



WK Beachvolleybal

Economische impact //

WK Beachvolleybal Amsterdam 2015

Colofon

Deze rapportage is mogelijk gemaakt door bijdragen van Tom Froon en Kyran Ramautar (SportSurplus).

Coördinatie en rapportage: Egbert Oldenboom, Meerwaarde Community Building.

Opdrachtgevers: Gemeenten Rotterdam, Amsterdam, Apeldoorn, Den Haag en TIG sports

Met dank aan: Liesbeth de Jong (TIG Sports)

© 2016 Meerwaarde Community Building



Inhoudsopgave

1 In het kort	4
Inleiding	5
1.1 Aanleiding en begripsbepaling	5
1.2 Dataverzamelmethode	6
1.3 Structuur van het onderzoeksrapport	6
Samenvatting	7
2 Profiel bezoekers	8
De bezoekers	9
2.1 Inleiding	9
2.2 Aantal tickets en verkoopkanaal	9
2.3 Herkomst	10
2.4 Geslacht	10
2.5 Leeftijd	10
2.6 Gezelschap	11
2.7 Uitgaven	11
2.8 Waardering	13
2.9 Conclusie	13
3 Economische impact bezoekers	14
Overnachtingen en bestedingen	
3.1 Inleiding	15
3.2 Overnachtingen	15
3.3 Totale bestedingen door bezoekers	16
4 Bestedingen organisatie	18
Inkomsten en uitgaven	
5 Totale economische impact	20
Bestedingen	21
Bijlagen	22
Bijlage 1 Vragenlijst enquête	23
Verklaring peer review	27

Inleiding

1 // In het kort

1.1 Aanleiding en begripsbepaling

Verspreid over vier steden in Nederland werd in de zomer van 2015 het WK Beachvolleybal gespeeld. De vier speelsteden waren Apeldoorn, Rotterdam, Amsterdam en Den Haag. In de laatstgenoemde speelstad werden ook de halve finales en de finales afgewerkt. Dit alles vond plaats van 27 juni tot en met 2 juli 2015. In samenwerking met de Nevobo organiseerde het sportmarketingbureau TIG Sports het evenement. Transavia was hoofdsponsor.

Gekozen werd voor unieke locaties. De Dam was het decor voor de wedstrijden in de hoofdstad. In het centrum van Den Haag werd een stadion op de Hofvijver gebouwd. Ook in het centrum van Apeldoorn werd een stadion gebouwd, tegenover het stadhuis. Ten slotte werden wedstrijden in Rotterdam gespeeld naast de SS Rotterdam, een cruiseschip dat in gebruik is als hotel.

Er zijn tijdens het WK Beachvolleybal in totaal ca. 100.000 bezoeken afgelegd door toeschouwers. Daarnaast waren er live-uitzendingen van de NOS waardoor velen de wedstrijden in hun huiskamer konden volgen. Dank zij het prachtige weer waren er elke dag zonnige beelden te zien van de Dam

in Amsterdam, de Hofvijver in Den Haag, het Marktplaatsplein in Apeldoorn en bij de Rotterdam.

Naar de mannenfinale op zondag met Reinder Nummerdor en Christiaan Varenhorst keken gemiddeld 1,1 miljoen mensen. Op het hoogtepunt van de finale stemden zelfs 1,5 miljoen Nederlanders hun tv af op beachvolleybal. Ook internationaal werd het evenement goed gevolgd. Ruim 20 miljoen Brazilianen zagen zondag op tv hun landgenoten Alison en Bruno wereldkampioen worden.

Op social media was het bereik van het WK groot. De hashtag #WKBeach2015 was zondag tijdens en na de mannenfinale trending topic op Twitter.

In haar afsluitend persbericht verwoordde de organisatie haar ervaring als volgt:

Het succes van het WK Beachvolleybal overtrof de stoutste verwachtingen van de Nederlandse Volleybalbond. Uitverkochte stadions, prachtig weer, veel aandacht in nationale en internationale media en Nederlands succes; veel meer had de Nederlandse volleybalwereld zich niet kunnen wensen.

Deze evaluatie heeft betrekking op de economische impact van het WK BEACHVOLLEYBAL voor de gemeente Amsterdam. De economische impact wordt berekend door te onderzoeken welke bestedingen worden veroorzaakt door het sportevenement. Het gaat hier om bestedingen die niet in Amsterdam zouden plaatsvinden wanneer het evenement buiten Amsterdam georganiseerd zou worden. De economische impact is dus gelijk aan de additionele bestedingen van de bezoekers en de organisatie. Hierbij wordt het Handboek Richtlijnen Economische Impact versie 1.1 van de Werkgroep Evaluatie Sport (WESP) gevolgd.

De hoofdvraag van dit rapport luidt als volgt: Hoe groot zijn de (additionele) bestedingen in Amsterdam vanwege de het WK Beachvolleybal in Amsterdam?

Het betreft hier de additionele bestedingen van bezoekers en de organisatie. In navolging van de bovenstaande richtlijn zijn onder andere de bestedingen van Rotterdamse bezoekers tijdens het evenement uitgesloten voor de berekening van de economische impact, omdat er vanuit wordt gegaan dat deze bestedingen toch al in Amsterdam terecht zouden zijn gekomen.

Samenvatting



1.2 Dataverzamelingmethode

Voor het onderzoek zijn er twee methodes toegepast om de economische impact vast te stellen: een face-to-face enquête onder (voornamelijk) bezoekers en een administratieve dataverzamelingmethode.

