

# De Haagse Sportzomer 2024

Onderzoek naar de impact van de verschillende topsportevenementen in Den Haag in de zomer van 2024



Koen Breedveld | Wesley van den Breul | 2024

let's change  
YOU. US. THE WORLD.

DE HAAGSE  
HOGESCHOOL

# De Haagse Sportzomer 2024

## Onderzoek naar de impact van de verschillende topsportevenementen in Den Haag in de zomer van 2024

**Auteur**

Koen Breedveld & Wesley van den Breul

**Afdeling**

Lectoraat Impact of Sport

**Opdrachtgever**

Gemeente Den Haag

**Datum**

11 november 2024

**Type project**

Onderzoeksrapport

**Versie**

Eindversie

# Inhoudsopgave

<b>Managementsamenvatting</b> .....	<b>5</b>
<b>1 Inleiding</b> .....	<b>7</b>
1.1 Sportzomer 2024 .....	7
1.2 Onderzoek.....	7
1.3 Methode .....	8
1.4 Opbouw rapport .....	10
<b>2 Tour de France Femmes</b> .....	<b>11</b>
2.1 Korte introductie Tour de France Femmes .....	11
2.2 Bezoekersprofiel .....	11
2.3 Gezelschap, beleving en inspiratie .....	15
2.4 Informatiekanalen voor de Tour de France Femmes .....	17
<b>3 EK Beachvolleybal</b> .....	<b>19</b>
3.1 Korte introductie EK Beachvolleybal .....	19
3.2 Bezoekersprofiel .....	19
3.3 Gezelschap, beleving en inspiratie .....	21
3.4 Informatiekanalen voor het EK Beachvolleybal .....	24
<b>4 TeamNL Sport Experience</b> .....	<b>25</b>
4.1 Korte introductie Team NL Sport Experience stad en strand .....	25
4.2 TeamNL Sport Experience – ‘Stad’ .....	26
4.3 TeamNL Sport Experience ‘Strand’ .....	28
4.4 Bekendheid met Tour de France Femmes en EK Beachvolleybal .....	30
<b>5 Overige activatieprojecten</b> .....	<b>31</b>
5.1 100 Velden toernooi.....	31
5.2 Scholenprogramma .....	33
5.3 Overige side events .....	34
<b>6 Gevoelens over topsport onder Haagse bevolking</b> .....	<b>37</b>
<b>7 Gesprekken partners TeamNL Sport Experience</b> .....	<b>39</b>
<b>8 Conclusies</b> .....	<b>43</b>



# Managementsamenvatting

In de zomer van 2024 was Den Haag het schouwtoneel voor drie aansprekende (top-)sportevenementen: de Tour de France Femmes, het EK beachvolleybal en de Team NL Sport Experience. Vanuit het lectoraat Impact of Sport zijn deze evenementen onderzocht. Dit gebeurde aan de hand van bezoekersenquêtes, observaties, interviews met betrokken organisaties en een enquête onder 2.400 inwoners van de stad (Stadspanel).

## Tour de France Femmes

- 21% van de inwoners heeft de Tour de France Femmes gevolgd (Loosduinen 43%, Escamp 41%);
- Algemene beoordeling evenement 8,9;
- 95% noemt het een geslaagde dag;
- 88% van de bezoekers is trots dat het evenement in Den Haag plaatsvindt;
- 81% van de bezoekers bezocht het evenement samen met familie of vrienden.

## EK Beachvolleybal

- 3% van de Hagenezen heeft het EK Beachvolleybal bezocht; meer dan bij Tour de France Femmes zijn jongeren, sporters en hoger opgeleiden hierin oververtegenwoordigd;
- Algemene beoordeling evenement 8,4;
- 88% van de bezoekers is trots dat het evenement in Nederland plaatsvindt;
- 91% van de bezoekers bezoekt het evenement samen met familie of vrienden; 52% heeft ook contact met anderen;
- 78% voelt zich door het evenement meer betrokken bij (beach)volleybal.

## TeamNL Sport Experience (TNLSE)

- Geschat wordt dat 2.700 Haagse kinderen (6%) meededen aan de TNLSE-stad (TNLSE-strand 4.100 Haagse kinderen (10%);
- Kinderen zijn zeer te spreken over beide evenementen (TNLSE-stad 8,9, TNLSE-strand 8,2);
- 76% van kinderen geeft aan de sporten die zij hebben gedaan bij TNLSE vaker te willen beoefenen;
- Inzet vrijwilligers, type aanbod en de aanwezigheid van promotiemateriaal blijken belangrijke factoren voor succes activiteiten op TNLSE;
- Betrokken organisaties zijn positief over de samenwerking, maar ervaren wel dat er veel tijdsdruk was en dat de situering van de zomerperiode voor de nodige uitdagingen zorgde. Mede hierdoor bleef de betrokkenheid van lokale verenigingen beperkt.

## 100 velden toernooi

- 89% van de deelnemers aan het 100 velden toernooi kwam van buiten de stad;
- Algemene beoordeling evenement 8,4;
- 91% van de deelnemers geeft aan dat ze door het evenement een sterkere band met hun mede-deelnemers hebben gekregen; 93% vond het leuk om samen met zoveel mede-beoefenaren te beachvolleyballen.

## Gevoelens over topsport

- 64% van de Hagenezen vindt het organiseren van topsportevenementen goed voor het imago van de stad;
- 63% steunt het organiseren van topsportevenementen;
- 58% is trots dat er topsportevenementen in de stad plaatsvinden;
- Deze steun doet zich voor onder vrijwel alle bevolkingsgroepen, ook onder niet-sporters.

## Conclusie

Alle drie de (top-)sportevenementen zijn goed verlopen en mochten op brede waardering rekenen van de bezoekers. Tour de France Femmes en EK Beachvolleybal waren daarbij evenementen met een heel eigen karakter. Het EK Beachvolleybal trok een kleiner publiek van vooral (jeugdige) sportliefhebbers. Tour de France Femmes trok toeschouwers uit meer geledingen van de bevolking, ook onder de niet-sporters. Mede door het goede verloop van beide evenementen is er brede steun voor het organiseren van topsportevenementen in de stad. Ook de TeamNL Sport Experience mocht op brede waardering rekenen.

De topsport- en side events van 2024 zijn op drie verschillende manieren van betekenis geweest voor de stad. Ten eerste: de evenementen brachten mensen bijeen en versterkten de onderlinge banden. Inwoners van de stad genoten samen van een mooie (mid)dag en dat maakte dat de betrokkenen zich even trots voelden op hun stad. Ten tweede: de georganiseerde evenementen maakten dat de bezoekers en/of beoefenaren zich gesterkt, bevestigd voelden, in het beoefenen van hun sport. Daarmee wordt het blijven beoefenen van de sport gestimuleerd. Ten derde: de evenementen hebben ertoe bijgedragen dat deelnemers en bezoekers enthousiast werden voor sport. Daarmee vormden de evenementen een van de talloze stimulansen die tezamen bepalen of mensen gaan of blijven sporten.

De kracht van die stimulans hangt mede af van het bereik ervan: van het aantal mensen dat wordt bereikt, en van de achtergrond van de betreffenden. Het siert de stad dat er veel aandacht was voor Zuidwest, waar sporten niet altijd vanzelfsprekend is. Getuige de hoge tevredenheidscijfers werden de diverse evenementen ook gewaardeerd. Kanttekening daarbij is dat er relatief veel in gang moest worden gezet om bij de Team NL Sportexperience een betrekkelijk kleine groep kinderen te bereiken. Het aantal betrokken sportverenigingen viel verhoudingsgewijs tegen. De korte voorbereidingstijd speelde de organisatie en de verenigingen daarin parten. Voor toekomstige TeamNL Sport Experiences verdient het aanbeveling om het evenement meer in te bedden in doorlopende / terugkerende programma's. Zo zijn gemeente en partners beter voorbereid als zich in een Olympisch jaar een uitgelezen kans voordoe om de kracht van sport optimaal te benutten.



# 1 Inleiding

## 1.1 Sportzomer 2024

Het organiseren van sportevenementen maakt deel uit van het (top-)sportbeleid van de gemeente Den Haag. De gemeente heeft als doel van het organiseren van topsportevenementen om onder andere de inwoners te verleiden en inspireren in beweging te komen of te blijven, een aantrekkelijke en onderscheidende sportstad aan zee te zijn en topsporters en talenten een podium te geven om op te kunnen excelleren.

Dat beleid heeft ertoe geleid dat er de afgelopen decennia aansprekende evenementen zijn georganiseerd in de stad, zoals onder andere: de WK's hockey, beachvolleybal en zeilen, respectievelijk in 2014, 2015 en 2023, de Volvo Ocean Race (2015, 2018 en 2023), TeamNL Olympic Festival (2016, 2021), Stadsspelen (jaarlijks breedtesportevenement) en de Invictus Games (2022).

Ook in 2024 vonden er in de zomer in de stad drie grote evenementen plaats:

- **Tour de France Femmes:** Den Haag was op maandag 12 augustus de gaststad van de finish van de eerste etappe van de Tour de France Femmes. Een etappe van 125 kilometer van Rotterdam naar Den Haag met 22 kilometer door Den Haag met finish op het vernieuwde Kijkduin;
- **EK beachvolleybal:** van dinsdag 13 tot en met zondag 18 augustus vond in Den Haag, in het beach stadion, het EK beachvolleybal plaats (de andere speelsteden waren Arnhem en Apeldoorn; alle halve finales en finales vonden plaats in het slotweekeinde in Den Haag);
- **TeamNL Sport Experience:** Een multi-sportevenement van 3 juli t/m 21 augustus waarin kinderen de mogelijkheid werd geboden om gratis kennis te maken met tal van sporten en activiteiten aangeboden door verenigingen, sportbonden en lokale organisaties.

In aanvulling hierop heeft de gemeente in 2024 meerdere nevenactiviteiten ontplooid ('side-events') en andere partijen gestimuleerd om dat ook te doen. De belangrijkste elementen daarin waren:

- Een '100 velden' beachvolleybaltoernooi op zaterdag 17 en zondag 18 augustus, op het strand nabij het beach stadion;
- Wielervereniging HSK Trias organiseerde op zaterdag 10 augustus een clinic voor volwassen wielrenners en een 'dikke banden' race voor kinderen, en was een dag later het vertrekpunt voor een toertocht;
- Een scholenprogramma bij vier middelbare scholen;
- In het Zuiderpark waren er in de week voorafgaand aan de Tour de France Femmes activiteiten voor kinderen gerelateerd aan de Tour de France Femmes, en was er op de dag van de Tour de France Femmes zelf een evenement met muziek en allerlei kraampjes;
- Een fototentoonstelling Haagse vrouwen op de fiets.

De TeamNL Sport Experience-activiteiten waren gerelateerd aan het gelijknamige project zoals dat op nationale schaal is ontwikkeld door NOCNSF en VWS en wordt verbonden aan grote sportevenementen. De activiteiten werden in Den Haag gecoördineerd door de Nevobo en TIG Sports. Vergelijkbare activiteiten vonden deze zomer plaats in andere steden (zie <https://www.teamnl.org/sportexperience>).

## 1.2 Onderzoek

Het lectoraat Impact of Sport doet onderzoek naar de maatschappelijke betekenis van sport. Onderzoek naar sportevenementen en de betekenis daarvan vormt een van de drie aandachtspunten binnen het lectoraat<sup>1</sup>. Vanuit dat perspectief heeft de gemeente aan het lectoraat de vraag gesteld om onderzoek te verrichten naar de impact van de 'Haagse Sportzomer'.

De volgende vragen waren daarbij leidend:

---

<sup>1</sup> Zie <https://www.dehaagsehogeschool.nl/onderzoek/lectoraten/impact-sport>.

- Vraag 1: Wat is het bereik van de verschillende topsportevenementen die in Den Haag in de zomer van 2024 worden georganiseerd?
- Vraag 2: In hoeverre participeren de bewoners van de gemeente Den Haag aan de sportzomer van 2024?
  - o Vraag 2a: Welke bewoners bezoeken de etappe van de Tour de France Femmes in Den Haag?
  - o Vraag 2b: Welke bewoners bezoeken het EK Beachvolleybal?
  - o Vraag 2c: Welke bewoners nemen deel aan de activiteiten georganiseerd in het kader van de TeamNL Sport Experience?
- Vraag 3: Op welke manieren dragen de topsportevenementen bij aan maatschappelijke betekenis voor bewoners van de gemeente Den Haag?
- Vraag 4: Hoe heeft de organisatie van de verschillende topsportevenementen van deze sportzomer bijgedragen aan het vergroten van het bereik, de sportparticipatie en de maatschappelijke impact van deze evenementen.

Het onderzoek rondom het EK beachvolleybal vindt mede plaats vanuit het meerjarige door ZonMW gefinancierde onderzoeksprogramma Moves<sup>2</sup>. In het kader van dat programma zijn rondom het EK Beachvolleybal vragen gesteld aan de evenement-organisatie, aan bezoekers, vrijwilligers, volleybalverenigingen en aan inwoners van de drie speelsteden. Voor deze rapportage aan de gemeente Den Haag is alleen gekeken naar een selectie van de uitkomsten vanuit de Haagse bezoekersenquêtes, aangevuld met de uitkomsten uit een enquête onder de inwoners uit de stad Den Haag over de Haagse sportzomer (het 'Stadspanel', zie 1.3). De overige uitkomsten over het EK beachvolleybal vinden hun weg in een of meerdere Moves-rapportages (verwacht eerste maanden 2025).

### 1.3 Methode

Voor het onderzoek zijn verschillende vormen van dataverzameling gebruikt.

- **Tour de France Femmes.** Hiervoor zijn terplekke 134 vragenlijsten afgenomen en zijn (digitaal) vragen voorgelegd aan het 'Stadspanel' (zie verderop). De vragenlijsten zijn in gelijke mate afgenomen bij de twee hotspots van de Tour de France Femmes, op het Zuiderpark en bij de finishplaats van de etappe, Kijkduin. Onderzoekers van het lectoraat hebben verder daags voor de Tour de France Femmes en kort voordat de renners voorbijkwamen, het parcours verkend.
- **EK Beachvolleybal.** Ook hiervoor zijn terplekke vragenlijsten afgenomen en zijn (digitaal) vragen voorgelegd aan het 'Stadspanel'. De vragenlijsten terplekke rondom het EK Beachvolleybal zijn afgenomen op zaterdag 17 en zondag 18 augustus, voor en na de wedstrijden. In aanvulling hierop ontvingen bezoekers na afloop van het evenement een digitale vragenlijst. In totaal zijn er 303 enquêtes verzameld.
- **TeamNL Sport Experience Stad.** Voor dit onderdeel is gebruik gemaakt van meerdere methodes.
  - o Observaties en verslagen. Bij alle tien de evenementen hebben onderzoekers en soms ook studenten van het lectoraat geobserveerd en zijn dagverslagen opgesteld. Het observeren geschiedde aan de hand van een vast formulier, waarbij het aantal deelnemers werd geteld, de sekse en leeftijd van de deelnemers werden genoteerd en waarbij de observant een inschatting maakte van het plezier dat kinderen beleefden en het ogenschijnlijke 'succes' van de activiteit. Ook werd genoteerd wie de activiteit aanbod (vereniging, commerciële aanbieder, WSDH). Bij elkaar leverde dit 146 observaties op. In dagverslagen werd notitie gemaakt van de sfeer op de dag en van randzaken die mogelijk van invloed konden zijn op het succes van de dag (weer, omgeving, concurrerende activiteiten in de nabijheid van het evenement).

---

<sup>2</sup> Zie <https://cit.sport.nl/onderzoeksprogramma-moves>.



- Enquêtes. Bij 5 van de 10 evenementen<sup>3</sup> zijn terplekke enquêtes afgenomen. De enquêtes (110 in totaal) zijn alleen afgenomen bij kinderen van wie de ouder aanwezig was en nadat die ouder was geïnformeerd over het doel van het onderzoek, en alleen nadat die ouder daar toestemming voor gaf.
  - Rapporten. Omdat veel kinderen onder de 15 jaar waren en zonder ouder kwamen (veelal samen met een begeleider van een BSO), konden vanwege ethische redenen veel kinderen niet worden bevraagd. Kinderen konden wel zelf bij de in-/uitgang een 'TNLSE-rapport' (zie bijlage 3) invullen. Kinderen konden daarop met behulp van smileys en een tweetal simpele vragen zelf hun ervaringen delen. 172 kinderen hebben van die gelegenheid gebruik gemaakt.
  - Gesprekken met partners. Met tien uitvoerende partners zijn enige tijd na het evenement gesprekken gevoerd over hun rol en beleving van het evenement. Om na te gaan hoe de organisatie van de verschillende topsportevenementen van deze sportzomer bijdraagt aan het vergroten van het bereik, de sportparticipatie en de maatschappelijke impact van deze evenementen, zijn na afloop van de sportzomer interviews gehouden met verschillende stakeholders. Daarbij werd gevraagd naar hun rol in de organisatie van de sportzomer, hun ervaringen en hun tevredenheid. Ook is gevraagd naar suggesties voor het verbeteren van volgende sportevenementen die in Den Haag worden georganiseerd.
- **TeamNL Sport Experience Strand**. De TeamNL Sport Experience op het strand is op dezelfde wijze bezocht en onderzocht als de variant in de stad. Er zijn data verzameld op twee van de vijf dagen dat het evenement plaatsvond (de eerste dag, dinsdag, en de vierde dag, de vrijdag<sup>4</sup>). In totaal zijn de volgende data verzameld: 39 enquêtes onder de bezoekende kinderen; 56 door de kinderen zelf ingevulde 'rapporten'; en 43 observaties. Deze data zijn aangevuld met dagverslagen over de omstandigheden waaronder de Team NL Sport Experience plaatsvond.
  - **Diverse overige activiteiten**. In het kader van de Haagse sportzomer is een groot aantal activiteiten uitgevoerd. In samenspraak met de gemeente is daarop besloten om bij de volgende activiteiten de volgende onderzoeksactiviteiten te ontplooiën:
    - 100 velden toernooi: hier zijn enquêtes afgenomen op zaterdag 17 en zondag 18 augustus (n=91);
    - Fietsclinic en dikke banden race Trias: hier is geobserveerd;
    - Kick-off Lange Voorhout op 25 mei 2024: hier is geobserveerd.

In aanvulling op deze aan specifieke evenementen gekoppelde onderzoeksactiviteiten, zijn nog twee meer algemene activiteiten uitgevoerd:

- **Stadspanel**. Er is een grootschalig vragenlijstonderzoek uitgezet onder de bevolking van de gemeente Den Haag. Dit is gebeurd met behulp van het Stadspanel Den Haag en uitgevoerd door Steda Onderzoek & Advies beheerder van dit Stadspanel. De vragenlijst bevatte vragen over het sportieve profiel van bewoners, in hoeverre zij op de hoogte waren van de verschillende evenementen van de sportzomer en of zij deze evenementen daadwerkelijk hadden bezocht. Aan dit onderdeel namen 2400 respondenten deel (44%)<sup>5</sup>.

Het veldwerk (afnemen enquêtes, observaties) is steeds verricht door onderzoekers van het lectoraat en studenten van de opleiding Sportkunde, met uitzondering van de vragenlijsten bij de Tour de France Femmes in het Zuiderpark. Deze zijn afgenomen door jongeren uit de wijk (onder supervisie van het lectoraat). De meeste vragen betroffen de

---

<sup>3</sup> Steenwijklaan, Vermeerpark, Lipa, Bouwlust en Spaarwaterstraat. Deze locaties zijn samen met de gemeente bepaald.

<sup>4</sup> Die vrijdag waaide het hard in de ochtend waardoor een groot deel van de activiteiten geen doorgang kon vinden.

<sup>5</sup> De beheerder van het panel, Steda, geeft aan dat de respondenten over het algemeen een goede afspiegeling vormen van de totale populatie van Den Haag, met bijvoorbeeld een goede spreiding van respondenten over de verschillende wijken in de gemeente. Waar dit niet het geval is, bijvoorbeeld bij een onderrepresentatie van m.n. jongeren, is gebruikt gemaakt van wegingsfactoren in de analyse van de data.

achtergrond en ervaring van de bezoekers/deelnemers, het gezelschap waarin ze zich bevonden, en de betekenis van het evenement voor hun sociale netwerk, welbevinden of sportgedrag.

