

Handreiking MKBA sportevenementen

Een handreiking voor het ex-ante en ex-post in kaart brengen van de maatschappelijke kosten en baten van sportevenementen



Auteurs

Sigrid Schenk
Enno Gerdes
Irene Pohl
Radboud Koning

Inhoud

01 Ready?	5
02 Set.	9
03 Go!	13
3.1 Stap 1 - Bepalen doelen	13
3.2 Stap 2 - Bepalen alternatieven	16
3.3 Stap 3 - Kwalitatieve analyse van effecten	20
3.4 Stap 4 - Waarderen	23
3.5 Stap 5 - Interpretieren van de uitkomsten	26
04 Toelichting indicatoren	31
4.1 Kosten	31
4.2 Bestedingen	32
4.3 Sponsorwaarde en bijdragen van derden	38
4.4 Ruimtelijke legacy	41
4.5 Werkgelegenheid	42
4.6 Gezondheid door bewegen	43
4.7 Beleving, sociale cohesie en betrokkenheid	47
4.8 Milieu en overlast	49
Bijlage - Hulpmiddel kwalitatief scoren van effecten	52

01

Ready?

Sportevenementen kunnen allerlei maatschappelijke effecten met zich meebrengen. Dat vormt een belangrijke reden voor diverse partijen, zoals overheden, om er een financiële bijdrage aan te leveren. Maar welke effecten precies en wat is de omvang ervan? De behoefte om de maatschappelijke impact van sportevenementen aan te kunnen tonen, mede als legitimering voor een financiële bijdrage, wordt steeds prominenter. Een maatschappelijke kosten- en batenanalyse (MKBA) is een instrument om die maatschappelijk impact meetbaar te maken.

Dit document biedt een handreiking voor toepassing van een MKBA bij sportevenementen. Rebel heeft deze handreiking opgesteld, in opdracht van de Nederlandse Sportraad. De Nederlandse Sportraad wil op deze manier een concreet handvat bieden voor het kunnen meten van de maatschappelijke impact van sportevenementen.

Doelgroepen van de handreiking

Er zijn verschillende soorten gebruikers die op verschillende manieren gebruik kunnen maken van deze handreiking:

- *Onderzoekers en uitvoerders van een MKBA:* deze handreiking is in eerste instantie gericht op onderzoekers die de organisatoren van sportevenementen ondersteunen bij het meten van effecten. Voor onderzoekers biedt deze handreiking concrete informatie over de mogelijke effecten van sportevenementen en de wijze van waardering.
- *Opdrachtgevers voor een MKBA:* als je een MKBA wil uitvoeren voor een evenement, dan geeft deze handreiking een beeld van wat je kan verwachten. Voor het daadwerkelijk uitvoeren van een MKBA is professionele begeleiding nodig van economisch onderzoekers.
- *Gebruikers van de uitkomsten van de MKBA:* de uitkomsten van de MKBA kunnen interessant zijn voor bijvoorbeeld publieke en private partijen die overwegen een sportevenement te subsidiëren of erin te investeren, of om te weten welk 'rendement' hun bijdrage heeft gehad. Deze handreiking biedt hen achtergrondinformatie voor het interpreteren van uitkomsten.

Verschillende soorten MKBA's

Je kan een MKBA doen vóór of na het sportevenement. Een MKBA vóór het evenement (ex-ante) heeft als doel om een investeringsbeslissing te onderbouwen of keuzes over het evenement te optimaliseren. Een MKBA die na het evenement wordt uitgevoerd (ex-post), is vooral een evaluatie-instrument om te kijken of het de verwachte effecten heeft opgeleverd.

De zwaarte van een MKBA kan verschillen en daarmee ook de tijd en inzet die nodig is om de MKBA uit te voeren. Afhankelijk van de omvang van het evenement en stadium van voorbereiding, kan je kiezen voor een beperkte of juist uitgebreide variant. We maken in deze handreiking onderscheid tussen een kwalitatieve analyse volgens de filosofie van een MKBA (hierna: 'Kwalitatieve Analyse'), een 'Quick Scan MKBA' (ook wel MKBA-light genoemd) en een 'Uitgebreide MKBA'.

De MKBA in een breder perspectief

In diverse sectoren zien we dat financiële bijdragen worden onderbouwd met een business case of een MKBA. Hier zit een verschil tussen:

- Een *business case* laat zien wat het financieel rendement is van een investering. Het geeft ook aan wat een solide verhouding is tussen kosten, opbrengsten en risico's.
- Bij een *MKBA* hanteren we een breder perspectief. Daarin beantwoorden we de vraag wat het effect is van een investering op de welvaart van een land of een regio. Een MKBA bevat ook effecten die moeilijk in euro's zijn uit te drukken.

Er bestaat al een algemene leidraad voor het opstellen van een MKBA: *Algemene leidraad voor kosten-batenanalyse (CPB, 2015)*. Er bestaan ook al richtlijnen voor het meten van (vooral) de economische impact van sportevenementen, opgesteld door de Werkgroep Evaluatie SPortevenementen (WESP). Wat voegt deze handreiking daaraan toe? Dat zijn twee dingen:

- Ten eerste is het een verbijzondering van de algemene leidraad van het CPB, en dan specifiek voor sportevenementen. Er zijn op sommige andere terreinen ook al gerichte handreikingen geschreven, zoals de *Werkwijzer kosten-batenanalyse in het sociale domein (SEO, 2016)*.
- Ten tweede is het een aanvulling op de bestaande WESP-richtlijnen. Hierin is namelijk al wel voorzien in economische impactanalyse (EIA) en diverse richtlijnen voor het monitoren van specifieke effecten, maar nog niet in een MKBA-richtlijn.

MKBA voor sportevenementen

De verbijzondering van deze handreiking voor sportevenementen houdt in dat we hebben nagedacht over de typische vragen waar je bij het doen van de analyse tegen- aan kan lopen. Dat gaat bijvoorbeeld over de uitgangspunten voor scenario's die je met elkaar wil vergelijken of de waarderingsmethode van typische effecten van een sportevenement.

In de volgende hoofdstukken gaan we hier dieper op in. In hoofdstuk 2 beschrijven we de belangrijkste voorbereidende acties, voordat je aan de MKBA-studie begint. Hoofdstuk 3 bevat een stappenplan voor praktische uitvoering van de MBKA, van het bepalen van doelen tot het interpreteren van uitkomsten. In hoofdstuk 4 geven we een toelichting op de belangrijkste kosten en baten die bij sportevenementen van belang zijn.

In aanvulling op deze handreiking hebben we een Excel-rekentool ontwikkeld. Je kan deze gebruiken om de effecten van een sportevenement die in euro's zijn uit te druk- ken, door te rekenen. De reken tool biedt flexibiliteit om meerdere varianten naast elkaar te zetten, met gevoeligheidsanalyses te werken en te kiezen tussen een Quick Scan MKBA of een Uitgebreide MKBA. De tool bevat een eigen uitleg en is geheel zelf- standig te gebruiken.

Tot slot

Deze handreiking is tot stand gekomen met behulp van diverse sportieve experts. Wij danken Frans Cornelis (Maastricht School of Management, MSM), Karin van der Maat (Kenniscentrum Sport), Paul Hover (Mulier Instituut), Wanda Vos (RIVM) en Willem de Boer (Hogeschool van Arnhem en Nijmegen, HAN), voor hun waardevolle bijdragen. Ook danken we de Nederlandse Sportraad voor de boeiende onderzoeksvraag die ze ons hebben gesteld, wat tot deze handreiking heeft geleid.

02

Set.

Voordat je begint met de MKBA zijn er drie belangrijke keuzes te maken. Deze keuzes hangen samen met het doel dat je met de MKBA wilt bereiken. De keuzes zijn:

- 1 Doe je de MKBA-studie vóór of na het evenement? (timing)
- 2 Hoe uitgebreid doe je de analyse? (diepgang)?
- 3 Wie heb je nodig om de MKBA uit te voeren? (stakeholders)

Keuze 1: timing

Een MKBA kan op drie manieren een rol spelen in het proces *voorafgaand* en *na* een sportevenement, zoals in de inleiding al kort vermeld. De eerste stap in de voorbereiding is om te bepalen wanneer je de MKBA gaat uitvoeren, afhankelijk van het beoogde doel:

- **Ondersteuning van besluitvorming:** de besluitvorming richt zich vooral op het verstrekken van financiële ondersteuning voor het sportevenement. De MKBA geeft inzicht in de aard en omvang van de baten van het evenement voor de maatschappij – een belangrijk uitgangspunt voor publieke bestedingen. De andere factoren die van belang zijn voor de afweging om een sportevenement te houden, zoals politieke voorkeur of de capaciteit om het te organiseren, zijn aanvullend op de MKBA en moeten apart in kaart gebracht worden.
- **Optimalisatie van het sportevenement:** een MKBA geeft inzicht in de verwachte effecten en de omvang van deze effecten. Dit geeft aanknopingspunten voor sturing en optimalisatie van de organisatie van het sportevenement. Bijvoorbeeld: een bepaalde communicatiestrategie om een belangrijke doelgroep te bereiken.
- **Evaluatie van het sportevenement:** na het evenement kan de MKBA worden ingezet om te evalueren in hoeverre de verwachte effecten zijn gerealiseerd. Bij regelmatig terugkerende sportevenementen geeft zo'n evaluatie weer inzicht in optimalisatiemogelijkheden voor de volgende editie van het evenement.

Een MKBA is meer dan alleen het cijfermatige resultaat dat uit een rekenmodel rolt.

Het proces om tot dit resultaat te komen, aanvullende niet-gekwantificeerde resultaten, het betrekken van stakeholders en experts (binnen en buiten de organisatie), de argumenten die worden uitgewisseld én de keuzes die worden gemaakt, zijn ook belangrijke uitkomsten van een MKBA-studie.

Keuze 2: diepgang

Zoals in de inleiding beschreven maken we in de handreiking een onderscheid tussen een Kwalitatieve Analyse, een Quick Scan MKBA en een Uitgebreide MKBA:

- **Kwalitatieve Analyse:** je bepaalt alle effecten kwalitatief. Anders gezegd: je beschrijft alleen in woorden waarom het sportevenement tot welke effecten leidt.
- **Quick Scan MKBA:** je bepaalt de effecten deels kwantitatief (in cijfers en/of euro's) en deels kwalitatief. Waar mogelijk maak je gebruik van eigen ramingen. Als je niet over de ramingen beschikt, is het gebruik van kengetallen en informatie van eerdere edities of van vergelijkbare evenementen, een optie. In andere gevallen kan je effecten kwalitatief beschrijven.
- **Uitgebreide MKBA:** het streven in de Uitgebreide MKBA is om alle effecten te monetariseren (in euro's uit te drukken), met specifieke gegevens van het evenement. Hiervoor is het vaak nodig om aanvullende informatie te verzamelen, studies uit te laten voeren en ramingen op te stellen. Ook horen er in de Uitgebreide MKBA risico- en gevoeligheidsanalyses thuis.

Drie factoren helpen je om een keuze over de diepgang van de MKBA te maken:

- Het *stadium* van (de voorbereiding van) het evenement: Voor een MKBA geldt altijd: "van grof naar fijn". Dus hoe verder in de toekomst het evenement is, hoe grover de analyse kan zijn. Het is niet ongebruikelijk om eerst een kwalitatieve analyse te doen, daaruit te leren, en dan op een later moment een Quick Scan MKBA of Uitgebreide MKBA te doen.
- De *grootte* van het evenement. Hiervoor geldt: "hoe groter het evenement, hoe uitgebreider de analyse". De inzet moet in verhouding staan tot de grootte van het evenement. Hier is vooral de grootte in termen van kosten belangrijk, evenals de mogelijke financiële bijdrage die in de besluitvorming centraal staat.
- De *beschikbaarheid* van informatie, capaciteit en tijd. Bij deze factor geldt het principe: "hoe meer informatie beschikbaar, hoe uitgebreider de MKBA". Dit heeft een praktische reden. Als er maar beperkte informatie, capaciteit en tijd beschikbaar is, wordt de MKBA automatisch kleiner. We raden in dat geval aan om kritisch na te denken over welke effecten je wel en niet wil monetariseren: wat zijn de belangrijkste doelen en welke effecten horen daarbij?

