

# EK Beachvolleybal 2024 in Arnhem

Onderzoek naar de economische impact en maatschappelijke waarde  
van het EK Beachvolleybal voor de gemeente Arnhem

Eva Heijnen

Maart 2025



## Samenvatting en conclusie

### Samenvatting

- ▶ Het EK Beachvolleybal 2024 vond van 13 tot en met 18 augustus plaats in Nederland, met Arnhem als een van de drie gaststeden. In Arnhem werden wedstrijden gespeeld in een speciaal gebouwd stadion op het Marktpllein.
- ▶ Voor Arnhem werden 5.006 tickets gescand. Het evenement trok ongeveer 4.200 unieke bezoekers.

### Bezoekersprofiel

- ▶ De bezoekers waren gemiddeld 41 jaar oud, gelijk verdeeld over mannen en vrouwen, en vaak hoogopgeleid (77% hbo/wo). Bijna alle bezoekers (99%) kwamen uit Nederland, waarvan 22 procent uit Arnhem. Een kwart van de bezoekers heeft in de afgelopen twaalf maanden aan (beach)volleybal gedaan.

### Beleving

- ▶ Bezoekers waardeerden het EK Beachvolleybal gemiddeld met een 8,0, waarbij 76 procent een 8 of hoger gaf. Dit is vergelijkbaar met andere topsportevenementen in Nederland.
- ▶ Bij 90 procent van de bezoekers voldeed het bezoek aan de verwachtingen of overtrof deze.
- ▶ De Net Promoter Score (NPS) wijst op een positieve beoordeling: 88 procent van de bezoekers had een neutrale tot positieve houding, waarbij 43 procent het EK Beachvolleybal actief zou aanbevelen. 12 procent van de bezoekers was kritisch.

### Maatschappelijke waarde

- ▶ Het evenement droeg volgens 93 procent van de bezoekers bij aan een positief imago van Arnhem. Daarnaast gaf 85 procent aan een gevoel van saamhorigheid te hebben ervaren en vond 78 procent van de Arnhemse bezoekers het evenement een bron van trots.

- ▶ Een kwart van de bezoekers geeft aan door het bezoek aan het EK Beachvolleybal (veel) meer gemotiveerd te zijn om zelf (vaker) te gaan sporten.

### Economische impact en betekenis

- ▶ De EK Beachvolleybal in Arnhem heeft voor de gemeente Arnhem naar schatting 35.000 euro aan economische impact opgeleverd.
- ▶ Bezoekers deden gezamenlijk 87.000 euro aan additionele dagbestedingen en 20.000 euro aan overnachtingskosten.
- ▶ De organisatie had meer inkomsten uit Arnhem dan uitgaven in Arnhem en dat zorgt voor een negatieve organisatorische impact van 72.000 euro.
- ▶ Als we alle uitgaven van de bezoekers en organisatie in Arnhem meenemen dan komen we op een totale economische betekenis van 256.000 euro.

### TeamNL Sport Experience (TNSE)

- ▶ De TNSE respondenten bestonden grotendeels uit ouders die de vragenlijst namens hun kind invulden, deelnemers en begeleiders/vrijwilligers. Ruim de helft van de respondenten kwam uit Arnhem en de meeste deelnemers waren jong en sportief.
- ▶ De TNSE werd goed gewaardeerd met een gemiddeld rapportcijfer van 8,3. Deelnemers, bezoekers en begeleiders waardeerden vooral de variatie in activiteiten en de laagdrempelige opzet. Wel was er ruimte voor verbetering in de communicatie over het programma.
- ▶ De NPS wijst op een overwegend positieve beoordeling, aangezien 93 procent van de respondenten een neutrale tot positieve houding had; 42 procent zou de TNSE actief aanbevelen. 7 procent was kritisch.
- ▶ Ruim twee derde van de bezoekers, deelnemers en begeleiders ontdekte nieuwe sporten en voelde zich gestimuleerd om zelf (meer) te gaan sporten.

### Stadspanel Arnhem

- ▶ Van de respondenten van het Arnhems stadspanel (1.178 respondenten) heeft 21 procent over het EK gelezen in de media en 5 procent het evenement daadwerkelijk bezocht.
- ▶ 75 procent van het panel vond dat het EK Beachvolleybal bijdraagt aan een positief imago van Arnhem, 68 procent steunde de organisatie en 56 procent vond dat het evenement bij de stad past.
- ▶ 85 procent de panelleden ervoer geen overlast door het evenement.

### Conclusie

- ▶ Het EK Beachvolleybal 2024 werd positief ontvangen, met een gemiddelde waardering van 8,0. De maatschappelijke waarde van het evenement blijkt uit de ervaren impact op de stad en haar inwoners: volgens bezoekers en inwoners droeg het EK bij aan een positief imago van Arnhem en versterkte het gevoelens van saamhorigheid en trots. Daarnaast gaf een derde van de bezoekers aan meer gemotiveerd te zijn om te sporten.
- ▶ De economische impact was een positieve maar bescheiden nettobijdrage van 35.000 euro. De totale economische betekenis bedraagt 256.000 euro.
- ▶ De TNSE zorgde ervoor dat deelnemers nieuwe sporten ontdekten en zich gestimuleerd voelden om zelf (meer) te gaan sporten, in lijn met haar doel. Betere communicatie kan de betrokkenheid bij toekomstige TNSE-initiatieven vergroten.

## Inhoudsopgave

|                                               |           |
|-----------------------------------------------|-----------|
| Samenvatting en conclusie.....                | 1         |
| <b>Inhoudsopgave.....</b>                     | <b>3</b>  |
| <b>1. Inleiding .....</b>                     | <b>5</b>  |
| Achtergrond onderzoek.....                    | 5         |
| Methode.....                                  | 5         |
| Structuur van het rapport .....               | 6         |
| <b>2. Bezoekers .....</b>                     | <b>7</b>  |
| Bezoekersprofiel .....                        | 7         |
| Beleving.....                                 | 9         |
| <b>3. Maatschappelijke waarde.....</b>        | <b>10</b> |
| Draagvlak en imago.....                       | 10        |
| Sociale cohesie en trots.....                 | 10        |
| Sportparticipatie.....                        | 11        |
| Maatschappelijke activatie .....              | 11        |
| Opmerkingen van de bezoekers .....            | 12        |
| <b>4. Economische impact.....</b>             | <b>13</b> |
| Bezoekers.....                                | 13        |
| Overnachtingen bezoekers .....                | 15        |
| Bestedingen organisatie .....                 | 15        |
| Bestedingen deelnemers en begeleiding .....   | 16        |
| Bestedingen van mediavertegenwoordigers ..... | 16        |
| Totale economische impact .....               | 16        |
| Economische betekenis .....                   | 16        |

|                                                   |           |
|---------------------------------------------------|-----------|
| <b>5. TeamNL Sport Experience (TNSE).....</b>     | <b>17</b> |
| Profiel.....                                      | 18        |
| Beleving .....                                    | 19        |
| Communicatie .....                                | 20        |
| Maatschappelijke waarde .....                     | 21        |
| Draagvlak en imago .....                          | 21        |
| Sociale cohesie en trots .....                    | 21        |
| Sportparticipatie .....                           | 22        |
| Koppeling met EK Beachvolleybal .....             | 22        |
| <b>6. Stadspanel Arnhem .....</b>                 | <b>23</b> |
| Communicatie .....                                | 23        |
| Beleving .....                                    | 24        |
| Maatschappelijke waarde .....                     | 25        |
| <b>Bijlage 1 Methode .....</b>                    | <b>29</b> |
| Bezoekersonderzoek .....                          | 29        |
| Onderzoek TNSE .....                              | 29        |
| Onderzoek onder stadspanel .....                  | 30        |
| Vragenlijst bezoekers EK Beachvolleybal.....      | 31        |
| Vragenlijst TNSE.....                             | 32        |
| Kenmerken respondenten panelonderzoek Arnhem..... | 33        |



## **Onderzoek naar de economische impact en maatschappelijke waarde van het EK Beachvolleybal voor de gemeente Arnhem**

Opdrachtgever: Gemeente Arnhem

Auteur: Eva Heijnen

Sports & Economics Research Centre (SERC)

HAN University of Applied Sciences (HAN)

i: [www.sporteconomie.nl](http://www.sporteconomie.nl)

e: [eva.heijnen@han.nl](mailto:eva.heijnen@han.nl)

Foto's EK Beachvolleybal: Rinus Baak

Foto's TNSE via Mark Debets (Sportbedrijf Arnhem)

Het Sports & Economics Research Centre van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen is gespecialiseerd in het doen van economische impactanalyses, beleidsevaluaties en maatschappelijke kosten en baten van sport en bewegen.

## 1. Inleiding

- ▶ Van dinsdag 13 tot en met zondag 18 augustus 2024 vond het Europees Kampioenschap (EK) Beachvolleybal plaats in Nederland, met Arnhem als een van de drie gaststeden naast Den Haag en Apeldoorn. Op het Marktplaats in Arnhem werd speciaal voor dit evenement een stadion met zandveld opgebouwd, waar de beste Europese beachvolleyballers, zowel mannen als vrouwen, streden om de Europese titel.
- ▶ Tijdens het EK Beachvolleybal 2024 werden in Arnhem diverse wedstrijden gespeeld, waaronder poulewedstrijden van Nederlandse topduo's zoals Brecht Piersma & Wies Bekhuis en Leon Luini & Christiaan Varenhorst. Ook het duo Katja Stam & Raïsa Schoon speelde een poulewedstrijd op het Marktplaats.
- ▶ Het toernooi werd georganiseerd door de Nederlandse Volleybalbond (Nevobo) in samenwerking TIG Sports en Sportworx en werd ondersteund door lokale overheden zoals de provincie Gelderland en de gemeente Arnhem. De stad Arnhem was in 2022 al een van de gaststeden tijdens het WK Volleybal voor vrouwen.
- ▶ De TeamNL Sport Experience (TNSE) is een nieuw initiatief dat tijdens de zomer van 2024 in zeven Nederlandse steden werd georganiseerd, waaronder Arnhem. Het doel van de TNSE is om de maatschappelijke waarde van topsportevenementen te vergroten door jong en oud op een laagdrempelige manier met diverse sporten in contact te brengen. De TNSE in Arnhem vond plaats van 31 juli tot en met 11 augustus 2024 op de Markt met elke dag andere (sport)activiteiten.

## Achtergrond onderzoek

- ▶ De gemeente Arnhem vroeg het Sports & Economics Research Centre (SERC) van de Hogeschool Arnhem Nijmegen (HAN) het onderzoek naar de economische en maatschappelijke waarde uit te voeren. Volgens landelijke richtlijnen van de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP) wordt de economische impact op gestandaardiseerde wijze gemeten. Hierbij worden de directe additionele bestedingen als gevolg van het evenement in kaart gebracht en ook de maatschappelijke waarde, een bezoekersprofiel en de tevredenheid van de bezoekers. Tevens zijn bezoekers van de TNSE in Arnhem bevraagd naar hun ervaringen. Daarnaast heeft de gemeente zelf een aantal vragen uitgezet na het EK Beachvolleybal in haar stadspanel.

## Methode

Dit onderzoek bestaat uit drie deelonderzoeken:

- 123 bezoekers van het EK Beachvolleybal in Arnhem hebben tijdens en na het evenement een online vragenlijst ingevuld.
- 120 deelnemers, bezoekers of begeleiders/vrijwilligers bij de TNSE in Arnhem hebben gedurende drie dagen een online vragenlijst ingevuld.
- Na afloop van het evenement is een vragenlijst uitgezet via het stadspanel van Arnhem (inwoners van Arnhem). Dit leverde 1.178 respondenten op.

Voor alle drie de onderzoeksgroepen geldt dat de resultaten die verderop in deze rapportage worden beschreven door de kleine steekproef daarom een *indicatief* beeld geven van het evenement

en haar bezoekers. De resultaten van de inwoners zijn geen representatief beeld van alle Arnhemmers.

De totale bezoekersaantallen zijn verkregen via de organisator evenals de gegevens over inkomsten en uitgaven van de organisatie. Meer uitleg over de methode is te vinden in bijlage 1.

