



European Youth Olympic Festival: Olympisch sportfeest onder de Dom

*Onderzoek EYOF Utrecht 2013: overall rapportage
in opdracht van de Stichting EYOF Utrecht 2013*

European Youth Olympic Festival: Olympisch sportfeest onder de Dom

Onderzoek EYOF Utrecht 2013: overall rapportage

in opdracht van de Stichting EYOF Utrecht 2013

**Koen Breedveld (red.)
Paul Hover, Ine Pulles, David Romijn (Mulier Instituut)
Stijn Verhagen, Froukje Smits (Hogeschool Utrecht)
Bake Dijk, Frank van Eekeren (Universiteit Utrecht)**

*© Mulier Instituut, Hogeschool Utrecht, Universiteit Utrecht
Utrecht, februari 2014*

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	5
2.	EYOF Utrecht 2013	7
3.	Achmea High Five Challenge	11
4.	Economische impact en beleving	15
5.	Het organisatieproces	19
6.	Samenvatting	23
	Literatuur	29
	Bijlage 1: EYOF Utrecht 2013 in cijfers	31
	Bijlage 2: Reactie van het bestuur van de Stichting EYOF Utrecht 2013	33

1. Inleiding

Van 14 tot en met 19 juli 2013 vond in Utrecht het European Youth Olympic Festival (EYOF) plaats. Aan het evenement was een reeks side-events gekoppeld onder de vlag Achmea High Five Challenge (Achmea H5C).

Het Europees Jeugd Olympisch Festival of *European Youth Olympic Festival* (hierna te noemen: EYOF) is een tweejaarlijks sportevenement onder auspiciën van het EOC, (European Olympic Committees) voor jonge Europese sporters (13-18 jaar). Tijdens het EYOF wordt in negen takken van sport gestreden om de medailles. Het evenement is in 1991 geïnitieerd door Jacques Rogge, die toen voorzitter van het Belgisch Olympisch en Interfederaal Comité (BOIC) was. De eerste editie vond dan ook in Brussel plaats. In 2013 werd het EYOF voor de 23e keer in de geschiedenis georganiseerd.

Het EYOF Utrecht 2013 was onderdeel van de ambitie om Nederland als sportevenementenland te profileren. Die ambitie vindt zijn oorsprong in het Olympisch Plan 2028. Dat plan is inmiddels verlaten. Daarmee is niet gezegd dat de overheid geen waarde toekent aan sportevenementen. Zo heeft de overheid vorig jaar een nieuw beleidskader *Sportevenementen* opgesteld.¹ Daarin geeft de overheid aan sportevenementen te zien als een gelegenheid om economische spin-off te genereren, om aankomende topsporters zich te laten ontwikkelen, om het contact tussen burgers te stimuleren en om sportorganisaties te ondersteunen in hun ambities. Dit gedachtegoed sluit naadloos aan bij de ambities van het EYOF Utrecht 2013, met zijn 'side-events' en zijn doelstelling om te komen tot een 'sportieve legacy'. Aan de stad Utrecht bood het evenement een kans om zich te presenteren als 'podium voor talent'. Verder waren er raakvlakken met het Vrede van Utrecht-project, de viering dat driehonderd jaar geleden in Utrecht een belangwekkend vredesverdrag werd getekend.

Onderzoek

De Stichting EYOF Utrecht 2013 en Official Partner Achmea hebben besloten om rondom het European Youth Olympic Festival 2013 onderzoek te laten uitvoeren rond de thema's:

- maatschappelijke betekenis;
- economische betekenis/beleving evenement;
- het organisatieproces met betrekking tot maatschappelijke betekenis.

Het onderzoek naar de maatschappelijke betekenis is uitgevoerd door de Hogeschool Utrecht (Kenniscentrum Sociale Innovatie). De economische betekenis en de beleving van het evenement is door het Mulier Instituut in kaart gebracht (in nauwe samenwerking met de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen, WESP). Het onderzoek naar de organisatie van het evenement met betrekking tot de maatschappelijke betekenis is uitgevoerd door de Universiteit Utrecht (USBO). Het onderzoek werd gecoördineerd door het Mulier Instituut.

Over de drie onderzoeken is separaat gepubliceerd in drie deelrapporten. In deze overall rapportage brengen we de uitkomsten uit de drie deelonderzoeken bijeen en formuleren we de belangrijkste conclusies en aanbevelingen. De reactie op de onderzoeken vanuit het bestuur van de Stichting EYOF Utrecht 2013 is als bijlage in het rapport opgenomen.

¹ Zie het Beleidskader sportevenementen uit 2013 (Ministerie van VWS 2013).

2. EYOF Utrecht 2013

Een evenement als het EYOF komt niet vanzelf. Om het evenement ‘binnen te halen’ hebben NOC*NSF, de gemeente Utrecht en de provincie Utrecht de handen ineengeslagen. NOC*NSF en de aangesloten bonden streven ernaar om regelmatig grote, aansprekende sportevenementen in Nederland te organiseren. De gemeente Utrecht heeft een traditie in het organiseren van internationale topsportevenementen die passen bij het topsportkarakter van de stad. Het EYOF past bij die traditie en ambitie. De provincie Utrecht heeft het doel de provincie als topregio te profileren en verwachtte dat het EYOF daaraan een bijdrage kan leveren.

In november 2008 koos de EOC voor Utrecht als gaststad van het EYOF 2013. April 2009 is het host city-contract getekend, door de EOC enerzijds en NOC*NSF en de gemeente Utrecht anderzijds. EYOF Utrecht 2013 is het vierde² grote internationale multi-evenement in de geschiedenis van de Nederlandse sport. Het EYOF Utrecht 2013 zelf vond plaats van zondag 14 tot en met vrijdag 19 juli 2013. De openingsceremonie, waarbij IOC-president Jacques Rogge aanwezig was, vond plaats op 14 juli in Stadion Galgenwaard. Koning Willem-Alexander opende het evenement. De wedstrijden startten op maandag. Op vrijdagavond werd het EYOF Utrecht 2013 afgesloten met een sluitingsceremonie voor de sporters, begeleiders, medewerkers en de Festival Makers op het University College Utrecht, een van de drie ‘Olympische dorpen’.

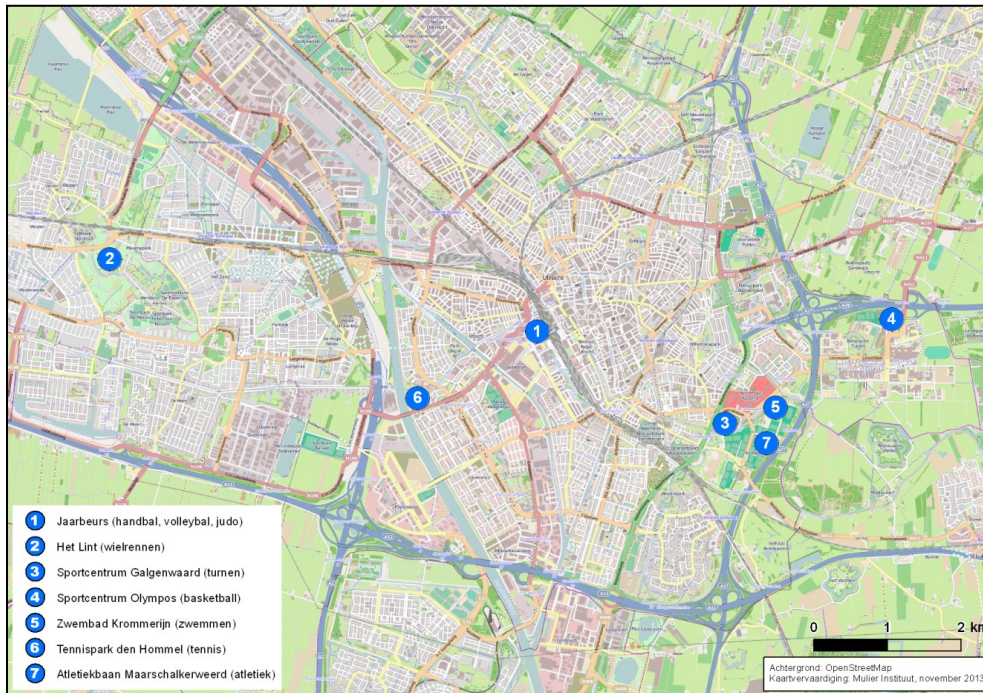
De uitvoering van het project was in handen van de Stichting EYOF Utrecht 2013, een samenwerkingsverband van de gemeente Utrecht, NOC*NSF en de provincie Utrecht. Het bestuur werd gevormd door vertegenwoordigers van deze drie organisaties. Achmea heeft zich als Official Partner verbonden aan het evenement. Tijdens het EYOF Utrecht 2013 werd gestreden in negen³ taken van sport. De betrokken bonden hadden een belangrijke rol in de organisatie van de wedstrijden in hun takken van sport. Ook lokale sportverenigingen en hun koepel Vereniging Sport Utrecht (VSU) waren betrokken bij de organisatie. De projectorganisatie stond onder leiding van Henny Smorenburg als CEO. Pieter van den Hoogenband, zelf deelnemer aan het EYOF 1993 in Valkenswaard, was aangesteld als toernooidirecteur.

