

Rijksuniversiteit Groningen
Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen

EVENEMENTEN EN DE REGIO

—

VOORSPELLEND ANALYSE VAN DE ECONOMISCHE BETEKENIS VAN EVENEMENTEN VOOR HUN OMGEVING

Mei, 2015

Voorwoord

Toen het werk aan deze scriptie begon, inmiddels een langere poos geleden dan ik graag zou toegeven, werd mij geadviseerd om een onderwerp te kiezen dat dichtbij je ligt. Op dat moment had ik nog geen vermoeden dat mijn bijbaan in precies dit vakgebied zo snel de overhand zou nemen en de prioriteit aan dit onderzoek soms ver naar de achtergrond zou duwen. Dit zou niet gebeurd zijn als ik niet zowel over mijn werk als over mijn scriptie onderwerp nog steeds zo enthousiast zou zijn. Om mijn passie voor het werken in en rond de evenementenwereld en mijn voorliefde voor (economische) geografie in één onderzoek te kunnen combineren is een voorrecht geweest. Het resultaat van het doen van dit onderzoek is bovendien een grote toevoeging aan mijn kennis van het vakgebied geweest waar ik in mijn werkzame leven zeker gebruik van ga maken.

Mijn dank gaat uit naar Paul van Steen, die het geduld en begrip heeft gehad om mij in deze lange adem te begeleiden. De altijd prettige gespreken en opbouwende kritieken en suggesties waren onmisbaar voor dit eindresultaat. Verder ben ik veel dank verschuldigd aan de mensen bij lemandsland en het Bevrijdingsfestival Groningen, Willem Wessels en Diederik van der Meide, voor hun vertrouwen om mijn onderzoek los te laten op hun 'kindjes'. Daarnaast mijn dank naar iedereen om mij heen, vrienden, familie, voor het motiveren en geduld – en het vertrouwen dat sprak uit het uiteindelijk soms maar even niet meer vragen naar de voortgang van mijn schrijven. Een ding is zeker, ondanks de vertraging heb ik zelf nooit getwijfeld aan het feit dat ik dit proces af zou maken – maar de twijfels die sommigen hierover uitspraken hebben mij zeker gesterkt hierin, ook dank daarvoor.

Tot slot wil ik dit schrijven graag opdragen aan mijn opa, Piet Duits. Van alle mensen om mij heen was hij wellicht degene die het meeste waarde hechtte aan een goed afgesloten opleiding en het spijt mij dat hij dit niet meer heeft kunnen meemaken.

Luuk Stelder

Groningen, 21-05-2015

Abstract

De economische relatie van een evenement tot zijn omgeving is een complex geheel. Er zijn meerdere methoden om achteraf vast te stellen wat voor impact een evenement op zijn regio gehad heeft, variërend van kleinschalig onderzoek tot complexe projecten. Dit onderzoek biedt een overzicht van de methoden en opvattingen in het vakgebied van de economische impact analyse voor evenementen. Ook wordt aandacht besteed aan de relevantie van de geografische schaal voor het doen van dergelijk onderzoek. Daarnaast richt het zich op het ontwikkelen van een model dat een indicatie kan geven van de economische impact van een evenement nog voordat het plaatsgevonden heeft.

Het blijkt dat op basis van een aantal simpele stappen het mogelijk is om een indicatie te geven van de mogelijke economische impact van een evenement nog voordat deze daadwerkelijk heeft plaatsgevonden. Hoewel de methode geen absolute cijfers levert en ook een aantal generalisaties pleegt, biedt het wel een goed handvat om een reële inschatting te maken van de richting en sterkte van de economische voetafdruk die een evenement achterlaat.

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Abstract	3
Inhoudsopgave	4
1. Introductie	6
1.1 definiëring en theorieverkenning	6
1.2 relevantie – het voorspellen van impact	7
2. Economische impact studie: theorie voor evenementen	10
2.1 impact studies in de theorie	10
2.2 omvang en impact	11
2.3 bezoekers en impact	11
2.4 bezoekersenquêtes	15
2.5 van besteding naar impact	16
2.6 input-output	18
2.7 multipliers	19
3. Het belang van schaal	21
3.1 geografische schaal	21
3.2 schaalkeuze	22
3.3 locaties	22
3.4 aangeboden faciliteiten	23
4. Het voorspellen van impact	25
4.1 vergelijkbaarheid eerdere studies	25
4.2 impact checklist	27
4.2.1 herkomst bezoekers	28
4.2.2 bestemming uitgaven bezoekers	29
4.2.3 herkomst inkomsten organisatie	29
4.2.4 bestemming uitgaven organisatie	29
4.2.5 duur van het evenement	30
4.2.6 bezoekersaantal	30
4.3 het rekenmodel	31
4.4 resultaat	32
4.5 geografische afbakening	33
4.5 het multiplier effect	33
4.7 crowding-out	34
4.8 Lange-termijneffecten nieuwbouw	34
5. Impact voorspellen in praktijk	35
5.1 de cases	35
5.2 case 1: locatietheatervoorstelling Iemandsland	36
5.2.1 toegankelijkheid	36
5.2.2 locatie(s)	36
5.2.3 aangeboden faciliteiten	36
5.2.4 schaalkeuze	36
5.2.5 herkomst bezoekers	37
5.2.6 bestemming uitgaven bezoekers	37
5.2.7 herkomst inkomsten organisatie	39
5.2.8 bestemming uitgaven organisatie	39
5.2.9 duur van het evenement	39

5.2.10 omvang evenement	40
5.2.11 resultaat	40
5.2.12 conclusie	41
5.3 case 2: Bevrijdingsfestival Groningen 2015	42
5.3.1 toegankelijkheid	42
5.3.2 locatie(s)	42
5.3.3 aangeboden faciliteiten	42
5.3.4 schaalkeuze	42
5.3.5 herkomst bezoekers	43
5.3.6 bestemming uitgaven bezoekers	43
5.3.7 herkomst inkomsten organisatie	43
5.3.8 bestemming uitgaven organisatie	44
5.3.9 duur van het evenement	45
5.3.10 omvang evenement	45
5.3.11 resultaat	45
5.3.12 conclusie	46
6. Conclusie	47
6.1 discussie	48
 Bronnenlijst	50
Bijlage 1: Assumptions I-O models Dwyer et al.	52
Bijlage 2: Samenvatting balans Iemandsland	53
Bijlage 3: Samenvatting gegevens Bevrijdingsfestival Groningen	54
Bijlage 4: Contact directeur Bevrijdingsfestival	55
Bijlage 5: Exploitatierkening Bevrijdingsfestival	56

1: Introductie

De btw-verhoging van 2012 voor (culturele) evenementen en de daaromheen hangende trend rond het afbouwen van subsidies roept vragen op over wat deze evenementen nu eigenlijk opleveren voor de plek waar zij plaatsvinden. Dit laatste kan vanzelfsprekend heel verschillend zijn voor evenementen van verschillende aard en omvang. Een groot evenement laat misschien niet altijd (ter plekke) een grote economische impact achter; wanneer alle leveranciers en medewerkers buiten de regio geworven worden, is de kans groot dat het evenement alleen zijn naam verbindt aan de plek waar het plaatsvindt. Ook de uitgaven van consumenten kunnen afhankelijk van de structuur van het evenement erg verschillen en al dan niet de regio ten goede komen. Er bestaat al een groot verschil tussen het verblijven in hotels of op een door het evenement geëxploiteerde camping – als er al overnacht wordt. Gaat men verder eten in de stad of verzorgt de organisatie een (externe) cateraar? Het is goed mogelijk dat een veel kleiner, minder prestigieus evenement dat wel veel lokaal betreft en consumenten meer ruimte biedt om uitgaven buiten het evenement te doen een grotere economische impact op de omgeving heeft dan een evenement met een veelvoud van het aantal bezoekers.

1.1 definiëring en theorieverkenning

Hier valt direct op hoe breed het begrip evenement eigenlijk is - door de Van Dale wordt dit gedefinieerd als “een (belangrijke) gebeurtenis”. In ieder geval is duidelijk dat dit zaken kan omvatten van een straatfeest tot een congres, beurs of groot festival. Al deze typen evenement zullen op verschillende manieren economische banden met hun omgeving hebben waardoor evenementen met gelijke bezoekersaantallen niet perse een gelijk economische neerslag achter zullen laten. Zo dient de vraag zich aan op welke manieren een evenement zich (economisch) aan een regio kan binden, welke verbanden er mogelijk zijn en welke er niet zijn. Het is bijvoorbeeld de vraag waar uitgaven blijven – deze kunnen in de regio zelf blijven hangen maar evengoed weglekken naar elders; dit geldt zowel voor uitgaven van organisatoren als voor die van consumenten. Ook is het interessant te weten of uitgaven die gedaan worden in het kader van een bepaald evenement wellicht zonder het evenement ook in de regio gedaan zouden zijn of dat er daadwerkelijk ‘nieuw’ geld de regio binnenkomt.

Over onderzoeksmethoden naar deze impact van evenementen is veel geschreven. Als uitgangspunt maakt Frechtling (2006) duidelijk dat bezoekers van evenementen (en hun uitgaven) binnen de toeristische sector vallen en dat de principes die gehanteerd worden voor het meten van economische effecten van toerisme voor een groot deel ook toepasbaar zijn op impact studies van evenementen. Hoe lastig het vaak is om de effecten van een evenement los te trekken uit de overige uitgaven in de economie en die van de toeristische sector in het bijzonder laten Tyrrell en Johnston (2001) zien. Zij geven aan dat hierbij bijzondere aandacht nodig is voor onder andere de geografische herkomst en bestemming van bestedingen om duidelijk te kunnen maken welke uitgaven wel of niet de regio ten goede komen. Daarnaast laten zij zien dat met name de reden van de uitgaven (wel of niet in het kader van het evenement) bepaalt of deze meegenomen kunnen worden in een analyse. Ook Snowball (2004) wijst op deze problemen en geeft een kijk op hoe de resultaten van dit soort

onderzoek te interpreteren. Hij wijst met name op het gevaar dat schuilt in een vertekend beeld dat op kan treden doordat veel onderzoekers verschillende definities van zowel uitgaven als bezoekersaantallen hanteren. Een aardige kritische noot wordt hier nog gegeven door Matheson (2002) die een aantal valkuilen aanwijst voor een te optimistische analyse van de impact van evenementen. Zo kan het zijn dat het geld sowieso al in de regio zou zijn uitgegeven (substitutie effect) of dat er door bijvoorbeeld het bezetten van hotelcapaciteit voor andere evenementen of reguliere toeristen geen plek meer is (crowding out effect).

Ondanks de problemen die komen kijken bij het beschrijven van de impact van evenementen is de vraag naar economische impact studies groot en wordt hier regelmatig aandacht aan besteed. De verscheidenheid hierin is groot en varieert van de analyse van langdurige projecten als het aanduiden van een stad als European Capital of Culture (Herrero et al, 2006) tot de analyse van lokale concerten van één act (Gazel & Schwer, 1997). Laatstgenoemde onderzoek bestudeert een reeks van 3 concerten van één band en laat, wellicht voor de hand liggend, direct al een verschil in impact zien bij verschillende bezoekersaantallen. Vergelijken we dit met het onderzoek van Herrero et al. dan valt direct ook op hoezeer ook de aard en omvang van het evenement een verschil maakt voor de uitgaven die er gedaan worden. Bij de eerste beperken de uitgaven zich naast de directe toegangsprijs vooral tot eten, drinken en overnachtingen, bij Herrero et al. laat zich daarnaast ook nog een stijging zien in bijvoorbeeld museumbezoeken en zelfs uitgaven in naburige steden.

Behalve in de academische wereld bestaat er ook in de private sector een grote belangstelling voor dit soort studies naar de economische impact die evenementen achterlaten in de regio. Dit is mede in het belang van organisatoren; het kan tenslotte een wapen zijn dat veel van lokale overheden en ondernemers gedaan kan krijgen. Aan de andere zijde staan sponsors en subsidiegevers die graag willen weten of hun investering iets oplevert, of dat een evenement juist zichzelf zou kunnen bedruipen. Dit soort onderzoeken beperkt zich in grote meerderheid tot casestudies van individuele evenementen, wat niet onlogisch is gezien het doel van deze onderzoeken. Dit betekent echter ook dat zulke studies vaak pas na afloop gedaan kunnen worden en op die manier enkel relevant zijn voor eventuele volgende edities van die individuele evenementen.

Toch zou het interessant zijn als er algemener op voorhand iets gezegd kan worden over de economische impact die een evenement in een regio kan achterlaten – en dan niet enkel op basis van verwachtingen van organisatoren of andere stakeholders van die individuele evenementen, maar op basis van gegevens van de impact van evenementen uit het verleden.

1.2 het voorspellen van impact

In de loop van de tijd zijn er veel casestudies gedaan naar individuele evenementen en hun impact op de lokale, regionale of nationale economie. Deze geven waardevolle informatie over die evenementen zelf, maar geven daarbuiten weinig houvast voor de impact van evenementen in de toekomst, uitgezonderd wellicht het evenement dat onderwerp is van de studie. Veel mooier zou het zijn om aan de hand van een aantal gegevens van een gepland evenement iets te kunnen zeggen over de economische impact die het zal hebben op de regio. Op basis van analyse van de genoemde

bestaande onderzoeken zou het mogelijk moeten zijn om tot algemeen geldige uitspraken te komen met betrekking tot de relatie tussen omvang en aard van een evenement en de lokale impact.

Met voorgaande in gedachte kan het doel van dit onderzoek als volgt gedefinieerd worden:

Het op basis van de theorie ontwikkelen van een model om de economische impact van een evenement op de regio waar deze plaats vindt te voorspellen.

Hiervoor zal in de eerste plaats de theorie rond economische impact analyse beschouwd worden. Op basis hiervan zal aan de hand van eerder uitgevoerde onderzoeken naar de economische effecten van individuele evenementen gekeken worden of er tussen bepaalde factoren en economische impact een verband gevonden kan worden en hoe het voorgestelde instrument geoperationaliseerd kan worden.

Het is nadrukkelijk de bedoeling dat dit instrument gebaseerd is op empirische gegevens van zoveel mogelijk (binnen de grenzen van het haalbare van dit onderzoek) impact-studies uit het verleden. Uit die studies kan bekeken worden of er een verband bestaat tussen verschillende factoren waaruit een evenement bestaat en de economische impact die een evenement kan hebben. Hiervoor is het van belang te kijken voor welk(e) evenement-type(s) dit gedaan kan worden, aan welke regio dit gebonden is en daarnaast op welke manieren evenementen zich economisch verhouden tot de regio. Hierbij zal ook haalbaarheid een rol spelen; het is goed mogelijk dat in de loop van het onderzoek blijkt dat van een bepaald type evenement of regio meer bruikbare data beschikbaar is. Dit alles leidt tot de volgende onderzoeksvragen.

- 1) *Welke economische effecten kunnen evenementen hebben op de regio waar zij plaatsvinden en hoe kunnen deze gemeten worden?*
- 2) *Op basis van welke criteria kunnen evenement-types geselecteerd worden die zich lenen voor een voorspellend instrument ten aanzien van de economische impact op de regio?*
- 3) *Welk ruimtelijk schaalniveau is relevant voor de analyse van economische impact en in welke mate verschilt dit voor verschillende evenement-types?*
- 4) *a) Op welke manier kunnen er vooraf voorspellingen gedaan worden ten aanzien van de economische impact van een evenement op de regio?*
b) wat voorspelt de methode als bepaald in 4a met betrekking tot een aantal nader te selecteren evenementen in de toekomst?

Het eerste gedeelte van het onderzoek bestaat uit een analyse van de bestaande literatuur, om erachter te komen wat een evenement nu eigenlijk is. Ook zal bekeken worden op welke manieren een evenement impact kan achter laten op zijn omgeving en hoe deze gemeten kan worden. (Hoofdstuk 2). Speciale aandacht zal er daarna zijn voor de geografische component om te beschouwen wat het belang is van de geografische schaal van dit soort onderzoek en hoe de juiste schaal te bepalen is (hoofdstuk 3).

In het tweede gedeelte van dit onderzoek ligt de focus op het creëren van een model om daadwerkelijk voorspellingen te kunnen doen ten aanzien van de economische impact van evenementen (hoofdstuk 4) om deze uiteindelijk te testen op een tweetal bestaande evenementen (hoofdstuk 5). Conclusies en aanbevelingen komen aan bod in hoofdstuk 6.

