteund bij hun laatste voorbereidingen: het uitlenen van aankleedmateriaal zoals banners, beachflags, vlaggetjes en het beschikbaar stellen van een online toolbox met een styleguide, vignetten, duurzaamheidstips en do's en don'ts in de communicatie.

“Als provincie hadden wij geen extra geld voor de activatie. We hebben geprobeerd partners wegwijs te maken en vaak is dat mensenwerk al heel veel waard. Het ging met doorkomstgemeenten vaak over faciliteren en aanjagen en niet over de portemonnee.”
(Publieke partner, provincie Utrecht, 2022)

Een vierde manier waarmee is omgegaan met de spanning tussen ambitie en financiën is dat publieke partners uit eigen, reguliere budgetten activiteiten in hun eigen gemeente hebben bekostigd. Dit werd nadrukkelijk verzocht door de projectorganisatie en is als zodanig ingepast. Ten slotte is ook constant getracht de dekking te vergroten door private partners te blijven werven.

3.5 WAARDERING

De organisatie van La Vuelta Holanda stelde de publieke partners voor stevige uitdagingen. Juist omdat een wielerevenement in de openbare ruimte plaatsvindt en een groot gebied beslaat, brengt het ook risico's en overlast met zich mee. Binnen het budget moest worden gezorgd voor een veilig en goed bereikbaar parcours voor renners en toeschouwers, zonder al te veel belemmeringen voor bewoners en bedrijfsleven. Dat vroeg om risico-analyses, calamiteitenplannen, aandacht voor veiligheid en beveiliging, vergunningen, maatregelen om het verkeer en de mobiliteit in goede banen te leiden, vrijwilligersmanagement, publiekscommunicatie en bestuurlijke afstemming.

Met betrekking tot La Vuelta Holanda 2022 was dit extra complex omdat het evenement onder de gezamenlijke verantwoordelijkheid viel van drie gemeenten en twee provincies.

“Een evenement in de buitenruimte van 400 kilometer is van een andere orde. Veel mensen onderschatten hoe groot dat is. Het is daardoor ook kwetsbaarder dan je denkt. Maar het geeft zo’n impuls en positieve energie als je zoveel mensen kunt bereiken.”
(Projectorganisatie, 2022)

La Vuelta Holanda vond bovendien plaats in een turbulente maatschappelijke omgeving, met een continue dreiging van corona-uitbraken en protestacties. De onrust onder boeren vormde in dat opzicht een extra risico. De Projectorganisatie zocht in een vroeg stadium contact met de boerenorganisaties om met hen in gesprek te gaan. Uiteindelijk verliepen de etappedagen zonder grote incidenten. Een actie van klimaatactivisten om zich vast te hechten op het parcours werd door omstanders uit het publiek voorkomen. Andere kleine incidenten werden eveneens in de kiem gesmoord.

“De uitvoering is goed verlopen. Protestacties waren een groot zorgpunt, maar door goed contact en ingrijpen door omstanders hebben die niet tot overlast geleid.”
(Projectorganisatie, 2022)

Wat overheerste was een enorm gevoel van tevredenheid en opluchting.

“Het is boven verwachting verlopen. (...) Qua grootsheid was het te vergelijken met de Tour. Destijds was meer budget beschikbaar. Nu moest met minder personeel inzet nagenoeg hetzelfde worden gedaan. Door het kleinere budget zijn meerdere dingen afgeschaald, dat moest creatief worden opgepakt, maar er zijn geen punten die daardoor in het water zijn gevallen.” (Projectorganisatie, 2022)

De Spaanse organisatie keek de ogen uit.

“Ze waren overdonderd. Ten eerste tijdens de ploegenpresentatie, ze hadden het nog nooit meegemaakt. De dagen zelf met zoveel publiek vonden ze ook geweldig. De bezoekersaantallen konden ze haast niet geloven.” (Projectorganisatie, 2022)

Zoals in het volgende hoofdstuk wordt toegelicht, wordt het totale bezoekersaantal geschat op bijna een miljoen. Dat was veel hoger dan verwacht. Hoewel de

Projectorganisatie vooraf geen aantallen had genoemd vanwege de afhankelijkheid van het weer en andere niet beïnvloedbare factoren, was in een interne presentatie van 26 november 2019 een beoogd bezoekersaantal van 500.000 genoemd. Het werden er dus bijna twee keer zo veel.

Dat bezoekersaantal is op zichzelf al een uitdrukking van waardering. Maar we hebben de bezoekers in de enquête ook gevraagd om die waardering uit te drukken in een cijfer voor het evenement (zie figuur 3.3). Hieruit komt een gemiddelde score naar voren van 8,3 op een tienpuntschaal. Dit is hoger dan de kritische prestatie-indicator die de organisatie zichzelf ten doel had gesteld, namelijk 8,0.

De bezoekers van La Vuelta Holanda beoordelen het evenement als geheel met een 8,3 op een tienpuntschaal. Dat is hoger dan de 8,0 die de publieke partners zich ten doel hadden gesteld.

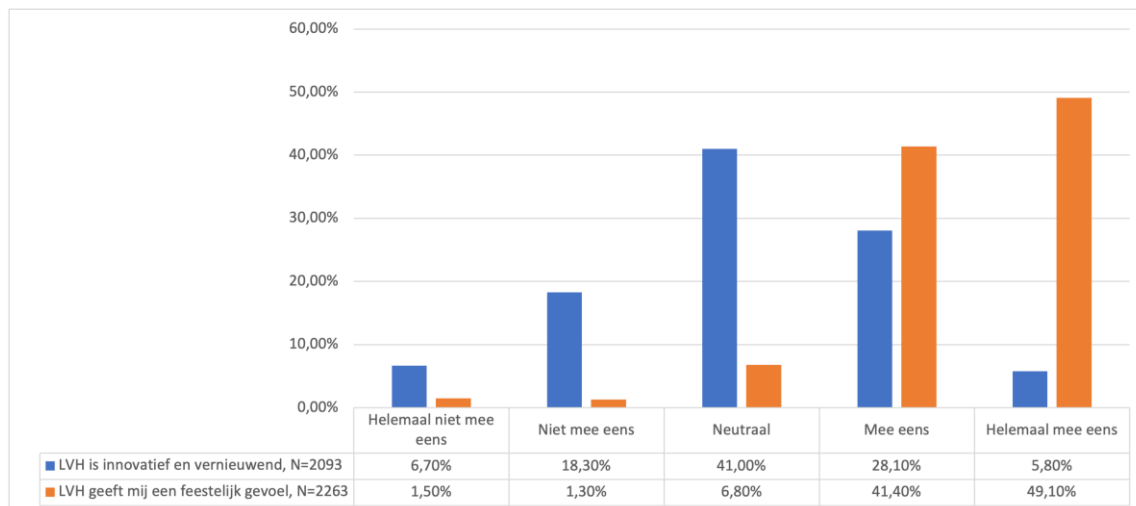
Op onderdelen van de organisatie van het evenement kreeg de feestelijke sfeer en ambiance de hoogste waardering, gevolgd door het gevoel van veiligheid, de gastvrijheid en de bereikbaarheid te voet en per fiets. Lagere scores werden toebedeeld aan de bereikbaarheid met het openbaar vervoer en de aandacht voor duurzaamheid (zie hierover ook hoofdstuk 4).

Figuur 3.3 Waardering bezoekers voor La Vuelta Holanda als geheel en naar onderdelen van de organisatie van het evenement



Het wielerevenement werd vooral ervaren als een feest en minder als een innovatief en vernieuwend evenement (zie figuur 3.4).

Figuur 3.4 Oordeel bezoekers over innovatieve/vernieuwende en feestelijke karakter LVH



Klachten waren er ook. In Utrecht is in het bewonerspanel breder gepeild hoe bewoners aankeken tegen La Vuelta Holanda. Dit is interessant omdat hierin ook de stem naar voren komt van degenen die het evenement niet bezochten. Van de 6.761 leden van het panel namen 846 respondenten (12,5%) de moeite om een suggestie of opmerking over La Vuelta Holanda te plaatsen. De suggesties of opmerkingen van deze bewoners van de gemeente Utrecht zijn als volgt te rubriceren:

- 390 bewoners klaagden over de bereikbaarheid van de stad en/of de communicatie daaromtrent.
- 126 bewoners gaven aan geen voorstander te zijn van Utrecht-promotie. Zij willen niet dat Utrecht een toeristische trekpleister wordt. Velen onder hen gaven aan de vrees te hebben dat Utrecht net zo druk wordt als Amsterdam.
- 111 bewoners vonden de organisatie van het evenement geldverspilling of geen goede investering in tijden van crisis.
- 33 bewoners vonden dat duurzaamheid niet voldoende uit de verf kwam tijdens het evenement of dat het slecht is voor het milieu dat La Vuelta Holanda in Utrecht startte.

De klachten waren afkomstig van 15% van de 2.676 panelleden die aangaven niet positief terug te blikken op La Vuelta Holanda; 50% blikte hierop wel positief terug en 18% enigszins positief. De overige 17% beantwoordde deze vraag met 'weet niet/niet van toepassing'.

3.6 CONCLUSIES

Geconcludeerd kan worden dat het eerste deel van de hoofddoelstelling van La Vuelta Holanda goeddeels is gerealiseerd: het evenement was werd door de bezoekers in grote meerderheid hoog gewaardeerd en ervaren als een veilig georganiseerd evenement. De bezoekers beoordeelden het evenement als geheel met een 8,3 op een tienpuntenschaal. Dat is hoger dan de 8,0 die de publieke partners zich ten doel hadden gesteld.

De Projectorganisatie heeft strak gestuurd op het financieel resultaat. De organisatiekosten bedroegen 15,3 miljoen euro en zijn binnen de begroting gebleven. Er is op vele manieren getracht om naar duurzame en goedkope oplossingen te streven. Ook is de verleiding weerstaan om ambities boven financiën te stellen, mede ten gevolge van de sterke druk die op bestuurders is uitgeoefend vanuit gemeenteraden en Provinciale Staten om het budget niet te overschrijden. Er kan dan ook worden gesproken van een efficiënte en effectieve organisatie van het evenement.

Het evenement heeft tevens aantoonbaar bijgedragen aan de bestuurlijke en organisatorische samenwerking in beide provincies, en in het bijzonder de betrokken gemeenten. De relaties tussen de vijf betrokken overheden en tussen Utrechtse en Brabantse kennisinstellingen zijn verstevigd. Ook zijn op vele manieren leerervaringen opgedaan over het organiseren van een groot sportevenement met meerdere overheden en in een publiek-private samenwerking.

4. Maatschappelijke impact

Voorafgaand aan het besluit om La Vuelta Holanda in 2020 te organiseren, hebben de vijf publieke partners de gezamenlijke ambitie uitgesproken dat het niet alleen een wielerveest voor de steden en regio's moet worden maar ook moet bijdragen aan maatschappelijke doelstellingen. Daarbij is in het bijzonder aandacht gevraagd voor gezond stedelijk leven (met een focus op inclusiviteit en sporten en bewegen), duurzaamheid en economische ontwikkeling.²⁶ Deze maatschappelijke doelstellingen zijn op twee manieren nagestreefd: via een activatieprogramma en via het hoofdevenement (ploegenpresentatie en de etappedagen).

In termen van resultaten en kritische prestatie indicatoren (KPI's) hebben de publieke partners voor het activatieprogramma de volgende doelen gesteld:

- Het activatieprogramma telt minimaal 200 evenementen en activiteiten.
- Het activatieprogramma trekt minimaal 100.000 deelnemers en 400.000 bezoekers.
- De activiteiten van het programma zijn verspreid over de vijf steden en regio's.
- Het activatieprogramma kent een thematisch breed en divers karakter.
- Het activatieprogramma wordt door bezoekers gemiddeld gewaardeerd met een 8,0.

Ten aanzien van het hoofdevenement hebben de publieke partners hun maatschappelijke doelstellingen vooral gericht op het realiseren van algehele waardering voor het evenement en het geven van een impuls voor gezond stedelijk leven, duurzaamheid en economische spin-off. In termen van concrete resultaten en KPI's:

- Het gebruik van de fiets door inwoners met en zonder beperking is toegenomen.
- Het belang dat inwoners hechten aan gezond leven is gestegen.

²⁶ Projectplan La Vuelta Holanda 2020 en Projectplan La Vuelta Holanda 2022.

- Eén of meerdere (grootschalige) activiteiten die in het kader van de Vuelta voor sporters met een beperking zijn ontwikkeld, zijn niet eenmalig, maar meerjarig geprogrammeerd.
- De in samenwerking met marketingorganisaties uitgevoerde activiteiten/campagnes hebben geleid tot een toegenomen bekendheid van toeristische trekpleisters zoals de Utrechtse Heuvelrug, de Brabantse Wal, de (gebieden rond de) Zuiderwaterlinie, de grote verblijfsrecreatie/ attractieparken en de drie (binnen)steden.
- Het evenement heeft geleid tot extra vrijetijdsbestedingen in Utrecht en Brabant.

Zoals in de inleiding is toegelicht evalueren we in dit rapport alleen de impact van La Vuelta Holanda op de korte termijn. Dit hoofdstuk bespreekt de evaluatie van maatschappelijke impact op die korte termijn. Paragraaf 4.1 gaat in op de omvang, deelname en waardering van het activatieprogramma. De daaropvolgende paragrafen gaan in op de impact die het activatieprogramma en het hoofdevenement hebben gehad op gezond stedelijk leven (paragraaf 4.2), duurzaamheid (paragraaf 4.3) en economische ontwikkeling (paragraaf 4.4). De economische impact in termen van de additionele bestedingen die het evenement teweeg heeft gebracht, wordt apart besproken in het volgende hoofdstuk.

4.1 OMVANG, DEELNAME EN WAARDERING ACTIVATIES

De ontwikkeling en uitvoering van een activatieprogramma voorafgaand aan het wielerevenement was één van de *lessons learned* van de organisatie van Le Grand Départ in 2015. Net als toen is ervoor gekozen om dat programma 'van onderop' te laten ontstaan, door verbinding met – en stimulering van – lokale initiatieven van bewoners en maatschappelijke organisaties. Ook is ervoor gekozen om dit activatieprogramma een sportoverstijgend karakter met meerdere thema's te geven en honderd dagen voor het daadwerkelijke wielerevenement van start te laten gaan.

4.1.1 Omvang

Om het programma in co-creatie 'door en voor de steden en regio's' te organiseren, zijn inwoners en maatschappelijke organisaties in 2019 uitgenodigd om plannen in te dienen. Hierbij is gebruik gemaakt van informatiebijeenkomsten, Vuelta-cafés, een mediacampagne en professionele contacten van de Projectorganisatie en gemeentelijke en provinciale ambtenaren. De ingediende plannen zijn geselecteerd op basis van de verbinding met het wielerevenement, fietsen/wielercultuur, de relatie met Spanje, en de bijdrage aan het feestelijke karakter van het evenement en aan de pijlers

gezond stedelijk leven, inclusiviteit en duurzaamheid. Ook is in de selectie rekening gehouden met de diversiteit en spreiding van het totaalaanbod, zowel naar thema als regio. Op grond van deze criteria is iets meer dan de helft van de ingediende plannen gehonoreerd. Voor alle projecten gold dat maximaal 30% van de totale kosten voor de uitvoering van de plannen werd bekostigd door de Projectorganisatie.

Dit heeft geresulteerd in een activatieprogramma bestaande uit 381 activiteiten. Daarmee zijn beduidend meer activiteiten onderdeel van het programma geworden dan de 200 activiteiten die de organisatie zich op voorhand ten doel had gesteld. Aanvullend heeft het projectteam Activatie van de Projectorganisatie in juni 2022 een oproep gedaan om buurt- en straatfeestjes te organiseren tijdens de etappedagen. Dit heeft geresulteerd in 140 lokale feestjes die vanuit het projectteam werden voorzien van een La Vuelta buurtborrel pakket, inclusief vegetarische hapjes, slingers, een quiz, recepten en een feestelijke playlist.

Voor kinderen is een speciaal lespakket ontwikkeld gericht op de groepen zeven en acht van de basisschool en voor leerlingen op VMBO-1 en VMBO-2 niveau. Het ervaringsgerichte lespakket sloot aan op de leerdoelen biologie/verzorging, aardrijkskunde, maatschappijleer en lichamelijke opvoeding in het onderwijs. Tegelijkertijd gaf het invulling aan de doelstellingen van La Vuelta Holanda om een impuls te geven aan kennis op het gebied van de Spaans-Nederlandse geschiedenis, wielrennen, duurzaamheid, gezonde leefstijl en diversiteit en inclusiviteit. Scholen konden gratis en volledig vrijblijvend deelnemen aan het lespakket. Het lespakket werd in maart 2022 officieel gelanceerd met drie lessen voor groep acht op een basisschool in Made door ex-prof wielrenner Stef Clement.

