



Evaluatie Coolste Baan van Nederland en ISU WK Allround 2018

- Eindrapportage -



Inhoud



Samenvatting	
Inleiding	1
Deel A. Evaluatie sportieve en sociale impact Coolste Baan van Nederland en het ISU WK Allround 2018	2
Onderzoeksaanpak	3
Promotie van de schaatssport als sport: schaatsen beoefenen	5
Volwassenen bezoekers	6
Jeugdige bezoekers	10
Promotie van de schaatssport als kijksport: fanbeleving	14
Omwonenden	15
Vrijwilligers	18
Nationale en internationale bezoekers ISU WK Allround	20
Deel B. Evaluatie economische impact ISU WK Allround 2018	22
Het meten van economische impact	23
Onderzoeksaanpak	24
Bestedingen van atleten en officials	25
Bestedingen van bezoekers	27
Bestedingen van de organisatie	29
Bestedingen van mediavertegenwoordigers	31
Totale economische impact	32

Samenvatting



House of Sports heeft met de realisatie van de Coolste Baan van Nederland en het ISU WK Allround een positieve impact gerealiseerd op sportief, sociaal en economisch vlak.

Beide initiatieven hebben bijgedragen aan het promoten van het schaatsen als sportbeoefening en kijksport. De Coolste Baan van Nederland heeft velen een aangename extra mogelijkheid geboden om te schaatsen en heeft de schaatswens van de jeugd aangewakkerd.

De Coolste Baan van Nederland en het ISU WK Allround werden door alle gebruikers en bezoekers met ruim een 8 hoog gewaardeerd.

Het ISU WK Allround was goed voor een economische impact van 1,65 miljoen op de Amsterdamse economie



Inleiding



Van 18 januari tot en met 11 maart 2018 was het Olympisch Stadion in Amsterdam getransformeerd tot een iconische schaatstempel. Zes weken lang bood de Coolste Baan van Nederland schaatsminnend Nederland de mogelijkheid om op een unieke locatie de schaatssport te beoefenen. En te bekijken. Want in het afsluitende weekend, van 9 tot en met 11 maart was het Olympisch Stadion de thuisbasis voor het ISU WK Allround 2018.

House of Sports organiseerde het breedte- en topsportevenement en had drie thema's opgesteld om maatschappelijke impact te genereren:

- Promotie van de schaatssport als sport: schaatsen beoefenen,
- Promotie van de schaatssport als kijksport: fanbeleving,
- Promotie van de schaatssport als Nederlands visitekaartje: internationale profilering.

House of Sports heeft de Hogeschool van Amsterdam en het sporteconomisch adviesbureau Sport2B gevraagd om de impact van de eerste twee thema's te evalueren, evenals de impact van het ISU WK Allround op de Amsterdamse economie. Deze rapportage bevat onze bevindingen. Het eerste deel zal ingaan op de *sportieve en sociale impact* van beide initiatieven. Het tweede deel biedt inzicht in de *economische impact* van het ISU WK Allround.



Deel A. Evaluatie sportieve en sociale impact van de Coolste Baan van Nederland en het ISU WK Allround 2018



Onderzoeksaanpak (1)



In dit onderdeel zal beschreven worden in welke mate de organisator geslaagd is in:

- Het promoten van de schaatssport als sport: schaatsen beoefenen,
- Het promoten van de schaatssport als kijksport: fanbeleving.

Om de impact van de Coolste Baan van Nederland en het ISU WK Allround op beide thema's te meten zijn face-to-face enquêtes afgenomen onder volwassen en jeugdige bezoekers van de Coolste Baan van Nederland, nationale en internationale bezoekers van het ISU WK Allround, omwonenden van het Olympisch stadion en vrijwilligers.

De volgende pagina bevat een overzicht van de gehanteerde onderzoeksinstrumenten en enkele relevante gegevens van de ondervraagde doelgroepen.



Onderzoeksaanpak (2)



	De Coolste Baan van Nederland	ISU WK Allround 2018
Evenementdata	18/1 – 28/2	9/3 – 11/3
Onderzoeksperiode	30/1 – 28/2	9/3 – 11/3
Onderzoeksmethode	Enquête bestaande uit open vragen, gesloten vragen en stellingen	Enquête bestaande uit open vragen, gesloten vragen en stellingen
Onderzoeksfocus	Sociale en sportieve impact	Sociale en economische impact
Doelgroepen geënquêteerd voor evaluatie thema:	Jeugdige bezoekers (n=331) opgesplitst in: <ul style="list-style-type: none"> • Basisschool (n=201) • Middelbare school (n=124) Gemiddelde leeftijd: 11 jaar	
Promotie van de schaatssport als sport: schaatsen beoefenen.	Volwassen bezoekers (n=267) Gemiddelde leeftijd: 43 jaar	
Doelgroepen geënquêteerd voor evaluatie thema:		Nederlandse bezoekers (n=364) Gemiddelde leeftijd: 37 jaar
Promotie van de schaatssport als kijksport: fanbeleving		Internationale bezoekers (n=33) Gemiddelde leeftijd: 37 jaar
		Omwonenden (n=47) Gemiddelde leeftijd: 51 jaar
		Vrijwilligers (n=22) Gemiddelde leeftijd: 55 jaar

Promotie van de schaatssport als sport: schaatsen beoefenen



De organisatie van de Coolste Baan van Nederland heeft ingezet op promotie van de schaatssport. Zij heeft daarvoor op de ijsbaan verschillende activiteiten georganiseerd. Het schoolschaats programma was bijvoorbeeld een belangrijke pijler om schaatsen te stimuleren onder zowel basis- als middelbare scholieren in de gemeente Amsterdam.

In het kader van de evaluatie zijn gebruikers van de Coolste Baan van Nederland ondervraagd over hun motivatie om te (komen) schaatsen, hun huidige sportactiviteiten, hun verwachte sportactiviteiten in de toekomst en hun oordeel over de Coolste Baan van Nederland.