De wedstrijden waren verdeeld over zeven locaties (zie figuur 1). Het ontmoetingspunt van het EYOF Utrecht 2013 stond op de Neude: het EYOF Achmea-huis. Aan het evenement deden 2271 sporters mee uit 49 landen. Bij de organisatie waren 1100 begeleiders, 1000 officials en scheidsrechters, en 2150 Festival Makers betrokken. De meeste medailles werden binnengehaald door Rusland (tabel 1). De Nederlandse equipe telde 139 talenten en eindigde, met twintig medailles, op een zevende plaats. Nooit eerder haalde Nederland op een EYOF zoveel medailles.

² Eerdere evenementen waren de Olympische Spelen van 1928 (Amsterdam), de Paralympische Spelen (destijds ‘Olympische spelen voor gehandicapten’ genoemd) van 1980 (Arnhem) en de Europese Jeugd Olympische Dagen in 1993 in Valkenswaard.

³ Atletiek, basketbal, handbal, judo, tennis, turnen, volleybal, wielrennen, zwemmen.

Figuur 1 Sportlocaties in Utrecht tijdens het EYOF Utrecht



Tabel 1 Medailleklassement EYOF 2013 (top-drie en Nederland)

Positie	Land	Aantal medailles	Aantal goud
1	Rusland	56	30
2	Groot-Brittannië	31	9
3	Frankrijk	22	9
7	Nederland	20	4

Bron: organisatie EYOF, bewerking Mulier Instituut

De side-events die aan het EYOF Utrecht 2013 waren gekoppeld, gingen door het leven onder de naam Achmea High Five Challenge (Achmea H5C). De aftrap hiervan vond plaats op 12 oktober 2012 op de Uithof te Utrecht, in de eerste editie van de Urban Tour. De 'side events' bestonden onder andere uit:

Sportdagen

Tussen 10 en 21 juni 2013 vond op het universitaire sportcentrum Olympos (locatie 4 op bovenstaande kaart) het onderdeel 'Sportdagen' plaats. Doelgroep waren basisscholieren (groepen 5 t/m 8) en scholieren uit de eerste en tweede klas van het voortgezet onderwijs. Hele klassen en soms ook scholen namen tegelijk aan de programma's deel. Voorafgaand aan de sportdagen hadden de deelnemende scholen een lespakket over het EYOF Utrecht 2013 en de Achmea High Five Challenge ontvangen.

Urban Tour

De Urban Tour was een rondreizend sportevenement voor jeugdigen tussen 10-14 jaar. Het drie tot vier uur durende evenement bood twaalf 'urban' sportonderdelen aan, zoals freerunning, BMX, freestyle tennis, interactief basketbal en een athletic arena experience. Doel was om jeugdigen mee te geven dat als je aan sport wilt doen, dat niet per se op de traditionele manier hoeft. Bij elke tour-

stop waren er een dj en een ‘speaker’ aanwezig. De Urban Tour werd dertienmaal gehouden, waarvan zeven keer in de stad Utrecht, vier keer in andere gemeenten binnen de provincie en twee keer elders.⁴

Fakkelestafette

Op 30 mei 2013 is de Olympische Vlam van het EYOF 2013 ontstoken in Athene. De vlam heeft van donderdag 11 juli tot en met zondag 14 juli een route afgelegd dwars door de stad en de regio Utrecht. Burgemeester Wolfsen van de stad Utrecht was de eerste fakkeldrager bij de start voor het stadhuis van Utrecht. Daarna maakte de fakkel een tocht door de verschillende buurgemeenten, alvorens terug te keren naar Utrecht. Eindpunt was, net zoals dat het geval is bij de Olympische Spelen, de openingsceremonie (in stadion Galgenwaard).

‘Toppers bij jou op school’ en sportclinics⁵

‘Toppers bij jou op school’ was een bestaand project dat door het EYOF Utrecht 2013 een stimulans kreeg. In ‘Toppers op school’ gaan topsporters naar scholen toe om daar te vertellen over hun bestaan als sporter. De sportclinics werden door de negen sportbonden in samenwerking met lokale verenigingen en gemeenten georganiseerd, door leden te werven of bestaande leden te attenderen op het evenement.

Para Youth Festival⁶

De gemeente Utrecht heeft aangepast sporten als speerpunt in haar sportnota (Sportnota 2011-2016: In Utrecht staat jouw talent centraal) gekozen. Daarom werd, op initiatief van toenmalig wethouder Sport, Rinda den Besten, vanuit de VSU het Para Youth Festival georganiseerd. Dit deed de VSU samen met de partners van Sport op Maat, waarbij dit festival gekoppeld werd aan het EYOF Utrecht 2013. Tachtig kinderen (14-19 jaar) met een lichamelijke beperking uit Nederland, Slovenië, Duitsland en Engeland sportten van 21 tot en met 25 juni tegen elkaar in vier sporten: rolstoelbasketbal, handbike, zwemmen en zitvolleybal.

⁴ Op Papendal, tijdens de Sportparade ter ere van het 100-jarig bestaan van NOC, en in Tilburg tijdens de Nationale Sportweek 2013.

⁵ Deze deelactiviteiten zijn niet betrokken in de uitgevoerde onderzoeken.

⁶ Dit evenement maakt geen deel uit van de Achmea High Five Challenge en is ook niet meegenomen in de onderzoeken.

3. Achmea High Five Challenge

Een van de ambities van het EYOF Utrecht 2013 was om door 'side-events' het evenement ook maatschappelijk te laten renderen. Dit verliep zich goed tot het Achmea H5C initiatief van Official Partner Achmea, bedoeld om de breedtesport te stimuleren. Vandaar dat dit initiatief integraal is ondergebracht binnen de Stichting EYOF Utrecht 2013. Het doel van de side-events was om de jeugd kennis te laten maken met sport en hun eigen talenten, zodat ze aan het sporten blijven. De 'side-events'⁷ van de Achmea H5C hebben 20.066 deelnemers bereikt (tabel 2).

Tabel 2 Totaaloverzicht deelnemers aantallen Achmea H5C

Onderdeel	Deelnemers
Sportdagen (incl. relatiedag)	12.500
Fakkelestafette	800
Toppers bij jou op school	976
Urban Tour	4.057
Clinics	1.733
Totaal	20.066

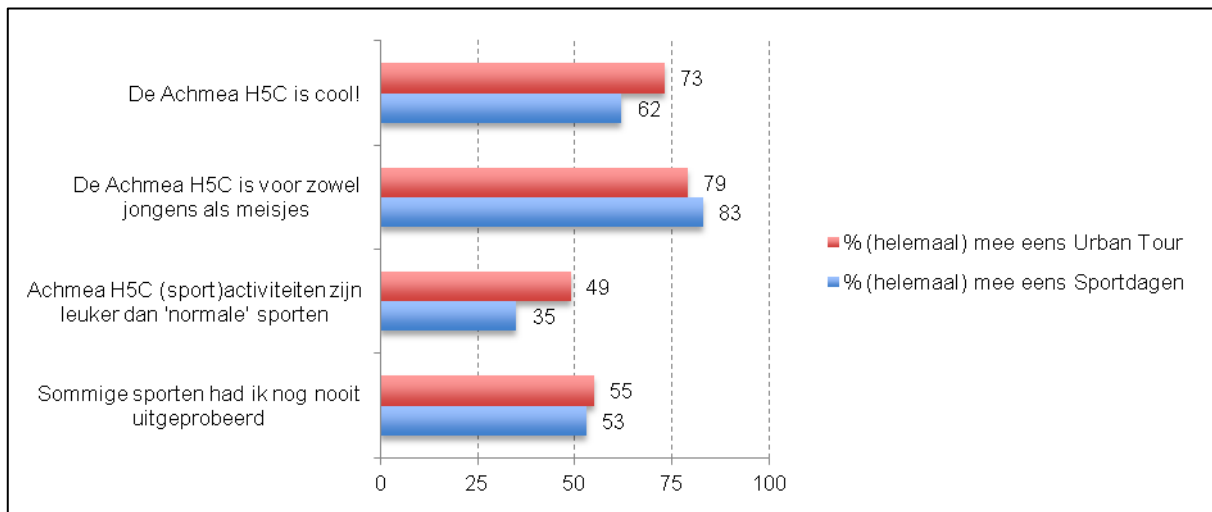
Het deelonderzoek naar de maatschappelijke betekenis van de Achmea High Five Challenge als side-eventsprogramma van het EYOF Utrecht 2013 is uitgevoerd door de Hogeschool Utrecht. Dit deelonderzoek concentreerde zich op de twee grootste onderdelen van de Achmea H5C: de 'Urban Tour' en de Sportdagen. Voor het onderzoek hebben 999 deelnemende kinderen enquêtes ingevuld. Verder zijn er interviews afgenomen bij 100 kinderen en is gesproken met aanwezige begeleiders, de projectleider van de Achmea H5C en docenten op basisscholen. Tot slot zijn verscheidene lessen uit de lessenserie bijgewoond en is een casestudie in de Utrechtse wijk Ondiep uitgevoerd.