Bezoekersenquête

Om de economische impact en de bestedingen per dag te kunnen berekenen, is het noodzakelijk om inzicht te krijgen in de uitgaven en het verblijfsgedrag van aanwezigen gedurende het evenement. In totaal zijn er gedurende het evenement 2.954 enquêtes afgenomen met behulp van een tablet computer, waarvan 721 in Amsterdam.

Daarnaast zijn vragen gesteld over de tevredenheid van de aanwezigen ten aanzien van de volgende aspecten: locatie, programma, catering, sfeer/ambiance, informatie voorziening vooraf, informatie voorziening tijdens het evenement en service gerichtheid van de organisatie.

Administratieve dataverzamelingmethode

Administratieve dataverzameling is het vergaren van data via (administratieve) registraties. Het betreft gegevens van de organisator TIG sports. Gegevens over bezoekersaantallen en de begroting van het evenement zijn verstrekt door deze organisatie en vallen onder de administratieve dataverzameling.

1.3 Structuur van het onderzoeksrapport

In Hoofdstuk 2 bespreken we welke groepen bezoekers en deelnemers aanwezig waren tijdens het evenement en de omvang en het profiel van deze groepen.

In hoofdstuk 3 wordt een bouwsteen van de economische impact behandeld, namelijk hoeveel overnachtingen er gepleegd zijn door de additionele bezoekers en deelnemers en de uitgaven voor verblijf en overdag.

In hoofdstuk 4 wordt er ingegaan op de uitgaven van de organisatie. In hoofdstuk 5 wordt een totaaloverzicht van de totale economische impact van het WK Beachvolleybal gepresenteerd.

Verspreid over vier steden in Nederland werd in de zomer van 2015 het WK Beachvolleybal gespeeld. De vier speelsteden waren Apeldoorn, Rotterdam, Amsterdam en Den Haag. In de laatstgenoemde speelstad werden ook de halve finales en de finales afgewerkt. Dit alles vond plaats van 27 juni tot en met 2 juli 2015.

Er was gekozen voor unieke locaties, waar ter plekke een stadion werd opgebouwd, vaak in het centrum van de speelstad. De wedstrijden in Amsterdam vonden plaats op de Dam.

Bezoeken

Er zijn tijdens het WK Beachvolleybal in alle speelsteden gezamenlijk in totaal ca. 100.000 bezoeken afgelegd door toeschouwers. In Amsterdam zijn er bijna 16.000 bezoeken geteld. Tweederde was man.

In grote lijnen wijkt het profiel van de bezoeker in Amsterdam niet sterk af van de bezoeker in andere speelsteden. Er zijn wel enkele verschillen die opvallen:

Door de centrale locatie, waren veel bezoekers 'toevallige voorbijgangers'. Dat blijkt ook uit de kaartverkoop die vaak via de kassa ter plekke is gegaan. Het aandeel van buitenlandse bezoekers is hoog, maar de meesten waren niet specifiek voor het evenement naar Amsterdam gekomen (en tellen niet mee voor de economische impact).

- De gemiddelde bezoeker was wat jonger dan in andere

speelsteden. Ook de samenstelling van de groepen was hierdoor wat anders: meer vriendengroepen en mindere (oudere) stellen.

- Het rapportcijfer was een 8,3 wat een hoge waardering betekent. Het cijfer lag een fractie boven het gemiddelde van de andere speelsteden (8,2)
- Locatie en sfeer werden door een grote meerderheid van de bezoekers gewaardeerd, zowel in Amsterdam als in de andere speelsteden. De horecavoorzieningen werden in Amsterdam opvallend minder als positief punt genoemd.
- Wel hebben de bezoekers in Amsterdam per persoon meer uitgegeven dan de bezoekers in de andere speelsteden.

Samenvattend

Door overnachters is er in Amsterdam € 412.000 extra uitgegeven. De bestedingen van dagbezoekers bedragen € 112.000. De totale economische impact door de bezoekers is dan (afgerond) € 523.000

De organisatie heeft per saldo gezorgd voor een economische impuls van € 545.000. Dit is relatief hoog, wellicht omdat de organisator, TIG sports, in Amsterdam gevestigd is.

De totale economische impact voor Amsterdam is dan de som van de additionele uitgaven van bezoekers, € 523.000 en de organisatorische bestedingen, € 545.000, zijnde € 1.068.000.

'Het rapportcijfer was een 8,3 wat een hoge waardering betekent.'

De bezoekers

2 // Profiel bezoekers

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt besproken hoeveel bezoeken er zijn afgelegd door bezoekers tijdens het evenement. Daarnaast wordt er aandacht besteed aan het profiel van de bezoekers, namelijk:

- Geslacht
- Leeftijd
- Gezelschap
- Herkomst
- Uitgaven
- Waardering

We onderscheiden de volgende typen bezoekers:

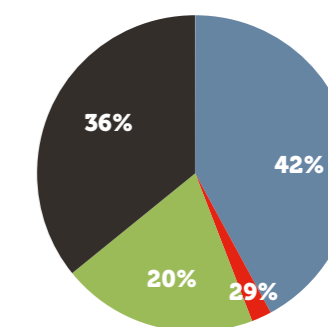
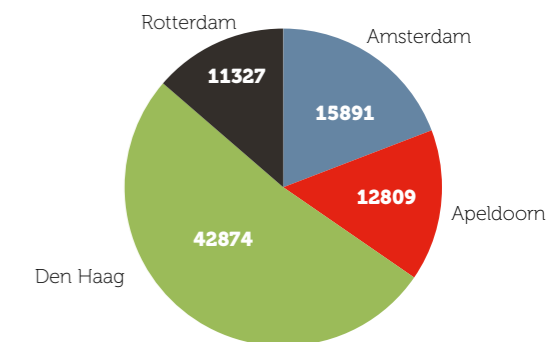
- 1 De bezoeker op eigen initiatief
- 2 De bezoeker op uitnodiging van sponsor of organisator van het evenement (incl. VIP's)
- 3 Geaccrediteerden, bezoekers met een accreditatie-pasje, zoals pers en vrijwilligers