### **Structuur van het rapport**

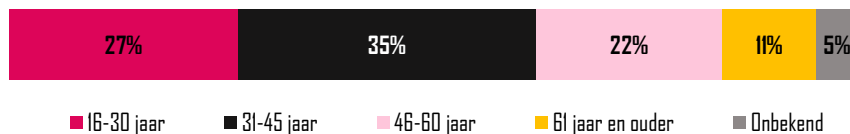
- In het volgende hoofdstuk wordt ingegaan op de kenmerken van de bezoekers en hun tevredenheid over het evenement. In hoofdstuk 3 wordt de maatschappelijke waarde van het evenement beschreven. Hoofdstuk 4 behandelt de economische impact. In hoofdstuk 5 komt de tevredenheid en maatschappelijke waarde van de TNSE aan bod. Tot slot worden in hoofdstuk 6 de resultaten van het onderzoek onder het stadspanel van Arnhem beschreven.

## 2. Bezoekers

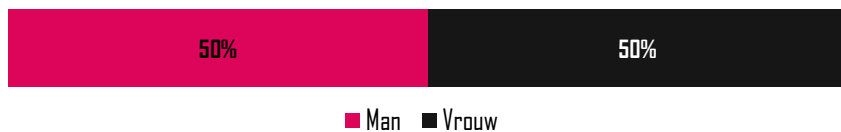
### Bezoekersprofiel

- ▶ Bijna alle bezoekers (96%) kwamen uit Nederland.
- ▶ Gelderland was met 63 procent van de Nederlandse bezoekers het best vertegenwoordigd. Daarnaast waren er kleinere groepen bezoekers uit alle andere provincies, waarbij de percentages per provincie varieerden tussen minder dan 1 procent (bijvoorbeeld Groningen en Drenthe) en maximaal 5 procent (zoals Utrecht, Noord-Holland, Noord-Brabant en Limburg). Van 6 procent van de bezoekers is het onbekend uit welke provincie ze komen, omdat zij geen postcode hebben ingevuld.
- ▶ 22 procent van de bezoekers kwam uit de gemeente Arnhem.
- ▶ De verhouding mannen en vrouwen was 50/50. De gemiddelde leeftijd van de bezoekers was 41 jaar. De grootste groep (35%) bestond uit mensen van 31 tot 45 jaar.
- ▶ 77 procent van de bezoekers heeft hbo- of wo-niveau als hoogst voltooide opleiding.

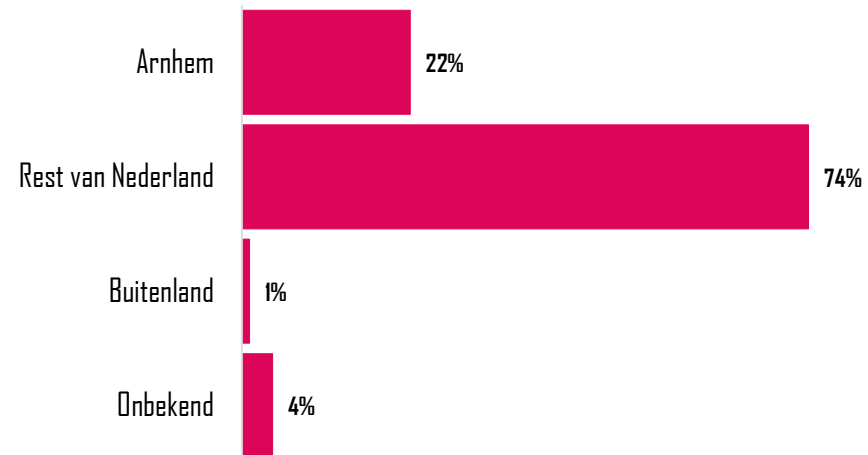
### Leeftijdsopbouw



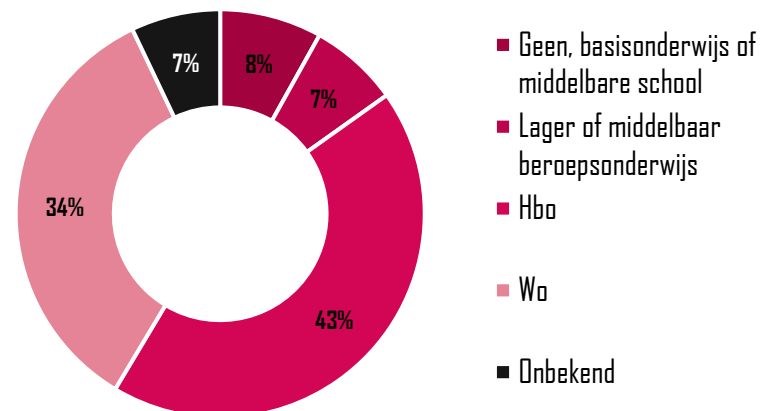
### Geslacht



### Herkomst



### Hoogst voltooide opleidingsniveau



### Beoefening (beach)volleybal

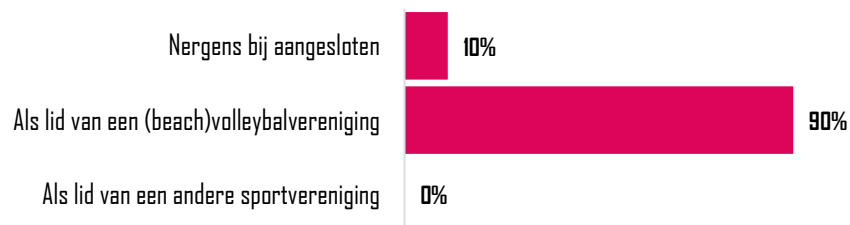
- Een kwart van de bezoekers (26%) heeft in de afgelopen twaalf maanden aan (beach)volleybal gedaan. 32 procent heeft dit niet in de afgelopen twaalf maanden gedaan, maar wel eerder. 42 procent heeft nog nooit aan (beach)volleybal gedaan, ook niet in het verleden.

Van de bezoekers die in de afgelopen twaalf maanden hebben gevolleybald, speelde 90 procent als lid van een (beach)volleybalvereniging. De overige 10 procent speelt (beach)volleybal zonder ergens bij aangesloten te zijn.

#### (Beach)volleybal afgelopen 12 maanden



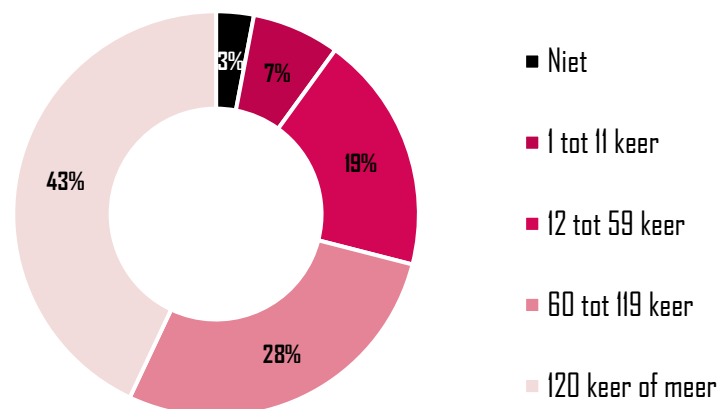
#### In welk verband (beach)volleybal



### Sportbeoefening

- Negen op de tien bezoekers heeft in de afgelopen twaalf maanden twaalf keer of vaker gesport. Slechts 3 procent van de bezoekers heeft niet gesport.
- (Beach)volleybal is de meest beoefende sport (20%), gevolgd door fitness (individueel of groepslessen; 19%) en hardlopen (14%).
- Van de sportende bezoekers geeft 44 procent aan dat zij hun meest beoefende sport als lid van een sportvereniging beoefenen. Daarnaast beoefent 35 procent deze sport alleen of in een georganiseerde setting, en 19 procent in een zelf georganiseerde groep met familie, vrienden of kennissen. Verder sport 20 procent als abonnee, lid of cursist van een commerciële aanbieder, en 3 procent op een andere manier. Bezoekers konden hierbij meerdere antwoorden selecteren.

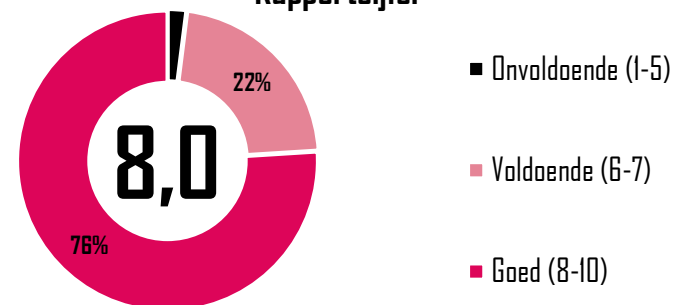
#### Sportfrequentie in de afgelopen 12 maanden



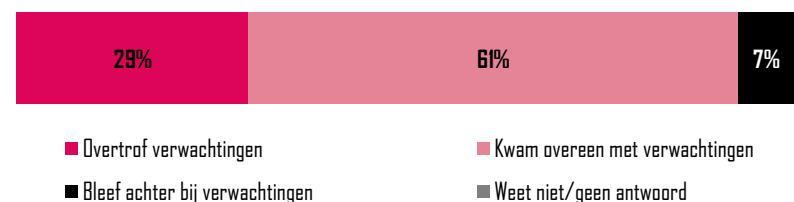
## Beleving

- ▶ Het gemiddelde rapportcijfer voor het evenement is een 8,0. Dit is vergelijkbaar met andere topsportevenementen in Nederland. 76 procent van de bezoekers gaf een 8 of hoger.
- ▶ Van de bezoekers gaf 29 procent aan dat het evenement hun verwachtingen overtrof. Zes op de tien bezoekers (60%) vonden dat het evenement overeenkwam met hun verwachtingen. Slechts 7 procent gaf aan dat het evenement tegenviel. 2 procent had geen antwoord op deze vraag.
- ▶ De resultaten van de Net Promoter Score (NPS) geven inzicht in de mate van tevredenheid en de bereidheid van bezoekers om het evenement aan te bevelen aan anderen:
  - ▶ **Criticasters (12%):** Dit zijn mensen die het evenement waarschijnlijk niet zouden aanbevelen aan anderen. Deze groep kan kritiekpunten hebben of teleurgesteld zijn in het evenement.
  - ▶ **Passieven (45%):** Deze mensen zijn redelijk tevreden met het evenement, maar zijn niet enthousiast genoeg om het actief aan anderen aan te bevelen. Ze vormen een neutrale groep en hun feedback kan waardevol zijn om het evenement aantrekkelijker te maken.
  - ▶ **Promoters (43%):** Dit zijn de enthousiaste bezoekers die het evenement graag zouden aanbevelen aan anderen. Ze zijn tevreden met het EK Beachvolleybal en fungeren als ambassadeurs voor het evenement en de stad Arnhem.
- ▶ Deze NPS wijst op een positieve beoordeling van het evenement door de bezoekers, omdat bijna de helft (43%) het evenement actief zou aanbevelen. Ter vergelijking bij het NK Wielrennen in Arnhem was dit 26 procent.

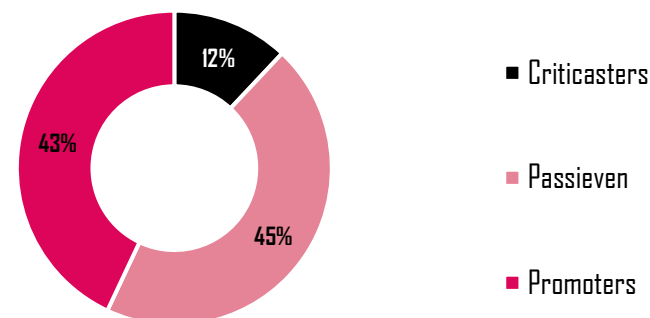
## Rapportcijfer



## Voldoen aan verwachtingen



## Net Promoter Score

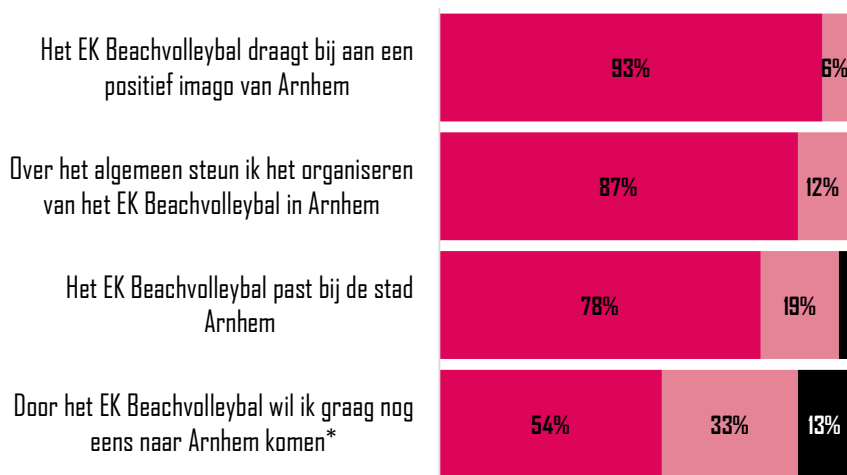


### 3. Maatschappelijke waarde

#### Draagvlak en imago

93 procent van de bezoekers vond dat het EK Beachvolleybal bijdraagt aan een positief imago van Arnhem. 87 procent van de bezoekers steunde het organiseren van het EK Beachvolleybal in Arnhem. 78 procent van de bezoekers vond het EK Beachvolleybal passen bij de stad Arnhem. Daarnaast gaf 54 procent van de bezoekers die niet in Arnhem wonen aan dat ze door het EK Beachvolleybal graag nog eens terug zouden komen naar de stad.

#### Draagvlak en imago



■ (Zeer) mee eens ■ Noch mee eens, noch mee oneens ■ (Zeer) mee oneens

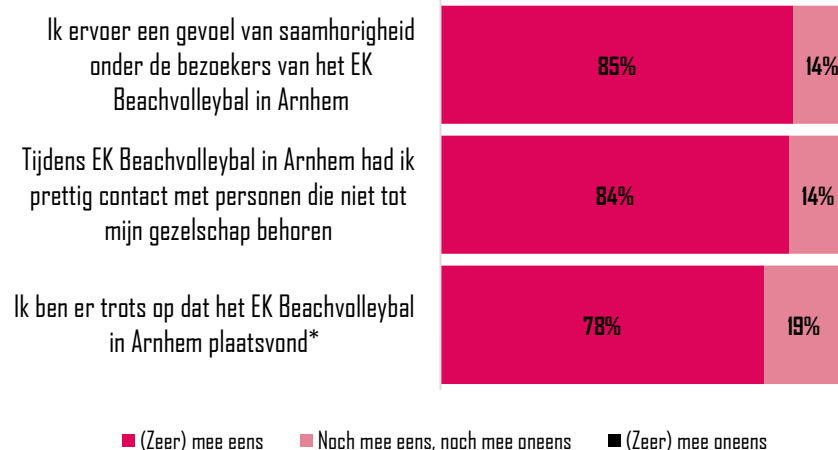
Toelichting: De categorie 'onbekend' is niet meegenomen in dit figuur.

\*Deze stelling is gesteld aan bezoekers niet afkomstig uit Arnhem.

#### Sociale cohesie en trots

85 procent van de bezoekers ervoer een gevoel van saamhorigheid tijdens het evenement. 84 procent had tijdens het EK Beachvolleybal prettig contact met personen die niet tot zijn of haar gezelschap behoorden. Daarnaast is 78 procent van de bezoekers uit Arnhem trots dat het EK Beachvolleybal in hun stad plaatsvond.

#### Sociale cohesie en trots



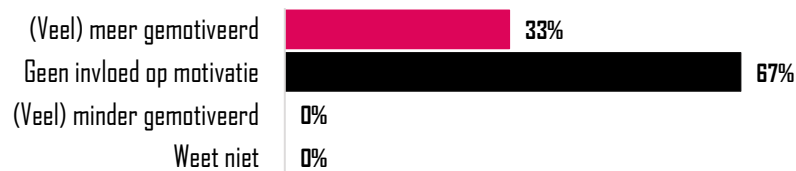
Toelichting: De categorie 'onbekend' is niet meegenomen in dit figuur.

\*Deze stelling is gesteld aan bezoekers afkomstig uit Arnhem.

## Sportparticipatie

Een derde van de bezoekers die geen lid waren van een volleybalvereniging geeft aan (veel) meer gemotiveerd te zijn om lid te worden van een sportvereniging door hun bezoek aan het EK Beachvolleybal. Twee derde (67%) zegt dat het evenement geen invloed heeft gehad op hun motivatie om lid te worden van een sportvereniging. Geen enkele bezoeker raakte door het EK Beachvolleybal gedemotiveerd om lid te worden van een sportvereniging.

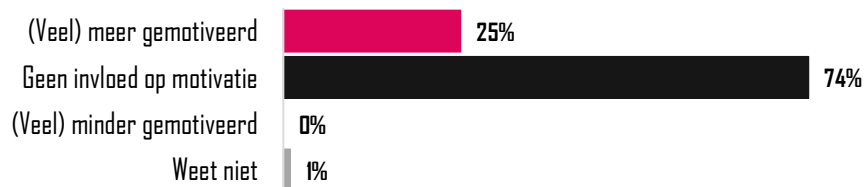
### Motivatie voor lidmaatschap sportvereniging\*



\*Deze vraag is gesteld aan bezoekers die geen lid zijn van een volleybalvereniging.

Een kwart van de bezoekers geeft aan door het bezoek aan het EK Beachvolleybal (veel) meer gemotiveerd te zijn om zelf (vaker) te gaan sporten. Voor 74 procent van de bezoekers heeft het evenement geen invloed gehad op hun motivatie, terwijl 1 procent geen antwoord wist te geven.

### Motivatie voor eigen sportdeelname



## Maatschappelijke activatie

In de periode voorafgaand aan het EK Beachvolleybal werd er gedurende twaalf dagen lang diverse sportactiviteiten georganiseerd bij het beachvolleybalstadion onder de noemer van de TSNE. In hoofdstuk 5 wordt hier dieper op ingegaan. Aan de bezoekers van het EK Beachvolleybal is gevraagd van welke activiteiten zij hebben gehoord:

- Eredivisie beachvolleybal (30%)
- Sterkste man van NL (23%)
- Volleybalexperience (13%)
- Luchtkussenfestival (10%)
- Stormbaan (8%)

Verder had 4 procent van de bezoekers gehoord van de Boogschietexperience, Atletiekexperience en Urbanexperience. De Voetbalexperience, Sportpubquiz en Zeskampexperience werden door 3 procent genoemd, terwijl 2 procent bekend was met de Campingexperience en France Expérience. De Finale van de Gelderse Zeskamp was bij 1 procent van de bezoekers bekend.

64 procent van de bezoekers was van geen enkele activiteit van de TSNE op de hoogte.

Van de bezoekers die wel bekend waren met de activiteiten geeft het merendeel aan dat zij niet aan deze activiteiten hebben deelgenomen. Een klein aandeel van de bezoekers heeft activiteiten zoals het Eredivisie beachvolleybal, de Stormbaan, de Sterkste van NL, Boogschietexperience, Atletiekexperience en Voetbalexperience bezocht.

## Opmerkingen van de bezoekers

*"Als tip voor volgend jaar zou ik mee willen geven duidelijk in de huisregels te vermelden dat eigen meegebrachte etenswaren niet toegestaan zijn. Dat stond nu niet duidelijk vermeld waardoor veel goed eten bij binnenkomst in de prullenbak werd gegoooid."*

*"Die dag dat ik er was heb ik geweldig genoten. Op naar het volgende toernooi."*

*"Heel leuk vond ik de typische volleybal jells te horen. En dat het met de dj in alle drie de steden hetzelfde was georganiseerd, getuige de tv beelden. Dus niet in den Haag anders dan in Arnhem."*

*"We hadden pech dat tijdens de eerste wedstrijden het heel hard regende. Het is natuurlijk lastig te organiseren maar iets overdekt zou dan wel welkom zijn."*

*"Ik ben ook op de Olympische Spelen in Parijs bij het beachvolleybal geweest met een vriendin. Dat was zo leuk dat ik mijn man heb meegenomen naar het EK. Je wordt als publiek echt meegenomen in het spel. Echt tof dat dit midden in de stad georganiseerd werd en leuk om te zien dat er twee weken lang sport centraal stond op de markt, ik heb veel kinderen zien sporten. Zien sporten, doet sporten, dat is belangrijk."*

*"Ik had een mindervalide ticket gekocht, omdat ik met een rollator kom en moeilijk kan traplopen. Helaas was het niet mogelijk naar de wedstrijden te gaan kijken zonder de trap op te lopen. Gelukkig waren er een paar sterke mensen die mij hebben geholpen, zodat ik toch gebruik kon maken van mijn ticket. Graag een volgende keer zorgen voor toegang zonder trap of geen minder valide tickets verkopen. In dat geval niet meer spreken van: Arnhem is een inclusieve stad."*

*"Vaker dit soort gave sportevenementen organiseren aub! Vaak ontgaat mij ook de sportevenementen die op Papendal worden georganiseerd. Dit zou wellicht ook wat beter gepromoot kunnen worden."*

*"Ik heb een topavond gehad! De sfeer was leuk en supergezellig, de twee mannen die aankondigden en tussendoor interactie hadden met het publiek deden dat leuk."*

*"Ik heb de bewegwijzering gemist vanaf het station. Jammer dat de weinige eettentjes buiten het beachvolleybal terrein stonden geen merchandise. Het voelde een beetje goedkoop aan alsof het even gauw uit de grond gestampt was."*

## 4. Economische impact

- ▶ De economische impact van een sportevenement wordt gedefinieerd als de extra bestedingen die door dit evenement veroorzaakt worden in een bepaalde afgebakende omgeving van het evenement, in dit geval de gemeente Arnhem. Het onderzoek voor de economische impact van een sportevenement richt zich in principe op de additionele uitgaven in de gemeente Arnhem. Deze gebiedsafbakening heeft tot gevolg dat bestedingen die zelf uit de gemeente Arnhem komen niet zijn meegerekend voor de impact voor de gemeente Arnhem en dat inwoners niet zijn meegenomen. Een additionele bezoeker is per definitie een bezoeker die niet uit Arnhem komt. Zoals eerder beschreven, zijn de uitkomsten met enige onzekerheid omgeven (123 respondenten).
- ▶ Ongeveer 65 procent van alle respondenten gaf in ons onderzoek aan dat ze zonder het evenement niet in Arnhem zouden zijn geweest. Dit zijn zowel bezoekers van binnen en buiten Arnhem.
- ▶ Bij de berekening van het percentage additionele bezoekers worden de bezoekers die woonachtig zijn in Arnhem zijn niet meegenomen in de berekeningen ongeacht of zij hebben aangegeven dat ze zonder het evenement niet in Arnhem zouden zijn geweest.

### Bezoekers

- ▶ Volgens de organisatie van het EK Beachvolleybal waren er voor Arnhem 6.204 tickets verkocht waarvan er 5.006 tickets zijn gescand (22% no show).
- ▶ Gemiddeld bezocht een bezoeker het evenement 1,2 dagen. Dit maakt dat er ongeveer 4.200 unieke bezoekers zijn geweest op het evenement.
- ▶ Van de 4.200 bezoekers woont 74 procent buiten Arnhem, wat neerkomt op ongeveer 3.100 bezoekers uit de rest van Nederland

en het buitenland. 22 procent van de bezoekers woont in Arnhem, wat neerkomt op ruim 900 bezoekers. Bij 4 procent van de respondenten was de woonplaats onbekend en kunnen we niet meenemen in de berekening.

- ▶ Van de 3.100 niet-Arnhemmers in ons onderzoek gaf 86 procent aan dat ze zonder het evenement niet in Arnhem zouden zijn geweest. Dit betekent dat afgerond **2.700** van de **bezoekers** door dit evenement als **additioneel** voor Arnhem kan worden gezien. Dit is ongeveer 63 procent van het **totaal aantal bezoekers**.
- ▶ De additionele bezoekers kwamen eveneens gemiddeld 1,2 dagen naar het evenement waardoor dit resulteerde in **3.300 additionele bezoeken** voor de gemeente Arnhem.

|                                            | Totaal       |
|--------------------------------------------|--------------|
| Aantal bezoeken                            | 5.006        |
| Aantal bezoeken per bezoeker               | 1,2          |
| Aantal bezoekers                           | 4.200        |
| Aandeel additionele bezoekers              | 63%          |
| Aantal additionele bezoekers               | 2.700        |
| Gem. aantal dagen per additionele bezoeker | 1,2          |
| <b>Totaal aantal additionele bezoeken</b>  | <b>3.300</b> |



- Een additionele bezoeker voor de gemeente Arnhem gaf bij het EK Beachvolleybal gemiddeld zo'n 26,48 euro per dag uit. Hiervan gaat het grootste gedeelte naar eten en drinken (ruim 19 euro). Vermenigvuldigd met het aantal **additionele bezoeken** (zie vorige bladzijde **3.300**) zorgt dit voor 87.000 euro aan additionele dagbestedingen van bezoekers in de gemeente Arnhem.

|                                              | Totaal          |
|----------------------------------------------|-----------------|
| Eten en drinken                              | € 19,31         |
| Openbaar vervoer                             | € 3,16          |
| Parkeren en brandstof, huur fietsen          | € 2,56          |
| Winkelen                                     | € 0,60          |
| (Andere) dagattracties/recreatie             | € 0,05          |
| Overige uitgaven                             | € 0,80          |
| <b>Gemiddelde additionele uitgaven</b>       | <b>€ 26,48</b>  |
| <b>Totale additionele uitgaven in Arnhem</b> | <b>€ 87.000</b> |

## Overnachtingen bezoekers

- Van de **2.700 additionele bezoekers** voor de gemeente Arnhem (zie bladzijde 12) bleef 9 procent overnachten. Dit zijn ongeveer 240 overnachters die gemiddeld 1,7 nachten op een logeeraadres in Arnhem verbleven. Hun gemiddelde uitgaven daaraan was 49 euro, waardoor geschat wordt dat er ruim 20.000 euro aan additionele bestedingen in de Arnhemse economie zijn beland vanwege deze overnachtingen.

|                                           | Totaal          |
|-------------------------------------------|-----------------|
| Aantal additionele bezoekers              | 2.700           |
| Aandeel overnachters onder add. bezoekers | 9%              |
| Aantal additionele overnachters           | 240             |
| Gemiddelde overnachtingsduur              | 1,7             |
| Aantal overnachtingen                     | 410             |
| Gemiddelde uitgaven per overnachting      | € 49,17         |
| <b>Totale overnachtingsbestedingen</b>    | <b>€ 20.000</b> |

## Bestedingen organisatie

- Bij de bepaling van de economische impact vanuit de organisatie van het EK Beachvolleybal wordt gekeken naar de inkomsten en uitgaven van de organisatie die direct in de gemeente Arnhem worden gedaan. Er wordt nadrukkelijk niet gekeken naar de inkomsten van uitgaven van de derden (personen of organisaties) waarvan de organisatie inkomsten ontvangt of aan wie het uitgaven doet. Dit valt buiten de scope van dit onderzoek.

- Vanuit de gemeente Arnhem ontving de organisatie een bijdrage van **150.000 euro** voor het evenement en 25.000 euro voor het inzetten op gezonde voeding. Daarnaast kwam er ongeveer 6.000 euro aan inkomsten uit catering voor VIP's via lokale partnerovereenkomsten. In totaal kwam er dus **181.000 euro** aan inkomsten vanuit Arnhem.
- Aan de uitgavenkant is ongeveer **109.000 euro** direct in Arnhem besteed, met name aan hotels (39.000 euro), catering (42.000 euro) en faciliteiten zoals meubilair en aankleding (28.000 euro). Veel andere kosten, zoals beveiliging, EHBO, schoonmaak en techniek, zijn buiten Arnhem gemaakt en tellen niet mee in de lokale impact.
- Een deel van de bestedingen in Arnhem is afkomstig van de gemeente Arnhem. Deze bestedingen zouden waarschijnlijk zonder het evenement ook in de plaatselijke economie zijn beland en moeten daarom worden verdisconteerd met de hierboven genoemde uitgaven. Deze inkomsten uit Arnhem hebben een omvang van 175.000 euro in de vorm van een bijdrage van de gemeente Arnhem voor het evenement en inzet op gezonde voeding. De inkomsten van buiten Arnhem bestonden uit subsidie van VWS en ticketing.
- Het netto resultaat zijn de extra bestedingen die de lokale economie erbij heeft gekregen dankzij het evenement. Uiteindelijk is het resultaat een negatieve impact van **72.000 euro**. Dit betekent dat er niet meer bestedingen voor de Arnhemse economie van buitenaf zijn aangetrokken.

|                                 | Totaal           |
|---------------------------------|------------------|
| Totale inkomsten uit Arnhem     | € 181.000        |
| Totale uitgaven in Arnhem       | € 109.000        |
| <b>Netto economische impact</b> | <b>-€ 72.000</b> |

### Bestedingen deelnemers en begeleiding

- ▶ De bestedingen van deelnemers en begeleiding zijn niet als aparte post opgenomen in de berekening van de economische impact voor de gemeente Arnhem.

### Bestedingen van mediavertegenwoordigers

- ▶ De bestedingen van mediavertegenwoordigers zijn niet als aparte post opgenomen in de berekening van de economische impact voor de gemeente Arnhem.

### Totale economische impact

Bezoekers hebben samen ongeveer 107.000 euro bijgedragen aan de Arnhemse economie (87.000 euro aan dagbestedingen en 20.000 euro aan overnachtingskosten). Over de uitgaven van deelnemers en media zijn geen gegevens bekend. Het is aannemelijk dat deze relatief klein maar positief uitvallen voor Arnhem. De organisatie van het evenement had een negatieve economische impact van 72.000 euro.

Wanneer de bestedingen van bezoekers worden afgezet tegen de negatieve impact van de organisatiekosten, blijft er per saldo een bescheiden economische impact van 35.000 euro over voor Arnhem.

| Economische impact | Totaal          |
|--------------------|-----------------|
| Bezoekers          | € 107.000       |
| Deelnemers         | Onbekend        |
| Media              | Onbekend        |
| Organisatie        | - € 72.000      |
| <b>Totaal</b>      | <b>€ 35.000</b> |

### Economische betekenis

Economische betekenis van de EK Beachvolleybal definiëren we hier als alle aan het sportevenement gerelateerde uitgaven in de gemeente Arnhem. Daarbij wordt geen onderscheid gemaakt naar additionaliteit. Uitgaven van lokale bezoekers tellen dus mee en er wordt geen rekening gehouden met waar de uitgaven van de organisatie vandaan komen.

Gekeken naar alle bezoekers van het EK Beachvolleybal gaf een bezoeker gemiddeld ongeveer 24 euro per dag uit. Bij 4.200 bezoekers met een gemiddelde aanwezigheid van 1,2 dagen komt dit neer op een totale uitgave van ongeveer 118.000 euro.

Van alle bezoekers bleef ruim 7 procent in Arnhem overnachten. Dat zijn afgerond 310 overnachters. De overnachters verbleven gemiddeld 2 nachten, wat resulteert in een totaal van ongeveer 610 overnachtingen. Voor een overnachting werd gemiddeld 47 euro per persoon uitgeven. Dit betekent dat er in totaal ongeveer 29.000 euro aan overnachtingen in Arnhem is besteed. Samen met de dagbestedingen betekent dit dat de bezoekers 147.000 euro hebben uitgegeven.

De organisatie gaf 109.000 euro uit in Arnhem. We komen daarmee op een totale economische betekenis van naar schatting 256.000 euro.

| Economische betekenis | Totaal           |
|-----------------------|------------------|
| Bezoekers             | € 147.000        |
| Deelnemers            | Onbekend         |
| Media                 | Onbekend         |
| Organisatie           | € 109.000        |
| <b>Totaal</b>         | <b>€ 256.000</b> |

## 5. TeamNL Sport Experience (TNSE)

De TNSE vond aansluitend van 31 juli tot en met 11 augustus 2024 plaats op de markt in Arnhem. Het Sportbedrijf Arnhem heeft een twaalfdaags programma opgezet waarbij elke dag een andere sport of doelgroep centraal stond. Het beachvolleybal stadion is na de Eredivisie Beach wedstrijden tot het EK Beachvolleybal blijven staan voor verschillende sporten en activiteiten.

Per dag is het aantal actieve deelnemers en actieve bezoekers bijgehouden door Platform Binnenstad Arnhem. Een actieve bezoeker is iemand die gedurende langere tijd bij het evenement blijft kijken. Een bezoeker van de markt die in het langslopen even kijkt wordt met deze methode niet meegerekend.

| Datum  | Activiteit           | Deelnemers | Bezoekers |
|--------|----------------------|------------|-----------|
| 31-jul | Luchtkussenfestival  | 1200       | 800       |
| 1-aug  | Voetbalexperience    | 60         | 30        |
| 2-aug  | Boogschietexperience | 400        | 500       |
| 3-aug  | Eredivisie beach     | 300        | 600       |
| 4-aug  | Volleybalexperience  | 450        | 500       |
| 5-aug  | Atletiekexperience   | 150        | 300       |
| 6-aug  | Campingdag/pubquiz   | 120        | 70        |
| 7-aug  | Urbanexperience      | 600        | 400       |
| 8-aug  | Giant stormbaan      | 600        | 400       |
| 9-aug  | Sterkste man team    | 18         | 800       |
| 10-aug | Zeskamp experience   | 480        | 250       |
| 11-aug | France experience    | 300        | 500       |

Bron: Platform Binnenstad Arnhem (2024). Evaluatie aanvraag SDFA – Bruisende Olympische binnenstad. Intern document.

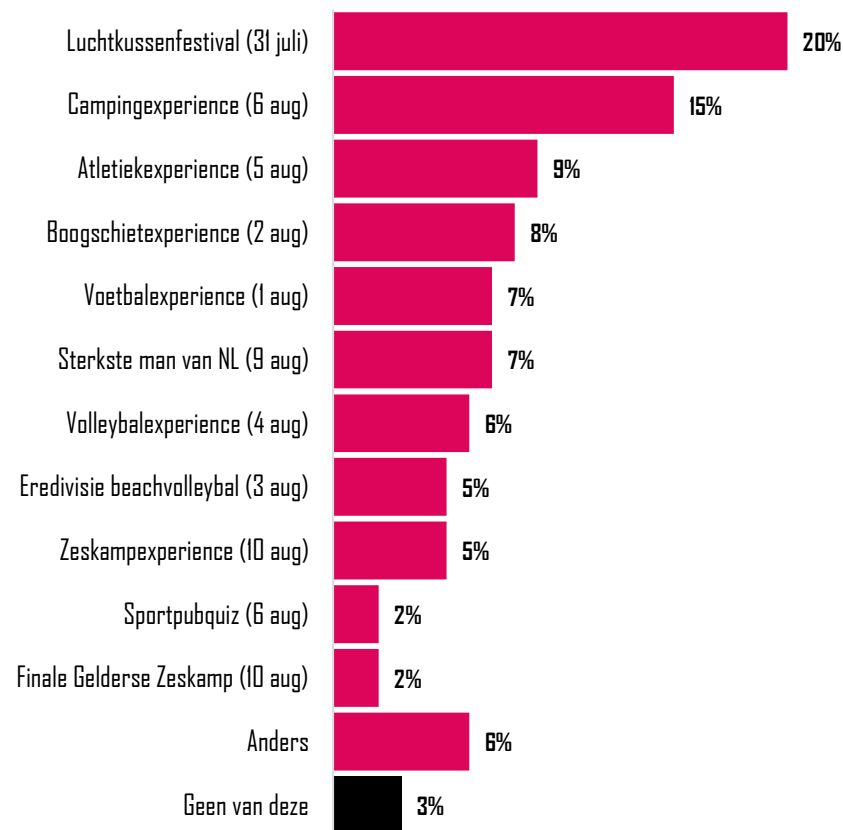


## Profiel

- ▶ De volgende resultaten zijn gebaseerd op 120 respondenten. Het is niet met zekerheid te zeggen dat deze groep representatief is voor alle TNSE deelnemers, bezoekers en/of begeleiders. Om inzicht te geven in deze groep, worden hieronder enkele achtergrondkenmerken beschreven.
- ▶ Van de respondenten was 16 procent zelf deelnemer van de TNSE, 53 procent vulde de vragenlijst in namens hun deelnemende (klein-, stief- of oppas) kind, en 31 procent was op een andere manier betrokken bij de TNSE (bijvoorbeeld als vrijwilliger). In de rest van dit hoofdstuk bedoelen we met respondenten dus bezoekers, deelnemers en begeleiders.
- ▶ 65 procent van de respondenten kwam uit Arnhem, 21 procent uit de rest van Gelderland en 8 procent uit de rest van Nederland. Van 7 procent van de respondenten was de herkomst onbekend.
- ▶ 58 procent van de respondenten was jongen of man, 41 procent was meisje of vrouw, en 1 procent gaf een ander antwoord. Omdat sommige ouders de vragenlijst voor hun kind invulden, is onderscheid gemaakt tussen kinderen en volwassenen.
- ▶ De leeftijd van de deelnemers varieerde van 3 tot 75 jaar (n=83). De helft van de deelnemers waarvoor de vragenlijst is ingevuld was jonger dan 9 jaar. De overige respondenten de vragenlijst hebben ingevuld waren tussen de 24 en 77 jaar.
- ▶ 93 procent van de respondenten gaf aan dat diegene zelf of hun kind in de afgelopen 12 maanden aan sport heeft gedaan.
- ▶ 20 procent van de respondenten bezocht op 31 juli het 'Luchtkussenfestival' en 15 procent de 'Campingexperience'.
- ▶ De helft van de respondenten (53%) bezocht één dag van de twaalf dagen TNSE, 20 procent bezocht twee dagen en 27 procent bezocht drie dagen of meer.

## Bezochte TNSE activiteiten in Arnhem

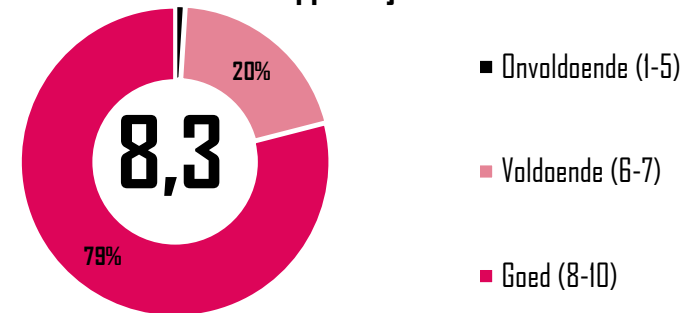
Meerdere antwoorden mogelijk



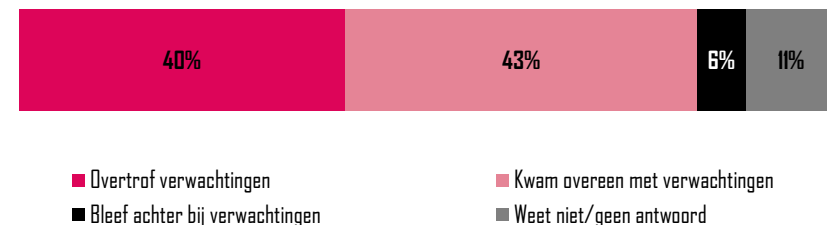
## Beleving

- ▶ Het gemiddelde rapportcijfer voor de TNSE is een 8,3. 79 procent van de respondenten gaf een 8 of hoger.
- ▶ Van de respondenten gaf 40 procent aan dat de TNSE hun verwachtingen overtrof. Ruim vier op de tien respondenten (42%) vonden dat de TNSE overeenkwam met hun verwachtingen. Slechts 6 procent gaf aan dat de TNSE tegenviel. 11 procent had geen antwoord op deze vraag.
- ▶ De resultaten van de Net Promoter Score (NPS) geven inzicht in de mate van tevredenheid en de bereidheid van respondenten om de TNSE aan te bevelen aan anderen:
  - ▶ **Criticasters (7%)**: Dit zijn mensen die de TNSE waarschijnlijk niet zouden aanbevelen aan anderen. Deze groep kan kritiekpunten hebben of teleurgesteld zijn in de TNSE.
  - ▶ **Passieven (52%)**: Deze mensen zijn redelijk tevreden met de TNSE, maar zijn niet enthousiast genoeg om het actief aan anderen aan te bevelen. Ze vormen een neutrale groep en hun feedback kan waardevol zijn om de TNSE aantrekkelijker te maken.
  - ▶ **Promoters (42%)**: Dit zijn de enthousiaste mensen die de TNSE graag zouden aanbevelen aan anderen. Ze zijn tevreden met de TNSE en fungeren als ambassadeurs voor de TNSE en de stad Arnhem.
- ▶ Deze NPS wijst op een positieve beoordeling van de TNSE, omdat 93 procent van de respondenten een neutrale tot positieve houding had ten opzichte van het TNSE, waarvan iets minder dan de helft (42%) het evenement actief zou aanbevelen.

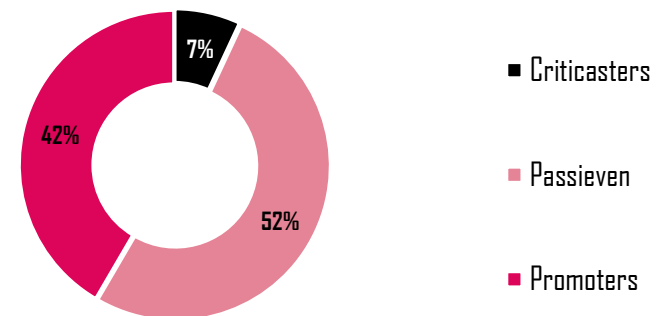
## Rapportcijfer



## Voldoen aan verwachtingen



## Net Promoter Score



Daarnaast is aan de respondenten gevraagd om het meest positieve en negatieve te benoemen van de TNSE. Respondenten waardeerden de diversiteit aan activiteiten, de gemoedelijke sfeer en de goede organisatie van de TNSE. Het gratis aanbod, zoals drinkpunten en zonnebrand, werd positief ontvangen. Ook de enthousiaste begeleiding, laagdrempeligheid en professionele uitstraling werden vaak genoemd als sterke punten.

*"Het aanleren van nieuwe sporten bij mijn kids zouden zelf nooit bmx doen, nu erg enthousiast"*

*"Zowel sportieve spellen als entertainment, heel leuk aangekleed en veel te doen. En allemaal gratis! Hele fijne gemoedelijke positieve sfeer."*

De promotie had beter gekund, waardoor respondenten niet altijd wisten wat er te doen was. Andere genoemde nadelen waren het gebrek aan schaduwplekken en de hitte. Sommige activiteiten werden als eenzijdig ervaren, en hoeveelheid aan kraampjes werd als beperkt beschouwd. Ook de lage opkomst beïnvloedde soms de sfeer.

*"Weinig ruchtbaarheid, het is echt toeval dat we erachter kwamen."*

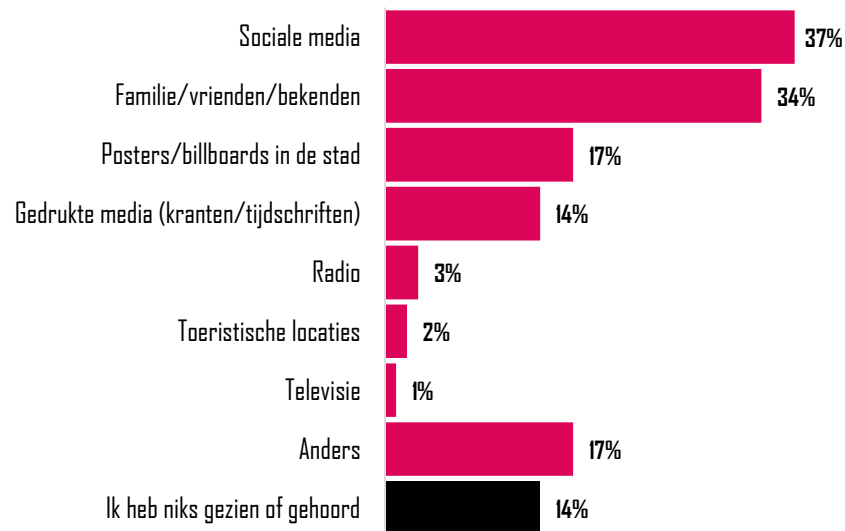
*"Er hadden meer schaduwplekken kunnen zijn."*

## Communicatie

37 procent van de respondenten is voorafgaand aan de TNSE via sociale media op de hoogte gebracht van de activiteiten die zouden plaatsvinden in Arnhem. Meer dan een derde (34%) was op de hoogte via familie, vrienden en/of bekenden. 14 procent van de respondenten heeft voorafgaand aan de TNSE niks gezien of gehoord. Posters/billboards worden vaker genoemd door respondenten die uit Arnhem komen dan respondenten die niet uit Arnhem komen (21% vs. 10%).

### Communicatiekanalen

Meerdere antwoorden mogelijk



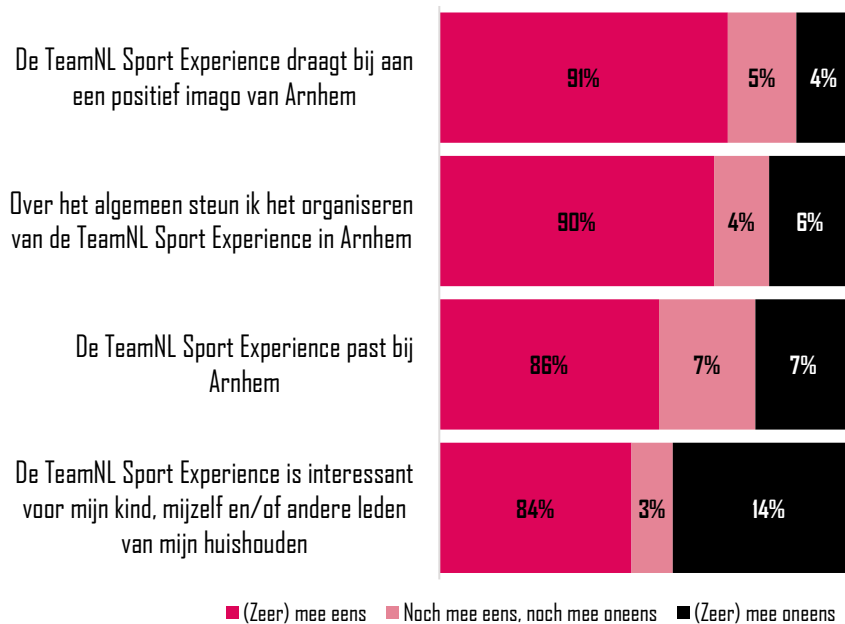
## Maatschappelijke waarde

Het doel van de TNSE om de maatschappelijke waarde van sportevenementen te vergroten en diverse doelgroepen op een laagdrempelige manier in aanraking te laten komen met sport.

### Draagvlak en imago

91 procent van de respondenten vond dat de TNSE bijdraagt aan een positief imago van Arnhem. 90 procent van de respondenten steunde het organiseren van de TNSE in Arnhem. 86 procent van de respondenten vond de TNSE passen bij de stad Arnhem. Volgens 84 procent van de respondenten was de TNSE interessant.

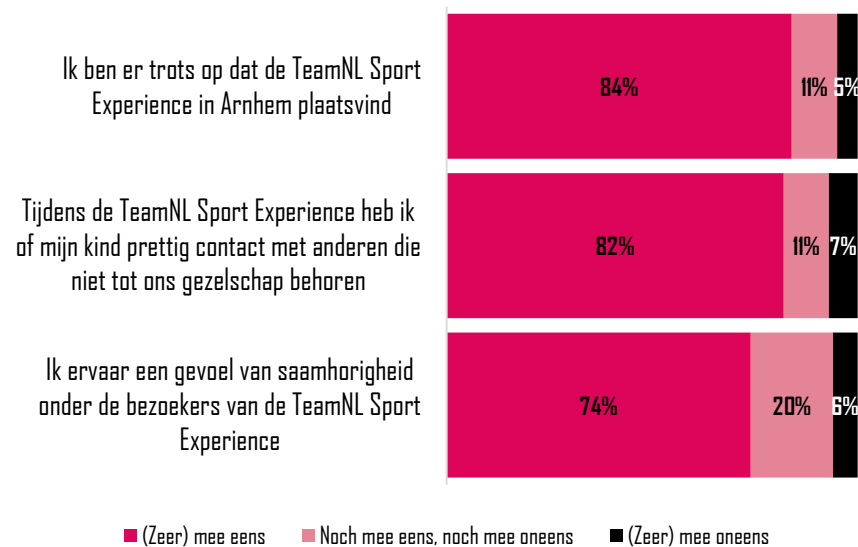
### Draagvlak en imago



## Sociale cohesie en trots

84 procent van de respondenten ervoer een gevoel van saamhorigheid tijdens de TNSE. 82 procent had tijdens de TNSE prettig contact met personen die niet tot zijn of haar gezelschap behoorden. Daarnaast is 74 procent van de respondenten trots dat de TNSE in Arnhem plaatsvond.

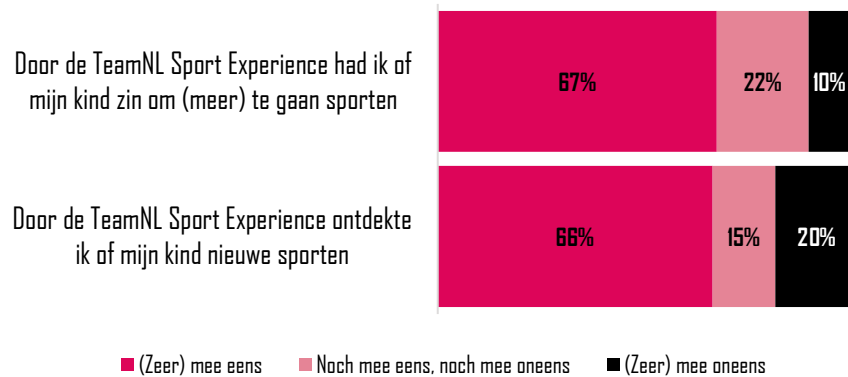
### Sociale cohesie en trots



### Sportparticipatie

Twee derde (67%) van de respondenten kreeg door de TNSE zin om zelf (meer) te gaan sporten of zag dat hun kind dit had. Eveneens twee derde (66%) ontdekte door de TNSE nieuwe sporten voor zichzelf of hun kind.

#### Sportparticipatie

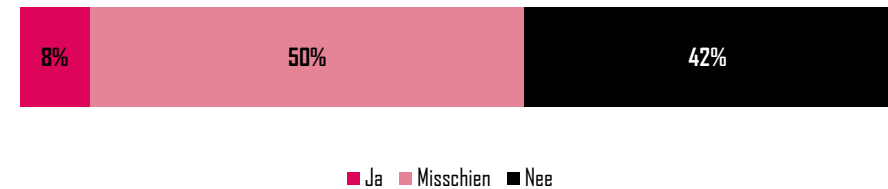


### Koppeling met EK Beachvolleybal

8 procent van de respondenten gaf aan zeker een of meerdere wedstrijden van het EK beachvolleybal 2024 te bezoeken. De helft (50%) gaf aan dat ze dit misschien zullen doen, terwijl 42 procent aangaf geen wedstrijden te gaan bezoeken.

Van de respondenten die wedstrijden van het EK beachvolleybal 2024 wilden bezoeken, gaf vrijwel iedereen (98%) aan dit in Arnhem te doen. Slechts 2 procent koos voor Apeldoorn of Den Haag als locatie.

#### Bezoek aan EK Beachvolleybal wedstrijden

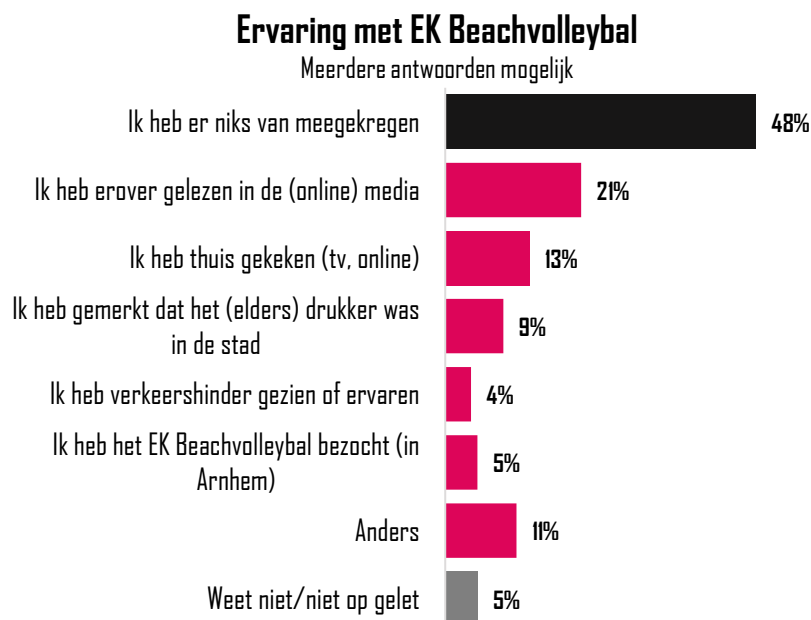


## 6. Stadspanel Arnhem

De resultaten van het panelonderzoek zijn niet representatief voor de gehele Arnhemse bevolking, omdat we in de respons een oververtegenwoordiging zien van mannen, panelleden boven de 46 jaar en hoogopgeleiden (zie blz. 33). De resultaten die in dit hoofdstuk worden beschreven, zijn dus met enige onzekerheid omgeven en geven daarom een indicatief beeld van de houding van de inwoners.

### Communicatie

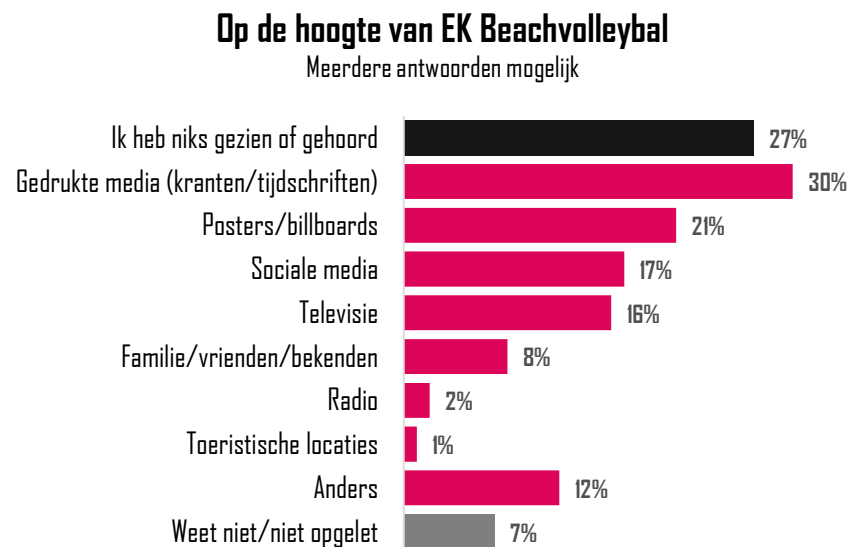
Bijna de helft van de panelleden (48%) heeft niks meegekregen van het EK Beachvolleybal in augustus 2024. 21 procent van de panelleden heeft over het EK Beachvolleybal gelezen in de (online)



media). 5 procent van de panelleden heeft het EK Beachvolleybal in Arnhem bezocht.

Bij 'anders' gaven respondenten het vaakst aan dat ze het evenement toevallig ontdekten, bijvoorbeeld tijdens een bezoek aan de markt, door vlaggen in de stad, of doordat ze erlangs liepen of fietsten. De verplaatsing van de markt, omdat de TNSE op de oorspronkelijke marktplaats vond, werd meerdere keren genoemd. Dit gebeurde zowel in de context van informatievoorziening over het evenement als omdat het simpelweg opviel.

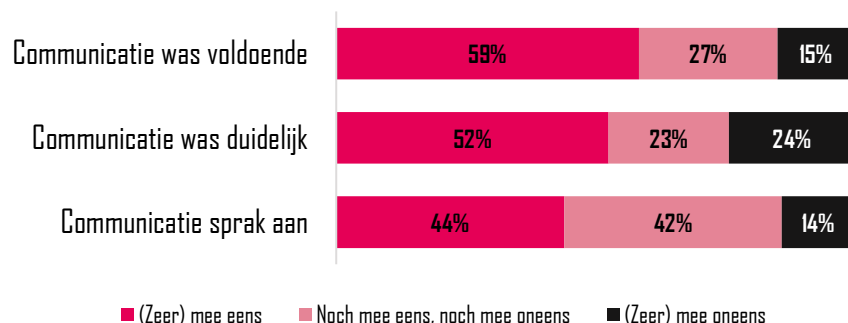
30 procent van de panelleden was op de hoogte dat het evenement plaatsvond via gedrukte media zoals kranten en tijdschriften, 21 procent via posters/billboards in de stad en 17 procent via sociale media. 27 procent heeft niks van het evenement gezien of gehoord.



## Beleving

Zes op de tien panelleden (59%) vonden de communicatie over het EK Beachvolleybal voldoende. Voor ruim de helft van de panelleden (52%) was de communicatie over het EK Beachvolleybal duidelijk. De communicatie sprak 44 procent van de panelleden aan.

### Beoordeling communicatie EK Beachvolleybal\*



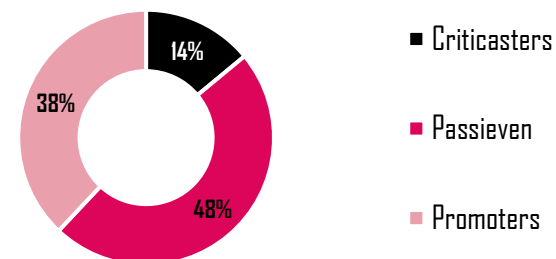
\*Deze stellingen zijn gesteld aan panelleden die bekend waren met het EK Beachvolleybal (N=+/- 500).

65 procent van de panelleden was het (helemaal) eens met de stelling 'Het EK Beachvolleybal heeft mijn verwachtingen positief overtroffen' (niet in figuur). Een kwart was neutraal en 10 procent was het oneens met deze stelling. Deze vraag is alleen gesteld aan panelleden die het EK Beachvolleybal hebben bezocht (n=63).

De resultaten van de Net Promoter Score (NPS) van de bezoekers uit het panel geven inzicht in de mate van tevredenheid en de bereidheid om het evenement aan te bevelen aan anderen:

- **Criticasters (14%):** Dit zijn mensen die het evenement waarschijnlijk niet zouden aanbevelen aan anderen. Deze groep kan kritiekpunten hebben of teleurgesteld zijn in het evenement.
- **Passieven (48%):** Deze mensen zijn redelijk tevreden met het evenement, maar zijn niet enthousiast genoeg om het actief aan anderen aan te bevelen. Ze vormen een neutrale groep en hun feedback kan waardevol zijn om het evenement aantrekkelijker te maken.
- **Promoters (38%):** Dit zijn de enthousiaste mensen en het evenement graag aanbevelen aan anderen. Ze zijn tevreden met het EK Beachvolleybal en fungeren als ambassadeurs voor het evenement en de stad Arnhem.
- Deze NPS wijst op een positieve beoordeling van het evenement, omdat 86 procent van de bezoekers uit het panel een neutrale tot positieve houding had ten opzichte van het EK Beachvolleybal, waarvan bijna de helft (38%) het evenement actief zou aanbevelen.

### Net Promoter Score EK Beachvolleybal\*



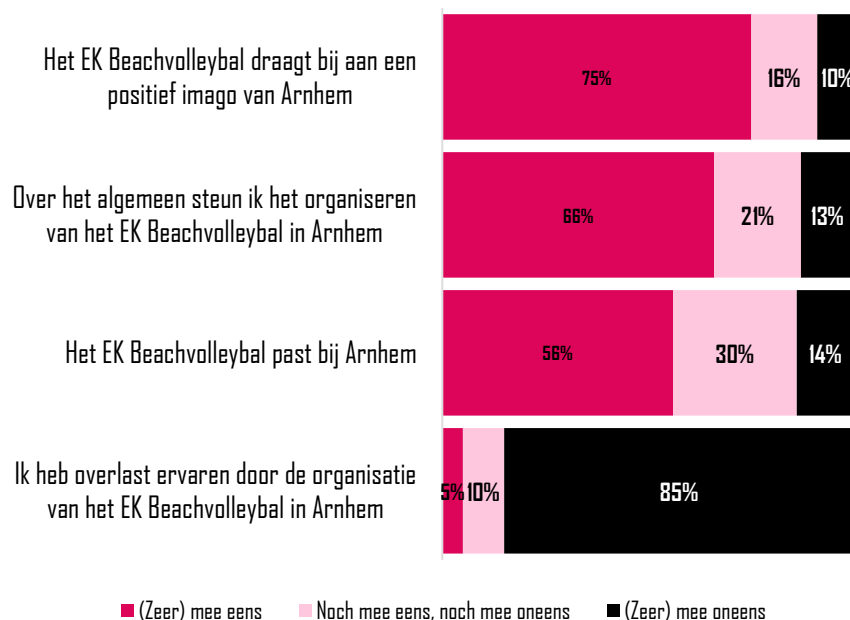
\*Deze vraag is gesteld aan panelleden die het EK Beachvolleybal hebben bezocht (n=64).

## Maatschappelijke waarde

### Draagvlak en imago

Driekwart van de panelleden vond dat het EK Beachvolleybal bijdraagt aan een positief imago van Arnhem. 66 procent van de panelleden steunde het organiseren van het EK Beachvolleybal in Arnhem. 56 procent van de panelleden vond het EK Beachvolleybal passen bij de stad Arnhem. Het merendeel van de panelleden (85%) ervoer geen overlast door het EK Beachvolleybal.

### Draagvlak en imago\*



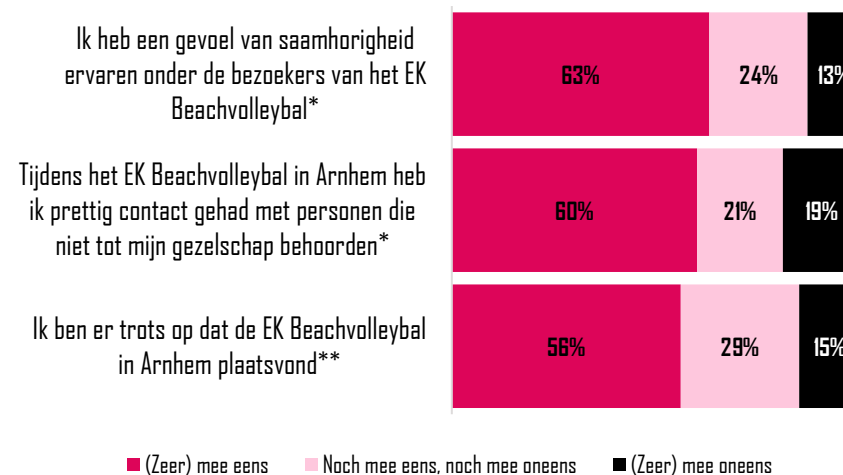
\*Deze stellingen zijn gesteld aan panelleden die bekend waren met het EK Beachvolleybal (N=+/- 500).

### Sociale cohesie en trots

63 procent van de panelleden die iets van het evenement in de stad heeft meegekregen een gevoel van saamhorigheid onder de bezoekers van het EK Beachvolleybal ervaren. Zes op de tien panelleden heeft prettig contact gehad met personen die niet tot zijn of haar gezelschap behoorden.

Daarnaast is 56 procent van de panelleden trots dat het EK Beachvolleybal in Arnhem plaatsvond.

### Sociale cohesie en trots



\*Deze stellingen zijn gesteld aan panelleden die het EK Beachvolleybal hebben bezocht (N=63).

\*\*Deze stelling is gesteld aan panelleden die bekend waren met het EK Beachvolleybal (N=+/- 500).

### Sportparticipatie

Een op de tien panelleden geeft aan dat het EK Beachvolleybal hen heeft gemotiveerd om zelf (meer) te gaan volleyballen. 19 procent staat hier neutraal tegenover, terwijl 72 procent aangeeft dat het EK Beachvolleybal hen niet heeft gemotiveerd om zelf (meer) te gaan volleyballen.

#### Motivatie om zelf (meer) te volleyballen



### TeamNL Sport Experience (TNSE)

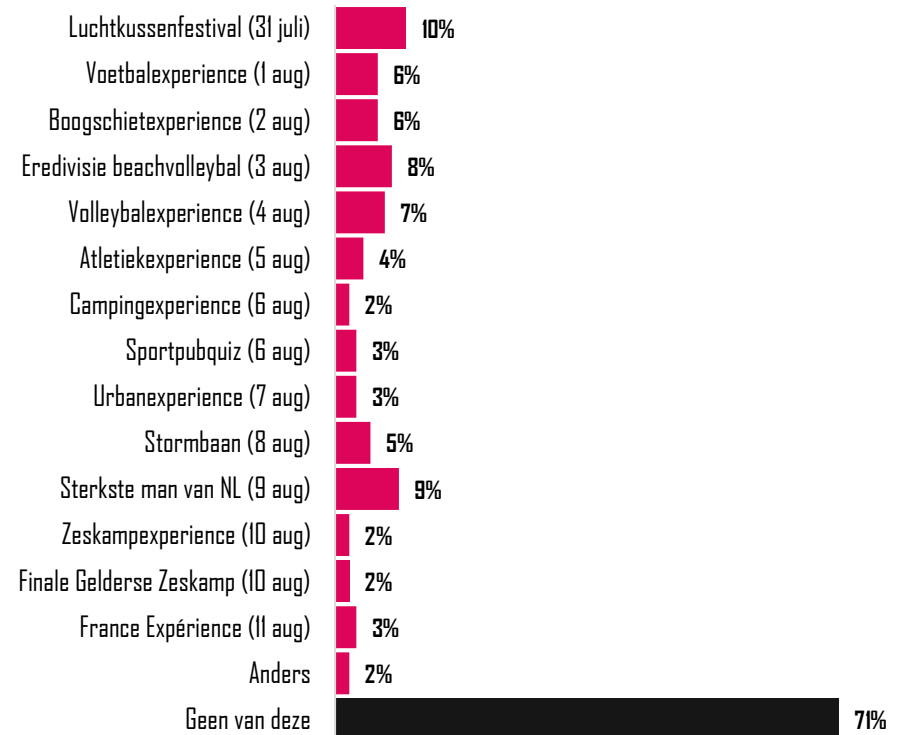
In de periode voorafgaand aan het EK Beachvolleybal werden TNSE activiteiten georganiseerd (zie ook hoofdstuk 5). Het overgrote deel van de panelleden was niet van deze activiteiten op de hoogte (71%).

10 procent van de panelleden heeft van het luchtkussenfestival gehoord en 4 procent is er geweest (niet in figuur). 9 procent heeft van de Sterkste Man van NL gehoord en 3 procent is er geweest (niet in figuur).

Aan de panelleden die van activiteiten hebben gehoord of er zijn geweest is gevraagd om de activiteit met een cijfer te beoordelen, maar door de te kleine aantallen kunnen we hier geen uitspraken over doen.

### Bekendheid met TNSE activiteiten in Arnhem

Meerdere antwoorden mogelijk

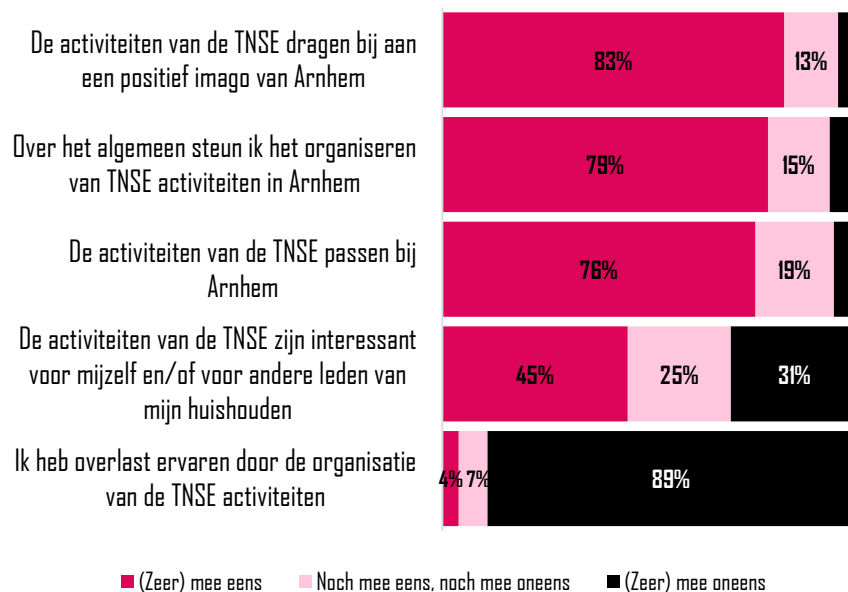


Een kwart van de panelleden (25%) gaf aan dat de activiteiten van de TNSE hun verwachtingen hebben overtroffen (niet in figuur). Voor 42 procent voldeden de activiteiten aan hun verwachtingen. Slechts 5 procent vond dat de activiteiten achterbleven bij hun verwachtingen. 28 procent van de panelleden wisten geen antwoord of vonden de vraag niet van toepassing.

### Draagvlak en imago

83 procent van de panelleden vond dat de activiteiten van de TNSE bijdroegen aan een positief imago van Arnhem. Daarnaast gaf 79 procent aan het organiseren van deze activiteiten in Arnhem te steunen en drie kwart (76%) vond dat de activiteiten goed pasten bij de stad. 45 procent van de panelleden vond de activiteiten interessant voor zichzelf en/of hun huishouden. Het merendeel van de panelleden (89%) gaf aan geen overlast te hebben ervaren van de TNSE.

#### Draagvlak en imago\*



\*Deze stellingen zijn gesteld aan panelleden die bekend waren met de TNSE (N=+/- 300).

### Sociale cohesie en trots

Bijna driekwart van de panelleden (72%) gaf aan tijdens de TNSE activiteiten prettig contact te hebben gehad met personen buiten hun eigen gezelschap. Meer dan de helft van de panelleden (57%) ervoer een gevoel van saamhorigheid onder de bezoekers van de activiteiten.

Daarnaast voelde 67 procent zich trots dat de TNSE activiteiten in Arnhem plaatsvonden.

#### Sociale cohesie en trots



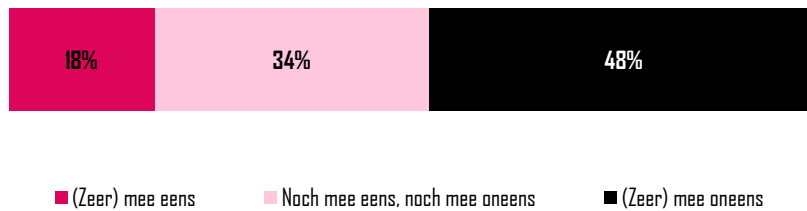
\*Deze stellingen zijn gesteld aan panelleden die de TNSE hebben bezocht (N=+/- 50).

\*\*Deze stelling is gesteld aan panelleden die bekend waren met de TNSE (N=+/- 300).

### Sportparticipatie

18 procent van de panelleden gaf aan dat de TNSE-activiteiten hen hebben gemotiveerd om zelf (meer) te gaan sporten. 34 procent stond hier neutraal tegenover, terwijl bijna de helft (48%) aangaf dat dit niet het geval was.

#### Motivatie om zelf (meer) te sporten



## Bijlage 1 Methode

### Bezoekersonderzoek

- ▶ Het EK Beachvolleybal is geëvalueerd op basis van gestandaardiseerde methoden, welke landelijk zijn vastgesteld in de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen. Alhoewel alle sport- en cultuur evenementen van elkaar verschillen, zijn de uitkomsten van de onderzoeken goed vergelijkbaar. In deze werkgroep werken wetenschappers en onderzoekers van verschillende hogescholen, universiteiten en enkele andere maatschappelijke en onderzoeksorganisaties samen om standaardrichtlijnen te ontwerpen om de maatschappelijke en economische impact van (sport)evenementen te meten.

### Dataverzameling

- ▶ Tijdens en na afloop van het evenement zijn bezoekers via een online vragenlijst bevraagd naar hun uitgaven, tevredenheid, herkomst, sociaal-demografische kenmerken en maatschappelijke waarde (zie vragenlijst op blz. 31) In totaal zijn 123 bruikbare enquêtes in het onderzoek meegenomen. De gegevens over inkomsten en uitgaven van de organisatie hebben we van TIG Sports en Sportworx. In overleg met Sportworx is een schatting gemaakt dat 70 procent van de inkomsten uit catering VIP's via partnerovereenkomsten afkomstig is van landelijke partners en 30 procent van lokale partijen. De onderzoekers hebben bezoekersaantallen van TIG Sports gekregen.
- ▶ **Representativiteit van het onderzoek**  
De richtlijnen van de WESP schrijven voor dat onder populaties met een omvang groter dan 5000 personen er minimaal 385 enquêtes gehouden moeten worden om een voldoende betrouwbaar beeld te

geven van het evenement. Betrouwbaar betekent in dit geval dat met 95 procent zekerheid kan worden gezegd dat de werkelijkheid binnen een marge van 5 procent van de uitkomsten van het onderzoek vallen. Het kritische aantal van 385 respondenten is met 123 enquêtes dus niet gehaald. De resultaten die in hoofdstuk 2, 3 en 4 worden beschreven zijn dus met enige onzekerheid omgeven en geven daarom een indicatief beeld van het evenement en haar bezoekers. Daarnaast blijkt slechts 1 procent van de respondenten uit het buitenland te komen, terwijl ticketdata aangeeft dat het daadwerkelijke aandeel buitenlandse bezoekers in Arnhem veel groter was. De resultaten gaan dus vooral over de Nederlandse bezoekers.

### Onderzoek TNSE

Naast bezoekers van het EK Beachvolleybal zijn de (ouders van) deelnemers en andere betrokkenen zoals begeleiders en vrijwilligers van de TNSE activiteiten bevraagd.

### Dataverzameling

Op dinsdag 6 augustus, woensdag 7 augustus en zondag 11 augustus zijn er tijdens de TNSE vragenlijsten bij zowel deelnemers als andere betrokkenen afgenomen door studenten van de HAN. Deze dagen zijn gekozen in samenspraak met de gemeente Arnhem. De vragen gingen over tevredenheid, communicatiekanalen, maatschappelijke waarde en sociaal-demografische kenmerken (zie vragenlijst op blz. 32). De studenten mochten geen kinderen onder de 16 jaar bevragen dus zijn de ouders van de deelnemende kinderen bevraagd. In totaal zijn 120 bruikbare enquêtes in het onderzoek meegenomen.

► **Representativiteit van het onderzoek**

De exacte omvang en samenstelling van de populatie van de TNSE is onbekend, waardoor het moeilijk is om vast te stellen in hoeverre de steekproef representatief is voor de gehele doelgroep. Op bladzijde 18 staat het profiel beschreven van de respondenten die de vragenlijst hebben ingevuld. De resultaten die in hoofdstuk 5 worden beschreven zijn dus met enige onzekerheid omgeven en geven daarom een indicatief beeld van de TNSE en haar deelnemers/betrokkenen.

**Onderzoek onder stadspanel**

Via het stadspanel van de gemeente Arnhem zijn inwoners na het EK Beachvolleybal een aantal vragen voorgelegd.

**Dataverzameling**

De vragenlijst is na het EK Beachvolleybal eind augustus 2024 uitgezet en heeft na een kleine opschoning een respons van 1.178 opgeleverd. De gemeente Arnhem heeft zelf de vragenlijst opgesteld en heeft de onderzoekers van de HAN gevraagd om mee te kijken. De vragen hadden betrekking op de bekendheid van het EK Beachvolleybal, communicatie, draagvlak en maatschappelijke waarde. De gemeente Arnhem heeft de data bij de onderzoekers van de HAN aangeleverd en zij hebben deze resultaten verwerkt in dit rapport.

**Representativiteit van het onderzoek**

De resultaten van het panelonderzoek zijn niet representatief voor de gehele Arnhemse bevolking. In de respons zien we een oververtegenwoordiging van mannen, panelleden van boven de 46 jaar en hoogopgeleiden (blz. 32). De resultaten die in hoofdstuk 6

beschreven zijn dus met enige onzekerheid omgeven en geven daarom een indicatief beeld van de houding van de inwoners.

## Vragenlijst bezoekers EK Beachvolleybal

1. Woont u in de gemeente Arnhem?
2. Als u EK Beachvolleybal als totaal beoordeelt, welk rapportcijfer zou u dat dan geven?
3. In welke mate voldoet het EK Beachvolleybal als totaal wel of niet aan uw verwachtingen?
4. Hoe waarschijnlijk is het dat u het EK Beachvolleybal bij een vriend of collega aanbeveelt?

### Bestedingen

5. Als dit evenement niet had plaatsgevonden in Arnhem, was u dan vandaag toch in Arnhem geweest?
6. Overnacht u voor het EK Beachvolleybal in uw eigen woning of ergens anders?
7. Is dit huis of die accommodatie gevestigd in Arnhem of ergens anders?
8. Hoeveel overnachtingen telt uw verblijf buiten uw eigen woning?
9. Wat is de prijs van één overnachting?
10. Op hoeveel personen heeft deze prijs betrekking?
11. Wat is vandaag op u van toepassing?
12. Hoeveel denkt u vandaag ongeveer uit te geven voor uzelf en/of uw gezelschap aan het volgende?
13. Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

### Maatschappelijke waarde

14. Ik ervaar een gevoel van saamhorigheid onder de bezoekers van het EK Beachvolleybal.
15. Tijdens het EK Beachvolleybal heb ik prettig contact gehad met personen die niet tot mijn gezelschap behoorden.
16. Ik ben er trots op dat het EK Beachvolleybal in Arnhem plaatsvindt.
17. Het EK Beachvolleybal draagt bij aan een positief imago van Arnhem.
18. Het EK Beachvolleybal past bij de stad Arnhem.

19. Door het EK Beachvolleybal wil ik graag nog eens naar Arnhem komen.

20. Over het algemeen steun ik het organiseren van het EK Beachvolleybal in Arnhem.

### Bewegen

21. Heeft u aan (beach)volleybal gedaan?
22. U heeft in de afgelopen 12 maanden aan (beach)volleybal gedaan. In welk verband deed u dit?
23. Heeft uw bezoek aan dit EK Beachvolleybal u meer of minder gemotiveerd om lid van een sportvereniging te worden?
24. Heeft uw bezoek aan dit EK Beachvolleybal u meer of minder gemotiveerd om zelf (vaker) te gaan sporten?

### Maatschappelijke activatie

25. In de periode vooraf en tijdens dat het evenement plaatsvindt worden er aanvullende activiteiten georganiseerd. Kunt u aangeven welke u kent?
26. U heeft aangeven de onderstaande aanvullende activiteiten te kennen. Kunt u aangeven welke u heeft bezocht of van plan bent te gaan bezoeken?

### Persoonsgegevens

27. Hoeveel keer heeft u in de afgelopen 12 maanden in totaal gesport?
28. Wat is de sport die u de afgelopen 12 maanden het vaakst heeft beoefend?
29. Hoe beoefende u deze sport in de afgelopen 12 maanden?
30. Wat is uw geslacht?
31. Wat is uw geboortejaar?
32. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode of wat is het land waar u woont?
33. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?
34. In welk gezelschap bent u hier?
35. Wilt u nog iets toevoegen aan uw antwoorden?

## Vragenlijst TNSE

1. Wat is vandaag het meest op u van toepassing?
2. Woont u in de gemeente Arnhem?
3. Als u de TeamNL Sport Experience in Arnhem als totaal beoordeelt, welk rapportcijfer zou u dat dan geven?
4. In welke mate voldoet de TeamNL Sport Experience in Arnhem als totaal wel of niet aan uw verwachtingen?
5. Hoe waarschijnlijk is het dat u de TeamNL Sport Experience in Arnhem bij een vriend of collega aanbeveelt?
6. Wat valt u het meest op in positieve zin?
7. Wat valt u het meest op in negatieve zin?
8. Vooraf is er op verschillende manieren bekend gemaakt dat de TeamNL Sport Experience in Arnhem ging plaatsvinden. Op welke manier wist u ervan?
9. Welke dagen van de TeamNL Sport Experience in Arnhem heeft u bezocht of gaat u bezoeken?
10. In hoeverre bent u het oneens of eens met de volgende stellingen?
  - a. De TeamNL Sport Experience is interessant voor mijzelf en/of andere leden van mijn huishouden.
  - b. Tijdens de TeamNL Sport Experience heb ik prettig contact gehad met personen die niet tot mijn gezelschap behoren.
  - c. Ik ervaar een gevoel van saamhorigheid onder de bezoekers van de TeamNL Sport Experience.
  - d. De TeamNL Sport Experience past bij Arnhem.
  - e. De TeamNL Sport Experience draagt bij aan een positief imago van Arnhem.
  - f. Ik ben er trots op dat de TeamNL Sport Experience in Arnhem plaatsvond.

- g. Over het algemeen steun ik het organiseren van de TeamNL Sport Experience in Arnhem.
  - h. Door de TeamNL Sport Experience heb ik nieuwe sporten ontdekt.
  - i. Door de TeamNL Sport Experience heb ik zelf zin om (meer) te gaan sporten.
  11. Gaat u een of meerdere wedstrijden van het EK beachvolleybal 2024 bezoeken?
- Persoonsgegevens**
13. Hebt u in de afgelopen 12 maanden aan sport gedaan?
  14. Wat is uw geslacht?
  15. Wat is uw geboortejaar?
  16. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode?
  17. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?
  18. In welk gezelschap bent u hier?
  35. Wilt u nog iets toevoegen aan uw antwoorden?

## Kenmerken respondenten panelonderzoek Arnhem

|                                  | Panel<br>N=1.178 | Arnhemse bevolking |
|----------------------------------|------------------|--------------------|
| <b>Geslacht</b>                  |                  |                    |
| Man                              | 61%              | 50%                |
| Vrouw                            | 39%              | 50%                |
| <b>Leeftijd</b>                  |                  |                    |
| 16-30 jaar                       | 2%               | 27%                |
| 31-45 jaar                       | 12%              | 25%                |
| 46-60 jaar                       | 31%              | 24%                |
| 61 jaar en ouder                 | 53%              | 24%                |
| <b>Opleidingsniveau</b>          |                  |                    |
| Ik zit nog op school/studeer nog | 1%               | Niet bekend        |
| Basisonderwijs (lagere school)   | 0%               | 10%                |
| Vmbo, havo, vwo, mbo, lbo        | 16%              | 53%                |
| Hbo en wo                        | 59%              | 37%                |
| Anders                           | 2%               | Niet bekend        |
| Onbekend                         | 24%              |                    |

Bron: Stadspanel gemeente Arnhem augustus 2024, Arnhemse bevolking: CBS Statline, 2024.