

DLL Marathon Eindhoven 2015

De beleving van de bewoners



© Fontys Economische Hogeschool Tilburg/SPECO, 2015

Lectoraat Sportbusiness

Mark van den Heuvel

i.s.m. Bas Kersemaekers en studenten FEHT/SPECO en Fontys Sporthogeschool

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	1
2. De opzet van het onderzoek.....	2
2.1 Operationalisatie en dataverzameling	2
3. De beleving van de inwoners	5
3.1 Overlast.....	5
3.2 Trots en imago.....	6
3.3 Sociale cohesie en participatie.....	6
3.4 Economie.....	7
3.5 Algemeen beeld.....	8
3.6 Communicatie en rapportcijfer.....	8
4. Conclusie	10

Bijlagen

1. Inleiding

Op zondag 11 oktober vond de 32^e editie plaats van DLL Marathon Eindhoven. Zo'n 24.000 deelnemers stonden aan de start aangemoedigd door vele toeschouwers. DLL Marathon Eindhoven is het grootste eendaagse sportevenement in Noord Brabant en is de derde grootste marathon van Nederland, na Rotterdam en Amsterdam. Gaandeweg de jaren is de marathon, ook wat parcours betreft, een echte stadsmarathon geworden en dit jaar is voor het eerst een één-ronde-parcours gerealiseerd.

DLL Marathon Eindhoven is een belangrijk evenement voor de stad en wordt ook door de gemeente en provincie gesubsidieerd. Er is inmiddels veel onderzoek uitgevoerd bij DLL Marathon Eindhoven, zoals economisch impact onderzoek en onderzoek naar bezoekersprofielen en deelnemersprofielen. De economische impact werd in 2012 geraamd op bijna 1,5 miljoen euro (Van den Heuvel, 2012). De organisatie vindt het ook van belang om in kaart te brengen wat de bewoners van Eindhoven vinden van de marathon. Ondervinden zij overlast, is men goed op de hoogte gebracht van de gevolgen van dit evenement en vindt men zo'n marathon goed voor de stad, haar bewoners en de citymarketing?

In het kader van het convenant tussen Fontys Hogescholen en DLL Marathon Eindhoven is dit jaar een belevingsonderzoek onderzoek gehouden onder de bewoners van Eindhoven. Dit onderzoek is uitgevoerd door het lectoraat Sportbusiness van de Fontys Economische Hogeschool Tilburg in samenwerking met Don Driessen, docent aan de Fontys Sporthogeschool Eindhoven. Laatstgenoemde gebruikt de resultaten van het onderzoek voor zijn masterthesis die in 2016 verschijnt.

In hoofdstuk 2 wordt de opzet van het onderzoek beschreven en de kwaliteit van de respons. Hoofdstuk 3 bevat de analyse van de resultaten en hoofdstuk 4 bevat een korte conclusie.

2. De opzet van het onderzoek

Dit onderzoek betreft de beleving van zowel de inwoners van Eindhoven die de marathon hebben bezocht als de inwoners die geen bezoek hebben afgelegd. De basis voor de uitvoering van het onderzoek is de richtlijn van de WESP betreffende beleving van evenementen (www.evenementenevaluatie.nl/richtlijnen) en buitenlandse literatuur over dit onderwerp.

Het belevingsonderzoek gaat in op de belevingen en ervaringen van inwoners in relatie tot het evenement. Beleving wordt in dit onderzoek gedefinieerd als 'het geheel van overtuigingen, attitudes, oordelen en gevoelens maar ook sociale en culturele normen en waarden die mensen er op nahouden ten aanzien van het evenement'.

Het algemene doel van het belevingsonderzoek is inzicht geven in de ervaren woontevredenheid en de ervaren leef(omgevings)kwaliteit van de inwoners ten tijden van het evenement. Het meten van de mate van tevredenheid maar zeker ook wat er verbeterd moet worden: de niet-tevredenheid en de verbetermogelijkheden.

De onderzoeksvragen luiden als volgt:

1. In welke mate ervaren bewoners van de gemeente Eindhoven rondom het evenement hinder, (slaap)verstoring, bezorgdheid en in welke mate zijn zij tevreden over de organisatie van het evenement en over het feit dat het evenement wordt georganiseerd?
2. In welke mate is men tevreden over de communicatie richting de bewoners van Eindhoven?