De bezoekers op eigen initiatief, zeg maar de 'normale of reguliere bezoekers' konden tickets bestellen via internet of ze ter plekke kopen bij de kassa. De gasten van sponsors en ontvingen hun plaatsbewijzen via de organisatie of via de sponsor. Daarnaast waren er geaccrediteerde bezoekers, voornamelijk vrijwilligers en pers. Deze konden gebruik maken van de catering ter plekke die door de organisatie verstrekt werd. Ook

de verblijfskosten van de buitenlandse pers liep via de organisatorische begroting. Wij hebben deze groep derhalve niet separaat opgenomen in de economische impact. Tenslotte zijn er nog de deelnemers, de begeleiding en officials die hun opwachting maken tijdens het evenement. Volgens de gegevens van de organisatie is het overgrote deel van hun uitgaven voor de rekening van de organisatie gekomen. Deze groepen zijn daarom evenmin afzonderlijk behandeld in deze impact analyse. Een bijzonder aspect van het WK Beachvolleybal waren de gekozen locaties, die in Amsterdam, Den Haag en Apeldoorn pal in het centrum lagen. De situatie in Rotterdam was afwijkend: het stadion was gebouwd op een unieke locatie naast de SS Rotterdam, een cruiseschip dat in gebruik is als hotel. De locaties zijn van invloed op het aantal kaarten maar ook op het meest gebruikte verkoopkanaal en op het aandeel additionele bezoekers.

2.2 Aantal tickets en verkoopkanaal

In totaal zijn er 98.000 bezoeken afgelegd, inclusief geaccrediteerden. Zoals in de inleiding aangegeven zijn de geaccrediteerden niet meegenomen. Een deel van de tickets betrof daarnaast vrijkaarten waarvan een deel aan scholen gegeven is. Het is te verwachten dat schoolkinderen vrijwel niet bijdragen



Website verkoop

Kantoor EventsIT

TIG Sports

Kassa verkoop op locatie

aan de economische impact, omdat zij weinig tot niets uitgeven. We hebben daarom de vrijkaarten die 's middags zijn gedistribueerd niet meegenomen in de economische impact. In totaal bleven er zo 89.000 bezoeken over.

Van deze 89.000 bezoeken zijn er in totaal 15.891 in Amsterdam afgelegd, dit is 19% van het totaal.

Het aandeel middagvrijkaarten bedroeg in Amsterdam 6%.

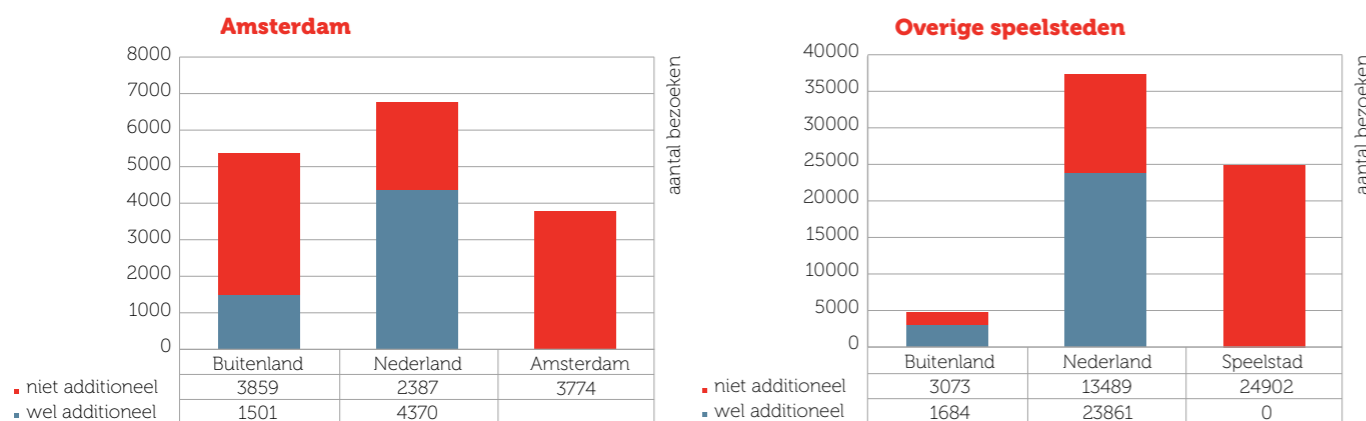
De meeste kaartjes voor Amsterdam zijn, zoals verwacht kon worden, verkocht via internet. Het aandeel kassa verkopen blijkt in Amsterdam relatief hoog te zijn (36%), ook in vergelijking met andere speelsteden. Dit wordt verklaard door het feit dat de locatie veel toevallige voorbijgangers kende.

