



TCS Amsterdam Marathon 2014

- economische impact
- tevredenheid
- gezondheidseffecten

TCS Amsterdam Marathon 2014

- economische impact
- tevredenheid
- gezondheidseffecten

COLOFON

ISBN: 978-90-822886-1-2

Dit is een onderzoeksrapport van de Hogeschool van Amsterdam, Hogeschool Inholland en Sport2B.

In opdracht van Le Champion.

Februari 2015.

Onderzoek Marije Baart de la Faille - Deutekom (HvA/Inholland) en Pieter Verhoogt (Sport2B)

Tekst Public Creation

Ontwerp en uitvoering reclamestudio Sjeep



Inhoud

Samenvatting	7
Inleiding	9
Deel 1: Economische impact TCS Amsterdam Marathon 2014	11
Het meten van economische impact	13
Onderzoeksanpak	14
Deelnemers	16
Bezoekers	18
Organisatie	21
Media	22
Totale economische impact	23
Deel 2: Tevredenheid van bezoekers en deelnemers TCS Amsterdam Marathon 2014	25
Tevredenheid deelnemers	26
Tevredenheid bezoekers	28
Deel 3: Gezondheidseffecten TCS Amsterdam Marathon 2014	29
Karakteristieken deelnemers	31
Effecten op gezondheid	32
Blessures	33
Informatievoorziening	34



Samenvatting

Op zondag 19 oktober 2014 vond de 39ste editie plaats van de TCS Amsterdam Marathon. Met het oog op de verdere ontwikkeling van het evenement wil organisator Le Champion graag een beter onderbouwd inzicht krijgen in de economische impact van de TCS Amsterdam Marathon. Zij heeft de Hogeschool van Amsterdam, Hogeschool Inholland en Sport2B gevraagd hier onderzoek naar te doen. Daarnaast heeft zij enkele aanvullende vragen geformuleerd over de tevredenheid van deelnemers en bezoekers en over de gezondheidseffecten van de marathon, die op dit onderzoek konden meeliften.

1. Economische impact TCS Amsterdam Marathon 2014

Deelnemers

In totaal namen 44.100 mensen deel aan het evenement, waarvan ruim 16.000 aan de marathon. Op de dag van de marathon gaven buitenlandse deelnemers gemiddeld 83 euro per persoon uit, Nederlandse deelnemers gemiddeld 11 euro en Amsterdamse deelnemers 7 euro. Een flink aantal deelnemers verbleef meer dagen in Amsterdam dan alleen de

marathondag: buitenlanders gemiddeld 3,3 dagen, Nederlanders 1,5 dagen. In totaal waren ze goed voor 52.000 overnachtingen. Op de dagen voor en na het evenement besteedden buitenlanders gemiddeld 104 euro per dag per persoon en Nederlanders 50 euro.

De totale bestedingsimpuls van deelnemers bedroeg 9,8 miljoen euro.

Bezoekers

Conservatief geschat waren er 57.500 bezoekers (exclusief deelnemer-bezoekers). Buitenlandse bezoekers besteedden op 19 oktober gemiddeld 56 euro per persoon, Nederlandse 20 euro en Amsterdamse bezoekers 12 euro. De bezoekers waren goed voor 14.000 overnachtingen in de dagen rondom de marathon.

De totale bestedingsimpuls van bezoekers bedroeg 1,9 miljoen euro.

Organisatie en Media

Het saldo van in- en uitgaande geldstromen veroorzaakt door de organisatie en de media bedroeg -0,5 miljoen euro.

De totale directe en indirecte economische impact: 15,8 miljoen euro.

Inleiding

2. Tevredenheid van bezoekers en deelnemers TCS Amsterdam Marathon 2014

Deelnemers

Buitenlanders geven de TCS Amsterdam Marathon gemiddeld een rapportcijfer van 7,7, Nederlanders een 7,8. Ruim 85 procent van deelnemers zou anderen aanraden om deel te nemen aan de TCS Amsterdam Marathon. Buitenlanders noemen als belangrijkste reden voor deelname de aantrekkelijkheid van Amsterdam. Voor Nederlandse deelnemers speelt vooral de aansprekende reputatie van het evenement een belangrijke rol. De deelnemers oordelen vooral zeer positief over de finish in het Olympisch Stadion.

Bezoekers

Bezoekers geven het evenement gemiddeld het rapportcijfer 8. Van de buitenlandse bezoekers vindt 94 procent de TCS Amsterdam Marathon van toegevoegde waarde voor de stad Amsterdam. Van de Nederlandse bezoekers vindt 47 procent dit, van de Amsterdamse bezoekers 51 procent.

3. Gezondheidseffecten van TCS Amsterdam Marathon 2014

Bijna de helft (48 procent) van de deelnemers is in aanloop naar de marathon meer gaan trainen en 60 procent geeft aan zich gezonder te voelen. Verder is 24 procent van de deelnemers minder gaan drinken en 5 procent minder gaan roken. Ongeveer 30 procent van alle lopers heeft in de aanloop naar het evenement last gehad van een blessure (dit is een gemiddelde over alle loopafstanden die het evenement biedt). Jongere deelnemers kennen verhoudingsgewijs meer blessures, evenals deelnemers met een korte voorbereidingsperiode.

Op zondag 19 oktober 2014 vond de 39ste editie plaats van de TCS Amsterdam Marathon. Met 44.100 deelnemers is het evenement uitgegroeid tot één van de grootste participatiesportevenementen van ons land. Dankzij het stadsparcours is de TCS Amsterdam Marathon voor zowel de deelnemers als de inwoners van de hoofdstad een zichtbaar icoon van de Amsterdamse ambities op het gebied van top- en breedtesport. Het deelnemen aan of het kijken naar de marathon kan mensen inspireren tot een actievere leefstijl.

