

# Stadsspelen 2023 - Sportaanbieders



**Auteur**

Sjoerd Dreteler, Koen Breedveld

**Afdeling**

Lectoraat Impact of Sport

**Datum**

15-12-2023

**Type project**

Onderzoeksrapport Stadsspelen 2023 - Sportaanbieders



# Inhoudsopgave

<b>1.</b>	<b>Inleiding</b> .....	<b>5</b>
<b>2.</b>	<b>Resultaten</b> .....	<b>7</b>
2.1.	Algemene tevredenheid .....	7
	Locatie, sfeer, opkomst .....	7
	Indeling van het terrein .....	9
	Organisatie gedurende de Stadsspelen .....	9
2.2.	Behalen doelstellingen .....	10
	Doelstelling Stadsspelen .....	10
	Doelstelling van aanbieders .....	11
2.3.	Contact tussen organisatie en sportorganisatie .....	12
	Aansluiten bij de wensen .....	12
	Contactmomenten en communicatietools .....	13
	App 14	
2.4.	Eindoordeel .....	14
	Rapportcijfer en herhaalbaarheid .....	14
	Tips en overig .....	15
<b>3.</b>	<b>Conclusie en aanbevelingen</b> .....	<b>17</b>
	Conclusie.....	17
	Aanbevelingen onderzoek.....	17
<b>4.</b>	<b>Bijlage 1: Tips individuele aanbieders</b> .....	<b>19</b>
	Algemeen .....	19
	Locatie en op de dag zelf .....	19
	Bezoekers en communicatie .....	19
	Aanbod 20	



# 1. Inleiding

Op 23 en 24 september 2023 vonden de Stadsspelen van Den Haag plaats. Dit jaarlijks festival heeft als doel om inwoners van Den Haag kennis te laten maken met verschillende sporten en beweegmogelijkheden in Den Haag. In samenwerking tussen de gemeente Den Haag en de Haagse Hogeschool zijn de Stadsspelen net als afgelopen jaren geëvalueerd. Op basis van de uitkomsten van dit rapport worden jaarlijks verbeteringen doorgevoerd om de Stadsspelen te optimaliseren en zo bij te dragen aan een sportiever en gezonder Den Haag.

Ook dit jaar zijn naast de bezoekers de aanbieders gevraagd wat zij van de Stadsspelen vonden. De vragenlijst die vorig jaar gebruikt is, is op advies van de Haagse Hogeschool op onderdelen aangescherpt. De vragenlijst/enquête is in de week na de Stadsspelen door de gemeente digitaal uitgestuurd naar alle aanwezige aanbieders. Daarna is er op 5 oktober een herinneringsmail gestuurd (eveneens door de gemeente). De data zijn geanalyseerd door onderzoekers vanuit het lectoraat Impact of Sport. In dit document vindt u de evaluatie, gebaseerd op de ingevulde enquêtes.





## 2. Resultaten

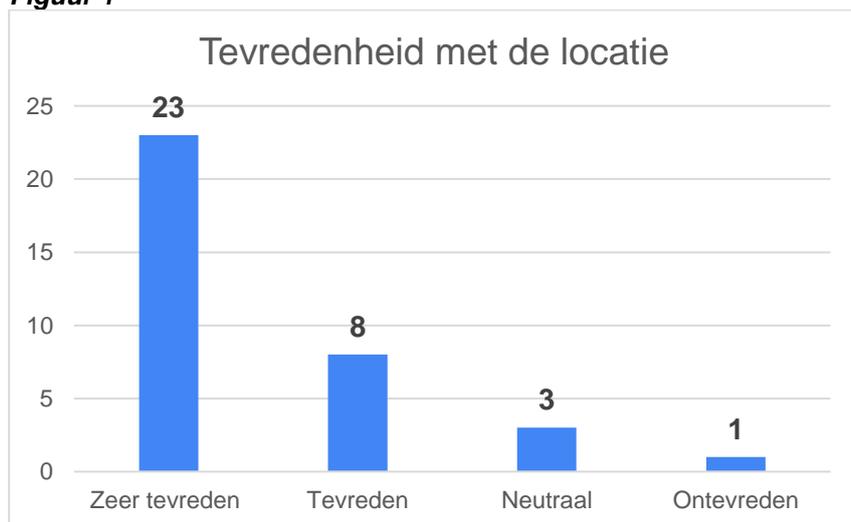
In dit hoofdstuk volgt een beschrijving van de resultaten. In totaal hebben 37 organisaties (de aanbieders van sport-en spelactiviteiten tijdens de Stadsspelen) een evaluatie ingevuld. Na inspectie van de resultaten bleek 1 antwoord dubbel te zijn doorgekomen. Daarnaast bleek 1 aanbieder alle vragen negatief in te hebben gevuld met een uitgebreide toelichting. Voor een zuivere analyse zijn beide antwoorden uit de analyse verwijderd, zodat er 35 ingevulde enquêtes resteerden. De antwoorden van de aanbieder met een negatieve ervaring komen in 2.4 aan de orde. Alle cijfers worden in exacte aantallen weergegeven, omdat het aantal deelnemers te klein is om dit in percentages representatief weer te geven.