2.3 Herkomst

Bezoeken door Amsterdammers zijn niet additioneel, dat wil zeggen, ze tellen niet mee voor de economische impact. Een klein deel van de bezoeken (24%) is afgelegd door Amsterdammers zelf. De meeste bezoeken (43%) in Amsterdam aan het evenement zijn afgelegd door bezoekers afkomstig uit de rest van Nederland. Het aandeel buitenlanders was in Amsterdam maar liefst 34%,

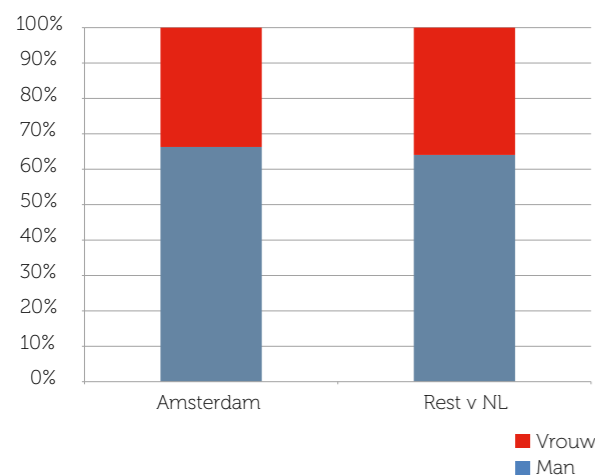
waarvan slechts 10% additioneel was. Dit sluit ook aan bij het gegeven dat een belangrijk deel van de tickets ter plekke op de Dam zijn gekocht. Het aandeel bezoeken van inwoners ligt in andere speelsteden op gemiddeld 27%. Ook in vergelijking met de andere speelsteden is het aandeel van inwoners in Amsterdam dus wat lager. Het gemiddeld aandeel van buitenlanders ligt in de andere speelsteden eveneens lager, nl. op 13%.

Met andere woorden: een belangrijk deel van de bezoekers waren buitenlandse toeristen die min of meer toevallig op de Dam aanwezig waren en vaak aangenaam verrast werden door het evenement en de bijbehorende reuring. Dit is uiteraard prettig voor de organisatie, die hierdoor extra ticketomzet heeft kunnen realiseren. Deze bezoekers tellen echter niet mee voor de economische impact van het evenement.



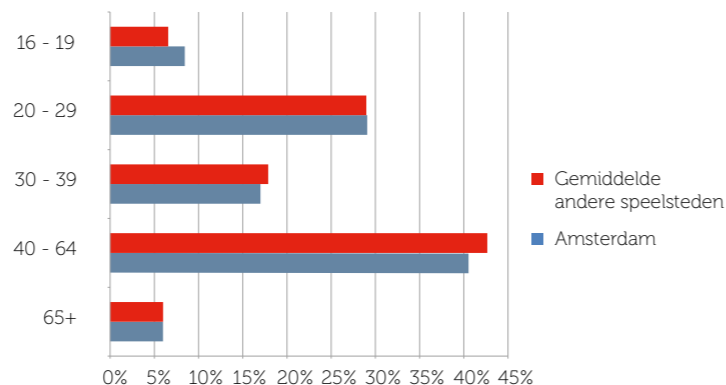
2.4 Geslacht

Het aandeel van de bezoeken dat is afgelegd door mannen is in Amsterdam ca. 66%, ofwel 2/3. Dit aandeel wijkt nauwelijks af van het gemiddelde aandeel van de andere speelsteden.



2.5 Leeftijd

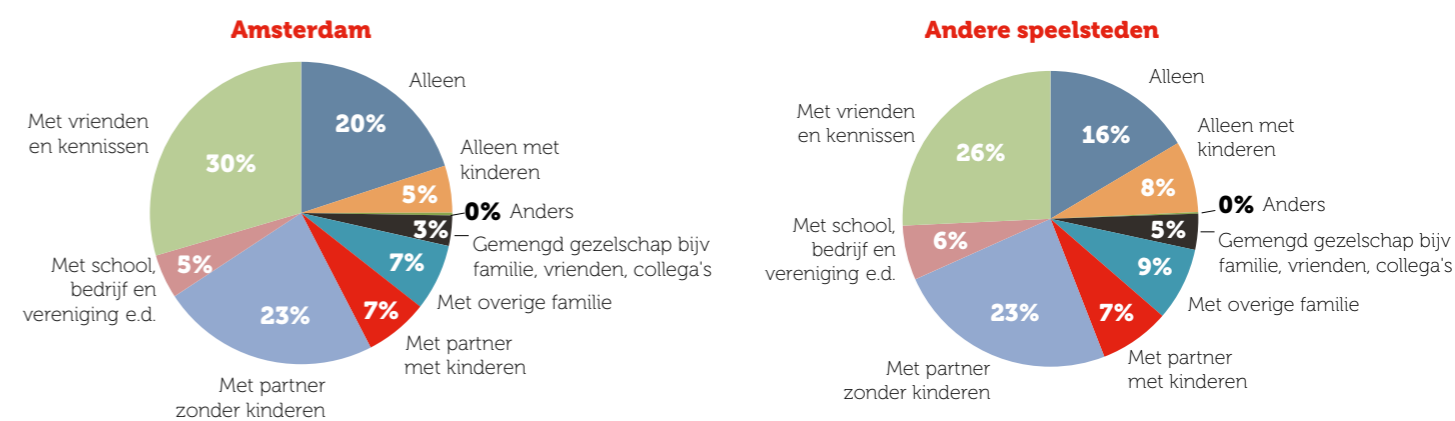
De leeftijdsopbouw van het bezoekende publiek week in Amsterdam niet veel af van de andere speelsteden. Wel lijkt de jongere leeftijdsgroep (tot 30 jaar) iets beter vertegenwoordigd zijn en de oudere leeftijdsgroep (boven de 40) iets minder sterk dan in de andere speelsteden.