2 juli 2022

Fietshub Overvecht



“De fiets hubs hebben een positieve sfeer en zorgen voor verbinding in de wijk. Bij het project betrekken we ook buurtvaders om inclusief te zijn en kinderen uit de wijk nog beter te bereiken.”

(Vrijwilliger Sint Maarten parade)

In de maanden mei, juni en juli organiseerde SportUtrecht een reeks fiets hubs in verschillende wijken van Utrecht. Negen weekenden werd op vrijdag en zaterdag in Utrechtse wijken de fiets hub opgebouwd voor kinderen en gezinnen om de sportparticipatie te verhogen, met als pronkstuk de gerecyclede BMX pumptrack voor kinderen. Op vrijdagen werd een scholenprogramma gedraaid en op zaterdag was het terrein openbaar toegankelijk voor bewoners en geïnteresseerden.

De focus van de rondtrekkende fiets hub lag breder dan het wielrennen en La Vuelta. Het evenement werd als middel gebruikt om bewoners in contact te brengen met fietsen en thema's als creativiteit, duurzaamheid en bewustwording van de stad. In Overvecht werd de fiets hub gecombineerd met de Sint Maarten parade, duurzame ontdekkbus, ZIMIHC, Mam's coffee, plastic fantastic, vrijstraat en Utrecht schone stad.

“Mijn zoon is vorige week in een andere wijk met zijn school bij het scholenprogramma van de fiets hub geweest en vond het zo leuk dat hij vandaag helemaal hierheen wilde reizen om weer op de pumptrack te kunnen.”
(Bezoeker)

Geografische spreiding

De activiteiten van het activatieprogramma waren verspreid over de betrokken steden en provincies (zie tabel 4.1). Hierbij kan het volgende worden opgemerkt:

- Van alle activiteiten vond 36% plaats in de drie organiserende gemeenten (Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht) en 64% elders (inclusief activiteiten die in meerdere gemeenten plaatsvonden).
- In Noord-Brabant zijn meer activiteiten tot ontwikkeling gekomen dan in de provincie Utrecht (56% versus 44%, exclusief activiteiten in meerdere gemeenten).
- De gemeente 's-Hertogenbosch (2%) heeft, gelet op de kleinere rol rond enkel de start van een etappe, bewust het accent gelegd op activatie tijdens de tweede etappe (met start in 's-Hertogenbosch) en minder op de voorafgaande periode.

Tabel 4.1 Activiteiten in het activatieprogramma naar provincie en gemeente

	Totaal aantal activiteiten	Percentage activiteiten op totaal
Provincie Noord-Brabant	168	44
<i>Breda</i>	71	19
<i>'s-Hertogenbosch</i>	9	2
<i>Elders in de provincie NB</i>	88	23
Provincie Utrecht	130	34
<i>Gemeente Utrecht</i>	58	15
<i>Elders in de provincie U</i>	72	19
Meerdere gemeenten	83	22
TOTAAL	381	100

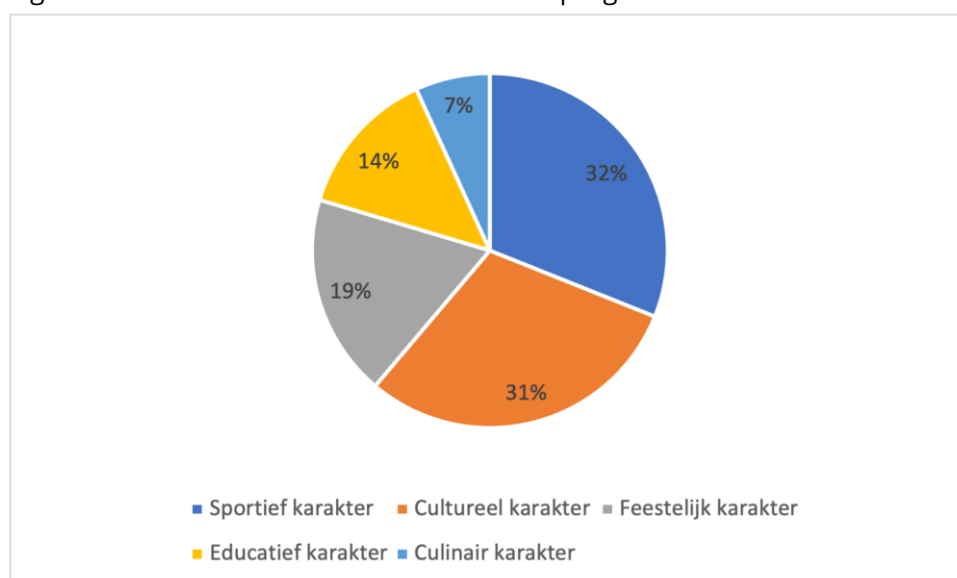
Het activatieprogramma bestond uit activiteiten verspreid over de drie steden en twee provincies.

De variatie in het activiteitenprogramma was groot: van dikke banden races tot muziekconcerten, van toertochten tot theatervoorstellingen, van exposities tot historische rondleidingen, van wandeltochten tot fietsvalpreventiecurssussen, van dorpsfeesten tot BMX-clinics, en van wielercafe's tot filmvertoningen. Het overzicht van alle activiteiten rondom La Vuelta Holanda was tijdens de 100-dagen periode onder andere te vinden op de website van La Vuelta Holanda en via lokale links.

Thematisch gezien kunnen de activiteiten op verschillende manieren worden geclusterd. De meeste activiteiten hadden een sportief (32%) of cultureel karakter (31%). Een deel van de activiteiten had een feestelijk of festival-karakter (19%), educatief karakter (14%) of culinair karakter (7%). Hierbij kunnen activiteiten ook in meer dan één cluster zijn ondergebracht.

Als de activiteiten worden geordend in het licht van de overkoepelende doelstellingen van La Vuelta Holanda, is eveneens veel variatie waarneembaar. De focus van de meeste activiteiten viel onder de noemer inclusiviteit (266 activiteiten), gezondheid (181), feestelijkheid (223) en wielrennen (120).

Figuur 4.2 Thematische accenten activiteitenprogramma LVH



Het activatieprogramma bestond uit activiteiten met een thematisch breed en divers karakter.

4.1.2 Deelname

Volgens schattingen in het evaluatieverslag van het projectteam Activatie van de Projectorganisatie zijn in totaal ongeveer 60.913 deelnemers en 318.969 bezoekers bereikt.²⁷

In het kader van het activatieprogramma zijn 381 activiteiten of evenementen (activaties) georganiseerd. Deze trokken 60.913 deelnemers en 318.969 bezoekers.

²⁷ Activatieverslag La Vuelta Holanda 2022.

Van het lespakket voor het onderwijs werd 382 keer een handleiding, 381 keer een werkblad en 191 keer een presentatie gedownload. Uitgaande van 382 klassen met een groepsgrootte van 25 kinderen kan worden verondersteld dat het lespakket een aanvullend bereik heeft gehad van 9.550 leerlingen.²⁸

Door de variatie aan onderwerpen en invalshoeken heeft het activatieprogramma een brede doelgroep bereikt: van zeer jonge kinderen (dikke banden races en loopfietsenraces), leerlingen uit het BO en VO (educatieprogramma, BMX-clinics, scholenprogramma's), studenten en jong-volwassenen (festivals en de aangehaakte onderwijsinstellingen), jonge gezinnen met kinderen (festivals, dikke banden races en loopfietsenraces), gezinnen met oudere kinderen, wielervrienden en actieve sportbeoefenaren, kunstliefhebbers (November Music, Nieuw Utrechts Toneel, Chassé Theater, Louis Hartlooper Complex), mensen die van een feestjes houden (al dan niet met hun burens), tot aan senioren (fietsvalpreventieprogramma) en mensen met een beperking (Prokkelsterrenslag, Onbeperkte Vuelta). Via activiteiten als die van Project-O, PowerUp70, Vuelta Tricotar en Vuelta Fietsclubs zijn ook minder voor de hand liggende doelgroepen bereikt.

Hoewel het activiteitenprogramma met 60.913 deelnemers en 318.969 bezoekers een omvangrijk en divers bereik heeft gehad, is het aantal deelnemers en bezoekers onder de streefcijfers (minimaal 100.000 deelnemers en 400.000 bezoekers) en onder het bereik van de Tourstart in 2015 (138.000 deelnemers en 570.000 bezoekers) gebleven.

Het projectteam Activatie verklaart dit verschil uit de vele kleine projecten. In het kader van La Vuelta Holanda zijn veel meer activiteiten (381) georganiseerd dan tijdens Le Grand Départ (250), maar het ging hierbij merendeels om activiteiten met een betrekkelijk klein bereik. Daarvoor kunnen meerdere redenen worden aangevoerd. Naast de effecten van corona-maatregelen, kan worden gewezen op de sterkere spreiding van activiteiten over parcoursgemeenten. La Vuelta Holanda vond bovendien halverwege augustus plaats en Le Grand Départ begin juli. De helft van het honderd dagen durende activatieprogramma van La Vuelta Holanda viel zodoende in de zomervakantie. Ook lag het activatiebudget in aanloop naar La Vuelta Holanda (615.000 euro) lager dan wat voor Le Grand Départ was vrijgemaakt (1.900.000 euro). Daardoor ontbrak de ruimte om grootschalige evenementen te (helpen) organiseren, zoals La Caravane d'Utrecht dat in 2015 meer dan 50.000 bezoekers en deelnemers trok.

²⁸ Activatieverslag La Vuelta Holanda 2022.

4.1.3 Waardering

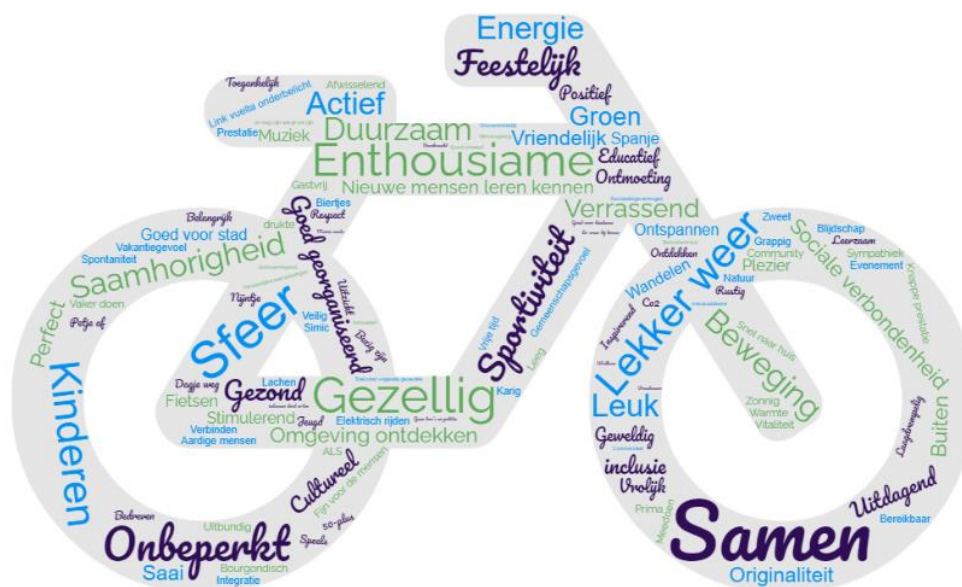
Om na te gaan in hoeverre de deelnemers en bezoekers het activatieprogramma hebben gewaardeerd, zijn tijdens zes activiteiten face-to-face vragenlijsten afgenomen onder 228 bezoekers en deelnemers. Zij gaven als gemiddeld cijfer voor de activiteit die zij bezochten een 8,2 op een tienpuntschaal. Dat ligt boven het beoogde cijfer van 8,0. Acht op de tien bezoekers en deelnemers vond de sfeer feestelijk; één op de elf was het daar niet mee eens.

Deelnemers en bezoekers waardeerden het activatieprogramma waaraan zij deelnamen gemiddeld met een 8,2.

De waardering van de bezochte activiteiten liep weinig uiteen en varieerde van 8,5 tot 8,9 (de 'Dikke Banden' Green Race Doorn). Een uitzondering hierop was het Groene Karavaan Finishplein dat met een 7,1 lager werd gewaardeerd.

De belangrijkste termen waarmee de deelnemers en bezoekers de activiteiten omschreven, zijn terug te lezen in figuur 4.3. Hieruit springen een aantal termen naar voren, in het bijzonder: sfeer/gezellig/enthousiasme, samen/saamhorigheid, onbeperkt, kinderen, sportiviteit, en lekker weer, want dat zat inderdaad niet tegen.

Figuur 4.3 Word cloud van termen waarmee deelnemers en bezoekers de activiteiten typeren



29 juni - 3 juli 2022

Onbeperkte Vuelta



Op 3 juli vond de laatste etappe plaats van de Onbeperkte Vuelta Brabant. Gedurende vijf dagen werd iedereen met een chronische aandoening of beperking de kans geboden het parcours van La Vuelta rondom Breda (voor een gedeelte) af te leggen. De deelnemers kwamen onder meer langs buurtcentra, een zorgboerderij en Brownies&Downies.

In samenwerking met het Fonds Gehandicaptensport, UniekSporten en Brabant sportfonds zette organisator Stichting Leef! een evenement met een gemoedelijke sfeer neer. Doelstelling van de organisatie is hierop voort te bouwen en in iedere provincie een 'Onbeperkte' te organiseren.

"Het is heel belangrijk dat dit wordt georganiseerd. Mensen verzanden anders in niets doen. Activatie is belangrijk om jezelf beter te voelen. Daarmee geef je het gevoel dat iedereen erbij hoort. Dat vraagt meer van de andere kant van de maatschappij dan van deze mensen met een beperking"
(Deelnemer)

4.2 IMPACT OP GEZOND STEDELIJK LEVEN

Eén van de hoofddoelen van het organiseren van La Vuelta Holanda was het geven van een impuls aan gezond stedelijk leven, aansluitend bij gemeentelijke en provinciale beleidsprogramma's. De prestatie-indicatoren die daarvoor zijn opgesteld, geven de ambitie weer die de publieke partners aan het wielerevenement en activatieprogramma hebben verbonden: een impuls voor gezond leven (voldoende

beweging en gezonde voeding) in het algemeen en het gebruik van de fiets(infrastructuur) in het bijzonder. Meer in concreto:

- een toename van het gebruik van de fiets door inwoners met en zonder beperking;
- een stijging van het belang dat inwoners hechten aan gezond leven;
- de ontwikkeling van meerjarig geprogrammeerde (grootschalige) activiteiten voor sporters met een beperking.

Effecten op langere termijn, zoals de toename van het gebruik van de fiets en een meerjarige programmering van activiteiten, vallen buiten het bestek van deze korte termijn-evaluatie. Wel is nagegaan op welke wijze de organisatie aandacht heeft geschonken aan gezond stedelijk leven en welke impact dat heeft gehad op de deelnemers en bezoekers van de activiteiten en toeschouwers van de etappesdagen. In het verlengde van het projectplan La Vuelta Holanda 2022 vatten we 'gezond stedelijk leven' ruim op. Hieronder vallen ook aspecten die te maken hebben met vitaliteit, participatie en inclusiviteit.

Dat 'gezond stedelijk leven' één van de hoofddoelstellingen van La Vuelta Holanda is geweest, heeft als direct effect gehad dat de voorgestelde activiteiten op dit criterium vooraf zijn beoordeeld en geselecteerd. Activaties die waren gebaseerd op het organiseren van een activiteit waarin louter feest en gezelligheid centraal stond, zijn daardoor niet in aanmerking gekomen voor een financiële bijdrage. Wel werden zij op de LVH-kalender vermeld. Tegelijkertijd was een accent op gezondheid geen voorwaarde.

Van de deelnemers en bezoekers van de bezochte activiteiten is 29% het eens of helemaal eens met de stelling dat zij door de activatie gestimuleerd zijn om gezonder te leven. Een even grote groep was het daarmee oneens of helemaal oneens. Een derde stelde zich hierin neutraal op.