2: Economische impact studie: theorie voor evenementen

2.1 impact studies in de theorie

Welke sporen evenementen nalaten heeft veel aandacht gekregen in academisch onderzoek en nog steeds wordt hier ruim over gepubliceerd. Zo is er aandacht voor de culturele toegevoegde waarde (Smal et al. 2005), de invloed van festivals op de ontwikkeling van sociaal kapitaal (Arcodia & Whitford, 2006) en zijn de laatste jaren ook de impact op de omgeving en het klimaat in het algemeen steeds meer onderwerp van onderzoek geworden (SIRC, 2009). Al in een veel eerder stadium echter wekte de economische relevantie van met name culturele sector de interesse. Zo beschreven Baumol en Bowen in 1966 al over het belang van het onderkennen van de economische waarde van de culturele sector in een zelfs nu nog veel geciteerd standaard werk.

De theorieën die Baumol en Bowen uiteen zetten in beschouwing van het economisch belang van de podiumkunsten is later door velen uitgewerkt en steeds specifiekere toegepast, ook richting de wereld van de (culturele) evenementen. In de jaren zeventig waren het nog de mega-evenementen als de Olympische spelen waarvan men geïnteresseerd begon te raken in de economische gevolgen (Getz, 2008), maar hoewel de studie naar de economische impact van kleinere evenementen voorlopig bleef hangen onder de paraplu van het toerisme-onderzoek in het algemeen, verschenen rond die tijd de eerste publicaties die zich specifiek op de invloed van evenementen richtten. Voorbeeld hiervan is de studie van Della Bitta et al. (1978) naar de economische impact van een zeilevenement in de Verenigde Staten, welke wordt gezien als een van de eerste evenement impact studies. Desondanks duurde het tot begin jaren negentig dat er behoefte kwam aan specifiek op evenementen gericht theorieën, zowel voor economische als ook sociale impact analyse. Hiermee kwam het onderzoek naar evenementen op eigen benen te staan en werd meer en meer erkend als vakgebied tussen de economie en het toerisme in.

Tegenwoordig is de studie naar de economische impact van evenementen ruim vertegenwoordigd in de academische literatuur en zijn er ruimschoots publicaties beschikbaar die zich richten op de theorieën en valkuilen van dergelijk onderzoek (Getz, 2008). Maar ook buiten de academische wereld doen steeds meer adviesbureaus aan soortgelijke onderzoeken, nu zeker in tijden van crisis subsidies en sponsorschap onder druk komen te staan en de behoefte aan een becijferbaar resultaat groot is.

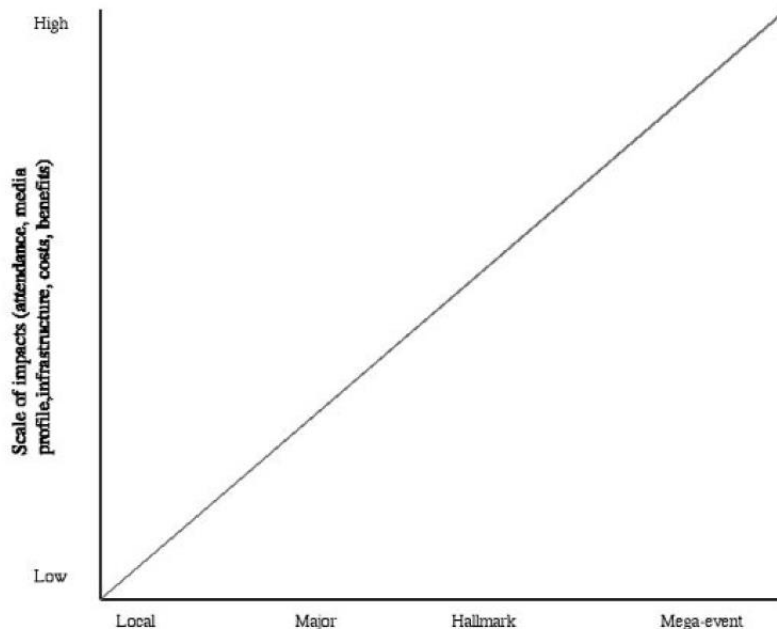
Economische impact wordt door Hodur en Leistritz (2006) gedefinieerd als “de netto verhoging in regionale uitgaves als gevolg van een evenement of activiteit”. Aan deze simpele definitie zitten echter nogal wat haken en ogen. Niet alle effecten zijn direct te zien en er zijn verschillende methoden om deze impact te meten of er schattingen van te maken. Er zijn vele geldstromen te identificeren wanneer we evenementen bekijken en verschillende soorten actoren zijn hier bij betrokken. Zeker op plaatsen waar sowieso al veel toeristen komen blijkt het vaak moeilijk om de uitgaven ten gevolge van een evenement te scheiden van de reguliere toeristische industrie (Tyrell en Johnston, 2001). In de loop van de tijd zijn er verschillende methodieken ontwikkeld (en bekritiseerd) om deze gevolgen in meer of minder detail te beschrijven.

Veel van de gebruikte methoden en begrippen die tegenwoordig gemeengoed zijn geworden binnen de economische impact analyse van evenementen zijn ontleend aan de algemene economie.

2.2 Omvang en impact

Over het algemeen geldt dat de impact van een evenement in directe relatie staat tot de omvang ervan, zoals te zien in figuur 2.1

Figuur 2.1: Omvang vs. Impact van evenementen



Bron: McDonnell et al. (1999)

McDonnell et al. (1999) classificeren hier de evenementen naar omvang, en maken daarbij gebruik van algemeen geaccepteerde verdeling in lokale, grotere, hallmark en mega-evenementen. Lokale evenementen zijn kleinschalig en bedienen vrijwel uitsluitend inwoners van de plaats, stad of regio zelf. De grotere, 'major', evenementen kennen een wat grotere schaal en richten zich zowel op de eigen inwoners als op bezoekers van buiten. De zogenaamde hallmark evenementen zijn doorgaans weer een slag groter en zijn voor de grote meerderheid afhankelijk van bezoekers van buiten de regio. De laatste door McDonnell et al. gedefinieerde categorie zijn de mega-evenementen, die zowel qua opzet als bezoekers regionaal en soms zelfs nationaal overstijgend zijn (bijvoorbeeld de Olympische Spelen of een WK-voetbal).

2.3 Bezoekers en impact

Behalve de omvang zijn er meer typeringen die van belang zijn wanneer de economische impact van evenementen beschouwd wordt, zeker om deze ook te kunnen vergelijken met andere evenementen. Zo zijn ook de plaatsing in de tijd (hoog/laagseizoen) de locatie (Amsterdam of Baflo) en de opzet (voornamelijk toeschouwers of deelnemers) belangrijke factoren die invloed hebben op de economische impact van een evenement (Janecko et al. 2002). Deze typering en hun belang zullen verderop nog toegelicht worden.

Zoals geldt voor vrijwel alle impact die een evenement achterlaat, geldt ook dat de omvang van een evenement voor het grootste deel vertaald wordt naar economische impact door het aantal toeschouwers, bezoekers en/of deelnemers. Zij zijn de actoren waar het doorgaan om te doen is en ook de groep die in verreweg de meeste gevallen direct of indirect betaalt voor het evenement. Gezien de economische gevolgen van een evenement direct gerelateerd zijn aan de uitgaven die gedaan zijn in het kader van het evenement, is bij een analyse van de opbrengsten in de eerste plaats belangrijk om te bekijken *wie* er geld uitgeeft. Een groot deel van het onderzoek op het gebied van economische impact richt zich dan ook op de uitgavenpatronen van deze groepen tijdens, voor en na het evenement (Lee, 2006).

Het verzamelen van gegevens over de bestedingspatronen van bezoekers tijdens een evenement kan op twee manieren gebeuren; gegevens kunnen verzameld worden onder de ontvangers (winkeliers, restaurants, leveranciers etc.) of onder de besteders (bezoekers, deelnemers) van de uitgaven (Lee, 2006). Veel onderzoeken geven voorkeur aan het verzamelen van gegevens onder de bezoekers zelf (Janecko et al. 2002), met name omdat er aan onderzoek onder de ontvangers een aantal problemen hangen. Het bepalen van de impact op deze methode vereist veel gegevens over de lokale economie en behoorlijk specifieke gegevens over de bedrijfsvoering van ondernemers.

Door de bestedingen bij en van winkeliers, leveranciers en andere betrokken commerciële partijen tijdens het evenement te vergelijken met een periode zónder het evenement, kan er een schatting gemaakt worden van het economisch gewin van een regio dankzij een evenement. Janecko et al. (2002) benoemen echter een aantal belangrijke belemmeringen voor deze methode. Zo moet er nulmeting gedaan worden (verkoop zonder het evenement), blijkt uit de praktijk dat ondernemers vaak niet graag deze gegevens verstrekken en kost het relatief veel moeite om dit onderzoek uit te voeren en een representatieve steekproef te bouwen. Daarnaast kan bij onderzoek onder ondernemers de reden van de uitgave niet achterhaald worden en is het ook vaak lastig om de uitgaven te scheiden van andere seizoensgebonden uitgaven die niets met het evenement van onderzoek te maken hebben. Zoals zal blijken biedt een onderzoek onder bezoekers een bredere basis om waardevolle informatie te vergaren.

Tyrell en Johnston (2001) stellen in ieder geval dat de benodigde informatie voor een economische impact analyse van een evenement in ieder geval (1) de bron, (2) het geografische startpunt, (3) de bestemming en (4) de reden van de besteding omvatten. Zonder deze informatie is het risico groot dat de uiteindelijke impact een vertekend beeld geeft. Aan de hand van onderstaande voorbeelden wordt duidelijk waarom deze informatie zo belangrijk is voor een waarheidsgetrouwe weergave van de economische impact.

1. Het Circus in de toeristische trekpleister

Wanneer een doorreizend circus neerstrijkt in een toeristische plaats, is het goed mogelijk dat het circus veel publiek trekt onder de aanwezige toeristen. Ogenscheinlijk zal het met de uitverkochte voorstellingen een geslaagd evenement lijken. Wanneer het circus echter verder reist is het goed mogelijk dat het veel geld meeneemt wat toeristen anders aan de permanente attracties van de regio hadden uitgegeven, zonder dat het

circus zelf significante uitgaven doet in de regio. Het uitverkochte circus heeft in dit geval een negatieve directe economische impact op de regio.

In dit voorbeeld wordt al duidelijk wat het belang is van het onderkennen van de motivatie een evenement te bezoeken. Als bezoekers naar een stad komen speciaal voor een evenement, kunnen hun uitgaven bij de economische effecten van dat evenement worden opgeteld. Als echter blijkt dat ze zonder het evenement ook waren gekomen en het evenement slechts een toevoeging is aan hun bezoek, dan kan het goed zijn dat dit evenement geld wegtrekt bij andere, lokale, attracties en dus feitelijk niets toevoegt; dit is beter bekend als het substitutie effect (Matheson, 2002).

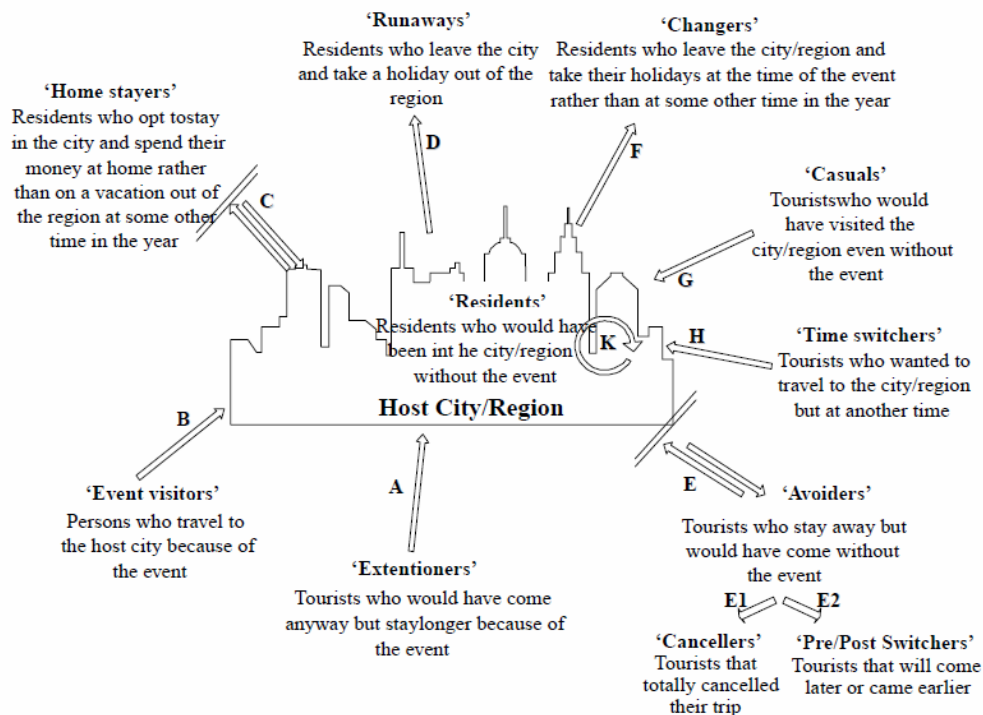
2. De tentoonstelling

Wanneer een lokaal museum een belangrijke tentoonstelling binnenhaalt, maar er niet in slaagt om hiermee bezoekers van buiten de stad te trekken, kan dit leiden tot teleurstelling. Er is geen 'nieuw' geld de regio binnen gehaald, en alle uitgaven kwamen van lokale bezoekers. Het is echter goed mogelijk dat wanneer de tentoonstelling niet naar de regio was gehaald, de lokale bevolking deze buiten de regio had opgezocht, waardoor dit geld uit de regio was verdwenen. In dit geval heeft de tentoonstelling dus wel een positieve economische impact.

Zonder informatie over bestedingspatronen van bezoekers wanneer er geen tentoonstelling zou zijn geweest, zou onbelicht zijn dat er geld uit de regio was verdwenen, wanneer de tentoonstelling er *niet* was geweest. Dit maakt duidelijk hoe belangrijk informatie over de achtergrond van de bestedingen is wanneer men een zo correct mogelijk beeld van de economische gevolgen wil schetsen (McHone & Rungeling, 2000). Hier en in het eerste voorbeeld wordt ook duidelijk waarom de geografische oorsprong en bestemming van bestedingen zo van belang zijn; zonder te weten of het geld van binnen of buiten het studiegebied komt, is het niet zeker of het bij de effecten opgeteld kan worden. Andersom geldt dat het evengoed van belang is om te weten of *zonder* het evenement het geld wel of niet binnen het studiegebied was besteed.

Er zijn een aantal factoren die bepalend zijn om te beoordelen of uitgaves van bezoekers wel of niet mee genomen mogen worden in de impact analyse. Daarnaast is het mogelijk dat er behalve bezoekers ook 'vluchters' bestaan; mensen die dankzij het evenement juist *niet* naar de regio komen. Preuss (2005) geeft een duidelijk overzicht van de verschillende typering van wat hij 'Event-affected persons' noemt, iedereen die op basis van het plaatsvinden van een evenement beslist wel of niet naar de regio te komen of daar wel of niet te blijven (zie figuur 2.2).

Figuur 2.2: (bron Preuss, 2005)



De categorieën die Preuss beschrijft kunnen ten bate van een economische impact analyse versimpeld worden tot 4 groepen;

- De categorieën waarvan alle uitgaven bij het resultaat van het evenement opgeteld kunnen mogen worden (A, B en C)
- De categorieën waarvan alle uitgaven van het resultaat van het evenement afgetrokken dienen te worden (D en E2)
- De categorieën waarvan de uitgaven patronen kunnen veranderen door het evenement – de verandering in deze categorieën dient dan opgeteld of afgetrokken te worden (G, H en K)
- De categorieën waarvan niks verandert aan het uitgavepatroon ten gevolge van het evenement (F, E1)

Door te achterhalen in welke mate de verschillende groepen actief zijn in het kader van het evenement wordt het analyseren van de effecten een stuk simpeler. Afhankelijk van de omvang en het type evenement, zullen de verschillende door Preuss benoemde groepen in meer of mindere mate relevant zijn. Gecombineerd met de typering van het evenement zelf levert dit een goede basis om aan de daadwerkelijke analyse te beginnen.