## 1.4 Opbouw rapport

Dit rapport is al volgt opgebouwd. Eerst bespreken we de uitkomsten van de onderzoeken rondom de Tour de France Femmes (hoofdstuk 2) en het EK beachvolleybal (hoofdstuk 3). Vervolgens kijken we naar de TeamNL Sport Experience (strand en stad, hoofdstuk 4) en naar het onderzoek rondom de overige evenementen (hoofdstuk 5). In hoofdstuk 6 kijken we naar de houding van inwoners van de stad ten aanzien van topsport en topsportevenementen. In hoofdstuk 7 doen we verslag van de gesprekken met de partners van de TeamNL Sport Experience (ervaringen, verbeteruggesties). In hoofdstuk 8 vatten we de belangrijkste uitkomsten samen en formuleren we onze conclusies.

## 2 Tour de France Femmes

### 2.1 Korte introductie Tour de France Femmes

De Tour de France Femmes startte op maandag 12 augustus in Rotterdam en eindigde op zondag 18 augustus op de Alpe d'Huez. De eerste etappe, 125 kilometer lang, voerde van Rotterdam, via het Westland naar den Haag. Daarna waren er nog etappes in en rond Rotterdam en Valkenburg/Luik, voor de koers zijn vervolg kreeg in Frankrijk.

De eerste etappe op maandag 12 augustus startte om 12:30 uur. De verwachting was dat renners rond 15:00 uur Den Haag zouden binnenrijden, via de N11, om vervolgens via de zuidoostkant van Den Haag Zuid West de weg te vervolgen, een lus te maken door het Zuiderpark en dan langs de westzijde van Bouwlust en Vrederust (Escamplaan) terug te komen op de plaats waar de renners de stad binnenkwamen, om vervolgens in een min of meer rechte lijn af te koersen op Kijkduin, waar de finish verwacht werd rond 15:30 uur (zie bijlage 1 voor de route in detail).

Voor de stad Den Haag was het de eerste keer in een lange tijd dat een professionele wielerskoers de stad aandeed<sup>6</sup>. Weken daarvoor al was de route zichtbaar gemaakt voor inwoners door het ophangen, op lantaarnpalen, van gele borden in de vorm van een wielrenners-jersey. Deze bleken na afloop een geliefd verzamelobject (zie foto). Wellicht mede hierom waren de borden op een deel van de route ook al verdwenen op de dag van de koers zelf.

De Tour de France Femmes profiteerde die dag van de goede weersomstandigheden. Het weer was al goed geweest in de aanloop naar de koers toe, maar op maandag 12 augustus was het uitgesproken zonnig en warm (temperaturen tot boven de 30 graden). Goed gestemd werd reikhalzend uitgekeken of de favoriete voor de eindoverwinning Demi Vollering uit het nabijgelegen Pijnacker en favoriete voor de eerste etappewinst Lorena Wiebes, zich al op de eerste dag zouden manifesteren.

De organisatie van het evenement lag in de handen van de ASO (Amaury Sport Organization) in samenwerking met de steden Rotterdam en Den Haag, SportVibes en met betrokkenheid van vele lokale organisaties en ondernemers.



### 2.2 Bezoekersprofiel

Uit het veldwerk zoals verricht op de twee locaties bij Kijkduin en het Zuiderpark hebben uitgevoerd is gebleken dat twee derde van de bezoekers (65 procent) uit Den Haag komt. Het resterende een derde deel van de bezoekers kwam niet alleen uit de provincie maar ook van verder in het land, tot de omringende landen toe (Duitsland, België).

Het Bezoekersprofiel van de Tour de France Femmes is verder gebaseerd op de uitkomsten van het Stadspanel, omdat dat onderzoek met zijn grotere steekproef robuustere data oplevert.

De respondenten van het Stadspanel is gevraagd of zij de etappe van de Tour de France Femmes hebben bezocht. 21 procent van de respondenten geeft aan dat dit het geval is. Omgerekend betekent dit dat zo'n 145.000<sup>7</sup> mensen

<sup>6</sup> In 1973 deed de Tour de France Den Haag aan. De proloog finishte op de boulevard van Scheveningen met Joop Zoetemelk als winnaar. Daarna deden zowel de Tour de France, de Giro als de Vuelta Nederland aan, maar niet Den Haag (wel de wielersleden Utrecht en Rotterdam, en meerdere andere gemeentes in het Zuiden en Oosten van het land).

<sup>7</sup> Het Stadspanel wordt gehouden onder de Haagse bevolking van 16 jaar en ouder. We hebben het dan over ongeveer 450.000 personen, wat het bezoekersaantal op 95.000 brengt. Uit de gehouden enquêtes blijkt 65% van

de Tour de France Femmes zouden hebben bezocht. Dat is aanmerkelijk meer dan blijkt uit telling door de organisatie van de Tour in samenwerking met de veiligheidsdiensten, die aangeven dat ongeveer 77.500 mensen aanwezig zijn geweest langs de route bij de Tour de Frances Femmes (inclusief mensen van buiten de stad). Oorzaken voor deze hogere schatting in het Stadspanel van het aantal bezoekers zijn vermoedelijk gelegen in: enige mate van sociale wenselijkheid in de antwoorden van de respondenten; in een oververtegenwoordiging van geïnteresseerden naar beide evenementen onder de steekproef; en in de mogelijkheid dat de ondervraagden een vrij ruime definitie van 'evenement bezoeken' hanteerden (bijv.: door ook van balkons of achter het raam staan kijken, mee te tellen als 'bezoek', of door het evenement te hebben 'bezoekt' terwijl men op straat liep voor een boodschap bijvoorbeeld).

Uit de resultaten blijkt verder dat mannen iets meer geïnteresseerd zijn geweest in de etappe dan vrouwen (zie figuur 2.1, volgende pagina). Daarnaast is opvallend dat relatief meer mensen met een lager- of middel- opleidingsniveau hebben bezocht dan mensen met een hoger opleidingsniveau. Dat is opmerkelijk, want doorgaans zijn juist hoger opgeleiden bij het bezoek aan dergelijke sportevenementen oververtegenwoordigd<sup>8</sup>. Dit kan te maken hebben met de wijken waar de etappe doorheen is gekomen, en waar lager opgeleiden oververtegenwoordigd zijn (zie Den Haag in Cijfers). Uit de data blijken namelijk dat grote verschillen tussen wijken, als het gaat om het bezoek aan de Tour de France Femmes. De Tour de France Femmes vooral veel publiek trok uit de wijken Loosduinen, Escamp en Laak, waar ook de route doorheen ging.

Naar leeftijd zien we geen grote verschillen. Niet-sporters waren minder geïnteresseerd in een bezoek aan de etappe dan mensen die wel aan sport doen, maar hiervoor geldt dat verschillen niet groot zijn en kleiner dan veelal bij sportevenementenbezoek wordt aangetroffen (zie de voetnoot onder aan deze pagina).

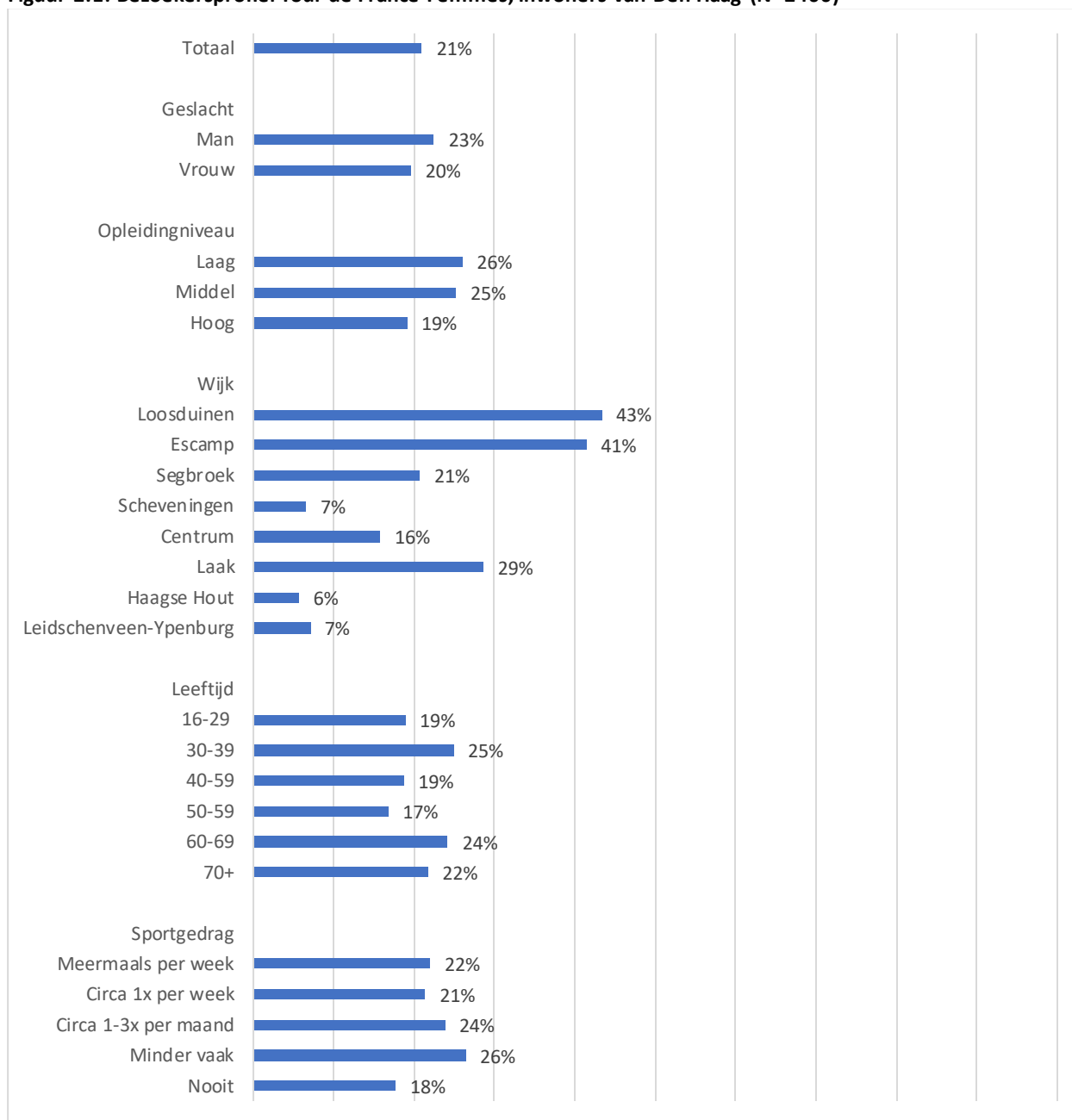
---

de bezoekers niet uit de stad Den Haag te komen. Daarmee rekening houdend komt het aantal bezoekers aan de Tour de France Femmes etappe door Den Haag, de cijfers van het Stadspanel aanhoudend, op 145.000.

<sup>8</sup> Zie bijvoorbeeld: Schoemaker, J., Cocq, S. de, Breedveld, K., & Hover, P. (2024). *Betrokkenheid & draagvlak van topsportevenementen: whitepaper*. Nijmegen: HAN University of Applied Sciences.

[https://cit.sport.nl/media/u0rn3kap/240711\\_moves-whitepaper-betrokkenheid-en-draagvlak.pdf](https://cit.sport.nl/media/u0rn3kap/240711_moves-whitepaper-betrokkenheid-en-draagvlak.pdf)

**Figuur 2.1: Bezoekersprofiel Tour de France Femmes, inwoners van Den Haag (N=2400)**

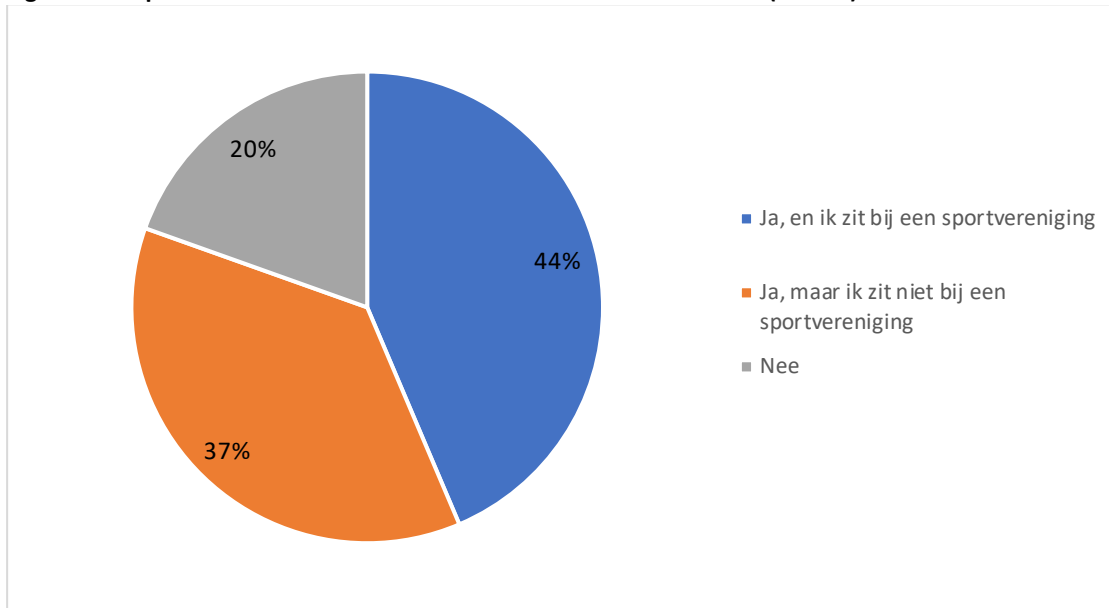


Bron: Stadspanel Den Haag

### Fietsgedrag

In de enquêtes op locatie is sport- en beweeggedrag dieper uitgevraagd. Zo zijn er vragen gesteld over of men lid is van een sportvereniging en of men vaak zelf fietst. Daar komt onder andere uit naar voren 44 procent van de respondenten aangeeft aan sport te doen, en ook lid te zijn van een sportvereniging (zie figuur 2.2). 37 procent is sportief zonder lidmaatschap van een sportvereniging, en 20 procent geeft aan niet aan sport te doen. Daarmee zijn sporters onder de bezoekers (licht) oververtegenwoordigd, hetgeen de uitkomsten uit het Stadspanel bevestigt.

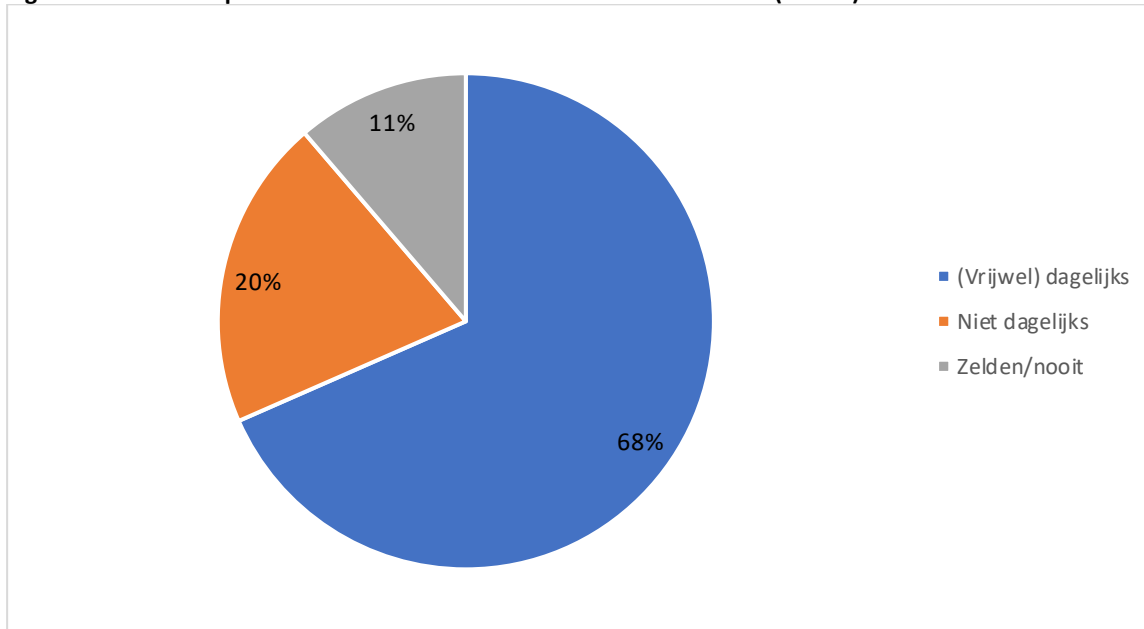
**Figuur 2.2: Sportdeelname onder bezoekers Tour de France Femmes (N=133)**



Bron: Vragenlijstonderzoek Tour de France Femmes

In onderstaande figuur 2.3 is weergegeven hoe regelmatig de gesproken respondenten op de fiets stappen. Het overgrote meerendeel (68 procent) fietst (vrijwel) dagelijks. 11 procent van de respondenten geeft aan zelden tot nooit te fietsen. Van de mensen die hebben aangegeven vrijwel dagelijks te fietsen, gebruikt 67 procent van de mensen de fiets voor woon-werkverkeer, doet 42 procent aan tourfietsen en stapt 22 procent van de respondenten op de wielrenfiets (niet in figuur). Daarmee zijn 'sportieve fietsers' onder de bezoekers oververtegenwoordigd<sup>9</sup>.

**Figuur 2.3: Fietsfrequentie onder bezoekers Tour de France Femmes (n=133)**



Bron: Vragenlijstonderzoek Tour de France Femmes

<sup>9</sup> Volgens *Zo sport Nederland, belangrijkste trends en ontwikkelingen in sportdeelname in 2023* (NOCNSF 2024) deden in 2023 580.000 mensen aan 'wielersport' (blz. 20). Volgens de NTFU waren er in 2022 900.000 sportfietsers (bron: <https://www.bicycling.com/nl/nieuws/a43888199/fietssport-blijft-groeien-in-nederland-2022/>). Dat laatste komt overeen met 5% van de bevolking.

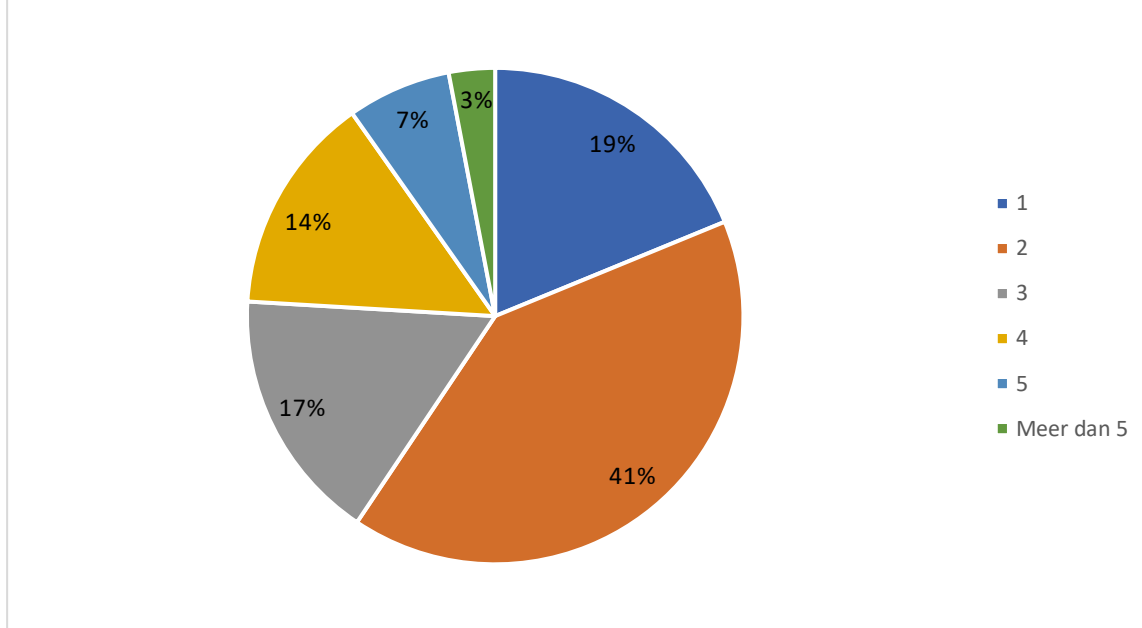


## 2.3 Gezelschap, beleving en inspiratie

### Gezelschap

De Tour de France Femmes bleek een gelegenheid om elkaar te ontmoeten. Vier vijfde van de bezoekers deed dat in het gezelschap van een of meer anderen (zie figuur 2.4). Overwegend was dat een gezinslid, maar ook vrienden of familieleden van buiten het gezin. Klaarblijkelijk was het evenement ook een aangelegenheid voor families om samen te komen.