15 juni 2022 (Doorn)

Vuelta Heuvelrug dikke banden races

In aanloop naar de doorkomst van La Vuelta op 20 augustus zijn door de organisatie Green Race vier dikke banden races georganiseerd op de Utrechtse Heuvelrug (Amerongen, Maarn, Doorn en Leersum) voor mensen met en zonder een beperking. In samenwerking met



Vuelta Dikke Banden Race Doorn

“Het is eens wat anders dan standaard fietsen. Mooi dat iedereen mee kan doen, ook in speciale rolvoertuigen met begeleiding”
(Deelnemer)



Vuelta Dikke Banden Race Doorn

partners als Jumbo-Visma, Ready2Race en lokale partijen is de jeugd op laagdrempelige wijze geïnspireerd te gaan fietsen.

In Doorn vond de dikke banden race plaats in de verzorgingswijk Barthimeus waar mensen met een visuele beperking onder begeleiding wonen.

Inclusiviteit stond voorop. Na het startschot door de burgemeester fietsten de deelnemers in verschillende categorieën over het parcours. Het kleinschalige evenement was in de Vuelta-stijl aangekleed met onder meer een Vuelta mascotte.

Een deel van het inschrijfgeld van het evenement komt ten goede aan het behoud van flora en fauna op de Utrechtse Heuvelrug. De organisatie heeft natuur en duurzaamheid hoog in het vaandel.” (Organisator)

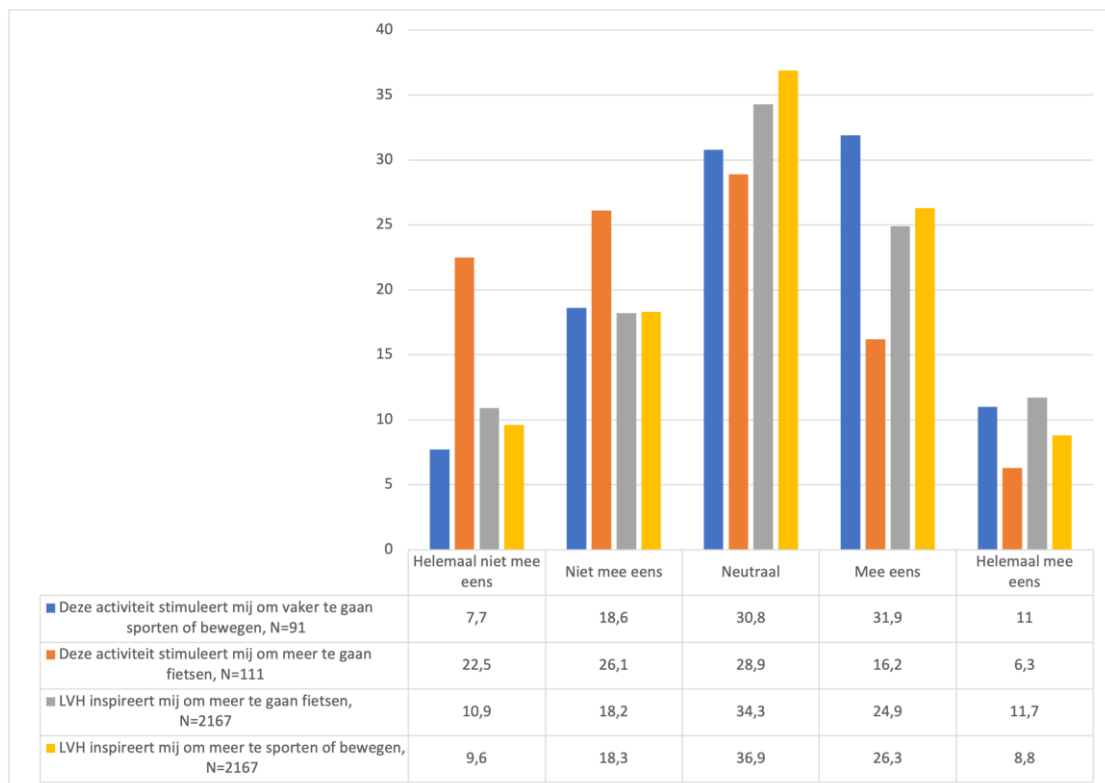
4.2.1 Sporten en bewegen

Vergelijkbare resultaten komen naar voren rond de vraag of activiteiten uit het activatieprogramma of het hoofdevenement (de etappedagen) hebben geïnspireerd of gestimuleerd om zelf meer te gaan sporten en bewegen. Bijna zes op de tien activiteiten hadden een sportief karakter en bij een derde van de activiteiten stond sporten en bewegen als thema centraal.

Het activatieprogramma heeft zodoende veel mensen in beweging gebracht. Vooral de toertochten waren een groot succes met 2.500 deelnemers (waaronder 250 deelnemers van bedrijventeams) in Breda en 5.000 deelnemers (waaronder 800 deelnemers van bedrijventeams) in Utrecht. Noemenswaardig zijn ook de Vuelta Prokkelsterrenslag, waar mensen met en zonder verstandelijke beperking samen teams vormden om samen sportieve spelletjes te doen, de Vuelta Fiets hubs, een rondreizend fietsdorp waar verschillende urban sports beoefend konden worden

gecombineerd met kunst, cultuur en feest, en de 28 Dikke Banden Races die in samenwerking met de KNWU in het kader van La Vuelta Holanda hebben plaatsgevonden, met een Gran Final op een parcours in Utrecht, voorafgaand aan de finish van het professionele wielerveden.

Figuur 4.4 Mening van deelnemers en bezoekers van activiteiten en bezoekers van etappedagen over ervaren stimulans om te gaan fietsen, sporten of bewegen



Hoewel het activatieprogramma dus aantoonbaar mensen in beweging heeft gebracht, lopen de meningen van deelnemers en bezoekers uiteen over de stimulerende werking op sporten en bewegen in algemene zin. Er is een lichte meerderheid die zich daartoe gestimuleerd voelt door de bezochte activiteit. Het hoofdevenement (etappedagen) heeft ruim eenderde van de bezoekers geïnspireerd om te gaan sporten/bewegen; drie op de tien hebben die inspiratie niet gevoeld om te gaan fietsen (zie figuur 4.4).

In het bewonerspanel van de gemeente Utrecht geeft het overgrote deel (81%) aan niet geïnspireerd te zijn geraakt door La Vuelta Holanda om vaker (recreatief) te fietsen of te sporten.²⁹ Dat wil niet zeggen dat de bezoekers en inwoners het wielerevenement niet hebben gewaardeerd. Integendeel, 97,5% van de bezoekers geeft in de enquête

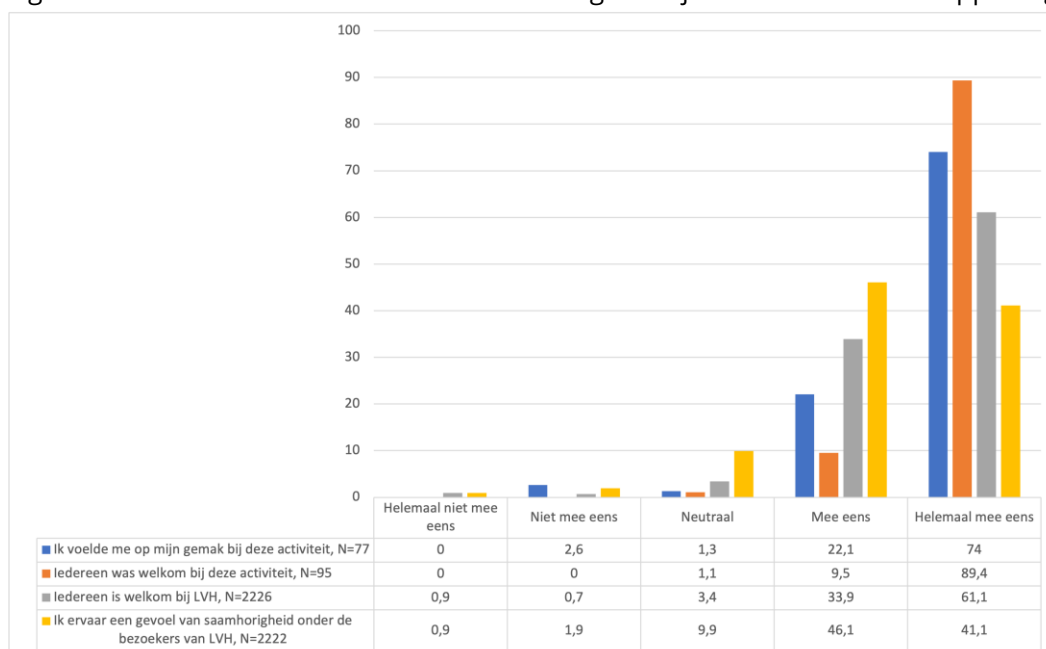
²⁹ Utrecht Marketing, Resultaten meting La Vuelta Holanda onder het Bewonerspanel Utrecht

over de etappedagen het evenement als geheel een voldoende, en 85% een acht of hoger als waarderingcijfer. Er gaat echter geen direct effect uit van het organiseren van een evenement op het beweeg- en sportgedrag van de toeschouwers en overige inwoners. Dat heeft niets te maken met La Vuelta Holanda als evenement. Hetzelfde patroon is bij vrijwel alle sportevenementen terug te vinden.³⁰

4.2.2 Inclusiviteit

Als onderdeel van het accent op gezond stedelijk leven hebben de publieke partners veel waarde gehecht aan een brede toegankelijkheid en diversiteit van het activatieprogramma. Dit was terug te zien in een ruim aanbod van activiteiten voor mensen met een beperking. Maar ook de overige activiteiten en etappedagen werden dusdanig georganiseerd en gepresenteerd dat deelnemers en bezoekers zich over het algemeen welkom en op hun gemak voelden en saamhorigheid ervoerden (zie figuur 4.5).

Figuur 4.5: Gevoel van inclusiviteit en saamhorigheid tijdens activiteiten en etappedagen



Dit werd onder meer gedaan door toegankelijke taal te gebruiken langs het parcours en in online-communicatie, de juiste communicatiemiddelen te gebruiken voor specifieke doelgroepen (bijvoorbeeld in verband met armoede en eenzaamheid) en extra aandacht te geven aan mensen met beperkte mobiliteit.

³⁰ Hover P., Straatmeijer J., Breedveld K., (2014) Sportevenementen in Nederland. Utrecht: Mulier Instituut

Om het streven naar inclusiviteit te benadrukken, hebben de publieke partners het Fonds Gehandicaptensport als het officiële goede doel van La Vuelta Holanda verkozen, met als doel om minstens 100.000 euro voor dit doel op te halen.³¹ Organisatoren van de activaties zijn gevraagd hieraan aandacht te schenken. Ook via merchandising is het Fonds Gehandicaptensport onder de aandacht gebracht. De opbrengst van de La Vuelta Holanda campagne voor het Fonds Gehandicaptensport bedroeg op 10 november 2022 in totaal 72.730 euro. Hiermee wordt onder andere de aanschaf van sporthulpmiddelen voor alle 21 sporters uit de campagne mogelijk gemaakt.

4.3 IMPACT OP DUURZAAMHEID

Een ander hoofddoel van de organisatoren van La Vuelta Holanda was het geven van een impuls aan duurzaamheid, zowel in het hoofdevenement als in het activatieprogramma. In het projectplan La Vuelta Holanda 2022 zijn hieraan geen concrete prestatie-indicatoren verbonden. Wel is in 2019 in samenwerking met More2Win en Green Events een duurzame strategie ontwikkeld waarin de plannen zijn ontvouwd over de wijze waarop de Projectorganisatie invulling ging geven aan deze ambitie.

De essentie van die ambitie is dat de publieke partners La Vuelta Holanda wilden gaan gebruiken als pilot om een duurzame aanpak in de organisatie van sportevenementen (door) te ontwikkelen. Dit moet het duurzaam organiseren van sportevenementen in de toekomst vanzelfsprekender maken. Deze ambitie is nagestreefd via het activatieprogramma en via projecten tijdens de etappedagen. Het meest innovatieve en opmerkelijke project was de Groene Karavaan. De publieke partners willen hun bestuurlijke samenwerking op dit thema na afloop van La Vuelta continueren en hun ervaring binnen en buiten Nederland delen.

“De voornaamste reden om deel te nemen aan het project was de maatschappelijke duurzaamheidsdoelstelling. Het idee om een nieuwe standaard neer te zetten voor duurzame sportevenementen werd gezien als een mooie kans.” (Publieke partner, provincie Utrecht, 2020)

De Projectorganisatie werkte met een speciale duurzaamheidsaanpak. Aan de hand van een duurzaamheidsmatrix werden de deelprojecten doorgelicht. Voorbeelden zijn het werken met een digitale kaart, recyclen van materialen, uitleentool voor het

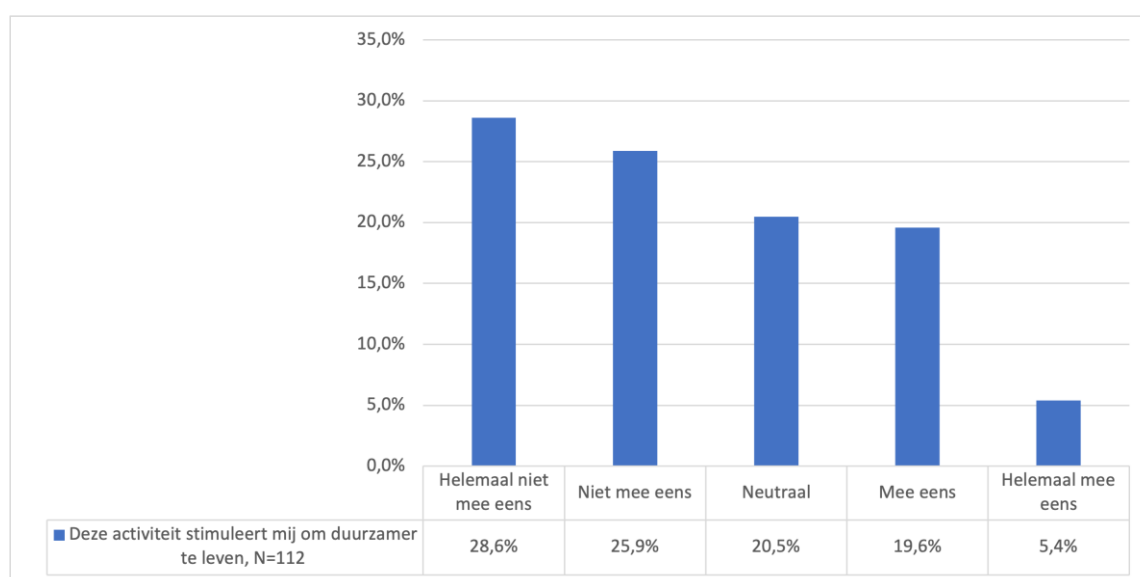
³¹ www.lavueltaholanda.com/fonds-gehandicaptensport

activatieprogramma en opereren met al beschikbare ruimtes en materialen tijdens de etappedagen. Deze systematiek wordt nu ook gebruikt bij andere activiteiten door de publieke partners. Daarnaast is in samenwerking met Unipublic berekend hoe op de meest duurzame manier het vervoer terug naar Spanje kon worden georganiseerd.

4.3.1 Impuls aan duurzaamheid via het activatieprogramma

Net als voor gezond stedelijk leven geldt, heeft het centraal stellen van duurzaamheid impact gehad op het activiteitenprogramma. Het is een randvoorwaarde geweest om in aanmerking te komen voor ondersteuning. Organisatoren van activiteiten is gevraagd te expliciteren hoe zij aan duurzaamheid aandacht geven. Ook zijn workshops georganiseerd met tips om de activiteiten zo duurzaam mogelijk te maken.

Figuur 4.6 Mening van deelnemers en bezoekers van activiteiten over ervaren stimulans om duurzamer te leven



Een aantal initiatieven uit het LVH activatieprogramma waren volledig gericht op zorg voor de natuur. Voorbeelden hiervan zijn het adopteren van een fietsbos, een plogging-actie (hardlopend of fietsend afval opruimen als de etappe geweest is) en een symposium over duurzame mobiliteit en duurzame sportevenementen. In andere activiteiten is de aandacht voor duurzaamheid op een andere tot uitdrukking gebracht, zoals het uitdelen of verkopen van duurzame producten, stimuleren van reizen per fiets of openbaar vervoer, hergebruik van artikelen, beperken van afval en gebruik van recyclebare bekken. Als gevolg hiervan geeft een kwart van de deelnemers en bezoekers van activiteiten aan dat zij zich gestimuleerd voelen om duurzamer te leven.

13 juni 2022

La Vuelta Prokkel- Sterrenslag



“Een mooie mix van deelnemers tijdens een vrolijke bijeenkomst”

(Deelnemer)

“Tijdens zo'n evenement zie je dat iedereen ertoe doet en je mag zijn wie je wil zijn”

(Deelnemer)

Met een groot spektakel op sportcentrum Olympos te Utrecht werd op 13 juni 2022 de Prokkelweek afgesloten. Bij La Vuelta Prokkelsterrenslag gingen 32 teams aan de slag met verschillende spelen. Het doel was om samen een sportieve en gezellige dag te beleven met teams bestaande uit vijf medewerkers van een bedrijf of gemeente en vijf mensen met een beperking. In het Utrechtse -bijna Spaanse- zonnetje ging het om goed samenwerken en een actieve dag voor iedereen.

Het programma startte met een rijdende wielerronde voor alle deelnemers om in Vueltasferen te komen. Omdat niet iedereen fysiek in staat was om te fietsen was het idee van stichting Prokkel de teams creatief te laten nadenken om met allerlei soorten rollend materieel een ronde te maken. Vooral bij de spelen was het enthousiasme bij de deelnemers van de gezichten af te lezen.

4.3.2 Impuls aan duurzaamheid tijdens de etappedagen

Met De Groene Karavaan had La Vuelta Holanda een wereldprimeur. Traditioneel kennen de grote wielerrondes een reclamekaravaan bestaande uit een stoet van auto's die voor het peloton uitrijdt en waaruit (veelal plastic) reclamemateriaal naar het publiek wordt gegooid. Die traditionele karavaan paste niet bij de doelstellingen van La Vuelta Holanda. Als alternatief daarvoor is de Groene Karavaan bedacht, bestaande uit duurzame (geheel emissieloze) voertuigen die duurzame boodschappen uitdroegen en producten uitdeelden.

Het verduurzamen van de karavaan was een wens van de provincies Utrecht en Noord-Brabant en de steden 's-Hertogenbosch, Breda en Utrecht. Het concept is uitgewerkt door More2Win en Green Events in opdracht van de Projectorganisatie en met instemming van de Spaanse organisator Unipublic. Energieleverancier Essent sloot zich bij dit initiatief aan als naamgevend partner. Andere publieke en private partners die in woord en daad de duurzame ambitie deelden, hebben deze Groene Karavaan mede mogelijk gemaakt: WeDriveSolar, Greener, Wholy Greens, Heuvelman, Broekhuis, gemeente 's-Hertogenbosch, Van Zoelen, UW Utrecht, Lightyear, Dopper, Velor, Capgemini, PWC en Spaans verkeersbureau Turespaña.

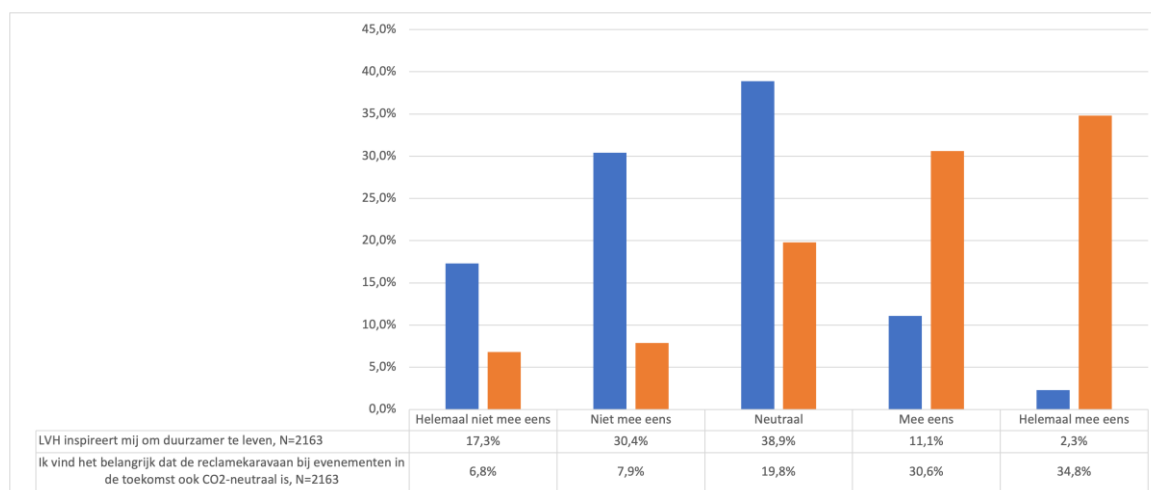
Niet te ontkennen valt dat de duurzaamheidsambitie een interne tegenstrijdigheid kent. Het wielerevenement als geheel is niet emissieneutraal. De start in Nederland verhoogde de druk op het vliegverkeer. Renners, begeleiders, organisatoren en wedstrijdagens moesten na de derde etappe van Nederland naar Spanje worden overgebracht. Tegelijkertijd is geprobeerd om de milieuschade hiervan te beperken en de wielerronde aan te grijpen om duurzame oplossingen te promoten en te inspireren tot duurzaam gedrag. Naast CO₂-compensatie voor alle vluchten die nodig waren van en naar Spanje, maakte de Vuelta-organisatie gebruik van wedstrijdtrucks uit Noord-Brabant en sliepen de wielerploegen alle dagen in Nederland in dezelfde hotels. Voor ontvangstruimtes en perscentra werd zoveel mogelijk gebruik gemaakt van bestaande ruimtes en inrichting. De hospitality-partner werkte met lokale producten en vegetarische alternatieven. Vrijwilligers kregen een lunchpakket samengesteld uit duurzame producten. En het parcours was voorzien van afvalzones waar renners hun afval moesten weggooien en die achteraf werden schoon gemaakt.

Als gevolg van deze tegenstrijdigheid zijn de resultaten van de duurzaamheidsambities ambigu. Enerzijds onderschrijft 65% van de bezoekers van La Vuelta Holanda het belang dat de reclamekaravaan bij evenementen CO₂-neutraal dient te zijn, tegenover 15% dat het hiermee oneens is. Anderzijds geeft 48% aan dat La Vuelta Holanda hen niet heeft geïnspireerd om duurzamer te leven, terwijl dat voor 13% wel geldt (zie figuur 4.7)

Een bezoeker van het Vuelta duurzaamheidsplein merkte op: "heel goed dat La Vuelta Holanda een groene reclamekaravaan heeft laten rondrijden (althoewel de charme van een reclamekaravaan daarmee voornamelijk voor kinderen totaal verdwenen is)". Een respondent van het bewonerspanel Utrecht noemde het een "Greenwash evenement". Een andere respondent merkte op: "Overall afval, plastic bekertjes, aggregaten,

(volg)auto's en teams met begeleiding die weer met vele vliegtuigen naar Spanje gaan. Dit past helemaal niet bij een duurzame fietsstad.”³²

Figuur 4.7 Mening van bezoekers van etappedagen over belang duurzaamheid evenement en inspiratie die daarvan uitgaat



De bezoekers van La Vuelta duurzaamheidspleinen die in het finishgebied tijdens de etappes van 19, 20 en 21 augustus waren opgebouwd, werden gewaardeerd met een 7,1 (N=46); weliswaar een ruime voldoende, maar een lager cijfer dan aan de overige vijf onderzochte activiteiten (8,6; N=182) werd gegeven.

De aandacht voor duurzaamheid kan dan ook slechts worden gezien als een voorzichtige stap op weg naar een duurzamere wielersport. Enerzijds voldoet de ambitie van verduurzaming aan het belang dat het publiek hieraan toekent. Anderzijds is het zoeken naar de manier waarop hieraan op een (met name ook voor kinderen) leuke, aansprekende en consequente manier invulling kan worden gegeven. Bezoekers van La Vuelta duurzaamheidspleinen merkten op dat er meer moet worden weggegeven zoals gebruikelijk is bij de reclamekaravaan. Nu reden alleen CO2-neutrale auto's voorbij met stickers die een duurzame boodschap verkondigen. Daardoor was het "nogal suf. Had grootser gemogen en spullen uitdelen kan ook verantwoord." Een andere bezoeker vond dat het eigenlijk niet de moeite waard was om voor de Karavaan eerder naar de route te komen, "ondanks dat het goed was dat de reclamekaravaan duurzaam was."

³² Utrecht Marketing, Resultaten meting La Vuelta Holanda onder het Bewonerspanel Utrecht

“Duurzaamheidsambitie was in 2019 nog een loze kreet, nu heel sterk en concreet ingevuld. Goed dat daar tijd voor was.” (Stichtingsbestuur, 2022)

Wanneer duurzaamheid centraal wordt gezet tijdens een dergelijk evenement zal vooraf, tijdens en na het evenement nog meer en overtuigender moeten worden uitgelegd hoe aan deze ambitie invulling is gegeven en hoe dat zich verhoudt tot de overige aspecten van het evenement, en dan vooral ten opzichte van aspecten die niet of weinig duurzaam zijn.

Er is een voorzichtige stap gezet in het verduurzamen van wielerevenementen, maar er zijn extra maatregelen en investeringen nodig om die ambitie in volle breedte te realiseren en interne tegenstrijdigheden weg te nemen.

16 juli 2022

Breda wandelt



“Bij dit evenement komt echt de gemoedelijkheid van Brabant naar voren, hele relaxte sfeer.” (Deelnemer)

In de eerste week van de zomervakantie stond in en rondom Breda de Expeditie Las Lanzas 2022 op het programma; een vierdaags wandelevenement voor jong en oud, georganiseerd door Breda Wandelt.

In samenwerking met lokale en bijzondere locaties werden de deelnemers uitgedaagd en nieuwsgierig gemaakt door te wandelen langs de sporen die de Nederlands-Spaanse geschiedenis heeft nagelaten. Afsluitend werd op 16 juli een finalefeest georganiseerd die in het teken stond van het Spaanse thema en een gezellige sfeer.

“Het valt me op dat men vond dat het tijdens de wandeling erg leuk vindt om nieuwe plekken in Breda te ontdekken, ook als ze zelf uit Breda kwamen. Bijna iedereen gebruikt positieve termen.”

Student Universiteit Utrecht



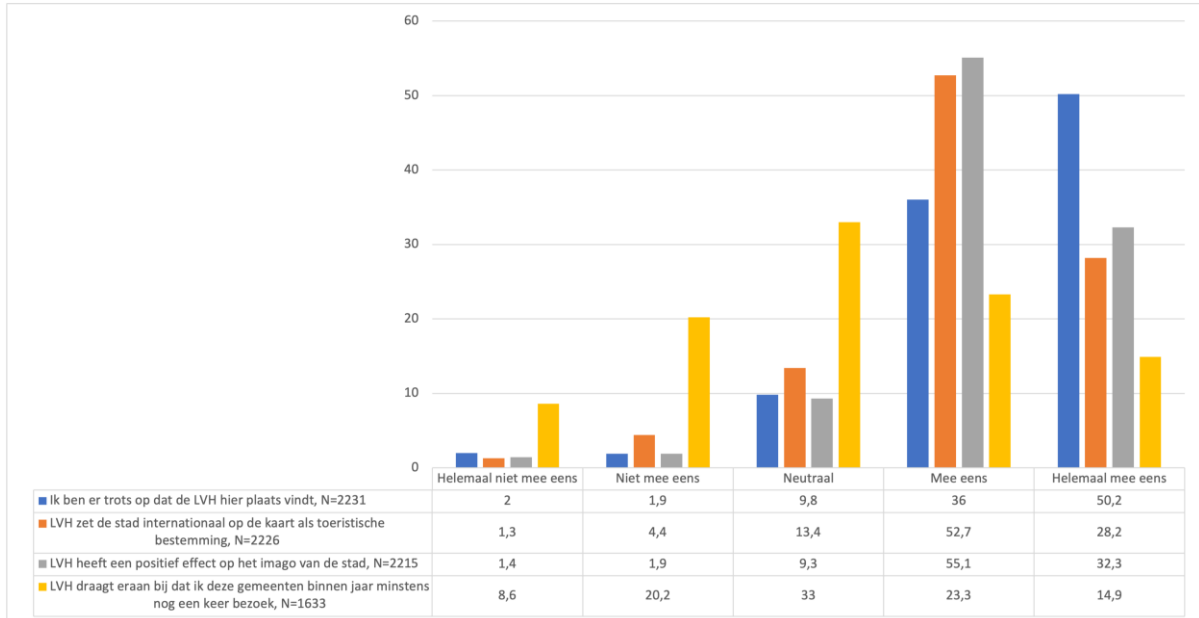
4.4 IMPACT OP ECONOMISCHE ONTWIKKELING

Het wielerevenement kan leiden tot extra bestedingen (zie hoofdstuk 5), maar had ook ten doel om op indirecte wijze bij te dragen aan economische ontwikkeling. Een onderdeel daarvan is het verbeteren van het imago, het vergroten van de naamsbekendheid en het stimuleren van de betrokken steden en provincies als toeristische bestemming.

In het activatieprogramma is op verschillende manieren aandacht besteed aan deze ambitie. Zo hebben twee evenementen plaatsgevonden, in Utrecht en 's-Hertogenbosch, die waren gericht op het versterken van de zakelijke relaties tussen Nederland en Spanje, in samenwerking tussen de vijf publieke partners en de Regionale ontwikkelmaatschappijen (ROM en BOM) en het Nederlands Business Support Office in Spanje. Ook vond op de etappedag van 21 augustus in het Chassé Theater van Breda een Vuelta Business Event plaats, waarin onder meer de uitslag van de bedrijvenfietscompetitie bekend werd gemaakt. Ook is in Breda een *Dutch cycling workshop* en een Engelstalige wandeltocht langs de Spaanse historie van de stad georganiseerd voor inwoners en bezoekers uit het buitenland.

De bezoekers van het wielerevenement steunen in grote meerderheid het idee dat het organiseren van La Vuelta Holanda 2022 heeft bijgedragen aan het imago en de naamsbekendheid van de stad waar zij het wielerevenement hebben bekeken. 86% van de bezoekers is trots dat La Vuelta in hun stad plaatsvond. 87% heeft het idee dat La Vuelta Holanda een positief effect heeft gehad op het imago van de stad. 81% stelt dat de organisatie van het wielerevenement de stad op de kaart heeft gezet als toeristische bestemming. Op de etappedagen was het extra druk en stonden de steden wereldwijd in de kijker.

Figuur 4.8 Mening van bezoekers van etappedagen over het effect van La Vuelta Holanda op trots, imago en aantrekkingskracht van de stad.



4.5 CONCLUSIES

Het activatieprogramma telde 381 evenementen en activiteiten, verspreid over de vijf steden en regio's. Deze activiteiten trokken 60.913 deelnemers en 318.969 bezoekers. Zij waardeerden het activatieprogramma gemiddeld met een 8,2. Het aantal activiteiten en de gemiddelde waardering liggen boven de gestelde ambitie.

Het aantal deelnemers en bezoekers is lager uitgevallen. De belangrijkste reden hiervoor is dat er vooral veel, kleine(re) activiteiten zijn georganiseerd, mede als gevolg van een relatief beperkt budget voor het totale activatieprogramma.

Van de deelnemers en bezoekers van de activiteiten geven drie op de tien aan gestimuleerd te zijn om gezonder te leven. Voor de bezoekers van de etappedagen geldt dat vier op de tien bezoekers zeggen geïnspireerd te zijn om te gaan fietsen, sporten of bewegen.

De organisatie van La Vuelta Holanda heeft op uiteenlopende wijze aandacht gegeven aan duurzaamheid. Dat was te merken in zowel het activatieprogramma als tijdens de etappedagen. Als gevolg hiervan geeft een kwart van de deelnemers en bezoekers aan dat zij zich gestimuleerd voelen om duurzamer te leven.

De Groene Karavaan was een internationale primeur. Hiermee heeft de organisatie bijgedragen aan het problematiseren van het gebrek aan duurzaamheid van wielerrondes in het algemeen en de bijbehorende reclamekaravaan in het bijzonder. Een meerderheid van de bezoekers van het evenement onderschrijft dat streven. Toch kan La Vuelta Holanda nog slechts een voorzichtige stap worden genoemd in het verduurzamen van wielerevenementen. Er zijn extra maatregelen en investeringen nodig om die ambitie in de volle breedte te realiseren en interne tegenstrijdigheden weg te nemen.

De bezoekers van het wielerevenement zijn trots dat La Vuelta Holanda 2022 heeft plaatsgevonden. Ook is een grote meerderheid van mening dat dit evenement positief heeft bijgedragen aan het imago en de naamsbekendheid van de eigen stad of provincie en een gunstig effect heeft op de aantrekkingskracht ervan als toeristische bestemming.