2.4 Bezoekersenquêtes

Om een inzicht te krijgen in de opbouw van deze verschillende bezoekersgroepen geven veel onderzoeken de voorkeur aan het gebruik van enquêtes. McHone en Rungeling (2000) geven aan dat er bij het onderzoeken van economische impact met als basis de bezoekersuitgaven vooraf nagedacht dient te worden over het achterhalen van de motivatie voor het verblijf van bezoekers van buiten de regio (vergelijk voorbeeld 1) en hoe om te gaan met lokale bezoekers om te achterhalen of hun uitgaven wel of niet bij de opbrengsten opgeteld mogen worden (vergelijk voorbeeld 2). Naast dat het dus van belang is in enquêtes duidelijkheid te krijgen over de herkomst van de bezoekers, dragen zij de oplossing aan in de vorm van een aantal vragen.

Om de invloed te achterhalen die het evenement had op de verblijfskeuze van bezoekers van buiten de regio vroegen McHone en Rungeling hun respondenten wat het hoofddoel van hun bezoek aan de regio was. Was dit niet het evenement, dan werd hen gevraagd aan te geven of het evenement hen bewogen had om hun bezoek te verlengen. Op basis van dit soort informatie kan besloten worden om de uitgaven van bezoekers van buiten de regio helemaal, deels, of helemaal niet mee te nemen in de analyse.

Om duidelijkheid te krijgen hoe het uitgavepatroon van lokale bezoekers eruit zou hebben gezien *zonder* het evenement vroegen McHone en Rungeling de respondenten aan te geven of zij de afgelopen 5 jaar een soortgelijk evenement hadden bezocht buiten de eigen regio en daarnaast hoe waarschijnlijk het was dat zij het evenement hadden bezocht wanneer het buiten de eigen regio had plaatsgevonden. Op basis van de resultaten uit deze vragen kan besloten worden om de uitgaven van lokale bezoekers, helemaal, deels of helemaal niet mee te nemen in de impact analyse.

Hiermee wordt een deel van het substitutie effect gefilterd uit de economische analyse, namelijk de uitgaven die bezoekers hadden gedaan wanneer er geen evenement was geweest. Echter het hier aan gerelateerde crowding-out effect, is veel lastiger te vangen. Dit crowding-out effect treedt op wanneer een bepaald evenement andere inkomstenbronnen voor de regio belemmert (Tyrell en Johnston, 2001). Zo kan het zijn dat dankzij een groot sportevenement alle hotelcapaciteit in een plaats/regio volgeboekt is, maar dat dit ten koste gaat van inkomsten van reguliere toeristen, die zich door de drukte genoodzaakt zien een andere bestemming te zoeken. Het meenemen van dit soort ongewenste effecten in een analyse is bijzonder lastig omdat het informatie vergt over activiteiten die *niet* plaatsvinden en uitgaven van mensen die er *niet* zijn. Bij een eenmalig evenement zou dit te ondervangen zijn door een jaar later over dezelfde tijdsperiode nog eens de economische activiteit te bekijken en dit te vergelijken met die tijdens het evenement. Voor jaarlijks terugkerende evenementen is dit bijna onmogelijk.

Tyrell en Johnston (2001) waarschuwen echter voor een te grote focus op de bezoekers alleen; hoewel hun uitgaven vaak een substantieel deel zijn van de uitgaven in het kader van een evenement, zijn er andere actoren die bij deze benadering gemakkelijk over het hoofd gezien kunnen worden. Afhankelijk van het type en de omvang van het evenement, is er vaak in meer of mindere mate sprake van aanwezige media, die op hun beurt bijvoorbeeld overnachten en eten. Ook de uitgaven die door deelnemers worden gedaan zijn belangrijk om mee te nemen; denk hierbij aan de uitgaven van sporters en hun ondersteuning bij sportevenementen of artiesten en hun crew bij

muziekfestivals – deze informatie is ook te verkrijgen door middel van soortgelijke enquêtes als die voor de bezoekers, maar deze groepen worden in veel onderzoeken snel over het hoofd gezien.

Daarnaast is er nog de organisatie van het evenement zelf. Vaak komen via toegangskaarten, merchandise en horeca veel van de uitgaven van de bezoekers ter herbesteding bij de organisatie terecht en het feit dat zij naast andere inkomsten in veel gevallen ook een groot deel van de uitgaven van de bezoekers herverdelen maakt hen tot een interessante speler. Afhankelijk van de aard en opzet van een evenement zijn zij een belangrijke groep om te beschouwen als het gaat om de geografische bestemming van door het evenement gegenereerde geldstromen. Omdat zij doorgaans een belang hebben in het bewijzen van economisch nut is het verkrijgen van gegevens rond de bestedingspatronen van de organisatie vaak een stuk gemakkelijker dan bij de eerder genoemde methode rond de ondernemers. Wel is voorzichtigheid geboden, gezien het risico bestaat dat deze cijfers uit eigenbelang wat al te positief worden aangeleverd (Snowball, 2004). Daarnaast wordt hier duidelijk dat een simpele optelsom van uitgaven van alle actoren niet zomaar mogelijk is. Zo geven bezoekers niet zelden geld uit aan de organisatie (bijvoorbeeld via toegangskaarten), die deze vervolgens weer uitgeeft aan andere zaken waardoor het risico voor dubbel telling van uitgaven bestaat (Lee, 2006) Voor de uitgaven van de organisatie is het dus evengoed van belang de (geografische) oorsprong van hun inkomsten mee te nemen om dubbel tellingen te voorkomen.

Het bepalen van de economische actoren en hun uitgaven is een belangrijke eerste stap in het bepalen van de totale economische impact van een evenement. Het blijkt in deze fase al lastig om algemene uitspraken te doen over de uitgaven die gerelateerd zijn aan 'een evenement'. Door de enorme diversiteit in aard en omvang van evenementen zijn ook de aard en omvang van de uitgaven van de diverse actoren erg verschillend.

2.5 Van bestedingen naar impact

Om uiteindelijk uit alle uitgaven van bovengenoemde actoren de netto economische impact te kunnen achterhalen is het in de eerste plaats van belang om onderscheid te maken tussen drie soorten gevolgen met betrekking tot de uitgaven rond een evenement; de totale uitgaven, de directe economische effecten en de indirecte economische effecten (Hodur en Leistritz, 2006).

Simpel gesteld kan wanneer alle actoren in kaart gebracht zijn en duidelijk is hoeveel zij hebben uitgegeven in het kader van het evenement een optelsom gemaakt worden. Het resultaat hiervan zijn de totale uitgaven die in het kader van een evenement gedaan zijn. Deze totale uitgaven kunnen erg veel verschillende uitgaven omvatten. Hierbij kan het gaan om bijvoorbeeld geboekte hotelovernachtingen en uitgaven aan eten, maar deze kunnen ook verschillen van uitgaven aan personeel tot bijdrages voor afvalverwerking. Zoals al blijkt uit de voorbeelden komen de totale uitgaven voort uit uitgaven van zowel bezoekers als ook uit uitgaven die door de organisatie zelf worden gedaan ten bate van de uitvoering van het evenement - maar ook de uitgaven van de andere actoren als media, deelnemers en artiesten vallen hier onder. Waar de totale uitgaven alle uitgaven omschrijven die gedaan zijn in het kader van het evenement, dienen deze verminderd te worden met alle uitgaven die niet in de regio gedaan zijn of zonder het evenement ook gedaan zouden zijn

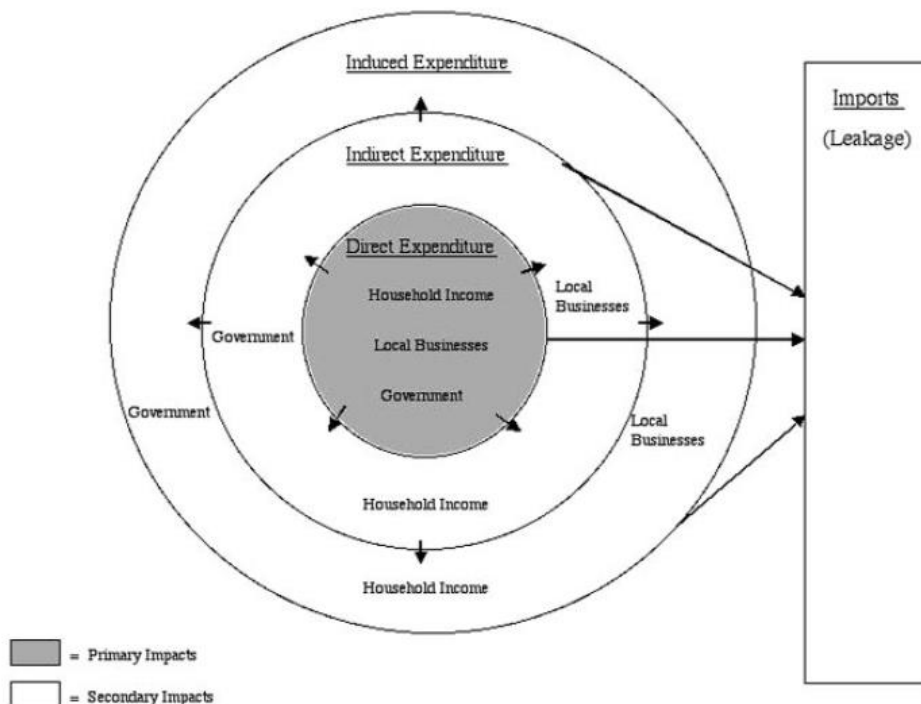
(volgens de verschillende boven beschreven methoden). Wat overblijft is de totale toevoeging van waarde aan de lokale economie, beter bekend als de *directe effecten* (Janeczko et al, 2002).

Wanneer de directe effecten bekend zijn is duidelijk hoeveel geld er met een evenement in de lokale economie terecht gekomen is of, in sommige gevallen, hoeveel er juist aan de regio onttrokken is. Hoewel dit waardevolle informatie is die al veel zegt over de economische impact op een regio is dit alleen nog niet voldoende wanneer echt de totale economische impact verlangd wordt. Het geld stopt namelijk niet met circuleren wanneer het eenmaal in een regio is beland en investeringen en uitgaven in bepaalde sectoren kunnen doorwerken op andere plekken in (en buiten) de lokale economie. Zo heeft een hotel bijvoorbeeld personeel in dienst, die op hun beurt hun loon weer uitgeven aan bijvoorbeeld levensmiddelen en huur. Ook de andere horeca betalen hier weer leveranciers van, waardoor soms hele bedrijfstakken van kleine extra impulsen in de economie kunnen profiteren.

In figuur 2.3 is te zien hoe de directe effecten doorwerken in de lokale economie (en daarbuiten) als een soort steen in een vijver, die over de hele vijver rimpelingen veroorzaakt. Deze beweging die door één extra besteding in de gehele economie wordt veroorzaakt bestaat uit complexe verbanden die overal verschillen en vaak lastig te vangen zijn.

Dit worden ook wel de indirecte effecten genoemd. Binnen de indirecte effecten kan dan nog onderscheid gemaakt worden tussen indirecte bestedingen en geïnduceerde bestedingen. Daarnaast speelt ook in dit gevorderde stadium van analyse het (geografisch) weglekken van bestedingen een rol in de uiteindelijke impact (Janeczko et al., 2002).

Figuur 2.3: "The Multiplier Effect" Janeczko et al. (2002)



Zoals te zien is laten de directe effecten ('primary Impacts') zich zien in directe bestedingen van bezoekers en organisatie in de regio, verdeeld over huishoudens (door de organisatie betaald loon), lokale ondernemers (bijvoorbeeld locatieverhuurders of hotels) en de overheid (belastingen). De indirecte effecten ('secondary Impacts') bestaan uit de indirecte uitgaven en de geïnduceerde uitgaven, beide weer verdeeld over dezelfde drie categorieën. Deze zijn te zien als respectievelijk de tweede en de derde golf van de steen in de vijver.

De actoren die geld verdienen aan het evenement of haar bezoekers zullen voor hun diensten of goederen doorgaans investeringen moeten doen; wellicht moet er (tijdelijk) nieuw personeel aangenomen worden en ze zullen meer inkopen moeten doen om in de gestegen vraag te kunnen voorzien. Alle uitgaven door leveranciers die op deze manier in het kader van het evenement tot stand komen, worden gerekend tot de *indirecte uitgaven*. Dan zijn er nog de *geïnduceerde uitgaven*; dit zijn de uitgaven die gedaan worden als gevolg van een stijging van de inkomens van huishoudens dankzij de indirecte uitgaven. In al deze drie fasen is het goed mogelijk dat er ook geld weglekt uit de regio, doordat zowel consumenten als bedrijven ook geld uitgeven buiten de regio (Janeczko et al., 2002).

Uit bovenstaande wordt duidelijk dat waar er voor het bepalen van de directe effecten met het optellen en aftrekken van al dan niet gedane uitgaven nog relatief simpel een totale impact voor het evenement geschat kan worden, het zo nauwkeurig mogelijk bepalen van de indirecte effecten een omvangrijk begrip van vaak complexe lokale economische structuren verlangt. De meest gangbare methode hiervoor is het gebruik van zogenaamde input-output modellen (Dwyer et al. 2004).

2.6 Input-Output

Zoals gezegd is de meest gangbare methode om meer inzicht in de doorwerking van een uitgave te krijgen het gebruik van input-output modellen. De huidige methoden van input-output modellen bouwen voort op de ideeën van Wassily Leontief. Hij beschreef (1936) de onderlinge afhankelijkheid die in een regio tussen alle economische takken bestaat, waarbinnen een uitgave in één sector doorwerkt in andere sectoren en op die manier meer toegevoegde waarde creëert dan enkel het bedrag dat in eerste instantie werd toegevoegd. Belangrijk detail hierin is dat ook de huishoudens meegenomen worden als sector; zij zijn (via loon) tenslotte niet het eindpunt van een uitgave, maar spenderen dit ook zelf weer. Wanneer een input-output model voor een bepaalde regio geproduceerd wordt, wordt op basis van de onderlinge stromen van in en verkoop van goederen en diensten tussen deze sectoren een aantal coëfficiënten berekend. Met deze coëfficiënten kan vervolgens berekend worden hoe een investering in een bepaalde sector doorwerkt in andere sectoren. Een input-output model geeft dus de mogelijkheid om een schatting te maken van het effect van één extra uitgave op alle sectoren van de lokale economie (Hodur & Leistriz, 2006).

Het gaat hierbij nadrukkelijk niet alleen om de sectoren die direct uitgaven ontvangen, maar ook de sectoren die indirect betrokken worden door de bestedingen en her-bestedingen in de lokale economie. Meteen wordt duidelijk dat de coëfficiënten voor elke regio, maar ook voor elk schaalniveau, verschillend zullen zijn en vergaande kennis vereisen van de economische interconnecties in een regio. Om hier uit te leggen hoe een input-out model precies gebouwd wordt

zou te ver gaan, voor wie meer hierover wil weten wordt de basis uitvoerig besproken door Leontief (1936) en de meer recente toepassingen door Schaffer (2010). Belangrijk om hier uit te halen is dat wanneer een model voor een regio gebouwd is, er door de verschillende coëfficiënten te combineren zogenaamde multipliers aan onttrokken kunnen worden.

2.7 multipliers

Een multiplier is eigenlijk een samenvatting van een veelvoud aan coëfficiënten uit een input-output model. Deze vertaalt de verandering van een variabele in de invloed die deze heeft op andere variabelen en geeft dus weer in welke mate een direct effect zich verhoudt tot de optelsom van de directe, indirecte en geïnduceerde effecten (Schaffer, 2010). Door deze coëfficiënten samen te vatten in één multiplier, is het vermenigvuldigen van de directe uitgaven in een bepaalde sector met de daarvoor geldende multiplier voldoende om een schatting te kunnen maken van de totale doorwerking van een uitgave in die sector op de hele economie van het onderzoeksgebied.

Input-output modellen zijn gemeengoed geworden in de analyse van economische impact, zowel binnen de evenementenwereld als in de algemene economie. Toch zijn er zeker de laatste jaren kritische geluiden te horen die pleiten voor het gebruik van een nieuw geavanceerder systeem. Dwyer et al. (2005) beweren dat de aannames die van oudsher in input-output analyse worden gedaan niet stroken met de werkelijkheid en in de meeste gevallen een te hoge impact laten zien.