### 2.1. Algemene tevredenheid

#### Locatie, sfeer, opkomst

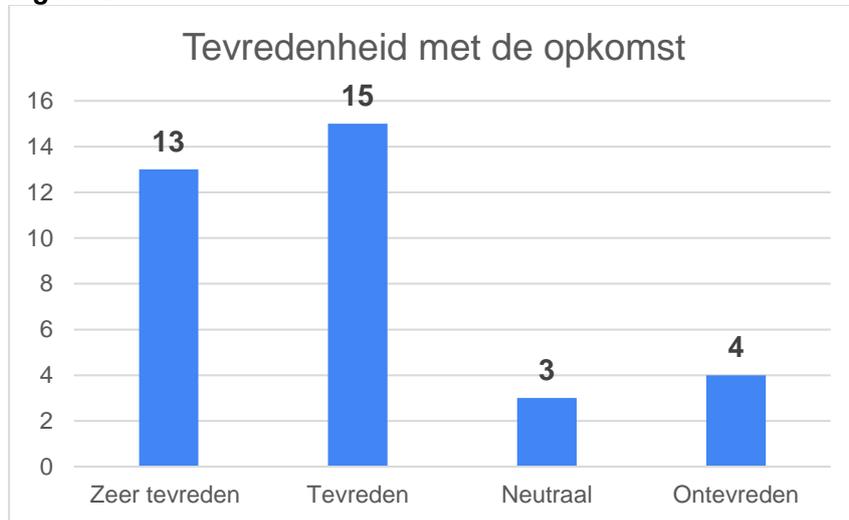
De aanbieders geven aan in het algemeen (zeer) tevreden te zijn over zaken als de locatie, de opkomst en de sfeer (figuren 1-3). De aanbieders zijn zeer tevreden met de locatie. Wel wordt aangegeven dat de parkeergelegenheden rondom het Zuiderpark een punt van aandacht vormen.

**Figuur 1**

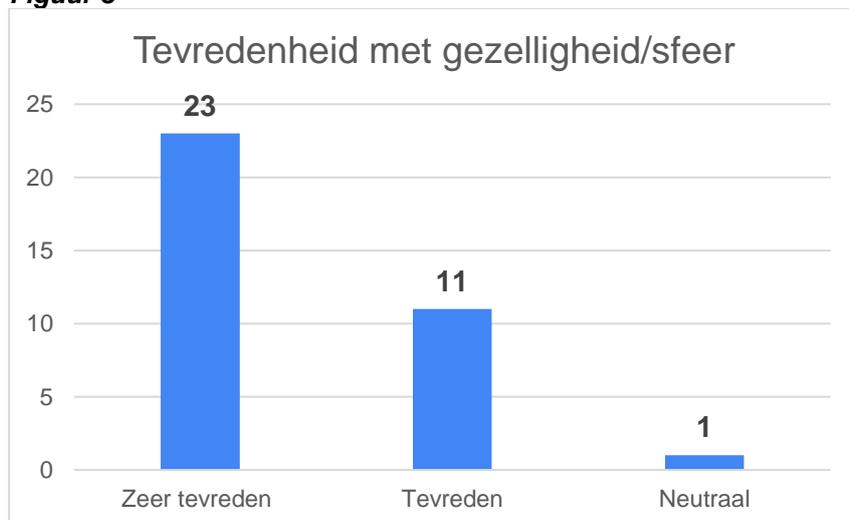


Ook over de opkomst en de sfeer zijn de meeste aanbieders tevreden. De aanbieders die minder tevreden waren, gaven in de open vraag aan dat dit voornamelijk met het weer op zaterdag te maken had.

**Figuur 2**



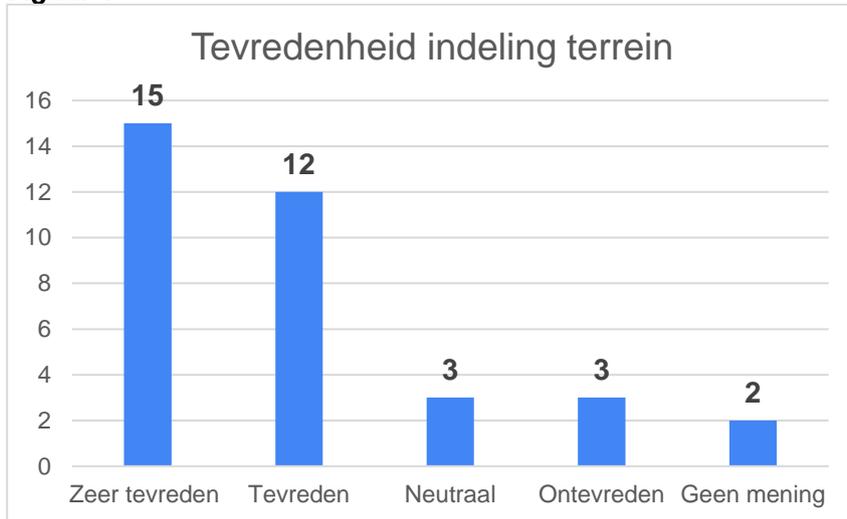
**Figuur 3**



### Indeling van het terrein

Over de indeling van het terrein waren de aanbieders iets minder eensgezind (figuur 4). Uit de resultaten blijkt dat een aantal aanbieders ontevreden was over het terrein, met name vanwege de omringende sporten. Zo gaven enkele aanbieders aan dat er teveel 'gevaarlijke' (bal) sporten om hen heen zaten. Een aanbieder stelde omringd te zijn door sporten met een andere doelgroep. Hierdoor bleek het lastig te zijn de eigen doelgroep te bereiken. Desalniettemin bleek nog steeds de meerderheid tevreden te zijn met de indeling van het terrein.