**Figuur 2.4: Omvang van het gezelschap (incl. zichzelf) waarmee men de Tour de France Femmes bezoekt (N=133)**



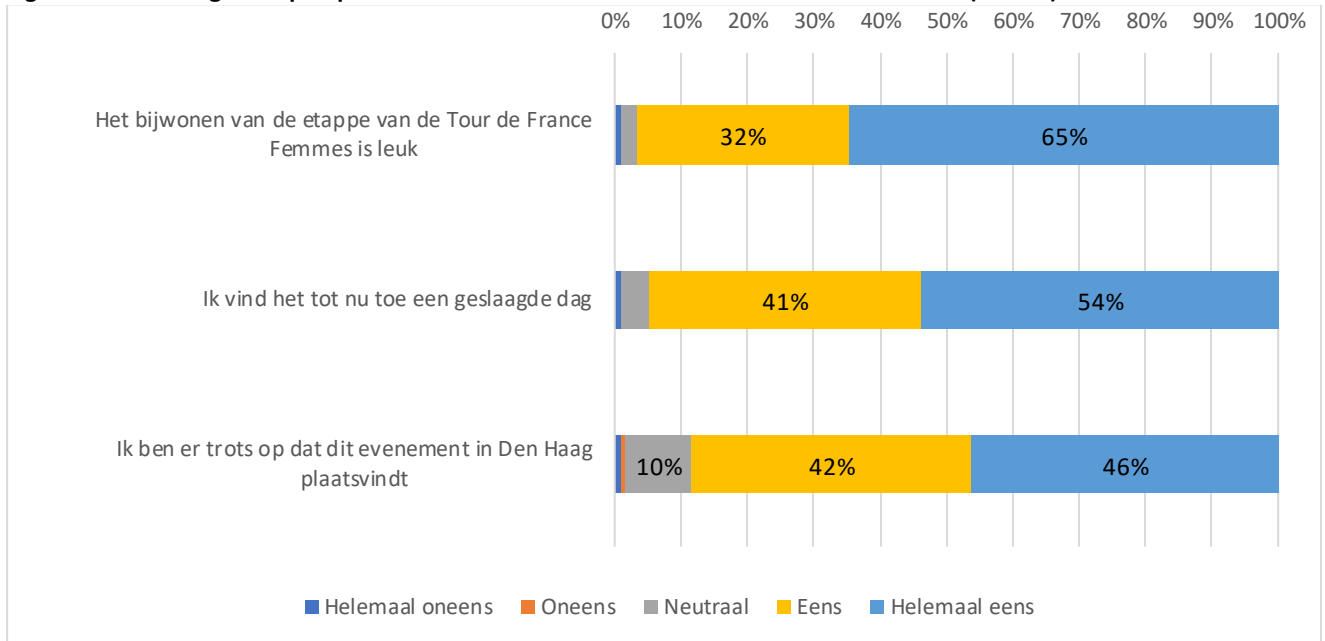
Bron: Vragenlijstonderzoek Tour de France Femmes

### Beleving

Respondenten van het Stadspanel die het evenement hebben bezocht, beoordelen de dag gemiddeld met een 8.9. Dat positieve beeld werd ook bevestigd in de straat-enquêtes, waar uitgebreider is ingegaan op de beleving van de Tour de France Femmes (zie figuur 2.5).

Uit die resultaten blijkt dat bijna alle bezoekers een positieve ervaring met het evenement hebben gehad. Bijna alle bezoekers geven aan het (helemaal) eens te zijn met de stelling dat het leuk was om het evenement bij te wonen en noemt de Tour de France Femmes een geslaagde dag. Het overgrote deel van de bezoekers (88%) geeft ook aan trots te zijn dat het evenement in 'hun stad' plaatsvond. Wat die trots veroorzaakt, vonden veel bezoekers niet makkelijk uit te leggen. Vaak werd daarbij genoemd dat men het in zekere zin als eervol ervaarde dat een evenement met een dergelijk statuut de stad aandoet. Veel respondenten betrokken hierbij ook dat ze het organiseren van een dergelijk evenement passend vinden bij een stad die sport wil stimuleren. Overigens was de trots onder niet Hagenezen nauwelijks lager dan onder Hagenezen (85% om 90%, cijfers niet in figuur).

**Figuur 2.5: Ervaringen en perspectieven van bezoekers van de Tour de France Femmes (N=133)**

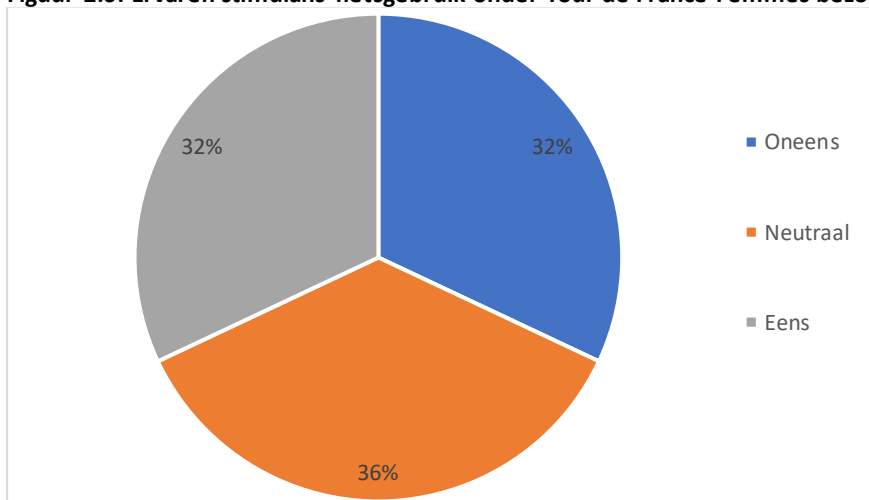


Bron: Vragenlijstonderzoek Tour de France Femmes

**Inspiratie**

Naast de bovenstaande stellingen is ook informatie gewonnen over of het bezoek aan de Tour de France Femmes ook tot gedragsverandering onder bezoekers zou kunnen leiden (figuur 2.6). Respondenten is gevraagd of zij door het bezoek aan het evenement gestimuleerd zijn om vaker de fiets te gebruiken. Dit is alleen gevraagd aan de respondenten die zijn ondervraagd op het moment dat de professionele wielrensters al gepasseerd waren bij het punt waar de enquête is afgenomen. De uitkomsten in deze zijn verdeeld. Een derde van de groep is het eens met deze stelling en vindt dat de Tour de France Femmes hen heeft gestimuleerd om vaker de fiets te gebruiken. Maar nog eens een derde antwoordt neutraal of is het oneens met de stelling. Deze uitkomsten moeten tegen het licht worden gezien van het feit dat al veel mensen dagelijks fietsen (zie hierboven).

**Figuur 2.6: Ervaren stimulans fietsgebruik onder Tour de France Femmes bezoekers (N=22)**

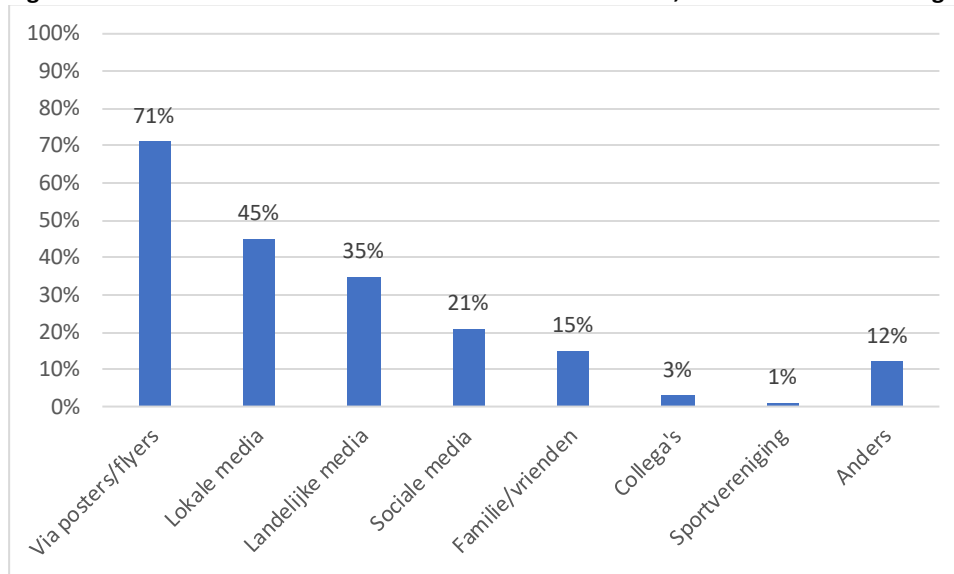


Bron: Vragenlijstonderzoek Tour de France Femmes

## 2.4 Informatiekanalen voor de Tour de France Femmes

De respondenten uit het Stadspanel die hebben aangegeven de etappe van de Tour de France Femmes te hebben bezocht, is gevraagd hoe zij te weten zijn gekomen over het evenement. Hierbij was het mogelijk om meerdere opties aan te vinken. Uit de resultaten (figuur 2.7) blijkt dat voor de Tour de France Femmes, posters/flyers (71 procent), lokale media (45 procent) en landelijke media (35 procent) de meest effectieve methoden zijn geweest om bezoekers te benaderen. De hoge bekendheid via posters en flyers zal mede het gevolg zijn geweest van de actieve communicatie vanuit de gemeente: onder andere 150.000 huishoudens in de buurt van het parcours ontvingen een brief/ flyer met informatie over het evenement.

**Figuur 2.7: Informatiebronnen voor Tour de France Femmes, inwoners van Den Haag (N=2400)**



Bron: Stadspanel



## 3 EK Beachvolleybal

### 3.1 Korte introductie EK Beachvolleybal

Den Haag is beachvolleybalhoofdstad van Nederland. Niet alleen traint het nationale team er, op de Sportcampus, maar in het verleden zijn er vaker internationale kampioenschappen gehouden in de stad (de laatste waren: WK 2015, EK 2018). Den Haag is ook de enige stad van Nederland met een beachvolleybalstadion (op het strand aan de noordzijde van de Scheveningse haven). Daar ook vonden de Haagse wedstrijden van het EK Beachvolleybal plaats, waaronder alle (halve) finales tijdens het slotweekeinde. Voor deze gelegenheid had het stadion een upgrade gekregen en was er aan het stadion een 'village' toegevoegd, waar spelers, pers en vrijwilligers een thuis vonden, en waar bezoekers eten en drinken konden bestellen en nuttigen. Dit village was ook de locatie voor de Team NL Sport Experience Strand.

Voorafgaand aan het evenement stonden alle seinen op groen om hier een succesvol evenement van te maken. In de weken daarvoor hadden de Nederlandse deelnemers aan de Olympische spelen naar behoren gepresteerd. Er werd weliswaar geen eremetaal gewonnen, maar zowel bij de mannen als de vrouwen waren meerdere teams actief tot diep in het toernooi. Het beachvolleybal kreeg op de Spelen bovendien met zijn bijzondere locatie de nodige media-aandacht. Wat daarbij hielp was dat de wedstrijden het Europese tijdschema volgden, waardoor belangrijke wedstrijden voor dit deel van de wereld gespeeld werden op prime time. Een deel van de Europese medaillewinnaars waren ook actief op het EK, en dat gold ook de Nederlands teams. Blikvangers waren het duo Van de Velde / Immers (waarvan de eerste tijdens de Spelen de nodige negatieve aandacht kreeg wegens eerdere rechtszaken) en Brouwer/Meeuwsen (de wereldkampioenen uit 2013 en bronzen medaillewinnaars bij de Spelen van 2016, voor wie dit het laatste toernooi zou zijn).

Het EK Beachvolleybal startte op dinsdag 13 augustus met veel regen en wind, wat in de andere speelsteden tot geannuleerde wedstrijden leidde. Later in de week werd het weer beter, scheen de zon ook met regelemaat. In het finaleweekeinde was de temperatuur aangenaam (20-25 graden), was het droog en scheen de zon regelmatig. De organisatie van het evenement lag in handen van evenementenbureau TIG Sports.

### 3.2 Bezoekersprofiel

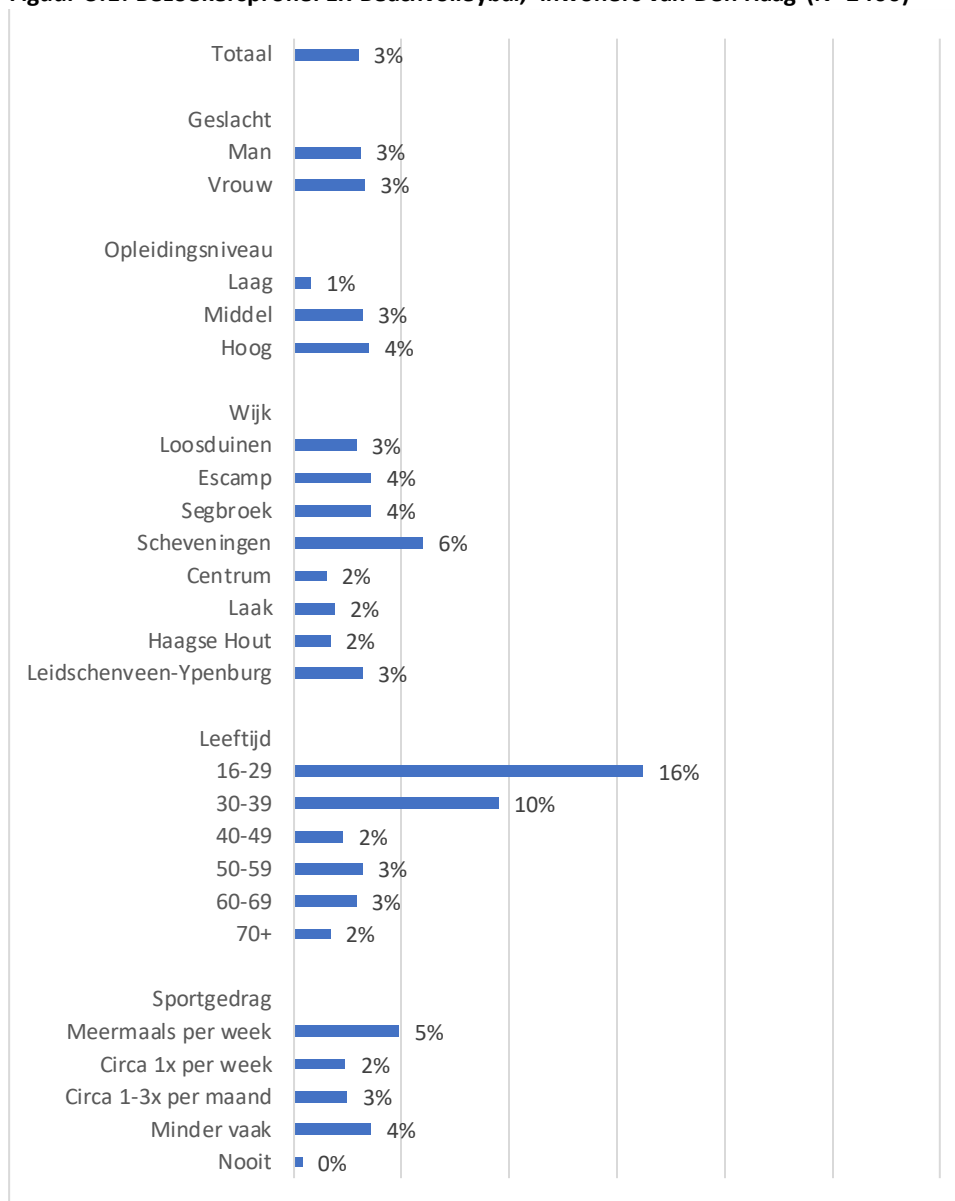
Om een bezoekersprofiel op te stellen van de bezoekers aan het EK Beachvolleybal is wederom gebruik gemaakt van de data van het Stadspanel. Dit is gedaan om een gemakkelijke vergelijking te kunnen maken tussen de Tour de France Femmes en het EK Beachvolleybal. Daarnaast is gebruik gemaakt van extra informatie verkregen via data uit het MOVES-onderzoek (zie paragraaf 1.2).

De data uit het Stadspanel laat zien dat het EK Beachvolleybal een ander type bezoeker heeft getrokken dan de Tour de France Femmes (figuur 3.1, volgende pagina). Als het gaat om opleidingsniveau blijkt dat aanmerkelijk meer mensen met een middel of hoger opleidingsniveau het evenement hebben bezocht dan mensen met een lager opleidingsniveau. Dit verschil is groter dan bij de Tour de France Femmes.

De data uitgesplitst naar de verschillende wijken laten zien dat relatief veel mensen uit Scheveningen het evenement hebben bezocht – geen vreemd resultaat omdat het EK daar plaatsvond.

Verder laten de data zien dat het evenement relatief veel jongere bezoekers heeft getrokken, en bleek dat het EK Beachvolleybal met name in trek bij mensen die zelf sportief actief zijn. Ook hiervoor geldt dat die verschillen bij het EK Beachvolleybal groter zijn dan bij de Tour de France Femmes.

**Figuur 3.1: Bezoekersprofiel EK Beachvolleybal, inwoners van Den Haag (N=2400)**

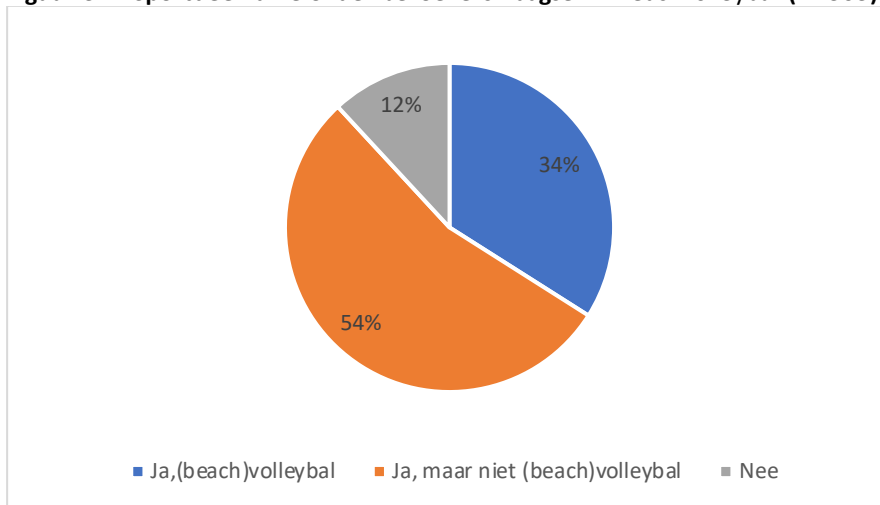


Bron: Stadspanel Den Haag

Naast de bovenstaande demografische kenmerken is met behulp van data uit het MOVES-onderzoek ook achterhaald welk percentage van de bezoekers zelf aan (beach)volleybal doet. In figuur 3.2 zijn deze resultaten weergegeven. Hieruit blijkt dat het EK Beachvolleybal weliswaar veel (beach)volleyballers aantrok, maar ook andere sportliefhebbers.