2.1 Operationalisatie en dataverzameling

Om de beleving en mening van bewoners te meten zijn vier concepten onderscheiden. Ieder concept komt met een aantal vragen in de vorm van stellingen met een 5 punts Likert schaal terug in de enquête. De concepten, die in de onderstaande hoofdstukken verder worden uitgewerkt, zijn:

- Overlast
- Trots en imago
- Sociale cohesie en participatie
- Economie

Daarnaast is gevraagd naar wat voor rapportcijfers men geeft en een open vraag naar verbeterpunten. Tot slot is ook gevraagd naar wat in economisch onderzoek Willingness to pay of betalingsbereidheid wordt genoemd. Gevraagd wordt wat men eventueel bereid is te betalen als de organisatie geld nodig heeft om de marathon te organiseren. Deze methode wordt in economisch onderzoek gebruikt om de maximale waarde van een goed of dienst voor personen te bepalen. Ook is het een methode om de waarde van niet-markt goederen en diensten te bepalen. De marathon is voor de bewoners van Eindhoven een gratis toegankelijk evenement en in die zin een niet markt-goed. De betalingsbereidheid zegt iets over de (financiële) waarde die men aan dit evenement toekent. Eenzelfde vraag is ook gesteld in het onderzoek uit 2014 naar de Dam tot Dam loop in Amsterdam, een vergelijkbaar evenement. Een vergelijking met dit onderzoek is interessant.

Dataverzameling

Er is veldwerk verricht door studenten van de opleiding SPECO van de Fontys Economische Hogeschool Tilburg en door studenten van de Fontys Sporthogeschool Eindhoven. Bij het enquêteren van de bezoekers is gebruik gemaakt van het programma iSurveysoft. Met behulp van dit programma kunnen offline digitale enquêtes worden afgenomen met tablets en smartphones.

De studenten hebben in de twee weken na afloop van de marathon bewoners op straat en aan huis geënquêteerd. Er is een onderscheid gemaakt in bewoners die dicht bij het parcours wonen (<250m) en wat verder weg (250m-750m en >750m). De verwachting was dat afstand tot het parcours van invloed zou kunnen zijn op de beleving.

Er zijn in totaal 301 enquêtes gerealiseerd. De WESP richtlijnen schrijven voor dat bij een populatie van meer dan 5000 er minimaal 385 enquêtes nodig zijn voor een betrouwbaarheid van 95%. Dit is dus niet gehaald. Het gerealiseerde aantal enquêtes in dit onderzoek betekent een betrouwbaarheid van 92%. Dit houdt in dat de werkelijkheid (als de totale populatie zou zijn ondervraagd) binnen een marge van +8% tot -8% van de uitkomsten van het onderzoek valt.

Tabel 1 geeft een overzicht van de respons naar achtergrondkenmerken.

Tabel 1 responsoverzicht

Geslacht / leeftijd / opleidingsniveau	Steekproef bewoners Eindhoven	Bewoners Eindhoven
Man	49,5%	51%
Vrouw	50,5%	49%
16-20 jaar	7%	5%
20-29 jaar	16%	17%
30-39 jaar	17%	14%
40-49 jaar	25%	14%
50-59 jaar	16%	13%
60-69 jaar	13%	10%
> 70 jaar	5%	11%
Basisonderwijs	4%	
Middelbaar onderwijs	16%	
Middelbaar Beroepsonderwijs	37%	
Hoger Beroepsonderwijs	35%	
Universiteit	8%	
Werkzaam (maar niet in toeristenbranche)	58%	
Werkzaam binnen toeristenbranche	4%	
Niet werkzaam	38%	
		Dam tot Dam loop
Ik heb de marathon bezocht als deelnemer	11%	5%
Ik heb de marathon bezocht als bezoeker	37%	10%

Ik ben vrijwilliger geweest bij de marathon	5%	
Ik heb weinig tot niets van de marathon meegekregen	30%	57%
Ik ben doelbewust de stad ontvlucht	5%	
Ik heb de marathon via de media gevolgd	12%	

De tabel laat zien dat de steekproef een redelijke afspiegeling is van de bevolking van Eindhoven, wat betreft geslacht en leeftijd. Alleen de categorie ouder dan 70 jaar is ondervertegenwoordigd.