2.6 Gezelschap

De meeste bezoekers zijn met vrienden en kennissen op bezoek. Ander belangrijke groepen zijn bezoekers die alleen zijn en met hun partner, maar zonder kinderen. Het aandeel van de groep die met vrienden en kennissen is, is groter dan in de andere speelsteden. Deels hangt dit waarschijnlijk samen met de geconstateerde leeftijdsopbouw: jongeren trekken gemiddeld

meer met vriendengroepen op. De samenstelling wijkt verder niet sterk af van de andere speelsteden.



2.7 Uitgaven

Tabel 1 Bestedingen per persoon (uitgaven overdag)

	Overnachter	Dagbezoeker	Totaal	totaal andere steden
Buitenlanders	€ 83,89	€ 27,14	€ 80,12	€ 46,19
Nederlanders	€ 46,56	€ 30,01	€ 30,96	€ 22,70
Amsterdammers		€ 12,18	€ 12,18	€ 16,15
Totaal	€ 80,49	€ 22,66	€ 38,54	€ 21,88

In tabel 1 zijn de uitgaven overdag van bezoekers opgenomen, uitgesplitst naar herkomst en naar overnachters en dagbezoekers. Uit de tabel blijkt dat

de gemiddelde uitgaven in Amsterdam boven dat van de andere speelsteden lag (€38,54 vs €21,88). Zowel buitenlanders als Nederlanders hebben in

Amsterdam meer uitgegeven dan in andere speelsteden.

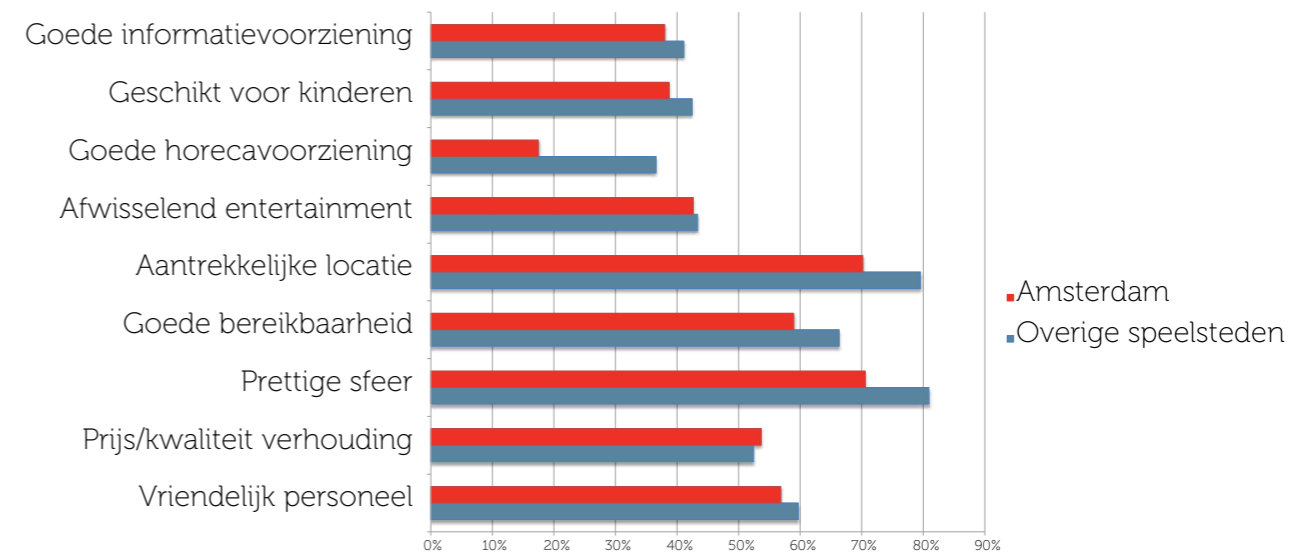


2.8 Waardering

Gemiddeld gaven de bezoekers het evenement in Amsterdam een 8,3. Dit is iets hoger dan het gemiddelde voor de andere speelsteden, waar het gemiddelde op een 8,2 ligt. Sfeer en locatie werden door bijna bezoekers in alle speelsteden gewaar-

deerd. Kijken we naar de tevredenheid op een aantal onderdelen, dan blijkt Amsterdam op bijna alle onderdelen iets lager te scoren dan de andere speelsteden. Met name de horeca-voorziening wordt in Amsterdam substantieel lager gewaardeerd.

Dit is opvallend, omdat de locatie pal in het centrum lag. Er was echter minder horeca bij het stadion zelf. Blijkbaar vinden bezoekers een goede horeca voorziening bij of in de accommodatie belangrijk.



2.9 Conclusie

In grote lijnen wijkt het profiel van de bezoeker in Amsterdam niet sterk af van de bezoeker in andere speelsteden. Er zijn wel enkele verschillen die opvallen:

- Door de centrale locatie, waren veel bezoekers 'toevallige voorbijgangers'. Dat blijkt ook uit de kaartverkoop die vaak via de kassa ter plekke is gegaan. Het aandeel van buitenlandse bezoekers is hoog, maar de meesten waren niet specifiek voor het evenement naar Amsterdam gekomen (en tellen niet mee voor de economische impact).
- De gemiddelde bezoeker was wat jonger dan in andere speelsteden. Ook de samenstelling van de groepen was hierdoor wat anders: meer vriendengroepen.
- Het rapportcijfer was een 8,3 wat een hoge waardering betekent. Het cijfer lag een fractie boven het gemiddelde van de andere speelsteden (8,2)
- Locatie en sfeer werden door een grote meerderheid van de bezoekers gewaardeerd, zowel in Amsterdam als in de andere speelsteden. De horecavoorzieningen werden in Amsterdam opvallend minder als positief punt genoemd.
- Wel hebben de bezoekers in Amsterdam per persoon meer uitgegeven dan de bezoekers in de andere speelsteden.