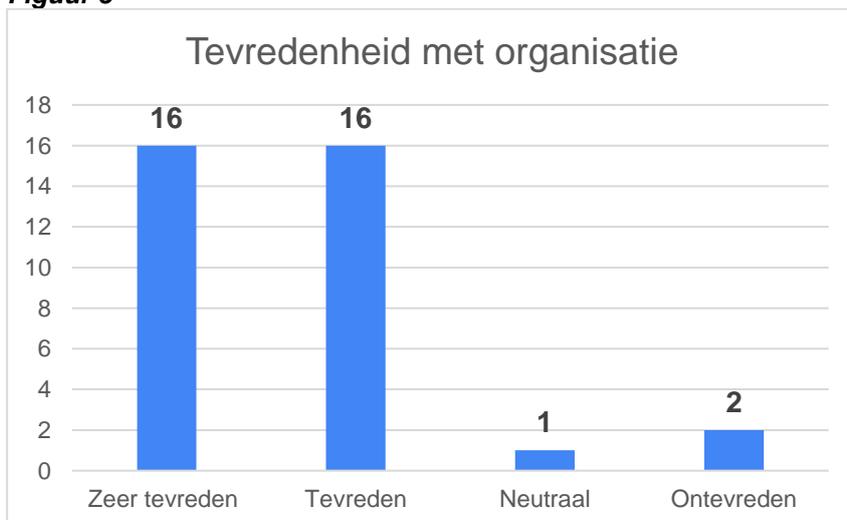
**Figuur 4**



### Organisatie gedurende de Stadsspelen

Als we kijken naar de tevredenheid met de organisatie tijdens de Stadsspelen, zien we dat de overgrote meerderheid van de sportorganisaties tevreden en zelfs zeer tevreden is (figuur 5.). Als we inzoomen op de twee sportorganisaties die ontevreden waren, had één van de organisaties het op prijs gesteld als er tenten waren geweest tegen de regen. De andere ontevreden sportorganisatie had het gevoel teveel verantwoordelijkheid te moeten dragen voor de sportactiviteiten van een andere vereniging, doordat er bij een andere vereniging niet genoeg aandacht, zorg en of begeleiding was voor de bezoekers. Dit heeft deze aanbieder als last ervaren.

**Figuur 5**



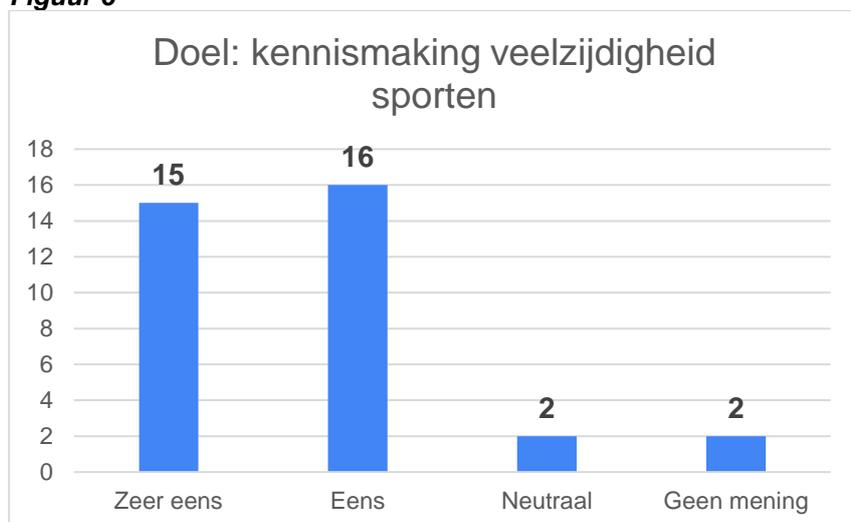
## 2.2. Behalen doelstellingen

### Doelstelling Stadsspelen

Twee van de doelstellingen van de Stadsspelen waren het laten kennismaken van de bezoekers met de veelzijdigheid aan sporten die Den Haag te bieden heeft, en het inspireren van de bezoekers om meer te bewegen en te sporten.