Het evenement is daarnaast ook economisch interessant. De deelnemers, waarvan velen uit het buitenland, zorgen in het weekend van de marathon voor een bestedingsimpuls die ten goede komt aan de lokale economie.

Met het oog op de verdere ontwikkeling van het evenement wil Le Champion, de organisator van de TCS Amsterdam Marathon, graag een beter onderbouwd inzicht krijgen in de economische impact van de TCS Amsterdam Marathon. Zij heeft de Hogeschool van Amsterdam, Hogeschool Inholland en Sport2B gevraagd hiernaar onderzoek te doen. Daarnaast heeft zij enkele aanvullende vragen geformuleerd die op dit onderzoek konden meeliften. Deze rapportage bevat de resultaten van het onderzoek. Achtereenvolgens komen aan de orde:

- 1 de economische impact van de TCS Amsterdam Marathon
- 2 de tevredenheid van bezoekers en deelnemers
- 3 de gezondheidseffecten van de TCS Amsterdam Marathon





DEEL 1
Economische impact
TCS Amsterdam Marathon 2014



Het meten van economische impact

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

De economische impact van een evenement is gedefinieerd als de additionele bestedingen van verschillende aan het evenement gerelateerde partijen, zoals deelnemers, bezoekers, de organisatie, etc. Deze bestedingen moeten aan 2 voorwaarden voldoen:

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

In dit onderzoek presenteren wij de economische impact die wordt gegenereerd door bestedingen van vier partijen: deelnemers en bezoekers aan de TCS Amsterdam Marathon, de organisatie en media-vertegenwoordigers.

Onderzoeksaanpak

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van verschillende instrumenten. De bestedingen van de deelnemers aan de TCS Amsterdam Marathon zijn in kaart gebracht door middel van een online enquête. Een groot deel van de ruim 18.500 buitenlandse deelnemers is circa twee weken na hun deelname via email benaderd met het verzoek de online vragenlijst* in te vullen. Zowel de email als de vragenlijst was in zeven talen beschikbaar (Nederlands, Engels, Duits, Frans, Italiaans, Spaans en Portugees). Afhankelijk van het land werd de meest gepaste vertaling gebruikt. De meeste deelnemers zijn daardoor in hun eigen taal benaderd en bevestigd. De Nederlandse deelnemers kregen uiteraard een Nederlands exemplaar. Informatie over aantallen deelnemers en hun herkomst is verkregen via Le Champion. In totaal zijn 8.139 ingevulde vragenlijsten ontvangen en geanalyseerd, 3.408 van Nederlandse en 4.731 van buitenlandse deelnemers.

De bestedingen van de bezoekers zijn op twee manieren in kaart gebracht. In de eerste plaats zijn op 19 oktober door een groep studenten face to face interviews gehouden met mensen langs het parcours. De nadruk lag daarbij op het gebied rond het Olympisch Stadion (start en finish) en in mindere mate het Museumplein. Er is gebruik gemaakt van een standaardvragenlijst die beschikbaar was in het Nederlands en het Engels. De vragenlijst is na 19 oktober ook online beschikbaar gesteld. Via sociale media zijn binnen- en buitenlandse bezoekers van de TCS Amsterdam Marathon opgeroepen om de vragenlijst in te vullen. In totaal zijn 395 ingevulde vragenlijsten geanalyseerd. In de deelnemersenquête is ook gevraagd naar de bestedingen van meegekomen (en niet deelnemende) vrienden en familieleden. Input uit beide methoden is gebruikt om het bestedingsgedrag van de bezoekers te construeren.

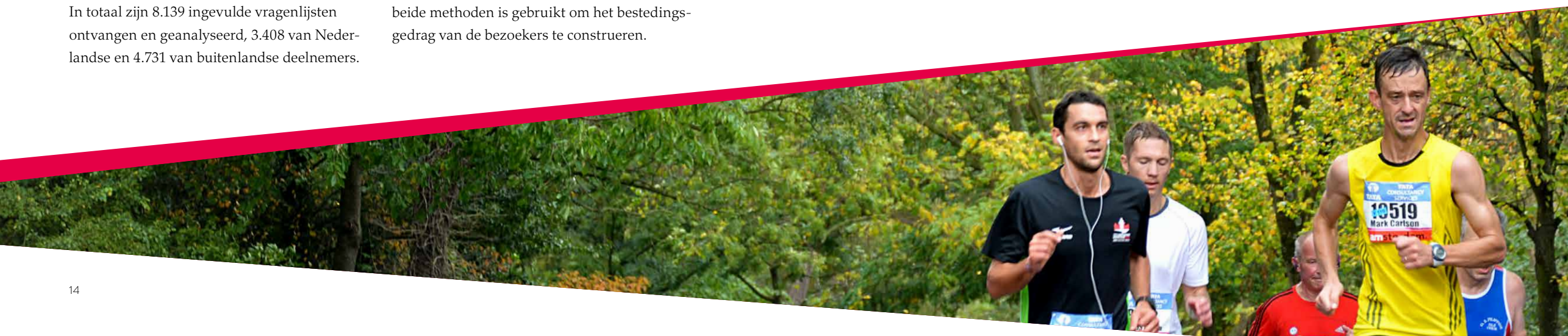
De bestedingen van de organisatie zijn verkregen door bestudering van de evenementbegroting. Voor inzicht in de herkomst en bestemming van de geldstromen is een gesprek gevoerd met Le Champion.

De bestedingen van de mediavertegenwoordigers zijn in kaart gebracht met behulp van het accreditatieoverzicht van Le Champion. Bij gebrek aan exacte gegevens zijn aannames gedaan ten aanzien van de verblijfsduur en de uitgaven van deze groep. Bij de aannames is aansluiting gezocht bij de bezoekersbestedingen en bij aannames die zijn gehanteerd in andere onderzoeken rond Amsterdamse sportevenementen.

Voor zowel het tevredenheidsonderzoek als het onderzoek naar de gezondheidseffecten van de

TCS Amsterdam Marathon is aangehaakt bij de enquêtes die zijn verspreid in het kader van het bestedingsonderzoek. Aan de betreffende vragenlijsten zijn enkele specifieke vragen over deze twee onderwerpen toegevoegd. De tevredenheidsvragen zijn zowel aan de buitenlandse als aan de Nederlandse deelnemers voorgelegd. De gezondheidsvragen zijn uitsluitend voorgelegd aan Nederlandse deelnemers.

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



Deelnemers

Op zondag 19 oktober namen in totaal 44.100 mensen deel aan één van de looponderdelen die onder de vlag van de TCS Amsterdam Marathon worden georganiseerd. Ruim 16.000 lopers gingen van start op de marathon. De halve marathon en de 8 km telden respectievelijk 19.000 en 7.300 deelnemers. Daarnaast namen zo'n 1.700 kinderen deel aan speciale kinderlopen. Bij het berekenen van de deelnemersbestedingen laten we deze groep kinderen buiten beschouwing*. De bestedingsanalyse is daarmee gebaseerd op 42.400 deelnemers. De herkomst van deze groep is weergegeven in onderstaande tabel.

Buitenland	18.600	44%
Nederland, excl. Amsterdam	15.400	36%
Amsterdam	8.400	20%
Totaal	42.400	100%

Bijna 90 procent van de Nederlandse en buitenlandse deelnemers gaf aan dat zij (zeer) waarschijnlijk niet in Amsterdam zouden zijn geweest wanneer de TCS Amsterdam Marathon niet zou zijn georganiseerd. Hun bestedingen kunnen daarmee als additioneel worden beschouwd. Met andere woorden: hun uitgaven in Amsterdam vormen een extra impuls voor de lokale economie, die zich zonder de TCS Amsterdam Marathon niet

had voorgedaan. Had de marathon niet in Amsterdam maar in een andere Nederlandse gemeente plaatsgevonden, dan gaf 27 procent van de Amsterdamse deelnemers aan dat zij ook daaraan zouden hebben deelgenomen. Deze groep wordt daarmee ook als additioneel beschouwd.

Buitenlandse deelnemers gaven op de dag van de TCS Amsterdam Marathon gemiddeld 83 euro per persoon uit. Dit bedrag is exclusief eventuele uitgaven aan overnachtingen. Voor lopers uit Nederland en Amsterdam ging het om respectievelijk 11 en ruim 7 euro. De totale bestedingen van deelnemers op zondag 19 oktober worden daarmee geraamd op 1,6 miljoen euro.

Een deel van de additionele deelnemers kiest ervoor om ook voor of na het evenement nog één of meerdere dagen in Amsterdam te verblijven. Buitenlandse deelnemers verbleven gemiddeld 3,3 dagen in de hoofdstad, Nederlandse deelnemers gemiddeld 1,5 dagen. Tijdens deze aanvullende dagen gaven buitenlandse bezoekers gemiddeld 104 euro per persoon per dag uit. Bij Nederlanders ging het om 49 euro. De bestedingen van deelnemers tijdens hun extra verblijfsdagen worden daarmee geraamd op 4 miljoen euro.

Deelnemers die meerdere dagen in Amsterdam verblijven geven naast hun dagbestedingen ook geld uit aan overnachtingen. Veel van deze overnachtingen zijn additioneel en dragen bij aan de Amsterdamse economie. De bijbehorende uitgaven worden daarom meegenomen in de berekeningen. Van niet-additionele overnachtingen is bijvoorbeeld sprake wanneer deelnemers overnachtten in accommodaties buiten Amsterdam.

In totaal zijn de deelnemers aan de TCS Amsterdam Marathon goed voor bijna 52.000 additionele overnachtingen. Hiermee is een bestedingsimpuls gemoeid van ruim 4,2 miljoen euro.

De totale additionele bestedingen van de deelnemers worden geraamd op 9,8 miljoen euro.

* Eventuele bestedingen van begeleidende ouders of trainers worden meegenomen bij de bezoekersbestedingen.



Bezoekers

Naast deelnemers trekt de TCS Amsterdam Marathon ook bezoekers naar de hoofdstad. Ook deze bezoekers, die niet meelopen maar wel vanwege het evenement naar de stad zijn gekomen, geven tijdens hun verblijf geld uit aan eten, drinken, souvenirs, overnachtingen en andere zaken. Ook deze bestedingsimpuls maakt daarom onderdeel uit van de analyse. Er dient zich echter direct een probleem aan: Het aantal bezoekers (toeschouwers) bij de TCS Amsterdam Marathon is onbekend. Het evenement speelt zich af in de openbare ruimte, kent een uitgestrekt en vrij toegankelijk parcours en duurt enkele uren. Dat maakt exacte telling onmogelijk. Voor de analyse zijn wij dus aangewezen op schattingen.

Voor de TCS Amsterdam Marathon zijn in het verleden bezoekersaantallen genoemd van meer dan 250.000. Een onderbouwing ontbreekt echter. Hoewel zeer ruimhartige tellingen, waarbij gedurende een periode van enkele uren alle (kortstondige) toeschouwers worden meegeteld, mogelijk in de buurt komen van dergelijke aantallen, is voor deze bestedingsanalyse een conservatieve, meer realistische inschatting gemaakt. Uitgangspunt daarbij zijn de bezoekersaantallen van het andere grote Amsterdamse loopevenement:

de Dam tot Damloop. Ook dit zijn schattingen, maar deze zijn tot stand gekomen door een combinatie van meerdere onderbouwde schattingsmethoden. Wanneer wij van de 115.000 toeschouwers bij dit evenement (dat in Amsterdam en Zaandam plaatsvindt) de helft aan Amsterdam toerekenen, komen we voor de hoofdstad uit op 57.500 bezoekers.