Overnachtingen en bestedingen

3 // Economische impact bezoekers

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk gaan we in op de bestedingen van verschillende groepen bezoekers, namelijk

- Amsterdammers (per definitie niet additioneel)
- Nederlanders (additioneel en niet-additioneel)
- Buitenlanders (additioneel en niet-additioneel)

Van deze groepen bepalen we welk deel overnacht, om hoeveel personen het gaat, hoeveel overnachtingen zij gepleegd hebben en wat het aandeel van additionele overnachtingen is.

Naast het aantal additionele overnachtingen zijn uiteraard de uitgaven overdag van belang. In dit hoofdstuk wordt daarom tevens behandeld hoeveel de overnachters en dagbezoekers overdag hebben uitgegeven.

Het evenement speelde zich af in vier steden. Dit betekent dat bezoekers die overnachten, in principe op vijf locaties konden overnachten: in één van de vier speelsteden en/of in overig Nederland. Vanuit deze overnachtingsplek konden zij dan ook weer één of meer van de andere speelsteden bezoeken. In de enquête was hiermee rekening gehouden: naast de vraag waar men (eventueel) overnachtte, was er ook een vraag welke speelsteden er bezocht waren en op welke dagen

men het evenement bezocht had. In de analyse is de groep overnachters als één groep behandeld, die een bepaald overnachtingspatroon combineerde met een bepaald bezoekpatroon aan speelsteden. De data verzameld in de speelsteden zijn daarvoor 'gepooled'.

3.2 Overnachtingen

Voor het bepalen van de economische impact is het belangrijk onderscheid te maken tussen bezoekers die overnachten in een hotel of andere

accommodatie in de gemeente Amsterdam, de overnachters en bezoekers die na afloop naar huis gaan, de dag-bezoekers.

De ervaring leert namelijk dat personen die overnachten gemiddeld meer uitgeven dan personen die thuis slapen (WESP richtlijn Prognose Economische Impact).

Tabel 2 Overnachtingen

	additionele	niet additionele	totaal
Buitenlanders	2.757	13.765	16.522
Nederlanders	883	348	1.231
Totaal	3.640	14.113	17.753

Om te bepalen hoeveel nachten deze bezoekers hebben doorgebracht in Amsterdam, moet uitgerekend worden om hoeveel personen het ging. Vervolgens moet dit aantal vermenigvuldigd worden met het gemiddelde aantal overnachtingen per persoon. De uitkomsten van deze berekeningen staan in Tabel 2.

Uit Tabel 2 is af te lezen dat additionele bezoekers tijdens het evenement ruim 3.600 extra overnachtingen hebben gepleegd in Amsterdam.

Uit de tabel blijkt ook dat het grootste deel van de overnachtende bezoekers niet additioneel is, dat wil zeggen, om andere redenen in Amsterdam was. Zoals in 2.3 geconstateerd is, was een groot deel van de buitenlanders niet additioneel.

Gemiddeld hebben de additionele bezoekers € 49,04 per persoon per overnachting uitgegeven. Dat betekent dat er in totaal € 179.000 aan overnachtingen is besteed. Daarnaast geven de overnachters ook overdag nog geld uit. Het blijkt dat de additionele bezoekers van Nederlandse origine overdag gemiddeld 42,93 uitgeven en de buitenlandse bezoekers gemiddeld 70,84. Gemiddeld geven ze ca. € 64 per persoon per dag uit. Gecombineerd met ca. 3.600 dagen verblijf Amsterdam zijn de totale uitgaven overdag van deze bezoekers € 233.000. De totale uitgaven van overnachters zijn dan €179.000 plus €233.000 is € 412.000.

Tabel 3 Totale uitgaven additionele overnachters en dag-bezoekers

	overnachters	dagbezoekers	Totaal
Buitenlanders	€ 324.000	€ 4.000	€ 328.000
Nederlanders	€ 88.000	€ 108.000	€ 195.000
Totaal	€ 412.000	€ 112.000	€ 523.000

De totale uitgaven van overnachters zijn dan € 179.000 plus € 233.00 is € 412.000.

3.3 Totale bestedingen door bezoekers

In de vorige paragraaf werd berekend dat de overnachtende bezoekers in totaal € 412.000 hebben uitgegeven in



Amsterdam. Daarnaast zijn er uiteraard nog bezoekers geweest die niet overnacht hebben. Additionele Nederlandse dagbezoekers gaven gemiddeld € 26,25 en buitenlandse gemiddeld € 27,78. In totaal zijn er ca. 140 buitenlandse en ca. 4.100 Nederlandse dagbezoekers geweest. Dat betekent dat er in totaal zo'n € 112.000 is besteed door deze groep.

De totale bestedingen van bezoekers komen daarmee op € 412.000 plus € 112.000 is € 523.000.



Inkomsten en uitgaven

4 // Bestedingen organisatie

Het organiseren van het WK Beachvolleybal heeft ca. € 8,7 mln. gekost. Een deel van dit bedrag is afkomstig uit Amsterdamse bronnen, zoals een subsidie van de gemeente Amsterdam, en een ander deel uit bronnen van buiten Amsterdam, waaronder een subsidie van het ministerie van VWS.