Er is een vergelijking gemaakt met de respons in het bewonersonderzoek bij de Dam tot Dam loop. Dit onderzoek is uitgevoerd via een bewonerspanel van de gemeente Amsterdam dat, naar aangenomen mag worden een behoorlijke mate van representativiteit heeft. De verschillen in betrokkenheid met de steekproef van het Eindhovens onderzoek is groot. In Amsterdam heeft meer dan de helft van de bewoners niets van de marathon meegekregen, In Eindhoven een stuk minder dan de helft.

Hoewel de steekproef in dit onderzoek wat geslacht, leeftijd en opleidingsniveau redelijk representatief is, lijkt het erop dat verhoudingsgewijs veel mensen zijn bevroegd die een betrokkenheid hadden met de marathon. Waarschijnlijk heeft dit de resultaten positief gekleurd.

3. De beleving van de bewoners

In dit hoofdstuk volgen de analyses van de resultaten. Achtereenvolgens worden de concepten overlast, trots en imago, sociale cohesie en economie beschreven. Waar mogelijk wordt een vergelijking gemaakt met het onderzoek bij de Van Dam tot Dam loop (Amsterdam/Zaandam) waar onder andere ook Amsterdammers zijn bevroegd over hun beleving van dit grote hardloopevenement.

3.1 Overlast

In hoeverre ervaren de bewoners van Eindhoven overlast van de marathon? Tabel 2 geeft een overzicht.

Tabel 2 Overlast als gevolg van de marathon

Stelling	(Helemaal) mee eens	Neutraal	(Helemaal) mee oneens
De marathon heeft geleid tot verkeersproblemen (parkeren, omleidingen, wegafzettingen)	41%	13%	46%
De marathon heeft geleid tot meer problemen met openbaar vervoer	43%	21%	36%
Ik heb last ervaren van afval en rommel in de stad als gevolg van de marathon	16%	6%	78%
Ik heb geluidsoverlast ondervonden als gevolg van de marathon	6%	4%	90%
Ik heb me onveilig gevoeld tijdens de marathon	0%	1%	99%
Ik heb last ervaren van de drukte tijdens de marathon	19%	4%	77%

Het blijkt dat er ongeveer evenveel bewoners aangeven dat er overlast is met betrekking tot verkeer (parkeren, omleidingen, wegafzettingen, openbaar vervoer) dan geen overlast. Voor de andere categorieën geldt dat de bewoners die geen overlast ondervinden in de ruime meerderheid zijn. Niemand heeft zich onveilig gevoeld tijdens de marathon en ook zijn er relatief weinig mensen die overlast ervaren van geluid, afval, rommel en drukte.

Verder is gekeken of het ervaren van overlast verband houdt met de woonafstand tot het parcours. Alleen bij geluidsoverlast is een significant verband gevonden ($p=0,023$). Opmerkelijk is dat bewoners die verder van het parcours af wonen meer geluidsoverlast hebben ervaren dan bewoners dichtbij. Dit kan te maken hebben met dat zij geen geluid verwachten van de marathon terwijl het horen van geluid waarschijnlijk onafwendbaar was. Het gaat hier echter om kleine aantallen bewoners.

3.2 Trots en imago

Uit oogpunt van citymarketing is het belangrijk te weten in welke mate de bewoners van Eindhoven trots zijn op de marathon en of zij denken dat dit evenement goed is voor het imago van de stad.

Tabel 3 Trots en imago

	(Helemaal) mee eens	Neutraal	(Helemaal) mee oneens
Ik ben trots op het feit dat in Eindhoven zo'n marathon plaatsvindt	84%	5%	11%
De marathon draagt bij aan een positief imago van de gemeente Eindhoven	93%	4%	3%
De marathon leidt tot meer (nationale of internationale) erkenning of belangstelling voor Eindhoven	84%	8%	8%

Een ruime meerderheid is trots op het evenement en denkt dat de marathon goed is voor het imago van Eindhoven. Dit ondanks het feit dat (uiteraard) niet iedere bewoner betrokken is bij de marathon of de marathon heeft bezocht. Deze cijfers zijn iets lager maar wel vergelijkbaar met de cijfers die uit onderzoek bij de Tilburg Ten Miles, de Warandeloop en de Venloop (Van den Heuvel, 2012, 2013, 2015) naar voren komen waarbij alleen deelnemers en bezoekers aan het evenement zijn bevestigd. Het ligt voor de hand dat deze laatste groepen die actief betrokken zijn bij het evenement een hogere score laten zien dan de gemiddelde bewoner.

De bevestiging hiervan vinden we terug in de significante verschillen tussen de bewoners die betrokken zijn bij de marathon Eindhoven (deelnemer, bezoeker of via de media gevolgd) en zij die zich niet betrokken voelde. De eerste groep scoorde hoger op de trots-vraag en op de (inter)nationale belangstellingsvraag ($p=0.07$ en $p=0.00$).

Al met al kan worden vastgesteld dat de bewoners van Eindhoven vinden dat de marathon goed is voor de stad. Vergelijkbare percentages onder bewoners zijn ook terug te vinden in het Dam tot Dam loop onderzoek.

3.3 Sociale cohesie en participatie

Dit concept verwijst naar de mate waarin de marathon een bijdrage levert aan de onderlinge sociale contacten en gevoelens van saamhorigheid onder bezoekers. Daarnaast is gevraagd of men meer is gaan sporten als gevolg van de marathon.

Tabel 4 Sociale cohesie en participatie

	(Helemaal) mee eens	Neutraal	(Helemaal) mee oneens
Marathon Eindhoven geeft me het gevoel dat ik onderdeel ben van een gemeenschap	47%	10%	43%
Ik heb gevoelens van blijdschap	48%	10%	42%

ervaren tijdens de marathon			
Ik heb afgesproken met familie of vrienden om de marathon te bezoeken of er aan deel te nemen	46%	2%	52%
Ik heb nieuwe mensen leren kennen door de marathon Eindhoven	17%	4%	79%
De marathon zorgt voor het samenbrengen van verschillende gemeenschappen en culturen binnen Eindhoven	72%	11%	17%
Ik vind het goed dat evenementen als deze de inwoners van Eindhoven de mogelijkheid geven om vrijwilligerswerk te doen	92%	4%	4%
Door de marathon ben ik meer gaan sporten in het dagelijks leven	10%	3%	87%

De participatie stelling over vrijwilligerswerk geeft een zeer positief beeld. Veel inwoners onderschrijven deze stelling. DLL Marathon Eindhoven heeft bij weinig inwoners geleid tot meer sporten in het dagelijks leven, hoewel 10% nog altijd een respectabel aantal is gezien het feit dat het hier maar om een eendaags evenement gaat.

In het Dam tot Dam loop onderzoek werd gevraagd aan de bewoners of het evenement leidt tot meer zin om aan sport te doen, dus een iets voorzigtigere vraagstelling. Maar liefst 44% antwoordde hier positief op. Waarschijnlijk zal een veel minder groot percentage ook daadwerkelijk dit omzetten in meer sportactiviteit.

De eerste drie sociale cohesie stellingen houden elkaar min of meer in evenwicht voor wat betreft eens of oneens. Het is logisch dat de inwoners die niet bij de marathon betrokken waren deze stellingen niet onderschrijven. De meer algemene sociale cohesie stelling over het samenbrengen van gemeenschappen en culturen scoort wel hoog. Het idee dat dit evenement mensen bij elkaar kan brengen is behoorlijk wijdverbreid onder de inwoners van Eindhoven.

3.4 Economie

Er zijn twee stellingen in de enquête opgenomen betreffende economische aspecten van de marathon. Daarnaast is de Willingness to pay methode toegepast.

Tabel 5 Economische aspecten

	(Helemaal) mee eens	Neutraal	(Helemaal) mee oneens
DLL Marathon Eindhoven heeft een positief effect op de lokale economie	90%	5%	5%
Ik vind het goed dat de gemeente de marathon subsidieert	83%	6%	11%

Beide stellingen worden ruim onderschreven. Daarnaast is belangrijk dat ongeveer 10% van de inwoners de gemeentelijke subsidie afkeurt.

In het Dam tot Dam loop onderzoek geeft 89% van de bewoners aan dat het goed is dat de gemeente dit evenement mede mogelijk maakt. Dit percentage is vergelijkbaar met dat in dit Eindhoven onderzoek.

Willingness to pay

De Willingness to pay methode drukt waardering uit concreet in geld. In de enquête is dit als volgt gevraagd:

We willen beter begrijpen hoe belangrijk u DLL Marathon Eindhoven vindt. Stel dat de organisatie geld nodig heeft om de marathon te blijven organiseren. Zou u willen betalen?