De schatting van 57.500 bezoekers aan de TCS Amsterdam Marathon is exclusief de 44.100 deelnemers aan het evenement. Een aanzienlijk deel van deze groep is voor of na de eigen loopactiviteit gedurende korte of lange periode als 'deelnemer-bezoeker' aan te treffen langs het parcours. Bijvoorbeeld omdat vrienden of familie deelnemen aan één van de andere onderdelen. Echter, omdat de bestedingen van de deelnemer-bezoekers al zijn meegenomen bij de categorie deelnemers, tellen zij niet mee in de categorie bezoekers. Daarom hanteren wij bij de analyse van de bezoekersbestedingen het aantal van 57.500.

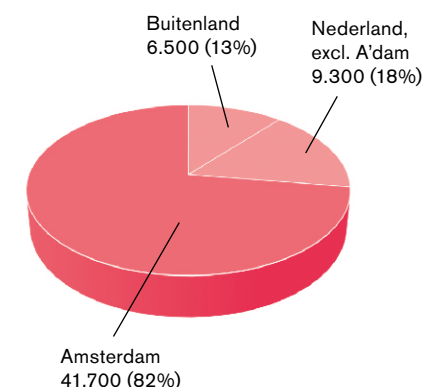
Binnen de groep bezoekers kunnen we een aantal subgroepen onderscheiden. Zo zijn er binnenlandse en buitenlandse bezoekers. En is er sprake van 'aanhang-bezoekers', die zijn meegekomen met één of meerdere deelnemers om hem/haar/hen aan te moedigen;

en 'autonome bezoekers', die op eigen initiatief zijn gekomen om het evenement te beleven. De bestedingen van de binnen- en buitenlandse 'aanhang-bezoekers' (in totaal 14.700 personen) zijn vastgesteld aan de hand van de deelnemenquêtes. De deelnemers zijn namelijk ook bevraagd over de uitgaven van hun eventueel meegekomen 'aanhang'. Wij gaan ervan uit dat er geen autonome bezoekers uit het buitenland naar de TCS Amsterdam

Marathon zijn gekomen. Het aantal autonome bezoekers uit Nederland wordt daarmee geschat op 42.800 (57.500 - 14.700). Wij rekenen met de aanname dat 90 procent hiervan lokale toeschouwers waren.

Onderstaande tabel en figuur geven een overzicht van de verschillende bezoekersgroepen, hun herkomst en geschatte omvang.

Totaal aantal bezoekers		57.500
Waarvan 'aanhang-bezoekers'		14.700
vv aanhang buitenlandse lopers	6.500	
vv aanhang Nederlandse lopers, excl. A'dam	5.000	
vv aanhang Amsterdamse lopers	3.200	
Waarvan 'autonome bezoekers'		42.800
vv buitenlanders	0	
vv Nederlanders, excl. A'dam	4.300	
vv Amsterdammers	38.500	



Uit de analyse blijkt dat van de naar schatting 57.500 bezoekers, slechts 22.300 kunnen worden aangemerkt als additioneel. Dit bescheiden aantal is terug te voeren op het grote aantal Amsterdamse toeschouwers. Hun bestedingen voegen in de regel niets toe aan de lokale Amsterdamse economie. Een uitzondering is gemaakt voor lokale toeschouwers die aangaven dat zij, indien de marathon niet in Amsterdam zou zijn gehouden maar elders in Nederland, ook zouden zijn gaan kijken. Deze groep (24 procent) is kennelijk vanwege de marathon in Amsterdam gebleven. Hun bestedingen tijdens het bezoek aan de marathon zijn dan ook beschouwd als additioneel voor de Amsterdamse economie. Buitenlandse bezoekers gaven zondag 19 oktober gemiddeld 56 euro per persoon uit. Voor de Nederlandse en Amsterdamse bezoekers ging het om respectievelijk 20 en 12 euro.

De totale bezoekersbestedingen op 19 oktober worden geraamd op 530.000 euro. Net als bij de deelnemers zijn er ook bezoekers die rond het evenement meerdere dagen in de hoofdstad verblijven. Dit geldt vooral voor de buitenlandse bezoekers, die allemaal zijn meegekomen met één of meerdere deelnemers. Gemiddeld boekten zij drie overnachtingen in de hoofdstad. Aan de hand van de opgegeven kamerprijzen kan worden vastgesteld dat bezoekers in totaal 700.000 euro hebben uitgegeven aan ongeveer 14.000 overnachtingen. Daarnaast gaven zij op de dagen rond 19 oktober gezamenlijk nog eens 710.000 euro uit.

De totale additionele bestedingen van de bezoekers worden geraamd op 1,9 miljoen euro.

Organisatie

De organisatie van de TCS Amsterdam Marathon is in handen van Le Champion. Zij opereert met een werkbudget van ongeveer 2,7 miljoen euro. Dit bedrag wordt bijeengebracht vanuit diverse financieringsbronnen, zoals inschrijfgelden, sponsoring, subsidies en de verkoop van souvenir T-shirts. Het werkbudget wordt vervolgens aangewend voor de financiering van alle activiteiten, materialen en inzet die nodig is om het evenement mogelijk te maken, zoals het aankleden van het gebied rond het Olympisch Stadion, de beveiliging, het transport en de accommodatie van de toplopers.

Le Champion, gevestigd in Alkmaar, zorgt als organisatie van de TCS Amsterdam Marathon

met haar inkomsten en uitgaven voor een grote hoeveelheid inkomende en uitgaande geldstromen. Een groot deel van die geldstromen raakt de Amsterdamse economie. Bijvoorbeeld wanneer Amsterdamse bedrijven als sponsor optreden of wanneer Amsterdamse lopers startbewijzen aanschaffen. Maar ook wanneer Le Champion het drukwerk voor de marathon bij een Amsterdamse drukker laat verzorgen.

Een gedetailleerde analyse van de inkomende en uitgaande geldstromen (bestedingen) wijst uit dat voor de Amsterdamse economie sprake is van een negatief saldo van 520.000 euro.



Media

De organisatie van de TCS Amsterdam Marathon heeft rond het evenement 176 accreditaties uitgegeven aan mediavertegenwoordigers – journalisten, fotografen, cameramensen, commentatoren etc. – die op enigerlei wijze verslag hebben gedaan van het evenement. Onder deze groep bevonden zich 17 mediavertegenwoordigers uit het buitenland.

Gedurende hun verblijf in Amsterdam deden alle mediavertegenwoordigers uitgaven die ten goede zijn gekomen aan de Amsterdamse economie. Daarbij gaat het om hun uitgaven op 19 oktober, maar zeker bij buitenlandse journalisten ook om overnachtingen en uitgaven op de dagen rond de 19 oktober.

Omdat geen inzicht bestaat in de herkomst van alle mediavertegenwoordigers hanteren wij de aanname dat van de Nederlanders 20 procent in Amsterdam woont en dus geen additionele bestedingen doet. Voor de dagbestedingen hanteren wij de gemiddelden van de Nederlandse (20 euro) en buitenlandse (56 euro) bezoekers. Voor de buitenlandse mediavertegenwoordigers hanteren we ook de gemiddelde verblijfsduur (3 nachten) en de ‘overige dagbestedingen’ (50 euro) van de buitenlandse bezoekers. Voor de hotelovernachtingen gaan wij uit van 75 euro per persoon per nacht.

De totale additionele bestedingen van de mediavertegenwoordigers wordt daarmee geraamd op 9.000 euro.

Totale economische impact

Uit de voorgaande deelanalyses blijkt dat de TCS Amsterdam Marathon een significante impact heeft op de lokale Amsterdamse economie. Zo genereert het evenement ruim 66.000 overnachtingen.

De totale bestedingen die gemoeid zijn met deze overnachtingen en de bestedingen van deelnemers, bezoekers, mediavertegenwoordigers en de organisatie tellen op tot een positieve directe impact op de lokale economie van 11,3 miljoen euro.

Deelnemers	€ 9.835.000
Bezoekers	€ 1.938.000
Organisatie	€ -518.000
Media	€ 9.000
Totaal	€ 11.264.000

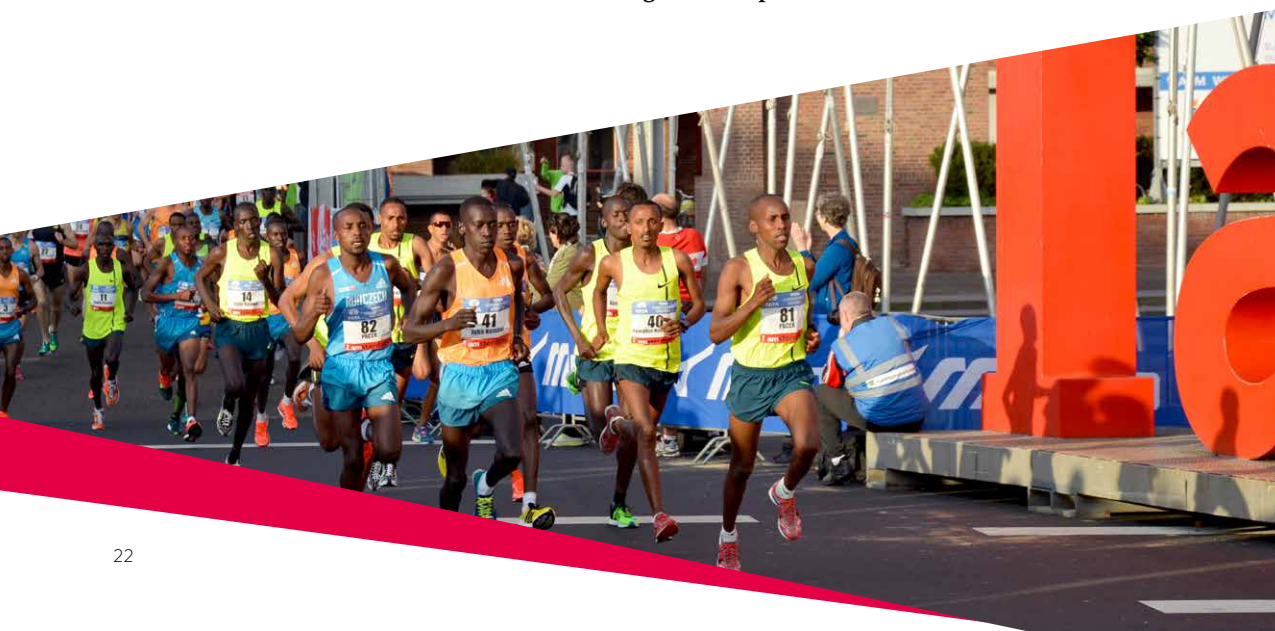
Deze directe bestedingsimpuls heeft ook een aanvullend indirect effect. Bijvoorbeeld wanneer leveranciers van de marathon-organisatie op hun beurt extra bestellingen doen bij hun leveranciers. Het is aannemelijk dat een deel van dit indirecte effect ook in de Amsterdamse economie zal neerslaan.

De omvang van het indirecte effect kan worden bepaald met een multiplier. In recent onderzoek naar de economische impact van de WK Roeien (2014) in Amsterdam hebben

wij een multiplier van 1,4 gebruikt*. Dit houdt in dat elke additioneel bestede euro in Amsterdam een indirect effect genereert van 0,40 euro.

De totale economische impact van de TCS Amsterdam Marathon voor de lokale Amsterdamse economie ramen wij daarmee op 15,8 miljoen euro.

* Deze is afgeleid van een landelijke combimultiplier voor evenementgerelateerde sectoren. Het landelijke cijfer van 1,55 (zie PwC, Economische impact EURO 2020) is voor de lokale situatie neerwaarts bijgesteld.





DEEL 2

Tevredenheid van bezoekers
en deelnemers TCS Amsterdam
Marathon 2014

Tevredenheid deelnemers

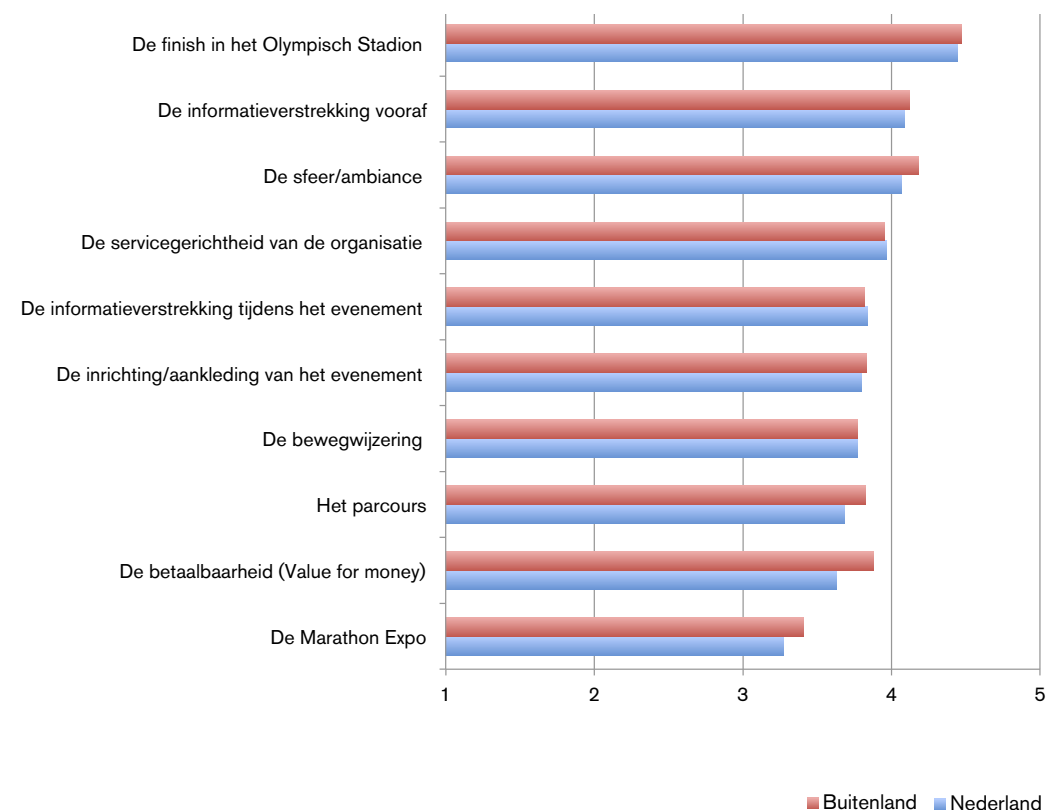
De meest genoemde reden (45 procent) voor buitenlandse deelnemers om deel te nemen aan de TCS Amsterdam Marathon is de aantrekkelijkheid van een bezoek aan Amsterdam. Voor Nederlandse deelnemers is de aansprekende reputatie van het evenement (45 procent) de meest genoemde reden (zie onderstaande tabel).

Buitenlandse deelnemers geven op een schaal van 1 tot 10 gemiddeld een 7,7 als rapportcijfer aan de TCS Amsterdam Marathon en deelnemers uit Nederland een

7,8. Van de buitenlandse deelnemers zou 85 procent anderen aanraden om deel te nemen aan de TCS Amsterdam Marathon; bij de Nederlandse deelnemers is dit 87 procent.

Deelnemers is gevraagd om op een schaal van 1 (helemaal niet tevreden) tot 5 (zeer tevreden) aan te geven wat ze van verschillende elementen van de TCS Amsterdam Marathon vinden. Over alle elementen zijn de bezoekers tevreden. Als het meest positieve aspect wordt de finish in het Olympisch Stadion genoemd.

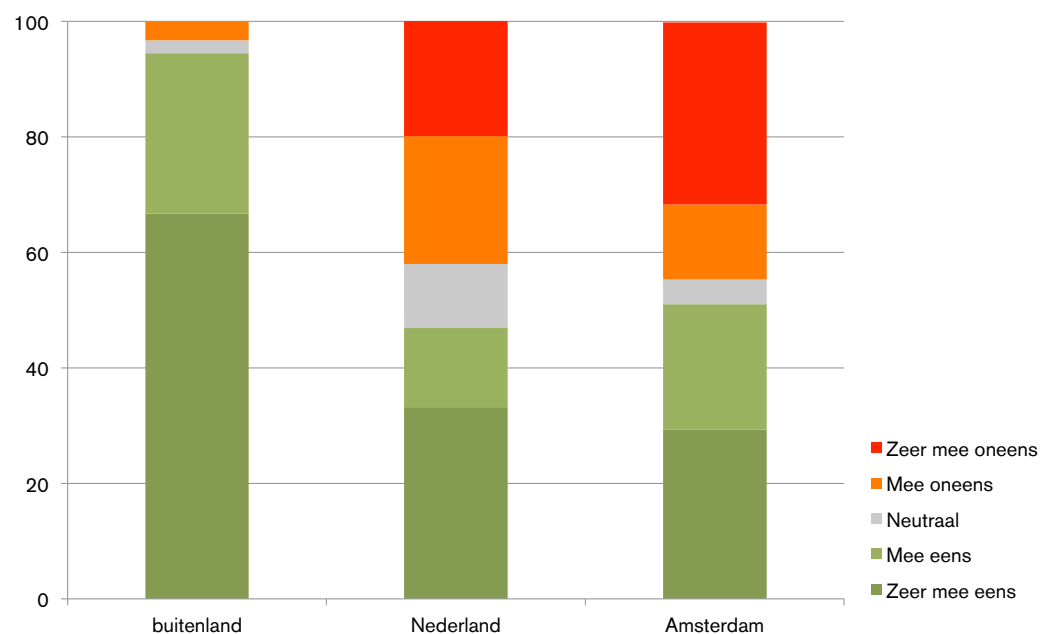
	Nederland	Buitenland
Aansprekende reputatie van het evenement	45%	26%
Aantrekkelijkheid van bezoek aan Amsterdam	10%	45%
Aantrekkelijkheid van bezoek aan Nederland	0%	3%
Combinatie met bezoek aan vrienden/familie	3%	13%
Overige	41%	13%



Tevreden bezoekers

Bezoekers waarden het evenement gemiddeld met het rapportcijfer 8. Zes van de tien bezoekers (59 procent) zijn het er (zeer) mee eens dat de TCS Amsterdam Marathon van toegevoegde waarde is voor de stad Amsterdam. Dit aantal varieert echter sterk

met de herkomst van de bezoekers. Van de buitenlanders vindt 94 procent dat de marathon van toegevoegde waarde is. Voor de Nederlandse bezoekers ligt dit percentage op 47 en voor de Amsterdamse bezoekers op 51.



DEEL 3 Gezondheidseffecten TCS Amsterdam Marathon 2014



Karakteristieken van deelnemers

In onderstaande tabel staan de karakteristieken van de deelnemers, uitgesplitst naar de afstand die ze hebben gelopen. Enkele conclusies: Hoe langer de afstand des te meer mannen deelnamen. En: hoe langer de afstand

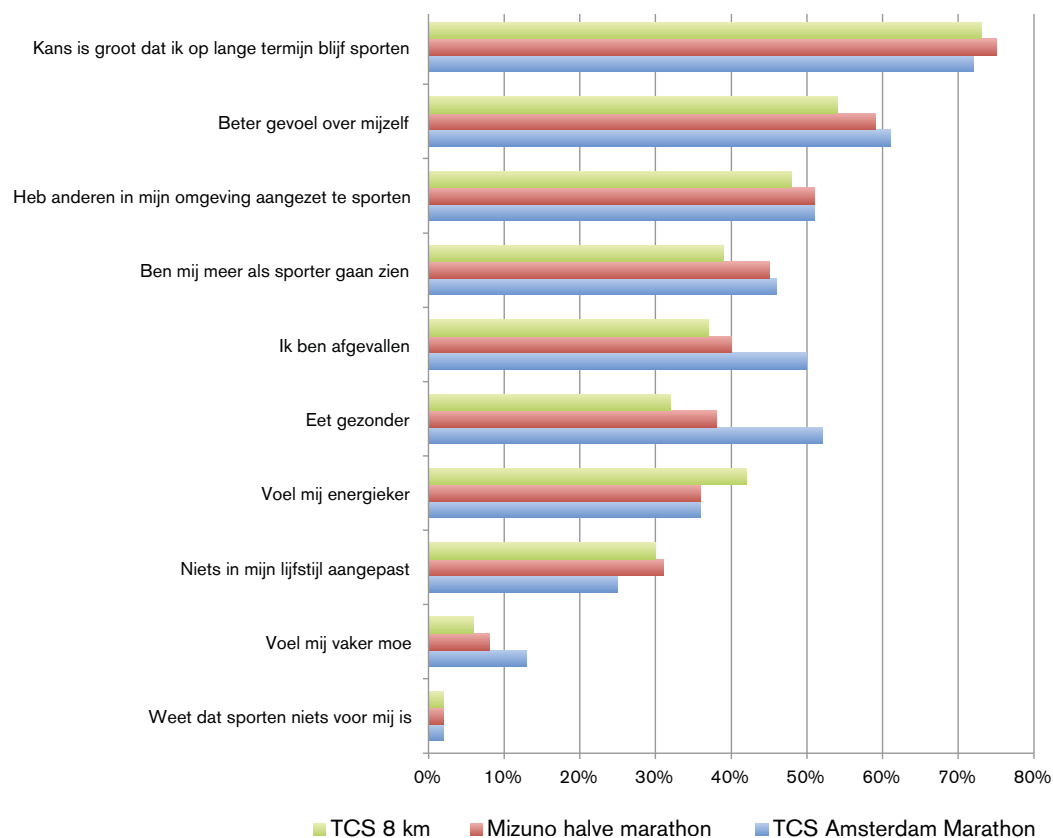
hoe hoger het trainingsvolume voor het starten van de training. Het gebruik van een app tijdens het trainen neemt af naarmate de lengte van de afstand toeneemt.

	TCS 8 km (n=517)	Mizuno halve marathon (n=1792)	TCS Amsterdam marathon (n=999)
Geslacht	43% man	61% man	78% man
Leeftijd	41,4 (11,7) jaar	41,0 (11,3) jaar	43,4 (10,3) jaar
Gelopen km's voor starten training	Minder dan 5 km/wk	23%	5%
	Tussen 5 en 10 km/wk	31%	17%
	Tussen 10 en 20 km/wk	33%	39%
	Tussen 20 en 30 km/wk	10%	26%
Trainingsperiode	Meer dan 30 km/wk	3%	13%
	Niet of nauwelijks	10%	4%
	1 – 5 weken	9%	6%
	6 – 11 weken	11%	13%
Gebruik App	12 weken of meer	12%	27%
	Train hele jaar	58%	50%
	48%	43%	33%

Effecten op gezondheid

Bijna de helft (48 procent) van alle deelnemers is meer gaan trainen in de voorbereiding op de marathon en 60 procent geeft aan zich gezonder te voelen. Daarnaast is iets minder dan een kwart (24 procent) van de deelnemers minder gaan drinken en 5 procent minder gaan roken. Ook zijn er veel subjectieve verbeteringen zichtbaar op andere leefstijlvariabelen.

De kans dat deelnemers zich gezonder gaan voelen is afhankelijk van een aantal variabelen. Zo wordt deze kans groter wanneer deelnemers meer zijn gaan trainen, het trainingsvolume laag was voor de start van de training, deelnemers minder zijn gaan drinken en wanneer deelnemers een langere afstand liepen tijdens het evenement.



Blessures

Het percentage mensen dat in aanloop naar het evenement in meer of mindere mate last had van een blessure ligt rond de 30 procent voor alle afstanden. Als we daarna kijken in hoeverre mensen minder konden trainen door de blessure bleek dit voor 10 procent van alle deelnemers het geval. De grootste kans (13 procent) op een blessure was bij de deelnemers aan de TCS 8 kilometer. Als we verder kijken naar voorspellers van blessures in de

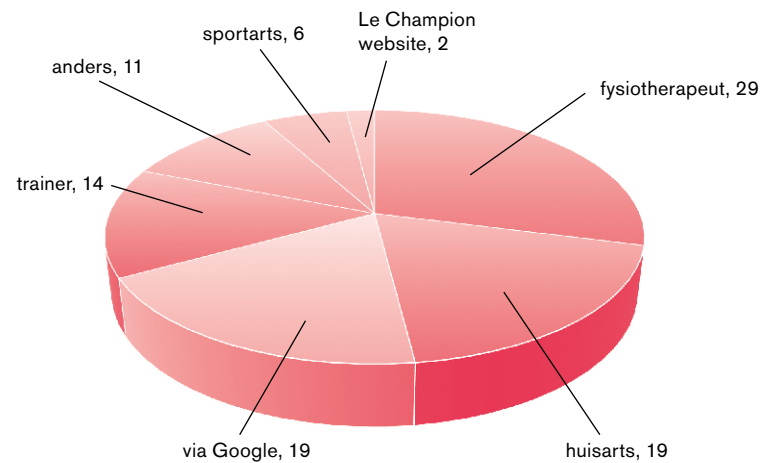
hele groep, dan zijn dit: het gebruik van een app (gebruikers hebben meer kans op blessures dan niet-gebruikers), leeftijd (hoe jonger hoe meer kans op blessures), de duur van de trainingsperiode (een kortere trainingsperiode betekent meer kans op blessures) en de verandering in trainingsvolume (een positieve verandering in trainingsvolume betekent meer kans op blessures).



Informatievoorziening

We hebben gevraagd wat deelnemers (zouden) gaan doen wanneer ze vragen of klachten hadden in de aanloop naar de TCS Amsterdam Marathon. Hier kwam uit dat deelnemers het vaakst (29 procent) de fysiotherapeut zouden raadplegen. Alle percentages zijn in onderstaande figuur vermeld.

De deelnemers die aangaven daadwerkelijk last te hebben gehad van een blessure raadpleegden in bijna de helft (49 procent) van de gevallen de fysiotherapeut.



Dankwoord

Dit onderzoek was niet mogelijk geweest zonder de hulp van verschillende mensen. Zo willen wij graag Bram Bossink, Ireen van Aart, Kitty Fodor, Mick Weijers, Remko de Bruin, Steffan Kohnke en Thomas Ijkema bedanken voor de dataverzameling. Ook bedanken wij Vera Dekkers (HOIO, lectoraat Kracht van Sport) voor de coördinatie rondom de dataverzameling. Bij Le Champion was Remyo Tielsema onmisbaar voor het inprogrammeren van de vragenlijsten. Tenslotte willen we Cees Pronk en Tom Oosterwegel van Le Champion bedanken voor het gunnen van de opdracht aan ons en de prettige samenwerking. Veel dank is er voor Cees Vervoorn (lector Topsport en Onderwijs van de Hogeschool van Amsterdam en Universiteit van Amsterdam) voor zijn belangrijke rol in de samenwerking tussen de verschillende partijen.

Over de auteurs

Marije Baart de la Faille - Deutekom (1977) is lector Kracht van Sport. Na haar studie Bewegingswetenschappen (2001) aan de Vrije Universiteit is Marije Baart de la Faille - Deutekom gepromoveerd in de geneeskunde bij UvA/AMC (2005). Het lectoraat Kracht van Sport is een samenwerking tussen de Hogeschool van Amsterdam en Hogeschool Inholland. Onderzoek binnen het lectoraat richt zich op sportparticipatie en de waarde van sport(eventenementen).

Pieter Verhoogt (1969) is sporteconoom en directeur van Sport2B. Sport2B ondersteunt organisaties in en rond de sport bij economische vraagstukken. Voor hij in 2004 Sport2B oprichtte was Pieter tien jaar als (senior) adviseur werkzaam bij KPMG Bureau voor Economische Argumentatie. Hij houdt zich al ruim 15 jaar bezig met onderzoek naar de economische betekenis van sport-evenementen.



Hogeschool van Amsterdam
Bewegen, Sport en Voeding

Hogeschool van Amsterdam
Bewegen, Sport en Voeding
Dr. Meurerlaan 8
1067 SM Amsterdam

Marije Baart de la Faille - Deutekom
m.baart.de.la.faille@hva.nl
Tel: +31 6 24 51 29 91
www.hva.nl/lectoraatkrachtvansport



Hogeschool Inholland
Gezondheid, sport en welzijn
Bijdorplan 15
2015 CE Haarlem

Marije Baart de la Faille - Deutekom
marije.baartdelafailedeutekom@inholland.nl
Tel: +31 6 24 51 29 91
www.inholland.nl/lectoraatkrachtvansport



Le Champion
Berenkoog 54
1822 BZ Alkmaar
t +31 (0)72 533 81 36
www.tcsamsterdammarathon.nl
www.lechampion.nl



Sport2B
JP Sweelinksingel 45
2132 KM Hoofddorp

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