

Haalbaarheidsonderzoek

Of een evenement haalbaar is, hangt af van een aantal aspecten:

- **Het financiële aspect:** denk hierbij aan de financiële positie van de bond en de investeringen die nodig zijn om aan de eisen van de internationale federatie te voldoen.
- **Het economisch aspect:** hierbij kan je denken aan de mogelijkheid om het bid te financieren.
- **Het strategische aspect:** dit kan gaan om de onderscheidende kwaliteiten van Nederland als evenementenland ten opzichte van potentiële concurrenten en de relatie met de internationale beslissers.
- **Het sportieve aspect:** bijvoorbeeld het niveau van de sport of sportaccommodaties.
- **Het sociale aspect:** hier draait het om het publieke en politieke draagvlak.
- Als laatste zijn het aspect **tijd, de capaciteit en het vermogen van de partijen** die nodig zijn om het evenement te organiseren van essentieel belang.

Het haalbaarheidsonderzoek zelf bestaat globaal uit de volgende onderdelen:

- Een **inhoudelijke omschrijving** van het evenement (verleden, heden en toekomst) en de kansen die het evenement kan bieden.
- De **methode:** hoe wordt het onderzoek uitgevoerd en welke data wordt er opgehaald?
- **Doelstellingen:** welke ideeën zijn er over het evenement? Waarom ga je het organiseren en wat denk je ermee te bereiken?
- **Het draagvlak:** het draagvlak onder de politiek en bevolking wordt gemeten.
- De **organisatie:** hoe denk je de organisatiestructuur vorm te geven en wat is er mogelijk op de plaats waar je het evenement wil organiseren?
- **Kosten en financiering:** wat zijn de kosten voor de organisatie, en waar denk je geld vandaan te halen om het evenement te bekostigen?
- **Impact:** wat verwacht je van de sociaal- maatschappelijke en economische spin-off van dit evenement?
- **Risicoanalyse:** welke risico's kunnen ontstaan en hoe denk je die te gaan oplossen?
- Conclusies en een advies over de **haalbaarheid** van het evenement.



Haalbaarheidsonderzoek

In de 'template haalbaarheidsonderzoek' vind je een uitgebreidere beschrijving met verschillende hoofdstukken. Deze kan je gebruiken om de basis vorm te geven. Het haalbaarheidsonderzoek zelf wordt over het algemeen gedaan door een onafhankelijke partij. Op basis van het resultaat van het haalbaarheidsonderzoek besluit het hoogste orgaan binnen de organisatie (bijvoorbeeld het bondsbestuur) uiteindelijk of het evenement wel of niet door kan gaan.

Oriëntatie

In de onderstaande paragrafen leggen we verschillende onderdelen binnen het haalbaarheidsonderzoek verder uit. Hierbij leggen we de focus op het samenstellen van een stuurgroep en de onderzoekscriteria die van belang zijn. Hierna kijken we naar de vraag over wat de mogelijkheden zijn om een bid uit te brengen en wat de capaciteiten en het vermogen zijn van de belangrijkste belanghebbenden. Uiteindelijk eindigen we deze stap met een template over de inhoud en structuur van het haalbaarheidsonderzoek.

Wanneer

Het haalbaarheidsonderzoek kun je al ruime tijd voor het indienen van het bid (laten) opstarten. Wat de uiteindelijke deadline voor het indienen van het bid is, is afhankelijk van de internationale federatie. Dit geven de federaties meestal zelf aan.

Stuurgroep

In deze haalbaarheidsstap benoem je een bestuurlijke stuurgroep waarin de directeur van de bond in principe altijd de functie van secretaris bekleedt. Diezelfde directeur is vervolgens ook voorzitter van een apart projectteam dat het haalbaarheidsonderzoek uitvoert.

We raden aan om bij de samenstelling van de stuurgroep rekening te houden met de belangrijkste actoren zoals de stad, gemeente en provincie omdat deze een belangrijke rol spelen in het vervolgproces, bijvoorbeeld voor het aanvragen van een subsidie of beschikbaar stellen van een locatie. De meerderheid van de stuurgroep bestaat uit personen vanuit de bond die het bid mogelijk gaan indienen. Voor het haalbaarheidsonderzoek wordt over het algemeen een externe partij ingehuurd. Organisaties die dit kunnen uitvoeren vind je in een overzicht in de kennisbank.

Haalbaarheidsonderzoek

Onderzoekscriteria

Bij een haalbaarheidsonderzoek wil je een aantal criteria van het toekomstige internationale sportevenement beoordelen. Denk hierbij aan de praktische uitvoerbaarheid, de doorlooptijd, de kosten, de effectiviteit etc. Per evenement kunnen deze criteria natuurlijk verschillen. Het is dan ook belangrijk om eerst vast te stellen welke criteria je wilt laten onderzoeken.

Het model hiernaast geeft inzicht in de onderzoekscriteria. Waarbij de centrale vraag is of het uitbrengen van een bid kansrijk is uiteindelijk moet worden beantwoord.

Je kunt onderzoekscriteria indelen in 'harde' en 'zachte' criteria. Harde criteria zijn direct meetbaar en zachte criteria zijn niet direct meetbaar en controleerbaar.