**Figuur 3.2: Sportdeelname onder bezoekers Haagse EK Beachvolleybal (N=303)**



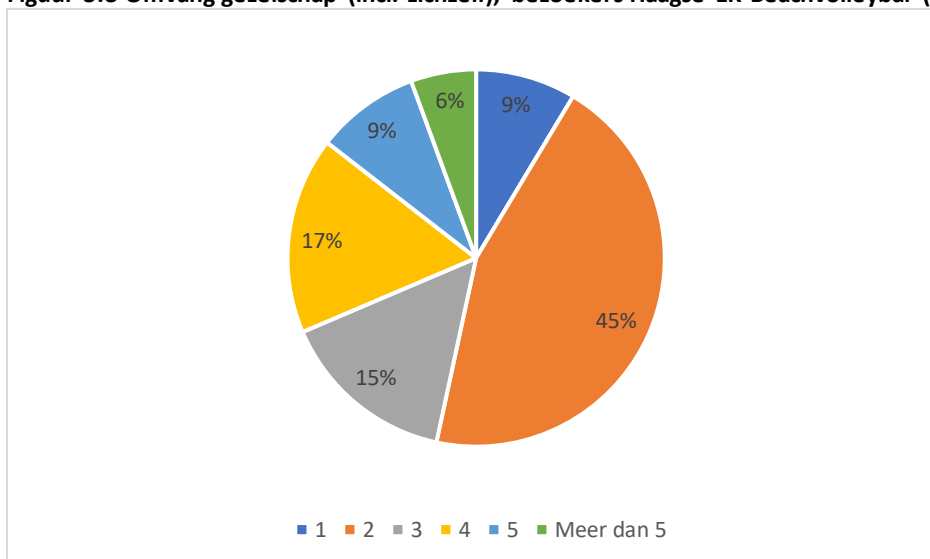
Bron: MOVES vragenlijstonderzoek

### 3.3 Gezelschap, beleving en inspiratie

#### Gezelschap

Evenals bij de Tour de France Femmes zijn EK Beachvolleybal bezoekers gevraagd naar het gezelschap waarmee ze naar het evenement kwamen (figuur 3.3). Uit de resultaten blijkt dat bijna de helft van de respondenten met één ander persoon naar het evenement toe is gekomen. In vergelijking met de Tour de France Femmes kwamen naar verhouding minder mensen alleen af op het evenement (9% versus 19% bij de Tour de France Femmes). Dit zal te maken hebben gehad met de kortere duur van de Tour de France Femmes en het feit dat voor dat evenement niet hoefde te worden betaald (men liep bij de Tour de France Femmes ‘makkelijker even langs’).

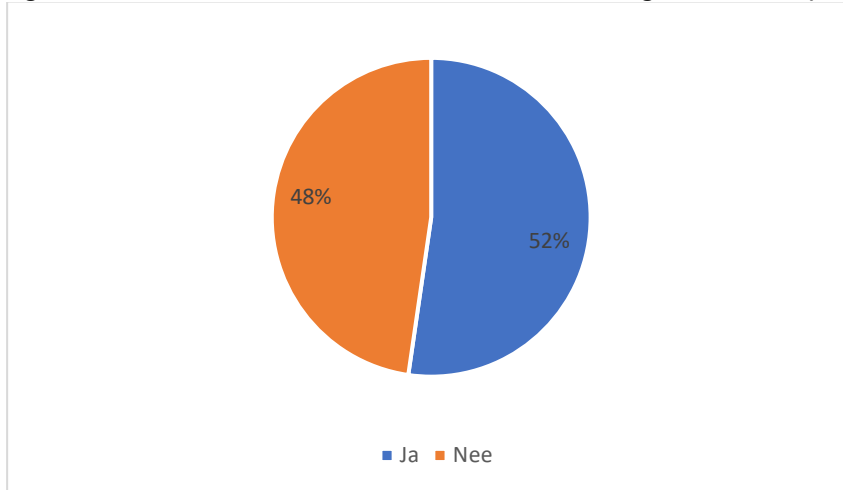
**Figuur 3.3 Omvang gezelschap (incl. zichzelf), bezoekers Haagse EK Beachvolleybal (N=303)**



Bron: MOVES vragenlijstonderzoek

Verder blijkt het EK Beachvolleybal ook een interessant evenement geweest te zijn als het gaat om het opdoen van nieuwe contacten (figuur 3.4). Ongeveer de helft van de respondenten geeft aan contact te hebben gehad met andere bezoekers van het evenement.

**Figuur 3.4: Contact met andere bezoekers, bezoekers Haagse EK Beach? (N=303)**



Bron: MOVES vragenlijstonderzoek

### Beleving

De bezoekers beoordelen hun bezoek aan het EK Beachvolleybal zeer positief. Het gemiddelde cijfer voor het evenement is een 8,4 (figuur 3.5, volgende pagina). Dat is een fractie lager dan bij de Tour de France Femmes (8,9). Naar de reden waarom de bezoekers het EK Beachvolleybal iets lager waarderen dan de bezoekers van de Tour de France Femmes, kan enkel gestic worden. Factoren die daarin een rol kunnen hebben gespeeld, zijn: het feit dat de Tour de France Femmes deels een ander publiek trok (meer niet-sporters, meer lager opgeleiden, en daarmee een publiek dat wellicht minder 'kritisch' is ten aanzien van topsportevenementen); de bijzondere status en reputatie van 'de Tour', in vergelijking met het vaker voorkomende beachvolleybal; de kortere tijdsduur van de Tour de France Femmes; en de het feit dat men voor de Tour de France Femmes niet hoefde te betalen (meer een 'cadeautje').

Het gedrag van mede-supporters, de sfeer en entourage, en het niveau van de prestaties werden bij het EK Beachvolleybal positief beoordeeld. Klaarblijkelijk maakten de verrichtingen op en om het veld indruk, met de muziek, de speakers en de aanmoedigingen om te bewegen tussen de punten door ('Here comes the boom, here comes the boom, here comes the boom, boom, boom, boom'). Lagere rapportcijfers werden gegeven aan de bereikbaarheid van het evenement en met name aan de prijs/kwaliteitverhouding van eten en drinken. Bij het afnemen van de enquêtes werd ook het meest aan dat specifieke punt gememoreerd ('duur', 'te weinig diversiteit', 'te druk').

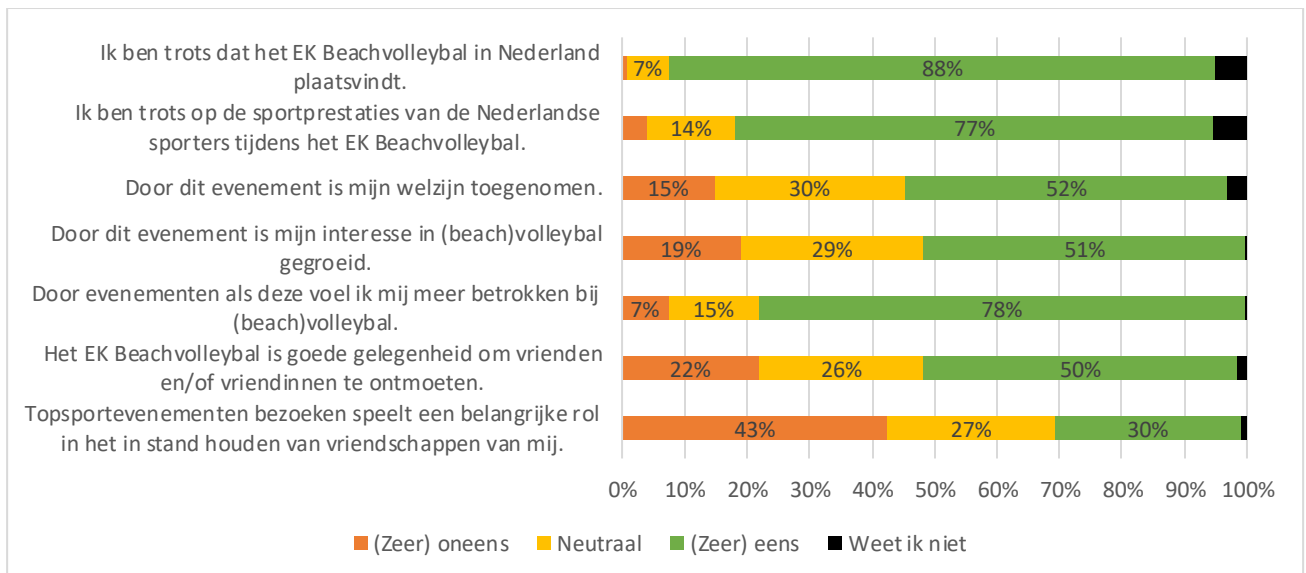
**Figuur 3.5: Rapportcijfers en ervaring EK Beachvolleybal, bezoekers Haagse EK Beachvolleybal (N=303)**



Bron: MOVES vragenlijstonderzoek

Respondenten zijn over het algemeen ook behoorlijk positief over hun beleving bij het EK Beachvolleybal (figuur 3.6). Zo geeft 52% van de respondenten aan dat hun welzijn is toegenomen door het EK, zegt 51% dat hun interesse in de sport is gegroeid, voelt 78% zich door het EK beachvolleybal meer betrokken bij de sport en is 88% er trots op dat het evenement in Nederland plaatsvindt. Ook sociaal kan het EK Beachvolleybal voor een impuls zorgen; zo geeft de helft van de respondenten aan dat het EK een goede gelegenheid was om vrienden of vriendinnen te ontmoeten.

**Figuur 3.6: Beleving van het EK Beachvolleybal, bezoekers Haagse EK Beachvolleybal (N=303)**

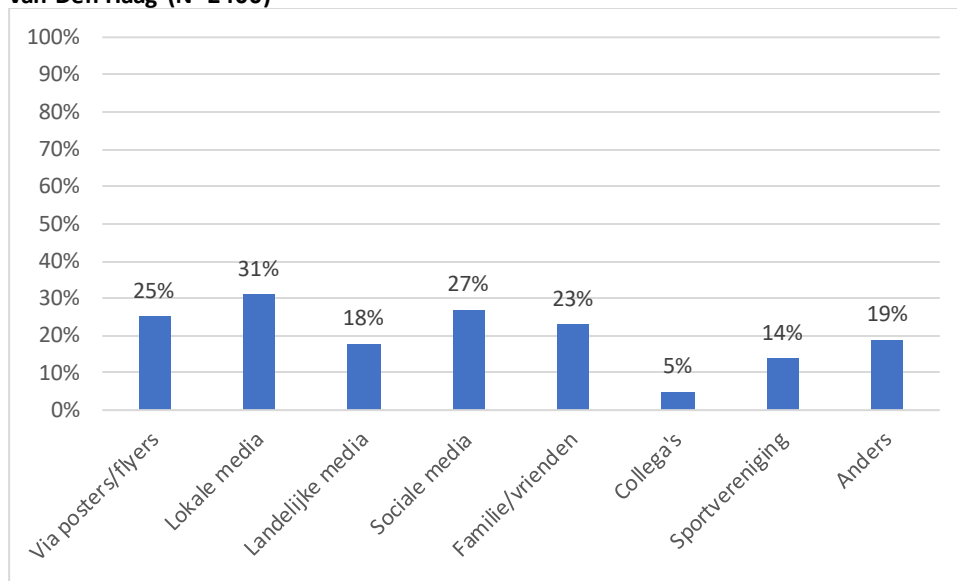


Bron: MOVES vragenlijstonderzoek

### 3.4 Informatiekanalen voor het EK Beachvolleybal

Evenals bij de Tour de France Femmes zijn respondenten uit het Stadspanel die hebben aangegeven het EK Beachvolleybal te hebben bezocht, gevraagd hoe zij te weten zijn gekomen over het evenement (figuur 3.7). Hierbij was het mogelijk om meerdere opties aan te vinken. Uit de resultaten blijkt dat voor het EK Beachvolleybal de lokale media (31 procent), sociale media (27 procent) en posters/flyers (25 procent) de meest belangrijke informatiekanalen waren voor bezoekers. In vergelijking met de Tour de France Femmes valt op bezoekers van het EK Beachvolleybal minder informatie over het evenement hadden verkregen via de media en/of via posters/flyers, maar meer via sociale media, familie en vrienden, via hun sportvereniging of 'anders'. Klaarblijkelijk is er tussen beide evenementen niet alleen een verschil in publiek, maar ook in de wijze waarop informatie over het evenement werd verspreid en tot zich werd genomen.

**Figuur 3.7: Informatiebronnen voor Tour de France Femmes, bezoekers van EK Beachvolleybal onder inwoners van Den Haag (N=2400)**



Bron: Stadspanel

## 4 TeamNL Sport Experience

### 4.1 Korte introductie Team NL Sport Experience stad en strand

De TeamNL Sport Experience in Den Haag is, zoals op de website van TeamNL vermeld staat, ‘een mooie manier om de inwoners van Den Haag kennis te laten maken met divers sportaanbod en te inspireren via de prestaties van onze topsporters.’<sup>10</sup> De TeamNL Sport Experience is daarbij de paraplu naam voor een reeks van vergelijkbare activatieprogramma’s in verschillende Nederlandse steden, waaronder Den Haag. In Den Haag lag de organisatie in handen van TIG Sports, in samenwerking met de gemeente, en waren de programma’s nadrukkelijk gekoppeld aan met name de Tour de France Femmes<sup>11</sup>. De Haagse TNLSE kende twee varianten, een stadsversie en een strand versie.

#### TNLSE -stad

In de stadsversie van de TNLSE vonden de activatieprogramma’s plaats op zeven locaties op tien verschillende middagen (zeven woensdagen en drie donderdagen, zie hieronder). De locaties verschilden onderling. Dat betekende dat per locatie sprake kon zijn van een verschillend aanbod (naast een harde kern van o.a. mkb, basketbal, voetbal, volleybal, spinnen, fietsen maken, skaten en een springkussen). De activiteiten werden uitgevoerd door lokale (commerciële) aanbieders, al dan niet bijgestaan door een landelijke aanbieder (sportbond), of door Stichting Werken aan Sportstad Den Haag (WSDH). In bijlage 2 zijn de locaties van de verschillende TNLSE-stad evenementen weergegeven op de kaart van de gemeente Den Haag.

**Tabel 4.1: Data en locaties ‘TeamNL Sport Experience Stad’**

Wanneer	Waar
3-jul-24	Steenwijklaan
10-jul-24	Stokroosveld
17 & 18 juli 2024	Krajicek playground Bokkefort
24 & 25 juli 2024	Krajicek playground Vermeerpark
31 juli & 1 augustus 2024	Krajicek playground Lipa
7-aug-24	Krajicek playground Bouwlust
21-aug-24	Krajicek playground Spaarwaterstaat

Alle locaties lagen midden in de wijken, veelal dichtbij lagere scholen. Toch waren er verschillen in de zichtbaarheid en toegankelijkheid van de diverse locaties. Sommige lagen meer verstoep of verder weg uit looproutes van burgers (Steenwijklaan, Stokroosveld, Lipa), andere waren door hun locatie op lokale pleisterplaatsen of op kruispunten van bezoekersstromen toegankelijker voor kinderen en ouders (Bokkefort, Vermeerpark, Bouwlust, Spaarwaterstraat). De keuze van deze locaties kwam voort uit de vergelijkbare opzet van Tokyo in Town tijdens het Olympic Festival van 2021. Het weer was op geen van de dagen spelbreker. Alleen op de eerste dag waaide en regende het in de ochtend, tot kort voor de opening, hard.

Voor de TNLSE hoefden deelnemers geen toegangskarten aan te schaffen. Dat betekent dat het aantal deelnemers moet worden vastgesteld op basis van tellingen, met het blote oog. Volgens de organisator van het evenement, TIG-Sport, hebben er 2.700 kinderen deelgenomen aan de TNLSE-stad, waarvan het merendeel (83%) 12 jaar of jonger. Op basis van onze eigen observaties kunnen we dat aantal onderschrijven.

Statistieken van Den Haag in Cijfers geven aan dat er naar schatting ongeveer 42.000 kinderen in de leeftijdscategorie 6 t/m 12 woonachtig zijn in Den Haag. Een ruwe berekening laat zien dat ongeveer 6 procent van

<sup>10</sup> Zie <https://www.teamnl.org/sportexperience>

<sup>11</sup> Met ondersteunend promotiemateriaal, specifieke fietsactiviteiten (fietsen maken, spinning, mountainbiken, Tour de France Femmes shirts). Op veel locaties kon ge(beach)volleybal worden. Alle deelnemers konden ook een goodiebag krijgen met daarin een voucher om gratis naar het EK beachvolleybal te kunnen gaan.

deze groep aanwezig is geweest op een TNLSE-stad evenement. Die 6% kan daarbij gezien worden als een bovengrens. Een klein deel van de 2.700 deelnemende kinderen zal op meer dan een dag aanwezig zijn geweest (en dus dubbel zijn geteld), en een klein deel was afkomstig uit randgemeentes (Naaldwijk, Voorburg, Leidschendam, Wassenaar).

### **TNLSE -strand**

De TNLSE-strand vond plaats op een locatie, in het beach stadion en de ernaast gelegen ruimtes (village, parkeerterrein, jachthaven). Ook hier lag de verantwoordelijkheid bij TIG Sports. De activiteiten werden veelal uitgevoerd door landelijke spelers (bond) of door lokale spelers, maar dan andere dan betrokken waren bij TNLSE -stad. WSDH had hier geen rol. Een aantal activiteiten was nu niet vertegenwoordigd (fietsen maken), anderen waren toegevoegd (schermen, zeilen o.a.). In totaal waren 27 sporten aangeboden door 36 aanbieders. De locatie dicht tegen de jachthaven aan, aan het zuidende van het Scheveningse strand, maakte dat de TNLSE-strand op een bijzonder locatie plaatsvond maar niet echt 'in de loop' lag. Wel was het evenemententerrein, vanwege de tribunes voor het EK beach, duidelijk zichtbaar vanaf boulevard en strand. Het weer was op de meeste dagen goed. Alleen op de vrijdag waaide het zo hard dat de TNLSE-strand later moest openen (en een aantal activiteiten lange tijd gesloten bleef).

Uit de tellingen van TIG Sport blijkt dat er ongeveer 5.500 ouders en kinderen aanwezig zijn geweest op een van een van de vijf dagen van de TNLSE-strand. Hoeveel Haagse kinderen dat zijn geweest, is lastig te bepalen. Op basis van onze enquêtes is bekend dat de TNLSE-strand een groter geografisch bereik had dan de TNLSE-stad, met ook bezoekers uit andere delen van het land (Delft, Pijnacker, Boxtel, Lelystad, Harderwijk – deels vermoedelijk mensen op vakantie in Den Haag e.o.). Ook hier zal sprake zijn geweest van dubbeltellingen (bezoekers op meer dan een dag). De bovengrens van het aantal Haagse kinderen dat de TNLSE-strand heeft bezocht, schatten we daarmee op 4.100<sup>12</sup> (10% van het totaal aantal Haagse kinderen tussen 6 t/m 12 jaar).

## **4.2 TeamNL Sport Experience – 'Stad'**

### **Profiel**

De 280 kinderen waarvan informatie is opgehaald (110 enquêtes, 172 rapporten) zijn gemiddeld bijna 9 jaar oud. Er zijn 146 jongens en 129 meisjes bevestigd, vijf kinderen hebben geen geslacht ingevuld in het rapport. Van de ondervraagde kinderen geven 26 kinderen (24 procent) aan niet vast aan sport te doen. De meeste kinderen komen uit de directe nabijheid van de betreffende locatie. In de rapporten is niet naar de woonplaats en sportief profiel van kinderen gevraagd.

### **Beleving**

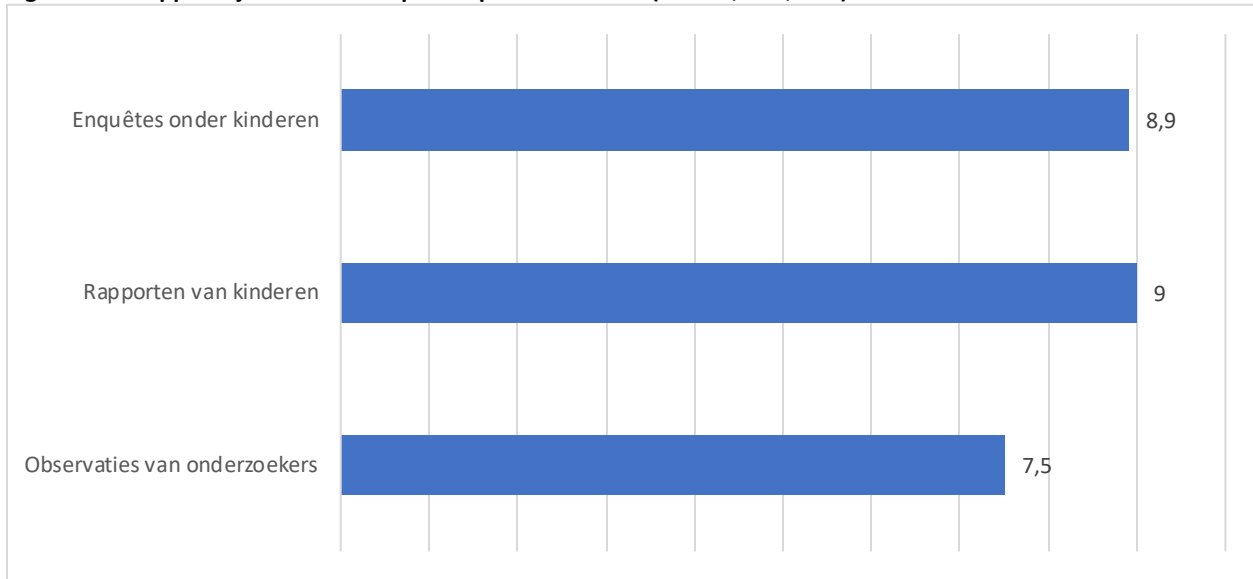
Uit de resultaten blijkt dat de kinderen een erg leuke dag hebben gehad bij de TNLSE-stad. Zo beoordelen de kinderen die zijn ondervraagd de dag gemiddeld met een 8,9, en geven de kinderen die een rapport hebben ingevuld gemiddeld zelfs een 9. De observanten waren wat kritischer, en beoordelen de verschillende georganiseerde activiteiten gemiddeld met een 7,5 (figuur 4.1, volgende pagina).