In het Dam tot Dam loop onderzoek is dezelfde vraag gesteld onder de Amsterdamse bevolking.

Tabel 6 Betalingsbereidheid

	Bevolking Eindhoven		Bevolking Amsterdam	
	Ja	Nee	Ja	Nee
Zou u willen betalen?	27%	73%	15%	85%

Er is een behoorlijk verschil tussen de bewoners van Eindhoven en Amsterdam voor wat betreft hun betalingsbereidheid. Meer Eindhovenaren zijn hiertoe bereid.

Het gemiddelde bedrag dat de bewoners van Eindhoven die wensen te betalen over hebben voor de organisatie van de marathon bedraagt **€ 18,35**. In Amsterdam ligt dit bedrag iets lager, **€ 15,16**. Aan de hand van de betalingsbereidheid kan een (fictieve) waarde worden berekend van DLL Marathon Eindhoven voor de gehele stad.

Tabel 7 Waardering Eindhovenaren

% respondenten dat wil betalen	27%
Gemiddelde betalingsbereidheid	€ 18,35
Aantal Eindhovenaren	216.036

Aantal Eindhovenaren dat bereid is te betalen	58.330
Waarde marathon	1.070.350

3.5 Algemeen beeld

In onderstaande tabel zijn de positieve en negatieve scores van ieder concept gemiddeld genomen en onder elkaar gezet. De concepten trots en imago en economie geven het meest positieve beeld gevolgd door overlast. Sociale cohesie en participatie scoren het laagste waarbij moet worden opgemerkt dat deze relatief lage score wordt bepaald bij beide concepten door de lage score op 1 vraag. Op deze beide vragen was het logisch dat de bewoners die niet of nauwelijks betrokken waren bij de marathon laag zouden scoren.

Concept	Positief	Negatief
Overlast	71%	21%
Trots en imago	87%	7%
Sociale cohesie	38%	46%
Participatie	51%	46%
Economie	87%	8%

Bij het Dam tot Dam loop onderzoek is 68% van de inwoners van Amsterdam positief over de mate van overlast als gevolg van het evenement. Dit is vergelijkbaar met de Eindhovense bevolking.

3.6 Communicatie en rapportcijfer

In de enquête is een vraag gesteld over de communicatie vanuit de gemeente /organisatie over de marathon (verkeersgevolgen, bezoekersdrukke, organisatie). Is de communicatie hierover voldoende geweest?

	(Helemaal) mee eens	Neutraal	(Helemaal) mee oneens
Ik ben tevreden over de communicatie vanuit de gemeente / organisatie over de marathon (verkeersgevolgen, bezoekersdrukke, organisatie)	61%	15%	24%

Een meerderheid van 61% is tevreden en een kwart van de bewoners is ontevreden. Gelet op het belang van communicatie over een dergelijk groot evenement is de ontevredenheidsscore van 24% relatief hoog. Dit wordt bevestigd in de open vraag in de enquête naar verbeterpunten. Daar werd relatief vaak een opmerking gemaakt over dat de communicatie, met name richting buurtbewoners beter had gemoeten.

De niet betrokken inwoners zijn ontevredener over de communicatie vanuit de gemeente dan de betrokken inwoners (zij die de marathon hebben bezocht, meegedaan of via de media gevolgd).

Het gemiddelde rapportcijfers dat de bewoners aan de marathon toekennen, bedraagt **7,4**. In WESP-onderzoeken onder bezoekers en deelnemers aan (hardloop)evenementen ligt dit gemiddelde doorgaans iets hoger, maar dan gaat het alleen om direct betrokkenen. Het blijkt ook dat de niet betrokken inwoners een lager rapportcijfer aan de marathon toekennen dan de betrokken inwoners.

In dat perspectief is het rapportcijfer van DLL Marathon Eindhoven zeker behoorlijk.

4. Conclusie

DLL Marathon Eindhoven, zoals het evenement voluit heet, is een belangrijk en waardevol evenement voor Eindhoven, zo blijkt uit dit onderzoek dat door de bewoners wordt gewaardeerd met een 7,3. De Eindhovenaren zijn in ruime meerderheid positief over dit evenement en een minderheid ondervindt overlast. Niemand voelt zich onveilig als gevolg van het evenement. Opvallend is dat bewoners die verder weg wonen van het parcours het meeste overlast ervaren, met name geluidsoverlast.