De traditionele input-output modellen gaan inderdaad uit van een aantal aannames die de wereld versimpelen, waarbij kanttekeningen kunnen worden geplaatst bij de mate waarin dit strookt met de werkelijkheid. Zo constateren Dwyer et al. bijvoorbeeld dat er bij input-output analyse van uitgegaan wordt dat grondstoffen en andere input vrij en onbepaald toegankelijk zijn. Zij constateren echter dat wanneer er in een economie meer grondstoffen vereist zijn deze, ten minste deels, onttrokken worden elders binnen de economie. Dit zorgt voor prijsstijgingen en daarmee ontmoediging van andere economische activiteiten, wat dus de netto economische effecten kan verkleinen.

Dwyer et al. pleiten dan ook voor een verdergaand gebruik van een nieuw soort model die deze en andere tekortkomingen wel meeneemt, het zogenaamde *Computable General Equilibrium (CGE)* model. Een CGE model omhelst in essentie dezelfde principes als een input-output model en ook aan CGE modellen kunnen multipliers onttrokken worden die op dezelfde manier toepasbaar zijn. Daarbij worden echter een aantal andere complicaties meegenomen, die een aantal niet reële assumpties uit de input-output theorie wegnemen. In bijlage 1 is een vergelijking te vinden van eigenschappen van beide modellen.

Waar traditionele input-output modellen al veel tijd en kennis vragen om te bouwen, vragen CGE modellen door hun complexiteit dat zeker. Dwyer et al. bepleiten daarbij wel dat op kleinere schaal de afwijkingen van input-output modellen minder zijn en dat deze daar met vermelding van de gebreken nog volstaan. Echter wanneer er data en tijd voorhanden is om CGE te bouwen geniet dat zeker de voorkeur.

Zoals gezegd is het opstellen van een input-output of CGE model zo complex dat dit op zich zelf al groot onderzoek vereist. Tenzij men kan bouwen op bestaande modellen rond economische verbanden in de regio, wordt om deze reden dit soort extensief onderzoek voor veel evenementen zelden toegepast en beperkt dit zich doorgaans tot de zogenaamde mega-events waar vaak een nationaal belang mee gediend is (denk hierbij aan de Olymische Spelen, WK/EK voetbal en evenementen op soortgelijke schaal). Wel kan voor redelijke schattingen dankbaar gebruik gemaakt worden van multipliers uit eerdere onderzoeken, mits deze voorhanden zijn. Hierbij moet de kanttekening geplaatst dat ook deze verbanden door de tijd constant veranderen en de betrouwbaarheid van deze multipliers snel afneemt naarmate de tijd verstrijkt.

3. Het belang van schaal

Opvallend in de analyse van de literatuur met betrekking tot economische impact analyse van evenementen is het onderbelicht blijven van de geografische component. Zoals eerder al is gebleken is het voor de juistheid van de berekening van het grootste belang een zo correct mogelijk beeld te schetsen van de geldstromen die het onderzoeksgebied in- en uitgaan ten gevolge van het evenement. Het belang van het kennen van de geografische oorsprong en bestemming van geldstromen wordt breed onderkend en ook de valkuilen hiervan worden uitgebreid beschreven (oa. in Tyrell en Johnston, 2001). Des te opvallender is het dat ondanks dit besef er vrijwel zonder uitzondering geen verantwoording wordt afgelegd voor de gekozen onderzoeksregio.

Frechtling (1994) schrijft in zijn 'Introduction to Travel Economic Impact Estimation' het volgende:

*"Economic impact studies (...) are undertaken to determine the effects of specific activities in a **given** geographic area on the income, wealth and employment of that area's residents."*

Frechtling (1994)

Deze introductie illustreert de wijze waarop de geografische schaal als een gegeven wordt beschouwd en typeert het gebrek aan aandacht hiervoor in een groot deel van de impact-studies. Dit terwijl de ruimtelijke keuze voor een bepaald onderzoeksgebied cruciaal is voor de uitkomst van het onderzoek.

3.1 Geografische schaal

Zonder geografische component is het vrijwel niet mogelijk om iets zinnigs over de impact van evenementen te zeggen. Deze schaal kan enorm verschillen; voor sommige evenementen zijn wellicht alleen de gevolgen voor de fysieke locatie van belang (het congrescentrum of het poppodium bijvoorbeeld). Voor andere, vaak grotere, evenementen kan deze schaal soms zelfs betekenen dat het nodig is naar het hele land te kijken.

Deze schaalbepaling is zo belangrijk omdat de impact op verschillende schaalniveaus erg kan verschillen. Mules (1998) merkt terecht op dat de uitkomst van de analyse sterk afhankelijk is van welk standpunt ingenomen wordt ten aanzien van het te onderzoeken gebied. Zo kan een evenement bijvoorbeeld een stevige impuls geven aan de gemeente Groningen en daar zodoende een grote positieve impact nalaten. Als hetzelfde evenement op provincieniveau beschouwd wordt, kan blijken dat de extra stimulans voor de gemeente Groningen volledig uit de rest van de provincie is gekomen, waardoor het netto resultaat voor de provincie nul blijft. Sterker, de kans is in dit voorbeeld groot dat de extra impuls voor de gemeente Groningen een verlies betekent voor omliggende gemeenten (Sterngold, 2004).

Voorgaande brengt theoretisch gezien de mogelijkheid met zich mee om de geografische afbakening van het onderzoeksgebied dusdanig te kiezen dat het een voor de opdrachtgever/onderzoeker zo

gunstig mogelijk beeld schetst van de werkelijkheid. Dit maakt de keuze van het onderzoeksgebied een belangrijke stap en het is daarom verwonderlijk dat deze zelden ter discussie staat.

Hoewel de keuze van het studiegebied nauwelijks verantwoord wordt, zijn er een paar onderzoeken te vinden die wel de criteria vastleggen waar een onderzoeksgebied aan zou moeten voldoen. Volgens Gelan (2003) dient het onderzoeksgebied op zijn minst groot genoeg te zijn om een regio te omvatten waarbinnen genoeg economisch samenhang bestaat om van een lokale economie te spreken. Hodur en Leistriz (2006) voegen daar aan toe dat ook de locaties waar het meeste geld wordt gependend in het kader van het evenement binnen deze regio moeten vallen. Dit laatste duidt erop dat vóórdat het onderzoeksgebied wordt bepaald al op grote lijnen een typering van het evenement gedaan moet zijn.

3.2 Schaalkeuze

Om goed onderbouwd een keuze voor het schaalniveau te maken, verdient het aanbeveling een korte typering van het evenement te maken. In de schaal en opzet van het evenement schuilen belangrijke factoren die een verantwoorde schaalkeuze kunnen ondersteunen.

Zoals eerder besproken is de diversiteit aan evenementen eindeloos – desalniettemin zijn de principes rond economisch impact zoals besproken in hoofdstuk twee niet gebonden aan de specifieke structuur van een evenement en geven zij houvast om evenementen over de hele breedte van de sector te analyseren. Behalve voor de keuze van het schaalniveau geeft een eerste typering direct een goede opstap voor de richting waarin verder te zoeken, omdat een karakterisering van bezoekersuitgaven ook hiertoe behoort.

3.3 Locatie(s)

Een belangrijke bron van informatie als het gaat om de typering van een evenement is hoe deze vormgegeven wordt qua locatie(s). Er zijn verschillende opzetten denkbaar die allemaal het bestedingsgedrag van de bezoekers kunnen sturen. Inzicht hierin geeft een goede indicatie in welke richting het zinnig is te zoeken naar economische effecten en op welke schaal deze relevant zullen zijn.

Aantal locaties

Een evenement kan zich beperken tot één gebouw of een plein, maar kan evengoed verspreid zijn over meerdere locaties dicht bij elkaar, meerdere steden of zelfs meerdere landen in het geval van sommige mega-evenementen. Wanneer een evenement meerdere locaties beslaat, wordt het studiegebied lastiger te begrenzen. Hoe verder de locaties uit elkaar liggen, hoe ingewikkelder dit wordt. In het geval van sommige mega-evenementen zal de economische afstand zo groot worden dat nauwelijks nog van samenhang te spreken is en kan het beter zijn om deze verschillende onderdelen als afzonderlijke evenementen te beschouwen.

3.4 Aangeboden faciliteiten

De meest voorkomende uitgaven van evenementbezoekers die aan hun bezoek gerelateerd zijn vallen onder eten en drinken, overnachtingen, transportkosten, toegangsbewijzen, winkelen en recreatie (McHone en Rungeling, 2000). Door te inventariseren welke van deze categorieën waar en door wie gefaciliteerd worden, wordt duidelijker waar gekeken kan worden naar mogelijke economische gevolgen. Aan de aanbod kant is het belangrijk te kijken waar dit aanbod vandaan komt; voor de lokale economie maakt het veel uit of het aanbod van een lokale winkelier komt of een externe pachter op een festivalterrein. Aan de vraag kant is het belangrijk te bezien of bezoekers geneigd of genoodzaakt zijn om voor, tijdens of na het evenement het aanbod elders te halen dan bij de organisatie of daaraan gelieerde partijen.

In veel gevallen worden een aantal van deze zaken door de organisatie zelf aangeboden, wat het volgen van de uitgaven een stuk gemakkelijker maakt. Voor de grotere popfestivals is het bijvoorbeeld niet ongebruikelijk dat bezoekers afgezien van de transportkosten enkel geld uitgeven op het festivalterrein zelf en ook in conferentiecentra wordt bovenstaande vaak (ten dele) door de eigenaar op locatie aangeboden. Desalniettemin zijn er evengoed veel gelegenheden waarop dit aanbod minder overzichtelijk is en bezoekers zelf verantwoordelijk zijn voor het vinden van deze zaken. Hier zal in een onderzoek naar de economische impact van een evenement rekening mee gehouden moeten worden.

Een voorbeeld van de mate waarin dit de keus voor de schaal van het onderzoek kan beïnvloeden wordt naar voren gebracht door Chhabra et al. (2003). In hun analyse van twee vergelijkbare kleinschalige evenementen in North Carolina wordt bij één hiervan gekozen voor een analyse op county-niveau. Het andere evenement duurt echter een dag langer en vereist daardoor voor veel bezoekers een overnachting. Uit onderzoek bleek dat de lokale county niet genoeg voorzieningen hiervoor had, wat tot gevolg had dat bezoekers ook in de omliggende counties hun bed zochten. Ten gevolge hiervan is er door Chhabra et al. gekozen om voor dit evenement de impact te meten voor een gebied van 10 aangrenzende counties. Zonder vooraf te beschouwen waar deze overnachtingen plaatsvonden had men niet kunnen voorzien dat de schaal van het onderzoek van het tweede evenement zou moeten afwijken van het eerste.

Wanneer het onderzoeksdoel bepaald is en daarmee ook het geografische schaalniveau hiervan, kan het geografische bereik van het evenement zelf bekeken worden. Simpel gesteld is het belangrijk om te weten waar uitgegeven geld vandaan komt en waar het naartoe gaat. Om die reden is de geografische herkomst van de bezoekers en andere geldschieters belangrijk, maar ook de geografische oorsprong van de ontvangers van hun uitgaven. Wanneer al het eten op een festivalterrein bijvoorbeeld aangeboden wordt door pachters uit een andere regio, zal er van deze uitgaven weinig tot niets in de onderzoeksregio blijven hangen en mogen deze uitgaven dus niet bij de impact opgeteld worden. Afhankelijk van het doel van het onderzoek volstaat vaak het label “van/naar buiten de regio” of “van/naar binnen de regio”.

Al met al kan gesteld worden dat het verkrijgen van de precieze economische impact van een evenement een gecompliceerd proces is en dat absolute cijfers moeilijk te bepalen zijn. Desalniettemin zijn er met eerder genoemde methoden goede schattingen te berekenen die de werkelijkheid behoorlijk kunnen benaderen. Hoewel een zo precies mogelijke analyse de meest wenselijk is, rijst de vraag of het voor elke analyse wel nodig is om door te rekenen tot en met de input-output modellen, zeker wanneer tijd en middelen beperkt zijn.

4. Het voorspellen van impact

In de voorgaande hoofdstukken is beschreven hoe gecompliceerd het is om een accuraat beeld te vormen van de economische impact die een evenement achterlaat. Hier wordt echter de situatie geschetst achteraf, waarbij het mogelijk is geweest om data te verzamelen over bijvoorbeeld de aantallen bezoekers, hun gedrag en hun uitgavepatroon. Om vóór het plaatsvinden van een evenement een degelijke voorspelling te doen over de impact die deze zal hebben is een ander verhaal.

4.1 vergelijkbaarheid eerder studies

In hoofdstuk één werd al kort toegelicht dat een analyse van onderzoeken gedaan in het verleden mogelijk houvast zou geven om voorspellingen te kunnen doen voor evenementen die nog niet hebben plaatsgevonden. Om tot een vergelijking te kunnen komen is het wel van belang dat onderzoeken ook daadwerkelijk vergelijkbaar materiaal leveren. Een eerste indruk van de verzamelde literatuur geeft de indruk dat dit niet het geval is.

Om dit te analyseren zijn uit hoofdstuk twee en drie de volgende variabelen gehaald die een rol spelen bij het doen van onderzoek naar economische impact (tabel 4.1). Aan de hand hiervan kan voor een selectie van onderzoeken uit het verleden nagegaan worden in welke mate zij gebruik maken van vergelijkbare methoden.

Tabel 4.1: tabel ter analyse van gebruikte onderzoeksmethode

Onderzoek omvat:	ja	deels	nee
Verantwoording geografisch onderzoeksgebied			
Onderscheid in locals/non-locals			
Uitgaven medewerkers/deelnemers			
Analyse van inkomsten en uitgaven organisatie			
Inventarisatie impact onder ondernemers			
Inzicht in rekenmethoden			
inzicht in leakages			
Inzicht in crowding-out effect			
Toepassing multipliers			

Om de diversiteit te illustreren zijn uit de verzamelde literatuur vijf publicaties gezocht die allemaal een verschillend type evenement beschouwen. De keus hiervoor valt omdat ook een voorspellend model zoals omschreven in hoofdstuk één toepasbaar zou moeten zijn op een zo breed mogelijke basis aan evenementen.

Gekozen is hier voor onderzoeken van:

- Crompton et al. (2001) - 'Springfest' Een openlucht muziekfestival in Ocean City, Verenigde Staten
- Esu et al. (2011) - Het straatcarnaval van Calabar, Nigeria
- Felsenstein & Fleischer (2003); 'The Voice of Music in Upper Galilee Chamber Music Festival' een festival voor kamermuziek in de kleine rurale gemeenschap Kfar Blum, Israël
- Lee & Taylor (2005); FIFA wereldkampioenschap voetbal, Zuid-Korea
- Strydom et al. (2006); 'Fryfees' een kunst- en theaterfestival dat gebruikt maakt van bestaande faciliteiten in Bloemfontein, Zuid-Afrika

Tabel 4.2 laat direct zien hoe verschillend deze onderzoeken zijn in de gebruikte technieken en gemaakte keuzes. Een aantal van de auteurs benoemt nog wel sommige ontbrekende factoren in de discussie als tekortkoming in het onderzoek, maar dat verandert niets aan het feitelijk ontbreken van die data daarin.

Tabel 4.2 – vergelijking methoden impact analyses

	Crompton et al.	Felsenstein & Fleischer	Esu et al.	Lee & Taylor	Strydom et al.
Verantwoording geografisch onderzoeksgebied	Red	Red	Red	Red	Green
Onderscheid in locals/non-locals	Green	Red	Green	Yellow	Yellow
Uitgaven medewerkers/deelnemers	Red	Green	Yellow	Red	Red
Analyse van inkomsten en uitgaven organisatie	Red	Red	Green	Red	Green
Inventarisatie impact onder ondernemers	Red	Red	Red	Red	Green
Inzicht in rekenmethoden	Green	Green	Green	Green	Green
inzicht in leakages	Red	Red	Green	Green	Green
Inzicht in crowding-out effect	Red	Red	Red	Red	Yellow
Toepassing multipliers	Green	Red	Red	Green	Green

Meegenomen in onderzoek
 Deels meegenomen in onderzoek
 Niet meegenomen in onderzoek

Ook blijkt dat wanneer twee onderzoeken bijvoorbeeld wel beide een aspect meenemen, ze dit ook nog op behoorlijk verschillende wijze kunnen doen. Zo maken zowel Crompton et al. als Strydom et al. een duidelijk onderscheid in bezoekers naar het model van Preuss (zie hoofdstuk 3), maar neemt de laatstgenoemde dit vervolgens om onduidelijke redenen niet mee in de analyse, bijvoorbeeld wanneer uit hun enquête blijkt dat 37% van de bezoekers niet voornamelijk voor het festival naar de stad komt:

While it may be debated whether their spending (van deze 37%, red.) should be included or not, the authors do feel that they have contributed to spending at the festival and their spending is thus also included in further analysis.

