

# DAM TOT DAMLOOP

ECONOMISCHE EN MAATSCHAPPELIJKE WAARDE

Michiel de Nooij  
Peter Horselenberg



DAM TOT DAMLOOP  
Economische en maatschappelijke waarde





**Hogeschool van Amsterdam**

# DAM TOT DAMLOOP

Economische en maatschappelijke waarde

**Michiel de Nooij**  
**Peter Horsselenberg**

30 oktober 2014

# COLOFON

Dit project is tot stand gekomen vanuit de kenniskring Sport en Economie. Deze kenniskring was onderdeel van het lectoraat Amsterdamse Kenniseconomie van het Centre for Applied Research on Economics & Management (CAREM), het kenniscentrum van het domein Economie en Management van de Hogeschool van Amsterdam.

## **Contactpersoon en projectleiding:**

Dr. Michiel de Nooij.

info@michieldenooij.nl. 0619150224. [www.michieldenooij.nl](http://www.michieldenooij.nl)

## **Hogeschool van Amsterdam**

Domein Economie en Management / HES

Centre for Applied Research on Economics & Management

H.J.E. Wenckebachweg 144-148

1114 AD Amsterdam-Duivendrecht

<http://www.hva.nl/carem>

Omslagfoto: de Nationale Beeldbank / Richard Wareham Fotografie

ISBN: 9789059729476

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever, de auteurs en het lectoraat Amsterdamse Kenniseconomie van de Hogeschool van Amsterdam.

No part of this book may be reproduced in any form, by print, photoprint, microfilm or any other means without written permission by the Publisher and Authors.

# MANAGEMENT SAMENVATTING

## DE BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN ZIJN:

- De Dam tot damloop trekt 115.000 bezoekers die het evenement positief waarderen, net als het grootste deel van de Amsterdammers.
- De Dam tot damloop is goed voor economie en welvaart in Amsterdam en Zaanstad, Noord-Holland en goed voor de welvaart in Nederland (maar niet voor de Nederlandse economie) (zie tabel S1).
- Hoe groter de regio hoe kleiner de economische impact. Voor Nederland als geheel is de economische impact zelfs enigszins negatief.
- Voor de welvaartsbijdrage geldt juist een omgekeerd verband: hoe groter de regio waarvoor wordt gemeten hoe meer welvaart wordt gegenereerd door de Dam tot damloop.
- Het saldo van de maatschappelijke kosten en baten is voor Amsterdam en Zaanstad ruim driemaal zo groot als het saldo van de economische impact analyse. Voor Noord-Holland en voor Nederland wordt het verschil nog groter omdat het saldo van de MKBA toeneemt en dat van de EIA afneemt met de omvang van de regio.

TABEL S1 UITKOMST EIA EN MKBA

	<b>Amsterdam / Zaandam</b>	<b>Noord-Holland</b>	<b>Nederland</b>
saldo economische impact analyse	982.206	504.583	-82.980
saldo maatschappelijke kosten-batenanalyse	3.309.524	3.494.187	3.783.921

Noot: de uitgebreidere tabel staat in Hoofdstuk 6.

- Bestedingen zijn een belangrijk effect (al is de aanname van de multiplier hier essentieel). Al is er naast de positieve bestedingen van de bezoekers en lopers ook een negatieve impuls van de organisatie.
- Er zijn een aantal forse, zachte, niet-financiële effecten van de Dam tot damloop. De betalingsbereidheid als maat voor plezier en de citymarketingbaten van alle Amsterdammers voor de Dam tot damloop is een substantiële baat, net als de gezondheidswinst voor de lopers. Deze baten zijn belangrijker dan de additionele bestedingen bij de beoordeling van de aantrekkelijkheid van de Dam tot damloop.

- De studie laat zien dat de zachte, niet financiële waarden van een sportevenement belangrijker kunnen zijn dan harde financiële waarden. Voor Nederland is dit de eerste meting van diverse zachte waarden binnen de sport.

## PUBLIEK

115.000 bezoekers hebben naar de Dam tot damloop gekeken.

90,2 procent van de bezoekers ziet de Dam tot damloop als positief voor de gezelligheid in de stad en 88,7 procent vindt het goed dat de gemeenten Amsterdam en Zaanstad de Dam tot damloop mede mogelijk maken (88,7 procent). Dat de Dam tot damloop goed is voor het toerisme wordt door 70,4 procent onderschreven, en 63 procent denkt dat de Dam tot damloop niet tot overlast leidt. Driekwart van de bezoekers denkt dat de Dam tot damloop de deelnemers aanzet tot gezonder leven (74,5 procent) en bijna de helft denkt dat de Dam tot damloop ook positief is voor de eigen gezondheid.

In totaal geven bezoekers €2,7 miljoen uit, daarvan telt €1,5 miljoen als extra uitgaven voor Amsterdam en Zaanstad.

Maar het evenement heeft meer impact dan de extra uitgaven. Van 65,1 procent van de bezoekers zijn geen uitgaven meegeteld en meer dan de helft van de bezoekers (56,6 procent) is van plan volgend jaar weer te komen. Gemiddeld staat men een uur en drie kwartier langs het parcours, en reist men meer dan een uur. Dit gebleken plezier zit niet in de uitgaven die meetellen in de standaard economische impact analyse. Om dit plezier te waarderen is gevraagd naar de betalingsbereidheid van de bezoekers. Ruim 40 procent van de bezoekers wil bijdragen en hun gemiddelde bijdrage is €7,67. Totale waarde €364.000. Deze waarde lijkt eerder een onderschatting dan een overschatting.

## AMSTERDAMMERS

Amsterdammers staan in ruime meerderheid positief tegenover over de Dam tot damloop en het feit dat deze georganiseerd wordt. De stelling dat de Dam tot damloop tot overlast leidt wordt door een minderheid onderschreven. Ruim de helft vindt de Dam tot damloop goed voor de gezelligheid terwijl iets minder dan de helft denkt dat het ook goed is voor het toerisme. De gezondheidseffecten werden meer bij de deelnemers waargenomen dan bij de Amsterdammers zelf.

Men waardeert het evenement niet alleen, maar is eventueel ook bereid te betalen. Dit geldt voor 14,5 procent van de respondenten en in totaal weet 10,8 procent ook hoeveel ze willen betalen. Gemiddeld is deze betalingsbereidheid €15,16 per respondent die wil betalen en weet hoeveel. Per enquêteerde komt dit neer op €1,64 tot €2,19. De geëxtrapoleerde betalingsbereidheid voor Amsterdam als geheel ligt tussen €1,4 miljoen en €1,7 miljoen.

Zoals uit de stellingen bleek zorgt de Dam tot damloop ook voor overlast. 79 (18 procent) respondenten hebben overlast ervaren. Men heeft vooral last van wegversperringen, grote mensenmassa's en verstoringen in het openbaarvervoer. Gevolgd door geluidsoverlast en last van rommel op straat die sterk lijken samen te hangen met de grote mensenmassa. Het waarden van de overlast bleek niet mogelijk.

## ORGANISATIE

Per saldo heeft de organisatie sec een negatieve bestedingsimpuls in Amsterdam en Zaanstad (€903.747), Noord-Holland (€331.179) en Nederland als geheel (€82.900). De bestedingsimpuls voor Nederland als geheel is klein en betreft vooral de uitgaven aan buitenlandse atleten. De negatieve bestedingsimpuls is vooral voor Amsterdam en Zaanstad groot.

## DEELNEMERS

Aan de 10 Engelse Mijl hebben 36.757 lopers deelgenomen. Gemiddeld geven de hardlopers in aanloop naar en tijdens de Dam tot damloop €165 euro uit. Lopers van buiten Noord-Holland geven beduidend minder uit (€142) dan gemiddeld, en het gemiddeld in Zaanstad (€202) is juist opvallend boven gemiddeld. De grootste uitgavenposten zijn vooral nieuwe sportkleding (€102), hardlooptraining en ondersteuning (€14) en inschrijfkosten (€13). Samen geven alle lopers €6,1 miljoen euro uit. Echter veel van deze uitgaven zijn geen extra inkomsten voor Amsterdam en Zaanstad of de provincie Noord-Holland. Zo worden hardlooptkleding vooral in de woonplaats gekocht. De extra uitgaven in Amsterdam en Zaanstad zijn €358.488. De extra uitgaven in Noord-Holland zijn alleen afkomstig voor de lopers van buiten Noord-Holland en zijn €221.922. De extra uitgaven in Nederland als geheel zijn door het zo goed als afwezig zijn van buitenlanders verwaarloosbaar.

Voor 10,9 procent van de deelnemers is de opgegeven betalingsbereidheid lager dan de daadwerkelijk betaalde prijs. 19,7 procent van de deelnemers heeft een betalingsbereidheid die gelijk is aan de betaling. Voor de resterende 69,4 procent van de lopers geldt dat



de waardering hoger is dan de betaling. Over alle lopers gerekend is de gemiddelde betalingsbereidheid €16,06 positief. Dat wil zeggen dat de lopers het evenement gemiddeld €16 meer waard vinden dan ze betalen. Voor alle lopers 36.757 gezamenlijk is het consumenten surplus over het startbewijs daarmee €590.165.

De Dam tot damloop zet deelnemers aan om meer te gaan sporten en gezonder te gaan leven. Een voorlopige en voorzichtige kwantificering is dat een kwart van de deelnemers door de Dam tot damloop voldoende beweegt en dat daarvoor niet deed (48 procent is meer gaan sporten door de Dam tot damloop, aannahme dat de helft daarvan onvoldoende bewoog), en dat dat effect een half jaar aanhoudt (daarna vervallen mensen dus in hun oude gedrag – inclusief voorbereidingstijd), dat mensen 40 jaar sportief kunnen leven en zo hun levensverwachting kunnen verhogen, en dat mensen die voldoende bewegen een jaar langer leven, dat de waarde van een extra levensjaar (de quality adjusted life year, qaly) €50.000 is, er 36.757 hardlopers waren en na verdiscontering over 40 jaar tegen 5,5 procent. Dan is de waarde van de gezondheidswinst al €647.639. Voor Amsterdam en Noord-Holland als geheel is de waarde uiteraard lager omdat niet alle lopers uit deze gebieden komen, maar met €165.837 respectievelijk €360.260 zeker substantieel.

# INHOUDSOPGAVE

Management samenvatting	5
Voorwoord	11
1 Inleiding	13
2 Bezoekers over de Dam tot damloop	15
2.1 Inleiding	15
2.2 Bezoekersprofiel	16
2.2.1 Waarom komen bezoekers?	16
2.2.2 Hoeveel bezoekers zijn er?	17
2.2.3 Wat weten we over de bezoekers?	19
2.3 Bezoekers over de Dam tot damloop	23
2.4 Uitgaven voor en tijdens het bezoek	27
2.5 Plezier aan het evenement	30
2.5.1 Betalingsbereidheid	33
2.6 Conclusie	38
3 Amsterdam en de Dam tot damloop	41
3.1 Inleiding	41
3.2 Beschrijving respondenten van het panel	41
3.3 Amsterdammers over de Dam tot damloop	43
3.4 Betalingsbereidheid	45
3.5 Overlast	50
3.6 Conclusie	52
4 Inkomsten en uitgaven van de organisatie	55
5 Deelnemers	57
5.1 Bestedingen	57
5.2 Plezier van de deelnemers	60
5.3 Gezondheidseffecten	61
6 Economische impact analyse en maatschappelijke kosten-batenanalyse	63
Over de auteurs	69



# VOORWOORD

De Dam tot damloop is een groot hardloopevenement. Om de economische effecten daarvan beter te begrijpen was een groot onderzoek nodig. Uiteindelijk zijn hiervoor vier uitvoerige vragenlijsten ontwikkeld voor vier verschillende doelgroepen. Dit rapport doet verslag van de bevindingen op economisch gebied. Twee andere rapportages gaan in op gezondheidsbaten voor de lopers en op de effecten voor de vrijwilligers, waarbij deze rapportage duidelijk de grootste is. Een dergelijk groot project kan alleen bestaan door de medewerking van diverse mensen, die we hier graag willen bedanken.

- Willem Bosveld van Bureau Onderzoek en Statistiek (O+S), Gemeente Amsterdam, Dienst Advies en Onderzoek voor advies, voor commentaar op voorlopige versies van de vragenlijsten en medewerking met het panel van O+S.
- De 431 respondenten van het panel van O+S die de enquête hebben ingevuld.
- De 40 studenten die enquêtes hebben afgenomen langs het parcours.
- De 771 bezoekers die een vragenlijst hebben ingevuld.
- De 2.969 lopers die een vragenlijst hebben ingevuld.
- De 297 vrijwilligers die een enquête hebben ingevuld.
- Hafid Ballafkih, senior onderzoeker CAREM voor commentaar op voorlopige versies van de vragenlijsten en voor advies bij de analyse.
- Hasan Ersintepe voor hulp bij het verwerken van de ruwe enquêtes onder de bezoekers.
- Eline van der Steen (Carem, HvA) voor het voorbereiden van het materiaal van de enquête onder de bezoekers.
- Jan Willem Mijderwerk (le Champion) voor de opdracht en financiële ondersteuning, mogelijkheden om het onderzoek uit te voeren, antwoorden op onze vragen en rust om te wachten op het rapport.
- Paul Hover voor becommentariëring van de voorlopige vragenlijst en het concepteindrapport.
- De mensen die we vergeten zijn te bedanken maar wiens hulp wel bijgedragen heeft aan de kwaliteit van het eindrapport.

Dit project is tot stand gekomen vanuit de kenniskring Sport en Economie. Deze kenniskring was onderdeel van het lectoraat Amsterdams Kenniseconomie van het Centre for Applied Research on Economics & Management (CAREM), het kenniscentrum van het domein Economie en Management van de Hogeschool van Amsterdam.

Binnen het projectteam hebben Ivo 't Hooft en Jan van Eck voorlopige versies van de vragenlijsten becommentarieert en studenten tijdens het enquêteren begeleidt. Marije Baart de La Faille Deutekom heeft meegedacht over de vragenlijsten, onderzoeksopzet en het afnemen van de enquêtes en nuttige commentaar voor de paragraaf over de gezondheidsbaten geleverd. Peter Horsselenberg heeft voorlopige versies van de vragenlijsten becommentarieert, het afnemen van de enquêtes onder de bezoekers gecoördineerd en studenten tijdens het enquêteren begeleid, heeft een aantal paragrafen geschreven en het geheel becommentarieerd. Michiel de Nooij had de algemene projectleiding, heeft de meeste versies van de vragenlijsten gemaakt, de analyses gedaan en de rapportage grotendeels opgesteld.

We wensen u veel leesplezier toe en hopen dat het rapport nieuwe, nuttige inzichten oplevert.



1

# INLEIDING

Ruim 36.757 lopers (op de hoofdafstand!) en 115.000 bezoekers langs het parcours van het centrum van Amsterdam naar het centrum van Zaanstad, maakt de Dam tot damloop een groot evenement (het grootste hardloop evenement van Nederland) met een flinke impact op de (locale) samenleving en economie. Dit rapport bestudeert deze economische en maatschappelijke impact van de 29<sup>ste</sup> Dam tot damloop op 22 september 2013.