Niet alleen ondervinden relatief weinig Eindhovenaren overlast van de marathon, maar de bewoners kennen ook duidelijk waarde toe aan dit evenement. Dit blijkt het sterkst als het gaat om trots en imago. Men is trots op de marathon en de bewoners denken dat deze goed is voor het imago van de stad. De marathon is goed voor de citymarketing, zeker als het gaat om de eigen bewoners. Verder valt op dat een ruime meerderheid het goed vindt dat het evenement de gelegenheid biedt om vrijwilligerswerk te doen en daarnaast denkt een meerderheid dat de marathon mensen en culturen bij elkaar brengt. Niet vreemd daarom dat een groot deel geen moeite heeft met de gemeentelijke subsidie voor de marathon.

Sommige bewoners waarderen niet alleen het evenement maar zij zijn ook bereid om ervoor te betalen mocht dat nodig zijn voor het voortbestaan ervan. Deze groep is in Eindhoven zelfs een stuk groter dan bij een vergelijkbaar evenement als de Dam tot Dam loop in Amsterdam. Dit vertegenwoordigt een behoorlijke, zij het fictieve, economische waarde.

Dit algemene positieve beeld komt overeen met het recente bewonersbelevingsonderzoek van De Dam tot Dam loop en met andere WESP-onderzoeken onder bezoekers en deelnemers aan hardloopevenementen. Kennelijk worden dit soort evenementen in brede kring gewaardeerd.

De communicatie richting bewoners over zo'n groot evenement is van groot belang omdat een dergelijk evenement gedurende een weekend een groot beslag doet op de openbare ruimte van de stad. Weliswaar vindt een groot deel van de bewoners dat er goed is gecommuniceerd, maar toch vindt een kwart van niet. Dat is in dit kader een hoog percentage, vooral afkomstig van de niet bij de marathon betrokken inwoners van Eindhoven.

Uit de open vraag blijkt dat met name de communicatie richting buurtbewoners beter had gekund. Hierbij gaat het ook om de buurten die wat verder weg liggen van het parcours omdat blijkt dat relatief veel inwoners hiervan aangeven overlast te hebben ervaren. Het is aan te bevelen om de communicatiestrategie nog eens kritisch te bezien en te bekijken waar het beter kan.

Al met al is de editie van 2015 een door de bewoners gewaardeerd evenement en aangenomen mag worden dat dit ook voor eerdere edities geldt.

Bijlagen

Bronnen

Berends, Luuk & Mark van den Heuvel (2012). *Venloop 2014. Economische impact, maatschappelijke impact, promotionele waarde*. Lectoraat Sportbusiness FEHT/SPECO, Tilburg.

Heuvel, Mark van den (2014). *Brabants Dagblad Tilburg Ten Miles. Economische en sociale impact, bezoekers- en deelnemersprofiel*. Lectoraat Sportbusiness FEHT/SPECO, Tilburg.

Heuvel, Mark van den (2014). *Internationale loket.nl Warandeloop Tilburg Bezoekers- en deelnemersprofiel, waardering, sociale impact, economische impact en mediawaarde*. Lectoraat Sportbusiness FEHT/SPECO, Tilburg.

Nooij, M. d., & Horsselenberg, P. (2014). *Dam tot Damloop, economische en maatschappelijke waarde*. Amsterdam - Duivendrecht: Hogeschool van Amsterdam.

Richards, Greg, Marisa de Brito, Linda Wilks (2013). *Exploring the social impact of events*. Routledge.

Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (2010). *Richtlijnenhandboek Beleving*.

www.evenementenevaluatie.nl

Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (2013). *Richtlijnenhandboek Participatie en cohesie*.

www.evenementenevaluatie.nl

Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (2013). *Richtlijnenhandboek Leefstijl en vitaliteit*.