De inkomsten afkomstig van bronnen buiten Amsterdam zijn in principe additioneel voor Amsterdam. In principe, want om werkelijk aan de economie van Amsterdam bij te dragen, dienen deze bestedingen uiteraard wel bij Amsterdamse bedrijven terecht te komen. De methode voor het vaststellen van de economische impact van de organisatorische bestedingen is als volgt: eerst wordt bepaald welk deel van de inkomsten niet additioneel is voor Amsterdam, dat wil zeggen afkomstig is uit Amsterdamse bronnen. De belangrijkste twee posten zijn de subsidie van de gemeente ad € 129.000 en het deel van de tickets dat gekocht is door Amsterdammers (€ 52.000). In totaal was € 676.000 afkomstig uit Amsterdamse bronnen

De volgende stap is vaststellen welk deel van de uitgaven bij Amsterdamse bedrijven is terecht gekomen, dus wel additioneel is. Volgens opgave van de organisatie is € 1.220.000. Dit is een

Tabel 4 Overzicht inkomsten en uitgaven organisatie

Totaal inkomsten	€ 8.742.000	
Afkomstig uit Amsterdam*	€ 676.000	
Additionele inkomsten		€ 8.066.000
Totaal uitgaven	€ 8.742.000	
Besteed in Amsterdam	€ 1.220.000	
Uitgaven niet additioneel		€ 7.522.000
Saldo additionele uitgaven		€ 545.000

relatief groot aandeel, wat wellicht samenhangt dat TIG sports in Amsterdam gevestigd is.

Bron: eigen bewerking van gegevens van TIG sports

Het bedrag dat in de Amsterdamse economie is gevloeid, € 1.220.000 wordt vervolgens gesaldeerd met het bedrag afkomstig uit niet additionele bronnen, € 676.000.

De totale economische impact vanuit de organisatie bedraagt dan (afgerond) € 545.000.

5 // Totale economische impact

Bestedingen

De totale economische impact bestaat uit de som van de bestedingen door bezoekers, deelnemers en organisatie.

Tabel 5 Overzicht economische impact

Bezoekers	€ 523.000
Organisatie	€ 545.000
Totaal	€ 1.068.000

De totale bestedingen van bezoekers bedroegen € 523.000 en van de organisatie € 545.000.

Dit betekent dat de totale economische impact voor de gemeente Amsterdam van het WK Beachvolleybal € 1.068.000 heeft bedragen.

Bijlage 1

Vragenlijst enquête

Vraag	Antwoordmogelijkheden
1	Bezoeker op eigen initiatief
Single Select	Bezoeker op uitnodiging van sponsor of organisator van dit evenement
Bent u...	Deelnemer
	Begeleider of coach van een deelnemer
	Vertegenwoordiger van de pers/media
	Anders
2	Van te voren gekocht via internet
Single Select	Vandaag gekocht aan de kassa
Hoe heeft u voor vandaag uw toegangsbewijs verkregen? How did you obtain your ticket(s) for today?	Anders, namelijk
3	Middag of avondkaart
Single Select	Dagkaart
Wat voor kaartje heeft u? What kind of ticket do you have?	Paspartout
4	Ja
Single Select	Nee
Woont u in Nederland? Do you live in the Netherlands?	
5	
Numeric	
Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? Which are the four digits of your postal code?	
6	Duitsland/Germany
Single Select	België/Belgium
Uit welk land komt u? In which country do you live?	Groot-Britannië/Great Britain
	Polen/Poland
	Brazilië/Brazil
	Verenigde Staten/USA
	Overig namelijk/Other:
7	Probably yes/Waarschijnlijk wel
Single Select	Probably not/Waarschijnlijk niet
Als dit evenement niet had plaatsgevonden in Nederland, was u vandaag toch in Nederland geweest? If this event had not taken place in the Netherlands, would you have been in the Netherlands today anyway ?	Don't know/Weet niet/hangt ervan af
8	Waarschijnlijk wel
Single Select	Waarschijnlijk niet
Als dit evenement niet had plaatsgevonden in deze gemeente (A'dam/A'doorn/D'Haag/R'dam), was ik vandaag toch in deze gemeente geweest: If this event had not taken place in THIS CITY would you have been in IN THIS CITY anyway?	Weet niet/hangt ervan af
9	Nee
Single Select	Ja, 1- 2 uur
Bent u langer in deze gemeente gebleven door dit evenement? Did you prolong your stay in this city because of this event?	3-5 uur
	> 5 uur
	1 dag
	2 dagen

// **Bijlagen**

	3 dagen
	Meer dan 3 dagen nl
10	Ja, ik zelf ben lid
Single Select	Ik zelf ben geen lid, maar partner en/ of gezinsleden wel
Bent u lid van een volleybalvereniging (geweest), of één van uw gezinsleden? Are you, or is somebody in your household, member of a volleyball club?	Nee, ik ben geen lid, gezinsleden evenmin, maar in het verleden wel
	Nee, ik zelf ben geen lid en gezinsleden evenmin, ook niet geweest
	Anders.
11	Alleen
Single Select	Met partner zonder kinderen
In welk gezelschap bent u hier? Who is in your company during this event?	Met partner met kinderen
	Alleen met kinderen
	Met overige familie
	Met vrienden/kennissen
	Met school/bedrijf/vereniging e.d.
	Gemengd gezelschap bijv familie, vrienden, collega's
	Anders
12	
Numeric	
Hoeveel kinderen t/m 16 jaar zijn er in uw gezelschap? Number of kids up & incl. 16 years old?	
13	
Numeric	
Uit hoeveel personen bestaat uw gezelschap? (inclusief de u zelf) Number of persons in company (incl. yourself)?	
14	Ja ik overnacht(te) ergens anders
Single Select	Nee ik overnacht thuis
Overnacht(te) u tijdens het evenement ergens anders dan op uw vaste woonadres? Are you spending night(s) outside your home during this event?	
15	
Numeric	
Aantal overnachtingen in de gemeente AMSTERDAM Number of nights in AMSTERDAM	
16	
Numeric	
Aantal overnachtingen in de gemeente APELDOORN Number of nights in APELDOORN	
17	
Numeric	
Aantal overnachtingen in de gemeente DEN HAAG Number of nights in THE HAGUE	
18	
Numeric	
Aantal overnachtingen in de gemeente ROTTERDAM Number of nights in ROTTERDAM	
19	
Numeric	
Aantal overnachtingen in rest van NEDERLAND (buiten speelsteden) Number of nights in the rest of THE NETHERLANDS	
20	Bij vrienden/familie/kennissen