De programmaonderdelen Urban Tour en Sportdagen hebben 16.557 jeugdigen bereikt. Dat is een groot aantal, waar de organisatoren trots op zijn. De Achmea H5C heeft met succes geprobeerd om aan te sluiten bij de belevingswereld van de kinderen en jongeren. De Achmea H5C is door de deelnemers enthousiast ontvangen: driekwart van de Urban Tour-respondenten en tweederde van de Sportdagen-respondenten is het (helemaal) eens met de stelling 'De Achmea H5C is cool!' (zie figuur 2). Urban Tour-deelnemers beoordeelden het side-event gemiddeld met het cijfer 8,7 en deelnemers aan de Sportdagen met een 8,0. Duidelijk is dat een groot aantal deelnemers enthousiast is over de Achmea H5C.

Uit de analyses blijkt dat de deelnemers aan de Urban Tour die zelf niet sporten, het side-event minder 'cool' vinden dan deelnemers die wel al aan sport doen (68% tegen 77%). Toch is de Achmea H5C erin geslaagd ook het merendeel van de 'niet-actieve' groep te enthousiasmeren. De helft van deze 'inactieve' groep heeft bovendien ontdekt dat hij/zij best goed is in een (sport)activiteit. De opzet van de side-events is daarmee kansrijk gebleken om niet-sportende jeugdigen plezier te laten beleven aan sport- en beweegactiviteiten.

⁷ De Achmea H5C bestond daarnaast uit andere onderdelen, die niet direct op jongeren waren gericht. Details zijn terug te vinden in het deelrapport van de Hogeschool Utrecht.

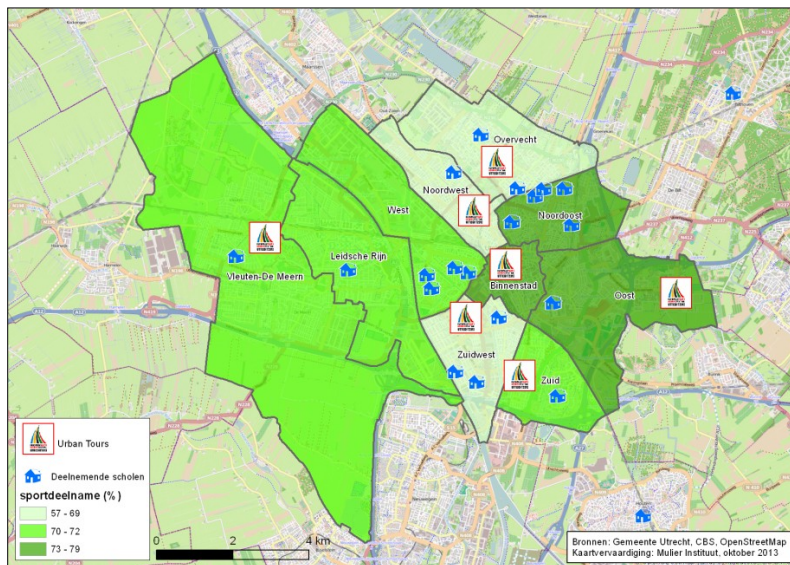
Figuur 2 Waardering Achmea H5C beweeg- en sportkennismakingevent



In totaal hebben 70 scholen in het basisonderwijs en 29 scholen in het voortgezet onderwijs deelgenomen aan de Achmea H5C, met 12.500 kinderen. Daarnaast zijn er 4057 deelnemers op de Urban Tour af gekomen. Van al deze kinderen kwam de grote meerderheid uit de stad Utrecht en de provincie Utrecht (zie figuur 3). Naar verhouding hebben zich meer scholen met een sportief profiel aangemeld voor de Sportdagen.

Het van tevoren toegestuurde lespakket bleek niet door alle docenten te zijn gebruikt. Een overvol lesprogramma, schooljaar afsluitende activiteiten zoals kampweken en proefwerkweken en overige organisatorische aspecten maakten het lastig of onmogelijk aandacht aan het lespakket te besteden. Docenten die de lessen uit het lespakket wel behandeld hadden, waren in het algemeen enthousiast over de inhoud. Ook over het verloop van de Sportdagen waren de docenten tevreden.

Figuur 3 Deelnemende scholen aan de Sportdagen uit de stad Utrecht en Urban Tour-stops



Het accent lag bij de Achmea H5C op het zo succesvol mogelijk *werven* van jongeren voor de betreffende events. Dit is goed gelukt (de doelstelling om 10.000 jongeren te werven werd ruimschoots gehaald). Dit ging wel ten koste van gerichte acties om jongeren ook betrokken te

houden. Minder aandacht ging uit naar het *verduurzamen* van het enthousiasme bij de aan de side-events deelnemende jongeren, onder wie voorheen niet-actieve jongeren.

Verduurzaming had kunnen plaatsvinden via verenigingen en overige sportverbanden in de wijk. Verenigingen bleken zich echter niet betrokken te voelen bij de Achmea H5C, dat vooral door professionals van commerciële sportaanbieders was vormgegeven. Voordeel van deze werkwijze was dat zo continuïteit kon worden geboden (in elke wijk kon met dezelfde persoon worden voortgebouwd op eerdere ervaringen); nadeel was dat er weinig is samengewerkt met partijen die vanuit de aard van hun werk in de wijk óók een bijdrage hadden kunnen leveren, zoals buurtsportcoaches, en met bestuurders en vrijwilligers in sportverenigingen. Vooraf was dit wel het doel, maar met name de timing van de werkzaamheden maakte de inzet vanuit deze doelgroep lastig. Vrijwilligers zijn immers overdag (toen de activiteiten plaatsvonden) niet beschikbaar. Beweegmakelaars en jongerenwerkers zijn wel benut om jongeren uit de wijk te betrekken bij de side-events.

De uitkomsten uit dit deelonderzoek laten zien dat deelname aan de Achmea H5C voor veel jeugdigen tot een positieve sportbeleving heeft geleid. Zij zijn 'klaar voor de start!' Maar ook na het startschot is het van belang te blijven investeren in het motiveren van jongeren voor sport. Als aanbevelingen zijn benoemd:

1. Speel bij het versterken van de sportbeleving van jongeren nadrukkelijk in op hun (verschillende) sportmotieven.
2. Besteed extra aandacht aan de werving en motivatie van jongeren die niet of nauwelijks sporten.
3. Stel niet alleen kwantitatieve doelstellingen (aantallen te bereiken jongeren), maar ook kwalitatieve doelstellingen (plan van aanpak over hoe voort te bouwen op initieel enthousiasme).
4. Lever zoveel mogelijk maatwerk richting scholen.
5. Zorg voor een link tussen het side-event en lokale partners (scholen, sportverenigingen, andere aanbieders, sportbuurtcoaches, beweegmakelaars).
6. Investeer in de samenwerking met professionals én vrijwilligers in de buurt, in het bijzonder voor het realiseren van *duurzame* effecten.

4. Economische impact en beleving

Sportevenementen zoals het EYOF Utrecht 2013 vormen een gelegenheid voor een stad om zichzelf in de kijker te spelen. Voor even staat de stad in de schijnwerpers. De stad kan zich 'verkopen' als vestigingsplaats voor burgers en bedrijven, en profiteert en passant van wat gasten van buiten uitgeven in de stad. Voorwaarde daarbij is uiteraard dat het evenement prettig verloopt en er geen misstanden plaatsvinden.

In dit deelonderzoek, uitgevoerd door het Mulier Instituut, wordt geschetst welke economische impuls van het EYOF Utrecht 2013 is uitgegaan.⁸ Daarnaast wordt ingegaan op de vraag hoe betrokkenen en bewoners het evenement hebben beleefd. Hiervoor is gebruikgemaakt van webenquêtes,⁹ van straatinterviews en van gegevens die zijn verstrekt door de EYOF Utrecht 2013-organisatie zelf, zoals over de media-aandacht. De analyse van de economische betekenis is uitgevoerd conform de richtlijnen van de 'WESP'.¹⁰ Alle uitkomsten hebben betrekking op het evenement EYOF Utrecht 2013 zelf (de periode 14 tot en met 19 juli) en niet op de Achmea H5C of op andere vooraf georganiseerde activiteiten rond het EYOF Utrecht 2013.

Bezoekers en andere betrokkenen

Bij het EYOF Utrecht 2013 zijn een kleine 35.000 personen betrokken geweest (tabel 3). De reguliere bezoekers vormden met ruim 26.000 personen de grootste groep (75% van alle aanwezigen). Omdat sommige van hen meerdere bezoeken aflegden aan het EYOF Utrecht 2013, komt het totaal aantal bezoeken op 60.000. In totaal zijn er 53.432 tickets afgenomen. Het merendeel daarvan (36.788) is gratis verstrekt, aan relaties, officials en deelnemers, een kleiner deel (16.644) is verkocht. Daarmee is de doelstelling om minimaal 14.000 tickets te verkopen gehaald. De meeste tickets werden verkocht voor atletiek (2670), de minste voor tennis (808).