---

<sup>12</sup> Een belangrijke variabele hierin is de verhouding kind/ouders. Veel kinderen kwamen naar de TNLSE met buitenschoolse opvang organisaties. Daar waren relatief weinig volwassenen bij. Andere kinderen kwamen wel met hun ouders mee. Uitgaand van de veronderstelling dat de verhouding kind/volwassene in deze 3/1 was, , komt de bovengrens van het aantal kinderen dat de TNLSE-strand heeft bezocht daarmee op 4.100.



**Figuur 4.1: Rapportcijfers TeamNL Sport Experience 'Stad' (N=110, 172, 146)**

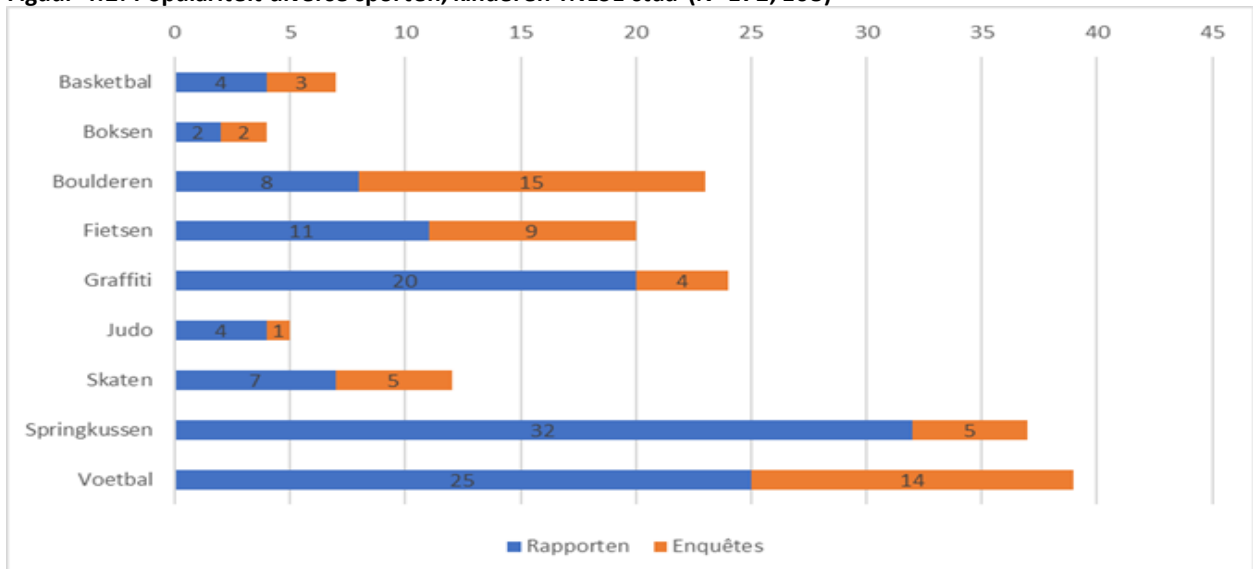


Bron: Enquête TeamNL Sport Experience

Daarnaast is gekeken naar welke sporten en activiteiten kinderen het leukst vonden (figuur 4.2). Uit de resultaten blijkt dat voetbal als meest populaire sport is ervaren, met in totaal 39 kinderen die aangeven dat de leukste sport te vinden op de activiteit. Daarnaast bleek het springkussen, vast bestanddeel van de TNLSE-stad, erg in trek. Verder bleken het graffiti spuiten, boulderen en (virtueel) fietsen populair. De kanttekening bij deze resultaten is dat niet elke sport bij alle evenementen van de TeamNL Sport Experience aanwezig was, en er dus niet altijd door kinderen op de sport gestemd kon worden.

Het enthousiasme van de kinderen vertaalt zich ook in het gegeven dat 79% van de kinderen aangeeft een of meer van de beoefende sporten vaker te willen beoefenen (niet in figuur).

**Figuur 4.2: Populariteit diverse sporten, kinderen TNLSE-stad (N=172, 108)**

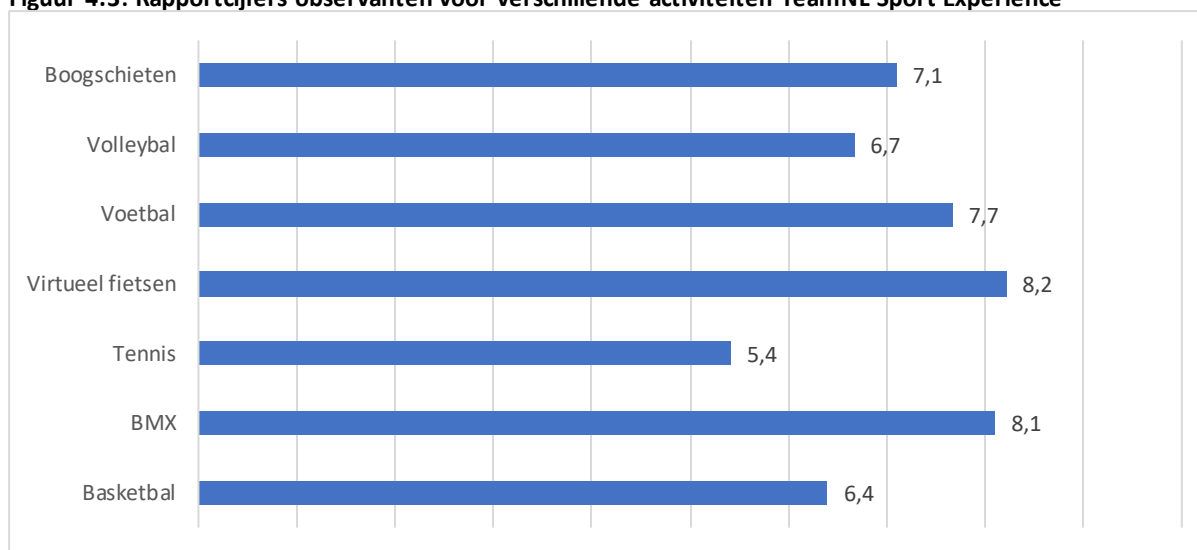


De observanten van de Haagse Hogeschool hebben de diverse activiteiten zelf ook beoordeeld. Daarbij is gekeken naar het aantal kinderen dat de activiteit beoefende, hun mate van activiteit en betrokkenheid en de getoonde spelvreugde. Uit de resultaten blijkt dat BMX en het Virtueel fietsen, aangeboden door House of Esports, volgens de

observanten het meest succesvol waren (figuur 4.3). Tennis, maar ook basketbal en volleybal, scoorden een stuk lager in de beoordeling van observanten. Uit de verdere verslaglegging van observanten bleek dat er een aantal succesfactoren te identificeren vallen voor een goede activiteit op een evenement als de TeamNL Sport Experience. Observanten spraken over de volgende factoren:

- Inzet vrijwilligers: de activiteiten met enthousiaste vrijwilligers trokken veel bekijks;
- Type aanbod: activiteiten waar een vrijwilliger aanwezig was om een cursus of mini-les te verzorgen, deden het relatief goed;
- Aanwezigheid (promotie)materiaal: BMX en virtueel fietsen waren onder meer succesvol vanwege de aanwezigheid van aansprekend materiaal rondom deze activiteiten (BMX-fietsen en Zwift-fietsen).

**Figuur 4.3: Rapportcijfers observanten voor verschillende activiteiten TeamNL Sport Experience**



Bron: Observaties TeamNL Sport Experience

### 4.3 TeamNL Sport Experience ‘Strand’

De TeamNL Sport Experience vond in Den Haag niet alleen in de verschillende wijken van de stad plaats. Van 6 t/m 10 augustus is er ook een TeamNL Sport Experience opgezet op het strand van Scheveningen, direct naast de locatie waar een week later het EK Beachvolleybal plaats zou vinden. Uit het onderzoek blijkt dat tijdens deze evenementen er deels een ander publiek afkwam op deze stranddagen ten opzichte van de TeamNL Sport Experience in de wijk.

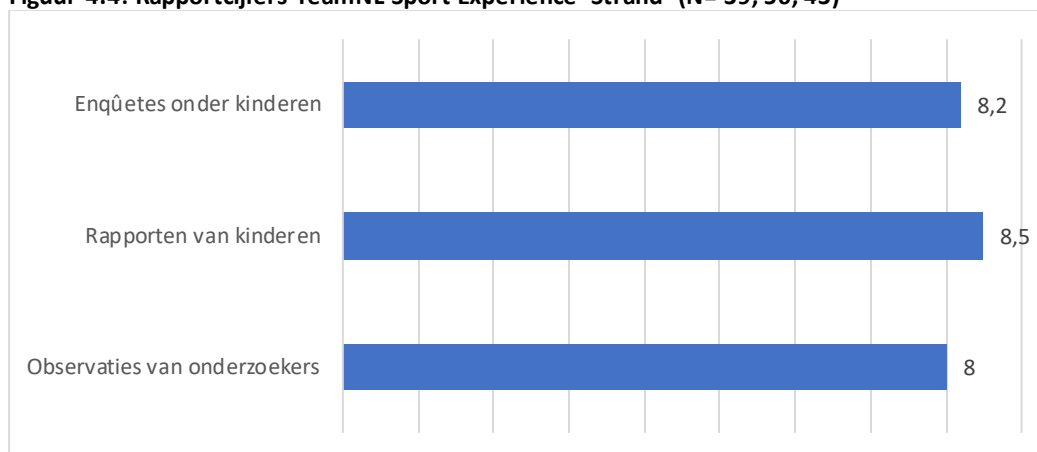
#### Profiel

De 95 kinderen waarvan informatie is opgehaald (39 enquêtes, 56 rapporten) zijn gemiddeld bijna 8 jaar oud. Er zijn 49 jongens en 45 meisjes bevraagd, één kind heeft het geslacht niet ingevuld in het rapport. Van de 39 geënquêteerde kinderen komen er 12 niet uit Den Haag. De kinderen die niet uit Den Haag kwamen, kwamen ook uit verder weg gelegen delen van het land (Delft, Pijnacker, maar ook Brabant, Flevoland, Overijssel - vermoedelijk betreft dit vakantiegangers). Onder de kinderen die wel uit Den Haag kwamen, waren weinig tot geen kinderen uit Den Haag Zuid West. Vijf kinderen (13 procent) geven aan niet vast aan sport te doen. In de rapporten is niet naar de woonplaats en naar het sportief profiel van kinderen gevraagd.

#### Beleving

Uit de resultaten blijkt dat de kinderen een erg leuke dag hebben gehad. Zo beoordelen de kinderen die zijn ondervraagd de dag gemiddeld met een 8,2, en geven de kinderen die een rapport hebben ingevuld gemiddeld zelfs een 8,5. De observanten beoordelen de verschillende activiteiten die zijn georganiseerd gemiddeld met een 8 (figuur 4.4, volgende pagina).

**Figuur 4.4: Rapportcijfers TeamNL Sport Experience 'Strand' (N= 39, 56, 43)**

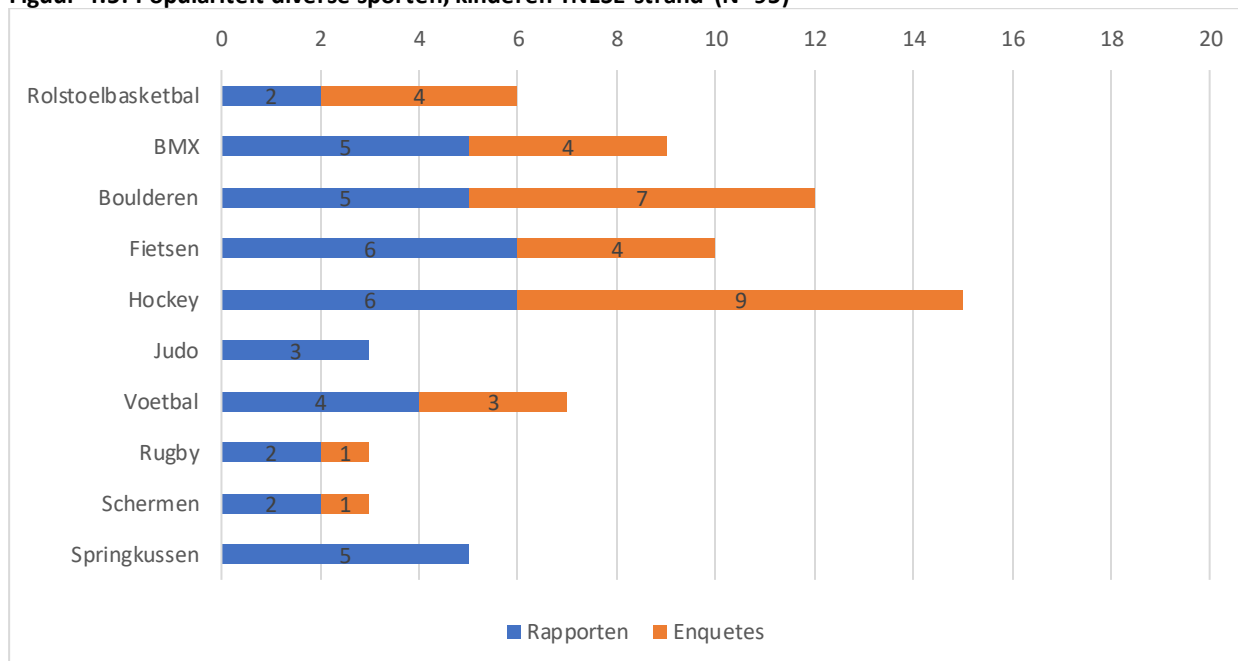


Bron: Enquête TeamNL Sport Experience

De kinderen die de TNLSE-strand bezochten, waren daarmee wat minder positief over het evenement dan de kinderen die de diverse speeldagen van TNLSE-stad bezochten. Naar de achtergrond van die verschillen kan alleen maar worden gegist. Een verklaring kan zijn dat de kinderen die de TNLSE-stad bezochten, wat minder kritisch waren en minder hooggespannen verwachtingen hadden van het evenement, dan de kinderen die de TNLSE-strand bezochten. Wellicht ook maakte de compactheid en overzichtelijkheid van de TNLSE-stad dat kinderen zich daar iets meer 'thuis' voelden, dan in het iets grootschaliger TNLSE-strand.

Overigens vielen ook in TNLSE-strand veel sporten in de smaak. Met name hockey (15 kinderen), boulderen (12 kinderen) en fietsen (10 kinderen) worden door kinderen genoemd als de sport die zij het leukst vonden om te beoefenen (figuur 4.5). Het aandeel kinderen dat een van de beoefende sporten vaker wil beoefenen, ligt bij de TNLSE-strand iets lager dan bij de TNLSE-stad (69% versus 79%, cijfers niet in figuur).

**Figuur 4.5: Populariteit diverse sporten, kinderen TNLSE-strand (N=95)**



Bron: Enquête TeamNL Sport Experience

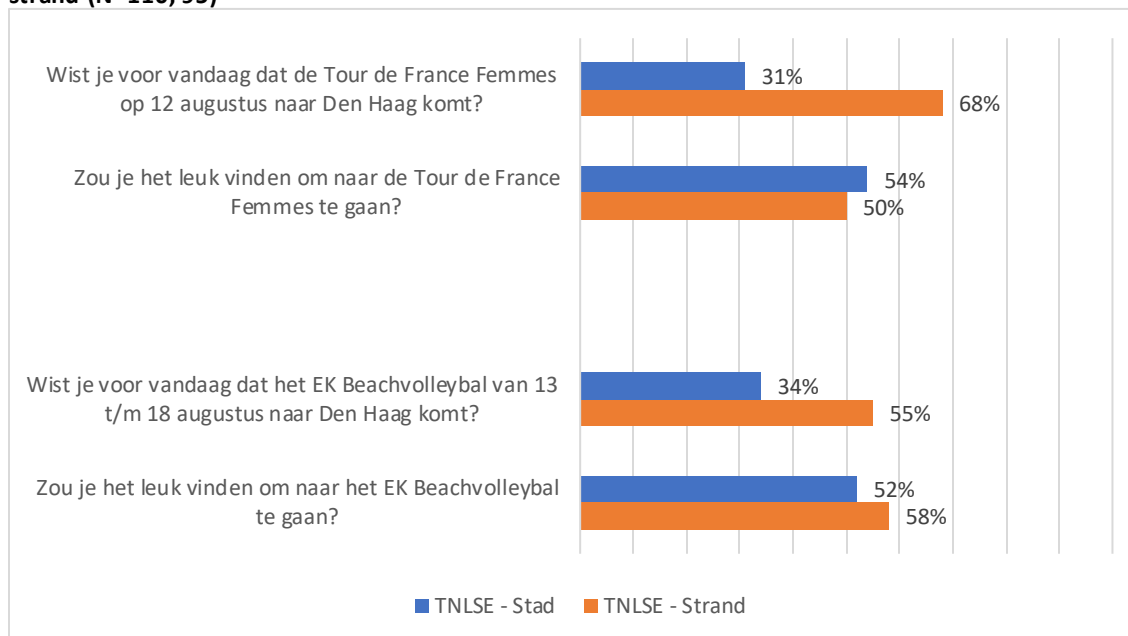
#### 4.4 Bekendheid met Tour de France Femmes en EK Beachvolleybal

In de enquêtes is ook gevraagd of de kinderen al op de hoogte waren van de Tour de France Femmes en het EK Beachvolleybal, twee grote sportevenementen die de week na het bezoek aan de TeamNL Sport Experience in Den Haag hebben plaatsgevonden. Ook is gevraagd of zij interesse zouden hebben om het evenement te bezoeken.

Uit de resultaten blijkt dat kinderen zeker (nog) niet altijd op de hoogte waren van de rest van de sportzomer, maar dat de bezoekers aan de TNLSE-strand vaker op de hoogte waren van deze topsportevenementen dan de bezoekers aan de TNLSE-stad (figuur 4.6). Dit kan te maken hebben met het feit dat de meeste evenementen van de TNLSE-stad eerder in de zomer plaatsvonden, waardoor kinderen minder lang de tijd hebben gehad om op de hoogte te raken.

Voor beide evenementen is, bij zowel de bezoekers van de TNLSE-stad als TNLSE-strand, een vergelijkbare interesse, met ongeveer de helft van de kinderen die aangeeft het leuk te vinden om de Tour de France Femmes of het EK Beachvolleybal te bezoeken.

**Figuur 4.6: Bekendheid met en interesse in de Haagse sportzomer, bezoekende kinderen van TNLSE-stad en TNLSE-strand (N=110, 95)**



Bron: Enquête TeamNL Sport Experience

## 5 Overige activatieprojecten

Naast de Tour de France Femmes, de TeamNL Sport Experience, en het EK Beachvolleybal, zijn er deze sportzomer nog veel andere sportgerelateerde evenementen in de stad georganiseerd. De meeste van deze projecten stonden in het teken van maatschappelijke activatie en zorgen dat met name kinderen in contact konden komen met sport. In onderstaande paragrafen worden de verschillende activatie-evenementen onder de loep genomen.