- Strydom et al. (2006), blz. 93

Felsenstein en Fleischer benoemen expliciet de mogelijkheid dat uitgaven in de regio via onderaannemers de regio toch weer verlaten en compenseren hiervoor door dit in de uitgaven van de organisatie na te lopen. Esu et al. laten dit probleem links liggen en komen in het onderzoek alleen tot een optel som van de directe uitgaven in de regio. Zo tellen ook Lee en Taylor alleen maar de uitgaven van bezoekers op, maar voeren hier nog wel weer een multiplier analyse op uit.

Al met al maakt bovenstaande duidelijk dat vrijwel geen van deze onderzoeken direct naast elkaar gelegd kunnen worden om daar een standaard vergelijking op uit te voeren. Wel is de dataverzameling van eigenlijk alle onderzoeken op ongeveer gelijke wijze uitgevoerd, het is vooral de interpretatie van de onderzoekers die zorgt voor de afwijkingen in de resultaten. Dit maakt het maken van een voorspellend model op basis van bestaande onderzoeken zoals bedoeld in hoofdstuk 1 vrijwel onmogelijk, in ieder geval binnen het kader van dit onderzoek.

Dat hieruit geen algemeen geldend model kan worden neergezet betekent echter niet dat met de gegevens uit de voorgaande hoofdstukken niks gedaan kan worden. Het is immers wel mogelijk om uit deze analyse van methoden een lijst te maken met punten die bepalend zijn voor de economische impact. Als hier een simpele beoordeling aan gekoppeld kan worden op basis van relatief makkelijk te maken inschattingen, dan kan dit een handvat bieden voor organisatoren en andere belanghebbenden om een redelijke inschatting te krijgen van de mogelijke economische effecten.

4.2 Impact-checklist

De beoordeling van een dergelijke inschatting zou de volgende vorm kunnen hebben. In tabel 4.3 is een opsomming van de belangrijkste factoren die in voorgaande hoofdstukken bepalend bleken voor de economische impact van een evenement te zien, die verderop worden toegelicht.

Per stuk kan hier een waarde aan gekoppeld worden door de waarde hiervan per categorie in 5 stappen op te delen. Deze waarde vertegenwoordigt de mate waarin deze factor de economische gevolgen van het evenement zal beïnvloeden. Uiteindelijk zal uit een weging van de factoren een voorspelling komen die de verwachte impact laat zien variërend van sterk negatief tot sterk positief.

A: Herkomst bezoekers					
<i>percentage bezoekers van buiten de regio is</i>	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
B: Bestemming uitgaven bezoekers					
<i>percentage van uitgaven in de regio is</i>	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
C: Herkomst inkomsten organisatie					
<i>Percentage inkomsten van buiten de regio is</i>	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
D: Bestemming uitgaven organisatie					
<i>percentage van uitgaven in de regio is</i>	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
E: Duur van het evenement					
<i>evenement duurt</i>	één dag = 1	> één dag = 2	> één dag = 3 Overnachting extern	> week = 4	> maand = 5
F: Omvang bezoekersaantal					
<i>evenement geclassificeerd als</i>	lokaal = 1	lokaal-plus =2	major = 3	Hallmark = 4	Mega = 5

Tabel 4.3: Impact- checklist

4.2.1 Herkomst bezoekers

Het belangrijkste onderscheid wanneer het op bezoekers aankomt is of zij wel of niet uit de regio komen. Preuss (2005) beschrijft echter nog een aantal andere classificaties waar rekening mee gehouden dient te worden (zie hoofdstuk 2). Deze groepen zoals door Preuss omschreven zijn echter lastig in te schatten, zeker vóór het evenement. In de literatuur bestaat wel een consensus om voor simpel onderzoek slechts onderscheid te maken in locals en non-locals (Crompton, 1999). Omdat dit model zich slechts richt op een indicatie is het met de notitie van Crompton in gedachten verantwoord om de categorieën hier te beperken tot bezoekers van buiten de regio en bezoekers uit de regio zelf.

Om het totaalbeeld zo helder mogelijk te krijgen is het wel van belang om hier ook artiesten, deelnemers, medewerkers, pers en andere betrokkenen te beschouwen. Ook door hen worden vaak uitgaven gedaan in het kader van het evenement. Uiteindelijk kan de inschatting van deze optelsom als volgt ingedeeld worden:

0 – 20% van de bezoekers komt van buiten de regio	=	1
20 – 40% van de bezoekers komt van buiten de regio	=	2
40 – 60% van de bezoekers komt van buiten de regio	=	3
60 – 80% van de bezoekers komt van buiten de regio	=	4
80 – 100% van de bezoekers komt van buiten de regio	=	5

4.2.2 Bestemming uitgaven bezoekers

Afhankelijk van de aard van het evenement zullen bezoekers geneigd of genoodzaakt zijn om meer of minder geld uit te geven rond hun bezoek van het evenement. Om dubbeltelling te voorkomen (Lee, 2006) is het belangrijk hier enkel te kijken naar uitgaven die *niet* bij de organisatie worden gedaan, deze komen later aan bod. Verder is het belangrijk om goed te beschouwen aan wie en waar bezoekers hun geld zullen uitgeven. Denk hierbij aan de afkomst van de pachters waar zij eten kopen, de kosten die voor transport gemaakt worden, of er genoeg overnachtingsplek is in de regio zelf of dat men buiten de stad moet slapen. Een schatting kan gemaakt worden als volgt;

0 tot 20% van de uitgaven komt in de regio terecht	=	1
20 tot 40% van de uitgaven komt in de regio terecht	=	2
40 tot 60% van de uitgaven komt in de regio terecht	=	3
60 tot 80% van de uitgaven komt in de regio terecht	=	4
80 tot 100% van de uitgaven komt in de regio terecht	=	5

4.2.3 Herkomst inkomsten organisatie

De uitgaven van de organisatie zijn belangrijk om te weten. Echter om een beeld te krijgen in welke mate deze kunnen worden meegenomen bij het bepalen van de economische impact is het van belang om ook de oorsprong van het geld te kennen. Zo kan het zijn dat gemeenschapsgeld als bijvoorbeeld subsidies via de organisatie alsnog buiten de regio verdwijnt. Anderzijds is het ook goed mogelijk dat bijvoorbeeld sponsorinkomsten van buiten de regio juist in de regio worden herbested. Hierbij is het ook van belang dat de inkomsten afkomstig van bezoekers verdeeld worden naar herkomst, aan de hand van de in stap 2 bepaalde ratio.

0 tot 20% van de inkomsten van de organisatie komt van buiten de regio	=	1
20 tot 40% van de inkomsten van de organisatie komt van buiten de regio	=	2
40 tot 60% van de inkomsten van de organisatie komt van buiten de regio	=	3
60 tot 80% van de inkomsten van de organisatie komt van buiten de regio	=	4
80 tot 100% van de inkomsten van de organisatie komt van buiten de regio	=	5

4.2.4 Bestemming uitgaven organisatie

Voor de uitgaven van de organisatie gelden eigenlijk dezelfde belangen als voor die van de bezoekers. Ook de organisatie doet zowel uitgaven binnen als buiten de regio. In dit geval is het van belang waar de belangrijkste (duurste) leveranciers vandaan komen en waar de eigen betaalde medewerkers vandaan komen. Afhankelijk van het evenement kunnen er ook andere grote kostenposten zijn als transport en gages die al dan niet in de regio terecht komen. Een schatting hiervan kan dus ook als volgt gemaakt worden;

0 tot 20% van de uitgaven van de organisatie komt in de regio terecht	=	1
20 tot 40% van de uitgaven van de organisatie komt in de regio terecht	=	2
40 tot 60% van de uitgaven van de organisatie komt in de regio terecht	=	3
60 tot 80% van de uitgaven van de organisatie komt in de regio terecht	=	4
80 tot 100% van de uitgaven van de organisatie komt in de regio terecht	=	5

4.2.5 Duur van het evenement

De duur van een evenement geeft al een belangrijke indicatie die later aanknopingspunten kan geven bij de analyse van haar impact op de economie. Zo geeft deze aan over welke tijdsperiode er redelijkerwijs naar de impact dient te worden gekeken en in welke mate het van belang is naar bijvoorbeeld overnachtingen te kijken.

Voor een evenement geldt over het algemeen dat hoe langer een evenement duurt, hoe meer geld bezoekers uit zullen geven. Omdat het model alleen indicaties geeft en geen absolute bedragen verlangt, is de duur van het evenement een goede factor om de omvang van de uitgaven in het model mee te nemen.

Wanneer een evenement meerdere dagen duurt zal er door de bezoekers en organisatie in de meeste gevallen overnacht en gegeten moeten worden, wat meer uitgaven betekent. Als deze zaken ook niet direct door de organisatie voorzien worden, zoals bijvoorbeeld een festivalcamping, maar bezoekers en organisatie gebruik van faciliteiten in de omgeving, dan is het waarschijnlijk dat deze uitgaven rechtstreeks in de lokale economie terecht komen. Dit levert de volgende classificatie op:

Eén dag of dagdeel	1
Meerdere dagen	2
Meerdere dagen - geen overnachtingsmogelijkheid voorzien door organisatie	3
Langer dan een week	4
Langer dan een maand	5

4.2.6 Bezoekersaantal

Bezoekersaantallen worden hier geassocieerd aan de hand van het model van McDonnell et al. (1999) zoals beschouwd in hoofdstuk twee.

Lokaal: kleinschalig en vrijwel uitsluitend voor inwoners van de plaats, stad of regio zelf	1
Lokaal-plus: Grootschalig en vrijwel uitsluitend voor inwoners van de plaats, stad of regio zelf	2
Major: Grotere schaal en richt zich zowel op de eigen inwoners als op bezoekers van buiten	3
Hallmark: Grootschalig en voor meerderheid afhankelijk van bezoekers van buiten de regio	4
Mega: Zowel qua opzet als bezoekers regionaal of nationaal overstijgend zijn	5

4.3 Het rekenmodel

Uiteindelijk levert een invulling van tabel 4.3 voor een evenement een aantal variabelen. Om tot een formule te komen waaruit een indicatie van de economische impact kan worden gegeven worden deze variabelen voor categorie A, B, C en D vertaald naar een parameter tussen 0 en 1 (zie tabel 4.4).

Tabel 4.4: vertaling waarden model naar parameters

1	2	3	4	5
0	0.25	0.5	0.75	1

Hiermee kan voor zowel de uitgaven van de bezoekers als voor de uitgaven van de organisatie een formule gemaakt worden die de herkomst van de uitgaven relateert aan de bestemming van deze uitgaven. Uitgaande van variabelen A t/m D (zie tabel 4.3) zou de impactscoëfficiënt voor de bezoekers I_b als volgt berekend kunnen worden;

$$I_b = A + B - 1$$

Hierin vertegenwoordigt A de verhouding tussen de herkomst van de bezoekers met waarde tussen 1 voor alle bezoekers van buiten de regio en 0 voor alle bezoekers van uit de regio zelf. B is de bestemming van de uitgaven van de bezoekers, waarin 0 een situatie vertegenwoordigt waarin alle uitgaven naar buiten de regio gaan en 1 de situatie waarin alle uitgaven in de regio blijven.

De impactscoëfficiënt I_b geeft hiermee een waarde tussen -1 en 1 waarin alle waarden onder 0 een nettoverlies voor de regio betekenen variërend van zwak (-0,25) tot sterk (-1). Omgekeerd geldt ook dat alle waarden tussen 0 en 1 een nettowinst voor de regio betekenen, variërend van zwak (0,25) tot sterk (1).

Op dezelfde wijze kan ook de impactscoëfficiënt I_o voor de organisatie berekend worden:

$$I_o = C + D - 1$$

Waarin C de verhouding in herkomst van de uitgaven van de organisatie vertegenwoordigt en D de verhouding in de bestemming van deze uitgaven.

Over blijven dan de variabelen die de duur en het bezoekersaantal van het evenement bepalen. Deze worden niet vertaald naar een waarde tussen 1 en nul omdat ze alleen bepalend zijn voor de omvang van de impact. Op die manier kunnen ze als waarden tussen 1 en 5 vermenigvuldigd worden met de impactscoëfficiënt van de bezoekers. Op die manier volgt de volgende formule:

$$I_{bt} = E \times F \times I_b$$

Waarin I_{bt} de totale bezoekers impact vertegenwoordigt, met waardes variërend van -25 tot 25. Deze vermenigvuldiging van de eerst coëfficiënt is gerechtvaardigd gezien de impact die de bezoekers al dan niet op het evenement hebben sterk toeneemt naarmate het evenement langer duurt of meer bezoekers trekt.

Dit impactscoëfficiënt van de organisatie kan niet zonder meer met deze duur dan wel het bezoekersaantal van het evenement vermenigvuldigd worden. Hoewel wel aannemelijk is dat deze uitgaven bij grotere evenementen ook groter zijn, hoeft dat niet zonder meer te betekenen dat dit één op één door te berekenen is. Beter is het om coëfficiënt I_o direct naast de (indicatie van) de begroting van een evenement te leggen, om zo direct al van dit deel een absolute indicatie te krijgen van de directe impact.

4.4 resultaat

Uiteindelijk kan uit deze coëfficiënten bepaald worden of uit een evenement een positieve dan wel negatieve economische impact te verwachten is op de regio. Bovenstaand model levert dus uiteindelijk twee coëfficiënten op, te weten I_{bt} en I_o . Deze coëfficiënten geven beide een indicatie van de impact van het evenement, één vanuit de bezoekerskant, de andere vanaf de organisatiekant. In onderstaande impactmatrix is direct te zien of op basis van de resultaten meteen uitgegaan kan worden van een definitief antwoord.

Tabel 4.5: Impactmatrix

	$I_o = \text{positief}$	$I_o = \text{negatief}$
$I_{bt} = \text{positief}$		
$I_{bt} = \text{negatief}$		

Zoals tabel 4.5 laat zien is zijn er vier uitkomsten denkbaar uit de eerdere analyse. Wanneer zowel I_{bt} als I_o positief zijn, zal de impact naar verwachting positief uitpakken voor de regio. Wanneer beide negatief zijn, is de verwachting logischerwijs dat de impact op de regio negatief zal zijn.

Minder duidelijk is het wanneer één van beide een positieve uitkomst geeft en de andere een negatieve. In dat geval volstaat het model niet en is er aanvullende informatie nodig. In deze gevallen is de vraag of er al dan niet een meer absolute inschatting van de uitgaven en inkomsten te maken is belangrijk. Wanneer bijvoorbeeld I_o negatief is, kan het zijn dat de uitgaven van de organisatie ten opzichte van die van de bezoekers dusdanig klein zijn dat het geheel toch positief uitpakt. Uiteraard geldt dit ook andersom.

In de meeste gevallen zal de organisatie de begroting van het evenement kennen en zijn ook de uitgaven van bezoekers op basis van redelijkheid en ervaringen uit het verleden behoorlijk goed in te schatten. Dit maakt dat ook in geval van twijfel er in de meeste gevallen met iets meer inspanning nog steeds een indicatie van de impact uit het model kan worden gehaald.

In deze twijfel gevallen is ook de waarde van I_{bt} van belang. Zoals eerder beschreven kan deze door de vermenigvuldiging voor omvang en duur veel grotere waarden aannemen dan I_o . Wanneer deze veel hoger dan 1 of veel lager dan -1 is, is het waarschijnlijk dat deze factor meer invloed heeft op de uitkomsten dan I_o . In deze gevallen kan de krachtige afwijking van I_{bt} de doorslag geven. Toch is het

ook in deze gevallen aan te raden om met verder onderzoek uit te sluiten dat I_{bt} ten onrechte overheersend is.