Afhankelijk van de gekozen diepgang van de MKBA, verschilt de lengte en complexiteit van het proces. In de volgende hoofdstukken leggen we uit welke stappen er bij de MKBA horen. Per stap maken we telkens een onderscheid naar de uit te voeren acties in een Kwalitatieve Analyse, Quick Scan MKBA of Uitgebreide MKBA.

Keuze 3: stakeholders

Voordat je van start gaat met de MKBA moet je in kaart brengen welke partijen en personen je nodig hebt om de MKBA uit te voeren. We maken onderscheid tussen de volgende rollen en activiteiten:

-
- **Procesbegeleiding:** de directe begeleiding van de MKBA kan vrij kleinschalig (projectleider) of grootschaliger (begeleidingsgroep met de belangrijkste stakeholders). Dit hangt af van de diepgang van de MKBA.
-
- **Expertise:** bij een Kwalitatieve Analyse organiseer je een aantal bijeenkomsten om effecten te analyseren. Let op dat hier voldoende kritisch tegengeluid bij aanwezig is. Dat helpt je om de argumentatie aan te scherpen. Bij een Quick Scan MKBA en een Uitgebreide MKBA wordt over het algemeen een externe partij ingeschakeld om de MKBA uit te voeren of in ieder geval te ondersteunen bij de uitvoering.
-
- **Monitoring:** als de wens bestaat om vóór, tijdens en/of na het evenement bepaalde effecten te monitoren via enquêtes, dan kan je hiervoor extra (specifieke) capaciteit inschakelen.
-
- **Data:** houd er rekening mee dat je bij een Quick Scan MKBA en een Uitgebreide MKBA data moet verzamelen van derden. Dit kan bijvoorbeeld de begroting van het evenement zijn.
-
- **Second opinion:** bij een Uitgebreide MKBA (en een grote investering) is het gebruikelijk om een second opinion uit te laten voeren, bijvoorbeeld door het Centraal Planbureau (CPB). Het is mogelijk om de partij die een second opinion doet ook al tijdens de uitvoering van de MKBA te betrekken.

03

Go!

3.1 Stap 1 - Bepalen doelen

Na het treffen van de voorbereidingen is het tijd om van start te gaan. We beginnen het proces met de vraag: met welk doel wordt het evenement georganiseerd? Het sportevenement is soms een doel op zich, maar soms ook een middel om economische en sociale effecten te bereiken.

Bij een MKBA die na het sportevenement wordt uitgevoerd is de informatie voor deze stap mogelijk al beschikbaar, omdat hier vooraf al over is nagedacht. In dat geval kan je *Stap 1* relatief snel doorlopen met de bestaande informatie.

Kwalitatieve Analyse

Doorloop deze stap met de kennis en informatie die beschikbaar is in het team. Plan hiervoor een startbijeenkomst in.

Optie: Combineer deze bijeenkomst direct met Stap 2 en Stap 3. Let wel goed op dat je de stappen één voor één doorloopt en niks overslaat.

Quick Scan MKBA en uitgebreide MKBA

Stel een begeleidingsgroep in met teamleden van het sportevenement en een vertegenwoordiging van de belangrijkste stakeholders. Plan een startbijeenkomst in met het kernteam. Bepaal in die bijeenkomst de doelen, keuzes (zie het vorige hoofdstuk) en alternatieven (Stap 2). Voer daarnaast verdiepende gesprekken met stakeholders en vul aan met andere beschikbare informatie (bijv. visie-documenten).

Leg de vastgestelde doelen en keuzes vast in een korte notitie. Indien er een onderzoeksbureau wordt gevraagd om de MKBA uit te voeren, dan is het waardevol om deze stap alvast een keer uit te voeren voorafgaand aan de uitvraag. Op deze manier kan namelijk de vraag aan het bureau beter beschreven worden, zodat er een eenduidiger beeld is over de scope van de MKBA.

3.1.1 Instructies

Waarom deze stap?

- In de MKBA wordt het sportevenement aan de hand van effecten geanalyseerd. De analyse van doelen helpt bij het inventariseren welke effecten er allemaal kunnen optreden (zie ook Stap 3).
 - Daarnaast helpt het bij het focussen op de belangrijkste effecten: op welk doel ligt de nadruk? Dus: welk effect verwacht je vooral te bereiken? En dus: waarop moet je je in de analyse vooral richten?
 - Verder dient het bepalen van doelen straks als toets: dragen de effecten van het evenement bij aan het bereiken van mijn doelen? Het antwoord op deze vraag kan een belangrijk punt zijn in de argumentatie voor financiële ondersteuning.
-

Hoe te werk gaan?

- Maak een lijst van de verschillende stakeholders die met het evenement in aanraking komen. Dat zijn bijvoorbeeld sporters, gemeente, sportbond, toeschouwers, bewoners en sponsors. De organisatie zelf is geen stakeholder, maar onderdeel van het evenement.
 - Bedenk daarna vanuit het perspectief van elke stakeholder welk doel zij met het evenement kunnen bereiken. Zoek daarbij naar achterliggende motivatie. Voor bepaalde stakeholders, zoals een gemeente, kan het zijn dat deze doelen al eerder zijn vastgelegd in beleidsstukken (sportbeleid, marketingbeleid).
 - Wees voldoende kritisch: het moet wel realistisch zijn om met het evenement een zeker doel te bereiken.
 - Maak de doelen concreet, mede door de specifieke relatie met het evenement te leggen. Zo kan een gemeente als doel hebben om haar imago te versterken. Maak concreet welk aspect van imago het in dat geval om gaat, bijvoorbeeld: sportiviteit, groene omgeving of stedelijke architectuur?
 - Plaats het sportevenement, als dit van toepassing is, in de bredere context waarin het wordt georganiseerd. Hoe past het evenement bijvoorbeeld in de gehele evenementenstrategie van de gemeente of provincie? En wordt het sportevenement ingezet als springplank voor andere (activerende) beleidsinterventies?
-

Onderstaande tabel geeft een overzicht van veel voorkomende stakeholders bij sportevenementen en hun doelen, op hoofdlijnen. Dit overzicht moet voor elk evenement nog concreet worden uitgewerkt.

Tabel 1 Veel voorkomende stakeholders en hun doelen

Stakeholders	Doelen
Sporters	Plezier, training
Gemeente	Imago
Toeschouwers	Beleving van de sport
Bewoners	Trots, entertainment
Sponsors	Zichtbaarheid
Sportbond	Talentontwikkeling
Specifieke doelgroepen	Participatie, emancipatie

3.2 Stap 2 - Bepalen alternatieven

Bij een MKBA vergelijken we een 'projectalternatief' (hier: sportevenement) met een 'nulalternatief'. Uiteindelijk willen we alle verschillen tussen deze twee alternatieven in beeld brengen. Maar daarvoor moet je eerst weten wat elk alternatief precies inhoudt.

Kwalitatieve Analyse

Combineer deze stap met Stap 1 in de startbijeenkomst. Doorloop deze stap met aanwezige kennis en informatie in het team.

Quick Scan MKBA en Uitgebreide MKBA

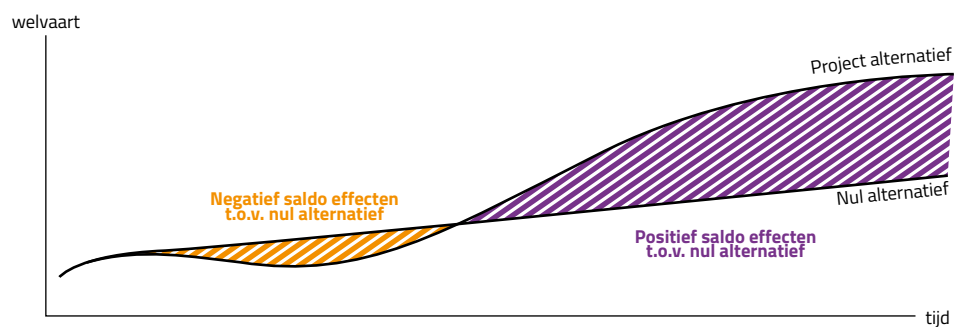
Combineer deze stap met Stap 1 in de startbijeenkomst. Werk vervolgens de alternatieven verder uit volgens de beschrijving in dit hoofdstuk. Betrek hierbij eventueel experts.

Stel een notitie op (of breid de notitie over doelen en keuzes uit) met voorgestelde alternatieven. Bespreek deze notitie met de begeleidingsgroep.

3.2.1 Instructies

Waarom deze stap?

Een MKBA is in essentie een verschillenanalyse. Je vergelijkt als het ware twee (of meer) 'filmpjes' met elkaar: een filmpje van hoe de wereld eruitziet *zonder* het evenement (dit is het nulalternatief) en een filmpje van hoe de wereld eruitziet *met* het evenement (dit is het projectalternatief). De verschillen in kosten en in baten tussen deze twee filmpjes is het effect van het sportevenement op de maatschappij. De volgende figuur geeft het concept van een verschillenanalyse met een nul- en een projectalternatief grafisch weer.



FIGUUR 1 // MKBA als verschillenanalyse van het nul- en projectalternatief

Hoe te werk gaan?

1. Bepaal het projectalternatief

- De eerste stap is om te bepalen welke activiteiten er onderdeel vormen van het evenement. Vaak is er naast het sportevenement sprake van side-events, zoals voorlichting op scholen. Neem de side-events die anders niet zouden plaatsvinden mee in het projectalternatief; laat side-events buiten beschouwing als ze ook zonder het evenement door zouden gaan.
 - Ga vervolgens na welke maatregelen of randvoorwaarden nodig zijn om het evenement te realiseren. Denk aan veiligheids- of verkeersmaatregelen. Voor bepaalde sportevenementen geldt dat er tijdelijke voorzieningen of infrastructuur worden gerealiseerd, of uitbreidingen op bestaande voorzieningen. Maak een onderscheid tussen investeringen die specifiek voor het sportevenement worden gedaan en permanente voorzieningen die ook na het evenement nog in gebruik blijven.
 - Bepaal de doelgroepen van het evenement, zowel in termen van sporters als in termen van toeschouwers. Welke doelgroepen worden er aangesproken?
 - Stel de locatie (waar wordt het georganiseerd?) en geografische reikwijdte (lokaal, regionaal, nationaal of internationaal?) van het evenement vast.
-

2. Bepaal het nulalternatief

- Voor het vaststellen van het nulalternatief begin je door te bedenken welke concurrerende evenementen (niet per se sportevenementen) dezelfde doelgroep als in het projectalternatief aanspreken, in dezelfde periode. Voor deelnemers aan recreatieve hardloophwedstrijden zijn er bijvoorbeeld veel 'concurrerende' evenementen. Bij topsport geldt juist dat toeschouwers over het algemeen een keuze maken tussen het evenement of een andere vrijetijdsbesteding in dezelfde periode.
 - Bepaal welke activiteiten en investeringen alsnog plaats zouden vinden als het evenement er niet zou zijn.
-

3. Bepaal de reikwijdte

- Stel vast op welke schaal de MKBA moet worden opgesteld. Deze keuze wordt bepaald door de reikwijdte van de effecten, maar ook door het perspectief van de stakeholders. Zo zal de Rijksoverheid een nationaal perspectief hebben, terwijl de gemeente een lokaal perspectief aanhoudt. Voor de sportevenementen die aanspraak (willen) maken op een subsidie van het Ministerie van Volksgezondheid,

Welzijn en Sport (VWS), ligt het daarom voor de hand om een nationaal perspectief aan te houden. Bij gemeentelijke subsidie is een lokale analyse juist logischer. In de rekentool zit een module om hierin te variëren.