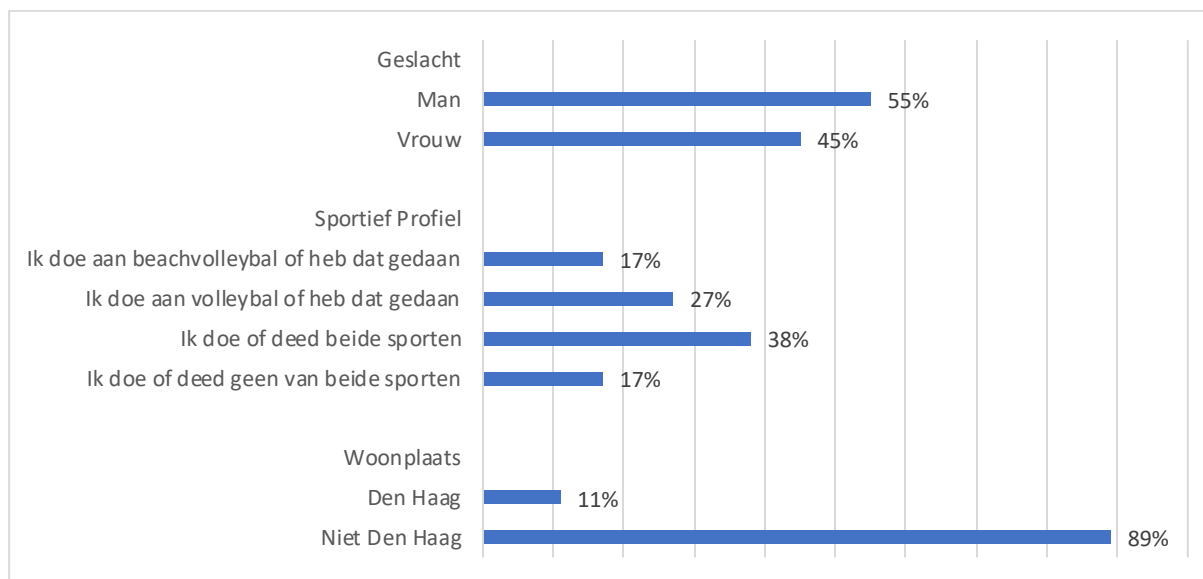
### 5.1 100 Velden toernooi

Op 17 en 18 augustus, het finaleweekend van het EK Beachvolleybal, vond het 100 velden toernooi plaats. Dit evenement werd georganiseerd direct naast het stadion waar de EK-wedstrijden in Den Haag zijn gespeeld. Er zijn op het strand van Scheveningen 100 beachvolleybalvelden opgezet, waar verschillende toernooien op gespeeld zijn. Zo was er bijvoorbeeld een bedrijventoernooi, een ouder en kind toernooi, en een toernooi voor slechthorenden. Op beide dagen zijn er data opgehaald onder deelnemers aan en bezoekers van het 100 velden toernooi. In totaal zijn er 91 respondenten gesproken.

#### Profiel

Het toernooi bleek met name interessant voor mensen die de sport al goed kennen. Zo geeft slechts 17 procent van de respondenten aan nooit te hebben ge(beach)volleybald (figuur 5.1).

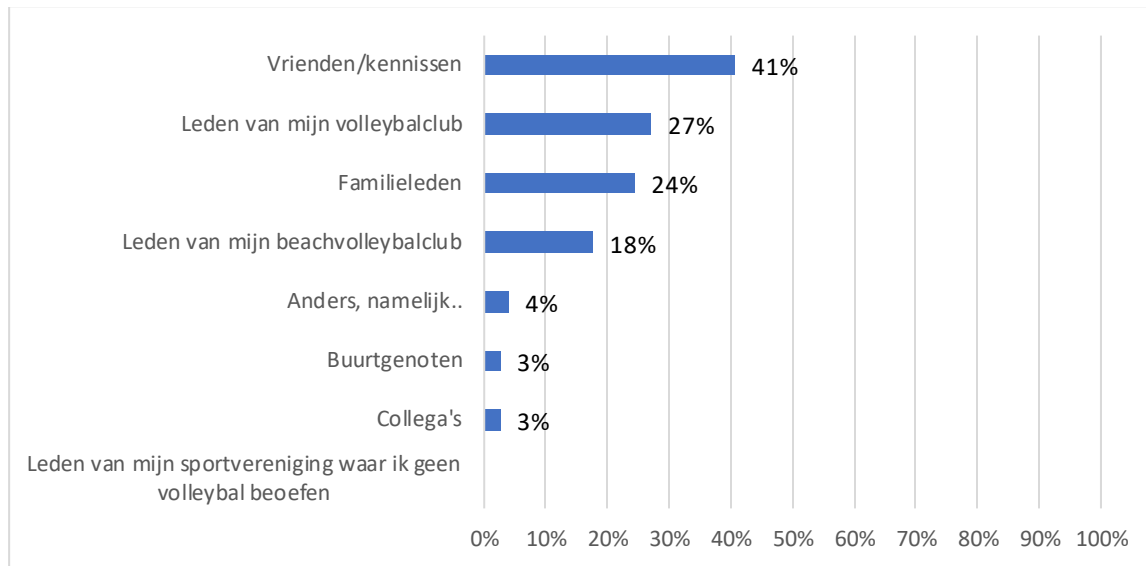
**Figuur 5.1: Bezoekersprofiel 100 velden toernooi**



Bron: Enquête 100 velden toernooi

Wat daarnaast opvalt aan de demografie van de respondenten is dat maar liefst 89 procent van de groep niet in Den Haag woont. De respondenten wonen verspreid over het hele land en grijpen dit toernooi aan om een weekendje naar het strand te komen. Dit doen zij met name met vrienden (41 procent), leden van hun (beach)volleybalvereniging (27 procent), of familieleden (24 procent) (figuur 5.2, volgende pagina).

**Figuur 5.2: Gezelschap waarmee men deelneemt aan toernooi**

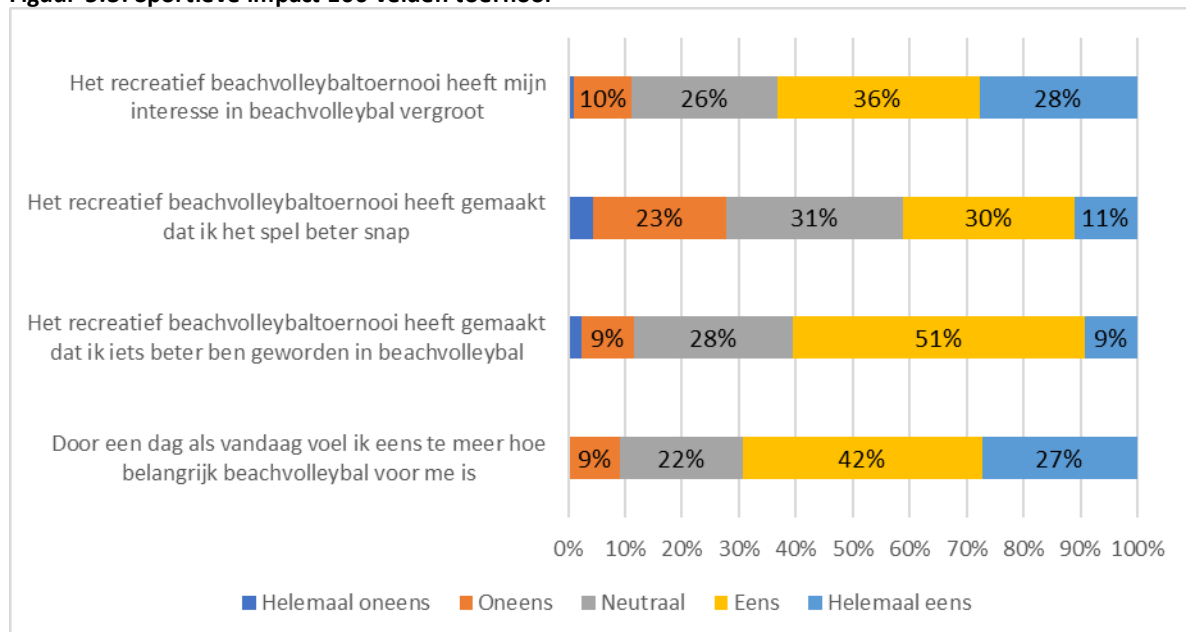


Bron: Enquête 100 velden toernooi

### Beleving

Het toernooi is goed in de smaak gevallen. Het gemiddelde rapportcijfer van de respondenten is een 8,4. Respondenten hebben de sport op een positieve wijze beleefd, en dat uit zich ook in verschillende stellingen over de sport (figuur 5.3). Zo geeft ruim tweederde van de deelnemers aan dat men door de deelname aan het toernooi voelt hoe belangrijk beachvolleybal voor hen is. Krap tweederde geeft aan dat hun interesse in beachvolleybal door het toernooi is vergroot. Zestig procent geeft aan iets beter in beachvolleybal te zijn geworden, en 41% geeft aan het spel iets beter te snappen. Duidelijk is dat het toernooi een positieve impact heeft gehad op de wijze waarop men tegen de sport aankijkt.

**Figuur 5.3: Sportieve impact 100 velden toernooi**

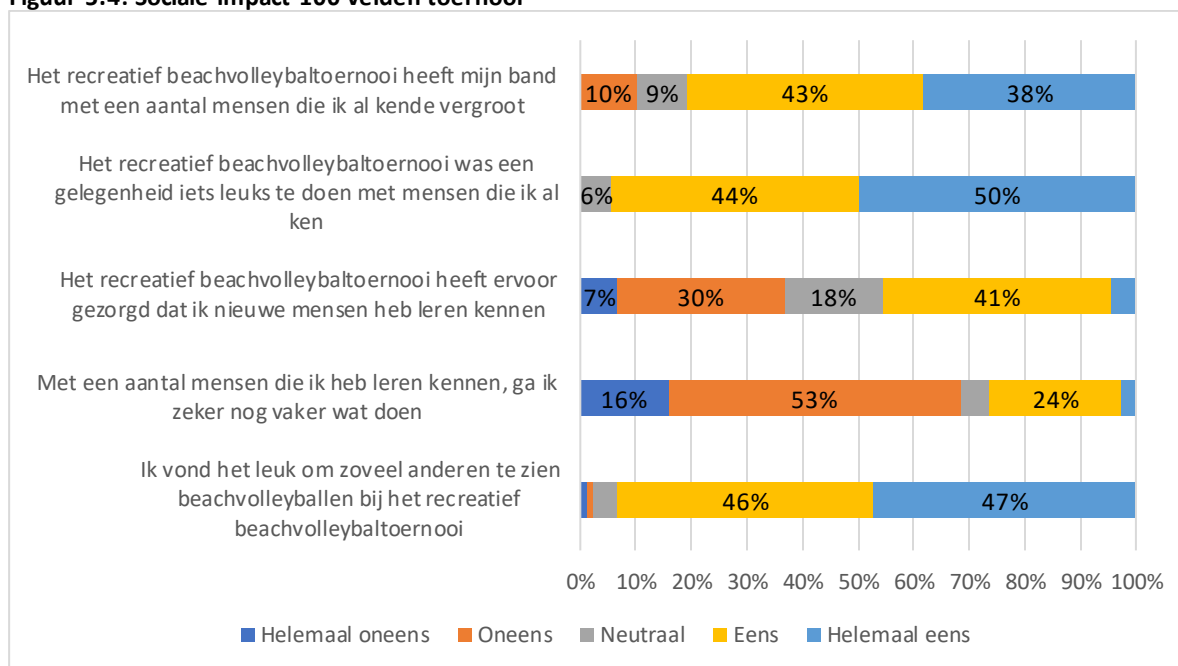


Bron: Enquête 100 velden toernooi



Ook op sociaal vlak heeft het toernooi invloed gehad op deelnemers en bezoekers (figuur 5.4). Vrijwel alle deelnemers geven aan sterkere banden te hebben gekregen met de mensen waarmee zij het evenement hebben bezocht, en/of het evenement te beschouwen als een goede gelegenheid om iets leuks te doen met de mensen die ze al kenden. Minder mensen (45%) hebben aangegeven door het evenement nieuwe mensen te hebben leren kennen. En als dat al het geval was, dan achtte men de kans klein dat men met hen nog vaker wat zou gaan doen. Het evenement was daarmee iets meer een gelegenheid om bestaande banden te bevestigen dan om nieuwe banden aan te knopen – al gebeurde dat ook. Het meest uitgesproken waren de ondervraagden over de gelegenheid die het evenement bood om samen beachvolleybal te beleven, en zich deel te voelen van de beachvolleybalgemeenschap.

**Figuur 5.4: Sociale impact 100 velden toernooi**



Bron: Enquête 100 velden toernooi

## 5.2 Scholenprogramma

Als onderdeel van het activatieprogramma tijdens de sportzomer is er met behulp van House of Esports een scholenprogramma opgezet, waarbij schoolkinderen de gelegenheid krijgen om virtueel te fietsen en te leren over de komende etappe van de Tour de France Femmes. In totaal is dit programma op vier schoollocaties in Den Haag opgezet.

Datum	Locatie
Maandag 3 juni	Yes College
Woensdag 5 juni	Segbroek College
Maandag 10 juni	De Einder
Woensdag 19 juni	Roemer Visscher college

De onderzoekers zijn op twee van deze locaties langs geweest. Daarnaast zijn er interviews afgenomen met twee respondenten die als coördinator vanuit de school betrokken waren bij het organiseren van dit activatieprogramma. Uit de observaties en interviews is gebleken dat het scholenprogramma als succes beschouwd mag worden. Docenten spraken over veel enthousiasme bij hun kinderen en gaven aan dat ook het virtueel fietsen erg in de smaak viel. Kinderen stelden met name de variatie op de vaste gymlessen op prijs. De attributen en machines die House of Esports meenam naar de locaties, waren belangrijk voor de ervaring van de kinderen.

Docenten gaven aan dat het evenement erg werd gewaardeerd door kinderen. Toch verwachtten zij niet dat deze dag zou gaan leiden tot een gedragsverandering waarbij kinderen sneller geneigd zijn om de fiets te pakken. Wel geloven zij erin dat wanneer dit soort activatie-evenementen structureel zouden plaatsvinden, er zeker een kans op cultuurverandering is waarbij de fiets weer als 'cool' gezien wordt.

### 5.3 Overige side events

Door de gemeente maar ook door anderen zijn in aanloop naar beide topsportevenementen nog meer (kleinere) side-events georganiseerd. Enkele daarvan waren ook deel van het onderzoek<sup>13</sup>. Onderstaand presenteren we de belangrijkste uitkomsten.

#### **Sprintrace Lange Voorhout**

Het startschot van de sportzomer werd gegeven tijdens een 'sprintrace' op 25 mei 2024. Deze vond plaats op het Lange Voorhout, pal naast de drukbezochte en met eten en muziek omgeven Franse markt Montmartre. Wethouder Hilbert Bredemeijer en oud wielrenster Leontien van Moorsel 'streden' tegen elkaar en traptten daarmee het evenement af. Daarna was het de beurt aan andere meer en minder bekende Hagenezen om op speciale fietsen met allemaal hun eigen curiositeit, te laten zien wie zich het beste staande kon houden en het snelste vooruitkwam. Het evenement bracht de belanghebbenden (en hun kinderen) bij de Tour de France Femmes bijeen, en zorgde voor het nodige vermaak. Qua aantallen en belangstelling kon het evenement zich niet meten met de daarnaast gelegen markt, maar de sfeer was er daar niet minder om. Deze kick-off is goed opgepakt in de media.

#### **Dames clinic/ dikke banden race**

Op zaterdag 10 augustus organiseerde wielervereniging Trias, op hun terrein naast de Uithof, een clinic voor volwassen (dames) wielrenners en aansluitend een 'dikke banden' race voor kinderen. De clinic werd voorafgegaan door een presentatie van wederom Leontien van Moorsel, die vertelde over haar loopbaan, over haar eetproblemen en over haar in 2015 geopende Leontienhuis (<https://www.leontienhuis.nl>). Ongeveer 40 wielrensters en wielrenners luisterden geboeid naar het verhaal van Leontien en stapten daarna op de fiets voor een clinic door Leontien en de trainers van Trias. Aansluitend deden een kleine 50 kinderen mee aan een door Trias verzorgde dikke banden race.

#### **Kidsclinic beachvolleybal**

Op woensdag 14 augustus konden kinderen van 6 tot en met 14 jaar meedoen aan een kidsclinic beachvolleybal. Zo konden ze kennismaken met deze sport. Daarnaast mochten alle deelnemers na de clinic gratis naar een wedstrijd van het EK Beachvolleybal komen kijken.

De toegang tot de clinic was gratis. Locatie was naast de locatie waar de wedstrijden van het EK Beachvolleybal werden afgewerkt, op het strand van Scheveningen. Dit werkte positief voor de sfeer, omdat de muziek en het enthousiasme vanuit het EK-terrein ook bij de clinic te horen was.

De clinic was een echte volleybal-les, waarbij kinderen leerden hoe zij de bal moeten spelen en over het net moeten slaan. Door de kleine groepjes waarin de kinderen verdeeld waren, was er veel aandacht per kind. Uit de observaties ter plekke bleek dat de kinderen grotendeels erg enthousiast waren over de clinic.

---

<sup>13</sup> Niet alle side events konden worden onderzocht. Niet onderzocht zijn onder andere de toertocht vanaf wielervereniging Trias op zondag 11 augustus, de fototentoonstelling Haagse vrouwen op de fiets (<https://atriumcityhall.nl/agenda/fototentoonstelling-haagse-vrouwen-op-de-fiets/>) en de feestieve activiteiten in het Zuiderpark rondom de Tour de France Femmes.

Het evenement was goed bezocht. Er waren naar schatting tussen de 200 en 250 kinderen aanwezig. Er waren 23 velden waarop de clinic werd gegeven, elk met +- 10 kinderen en een instructeur. De kinderen waren grotendeels onder de 10 jaar. Her en der stonden ouders van de kinderen te kijken bij de clinic.

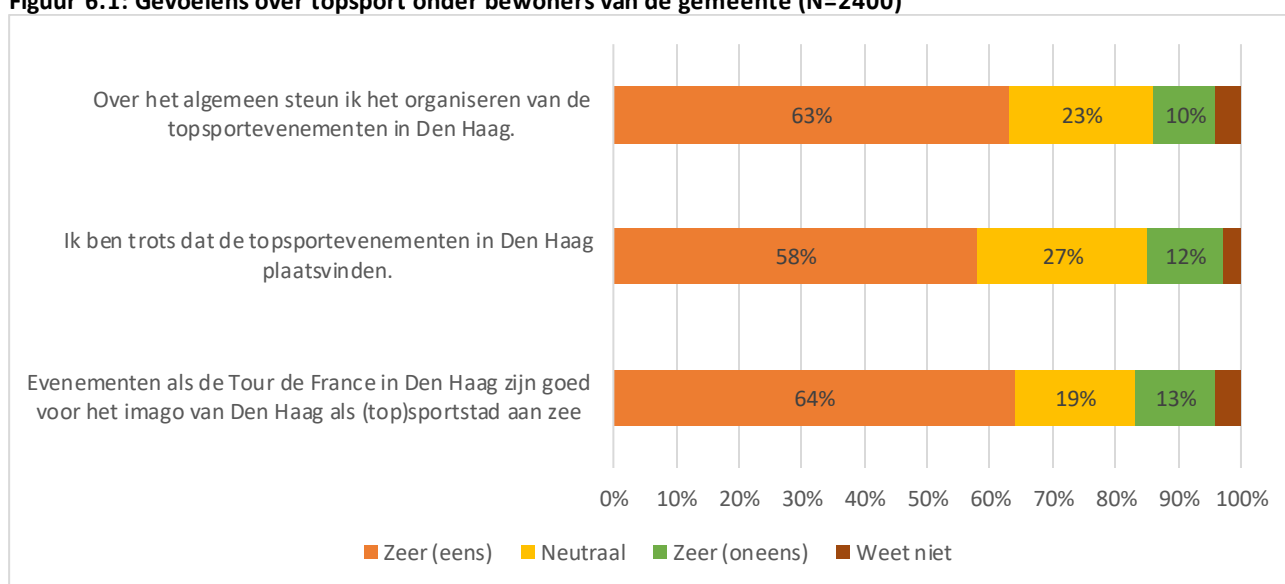


## 6 Gevoelens over topsport onder Haagse bevolking

Tot nu toe zijn in deze rapportage voornamelijk de perspectieven van bezoekers en deelnemers aan de diverse sportevenementen besproken. Voor dit onderzoek is ook onderzocht wat de inwoners van de gemeente Den Haag vinden van topsport in hun gemeente. Deze vragen zijn gesteld met behulp van het Stadspanel Den Haag (zie ook hoofdstuk 2 en 3).