4.5 Geografische afbakening

Een cruciale keus die erg beslissend kan zijn voor de uitkomst van een analyse aan de hand van dit model is de keuze van het onderzoeksgebied zoals ook besproken in hoofdstuk drie. Voor het toepassen van de eerder beschreven methode is het belangrijk de geografische afbakening te kennen die het evenement past. Dit dient van tevoren te gebeuren gezien vrijwel alle variabelen verband houden met een herkomst of bestemming al dan niet in het onderzoeksgebied. Aan de hand van de in hoofdstuk drie beschreven problematiek kan gesteld worden dat met de volgende zaken in ieder geval rekening gehouden dient te worden.

Groot genoeg voor economische samenhang (Gelan, 2003) Het gebied waar naar gekeken wordt dient groot genoeg te zijn om te spreken van een economische samenhang. Op postcode gebied zal dat niet het geval zijn. In Nederland is het aannemelijk om te kijken naar gemeenten of provincies, afhankelijk ook van de schaal van het evenement.

De locaties waar uitgaven worden gedaan in het kader van het evenement Hodur en Leistritz (2006) dit kan zijn in één enkele stad of gemeente, maar wanneer er grote overnachtingscapaciteit nodig is kan het goed zijn dat ook aangrenzende gemeenten tot het gebied behoren. Als het een groot evenement betreft dat zich uitstrekt over meerdere locaties op ruime afstand van elkaar kan er ook voor gekozen worden om per locatie of onderdeel een analyse uit te voeren.

De doelgroep van het evenement Ook de doelgroep van het evenement kan een rol spelen in de keuze van het schaalniveau, vooral om er voor te waken dat het onderzoeksgebied niet té groot wordt. Wanneer gekeken wordt naar het model van McDonnell et al. (1999) kan dat een indicatie geven. Als er bijvoorbeeld alleen bezoekers uit Nederland en uitgaven in Nederland worden verwacht, is het niet erg zinvol om de impact op nationaal niveau te beschouwen, gezien de som in een dergelijk geval altijd nul zal zijn.

4.6 Het multiplier effect

Met bovenstaande factoren zou in principe alle informatie in huis zijn om de economische impact te bepalen, in acht genomen dat het hier slechts om aannames vooraf gaat. Zoals eerder duidelijk werd, is een absolute impact die hieruit gehaald zou kunnen worden niet het eindstation. Geld blijft immers circuleren, al dan niet in de regio. Echter, in dit model is het belang van het kennen van de multipliers niet bijzonder groot, gezien een positieve uitkomst van bovenstaande factoren in de meeste gevallen ook positief doorwerkt, zoals ook een negatieve uitkomst dat negatief zal doen.

4.7 Crowding-out

Ook de mogelijke gevolgen van een crowding-out effect wordt in dit model buiten beschouwing gelaten. Deze zijn lastig op voorhand in te schatten en evenzo moeilijk te kwantificeren. Daarnaast mag aangenomen worden dat dit model vooral een verkenning zal zijn voor evenementen die nog niet eerder plaats gevonden hebben. Over het algemeen zullen nieuwe evenementen niet kiezen voor plekken of branches waarin zij direct de eerste editie veel concurrentie zullen ondervinden.

4.8 Lange-termijneffecten nieuwbouw

Eerder beschreven lange-termijneffecten van eventuele nieuwbouw in het kader van een evenement vinden ook geen plek in dit model. Deze materie is bijzonder complex en vrijwel uitsluitend achteraf te beschouwen. Daarnaast mag aangenomen worden dat voor evenementen die blijvende nieuwbouw gaan plegen eerder al diepgravender analyses worden gedaan.

5: Impact voorspellen in praktijk

Om te zien hoe het model uit hoofdstuk 4 in de praktijk werkt is het van belang deze te toetsen in de werkelijkheid. Hiervoor wordt een voorspelling gemaakt van twee in de werkelijkheid geplande evenementen. Om het model aan verschillende kanten te testen is er in dit geval is gekozen voor twee zo verschillend mogelijke evenementen, zowel qua aard, qua omvang als qua duur. De organisatoren van beide evenementen hebben toestemming gegeven voor het gebruik van hun evenement als test-case.

Voor beide cases zal analyse gemaakt worden op basis van de bevindingen uit de voorgaande hoofdstukken en het model uit hoofdstuk 4. Dit betekent dat er per case begonnen wordt met een eerste typering van een evenement zoals beschreven in hoofdstuk 3. Dit is een goed startpunt om een zo accuraat mogelijk resultaat te verkrijgen met de resultaten van hoofdstuk 4. Voor beide evenementen zijn de data direct ingewonnen bij de organisatie en zijn schattingen gemaakt met de verschillende organisatoren. (zie bijlage 2, 3, 4 en 5)

Ideaal gezien zou er na afloop van deze evenementen ook een daadwerkelijke impact analyse worden toegepast. Helaas blijkt uit de theorie al dat het doen van die onderzoeken een scriptie op zich zou zijn, vandaar dat hier beperkt wordt tot het inpassen en testen van het in hoofdstuk 4 beschreven model.

5.1 De cases

- ***Locatietheaterstuk Iemandsland***

Muziektheaterstuk Iemandsland is een éénmalige locatietheatervoorstelling die gemaakt wordt door in Nieuw-Buinen en teruggrijpt op de Veenkoloniën van de jaren '70. De voorstelling speelt in mei en juni 2015 zestien keer in een voor de gelegenheid omgebouwde saffraanbollenschuur en is met een capaciteit van 450 mensen een grote tussen de locatievoorstellingen.

- ***Het bevrijdingsfestival Groningen 2015***

Het bevrijdingsfestival Groningen is één van de grootste jaarlijks terugkerende evenementen in Groningen en met meer dan 100.000 bezoekers één van de grootste vieringen op 5 mei van Nederland. Dit festival met een focus op muziek, kunst en debat vindt ieder jaar plaats op 5 mei, op in het Stadspark en op de Drafbaan in Groningen. Het evenement duurt één dag en kent 6 podia met een brede programmering.

5.2: Case 1: Locatietheatervoorstelling Iemandland

Iemandland is een eenmalig locatietheater project dat speelt in en verhaalt over de Veenkoloniën. Het evenement bestaat uit een serie van 16 voorstellingen over een tijdsbestek van vier weken (12 mei t/m 6 juni 2014).

- *Drie jaar geleden werden Carmen Schilstra en muzikant Bert Hadders gevraagd door de provincie Drenthe om een toneelstuk te maken voor het gebied. 'Maak iets moois voor de Veenkoloniën' was de opdracht. De provincie wil cultuur stimuleren in gebieden waar bijna geen vast aanbod is. Schilstra en Hadders stelden een team samen en maakten de voorstelling 'Iemandland' over de Veenkoloniën in de jaren '70. Ieder mens heeft een plek waar hij vandaan komt, is de gedachte achter de titel.*
- De Noord, 2015

5.2.1 Toegankelijkheid

De voorstellingen vinden plaats in een voor de gelegenheid tot theater omgebouwde loods. De voorstelling is alleen te bezoeken wanneer er bij de organisatie een toegangsbewijs is aangeschaft.

5.2.2 Locatie(s)

De locatie is overzichtelijk. Hoewel er in de aanloop naar de voorstelling een aantal kleine randactiviteiten plaatsvinden, focust dit onderzoek zich op de hoofdactiviteit, namelijk de voorstelling de voorstelling zelf. Randactiviteiten maken verder een dusdanig minimaal deel uit van de uitgaven dat hier niet voor gecorrigeerd wordt.

5.2.3 Aangeboden faciliteiten

Hoewel het in principe een meerdaags evenement is wordt er door de organisatie geen overnachting aangeboden. Dit ligt in de aard van de voorstelling; het is te verwachten dat bezoekers slechts voor één dag het evenement bezoeken. Catering wordt ter plekke aangeboden door de organisatie in samenwerking met een lokale pachter.

5.2.4 Schaalkeuze

Op basis van de in hoofdstuk 4 beschreven criteria wordt gekozen om de impact te meten op de Veenkoloniën. Naast het feit dat dit gebied de focus is van het hele project, voldoet dit ook aan de eerder gestelde eisen omtrent het bepalen van de schaal van het onderzoek. De Veenkoloniën worden in dit geval begrensd door de gemeenten die voor een substantieel deel tot dit gebied behoren, te weten de gemeenten Aa en Hunze, Borger-Odoorn, Emmen, Hoogezand-Sappemeer, Stadskanaal, Pekela, Veendam en Vlagtwedde.

Dit gebied is groot genoeg om redelijkerwijs te spreken van een economische samenhang (Gelan, 2003). Ook zijn er uitgaande van het profiel van het evenement weinig uitgaven door bezoekers te verwachten buiten dit gebied (criterium van Hodur en Leistriz, 2006). Er worden voornamelijk bezoekers verwacht uit de provincies Groningen en Drenthe, dus ook de doelgroep van het

evenement ligt ten minste één schaalniveau hoger dan het onderzoeksgebied (McDonnell et al. 1999), waardoor aannemelijk is dat er sprake is van een economisch effect op de regio.

Tabel 5.1: impactstabel lemandsland

A: Herkomst bezoekers	3				
percentage bezoekers van buiten de regio is	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
B: Bestemming uitgaven bezoekers	4				
percentage van uitgaven in de regio is	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
C: Herkomst inkomsten organisatie	4				
percentage inkomsten van buiten de regio is	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
D: Bestemming uitgaven organisatie	2				
percentage van uitgaven in de regio is	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
E: Duur van het evenement	1				
evenement duurt	één dag = 1	> één dag = 2	> één dag = 3 Overnachting extern	> week = 4	> maand = 5
F: Omvang evenement	2				
evenement geclassificeerd als	lokaal = 1	lokaal-plus = 2	major = 3	Hallmark = 4	Mega = 5

5.2.5 Herkomst bezoekers

De doelgroep van het evenement wordt door de organisatie ingeschat op de inwoners van de provincies Groningen en Drenthe. Samen hebben deze een inwonersaantal van ongeveer 1 miljoen inwoners (Bron: CBS 2014). De gezamenlijke gemeenten van de Veenkoloniën hebben grofweg 280.000 inwoners (Bron: CBS 2014). Dit is om en nabij 28% van het totale bezoekersbereik. Er van uitgaand dat de nabijheid van de inwoners van het gebied zelf een sterkere aantrekkingskracht heeft wordt hun aandeel in het totaal verdubbeld. Op deze wijze komt de inschatting tot stand dat 56% van de bezoekers uit de regio zelf zal komen. Dit vertaalt zich in 44 % van buiten de regio, wat de waarde 3 geeft voor categorie A.

5.2.6 Bestemming uitgaven bezoekers

In het kader van het evenement worden de volgende uitgaven van bezoekers verwacht:

Toegangskarten

Catering op locatie

Bezoekers van verder: diner in de buurt

Reiskosten

Overnachtingen worden op basis van de doelgroep niet of nauwelijks verwacht.

Zoals geadviseerd in hoofdstuk vier worden uitgaven die rechtstreeks bij de organisatie worden gedaan niet meegenomen in deze categorie. In dit geval betreft dat de toegangskarten en een deel van de catering op locatie (hiervan gaat volgens een verdeelsleutel 20% naar de organisatie). De rest

van de catering gaat naar een lokale partner en eventuele diners in de buurt komen rechtstreeks in de regio terecht.

Door de afgelegen locatie wordt verwacht dat vrijwel alle bezoekers per auto zullen afreizen naar de voorstelling. Reiskosten komen in de regio terecht voor de bezoekers uit de regio zelf (56%) en op basis van een heen en terugreis wordt aangenomen dat voor de overige 44% de helft in de regio terecht komt. Wel is aannemelijk dat de laatste categorie meer reiskosten maakt. Aangenomen wordt dat dit ongeveer 2 maal zoveel zal zijn als die van de mensen in het gebied. Dit betekent dat 69% van de uitgaven aan reiskosten binnen de regio worden gedaan (zie tabel 5.2)

Tabel 5.2: Rekenvoorbeeld verdeling reiskosten Iemandsland bij 100 bezoekers

	Aantal Bezoekers	Voorbeeld kosten per bezoeker	Totale reiskosten	waarvan besteed in regio	Waarvan besteed buiten regio	
Uit regio	56	5	280	280	-	
Van buiten regio	44	10	440	220	220	
Totaal	100	-	720 (100%)	500 (69%)	220 (31%)	

Om een totale schatting te maken van de bestemming van de uitgaven van de bezoekers is een schatting gemaakt van alle uitgaven van de gemiddelde bezoeker.

De reiskosten zijn moeilijk in te schatten maar uitgaand van een deel publiek uit de buurt en de waarschijnlijkheid dat mensen niet alleen zullen rijden wordt een gemiddelde uitgave van 10,- verwacht. Voor de catering op locatie gaat men nu uit van gemiddeld 2 drankjes. Dit zou voor 5 euro staan, waar na aftrek van het eerder genoemde deel voor de organisatie 4 euro van overblijft. De inschatting is verder dat wellicht 1 op de 10 bezoekers van buiten de regio ter plekke een maaltijd nuttigt van ongeveer 20 euro. Met ongeveer de helft van de bezoekers van buiten de regio (44%, zie hierboven) zou dit gemiddeld op 1 euro per persoon uit komen. (ongeveer 5% van het totale aantal bezoekers nuttigt een maaltijd, 5% van €20,- is €1)

Tabel 5.3: bestemming uitgaven per bezoeker

	Uitgaven	Waarvan in regio
Reiskosten	10	7
Catering op locatie	4	4
Eventueel diner	1	1
Totaal	15	12
Totaal in procenten	100%	80%

Op basis van tabel 5.3 kan voor categorie B dus 4 worden ingevuld.

5.2.7 Herkomst inkomsten organisatie

De inkomsten van de organisatie bestaan uit twee posten, te weten inkomsten uit bezoekers (kaartverkoop en catering) en uit fondsen en subsidies. De verdeling hierin wordt geschat op 12% bezoekersinkomsten en 88% fondsen en subsidies. (Zie bijlage 2, samenvatting begroting Iemandsland)

De fondsen en subsidies zijn bijna volledig te herleiden naar de provincies Groningen en Drenthe. Omdat het onderzoeksgebied hier ten dele toe behoort is besloten om de verdeling binnen/buiten de regio te maken naar het aantal inwoners van de Veenkoloniën afgezet tegen het totaal aantal inwoners van beide provincies. Gezien de bevolking van de Veenkoloniën 28% van het totale inwonersaantal van beide provincies behelst (zie verdeling onder: 'herkomst bezoekers'), kan gesteld worden dat 72% van de fondsen van buiten de regio komt.

Van de 12% bezoekersinkomsten mag 44% meegenomen worden als inkomsten van buiten de regio (zie: 'herkomst bezoekers'). Zoals te zien is in tabel 5.4 mag aangenomen worden dat 68% van de inkomsten van de organisatie van buiten de regio komt. Dit levert voor categorie C een waarde van 4 op.

Tabel 5.4 verdeling inkomsten organisatie

	totaal	Waarvan van buiten de regio	Percentage van totaal afkomstig van buiten de regio
Inkomsten uit fondsen	88%	72%	63%
Inkomsten uit bezoekers	12%	44%	5%
		Som:	68%

5.2.8 Bestemming uitgaven organisatie

Voor de uitgaven van de organisatie zijn twee grote posten aan te wijzen, namelijk personeelskosten en materiaallasten (zie bijlage 2). Van het personeel is vrijwel niemand afkomstig uit de Veenkoloniën, wat betekent dat het overgrote deel hiervan wegvloeit uit de regio. Ook de materiële uitgaven worden voor een belangrijk deel buiten de regio ingekocht. Wanneer de posten bij langsgelopen worden kan globaal geschat worden dat 40% van de uitgaven door de organisatie aan op de materiele post naar verwachting in de regio terecht komt. Dit staat gelijk aan 22% van de totale uitgaven wat resulteert in een waarde van 2 voor categorie D

5.2.9 Duur van het evenement

Hoewel het evenement gedurende een maand voorstellingen heeft, zou het gezien de aard hiervan een vertekend beeld geven om hier uit te gaan van een meerdaags evenement. Dit omdat het niet te verwachten is dat bezoekers meer dan een dag zullen blijven en ook gezien niet wordt verwacht dat bezoekers het evenement meerdere malen zullen bezoeken. Categorie E krijgt hierdoor waarde 1.