- Houd rekening met verschuivingseffecten in het nationale perspectief; als een effect positief is voor de stad van het evenement maar negatief voor andere steden, is het effect voor heel Nederland mogelijk nul. Denk aan het ijsje dat de bezoeker van een sportevenement koopt maar anders op het strand had gekocht. Dit onderwerp komt uitgebreid aan bod in Stap 3 en Stap 4, evenals bij de beschrijving van de indicator 'bestedingen' in paragraaf 4.2.
-

4. Bepaal de tijdshorizon

- Bepaal de tijdshorizon, oftewel: wat is de looptijd van de MKBA? In welke jaren gebeuren de voorbereiding, wanneer vindt het evenement plaats en hoe lang lopen de kosten en baten na het evenement nog door?
 - Bij een klein evenement vallen de kosten van de voorbereiding of in het jaar vóór het evenement of alleen in het jaar van het evenement zelf. Dit is ook afhankelijk van het moment waarop het evenement plaatsvindt. Voor grotere evenementen kan de voorbereidingstijd langer zijn. We maximeren dit in de rekentool op vijf jaar.
-
- In het jaar van het sportevenement valt een groot deel van de kosten en baten. De rekentool werkt met hele jaren. Daarom valt het evenement altijd in een periode van één jaar.
-
- Sommige kosten en baten lopen na het evenement nog een tijd door. Bijvoorbeeld operationele kosten voor nieuwe infrastructuur. Dit zal echter eerder uitzondering dan regel zijn, omdat de meeste effecten alleen in het jaar van het sportevenement optreden. Dat geldt ook bijvoorbeeld voor gezondheidsbaten van breedtesporters (zie paragraaf 4.6) die over het algemeen tijdelijk van aard zullen zijn.
-

5. Bepaal andere uitgangspunten

- Houd rekening met het prijspeil en de btw. Alle bedragen in een MKBA zijn inclusief btw en worden in constante prijzen van het basisjaar uitgedrukt. Op deze constante prijzen wordt er een discontovoet toegepast. Er wordt geen inflatie toegepast op de kosten en baten.

- Bepaal de discontovoet. In een MKBA worden alle effecten verdisconteerd. De reden hiervoor is dat de kosten en baten op verschillende momenten in de tijd vallen en naar één basisjaar teruggerekend moeten worden om ze bij elkaar op te kunnen tellen. Dat bedrag heet de Netto Contante Waarde (NCW). Het is gebruikelijk om uit te gaan van een discontovoet van 3%.¹
 - Leg het basisjaar vast om de NCW te kunnen berekenen.
-
- Een ex-ante MKBA wordt uitgevoerd voordat het evenement plaatsvindt. Daarom is het basisjaar meestal het actuele jaar, dus het jaar van uitvoering van de MKBA. Bijvoorbeeld: uw evenement is in 2021 en je voert de MKBA uit in het jaar 2019. Dan is het basisjaar ook 2019. Alle kosten en baten worden teruggerekend naar 2019.
-
- Een ex-post MKBA voer je uit om het evenement na afloop te evalueren. Voor een goede evaluatie, en vooral voor een vergelijking met de ex-ante studie, is het handig om hetzelfde basisjaar te hanteren als in de ex-ante studie. Zo worden alle getallen naar hetzelfde basisjaar teruggerekend en kan je ze vergelijken. Bijvoorbeeld: het is het jaar 2022 en je evenement was in 2021. De ex-ante MKBA-studie heb je in 2019 uitgevoerd. Dan is 2019 het basisjaar. Alle kosten en baten worden verdisconteerd zoals in de ex-ante analyse. Heb je eerder geen ex-ante MKBA uitgevoerd? Dan is het handig om het jaar van het evenement als basisjaar te kiezen.
-

¹ Per 1 april 2016 is een herziene discontovoet van kracht. Deze bestaat uit een risicovrije voet van 0% en een standaard risico-opslag van 3%. Voor evenementen met grote fysieke investeringen zou het logischer kunnen zijn om hiervan af te wijken. Zie: *Nieuwe regels rond disconteren per 1.4.2016 (Rijkswaterstaat Steunpunt Economische Evaluatie, 2016)*.

3.3 Stap 3 - Kwalitatieve analyse van effecten

In de eerste stap heb je de doelen van het evenement in kaart gebracht en daarna het verschil tussen het nul- en projectalternatief. In deze stap operationaliseer je de doelen tot meetbare effecten. Naast de benoemde doelen kan er ook sprake zijn van neveneffecten (positief of negatief).

Kwalitatieve Analyse

Doorloop de volledige stap en maak gebruik van hulpdocumenten zoals beschreven in deze stap. Organiseer een bijeenkomst waarin je de beschreven actie "schatten en scoren" doorloopt. Laat de deelnemers aan deze bijeenkomst eerst tot een eigen inschatting komen. Bespreek vervolgens de resultaten en vraag naar argumenten als deelnemers verschillende inschattingen hebben gemaakt. Het resultaat van deze sessie wordt betrouwbaarder als er voldoende kritisch geluid aanwezig is.

Vul het hulpmiddel voor het kwalitatief scoren van effecten (zie de bijlage) zo nauwkeurig mogelijk in. Dit is het hoofdresultaat van de Kwalitatieve Analyse.

Laat Stap 4 achterwege en ga verder met Stap 5.

Quick Scan MKBA en Uitgebreide MKBA

Doorloop deze stap tot de beschreven actie "schatten + scoren".

Maak hiervoor gebruik van de kennis in het team en doe desk research naar beschikbare informatie (data, MKBA's en evaluaties van afgelopen en vergelijkbare evenementen, beschikbare ramingen en aanvullende studies naar effecten).

Maak dan onderscheid in effecten die je gaat kwantificeren in Stap 4 en de effecten die je niet gaat kwantificeren. Zie hiervoor ook de aanbevelingen per effect in hoofdstuk 4.

- Voor effecten die je niet gaat kwantificeren: ga door met de actie "schatten + scoren" van deze stap en maak gebruik van de hulpdocumenten zoals beschreven in deze stap.
- Voor effecten die je wel gaat kwantificeren: ga meteen door naar Stap 4.

3.3.1 Instructies

Waarom deze stap?

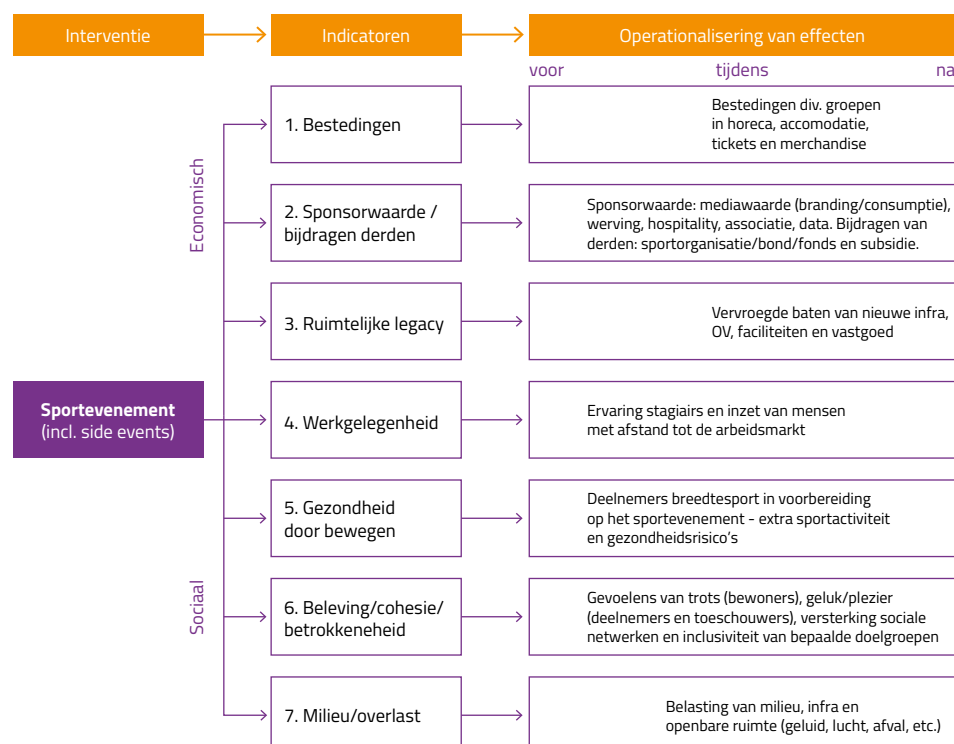
De kwalitatieve analyse heeft als doel om te inventariseren welke effecten er in het projectalternatief optreden. Daarnaast is het doel ervan om de causaliteit (de logische relatie tussen het evenement en het optreden van de effecten) in kaart te brengen. Als de MKBA alleen een Kwalitatieve Analyse is dan worden de effecten geschat in omvang. Bij een Quick Scan MKBA of een Uitgebreide MKBA worden effecten in *Stap 4* gewaardeerd (in euro's uitgedrukt).

Hoe te werk gaan?

1. Inventariseren

- Bepaal welke effecten van toepassing zijn op het sportevenement. Je kan gebruikmaken van de indicatoren in onderstaande figuur. Deze indicatoren staan beschreven in hoofdstuk 4. De indicatoren geven aan welke voornaamste effecten kunnen optreden door het evenement. Er zijn soms ook aanvullende effecten denkbaar, bijvoorbeeld als gevolg van een specifieke actie tijdens een side-event. Als je een effect toevoegt, toets dan of er geen sprake is van overlap met de beschreven indicatoren. Dit kan leiden tot dubbeltellingen.
- Breng in kaart welke effecten passen bij de eerder vastgestelde doelen. Bij een ex-ante MKBA kan de constatering dat een effect niet of nauwelijks aansluit bij de vastgestelde doelen een aanleiding voor je zijn om het ontwerp van het sportevenement te herzien.
- Vergeet niet eventuele negatieve effecten mee te nemen. Batenposten kunnen immers per saldo negatief uitpakken, zoals milieueffecten.
- In de onderstaande figuur staan de belangrijkste baten van sportevenementen samengevat. De toelichting per indicator volgt in hoofdstuk 4.

FIGUUR 2 // Overzicht effecten van sportevenementen



2. Argumenteren

- Beargumenteer waarom er sprake is van een causale relatie tussen het evenement en elke indicator. Dus waarom leidt het evenement tot een bepaald effect en wat is ervoor nodig om dit effect ook daadwerkelijk te bereiken? Bijvoorbeeld: voor de bestedingen door bezoekers geldt dat een causale relatie zeer waarschijnlijk is; randvoorwaarde is wel dat er voldoende aan marketing wordt gedaan. Voor sportparticipatie van toeschouwers geldt dat de causale relatie met het evenement vrij onwaarschijnlijk is. Hier is aanvullende argumentatie nodig om duidelijk te maken waarom het evenement juist wel tot meer sportactiviteit bij toeschouwers zal leiden.

3. Schatten + scoren

- Maak een schatting van de omvang van de effecten. De methode kan verschillen per indicator en moment van de analyse (ex-ante of ex-post MKBA). Waar mogelijk druk je een effect uit in hoeveelheden (op basis van metingen of resultaten uit het verleden). Als dat niet mogelijk is, maak je een schatting op basis van een vijfpuntschaal. Je kan hiervoor gebruikmaken van het hulpmiddel in de bijlage.
 - Houd hierbij steeds in gedachten dat het gaat om het verschil tussen het projectalternatief en het nulalternatief.
-

3.4 Stap 4 - Waarderen

In de vorige stap heb je de effecten in kaart gebracht. In deze stap ga je effecten, voor zover mogelijk, in euro's uitdrukken.

Kwalitatieve Analyse

In de Kwalitatieve Analyse komt deze stap niet voor.

Quick Scan MKBA

In de Quick Scan MKBA worden de volgende indicatoren (ten minste) gewaardeerd:

- Kosten
- Bestedingen
- Sponsorwaarde / bijdragen van derden

De kosten waardeer je met eigen ramingen, specifiek voor het evenement. Voor het waarderen van bestedingen en sponsorwaarde / bijdragen van derden kan je kengetallen en/of ervaringscijfers van eerdere edities en vergelijkbare sportevenementen gebruiken.

Uitgebreide MKBA

In de Uitgebreide MKBA probeer je alle effecten te waarderen en ook zo veel mogelijk op basis van ramingen die specifiek voor het evenement gelden. Waar dat niet mogelijk is, kan je je baseren op kengetallen en/of ervaringscijfers.

3.4.1 Instructies

Waarom deze stap?

- De ambitie in een (uitgebreide) MKBA is het om alle effecten in een vergelijkbare eenheid uit te drukken. Hiervoor moeten de effecten zo veel mogelijk gemonetariseerd worden.
- Niet alle effecten treden op hetzelfde moment in de tijd op. Daarom moeten de waarden met hulp van een rekenmodel verdisconteerd worden.
- Niemand kan de toekomst voorspellen en de waardering is gebaseerd op aannames. Risico's rond een sportevenement kunnen de kosten en baten hoger of lager laten uitvallen. Daarom behoort ook een goede risico- en gevoeligheidsanalyse tot een Uitgebreide MKBA.

Hoe te werk gaan?