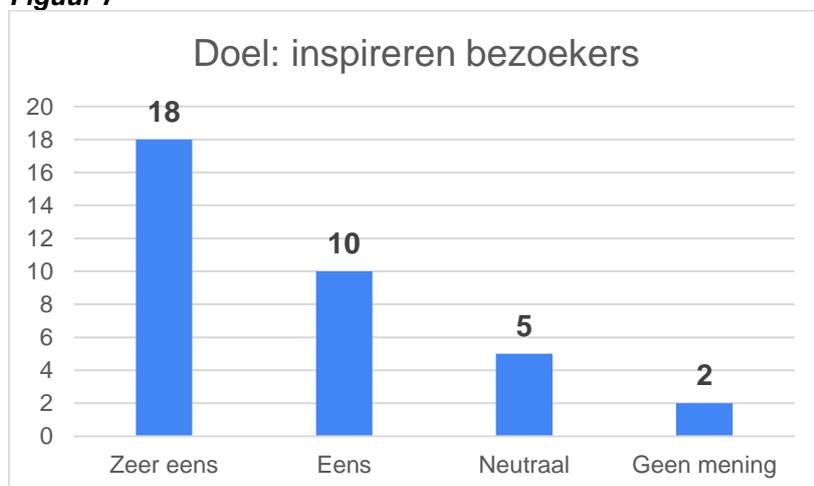
Wanneer we kijken naar de eerste doelstelling, het kennismaken met de veelzijdigheid van de sporten, blijkt dat het merendeel van de aanbieders van mening is dat dit doel geslaagd is (figuur 6). Uit de verdere evaluatie blijkt dat niet alle aanbieders een even goed zicht hebben gehad op het totale aanbod tijdens de Stadsspelen. Dit kan een verklaring vormen voor de grote hoeveelheid aanbieders die het 'eens' is met deze stelling, maar niet perse 'zeer eens'.

**Figuur 6**



Daarnaast is gevraagd in welke mate aanbieders het gevoel hebben gehad dat ze de bezoekers hebben kunnen inspireren (figuur 7). Anders dan bij de vorige stelling geeft hierbij wel de meerderheid van de aanbieders aan dat ze het hier 'zeer eens' mee zijn. Het relatief hoge aantal aanbieders dat hier 'neutraal' tegenover staat kan verklaard worden doordat een aantal aanbieders aangeven niet veel andere sporten te hebben gezien of het moeilijk vinden hier een inschatting van te maken, met name omdat zij druk waren met het begeleiden bij hun eigen sport.

**Figuur 7**

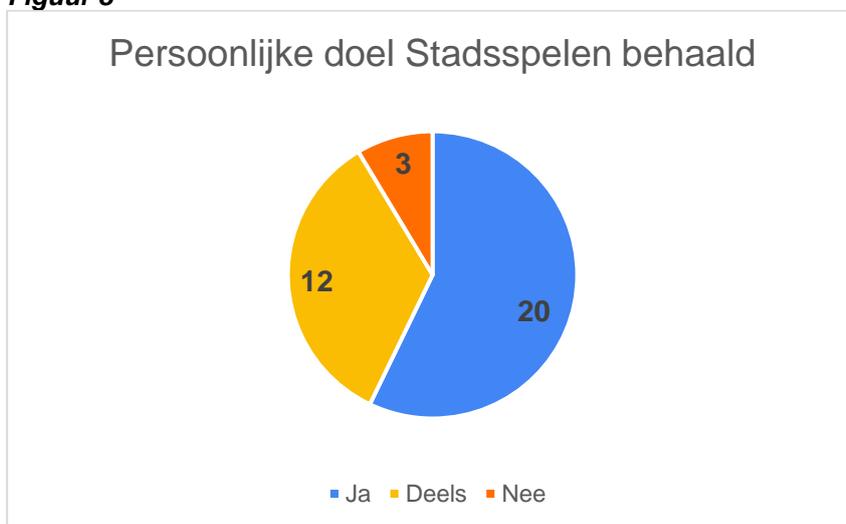


## Doelstelling van aanbieders

Naast de doelstellingen vanuit de organisatie is er ook gekeken naar de doelstellingen van de aanbieders. De meeste aanbieders geven aan dat zichtbaarheid creëren en het laten kennismaken van bezoekers met de sport hun belangrijkste doelen vormen. Daarnaast gaven een aantal aanbieders aan ook als doel te hebben om nieuwe leden te werven. Een aantal aanbieders gaf aan het belangrijk te vinden nieuwe contacten op te doen, zowel met bezoekers als met andere aanbieders.

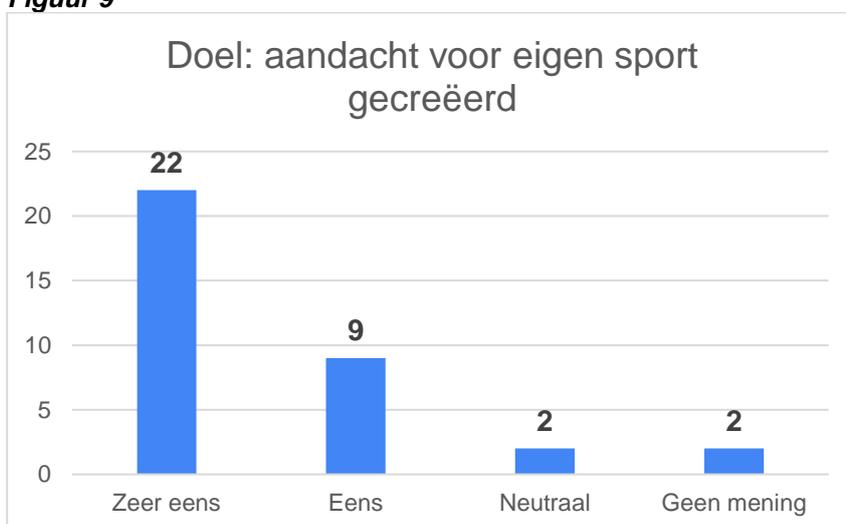
Van deze doelen geeft de overgrote meerderheid aan dat hun persoonlijke doel behaald is (figuur 8). Een derde van alle deelnemers, 12 van de 35, geeft aan dat het doel deels behaald is. Slechts 3 aanbieders geven aan dat zij hun doelstelling niet gehaald hebben. Als reden waarom een aantal aanbieders aangeeft het doel niet of deels te hebben behaald wordt veelal gewezen op tegenvallende deelnemers door het weer op zaterdag of de onzekerheid of de Stadsspelen daadwerkelijk tot meer aanmeldingen bij de aanbieder zal gaan leiden.

**Figuur 8**



Aanbieders is ook gevraagd of ze aandacht voor de eigen sport hebben kunnen creëren (figuur 9). Daarbij geeft wederom een ruime meerderheid aan het hier 'zeer eens' mee te zijn. Een deel is het hier mee 'eens'. Geen van de aanbieders was het 'oneens' met deze stelling.

**Figuur 9**

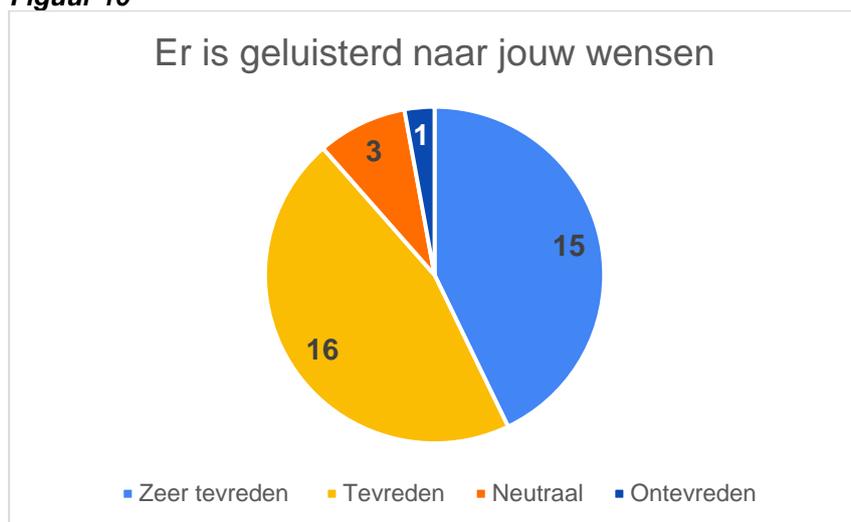


## 2.3. Contact tussen organisatie en sportorganisatie

### Aansluiten bij de wensen

Als we kijken naar de mate waarin de Stadsspelen aansluiten bij de wensen van de aanbieders, zien we dat de meeste aanbieders hier 'zeer tevreden' of 'tevreden' over zijn (figuur 10). Dit geeft aan dat de organisatie van de Stadsspelen goed heeft kunnen luisteren naar de behoeftes van de aanbieders. Daarbij geeft één van de aanbieders aan dat het duidelijker zou zijn als er 1 aanspreekpunt is vanuit de organisatie. Nu werden met verschillende mensen verschillende afspraken gemaakt en dit gaf ruis, aldus de aanbieder.

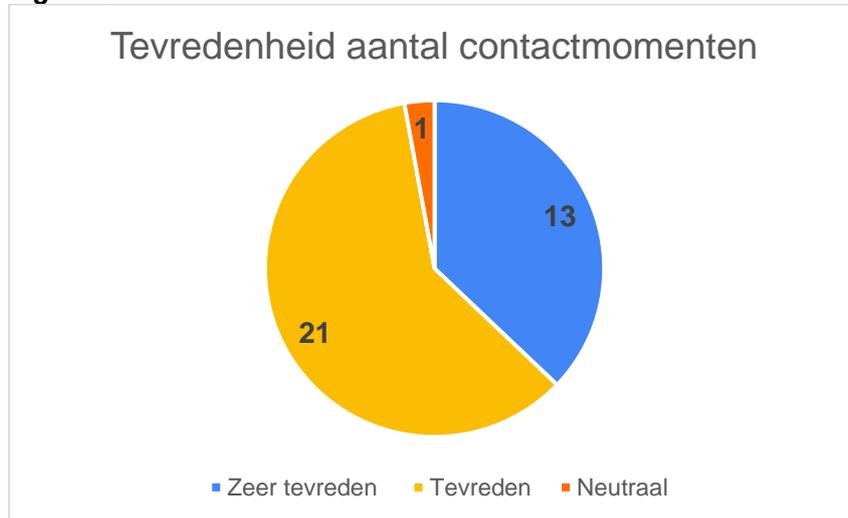
**Figuur 10**



### Contactmomenten en communicatietools

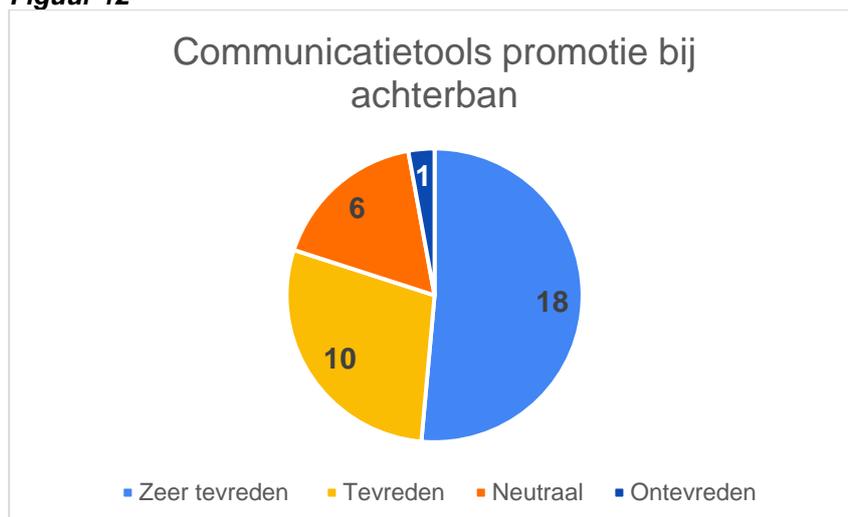
Het aantal contactmomenten tussen de organisatie en de aanbieders blijkt positief te zijn ervaren (figuur 11). Van alle deelnemers aan het onderzoek geeft slechts 1 aanbieder aan hier 'neutraal' in te zijn. De meeste aanbieders zijn tevreden, een iets kleiner aantal is zeer tevreden.

**Figuur 11**



Wanneer we kijken naar de beschikbare communicatietools die aanbieders hebben ontvangen om hun achterban te bereiken, zien we ook positieve resultaten (figuur 12). Meer dan driekwart van de aanbieders bleek tevreden of zeer tevreden. Uit de resultaten bleek één aanbieder ontevreden te zijn. Deze aanbieder geeft aan dat er teveel ambtelijke taal in de communicatie heeft gezeten. Dit zou meegenomen kunnen worden voor volgend jaar.

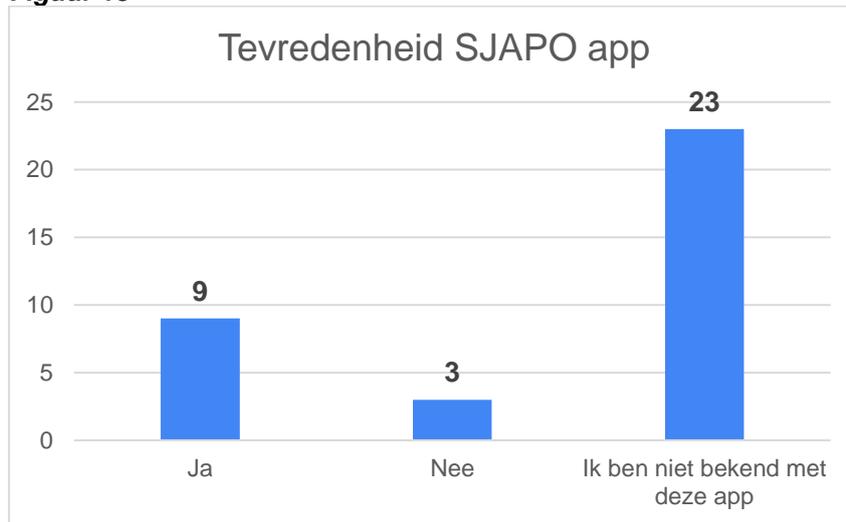
**Figuur 12**



## App

De kortingsacties (vervolgaanbod) zijn zichtbaar gemaakt via de app SJAPO Stadsspelen. Uit de data blijkt dat verreweg de meeste aanbieders niet op de hoogte waren van deze app (figuur 13). Uit nadere inspectie van de data blijkt dat aanbieders aangeven dat de app te weinig zichtbaar was tijdens de Stadsspelen, en dat er geen gebruik van werd gemaakt door de deelnemers aan de Stadsspelen of de aanbieder. Dit alles kan verklaard worden doordat de app pas kort voor de Stadsspelen gelanceerd is. Daardoor was weinig tijd de aanbieders mee te nemen in de mogelijkheden van de app. Er zou meer reclame voor gemaakt moeten worden zodat de app zichtbaarder wordt en meer gebruikt gaat worden.

**Figuur 13**

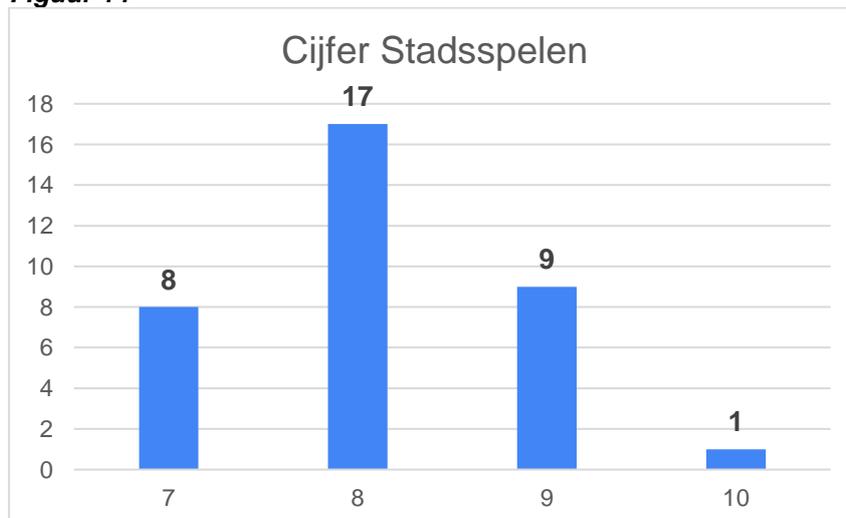


## 2.4. Eindoordeel

### Rapportcijfer en herhaalbaarheid

Al met al hebben de aanbieders de Stadsspelen positief ervaren. De aanbieders geven de Stadsspelen gemiddeld een 8,1. Alle 35 aanbieders vinden de Stadsspelen voor herhaling vatbaar.

**Figuur 14**



## Tips en overig

Wanneer we de tips van de aanbieders bekijken, zien we grote diversiteit in tips. Uit de antwoorden blijkt dat de aanbieders zelf ook divers zijn en er soms enig maatwerk nodig is. Een volledig overzicht van alle tips is te vinden in bijlage 1.

Uit de data bleek dat één aanbieder ontevreden was. Deze aanbieder gaf aan dat er veel mis is gegaan, en dit verder graag persoonlijk te bespreken. Inhoudelijk geeft deze aanbieder geen feedback in de enquête. Inmiddels heeft er een gesprek plaatsgevonden tussen de aanbieder en de organisatie. De feedback hieruit wordt meegenomen voor volgend jaar.

Desalniettemin zaten er in de overige opmerkingen voornamelijk complimenten. De aanbieders waren tevreden met de Stadsspelen, en prezen ook de organisatie wanneer zich een probleem voordeed.

*“Het hoogtepunt dit jaar was zonder twijfel de vele verbeteringen. En dat is uiteindelijk het belangrijkste - er is altijd ruimte voor verbetering. Mijn felicitaties aan het team voor hun harde werk.”*





### 3. Conclusie en aanbevelingen

#### Conclusie

De Stadsspelen 2023 waren ook voor de aanbieders een succes. Als je kijkt naar de verwachting en het behalen van de doelen, zie je dat de Stadsspelen goed aansluiten bij de behoeftes van de aanbieders. Een kleine opsomming van de belangrijkste resultaten:

- 34 van de 35 aanbieders waren tevreden met de sfeer en de gezelligheid’;
- 32 van de 35 aanbieders waren tevreden of zeer tevreden met de organisatie’;
- De meerderheid van alle aanbieders geeft aan dat zijn of haar persoonlijke doelen zijn behaald;
- Bijna alle aanbieders geven aan aandacht voor hun eigen sport te hebben kunnen creëren;
- De aanbieders geven de Stadsspelen gemiddeld een 8.1;
- Alle aanbieders geven aan dat de Stadsspelen voor herhaling vatbaar zijn.

Als er al aandachtspunten kunnen worden genoemd, dan liggen die op het terrein van de opkomst en de indeling van het terrein. Bij het eerste punt (opkomst) speelde het mindere weer op de zaterdag een rol. Desalniettemin kan gekeken worden hoe de opkomst verder kan worden vergroot (zie ook het rapport over de deelnemers). Wat betreft de indeling van het terrein zal het een zoeken blijven tussen het aanbieden van zoveel mogelijk sporten, en het ruimte bieden aan iedere sport.

Ten aanzien van de contacten met de organisatie zijn er weliswaar geen ontevreden aanbieders, maar zijn er ook relatief weinig heel tevreden aanbieders. Klaarblijkelijk valt hier nog enige winst te behalen.

Enige echte punt van aandacht in deze evaluatie vormt de Sjapo-pas. De meeste aanbieders bleken daar niet mee bekend, maar hadden ook de indruk dat de app ook door de deelnemers niet werd gebruikt.

Tot slot verdient nog als aanbeveling om te zorgen voor een centraal aanspreekpunt voor klachten (ref. de uitgebreide klacht / negatieve reactie van een van de deelnemers).

#### Aanbevelingen onderzoek

Wat betreft de evaluatie zelf zien we ruimte voor verbetering. Er kan winst worden geboekt door al vooraf in gesprek te gaan met de aanbieders over hun verwachtingen en doelstellingen. Daardoor kan op de dag zelf gerichter geobserveerd worden of de verwachtingen en doelstellingen van de aanbieders ook gerealiseerd worden. Zo zou er eventueel gedurende het event al bijgestuurd kunnen worden. Daarnaast zouden achteraf ook enkele interviews afgenomen kunnen worden, om zo meer verdieping aan te brengen in de evaluatie. Hierdoor kunnen de Stadsspelen zich blijvend ontwikkelen.

Tot slot blijkt uit de antwoorden dat het voor de aanbieders moeilijk is op alle vragen een onderbouwd antwoord te geven. Zo hebben niet alle aanbieders even veel zicht op wat zich allemaal afspeelt gedurende de Stadsspelen. Hierdoor kunnen zij moeilijk een inschatting maken, bijvoorbeeld over de opkomst of de veelzijdigheid van het aantal sporten.



## 4. Bijlage 1: Tips individuele aanbieders

### Algemeen

- Ik had het idee dat de aanbieders niet echt profiteren van de stadsspelen als het gaat om aantrekken van nieuwe leden. En, dat het meer een moment is voor de bewoners in de wijk, dat men kennis kan maken met allerlei sportactiviteiten. Misschien dat daar iets meer aandacht aan besteed kan worden.
- Een blokkenschema met overzicht van wat, wanneer, waar te doen is, is handig. Gewoon iets dat als pdf toegevoegd kan worden in een mail. Zeker mensen met beperking zijn niet altijd handig met apps en Facebook etc. en/of de omgang met de telefoon is fysiek niet altijd mogelijk.
- Een actief plan B voor heel slecht weer. Zo jammer van alles buiten op zaterdag."
- Overweeg ook om de datum van het evenement te verschuiven naar voor of na de zomerperiode
- Voor de kleine ondernemer een opstart geven zodat ze die dag toch niet diep in de min raken
- Er werden in de ochtend veel geluidboxen in de Beachhal geïnstalleerd Ik heb er alleen nooit geluid uit horen komen.
- Zou graag buurtsportcoaches op het terrein hebben om mensen letterlijk naar sportactiviteiten te begeleiden. Hier loopt de doelgroep die een duwtje nodig heeft
- "Liever eerder in het jaar, het seizoen is allang begonnen. Dat is niet logisch voor ledenwerving.
- Ik zou de ondernemers ook vragen wat zij willen mee laten denken

### Locatie en op de dag zelf

- Regel voortaan parkeerplaatsen op een apart terrein.
- Sporten die niet opkomen dagen gelijk schrappen (zoals hockey in de balspelen zaal).
- Veiligheid verbeteren in de zalen (rondvliegende ballen).
- Iets eerder duidelijk waar je precies staat op het evenement.
- Wat extra banken of lage hekjes regelen om de ballen tussen de velden tegen te houden zou handig zijn
- Voor wat ons betreft het kan het beste zijn om onze normale parkrun op zaterdag om 9u niet te organiseren vanwege verkeersveiligheidsproblemen, tenzij deze kunnen worden opgelost.
- Misschien de tweede podia voor workshop meer zichtbaar is? Bijvoorbeeld binnen maar rond de cafetaria area of bij de balie in de buurt. Niet afgelegen.
- Betere communicatie over aanrijdroute, in communicatie vooraf OP benoemen, materiaal afleveren op de plek waar het gebruikt gaat worden
- Voor onze activiteiten zou gebruik accommodatie atletiekbaan van Sparta een betere optie zijn voor onze activiteiten. wel goed en duidelijk aangeven welke activiteiten daar plaatsvinden. Misschien ook een mooie locatie voor de Frame Runners.
- In de voorbereiding was er afgesproken dat de Volleybalbus (vol met volleybal gerelateerde activiteiten) aanwezig was. Deze kwam echter pas rond 12.30 uur en zette niet alle activiteiten neer die hij vanuit die bus kon bieden. In die bus zitten ook verschillende springkussens. Het idee was dat dat een eye-catcher was voor de beachsporthal. Dat was het voor volgens mij nu niet.

### Bezoekers en communicatie

- Kies doelgroep kinderen en communiceer dit.
- Het allerbelangrijkste is absoluut de marketingstrategie op alle media en de focus op impactvolle campagnes op sociale media, die minstens drie maanden vóór het evenement moeten beginnen om effectief te zijn. Combineer dit met extra activiteiten, zoals een specifiek evenement in Zuiderpark, een uitdaging, een wandeling of iets wat meer bezoekers aantrekt
- Het evenement wordt groots opgezet, met een overdaad aan banners, beachflags en zelfs bussen. Maar het bereiken van de juiste doelgroep (bijvoorbeeld in krachtwijken) kan naar onze mening beter.
- "Ik merkte tijdens het evenement dat veel jonge gezinnen met kinderen tussen de 1-5 jaar binnen aanwezig waren. Deze kon ik niet zoveel bieden. Misschien volgend jaar een gymzaal vol activiteiten voor deze doelgroep?
- Wellicht een actieve na-campagne om het publiek te attenderen en/of te porren om door te zetten en actie te ondernemen richting de organisaties die zich hebben ingespannen om de

dag/weekend tot een succes te maken. Met allermist opgeven voor de proeflessen. Wij kunnen allen nieuwe leden gebruiken

- We hadden graag de wat oudere kinderen meer op het evenement willen hebben, maar ik begrijp dat dat lastig is.

### Aanbod

- Nog gezondere catering/foodtrucks
- Naast sport/beweging ook meer nadruk leggen op een gezonde leefstijl in het algemeen (bijvoorbeeld een grootschaligere spel activiteit waarin een gezonde leefstijl wordt uitgelicht of een kookworkshop)
- Ik miste volleybal en padel.
- Er was veel te doen de hele weekend door die buiten de programma zat. Geef meer aandacht in de promotie over die gewone aanbiedingen.
- Het toevoegen van live muziek op zondagavond, zodat mensen kunnen dansen en van het einde van het weekend kunnen genieten, zou een geweldig idee zijn.