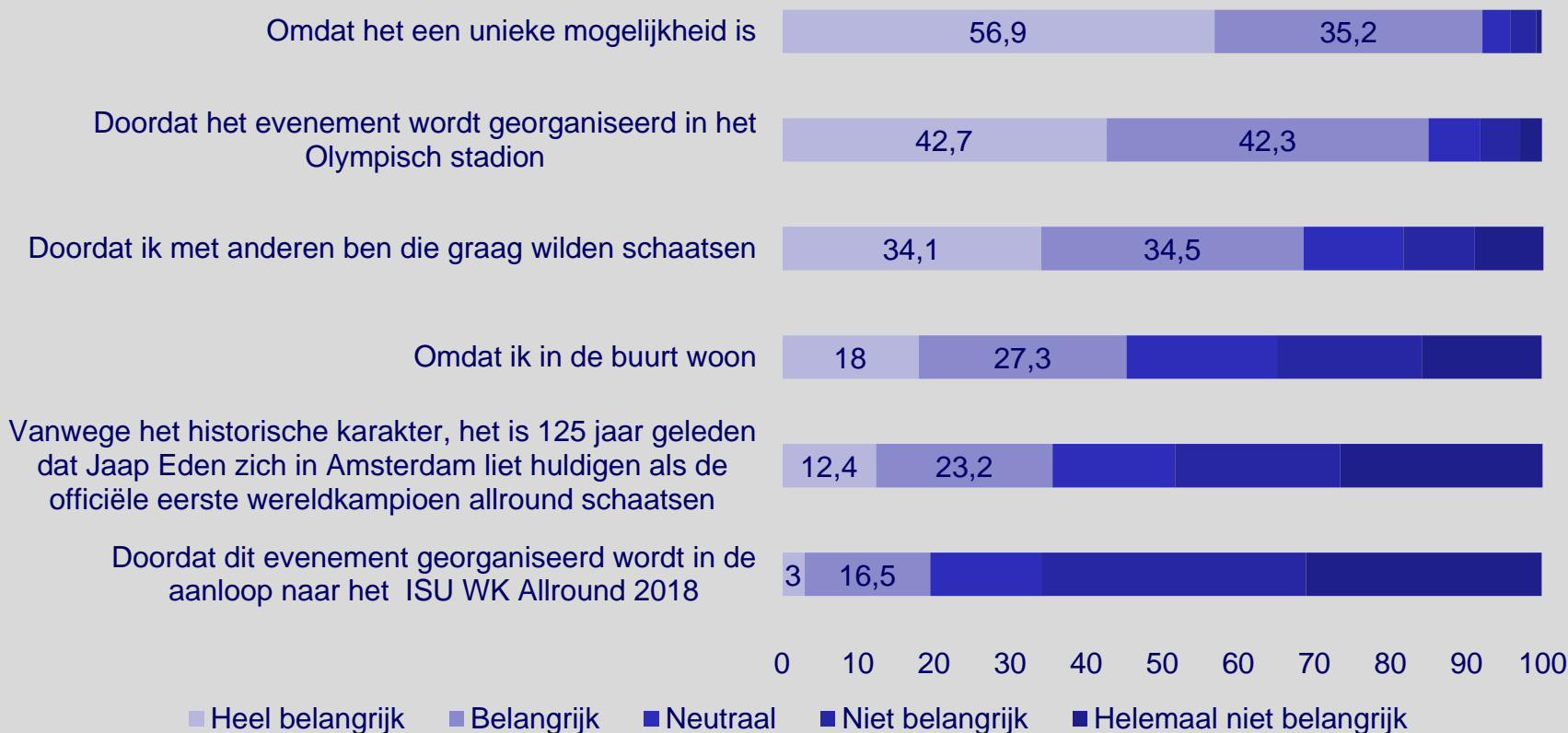
Eerst presenteren we de inzichten van de volwassen bezoekers, daarna die van de jeugdige bezoekers. We sluiten af met een algemeen oordeel over de vraag in hoeverre House of Sports is geslaagd in de promotie van schaatsen als sport.



Volwassen bezoekers (1)



In totaal zijn 267 volwassen bezoekers geënquêteerd op de Coolste Baan van Nederland. De motieven om naar de ijsbaan te komen hadden vooral te maken met de unieke kans en de locatie. Ook het sociale aspect van deze schaatsmogelijkheid speelde een rol van betekenis.

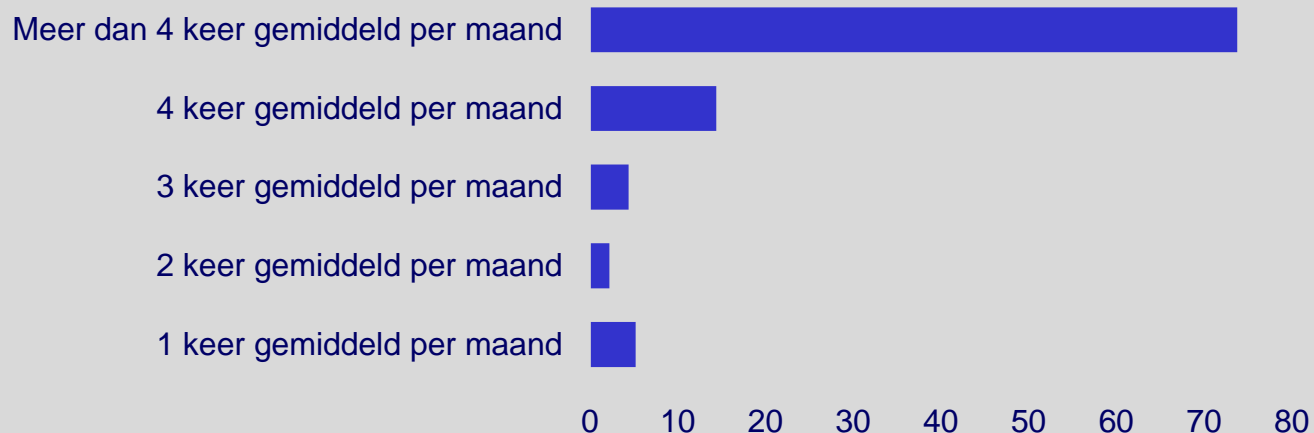


Volwassen bezoekers (2)



Meer dan de helft (51%) van deze volwassen bezoekers was lid van een sportvereniging. Hiernaast werd ook buiten sportverenigingen om gesport en kan gezegd worden dat de volwassen bezoekers over het algemeen actieve sporters waren, 88% sportte wekelijks. Deze passie voor sport, gecombineerd met de unieke mogelijkheid om in het Olympisch Stadion te schaatsen stimuleerden velen om de sport weer eens te beoefenen, aangezien slechts 11,6% aangaf aan schaatsen te doen.