5.2.10 Omvang evenement

Ook de typering van de omvang is niet direct helder gemaakt. Het gaat hier eigenlijk om een relatief kleinschalig evenement gezien de verwachte bezoekersaantallen (maximale capaciteit van 7200 bezoekers) maar door de unieke en eenmalige staat van het project mikt het ook duidelijk op bezoekers van buiten de regio. Dit valt niet direct te rijmen met lokaal (kleinschalig, eigen regio) of lokaal-plus (grootschalig, eigen regio). Gezien de bezoekersaantallen is het echter niet mogelijk hier van een Major evenement te spreken. Omdat de bezoekersaantallen hier doorslaggevend zijn wordt dan toch gekozen voor een omvang van 'lokaal-plus', wat categorie F waarde 2 geeft.

5.2.11 Resultaat

Met het invullen van de impacttabel in tabel 5.1, kunnen nu met de middelen uit hoofdstuk 4 de impact-coëfficiënten berekend worden.

Dit in de eerste plaats door de ingevulde variabelen om te zetten naar de waarden die in de formule gebruikt kunnen worden, aan de hand van tabel 4.4 (zie tabel 5.5)

Tabel 5.5 waarden variabelen impact lemandsland

A	3	0.5
B	4	0,75
C	4	0.75
D	2	0.25
E	1	
F	2	

Deze waarden worden vervolgens in de eerder benoemde formules ingevuld om de impactcoëfficiënten te berekenen

$$I_b = A + B - 1 \quad I_b = 0,5 + 0,75 - 1 = 0,25$$

$$I_o = C + D - 1 \quad I_o = 0,75 + 0,25 - 1 = 0$$

$$I_{bt} = E \times F \times I_b \quad I_{bt} = 1 \times 2 \times 0,25 = 0,5$$

Opvallend is dat de impactscoëfficiënt van de organisatie 0 is. Dit betekent dat de organisatie ongeveer evenveel geld aan de regio toevoegt als er aan onttrekt en de impact hiervan dus neutraal is. Dit is niet perse een slecht teken gezien het ook betekent dat er geen geld verdwijnt uit de regio door toedoen van de organisatie.

De impactscoëfficiënt van de bezoekers is 0,25, wat betekent dat er dus een licht positieve economische impact te verwachten valt van de kant van de bezoekers. Bovendien wordt deze door de omvang van het evenement nog wat vergroot door de omvang (F) wanneer de totale bezoekersimpact-coëfficiënt beschouwd wordt. Echter, in ogeschouw nemend dat de maximale waarden van I_{bt} 25 is, is het duidelijk dat het geen heel erg groot effect zal geven.

5.2.12 Conclusie

Deze analyse geeft een helder beeld van de richting van de impact van het evenement, zowel voor de bezoekerskant als voor de organisatiekant. Toch is het belangrijk om hier te benadrukken dat het een indicatie geeft van de richting van de impact. Tijdens de data-analyse van de verwachte inkomsten en uitgaven rond het evenement blijkt dat de grootste geldcirculatie aan de organisatiekant plaats vindt, waar in de geval nauwelijks economische verschuiving blijkt te zijn. In verhouding is de toevoeging van de bezoekers aan de lokale economie minimaal gezien het grootste gedeelte van hun uitgaven al onder de organisatiekant zijn doorgeschoven door middel van de kaartverkoop en de deling van de cateringopbrengsten.

Een ander discussiepunt is hier of de provinciale subsidies wel gesplitst zouden moeten worden als inkomsten van binnen en van buiten de regio. Deze zijn in theorie inderdaad terug te lijden naar de gemeenten zoals hier ook gedaan is, maar het gaat hier wel om bovenregionale gelden. Deze fondsen zitten sowieso al niet meer bij de gemeente en zouden daardoor in zijn geheel worden misgelopen bij het niet plaatsvinden van het evenement, in welk geval de regio netto verlies zou leiden. Dit zou betekenen dat alle bekostiging door de provincies als externe inkomsten gerekend kunnen worden, wat in dit geval een behoorlijk verschil zou maken.

5.3 Case 2: Bevrijdingsfestival Groningen 2015

Het Bevrijdingsfestival Groningen is een eendaags evenement en in de loop der jaren uitgegroeid tot een van de best bezochte evenementen van het Noorden van Nederland. De organisatie zelf typeert haar doelstelling als volgt:

Het doel van Stichting Vier 5 Mei is het betrekken van zoveel mogelijk mensen, voornamelijk inwoners van de provincie Groningen, bij het gedachtegoed van 5 mei. (...) Dat wil de Stichting bereiken door onder meer een muziekfestival te organiseren op 5 mei (het Bevrijdingsfestival Groningen) in de hoofdstad van de provincie Groningen (...).

Met het Bevrijdingsfestival richt de Stichting zich vooral op jongeren, maar ook op andere leeftijdsgroepen. Door middel van een gevarieerd aanbod van muziek, diverse muziekstijlen, trekt het Bevrijdingsfestival verschillende groepen jongeren. Min of meer 'terloops' worden bezoekers geconfronteerd met inhoudelijke projecten over vrijheid en bevrijding.

- Stichting Vier 5 Mei, www.bevrijdingsfestivalgroningen.nl, 15-04-2015

5.3.1 Toegankelijkheid

Zowel het festivalterrein als vrijwel alle optredens en activiteiten gedurende de dag zijn gratis en voor iedereen toegankelijk.

5.3.2 Locatie(s)

Het evenement vindt plaats in het Stadspark in Groningen. Hoewel verspreid over een aantal verschillende velden is er wel sprake van één samenhangend evenemententerrein.

5.3.3 Aangeboden faciliteiten

Het festival duurt één dag en zodoende worden er door de organisatie geen overnachtingen aangeboden. Eten en drinken worden door de organisatie verkocht en zij zijn hiervan de exclusieve aanbieder op het terrein.

5.3.4 Schaalkeuze

Op basis van de in hoofdstuk 4 beschreven criteria wordt gekozen om de impact te meten op de gemeente Groningen. Dit gebied is groot genoeg om redelijkerwijs te spreken van een economische samenhang (Gelan, 2003). Ook zijn er uitgaande van het profiel van het evenement weinig uitgaven door bezoekers te verwachten buiten deze gemeente (criterium van Hodur en Leistritz, 2006). Tot slot ligt de doelgroep van het evenement ten minste één schaalniveau hoger dan het onderzoeksgebied (McDonnell et al. 1999), waardoor aannemelijk is dat er sprake is van een economisch effect op de regio.

Tabel 5.6: impact-checklist Bevrijdingsfestival 2015

A: Herkomst bezoekers	4				
percentage bezoekers van buiten de regio is	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
B: Bestemming uitgaven bezoekers	3				
percentage van uitgaven in de regio is	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
C: Herkomst inkomsten organisatie	3				
percentage inkomsten van buiten de regio is	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
D: Bestemming uitgaven organisatie	3				
percentage van uitgaven in de regio is	0-20% = 1	20-40% = 2	40-60% = 3	60-80% = 4	80-100% = 5
E: Duur van het evenement	1				
evenement duurt	één dag = 1	> één dag = 2	> één dag = 3 Overnachting extern	> week = 4	> maand = 5
F: Omvang evenement	3				
evenement geclassificeerd als	lokaal = 1	lokaal-plus = 2	major = 3	Hallmark = 4	Mega = 5

5.3.5 Herkomst bezoekers

Het Bevrijdingsfestival Groningen wordt al 15 jaar georganiseerd. Op basis van ervaringen uit het verleden gaat men ervanuit dat bijna tweederde van de bezoekers van buiten de gemeente Groningen komt. Vertaald naar procenten komt dat uit op ongeveer 65%. Dit geeft in categorie A een waarde van 4.

5.3.6 Bestemming uitgaven bezoekers

Verwacht wordt dat bezoekers voornamelijk uitgaven zullen doen aan drinken en eten op het festivalterrein. Het festival is gratis te bezoeken, maar voor een zeer klein aantal onderdelen wordt toegang gevraagd. Nu blijkt dat al deze kosten bij de organisatie worden gedaan en zoals beargumenteerd in hoofdstuk 4 dus niet bij de bezoekersuitgaven gerekend mogen worden. Wat overblijft zijn in dit geval de reiskosten waarvan bij een heen en terugreis mag worden aangenomen dat de helft hiervan in de regio zelf uitgegeven wordt. Verder is het niet onwaarschijnlijk dat bezoekers hun bezoek aan het festival combineren met een bezoek aan festiviteiten elders in de gemeente Groningen. Ook zullen sommigen voor hun maaltijden buiten het festivalterrein kijken gezien het festival zelf geen uitgebreide maaltijden aanbiedt. Er wordt echter niet verwacht dat dit een noemenswaardig deel van de bezoekers zal betreffen, daarom wordt hier de verdeling van de uitgaven aan reiskosten als leidraad gebruikt, namelijk 50%. Dit betekent een waarde van 3 in categorie B.

5.3.7 Herkomst inkomsten organisatie

In bijlage 3 is een samenvatting te vinden van de inkomsten (en uitgaven) van de organisatie van het Bevrijdingsfestival. Voor zover bekend is gebruik gemaakt van actuele cijfers van de organisatie (bijlage 4). Waar cijfers ontbraken zijn deze aangevuld met de gegevens van de inmiddels definitieve exploitatierekening van 2012 (bijlage 5), die in grote lijnen hetzelfde zal zijn als de budgettering voor

dit jaar. Om het overzichtelijk te houden zijn kleine posten hierbuiten gehouden. Gezien de schaal van deze bedragen zal dat nauwelijks de eindresultaten beïnvloeden.

De organisatie verwacht hoofdzakelijk inkomsten uit horeca (70%) en sponsoring en subsidies (30%). Voor de horeca geldt dat dit louter inkomsten zijn uit bezoekers. Aannemend dat er geen verschil in uitgavepatroon bestaat tussen bezoekers van binnen en buiten de regio, geldt dat 65% hiervan mag worden aangemerkt als inkomsten van buiten de regio (zie: herkomst bezoekers). Dit betekent dat van de horeca en kaartverkoop ook 27% uit de regio zelf komt. Dit is 15% van het totaal. (zie tabel 5.7)

Tabel 5.7 verdeling inkomsten organisatie

	Van totaal	Waarvan van buiten de regio	Percentage van totaal afkomstig van buiten de regio
Inkomsten uit bezoekers	70%	65%	46%
Inkomsten uit subsidies	30%	45%	14%
		Som:	60%

Van de €147.000 aan subsidie komt €82.000 uit de gemeente zelf. De rest komt uit bovenregionale fondsen (zie bijlage 4). Op basis van de conclusies uit de eerste testcase is besloten om in dit geval de gehele bovenregionale subsidies als externe gelden te beschouwen. Dit betekent dat 45% van de fondsen van buiten de regio komt. Tabel 5.7 laat zien dat dit een de totale inkomsten van de organisatie van buiten de regio op 60% zet. Voor categorie C betekent dat een waarde van 3.

5.3.8 Bestemming uitgaven organisatie

In bijlage 3 zijn de verhoudingen te zien van de grootste uitgaveposten van de organisatie. Hieronder zijn deze posten opnieuw te zien als percentage van het totaal.

- productiekosten 31%
- programmering 26%
- horeca-uitgaven 17%
- personeel 26%

In bijlage 5 is voor de posten de schatting van de organisatie te zien ten aanzien van de verdeling tussen binnen en buiten de regio. De horeca uitgaven komen voor het overgrote deel bij de externe drankenleverancier terecht. Slechts een klein deel wordt lokaal ingekocht.

Tabel 5.8 verdeling uitgaven organisatie

Uitgaven organisatie	Van totaal	Waarvan in de regio	Totaal in de regio
Productie	31%	40%	12%
Programmering	26%	6%	2%
Horeca	17%	5%	1%
Personeel	26%	99%	26%
		Som:	41%

Tabel 5.8 laat zien dat van alle uitgaven door de organisatie uiteindelijk 41% in de regio terecht komt, wat goed is voor de waarde 3 in categorie D.

5.3.9 Duur van het evenement

Hoewel de organisatie een klein voorprogramma organiseert op 4 mei, vindt het feitelijke festival op één dag plaats. Dit geeft een waarde van 1 in categorie E.

5.3.10 Omvang evenement

Met een verwacht aantal bezoekers van 100.000 is het een groot evenement en ook zeker afhankelijk van bezoekers van buiten de onderzoeksregio. De omvang is echter niet van dusdanige grootte waar McDonnell et al. (1999) op doelden bij een Hallmark event. Op basis hiervan wordt bepaald dat het hier gaat om een Major- evenement en dus een waarde van 3 in categorie F.

5.3.11 Resultaat

Met het invullen van de impacttabel in tabel 5.6, kunnen nu met de middelen uit hoofdstuk 4 de impact-coëfficiënten berekend worden. Dit in de eerste plaats door in tabel 5.9 de ingevulde variabelen om te zetten naar de waarden die in de formule gebruikt kunnen worden, aan de hand van tabel 4.4.

Tabel 5.9 waarden variabelen impact Bevrijdingsfestival 2015

A	4	0.75
B	3	0.5
C	3	0.5
D	3	0.5
E	1	
F	3	

Deze waarden worden vervolgens in de eerder benoemde formules ingevuld om de impactcoëfficiënten te berekenen

$$I_b = A + B - 1 \quad I_b = 0,75 + 0,5 - 1 = 0,25$$

$$I_o = C + D - 1 \quad I_o = 0,5 + 0,5 - 1 = 0$$

$$I_{bt} = E \times F \times I_b \quad I_{bt} = 1 \times 3 \times 0,25 = 0,75$$

5.3.12 Conclusie

In dit geval word snel duidelijk dat de bezoekers voornamelijk geld uitgeven bij de organisatie, wat de waarde van de impact van de bezoeker een stuk minder relevant maakt, gezien het overgrote deel van de geldstromen langs de organisatie gaat. De organisatie zelf geeft ongeveer evenveel geld in de regio uit als dat het vandaaruit binnen krijgt en is daarmee een neutrale factor. De positieve impact in deze uitkomst is nu feitelijk alleen gebaseerd op de reiskosten die bezoekers maken, een wat mager fundament om echt van een positief effect te spreken.

Hier komt echter wel de vraag bovendrijven wat er zou zijn gebeurd als het bevrijdingsfestival **niet** zou plaatsvinden. Het zou goed kunnen dat op een dag als 5 mei veel bezoekers uit Groningen elders hun heil hadden gezocht, waardoor er op dat moment netto geld zou verdwijnen uit de stad. Dit betekent dat ondanks bovenstaand resultaat het bevrijdingsfestival tóch een netto positief resultaat zou neerzetten. (zie hoofdstuk 2, McHone & Rungeling (2000)). Dit soort zaken zijn echter erg lastig te voorspellen en kunnen om die reden lastig in deze korte analyse worden meegenomen.

6: conclusie

Als er één ding is wat er geconcludeerd kan worden uit alle voorgaande hoofdstukken dan is het misschien wel dat de werkelijke economische dynamiek rond een evenement zo complex is dat het maar de vraag is of het ooit mogelijk zal zijn om echt absolute effectmetingen te doen.

Duidelijk is dat de dynamiek van de economische gevolgen van een tijdelijke toevoeging aan een economie groot kan zijn. De wisselwerking tussen organisatie en de regio waar zij zich manifesteert blijkt vaak ook niet zo eenduidig als gedacht. Wanneer veel onderaannemers helemaal niet uit de regio komen zal blijken dat er tegen de verwachting in veel geld weglekt van een ogenschijnlijk succesvol evenement.

In ieder geval is duidelijk dat alle evenementen een interactie aangaan met hun omgeving. Er wordt geld aan de omgeving onttrokken en daar ook geïnvesteerd. Deze economische banden kunnen zich op vele manieren uiten. Dit gaat via de inkomsten van bezoekers, de bestedingen van de organisatie, externe partijen die ingehuurd worden of uitgaven van de bezoekers in de omgeving die niet direct aan het evenement gerelateerd zijn. Deze complexiteit maakt dat het meten hiervan een precair proces is waarin bijna altijd keuzes of concessies moeten worden gedaan om de werkelijkheid te versimpelen en tot werkbare gegevens te komen. Een vast kader voor de concessies blijkt er in dit vakgebied (nog) niet te zijn en deze verschillen dan ook tussen de onderzoeken, die daarom lastig te vergelijken zijn.