Respondenten in het onderzoek zijn drie stellingen voorgelegd ten aanzien van topsport in de stad Den Haag. Daaruit komt naar voren dat de inwoners uit Den Haag een positieve grondhouding hebben ten aanzien van de topsportevenementen die de stad organiseert (zie figuur 6.1). Krap tweederde van de respondenten geeft aan de organisatie van topsportevenementen in de gemeente te steunen. Een even groot aandeel acht het organiseren van topsportevenementen goed voor het imago van de stad. Ruim de helft van de respondenten (58 procent) is trots op de topsportevenementen die in Den Haag georganiseerd worden<sup>14</sup>.

**Figuur 6.1: Gevoelens over topsport onder bewoners van de gemeente (N=2400)**



Bron: Stadspanel

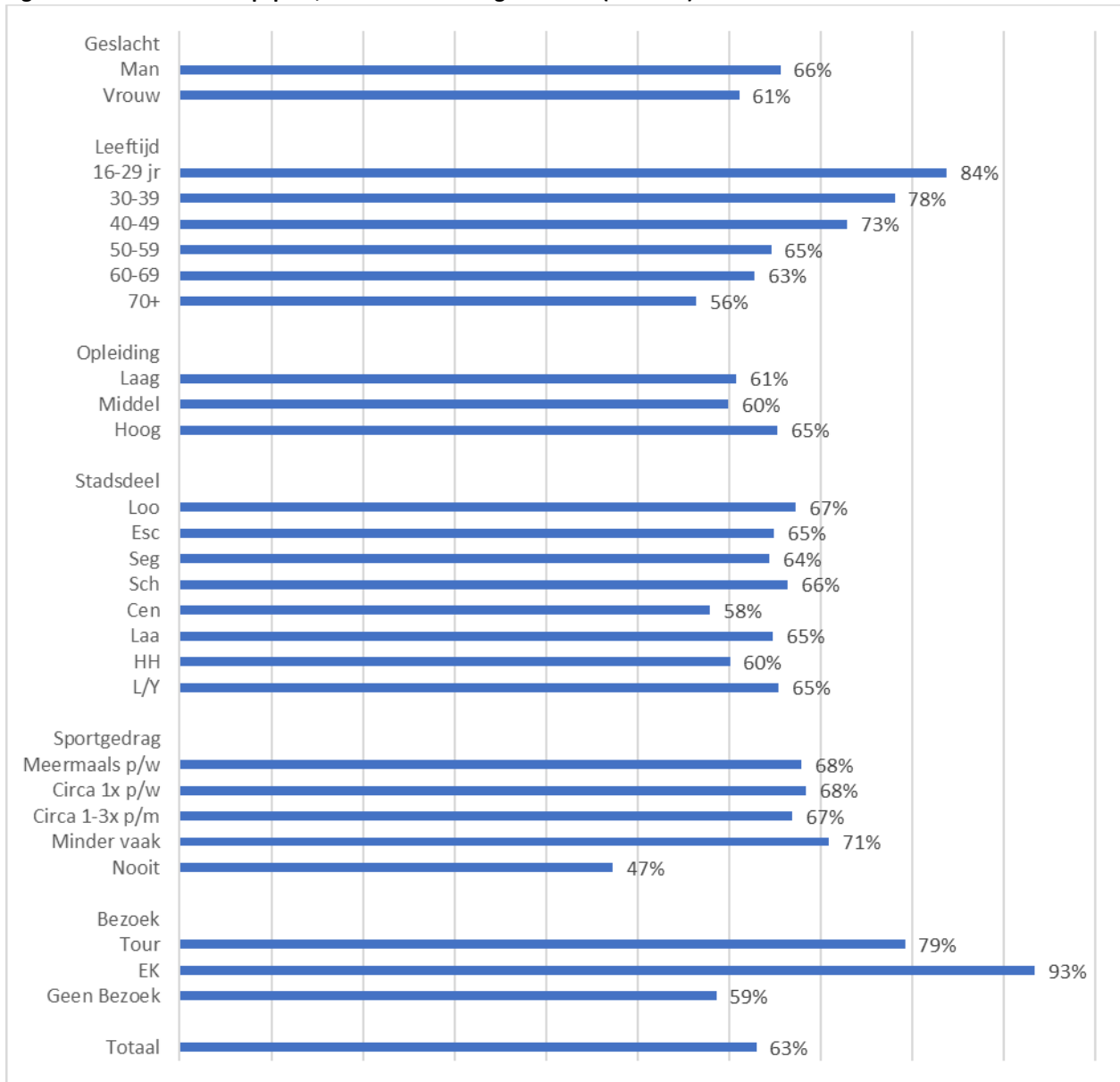
De steun voor het organiseren van topsportevenementen in Den Haag lijkt daarbij weinig te verschillen naar achtergrondkenmerken van de respondenten (figuur 6.2). Weliswaar zijn mannen en hoger opgeleiden iets meer pro topsportevenementen dan vrouwen en lager opgeleiden, maar de verschillen zijn niet groot. Ook naar stadsdeel zijn er geen heel grote verschillen. Wel betonen jongeren zich positiever over topsportevenementen in Den Haag dan ouderen.

Dat sportbeoefenaren het organiseren van topsportevenementen in de stad meer steunen dan niet-sporters, is niet opmerkelijk. Opmerkelijker is dat ook onder niet-sporters nog steeds bijna de helft van de ondervraagden zich positief uitlaat over het organiseren van topsportevenementen. Dit patroon is trouwens ook zichtbaar bij de andere twee stellingen over topsportevenementen: iets minder dan de helft van de niet-sporters (46%) is er trots op dat er

<sup>14</sup> Dit onderzoek ging over topsportevenementen. Niet uit te sluiten dat het thema van dit onderzoek heeft betekend dat het onderzoek vooral mensen met een hart voor sport heeft aangespoord om deel te nemen aan het onderzoek. In die zin zit er vermoedelijk een lichte bias pro-topsportevenementen in het onderzoek. Het valt om die reden aan te raden om dit deel van het onderzoek op een ander moment, in een onderzoek met een bredere strekking, te herhalen.

topsportevenementen in de stad Den Haag plaatsvinden, en iets meer dan de helft van de niet-sporters (56%) acht het organiseren van topsportevenementen goed voor het imago van de stad<sup>15</sup>.

**Figuur 6.2: Steun voor topsport, inwoners van de gemeente (N=2398)**



Bron: Stadspanel Den Haag

<sup>15</sup> Zie voor deze cijfers, bijlage 4.

## 7 Gesprekken partners TeamNL Sport Experience

Voor het onderzoek naar de Sportzomer van Den Haag zijn er na afloop van de zomer gesprekken gevoerd met verschillende stakeholders van de TeamNL Sport Experience. Denk hierbij aan de gemeente, sportbonden, lokale verenigingen en andere aanbieders van activiteiten op één of meerdere dagen van de TeamNL Sport Experience in Den Haag. Hierbij stond het achterhalen hoe de organisatie van de TeamNL Sport Experience bij heeft gedragen aan het vergroten van het bereik, de sportparticipatie en de maatschappelijke impact van het evenement centraal. In totaal zijn tien verschillende stakeholders gesproken. De belangrijkste bevindingen uit deze gesprekken worden gestructureerd beschreven in dit hoofdstuk.

### Algemene ervaringen

In alle gesprekken met relevante stakeholders is naar voren gekomen dat de TeamNL Sport Experience als een succes wordt gezien. Verschillende respondenten spraken hun tevredenheid uit over hoe de sportzomer, en specifiek de TeamNL Sport Experience, is verlopen. Zowel in de stad als op het strand heeft er elke dag een mooi programma gestaan met een uiteenlopend aanbod van activiteiten. Hoewel de opkomst per dag verschillende, zijn de meeste respondenten (maar niet alle) van mening dat bijna alle locaties goed bezocht zijn. Enkele respondenten stelden wel dat de opkomst nog hoger had kunnen zijn.

Bijna alle respondenten hebben aangegeven dat het in hun ogen goed is dat dit soort evenementen georganiseerd worden, zeker als er specifiek aandacht uit gaat naar doelgroepen die relatief weinig met sport in aanraking komen.

### Organisatie

De organisatie van de TeamNL Sport Experience in Den Haag is over het algemeen goed verlopen. De verschillende stakeholders spraken over een soepele communicatie tussen de belanghebbenden. In Den Haag is TIG Sports ingeschakeld om de dag-tot-dag organisatie van de verschillende TeamNL Sport Experience evenementen op zich te nemen. Verschillende respondenten spraken lovend over de manier waarop TIG deze dagen organiseerde, en benoemden daarbij de bereikbaarheid op de dagen zelf en de vlotte communicatie.

Af en toe werd er wel een kritische noot geplaatst bij de organisatie van de TeamNL Sport Experience. Dit had voornamelijk te maken met de strakke tijdsplanning van de organisatie van het evenement. Door omstandigheden, met name rondom het rondkrijgen van de pilot, is er laat begonnen aan het organiseren van het programma. Dit heeft geleid tot stress en tijdsdruk bij sommige stakeholders en ook bij de gemeente. Daarnaast bleek het organiseren van een zomers programma, waarbij potentiële aanbieders van activiteiten relatief laat op de hoogte werden gesteld van het precieze programma en de data waarop evenementen zouden plaatsvinden, tot gemiste kansen. Zo is het betrekken van lokale sportverenigingen lastig gebleken.

### Opkomst

Eén van de doelen voor de gemeente was zorgen dat het evenement voor de hele stad zou aanspreken. Er is om die reden gekozen voor het organiseren van de TeamNL Sport Experience op locaties verspreid over de hele stad. In totaal zijn 8 locaties (inclusief het strand van Scheveningen) aangedaan voor de TeamNL Sport Experience (zie bijlage 2). Bij het selecteren van locaties is onder andere inspiratie gehaald uit de organisatie van evenementen uit het verleden, zoals Tokyo in Town<sup>16</sup>.

De locatie is één van de factoren die impact heeft gehad op het aantal dagbezoekers. Respondenten geven aan dat de zichtbaarheid van locaties veel verschil maakte in het aantal bezoekers, met name als het gaat om bezoekers die niet via een BSO naar het evenement toekwamen. Een aantal evenementen vond plaats in grote open parken die

---

<sup>16</sup> Tijdens de Olympische Zomerspelen in Tokyo zijn er onder het motto Tokyo in Town in Den Haag ook een aantal evenementen georganiseerd in het kader van maatschappelijke activatie doormiddel van het koppelen van topsport aan breedtesport.

normaliter al veel bezoek trekken; deze evenementen zagen ook een relatief hoog aantal bezoekers. Anderzijds zijn er ook TeamNL Sport Experience evenementen georganiseerd op minder zichtbare locaties, zoals tussen huizenblokken of ver weg van grote toegangswegen.

Een andere factor die van groot belang lijkt te zijn is de selectie van de dagen waarop het evenement plaatsvond. Woensdagen waren in bijna alle gevallen de slechtst bezochte dagen. De reden hiervoor is dat de buitenschoolse opvang (BSO) veel minder kinderen trekt op woensdag dan op andere doordeweekse dagen. Deze BSO's zijn van groot belang geweest in het bepalen van de opkomst bij de TeamNL Sport Experience. Het is een vruchtbare stap gebleken om die lijn te leggen.

Ook het tijdstip van de evenementen komt een aantal keer voorbij in de evaluatie van het evenement. De TeamNL Sport Experience dagen in de stad waren georganiseerd van 12 uur tot 17 uur. In veel gevallen was het de eerste uren van het evenement gezellig druk, maar liep het aantal bezoekers na 15 uur hard achteruit. Dit heeft voornamelijk te maken met de BSO's die rond dat tijdstip vertrekken van het evenemententerrein. Gezien de grote impact van BSO's op de totale opkomst zou er in een mogelijk vervolg gekeken kunnen worden naar tijdstippen die beter aansluiten op de planning van BSO's.

Daarnaast zijn ook de faciliteiten op de locatie een factor die een rol kan spelen in de opkomst. Wanneer er faciliteiten aanwezig zijn die ervoor zorgen dat een locatie sowieso veel aanloop kent, bijvoorbeeld een WIJKZ-locatie of WSDH-locatie, kan dit positieve gevolgen hebben voor de opkomst op een TeamNL Sport Experience evenement. Hoewel er tijdens de TeamNL Sport Experience een intensieve samenwerking is aangegaan met WSDH (waarbij WSDH op alle locaties een aantal activiteiten verzorgde), was de samenwerking met WIJKZ minder zichtbaar. WIJKZ is voornamelijk betrokken geweest bij het communiceren van het bestaan van het evenement naar de doelgroep. Er liggen volgens respondenten zeker kansen om met behulp van al aanwezige lokale partners een sterker evenement neer te zetten.

Naast de factoren die tot een toename in de opkomst kunnen leiden, werd er door één respondent ook benoemd dat opkomst niet de enige graadmeter voor succes moet zijn. Naast het totale aantal bezoekers is het volgens deze persoon ook van belang te kijken naar waar deze bezoekers vandaan komen. Als de opkomst relatief laag is, maar er zijn veel bezoekers vanuit de naburige wijk aanwezig, zou dit zeker bij wijken waar sportparticipatie laag is als succesfactor gezien kunnen worden. De respondent verzoekt dan ook beleidsbepalers om zich niet blind te staren op de opkomstcijfers, maar de context van deze cijfers mee te nemen.

### **Communicatie**

Er is veel moeite gestoken in het communiceren van het programma naar zo veel mogelijk inwoners van Den Haag. Er is geflyerd rondom de playgrounds en in omliggende supermarkten en andere winkels. Er zijn advertenties geplaatst in verschillende buurtkrantjes en de stadskrant. Er is contact gezocht met lokale stakeholders als de Ooijspas, de vakantiepas en de BSO's. Ook is getracht het evenement in samenwerking met andere partijen via sociale media te promoten.

Het is lastig te zeggen welk van deze methoden meer of minder succesvol is geweest in het aantrekken van bezoekers naar de evenementen, omdat de bezoekers niet is gevraagd naar hoe zij op de hoogte zijn geraakt van het bestaan van het evenement. Wel kan worden gesteld dat het van groot belang is geweest om nauw contact te hebben met de BSO's en ervoor te zorgen dat zij geënthousiasmeerd werden voor het evenement. Op veel van de locaties waren de kinderen aanwezig via een BSO de meerderheid van het totaal aantal bezoekers.

### **Lokale verenigingen**

De betrokkenheid van lokale verenigingen is lager geweest dan gehoopt. Bij veel activiteiten werd het programma verzorgd door de sportbond, een commerciële partij, of WSDH. Bij sommige activiteiten is wel degelijk een poging gedaan om lokale verenigingen te betrekken, maar dit heeft niet geleid tot een bijdrage van deze partijen. Respondenten stellen dat het enthousiasme voor evenementen als een TeamNL Sport Experience wel degelijk



aanwezig is, getuige de reacties die zij hebben gekregen van bestuurders van deze verenigingen. Er moet wel aan een aantal randvoorwaarden worden voldaan, voordat zij daadwerkelijk een bijdrage kunnen en willen leveren.

De eerste randvoorwaarde heeft te maken met de eerdergenoemde strakke planning van het evenement en het niet tijdig op de hoogte brengen van de verenigingen. Veel verenigingen hadden graag een bijdrage geleverd, maar vonden het lastig om op korte termijn vrijwilligers te regelen voor een periode waarin de vereniging zelf vaak niet heel actief is door de zomerstop.

Daarnaast merkt één respondent op dat diverse lokale verenigingen vol zitten, en dus niet altijd een direct belang hebben bij aanwezigheid op een evenement als de TeamNL Sport Experience. Deze verenigingen kunnen volgens dezelfde respondent wel op andere manieren geënthousiasmeerd worden om een bijdrage te leveren aan het evenement. Met name de sterke verenigingen, die het financieel en qua ledenaantal/aantal vrijwilligers goed voor elkaar hebben, kunnen beter betrokken worden door tijdig en duidelijk te communiceren over het evenement en door in te spelen op de rol in de maatschappij die zij kunnen vervullen.

### **Sportbonden**

Vertegenwoordigers van sportbonden keken met plezier terug op de TeamNL Sport Experience. In hun ogen had het evenement een duidelijke meerwaarde voor de kinderen uit de wijk en leverden zij met plezier een bijdrage aan het evenement. Het doel van de sportbonden was het verhogen van de zichtbaarheid van de sport. Dit is op verschillende manieren gebeurd. Sommige sportbonden hebben geprobeerd samen met lokale verenigingen iets op touw te zetten. Dit lukte door de hierboven genoemde zaken vaak niet, waardoor een sportbond zelf vertegenwoordigers naar het evenement toe heeft gestuurd. In andere gevallen heeft de sportbond hulp gezocht van een commerciële partij om de dag-tot-dag inhoud te verzorgen.

Vertegenwoordigers van sportbonden merkten op dat niet alle sportbonden de tijd hadden om een activiteit voor de TeamNL Sport Experience in Den Haag te verzorgen. Dit heeft een aantal redenen. Allereerst was het voor de sportbonden een enorm drukke periode door de Olympische Spelen die ook in deze zomer plaatsvond. Daarnaast zorgde de TeamNL Sport Experience voor haar eigen concurrentie door op verschillende momenten in de zomer in verschillende steden een activatieprogramma te verzorgen. Veel sportbonden hebben ervoor gekozen om niet in elke stad te activeren, maar in plaats daarvan hun focus te richten op één of enkele (speel)steden.

### **Impact en vervolg**

Enkele respondenten hebben opmerkingen gemaakt over hoeveel impact deze activatieprojecten zouden hebben op de bezoekende kinderen. De consensus hierover was dat hoewel kinderen duidelijk een leuke en leerzame dag hebben beleefd, deelname aan de TeamNL Sport Experience waarschijnlijk niet zal zorgen voor structurele veranderingen in het sportgedrag van deze kinderen. Veel respondenten geven aan dat een regelmatige blootstelling aan dit soort evenementen (maar ook andere activatie-evenementen, zoals het scholenprogramma) zou kunnen leiden tot een cultuurverandering bij de doelgroep, waardoor zij wellicht vaker op de fiets stappen of op andere manieren gaan bewegen.

Er is bij de TeamNL Sport Experience in Den Haag gekozen om niet actief te flyereren met informatie over lokale verenigingen, iets wat bij eerdere activatieprojecten (Tokyo in Town)<sup>17</sup> wel is gebeurd. In plaats daarvan is er aandacht besteed aan het promoten van organisaties als WSDH, die het hele jaar door bezig zijn op de diverse playgrounds met het verhogen van sport- en beweegparticipatie, met name bij de doelgroepen die ook centraal staan bij de TeamNL Sport Experience. In latere jaren zal moeten blijken wat deze strategie heeft opgeleverd.

### **Belangrijkste conclusies**

---

<sup>17</sup> Bron: interne evaluatie gemeente.

De TeamNL Sport Experience is met veel enthousiasme ontvangen door de betrokken stakeholders. Er wordt gesproken over een geslaagd evenement met veel enthousiaste aanwezigen. Een aantal stakeholders denkt dat er nog meer mogelijk was geweest als het gaat om opkomst van bezoekers.

De organisatie van het evenement is laat op gang gekomen, voornamelijk doordat de TeamNL Sport Experience een pilot betreft. Hierdoor is bij sommige partijen veel werkdruk ontstaan. Ook heeft het ertoe geleid dat niet alle mogelijkheden konden worden benut, zoals bijvoorbeeld het betrekken van lokale verenigingen. Hoewel er wel pogingen zijn ondernomen om verenigingen te betrekken en te wijzen op hun maatschappelijke functie, zijn er uiteindelijk nauwelijks lokale verenigingen aangesloten op de evenementen. De periode waarin de TeamNL Sport Experience plaatsvond (de zomer), gecombineerd met het laat aan verenigingen laten weten wat de planning van het evenement zou worden, zijn de belangrijkste oorzaken hiervan.