Hierbij zijn de bestedingen en het plezier van vrijwilligers en pers niet meegenomen. De uitgaven van de pers zijn waarschijnlijk relatief beperkt omdat er bij dit evenement erg veel deelnemers en bezoekers zijn waardoor het aantal persvertegenwoordigers relatief bescheiden is. Het bleek in ieder geval ondoenlijk dat ook mee te nemen. De ongeveer 800 vrijwilligers zijn cruciaal bij de organisatie van een dergelijk evenement. Deze meenemen bij het opstellen van dit rapport bleek ondoenlijk. Qua bestedingen vallen veel bestedingen waarschijnlijk in de categorie niet additioneel omdat vrijwilligers vaak uit de buurt van het evenement komen. Hierdoor lijkt de impact van het niet meenemen van deze twee groepen beperkt.

De volgende vijf hoofdstukken hebben ieder een andere invalshoek.

Hoofdstuk 2 analyseert de bezoekers van de Dam tot damloop: wat voor soort mensen bezoeken de wedstrijden als toeschouwer, waarom, hoeveel bezoekers zijn er, hoeveel

geven ze uit, waar komen ze vandaan en hoeveel plezier beleven ze aan het evenement. Dit hoofdstuk is gebaseerd op een enquête onder 771 bezoekers.

Hoofdstuk 3 beschrijft hoe Amsterdammers tegen de Dam tot damloop aankijken, hierbij gaat het zowel over de impact van de Dam tot damloop op de stad volgens de respondenten als de betalingsbereidheid en overlast. Dit hoofdstuk is gebaseerd op een enquête onder het panel van de gemeente Amsterdam met 431 respondenten.

Hoofdstuk 4 gaat in op de bestedingen van de organisatie, op basis van de gerealiseerde begroting van de Dam tot damloop 2013.

Hoofdstuk 5 gaat in op de 36.757 deelnemers van de Dam tot damloop, gebaseerd op een klein gedeelte van een enquête ingevuld door 2.969 lopers. Hierbij is de focus exclusief op de lopers van de 10 Engelse Mijl. De andere afstanden en activiteiten zijn veel kleiner van omvang en impact en buiten beschouwing gelaten. Voor de bezoekers gaan we achter-eenvolgens na wat hun bestedingen zijn, hoeveel plezier ze aan het evenement beleven en welke gezondheidseffecten optreden.

Hoofdstuk 6 vat de belangrijkste effecten van de voorgaande hoofdstukken samen in een maatschappelijke kosten-batenanalyse die laat zien wat de welvaartseffecten van de Dam tot damloop zijn.



# 2

## BEZOEKERS OVER DE DAM TOT DAMLOOP

### 2.1 INLEIDING

De Dam tot damloop trekt veel bezoekers en deelnemers en heeft een flinke impact en op de lokale samenleving en economie. Dit hoofdstuk gaat in op de relatie tussen bezoekers en de Dam tot damloop. Het gaat daarbij om vragen als hoe beleven bezoekers de Dam tot damloop, hoeveel geven ze uit (een deel van de economische impact), wat voor mensen bezoeken de Dam tot damloop, hoe lang blijven ze, hoeveel is de Dam tot damloop ze waard, en hoeveel mensen bezoeken de Dam tot damloop eigenlijk.

Dit soort vragen zijn alleen te beantwoorden als er voldoende gegevens bekend zijn over de bezoekers. Om deze informatie te achterhalen is een enquête afgenomen bij 771 bezoekers langs het parcours. In totaal hebben 40 studenten op 22 september tijdens de Dam tot damloop op vier locaties langs het parcours face-to-face interviews afgenomen.<sup>1</sup> De studenten waren vooraf gebriefd en hadden allemaal een door de onderzoekers opgestelde vragenlijst.

---

<sup>1</sup> Er stonden 9 studenten bij Kadoelen, 2 bij Molenwijk, 15 bij de start bij de Prins Hendrikkade en 14 bij de finish in Zaanstad. Bij iedere groep was een docent ter begeleiding aanwezig.



## 2.2 BEZOEKERSPROFIEL

Deze paragraaf beschrijft wat voor bezoekers er naar de Dam tot damloop komen en presenteert een schatting van hoeveel mensen er langs de kant staan.

### 2.2.1 WAAROM KOMEN BEZOEKERS?

De reden die veruit de meeste mensen geven (64,7 procent) om de Dam tot damloop te bezoeken is om bekenden aan te moedigen. Tabel 1 beschrijft waarom bezoekers naar de Dam tot damloop komen. Een op de drie geeft aan te komen vanwege de leuke sfeer, en ruim een op de vijf geeft aan te komen om de wedstrijdlopers aan te moedigen.

TABEL 1 BEZOEKMOTIEVEN

	<b>Frequentie</b>	<b>Percentage</b>
Bekenden aanmoedigen	499	64,7
Wedstrijdlopers aanmoedigen	163	21,1
Nieuwsgierig	99	12,8
Leuke sfeer	219	28,4
Toevallig	56	7,3
Niet vermijden	22	2,9
Anders	62	8,0
Totaal	771	145,3

Noot: 145% kan omdat respondenten meer dan een bezoekmotief konden opgeven.

De bezoekmotieven kunnen verschillen per locatie. Daarom geeft tabel 2 de bezoekmotieven weer per locatie. Vanwege praktische redenen verschilt het aantal afgenomen enquêtes tussen de locatie. Een paar dingen vallen op. Vooral bij Molenpark is het aantal mensen dat er staat om bekenden aan te moedigen lager. Tegelijkertijd is het percentage mensen dat hier aangeeft wedstrijdlopers aan te moedigen hoger. Het relatief grote percentage 'anders' bij Kadoelen in Amsterdam betreft voor een belangrijk deel mensen die hebben ingevuld vooral buurtbewoner te zijn. Bij de start en de finish (Prins Hendrikkade en Zaanstad) hebben ook een paar lopers de enquête ingevuld. Verder vallen de hoger percentages 'toevallig' en 'nieuwsgierig' in de Molenwijk op. Opvallend is het lage percentage dat komt voor de leuke sfeer bij de start.

TABEL 2 BEZOEKMOTIEVEN PER LOCATIE (PERCENTAGE)

	<b>Prins Hendrikkade</b>	<b>Kadoelen Amsterdam</b>	<b>Molenpark Amsterdam</b>	<b>Zaanstad</b>
Bekenden aanmoedigen	69,0	64,7	45,3	63,7
Wedstrijdlopers aanmoedigen	16,3	19,9	39,6	23,7
Nieuwsgierig	11,8	5,8	30,2	15,1
Leuke sfeer	14,1	32,7	35,8	42,4
Toevallig	4,8	2,6	26,4	9,4
Niet vermijden	1,9	0,6	9,4	4,1
Anders	5,1	21,8	1,9	4,5
Aantal enquêtes per locatie	313	156	53	245

Noot: Opgeteld kan het percentage meer dan 100 zijn omdat respondenten meer dan een bezoekenmotief konden opgeven.

### 2.2.2 HOEVEEL BEZOEKERS ZIJN ER?

Het aantal bezoekers meten langs een hardloopparcours, waar het een komen en gaan is van mensen en waar veel verschillende toegangs- en exitwegen zijn, is erg lastig. In deze studie hebben we ervoor gekozen om op twee manieren te schatten hoeveel bezoekers er langs de kant staan.<sup>2</sup>

Methode 1 is gebaseerd op de enquête onder het panel van alle Amsterdammers. Dit panel wordt in hoofdstuk 3 uitgebreid geanalyseerd. Aan het panel van Onderzoek+Statistiek gemeente Amsterdam (panel O+S) is gevraagd of de betreffende respondent naar de Dam tot damloop is gaan kijken of niet.

2 Het gebruik van tenminste twee methoden wordt ook door de betreffende WESP richtlijn aangeraden. Wesp (2010) Werkgroep Evaluatie Sportevenementen. Richtlijnenhandboek Bezoekersaantallen. Versie 5 oktober 2010. Versie 1.0.

TABEL 3 BEZOEKFREQUENTIE PANEL O+S VOOR DE STADSDELEN AANGESCHREVEN VIA HET O+S PANEL AMSTERDAM

<b>Bent u bij de Dam tot damloop geweest om te kijken?</b>	<b>Centrum</b>	<b>West</b>	<b>Zuid</b>	<b>Oost</b>	<b>Noord</b>	<b>Optelling van deze stadsdelen</b>
Ja, ik ben geweest (aantal)	6	3	2	2	25	38
Nee, ik ben niet geweest (aantal)	119	64	35	42	65	330
Totaal aantal respondenten (aantal)	125	67	37	44	90	368
Percentage dat is wezen kijken (A)	5%	4%	5%	5%	28%	10%
Aantal bewoners per stadsdeel (O+S) (B)	85,618	138,568	137,901	122,847	88,434	573,368
Aantal toeschouwers per stadsdeel (A*B)	4,110	6,205	7,454	5,584	24,565	59,206

Noot: De optelling bevat ook 5 respondenten waarvan het stadsdeel niet bekend is.

De vragenlijst is niet aan panelleden in alle stadsdelen voorgelegd. Vooral Nieuw West en Zuid Oost ontbreken. Als het percentage kijkers in deze ontbrekende stadsdelen ongeveer de helft is van het percentage kijkers in de andere stadsdelen exclusief stadsdeel Noord, dan zijn in deze stadsdelen 2,5 procent van de bewoners (5.652) gaan kijken.<sup>3</sup> Dan zijn 64.858 Amsterdammers gaan kijken naar de Dam tot damloop.

Als het percentage inwoners van Zaanstad dat is gaan kijken, gelijk is aan het percentage Amsterdammers dat is gaan kijken, dan is 8,1 procent van alle inwoners van Zaanstad, oftewel 12.139 inwoners van Zaanstad, gaan kijken naar de Dam tot damloop.<sup>4</sup> Het totaal aantal inwoners van Amsterdam en Zaanstad langs de kant van het parcours is dan 76.997.

Op basis van de enquête onder de bezoekers weten we dat het percentage bezoekers uit Amsterdam en Zaanstad samen 52 procent van het totaal aantal bezoekers was. Op basis van deze laatste twee getallen volgt dan ook dat er volgens deze berekeningswijze in totaal 148.412 toeschouwers langs de kant stonden.

Methode 2 is gebaseerd op de enquête onder de deelnemers. Deze enquête leert dat ruim 57 procent van de lopers bekenden langs het parcours had staan om hun aan te moedigen.<sup>5</sup>

3  $2,5\% \cdot (799.442 - 573.368)$ .

4 Het bleek onmogelijk om ook een enquête onder de inwoners van Zaanstad uit te zetten.

5 Van de 2.968 respondenten hadden er 1.709 bekenden langs het parcours staan die hun aanmoedigden.

Gemiddeld hadden deze lopers 5,9 bekenden langs het parcours staan. Voor alle lopers stonden er gemiddeld dus 3,4 aanmoedigers langs de kant. Omdat er 36.757 lopers waren zou daar uit kunnen volgen dat er 124.973 bezoekers langs de kant stonden.

Echter dit houdt met twee dingen nog geen rekening. Ten eerste stonden er ook mensen langs de kant die niemand aanmoedigden. En ten tweede waren er uiteraard ook mensen die meerdere lopers aanmoedigden.

Op basis van de enquête onder de bezoekers langs het parcours bleek in eerste instantie dat bezoekers die komen om iemand aan te moedigen gemiddeld komen voor 4,4 lopers. Dit getal hangt echter erg sterk af van een paar waarnemingen. Om uitersten uit de meting te filteren is het aantal lopers waarvoor men komt gemaximaliseerd op 25, waardoor de bezoeker die komt om een of meerdere bekenden aan te moedigen voor gemiddeld 2,3 hardlopers komt. Dan zouden er 54.336 bezoekers zijn.<sup>6</sup> Echter niet alle toeschouwers komen om een specifiek iemand aan te moedigen. 64,7 procent van de bezoekers geeft aan te komen om een of meer bekenden aan te moedigen.

Gecorrigeerd daarvoor zijn er 83.982 bezoekers langs het parcours.

Volgens methode 1 stonden 148.412 toeschouwers langs de kant, terwijl er volgens methode 2 83.981 toeschouwers langs de kant stonden. Het gemiddelde volgend tussen deze twee berekeningen stonden er 116.196 toeschouwers langs de kant. Afgerond op 115.000 houden we deze laatste waarde in de rest van de berekeningen aan.<sup>7</sup>

### 2.2.3 WAT WETEN WE OVER DE BEZOEKERS?

De meeste personen komen alleen of met z'n tweeën (zie tabel 4). Doordat er een aantal flink grote groepen zijn (van meer dan 10 tot 60 groepsleden), is de gemiddelde groeps grootte 3,9 personen. De meeste mensen die met een groep komen, komen met familie (zie tabel 5). Ook het aantal mensen dat met vrienden of kennissen komt is met een kwart groot te noemen. Het aantal mensen dat met een bedrijf, school of verenging komt is lager dan verwacht, gezien het grote aantal deelnemers van de bedrijvenloop.

---

<sup>6</sup> 124.973/2,3.

<sup>7</sup> Deze berekeningen lijken op basis van een hypothetische berekening plausibel. Het parcours is 16 kilometer lang. Ruwweg staat bij 40 procent van het parcours niemand, bij 10 procent staan 8 mensen per meter en bij 50 procent van het parcours staan 2 mensen per meter. Het evenement duurt 5 uur, met een de gemiddelde verblijfstijd van 2 uur. Rekening houdend dat er twee kanten parcours zijn, zijn er dan 144.000 bezoekers.

TABEL 4 UIT HOEVEEL PERSONEN BESTAAT UW GEZELSCHAP?

	<b>Frequentie</b>	<b>Percentage</b>
Niet ingevuld	56	7
1	113	15
2	227	30
3	104	14
4	97	13
5 tot en met 10	133	17
meer dan 10	38	5

TABEL 5 GROEPSSAMENSTELLING

	<b>Frequentie</b>	<b>Percentage</b>
Alleen	119	15,5
Met partner	169	22,0
Met partner en met kinderen	120	15,6
Alleen met kinderen	38	4,9
Met overige familie	73	9,5
Met vrienden/kennissen	206	26,8
Met school/bedrijf/vereniging	13	1,7
Anders	20	2,6
Niet ingevuld	10	1,3
Totaal	768	100,0

Driekwart (73,3 procent) van de bezoekers sport zelf. In Zaanstad ligt dit met 65 procent duidelijk lager, terwijl de bezoekers op de Prins Hendrikkade en in Molenpark met 80 procent sportiever zijn. Gemiddeld sport een bezoeker aan de Dam tot damloop 62 maal per jaar. Dit is uiteraard niet gelijk voor iedereen. Ruim 25 procent sport niet. Tabel 6 geeft de verdeling ingedeeld in klassen weer.

TABEL 6 SPORTFREQUENTIE

	<b>Frequentie</b>	<b>Percentage</b>
Niet	192	25
Minder dan eens per maand	107	14
Tussen eens per maand en eens per twee weken	40	5
Tussen eens per twee weken en wekelijks	157	20
Tussen eens per week en twee maal per week	150	20
2 tot 3 maal per week	58	8
Vaker dan 3 maal per week	64	8

Iets meer dan de helft van de bezoekers is vrouw (55 procent). En de leeftijd van de geënquêteerden varieert van 14 tot 87 jaar. Iets minder dan 4 procent van de geïnterviewden is jonger dan 20 jaar, en 2,6 procent is ouder dan 70. De groep twintigers is het grootst (27,7 procent), gevolgd door de dertigers, veertigers en vijftigers. Daarmee spreekt de Dam tot damloop dus, een qua leeftijd divers, gezelschap aan.

