

12

# Start Vuelta 2009: Spaans volksfeest in Drenthe

» Hans Slender

De jaren 2009 en 2010 waren betekenisvol voor de wielersport in Nederland: in een periode van twaalf maanden startten de drie 'grote rondes' in Nederland. De Ronde van Spanje startte in augustus 2009 in Drenthe, de deelnemers aan de Ronde van Italië maakten in mei 2010 hun eerste kilometers in Amsterdam en Rotterdam vormde twee maanden later het decor voor de start van de Ronde van Frankrijk. Met al deze evenementen werd niet alleen beoogd een goed georganiseerd en memorabel sportevenement te organiseren, maar ook om het evenement aan te wenden om economische en maatschappelijke doelen te realiseren. In dit hoofdstuk gaat de aandacht uit naar één van deze evenementen, namelijk de start van de Ronde van Spanje – ook wel La Vuelta genoemd – in 2009 in Drenthe. Bekeken wordt welke maatschappelijke doelen aan het binnenhalen van dit prestigieuze wielerevenement gekoppeld waren, hoe het evenement beleefd is en welke maatschappelijke effecten er bekend zijn.

## 12.1 Vuelta start buiten Spanje

De start van de Vuelta in Drenthe is opmerkelijk, omdat de Spaanse wielerronde enkel incidenteel het buitenland aandoet. In 1998 startte de Spaanse wielerronde eenmalig buiten de eigen grenzen in buurland Portugal, mede doordat de koppeling aan de wereldtentoonstelling aantrekkelijk was. Maar een start in het verre Nederland was voor Unipublic, de rechtehouder van La Vuelta, een nieuwe kans.

Het initiatief om de Vuelta-start van 2009 naar Nederland te halen kwam van de Groningse sportjournalist Dick Heuvelman, die ook de drijvende kracht was achter de start van de Giro d'Italia in Groningen in 2002. In de aanloop naar dat evenement bezocht Heuvelman al eens de Vuelta-start in Valencia, maar voor een buitenlands avontuur stond de organisatie toen nog niet open. In 2006 trad er bij Unipublic een nieuwe, jongere leiding aan, die zocht naar vernieuwingen en de ronde meer in het buitenland wilde promoten. Een buitenlandse start paste uitstekend in dit plaatje. Vanwege financiële tegenvallers rondom 'Groningen' viel Groningen al snel af als gegadigde voor de Vuelta-start in 2009. Door tegenvallende sponsorinkomsten moesten de gemeente en de provincie Groningen samen een tekort van ruim 400.000 euro dekken (Provincie Groningen 2002), waardoor er weinig draagvlak meer was voor een nieuw wielerevenement.

“Sinds vorig jaar zit er bij organisatiebureau Unipublic een nieuwe leiding met jonge mensen. Die denken moderner en willen de Vuelta ook in het buitenland promoten”  
(Dick Heuvelman, initiatiefnemer)

Bron: Trouw (2007).

In de Drentse commissaris van de Koningin Relus ter Beek vond Heuvelman een medestander. Wielerliefhebber Ter Beek, destijds in *Trouw* (2007): “Van Groningen hebben wij twee dingen goed geleerd. Daar hadden ze allerlei extra kosten om alle voorzieningen in de stad op te bouwen. Op het circuit van Assen zijn alle faciliteiten al aanwezig. In Groningen is ook veel geld gestopt in nevenevenementen, dat zullen wij zoveel mogelijk beperken.” Ten tijde van de toewijzing in 2007 werd vooral het versterken van het fietsimago van de provincie Drenthe en stimuleren van het Drentse toerisme als doel genoemd. Ter Beek: “We hebben de Drentse fietsvierdaagse al. In onze provincie ligt 1.200 kilometer fietspad. Dat willen we promoten. Dat geldt ook voor het vliegveld Eelde dat de startbaan zal verlengen om ook charters te kunnen laten vliegen.” Het versterken van het fietsimago van de provincie en het promoten van de recente aanpassing van het lokale vliegveld golden in 2007 als centrale doelstellingen. Later bleek, vooral onder druk van de politiek, dat de verleiding om het evenement te verbreden niet kon worden weerstaan. Volgens Heere (2013) is een van de belangrijkste oorzaken dat grootschalige sportevenementen vaak duurder uitvallen dan geraamd, de drang van beleidsmakers om investeringen te doen in infrastructuur en activiteiten die zijdelings aan het evenement gelieerd zijn.

In deze periode werd naar buiten gebracht dat de kosten voor de Drentse overheden werden geraamd op ruim 1 miljoen euro en dat het bedrijfsleven, met onder meer Rabobank en TVM, vanaf het begin bij het evenement werd betrokken om een bijdrage te leveren. Daarbij werd er gestreefd naar een breed draagvlak (*Trouw* 2007). De kosten zouden uiteindelijk hoger uitvallen, mede doordat er een groot side-eventprogramma voor de breedtesport gerealiseerd werd. Uiteindelijk zouden de totale kosten van de Vuelta in Drenthe de kosten van de Giro in Groningen overtreffen. Maar wat vooral blijft hangen van de start van La Vuelta zijn de spontane randactiviteiten en festiviteiten die in de verschillende dorpen langs de route georganiseerd werden.

## 12.2 Politiek en de maatschappelijke doelstellingen

Relus ter Beek werd de motor achter de lobby. In juni 2006 verzond Ter Beek een brief aan rondedirecteur Victor Cordero waarin de Drentse plannen werden ontvouwd en al vrij snel werden beide partijen het eens. Unipublic was vooral gecharmeerd van de start op het IT

Circuit, waarschijnlijk mede gevoed door de goede samenwerking die zij onderhouden met het Spaanse managementbureau Dorna, dat de rechthouder is van de MotoGP. Zodoende raakte al snel Jos Vaessen, twaalf jaar lang voorzitter van het Circuit van Drenthe, betrokken. Vaessen werd de voorzitter van de stichting La Vuelta 09 Drenthe Holanda, die de koers zou gaan organiseren. De lastigste horde die Ter Beek en Vaessen moesten nemen lag binnen Drenthe, namelijk om zowel de politiek als het bedrijfsleven achter het project te krijgen.

**“Juist de brede beoefening van en deelname aan sport zou optimaal ondersteund moeten worden, ondersteuning van sportverenigingen kan hiervoor een belangrijk middel kan zijn. Daarnaast moet er een goede balans zijn tussen topsportondersteuning en ondersteuning van topsportevenementen in Drenthe” (Eddy Veenstra, fractievoorzitter PvdA)**

Bron: Provinciale Staten (2007).

In eerste instantie was het de bedoeling dat stichting La Vuelta 09 Drenthe Holanda de contractuele verplichtingen zou aangaan met organisator Unipublic. De Spanjaarden besloten echter dat zij in het buitenland uitsluitend zaken wilden doen met overheden. Uiteindelijk moest de provincie Drenthe het contract ondertekenen, wat tot vragen leidde binnen de provinciale staten. Het door Ter Beek uitgesproken doel was het organiseren van de koers met zo min mogelijk kosten door randactiviteiten. De verwervingskosten van het evenement bij Unipublic bedroegen 2,2 miljoen euro, de organisatiekosten ruim 1,1 miljoen euro. Het Ministerie van VWS deed een bijdrage van 530.000 euro vanuit hun topsportevenementenbudget, de betrokken provincies en gemeenten (ook in Gelderland en Limburg) droegen gezamenlijk 1,7 miljoen euro bij. De rest van de inkomsten kwamen voornamelijk uit sponsoring en hospitality.

**Tabel 12.1 Begroting Vuelta Drenthe, in euro's**

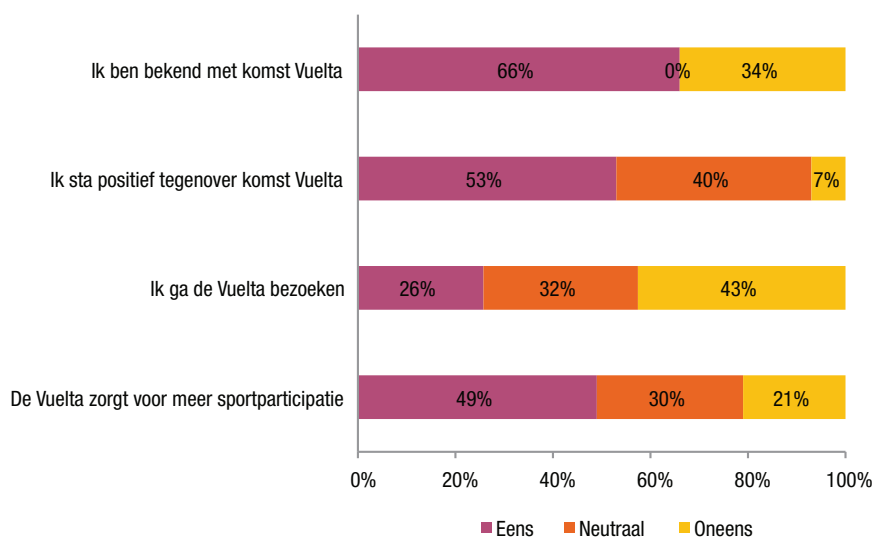
Inkomsten		Uitgaven	
Ministerie van VWS	530.000	Verwervingskosten Unipublic	2.220.000
Provincie Drenthe	600.000	Publiciteit	120.000
Gemeente Assen	350.000	Accommodatie en hotels	400.000
Gemeente Emmen	270.000	Organisatie en staf	425.000
Overige Drentse gemeenten	75.000	Medische dienst	25.000
Airport Eelde	10.000	Reis- en verblijfkosten	70.000
Marketing Drenthe	50.000	Sponsorwerving	80.000
Provincie Limburg	290.000		
Gemeente Zutphen	100.000		
Commerciële inkomsten	1.025.000		
<b>Totaal</b>	<b>3.300.000</b>		<b>3.340.000</b>

Bron: Oldenboom et al. (2009); Vaessen (2011).

### Draagvlak

Al vrij snel werd duidelijk dat de Provinciale Staten van Drenthe, als grootste geldschieter van het evenement, niet vanzelfsprekend akkoord zouden gaan met een investering in een topsportevenement als La Vuelta zonder daarbij ook een bijdrage te leveren aan de breedtesport. In het voorjaar van 2008 liet de provincie een opiniepeiling uitvoeren onder de inwoners van Drenthe (12 jaar en ouder) naar het draagvlak voor La Vuelta (Lange & Plat-Lieben 2008), vooral omdat er binnen de provinciale politiek onrust was ontstaan omtrent de beslissing om de Vuelta te steunen. Uit dit onderzoek bleek dat slechts zeven procent van de Drenten negatief tegenover de Vuelta stond (zie figuur 12.1). Daarbij werd aangegeven dat 49 procent van de Drenten geloven dat de Vuelta ook aanzet tot meer participatie in de breedtesport. Dit blijkt een belangrijk aspect, want 45 procent van de Drenten gaf aan dat de provincie breedtesport zou moeten subsidiëren, tegenover slechts zestien procent die vond dat de provincie zich zou moeten richten op topsport. 32 procent vond een investering in beide op zijn plaats.

Figuur 12.1 Mening Drentse bevolking (12 jaar en ouder) over de komst van de Vuelta in 2008, in procenten



Bron: Lange & Plat-Lieben (2008).

### Inzet op breedtesport

Op 4 juni 2007 namen de provinciale staten van Drenthe een motie 'topsport-breedtesport' aan. De steun vanuit de provincie Drenthe aan topsportevenementen was er mede op gericht om sportbeoefening in brede zin te stimuleren. Deze stimulans is volgens de motie "niet altijd zichtbaar en rechtstreeks te herleiden tot het ondersteunde topsportevenement" (Provincie



Drenthe 2007). Juist omdat sportverenigingen de breedtesport faciliteren en het vaak zwaar hebben werd besloten om “voor elke provinciale subsidie aan een topsportevenement in Drenthe, eveneens een bedrag (in principe het dubbele) beschikbaar te stellen aan de Drentse sportverenigingen. Dat bedrag kon ook worden vervangen door bijvoorbeeld investeringen in infrastructuur voor het topsportevenement die nadien gebruikt kan worden door sportverenigingen.” Met deze motie wordt de intentie uitgesproken om de focus provinciaal niet te veel op de topsport te leggen en waar mogelijk de topsport in te zetten om ook de breedtesport te versterken.

Als gevolg van deze motie ontstond er een maatschappelijk side-eventprogramma dat met name gericht werd op het stimuleren van de breedtesport. In totaal werd 1,2 miljoen euro geïnvesteerd in deze side-events, bovenop de subsidie naar de Stichting La Vuelta 09 Drenthe Holanda, waarvan de uitvoering veelal in 2009 plaatsvond. Deze projecten werden gefinancierd vanuit de breedtesportbudgetten van de provincie, waarbij ook de budgetten van 2010 en 2011 in de tijd naar voren werden gehaald. De motie had als doel het komen tot een meer integrale aanpak van het sportbeleid vanuit de provincie, waarbij topsport en breedtesport niet op zichzelf staan. De side-events zijn gericht op het vergroten van de sportparticipatie en het verbeteren van de sportbeleving in Drenthe (Provincie Drenthe, 2009a). Concrete doelstellingen van dit programma zijn niet bekend.

#### **Doelstellingen stichting La Vuelta 09 Drenthe Holanda**

De organiserende stichting onder leiding van Jos Vaessen had weinig van doen met dit breedtesportprogramma. Haar opdracht was het organiseren van de wedstrijden en de promotie van het evenement. De belangrijkste doelstellingen van de stichting (Vaessen 2011):

- creëren van hoge *awareness* in heel Nederland dat La Vuelta in Nederland start;
- stimuleren van bezoek aan proloog en etappes;
- stimuleren van deelname aan Toerversie La Vuelta '09;
- stimuleren verkoop hospitality.

De primaire marketingdoelstelling was break-even draaien. Daarbij werd geprobeerd minimaal 30.000 bezoekers te trekken bij de proloog, 100.000 bezoekers bij de activiteiten in Assen, minimaal zes A-merken aan het evenement binden als sponsors en goede kijkcijfers trekken. Dit laatste doel werd niet gekwantificeerd. Daarnaast werd er een deels gesubsidieerde toertocht georganiseerd die bij meer dan 8.000 deelnemers winstgevend zou zijn. Daarnaast was er een doelstelling om Drenthe als een aantrekkelijke vakantieprovincie te presenteren (Vaessen 2011). Deze werd niet cijfermatig geconcretiseerd.

## 12.3 Drenthe even in Spaanse sferen

De stichting La Vuelta 09 Drenthe Holanda koos als centrale communicatieboodschap 'Beleef Spanje in Drenthe', die integraal in alle communicatie werd doorgevoerd. Voor de betrokken steden werden nog afgeleide boodschappen gecreëerd, zoals bijvoorbeeld gericht op cultuur voor Emmen. In zowel de communicatie als de hospitality werd Spanje als centraal thema neergezet. Spaans eten, Spaanse muziek, een mediterrane sfeer en de kleuren van de Spaanse vlag doken op veel plaatsen op. Dit thema werd in de loop van 2009 steeds zichtbaarder in Drenthe.

### Marketing

Met het vermarkten van het evenement en het creëren van een beleving werd door de stichting ook invulling gegeven aan de afgeleide doelstellingen op het gebied van fietsimago en toerisme. In 2007 werd de stichting Marketing Drenthe opgericht met als doel het verbeteren van het imago van Drenthe op het gebied van toerisme, wonen en werken, met de doelstelling een bijdrage te leveren aan de economische ontwikkelingen binnen deze sectoren. Marketing Drenthe is ingehaakt op de Vuelta-start en heeft een promotiecampagne rondom Erik Dekker, 'de meest bekende wielrenner van Drenthe en voormalig Rabobank-renner, ingezet (Marketing Drenthe 2009).

Uiteindelijk trok het evenement volgens Oldenboom et al. (2009) ruim 100.000 bezoekers (en 167.000 bezoeken). Naar schatting 15.000 bij de ploegenpresentatie in het centrum van Assen, 40.000 bij de proloog op het TT Circuit en de rest tijdens de eerste etappe van Assen naar Emmen. De toertocht voorafgaand aan de proloog trok 10.000 deelnemers en was daarmee een winstgevend project.

*"Ik heb al een keer op een motor over het circuit van Jerez gescheurd. Dat ik nu een keer op de fiets over een circuit mocht, was fantastisch" (Samuel Sanchez, olympisch kampioen wielrennen)*

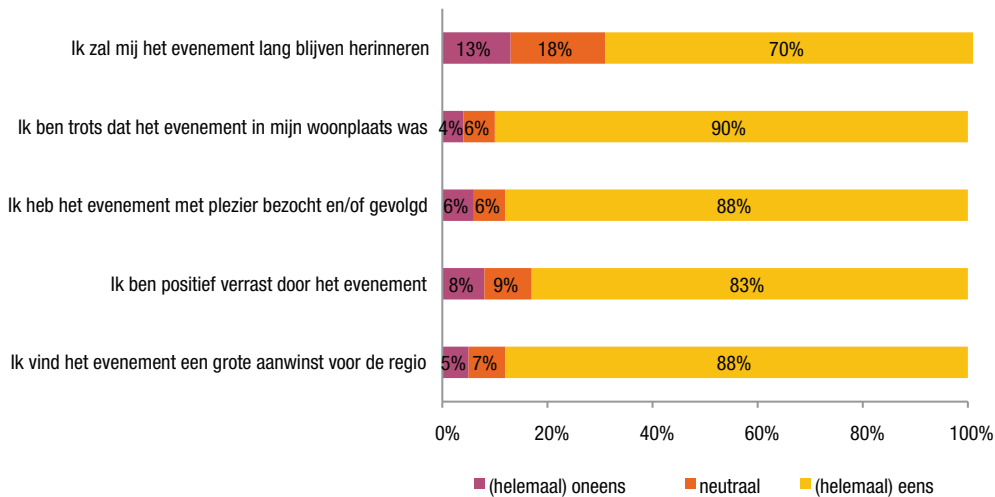
Bron: RTV Drenthe (2009).

### Lokale betrokkenheid

In de loop van 2009 begonnen er in de aanloop naar de Vuelta lokale initiatieven te ontstaan. Vooral in dorpskernen langs de route werden dorpen aangekleed in Spaanse sfeer, tuinen werden versierd, Spaanse feesten georganiseerd en langzaam ontstond wat in diverse media bestempeld werd als een volksfeest (RTV Drenthe 2009). Zo ruidde het dorpje Witteveen (450 inwoners) de plaatsnaam in voor 'Turbera Blanca'. Tegenover de hunebedden, in het midden van hetzelfde dorp, werd een bord 'Madrid: 3.157 kilometer' geplaatst. In verschillende dorpen werkten ondernemers, sport- en buurtverenigingen samen om de passage van de wielrenners door hun dorp onvergetelijk te maken (Tol 2009).

Het evenement werd door de inwoners van de steden en dorpen langs de route positief geëvalueerd. Waar de bezoekers van het evenement met een gemiddeld rapportcijfer van 7,7 al een hoge waardering gaven, daar was de waardering van de inwoners langs de route nog hoger, namelijk een 8,1. Ruim negentig procent van deze omwonenden gaf aan het evenement met plezier bezocht of gevolgd te hebben en trots te zijn dat het evenement in de eigen woonplaats heeft plaatsgevonden. Daarnaast gaf 83 procent van de Drenten aan positief verrast te zijn door het evenement (Oldenboom et al. 2009).

**Figuur 12.2 Beleving La Vuelta door lokale inwoners (uit de gemeenten Assen, Emmen, Gieten en Westerbork), in procenten**



Bron: Oldenboom et al. (2009).



### Maatschappelijke side-events

Een vanuit publieke middelen gefinancierd side-eventprogramma gericht op breedtesportparticipatie ter waarde van 1,2 miljoen euro mag aanzienlijk genoemd worden. Het Amsterdamse sportmanagementbureau YBBP verzorgde het projectmanagement en de communicatie. Provinciale sportraad SportDrenthe verzorgde een groot deel van de uitvoering, waarbij veelal werd samengewerkt met combinatiefunctionarissen van de gemeenten Assen en Emmen en de sportopleidingen in de regio.<sup>1</sup> Dit resulteerde in een aantal side-eventprogramma's:

- **Sport is Vet, jij niet!**  
Het sportstimuleringsprogramma 'Sport is Vet, jij niet!' liep in 2009 in de aanloop naar het evenement. Het sportstimuleringsprogramma bestond uit een lessenspakket waarin nieuwe sporten in klas 1 en 2 van het voortgezet onderwijs werden geïntroduceerd in samenwerking met sportaanbieders. Het was de bedoeling om met dit programma wat blijvends neer te zetten. Verder was er voor basisscholen een lesspakket beschikbaar en werden er 'Tour de Fun'-clinics georganiseerd;
- **SportValley**  
Een grootschalige sport-*experience* op het middenterrein van het TT Circuit op de dag van de proloog. Spectaculaire vormen van fietsen vormden het thema, zoals BMX, freeriden, funbikes en *vertical bikes*. Ook vonden hier de finales van het 'Sport is Vet, jij niet!' programma plaats. SportValley werd georganiseerd door YBBP, maar er waren ook combinatiefunctionarissen en tachtig scholieren bij betrokken;
- **Vuelta beweegt Drenthe!**  
SportDrenthe organiseerde in 2009 in samenwerking met veel lokale partners een side-eventprogramma gericht op sportstimulering voor diverse doelgroepen:
  - Tour de Fun langs Drentse basisscholen, kennismaking met MTB-fietsen;
  - sportmarkten in verschillende gemeenten;
  - activiteiten gericht op het stimuleren van aangepast sporten (Fietsvaria en Drenthe Fietst aangepast);
  - sportcongres en masterclasses.
- **HOLA**  
Jongerenuitwisselingsprogramma, in totaal waren ongeveer 300 Spaanse jongeren bij de proloog aanwezig via dit programma.

## 12.4 Economische en maatschappelijke effecten

In de evaluatie van sportevenementen is er veelal met name aandacht voor de 'harde effecten' zoals economie, toerisme en infrastructuur. Zachte effecten gaan vaak over stimuleren van breedtesport, maar met name dit effect blijkt moeilijk te realiseren en aan te tonen. Preuss (2007) geeft aan een aantal langetermijneffecten van evenementen (*legacy*) met name

als ‘zacht’ gecategoriseerd kunnen worden, zoals kennisontwikkeling (organisatorisch, beveiliging etc.) en het ontstaan van nieuwe netwerken, maar ook culturele effecten. Termen als culturele identiteit en collectief geheugen spreken wellicht minder tot de verbeelding dan de harde economische effecten, maar zijn wel van waarde.

#### Economische impact en toerisme

De belangrijkste manier voor de betrokken overheden om de Vuelta in Drenthe te verantwoorden was een economische-impactanalyse die is uitgevoerd door Oldenboom et al. (2009) in samenwerking met enkele hogescholen. De additionele economische bestedingen van de Vuelta voor de provincie Drenthe werden in dit onderzoek geraamd op 5,3 miljoen euro. De bezoekers leverden ongeveer 1 miljoen euro additionele bestedingen aan overnachtingen op en 4 miljoen aan vervoer, horeca en detailhandel. Met name deze economische impact werd ook breed uitgemeten in de media en heeft een belangrijke invloed gehad op de beeldvorming rondom het evenement.

Marketing Drenthe en de toeristische sector in Drenthe kijken positief terug op de Vuelta. In haar jaarverslag van 2009 blikt Marketing Drenthe (2009) positief terug op het imago dat gecreëerd is middels het evenement, maar ook op de hoeveelheid *free publicity* die gegenereerd is. Er wordt gesproken over een ideaal middel om Drenthe op de kaart te zetten. Met name hun speerpunten rust en (sportieve) ontspanning zijn door het evenement versterkt. Empirisch bewijs voor de versterking van het imago of de mate van publiciteit die gegenereerd is, is niet gevonden.

Hoewel het evenement veel additionele bezoekers trok (Oldenboom et al. 2009), blijkt uit de cijfers van het CBS dat er in augustus 2009 ongeveer evenveel gasten in Drenthe overnachtten als in dezelfde maand het jaar daarvoor (zie tabel 12.2).<sup>3</sup> Daarnaast wijzen de cijfers van het CBS uit dat het aantal gasten in Drenthe twee jaar na de Vuelta lager was dan in 2009 en de jaren daarvoor. Dit terwijl de landelijke trend een groei van het aantal gasten kende. Ongeometen is hoe het aantal dagjesmensen zich sinds 2009 heeft ontwikkeld (niet meegenomen in de statistieken in tabel 12.2 en 12.3).

**Tabel 12.2 Binnenlandse en buitenlandse gasten in de maanden augustus, 2007-2011 in Drenthe, in indexcijfers (augustus 2009=100)**

	Augustus 2007	Augustus 2008	Augustus 2009	Augustus 2010	Augustus 2011
Nederlandse gasten	100	102	100	88	85
Buitenlandse gasten	122	97	100	112	112
Gasten totaal	101	101	100	90	86

Bron: Onderzoek logiesaccommodaties (CBS), eigen bewerking.

**Tabel 12.3 Totaal aantal gasten, 2007-2011 in Drenthe en Nederland, in indexcijfers (2009=100)**

	2007	2008	2009	2010	2011
Drenthe	96	99	100	95	94
Nederland	104	100	100	104	106

Bron: Onderzoek logiesaccommodaties (CBS), eigen bewerking.

### Evaluatie maatschappelijke projecten

Bij de aanbesteding werd YBBP gevraagd om de side-eventprogramma's te evalueren. Er werd niet gevraagd om dit onderzoek door een onafhankelijke partij uit te laten voeren, zoals dat wel bij het onderzoek naar de economische impact en beleving het geval was. De evaluatie is door YBBP uitgevoerd in samenwerking met partner SportDrenthe en bevat een samenvatting van de georganiseerde activiteiten. Daarnaast is er een enquête uitgegaan naar betrokken docenten lichamelijke opvoeding en is er een mondelinge evaluatie geweest met de betrokken wielerverenigingen (SportDrenthe 2009).

Het lespakket van het programma 'Sport is Vet, jij niet!' bereikte de helft van de middelbare scholen in Drenthe en in totaal 1.976 scholieren (8% van het totaal aantal Drentse middelbare scholieren).

Ongeveer tien procent van deze leerlingen stroomde door naar een vervolprogramma met de wielerverenigingen. Uiteindelijk hebben vier scholen meegedaan aan de finales bij SportValley. Vooral het betrekken van onderwijsinstellingen bij een finale, die plaatsvindt in het weekend vlak na de zomervakantie, bleek erg lastig. Verder hebben 39 basisscholen deelgenomen aan het Roadshow-lespakket en 26 basisscholen aan de Tour de Fun. Ook het sportcongres, dikkebandenraces, fietsvaria voor 50+ en Vuelta fietst aangepast werden op vergelijkbare wijze geëvalueerd.

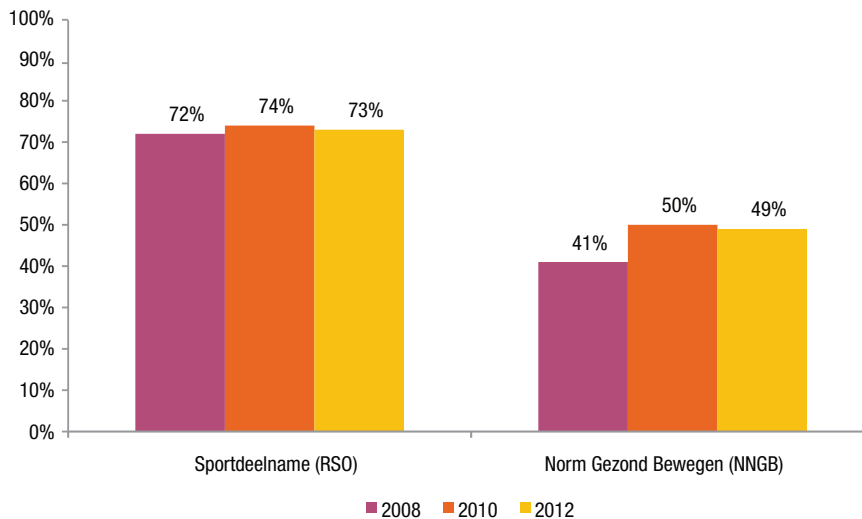
De organisatie van het hoofdevenement en de side-events stond zoals betoogd los van elkaar. Het bleek niet eenvoudig voor de organisatoren van de side-events om meegenomen te worden in de communicatie van het hoofdevenement. Dit maakte het ook lastig om dezelfde aankleding en sfeer neer te zetten als de stichting voor ogen had. Tevens was er op het TT Circuit nauwelijks bewegwijzering naar het SportValley-terrein. Ook de aanloop naar het side-eventprogramma verliep stroef en er was sprake van een korte voorbereidingstijd. Het werkplan was pas in oktober 2008 gereed en pas op 9 januari 2009 werd de opdracht bevestigd. Minder dan een maand later vonden de eerste lessen van 'Sport is Vet, jij niet!' al plaats.

### Sportieve legacy

Er is geen onderzoek geweest naar de effecten van de aan de Vuelta gelieerde investering van de provincie Drenthe in stimulering van de sportparticipatie. Mede omdat de doelstellingen vooraf niet scherp geformuleerd waren en de meeste betrokken partijen (misschien niet verrassend) positieve signalen afgaven, wordt er positief teruggekeken op de resultaten van het side-event-programma. Toch is het interessant om te kijken of er empirisch bewijs is voor een toename van de fiets- en sportdeelname. En in hoeverre hebben de verenigingen, de doelgroep die in de motie 'topsport-breedtesport' expliciet genoemd wordt, profijt gehad van dit side-eventprogramma?

Zowel in 2008 als in 2010 is er voor SportDrenthe een sportonderzoek uitgevoerd onder inwoners van de provincie (Schouwenaars & Van Dijk 2008; Schouwenaars 2010). De sportdeelname bleek in de periode 2008-2012 stabiel, wel is de bevolking in die periode meer gaan bewegen. Opvallend is dat fietsen, mountainbiken en toerfietsen naar verhouding niet aan deelname gewonnen hebben, maar met twaalf procent deelname wel tot de populairste sporten in Drenthe behoren (Schouwenaars 2010).

**Figuur 12.3** Ontwikkeling sport- en beweegdeelname Drentse bevolking 2008-2012, in procenten<sup>2</sup>



Bron: Van Dijk & Tjalma (2012).

Studenten van de Hanzehogeschool in Groningen interviewden bestuursleden van de wielerverenigingen in Drenthe en op de grens van Friesland en Groningen medio 2010. Onder andere de ontwikkeling van de omvang van het ledenbestand kwam hierbij ter sprake. Per saldo bleken

deze verenigingen geen ledengroei doorgemaakt te hebben sinds de Vuelta en de side-events. De bestuurders gaven aan dat zij hier ook geen extra inspanning voor geleverd hadden, behalve dan hun bijdrage als vrijwilliger bij enkele side-events (Timmer & Ten Tusscher 2010).

Wel geeft de KNWU aan dat, net als de drie jaren ervoor, er een lichte stijging in het aantal wielrenners met een licentie heeft plaatsgevonden in Noord-Nederland. De Nederlandse Toerfiets Unie (NTFU) was betrokken bij de organisatie van de toertocht in het side-eventprogramma. Het aantal bij de NTFU aangesloten toerfietsers groeide in de periode 2009-2011 met dertien procent meer dan de landelijke groei (+6%). Onduidelijk is wat het eventuele effect van de organisatie van de Vuelta hierop is.

**Tabel 12.4 Ledenaantal NTFU, peildatum 31 december, periode 2007-2011, in indexcijfers (2009=100)**

	2007	2008	2009	2010	2011
Drenthe	92	95	100	104	113
Nederland	91	95	100	108	106

Bron: Ledenadministratie NTFU, eigen bewerking.

In de evaluatie van het side-eventprogramma geven enkele clubs aan de extra wedstrijden en/of toertochten die in dit kader zijn georganiseerd te willen continueren. In hoeverre dit daadwerkelijk is gerealiseerd, is onduidelijk (SportDrenthe 2010). De grote toertocht van de Vuelta werd gecontinueerd tot en met 2013 in een toertocht die Drenthe's Mooiste heette. Meerdere wielerverenigingen werkten samen aan de organisatie van deze toertocht en deze trok jaarlijks, afhankelijk van het weer, nog 500 tot duizend deelnemers. Opvallend is dat rondom de organisatie van deze toertocht nergens meer aan de Vuelta-start in 2009 wordt gerefereerd, terwijl de tocht haar bestaansrecht ten dele aan dat topsportevenement ontleent.

Met name SportDrenthe heeft getracht om het side-eventprogramma van de Vuelta te continueren. Het idee was om 'Sport is Vet, jij niet!' door te laten lopen en als vast onderdeel in het Drentse onderwijsprogramma in te bedden. Dit zou kennismakingslessen in het najaar in vier trendsporten en verdiepende lessen in het voorjaar inhouden. Daarbij zou het SportValley-concept weer ingezet kunnen worden op het moment dat er een groot evenement in de provincie plaats zou vinden, zoals bijvoorbeeld het WK CP-voetbal in 2011. Het voorstel betrof een integrale aanpak, waarbij combinatiefunctionarissen uit de verschillende gemeenten en verenigingen betrokken zouden worden. Het project is echter niet van de grond gekomen, mede omdat de provincie niet voldoende breedtesportbudget beschikbaar stelde.

Hoewel er veel overheidsgeld geïnvesteerd is in het evenement, de doelstellingen veelal niet meetbaar waren en er weinig evaluaties plaats hebben gevonden, zijn er achteraf weinig kritische vragen gesteld in de media en de politiek. Het draagvlak voor het evenement was vooraf groot en de beleving van de omwonenden achteraf erg positief. Lokale gemeenschappen hebben zelf bijgedragen aan sfeerverhogende activiteiten rondom het evenement, waarmee ook een bijdrage is geleverd aan de beeldvorming rondom het evenement. Waardering was er vanuit burgemeesters en lokale politiek voor de nieuwe samenwerkingsverbanden die zijn ontstaan rondom het evenement. Waardering was er ook vanuit organisator Unipublic die de inspanningen van de inmiddels overleden Relus ter Beek eerden met een 'bergsprint' in zijn woonplaats.

## 12.5 Inzet op terugkeer van La Vuelta in Drenthe in 2015

Ook na 2009 had de provincie Drenthe ambities op het gebied van topsportevenementen. In het kader van het Olympisch Plan 2028 werd er het Drents Olympisch Plan ontwikkeld, waarbij met name wielrennen en hippische sport als speerpunten werden aangemerkt. Daarmee wilde de provincie een *track record* opbouwen in het organiseren van evenementen. In 2011 werden de provinciale staten geïnformeerd dat Jos Vaessen door de provincie Drenthe gevraagd was een haalbaarheidsonderzoek uit te voeren voor een nieuwe Vuelta-start in 2015 (Vaessen 2012). Als belangrijkste argumenten worden genoemd de economische impact, de tevredenheid van de bevolking en de positieve effecten voor het imago van Drenthe gecreëerd door de Vuelta in 2009. Opvallend genoeg wordt er hierbij geen aandacht besteed aan de effecten voor de breedtesport (Provincie Drenthe 2012b).

**Twee derde van de Drentse bevolking vindt het een goed idee als de Vuelta in 2015 weer naar Drenthe komt. Een veel kleiner gedeelte (18%) vindt het geen goed idee (Opiniepeiling onder Drenten in 2011)**

Bron: Louwsma & Lange (2011).

**De eerste stap was het overhalen van Unipublic om nogmaals de stap naar Drenthe te maken. Meteen na afloop gaven de Spanjaarden al aan graag terug te willen keren, zodra Vaessen de financiën rond zou hebben**

Bron: Vaessen (2012).

“De Spanjaarden waren diep en diep onder de indruk. Zoveel mensen zijn in hun land voor dit evenement niet op de been. En dan die dorpsfeesten. Met 1.500 man paella eten en wat al niet meer. De Spanjaarden geloofden hun ogen niet” (Anneke Haarsma, gedeputeerde Provinciale Staten Drenthe)

Bron: NRC (2009).

In eerste instantie was het doel om er een Noordelijk feestje van te maken met etappes in Drenthe, Groningen en Friesland. In Drenthe waren de reacties vanuit de politiek enthousiast. Met name de burgemeesters hadden na afloop van de Vuelta in 2009 aangegeven erg enthousiast te zijn over de manier waarop er samenwerking was ontstaan tussen de verschillende gemeenten en allerlei maatschappelijke organisaties dankzij het evenement.<sup>4</sup> Omdat Groningen al snel afviel werden Brabant en Zeeland bij de plannen betrokken. Vanuit Vaessen zelf krijgt het maatschappelijke verhaal een veel grotere rol toebedeeld dit keer. In het haalbaarheidsonderzoek is ruim aandacht voor de maatschappelijke waarde van een topsportevenement en de manier waarom deze meerwaarde vergroot kan worden. Al in deze fase had hij intensief contact met SportDrenthe om te kijken hoe eventuele side-events ingevuld zouden kunnen worden. Er blijkt meer besef te ontstaan dat een op zichzelf staand topsportevenement niet meer voldoende is om aanspraak te kunnen maken op publieke middelen en politieke steun en dat side-events meer aandacht verdienen.

In november 2012 trok de provincie Drenthe zich echter terug uit het project. Gedeputeerde Art van der Tuuk gaf aan dat noodzakelijke bezuinigingen binnen de provincie en de dopingcrisis in het wielrennen (affaire Armstrong) argumenten zijn om de steun van 600.000 euro terug te trekken. Vaessen had op dat moment nog goede hoop de begroting rond te krijgen met de steun van de twaalf betrokken steden en drie overgebleven provincies in zijn plannen, maar hij liep wel vertraging op. Een halfjaar later leken de kansen van een terugkeer van de Vuelta naar Drenthe sterk af te nemen. Vuelta-organisator Unipublic werd namelijk overgenomen door ASO (tevens de organisator van o.a. de Tour de France). Zij wijzigden de koers van de Spaanse Ronde en willen zich met de Vuelta vooral op de Spaanse markt gaan richten.

## 12.6 Conclusie

Met de organisatie van de start van de Ronde van Spanje in Drenthe beoogde de provincie Drenthe positieve effecten te genereren op het gebied van economie, toerisme en sport- en beweegdeelname. Een onderzoek naar de economische impact van het evenement kwam tot een bedrag van 5,3 miljoen euro aan additionele bestedingen in Drenthe dankzij het plaatsvinden van het

evenement. In dat onderzoek kwam ook naar voren dat de Vuelta 100.000 bezoekers naar de provincie heeft getrokken die samen goed waren voor 167.000 bezoeken. Anderzijds is gebleken dat er in augustus 2009 – toen de Vuelta georganiseerd werd – evenveel verblijfsrecreatie was als in dezelfde maand in de twee jaren daarvoor. Twee jaar na dato is er zelfs sprake van een daling van het verblijfstoerisme in Drenthe, terwijl de landelijke ontwikkeling positief was. De toeristische *legacy* in termen van verblijfstoerisme is derhalve niet wat betrokkenen voor ogen hadden. Onduidelijk is hoe het dagtoerisme zich in Drenthe na de Vuelta in 2009 ontwikkeld heeft.

In de periode 2008-2012 is de sportdeelname in Drenthe onveranderd, wel wordt er wat meer bewogen, maar het is niet te verwachten dat de Vuelta daar debet aan is. Ook de ledentalen van wielerverenigingen in Drenthe bleken een jaar na de Vuelta niet gegroeid te zijn, ofschoon de KNWU aangeeft dat het aantal leden van wielersclubs in een grotere regio (Noord-Nederland) wel is gegroeid. Positief is eveneens dat de Nederlandse Toerfiets Unie (NTFU) relatief veel nieuwe leden uit Drenthe mocht verwelkomen.

Duidelijk is dat de start van de Vuelta door lokale inwoners positief wordt gewaardeerd: negen op de tien inwoners waren trots op het evenement en ongeveer eenzelfde aandeel vond de start van de Italiaanse Ronde een aanwinst voor regio en heeft het evenement bezocht of gevolgd via de media. Voorstelbaar is dat de positieve beleving van de omwonenden heeft geleid tot meer samenwerking, identiteitsvorming en een collectieve positieve sportherinnering.

## Noten

1. De analyses laten dagtrips (geen verblijfstoerisme) buiten beschouwing.
2. Voor informatie over de Richtlijn Sportdeelname Onderzoek (RSO), zie [www.mulierinstituut.nl/projecten/monitoringprojecten/richtlijn-sportdeelname-onderzoek-rso\\_.html](http://www.mulierinstituut.nl/projecten/monitoringprojecten/richtlijn-sportdeelname-onderzoek-rso_.html). Voor informatie over beweegnormen, zie [www.nisb.nl/weten/normen/beweegnormen.html](http://www.nisb.nl/weten/normen/beweegnormen.html).
3. Interview met Mieke Zijl, SportDrenthe, projectleider SportValley.
4. Interview met Hans Derks, programmamanager Drenthe Beweegt.