1. Waarderen kosten

- Bepaal de kosten van het sportevenement. Kijk hiervoor naar de beschrijving van de indicator kosten (zie paragraaf 4.1) en maak gebruik van de standaardmodelbegroting van VWS voor sportevenementen.
 - Let op dat je alleen kosten meeneemt die additioneel zijn ten opzichte van het nulalternatief. Toets vervolgens of je voor alle onderdelen van je project de kosten hebt meegerekend.
-

2. Waarderen effecten

- Maak een schatting van de omvang van de effecten. De methode kan verschillen per indicator en per gekozen diepgang en moment (ex-ante of ex-post). Waar mogelijk druk je een effect uit in euro's. Houd hierbij steeds in gedachten dat het gaat om het verschil in effecten tussen het projectalternatief en het nulalternatief.
 - Ga ervan uit dat effecten eenmalig optreden, in het jaar van het evenement. Een uitzondering is ruimtelijke legacy. De reistijdbaten van eventuele investeringen in weginfra en OV lopen door in de jaren na het sportevenement (voor de periode dat de investering is vervroegd). Zie paragraaf 4.4 voor een uitgebreidere toelichting.
 - Gebruik eventueel de WESP-richtlijnen en WESP-studies voor het bepalen van de omvang van effecten. De WESP heeft bijvoorbeeld bepaalde standaarden voor het doen van enquêtes opgesteld om waarden als 'beleving' te meten. Verder heeft de WESP veel studies gedaan naar bestedingen rondom sportevenementen, waaruit blijkt dat het bestedingsgedrag van de bezoekers sterk kan verschillen per type evenement.
-

3. Invoeren rekenmodel

- Verwerk de effecten in de rekentool. De rekentool bevat een handleiding met instructies voor het invoeren van eenheden.
- De rekentool bevat standaard de kernindicatoren die staan beschreven in hoofdstuk 4. Het is mogelijk om daarnaast overige baten die niet in hoofdstuk 4 aan bod komen, in de rekentool in te voeren.
- Deze handreiking geeft advies over eventueel te gebruiken kengetallen. De kengetallen zijn vooral geschikt voor de Quick Scan MKBA. Het is mogelijk om van de kengetallen af te wijken als er voor het sportevenement betere informatie beschikbaar

is. De instructies om dit te doen staan in de handleiding bij de rekentool.

- De rekentool bevat een gebruikersinterface om te navigeren en om de belangrijke keuzes en gevoeligheidsanalyses door te voeren. Zie de figuur hieronder.

4. Toepassen varianten en gevoeligheden

- De rekentool kan worden gebruikt voor het berekenen van de verwachte waarde van effecten van verschillende varianten van het sportevenement. De rekentool kan de uitkomsten van varianten naast elkaar tonen, zodat je gemakkelijk een vergelijking kan maken. Een voorbeeld is als je de effecten van de analyse voorafgaand aan het evenement (ex-ante) wil vergelijken van de resultaten ex-post. Een ander voorbeeld is als je twee varianten tegen elkaar af wil zetten waarbij er een groot verschil zit tussen ruimtelijke investeringen (zoals een variant met de aanleg van een tijdelijke sportaccommodatie en een variant met de aanleg van een permanente sportaccommodatie)
- Daarnaast kan de rekentool worden gebruikt om verschillende gevoeligheden te berekenen, zoals de hoogte van het aantal toeschouwers of een tegenvaller in de aanlegkosten voor een sportaccommodatie. Het doel van de gevoeligheidsanalyse is toetsen in hoeverre de uitkomst van een MKBA bij veranderingen in effecten robuust is. Bij een ex-post MKBA werk je niet met prognoses maar met gerealiseerde cijfers, waardoor de gevoeligheidsanalyse vervalt.
- Het vergelijken van varianten en doorrekenen van gevoeligheden doe je bij een Quick Scan MKBA globaal. Bij een Uitgebreide MKBA in meer detail. Het is vooral van belang om voldoende informatie te genereren voor besluitvorming en daarbij hoort ook een explicitering van de belangrijkste onzekerheden.

FIGUUR 3 // Foto van de gebruikersinterface in de rekentool

The screenshot shows the 'ABEL REKENMODEL' interface. The title is 'Maatschappelijke kosten en baten van sportevenementen'. The interface is split into three main panels:

- INPUT (Left Panel):** Contains 'Keuze van MKBA' with radio buttons for 'Quick Scan MKBA' and 'Uitgebreide MKBA'. Below it is 'Geografische scope' with radio buttons for 'Lokaal/Regionaal'. At the bottom are two buttons: 'Op deze inputtoestand 1' and 'Op deze inputtoestand 2'.
- INPUT (Middle Panel):** Titled 'Maatschappelijke kosten en baten van sportevenementen'. It lists categories with input fields for 'Variant 1' and 'Variant 2':
 - Maatschappelijke kosten: 1,4M
 - Wandelingen: 2M, 2M
 - Beleidsplanning: 2M, 2M
 - Aantal sporters: 2M, 2M
 - Sponsoring: 2M, 2M
 - Totale sponsoring: 2M, 2M
- OUTPUT (Right Panel):** Titled 'Maatschappelijke Waarde'. It shows a table comparing 'Variant 1' and 'Variant 2' across various categories, with values in millions of euros (M Euro):

	Variant 1	Variant 2
Kosten in voorbereiding	0	0
Kosten in evenementsjaar	0	0
Overige kosten	0	0
Totaal kosten	0	0
Totaal baten	0	0
Wandelingen	0	0
Sponsoring (incl. bijdrage baten)	0	0
Aankomende toezicht	0	0
Wettelijke verplichting	0	0
Overige baten	0	0
Totaal baten	0	0
Netto baten	0	0
Netto waarde	0	0

3.5 Stap 5 - Interpreteren van de uitkomsten

De laatste stap in de MKBA is het interpreteren van uitkomsten. Dit doe je zowel voor de kwalitatieve als de kwantitatieve uitkomsten. Hier hoort ook een 'distributieanalyse' bij. Dat is de verdeling van de kosten en baten per stakeholder(groep).

Kwalitatieve Analyse / Quick Scan MKBA / Uitgebreide MKBA

Organiseer een slotbijeenkomst waar de resultaten van de analyse worden gedeeld en besproken met stakeholders.

Stel een notitie of rapport op waarin de analyse en de uitkomsten worden vastgelegd.

Voeg eventueel een bestuurlijke samenvatting toe voor besluitvorming en/of stel een persbericht op voor communicatie met externen.

3.5.1 Instructies

Waarom deze stap?

- In de laatste stap worden alle uitkomsten van de analyse bij elkaar gebracht om tot conclusies te komen over het evenement. Worden de doelen bereikt? Wat zijn de verwachte effecten en hoe groot zijn die? Overstijgen de baten de kosten? Of omgekeerd?
- Bij tegenvallende of opvallende uitkomsten kan de conclusie zijn om het evenement anders of niet te organiseren.
- Het kan voor communicatieve doeleinden handig zijn om de eventuele negatieve uitkomst van een MKBA te vertalen in de omvang die niet-gewaardeerde baten zouden moeten hebben per bewoner van het onderzoeksgebied om dit te compenseren. In het onderzoek Kengetallen kosten-batenanalyse van het WK voetbal (SEO, 2010) wordt berekend dat het organiseren van het WK voetbal in Nederland een negatieve kosten-batenverhouding heeft, maar dat als de waardering van Nederlanders voor immateriële waarden als geluk, trots, saamhorigheid en nationale identiteit minstens 9 euro bedraagt, het WK maatschappelijk rendabel wordt. De voorwaarde voor zo'n benadering is wel dat de betalingsbereidheid van bewoners niet al in het onderzoek is meegenomen, anders leidt dit tot een dubbel telling.

Hoe te werk gaan?

1. Interpretieren kwantitatieve uitkomsten

- Analyseer de uitkomst van Stap 4:
 - Is de NCW positief? Dan overstijgen de gewaardeerde baten de kosten. Haal ook de kwalitatieve effecten erbij. Is het beeld nog steeds positief? Dan is de conclusie dat het evenement meerwaarde voor de maatschappij oplevert.
 - Is de NCW negatief? Dat betekent dat de gewaardeerde kosten hoger zijn dan de baten. Haal ook de kwalitatieve effecten erbij. Wegen de kwalitatieve effecten op tegen het negatieve gewaardeerde resultaat? Dan kan er nog steeds sprake zijn van een positieve uitkomst van de MKBA.
 - Let op: de NCW is de uitkomst van de kosten-batenanalyse en niet van de business case. Een positieve NCW betekent niet automatisch dat er voldoende inkomsten zijn om de uitgaven te betalen. Dit vergt een aparte, financiële analyse van de business case.
-

2. Interpretieren kwalitatieve uitkomsten

- Niet alle effecten laten zich (volledig) in euro's uitdrukken. Daarom is het belangrijk om bij het presenteren van de uitkomsten voldoende nuance aan te brengen voor effecten die alleen op kwalitatieve wijze zijn meegenomen.

3. Verzamelen en distribueren van effecten

- Zet alle tussenresultaten van de eerdere stappen op een rij: de doelen, keuzes, alternatieven, beschrijving van effecten en eventueel waardering van effecten.
 - Maak van de laatste twee één uitkomstentabel. Zet de monetaire uitkomsten in de tabel en vul aan met positieve en negatieve 'PM-posten' voor niet-gewaardeerde effecten.
 - Voeg per indicator ook de stakeholder(s) toe waar het effect valt. Dit geeft een indicatie wie de 'winnaars en verliezers' van het sportevenement zijn. Hieronder staat een uitkomstentabel waarbij we voor de distributie van effecten een fictieve invulling hebben gegeven.
-

Tabel 2 Voorbeeld van de uitkomstentabel

Alle getallen in Netto Contante Waarde	Variant 1	Variant 2	Effect valt bij stakeholder(s)...
KOSTEN			
Kosten in voorbereiding	XXX	XXX	Organisatie (-)
Kosten in evenementjaar	XXX	XXX	Organisatie (-)
Totale kosten	XXX	XXX	
BATEN			
Ticketopbrengsten	XXX	XXX	Sportbond (+)
Bestedingen	XXX	XXX	Ondernemers (+)
Sponsorwaarde en bijdragen van derden	XXX	XXX	Organisatie (+)
Ruimtelijke legacy	XXX (of: PM)	XXX (of: PM)	Gemeente (+)
Werkgelegenheid	XXX (of: PM)	XXX (of: PM)	Jongeren (+)
Gezondheid	XXX (of: PM)	XXX (of: PM)	Sporters (+)
Beleving, sociale cohesie en betrokkenheid	XXX (of: PM)	XXX (of: PM)	Bewoners en fysiek gehandicapten (+)
Milieu en overlast	XXX (of: PM)	XXX (of: PM)	Bewoners (-)
Totale baten	XXX + PM	XXX + PM	
RESULTAAT			
Totale kosten			
Totale baten			
Resultaat			

- De distributieanalyse geeft je ook inzicht waar de mogelijke ondersteuning voor en weerstand tegen het evenement te verwachten zijn.
 - Stakeholders die vooral kosten maken of last hebben van negatieve effecten gaan zich mogelijk tegen het evenement verzetten. De distributieanalyse kan aanleiding bieden om kosten te herverdelen (bijvoorbeeld minder sponsoring en meer publieke bronnen) of negatieve effecten te minimaliseren (bijvoorbeeld door compensatie in de vorm van gratis toegang).
 - Stakeholders die vooral baat hebben horen waarschijnlijk bij de supporters van het evenement. Dit kan iets zeggen over de betalingsbereidheid: stakeholders die veel baat hebben zijn mogelijk bereid om ook te mee te betalen aan het sportevenement, bijvoorbeeld in de vorm van subsidies of sponsoring maar ook in niet financiële zin, bijvoorbeeld via vrijwilligerswerk.

4. Terugkijken en leren

- Beschouw de resultaten uit de ex-ante MKBA als kans voor optimalisatie van het evenement. Zeker bij terugkerende evenementen kunnen de inzichten uit de MKBA gebruikt worden om aandacht te besteden aan het vergroten van de baten, het verkleinen van negatieve effecten en het besparen van kosten bij een volgende editie. Hiervoor is het handig om zowel ex-ante als ex-post analyses uit te voeren.

5. Betekenis voor beleidsmakers

- Let op: De MKBA-methode levert 'kennis voor beleid' op. De MKBA is geen beslisinstrument die de beleidsmakers voorrekenet wat ze moeten doen. Het levert beleidsmakers informatie die hen ondersteunt bij hun besluitvorming, of die het mogelijk maakt om het debat op basis van meer objectieve, feitelijke gronden te voeren.

04

Toelichting indicatoren

4.1 Kosten

4.1.1 Beschrijving

Voor de organisatie van een sportevenement worden er noodzakelijkerwijs kosten gemaakt. Zowel in voorbereiding op het evenement (bijvoorbeeld: investeringen in faciliteiten) als tijdens het evenement (bijvoorbeeld: ceremonies).

4.1.2 Causaliteit

Alle kosten die gemaakt worden voor het sportevenement neem je mee in de MKBA. Er zijn een aantal uitzonderingen:

-
- Als er in het nulalternatief ook bepaalde kosten worden gemaakt. Je neemt in de MKBA alleen het verschil tussen de kosten in het nul- en projectalternatief mee.
 - Investeringen in weginfrastructuur, OV of de openbare ruimte waren al gepland maar worden door het evenement vervroegd uitgevoerd; net als bij de baten neem je dan alleen het verschil in kosten tussen de vervroegde en de oorspronkelijke planning mee (zie ook paragraaf 4.4).
 - Voor de inzet van vrijwilligers hoeven geen kosten opgenomen te worden (zie ook paragraaf 4.5).
 - Bijdragen "in kind" van sponsors of overheden gelden ook als kosten (bijvoorbeeld voor het gebruik van voorzieningen). Het kan zijn dat dit wegvalt tegen de baat "sponsorbijdragen" omdat de sponsor verwacht hiermee een bepaalde waarde te realiseren. Dan kunnen deze beide worden meegewogen (kost en baat).
 - Bij een ex-ante analyse ten behoeve van een investeringsbeslissing geldt dat kosten die in het verleden zijn gemaakt in principe worden beschouwd als "sunk costs" en daarmee niet relevant voor de vergelijking zijn.
-

Vanwege de methodologie van de MKBA kan het zijn dat de kosten in de begroting van de organisatie niet overeenkomen met de kosten in de MKBA. In de MKBA worden namelijk ook kosten meegenomen die niet in de begroting van de organisatie zitten, maar die wel door andere (overheids)partijen worden gemaakt.

4.1.3 Waardering

Omdat de kosten sterk afhankelijk zijn van het type evenement, neem je een project-specifieke raming in de MKBA-rekentool op. Om de juiste verdiscontering op deze kosten toe te passen, maak je daarbij een onderscheid tussen kosten in de jaren vóór het evenement en kosten tijdens het evenement.

Voor het berekenen van de kosten houden we de categorisering van de modelbegroting van VWS aan. In aanvulling daarop adviseren wij een post onvoorzien van 10% op de totale kosten op te nemen, tenzij deze al in de overige kostenposten impliciet is meegenomen.

4.2 Bestedingen

4.2.1 Beschrijving

Een sportevenement trekt meerdere groepen aan. Sporters en toeschouwers zijn de meest voor de hand liggende doelgroepen. Maar ook begeleiders van sporters, journalisten, organisatiemedewerkers en sponsors zijn vaak aanwezig bij een sportevenement. Al deze mensen besteden geld tijdens het evenement (of vlak ervoor of erna). Zij doen bestedingen in de horeca: consumptie en accommodatie. Toeschouwers besteden daarnaast ook geld aan tickets en merchandise.

Voor de causaliteit en waardering van bestedingen maken we een onderscheid tussen toeschouwers, sporters/begeleiders en professionele bezoekers (journalisten, organisatie, sponsors).

4.2.2 Causaliteit

Er is een causale relatie tussen de organisatie van een sportevenement en bestedingen van bezoekers wanneer deze bezoekers zonder het sportevenement hun geld elders hadden besteed. Hoe sterk de causale relatie is, verschilt per geografische scope en bezoekersgroep. Dit leggen we hieronder uit.

-
- Het is bij een MKBA vrij gebruikelijk om uit te gaan van een analyse van de kosten en baten op nationaal niveau. Voor sportevenementen die met VWS-subsidie werken, is dit ook een logisch uitgangspunt. Een analyse op nationaal niveau houdt in dat we de bestedingen van Nederlandse bezoekers niet als 'additioneel' beschouwen. De aanname is namelijk dat zij ook zonder het sportevenement hun geld in Nederland zouden besteden. Het evenement leidt in dit geval dus slechts tot een herverdeling van bestedingen binnen het onderzoeksgebied (Nederland).

- De analyse kan ook gemaakt worden voor een kleiner onderzoeksgebied. Zo zal een organiserende stad – zeker wanneer het evenement gemeentelijke subsidie ontvangt – vaak benieuwd zijn wat een sportevenement voor de stad aan bestedingen bijdraagt. In dat geval zijn de bestedingen van de bezoekers van buiten die stad wel additioneel. We veronderstellen immers dat zij, zonder het sportevenement, geld buiten de stad hadden besteed (ergens anders in Nederland).
- Ongeacht een nationaal of kleiner onderzoeksgebied zijn bestedingen van buitenlandse bezoekers additioneel. De veronderstelling is dat zij zonder het sportevenement niet naar Nederland waren afgereisd. Hun bestedingen waren dan überhaupt niet in de Nederlandse economie terechtgekomen. Er is echter één kanttekening: bij grote sportevenementen moet er voor buitenlandse (en binnenlandse) toeschouwers een correctie komen voor het 'crowding out' effect.

Crowding out

Behalve toeristen die naar Nederland komen voor een specifiek sportevenement, kunnen er juist ook toeristen wegblijven die anders wel waren gekomen. Een reden kan zijn dat de hotelprijzen tijdens het evenement omhooggaan. Er ontstaat dus 'verdringing'. Deze verdringing is hoger in steden waar de normale bezettingsgraad van accommodaties al hoog is, zoals in Amsterdam. In het onderzoek *VKMB Olympische Spelen 2028 (Rebel/Arup, 2011; inclusief verwijzingen naar ander onderzoek)* wordt hiervoor in de base case een correctie van 50% toegepast. Verder wordt gecorrigeerd voor toeristen die zonder het evenement sowieso in Nederland zouden zijn (15% in de base case; 'dubbeltellingseffect') en voor toeristen die zonder het evenement op een ander moment naar Nederland waren gekomen (15% in de base case; 'verplaatsingseffect'). In totaal worden de bestedingen van toeristen in deze studie dus met 80% gecorrigeerd.

De studie van Rebel/Arup gaat over de Olympische Spelen, één van de grootste sportevenementen die er is. Het is aannemelijk dat hoe kleiner het sportevenement is, hoe kleiner ook het aantal toeristen zal zijn dat hierop afkomt. Daardoor is het ook aannemelijk dat het verdringingseffect lager zal zijn bij kleinere evenementen. Voor het genoemde verplaatsingseffect en het dubbeltellingseffect kan je een zelfde redenatie aanhouden: hoe kleiner het evenement is (en hoe specifieker de sport is), hoe lager deze effecten zullen zijn. Bij een heel klein evenement is het logischer te veronderstellen dat een toerist specifiek voor dat ene sportevenement naar de betreffende stad afreist dan bij een groot en populair sportevenement als de Olympische Spelen.

Er kan met veel zekerheid aangenomen worden dat sporters/begeleiders en professionele bezoekers zonder het sportevenement niet naar de betreffende plek waren afgereisd. Ook is het logisch om te veronderstellen dat er bij deze groepen geen sprake is van verdringing, verplaatsing of dubbeltelling. Daarom kan je de bestedingen van sporters/begeleiders en professionele bezoekers in principe als volledig additioneel beschouwen. Dat geldt niet voor sporters/begeleiders en professionele bezoekers uit

Nederland en als je de analyse op nationale schaal doet (zelfde argument als hiervóór; dat leidt slechts tot een herverdeling binnen Nederland).

Het bovenstaande staat in de volgende tabel samengevat:

Tabel 3 Additionaliteit bestedingen bezoekers

Bezoekersgroep	Onderzoeksgebied Nederland	Onderzoeksgebied kleiner dan Nederland
Toeschouwers uit eigen stad, regio of provincie	0%	0%
Toeschouwers uit rest NL	0%	100% (- % crowding out)
Toeschouwers uit buitenland	100% (- % crowding out)	100% (- % crowding out)
Sporters/begeleiders uit eigen stad, regio of provincie	0%	0%
Sporters/begeleiders uit rest NL	0%	100%
Sporters/begeleiders uit buitenland	100%	100%
Professionele bezoekers uit eigen stad, regio of provincie	0%	0%
Professionele bezoekers uit rest NL	0%	100%
Professionele bezoekers uit buitenland	100%	100%

Tot slot: het geldt dat bezoekers besteden zal meestal niet allemaal in Nederland blijven, maar voor een deel naar het buitenland 'weglekken'. Bijvoorbeeld omdat een restaurant waar bezoekers gaan dineren producten uit het buitenland importeert. Er moet ook gecorrigeerd worden voor dit weglekeffect. In de studie *VKMB Olympische Spelen 2028 (Rebel/Arup, 2011)* wordt een weglekeffect van 50% gebruikt voor bestedingen.

4.2.3 Waardering

Ticketopbrengsten

De ticketopbrengsten worden in de rekentool apart berekend van overige bestedingen, omdat de prijs per evenement sterk verschilt. Bij gratis sportevenementen zijn er überhaupt geen ticketopbrengsten. Bij betaalde evenementen is de volgende informatie nodig voor de waardering:

1. Aantal toeschouwers
2. Gemiddeld aantal bezoeken per toeschouwer
3. Gemiddelde gerealiseerde ticketprijs
4. Additionaliteit per toeschouwersgroep
5. Weglekeffect ticketopbrengsten

De totale ticketopbrengsten zijn te berekenen door deze vijf factoren te vermenigvuldigen. Hieronder volgt een toelichting op alle vijf punten.

Het aantal toeschouwers, gemiddeld aantal bezoeken per toeschouwer en de ticketprijs (punten 1, 2 en 3) zijn erg afhankelijk van het type evenement. Je kan hier zelf een inschatting van maken:²

- Voor het aantal toeschouwers en het aantal bezoeken per toeschouwer (punten 1 en 2) kan het nuttig zijn om bijvoorbeeld te kijken naar eerdere edities van het evenement.
- De ticketprijs bevat op zichzelf geen onzekerheid, omdat dit een keuze van de organisatie is. Maar voor het berekenen van de gemiddelde gerealiseerde ticketprijs (punt 3) moet er nog een correctie voor de uitgifte van vrijkaarten en kortingskaarten plaatsvinden. De omvang hiervan kan je ook schatten op basis van bijvoorbeeld eerdere edities.

De additionaliteit van toeschouwers (punt 4) volgt uit de bovenstaande tabel. We raden aan om deze percentages aan te houden en er alleen van af te wijken als daar goede redenen voor zijn. Je kan zelf een inschatting maken van het crowding out effect. Bij een ex-post MKBA zou je dit kunnen meten met behulp van een enquête onder toeschouwers; bij een ex-ante MKBA zal je zelf een prognose moeten geven van de verwachte mate van verdringing, dubbeltelling en verplaatsing, op basis van de grootte van het sportevenement, het type sport en waar het gehouden wordt (zie bovenstaand kader).

Of bestedingen aan tickets weglekken naar het buitenland hangt af van wie het evenement organiseert en in hoeverre de opbrengsten worden afgeroomd door een internationale organisatie. Wanneer een internationale sportbond bijvoorbeeld alle ticketopbrengsten afroemt, is het weglekeffect 100%. Int daarentegen de organisatie zelf alle ticketopbrengsten, dan is het weglekeffect juist 0%. Een uitkomst tussen de 0% en 100% is ook mogelijk. Je kan hier zelf een inschatting van maken, afhankelijk van de afspraken die er zijn gemaakt over aan wie de ticketopbrengsten ten goede komen.

² Waar we in dit hoofdstuk erop wijzen dat je zelf een inschatting kan maken van cijfers, bedoelen we bij een ex-ante MKBA. Bij een ex-post MKBA kan je werken met gerealiseerde cijfers in plaats van prognoses.

Overige bestedingen

Voor het waarderen van de overige bestedingen is de volgende informatie nodig:

1. Aantal toeschouwers, sporters/begeleiders en professionele bezoekers
2. Gemiddelde verblijfsduur per bezoekersgroep
3. Gemiddelde bestedingen per dag per bezoekersgroep
4. Additionaliteit per bezoekersgroep
5. Weglekeffect overige bestedingen

De bestedingen zijn te berekenen door deze vijf factoren te vermenigvuldigen.

Hieronder volgt een toelichting op alle vijf punten.

Het aantal toeschouwers, sporters/begeleiders en professionele bezoekers (punt 1) is erg afhankelijk van het type sportevenement. Je kan hier zelf een inschatting van maken, bijvoorbeeld op basis van eerdere edities van het evenement. Bij het aantal toeschouwers zal je een onderscheid moeten maken tussen *dagbezoekers*, uit het binnen- en buitenland, en *verblijfsbezoekers*, alleen uit het buitenland. Het verschil leggen we hieronder verder uit.

Ook de verblijfsduur (punt 2) is erg afhankelijk van het type evenement. Het is daarom hierbij belangrijk om een eigen inschatting te maken:

- Bij evenementen met een duur van een dag (zoals veel breedtesportevenementen), kan je voor de gemiddelde verblijfsduur van toeschouwers uitgaan van één dag. Dit geldt zowel voor de binnenlandse toeschouwers als buitenlandse toeschouwers (uit België en Duitsland) die – met de auto of trein – voor één dag naar Nederland komen. Dit noemen we: ‘dagbezoekers’. Mogelijk dat de verblijfsduur van andere, buitenlandse toeschouwers hoger ligt als zij er ook nog een city trip aan koppelen, bijvoorbeeld 2 tot 3 dagen. Deze groep toeschouwers noemen we: ‘verblijfsbezoekers’.
- Bij meerdaagse evenementen zullen dagbezoekers vaak voor een enkele wedstrijd komen en gemiddeld dus niet meer dan één dag blijven (verblijfbezoekers langer). Maar bij meerdaagse sportevenementen waar veel passe-partouts worden verkocht, is dit mogelijk anders en kan het hoger zijn. De kenmerken van het evenement zijn dus belangrijk om een goede schatting van de gemiddelde verblijfsduur te kunnen geven.

- De verblijfsduur van de sporters/begeleiders en professionele bezoekers zal in veel gevallen afhangen van de duur van het evenement. Bijvoorbeeld: een tennisser die de finale haalt is de hele looptijd van het sportevenement aanwezig. Een andere tennisser, die in de eerste ronde al wordt uitgeschakeld, zal meestal na een aantal dagen weer vertrekken. Voor media en het organiserend personeel zal in veel gevallen gelden dat ze het hele evenement aanwezig zijn. Afgaand op de kenmerken van het sportevenement kan je op deze manier een onderbouwde inschatting van de gemiddelde verblijfsduur van deze bezoekersgroepen geven.

De factor gemiddelde bestedingen (punt 3) is, wederom, sterk afhankelijk van het soort evenement. Er zijn kengetallen beschikbaar voor de bestedingen die binnenlandse en buitenlandse toeristen doen. Het NTBC publiceert elke 4 à 5 jaar cijfers het rapport *Inkomend Toerisme* (meest recent: 2014) over de gemiddelde bestedingen van buitenlandse toeristen in Nederland en CBS e.a. publiceren jaarlijks het *Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd* (meest recent: 2017). Wanneer je deze kengetallen gebruikt adviseren we om voor professionele bezoekers aan sportevenementen met het bedrag te rekenen dat zakelijke bezoekers in Nederland besteden en voor toeschouwers en sporters/begeleiders met het bedrag dat binnenlandse en buitenlandse toeristen in Nederland besteden³:

- Buitenlandse toeschouwers en sporters/begeleiders: 162 euro p/d
- Buitenlandse professionele bezoekers: 307 euro p/d
- Binnenlandse toeschouwers en sporters/begeleiders: 36 euro p/d
- Binnenlandse professionele bezoekers: 307 euro p/d

Deze cijfers zijn alleen realistisch voor de allergrootste sportevenementen, zoals een WK Voetbal of Olympische Spelen, waar relatief veel verblijfsbezoekers zijn die geld aan overnachtingen spenderen. De WESP heeft veel onderzoek gedaan naar de gemiddelde bestedingen van bezoekers aan (kleinere) sportevenementen. We adviseren je om je voor de gemiddelde bestedingen te baseren op een (qua evenement) vergelijkbaar

³ We hebben de gemiddelde bestedingen voor buitenlandse en binnenlandse toeschouwers en sporters/begeleiders zelf gecorrigeerd voor het deel dat toeristen reeds aan toegangsprijzen spenderen, om dubbel telling met ticketopbrengsten te voorkomen. In het rapport *Inkomend Toerisme* (NTBC, 2014) staat vermeld dat 4% van de gemiddelde bestedingen van buitenlandse bezoekers aan 'excursies & toegangskarten' opgaat. Maar hierin zijn ook zakelijke bezoekers, die over het algemeen geen vrijetijdskosten maken, en de kosten voor vervoer meegenomen. Het *Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd* (CBS e.a., 2017) vermeldt dat 13% van de directe vrijetijdsbestedingen en 10% van alle vrijetijdsbestedingen (inclusief vervoer en vaste kosten) van Nederlanders aan 'toegangsprijzen' wordt besteed. Wij gebruiken op basis van deze cijfers een correctie van 10%.

onderzoek dat al door de WESP is gedaan. Om je op weg te helpen geven we een aantal voorbeelden:

Tabel 4 Voorbeelden bestedingsgedrag uit WESP-studies

	EK Inline Skating 2016	Girostart Gelderland 2016	Windmill Cup 2016
TOESCHOUWERS			
Dagbestedingen tijdens evenement	29 euro p/d	44 euro p/d	70 euro p/d
Dagbestedingen rond evenement	35 euro p/d	33 euro p/d	27 euro p/d
Verblijfbestedingen per overnachting	26 euro p/d	44 euro p/d	27 euro p/d
SPORTERS/BEGELEIDERS			
Dagbestedingen tijdens evenement	24 euro p/d	1.356.000 euro (in totaal)	64 euro p/d
Dagbestedingen rond evenement	50 euro p/d		64 euro p/d
Verblijfbestedingen per overnachting	20 euro p/d		37 euro p/d

Bron: http://www.open-onderzoek.org/tiki-index.php#contentuser_tabset_01-2

De attributiepercentages (punt 4) volgen uit de tabel hierboven. Wij raden aan om deze percentages aan te houden. Eventueel kan ervan afgeweken worden, als daar goede redenen voor zijn.

Voor het weglekeffect van overige bestedingen (punt 5) gaan we uit van 50%. Je kan hier eventueel van afwijken, bijvoorbeeld als er relatief veel lokale of relatief veel internationale horecaondernemers in de buurt van het sportevenement zijn gevestigd.

4.3 Sponsorwaarde en bijdragen van derden

4.3.1 Beschrijving

Bedrijven kunnen verschillende redenen hebben om een evenement te sponsoren. De belangrijkste reden is om met zichtbaarheid van het merk, via het sportevenement, de consumptie van het product of dienst van het bedrijf te vergroten ('mediawaarde'). Andere redenen zijn: het bereiken van potentiële werknemers, het entertainen van personen uit het netwerk (klanten, investeerders of relaties van het bedrijf) door ze uit te nodigen voor het sportevenement, of het genereren van bepaalde associatie bij het merk die is gekoppeld aan het sportevenement of aan de specifieke sport. Tot slot kan een motief voor sponsoring van een sportevenement zijn dat het een middel is voor bedrijven om gegevens over bezoekers te verkrijgen. Alle beschreven redenen om een evenement te sponsoren noemen wij samen: 'sponsorwaarde'.

Organisatoren van een evenement kunnen daarnaast voor de organisatie ook een financiële bijdrage ontvangen van bijvoorbeeld sportorganisaties, fondsen, maatschappelijke organisaties en overheden (subsidies).

4.3.2 Causaliteit

Een sportevenement is een middel voor het bedrijfsleven om bepaalde doelgroepen te bereiken. Deze doelgroepen kunnen bestaan uit de sporters zelf, de bezoekers en eventueel uit tv-kijkers of volgers via andere media. Het bereiken van doelgroepen vertegenwoordigt voor bedrijven een bepaalde waarde, die we als additioneel beschouwen. Mediawaarde is overigens niet bij elk type evenement, en ook niet voor elke sponsor, aan de orde. Een sponsor die bijvoorbeeld bij een evenement een speciale locatie inricht om gasten uit haar netwerk te ontvangen, stuurt niet op mediawaarde. Bron: *Zichtbaar sportief – Mediawaarde voor sportevenementen (Cornelis, 2018)*

Voor bijdragen van derden (sportorganisaties, fondsen, subsidieverstrekkers) geldt: de bijdragen zijn alleen additioneel als ze van buiten het onderzoeksgebied komen. Een EU-subsidie beschouwen we bijvoorbeeld wel als additionele baat voor het sportevenement, maar een VWS-subsidie niet. De redenering is hetzelfde als in de vorige paragraaf over bestedingen: de bijdragen waren zonder het sportevenement op een andere manier besteed en leiden daarom slechts tot een herverdeling binnen het onderzoeksgebied (Nederland). Als je uitgaat van een kleiner onderzoeksgebied dan Nederland is een VWS-subsidie wel additioneel.

Citymarketing

Een reden voor lokale overheden om een sportevenement te sponsoren kan zijn om de eigen stad te promoten ('citymarketing'). Dit is gericht op een toekomstige groei van toerisme of bedrijvigheid. In de literatuur hebben we nauwelijks onderbouwing kunnen vinden over een causale relatie tussen het organiseren van een sportevenement en toekomstige economische groei. Daarom nemen we dit effect niet mee in de MKBA.

Overheden kunnen daarnaast ook evenementen sponsoren voor maatschappelijke doeleinden, zoals het verhogen van sportparticipatie of organiseren van 'een leuk feestje' voor bewoners. Deze effecten komen bij de andere indicatoren terug. We laten het hier verder buiten beschouwing, omdat het anders tot een dubbel telling zou leiden.

Waardering

Het uitgangspunt dat wij hanteren bij de waardering van sponsorwaarde is dat deze waarde tot stand komt onder concurrentie. Dat betekent dat bedrijven naast het sportevenement alternatieve manieren hebben om dezelfde doelgroep te bereiken. Dit is een versimpeling van de werkelijkheid, maar het stelt ons in staat om de hoogte van

sponsorwaarde te berekenen door te kijken wat een sportevenement in de praktijk in totaal aan sponsorbijdragen ontvangt. Dit kan bestaan uit:⁴

- Directe sponsoring in cash
- Bijdragen in natura
- Inkomsten uit tv-rechten (voor zover deze niet worden afgeroomd door een internationale sportbond)

Om een goede inschatting van de totale sponsorbijdragen te maken kan je je bijvoorbeeld baseren op eerdere edities van het evenement.

Er is ook een methode om alleen mediawaarde (als onderdeel van sponsorwaarde) te waarderen. Dit is door het aantal kijkers naar het sportevenement te vermenigvuldigen met de economische waarde per bereikte kijker. In het rapport *Zichtbaar sportief – Mediawaarde voor sportevenementen (Cornelis, 2018)* staat dat de volgende bedragen in Nederland gangbaar zijn:

Tabel 5 Vergelijking media en kijkerswaarde

Medium	Kijk- en luisterwaarde: euro per 1000 mensen
TV en internetreclame	10 – 30 euro
Radioreclame	5 – 15 euro
Bereik selecte doelgroep ⁵	30 – 90 euro

Als er voor een evenement voldoende informatie is om het bereik in termen van aantallen kijkers in te schatten, dan kan je deze cijfers vermenigvuldigen met bovenstaande waarden (waarden zijn per 1000 mensen). Let wel: de genoemde bedragen voor kijkerswaarde zijn afkomstig uit een enkele bron. We raden daarom aan om hier prudent mee om te gaan.

Voor de inkomsten uit bijdragen van derden (sportorganisaties, fondsen, subsidieverstrekkers) uit het buitenland kan je je ook baseren op eerdere edities van het evenement of, als je hier meer specifieke informatie over hebt, op eigen ramingen.

⁴ Het kan voorkomen dat een sponsor extra kosten maakt om het gewenste effect te bereiken. Denk bijvoorbeeld aan het inhuren van een enquêtebureau om data te verzamelen tijdens het evenement. Als deze kosten buiten de begroting van het sportevenement vallen, is het redelijk om de sponsorwaarde te corrigeren voor deze kosten.

⁵ Voornamelijk 'zakelijke beslissers'.

4.4 Ruimtelijke legacy

4.4.1 Beschrijving

Een sportevenement kan aanleiding zijn om te investeren in infrastructuur, vastgoed, sportfaciliteiten, OV en/of de openbare ruimte. Vooral bij grotere sportevenementen is dit aan de orde. Voor een WK voetbal wordt er bijvoorbeeld doorgaans veel geïnvesteerd in de bouw of het aanpassen van stadions en betere OV-verbindingen naar die stadions. Die investeringen kunnen, naast de investeringskosten, baten opleveren in de periode na het sportevenement. Investeren in weginfrastructuur en OV levert reizigers bijvoorbeeld minder vertraging op en dus een kortere reistijd.

4.4.2 Causaliteit

We maken voor de toerekenbaarheid van ruimtelijke investeringen een onderscheid tussen enerzijds tijdelijke voorzieningen en anderzijds permanente voorzieningen en infrastructuur.

Investeren in tijdelijke voorzieningen leiden alleen tot kosten, niet tot baten. Deze voorzieningen verdwijnen immers na afloop van het evenement weer. Een uitzondering is als de voorziening tijdelijk is maar na het evenement voor nog een ander doeleinde wordt gebruikt, zoals een concert. In dat geval moet je bepalen welk deel van de kosten voor de tijdelijk voorziening aan het sportevenement moet worden toegerekend (en welk deel aan de andere bestemming).

De aanleg van permanente voorzieningen en infrastructuur leidt, naast de investeringskosten, wel tot baten. In sommige gevallen kunnen deze baten (deels) tot het sportevenement toegerekend worden, namelijk: als de voorzieningen en infrastructuur er zonder het evenement niet, of pas op later moment, zouden zijn gekomen. Helaas is dit zelden makkelijk na te gaan. Bijvoorbeeld: de vraag of bepaalde nieuwe OV-verbindingen zonder het sportevenement de komende X jaar niet zouden zijn gerealiseerd, vergt een onderbouwde uitspraak van een decentrale overheid over de langetermijnplanning van het OV in dat gebied.

4.4.3 Waardering

Bij het waarderen van tijdelijke voorzieningen worden alleen de investeringskosten opgenomen in de MKBA.

Investerings in permanente voorzieningen en infrastructuur kan je als volgt waarderen:

- **Sportfaciliteiten:** saldo van investeringskosten en verwachte toekomstige exploitatiewaarde van de faciliteit na afloop van het evenement. De verwachte toekomstige exploitatiewaarde vertegenwoordigt dan een fictieve verkoopwaarde. De exploitatiewaarde kan overigens ook negatief zijn.
- **Vastgoed:** saldo van investerings- en transformatiekosten en verwachte opbrengsten (uit de verkoop) na afloop van het evenement. Voor bijvoorbeeld een pers- en mediacentrum dat na het evenement als kantoorpand wordt gebruikt, kan je een berekening maken van het aantal m² en de vigerende huurprijzen per m² voor kantoren in dat gebied.
- **Weginfrastructuur en OV:** saldo van investeringskosten en winst in termen van reistijdbaten. Als het gaat om een vervroeging van een reeds geplande investering, gelden de kosten en de reistijdbaten slechts voor het aantal jaren dat de investering vanwege het sportevenement naar voren is gehaald.

Bron: *VKMB Olympische Spelen 2028 (Rebel/Arup, 2011)*.

Bij investeringen in de openbare ruimte (bijvoorbeeld opknappen van een rotonde of straat) zijn alleen de investeringskosten in euro's uit te drukken. De baat is een kwalitatieve waardering door bewoners van een schone en visueel aantrekkelijke stad. Als het gaat om een vervroeging van een reeds geplande investering in de openbare ruimte, gelden de investeringskosten (en kwalitatieve baten) slechts voor het aantal jaren dat de investering vanwege het sportevenement naar voren is gehaald.

4.5 Werkgelegenheid

4.5.1 Beschrijving

Bij de organisatie van een sportevenement zijn meerdere werknemers en vrijwilligers betrokken, zoals voor beveiliging, schoonmaak en hospitality. Een mogelijke baat van sportevenementen is daarom dat het werkgelegenheid creëert.

4.5.2 Causaliteit

Normaalgesproken worden werkgelegenheidseffecten in MKBA's als niet additioneel beschouwd. De veronderstelling daarbij is dat de betreffende werknemers ook in het nulalternatief een baan hadden gehad of gevonden. Een uitzondering geldt als er specifiek wordt voorzien in het creëren van tijdelijk of vast werk voor mensen die uitkeringsgerechtigd zijn. Hoewel mensen met een tijdelijke baan het risico lopen om na

het evenement weer terug in de uitkering te raken, zal het voor een deel wel de kans verhogen om na het evenement een vaste baan te vinden.

Andere werkgelegenheidseffecten ontstaan als er bij het sportevenement vrijwilligers worden ingezet of als het een podium biedt om werkervaring (stages) op te doen.

4.5.3 Waardering

Als er bij het sportevenement gericht wordt ingezet op uitkeringsgerechtigden aan een baan helpen, kan je dat economisch waarderen. Een onderdeel van die waardering is bijvoorbeeld de besparing op publieke uitkeringslasten. Werkgelegenheidseffecten zijn niet specifiek voor sportevenementen, maar veel breder. Over de waardering in MKBA's is reeds uitgebreid nagedacht. We verwijzen hiervoor naar de *Werkwijzer kosten-batenanalyse in het sociale domein (SEO, 2016)*. Als je een waardering geeft aan werkgelegenheidsbaten is er een in de rekentool de mogelijkheid om een onderscheid te maken tussen baten die tijdelijk zijn (tijdens het evenement) en structureel zijn (x-aantal jaren na het evenement).

De netto waardering van onbetaalde arbeid (vrijwilligerswerk) in MKBA's is nul. Ook hiervoor verwijzen wij naar de *Werkwijzer kosten-batenanalyse in het sociale domein (SEO, 2016)*.

Het aantal stage- en werkervaringsplekken bij een evenement kan je kwantitatief (aantal plekken) of kwalitatief waarderen in de MKBA. Een situatie om het eventueel te monetariseren is als er een tekort aan stageplekken bestaat, waardoor het evenement verrijking biedt aan stagiairs om praktijkervaring op te doen (die ze anders niet hadden opgedaan). Dit vereist wel een specifieke probleemanalyse. Een wijze om dit dan te waarderen is door de stageplekken te vertalen in minder vroegtijdig schoolverlaters (wat in euro's is uit te drukken), voor het aantal jongeren waarvoor die stage een startkwalificatie biedt.

4.6 Gezondheid door bewegen

4.6.1 Beschrijving

Sportevenementen nodigen uit tot bewegen. Sporters zelf trainen in aanloop naar het evenement en kijkers van sport (bezoekers van het evenement of kijkers via media) kunnen gemotiveerd raken om te gaan bewegen. Meer beweging kan, voor sommige mensen, leiden tot een betere gezondheid. Maar het kan ook het risico op blessures vergroten.

Er zijn vier typen gezondheidsbaten:

1. Besparing op zorgkosten door minder het risico op bepaalde aandoeningen
2. Toename van de kwaliteit van leven door een betere gezondheid
3. Toename van de levensverwachting als gevolg van een betere gezondheid
4. Toename van de zorg- en verzuimkosten als gevolg van blessures

Bron: *De sociaal-economische waarde van sport en bewegen* (Ecorys, 2017).

Omdat we kijken naar de effecten van een sportevenement, wat kan leiden tot een *tijdelijke* verhoging van de fysieke activiteit, laten we gezondheidsbaten 1 en 3 buiten beschouwing. Onze veronderstelling is namelijk dat daar een meer *structurele* verandering van fysieke activiteit aan ten grondslag ligt. We hebben het in het vervolg dus over een eventuele toename van de kwaliteit van leven door een betere gezondheid (punt 2) en een eventuele toename van zorg- en verzuimkosten door sportblessures (punt 4).

4.6.2 Causaliteit

We maken voor de causaliteit een onderscheid tussen breedtesporters, topsporters en de kijkers van sport:

-
- **Breedtesporters:** een sportevenement kan tot verhoogde fysieke activiteit van deelnemers aan breedtesport leiden, in aanloop naar het sportevenement. We hanteren een conservatief uitgangspunt: er treden alleen baten op voor deelnemers die onder de beweegnorm zitten en aangeven dat zij vanwege het sportevenement dusdanig extra beweegminuten maken dat zij boven de beweegnorm uitkomen. Bovendien moet de organisatie van het evenement er met gerichte interventies op inzetten.

 - **Topsporters:** onze aanname is dat één specifiek evenement topsporters niet aanzet tot meer fysieke activiteit. Ook als het sportevenement in het nulalternatief dan niet zou plaatsvinden (bijvoorbeeld in een ander land), is het aannemelijk om te veronderstellen dat topsporters hun tijd zouden besteden aan trainingssuren. Bovendien, als zij door het sportevenement wél meer fysieke activiteit zouden vertonen, leidt dit er niet toe dat zij daarmee boven de beweegnorm uitkomen en daadwerkelijk gezonder worden (zie hiervoor).

 - **Kijkers van sport:** het aanzetten van kijkers van sportevenement om zelf te gaan sporten is in de literatuur (vooralsnog) niet bewezen. We nemen daarom aan dat er geen causale relatie bestaat tussen sport kijken en aangezet worden om meer te gaan sporten.

Samenvattend: er kunnen gezondheidsbaten van een verhoogde fysieke activiteit bij breedtesporters optreden, onder de voorwaarde dat zij hiermee boven de beweegnorm uitkomen én dat hier door de organisatie met gerichte interventies op wordt ingezet.

Ook kijken we alleen naar *volwassen* deelnemers aan breedtesport, niet naar kinderen. Voor kinderen is de kans klein dat een sportevenement doorslaggevende invloed zal hebben op de fysieke activiteit. Andere factoren zoals invloed vanuit de thuisomgeving zijn hiervoor vrij bepalend.

Ten slotte is het belangrijk bij deze indicator om het nulalternatief goed in beeld te brengen; in hoeverre – als het sportevenement er niet was – waren er andere evenementen geweest of interventies gepleegd die erop gericht zijn om hetzelfde gezondheidseffect bij de betreffende breedtesporters te bereiken? Als hiermee in het nulalternatief ook (een deel van de) breedtesporters boven de beweegnorm waren uitgekomen, kan dit niet (volledig) als additioneel effect worden meegenomen.

4.6.3 Waardering

De netto waardering van gezondheidseffecten is het saldo van een betere kwaliteit van het leven door betere gezondheid (punt 2) en van extra zorg- en verzuimkosten door sportblessures (punt 4). De wijze om beide effecten te waarderen bespreken we hieronder.

Betere kwaliteit van het leven door betere gezondheid (positieve baat):

Voor het waarderen van dit effect moet je inzicht hebben in het aantal breedtesporters waar het effect voor opgaat, de extra minuten die zij bewegen in voorbereiding op het evenement, en de hoogte van het gezondheidseffect per betreffende breedtesporter.

Aantal breedtesporters waar het effect voor opgaat (en extra beweegminuten):

-
- Dit is het totaal aantal breedtesporters dat deelneemt aan het evenement, minus het aandeel dat vóór het evenement al boven de beweegnorm zat. De beweegnorm wordt vastgesteld door de Gezondheidsraad. Hiervoor verwijzen we naar hun website.
-
- Je kan nagaan of deelnemers vóór en na het evenement onder de beweegnorm zaten/zitten door een enquête uit te voeren. Van het aantal breedtesporters dat door de voorbereiding op het evenement boven de beweegnorm uitkwam, kan je de extra beweegminuten optellen. Ook dit zal je in een enquête moeten nagaan.

-
- Voor het uitvoeren van zulke enquêtes verwijzen wij je naar de studie *Deelnemersprofiel & gezondheidswaarde Marikenloop (HAN, 2017)*, waar dit is gedaan.

Gezondheidseffect per betreffende breedtesporter:

-
- Het aantal extra beweegminuten kan je vervolgens vermenigvuldigen met een kengetal voor gezondheidsbatens.
-
- Per 30 extra beweegminuten gaan mensen er 0,00022 Quality Adjusted Life Years (QALY) op vooruit. Bronnen: *Deelnemersprofiel & gezondheidswaarde Marikenloop (HAN, 2017)* en *A cost-effectiveness scenario analysis of four interventions to increase child and adolescent physical activity: the case of walking buses, free swimming, dance classes and community sports (Fordham & Barton, 2008)*.
-
- Eén QALY levert mensen 50.000 – 100.000 euro op. Bron: *Werkwijzer kosten- batenanalyse in het sociale domein (SEO, 2016)*.

Waardering van 'extra zorg- en verzuimkosten door sportblessures' (negatieve baat):

Voor het waarderen van dit effect moet je inzicht hebben in het aantal sportblessures dat door het evenement is ontstaan en de kosten per blessure.

Aantal sportblessures vanwege het evenement:

-
- Blessures kunnen zich voordoen bij alle deelnemers aan het sportevenement, dus niet alleen breedtesporters die door het evenement boven de beweegnorm uitkomen.
-
- Een algemene aanname is om uit te gaan van gemiddeld 2 blessures per 1000 uur sporten. Voor bepaalde sporten zijn er echter specifieke cijfers beschikbaar (bijvoorbeeld hardlopen: 5.3 blessures per 1000 uur). Deze getallen zijn te vinden op www.allesoversport.nl.
-
- Het alternatief is om het aantal blessures te meten door middel van een enquête onder de deelnemers. Het nadeel hiervan is dat je geen deelnemers in de meting meeneemt die in de voorbereiding zijn afgehaakt vanwege een blessure.

Zorg- en verzuimkosten per blessure:

- De gemiddelde zorgkosten per blessure zijn: 274 euro. Ook hiervoor geldt dat er variatie is per sport. Blessures als gevolg van fietsen of mountainbiken zijn bijvoorbeeld relatief duur. De verzuimkosten per blessure zijn: 526 euro.
- Deze getallen zijn te vinden op www.allesoversport.nl (cijfers uit 2013).

4.7 Beleving, sociale cohesie en betrokkenheid

4.7.1 Beschrijving

Een sportevenement bereikt vaak, niet als hoofddoel maar als bijkomend effect, bepaalde immateriële waarden. Dit zijn waarden als trots bij bewoners op hun stad of bij vrijwilligers op het evenement zelf, geluk en plezier bij sporters en toeschouwers of een gevoel van saamhorigheid onder kijkers. Ook kan een sportevenement het gevoel van betrokkenheid van specifieke doelgroepen, zoals mensen met een fysieke of geestelijke beperking, verhogen.

4.7.2 Causaliteit

Er is wetenschappelijk onderzoek gedaan naar de immateriële waarde van sportevenementen. In het artikel *Ex Ante and Ex Post Willingness to Pay for Hosting a Large International Sport Event* (De Boer e.a., 2018) staat een overzicht van deze immateriële waarden. Hierin wordt ook beschreven waarom zelfs bewoners die niet bezoekers zijn van het evenement er een waarde aan kunnen ontleen.

4.7.3 Waardering

Een wijze om de immateriële waarden die sportevenementen tot gevolg hebben in euro's uit te kunnen drukken, is het meten van de *Willingness-To-Pay (WTP)* van doelgroepen. De WTP is wat men maximaal bereid is te betalen om een product of dienst te bemachtigen. Of in het geval van sportevenementen: wat bewoners maximaal bereid zijn te betalen om het evenement in de eigen stad te laten plaatsvinden (of juist ergens anders) en wat toeschouwers maximaal bereid zijn te betalen om het evenement te bezoeken. We zien in de literatuur dat onderzoek naar WTP typisch wordt uitgevoerd bij relatief grote sportevenementen, en ook vaak enkele jaren vóór het evenement.

Onder meer bij de volgende sportevenementen in Nederland is de WTP bevraagd:

-
- Girostart Gelderland 2016
-
- Tourstart Utrecht 2015
-
- Jumping De Achterhoek
-
- Holland Ladies Tour
-
- EK Indooratletiek (bid / ex-ante)

De meeste WTP-onderzoeken bij sportevenementen zijn niet publiek gemaakt of de WTP-uitkomsten zijn buiten de publicatie gehouden. De waarden voor de Girostart Gelderland 2016 zijn gepubliceerd in het artikel *Ex Ante and Ex Post Willingness to Pay for Hosting a Large International Sport Event* (De Boer e.a., 2018). Hieruit volgt een gemiddelde WTP per bewoner van €3,58 (ex-ante gemeten) en €4,45 (ex-post gemeten) en een totale WTP van alle bewoners samen van €5.8 miljoen (ex-ante) en €7.1 miljoen (ex-post).

Het aantal bewoners met een positieve WTP varieerde bij de Girostart van 30% tot 39%. Dit geeft aan dat niet elke bewoner een positieve associatie met het evenement zal hebben. Sterker nog: bewoners zouden bereid kunnen zijn om te betalen zodat het evenement juist ergens anders wordt gehouden, omdat zij er hinder van ondervinden.

De WTP is sterk afhankelijk van de kenmerken van het evenement. Zo kunnen met de onderzoeken die momenteel beschikbaar zijn alleen vergelijkende onderzoeken worden gedaan voor het WK voetbal, de Olympische Spelen en het organiseren van de start van een grote wielerronde.

Voor overige evenementen geldt dat met name wanneer het belangrijkste motief voor de organisatie is om 'een feestje te houden', het wel interessant is de waarde van dit feestje te toetsen bij bewoners. Hiervoor zijn inmiddels goede methoden met enquêtevragen ontwikkeld. Deze methoden adresseren ook de mogelijke neiging van personen om hun WTP te overschatten. Overigens blijft overschatting van de WTP altijd een zorgpunt bij WTP-onderzoek vanwege het verschil tussen '*stated preferences*' en '*revealed preferences*', met name bij ex-antewaardering jaren voorafgaand aan het evenement.

Overige aandachtspunten bij het doen van WTP-onderzoek zijn:

- Er is een risico op dubbeltelling als lokale ondernemers zouden worden bevraagd. Hun WTP komt namelijk al in de bestedingen van bezoekers tot uiting. Als een horeca-eigenaar verwacht door het evenement meer omzet te draaien, zal hij de verwachte extra omzet meewegen in zijn WTP om het evenement naar de stad te halen.
- Er is onderscheid nodig tussen het meten van WTP bij bezoekers en bewoners (bezoekers zijn geneigd positiever te waarderen en dus niet representatief voor de WTP van bewoners).
- Bij de WTP van toeschouwers is er een belangrijke relatie met ticketopbrengsten. Hier moet in de vraagstelling rekening mee gehouden worden, om dubbeltelling te voorkomen.
- Het meten van eventuele negatieve betalingsbereidheid van bewoners zou een risico geven op dubbeltelling met de indicator 'milieu en overlast'. Als de negatieve WTP in een onderzoek wordt gemeten, zou deze indicator hiervoor dus gecorrigeerd moeten worden.

4.8 Milieu en overlast

4.8.1 Beschrijving

Een sportevenement kan ook bepaalde milieueffecten hebben en/of overlast veroorzaken. Zo kan de concentratie van veel bezoekers tot congestie en daarmee meer uitstoot van CO₂ leiden, een hogere concentratie van NO_x en fijnstof veroorzaken en bewoners hinderen vanwege volle wegen. Ook het sportevenement zelf kan overlast veroorzaken, bijvoorbeeld: een F1-race in de binnenstad zal leiden tot afgesloten wegen en geluidshinder.

Het hoeft overigens niet altijd om negatieve effecten te gaan. Hiervoor is het belangrijk om scherp te hebben wat het nulalternatief is. Als bijvoorbeeld een sportevenement leidt tot deels afgesloten wegen in een stad, kunnen bezoekers aan de stad (ook zij die niet voor het evenement komen, zoals winkelend publiek) kiezen om met het openbaar vervoer af te reizen, terwijl zij in het scenario zonder evenement met de auto waren gekomen. Dit kan per saldo dus tot een reductie in verkeersstromen leiden. Een sportevenement waar veel bezoekers met het OV naar afreizen kan bijvoorbeeld positieve milieueffecten hebben als men zonder het sportevenement vooral met de auto naar het strand, pretpark of ergens anders was gegaan.

4.8.2 Causaliteit

Het is vrij aannemelijk dat sportevenementen tot bepaalde negatieve baten voor de bewoners kunnen leiden. Welke effecten in welke omvang bij welk evenement optreden, is erg afhankelijk van het soort evenement (zie het voorbeeld van de F1-race hierboven).

4.8.3 Waardering

Je kan het best zelf een inschatting maken welke negatieve effecten in welke omvang optreden door het sportevenement. Wij adviseren om in ieder geval een kwalitatieve beschrijving hiervan op te nemen in de MKBA.

Het alternatief is om de effecten economisch te waarderen. Voor het kunnen waarderen van effecten als CO₂-uitstoot, NO_x, fijnstof en geluidshinder is onderzoek nodig naar de omvang van deze effecten door milieudeskundigen. Dit gebeurt in de praktijk vaak in het kader van MER-studies. Milieueffecten zijn niet specifiek voor sportevenementen, maar gelden veel breder. Over de waardering in MKBA's is al uitgebreid nagedacht. We verwijzen hiervoor naar de *Werkwijzer voor MKBA's op het gebied van milieu (CE Delft, 2017)*. Voor het kunnen waarderen van verkeersshinder is onderzoek nodig naar de omvang van dit effect door verkeersdeskundigen.

Bijlage - Hulpmiddel kwalitatief scoren van effecten

Indicator	Parameter	Score (1=laagst)					Argumentatie	Allocatie
		nvt	1	2	3	4		
<i>Zie handreiking voor meer informatie</i>							<i>Geef een toelichting bij de score</i>	<i>Noem stakeholder(s)</i>
Bestedingen	Ticket-opbrengsten							
	Overige bestedingen (niet zijnde tickets)							
	[andere parameter bestedingen]							
Sponsor-waarde en bijdrage van derden	Sponsorwaarde / mediawaarde							
	Bijdragen bond, fonds e.d.							
	Subsidie							
	[ander parameter sponsorewaarde en bijdrage derden]							

Indicator	Parameter	Score (1=laagst)					Argumentatie	Allocatie
		nvt	1	2	3	4		
<i>Zie handreiking voor meer informatie</i>							<i>Geef een toelichting bij de score</i>	<i>Noem stakeholder(s)</i>
Ruimtelijke legacy	Sportfaciliteiten							
	Vastgoed							
	Weginfrastructuur/ OV							
	Openbare ruimte							
	[andere parameter ruimtelijke legacy]							

Indicator	Parameter	Score (1=laagst)					Argumentatie	Allocatie
		nvt	1	2	3	4		
<i>Zie handreiking voor meer informatie</i>							<i>Geef een toelichting bij de score</i>	<i>Noem stakeholder(s)</i>
Werkgelegenheid	Werk voor uitkeringsgerechtigden							
	Stageplekken							
	[andere parameter werkgelegenheid]							
Gezondheid door bewegen	Fysieke activiteit breedtesporters							
	Sportblessures							
	[andere parameter gezondheid door bewegen]							

Indicator	Parameter	Score (1=laagst)					Argumentatie	Allocatie
		nvt	1	2	3	4		
<i>Zie handreiking voor meer informatie</i>							<i>Geef een toelichting bij de score</i>	<i>Noem stakeholder(s)</i>
Beleving, sociale cohesie en betrokkenheid	Beleving (trots, geluk, plezier)							
	Sociale cohesie							
	Betrokkenheid van specifieke doelgroepen							
	[andere parameter beleving, sociale cohesie en betrokkenheid]							
Milieu en overlast	Milieuoverlast (CO2 en fijnstof-uitstoot)							
	Geluidsoverlast							
	Verkeersoverlast (hinder)							
	[andere parameter milieu en overlast]							

Dit is een uitgave van de Nederlandse Sportraad

De Nederlandse Sportraad is een onafhankelijk adviesorgaan, dat zich richt op het versterken van de betekenis van sport voor de samenleving en op het vergroten van het rendement van sportevenementen, inclusief het ontwikkelen van een aansprekende evenementenagenda.

Dat doet de raad op transparante wijze samen met de betrokkenen uit het veld.

De NLsportraad bestaat uit negen leden onder voorzitterschap van Michael van Praag.

Adviezen van de NLsportraad zijn vernieuwend, onderbouwd door onderzoek en getoetst aan de praktijk, en daarmee praktisch uitvoerbaar.

Zie www.nederlandse-sportraad.nl

September 2018 | publicatienummer 2018-14

Vormgeving: Things To Make And Do