Opvallend is dat de bezoekers aan de Dam tot damloop relatief hoog opgeleid zijn.

28,5 procent van de bezoekers heeft een HBO opleiding en 19,3 procent heeft een WO opleiding (tabel 7). Volgens CBS statline is het aandeel hoogopgeleiden 30 procent in Nederland.

TABEL 7 OPLEIDINGSNIVEAU VAN DE BEZOEKERS

	<b>Frequentie</b>	<b>Percentage</b>
Geen onderwijs	2	0,3
Basisonderwijs	12	1,6
LB/VMBO	73	9,5
Mavo	40	5,2
MBO	121	15,8
HAVO/VWO/HBS	131	17,1
HBO	219	28,5
WO	148	19,3
Anders	15	2,0
Niet ingevuld	7	0,9
<b>Totaal</b>	<b>768</b>	<b>100,0</b>

Qua huishoudensinkomen is de groep rond het mediane inkomen (€33.000 per jaar) het meest vertegenwoordigd (tabel 8).

TABEL 8 INKOMEN VAN DE DAM TOT DAMLOOP BEZOEKERS

	<b>Frequentie</b>	<b>Percentage</b>
< 12.000	82	10,7
12.000 - 24.500	72	9,4
24.500 - 30.500	77	10,0
30.500 - 36.500	163	21,2
36.500 - 61.000	115	15,0
61.000 - 73.000	48	6,3
> 73000	60	7,8
Totaal	617	80,3
Niet ingevuld	151	19,7
Totaal	768	100,0

Veel mensen komen over een korte reisafstand: 33,2 procent van de mensen is een kwartier of korter onderweg, 29,0 procent doet er tot een half uur over. Nog 22,8 procent van de mensen doet er tussen de 30 en 60 minuten over. Toch is 13,2 procent van de bezoekers meer dan een uur maar minder dan twee uur onderweg. 1,8 procent reist meer dan twee uur om bij de Dam tot damloop te zijn (n=737). Alles bij elkaar is de gemiddelde reistijd 37 minuten. Een kwart van de mensen komt met de auto, een kwart komt met de trein. Lopen, (brom)fiets, scooter en lokaal openbaar vervoer zorgen voor het merendeel van de rest van de bezoekers (tabel 9).

TABEL 9 VERVOERSMODUS LANGSTE AFSTAND

	<b>Frequentie</b>	<b>Percentage</b>
Auto/motor	192	25,0
Trein	198	25,8
Bus/tram/metro	77	10,0
(Brom)fiets/scooter	143	18,6
Lopend	131	17,1
Anders of niet ingevuld	27	3,5
Totaal	768	100,0

### 2.3 BEZOEKERS OVER DE DAM TOT DAMLOOP

De bezoekers is gevraagd om via een aantal stellingen aan te geven hoe ze tegen de Dam tot damloop aankijken. Tabel 10 geeft voor alle stellingen de antwoorden van alle respondenten weer.

De belangrijkste bevindingen met betrekking tot het imago van de stad zijn dat de overgrote meerderheid van de bezoekers de Dam tot damloop ziet als positief voor de gezelligheid in de stad (90,2 procent) en vindt het goed dat de gemeentes Amsterdam en Zaanstad mogelijk maken dat de Dam tot damloop georganiseerd wordt (88,7 procent). Ook denkt de bezoeker dat de Dam tot damloop goed is voor het toerisme (70,4 procent). Tevens vindt de meerderheid dat de Dam tot damloop niet tot overlast leidt (63,3 procent).

De percepties van de bezoekers over het gezondheidseffect zijn ook duidelijk positief. Driekwart denkt dat de Dam tot damloop de deelnemers aanzet tot gezonder leven (74,5 procent). Bijna de helft denkt dat de Dam tot damloop ook positief is voor de eigen gezondheid.



TABEL 10 MENING VAN ALLE BEZOEKERS OVER DAM TOT DAMLOOP M.B.T. UITSTRALING NAAR DE STAD EN GEZONDHEID (PERCENTAGES)

	helemaal oneens	oneens	neutraal	mee eens	helemaal mee eens	geen mening
De Dam tot damloop is goed voor het toerisme	0,3	6,9	20,3	44,4	26,0	2,1
De Dam tot damloop is goed voor de gezelligheid in de stad	0,7	1,0	7,6	41,2	49,0	0,5
De Dam tot damloop zet deelnemers aan om gezonder te leven	0,5	4,9	18,0	41,6	32,9	2,1
Het is belangrijk dat de Dam tot damloop wordt georganiseerd in de stad	1,2	4,0	11,5	26,9	22,9	33,6
Het is goed dat gemeente Amsterdam en Zaanstad de Dam tot damloop mogelijk maken	0,9	1,3	6,7	43,5	45,2	2,4
De Dam tot damloop zorgt voor overlast	27,3	36,0	19,7	9,1	2,7	5,3
Het is beter voor de stad als de Dam tot damloop niet meer georganiseerd wordt	55,6	34,6	5,4	1,6	0,9	2,0
Door het kijken naar de Dam tot damloop wordt ik mij bewuster van mijn gezondheidsgedrag	4,7	16,6	31,8	33,9	11,0	2,0
Door het kijken naar de Dam tot damloop krijg ik zin om op mijn niveau nog een keer aan sport te doen	6,4	19,1	25,6	32,0	13,5	3,4

Door het kijken naar de Dam tot damloop krijgt 45,5 procent zin om op het eigen niveau nog een keer aan sport te doen, en 44,9 procent van de kijkers wordt zich bewuster van het eigen gezondheidsgedrag. Bij de vragen over gezondheidsgedrag valt op dat indien de bezoeker naar eigen gedrag werd bevraagd de percentages bij de neutrale antwoordcategorie relatief hoger scoorden dan bij vragen over stad en deelnemers Dam tot damloop.

Bij een deel van de stellingen kan er een verschil optreden tussen de bezoekers die uit Amsterdam en Zaanstad komen, en de bezoekers die van daarbuiten komen. Tabel 11 geeft de reactie van de inwoners van Amsterdam en Zaanstad op de stellingen weer, en Tabel 12 de reactie van de mensen van buiten Amsterdam en Zaanstad.

TABEL 11 MENING VAN DE INWONERS VAN AMSTERDAM EN ZAASTAD ONDER HET PUBLIEK OVER DAM TOT DAMLOOP M.B.T. UITSTRALING NAAR DE STAD EN GEZONDHEID (PERCENTAGES)

	helemaal oneens	oneens	neutraal	mee eens	helemaal mee eens	geen mening
De Dam tot damloop is goed voor het toerisme	0,5	8,5	22,7	42,3	23,9	2,2
De Dam tot damloop is goed voor de gezelligheid in de stad	1,0	1,2	7,0	40,9	49,9	0,0
De Dam tot damloop zet deelnemers aan om gezonder te leven	0,7	5,3	18,9	41,4	32,7	1,0
Het is belangrijk dat de Dam tot damloop wordt georganiseerd in de stad	1,0	4,7	14,2	36,5	33,3	10,3
Het is goed dat gemeente Amsterdam en Zaanstad de Dam tot damloop mogelijk maken	1,2	1,7	7,5	40,8	48,1	0,7
De Dam tot damloop zorgt voor overlast	29,5	37,6	17,0	10,1	3,2	2,7
Het is beter voor de stad als de Dam tot damloop niet meer georganiseerd wordt	57,2	34,5	4,6	1,2	1,0	1,4
Door het kijken naar de Dam tot damloop wordt ik mij bewuster van mijn gezondheidsgedrag	5,5	16,6	32,5	32,5	11,3	1,4
Door het kijken naar de Dam tot damloop krijg ik zin om op mijn niveau nog een keer aan sport te doen	6,0	21,3	24,9	32,1	12,3	3,4

TABEL 12 MENING VAN DE NIET INWONERS VAN AMSTERDAM EN ZAA NSTAD ONDER HET PUBLIEK OVER DAM TOT DAMLOOP M.B.T. UITSTRALING NAAR DE STAD EN GEZONDHEID (PERCENTAGES)

	helemaal oneens	oneens	neutraal	mee eens	helemaal mee eens	geen mening
De Dam tot damloop is goed voor het toerisme	0,0	5,1	18,1	47,1	27,8	1,8
De Dam tot damloop is goed voor de gezelligheid in de stad	0,0	0,9	8,4	41,9	47,6	1,2
De Dam tot damloop zet deelnemers aan om gezonder te leven	0,0	4,5	17,3	41,8	32,7	3,6
Het is belangrijk dat de Dam tot damloop wordt georganiseerd in de stad	1,2	3,4	7,9	13,7	10,1	63,7
Het is goed dat gemeente Amsterdam en Zaanstad de Dam tot damloop mogelijk maken	0,3	0,9	6,1	46,5	41,6	4,6
De Dam tot damloop zorgt voor overlast	23,9	34,0	23,3	8,0	1,8	8,9
Het is beter voor de stad als de Dam tot damloop niet meer georganiseerd wordt	52,7	35,1	6,7	2,1	0,6	2,7
Door het kijken naar de Dam tot damloop wordt ik mij bewuster van mijn gezondheidsgedrag	3,6	17,3	30,1	35,3	10,9	2,7
Door het kijken naar de Dam tot damloop krijg ik zin om op mijn niveau nog een keer aan sport te doen	6,9	15,7	27,5	32,0	14,8	3,0

Er zijn een paar verschillen tussen de inwoners van Amsterdam en Zaanstad in vergelijking met de mensen van buiten de organiserende steden. Echter de hoofdlijn is, dat er weinig verschillen zijn in opvattingen over de Dam tot damloop.

De percepties over de Dam tot damloop en de effecten voor de stad Amsterdam komen sterk overeen bij de beide bezoekersgroepen (inwoner Amsterdam Zaanstad – van buiten Amsterdam). De meeste bezoekers onderschrijven de waarde van de Dam tot damloop voor de stad op het gebied van gezelligheid (90,8 procent – 89,5 procent) en toerisme (66,2 procent – 74,9 procent), en stemmen in met de beslissing dat de gemeente de Dam

tot damloop mede mogelijk maken (88,9 procent – 88,1 procent) en ondervinden in de meerderheid geen overlast (67,1 procent – 57,9 procent). De verschillen zijn dus, dat mensen van buiten Amsterdam het effect van de Dam tot damloop op toerisme iets groter inschatten, en dat mensen van buiten Amsterdam minder vaak vinden dat de Dam tot damloop tot overlast leidt.

De gezondheidseffecten voor de deelnemers wordt door een meerderheid van de bezoekers gezien (74,1 procent – 74,5 procent). De inwoners van Amsterdam en Zaanstad verschillen weinig met de hiervoor gaande stelling in de mate waarin ze denken dat ze door de Dam tot damloop bewuster worden van hun gezondheidsgedrag (43,8 procent – 46,2 procent), en het aantal mensen dat zin krijgt om op het eigen niveau ook eens te gaan sporten (44,4 – 46,8 procent).

## 2.4 UITGAVEN VOOR EN TIJDENS HET BEZOEK

Een belangrijk onderdeel bij het analyseren van de impact van een sportevenement op de stad is de uitgaven die bezoekers aan het evenement doen. Daarbij gaat het vooral om hoeveel van die uitgaven van de bezoekers extra uitgaven zijn (verderop gaan we in op de definitie van extra).

Als eerste geeft tabel 13 weer hoeveel bezoekers gemiddeld uitgeven aan verschillende categorieën. Respondenten hebben per categorie opgegeven welk bedrag ze aan die post hebben uitgegeven en ze hebben een totaal opgegeven (alles als ratio). Tabel 13 maakt onderscheid tussen inwoners van Amsterdam en Zaanstad. Duidelijk is dat mensen die van buiten Amsterdam/ Zaanstad komen gemiddeld meer uitgeven, ruim tweemaal zo veel als de bezoekers uit deze steden. De belangrijkste uitgaven zijn eten en drinken, winkelen en kosten van openbaar vervoer.<sup>8</sup>

---

8 Deze getallen wijken niet heel veel af van wat Eric van Straten in eerder onderzoek voor de gemeente Zaandam gevonden heeft. Van Straten (2009) heeft voor Zaanstad onderzocht wat de bezoekers van de Dam tot damloop uitgeven. Van Straten vond dat de gemiddelde leeftijd van de bezoekers 44 jaar was, dat de gemiddelde gezelschapsgrootte 3,2 personen was en dat er per persoon €22 werd uitgegeven. Van Straten presenteerde geen schatting van het aantal bezoekers aan Zaanstad maar concludeerde dat de totale besteding aanzienlijk is. Bij de bestedingen maakte hij geen onderscheid gemaakt naar waar bezoekers vandaan kwamen, dus de additionaliteit is niet duidelijk. Ruim de helft (59 procent) bleek uit Zaanstad zelf te komen, slechts 13 procent uit Amsterdam (incl. Zuid-Oost en Diemen). Noord-Holland leverde 16 procent van de bezoekers, Zuid-/ West Nederland 5 procent, en 7 procent uit de overige gebieden. De enquête in de hoofdstekst is gedetailleerder en zowel voor Amsterdam als Zaandam gedaan.

TABEL 13 UITGAVEN PER PERSOON (ALLE PERSONEN; EURO'S)

	Komt niet uit Amsterdam / Zaanstad	Komt wel uit Amsterdam / Zaanstad	Gemiddelde uitgaven per bezoeker
Eten en drinken	12,23	7,47	9,58
Souvenirs	1,50	0,42	0,90
Openbaar vervoer	5,34	1,12	2,99
Parkeren	2,20	1,04	1,55
Extra boodschappen	1,52	0,97	1,21
Overig	0,75	0,27	0,49
winkelen in Amsterdam / Zaanstad	6,65	2,13	4,13
Totaal	34,29	14,59	23,32

Noot: N = 767 waarvan 340 van buiten Amsterdam en Zaanstad.

Doordat respondenten zowel afzonderlijke posten en/of een totaal konden opgeven hoeft de optelling van de afzonderlijke posten in tabel 13 niet gelijk te zijn aan het totaal.

Echter niet alle uitgaven die bezoekers doen zijn extra voor Amsterdam en Zaanstad. Uitgaven van de inwoners in de eigen stad zijn vaak niet extra uitgaven en ook niet alle uitgaven van bezoekers van buiten zijn extra omdat de Dam tot damloop georganiseerd wordt. We maken daarbij het volgende onderscheid<sup>9</sup>:

1. Inwoners van Amsterdam en Zaanstad worden meegerekend bij additionele uitgaven als zij 'Zeker' of 'Waarschijnlijk wel' hebben geantwoord op de vraag: 'Stel dat de Dam tot damloop niet in Amsterdam en Zaanstad was, maar in een andere Nederlandse gemeente had plaatsgevonden, was u dan naar die andere gemeente gegaan voor dit evenement?'. De andere inwoners worden bij niet-additionele uitgaven meegerekend.
2. Inwoners van buiten Amsterdam en Zaanstad zijn als additioneel meegerekend als zij 'Zeker niet' of 'Waarschijnlijk niet' hebben geantwoord op de vraag 'Als de Dam tot damloop niet in Amsterdam of Zaanstad was georganiseerd was u vandaag dan toch in Amsterdam of Zaanstad geweest?'

Tabel 14 vat de berekening van de additionele uitgaven van alle bezoekers samen. In totaal zijn er €2,6 miljoen uitgaven. Hiervan is ruim €1,5 miljoen aan te merken als additioneel voor Amsterdam en Zaanstad.

Straten, Eric van (2009) Rapportage Evenementenmonitor Zaanstad. Statistiek en Onderzoek, gemeente Zaanstad. 27 november.

9 Dit volgt methode C van de notitie Egbert Oldenboom, Paul Hover, Willem de Boer (28 mei 2013) Additionaliteit. WESP.

TABEL 14 BEREKENING ECONOMISCHE IMPACT VOOR AMSTERDAM EN ZAANDAM (EURO'S)

Totale uitgaven van bezoekers aan de Dam tot damloop	2.682.011
Uitgaven van inwoners van Amsterdam en Zaanstad	934.056
Uitgaven van niet inwoners van Amsterdam en Zaanstad	1.747.955
Uitgaven van inwoners van Amsterdam en Zaanstad die zeker of waarschijnlijk naar een andere gemeente waren gegaan als de Dam tot damloop in een andere gemeente was geweest	348.501
Uitgaven van niet inwoners van Amsterdam en Zaanstad die zeker niet of waarschijnlijk niet in Amsterdam/Zaanstad waren geweest als de Dam tot damloop niet in Amsterdam/Zaanstad was	1.178.964
Totaal additionele uitgaven door bezoekers	1.527.465

Zoals te verwachten is, geven bezoekers die langer blijven meer uit. Uit tabel 15 blijkt, hoe langer een persoon blijft, hoe meer de uitgaven stijgen. Hierbij zijn zowel de tijd dat men aanwezig is als de uitgaven voor de overzichtelijkheid gecategoriseerd. Mensen die 0 tot 30 minuten blijven geven in 56 procent van de gevallen niks uit, terwijl van de mensen die twee tot drie uur blijven slechts 26 procent niks uitgeeft. Ook treedt een verschuiving op naarmate men langer blijft naar categorieën met hogere uitgaven.

TABEL 15 VERBAND TUSSEN VERBLIJFSDUUR EN UITGAVEN

Tijd bij Dam tot damloop (in minuten)	Bestedingen (euro's)					totaal
	0	0,1-10	10,1-25	25,1-50	50,1-	
0-30	56%	19%	7%	8%	10%	59
31-60	48%	23%	10%	8%	11%	120
61-120	21%	27%	27%	15%	10%	184
121-180	23%	21%	25%	19%	11%	159
181-240	26%	20%	21%	21%	13%	92
241-360	23%	13%	24%	25%	16%	88
360-	39%	15%	18%	11%	17%	66
Totaal	237	161	156	121	93	768

Tabel 15 laat zien dat eenderde van de bezoekers niets uitgeeft<sup>10</sup>. Omdat dus een op de drie bezoekers niets uitgeeft, tellen zij niet mee in de economisch impact berekening. Echter ook veel bezoekers die wel wat uitgeven tellen niet mee in een economische impact analyse: bewoners die niet naar het evenement gaan als het elders zou zijn en bezoekers van buiten die zonder het evenement ook zouden komen. Tabel 16 geeft weer hoeveel bezoekers (van buiten en inwoners) eigenlijk meetellen in een economische impact analyse. Concreet telt bij een economische impact analyse van de Dam tot damloop slechts 33,9 procent van de bezoekers mee.

TABEL 16 PERCENTAGE BEZOEKERS DIE MEEGETELD ZIJN IN DE BEREKENING VAN DE ECONOMISCHE IMPACT ANALYSE

	Percentage
Van hoeveel inwoners van Amsterdam en Zaanstad zijn de uitgaven meegeteld	26,5
Van hoeveel niet inwoners van Amsterdam en Zaanstad zijn de uitgaven meegeteld	69,2
Totaal van de bezoekers waarvan de uitgaven zijn meegeteld	43,1
Totaal van de bezoekers waarvan de uitgaven zijn meegeteld en die positieve (meer dan 0 euro) uitgaven hadden	33,9

## 2.5 PLEZIER AAN HET EVENEMENT

Zoals paragraaf 3 liet zien is de economische impact een incomplete maat voor het belang van een evenement. Immers veel bezoekers brengen voor hun plezier een behoorlijke tijd bij een evenement door, terwijl ze weinig of niks uitgeven. Deze paragraaf gaat over dat plezier.

Iets meer dan de helft van de helft van de bezoekers (56,6 procent) is van plan volgend jaar weer het evenement te bezoeken. Ruim 3 van de 10 bezoekers weet dat nog niet. Drie kwart van het publiek vindt een bezoek aan de Dam tot damloop aan te raden aan vrienden, kennissen en of familie. Het aantal bezoekers dat het niet iets vindt om een bezoek aan te raden is met 4 procent laag.

<sup>10</sup> 237/768.

TABEL 17 INTENTIE VOLGEND JAAR WEER BEZOEKEN EN AANRADEN DAM TOT DAMLOOP

	<b>Bent u van plan om de Dam tot damloop volgend jaar weer te bezoeken?</b>		<b>Zou u een bezoek aan de Dam tot dam aanraden aan vrienden kennissen, en/of familie?</b>	
	<b>Frequentie</b>	<b>Percentage</b>	<b>Frequentie</b>	<b>Percentage</b>
Ja	435	56,6	575	74,9
Nee	48	6,3	31	4,0
Weet niet	246	32,0	118	15,4
Niet ingevuld	39	5,1	44	5,7
Totaal	768	100,0	768	100,0

Het plezier dat publiek beleeft aan het evenement, kan ook uit het gedrag worden afgeleid. De opoffering die bezoekers doen om het evenement mee te maken (zoals kosten, reistijd, en verblijfstijd), zijn een goede indicatie voor hoe belangrijk zij het evenement vinden. Hoe belangrijker (of leuker), iets is, hoe meer ze ervoor willen opofferen. En mensen willen niet meer opofferen dan het waard is. Daarom analyseren we hier de tijd die bezoekers op het parcours doorbrengen versus de reistijd en de uitgaven die bezoekers doen.

Een deel van de enquêteurs is langs het parcours gegaan en een deel heeft bij toe- en afvoer wegen gestaan. Dit heeft gevolgen voor de berekening van de gemiddelde verblijfstijd:

- Enquêteurs die bij een aan- en afvoerweg stonden hebben een even grote kans om iemand te enquêteren ongeacht de verblijfsduur. Hiervoor kan volstaan worden met een eenvoudige rekenmethode, waarbij het gemiddelde eenvoudig wordt berekend.
- Voor de enquêteurs die langs het parcours zijn gegaan geldt dat bezoekers die langer blijven een grotere kans hebben om geënquêteerd te worden dan bezoekers die kort blijven. Door de bezoekers die korter aanwezig zijn zwaarder mee te wegen dan mee te wegen in de berekening van het gemiddelde ontstaat een beter beeld van de bezoekers die aanwezig zijn.

Omdat de enquêteurs beide methodes gebruikt hebben om respondenten aan te spreken, rekenen we hieronder beide methodes uit en gebruiken vervolgens het gemiddelde van beide berekeningen.

Ditzelfde effect treedt op bij een aantal andere variabelen.

Tabel 18 laat, als tussenstap voor een aantal variabelen, zien hoe deze veranderen als de verblijfstijd van respondenten toeneemt. Uit tabel 18 blijkt met name dat een



aantal variabelen toeneemt als bezoekers langer blijven. De reistijd is gemiddeld langer voor bezoekers die langer blijven, ook de uitgaven en de reiskosten nemen toe. De betalingsbereidheid (die verder op wordt besproken) is min of meer constant voor bezoekers die langer blijven bij de Dam tot damloop.

TABEL 18 VERLOOP VAN EEN AANTAL BELANGRIJKE VARIABELEN TEN OPZICHTE VAN DE VERBLIJFSTIJD

Verblijfstijd	Aantal waarnemingen	Reistijd (enkele reis)	Percentage dat wil betalen	Betalingsbereidheid	Uitgaven	Reiskosten
0 – 15 minuten	17	16	41	5,00	5,53	0,00
16 – 30 minuten	42	27	17	7,71	27,39	2,48
31 – 60 minuten	120	28	35	8,58	15,71	2,91
1'1 – 2 uur	184	37	41	6,92	22,64	4,76
2'1 – 3 uur	159	45	47	7,94	24,24	5,43
3'1 – 4 uur	92	37	44	8,07	24,78	5,52
4'1 – 6 uur	88	46	47	8,48	30,23	6,32
6'1 – 8 uur	19	39	47	5,83	47,76	9,68
Meer dan 8'1 uur	5	27	41	6,88	19,16	1,03

Noot: Iedere klasse van de verblijfstijd begint steeds een minuut later dan de vorige klasse eindigde. 1'1 is dus 1 uur en 1 minuut reistijd

Tabel 19 laat voor dezelfde variabelen de gemiddelde waarden zien volgens de 'recht toe - recht aan methode', de statische methode die corrigeert voor de oversampling van bezoekers die lang aanwezig zijn. De rij daaronder geeft het hier gebruikte gemiddelde weer. Deze berekening is gemaakt voor alle bezoekers langs het parcours, de bezoekers uit Amsterdam en Zaanstad, en voor de bezoekers van buiten Amsterdam en Zaanstad.

De gemiddelde verblijfstijd langs het parcours is een uur en driekwartier (105 minuten), waarbij de bezoekers van buiten gemiddeld 35 minuten langer blijven dan de inwoners van Amsterdam en Zaanstad. De gemiddelde reistijd enkele reis is een half uur, waarbij inwoners van buiten Amsterdam en Zaanstad gemiddeld een half uur langer dan de gemiddelde reistijd onderweg zijn. De uitgaven zijn gemiddeld €21,45 en de reiskosten zijn gemiddeld €3,87, waarbij bezoekers van buiten Amsterdam en Zaanstad meer uitgeven dan de Amsterdammers en inwoners van Zaanstad.

De correctie voor de oversampling van de verblijfsduur is vooral voor de verblijfsduur van belang, bij de andere variabelen zijn er wel verschillen, maar deze zijn naar verhouding duidelijk kleiner.

TABEL 19 BEREKENING VAN EEN AANTAL BELANGRIJKE VARIABELEN TEN OPZICHTE VAN DE VERBLIJFS TIJD

		Verblijfs- duur (minuten)	Reistijd (enkele reis) (minuten)	Betalings- bereidheid (Euro)	Uitgaven (Euro)	Reiskosten (Euro)
Alle respon- denten	Recht toe recht aan schatting	147	37	7,72	23,54	4,75
	Methode gecorrigeerd oversampling lange verblijfsduur	62	30	7,29	19,35	3,00
	<b>Gemiddeld</b>	<b>105</b>	<b>33</b>	<b>7,51</b>	<b>21,45</b>	<b>3,87</b>
Inwoners van Amsterdam en Zaanstad	Recht toe aan schatting	132	21	8,06	14,65	2,25
	Methode gecorrigeerd oversampling lange verblijfsduur	50	18	7,00	8,87	1,22
	<b>Gemiddeld</b>	<b>91</b>	<b>19</b>	<b>7,53</b>	<b>11,76</b>	<b>1,74</b>
Bezoekers van buiten Amsterdam en Zaanstad	Recht toe aan schatting	164	57	7,20	34,48	7,82
	Methode gecorrigeerd oversampling lange verblijfsduur	89	54	7,41	42,25	6,88
	<b>Gemiddeld</b>	<b>126</b>	<b>56</b>	<b>7,30</b>	<b>38,37</b>	<b>7,35</b>

Tot zover de techniek, het ging hier om het beschrijven van het plezier van de respondenten. Gemiddeld zijn de toeschouwers een uur en driekwartier langs het parcours te vinden en reizen ze ruim een uur in totaal. Dat is best een aanzienlijke tijdsbesteding, terwijl zoals de vorige paragraaf liet zien, veel van deze bezoekers niet meetellen in een economische impact analyse.

### 2.5.1 BETALINGSBEREIDHEID

Kortom, veel bezoekers geven er blijk van het evenement te waarderen maar laten dat niet gepaard gaan met het doen van (extra) uitgaven. Daarom is in de enquête ook de hypothetische vraag gesteld of mensen willen bijdragen aan het evenement zodat de organisatie geld heeft om de Dam tot damloop te blijven organiseren. Eerst is gevraagd

of bezoekers willen bijdragen aan het evenement, daarna is gevraagd naar het bedrag dat bezoekers willen betalen. Dergelijke betalingsbereidheidsvragen<sup>11</sup> meten, als ze goed gesteld worden, de waarde voor de respondent van een goed waarvoor geen markt is. Voor langs het parcours staan tijdens de Dam tot damloop is er geen markt, er worden geen kaartjes voor verhandeld. Dit soort betalingsbereidheidsvragen komen van oorsprong uit de milieu-economische literatuur (veel milieu-goederen zijn immers niet-marktgoederen). Het valide stellen van de vraag is lastig, in de enquête zijn vier verschillende vragen gesteld. Deze zijn door alle interviewers gesteld, waarbij deze min of meer om de beurt werden gesteld. Box 1 geeft de vier gestelde vragen weer en tabel 20 geeft de gemiddelde uitkomst per vraag weer.

### **Box 1 De vier varianten van de betalingsbereidheidsvraag**

#### **A. 'Toegangs prijs'**

Stel dat de organisatie geld nodig heeft om de Dam tot damloop te blijven organiseren. Dit geld is nodig om het evenement zowel voor de lopers als de bezoekers goed en veilig te laten verlopen. De van Dam tot damloop is een gratis toegankelijk evenement. Zou u dit ook bezoeken als er een toegangsprijs gevraagd zou worden?

Ja  Nee

Zo ja, hoeveel zou u maximaal willen betalen voor toegang?

- Maximaal 2,50 euro
- Maximaal 5 euro
- Maximaal 10 euro
- Maximaal 15 euro
- Maximaal 20 euro
- Maximaal 30 euro
- Maximaal 50 euro
- Meer dan 50 euro

---

11 Willingness-to-pay, or contingent valuation method in de literatuur. In een nog te verschijnen technische studie gaan we dieper in op de bij de Dam tot damloop gevolgde methode.

### **B. 'Bijdrage'**

Stel dat de organisatie geld nodig heeft om de Dam tot damloop te blijven organiseren. Dit geld is nodig om het evenement zowel voor de lopers als de bezoekers goed en veilig te laten verlopen.

Zou u daar aan bij willen dragen?

Ja  Nee

Zo ja, wat is het maximale bedrag dat u jaarlijks zou willen bijdragen?

- Maximaal 2,50 euro
- Maximaal 5 euro
- Maximaal 10 euro
- Maximaal 15 euro
- Maximaal 20 euro
- Maximaal 30 euro
- Maximaal 50 euro
- Meer dan 50 euro

### **C. 'Bijdrage open vraag'**

Stel dat de organisatie geld nodig heeft om de Dam tot damloop te blijven organiseren. Dit geld is nodig om het evenement zowel voor de lopers als de bezoekers goed en veilig te laten verlopen.

Zou u daar aan bij willen dragen?

Ja  Nee

Zo ja, wat is het maximale bedrag dat u jaarlijks zou willen bijdragen? \_\_\_\_\_euro

#### **D. 'Bijdrage cheap talk'**

Stel dat de organisatie geld nodig heeft om de Dam tot damloop te blijven organiseren. Dit geld is nodig om het evenement zowel voor de lopers als de bezoekers goed en veilig te laten verlopen.

Zou u daar aan bij willen dragen?

Ja  Nee

Zo ja, hoeveel zou u dan jaarlijks maximaal willen bijdragen?

Houdt u er bij het beantwoorden van deze vraag alstublieft rekening mee dat u het geld niet meer aan andere dingen kan uitgeven. Beeld u zich in dat u het geld ter plekke in een collectebus zou doen of dat het hier via een pinbetaling van uw bankrekening wordt afgeschreven.

- Maximaal 2,50 euro
- Maximaal 5 euro
- Maximaal 10 euro
- Maximaal 15 euro
- Maximaal 20 euro
- Maximaal 30 euro
- Maximaal 50 euro
- Meer dan 50 euro

Tabel 20 laat zien dat van de open vraag (C) de hoogste waarde laat zien. Cheap talk (doe alsof u echt moet betalen) reduceert de uitkomst zoals verwacht. De toegangsprijs geeft de minst hoge waarde. Kennelijk maakt het voor de waarde die men bereid is te betalen uit hoe sympathiek het klinkt (bijdrage klinkt beter dan prijs). Gemiddeld vinden we een betalingsbereidheid van €7,67 voor de bezoekers die bij willen dragen. Omdat niet iedereen wil betalen is de betalingsbereidheid voor alle bezoekers langs het parcours gemiddeld €3,17 (zie tabel 21). Met 115.000 bezoekers langs het parcours (waarvan bijna 50 duizend inwoners van Amsterdam en Zaanstad), geeft dit een totale betalingsbereidheid van €364.368.

TABEL 20 GEMIDDELDE BETALINGSBEREIDHEID VOOR DE VIER VARIANTEN

	<b>versie A 'Toegangs- prijs'</b>	<b>versie B 'Bijdrage'</b>	<b>versie C 'Bijdrage open vraag'</b>	<b>versie D 'Bijdrage cheap talk'</b>	<b>Totaal</b>
Wil betalen als de organisatie geld nodig heeft	77	89	74	75	315
Wil niet betalen	115	98	125	110	448
Totaal	192	187	199	185	763
Percentage dat bereid is te betalen	40,1	47,6	37,2	40,5	41,3
Percentage dat weet hoeveel (€)	42,2	43,9	34,7	41,6	40,5
Gemiddelde betalingsbereidheid	5,93	8,63	9,38	7,56	7,67
Gemiddelde betalingsbereidheid optie C in dezelfde klassen als de paymentladder vragen (€)	-	-	8,55	-	-
Verskil in gemiddelde waarde per type vraag ten opzichte van vraag B	-31%	0%	9%	-12%	

TABEL 21 WAARDERING LANGS HET PARCOURS

	<b>Langs het parcours</b>
Percentage bezoekers dat wil betalen	41,3
Percentage dat weet hoeveel ze willen betalen	40,5
Gemiddelde betalingsbereidheid voor bezoekers die willen betalen	€7,67
Gemiddelde betalingsbereidheid voor de gehele groep	€3,17
Aantal bezoekers langs het parcours	115.000
Waarvan inwoners van Amsterdam en Zaanstad langs het parcours	49.073
Waarde (wtp * aantal bezoekers)	€364.368
Waarde exclusief inwoners van Amsterdam en Zaanstad langs het parcours	€208.885

De betalingsbereidheid geeft weliswaar een flinke waarde, maar is mogelijk toch een onderschatting. Een flink deel van de bezoekers langs het parcours heeft een lange verblijfsduur, maar heeft geen positieve betalingsbereidheid. Daar lijkt de betalingsbereidheid geen

goede maat voor de gebleken waardering. Lastiger, de gevonden waarde lijkt relatief laag.<sup>12</sup> Verder blijkt er geen sterk verband tussen verblijfsduur en betalingsbereidheid. Dus de betalingsbereidheid lijkt geen volledige maat te zijn voor het plezier langs het parcours.

Ondanks deze bezwaren, is er hier bewust voor gekozen de betalingsbereidheid mee te nemen in de analyse. Het alternatief is de waarde voor het plezier niet mee te nemen. Dit geeft naar alle waarschijnlijkheid een grotere onderschatting van de waarde van het evenement.

## 2.6 CONCLUSIE

Dit hoofdstuk beschrijft de waardering van de Dam tot damloop door de bezoekers.

Als eerste presenteert het hoofdstuk een tweetal schattingen van het aantal toeschouwers. Het gemiddelde van beide schattingen, 115.000 toeschouwers is hier verder aan gehouden als het waarschijnlijke aantal toeschouwers dat de Dam tot damloop heeft bezocht.

De overgrote meerderheid van de bezoekers ziet de Dam tot damloop als positief voor de gezelligheid in de stad (90,2 procent) en vindt het goed dat de gemeentes Amsterdam en Zaanstad de Dam tot damloop mede mogelijk maken (88,7 procent). Ook denkt de bezoeker dat de Dam tot damloop goed is voor het toerisme (70,4 procent). Tevens vindt de meerderheid dat de Dam tot damloop niet tot overlast leidt (63,3 procent).

Driekwart denkt dat de Dam tot damloop de deelnemers aanzet tot gezonder leven (74,5 procent). Bijna de helft van de bezoekers denkt dat de Dam tot damloop ook positief is voor de eigen gezondheid.

---

12 De waarde van iemands vrije tijd kan benaderd worden met het netto uurloon. Volgens het CBS (geraadpleegd op 3 juni) was het bruto uurloon in 2010 €20,30 per uur. Uitgaande van een bevolking van 16.779.575 Nederlanders waarvan er 8.592.000 werken, een marginale belasting en premiedruk van 50 procent en dat de waarde van vrije tijd voor niet werkenden de helft is van de waarde van tijd voor wel werkenden, dan volgt dat de waarde van een uur tijd €7,67 is.  $((8592000/16779575)*20,3*0,5+((16779575-8592000)/16779575)*20,3*0,5*0,5)$ . Deze berekening is gelijk aan de berekening in Michiel de Nooij, Carl Koopmans Carlijn Bijvoet (2007) The Value of Supply Security, The Costs of Power Interruptions: Economic Input for Damage Reduction and Investment in Networks, Energy Economic, 29 (2), 277-295. Met deze uurwaarde volgt dat de waarde van de tijd per bezoeker gemiddeld €21,86  $(7,67*((105+2*33)/60))$  is. Dit is exclusief de uitgaven al flink hoger dan de gevonden betalingsbereidheid.

In totaal geven bezoekers €2,7 miljoen uit, daarvan telt €1,5 miljoen als extra uitgaven voor de gemeente Amsterdam en Zaanstad. In deze schatting van de extra uitgaven zijn nog niet de uitgaven van organisatie en deelnemers meegenomen, en het is dus geen complete economische impact analyse. De €1,5 miljoen moet ook niet gezien als een extra lokale economische activiteit, dat hangt ook af van de multiplier.<sup>13</sup>

Maar het evenement heeft meer impact dan de extra uitgaven. Van 65,1 procent van de bezoekers zijn geen uitgaven meegeteld en meer dan de helft van de bezoekers (56,6 procent) is van plan volgend jaar weer te komen. Gemiddeld staat men een uur en drie kwartier langs het parcours, en reist men meer dan een uur. Dit 'gebleken bezoekplezier' is niet meegewogen in de uitgaven die meetellen in de standaard economische impact analyse. Om een waarde voor dat 'bezoekplezier' te creëren, is gevraagd naar de betalingsbereidheid van de toeschouwers. Ruim 40 procent van de kijkers wil bijdragen en de gemiddelde bijdrage is dan €7,67. Totale waarde voor 'bezoekplezier' is €364.000. Deze waarde lijkt eerder een onderschatting dan een overschatting.

---

13 Voor een discussie van de multiplier zie De Nooij (2014) Impact van sportevenementen: EIA versus MKBA. In Paul Hover, Jerzy Straatmeijer en Koen Breedveld (red.) (2014) Sportevenementen in Nederland. Mulier Instituut, Utrecht/Arko Sports Media Nieuwegein. Pp. 132-153.





# AMSTERDAM EN DE DAM TOT DAMLOOP

## 3.1 INLEIDING

De Dam tot damloop heeft op zeker drie manieren impact op de inwoners van Amsterdam: Amsterdammers kunnen ernaar gaan kijken (live of in de media), Amsterdammers kunnen er hinder van ondervinden en de Dam tot damloop vergt inzet van de gemeente. En dat is nog afgezien van het feit dat een aantal Amsterdammers ook zelf aan de Dam tot damloop deelneemt. Kortom de vraag 'hoe kijken Amsterdammers tegen de Dam tot damloop aan' is een relevante vraag voor de organisatie, gemeente en andere betrokkenen.<sup>14</sup> Daarom is er een vragenlijst opgesteld en verspreid onder een panel van Amsterdammers.

## 3.2 BESCHRIJVING RESPONDENTEN VAN HET PANEL

Van 23 tot 27 september 2013 (direct aansluitend op de Dam tot damloop op 22 september) is er een vragenlijst uitgezet onder het panel van Bureau Onderzoek en Statistiek (O+S), Gemeente Amsterdam, Dienst Advies en Onderzoek. Deze is door 431 respondenten

---

<sup>14</sup> Uiteraard is deze vraag ook van praktisch belang voor de gemeente Zaandam en haar inwoners. Niet uit te sluiten valt dat Zaandammers anders tegen de Dam tot damloop aankijken dan Amsterdammers. Praktische redenen maakte het in Zaandam uitvoeren van de enquête helaas onmogelijk.

ingevuld. Dat is 0,05 procent van alle Amsterdammers. De verdeling van de respondenten is bewust oversampeld in de gebieden waar de Dam tot damloop doorheen komt (Centrum en Noord). In deze stadsdelen woont 22 procent van de Amsterdammers, terwijl 57 procent van de respondenten uit deze gebieden komt (zie tabel 22). Uit twee stadsdelen zijn geen panelleden aangeschreven (Nieuw-West en Zuidoost). Bij de interpretatie van de resultaten en generalisatie van de resultaten moet hiermee rekening worden gehouden.

TABEL 22 BEVOLKING EN RESPONDENTEN PER STADSDEEL

<b>stadsdeel</b>	<b>Bevolking volgens O+S</b>	<b>Procentuele verdeling bevolking over de stadsdelen</b>	<b>Aantal in de dataset</b>	<b>Procentuele verdeling dataset</b>
A Centrum	85.618	11	143	34
B Westpoort	506	0	0	0
E West	138.568	17	85	20
F Nieuw-West	141.825	18	0	0
K Zuid	137.901	17	48	11
M Oost	122.847	15	52	12
N Noord	88.434	11	98	23
T Zuidoost	83.743	10	0	0
Amsterdam	799.442		426	

De Dam tot damloop is erg bekend: 92 procent van de respondenten weet wat de Dam tot damloop is en nog eens 7 procent weet dit ongeveer. Slechts 2 van de 427 respondenten hadden geen beeld bij de Dam tot damloop. Ruim 90 procent van de respondenten wist ook te melden dat de Dam tot damloop op 22 september was.

Van de respondenten heeft 5 procent zelf meegedaan aan de Dam tot damloop, terwijl nog eens 4 procent dit had willen doen. De enquête is dus door vooral niet-deelnemers ingevuld. 10 procent is naar het evenement gaan kijken en 43 procent heeft de Dam tot damloop via de media gevolgd. De gemiddelde leeftijd (47) van de (potentiële) deelnemers aan de Dam tot damloop ligt lager dan gemiddeld van alle respondenten (53). Ruim de helft van de respondenten in het panel heeft de Dam tot damloop niet gevolgd en 85 procent is niet geweest (actief noch passief).

TABEL 23 DEELNAME, BEZOEK EN MEDIA ATTENTIE BEVOLKING VAN AMSTERDAM

	Gemiddelde leeftijd	Aantal respondenten	Percentage
Heeft deelgenomen	47	18	5
Niet deelgenomen, had dit wel willen doen	44	17	4
Niet deelgenomen	54	351	91
Bij de Dam tot damloop wezen kijken	52	38	10
Niet wezen kijken	54	330	90
Heeft de Dam tot damloop in de media (internet, krant, radio of tv) gezien of gevolgd.	54	157	43
Niet gevolgd	53	211	57

De enquête is door ongeveer even veel mannen als vrouwen ingevuld (225 mannen en 203 vrouwen). Van 90 procent hiervan is de leeftijd bekend. De dataset heeft een onevenredig sterke vertegenwoordiging van 40-70 jarigen terwijl vooral de groep tussen 20 en 30 weinig voorkomt in de dataset (zie tabel 24).

TABEL 24 GESLACHT EN LEEFTIJD (FREQUENTIE)

	tot 20	20-30	30-40	40-50	50-60	60-70	70-80	80 plus	Onbekend	Totaal
Man	0	2	23	46	55	56	17	1	25	225
Vrouw	1	10	34	34	48	34	18	4	20	203
Totaal	1	12	57	80	103	90	35	5	45	428

### 3.3 AMSTERDAMMERS OVER DE DAM TOT DAMLOOP

De respondenten zijn 9 stellingen over de Dam tot damloop voorgelegd (dit zijn dezelfde stellingen als die aan de bezoekers zijn voorgelegd). Deze stellingen gingen over de relatie tussen Dam tot damloop en toerisme, gezelligheid, het belang voor de stad, overlast, en gezondheidsgedrag. Tabel 25 geeft de uitkomst weer.

De uitkomsten van de vragen die betrekking hadden op “belang voor de stad” waren als volgt. De Amsterdammers onderschrijven met een overgrote meerderheid (77,2 procent) de stelling dat het goed is dat de gemeente Amsterdam en Zaanstad de Dam tot damloop

mogelijk maken. De negatief geformuleerde vraag “Het is beter als de Dam tot damloop niet meer wordt georganiseerd” leverde een borging op van dit resultaat op (76,6 procent was het niet eens met deze stelling). De vraag “het is belangrijk dat de Dam tot damloop georganiseerd wordt in mijn stad” geeft een positieve respons van 60,8 procent. Overlast van de Dam tot damloop werd in mindere mate beleefd (34,8 procent was het eens met de stelling over overlast)

TABEL 25 MENINGEN OVER STELLINGEN DOOR AMSTERDAMMERS (PERCENTAGE)

	helemaal oneens	oneens	neutraal	mee eens	helemaal eens	geen mening
1. De Dam tot damloop is goed voor het toerisme	1,7	10,6	34,9	36,3	8,4	8,2
2. De Dam tot damloop is goed voor de gezelligheid in de stad	2,4	7,7	22,6	47,1	15,4	4,8
3. De Dam tot damloop zet deelnemers aan om gezonder te leven (meer te sporten, gezonder te eten)	1,4	6,0	21,6	48,8	17,8	4,3
4. Het is belangrijk dat de Dam tot damloop wordt georganiseerd in mijn stad	3,4	6,5	25,5	42,3	18,5	3,8
5. Het is goed dat de gemeente Amsterdam en de gemeente Zaanstad de Dam tot damloop mede mogelijk maken	2,2	2,6	15,1	51,2	26,0	2,9
6. De Dam tot damloop zorgt voor overlast	8,4	23,8	27,9	27,6	7,2	5,0
7. Het is beter voor de stad als de Dam tot damloop niet meer werd georganiseerd	36,5	40,1	14,9	2,4	2,2	3,8
8. Door het kijken naar de hardlopers wordt ik bewuster mij van mijn gezondheidsgedrag	16,8	29,1	32,2	12,7	3,6	5,5
9. Door het kijken naar de Dam tot damloop krijg ik zin om op mijn niveau ook een keer aan een sportevenement mee te doen	20,4	32,0	24,3	15,4	3,4	4,6

Noot: N=416

De vragen die betrekking hadden op gezelligheid en toerisme leveren een verschillend beeld op. Een overgrote meerderheid van de Amsterdammers associeert de Dam tot damloop met “gezelligheid”. 62,5 procent van de respondenten is het eens met de stelling dat de Dam tot damloop goed is voor de gezelligheid in de stad. Ten aanzien van de stelling “goed voor toerisme” waren de Amsterdammers minder overtuigd, 44,7 procent van de Amsterdammers was het eens met de stelling.

Gezondheidseffecten van de Dam tot damloop werden meer bij de deelnemers waargenomen dan bij de Amsterdammers zelf. De respondenten scoorden bij het neutrale antwoord de hoogste score (32,2 procent) bij de vraag over effect van de Dam tot damloop op het eigen gezondheidsgedrag. De relatie tussen zin in meedoen aan sportevenement en Dam tot damloop kwam niet naar voren een minderheid was het eens met de stelling (18,8 procent). Terwijl dit effect bij de deelnemers veel hoger werd ingeschat (66,6 procent van de respondenten beantwoordde deze vraag positief).

### 3.4 BETALINGSBEREIDHEID

De steun en waardering voor de Dam tot damloop is groot: Ruim 60 procent van de respondenten (n=253) geeft aan dat het belangrijk is dat de Dam tot damloop wordt georganiseerd in mijn stad. En ruim 77 procent (n=321) vindt het goed dat de gemeente Amsterdam en de gemeente Zaanstad de Dam tot damloop mede mogelijk maken.

Tegelijkertijd is het aangegeven van waardering voor een evenement ook redelijk vrijblijvend. We hebben daarom gekeken naar of mensen ook eventueel een betaling aan hun waardering zouden willen koppelen. In de enquête hebben we daarom gevraagd:<sup>15</sup>

*We willen beter begrijpen hoe belangrijk u de Dam tot damloop vindt. Stel dat de organisatie geld nodig heeft om de Dam tot damloop te blijven organiseren. Dit geld is nodig om het evenement zowel voor de lopers als de bezoekers goed en veilig te laten verlopen. Wilt u betalen?*

Van de 415 respondenten die deze vraag beantwoordden, willen 60 respondenten ook betalen. Dit is 14,5 procent. Dit is flink lager dan het aantal respondenten dat de Dam tot damloop belangrijk vindt. Van de 60 respondenten die willen betalen weten 45 hoeveel

---

15 Ook deze vraag heeft iets vrijblijvends in zich, er wordt immers niet daadwerkelijk betaald. Tegelijkertijd vraagt deze vraag juist om een precisering van hoe belangrijk mensen de Dam tot damloop vinden.

ze maximaal zouden willen betalen. Tabel 26 geeft de frequentie van de bedragen die respondenten maximaal bereid zijn om te betalen.

TABEL 26 HET MAXIMALE BEDRAG DAT RESPONDENTEN JAARLIJKS WILLEN BETALEN<sup>16</sup>

Hoeveel bent u bereid maximaal te betalen? (euro)	Aantal respondenten
2	1
5	9
10	15
15	5
20	4
25	8
30	1
50	2
Totaal	45

Gemiddeld is deze betalingsbereidheid €15,16 per respondent die wil betalen en ook weet hoeveel. Per enquêteerde komt dit neer op €1,64 als de respondenten die wel willen betalen maar niet weten hoeveel te betalen op €0 worden gesteld. Als de respondenten die willen betalen maar niet weten hoeveel ze willen betalen, worden ingeschaald bij de categorie respondenten die willen betalen en weten hoeveel te betalen, dan komt de gecorrigeerde gemiddelde waarde per respondent uit op €2,19.

Tabel 27 gaat in op een van de mogelijke verklaringen voor de betalingsbereidheid. Hebben vooral de respondenten die zijn gaan kijken naar de Dam tot damloop een betalingsbereidheid? Uit de tabel blijkt dat het percentage respondenten dat wil betalen onder de bezoekers driemaal zo hoog is als onder de niet-bezoekers. Echter van de respondenten die naar de Dam tot damloop zijn geweest is ruim tweederde niet bereid te betalen. Tegelijkertijd is de betalingsbereidheid onder de niet-bezoekers met €16,46 juist weer hoger dan het gemiddelde van de bezoekers (€15,16).

<sup>16</sup> De vraag luidde: Zo ja, wat is het maximale bedrag dat u jaarlijks zou willen bijdragen? \_\_\_\_\_ euro.

TABEL 27 BETALINGSBEREIDHEID IN RELATIE TOT BEZOEKGEDRAG (FREQUENTIE; TUSSEN HAAKJES RIJ-PERCENTAGE)

		Bereid tot betalen		Totaal
		Ja	Nee	
Bent u bij de Dam tot damloop geweest om te kijken?	Ja	11 (31%)	25 (69%)	36
	Nee	34 (11%)	289 (89%)	323
Totaal		45	314	359

Met deze schattingen van de betalingsbereidheid kan een waarde voor heel Amsterdam worden uitgerekend. Tabel 28 presenteert een schatting voor heel Amsterdam (zonder rekening te houden met verschillen tussen de stadsdelen en de ongelijke sampling van respondenten). Uit tabel 28 volgt een economische waarde van €1,3 tot €1,8 miljoen.

TABEL 28 WAARDERING ALLE AMSTERDAMMERS

Percentage respondenten dat wil betalen	14,5
percentage dat weet hoeveel ze willen betalen	10,8
gemiddelde betalingsbereidheid voor respondenten die willen betalen en weten hoeveel ze willen betalen	€15,16
gemiddelde betalingsbereidheid voor de gehele groep, waarbij respondenten die niet weten hoeveel ze willen betalen voor €0 zijn meegeteld	€1,64
gemiddelde betalingsbereidheid voor de gehele groep, waarbij respondenten die niet weten hoeveel ze willen betalen voor zijn meegeteld alsof ze het gemiddelde willen betalen van de groep die wil betalen en weet hoeveel.	€2,19
Aantal Amsterdammers	799.442
Waarde (aantal Amsterdammers maal €1.64)	€1.313.782
Waarde (aantal Amsterdammers maal €2,19)	€1.751.709



In de sampling van het panel lag de nadruk op de stadsdelen Centrum en Noord en waren twee stadsdelen (Nieuw West en Zuid Oost) geheel afwezig. Tabel 29 bevat een uitgebreide berekening van de economische waarde van de Dam tot damloop voor Amsterdam, rekeninghoudend met verschillen tussen de stadsdelen.

De eerste rij bevat de betalingsbereidheid per stadsdeel. Deze is het hoogst in het Centrum waar de Dam tot damloop start, en hoger dan gemiddeld in Noord (waar de route van de Dam tot damloop door heen loopt, en Zuid (waar misschien de inkomens relatief hoog zijn). Voor de stadsdelen die niet in de enquête meegenomen zijn, zijn twee mogelijkheden doorgerekend: (A) een variant waarbij de betalingsbereidheid in de overige stadsdelen gelijk is aan de gemiddelde betalingsbereidheid in de stadsdelen waar de Dam tot damloop niet door heen loopt, (B) een variant waarbij de betalingsbereidheid de helft is van de betalingsbereidheid in variant A. In variant B is ook het percentage mensen dat wil betalen in de niet-geënquêteerde stadsdelen gehalveerd.

In rij twee staat de bevolkingsomvang per stadsdeel. Rij drie bevat de steekproefomvang per stadsdeel, gevolgd door het aantal respondenten dat deze vraag heeft beantwoord (een deel heeft geen ja en geen nee ingevuld), het aantal mensen dat wil betalen, en het aantal mensen dat tevens weet hoeveel men wil betalen. Rij 7 en 8 geven de percentages weer van het aantal mensen dat wil betalen. Rij 10 geeft het geëxtrapoleerde aantal mensen dat wil betalen per stadsdeel, rij 11 de totale betalingsbereidheid per stadsdeel en rij 12 tot slot geeft de totale betalingsbereidheid voor Amsterdam als geheel weer. Het totaal bedrag voor de betalingsbereidheid voor de Dam to Damloop Amsterdam ligt tussen €1,4 miljoen en €1,7 miljoen.

TABEL 29 BETALINGSBEREIDHEID VOOR HEEL AMSTERDAM REKENINGHOUDEND MET VERSCHILLEN TUSSEN DE STADSDELEN

	Centrum	West	Zuid	Oost	Noord	Gemiddeld enquête	overige stads- delen (A)	overige stads- delen (B)
Gemiddelde betalingsbereidheid per stadsdeel (euro)	17,27	11,33	16,25	12,50	16,18	15,16	13,36	6,68
Bevolking	85.618	138.568	137.901	122.847	88.434	573.368	226.074	226.074
Steekproef	143	85	48	52	98	426	0	0
Aantal mensen dat deze vraag heeft beantwoord	137	82	46	49	96	415		
Aantal mensen dat wil betalen	15	12	5	6	22	60		
Aantal mensen dat wil betalen en weet hoeveel	11	9	4	4	17	45		
Percentage van de steekproef dat wil betalen per stadsdeel gebaseerd op alle panelleden	10,5	14,1	10,4	11,5	22,4	14,1		
Percentage van de steekproef dat wil betalen per stadsdeel gebaseerd op alle panelleden die deze vraag hebben ingevuld	10,9	14,6	10,9	12,2	22,9	14,5	14,5	7,2
Aantal mensen dat wil betalen	9.374	20.278	14.989	15.042	20.266	82.897	32.685	16.343
Betalingsbereidheid *aantal inwoners dat wil betalen (euro)	161.919	229.820	243.575	188.031	327.834	1.256.344	436.677	109.169
Totaal voor heel Amsterdam gebaseerd op de uitgesplitste stadsdelen (euro)							1.693.021	1.365.513

Noot: doordat de getallen voor de tabel zijn afgerond kunnen er bij narekenen kleine verschillen ontstaan, omdat voor het rapport steeds zo laat mogelijk is afgerond.

### 3.5 OVERLAST

Zoals uit de stellingen bleek zorgt de Dam tot damloop ook voor overlast. In de enquête hebben we geprobeerd dit te kwantificeren. Het bleek dat 79 (18 procent) van de respondenten overlast heeft ervaren.

TABEL 30 OVERLAST NAAR STADSDEEL

	Centrum	West	Zuid	Oost	Noord	Totaal
Overlast ervaren	33 (24%)	13 (16%)	3 (7%)	3 (6%)	26 (27%)	79 (18%)
Geen overlast ervaren	104	69	43	46	70	336

Noot: van 5 respondenten is het stadsdeel onbekend.

Voor een aantal items hebben we gevraagd naar waar ze last van hadden en hoeveel last ze hadden ervaren. Men heeft vooral last van wegversperringen, grote mensenmassa's en verstoringen in het openbaar vervoer. Gevolgd door geluidsoverlast en last van rommel op straat die sterk lijken samen te hangen met de grote mensenmassa. De extra reistijd (in het openbaar vervoer) was voor de 38 mensen die dit hadden ervaren gemiddeld 55 minuten.

TABEL 31 VORMEN VAN OVERLAST ERVAREN IN AMSTERDAM (FREQUENTIE, INGEVULD DOOR RESPONDENTEN MET OVERLAST)

	geen	weinig	veel	heel veel
Wegversperringen	9	20	42	8
Onveilig gevoel dan normaal	65	9	5	0
Verstoringen in het openbaar vervoer	31	22	16	10
Grote mensenmassa	24	20	26	9
Geluidsoverlast	31	30	13	5
Rommel op straat	33	29	14	3
Inkomstendering door slechtere bereikbaarheid	71	5	2	1

Om beter te begrijpen hoeveel overlast mensen hebben ervaren is ook gevraagd naar hoe groot een compensatie zou moeten zijn om de overlast te compenseren.<sup>17</sup> Tabel 32 geeft de compensatie die per persoon nodig is.

TABEL 32 BEDRAG NODIG TER COMPENSATIE VAN DE OVERLAST

<b>Bedrag</b>	<b>Aantal</b>
0	31
2	2
3	1
10	1
50	5
100	3
150	1
500	2
weet ik niet	33
<b>totaal</b>	<b>79</b>

Hieruit blijkt dat van de 79 respondenten die overlast hebben ervaren, 31 geen compensatie hoeven (€0 is genoeg), 33 respondenten weten niet hoeveel, en er zijn 14 respondenten die een bedrag hebben ingevuld bij deze open vraag. Op basis hiervan kan een gemiddelde worden uitgerekend. Namelijk €37,33 gemiddelde compensatie per persoon met overlast die weten hoeveel compensatie nodig is. Dit is €4,13 gemiddeld per geënquêteerde.

Bij deze compensatiewaarde zijn een aantal opmerkingen te maken:

- Het bedrag gemiddeld is hoger dan de gemiddelde betalingsbereidheid. Dus als zowel de betalingsbereidheid als de compensatievraag goed zijn dan is volgens het panel de Dam tot damloop een ‘public bad’ en geen ‘public good’. Gezien de opmerkingen aan het eind van de enquête blijkt dat niet het geval te zijn.
- Het aantal niet betalende dat de Dam tot damloop wel een belangrijk evenement vindt, suggereren een onderschatting van de betalingsbereidheid.

<sup>17</sup> ‘Wij willen graag beter begrijpen hoeveel overlast u ervaren heeft. Compensatie voor overlast zal in realiteit niet mogelijk zijn, maar stel dat dat wel zo was, kunt u aangeven hoeveel euro compensatie u zou moeten ontvangen van de organisatie om voor de overlast te compenseren?’

- De waarde van de compensatie kon vrij opgegeven worden, en een aantal respondenten hebben daar hoge bedragen bij opgegeven (€500 komt tweemaal voor) gezien het geringe aantal respondenten dat een compensatie wil hebben (en weet hoeveel), heeft dit een flinke impact op de uitkomst. Bij dergelijk hoge antwoorden speelt mogelijk ook het gebrek aan budgetconstraint.
- Ook zijn het vooral de hoogopgeleiden die overlast ervaren hebben die daar een compensatiewaarde aan verbinden. 18 respondenten met een opleidingsniveau tot en met MBO hebben overlast ervaren, geen daarvan noemt een geldwaarde. Van de 41 respondenten met een WO opleiding of hoger noemen er 13 een geldwaarde. Bij het beantwoorden van deze vraag speelt een selectie-effect.
- Het aantal respondenten dat het belangrijk vindt dat het evenement wordt georganiseerd is veel groter dan het aantal respondenten dat vindt dat het niet meer georganiseerd zou moeten worden. Bij een telling (stemming) zou het evenement als 'public good' te boek staan.

Gezien deze overwegingen moet vastgesteld worden dat de compensatiewaarde niet uit deze enquête af te leiden valt, maar dat de betalingsbereidheid die hierboven werd gevonden waarschijnlijk te hoog is.

### 3.6 CONCLUSIE

Amsterdammers staan in ruime meerderheid positief tegenover over de Dam tot damloop en het feit dat deze georganiseerd wordt. Het feit dat de Dam tot damloop voor overlast zorgt wordt door een minderheid onderschreven. Ruim de helft van de Amsterdammers vindt de Dam tot damloop goed voor de gezelligheid terwijl iets minder dan de helft denkt dat het ook goed is voor het toerisme. De gezondheidseffecten werden meer bij de deelnemers/ bezoekers waargenomen dan bij de Amsterdammers zelf.