Single Select	Bed & breakfast
In welk type accommodatie overnacht u? In which type of accommodation?	Hotel 0 - 3 sterren
	Hotel 4 - 5 sterren
	Bungalowpark
	Camping
	Overig
21	
Numeric	
Wat is de prijs van 1 overnachting? Price of one night?	
22	
Numeric	
Op hoeveel personen heeft deze prijs betrekking? For how many persons?	
23	
Multi Select	
Hoe wist u van dit evenement (meerdere keuzes)? How did you find out about this event?	
24	
Multi Select	
Welke beschrijvingen zijn van toepassing op het WK Beachvolleybal? Which descriptions fit this event?	
25	AMSTERDAM
Single Select	APELDOORN
(ENQ: Kies de locatie waar je interviewt)	DEN HAAG
	ROTTERDAM
29	
Multi Select	
Welke dagen van het WK Beachvolleybal heeft u bezocht of gaat u bezoeken? (vink altijd vandaag aan) Which days will you be visiting (or have you visited) this event?	
30	
Multi Select	
Welke speelsteden heeft u bezocht of gaat u nog bezoeken tijdens het WK Beachvolleybal? (vink altijd deze locatie aan) Which cities will you be visiting, or have you visited) during this event?	
31	Ik doe alleen uitgaven voor mezelf
Single Select	Ik betaal ook voor een ander of voor anderen
Wat is vandaag op u van toepassing? Which of the following applies to you today?	Ik betaal niets, iemand anders betaalt voor mij
	Ik geef vandaag niets uit en evenmin doen anderen dat voor mij
32	
Numeric	
Voor hoeveel personen (inclusief uzelf) doet u uitgaven? For how many persons including yourself do you pay?	
33	
Information	
Nu vragen wij u naar bedragen (Euro's) die u VANDAAG denkt uit te geven. Uitsluitend uitgaven in DEZE GEMEENTE, tenzij anders aangegeven. Geef de bedragen voor het aantal personen dat u hiervoor heeft aangegeven. Now we will ask the amounts you will spend TODAY. Unless asked otherwise please only state the amounts in THIS CITY. Please give the amounts for the number of persons you indicated previously.	
Numeric	
Uitgaven aan merchandising/souvenirs	

35	
Numeric	
Eten en drinken (op locatie en/of in deze gemeente) Food and drinks (in this city and/of location)	
36	
Numeric	
Openbaar vervoer in deze gemeente Public transport	
37	
Numeric	
Parkeergeld in deze gemeente Parking fees	
38	
Numeric	
Winkelen in deze gemeente Shopping	
39	
Numeric	
Overig in deze gemeente Other in this city	
40	
Numeric	
Respondent weet alleen totaal vandaag (in deze gemeente excl. overnachting en toegang), nl: Only knows total (excl. sleep accommodation and admission)	
41	
Numeric	
Totaal vandaag BUITEN deze gemeente (excl. overnachting) OUTSIDE this city (excl. sleep accommodation)	
42	
Text	
Welk cijfer (1-10) zou u dit evenement geven?s (1=zeer slecht en 10=uitmuntend) On a scale of 1-10, 1 being lowest, 10 being highest) how do you appreciate this event?	
43	Auto/motor
Single Select	Trein
Met welk vervoermiddel heeft u vandaag de langste afstand van uw vaste woon- adres of verblijfplaats naar deze locatie afgelegd? Which main type of transport have you used today to get to and from this location?	Bus/tram/metro
	Taxi
	Fiets/bromfiets/scooter
	Boot
	Lopend
	Anders
44	
Numeric	
Wat is uw geboortjaar? What is your year of birth?	
45	Geen onderwijs/No education
Single Select	Basisonderwijs/Primary
Wat is uw hoogst voltooide opleiding? Which is the highest level of education you have completed?	Middelbare school/ (VMBO, Havo, VWO)/Secondary
	Beroepsonderwijs (LBO, MBO)/Pro- fessional
	Hoger onderwijs HBO / Bachelor / Higher
	Master/Ph.D. (Universiteit)
	Anders
46	Man
Single Select	Vrouw
Geslacht (ENQ. invullen zonder vragen)	

Verklaring peer review

Verklaring peer review

Er kan worden geconstateerd dat het onderzoek naar het WK Beachvolleybal 2015 is uitgevoerd en getoetst volgens de Richtlijnen-handboeken Economische Impact en Bezoekersaantallen versie 1.1 van de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). Het onderzoek en de rapportage hebben na de peer-review het predicaat "WESP-waardig" meegekregen en kan daarom met deze vermelding worden gepubliceerd.

Naam: Rik Burger

Instelling/bedrijf: Kirco Company

Datum: 15 december 2015