Sportparticipatie per maand in de afgelopen 12 maanden (n=267)



Volwassen bezoekers (3)

De volwassen bezoekers waren erg te spreken over deze mogelijkheid om te schaatsen. Maar liefst 98,5% vond het (heel) leuk.

De organisatie werd geprezen, tevens waren de locatie, de aankleding en de sfeer van belang voor dit eindcijfer.

Daarnaast gaven de volwassen bezoekers aan dat het erg aannemelijk was dat zij een bezoek aan de Coolste Baan van Nederland zouden aanbevelen aan vrienden, familie en/ of collega's. Op een schaal van 1 tot 10 gaven zij dit aan met een 8,6.

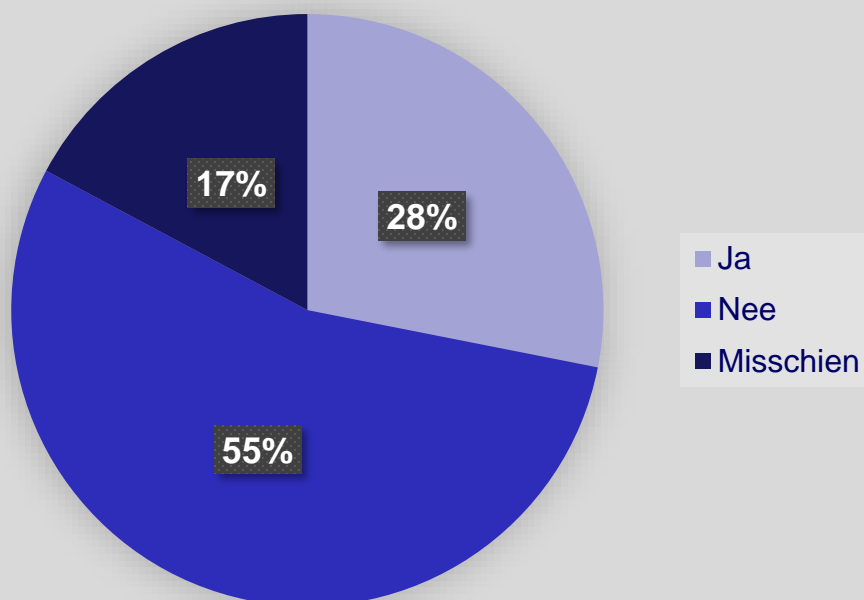
De Coolste Baan van Nederland en de georganiseerde activiteiten werden dan ook goed beoordeeld, gemiddeld met een 8,4 (n=267).



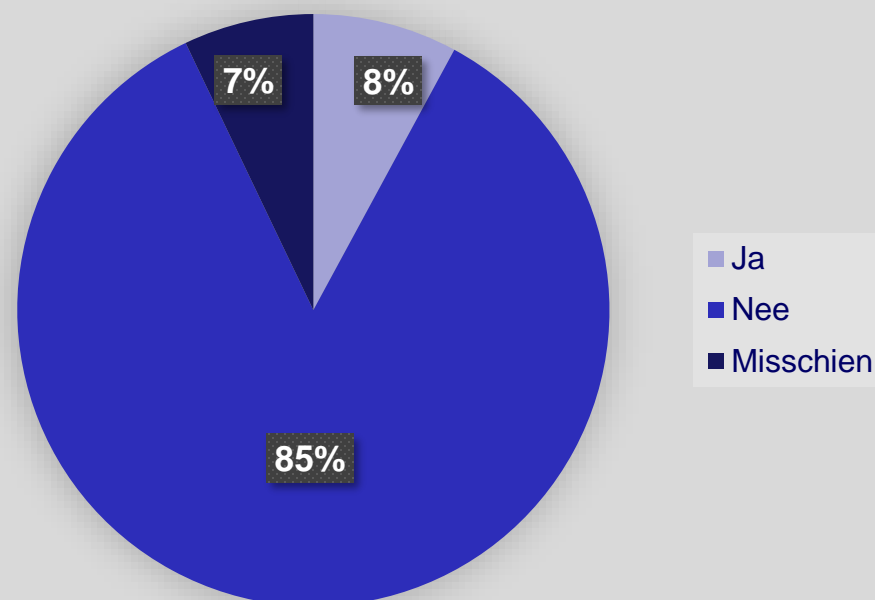
Volwassen bezoekers (4)

Het bezoek aan de Coolste Baan van Nederland zorgde er in een beperkte mate voor dat mensen (meer) wilden gaan schaatsen. De impact op het algemene sportgedrag was klein.

Bent u van plan om na deze ervaring (meer) te gaan schaatsen? (n=267)



Bent u van plan om na deze ervaring (meer) te gaan sporten? (n=267)

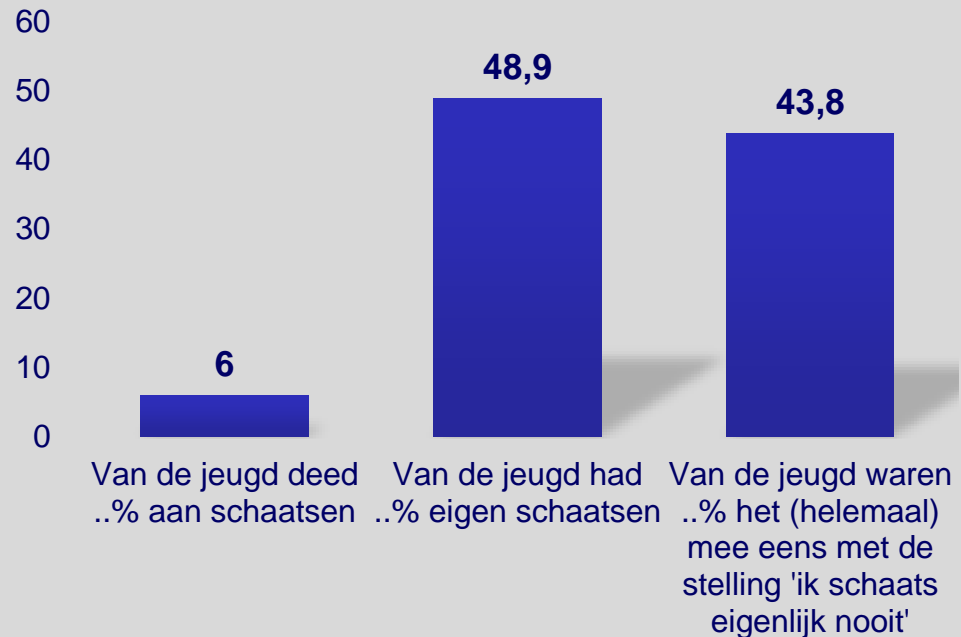
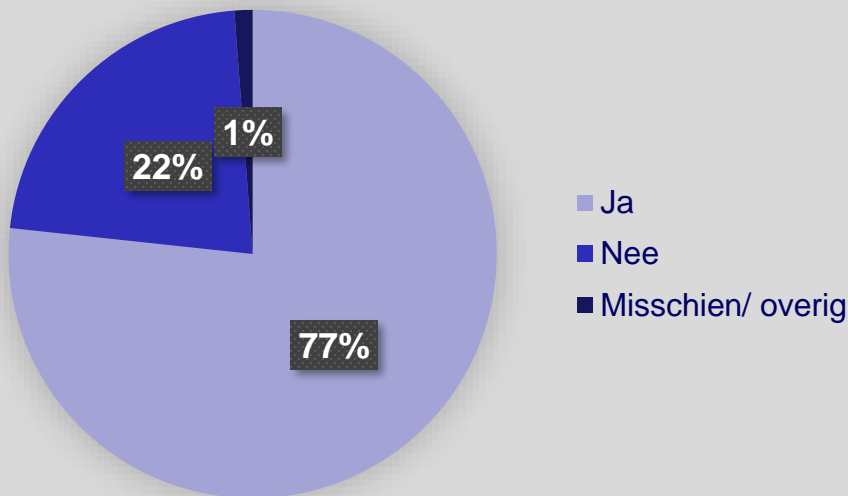


Jeugdige bezoekers (1)



Ook de jeugdige bezoekers van de Coolste Baan van Nederland (n=331) waren sportief, 77% was lid van een sportvereniging. Een aanzienlijk deel had eigen schaatsen. Echter een bijna even groot deel schaatste eigenlijk nooit. Slechts 6% gaf aan aan schaatsen te doen. De Coolste Baan van Nederland was voor velen dus een kans om de schaatssport weer eens te beoefenen.

**Ben je lid van een sportvereniging?
(n=331)**

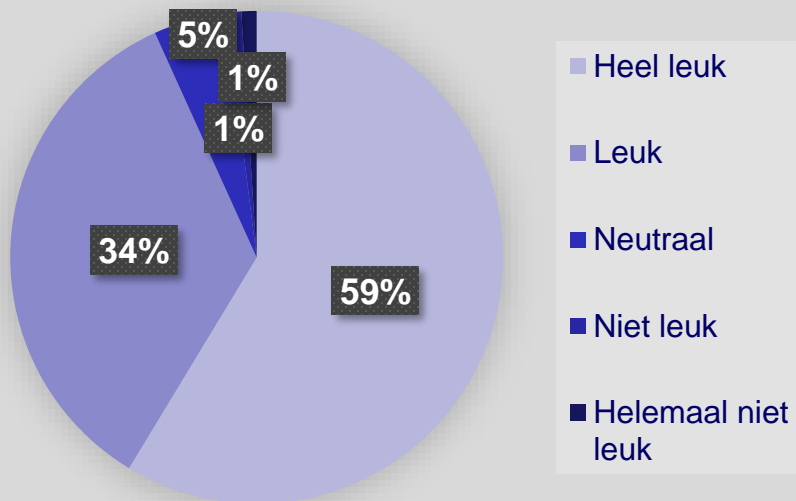


Jeugdige bezoekers (2)



De jeugdige bezoekers waren positief ten aanzien van deze mogelijkheid om te schaatsen. Wat voornamelijk belangrijk was voor deze waardering was het 'snel gaan' op het ijs. Het sociale aspect, 'het samen zijn met vrienden en vriendinnen', was voor velen ook een belangrijke factor.

Wat vind jij van deze mogelijkheid om te schaatsen? (n=331)



Wat vind jij het leukste aan het schaatsen? In % (n=331)



Jeugdige bezoekers (3)



Van de jeugdige bezoekers was 58% nog nooit in het Olympisch Stadion geweest. Dit feit gekoppeld aan het schaatsplezier leidde ertoe dat 92,5% graag nog eens in het stadion zou willen schaatsen. De schaatsbehoefte onder de jeugd is goed aangewakkerd door de Coolste Baan van Nederland en een aanzienlijk deel betreurde het gebrek aan natuurijs in ons land.

Antwoorden op stellingen in % (n=331)	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Oneens	Helemaal mee oneens
Ik zou graag nog eens in dit stadion schaatsen	52	40,5	5,4	2,1	0
Ik wil door dit evenement vaker schaatsen	24,2	47,4	19	8,5	1,5
Ik vind het jammer dat er weinig is om op te schaatsen in Nederland	33,5	42,6	15,7	7,3	2,1

Conclusie



House of Sports heeft een aantoonbare positieve bijdrage geleverd aan de promotie van de schaatssport als sport: schaatsen beoefenen.

Het grootste deel van de bezoekers deed niet aan schaatsen en voor hen was het een aangename extra mogelijkheid om te sport te (leren) beoefenen. Deze mogelijkheid werd door volwassenen en jeugdige bezoekers dan ook beschreven als (heel) leuk.

De volwassen bezoekers waardeerden de organisatie met een 8,4. Zij zouden een bezoek aan de ijsbaan ook aanbevelen aan derden.

Bij volwassenen nam de schaatsbehoefte na een bezoek aan de ijsbaan iets toe, bij de jeugd werd deze substantieel aangewakkerd.

Promotie van de schaatssport als kijksport: fanbeleving



Om de impact van dit thema te evalueren is zowel onderzoek gedaan op en rond de Coolste Baan van Nederland als tijdens het ISU WK Allround.

Naast de fanbeleving van de nationale en internationale bezoekers van het topsportevenement heeft House of Sports nadrukkelijk ook rekening gehouden met hoe buurtbewoners en vrijwilligers het breedte- en het topsportevenement beleven. Deze doelgroepen zijn daarom ook meegenomen in de evaluatie.

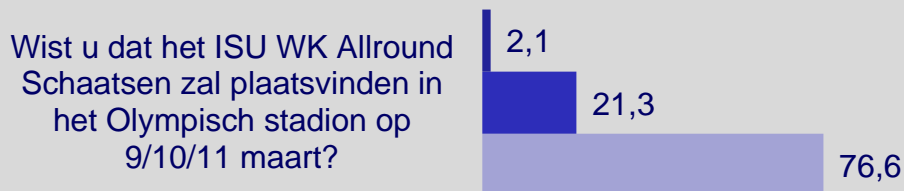
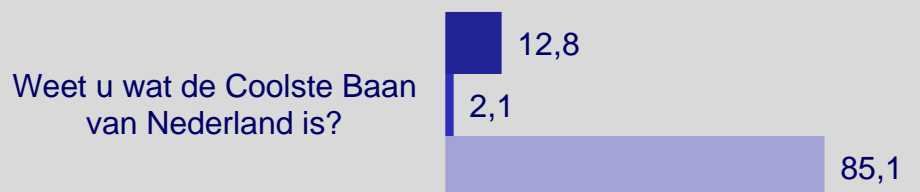
Om de beleving van deze vier doelgroepen te meten zijn enquêtes afgenomen, waarin men gevraagd werd naar: de betrokkenheid bij de schaatssport en het evenement en de mening over de Coolste Baan en het ISU WK Allround.

Eerst zullen de omwonenden aan bod komen. Daarna volgen de belangrijkste inzichten vanuit de vrijwilligers en de beoordelingen van de (inter)nationale bezoekers over het ISU WK Allround. Tot slot volgt een algemene conclusie.

Omwonenden (1)



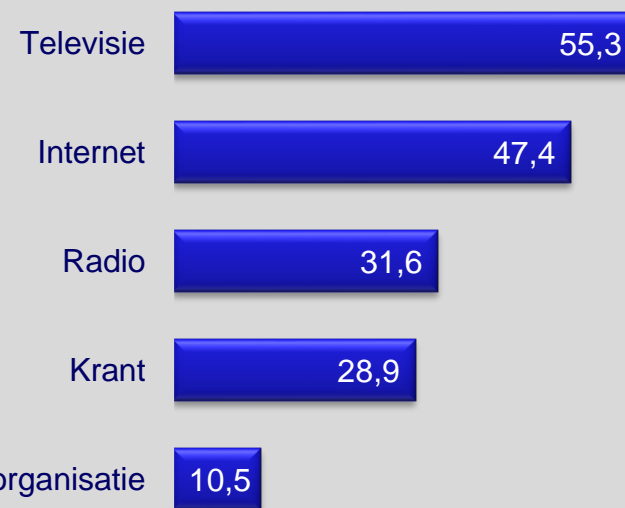
Van de omwonenden (n=47) heeft 40% geschaatst op de Coolste Baan van Nederland. Een opvallend gegeven was dat slechts 6% een kaartje had voor het ISU WK Allround, daarentegen ging 73% wedstrijden kijken op de televisie (n=45).



■ Ongeveer ■ Nee ■ Ja

15

Via welk medium heeft u kennis vernomen van het ISU WK Allround of via welk medium volgt u het evenement?