Men waardeert het evenement niet alleen maar is er eventueel ook bereid voor te betalen. Dit geldt voor 14,5 procent van de respondenten en in totaal weet 10,8 procent ook hoeveel ze willen betalen. Gemiddeld is deze betalingsbereidheid €15,16 per respondent die wil betalen en weet hoeveel. Per enquêteerde komt dit neer op €1,64 als de respondenten die wel willen betalen maar niet weten hoeveel op €0 worden gesteld. Als de respondenten die willen betalen (maar niet weten hoeveel) op het gemiddelde van de respondenten die willen betalen (en weten hoeveel) worden verrekend, dan komt de gemiddelde waarde per respondent uit op €2,19. Rekeninghoudend met de verschillen tussen de stadsdelen is de geëxtrapolerde betalingsbereidheid voor Amsterdam als geheel tussen €1,4 miljoen en €1,7 miljoen.

Zoals uit de stellingen bleek zorgt de Dam tot damloop ook voor overlast. 79 (18 procent) van de respondenten heeft overlast ervaren. Men heeft vooral last van wegversperringen, grote mensenmassa's en verstoringen in het openbaarvervoer. Gevolgd door geluidsoverlast en last van rommel op straat, die sterk lijken samen te hangen met de grote mensenmassa. Het waarden van de overlast bleek niet mogelijk.



## 4

# INKOMSTEN EN UITGAVEN VAN DE ORGANISATIE

Le Champion organiseert jaarlijks de Dam tot damloop en vele andere evenementen in vooral Noord-Holland, waarbij de Dam tot damloop het grootste evenement is. Tabel 33 geeft in geaggregeerde vorm de inkomsten en uitgaven van Le Champion met betrekking tot de Dam tot damloop weer uitgesplitst naar regio.<sup>18</sup>

TABEL 33 UITGAVEN EN INKOMSTEN VAN LE CHAMPION UITGESPLITST NAAR REGIO

	<b>In Amsterdam en Zaanstad</b>	<b>In Noord-Holland (incl. Amsterdam en Zaanstad)</b>	<b>In Nederland (incl. Noord-Holland)</b>
Uitgaven door Le Champion	437,746	1,281,313	1,809,670
Inkomsten uit regio	1,341,493	1,612,493	1,892,650
Netto bestedingimpuls	-903,747	-331,179	-82,980

De uitgaven kant bestaat uit veel posten, waarvan de belangrijkste zijn de materiaalkosten, de personeelskosten, promotie van de Dam tot damloop, vergoedingen en kosten voor de atleten, vervoer voor de deelnemers en kledingvervoer, medische voorzieningen

<sup>18</sup> Voor 41 kostencategorieën en 10 inkomstenklassen heeft Le Champion een schatting gemaakt waar de uitgaven gebeuren, dan wel waar de inkomsten vandaan komen.



uitslagenverwerking, amusement en kosten samenhangend met de businessloop, sponsors en relaties, en bijdrage aan kleinere en startende evenementen van Le Champion.<sup>19</sup> Opvallend is dat relatief weinig van de uitgaven in Amsterdam en Zaanstad gebeuren. Dit heeft er mee te maken dat de organisatie in Alkmaar zit en dat inkoop en huur van materialen in heel Nederland gebeurt.

De belangrijkste inkomstenbronnen van Le Champion zijn de inschrijvingen voor de bedrijvenloop, individuele inschrijvingen, sponsorgelden, verkoop shirts en subsidies. Deze komen voor meer dan de helft uit Amsterdam en Zaanstad, gevolgd door de rest van Noord Holland en de rest van Nederland.

Per saldo heeft de organisatie een negatieve bestedingsimpuls in Amsterdam en Zaanstad, Noord-Holland en Nederland als geheel. De bestedingsimpuls voor Nederland als geheel is klein en betreft vooral de uitgaven aan buitenlandse atleten. De negatieve bestedingsimpuls is vooral voor Amsterdam en Zaanstad groot. Sec naar deze uitgaven kijkend lijkt de Dam tot damloop duur, echter zoals de eerdere hoofdstukken, en het volgende hoofdstuk, laten zien, staat daar heel wat tegenover. Hoofdstuk 6 maakt de balans op.

---

19 Le Champion, de organisator maakt als geheel geen winst, dus dat ontbreekt in deze lijst.



# 5

## DEELNEMERS

Aan de 10 Engelse Mijl hebben 36.757 lopers deelgenomen. Deze lopers hebben zich voorbereid en daarbij uitgaven gedaan en hebben op de dag zelf in Amsterdam en Zaanstad ook uitgaven gedaan; ze hebben plezier beleefd aan het lopen van de Dam tot damloop en voor een deel van de lopers is de Dam tot damloop aanleiding geweest om gezonder te leven (onder andere door meer te sporten). Deze drie effecten zijn voor de samenleving als geheel belangrijke baten. Dit hoofdstuk beschrijft en kwantificeert deze baten.

De basis voor deze kwantificering is een enquête onder de deelnemers. 9.058 lopers zijn door ons uitgenodigd om in de twee weken aansluitend aan de Dam tot damloop een internet enquête in te vullen. Van deze groep hebben uiteindelijk 2.969 (33 procent) deelnemers de vragenlijst ingevuld.

### 5.1 BESTEDINGEN

Tabel 34 beschrijft de extra bestedingen van de deelnemers in het kader van de Dam tot damloop. De eerste 15 regels beschrijven 15 verschillende uitgaven categorieën, gevolgd door het door de lopers ingevulde totaal. Omdat niet alle optellingen compleet waren, hebben we

zelf het totaal berekend,<sup>20</sup> (deze totaalberekening staat in de een na laatste rij, de laatste rij bevat het aantal lopers per regio. De kolommen geven een uitsplitsing naar regio).

Gemiddeld geven de hardlopers in aanloop naar en tijdens de Dam tot damloop €165 euro uit. Lopers van buiten Noord-Holland geven beduidend minder uit (€142) dan gemiddeld, en het gemiddeld in Zaanstad (€202) is juist opvallend boven gemiddeld. De grootste uitgaven posten zijn vooral nieuwe sportkleding (€102), hardlooptraining en ondersteuning (€14) en inschrijfkosten (€13). Samen geven alle lopers €6,1 miljoen euro uit tijdens en in aanloop naar de Dam tot damloop.

Echter veel van deze uitgaven zijn geen extra uitgaven voor Amsterdam en Zaanstad of de provincie Noord-Holland. Zo wordt hardlooptkleding vooral in de woonplaats gekocht, hetzelfde geldt voor trainingsondersteuning. Van de items in de tabel hierboven komen alleen uitgaven 5, 6, 7, 8, 11, 13, 14, 15 in Amsterdam en Zaanstad terecht. Gemiddeld geven de lopers van buiten Noord-Holland in Amsterdam en Zaanstad €13,6 uit terwijl lopers vanuit Noord-Holland gemiddeld €12,4 uitgeven.

De extra uitgaven in Amsterdam en Zaanstad zijn dan €221.922 voor de lopers van buiten Noord-Holland, en €136.566 voor de lopers uit Noord-Holland die niet uit Amsterdam of Zaanstad zelf afkomstig zijn. In totaal dus €358.488.

De extra uitgaven in Noord-Holland zijn alleen afkomstig voor de lopers van buiten Noord-Holland en zijn €221.922. De extra uitgaven in Nederland als geheel zijn verwaarloosbaar door het zo goed als afwezig zijn van buitenlandse deelnemers.

---

20 Waar geen totaal was, hebben we dat berekend. Als het totaal van de losse items 1 tot en met 15 hoger was dan het opgegeven totaal, is het berekende totaal gebruikt. Voor twee categorieën zijn correcties gemaakt (inschrijving Dam tot damloop is begrensd op €50 per persoon, en winkelen in Amsterdam/ Zaandam is begrensd op €200 pp.).

TABEL 34 BESTEDINGEN VAN LOPERS UITGESPLITST NAAR REGIO VAN HERKOMST

	<b>Buiten Noord-Holland</b>	<b>Noord-Holland (incl Amsterdam en Zaanstad)</b>	<b>Amsterdam</b>	<b>Zaanstad</b>	<b>Amsterdam en Zaanstad</b>	<b>alle lopers</b>
1. Hardloopkleding en schoenen	84,35	115,20	108,35	118,63	110,99	101,51
2. Hardlooptraining en ondersteuning daarbij	9,32	17,54	17,97	19,07	18,25	13,89
3. Ondersteunende voeding (denk aan energydrinks, vitamine preparaten, eiwitshakes etc)	6,14	7,36	8,16	8,52	8,25	6,82
4. Inschrijving Dam tot Damloop	11,92	14,30	13,53	15,16	13,95	13,24
5. Eten en drinken in Amsterdam of Zaanstad	6,08	4,63	3,13	8,43	4,49	5,27
6. Souvenirs van de Dam tot Damloop	1,00	1,11	0,86	1,36	0,99	1,06
7. Souvenirs van Amsterdam of Zaanstad	0,11	0,07	0,02	0,27	0,08	0,09
8. Openbaar vervoer in Amsterdam/Zaanstad	1,83	2,02	1,16	1,76	1,31	1,93
9. Openbaar vervoer buiten Amsterdam/Zaanstad	5,57	2,42	0,27	0,79	0,40	3,82
10. Parkeren en brandstof, huur fietsen	3,75	1,21	0,44	0,34	0,41	2,34
11. Overnachting anders dan op het eigen woonadres	1,61	0,34	0,03	0,01	0,03	0,90
12. Extra boodschappen	1,59	1,66	1,46	2,83	1,81	1,63
13. (Andere) dagattracties/ recreatie	0,48	0,21	0,24	0,32	0,26	0,33
14. Winkelen in Amsterdam/ Zaanstad	0,66	0,71	0,48	1,55	0,76	0,68
15. Overige uitgaven	1,92	2,79	1,36	2,10	1,55	2,40
Totaal (1-15) (ingevuld)	83,96	120,32	110,51	136,42	117,15	104,19
Totaal, maximum van berekend en opgegeven.	141,76	183,06	164,77	201,91	174,30	164,73
Aantal deelnemers	16.310	20.447	6.997	2.415	9.412	36.757

## 5.2 PLEZIER VAN DE DEELNEMERS

Voor 10.9 procent van de deelnemers is de opgegeven betalingsbereidheid lager dan de daadwerkelijk betaalde prijs. Voor deze deelnemers is met een negatieve consumenten surplus gerekend.<sup>21</sup> 19.7 procent van de deelnemers heeft een betalingsbereidheid die gelijk is aan de betaling.

Voor de resterende 69,4 procent van de lopers geldt dat de waardering hoger is dan de betaling.

Over alle lopers gerekend is de gemiddelde betalingsbereidheid €16,06 positief. Dat wil zeggen dat de lopers het evenement gemiddeld €16 meer waard vinden dan ze betalen.

Voor alle lopers (36.757) gezamenlijk is het consumenten surplus daarmee €590.165.

Uitgesplitst naar regio valt een aantal zaken op. Zo is de gemiddelde betalingsbereidheid en het consumenten surplus per persoon het hoogste in Zaanstad. Ruim de helft (56) van het totale consumenten surplus komt terecht in Noord-Holland, en bijna een vijfde komt terecht bij lopers uit Amsterdam. Het totale consumenten surplus dat terecht komt in Zaanstad is net geen 10 procent van het totaal. Dit relatief kleine deel komt vooral door het relatief geringe aantal lopers uit Zaanstad, het consumentensurplus per persoon was juist hoog.

TABEL 35 BETALINGSBEREIDHEID EN CONSUMENTENSURPLUS VAN DE LOPERS

Regio	Betalings- bereidheid (€p.p.)	Consumenten surplus (€p.p.)	Aantal in de steekproef	percentage naar regio	aantal naar regio	Consumenten surplus naar regio
Buiten Noord- Holland	31.40	15.74	1.317	44	16.310	256.733
Noord-Holland	30.76	16.39	1.651	56	20.447	335.030
Amsterdam	29.78	16.20	565	19	6.997	113.360
Zaanstad	39.71	24.23	195	7	2.415	58.503
Amsterdam en Zaanstad	32.29	18.23	760	26	9.412	171.616
gemiddeld	30.95	16.06	2.968	0	36.757	590.166

21 Het consumentensurplus is een micro economische term voor het verschil in gebruikswaarde en de (markt) prijs.

### 5.3 GEZONDHEIDSEFFECTEN

Een van de lastiger te waarden effecten, maar mogelijk zeer belangrijk maatschappelijke effect van de Dam tot damloop, is het feit dat het deelnemers aanzet om meer te gaan sporten en gezonder te gaan leven. In de rapportage over de deelnemers wordt daar uitgebreider op ingegaan. Daaruit blijkt onder andere dat<sup>22</sup>:

- Bijna de helft van alle deelnemers (48 procent) aan het onderzoek in de aanloop naar het evenement per week meer kilometers is gaan hardlopen. Een iets kleiner deel (41 procent) sprak de intentie uit om ook na het evenement meer te blijven bewegen (vergeleken met de situatie voor ze met trainen begonnen).
- Het meer gaan hardlopen in de aanloop naar de Dam tot damloop niet ten koste is gegaan van andere sportactiviteiten. Zo gaf 77 procent aan dat ze (deels) meer sporturen zijn gaan maken.
- Bijna zes van de tien deelnemers (58 procent) aan de Dam tot damloop aangeeft dat het trainen voor de Dam tot damloop een positief effect heeft gehad op hun gezondheid.
- Een kwart van de deelnemers minder is gaan drinken. Hiervan wil bijna de helft deze vermindering ook volhouden na de Dam tot damloop (10 procent van gehele groep) waarvan 83 procent ook denkt dat dit gaat lukken. Van alle deelnemers rookt 13 procent, van deze groep is 37 procent minder gaan roken in aanloop naar de Dam tot damloop. Van de totale groep rokers (n= 378) denken 90 deelnemers (24 procent) de vermindering van het roken ook na het evenement vol te houden.

Gegeven deze sportieve en gezondheidseffecten van de Dam tot damloop is een voorlopige en voorzichtige kwantificering opgesteld. Stel dat een kwart van de deelnemers door de Dam tot damloop voldoende beweegt en dat daarvoor niet deed (48 procent is meer gaan sporten door de Dam tot damloop, aanname dat de helft daarvan onvoldoende bewoog), en dat dat effect een half jaar aanhoudt (daarna vervallen mensen dus in hun oude gedrag), dat mensen 40 jaar sportief kunnen leven en zo hun levensverwachting kunnen verhogen, en dat mensen die voldoende bewegen een jaar langer leven, dat de waarde van een extra levensjaar (de quality adjusted life year, qaly<sup>23</sup>) €50.000 is, en er 36.757 hardlopers waren. Dan is de waarde van de gezondheidswinst al €5.513.550<sup>24</sup>. Deze waarde wordt echter pas aan het eind van de levens van de sporters gerealiseerd. Als deze waarde over 40 jaar wordt genoten en met

---

22 Marije Baart de la Faille, Michiel de Nooij, Cees Vervoorn (2014) Onderzoek onder deelnemers Dam tot damloop. Hogeschool van Amsterdam.

23 De QALY komt overeen met het aantal levensjaren vermenigvuldigd door een correctiefactor voor de kwaliteit van die levensjaren. De factor bedraagt 1 bij het zich volledig gezond voelen en tussen 0 en 1 bij verminderde levenskwaliteit. Eventueel kan voor een toestand die subjectief "erger dan dood zijn" is een negatieve factor gelden.

24  $=48\%*50\%*(1/60)*50*20000*36757$ .

5,5 procent wordt verdisconteerd (de standaardprocedure en standaard discontowaarde waarde om toekomstige waarden naar het huidige waarden om te rekenen), dan is de huidige waarde €647.639 voor heel Nederland.

Deze berekening is met onzekerheid omgeven, daarom is gekozen voor een waarde voor een qaly in het midden (maar niet aan het onderkant van de bandbreedte) van wat gebruikelijk is<sup>25</sup>, een relatief lage waarde voor de extra levenswinst door voldoende te bewegen (1,8 jaar extra levensverwachting bij 75 minuten sporten per week is de schatting van Moore et al., 2012<sup>26</sup>), is gezondheidswinst voor mensen die al sport buiten beschouwing gelaten (terwijl die er waarschijnlijk wel is), en gezondheidswinst door ander gezond gedrag dan bewegen (zoals minder roken en drinken) is buiten beschouwing gelaten. Ook zijn de directe gezondheidsbaten, zoals fitter voelen door de voorbereiding op de Dam tot damloop, buiten beschouwing gelaten.<sup>27</sup>

Kortom, de gezondheidswinst voor heel Nederland is met €647.639 substantieel. Voor Amsterdam en Zaanadam, en Noord-Holland als geheel is de waarde uiteraard lager omdat niet alle lopers uit deze gebieden komen, maar met €165.837 respectievelijk €360.260 zeker substantieel. Tegelijkertijd is de waardering nog duidelijk met flinke onzekerheid omgeven en is verder onderzoek op dit gebied zeker nuttig.

---

25 Zoals het Centraal Planbureau (2013, p.48) schrijft: "Ook wij kunnen geen uitspraak doen over de waarde van een qaly, maar in een aantal berekeningen speelt deze waarde wel een rol. Wij hanteren daarbij zowel een conservatieve waarde van 20.000 euro als een hogere waarde van 50.000 euro per qaly." Centraal Planbureau (2013) Toekomst voor de zorg. Auteurs: Casper van Ewijk, Albert van der Horst, Paul Besseling. Wikipedia: "De econoom Marc Pomp heeft na onderzoek elke QALY gewaardeerd op 50.000 euro. In Nederland wordt een bedrag tot 20.000 euro per QALY gezien als kosteneffectief voor een preventieve interventie. Een maximaal consensusbedrag voor een interventie is beargumenteerd op 80.000 euro door RVZ in 2006'.

26 Moore SC, Patel AV, Matthews CE, Berrington de Gonzalez A, Park Y, et al. (2012) Leisure Time Physical Activity of Moderate to Vigorous Intensity and Mortality: A Large Pooled Cohort Analysis. PLoS Med 9(11): De maximale levensduur die ze vinden (4,5 jaar extra) treedt op bij 450 minuten bewegen/sport per week.

27 Verder is gerekend met de standaard waarde voor verdisconteren, terwijl er redenen kunnen zijn om voor gezondheidswinst een lagere discontovoet te hanteren.

# ECONOMISCHE IMPACT ANALYSE EN MAATSCHAPPELIJKE KOSTEN-BATENANALYSE

Dit hoofdstuk vat de belangrijkste economische maatschappelijke kosten en baten van de Dam tot damloop samen. Dit is in belangrijke mate een synthese van de vorige vijf hoofdstukken.

Daartoe worden zowel een economische impact analyse en een maatschappelijke kosten-batenanalyse opgesteld. De reden om beide analyses te maken is de volgende. Het is gebruikelijk bij de evaluatie van sportevenementen in Nederland om een economische impact analyse op te stellen. Echter op veel andere beleidsterreinen worden vooral maatschappelijke kosten-batenanalyses gemaakt, omdat deze een veel beter beeld geven van de maatschappelijke impact van het evenement of beleid. In een notendop zijn beide instrumenten als volgt te definiëren<sup>28</sup>:

- Een economische impact analyse (EIA) analyseert de financiële impact van een sportevenement op een lokale economie. De EIA's die voor sportevenementen worden uitgevoerd, schatten alle uitgaven die extra zijn in een gebied, en vermenigvuldigen dat

---

28 Zie De Nooij (2014) Impact van sportevenementen: EIA versus MKBA. In Paul Hover, Jerzy Straatmeijer en Koen Breedveld (red.) (2014) Sportevenementen in Nederland. Mulier Instituut, Utrecht/Arko Sports Media Nieuwegein. Pp. 132-153.



met een multiplier. Zo komt ze op een totale economische impuls. In Nederlandse EIA's van sportevenementen wordt meestal een multiplier van 1 gebruikt. Alles wat geen extra uitgave is, zit niet in een EIA. Dus niet-marktgoederen, zoals plezier, city marketing effecten en trots zijn per definitie nooit opgenomen in een EIA.

- Een maatschappelijke kosten-batenanalyse (MKBA) telt voor een evenement alle kosten en baten voor alle inwoners van een stad, regio of land op. Een MKBA telt dus niet alleen de kosten en opbrengsten voor de organisatoren mee, maar de kosten en opbrengsten voor alle andere Nederlandse partijen (bedrijven, burgers, en overheden). Niet alleen uitgaven worden meegeteld, maar zo mogelijk alle effecten van het evenement. Ook de effecten die niet op een markt verhandeld worden. Voor zover mogelijk worden de effecten in geld uitgedrukt. Doordat alle effecten meegenomen worden geeft een MKBA antwoord op de vraag of een sportevenement naar verwachting al dan niet welvaartsverhogend is. Welvaartsverhogend betekent dat er verder wordt gekeken dan alleen naar bestedingen, zoals in een EIA.

Het gaat in dit onderzoek vooral om de uitkomst van de MKBA. De EIA is vooral opgesteld ter vergelijking met andere evenementen en om te laten zien wat de verschillen zijn.

Tabel 36 geeft de belangrijkste kosten en baten van de Dam tot damloop weer. Hierbij is onderscheid gemaakt naar drie gebieden waar een effect kan optreden: Amsterdam en Zaanstad, Noord-Holland (inclusief Amsterdam en Zaanstad), Nederland als geheel.<sup>29</sup>

Toelichting op de berekening per regel:

1. Bestedingen van bezoekers zijn de bestedingen van buiten de regio die extra zijn in de regio.
2. Bestedingen van de organisatie zijn negatief omdat er geld de regio uit gaat (van Amsterdam naar Alkmaar waar de organisatie zit en veel uitgaven doet, en vanuit Alkmaar naar buiten de provincie in verband met inkoop en naar buiten Nederland vanwege de kosten van de internationale atleten.
3. Bestedingen van de lopers van buiten de regio naar binnen de regio.
4. Veel uitgaven van de bezoekers tellen niet mee als extra uitgaven voor Amsterdam en Zaanstad, Noord-Holland of Nederland omdat ze zonder Dan tot damloop ook in deze regio waren gedaan. Echter de bezoekers kiezen ervoor hun uitgaven nu aan of bij de

---

<sup>29</sup> Daar waar in de eerdere hoofdstukken geen uitsplitsing gemaakt is naar afkomstig uit Noord-Holland en daarbuiten is deze berekend op basis van de volgende kentallen: 25 procent van de bezoekers komt van buiten Noord-Holland; 75 procent van de bezoekers komt uit Noord-Holland; 43 procent komt uit Amsterdam; 10 procent komt uit Zaandam; 53 procent komt uit Amsterdam en Zaandam; 23 procent komt uit Noord-Holland exclusief Amsterdam en Zaandam.

Dam tot damloop te doen in plaats van elders. Dit heeft hun voorkeur. Deze voorkeur is gewaardeerd als consumentensurplus met een opslag van 5 procent op de uitgaven van de bezoekers uit deze regio. Dit neemt toe met het groter worden van de regio omdat er dan meer bezoekers en hun uitgaven meetellen.

5. Idem als 4 maar nu voor de uitgaven van de lopers (exclusief de extra betalingsbereidheid boven het startbewijs dat onder punt 9 separaat is opgenomen).
6. Betalingsbereidheid van de bezoekers overige Noord-Holland en de rest van Nederland. De betalingsbereidheid van de bezoekers uit Amsterdam en Zaanstad is niet meegenomen omdat deze waarschijnlijk overlapt met de betalingsbereidheid van alle Amsterdammers en inwoners van Zaanstad (inclusief bezoekers en niet bezoekers).
7. Betalingsbereidheid van alle Amsterdammers (bezoekers en niet bezoekers). De kosten van overlast zijn niet meegenomen.
8. Betalingsbereidheid van alle Amsterdammers (bezoekers en niet bezoekers), hiervoor is dezelfde betalingsbereidheid per inwoner van Zaanstad gebruikt als gevonden voor Amsterdam op basis van de enquête onder alle Amsterdammers.
9. Het verschil tussen wat lopers voor hun startbewijs willen betalen en wat ze ervoor hebben betaald.
10. De gezondheidswinst van de hardlopers.
11. De baten voor de werkgevers zijn als volgt berekend: alle uitgaven van werkgevers aan startbewijzen en sponsoring zijn bij elkaar opgeteld. Werkgevers geven hier alleen geld aan uit als ze hier meer voor terugkrijgen (bijvoorbeeld in tevredener of gezonder personeel) dan het kost. Aangenomen is dat ze 10 procent voordeel hebben bovenop de uitgave die ze maken.<sup>30</sup>
12. Optelling van posten 1, 2 en 3, met daarbij aangenomen dat de multiplier 1 is.
13. Optelling van alle posten (1 tot en met 11), eveneens met aanname dat de multiplier 1 is.

---

30 Merk op dat we andere kosten van werkgevers (zoals ondersteuning of tijd van het personeel) niet meenemen. In een andere rapportage is ingegaan op de effecten van de bedrijvenloop (Marije Baart de la Faille, Michiel de Nooij, Cees Vervoorn (2014) Onderzoek onder deelnemers Dam tot damloop. Hogeschool van Amsterdam).

TABEL 36 BELANGRIJKSTE ECONOMISCHE EN MAATSCHAPPELIJKE EFFECTEN VAN DE DAM TOT DAMLOOP IN EURO

	<b>Amsterdam en Zaanstad</b>	<b>Noord-Holland</b>	<b>Nederland</b>
1. Bestedingen van bezoekers	1,527,465	613,841	0
2. Bestedingen van de organisatie	-903,747	-331,179	-82,980
3. Bestedingen van de lopers	358,488	221,922	0
4. Consumenten surplus van de bezoekers over hun uitgaven	46,703	88,596	134,101
5. Consumenten surplus van de lopers over hun uitgaven	82,026	187,150	302,757
6. Betalingsbereidheid van de bezoekers (overlap met betalingsbereidheid inwoners Amsterdam en Zaanstad)	0	108,758	208,885
7. Betalingsbereidheid alle Amsterdammers	1,532,746	1,532,746	1,532,746
8. Betalingsbereidheid alle inwoners van Zaanstad	286,871	286,871	286,871
9. Consumentensurplus van lopers	171,616	335,030	591,762
10. Gezondheidsbaten van de lopers	165,837	360,260	647,639
11. Baten voor de werkgevers	41,518	90,193	162,140
12. Saldo EIA	982,206	504,583	-82,980
13. Saldo MKBA	3,309,524	3,494,187	3,783,921

De belangrijkste bevindingen zijn:

- De Dam tot damloop is goed voor economie en welvaart in Amsterdam en Zaanstad, Noord-Holland en goed voor de welvaart in Nederland.
- Hoe groter de regio hoe kleiner de economische impact. Voor Nederland als geheel is de economische impact zelfs enigszins negatief.
- Voor de welvaartsbijdrage geldt juist een omgekeerd verband: hoe groter de regio waarvoor wordt gemeten hoe meer welvaart wordt gegenereerd door de Dam tot damloop.
- Het saldo van de maatschappelijke kosten en batensaldo is voor Amsterdam en Zaanstad ruim drie maal zo groot als het saldo van de economische impact analyse. Voor Noord-Holland en voor Nederland wordt het verschil nog groter omdat het saldo van de MKBA toeneemt en dat van de EIA afneemt met de omvang van de regio.
- Bestedingen zijn een belangrijk effect (al is de aanname van de multiplier hier essentieel), al is er naast de positieve bestedingen van de bezoekers en lopers ook een negatieve impuls van de organisatie.

- Er zijn een aantal forse, zachte, niet-financiële effecten van de Dam tot damloop. De betalingsbereidheid als maat voor plezier en citymarketingbaten van alle Amsterdammers voor de Dam tot damloop is een substantiële baat, net als de gezondheidswinst voor de lopers. Deze zijn belangrijker dan de additionele bestedingen bij de beoordeling van de aantrekkelijkheid van de Dam tot damloop.
- De studie laat zien dat de zachte, niet financiële waarden van een sportevenement belangrijker kunnen zijn dan harde financiële waarden. Voor Nederland is dit de eerste meting van diverse zachte waarden binnen de sport.



# OVER DE AUTEURS

**Michiel de Nooij**, hoofdauteur en projectleider, was tijdens dit onderzoek verbonden aan het kenniscentrum Centre for Applied Research on Economics & Management (CAREM) van het domein Economie en Management van de Hogeschool van Amsterdam. Hij gaf als senior onderzoeker leiding aan de kenniskring Sport en economie. Michiel is gepromoveerd op het gebied van kosten-batenanalyses. Hij heeft kosten-batenanalyses op een breed scala aan onderwerpen gepubliceerd, zowel rapporten in opdracht, vakpublicaties en diverse wetenschappelijke publicaties. Eerder heeft hij ook kosten-batenanalyses van het organiseren van het wereldkampioenschap voetbal en de Olympische Spelen gemaakt. Momenteel is hij onafhankelijk onderzoeker met een focus op maatschappelijke kosten-batenanalyses en sport economics ([www.michieldenooij.nl](http://www.michieldenooij.nl)).

**Peter Horsselenberg** is docent marketing en onderzoeksvaardigheden aan de Hogeschool van Amsterdam en tevens onderzoeker bij het kenniscentrum Centre for Applied Research on Economics & Management (CAREM).



Ruim 36.757 lopers (op de hoofdafstand!) en 115.000 bezoekers langs het parcours van het centrum van Amsterdam naar het centrum van Zaanstad, maken de Dam tot damloop een groot evenement (het grootste hardloopevenement van Nederland) met een flinke impact op de (lokale) samenleving en economie. Dit rapport bestudeert deze economische en maatschappelijke impact van de 29ste Dam tot damloop op 22 september 2013.

Wat deze analyse extra interessant maakt, is de vernieuwende aanpak: naast de gebruikelijke economische impact analyse is voor de Dam tot damloop 2013 voor het eerst bij een klein sportevenement in Nederland een maatschappelijke kosten-batenanalyse gemaakt. Het is de enige maatschappelijke kosten-batenanalyse die na het evenement is uitgevoerd. Hierbij zijn twee vernieuwende meetmethoden gebruikt, zo zijn betalingsbereidheidsvragen aan bezoekers en bewoners gesteld en zijn de gezondheidseffecten voor de deelnemers gewaardeerd.

Dit onderzoek levert daarom een aantal interessante bevindingen over de Dam tot damloop en over het waarderen van sportevenementen op.

© 2014, Centre for Applied Research on  
Economics and Management (CAREM)

**Hogeschool van Amsterdam**

Hogeschool van Amsterdam  
Economie en Management / HES  
Gebouw KroonState  
H.J.E. Wenckebachweg 144-148  
1114 AD Amsterdam – Duivendrecht  
[www.hva.nl/carem](http://www.hva.nl/carem)

ISBN 9789059729476