Met het evenement en het voorafgaande activatieprogramma ambiëren de publieke partners ook op langere termijn impact te realiseren. Zij willen de opgebouwde energie, netwerken, kennis en ervaring behouden en de impact ervan bestendigen na het beëindigen van de tijdelijke projectorganisatie. Wat het activatieprogramma betreft kan daarover het volgende worden opgemerkt op grond van de ervaringen van het team Activatie van de Projectorganisatie en een enquête onder 32 organisatoren van activiteiten.

Ten eerste blijkt uit de enquête dat de meeste activiteiten nieuw waren. Slechts in 28% ging het om activiteiten die al bestonden en voor de gelegenheid aan La Vuelta Holanda zijn gekoppeld. Ook komt hieruit naar voren dat 56% van de organisatoren de kans groot of zeer groot acht dat het betreffende evenement blijft bestaan, ook na La Vuelta Holanda. Een kwart van de respondenten acht die kans klein of heel klein. Een greep uit de evenementen die in de toekomst herhaald lijken te gaan worden:

- Breda Promotions heeft een Spaans Rondje Breda opgezet dat als wandelroute zal voortbestaan.
- Het initiatief Fietsmaatjes 's-Hertogenbosch is door La Vuelta Holanda ook in Breda ontwikkeld.
- De samenwerking met de KNWU heeft geleid tot de aanleg van permanente pumptracks.
- Central Events wil ook de komende jaren een La Vuelta Toertocht organiseren.
- SportUtrecht is voornemens van de Vuelta Fiets hubs een jaarlijks terugkerende activiteit te maken.

- Het Nieuw Utrechts Toneel heeft een theaterstuk rond La Vuelta Holanda ontwikkeld dat als podcast beschikbaar blijft.
- Het project van de Bibliotheek Utrecht heeft geleid tot een blijvende herinnering in de vorm van het gedicht op de Spaanse trappen van het Jaarbeursplein.
- In Breda wordt door Blind Walls Gallery een permanent kunstwerk gerealiseerd in de openbare ruimte, geïnspireerd op La Vuelta Holanda.

Het activatieprogramma blijkt vooral voor kleine(re) maatschappelijke organisaties meerwaarde te bezitten omdat zij zich kunnen verbinden met een stedelijke of regionale activiteit en ambitie. Dat biedt een vliegwiel om nieuwe samenwerkingen aan te gaan, nieuw publiek aan te boren, en nieuwe projecten te ontwikkelen die anders niet tot stand zouden komen.

Ten tweede heeft het activatieprogramma de kennis verrijkt en verdiept over het bouwen en uitvoeren van een bottom up-programma. Deze werkwijze vindt zijn oorsprong in vroegere evenementen rond de viering van de Vrede van Utrecht, de Culturele Zondagen en Le Grand Départ. De Projectorganisatie La Vuelta Holanda heeft hiervan geleerd en nieuwe kennis opgedaan, in het bijzonder over het inspireren en ondersteunen van de organisatoren van activiteiten. Door middel van twee 'afvlagavonden' en verschillende workshops zijn de organisatoren van activiteiten met elkaar in contact gebracht en geïnformeerd over de wijze waarop zij hun activiteit zo duurzaam en toegankelijk mogelijk kunnen organiseren. Ook zijn tips gegeven over de communicatie rondom hun activiteit en hoe ze kunnen aansluiten op andere initiatieven. De compañeros zijn verder ondersteund met een toolbox en het uitlenen van aankleedmateriaal zoals banners, beachflags, vlaggetjes. De toolbox bevatte een styleguide, vignetten en andere uitingen die zij konden gebruiken, do's en don'ts in de communicatie en duurzaamheidstips. Verschillende events zijn bovendien persoonlijk bezocht door leden van het projectteam Activatie. Meerdere compañeros hebben het belang benadrukt van een vaste contactpersoon per gemeente en persoonlijke contact met het projectteam.

5. Economische impact

De evaluatie van de economische impact van een sportevenement heeft als doel te meten tot hoeveel additionele bestedingen het evenement heeft geleid op korte termijn en in een afgebakend gebied, en wat hiervan kan worden geleerd. Additionele bestedingen worden in dit rapport ook wel extra bestedingen genoemd. Het gaat om bestedingen van bezoekers, renners, teams, begeleiders, mediavertegenwoordigers, vrijwilligers, medewerkers en organisatoren tijdens de ploegenpresentatie en de eerste drie etappes van La Vuelta Holanda (18-21 augustus 2022) die zonder het evenement niet zouden zijn gedaan.³³

De extra bestedingen worden met betrekking tot La Vuelta Holanda op twee niveaus berekend: ten eerste het niveau van beide (mede)organiserende provincies (Noord-Brabant en Utrecht) tezamen; en ten tweede op het niveau van elk van de (mede)organiserende gemeenten (Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht) afzonderlijk. Op grond daarvan kan de totale economische impact van het evenement worden berekend voor alle publieke partners tezamen en voor de gemeenten Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht afzonderlijk.

Als de economische impact voor het gebied van de provincies Noord-Brabant en Utrecht tezamen wordt bepaald, worden bestedingen als additioneel beschouwd als zij niet in het gebied van beide provincies zouden zijn gedaan wanneer La Vuelta Holanda hier niet had plaatsgevonden. Wordt de economische impact voor de gemeente Utrecht, 's-Hertogenbosch of Breda berekend, dan gelden bestedingen als additioneel wanneer die binnen de grenzen van de betreffende gemeente hebben plaatsgevonden en achterwege zouden blijven als La Vuelta Holanda daar niet was georganiseerd.

Voor de berekening van de extra bestedingen zijn de richtlijnen van de WESP-methode gevolgd.³⁴ De uitgaven die door de provinciale overheden in de eigen provincies zijn gedaan om La Vuelta Holanda te organiseren zijn niet als additioneel beschouwd. Van die middelen wordt namelijk verondersteld dat die vroeg of laat sowieso aan de

³³ Paul Hover, Jerzy Straatmeijer & Koen Breedveld (red.) (2014). *Sportevenementen in Nederland. Over sportevenementen en hun maatschappelijke betekenis. Brancherapport Sport*. 's-Hertogenbosch: Mulier Instituut.

³⁴ Zie Richtlijnenhandboek Economische impact WESP v. 2.3: <https://evenementenevaluatie.wordpress.com>. De richtlijnen zijn zoveel mogelijk op vergelijkbare manier toegepast als in de evaluatie van Le Grand Départ in 2015.

provincies ten goede zouden zijn gekomen. Dit wordt volgens de WESP-richtlijnen gezien als een verschuiving van uitgaven in de tijd. Hetzelfde geldt voor uitgaven van de gemeentelijke overheid binnen de eigen gemeentegrenzen.

5.1 BEZOEKERS

De berekening van de additionele bestedingen van de bezoekers is afhankelijk van drie hoofdcomponenten: het aantal bezoeken, de herkomst van de bezoekers, en hun uitgaven tijdens hun bezoek in het gebied waarvoor de economische impact wordt berekend. Een bezoek is de aanwezigheid van een persoon op één dag op één locatie van het evenement. Een bezoeker is een persoon die als toeschouwer minimaal één bezoek heeft afgelegd aan het evenement. Eén bezoeker kan dus meerdere bezoeken hebben afgelegd.

In ons onderzoek zijn het aantal unieke bezoekers in Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht en de herkomst en uitgaven van deze bezoekers gemeten aan de hand van een enquête onder de toeschouwers. Gezien de omvang van onze enquête, met 2.640 respondenten, kan de schatting van deze variabelen als betrouwbaar worden beschouwd. Dat ligt complexer voor de berekening van het aantal bezoeken. Om dit aantal te berekenen hebben we gebruik gemaakt van meerdere meetmethoden. Voor de gemeenten Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht is gebruik gemaakt van zelfgemaakte opnames van de toeschouwers langs het parcours en op specifieke hotspots. Op het niveau van beide provincies was dat niet mogelijk en zijn we afgegaan op de opgaven van het toeschouwersaantal door de Projectorganisatie en betrokken publieke partners. Deze opgaven zijn inschattingen van het bevoegd gezag op basis van ervaringen met andere gebeurtenissen en evenementen.

Eerdere WESP-metingen van de economische impact van non-ticketing evenementen (dus evenementen in de openbare ruimte waarvoor geen toegangsbewijs hoeft te worden gekocht) tonen aan dat bij dergelijke opgaven overschatting op de loer ligt. Zowel private als publieke organisaties hebben er belang bij dat het door hen georganiseerde evenement als succesvol wordt gezien en de investeringen waard zijn geweest. Daarom moet ermee rekening worden gehouden dat zij het toeschouwersaantal ruim inschatten. Een onafhankelijke toets op die aantallen voor beide provincies buiten de gemeenten Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht lag niet binnen de mogelijkheden van dit evaluatieonderzoek. De berekening van de extra bestedingen van bezoekers aan La Vuelta Holanda op het niveau van beide provincies beschouwen wij in dat licht als een indicatie van de bovengrens.

Voor de berekening van de additionele bestedingen binnen de gemeentegrenzen van Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda in paragraaf 5.1.2 zijn wel aanvullende meetmethodes ingezet. Om het aantal bezoeken in deze gemeenten te bepalen zijn filmopnames van de toeschouwers gemaakt tijdens de etappes. Op basis van analyses van deze opnames zijn gemiddeldes van het aantal toeschouwers per kilometer berekend, rekening houdend met drukkeren en minder goed bezochte gedeeltes en het verschil in drukte tijdens de passage van de Groene karavaan en het wielerpeloton. Vervolgens zijn schattingen gemaakt van het totaal aantal toeschouwers in Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda in de verschillende etappes. In aanvulling hierop zijn op basis van capaciteit en observaties schattingen gemaakt van het aantal toeschouwers op hotspots en feestpleinen waar speciale voorzieningen waren aangebracht, zoals horeca en beeldschermen.

Op basis van deze analyses en de opgaven van de Projectorganisatie ramen wij het totaal aantal bezoeken tijdens het gehele evenement op 957.700. Deze waren als volgt verdeeld over de verschillende evenementdagen en betrokken gemeenten en provincies.

Tabel 5.1 Aantallen bezoeken La Vuelta Holanda, naar evenementdag, gemeente en provincie

Gebied	Datum en evenement/etappe	Aantal bezoeken
Utrecht	18-08-22 Ploegenpresentatie	12.500*
	19-08-22 Etappe 1 ploegentijdrit	220.200
	20-08-22 Etappe 2 finish	38.600
's-Hertogenbosch	20-08-22 Etappe 2 start	26.200
Breda	21-08-22 Etappe 3 start en finish	70.100
Overig in provincies Utrecht, Noord-Brabant	20-08-22 Etappe 2	310.200*
Overig in provincie Noord-Brabant	21-08-22 Etappe 3	279.900*
TOTAAL		957.700

*Op basis van gegevens verschaft door de projectorganisatie (geen eigen berekening)

5.1.1 Bezoekers in de provincies Utrecht en Noord-Brabant

Het aantal bezoeken tijdens het gehele evenement is vastgesteld op 957.700. Op basis van de enquête is bepaald dat een bezoeker gemiddeld 1,54 bezoeken aflegde aan het totale meerdaagse evenement. Op grond daarvan is berekend dat in totaal 621.936 unieke bezoekers het evenement hebben bezocht. Op basis van vragen in de enquête over de woonplaats en of de betreffende bezoeker zonder La Vuelta Holanda ook de betreffende gemeente of provincie had bezocht, is vervolgens becijferd dat 131.892

personen als additionele bezoekers kunnen worden beschouwd voor de provincies Utrecht en Noord-Brabant, onder wie 15.603 personen uit het buitenland.

De additionele bezoekers uit Nederland verbleven gemiddeld 1,5 dagen voor La Vuelta Holanda in beide provincies en besteedden *gemiddeld* 35,04 euro per dag.³⁵ Van deze bezoekers overnachtte 20% in de provincies (in hotel, bij familie of vrienden, of anderszins). Zij deden dat gemiddeld 2,0 nachten en besteedden hieraan gemiddeld 52,99 euro. Buitenlandse bezoekers verbleven gemiddeld 1,9 dagen in de provincies en gaven gemiddeld 71,16 euro per dag uit. Van hen overnachtte 52% in de provincies met een gemiddelde besteding van 63,28 euro.

Op grond van deze kerncijfers kan voor de provincies Noord-Brabant en Utrecht als geheel worden berekend dat de bezoekers aan La Vuelta Holanda zorgden voor circa 10.351.000 euro aan extra bestedingen overdag en ongeveer 3.106.000 euro aan extra bestedingen vanwege overnachtingen. De totale extra bestedingen van de additionele bezoekers aan La Vuelta Holanda kan daarmee afgerond worden geschat op 13.457.000 euro.

Tabel 5.2 Economische impact bezoekers in de provincies Utrecht en Noord-Brabant, in euro's

Kerncijfers	
Aantal bezoeken	957.700
Aantal bezoekers	621.936
Aantal Nederlandse additionele bezoekers	116.289
Aantal buitenlandse additionele bezoekers	15.603
Gemiddelde verblijfsduur additionele bezoekers uit NL excl. de provincies (dagen)	1,5
Gemiddelde verblijfsduur additionele bezoekers uit buitenland (dagen)	1,9
Gemiddelde uitgaven additionele bezoekers uit NL excl. de provincies per dag (€)	35,04
Gemiddelde uitgaven additionele bezoekers uit buitenland per dag (€)	71,16
Aandeel overnachters onder additionele bezoekers uit NL excl. de provincies (%)	20%
Aandeel overnachters onder additionele bezoekers uit buitenland (%)	52%
Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers uit NL excl. de prov. (overnachtingen)	2,0
Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers uit buitenland (overnachtingen)	2,4
Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoeker uit NL excl. de provincies (€)	52,99
Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoeker uit buitenland (€)	63,28
Totale additionele bestedingen van bezoekers in de provincies Utrecht en Noord-Brabant (€)	13.456.673

³⁵ Alle bedragen over de bestedingen van bezoekers in dit hoofdstuk zijn gebaseerd op informatie uit de gehouden bezoekersenquête en betreffen gemiddelden per bezoeker. In het berekende gemiddelde zijn dus ook bezoekers meegenomen die niets hebben uitgegeven. Dat geldt ook voor de berekening van de bestedingen voor overnachting. Hierin zijn ook degenen meegerekend die bij familie of vrienden hebben gelogeed.

5.1.2 Bezoekers in de gemeente Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda

De economische impact van de bezoekers van La Vuelta Holanda kan ook op gemeentelijk niveau worden berekend. Dat wordt in deze paragraaf gedaan, zodat in paragraaf 5.4 de totale economische impact kan worden weergegeven voor beide provincies en per (organiserende) gemeente.

De economische impact van bezoekers in de gemeente Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda kan niet worden opgeteld bij de berekening van de extra bestedingen van bezoekers op provinciaal niveau. Die zijn al verwerkt in de berekening in paragraaf 5.1.1.

Gemeente Utrecht

Het aantal bezoeken aan Utrecht tijdens de ploegenpresentatie en de eerste en tweede etappe is door ons bepaald op 271.300. Op basis van de enquête is berekend dat het hierbij ging om 163.434 unieke bezoekers. Van hen kunnen 63.712 personen worden gezien als additionele bezoekers, onder wie 4.174 die in het buitenland wonen.

De additionele bezoekers uit Nederland verbleven gemiddeld 1,5 dagen voor La Vuelta Holanda in de gemeente Utrecht en besteedden gemiddeld 31,96 euro per dag. Van deze bezoekers overnachtte 17% binnen de gemeentegrenzen (in hotel, bij familie of vrienden, of anderszins). Zij deden dat gemiddeld 1,9 nachten en besteedden hieraan gemiddeld 51,60 euro. Buitenlandse bezoekers verbleven gemiddeld 1,9 dagen in de gemeente Utrecht en gaven gemiddeld 108,78 euro per dag uit. Van hen overnachtte 67% binnen de gemeentegrenzen met een gemiddelde besteding van 57,82 euro. De bestedingen van en voor de deelnemende wielrenners, begeleiders en stafleden van buitenlandse wielerploegen, evenals de buitenlandse journalisten en de delegatie en gasten van Unipublic, zijn hierin niet meegerekend. Hun bestedingen komen aan de orde in paragraaf 5.2.

Op grond van deze kerncijfers kan voor de gemeente Utrecht worden berekend dat de bezoekers aan La Vuelta Holanda zorgden voor of ongeveer 4.745.000 euro aan extra bestedingen overdag en circa 840.000 euro aan extra bestedingen vanwege overnachtingen. De totale extra bestedingen van de additionele bezoekers aan La Vuelta Holanda voor Utrecht kan daarmee afgerond worden geschat op 5.585.000 euro.