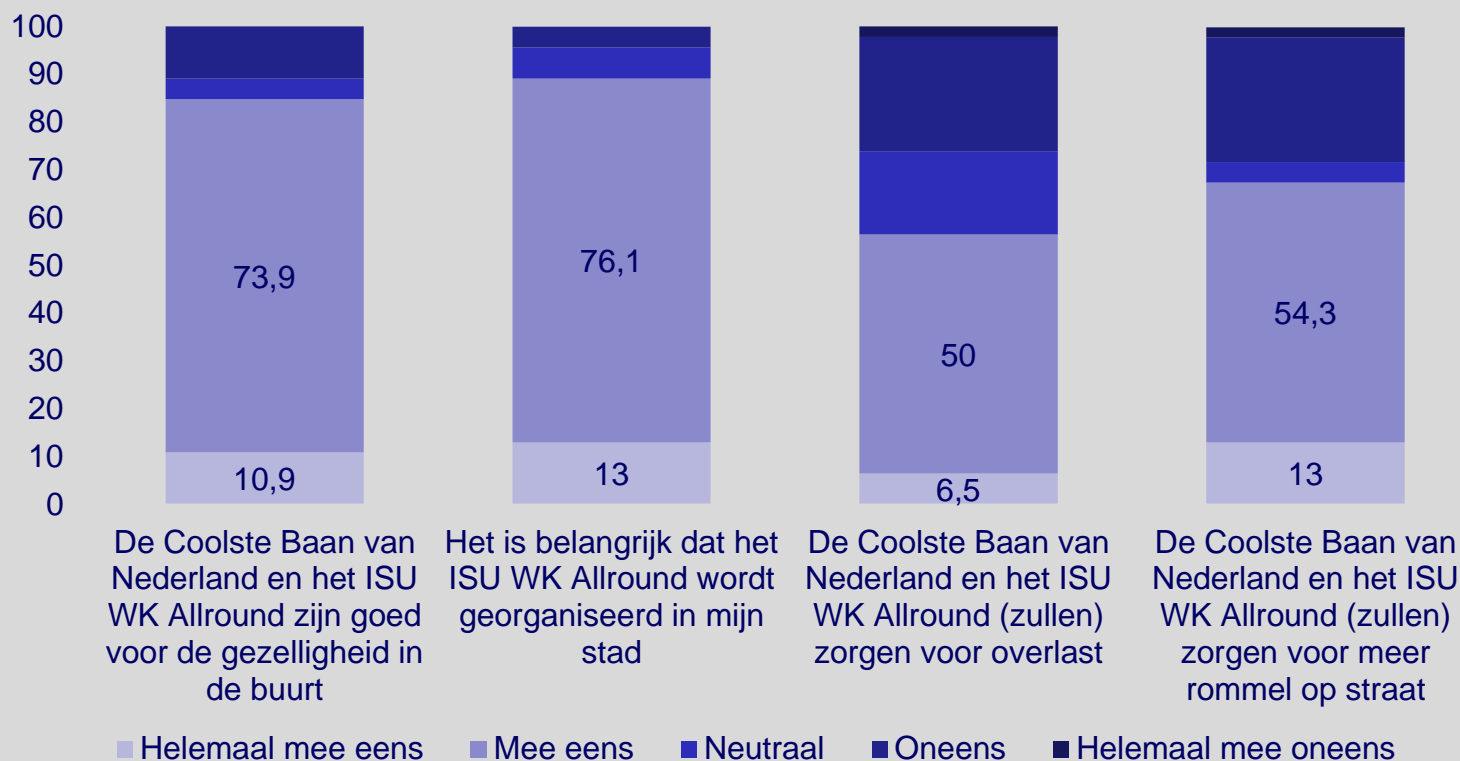


0 10 20 30 40 50 60

Omwonenden (2)



Ondanks dat het merendeel van de omwonenden wel enige vorm van overlast verwachtte/ervoer, was men positief over de organisatie van beide evenementen in hun wijk en stad. Tekenend was een uitspraak: 'Beetje rommel overleven we wel, mooi voor de buurt.'



Omwonenden (3)



Zoals hiervoor al te zien was waren omwonenden positief gestemd over de organisatie van de evenementen in het Olympisch Stadion.

Bijna 40% van de omwonenden gebruikte het woord leuk in hun reactie. Hiernaast reageerden respondenten met: prima, prachtig, mooi, goed en top.

Omwonenden beoordeelden de organisatie van de Coolste Baan van Nederland en het ISU WK Allround gemiddeld met een 8 (n=46).



Vrijwilligers (1)



House of Sport heeft onder 22 vrijwilligers een enquête afgenomen. De gemiddelde leeftijd was 55 jaar. Ook deze groep betrokkenen was sportief, 77% deed aan sport.

Ruim 70% van de vrijwilligers gaf aan vaker als vrijwilliger op een evenement te hebben gewerkt. De meest genoemde redenen om specifiek bij de Coolste Baan van Nederland en/of het ISU WK Allround te helpen waren:

- Het leuk vinden (82%),
- Vanwege de persoonlijke ontwikkeling (36%),
- Iets voor de organisatie betekenen (32%).



Vrijwilligers (2)



De vrijwilligers waren goed te spreken over beide evenementen, 91% was tevreden. Van de respondenten zou een groot deel volgend jaar weer helpen mocht het nogmaals plaatsvinden (77%).

De vrijwilligers waren het meest tevreden met het feit dat:

- Ze er voldoening uit haalden om anderen te helpen,
- Ze het leuk vonden om te helpen,
- De bezoekers hen met respect behandelden,
- Ze blij waren met hun toegewezen taak,
- Hun hulp de sport ten goede kwam.

Vrijwilligers beoordeelden de organisatie van de Coolste Baan van Nederland en het ISU WK Allround gemiddeld met een 8,5.

Nationale en internationale bezoekers ISU WK Allround



Waar de voorgaande doelgroepen oordeelden over de Coolste Baan van Nederland (in combinatie met het ISU WK Allround), zullen hieronder de beoordelingen van de bezoekers worden weergegeven die alleen bij het ISU WK Allround aanwezig waren.

De nationale bezoekers (n=364) beoordeelden het ISU WK Allround met een: 8,1. Veruit de belangrijkste motivatie voor dit cijfer was de sfeer die tijdens de wedstrijden heerste. Daarnaast waren de goede organisatie en de unieke locatie van belang voor dit cijfer.

De internationale bezoekers (n=33) beoordeelden het ISU WK Allround met een: 8,2. Er werd door enkelen toelichting gegeven over het gegeven cijfer. Deze opmerkingen gingen over het feit dat het een uniek outdoor evenement was en dat de sfeer goed was. Maar ook dat faciliteiten zoals de beeldschermen en informatie in het Engels te wensen over lieten.

Conclusie



House of Sports heeft een aantoonbare positieve impact verwezenlijkt ten aanzien van het thema promotie van de schaatssport als kijksport: fanbeleving.

De eindcijfers die de omwonenden, vrijwilligers en de (inter)nationale bezoekers de organisatie gaven tonen dit duidelijk aan. Alle betrokkenen gaven het evenement/de evenementen namelijk een 8 of hoger.

Omwonenden gaven aan dat de evenementen leidden tot wat extra overlast, maar namen dat voor lief en waren blij met het feit dat dit alles in hun buurt en dit stadion plaatsvond.

Vrijwilligers waren positief en zouden een volgende editie weer willen helpen.

Door gebruik te maken van de unieke sportinfrastructuur heeft de organisatie bezoekers bijzondere ervaring gegeven en ondanks het wisselvallige weer heerste er een goede sfeer.



Deel B. Evaluatie economische impact ISU WK Allround 2018



Het meten van economische impact



Onderzoek naar de economische impact van een (sport)evenement is altijd gerelateerd aan een geografisch afgebakend gebied. In dit onderzoek staat de impact van het ISU WK Allround op de lokale Amsterdamse economie centraal.

De economische impact van een evenement is gedefinieerd als de *additionele* bestedingen van verschillende aan het evenement gerelateerde partijen. Voorbeeld hiervan zijn: deelnemers, bezoekers, de organisatie, etc. Onder additionele bestedingen verstaan we:

- Bestedingen die direct gerelateerd zijn aan het evenement. Zij zouden zich zonder het evenement niet voordoen;
- De bestedingen betreffen nieuwe, extra geldstromen die elders hun oorsprong hebben en ten gunste komen van het gedefinieerde gebied

In dit onderzoek presenteren wij de economische impact die wordt gegenereerd door bestedingen van:

- Deelnemers aan het ISU WK Allround
- Bezoekers (toeschouwers) van het ISU WK Allround
- De organisatie van het ISU WK Allround
- Mediavertegenwoordigers die verslag doen van het ISU WK Allround

Onderzoeksaanpak



Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van verschillende instrumenten.