www.evenementenevaluatie.nl

Vragenlijst DLL Marathon Eindhoven belevingsonderzoek bewoners

Vragenlijst Sociale Impact - Marathon Eindhoven	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal Eens
Kies één van de onderstaande stellingen betreft aanwezigheid/interesse					
Ik heb de marathon daadwerkelijk bezocht als deelnemer	Aanvinken indien van toepassing				
Ik heb de marathon daadwerkelijk bezocht als bezoeker	Aanvinken indien van toepassing				
Ik heb het evenement bekeken via media kanalen (media)	Aanvinken indien van toepassing				
Ik ben thuis gebleven en heb niet gekeken naar het evenement	Aanvinken indien van toepassing				
Ik ben doelbewust de stad ontvlucht	Aanvinken indien van toepassing				
In welke mate bent u het eens met de volgende stellingen?					
Het evenement heeft geleid tot een verhoging van verkeersproblemen (parkeren, omleidingen, wegafzettingen)					
Het evenement heeft geleid tot een verhoging van problemen bij het openbaar vervoer					
Het evenement heeft een positief effect op de lokale economie (werkgelegenheid, extra bestedingen)					
Ik vind het goed dat de gemeente Eindhoven de Marathon subsidieert					
Marathon Eindhoven draagt bij aan een positief imago van de gemeente Eindhoven.					
Ik ben trots op het feit dat in Eindhoven zo'n marathon plaatsvindt					
de Marathon Eindhoven leidt tot meer (nationale of internationale) belangstelling en erkenning voor Eindhoven.					
Ik heb gevoelens van blijdschap ervaren voor- of tijdens het evenement					
de Marathon Eindhoven geeft me het gevoel dat ik onderdeel was van een gemeenschap.					
Ik heb afgesproken met vrienden- en of familie om de Marathon Eindhoven te bezoeken cq. deel te nemen					
Ik heb een sociaal conflict ondervonden door het evenement					
Ik heb nieuwe mensen leren kennen door de Marathon Eindhoven					
de Marathon Eindhoven zorgt voor het samenbrengen van verschillende gemeenschappen en culturen binnen de gemeente Eindhoven					
Ik vind het goed dat evenementen als deze de mogelijkheid geven aan de inwoners van Eindhoven om vrijwilligerswerk te doen					
Ik heb last ervaren van afval en rommel in de stad als gevolg van de Marathon Eindhoven.					
Ik heb geluidsoverlast ondervonden als gevolg van de Marathon Eindhoven.					

Ik heb me onveilig gevoeld tijdens het evenement					
Ik heb last ervaren van de drukte tijdens de Marathon Eindhoven					
Ik accepteer de extra kosten die de gemeente maakt als gevolg van de Marathon Eindhoven (schoonmaakkosten, politie inzet).					
Ik ben tevreden over de communicatie vanuit de gemeente/organisatie over de Marathon Eindhoven (verkeersgevolgen, bezoekersdrukke, organisatie).					
Door de Marathon Eindhoven ben ik meer gaan sporten in het dagelijks leven.					
We willen beter begrijpen hoe belangrijk u de Marathon Eindhoven vindt. Stel dat de organisatie geld nodig heeft om de Marathon Eindhoven te blijven organiseren. Dit geld is nodig om het evenement zowel voor de lopers als de bezoekers goed en veilig te laten verlopen, wilt u betalen?	Ja/Nee (omcirkelen wat van toepassing is)				
Zo ja, wat is het maximale bedrag wat u jaarlijks zou willen bijdragen	€...				
Welk rapportcijfer zou u geven aan het evenement	Invullen				
Heeft u nog verdere op- of aanmerkingen die u met ons wilt delen?	Invullen (indien van toepassing)				
Omcirkelen wat van toepassing is					
<u>Geslacht</u>					
Man					
Vrouw					
<u>Leeftijd</u>					
20 - 29 jaar					
30 - 39 jaar					
40 - 49 jaar					
50 - 59 jaar					
60 - 69 jaar					
70 - 79 jaar					
80 jaar of ouder					
<u>Hoogst genoten opleiding</u>					
Basisonderwijs					
Middelbaar onderwijs					
Middelbaar beroeps-onderwijs (MBO)					
Hoog beroeps-onderwijs (HBO)					
Universiteit					
<u>Werkzaam</u>					
Niet					
Ja, maar niet binnen de touristische of evenementen branche					
Ja, binnen de touristische of evenementen branche					
<u>Afstand tot parcours</u>					
250m of minder					
250- 750m					
750m of meer					
<u>Duur inwoner (Let op: Invullen aantal jaar indien anders!)</u>					
Geboren en opgegroeid in Eindhoven					
Geboren, anders opgegroeid					

Opgegroeid in Eindhoven, anders geboren					
Anders namelijk..... Jaar					
Postcode					
Wat zijn de 4 cijfers van uw postcode (.....)					