Tabel 5.3 Economische impact bezoekers in gemeente Utrecht, in euro's (afgerond)

Kerncijfers	
Aantal bezoeken	271.300
Aantal bezoekers	163.434
Aantal Nederlandse additionele bezoekers	63.712
Aantal buitenlandse additionele bezoekers	4.174
Gemiddelde verblijfsduur additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Utrecht (dagen)	1,5
Gemiddelde verblijfsduur additionele bezoekers uit buitenland (dagen)	1,9
Gemiddelde uitgaven additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Utrecht per dag (€)	31,96
Gemiddelde uitgaven additionele bezoekers uit buitenland per dag (€)	108,78
Aandeel overnachters onder additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Utrecht (%)	16,5%
Aandeel overnachters onder additionele bezoekers uit buitenland (%)	66,7%
Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Utrecht (overnachtingen)	1,9
Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers uit buitenland (overnachtingen)	2,7
Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoeker uit NL excl. gemeente Utrecht (€)	51,60
Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoeker uit buitenland (€)	57,82
Totale additionele bestedingen van bezoekers in de gemeente Utrecht (€)	5.584.658

Gemeente 's-Hertogenbosch

Het aantal bezoeken aan 's-Hertogenbosch tijdens de tweede etappe is door ons bepaald op 26.200. Uit onze enquête kwam naar voren dat de bezoekers alleen tijdens de betreffende etappe een bezoek brachten aan 's-Hertogenbosch in het kader van La Vuelta Holanda (een logisch gevolg van het feit dat deze gemeente alleen startplaats was van de tweede etappe): het betrof dus 26.200 unieke bezoekers. Van hen kunnen 10.117 als additionele bezoekers worden beschouwd; 320 van hen kwamen uit het buitenland.

De additionele bezoekers uit Nederland verbleven gemiddeld 1,0 dagen voor La Vuelta Holanda in 's-Hertogenbosch en besteedden gemiddeld 17,88 euro op die dag. Van deze bezoekers overnachtte 9% binnen de gemeentegrenzen (in hotel, bij familie of vrienden, of anderszins). Zij deden dat gemiddeld 2,1 nachten en besteedden hieraan gemiddeld 30 euro. Buitenlandse bezoekers verbleven eveneens gemiddeld 1,0 dagen in de gemeente 's-Hertogenbosch en gaven gemiddeld 34,82 euro per dag uit. Van hen overnachtte 50% binnen de gemeentegrenzen met een gemiddelde besteding van 100 euro.

Op grond van deze kerncijfers kan voor de gemeente 's-Hertogenbosch worden berekend dat de bezoekers aan La Vuelta Holanda zorgden voor afgerond 282.000 euro aan extra bestedingen overdag en 23.000 euro aan extra bestedingen vanwege overnachtingen. De totale extra bestedingen van de additionele bezoekers aan La Vuelta Holanda voor 's-Hertogenbosch kan daarmee afgerond worden geschat op 305.000 euro.

Tabel 5.4 Economische impact bezoekers in gemeente 's-Hertogenbosch, in euro's (afgerond)

Kerncijfers	
Aantal bezoeken	26.200
Aantal bezoekers	26.200
Aantal Nederlandse additionele bezoekers	10.117
Aantal buitenlandse additionele bezoekers	320
Gemiddelde verblijfsduur additionele bezoekers uit NL excl. gemeente 's-Hertogenbosch (dagen)	1,0
Gemiddelde verblijfsduur additionele bezoekers uit buitenland (dagen)	1,0
Gemiddelde uitgaven additionele bezoekers uit NL excl. gemeente 's-Hertogenbosch per dag (€)	17,88
Gemiddelde uitgaven additionele bezoekers uit buitenland per dag (€)	34,82
Aandeel overnachters onder additionele bezoekers uit NL excl. gemeente 's-Hertogenbosch (%)	9%
Aandeel overnachters onder additionele bezoekers uit buitenland (%)	50%
Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers uit NL excl. gemeente 's-Hertogenbosch (overnachtingen)	2,1
Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers uit buitenland (overnachtingen)	2,5
Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoeker uit NL excl. gemeente 's-Hertogenbosch (€)	30,00
Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoeker uit buitenland (€)	100,00
Totale additionele bestedingen van bezoekers in de gemeente 's-Hertogenbosch (€)	304.548

Gemeente Breda

Het aantal bezoeken aan Breda tijdens de derde etappe is door ons bepaald op 70.100. Op basis van de enquête is berekend dat het ook 70.100 unieke bezoekers betrof. Van hen kunnen 16.351 personen worden gezien als additionele bezoekers, onder wie 2.379 die in het buitenland wonen.

De additionele bezoekers uit Nederland verbleven gemiddeld 1,0 dagen voor La Vuelta Holanda in Breda en besteedden gemiddeld 26,54 euro per dag. Van deze bezoekers overnachtte 10% binnen de gemeentegrenzen (in hotel, bij familie of vrienden, of anderszins). Zij deden dat gemiddeld 2,1 nachten en besteedden hieraan gemiddeld 39,86 euro. Buitenlandse bezoekers verbleven gemiddeld 1,0 dagen in de gemeente Breda en gaven gemiddeld 39,15 euro per dag uit. Van hen overnachtte 33% binnen de gemeentegrenzen met een gemiddelde besteding van 62,22 euro.

Op grond van deze kerncijfers kan voor de gemeente Breda worden berekend dat de bezoekers aan La Vuelta Holanda zorgden voor 527.113 euro aan extra bestedingen overdag en 71.930 euro aan extra bestedingen vanwege overnachtingen. De totale extra bestedingen van de additionele bezoekers aan La Vuelta Holanda voor Breda kan daarmee afgerond worden geschat op 786.000 euro.

Tabel 5.5 Economische impact bezoekers in gemeente Breda, in euro's (afgerond)

Kerncijfers	
Aantal bezoeken	70.100
Aantal bezoekers	70.100
Aantal Nederlandse additionele bezoekers	16.351
Aantal buitenlandse additionele bezoekers	2.379
Gemiddelde verblijfsduur additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Breda (dagen)	1,0
Gemiddelde verblijfsduur additionele bezoekers uit buitenland (dagen)	1,0
Gemiddelde uitgaven additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Breda per dag (€)	26,54
Gemiddelde uitgaven additionele bezoekers uit buitenland per dag (€)	39,15
Aandeel overnachters onder additionele bezoekers uit NL excl. gemeente Breda (%)	10,1%
Aandeel overnachters onder additionele bezoekers uit buitenland (%)	33,3%
Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers uit NL excl. gem. Breda (overnachtingen)	2,1
Gemiddelde overnachtingsduur additionele bezoekers uit buitenland (overnachtingen)	1,6
Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoekers uit NL excl. gem. Breda (€)	39,86
Gemiddelde uitgaven per overnachting per additionele bezoekers uit buitenland (€)	62,22
Totale additionele bestedingen bezoekers in de gemeente Breda totaal (€)	785.684

5.2 WIELERPLOEGEN, UNIPUBLIC, VRIJWILLIGERS EN MEDIA

Naast extra bestedingen door bezoekers heeft La Vuelta Holanda economische impact gecreëerd door bestedingen door renners, begeleiders, Unipublic, vrijwilligers en media. Aangenomen wordt dat al deze deelgroepen additioneel zijn. Met andere woorden: zonder La Vuelta Holanda waren voor of door hen geen bestedingen gedaan in de provincies Utrecht en Noord-Brabant en de gemeenten Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda.

5.2.1 Wielerploegen, Unipublic en partners

Er stonden 23 wielerploegen aan de start van La Vuelta Holanda, met 184 renners, onder wie dertien Nederlanders. Naast renners telden de ploegen in totaal 650 stafleden (waaronder teammanagers, chauffeurs, trainers en mecaniciens). Van de 23 ploegen overnachtten er negen in de gemeente Utrecht en veertien in de provincie Utrecht (buiten de gemeente Utrecht) gedurende vijf etmalen.

De evaluatie van de start van de Tour de France in Rotterdam in 2010 wees uit dat een professionele wielerploeg tijdens een meerdaagse wielerronde ongeveer 6.000 euro per dag spendeert.³⁶ Dat bedrag is ook als uitgangspunt genomen in de berekening

³⁶ Hogeschool van Rotterdam & MeerWaarde (2010). Economische impact Le Grand Départ du Tour de France 2010 Rotterdam. Rotterdam: Hogeschool van Rotterdam

van de economische impact die de renners en begeleiders hebben gehad tijdens Le Grand Départ in Utrecht 2015. In de berekening van de economische impact van La Vuelta Holanda bouwen we hierop voort, met twee correcties.³⁷ Ten eerste zijn de bestedingen per team gecorrigeerd voor inflatie. Ten tweede is een correctie doorgevoerd vanwege de omvang van de wielerploegen. Bij de start van de Tour de France in Rotterdam (2010) en Utrecht (2015) bestonden de teams uit circa 500 personen, onder wie 198 renners. In La Vuelta Holanda bestonden teams uit 834 personen, onder wie 184 renners. Op grond van beide correcties kan worden uitgegaan van een gemiddelde besteding per team van 11.500 euro. In het gebied van beide provincies volgt hieruit een totaalbedrag aan additionele bestedingen van afgerond 1.323.000 euro (23 wielerploegen gedurende vijf etmalen maal 11.500 euro). Als de economische impact wordt toegespitst op de gemeente Utrecht geldt een totaalbedrag aan additionele bestedingen van afgerond 518.000 euro (9 wielerploegen gedurende vijf etmalen maal 11.500 euro).

De Spaanse delegatie van Unipublic verbleef met 270 personen gedurende gemiddeld 5,5 dagen in hotels in de gemeente Utrecht. Als wordt gerekend met de bedragen die zijn gehanteerd in de evaluatie van de Tourstart in 2015, gecorrigeerd voor inflatie, kan voor deze groep worden uitgegaan van een dagbesteding van 28 euro per persoon en kosten voor overnachting van 198 euro per persoon. Hiervan uitgaande kan worden geschat dat de aanwezigheid van de Spaanse delegatie van Uniplublic en partners heeft gezorgd voor een economische impact van afgerond 336.000 euro. Die bestedingen kunnen als uitgangspunt worden genomen voor de berekening van de economische impact in zowel beide provincies als de gemeente Utrecht.

Tabel 5.6 Economische impact renners en begeleiders, in euro's (afgerond)

Aantal teams	23
Aantal teams verblijf in gemeente Utrecht	9
Aantal teams verblijf in provincie Utrecht (excl. Gemeente Utrecht)	14
Aantal renners	184
Aantal begeleiding	650
Aandeel additioneel	100%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	5
Gemiddelde bestedingen per etmaal per team (€)	11.500
Totale additionele bestedingen renners en begeleiders in de gemeente Utrecht	517.500
Totale additionele bestedingen renners en begeleiders in de provincies Utrecht en Noord-Brabant	1.322.500

³⁷ Maarten van Bottenburg, Bake Dijk, Paul Hover, Sven Bakker, Froukje Smits, Hans Slender (2015). Evaluatie Le Grand Départ 2015. Universiteit Utrecht.

Tabel 5.7 Economische impact Unipublic en partners, in euro's (afgerond)

Aantal	270
Aandeel additioneel	100%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	5,5
Gemiddelde dagbestedingen per persoon (€)	28
Aandeel overnachters	100%
Gemiddelde prijs per overnachting per persoon (€)	198
Totaal additionele bestedingen Unipublic en partners in beide provincies alsook in gemeente Utrecht	335.610

5.2.1 Vrijwilligers

La Vuelta Holanda werd mede gedragen door vrijwilligers. Er waren 1.258 vrijwilligers actief (698 bij de Projectorganisatie en 570 bij doorkomstgemeenten), van wie 13 uit het buitenland kwamen, 99 vrijwilligers uit Utrecht, 44 vrijwilligers uit Breda en 30 uit 's-Hertogenbosch.

De assumptie wordt gedaan dat deze vrijwilligers additioneel zijn. Ook wordt ervan uitgegaan dat zij 1 dag actief waren als vrijwilliger en een gemiddelde dagbesteding hadden van 13,94 euro per persoon (gelijk aan de dagbesteding waarvan is uitgegaan in de evaluatie van de Tourstart in 2015, gecorrigeerd voor inflatie). Dit bedrag is inclusief de maaltijden á 7,50 euro per persoon die werden voorzien door de Projectorganisatie. Vervoerskosten en overnachtingskosten waren voor eigen rekening van de vrijwilligers en zijn onbekend en niet meegerekend.

De economische impact van de vrijwilligers kan op basis van deze gegevens worden geschat op 18.000 euro.

Tabel 5.8 Economische impact vrijwilligers, in euro's (afgerond)

Aantal	1.258
Aandeel additioneel	100%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	1,0
Gemiddelde dagbestedingen per persoon (€)	13,94
Aandeel overnachters	onbekend
Gemiddelde prijs per overnachting per persoon (€)	onbekend
Totaal additionele bestedingen vrijwilligers in de provincies Utrecht en Noord-Brabant (in €)	17.537

5.2.3 Mediavertegenwoordigers

La Vuelta Holanda trok aanzienlijke aandacht van nationale en internationale media. Volgens opgave van de Projectorganisatie waren 1.028 journalisten met accreditatie aanwezig uit 28 landen, onder wie 117 Nederlandse journalisten met accreditatie.

Bij de berekening van de bestedingen van deze groep zijn dezelfde parameters gehanteerd als in de evaluatie van de Tourstart in 2015 (met correctie voor inflatie): een gemiddelde verblijfsduur van 3,0 dagen, gemiddelde bestedingen per persoon per dag 28 euro, 44% overnachtingen tegen een gemiddelde prijs van 170 euro per persoon per nacht. Dit leidt tot een economische impact van 317.000 euro. Het perscentrum was gevestigd in Utrecht, maar het is niet specifiek te bepalen hoe die bestedingen zich verdelen over de mede-organiserende gemeenten en provincies.

Tabel 5.9 Economische impact mediavertegenwoordigers, in euro's (afgerond)

Aantal	1.028
Aandeel additioneel	100%
Gemiddelde verblijfsduur in dagen	3
Gemiddelde dagbestedingen per persoon per dag (€)	28
Aandeel overnachters	44%
Gemiddelde prijs per overnachting per persoon (€)	170
Totale additionele bestedingen mediavertegenwoordigers in de provincies Utrecht en Noord-Brabant in (€)	317.000

5.3 PROJECTORGANISATIE

De WESP-richtlijnen voor het berekenen van de economische impact die het gevolg zijn van de kosten en baten die de projectorganisatie maakt om het sportevenement te organiseren, vraagt vaak om uitleg. Steeds moet hierbij het uitgangspunt voor ogen worden gehouden dat het gaat om het berekenen van extra bestedingen die zonder het evenement niet zouden hebben plaatsgevonden.

Voor die berekening moeten de kosten en baten van de projectorganisatie worden geanalyseerd. Zoals in hoofdstuk 3 (tabel 3.2) is weergegeven, kende de Projectorganisatie drie inkomstenbronnen: subsidies van de organiserende vijf publieke partners (7.150.000 euro), een subsidie van het ministerie van VWS (3.000.000 euro) en baten uit private opbrengsten (5.138.700 euro). Deze baten werden deels binnen en deels buiten de gebieden waarvoor de economische impact wordt berekend, geïnvesteerd.

De baten die de Projectorganisatie heeft ontvangen van de provincie Noord-Brabant en Utrecht en van de gemeente Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda kunnen niet worden meegerekend als extra besteding voor de betreffende provincies en gemeenten. Als het wielerevenement niet zou hebben plaatsgevonden zou dat geld immers ook in het betreffende gebied zijn besteed, maar dan aan een ander doel. Voor de baten die afkomstig zijn van de subsidie van het ministerie van VWS ligt dit ingewikkelder. Aangenomen mag worden dat een deel van deze subsidie ook zonder het evenement aan de vijf publieke partners zou zijn toegekomen, evenredig met het percentage inwoners in het betreffende gebied op het totale inwonersaantal in Nederland. Het overige deel telt wel mee als extra middelen die zonder het evenement niet aan de vijf publieke partners zou zijn toegewezen. Eenzelfde redenering gaat op voor subsidies van provincies aan gemeenten, als de additionele bestedingen voor de gemeente Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda afzonderlijk worden berekend.

Uitgaven van de Projectorganisatie buiten het gebied waarvoor de economische impact wordt berekend, waaronder de fee die moet worden betaald voor het recht om het evenement te organiseren, heeft een negatief effect op de extra bestedingen: dit geld wordt onttrokken aan de subsidies in het gebied waarvoor de economische impact wordt berekend. Voor de baten afkomstig van private partners geldt eveneens de vraag of die private middelen ook zonder La Vuelta Holanda zouden zijn geïnvesteerd in het gebied waarvoor de additionele bestedingen worden berekend.

Als deze richtlijnen worden gevolgd, bestaat de economische impact van de Projectorganisatie uit:

1. het saldo van uitgaven door de Projectorganisatie verminderd met:
2. de inkomsten die de Projectorganisatie heeft verkregen van de provinciale en gemeentelijke overheid in het gebied waarvoor de economische impact wordt berekend,³⁸
3. de middelen die hieraan zijn onttrokken voor bestedingen buiten dit gebied,
4. het deel van de subsidie van het ministerie van VWS dat in dit gebied niet als additioneel mag worden beschouwd, en
5. de private inkomsten die zonder het wielerevenement in het gebied zouden zijn geïnvesteerd.

³⁸ Dit verschilt als de economische impact voor beide provincies tezamen wordt berekend en voor de drie gemeenten afzonderlijk. Deze opmerking geldt ook voor de punten 3 t/m 5.

Op basis van de inkomsten en uitgaven van de Projectorganisatie kan de economische impact als volgt worden berekend:

Ad 1) De begroting van de Projectorganisatie bedroeg 15.288.700 euro. Dit was de optelsom van de inleg van provincies en gemeenten (7.150.000 euro), een subsidie van het ministerie van VWS (3.000.000 euro) en bijdragen vanuit het bedrijfsleven (5.138.700 euro).

Ad 2) De begroting van de Projectorganisatie bestond dus voor 7.150.000 euro uit middelen van de publieke partners die zonder La Vuelta Holanda op een andere wijze binnen de provinciale grenzen waren geïnvesteerd.

Ad 3) Een deel van de begroting van de Projectorganisatie is buiten het gebied van de provincies Utrecht en Noord-Brabant uitgegeven. Op basis van informatie van de Projectorganisatie kan dit worden geschat op 3.100.000 euro.

Ad 4) Voor de subsidie van 3.000.000 die het ministerie van VWS heeft verstrekt, is 22,5% – 676.000 euro - niet additioneel. Dat is namelijk het percentage Nederlanders dat in de provincies Utrecht en Noord-Brabant woont. De redenering hierbij is dat beide provincies (op termijn) sowieso aanspraak zouden hebben gemaakt op een fair share van 22,5 procent uit rijksmiddelen.

Ad 5) De private partners hebben 5.138.700 euro bijgedragen aan de opbrengsten van de Projectorganisatie. Met private partners die deels in één van beide provincies zijn gevestigd (zoals Agterberg, TripleDouble, Movares) en deels daarbuiten (PWC, TSned, Arcadis), en waarvan de jaarlijkse bestedingen binnen en buiten de provincies onbekend zijn, is het lastig te bepalen welk deel van deze opbrengsten additioneel is voor de provincies Utrecht of Noord-Brabant, en de gemeenten Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda daarbinnen. Omdat de private partners grotendeels dezelfde zijn als in 2015 bij de organisatie van Le Grand Départ, is besloten dezelfde verdeelsleutel te hanteren als destijds is berekend. Dat wil zeggen dat 44% van de inbreng uit private middelen is beschouwd als investering die zonder het wielerevenement ook in het betreffende gebied zou zijn geïnvesteerd.

Uitgaande van de hiervoor genoemde richtlijnen en uitgangspunten komt de economische impact van de projectorganisatie uit op 2.120.700 euro.

Tabel 5.10 Economische impact projectorganisatie, in euro's (afgerond)

Totale uitgaven	15.288.700
Inkomsten uit publieke middelen in provincies Utrecht en Noord-Brabant (-/-)	- 7.150.000
Inkomsten uit bedrijfsleven die zonder LVH ook in provincies waren geïnvesteerd	-2.242.000
Inkomsten vanuit niet-additioneel aandeel VWS-subsidie	- 676.000
Uitgaven buiten provincies Utrecht en Noord-Brabant	-3.100.000
Totale additionele bestedingen van de Projectorganisatie in de provincies Utrecht en Noord-Brabant (in €)	2.120.700

5.4 TOTALE ECONOMISCHE IMPACT

5.4.1 Provincies Utrecht en Noord-Brabant

De totale economische impact voor de provincies Utrecht en Noord-Brabant bestaat uit de som van de impact die is gerealiseerd door de actoren die in paragraaf 5.1 tot en met 5.3 zijn besproken. Uitgaande van 957.700 bezoeken aan het meerdaagse bedraagt de economische impact van La Vuelta Holanda in beide provincies in totaal 17,6 miljoen euro.

Tabel 5.11 Economische impact in de provincies Utrecht en Noord-Brabant, in euro's (afgerond)

	€
Bezoekers (additioneel in provincies Utrecht en Noord-Brabant)	13.457.000
Renners en begeleiders	1.323.000
Unipublic en partners	336.000
Vrijwilligers	18.000
Mediavertegenwoordigers	317.000
Projectorganisatie	2.121.000
Totaal	17.572.000

5.4.2 Gemeenten Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda

Het grootste deel van de totale economische impact in de gemeenten Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda afzonderlijk bestaat uit de extra bestedingen die bezoekers van La Vuelta Holanda binnen de gemeentegrenzen hebben gedaan. Een aanvullend deel bestaat uit extra bestedingen door de andere actoren in de betreffende gemeenten.

In de berekening van dat aanvullende deel is er mee rekening gehouden dat negen wielrentteams en alle leden van de Spaanse delegatie van Unipublic in de gemeente

Utrecht hebben overnacht. Voor de extra bestedingen van vrijwilligers en mediavertegenwoordigers is ervan uitgegaan dat die gedeeltelijk in en buiten de drie gemeenten zijn gedaan. Dat geldt ook voor de uitgaven van de Projectorganisatie.

Bij de verdeling van de extra bestedingen en uitgaven over de drie gemeenten is afgegaan op het aandeel van de gemeenten in de inkomstenkant van de begroting van de Projectorganisatie (zie tabel 3.2). De veronderstelling die hieraan ten grondslag ligt is dat dat aandeel een weerspiegeling vormt van het aandeel van de betreffende publieke partner in het gehele programma van La Vuelta Holanda. Dat wil zeggen dat van de extra bestedingen door vrijwilligers en mediavertegenwoordigers en de uitgaven door de Projectorganisatie 32,9% is toegekend aan de gemeente Utrecht, 14,8% aan de gemeente Breda en 4,7% aan de gemeente 's-Hertogenbosch.

Gemeente Utrecht

De totale economische impact van La Vuelta Holanda die aan de gemeente Utrecht op basis van bovenstaande aannames kan worden toegerekend bedraagt 7,2 miljoen euro.

Dit is gebaseerd op onze berekening dat er 271.300 bezoeken zijn afgelegd aan La Vuelta Holanda binnen de gemeentegrenzen van Utrecht. Deze hebben geleid tot 5.585.000 euro aan extra bestedingen, aangevuld met bestedingen voor verblijf door renners, begeleiders en de Spaanse delegatie van Unipublic, en iets minder dan een derde van de bestedingen door vrijwilligers, mediavertegenwoordigers en de Projectorganisatie.

Tabel 5.12 Economische impact in de gemeente Utrecht, in euro's (afgerond)

	€
Bezoekers	5.585.000
Renners en begeleiders	518.000
Unipublic en partners	336.000
Vrijwilligers, mediavertegenwoordigers	110.000
Projectorganisatie	697.000
Totaal	7.246.000

Gemeente 's-Hertogenbosch

De totale economische impact van La Vuelta Holanda die aan de gemeente 's-Hertogenbosch kan worden toegerekend bedraagt 420.000 euro.

Dit is gebaseerd op onze berekening dat er 26.200 bezoeken zijn afgelegd aan La Vuelta Holanda binnen de gemeentegrenzen van 's-Hertogenbosch. Deze hebben geleid tot 305.000 euro aan extra bestedingen, aangevuld met 4,7% van de bestedingen door vrijwilligers, mediavertegenwoordigers en de Projectorganisatie.

Tabel 5.13 Economische impact in de gemeente 's-Hertogenbosch, in euro's (afgerond)

	€	
Bezoekers	305.000	
Vrijwilligers, mediavertegenwoordigers	16.000	
Projectorganisatie	99.000	
Totaal	420.000	

Gemeente Breda

De totale economische impact van La Vuelta Holanda die aan de gemeente Breda kan worden toegerekend bedraagt 1,1 miljoen euro.

Dit is gebaseerd op onze berekening dat er 70.100 bezoeken zijn afgelegd aan La Vuelta Holanda binnen de gemeentegrenzen van Breda. Deze hebben geleid tot 786.000 euro aan extra bestedingen, aangevuld met 14,8% van de bestedingen door vrijwilligers, mediavertegenwoordigers en de Projectorganisatie.

Tabel 5.14 Overzicht geschatte economische impact in de gemeente Breda, in euro's (afgerond)

	€	
Bezoekers	786.000	
Vrijwilligers, mediavertegenwoordigers	50.000	
Projectorganisatie	314.000	
Totaal	1.149.000	

5.5 CONCLUSIES

Omdat de economische impact direct samenhangt met het aantal bezoekers en dit sterk afhankelijk is van onder andere het weer, is in het projectplan La Vuelta Holanda geen concrete doelstelling (KPI-waarde) opgenomen over de beoogde additionele bestedingen. Wel hebben de vijf publieke partners vooraf de meer algemene ambitie geuit om met het binnenhalen van de start van de Spaanse wielerronde positieve economische effecten te genereren in de vorm van extra bestedingen en (inter)nationale promotie van de betrokken steden en regio's.

Die economische impact is ook tot stand gebracht. Uitgaande van 957.700 bezoeken gedurende La Vuelta Holanda als geheel kan de totale economische impact in de provincies Utrecht en Noord-Brabant worden geschat op 17,6 miljoen euro. Hier tegenover staan 15,3 miljoen aan organisatiekosten. Van deze kosten werd 3,0 miljoen gedragen door de rijksoverheid, 3,4 miljoen door de provincies Utrecht en Noord-Brabant, 3,7 miljoen door de gemeenten Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch, en 5,1 miljoen door private partners.

De gerealiseerde economische impact ligt hoger dan de prognose die BMC Advies in de haalbaarheidsstudie van 2018 stelde. Exclusief de bestedingen van de Projectorganisatie verwachtte BMC Advies dat La Vuelta Holanda 12,2 miljoen aan extra bestedingen in beide provincies zou opleveren. In werkelijkheid is de impact 3,3 miljoen hoger uitgevallen (eveneens exclusief de bestedingen van de Projectorganisatie). Dat verschil laat zich met name verklaren door hogere toeschouwersaantallen in beide provincies (BMC rekende op 520.000 unieke bezoekers waar ons onderzoek uitkomt op 622.000).

De plaats die de gemeenten Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda in het programma van La Vuelta Holanda hebben gekregen en de investeringen die zij daarvoor hebben gedaan, laten zich teruglezen in de economische impact binnen deze gemeenten.

- De gemeente Utrecht had de meest prominente rol: hier vond de ploegenpresentatie, gehele eerste etappe (ploegentijdrit) en finish van de tweede etappe plaats. Daardoor verkoos een groot deel van de wielerploegen (renners, begeleiders), Spaanse delegatie (Unipublic) en mediavertegenwoordigers (journalisten) in deze plaats te verblijven. De gemeente Utrecht droeg het grootste deel bij (2.350.000 euro, ofwel 32,8% van de geïnvesteerde publieke middelen), maar kan ook constateren dat La Vuelta Holanda 7,2 miljoen euro aan extra bestedingen binnen de gemeentegrenzen heeft opgeleverd.

- Breda stond in de derde etappe centraal als start- en finishplaats. De gemeente Breda droeg 1.058.000 bij aan de begroting van de Projectorganisatie. Er zijn 1.149.000 aan extra bestedingen binnen de gemeentegrenzen teruggevloeid.
- 's-Hertogenbosch speelde de kleinste rol van de drie organiserende gemeenten. Het was de startplaats van de tweede etappe en droeg 334.000 euro bij aan de begroting van de Projectorganisatie. Deze bijdrage aan La Vuelta Holanda leverde 420.000 euro aan extra bestedingen binnen de gemeentegrenzen op.

Bij het vergelijken van dergelijke kosten en baten moet worden bedacht dat de gerealiseerde economische impact voor 76% bestaat uit bestedingen door bezoekers die van buiten de gemeenten naar La Vuelta Holanda zijn komen kijken. Aangenomen mag worden dat die bestedingen vooral ten goede zijn gekomen aan ondernemers op het gebied van horeca, toerisme, sport en vrijetijd; sectoren die zwaar zijn getroffen door de coronapandemie.

Tegenover deze baten voor het lokale bedrijfsleven staan kosten die grotendeels door de overheid (en dus uit belastinggelden) worden gedragen. Dit principe van 'privatized profits and socialized costs' is kenmerkend voor de economische impact van veel sportevenementen. Voor La Vuelta Holanda gaat dit principe echter in mindere mate op: de private partners hebben via bijdragen in cash of in kind een derde van de totale organisatiekosten van het wielerevenement op zich genomen. Ook moet worden opgemerkt dat de private opbrengsten de lokale economie in bredere zin stimuleren en daarmee op termijn weer voor overheidsinkomsten zorgen.

Twee factoren verklaren de verschillen tussen de economische impact in de gemeente Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda: ten eerste het bezoekersaantal en ten tweede de overnachtingen door renners, begeleiders, Spaanse delegatie en journalisten. Maar er kunnen ook subtielere verschillen achter schuil gaan. Zo lagen de uitgaven per bezoeker per dag in Utrecht hoger dan in Breda en in Breda hoger dan in 's-Hertogenbosch. Hierbij speelde mee dat de eerste etappe in Utrecht een ploegentijdrit was waardoor de bezoekers langer langs het parcours verbleven. In de tweede etappe trokken de Groene Karavaan en het peloton alleen tussen 12:15 en 13:30 uur door de binnenstad van 's-Hertogenbosch. Het centrum van die stad stond dezelfde dag bovendien in het teken van een omvangrijke kermis die samenscholing en terrasvorming op en rond de markt bemoeilijkte. Dit werd ondervangen door een apart festivalterrein aan het parcours. Inzet van het beleid was om de bezoekers na de etappestart in de stad te houden. Daarbij is ingezet op de reguliere horeca en niet op

extra horecapunten met uitzondering van het festivalterrein. De derde etappe startte en finishte in Breda. Volgens onze enquête bezocht 38% van de bezoekers zowel start als finish. Voor de bezoekers van buiten Breda kan dat meer uitgaven hebben uitgelokt gedurende de hele dag.

Vergeleken met Le Grand Départ valt de economische impact van La Vuelta Holanda 4,9 miljoen euro lager uit. Dit verschil wordt hoofdzakelijk bepaald door het lagere aantal additionele bezoekers. De publieke belangstelling voor La Vuelta Holanda deed niet onder voor Le Grand Départ. Wel kwamen de bezoekers in vergelijking met de Tour vaker uit eigen stad of dorp om langs het parcours naar het voorbijtrekkende peloton te kijken. Dit sluit aan op onze observatie tijdens etappes dat er een behoorlijk verschil in toeschouwersaantal bestond tussen het moment waarop de Groene Karavaan voorbijtrok en het wielerpeloton een uur later. Vooral in de doorkomstgemeenten kwamen veel mensen op een vrij laat tijdstip vanuit hun huis naar het parcours toegestroomd. Dat was voor velen ook makkelijk: het parcours slingerde zich door wijken en buurten binnen en buiten de steden. Geconcludeerd kan worden dat Le Grand Départ meer bezoekers trok van buiten de stad, terwijl La Vuelta Holanda in sterkere mate een feest is geweest voor de inwoners van de Utrecht, 's-Hertogenbosch, Breda en de vele parcoursgemeenten in de provincies Utrecht en Noord-Brabant.

6. Conclusies

De hoofddoelstelling van het organiseren van La Vuelta Holanda, inclusief het activatieprogramma, is door de publieke partners als volgt gedefinieerd:

- Een perfect, veilig georganiseerd en hooggewaardeerd evenement... (1)
- ...met een breed en geapprecieerd activatieprogramma... (2)
- ...dat een impuls geeft aan duurzaamheid, gezond stedelijk leven... (3)
- ...economische ontwikkeling... (4)
- ...en bestuurlijke en organisatorische samenwerking in beide provincies, en in het bijzonder de betrokken gemeenten. (5)

Deze hoofddoelstelling is in subdoelstellingen uitgewerkt, met vermelding van concrete resultaten en key performance indicators. In dit concluderende hoofdstuk vatten we de evaluatie van deze doelstellingen en beoogde resultaten samen.

Ad 1) Een perfect, veilig georganiseerd en hooggewaardeerd evenement

- Het evenement verliep – ondanks een turbulente maatschappelijke omgeving, met een continue dreiging van corona-uitbraken en protesten van activisten – in een positieve, feestelijke sfeer.
- Met naar schatting 957.700 toeschouwers was de publieke belangstelling boven verwachting groot.
- De bezoekers hebben het evenement als geheel gewaardeerd met een 8,3 op een tienpuntschaal. Dat is hoger dan de 8,0 die de publieke partners zich ten doel hadden gesteld.

Ad 2) Een evenement met een breed en geapprecieerd activatieprogramma

- Het activatieprogramma, dat in de honderd dagen voorafgaand aan het evenement tot uitvoering werd gebracht, was omvangrijker dan ten doel was gesteld (381 gerealiseerde versus 200 beoogde activiteiten).
- Het activatieprogramma trok minder deelnemers (60.913) en bezoekers (318.969) dan beoogd (100.000 deelnemers, 400.000 bezoekers).
- Overeenkomstig de doelstelling vonden de activiteiten verspreid plaats over beide provincies.
- De activiteiten waren thematisch divers van aard. De meeste activiteiten hadden een sportief of cultureel karkater; in een derde van de activiteiten lag het accent op een feestelijk, educatief of culinair karakter.

- Met het programma zijn vele doelgroepen bereikt. Via activiteiten als Project-O, PowerUp70, Vuelta Tricotar, Vuelta Fietshubs en Onbeperkt Vuelta, zijn ook minder voor de hand liggende doelgroepen bereikt.
- De deelnemers en bezoekers waardeerden de activiteiten gemiddeld met een 8,2 (de doelstelling was een 8,0).
- Van meerdere activiteiten is bekend dat zij geen eenmalige evenementen zijn maar langduriger geprogrammeerd gaan worden.

Ad 3) Een evenement dat een impuls geeft aan duurzaamheid en gezond stedelijk leven

Duurzaamheid:

- Het centraal stellen van duurzaamheid heeft impact gehad op het activiteitenprogramma. Het is een randvoorwaarde geweest voor organisatoren van activiteiten om in aanmerking te komen voor ondersteuning. Zij zijn gevraagd te expliciteren hoe zij aan duurzaamheid aandacht geven. Ook zijn workshops georganiseerd met tips om de activiteiten zo duurzaam mogelijk te maken.
- Voor de selectie van activiteiten heeft de Projectorganisatie gebruik gemaakt van een speciale duurzaamheidsaanpak. Aan de hand van een duurzaamheidsmatrix zijn activiteiten doorgelicht.
- Als gevolg hiervan is tijdens het activatieprogramma en de etappedagen op uiteenlopende wijze aandacht besteed aan duurzamer leven.
- Ongeveer eenderde van de deelnemers en bezoekers geeft aan zich door de nadruk op duurzaamheid gestimuleerd te voelen om duurzamer te leven.
- Een wereldprimeur was de Groene Karavaan. Hiermee is een stap gezet in de verduurzaming van wielerrondes.
- Een meerderheid van de bezoekers van het evenement onderschrijft dat streven, maar ziet een interne tegenstrijdigheid tussen deze duurzaamheidsambitie en het starten van een Spaanse wielerronde in Nederland.
- De Groene Karavaan kan worden gezien als een voorzichtige stap in de verduurzaming, die internationale navolging verdient, maar die ook vraagt om verdere uitwerking tot een vorm die meer mensen en vooral ook kinderen aanspreekt en integraal onderdeel uitmaakt van een duurzame benadering van het evenement als geheel.

Gezond stedelijk leven:

- Dat 'gezond stedelijk leven' één van de hoofddoelstellingen van La Vuelta Holanda is geweest, heeft als direct effect gehad dat de voorgestelde activiteiten op dit criterium vooraf zijn beoordeeld en geselecteerd. Activiteiten die waren

gebaseerd op het organiseren van een activatie waarin louter feest en gezelligheid centraal stond, zijn daardoor niet in aanmerking gekomen voor een financiële bijdrage. Wel werden zij op de LVH-kalender vermeld.

- Als onderdeel van het accent op gezond stedelijk leven hebben de publieke partners veel waarde gehecht aan een brede toegankelijkheid en diversiteit van de activiteiten. Dit accent was terug te zien in een ruim aanbod van activiteiten voor mensen met een beperking. Maar ook de overige activiteiten en etappedagen werden dusdanig georganiseerd en gepresenteerd dat deelnemers en bezoekers zich over het algemeen welkom en op hun gemak voelden en saamhorigheid ervaarden.
- Om het streven naar inclusiviteit te benadrukken, hebben de publieke partners het Fonds Gehandicaptensport als het officiële goede doel van La Vuelta Holanda verkozen. Het streefdoel om 100.000 euro voor het Fonds Gehandicaptensport op te halen is niet gehaald. Wel heeft de campagne in het kader van La Vuelta Holanda 72.730 euro opgebracht.
- Van de deelnemers en bezoekers van de bezochte activiteiten was één op de drie het eens of helemaal eens met de stelling dat zij door de activatie gestimuleerd werden om gezonder te leven. Een even grote groep was het daarmee oneens of helemaal oneens. Een derde stelde zich hierin neutraal op.
- Bijna zes op de tien activiteiten hadden een sportief karakter en bij een derde van de activiteiten stond sporten en bewegen als thema centraal.
- Hoewel het activatieprogramma dus aantoonbaar mensen in beweging heeft gebracht, lopen de meningen van deelnemers en bezoekers uiteen over de stimulerende werking op sporten en bewegen in algemene zin. Er is een lichte meerderheid die zich daartoe gestimuleerd voelt door de bezochte activiteit. Het hoofdevenement (etappedagen) heeft ruim een derde van de bezoekers geïnspireerd om te gaan sporten/bewegen.
- De verwachting is dat meerdere activiteiten in het kader van gezondheid, sport en bewegen, zoals de toertochten en fietshubs, georganiseerd blijven worden.

Ad 4) Een evenement dat een impuls geeft aan economische ontwikkeling

- De bezoekers van het wielerevenement zijn trots dat La Vuelta Holanda 2022 heeft plaatsgevonden. Ook is een grote meerderheid van mening dat dit evenement positief heeft bijgedragen aan het imago en de naamsbekendheid van de eigen stad of provincie en een gunstig effect heeft op de aantrekkingskracht ervan als toeristische bestemming.
- Voorafgaand aan het evenement heeft de Projectorganisatie geen concrete doelstelling geformuleerd over de totale economische impact. Wel hebben de vijf publieke partners met elkaar de ambitie uitgesproken om met de start van

de Spaanse wielerronde positieve economische effecten te realiseren in de vorm van extra bestedingen en (inter)nationale promotie van de betrokken steden en regio's.

- Die economische impact is tot stand gebracht: de ploegenpresentatie en etappedagen hebben in de provincies Utrecht en Noord-Brabant in totaal geleid tot 17,6 miljoen euro aan additionele bestedingen.
- In de gemeente Utrecht zorgde het evenement voor 7,2 miljoen euro aan additionele bestedingen; in de gemeente Breda 1,1 miljoen euro; en in de gemeente 's-Hertogenbosch 420.000 euro.
- Aangenomen mag worden dat die bestedingen vooral ten goede zijn gekomen aan ondernemers op het gebied van horeca, toerisme, sport en vrijetijd; sectoren die zwaar zijn getroffen door de coronapandemie.
- Tegenover deze baten voor het lokale bedrijfsleven staan kosten die grotendeels door de overheid (en dus uit belastinggelden) worden gedragen. De organisatiekosten van het evenement bedroegen 15,3 miljoen euro. Daarvan werd 3,0 miljoen ingelegd door de rijksoverheid, 2,35 miljoen door de provincie Utrecht, 1,058 miljoen door de provincie Noord-Brabant, 2,35 miljoen door de gemeente Utrecht, 1,058 door de gemeente Breda en 334.000 door de gemeente 's-Hertogenbosch.
- Een verschil met veel andere sportevenementen is dat ook de private partners een substantieel deel van de organisatiekosten hebben gedragen. De private partners van La Vuelta Holanda legden in cash of in kind in totaal 5,120 miljoen euro in (33%).

Ad 5) Een evenement dat een impuls geeft aan bestuurlijke en organisatorische samenwerking in de provincies Utrecht en Noord-Brabant

- Het evenement heeft aantoonbaar bijgedragen aan de bestuurlijke en organisatorische samenwerking in beide provincies, en in het bijzonder de betrokken gemeenten. Ook zijn op vele manieren leerervaringen opgedaan over het organiseren van een groot sportevenement met meerdere overheden en in een publiek-private samenwerking.
- Belangrijke factoren in de interorganisatorische samenwerking tussen de vijf publieke partners waren de onderlinge gelijkwaardigheid, commitment en vertrouwensrelaties, en de helderheid en consensus over de doelen, strategie, kostenverdeling en risicodeling.
- De cruciale factor ten aanzien van doelconsensus was niet zozeer dat alle partners exact dezelfde doelen stelden, maar dat zij accepteerden dat elke partij een verschillende bijdrage kon leveren en verschillende accenten kon leggen in het realiseren van een gemeenschappelijk doel. Elke partner werd in

zijn waarde gelaten, met begrip voor de mogelijkheden en onmogelijkheden die elk in de eigen context werd geboden, en het podium gegund waar dat voor die partner van speciale betekenis was.

- De samenwerking tussen de publieke partners moest gestalte worden gegeven in een turbulente maatschappelijke en politieke omgeving (met veranderende coalities door tussentijdse gemeentelijke en provinciale verkiezingen) en met inachtneming van verschillen in beleidsambities tussen de publieke partners. Dit zette spanning op de verhouding tussen wat zij samen wilden doen (ambities), konden doen (begrotingsruimte) en mochten doen (politiek draagvlak).
- In die spanning heeft de Projectorganisatie strak gestuurd op de begroting. Hierdoor konden niet alle maatschappelijke ambities worden ingewilligd die vanuit Provinciale Staten en gemeenteraden zijn bepleit, maar is wel voldaan aan de druk vanuit diezelfde volksvertegenwoordigingen om het toegekende budget niet te overschrijden.

7. Lessons learned

- Voor veel gemeenten heeft het grote voordelen om een grootschalig evenement te organiseren met meerdere publieke partners. De schaalvoordelen (kosten, risico's, expertisedeling, exposure, e.d.) en leereffecten (kennis, samenwerking, etc.) wegen ruimschoots op tegen de nadelen (overleg en afstemming, vertraging besluitvorming).
- De organisatievorm met quasi-inbesteding en een separate stichting voor de uitvoering met een onafhankelijk bestuur biedt hiervoor een goede governance-structuur.
- Professionaliteit en kwaliteit van stichtingsbestuur en Projectorganisatie zijn essentieel. Het gaat daarbij zowel om het professioneel inrichten van een organisatie waarin publieke en private partners vertrouwen tonen, als in het professioneel functioneren en aansturen van het besluitvormingsproces met publieke partners. Een goede en strakke aansturing van de samenwerking tussen alle publieke en private partijen is een noodzakelijke voorwaarde voor het slagen van een dergelijk evenement met veel tijdsdruk, complexe afstemmingsprocessen en afbreukrisico's.
- Leren van ervaringen op langere termijn vraagt om aandacht voor de borging van kennis. Aan die borging kan al tijdens het evenement worden gewerkt door te zorgen voor een back-up die in het proces wordt meegenomen. Dat vermindert tegelijkertijd de afhankelijkheid van specifieke personen en daarmee de kwetsbaarheid van de organisatie.
- Overweeg een bepaald deel van het activatiebudget te reserveren voor innovatieve ideeën 'van onderop' die naar voren komen als de 'wielerkoorts' in de laatste periode voor het evenement toeneemt.
- Betrek (meer) private partners bij het activatieprogramma. Door private partners aan compañeros te koppelen, kunnen compañeros gebruik maken van het netwerk en faciliteiten van private partners en krijgen private partner de kans zich op maatschappelijk vlak te profileren.
- Geef tijdiger duidelijkheid over het activatieprogramma (aanleveren formats voor contracten en projectverantwoordingen, toekenning financiële bijdrage, steun bij PR en marketing) om het vuurtje bij organisatoren aan te wakkeren en niet vroegtijdig te smoren.

- Geef de inhoudelijke verbinding tussen activatie en evenement meer aandacht en volsta niet met uiterlijke, zichtbare verbindingen (zoals het vertoon van vlaggen of andere materiële uitingen).
- Houd bij verduurzaming van het evenement meer rekening met het verwachtingspatroon onder de bezoekers (en met name kinderen) ten aanzien van de reclamekaravaan.
- Zorg voor (meer) integrale verbinding van de afzonderlijke activiteiten.

Bijlage I – Overzicht respondenten

Respondent	Functie	Publiek/privaat	Datum
Respondent 1	Bestuurder	Publiek – gemeente Breda	2020 en 2022
Respondent 2	Bestuurder	Publiek – gemeente Breda	2020
Respondent 3	Bestuurder	Publiek – gemeente 's-Hertogenbosch	2020
Respondent 4	Bestuurder	Publiek – gemeente Utrecht	2022
Respondent 5	Bestuurder	Publiek – gemeente Utrecht	2020
Respondent 6	Bestuurder	Publiek – gemeente Utrecht	2020
Respondent 7	Bestuurder	Publiek – prov. Noord-Brabant	2020
Respondent 8	Bestuurder	Publiek – prov. Utrecht	2020
Respondent 9	Bestuurder	Publiek – prov. Utrecht	2022
Respondent 10	Ambtenaar	Publiek – gemeente Breda	2020
Respondent 11	Ambtenaar	Publiek – gemeente 's-Hertogenbosch	2020 en 2022
Respondent 12	Ambtenaar	Publiek – gemeente 's-Hertogenbosch	2020
Respondent 13	Ambtenaar	Publiek – gemeente Utrecht	2020 en 2022
Respondent 14	Ambtenaar	Publiek – prov. Noord-Brabant	2020 en 2022
Respondent 15	Ambtenaar	Publiek – prov. Noord-Brabant	2020
Respondent 16	Ambtenaar	Publiek – prov. Utrecht	2020 en 2022
Respondent 17	Ambtenaar		
Respondent 18	Medewerker	Private partner	2020
Respondent 19	Medewerker	Private partner	2020
Respondent 20	Medewerker	Private partner	2020
Respondent 21	Medewerker	Private partner	2020
Respondent 22	Medewerker	Private partner	2020
Respondent 23	Medewerker	Private partner	2020
Respondent 24	Medewerker	Private partner	2020
Respondent 25	Medewerker		
Respondent 26	Medewerker	Private partner	2022
Respondent 27	Medewerker		
Respondent 28	Medewerker	Private partner	2022
Respondent 29	Medewerker	Projectorganisatie	2020
Respondent 30	Medewerker	Projectorganisatie	2020
Respondent 31	Medewerker	Projectorganisatie	2022
Respondent 32	Medewerker		2022
Respondent 33	Lid	Stichtingsbestuur	2020 en 2022
Respondent 34	Lid	Stichtingsbestuur	2020 en 2022
Respondent 35	Lid	Stichtingsbestuur	2020

Bijlage II – Betrokken onderzoekers

Naam	Functie	Onderwijsinstelling	Periode
Maarten van Bottenburg	Hoogleraar	Universiteit Utrecht	2020 en 2022
Chris Noij	Junior adviseur	Universiteit Utrecht	2020 en 2022
Ineke Deelen	Universitair Docent	Universiteit Utrecht	2020
Bart van Bezooijen	Docent-onderzoeker	Fontys Hogeschool	2020 en 2022
Monique van Rooijen	Docent-onderzoeker	Fontys Hogeschool	2022
Bas Kersemaekers	Docent-onderzoeker	Fontys Hogeschool	2022
Niels van der Linden	Docent	Fontys Hogeschool	2022
Jos Vonk	Docent	Fontys Hogeschool	2022
Paul Hover (peer review)	Senior onderzoeker	Mulier Instituut	2022
Floris Vugts	Stagiair	La Vuelta Holanda	2022
Marisa de Brito	Senior docent-onderzoeker	Breda University of Applied Sciences	2020
Wilco van Gool	Senior docent-onderzoeker	Breda University of Applied Sciences	2020
John Dierx	Lector	AVANS Hogeschool	2020
6 studenten	Student	Universiteit Utrecht	2022
8 studenten	Student	Fontys Hogeschool	2022
4 studenten	Student	Universiteit Utrecht	2020