De *bestedingen van de deelnemers* aan het ISU WK Allround zijn in kaart gebracht door middel van een standaard vragenlijst die door de organisatie is uitgereikt aan de teammanagers van de nationale delegaties (n=6).

De *bestedingen van de bezoekers* zijn in kaart gebracht via face-to-face interviews. Op vrijdag 9, zaterdag 10 en zondag 11 maart zijn interviews gehouden met 397 mensen die in het stadion aanwezig waren. Daarbij is gebruik gemaakt van een standaard vragenlijst die beschikbaar was in het Nederlands en het Engels.

De *bestedingen van de organisatie* zijn verkregen door bestudering van de evenementbegroting. Voor inzicht in de herkomst en bestemming van de geldstromen is een gesprek gevoerd met de organisator van het ISU WK Allround House of Sports.

Voor het achterhalen van de *bestedingen van vertegenwoordigers de media* was een enquêteformulier voorzien. Ondanks aandringen van de organisatie bleek echter niemand van deze groep bereid de vragenlijst in te vullen. De uitgaven zijn daarom ingeschat op basis van ervaringen bij vergelijkbare grote sportevenementen

* Alle bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijsten sluiten qua inhoud en opzet aan bij de richtlijnen van de nationale Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP).

Bestedingen van atleten en officials



Aan het ISU WK Allround namen zestien landen deel. De deelnemende landenploegen brachten samen 127 schaatsers en begeleiders naar Amsterdam. Daarnaast waren op het evenement 27 officials aanwezig van de ISU, de KNSB en de dopingcontrole. De organisatie had onder de titel 'Meesters van de Wereld' bovendien 34 (voormalig) wereldkampioenen bijeengebracht om het ISU WK Allround gezamenlijk te beleven. Hoewel zij formeel geen deelnemers of officials waren, kregen zij wel een soortgelijke behandeling. Vandaar dat zij hier in de analyse worden meegenomen.

De genoemde 188 personen verbleven vrijwel allemaal minimaal drie dagen in Amsterdam. Sommige teams arriveerden om te trainen en te acclimatiseren al een aantal dagen voor het begin van het ISU WK Allround in de hoofdstad. Omdat de overnachtingen van de teams, officials en kampioenen door de organisatie zijn georganiseerd en betaald hebben wij een goed beeld van ieders verblijfsduur. In totaal waren de teams, officials en kampioenen goed voor 665 overnachtingen, en daarmee ook voor eenzelfde aantal verblijfsdagen.

Tijdens hun verblijf in Amsterdam hebben de atleten, officials en kampioenen bestedingen gedaan die ten goede zijn gekomen van de lokale economie. Omdat hun accommodatie kosten later worden meegenomen als 'bestedingen van de organisatie' worden hier alleen de dagbestedingen ingeschat. We doen dat aan de hand van enquête-uitkomsten en kengetallen.

Bestedingen van atleten en officials

Uit de antwoorden van enkele teammanagers van de nationale selecties op onze enquête hebben wij een ruwe indicatie gekregen welke bedragen de teams tijdens hun verblijf in Amsterdam hebben uitgegeven. Wanneer we die bedragen omrekenen naar een gemiddeld bedrag per persoon per dag komen we uit op een bedrag van zo'n € 48. Dit bedrag hebben wij gehanteerd om de totale uitgaven van de teams te berekenen. We gaan er daarbij vanuit dat al deze uitgaven additioneel zijn.

Omdat we niet beschikken over inzicht in de uitgaven van de (voormalig) wereldkampioenen hanteren wij de aanname dat ook zij per dag gemiddeld € 48 hebben besteed.

De teams, officials en kampioenen waren daarmee goed voor een bestedingsimpuls van ongeveer € 32.000 in de Amsterdamse economie.

Bestedingen van bezoekers

Ondank de matige weersomstandigheden waren de tribunes van het Olympisch Stadion op de drie ISU WK Allround dagen goed bezet. In totaal bezochten ca. 50.000 mensen het stadion om de Nederlandse en buitenlandse schaatstoppers aan te moedigen. Onder hen waren mensen die meerdere dagen het evenement bezochten (1 bezoeker kan zo goed zijn voor meerdere bezoeken). Op basis van het gemiddeld aantal bezoeken per persoon kan worden vastgesteld dat de 50.000 bezoeken voor rekening kwamen van ca 36.000 unieke bezoekers*. Onder hen waren ruim 400 buitenlandse bezoekers die samen goed waren voor zo'n 1.000 bezoeken.

Van de 36.000 bezoekers waren er 27.000 *additioneel*, dat wil zeggen dat zij zonder het ISU WK Allround niet in Amsterdam zouden zijn geweest. De bestedingen van deze bezoekers in de lokale Amsterdamse economie kunnen dus met recht worden toegeschreven aan de aanwezigheid van het ISU WK Allround .

De 27.000 additionele bezoekers waren goed voor 37.500 verblijfsdagen in Amsterdam. Tijdens hun verblijf in de hoofdstad gaven zij binnen en buiten het stadion geld uit dat grotendeels ten goede kwam aan de Amsterdamse economie. Buitenlandse bezoekers gaven aan gemiddeld € 105 per dag te spenderen. Voor bezoekers van buiten Amsterdam lag dit bedrag op € 27 per dag.

* Het betreft zowel bezoekers op eigen initiatief als VIP-gasten en/of andere genodigden

Bestedingen van bezoekers

De totale dagbestedingen van WK-bezoekers aan in Amsterdam bedroegen ruim € 1 miljoen.

Een deel van de additionele bezoekers koos ervoor om tijdens hun bezoek aan het ISU WK Allround in of rond Amsterdam te overnachten. Dit gold voor 77 procent van de buitenlandse bezoekers en voor 9 procent van de Nederlandse bezoekers. In totaal ging het daarbij om ongeveer 2.400 personen, waaronder 2.100 Nederlanders.

Het aandeel van deze overnachters dat in de gemeente Amsterdam overnachtte bedroeg respectievelijk 96 procent (buitenlandse bezoekers) en 67 procent (Nederlandse bezoekers). In totaal gaven 1.800 additionele bezoekers aan één of meerdere overnachtingen in Amsterdam te hebben.

Buitenlandse bezoekers aan het ISU WK Allround gaven aan gemiddeld 3,5 overnachtingen te hebben gehad. Nederlandse bezoekers hadden gemiddeld 1,5 overnachting. De bezoekers aan het ISU WK Allround waren daarmee goed voor 3.100 additionele overnachtingen. Met de uitgaven aan deze overnachtingen was een bedrag van € 190.000 gemoeid.

Bezoekers aan het ISU WK Allround waren daarmee goed voor een totale bestedingsimpuls van ruim € 1,2 miljoen in de lokale Amsterdamse economie.

Bestedingen van de organisatie



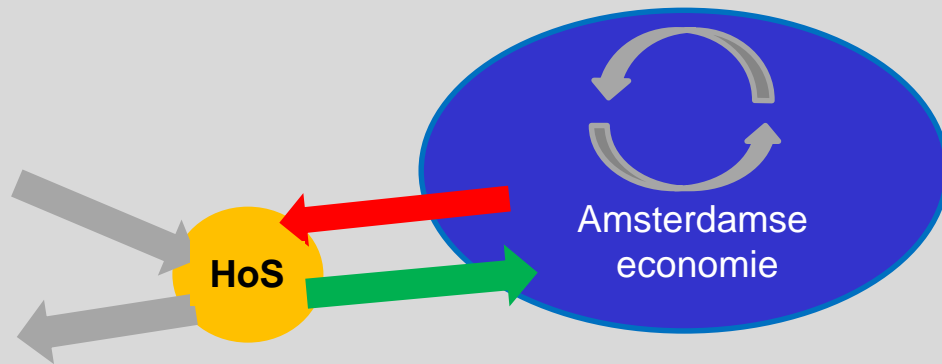
De organisatie van het ISU WK Allround is in handen van House of Sports. Het werkbudget van de organisatie is – onder voorwaarde van vertrouwelijkheid – aan de onderzoekers ter beschikking gesteld. De definitieve financiële afrekeningen waren toen nog niet afgerond, maar wij hebben voldoende inzichten verkregen om alle benodigde financiële analyses te kunnen uitvoeren. Uit concurrentie overwegingen presenteren wij hier uitsluitend de finale uitkomsten van de analyses.

Het werkbudget wordt bijeengebracht vanuit diverse financieringsbronnen zoals ticketverkoop, subsidies en sponsoring. Het werkbudget wordt vervolgens aangewend voor de financiering van alle activiteiten en materialen die nodig zijn om het evenement mogelijk te maken.



Bestedingen van de organisatie

House of Sports, gevestigd in Ouderkerk aan de Amstel, zorgt als organisatie van het ISU WK Allround met haar inkomsten en uitgaven voor vele geldstromen. Een groot deel van die geldstromen raakt de Amsterdamse economie. Bijvoorbeeld wanneer Amsterdamse bedrijven als leverancier optreden (inkomende geldstroom) of wanneer Amsterdamse schaatsfans tickets aanschaffen (uitgaande geldstroom)



Een gedetailleerde analyse van alle in- en uitgaande geldstromen (bestedingen) die door de organisatie worden gerealiseerd wijst uit dat voor de Amsterdamse economie sprake is van een positief saldo van € 333.000.

Bestedingen van mediavertegenwoordigers



De organisatie van het ISU WK Allround heeft rond het evenement 216 media-accreditaties uitgegeven aan journalisten, fotografen, cameramannen, commentatoren etc. die op enige wijze verslag hebben gedaan van het evenement. Onder deze groep waren 49 mediavertegenwoordigers uit het buitenland. De Nederlandse en buitenlandse media waren tijdens het ISU WK Allround goed voor respectievelijk 431 en 143 verblijfsdagen in Amsterdam. In totaal dus 574 verblijfsdagen.

Gedurende hun verblijf in Amsterdam hebben alle mediavertegenwoordigers bestedingen gedaan die ten goede zijn gekomen aan de Amsterdamse economie. Daarbij gaat het om hun uitgaven tijdens de WK-dagen, maar zeker bij buitenlandse vertegenwoordigers ook om overnachtingen.

Wij doen de aanname dat van de Nederlanders vijf procent in Amsterdam woont en dus geen *additionele* bestedingen doet. Voor de dagbestedingen hanteren we dezelfde aannames die bij de evaluatie van het EK Atletiek (Amsterdam, 2017) zijn gebruikt (€ 40,25 p.p.p.d., het gemiddeld van de dagbestedingen van de Nederlandse en buitenlandse bezoekers van het EK). We nemen aan dat alle buitenlanders en 2/3 van de Nederlanders overnachten in Amsterdam. Voor de hotelovernachtingen gaan wij uit van de EK-aannames: € 39,86 p.p.p.n.

De totale additionele bestedingen van de mediavertegenwoordigers wordt daarmee geraamd op € 40.000.

Totale economische impact



Uit de voorgaande deelanalyses blijkt dat het ISU WK Allround een aantrekkelijke impact heeft op de lokale Amsterdamse economie.

De totale bestedingen die gemoeid zijn met deze overnachtingen en de bestedingen van deelnemers, bezoekers, mediavertegenwoordigers en de organisatie tellen op tot **een positieve directe impact de lokale economie van € 1,65 miljoen.**

Atleten, begeleiders en officials	€ 32.000
Bezoekers	€ 1.247.000
Organisatie	€ 333.000
Media	€ 40.000
Totaal	€ 1.652.000

Sport2B

JP Sweelinksingel 45
2132 KM Hoofddorp
www.sport2B.nl

Pieter Verhoogt
verhoogt@sport2B.nl
Tel: +31 6 50 69 20 23

Hogeschool van Amsterdam

Dokter Meurerlaan 8
1067 SM Amsterdam
www.hva.nl

Sam Geijer
s.geijer@hva.nl
Tel: +31 6 21 15 59 02