Hard	Zacht
➤ Eisen internationale federatie; ➤ Venue(s); ➤ Hotelaccommodaties; ➤ Stad/steden (host city); ➤ Transport; ➤ Organisatie/projectaanpak; ➤ Financiën; ➤ Sportniveau/ambitie; ➤ Concurrentie;	➤ Sportontwikkeling: in hoeverre draagt het evenement bij aan de ontwikkeling van de sport? ➤ Legacy: wat willen we bereiken met de organisatie van het evenement? ➤ Draagvlak politiek: steunt de politiek het evenement? ➤ Draagvlak maatschappelijk: steunt de maatschappij het evenement? ➤ Inschatting van de kansen; ➤ Draagvlak bij de achterban: hebben voldoende mensen tijd en energie om het project te ondersteunen? ➤ Is er al draagvlak binnen de internationale federatie, hoe betrokken is Nederland en zitten er Nederlanders in het bestuur/werkgroepen? En wat is de waarneming perceptie bij Nederlandse beslissers?

Haalbaarheidsonderzoek

In de beslissing om een bid uit te brengen voor een evenement spelen veel factoren een rol. Sommigen hiervan zijn externe factoren. Dit kunnen bijvoorbeeld eigenaren van een evenement zijn, zoals de internationale federaties die bij het evenement ook weer hun eigen strategische belangen en prioriteiten hebben.

Het besluit om wel of niet een bid uit te brengen is natuurlijk afhankelijk van financiële en politieke aspecten. Hierbij heeft een bid dat rekening houdt met de politieke doelen van internationale federaties een concurrentievoordeel ten opzichte van de andere bids die worden ingediend.

In deze fase raden we aan om eerder ingediende bidboeken die tot een toewijzing van het evenement hebben geleid, te bestuderen. Hier kan je als evenementenorganisator waardevolle informatie uit halen. Daarnaast is het raadzaam om te proberen evaluatierapporten van vergelijkbare eerder gehouden evenementen (in andere landen) te verkrijgen. Hierdoor kun je op zowel positieve als negatieve evaluatiepunten inspelen.

Haalbaarheidsonderzoek

SWOT-analyse

Ieder land dat een internationaal topsportevenement wil organiseren, kent zijn sterke en zwakke kanten die een bid voor het sportevenement beïnvloeden. Dit kan bijvoorbeeld zijn door de geografische ligging, het sport(accommodatie)verleden of economische welvaart. Het is van belang om te kijken naar de sterkten en zwakten van het land en op basis daarvan te bepalen waar de kansen en bedreigingen voor het bid liggen. Hiervoor kun je een SWOT-analyse gebruiken. Deze methode helpt bij het krijgen van een helder beeld van de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen in relatie tot elkaar.

SWOT staat voor Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats. In het Nederlands: sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen. Wanneer je deze vier onderdelen systematisch analyseert, kun je inzicht krijgen in de toekomstige mogelijkheden en hierdoor doelen stellen.

Bij sterke en zwakke punten gaat het over de kenmerken van de organisatie of het product in vergelijking met de concurrentie. Zijn deze sterker of zwakker dan die van de concurrentie? Bij de kansen en bedreigingen moet je denken aan ontwikkelingen, gebeurtenissen en invloeden in de wereld van de internationale sportevenementen.

Een goede vuistregel is om bij het gebruik van deze methode in elke categorie (sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen) maximaal drie elementen op te nemen in elke categorie. Kies hierbij de elementen die het belangrijkste of meest onderscheidend zijn. Het is gebruikelijk de SWOT weer te geven als een matrix met vier vakken.

Het is handig wanneer je bij het maken van deze analyse verschillende personen van binnen en buiten de organisatie kan betrekken. Een goed SWOT-onderzoek is klantgericht. Laat daarom een klant- of marktonderzoek doen, of betrek klanten bij de analyse. Het gaat namelijk niet om de opvattingen die binnen de evenementenorganisatoren gelden, maar juist om de ontwikkelingen in de markt en de voorkeuren van de (potentiële) klanten. Ook is het belangrijk om de selectie van onderdelen die uit de analyse volgen zoveel mogelijk te objectiveren.

Op basis van de resultaten kan het hoogste orgaan binnen een organisatie (waarschijnlijk de sportbond) besluiten om al dan niet een bid uit te brengen op het evenement: **de go/no-go-beslissing**.

	Interne factoren	Externe factoren
Positief	Sterktes Sterke punten van de organisatie / het evenement	Kansen Welke mogelijkheden zijn er vanuit je omgeving?
Negatief	Zwaktes Tekortkomingen van de organisatie / het evenement	Bedreigingen Wat zie je in je omgeving als bedreiging voor het evenement?

Haalbaarheidsonderzoek

Capaciteiten en vermogen van belanghebbenden

Om een internationaal topsportevenement te organiseren is steun voor het bid één van de belangrijkste uitgangspunten. Toch lukt het ook niet zonder de capaciteit en het vermogen van de belangrijkste belanghebbenden om aan de eisen van de evenemeteigenaar te voldoen. Deze belanghebbenden zijn erg belangrijk. Bij capaciteit en vermogen gaat het om middelen, zoals mensen, vaardigheden, expertise, tijd en geld. Ook is het belangrijk om een goede samenwerking, toewijding en wil te hebben om een succesvol bid uit te brengen.

De volgende belanghebbenden kunnen een belangrijke rol spelen bij evenementen:

- Overheden op alle niveaus
- De particuliere sector, financiers, leveranciers, bouwsector etc.
- Vrijwilligers en lokale (maatschappelijke) organisaties
- Sportorganisaties en –bonden