Hoewel respondenten ervan overtuigd zijn dat bezoekers een leuke dag of dagen hebben gehad op de TeamNL Sport Experience, stellen ze ook vragen bij de uiteindelijke impact van het evenement. Respondenten stellen dat er structureel activatie plaats moet vinden voor de doelgroep om tot meer impact te komen en het sport- en beweeggedrag van deze groep te verhogen. Zij spreken dan ook de wens uit dat dit soort evenementen op regelmatige basis zullen plaatsvinden en dat er wordt nagedacht over op welke andere manieren de bezoekers na afloop van de zomer geactiveerd kunnen blijven.

## 8 Conclusies

In 2024 was Den Haag het decor voor drie aansprekende (top-)sportevenementen: de Tour de France Femmes, het EK Beachvolleybal en de Team NL Sportexperience.

De route van de eerste etappe van Tour de France Femmes liep door een groot deel van Den Haag en eindigde in Kijkduin. Het EK Beachvolleybal duurde zes dagen en werd zowel in Den Haag als in Apeldoorn en Arnhem gespeeld, waarbij de finales plaatsvonden in het beach stadion in Scheveningen. Beide evenementen zijn goed verlopen en mochten op brede waardering rekenen van de bezoekers. Het goede weer bij beide evenementen zal daarin hebben geholpen, maar ook los daarvan waren bezoekers enthousiast over beide evenementen.

De Tour de France Femmes en het EK Beachvolleybal waren daarbij evenementen met een heel eigen karakter. Het EK Beachvolleybal trok een kleiner publiek van vooral (jeugdige) sportliefhebbers. De Tour de France Femmes trok, mede door zijn openbare karakter, toeschouwers uit meer geledingen van de bevolking, ook onder de niet-sporters. De Tour de France Femmes was daarmee iets meer een publieksevenement dan het EK Beach. Meer inwoners van Den Haag waren ook bekend met de Tour de France Femmes dan met het EK Beach. De uitgebreide 'citydressing', waarbij met vlaggen en borden in het aansprekende geel de route van de Tour de France Femmes was gemarkeerd, heeft daarin een belangrijke rol gespeeld.

Mede door het goede verloop van beide evenementen is er brede steun voor het organiseren van topsportevenementen in de stad. Die steun is er onder vrijwel alle geledingen van de bevolking. De steun is er wat minder onder niet-sporters, maar ook onder die groep steunt iets minder de helft het organiseren van topsportevenementen in de stad (sporters tweederde). Tweederde van de inwoners is het ook eens met de stelling dat topsportevenementen goed zijn voor het imago van Den Haag als topsportstad aan zee.

Inzake de de TeamNL Sport Experience haakte de stad aan bij een landelijk initiatief om rond topsportevenementen met behulp van side events meer mensen enthousiast te maken voor sport. In Den Haag leidde dat tot twee reeksen van side-events: de TNLSE-stad, waar gedurende de zomer op tien doordeweekse middagen op zeven locaties sportinstuiven plaatsvonden; en de TNLSE-strand, dat op de vijf dagen voorafgaand aan het EK Beachvolleybal plaatsvond op en rond het beach stadion. Daaromheen vonden meerdere kleinere (eendaagse) evenementen, waaronder bijvoorbeeld het '100 velden toernooi' (maar ook een wielers-clinic met Leontien van Moorsel, een tour langs vier middelbare scholen, en een tentoonstelling van Haagse wielers-coryfeeën).

Ook de TeamNL Sport Experience mocht op brede waardering rekenen, in dit geval van de kinderen die bij die gelegenheden mochten deelnemen aan een breed pallet van sport en spelactiviteiten. De kinderen, veelal van de lagere schoolleeftijd, waren vrijwel unaniem in hun beoordeling en gaven het evenement hoge rapportcijfers, de stadsversie nog wat hoger dan de strandversie. Op de playgrounds en aan het strand waren louter lachende gezichten te zien van druk bewegende kinderen die zich duidelijk aan het vermaken waren. Het goede weer op bijna alle dagen heeft ook hier zeker geholpen, maar het afwisselende aanbod van uiteenlopende sport en spelactiviteiten in een veilige en stimulerende omgeving was daarin een cruciale factor.

Topsport- en side events zijn daarbij beide op hun eigen wijze van betekenis geweest voor de stad, op drie verschillende manieren. De eerste manier waarop de sportevenementen van betekenis waren voor de stad, heeft betrekking op het onderlinge contact tussen burgers. Zowel de Tour de France Femmes als het EK Beachvolleybal, maar ook het 100 velden toernooi, waren gelegenheden voor burgers om op een prettige wijze samen te komen, met vrienden en familie. Het bezoek aan het evenement versterkte de onderlinge banden. In iets mindere mate zorgde het bezoek aan de evenementen er ook voor dat men andere mensen sprak. Dat waren doorgaans kortstondige contacten die wellicht niet per se tot nieuwe vriendschappen leidden, maar die wel ertoe bijdroegen dat men zich even deel voelde uitmaken van een groter geheel van Hagenezen en Hagenaren die samen genoten van een mooie (mid)dag in hun stad. Het feit dat dergelijke topsportevenementen zich afspeelden in hun stad, deed zichtbaar wat met de betrokken mensen, en maakte dat men zich even trots voelde op hun stad. Zeker gold ook dat ook voor de stadsdelen Loosduinen en Escamp, waar het aandeel bezoekers van de Tour de France Femmes tweemaal zo hoog lag als het gemiddelde (en ook in Laak was het bezoek bovengemiddeld).

Een tweede wijze waarop de evenementen van deze zomer van betekenis waren, was de impact die ze hadden op de beoefenaren van de sporten zelf, met name bij het EK beachvolleybal en het '100 velden toernooi'. Voor beide evenementen gold dat het evenement ertoe leidde dat de bezoekers en/of beoefenaren zich gesterkt, bevestigd voelden, in het beoefenen van hun sport. Het samen kijken, beleven en in het geval van het 100 velden toernooi ook beoefenen van hun favoriete sport, vergrootte de band die ze al hadden met hun sport en met collega-beoefenaren. Men realiseerde zich iets meer hoe belangrijk de sport voor hen was, en ervaarde dat men deel uitmaakte van een 'beachvolleybal community'. Nieuwkomers in de sport hadden beter begrip gekregen van het spelletje of hadden zich er meer in bekwaam. De evenementen hebben daarmee bijgedragen aan begrip en waardering voor de beachvolleybal-sport, en daarmee aan het gaan en blijven beoefenen van de sport. Beoefenaren van de sport werden gesterkt in het opnemen van de sport in hun levensverhaal en identiteit.

Ten derde, en tot slot, kunnen sportevenementen van betekenis zijn in het aanzetten tot sportdeelname. De evenementen van de Haagse sportzomer geven daar in enige mate blijk van. Driekwart van de bevroegde kinderen van de TNLSE geeft aan een van de beoefende sporten graag nogmaals te willen gaan doen. In welke mate dat ook daadwerkelijk is gebeurd, viel buiten de scope van dit onderzoek. Enige terughoudendheid in deze is op zijn plaats. In de woorden van de schrijver Willem Elsschot: 'Tussen daad en droom staan wetten in de weg, en praktische bezwaren'<sup>18</sup>. Met die wetten zal het allicht meevallen, maar praktische bezwaren om te starten met sporten zijn er voldoende. Veel van de ondervraagde kinderen zaten ook al op een sport.

Van de Haagse sportevenementen mag dan ook niet verwacht worden dat de sportdeelname in de stad er direct drastisch door wordt verhoogd. Eerder ligt die betekenis in het (kortstondig) enthousiasmeren en inspireren van deelnemers en bezoekers voor sport. Dat effect deed zich voor bij de deelnemers aan de Team NL Sport Experience en bij de rondgang langs vier middelbare scholen (een van de side events). Bij het 100 velden toernooi, de Tour de France Femmes en het EK beachvolleybal zagen we ook dat het effect was dat mensen enthousiast werden over sport, al waren dat vaker mensen die al aan sport deden. Wat dat effect doet voor het gaan of blijven deelnemen aan sport, is lastig te bepalen. Of mensen gaan of blijven deelnemen aan sport wordt vooral ook bepaald door andere factoren<sup>19</sup>, en door talloze vergelijkbare prikkels en stimulansen. Al die prikkels op een rij kunnen betekenen dat mensen uiteindelijk de stap zetten om te gaan of te blijven sporten. De Haagse sportevenementen van 2024 vormden een zo'n positieve prikkel, en zijn in dat opzicht geslaagd te noemen.

De kracht van die prikkel hangt daarbij mede af van het bereik ervan: van het aantal mensen dat wordt bereikt, en van de achtergrond van de betreffenden. De stad heeft er bewust voor gekozen om de Tour de France Femmes door Den Haag Zuid West te laten gaan, en bij de Team NL Sport Experience stad, te focussen op stadsdelen met een lage sportdeelname. Dat siert de stad en was een goede en terechte keuze. Er was trots en grote belangstelling voor bijvoorbeeld de Tour de France Femmes in de betreffende wijken.

Kanttekening daarbij is dat er bij de TeamNL Sport Experience relatief veel in gang moest worden gezet om een betrekkelijk kleine groep kinderen te bereiken. Het aantal betrokken sportverenigingen viel verhoudingsgewijs tegen, ondanks de interesse in het evenement. De korte voorbereidingstijd speelde de organisatie en de verenigingen daarin parten. Voor toekomstige TeamNL Sport Experiences verdient het aanbeveling om het evenement meer in te bedden in doorlopende / terugkerende programma's. Zo zijn gemeente en partners beter voorbereid als zich in een Olympisch jaar een uitgelezen kans voordoet om de kracht van sport optimaal te benutten.

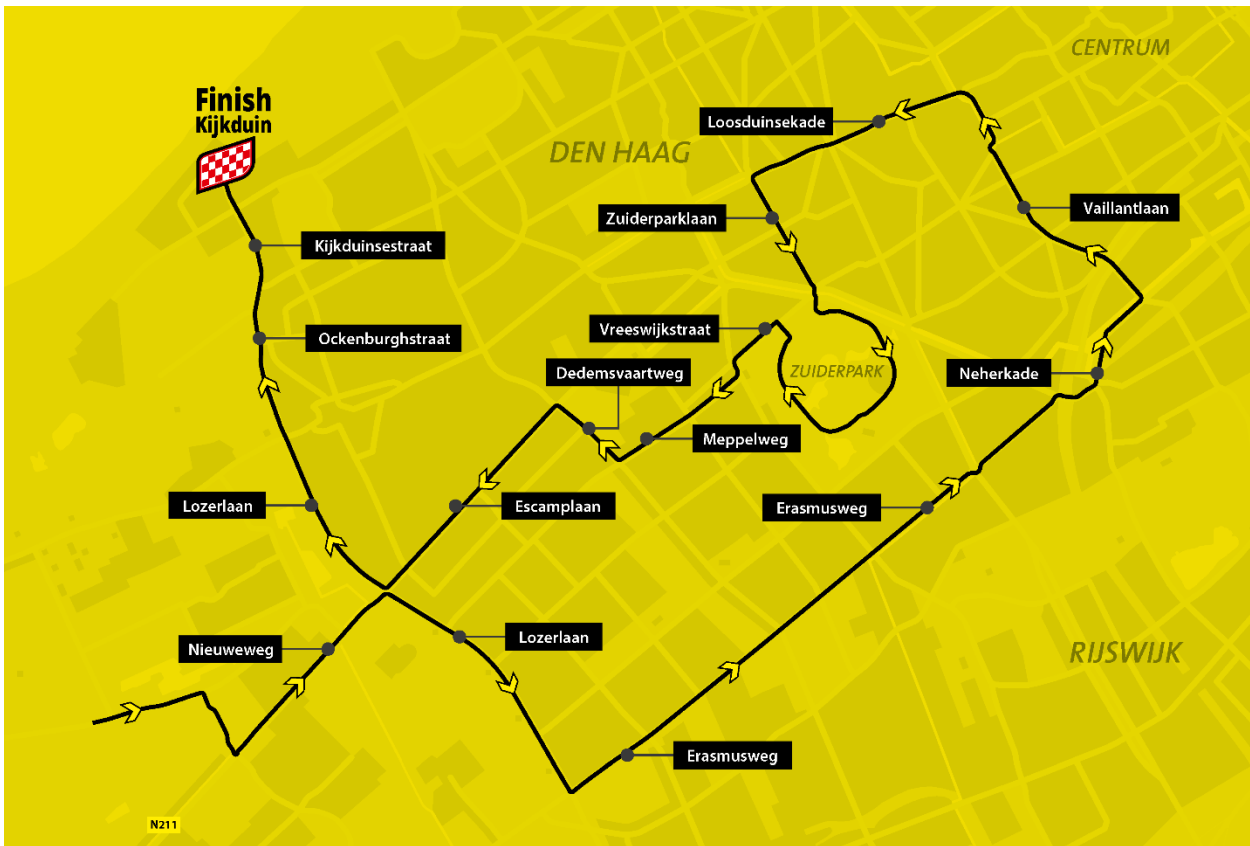
---

<sup>18</sup> Uit het gedicht 'Het huwelijk' (1910), voor het eerst uitgegeven door Joh. Enschede & Zonen (Haarlem) in de bundel *Verzen van vroeger* (1934).

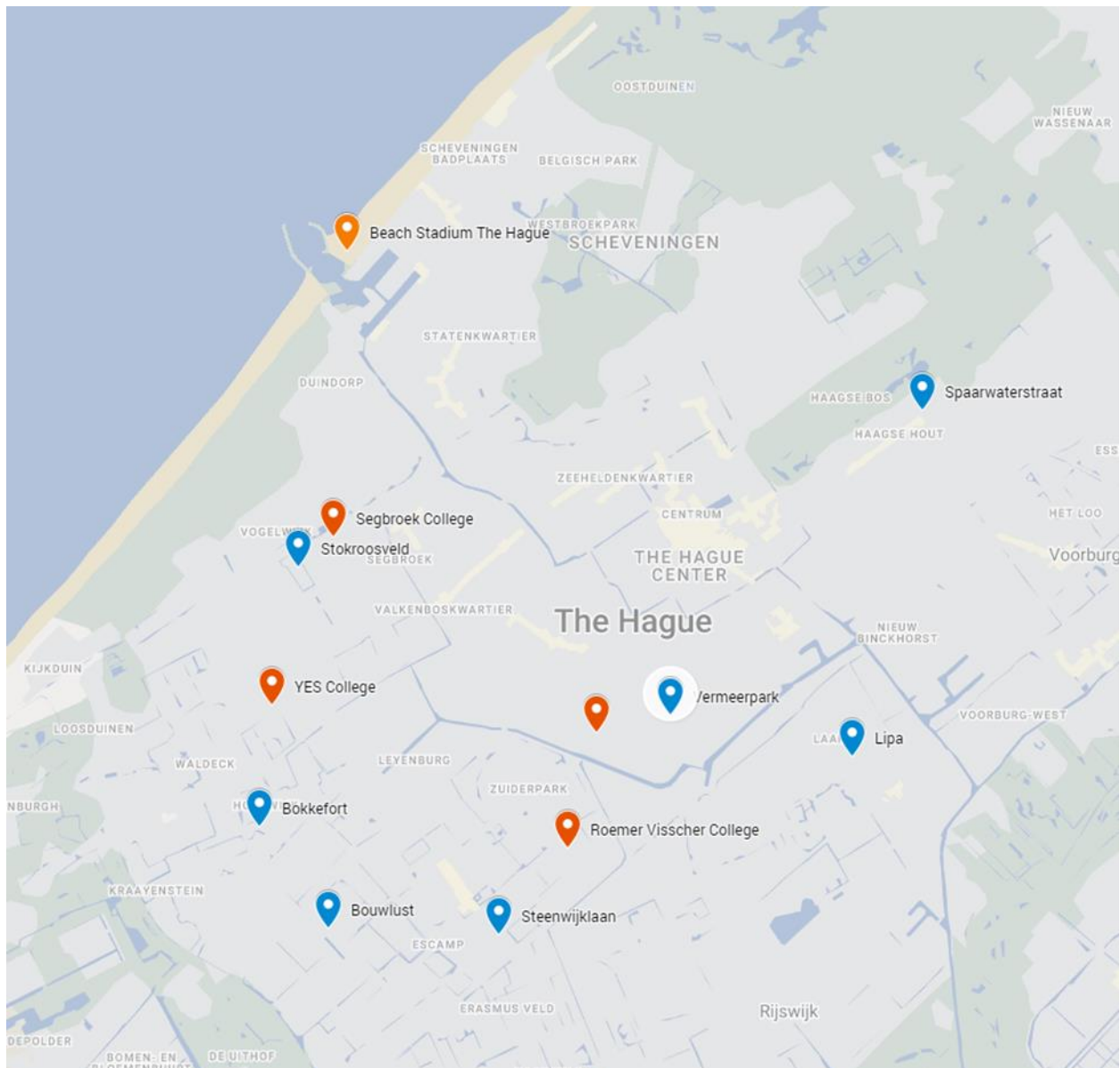
<sup>19</sup> Zoals: vroege jeugdervaringen, motorische vaardigheden, zelfvertrouwen en ervaren plezier; kwaliteit en kwantiteit van het lokale sportaanbod; fysieke gesteldheid; beschikbare energie (tijd, vrijwaring van zorgen) en financiële middelen; alsmede het netwerk waarin men verkeert (stimulansen van vrienden). Zie verder hierover: Dool, R. van den, Breul, W. van den, & Pulles, I. (2023). *Verklaring verschil sportdeelname naar opleiding: inventarisatie van mogelijke verklaringen*. Utrecht: Mulier Instituut.

<https://www.mulierinstituut.nl/publicaties/27265/verklaring-verschil-sportdeelname-naar-opleiding/>

## Bijlage 1 : Route Tour de France Femmes



## Bijlage 2: Locaties TNLSE Stad, TNLE Strand en Scholenprogramma



Legenda: De blauwe locaties zijn de zeven TeamNL Sport Experience stad locaties (zie paragraaf 4.2). De oranje marker is het beachvolleybalstadion in Scheveningen. Direct naast dit stadion vond de TeamNL Sport Experience strand plaats (paragraaf 4.3). De rode markers geven de locaties van de scholen van het scholenprogramma weer (zie paragraaf 5.2; bij één van de vier markers staat geen naam, dit is praktijkschool De Einder).

## Bijlage 3: Rapport Team NL Sport Experience

**TeamNL** | Powered by  
**Sport Experience** Rabobank

### RAPPORT

Ik vond de Team NL Sport Experience vandaag:



De Team NL Sport Experience krijgt van mij een:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Het leukste vond ik: .....

Ik ben een jongen / meisje



Ik ben ..... jaar oud

## Bijlage 4: Meningen over topsportevenementen in Den Haag

Tabel 1: Gevoelens van bewoners over topsport (N=2398)

	Steun	Trots	Imago
<b>Geslacht</b>			
Man	66%	59%	66%
Vrouw	61%	58%	62%
<b>Leeftijd</b>			
16-29 jaar	84%	76%	76%
30-39	78%	66%	73%
40-49	73%	63%	69%
50-59	65%	57%	60%
60-69	63%	60%	64%
70+	56%	54%	64%
<b>Opleiding</b>			
Laag	61%	62%	64%
Middel	60%	61%	65%
Hoog	65%	56%	64%
<b>Stadsdeel</b>			
Loo	67%	63%	71%
Esc	65%	66%	69%
Seg	64%	55%	64%
Sch	66%	60%	61%
Cen	58%	52%	59%
Laa	65%	59%	70%
HH	60%	54%	61%
L/Y	65%	60%	67%
<b>Sportgedrag</b>			
Meermaals p/w	68%	62%	67%
Ongeveer 1x p/w	68%	60%	67%
Ongeveer 1-3x p/m	67%	60%	64%
Minder vaak	71%	68%	67%
Nooit	47%	46%	56%
<b>Bezoek</b>			
Tour	79%	75%	82%
EK	93%	87%	78%
Geen Bezoek	59%	53%	59%
<b>Totaal</b>	<b>63%</b>	<b>58%</b>	<b>64%</b>

Bron: Stadspanel Den Haag