Tabel 3 Omvang groepen, in absolute aantallen en procenten van totaal

	Abs.	%
Bezoekers, excl. VIPs	26.006	75
Sporters en begeleiders	3.271	9
VIP's/sponsors/geaccrediteerden	2.200	6
Officials, scheidsrechters	1.000	3
Festival makers	2.150	6
Pers	201	1
Totaal	34.828	100

Bron: organisatie EYOF en eigen berekeningen Mulier Instituut

⁸ Vooraf is het nooit het doel van de gemeente Utrecht geweest om het EYOF te organiseren met het oog op een economische spin-off. Hiervoor was de bekendheid in de ogen van de gemeente te klein. Om het EYOF Utrecht 2013 toch te kunnen vergelijken met andere evenementen en een bijdrage te leveren aan de kennis over de economische impact van sportevenementen, heeft de Stichting EYOF Utrecht 2013 besloten tevens een economische effectmeting uit te laten voeren rond het EYOF Utrecht 2013.

⁹ Onder 927 EYOF sporters, 12 chefs de mission, 273 vrijwilligers, 100 Utrechtse verenigingen, 1.927 bezoekers, 410 Utrechters en 3.000 Nederlanders. Daarnaast zijn 400 straatinterviews met Utrechters gehouden.

¹⁰ Werkgroep Evaluatie Sportevenementen, <http://www.evenementenevaluatie.nl/>.

Media-aandacht

In de media verschenen 1672 berichten over het EYOF Utrecht 2013.¹¹ Kranten en tijdschriften plaatsten 536 publicaties, online zijn 1051 publicaties geteld. Radio en televisie berichtten 85 keer over het evenement. De EYOF-website trok 250.000 unieke bezoekers, de Facebook-account telde 20.000 gebruikers. Op Twitter had het EYOF Utrecht 2013 3200 volgers. Op de dag van de opening was EYOF ‘trending topic’. De media-aandacht vertegenwoordigt een waarde van 2,7 miljoen euro.

Economische impact

43% van alle bezoekers geeft aan zonder het EYOF Utrecht 2013 niet in de regio¹² Utrecht te zouden zijn geweest. Bezoekers uit Nederland besteedden gemiddeld 31 euro in de regio, buitenlanders gemiddeld 188 euro. Daarnaast werden nog uitgaven gedaan voor overnachtingen. De totale uitgaven van bezoekers worden geraamd op 1,8 miljoen euro. De totale economische impact komt daarmee op 4,8 miljoen euro (zie tabel 4). De mediawaarde is hierbij niet inbegrepen.

Tabel 4 Samenvattend overzicht economische impact, afgeronde bedragen in euro's

	€	%
Bezoekers, excl. VIP's	1.788.000	38
Sporters en begeleiders	199.900	4
VIP's/sponsors/geaccrediteerden	404.300	8
Officials, scheidsrechters	704.100	15
Vrijwilligers	59.100	1
Pers	19.400	0
Organisatie	1.585.200	33
Totaal	4.760.000	100

De stad lijkt een positieve indruk op de betrokkenen te hebben achtergelaten. Van de vrijwilligers vond 68% dat het EYOF Utrecht 2013 had bijgedragen aan het imago van de stad. 28% is positiever over de stad gaan oordelen, 3% negatiever (69% neutraal). Van de bezoekers vond 72% dat het EYOF Utrecht 2013 heeft bijgedragen aan de promotie van de stad; 25% is van plan terug te komen naar de stad. Van de Utrechters die bekend waren met het EYOF Utrecht 2013, dacht 70% vooraf dat het EYOF Utrecht 2013 zou bijdragen aan de promotie van de stad. Achteraf gold dat voor 44%.

Beleving

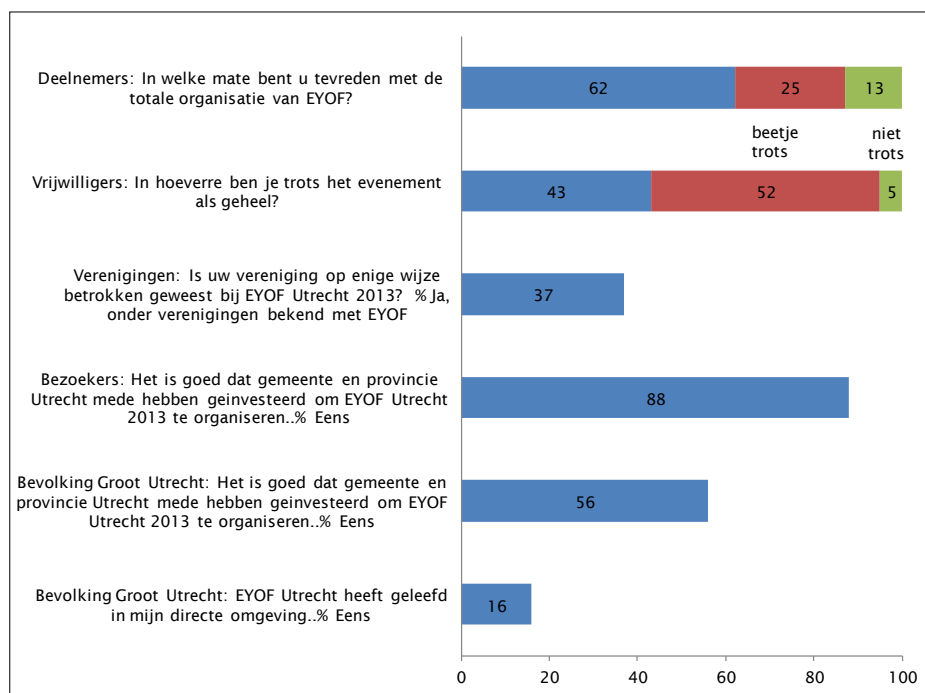
De direct betrokkenen kijken doorgaans positief terug op het evenement. Van de deelnemers beoordeelt 62% het EYOF Utrecht 2013 als ‘goed’, 25% is ‘tevreden’ en 13% is ‘ontevreden’. De grootste satisfactie wordt gegenereerd door het enthousiasme van de Festival Makers, het minst tevreden zijn de deelnemers over de catering. Ook de vrijwilligers (‘Festival Makers’) laten zich enthousiast uit over het evenement. De meeste zijn ‘een beetje trots’ (52%) of ‘zeer trots’ (43%) op het evenement en hun eigen bijdrage daarin. Het EYOF Utrecht 2013 heeft voor 82% aan de verwachtingen voldaan of heeft die overtroffen en 77% stelt zich weer beschikbaar als vrijwilliger bij vergelijkbare evenementen. De Chefs de Mission laten zich wat kritischer over het EYOF Utrecht

¹¹ Dit is inclusief publicaties over de Achmea High Five Challenge.

¹² De regio Utrecht betreft de gemeenten Bunnik, De Bilt, De Ronde Venen, Houten, IJsselstein, Nieuwegein, Stichtse Vecht, Utrecht, Vianen, Woerden en Zeist.

2013 uit.¹³ Van hen is 45% tevreden over EYOF. Voor de accommodaties, de organisatie van de wedstrijden en de vrijwilligers is er niets dan hulde, maar over sommige logistieke aspecten en het sociaal programma is men minder tevreden. De bezoekers van het evenement uitten zich erg tevreden. Gemiddeld geeft men het EYOF Utrecht 2013 het rapportcijfers 8 (3% geeft een onvoldoende). 88% vindt het goed dat gemeente en provincie in het evenement hebben geïnvesteerd. Onder de Nederlandse bevolking was 27% (achteraf) bekend met het EYOF Utrecht 2013; onder de Utrechtse bevolking was dat 66%. Van hen vond 66% vooraf dat het goed was dat Utrecht in het evenement investeerde; na afloop was dat 56%. Kritisch liet de Utrechtse bevolking zich uit over de mate waarin men zich voldoende geïnformeerd voelde en de mate waarin het evenement had geleefd in hun directe omgeving (resp. 32% en 16% van degenen die bekend waren met het evenement). Van de ondervraagde verenigingen was 71% bekend met het EYOF Utrecht 2013. Onder de EYOF-sporten was dat 89%. Van de verenigingen die bekend waren met het evenement, voelde 37% zich bij het evenement betrokken (EYOF sporten 55%) en is 3% van mening dat het EYOF Utrecht 2013 hun iets heeft opgeleverd (EYOF sporten 6%).

Figuur 4 Beleving EYOF Utrecht 2013 onder betrokkenen (in procenten)



Sportieve legacy

Over wat het EYOF Utrecht 2013 de stad sportief heeft opgeleverd, lopen de meningen iets uiteen. Vrijwilligers voelen zich door het evenement gestimuleerd om zich bij toekomstige evenementen weer een soortgelijke rol op zich te nemen. Van de verenigingen die bekend waren met het EYOF Utrecht 2013, denkt 15% dat het evenement de stad sportief wat heeft opgeleverd. Van de bezoekers vindt 84% dat het EYOF Utrecht 2013 heeft bijgedragen aan de promotie van sport in de regio en voelt 15% zich geïnspireerd om te sporten (26% enigszins).

¹³ Omdat deze vragen zijn beantwoord door een klein aantal (12) Chefs de Mission, moet dit cijfer met enige voorzichtigheid worden behandeld.

5. Het organisatieproces

De Nederlandse overheid en de sportwereld hechten er veel waarde aan dat sportevenementen maatschappelijk van betekenis zijn. Maatschappelijke betekenis, bijvoorbeeld in de vorm van toename van sportparticipatie en het vergroten van sociale cohesie, ontstaat echter niet vanzelf, maar is (mede) afhankelijk van de wijze waarop het evenement en side-events georganiseerd worden. Een belangrijke doelstelling van deze evaluatie was dan ook om lering te trekken uit de wijze waarop het EYOF Utrecht 2013 organisatorisch was vormgegeven. Per slot van rekening waren hier veel partijen, op veel verschillende niveaus, bij betrokken – op een wijze waarop in Nederland nog niet veel ervaring is opgedaan.

De Utrechtse School voor Bestuurs- en Organiseringswetenschappen (USBO) van Universiteit Utrecht heeft hiertoe een ‘procesevaluatie’ uitgevoerd. Doel was om inzichtelijk te maken welke factoren in de organisatie van het EYOF Utrecht 2013 – in de ogen van relevante stakeholders – doorslaggevend zijn geweest bij het bereiken van de doelstellingen. Voor dit deelonderzoek is gesproken met twintig vertegenwoordigers van twaalf betrokken organisaties, waaronder de Raad van Advies en het bestuur van de Stichting EYOF Utrecht 2013, strategische stakeholders, en betrokken sport- en onderwijsorganisaties. Binnen een aantal organisaties is, in aparte gesprekken, met verschillende personen gesproken.

Conclusies

Geconcludeerd kan worden dat het organisatieproces van het EYOF Utrecht 2013 is vormgegeven door een grote verscheidenheid aan organisaties, die elk vanuit een eigen perspectief, belang en verwachtingen zijn ingestapt. De betrokken organisaties waren op verschillende niveaus actief (lokaal, regionaal, landelijk en internationaal) en op uiteenlopende wijze georganiseerd (publiek, privaat, professioneel, vrijwillig, etc.). Het bleek gedurende het gehele proces een uitdaging om eenheid te scheppen in deze diversiteit, mede omdat niet alle partijen even expliciet waren over hun verwachtingen en doelstellingen. Hoewel de Achmea High Five Challenge onderdeel was van het EYOF Utrecht 2013, leek het in de ogen van verschillende betrokkenen in de praktijk moeilijk om beide onderdelen aan elkaar te verbinden. Betrokkenen hebben dit geuit door aan te geven dat in hun ogen beide onderdelen verschilden in doelstellingen, organisatiestructuren en werkwijzen.

Ondanks een beleving van een complexe organisatiecontext door betrokkenen heeft het EYOF Utrecht 2013 inclusief de Achmea H5C voor de meeste betrokken organisaties meerwaarde gehad. Deze meerwaarde betreft vooral de mogelijkheid voor organisaties om zich via beide evenementen extern te profileren, met name rond het thema ‘Celebrate Talent’. Daarnaast hebben beide evenementen geleid tot meer kennis over het organiseren van grote multi-sportevenementen, waarvan diverse betrokkenen aangeven dat dit van grote meerwaarde is voor de organisatie van toekomstige evenementen, zowel landelijk als in (de regio) Utrecht. Ook hebben zowel het EYOF Utrecht 2013 als de Achmea H5C (als onderdeel van het EYOF Utrecht 2013) een positieve invloed gehad op de betrokkenheid van medewerkers bij het evenement én bij de eigen organisatie.

Tegelijkertijd zijn andere doelstellingen en verwachtingen minder goed uit de verf gekomen of zijn er in de perceptie van betrokkenen kansen blijven liggen. In hun ogen hadden het EYOF Utrecht 2013 en de Achmea H5C meer resultaat kunnen boeken op het terrein van het structureel verhogen van de sportparticipatie en het verbinden van top- en breedtesport. Daarnaast zal het blijvende effect van het EYOF Utrecht 2013 en Achmea H5C op de lokale en nationale samenleving verder uitgewerkt moeten worden. De gemeente Utrecht en Achmea hebben beide aangegeven een vervolg te willen geven aan het bewerkstelligen van een sportieve legacy.

Als succesfactoren worden benoemd:

- Het feit dat het evenement gedragen werd door partijen op verschillende niveaus (lokaal, regionaal, landelijk). Hierdoor kon het evenement worden gefinancierd en bovendien was het goed om uit te drukken dat een dergelijke multi-level samenwerking tot de mogelijkheden behoort.
- Het internationale karakter van het EYOF Utrecht 2013, wat de ontwikkeling van nieuwe initiatieven stimuleerde.
- Het betrekken van een private partij in de organisatie, in dit geval Achmea. Hierdoor kreeg het EYOF Utrecht 2013 meer uitstraling en kon worden geprofiteerd van de communicatiekracht van Achmea, wat de participatie in de side-events ten goede is gekomen.

Als verbeterpunten worden benoemd:

- Het ontvlechten van bestuurlijke verantwoordelijkheden en uitvoerende taken, waardoor tegenstrijdige belangen in de aansturing voorkomen kunnen worden.
- Vertegenwoordiging van cruciale partijen in het bestuur. Het betrekken van partijen is niet eenvoudig gebleken. Met een bestuur en een Raad van Advies is gepoogd alle partijen adequaat te betrekken. Desondanks hebben niet alle partijen zich in dezelfde mate eigenaar van het evenement gevoeld.
- Het managen van verwachtingen tussen de verschillende betrokken partijen. De wisselwerking tussen hoofd- en side-event werd nu in de praktijk niet altijd herkend, onder andere door het ontbreken van een verbindende naamgeving en een beleving van verschillen in de organisatieprocessen.
- De betrokkenheid van lokale sportverenigingen. De ondernomen initiatieven hebben er niet toe geleid dat er een groot draagvlak was voor het EYOF Utrecht 2013 onder lokale verenigingen. Hierdoor zijn mogelijk kansen blijven liggen om een structurele toename van de sportparticipatie te bereiken.

Aanbevelingen

De voorgaande succes- en verbeterfactoren leiden tot de volgende vier aanbevelingen voor het optimaliseren van de maatschappelijke waarde van toekomstige (grote) sportevenementen.

1. Maak sterker onderscheid tussen besturen en uitvoeren in de projectorganisatie. Dat overheden een financiële bijdrage leveren aan de organisatie van sportevenementen hoeft niet te betekenen dat zij ook verantwoordelijk zijn voor de uitvoering. Die uitvoering kan in handen worden gelegd van een op zichzelf staande stichting of onderneming zonder dat deze bestuurlijke banden heeft met de opdrachtgever(s). Het betrekken van commerciële organisaties, naast overheden, in de aanloopfase en de uiteindelijke projectstructuur is een pre, door de aanvullende expertise.
2. Acteer lokaal, maak lokale organisaties belangrijk. Lokale organisaties zijn meer dan alleen suppliers in de uitvoering van het evenement, zij beschikken ook over reeds bestaande lokale netwerken. De kans op een structurele nalatenschap wordt groter, naarmate het evenement aanhaakt op reeds bestaande maatschappelijke initiatieven en die van een impuls kan voorzien. Om de lokale organisaties in een vroegtijdig stadium aan te laten haken is het van belang om voor hun de meerwaarde van medewerking aan het evenement inzichtelijk te maken. Maak competente lokale organisaties belangrijk en laat hen ook meebeslissen in de richting van de te realiseren maatschappelijke doelen. Daarmee wordt een gedeelde verantwoordelijkheid en een gedeeld eigenaarschap over de maatschappelijke doelen gecreëerd.
3. Optimaliseer wisselwerking evenement en side-events (in naamgeving, doelstellingen, communicatie). Het is belangrijk dat het hoofdevenement en het side-event-programma optimaal op elkaar aansluiten. De doelstellingen van beide evenementen dienen elkaar aan te vullen. Het bestuur van de evenementorganisatie dient voor een goede balans te zorgen in de focus op beide evenementen. In naamgeving en externe communicatie dient de koppeling tussen het side-event-programma en het hoofdevenement duidelijk te zijn. Daarnaast is het van belang om vroegtijdig het hoofdevenement voldoende aandacht te geven in de lokale/nationale media, zodat het side-event-programma en het hoofdevenement optimaal van elkaars aandacht kunnen profiteren.
4. Centraliseer kennis, met name gericht op het realiseren van structurele maatschappelijke impact, via de doorontwikkeling van de modelaanpak sportevenementen. Voor de organisatie van toekomstige sportevenementen is het daarom van belang om de opgedane kennis in de organisatie van het EYOF Utrecht 2013 en de Achmea High Five Challenge te borgen en te ontsluiten via de bestaande modelaanpak. Hier ligt voor NOC*NSF en VWS een voorname rol. Ook voor Achmea kan hier een rol zijn weggelegd als zij het concept van de Achmea High Five Challenge blijven doorontwikkelen en beschikbaar stellen aan toekomstige sportevenementen.

6. Samenvatting

Het EYOF Utrecht 2013 maakte van 2013 een 'Olympisch getint jaar'. In juli 2013 werd in Utrecht de Olympische vlag gehesen, het Olympische Vuur ontstoken en klonk het Olympisch *anthem* door Stadion Galgenwaard. Bezoekers van de openingsceremonie werden toegesproken door Jacques Rogge en koning Willem-Alexander opende het evenement. Even vormde Utrecht het middelpunt van de Europese Olympische familie.

Het EYOF Utrecht 2013 en de daarbinnen georganiseerde Achmea H5C passen in een ambitie om Nederland als sportevenementenland te profileren. De overheid ondersteunt die ambitie. Met name hecht de overheid aan de maatschappelijke betekenis van sportevenementen.

In de praktijk blijkt het genereren van maatschappelijke betekenis met evenementen nog geen eenvoudige opgave.¹⁴ Mede hierom wordt eraan gewerkt om leerpunten en best practices te verzamelen en richtlijnen op dit gebied op te stellen.¹⁵

Wat valt er in dit opzicht te leren van het EYOF Utrecht 2013 en de Achmea H5C? Voor een antwoord op die vraag heeft de Stichting EYOF Utrecht 2013 drie onderzoeken laten uitvoeren, door het Mulier Instituut, de Hogeschool Utrecht en de Universiteit Utrecht. In deze overall rapportage zijn de belangrijkste bevindingen uit deze onderzoeken bijeengebracht.

Key-findings¹⁶

Organisatie en direct betrokkenen kunnen terugkijken op een succesvol verlopen evenement. Het EYOF Utrecht 2013 heeft geleid tot 60.000 bezoeken, 4,8 miljoen euro aan additionele bestedingen en 1600 artikelen in diverse media. 20.000 jongeren hebben door de Achmea High Five Challenge de kracht van sport ervaren.

Het onderzoek van de Hogeschool Utrecht zoomde in op de Achmea High Five Challenge, de side-events die integraal deel uitmaakten van het EYOF Utrecht 2013. Daaruit kwam naar voren dat de jongeren deze side events positief hebben gewaardeerd. De 'Sportdagen', op Sportcentrum Olympos, kregen van de jongeren het rapportcijfer 8,0. De 'Urban Tour' (op dertien locaties in het land) kreeg zelfs een 8,7. Door aansluiting te zoeken bij de beleving van de jongeren maakten ook jongeren die minder op hadden met sport op een plezierige en inspirerende wijze kennis met sport. Het concept, dat krachtig was vormgegeven en even krachtig was gecommuniceerd, heeft daar een belangrijke rol in gespeeld. Tegelijk moet worden geconstateerd dat de gekozen opzet weinig ruimte bood aan lokale partijen om een eigen inbreng in het programma te hebben en zich zo betrokken te voelen bij de Achmea High Five Challenge.

¹⁴ Zie o.a. Van Bottenburg et al. 2012.

¹⁵ Zie, o.a. De Groot et al. 2012, De Groot en Duijvestijn 2013, Hover en De Groot 2013, De Boer et al. 2013.

¹⁶ Zie ook de kerncijfers, die als bijlage 1 bij dit rapport zijn opgenomen.

In het onderzoek van het Mulier Instituut stond de economische betekenis en beleving van het evenement zelf centraal. Voor de 2271 deelnemende sporters (uit 49 landen) zal het EYOF Utrecht 2013 altijd een memorabel evenement blijven. Zij waardeerden het evenement met een 7,7. Problemen bij de opstart (met name logistiek) zijn gaandeweg het evenement aangepakt en vaak ook opgelost. Wat betreft zaken als kaartverkoop en het aantal te bereiken jongeren geldt dat de organisatie zijn doelstellingen heeft gehaald. Verder bleek dat het EYOF Utrecht 2013 een positieve uitstraling heeft gehad op de stad. Bezoekers en Festival Makers spreken zich positief uit over de stad, een kleiner aandeel overweegt om nog eens terug te komen. Het EYOF Utrecht 2013 is erin geslaagd om 2150 Festival Makers een inspirerende ervaring op te laten doen en enthousiasme te creëren om ook in de toekomst als vrijwilliger actief te zijn. De Utrechtse verenigingen en bevolking reageerden iets kritischer: één op de drie Utrechters voelde zich vooraf voldoende geïnformeerd, vijf van de zes meent dat het EYOF Utrecht 2013 in hun buurt niet echt heeft geleefd. De verenigingen geven aan twijfels te hebben over wat het EYOF Utrecht 2013 hun heeft opgeleverd – al zijn er ook voorbeelden van sterk betrokken verenigingen, waarvoor hun betrokkenheid bij het EYOF Utrecht 2013 duidelijk van waarde is geweest.

De Universiteit Utrecht heeft in zijn onderzoek gekeken hoe het proces rondom EYOF Utrecht is verlopen. Vastgesteld wordt dat het EYOF Utrecht 2013 een complex evenement betrof, dat alleen door de samenwerking tussen partijen op diverse niveaus tot een goed einde kon worden gebracht. Als winstpunten van het EYOF Utrecht 2013 worden benoemd: de externe profilering, de mogelijkheid om de betrokkenheid onder werknemers te vergroten en de leerervaringen die met het EYOF Utrecht 2013 zijn opgedaan. Het EYOF Utrecht 2013 had veel baat bij de betrokkenheid van partijen op meerdere niveaus, van het internationale tot de verbeelding sprekende karakter van het evenement en van de inbreng van een commerciële partij met ervaring in communicatie. Minder goed uit de verf kwamen, aldus de betrokkenen, de wens om met het evenement de sportparticipatie een stimulans te geven en te verbinden aan het elan dat de topsport aankleeft. De grootste organisatorische uitdaging bleek te zijn: het adequaat aanhaken van de vele partijen die bij het EYOF Utrecht 2013 betrokken waren, van grote bestuurlijke spelers tot de vele verenigingen die geacht werden handen en voeten te geven aan de lokale worteling van het EYOF Utrecht 2013.

Kanttekeningen en leerpunten

De reikwijdte en de tijdslijn van de uitgevoerde onderzoeken staan niet toe om een uitspraak te doen over de mate waarin het EYOF Utrecht 2013 heeft bijgedragen aan een duurzame verhoging van de sportparticipatie. Uit de uitgevoerde onderzoeken valt op te maken dat het project succesvol is geweest in het prettig laten kennismaken met sport (sport is leuk en iedereen kan het). De Achmea H5C is goed ontvangen bij de doelgroep. Het werken met één concept en één uitvoerende organisatie heeft daarin zijn waarde bewezen. De meerderheid van de bezoekers aan het evenement geeft echter aan zich door het EYOF Utrecht 2013 niet geïnspireerd te hebben gevoeld om te gaan sporten. Het evenement trok toch vooral mensen die al aan sport deden en in veel mindere mate 'niet-sporters' – helaas een al te veel voorkomend beeld bij sportevenementen.¹⁷

¹⁷ Voor meer hier informatie hierover, zie Van Bottenburg et al. 2012 en Hover et al. 2013.

Nu zal het aankomen op het verankeren van deze opbrengsten in een duurzame sportieve legacy. Lokale organisaties (sportverenigingen etc.)¹⁸ vormen hierin een belangrijke schakel. Zij zijn degenen die met hun aanbod mensen sportief actief moeten krijgen. Lokale organisaties geven echter aan zich lang niet allemaal betrokken of eigenaar te hebben gevoeld bij het EYOF Utrecht 2013. Geconstateerd moet worden dat het betrekken van lokale partijen bij het EYOF Utrecht 2013 meer voeten in de aarde heeft gehad dan vooraf was verwacht. Weliswaar is actief gepoogd om het EYOF Utrecht 2013 samen met lokale partijen vorm te geven, maar de organisatie lijkt er erg op te hebben vertrouwd dat de door de organisatie uitgezette lijnen wel zouden worden geaccepteerd en overgenomen. Organisaties werden vooral uitgenodigd om bij te dragen aan de vanuit de organisatie ontwikkelde projecten, niet om ook zelf activiteiten te ontwikkelen om het gedachtegoed van het EYOF Utrecht 2013 verder uit te dragen. Daardoor bleef er minder ruimte over voor initiatieven van lokale partijen, wat de betrokkenheid van die partijen, naar nu blijkt, niet ten goede is gekomen.

Uit het onderzoek komt ook naar voren dat het evenement op de sportlocaties zelf heeft geleefd, maar dat inwoners van de stad minder van het evenement lijken te hebben meegekregen. Hiermee is niet gezegd dat er geen moeite is gedaan om over het evenement te communiceren. Het EYOF Bestuur zelf liet geen kans onbenut om bij gelegenheden het aanwezige (sport-)publiek te wijzen op het EYOF Utrecht 2013. Inwoners van de stad Utrecht zijn persoonlijk aangeschreven door de burgemeester. Maar in het straatbeeld en bijvoorbeeld rond stations en uitvalswegen was het EYOF Utrecht 2013 niet altijd even zichtbaar. Dat gold ook voor de bussen die waren ingezet voor het transport. De Fakkeltocht door stad en provincie was op zich een mooie happening, maar was niet de *eye catcher* die de aandacht trok van wijk en buurt (uitzonderingen daargelaten). Deels is dit terug te voeren op budgettaire beperkingen.¹⁹ Daarnaast lijkt er voor het genereren van bekendheid voor het EYOF Utrecht 2013 laat, of met onvoldoende gevoel voor de situatie, te zijn ingezet op het betrekken van organisaties (lees: verenigingen, scholen) die ervoor hadden kunnen zorgen dat het EYOF Utrecht 2013 onderdeel was gaan worden van projecten in de wijk en de buurt. Het werken met twee namen (Achmea H5C en EYOF Utrecht 2013) heeft er evenmin toe bijgedragen om beide deelprojecten aan elkaar te verbinden.

Last but not least: het EYOF Utrecht 2013 is vormgegeven door een grote verscheidenheid aan organisaties, die elk vanuit een eigen perspectief, belang en verwachtingen zijn ingestapt. Het bleek gedurende het gehele proces een uitdaging om eenheid te scheppen in deze diversiteit, mede ook omdat niet alle partijen even expliciet waren over hun verwachtingen en doelstellingen.

¹⁸ Denk verder aan scholen, gezondheid- en welzijnsorganisaties, beweegmakelaars, combinatiefunctionarissen buurtsportcoaches, en andere lokale professionals en vrijwilligers.

¹⁹ De totale kosten van het EYOF Utrecht 2013 bedragen bijna 11 miljoen euro met een nadelig resultaat van 645.000 euro (Bron: brief gemeente Utrecht aan de commissie Mens en Samenleving van 2 december 2013). Met meer budget hadden zaken grootser en luxueuzer kunnen worden opgezet. Toch bestaat niet de indruk dat het voorzieningsniveau van het EYOF Utrecht 2013 ontoereikend was, gegeven ook de aard van het evenement als podium voor talentvolle jonge sporters.

De belangrijkste leerpunten die dankzij EYOF Utrecht 2013 en Achmea H5C zijn opgedaan, zijn:

1. Het organiseren van een aansprekend sportevenement eist alle aandacht op van een organisatie. Die situatie is onvermijdelijk en tekent de noodzaak om de organisatie van ‘side events’ daarvan los te maken, om te vermijden dat de side-events ondersneeuwen in de aandacht die het hoofdevenement onvermijdelijk opeist. Bij het EYOF Utrecht 2013 heeft dat op zich goed gewerkt, al hadden samenwerkingspartners van het EYOF Utrecht 2013 het gevoel dat er sprake was van verschillende organisaties en had er meer gewonnen kunnen worden door in de communicatie te kiezen voor één naam voor hoofd- en side-event.
2. Voor het realiseren van een duurzame sportieve legacy is het van belang om een goede balans te vinden tussen communicatieve kracht (één centraal concept en beeldmerk) en lokale kracht (maatwerk, mede-eigenaarschap). Om het evenement te laten (voort)leven is het nodig dat lokale partijen en actoren zich voldoende betrokken voelen. Dat betekent: investeer nadrukkelijk in tijd en menskracht (gesprekken voeren, bijeenkomsten beleggen) voor die partijen om mee invulling te geven aan de evenementen. Doe dat vroegtijdig in het proces, direct vanaf de start en niet nadat de belangrijkste keuzes al zijn gemaakt. Neem de tijd om uit te leggen wat de betekenis van het evenement voor de lokale partijen²⁰ kan zijn, en stel samen met de geïnteresseerde (!) organisaties een plan van aanpak op (ook een followup als het evenement is afgelopen). Realiseer je dat vrijwilligersorganisaties anders functioneren dan professionele organisaties. Maak bij dit alles gebruik van partijen die een achterban vertegenwoordigen en een rol willen spelen richting die achterban. Geef die organisaties publiekelijk *credits* voor hun werk, bied de betreffende mensen en hun organisaties een podium. Met andere woorden: realiseer je dat maatschappelijke betekenis niet vanzelf ontstaat maar actief gecreëerd moet worden, en dat daarbij de bereidwillige inzet van derden onontbeerlijk is.
3. Een complex multi-sportevenement als het EYOF Utrecht 2013 komt alleen tot stand in samenwerking met een groot aantal organisaties. Die samenwerking kan alleen goed verlopen als alle organisaties betrokken zijn bij discussies over de doelstellingen van het evenement, hun verwachtingen kunnen uitspreken en er gaandeweg ook een gesprek wordt gevoerd over eventuele bijstellingen. Tegelijkertijd is het van belang te zorgen voor een duidelijkere ontvlechting van bestuurlijke verantwoordelijkheid en uitvoerende taken, bijvoorbeeld door de organisatie van het evenement in handen te leggen van een (commerciële) organisatie die niet ook wordt bestuurd door de publieke geldschieters.

²⁰ Denk aan verenigingen, of lokale koepels van verenigingen; welzijnsorganisaties die beweegmakelaars, combinatiefunctionarissen en buurtsportcoaches aansturen; scholen of onderwijskoepels voor zover die er zijn; gezondheidsorganisaties; lokale media; dit alles in nauwe afstemming met de gemeente, voor zover het gaat om lokale participatie (en bonden voor zover het landelijke programma's betreft).

Tot slot

Het EYOF Utrecht 2013 is een fraaie kraal aan een voor stad en land imposante evenementenketen. Met het evenement heeft Utrecht zich in de kijker gespeeld als podium voor talent. Sporters uit heel Europa hebben prettig kennisgemaakt met Nederland Sportland, het Nederlandse sportbestuur kreeg de gelegenheid om zich in de eigen achtertuin te presenteren aan hun Europese collegae. Met het evenement is economisch betekenis gegenereerd. Er is veel enthousiasme losgemaakt, met name bij deelnemers en vrijwilligers. De Achmea H5C stelde jeugdigen in staat om op een prettige en onorthodoxe wijze kennis te maken met sport. De koppeling tussen hoofdevenement en krachtig vormgegeven side-events staat daarmee in het hart van wat de overheid met sportevenementen ambieert.

Maatschappelijke spin-off van sportevenementen ontstaat niet vanzelf. Met het EYOF Utrecht 2013 en de Achmea H5C zijn waardevolle ervaringen opgedaan in het genereren van maatschappelijke betekenis met sportevenementen. Voor de overheid is het zaak om die ervaringen breed te delen, te verbinden met de ervaringen uit andere projecten en zo te komen tot een modelaanpak. Voor de stad Utrecht ligt er een kans om voort te bouwen op hetgeen met het EYOF Utrecht 2013 is opgebouwd. Van de opgedane ervaringen kan worden geleerd. De start van de Tour de France in juli 2015 (Le Grand Départ) biedt daartoe nieuwe kansen. Deze reeks evenementen kort na elkaar geeft een impuls aan de identiteit van Utrecht als stad van aansprekende projecten. Die kans moet nu door de stad worden aangegrepen, door inspirerende evenementen te blijven organiseren en daar Utrechters en Utrechtse organisaties actief bij te betrekken.

Literatuur

Deelrapporten

Dijk, B. en F. van Eekeren (2013). *Evaluatie organisatieproces EYOF Utrecht 2013 met betrekking tot de maatschappelijke opbrengsten*. Utrecht: Universiteit Utrecht (Departement voor Bestuurs- en Organisationswetenschap USBO).

Hover, P., I. Pulles, D. Romijn en K. Breedveld (2013). *EYOF Utrecht 2013: Impact en Beleving*. Utrecht: Mulier Instituut.

Smits, F. en S. Verhagen (2013). *“Klaar voor de start!”*. *Maatschappelijke betekenis van EYOF Utrecht 2013 door de Achmea High Five Challenge*. Utrecht: Hogeschool Utrecht (Kenniscentrum Sociale Innovatie).

Overige literatuur

Boer, W. de, E. Gerritsen, M. de Klerk, H. van de Wetering en C. Wijn (2013). *Maak van je evenement een A-merk!: handreiking voor het vergroten van de economische spin-off van evenementen*. Arnhem: Hogeschool Arnhem-Nijmegen (HAN)/BMC.

Bottenburg, M. van, A. Elling, P. Hover, S. Brinkhof en D. Romijn (2012). *De maatschappelijke betekenis van topsport*. Utrecht: Universiteit Utrecht.

Groot, M. de en P. Duyvestijn (2013). *Handboek meer halen uit sportevenementen. Achterliggend handboek bij checklist maatschappelijke spin-off evenementen*. Amsterdam/Ede: DSP Groep/NISB.

Groot, M. de, S. Blom en M. van der Gugten (2012). *Meer halen uit sportevenementen. Evaluatie VWS beleidskader sportevenementen*. Amsterdam: DSP Groep.

Hover, P. en M. de Groot (2013). *Richtlijnen handboek participatie en cohesie*. Utrecht/Nijmegen: Mulier Instituut/Werkgroep Sportevenementen WESP.

Hover, P., J. Straatmeijer, D. Romijn en K. Breedveld (2013). *The story of London 2012: de maatschappelijke betekenis van de Olympische en Paralympische Spelen 2012*. Utrecht/Nieuwegein: Mulier Instituut/Arko Sports Media.

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2013). *Beleidskader sportevenementen*. Den Haag: Ministerie van VWS.

Bijlage 1: EYOF Utrecht 2013 in cijfers

6	Duur EYOF Utrecht 2013 (dagen)
9	Beoefende sporten
7	Locaties
49	Herkomstlanden deelnemende sporters
139	Omvang Nederlands team (personen)
7	Positie Nederland in medailleklassement
26.000	Bezoekers
60.000	Bezoeken
3271	Sporters en begeleiders
2200	VIP's, sponsoren, geaccrediteerden
1000	Officials en scheidsrechters
2150	Vrijwilligers
201	Pers
62%	Aandeel deelnemers dat EYOF met een rapportcijfer 8 of hoger beoordeelt
18%	Aandeel chefs de mission dat EYOF met een rapportcijfer 8 of hoger beoordeelt
92%	Aandeel Festival Makers dat trots is op eigen bijdrage aan EYOF
69%	Aandeel Festival Makers dat vond dat het aan duidelijke instructies ontbrak
37%	Aandeel bij EYOF betrokken sportverenigingen dat met evenement bekend was
15%	Aandeel bij EYOF betrokken sportverenigingen dat vindt dat het Utrecht veel heeft opgeleverd
72%	Aandeel bezoekers dat EYOF met een rapportcijfer 8 of hoger beoordeelt
23%	Aandeel bezoekers dat langer in regio Utrecht bleef dan voor EYOF noodzakelijk was
18%	Aandeel Nederlanders (15-80 jaar) dat EYOF gevolgd heeft
11%	Aandeel inwoners Groot-Utrecht (15-80 jaar) dat EYOF gevolgd heeft
536	Aantal publicaties in geprinte media
1.051	Aantal publicaties in online media
58	Aantal items op televisie en radio
43%	Aandeel bezoekers dat zonder EYOF niet in regio Utrecht geweest zou zijn
4,8 mln	Economische impact voor de regio Utrecht (euro's).

Bijlage 2

Reactie van het bestuur van de Stichting EYOF Utrecht 2013

Met interesse heeft het bestuur van de Stichting EYOF Utrecht 2013 kennis genomen van uw onderzoeksrapport *European Youth Olympic Festival Utrecht 2013: Olympisch sportfeest onder de Dom*. Wij zijn blij te lezen dat u concludeert dat de organisatie en direct betrokkenen terug kunnen kijken op een succesvol verlopen evenement. EYOF Utrecht 2013 heeft geleid tot 60.000 bezoeken, € 4,8 miljoen aan additionele bestedingen, 1.600 artikelen in diverse media, en 20.000 jongeren die de kracht van sport hebben ervaren. Vooral de 7,7 als waarderingcijfer van deelnemende sporters en de 8 gemiddeld van bezoekers, sterken ons als bestuur in het goede gevoel dat wij hebben overgehouden aan de organisatie van het evenement.

In uw rapport trekt u op basis van uw onderzoek een aantal conclusies en doet u een aantal aanbevelingen. Graag maken wij van de gelegenheid gebruik om op deze conclusies en aanbevelingen in te gaan.

Algemeen

Wij willen meegeven dat er uitgebreid onderzoek is gedaan naar het EYOF Utrecht 2013. Op maatschappelijk gebied geeft het gedane onderzoek nieuwe inzichten, op economisch gebied heeft het EYOF Utrecht 2013, ondanks de geringe naamsbekendheid vooraf, bewezen vergelijkbaar te zijn met andere grote sportevenementen en qua procesevaluatie biedt het onderzoek aanknopingspunten om de Modelaanpak Evenementen verder te ontwikkelen.

Een aanbeveling die volgt uit het onderzoek, en welke wij iedere toekomstige organisator mee willen geven, is dat voor het realiseren van een duurzame sportieve legacy het van belang is om een goede balans te vinden tussen communicatieve kracht (één centraal concept en beeldmerk) en lokale kracht (maatwerk, mede eigenaarschap).

Bestuurssamenstelling

Binnen de verbeterpunten in hoofdstuk 5 wordt aangegeven dat verschillende cruciale lokale partijen niet in het bestuur vertegenwoordigd waren, waardoor deze partijen zich minder eigenaar van het evenement hebben gevoeld. Uiteraard betreuren we het als bestuur, dat partijen zich minder betrokken voelen. Tegelijkertijd vragen we ons af, of een deelname van alle betrokken partijen in het bestuur tot een beter resultaat had geleid. Zoals ook door de onderzoekers wordt aangegeven, is het van belang een duidelijker onderscheid te maken tussen bestuurlijke verantwoordelijkheden en uitvoerende verantwoordelijkheden. En lopen deze verantwoordelijkheden niet juist meer door elkaar, als de aanbeveling van meer betrokken partijen binnen het bestuur wordt opgevolgd? Gegeven is dat de inrichting van de Stichting EYOF Utrecht 2013 (statuten vastgesteld in 2010) een direct voortvloeisel is geweest van het host-city contract uit 2009 tussen EOC en NOC*NSF en gemeente Utrecht. Daarom is toentertijd gekozen voor het model met een Raad van Advies waarin de belangrijkste betrokken partijen vertegenwoordigd zijn.



achmea

OFFICIAL PARTNER

EVENT SPONSORS

randstad

De Telegraaf

Coca-Cola

NEPTUNUS
STADSPORT

CELEBRATE TALENT!

STICHTING EYOF 2013 UTRECHT

P O Box 2158
3500 GD Utrecht
The Netherlands

Kaatstraat 1
3513 BK Utrecht
The Netherlands

TEL +31 30 286 2866

MAIL info@utrecht2013.com

CC 50591487

VAT NL8228 22 933 B0

BANK NL89RABO 01594 14 946





De Raad van Advies is vijfmaal bijeen geweest, heeft diverse activiteiten meegemaakt, en is door ons als bestuur van het EYOF Utrecht 2013 op verschillende onderdelen gevraagd mee te denken.

Zoals het onderzoek aangeeft is het vooral belangrijk de verwachtingen van betrokken partijen goed in beeld te brengen. En daarnaast met alle partners in gesprek blijven om gaandeweg het proces meer te kunnen sturen op verwachtingen. Samen werken aan het eindresultaat en elkaar versterken door de beschikbare kennis op de juiste manier in te zetten moet daarin, wat ons betreft, voorop staan.

Sportverenigingen

Ook de betrokkenheid van lokale sportverenigingen wordt als verbeterpunt genoemd. Een aantal verenigingen laten zich kritisch uit over de manier waarop zij aangesloten waren op de organisatie en uitvoering. Aan dit geluid wordt de conclusie verbonden dat er bij deze partijen geen groot draagvlak was voor het EYOF Utrecht 2013 en er kansen zijn blijven liggen om te komen tot een structurele toename van sportparticipatie. Wij kunnen hierover het volgende zeggen. Er is op verschillende manieren, en al in een zeer vroeg stadium, geprobeerd de verenigingen aan te laten sluiten en betrokken te houden. In de eerste plaats middels de sportbonden voor de organisatie van het evenement zelf. Daarnaast door informatiebijeenkomsten bij de Vereniging Sport Utrecht en middels het meedenken en organiseren van de side-events. Helaas blijkt uit het onderzoek dat dit onvoldoende is geweest. De gemeente Utrecht zal in overleg met de Vereniging Sport Utrecht onderzoeken hoe dit beter kan met het oog op de toekomst. En hoe lessen daaruit direct toegepast kunnen worden op het vormgeven van het legacy-programma van het EYOF en de organisatie van Le Grand Depart van de Tour de France in 2015.

Duurzame legacy

Uiteraard wil iedereen dat een sportevenement als het EYOF Utrecht 2013, mensen inspireert, ze in beweging brengt en houdt. Het was echter geen doel van het evenement om inwoners aan te zetten tot structurele sportdeelname. Binnen de Achmea High Five Challenge, als onderdeel van het EYOF Utrecht 2013, heeft Achmea zich wel tot doel gesteld om jongeren in beweging te brengen middels dit programma aan side events. De conclusie dat het EYOF Utrecht 2013 kansen heeft laten liggen om te komen tot structurele sportdeelname willen wij daarom hierbij nuanceren. Hoewel dit geen doelstelling van EYOF was, willen de gemeente Utrecht en Achmea toch samen optrekken om het in beweging krijgen en houden van jongeren voor de toekomst invulling te geven. Voor de invulling en uitwerking van de legacy maken we gebruik van de uitkomsten van het onderzoek. Zo wil de gemeente Utrecht in nauwe samenwerking met het veld komen tot een interessant legacy programma dat jongeren uitnodigt tot meer sporten, toeleiding biedt naar sportverenigingen of ander sportaanbod en waar mogelijk aansluit bij de side-events van Le Grand Depart van de Tour de France in Utrecht in 2015.

Achmea neemt opgedane kennis en ervaring mee in haar structurele samenwerking met NOC*NSF en andere organisaties en overheden. Bijvoorbeeld rondom Olympic Moves en haar samenwerking met het Jeugdsportfonds.





Daarnaast is het blijven organiseren van topsportevenementen een belangrijke doelstelling van NOC*NSF. NOC*NSF zal daarom de opgedane ervaringen en expertise met het EYOF Utrecht 2013 delen met toekomstige evenementorganisatoren en hiermee een bijdrage aan de kennis-legacy van het evenement leveren.

Tot slot

De vraag vanuit ons als bestuur van de Stichting EYOF Utrecht 2013 was omvangrijk. Gekeken naar het beschikbare budget voor dit onderzoek willen wij u een compliment maken voor het werk dat verzet is en het eindproduct dat er ligt. Wij hopen dat vele sportevenementen na ons de succesfactoren, aanbevelingen, maar ook zeker de leermomenten vanuit dit onderzoek kunnen toepassen binnen de uitvoering van de organisatie.

Met sportieve groet,

Bestuur Stichting EYOF Utrecht 2013

12 februari 2014





Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht | Postbus 85445 | 3508 AK Utrecht
T +31 (0)30 721 02 20 | info@mulierinstituut.nl | www.mulierinstituut.nl