Wel blijkt dat er weinig oog is voor een goed beargumenteerd schaalniveau van het onderzoek. Welk schaalniveau relevant is blijkt uiteindelijk vaak samen te hangen met de doelgroep en de organisatiestructuur van een evenement zodat voor twee ogenschijnlijk vergelijkbare evenementen soms toch een ander schaalniveau het beste blijkt. Dit betekent ook dat de resultaten tot een zekere hoogte te sturen zijn door het kiezen van het schaalniveau. Hier valt zeker nog winst te halen in de theorie. Hoewel vaak een logisch schaalniveau gekozen wordt, ontbreekt de onderbouwing hiervoor vrijwel altijd.

Wanneer de opvattingen beschouwd worden van onderzoekers die zich dit wel aantrekken blijken drie zaken relevant. Zo dient het gebied groot genoeg te zijn om redelijkerwijs te spreken van een economische samenhang. Ook dient het hoofddeel van de bezoekersbestedingen in die regio plaats te vinden. Tot slot wordt dit soort onderzoek pas relevant als er een interactie is met de omgeving; de onderzoeksregio ligt dus bij voorkeur een schaalniveau lager dan de doelgroep van het evenement of geldstromen van de organisatie. Op deze manier wordt gegarandeerd dat er in ieder geval een vorm van interactie is met geldstromen buiten de regio.

Door de eerder genoemde fragmentatie in de gebruikte methoden blijkt verder dat veel van de in het verleden gedane onderzoeken te verschillend zijn om tot een goede vergelijking te komen op basis waarvan een voorspellend instrument zou kunnen worden neergezet. In plaats daarvan is er wel een brede consensus over welke punten belangrijk zijn in het analyseren van de economische impact van evenementen. In grote lijnen draait alles om de herkomst en bestemming van geld en de som hiervan voor de regio, zowel aan de bezoekerskant als aan de organisatiekant. Daarnaast speelt ook

de omvang en de duur van het evenement een rol die de impact kan beïnvloeden. Dit zijn daarnaast dusdanig algemeen geldende factoren dat het selecteren van evenement-types zoals bedoeld in hoofdstuk 1 niet meer nodig bleek.

Met deze factoren die de theorie overheersen en kennisname van studies die in het verleden gedaan zijn is het echter wel mogelijk gebleken om een methode neer te zetten die vrij eenvoudig een indicatie van de richting van de economische impact kan geven. Door deze belangrijkste factoren te versimpelen en terug te brengen tot een vrij eenvoudig te categoriseren tabel vereist het nog maar weinig voorkennis deze in te vullen. Wanneer deze factoren daarna tegen elkaar worden afgewogen zal in ieder geval een globaal beeld ontstaan van de economische impact van een evenement op de regio. Dusdanige modellen die het voor organisatoren simpel maken om snel een globaal inzicht te krijgen in het mogelijke effect van een evenement zijn nieuw. De theorie laat zich vooral zien in terugblikken en evaluaties en kijkt alleen bij hoge uitzondering in de toekomst en dan met name voor mega-projecten. Juist een makkelijke methode voor de kleine en middelgrote evenementen om met een goede indicatie naar subsidiegevers of sponsors te kunnen stappen ontbrak tot nu toe.

Voor twee evenementen hebben we nu gezien wat dit model voorspelt ten aanzien van de impact. Voor Iemandsland kan gezegd worden dat een licht positief effect verwacht kan worden, wellicht nog sterker als de bovenregionale gelden nog anders geïnterpreteerd worden. Voor Bevrijdingsfestival Groningen 2015 geldt dat de verwachting is dat het evenement economisch neutraal zal zijn. Toch is ook hier een voetnoot te plaatsen; wanneer het evenement niet had plaatsgevonden, kan het goed zijn dat er geld weg zou lekken uit de regio wat nu in de regio is gebleven.

Deze voetnoten maken wel duidelijk dat voor de interpretatie van de cijfers enige achtergrond kennis gewenst is, hoewel de cijfers zelf in ieder geval qua richting goed te duiden zijn voor een leek.

6.1 Discussie

Er zitten nogal wat haken en ogen aan het doen van onderzoek naar de economische impact van evenementen. Als absolute cijfers gepresenteerde resultaten zullen eigenlijk altijd met een voetnoot gelezen moeten worden. Zo is de vraag hoe ver men door kan gaan met het moneteriseren van gevolgen. Feitelijk zouden milieu- of imago-effecten ook zonder meer een economisch gevolg hebben, maar dit is vaak dusdanig lastig te meten dat hier vrijwel geen prijsplaatje op te plakken is. In sommige gevallen kan het ontbreken daarvan voor een behoorlijk vertekend beeld zorgen.

Precies die complexiteit maakt ook dat het hier geproduceerde model feitelijk veel gebreken kent. Zo laat het voorbeeld van Iemandsland direct zien dat het zomaar toepassen van dit model zonder enige achtergrond kennis verraderlijk is. Dit blijkt wanneer dit op het eerste oog een meerdaags evenement zou zijn, maar dat om een betrouwbaar beeld te krijgen het toch als enkeldaags gekwalificeerd moeten worden.

Ook blijkt dat het nog niet zo makkelijk is om te bepalen welke inkomsten nou eigenlijk uit de regio zelf komen, in het geval van provinciale subsidies voor een gemeentelijk project bijvoorbeeld.

Daarnaast kan het absoluut geen kwaad om de verhouding tussen de bezoekers en de organisatiekant van de impact eens los te beschouwen en in te schatten. Het model levert weliswaar twee coëfficiënten die ogenschijnlijk misschien dezelfde schaal hanteren, maar zij zijn allemaal gebaseerd op percentages waardoor de absolute waarde verloren gaat. Dit is erg belangrijk om te realiseren; het straatfeest op de hoek kan in feite een even hoge coëfficiënt als een bevrijdingsfestival bereiken – wanneer de omvang niet heel groot wordt.

Met het (h)erkennen van deze gebreken laat het model echter wel zien hoe simpel het eigenlijk is om met vrij beperkt onderzoek een goede inschatting te kunnen krijgen van de impact die een evenement al dan niet zal achterlaten. Wel zou het interessant zijn om de onderzoeken die hier als pilot gebruikt zijn nog te evalueren in een grondig onderzoek na het evenement zelf om het model daadwerkelijk aan de werkelijkheid te kunnen toetsen.

Bronnenlijst

- Arcodia, C., Whitford, M. (2006) *Festival Attendance and the Development of Social Capital* Journal of Convention & Event Tourism 8:2, 1-18
- Baumol, W. J., Bowen, W.G. (1966) *Performing Arts – The Economic Dillema* The Twentieth Century Fund, New York
- Chhabra, D., Sills, E., Cabbage, F.W. (2003) *The Significance of Festivals to Rural Economies: Estimating the Economic Impacts of Scottish Highland Games in North Carolina* Journal of Travel Research, 41, 421-427
- Crompton, J. L. (1999) *Measuring the economic impact of visitors to sports tournaments and special events* Division of Professional Services, National Recreation and Park Association
- Crompton, J. L., Lee, S., & Shuster, T. J. (2001) *A guide for undertaking economic impact studies: The Springfest example* Journal of travel research 40:1, 79-87.
- Della Bitta, A., Loudon, D., Booth, G., & Weeks, R. (1978) *Estimating the economic impact of a short-term tourist event* Journal of Travel Research, 16, 10–15
- Dwyer, L, Forsyth, P, Spurr, R (2004) *Evaluating Tourism's Economic Effects: New and Old Approaches* Tourism Management, 25, 307-317
- Esu, B. B., Arrey, V. M. E., Basil, G., & Eyo, E. E. (2011) *Analysis of the economic impacts of cultural festivals: The case of Calabar Carnival in Nigeria* Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism, 6:2, 333-352.
- Felsenstein, D., & Fleischer, A. (2003) *Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure* Journal of Travel Research, 41:4, 385-392.
- Frechtling, D. C. (1994) *Assessing The Economic Impacts Of Travel And Tourism – Introduction To Travel Economic Impact Estimation* in Ritchie J.R.B. en Goeldner C.R. *Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers* John Wiley & Sons, New York
- Gelan, A (2003) *Local Economic Impacts; The British Open* Annals of Tourism Research, 30:2, 406-425
- Getz, D. (2008) *Event Tourism: Definition, evolution, and research* Tourism Management, 29, 403-428
- Hodur, N.M. & Leistritz, F.L. (2006) *Estimating the Economic Impact of Event Tourism* Journal of Convention & Event Tourism, 8:4, 63-79
- Janeczko, B., Mules, T., Ritchie, B. (2002) *Estimating the Economic Impacts of Festivals and Events: a Research Guide* CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, Queensland
- Lee, C. K., & Taylor, T. (2005) *Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup* Tourism Management, 26:4, 595-603.
- Lee, M. J. (2006) *Analytical Reflections on the Economic Impact Assessment of Conventions and Special Events* Journal of Convention & Event Tourism, 8:3, 71-85

- Leontief, W.W. (1936) *Quantitative Input and Output Relations in the Economic System of the United States* The Review of Economics and Statistics 18:3, 105-125
- Matheson, V.A. (2002) *Upon Further Review: An Examination of Sporting Event Economic Impact Studies* The Sport Journal 5:1
- McDowell, I., Allen J., & O'Toole, W. (1999) *Festival and Special Event Management* Milton, Jacaranda-Wiley
- McHone & Rungeling (2000) *Practical Issues in Measuring the Impact of a Cultural Tourist Event in a Major Tourist Destination* Journal of Travel Research 38:3, 300-303
- Mules, T (1998) *Taxpayers Subsidies for Major Sporting Events* Sport Management Review, 1, 25-43
- Noord, de, B (2015) *Iemandsland Noorderbreedte*
< http://www.noorderbreedte.nl/themas/kunst_cultuur/iemandsland/> [15-04-2015]
- Preuss, H. (2005) *The Economic Impact of Visitors at Major Multi-sport Events* European Sport Management Quarterly 5:3 281-301
- Schaffer, W.A. (2010) *Regional Impact Models* Georgia Institute of Technology, Atlanta
- SIRC (2009) *Carbon Footprinting the 2008 Edinburgh International Film Festival* Sport Information and Resource Centre, www.sirc.ca
- Small, K., Edwards, D., Sheridan, L. (2005) *A Flexible Framework For Evaluating The Socio-Cultural Impacts Of A (Small) Festival* International Journal of Event Management Research 1:1 66-77
- Snowbal, J.D. (2004) *Interpreting Economic Impact Study Results: Spending Patterns, Visitor Numbers and Festival Aims* South African Journal of Economics 72:5, 1076–1084
- Sterngold (2004) *Do Economic Impact Studies Misrepresent the Benefits of Arts and Cultural Organizations?* The Journal of Arts Management, Law, and Society 34:3, 166-187
- Stichting Vier 5 Mei (2015) *Over het Bevrijdingsfestival*
< <http://www.bevrijdingsfestival groningen.nl/organisatie/waarom-vieren-we-de-vrijheid> >. [15-04-2015]
- Strydom, A. J., Saayman, M., & Saayman, A. (2006) *The Economic Impact of the Volksblad Arts Festival* Interim: Interdisciplinary Journal 5:2, 63-76
- Tyrrell, T. J., en R. J. Johnston (2001) *A Framework for Assessing Direct Economic Impacts of Tourist Events: Distinguishing Origins, Destinations, and Causes of Expenditures* Journal of Travel Research, 40:1 94–100

Bijlage 1

ASSUMPTIONS UNDERPINNING THE MODELS USED IN THESE SIMULATIONS

<i>Assumptions of I-O Model</i>	<i>Assumptions of CGE Model</i>
<i>All final demand components are exogenous.</i>	<i>All main final demand components are endogenous.</i>
The assumption is that final demand components (private consumption, exports, private investment, etc.) are not explained within the model but are given exogenously (i.e., outside the model).	The model provides theories to explain the behavior of these final demand components following an expenditure shock to the system. While final demand components such as real public investment and government consumption are determined exogenously, the nominal values of these components are changed under the simulations as prices vary.
<i>Capital, labor, and land are endogenous.</i>	<i>Capital and land are given exogenously.</i>
This assumption implies that there is an elastic supply of these factors that enables output to be increased with no constraints.	Essentially a short-run approach is adopted. It would be feasible to allow all factors to vary, as they would in the long run. However, a short-term event is unlikely to result in significant changes in the capital stock. Thus, we assume fixed public investment and fixed capital.
<i>There are no price-induced substitution effects.</i>	<i>Price-induced substitution effects occur.</i>
This implies that there are no price changes affecting the behavior of consumers, suppliers, investors, and so forth. Real wages are fixed, and no changes occur in the real exchange rate.	Real wages are flexible; regional nominal and income real wages are allowed to move differently among the states; flexible private investment, where private investment is a function of the rate of return on investment.
<i>Government expenditure remains constant and is given exogenously.</i>	<i>Government budget deficits are fixed.</i>
This occurs unless a change in government expenditure is the assumed shock to the system.	Government expenditures are variable. Since changes in economic activity affect government receipts, and ultimately affect spending, which in turn affects economic activity, these must be taken into account. Tax rates are fixed. We assume that additional taxation revenue leads to equal new public expenditures.
<i>State employment is flexible (perfectly elastic).</i>	<i>State employment can be regarded as fixed (zero elasticity) or flexible (perfectly elastic).</i>
This implies that sufficient additional labor is available to produce the goods and services required by the event.	For the purpose of the comparison, simulations were undertaken using both assumptions and the results were averaged. Neither of these two extremes is considered likely, though it is common to report them to illustrate the sensitivity of the results to the assumptions. To simplify presentation, we have taken a midpoint between the extremes—this should give a best estimate that is realistic.

Note: I-O = Input-output; CGE = computable general equilibrium.

uit: Dwyer et al. (2005)

Bijlage 2: Samenvatting balans Iemandsland

BATEN

Kaartverkoop	30531
Inkomsten catering	3000
Subsidies	263400

LASTEN

Personeel	121540
materieel/huur/activiteiten	160000

Bijlage 3: samenvatting gegevens bevrijdingsfestival 2015

BATEN

Subsidies	147.000
Sponsoring	38.104
Opbrengst horeca	337.625

LASTEN

Productiekosten	200.000
Programmakosten	170.000
Kosten horeca	110.107
Personeelslasten	166.988

Bijlage 4: Contact directeur Bevrijdingsfestival

From: **Diederik Van der Meide** (diederik@bevrijdingsfestivalgroningen.nl)
Sent: Wednesday, April 22, 2015 9:50:43 AM
To: info@luukstelder.nl

Beste Luuk,

We ontvangen 147.000 euro subsidie; 25.000 van de provincie, 40.000 van het Nc en 82.000 van de gemeente.

Programmeringsbudget: totaal (voor muziek) 170.000 euro. Hiervan wordt ongeveer 10.000 lokaal uitgegeven

Personeel komt voor 99% uit de gemeente Groningen

Produktiekosten is wat ingewikkeld; alleen inhuur materiaal: ongeveer 80.000 van de 200.000 lokaal besteed (beetje educated guess)

Bezoekers: ongeveer ruim 1/3 komt uit de stad (0-4 km)

Vriendelijke groet,

Diederik van der Meide
directeur Bevrijdingsfestival Groningen
Postbus 1766
9701 BT Groningen

diederik@bevrijdingsfestivalgroningen.nl

Bijlage 5: Exploitatierekening Bevrijdingsfestival

EXPLOITATIEREKENING 2012

	Werkelijk 2012	Begroting 2012	Werkelijk 2011
BATEN			
Subsidies	130.575	120.175	120.175
Sponsoring	38.104	46.400	42.332
Opbrengst horeca	337.625	375.000	352.443
Opbrengst entreegelden	5.546	5.800	6.604
Overige baten	66.483	54.625	45.528
	<u>578.333</u>	<u>602.000</u>	<u>567.082</u>
LASTEN			
Productiekosten	153.159	139.500	127.548
Programmakosten	190.992	201.000	145.850
Kosten horeca	110.107	126.500	113.306
Publiciteitskosten	14.624	16.500	14.792
Personeelslasten	166.988	161.000	133.383
Algemene kosten	21.998	15.500	12.792
	<u>657.868</u>	<u>660.000</u>	<u>547.671</u>
EXPLOITATIERESULTAAT	<u><u>-79.535</u></u>	<u><u>-58.000</u></u>	<u><u>19.411</u></u>

Bron: