



**HAALBAARHEIDSONDERZOEK naar
de organisatie van het WK VOLLEYBAL
DAMES 2022 in NEDERLAND**

1. OPDRACHT

De NEVOBO zal een bid gaan uitbrengen op het wereldkampioenschap dames volleybal 2022. Met de provincie Gelderland is hier, in een vroegtijdig stadium, al overleg over geweest en dit heeft er in geresulteerd dat, binnen het ontwikkelde concept (bijlage 2), ervoor is gekozen om de eerste fase van het WK en het finale weekend, volledig in Gelderland te laten verspelen. Om de haalbaarheid hiervan te toetsen en te onderbouwen, is besloten een onderzoek te laten uitvoeren naar de economische, communicatieve en maatschappelijke effecten.

Het onderzoek heeft zich toegespitst op de provincie Gelderland, maar zeker op economisch gebied, wordt ook de andere speelstad in Nederland, Rotterdam, meegenomen. Hierdoor ontstaat een volledig beeld t.a.v. de economische haalbaarheid van het gekozen concept.

Het onderzoek moet antwoord geven op de volgende vragen:

1. Waarom er voldoende draagvlak onder de bevolking van, met name Gelderland, is om dit wereldkampioenschap te organiseren;
2. Nederland in staat is het wereldkampioenschap te huisvesten en te organiseren;
3. Welke kosten er aan een dergelijk mondiaal evenement zijn verbonden en hoe Nederland in staat is voldoende middelen te genereren om deze kosten te dekken;
4. Welke economische, communicatieve en maatschappelijke effecten komen hieruit voort voor, met name, de regio Gelderland.

Het haalbaarheidsonderzoek is voor het economische deel uitgevoerd door de HAN, Hoge School Arnhem Nijmegen (bijlage 1). SportVibes heeft zich gericht op de communicatie en maatschappelijke paragraaf en coördineerde het geheel. Het concept van het WK is ontwikkeld door TIG Sports (bijlage 2). Dit alles onder de auspiciën en met input van de Nevobo.

The logo for HAN (Hogeschool van Arnhem en Nijmegen), consisting of a white right-pointing triangle followed by the letters 'HAN' in white capital letters.The logo for Nevobo, featuring a colorful circular icon with four segments (red, blue, yellow, and green) followed by the word 'nevobo' in lowercase white letters.

2. INLEIDING

Het wereldkampioenschap vrouwen volleybal 2022 wordt (na Euro 2000), het grootste meerdaagse, mondiale sportevenement dat Nederland ooit heeft georganiseerd. Het is een prachtige voortzetting van eerdere succesvolle volleybalevenementen in ons land: EK dames (1995), World League Finales (1996), EK heren (1997) en natuurlijk, meer recent het WK Beachvolleybal (2015) en EK dames (2015).

Volleybal leeft als nooit tevoren in Nederland dankzij de successen van het Nederlands damesteam (finaleplaats laatste EK 2017 en halve finale Olympische Spelen 2016!) en de enorme groei en internationale succes van het Nederlandse beachvolleybal. De Nevobo telt 120.000 leden; maar het is bekend dat het aantal 'vrij' spelende volleyballers bijzonder groot is en de 500.000 benaderd. Niet voor niets werd het Atlanta goud van de herenploeg uit 1996, verkozen tot hét sport moment van de vorige eeuw.

“De kracht van de organisatie van een evenement door Nederland is dat deze organisatie altijd gebaseerd is op: creativiteit, efficiency en innovatief denken, waarbij er toch altijd voor wordt gewaakt dat de sport centraal blijft staan”

”

Toon Gerbrands (ex-bondscoach heren team)

De Fédération Internationale de Volleyball (FIVB) is in 1947 opgericht in Parijs en een van de grootste mondiale sportbonden, met 221 aangesloten nationale bonden en vijf continentale federaties. De FIVB, sinds 1984 gevestigd in Lausanne, is een grote, maar innovatieve bond met oog voor de ontwikkelingen die noodzakelijk zijn om een sport aantrekkelijk te houden voor het brede publiek. Zo koos men op advies van de media ooit voor het rallypoint systeem waardoor wedstrijden door TV-zenders veel beter waren te programmeren op primetime. Ook de ontwikkeling en stimulering van het beachvolleybal is hier een voorbeeld van.

Dit oog voor innovatieve ontwikkelingen is ook de reden waarom de FIVB graag met Nederland als organisator werkt. Men bewondert de creatieve en innovatieve wijze waarop wij de organisatie van een evenement als bijvoorbeeld dit WK aanpakken. In 2015 blonk Nederland uit door de revolutionaire manier waarop het WK Beachvolleybal was georganiseerd, met een hoofdlocatie op een ponton in de Hofvijver in Den Haag en overige locaties op opvallende en, lokaal en regionaal, bekende plekken.

“Volleyball and Beach volleyball were the flagship events of Rio 2016 with more hours of volleyball shown to viewers than any other sport during the Games. A total of 2.634.677.000 hours of Volleyball and Beach volleyball were shown. Nearly 98% of all tickets available for Volleyball and Beach volleyball, were sold, demonstrating the significant interest there was at the Games to watch the sport”

”

FIVB

De Nevobo heeft zoals al eerder aangegeven, in een vroegtijdig stadium de provincie Gelderland bij de planvorming betrokken o.a. omdat volleybal hoort bij de speerpunt sporten van de provincie en daarnaast omdat de Nevobo, als ondertekenaar van het Gelders Sportakkoord, initiatieven ontplooit om samen met de provincie grote, liefst mondiale aansprekende evenementen, naar de provincie Gelderland te halen.

De doelstellingen van Gelderland rond het WK vrouwen volleybal 2022 zijn drieledig:

1. Met het WK wil Gelderland een zo groot mogelijke exposure en naamsbekendheid creëren. Zowel nationaal, alsook (en vooral) internationaal. Deze naamsbekendheid moet vooral gecreëerd worden voor de langere termijn, meer specifiek voor de recreatieve en toeristische sector; (communicatieve waarde)
2. Een zo groot mogelijke impact genereren, hierbij is de concrete doelstelling dat voor iedere, door de provincie, geïnvesteerde euro er minimaal twee euro terugvloeien naar Gelderland; (economische waarde)
3. Een attractief publieksevenement organiseren dat zich leent ter stimulering van de (volleybal)sport in Gelderland in het bijzonder en Nederland in het algemeen. Met als uitvloeisel meerdere maatschappelijke activiteiten. (maatschappelijke waarde)

3. ECONOMISCHE IMPACT WK VOLLEYBALL 2022

De economische impact van een toernooi als het WK volleybal vrouwen is ongekend. Gezien de steun die de provincie aan het evenement verleent, is het ook van belang dat dit vooraf wordt onderzocht én achteraf getoetst. Binnen de haalbaarheid van dit WK heeft de HAN een onderzoek gedaan naar de economische impact. Omdat dit van wezenlijk belang is voor de beslissing van de provincie, is het onderzoek integraal opgenomen in dit onderzoek (bijlage 1).

Het onderzoek, uitgevoerd volgens de WESP methode, voor de economische impact van het WK richt zich in principe op de additionele uitgaven in het onderzoeksgebied van de volgende actoren rondom het evenement: bezoekers, deelnemers, media en organisatie.

Het onderzoek heeft zich beperkt tot Gelderland en Rotterdam (speelplaatsen). Er is alleen gekeken naar het hoofdevenement, het WK vrouwen volleybal inclusief het WK zitvolleybal. Side events zijn niet meegenomen; even als er geen inschatting is gemaakt van de imago effecten (en inkomsten) op de langere termijn als gevolg van het WK.

Omdat dit onderzoek zich baseert op het opgestelde concept (bijlage 2), dat de basis zal vormen voor het bid dat de Nevobo indient, zijn niet alle details bekend. Hierdoor is er gewerkt met beschikbare gegevens en uitkomsten van eerdere evenementen en zijn aannames gedaan op basis van ervaringen en verwachtingen van de opstellers van dit haalbaarheidsrapport. Hierbij is steeds van een conservatieve inschatting uit gegaan om geen irrealistische verwachtingen te wekken.

Uit het onderzoek van de HAN blijkt een gezonde economische impact van het WK voor Gelderland en ook Rotterdam. Doordat het evenement het langst actief is in Gelderland zullen daar ook de meeste extra bestedingen in de economie worden gedaan, 8,3 miljoen euro. Voor Rotterdam is dit bijna 2 miljoen euro. De belangrijkste bijdragen komen vanuit de bezoekers.

Op basis van de resultaten van het onderzoek is een substantiele bijdrage vanuit de provincie aanvaardbaar. De hoogte van deze bijdrage zou overigens ook gebaseerd moeten zijn op de verdere spin off van het evenement in de jaren daarna. Deze is en kan niet in cijfers worden uitgedrukt, maar zal naar aangenomen kan worden wel groot zijn.

4. (SOCIAL)MEDIA EN COMMUNICATIE WK DAMESVOLLEYBAL 2014 (ITALIË)



5. TRADITIONELE MEDIA

De traditionele media aandacht voor een Wereldkampioenschap dames volleybal is groot. De cijfers vanuit het verleden geven aan dat er een enorme hoeveelheid uren televisie wordt uitgezonden. Ook alle grote nationale en internationale sportkranten en sportmagazines besteden aandacht aan deze titelstrijd. Hoewel cijfers uit het verleden geen garantie zijn voor de toekomst kan vastgesteld worden dat de aandacht in 2022 zeker zo groot zal zijn. Mede door de ontwikkeling van de social media activiteiten rond sport in het algemeen en sportevenementen in het bijzonder, is een factor die zich steeds verder ontwikkelt en zorgt voor een groot en uniek bereik.

Het WK 2022 is mede interessant voor de media omdat het twee jaar ná (Tokio 2020) en twee jaar vóórdát in Parijs (2024) de Spelen wordt georganiseerd. Dit betekent voor de meeste landen dat ze met nieuwe selecties op weg gaan naar de Spelen. Sterker nog: het wordt gezien als eerste meetpunt van de status van de teams. Dit heeft een positieve invloed op de media-aandacht en het aantal mediavertegenwoordigers.

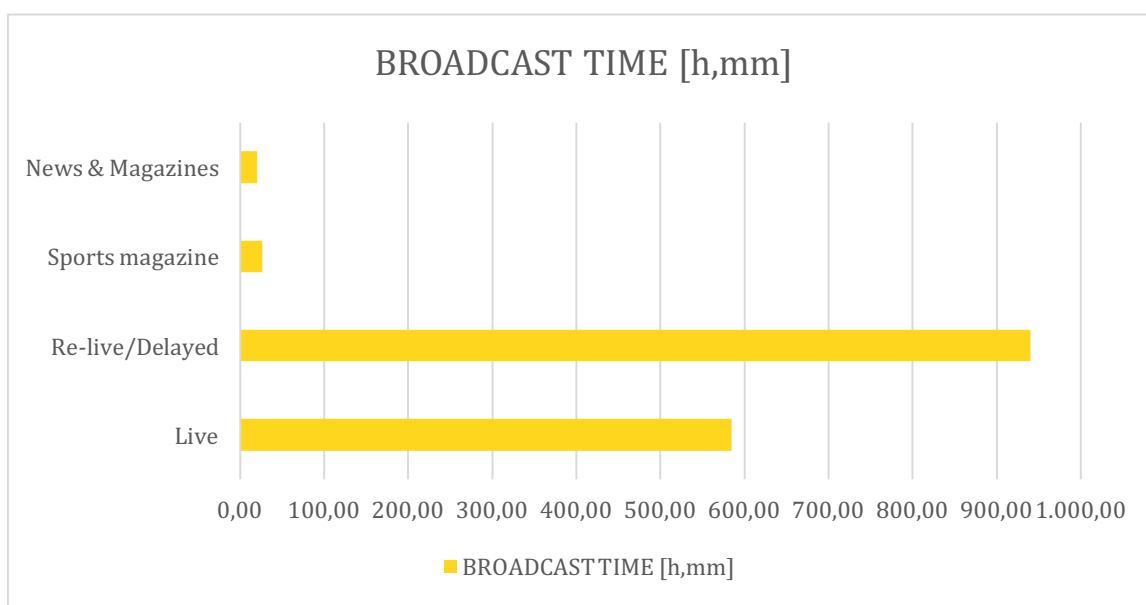
De televisie coverage van het WK 2014 Italië in de verschillende landen, geeft het volgende beeld.

COUNTRY	Broadcast Time [h:m:s]	Cumulative Audience [mio]	Event Impressions [mio]
Belgium	17:18:50	0,6	120
Brazil	142:33:08	113,3	1.913
Bulgaria	23:00:00	0,1	29
China	176:45:28	265,4	17.599
Croatia	20:05:13	1,2	292
France	11:10:00	0,2	41
Germany	62:57:16	15	346
Hong Kong	284:25:00	0,3	62
Italy	208:56:35	202,1	5.956
Japan	22:39:51	129,2	4.206
Kazakhstan	50:55:00	0,3	71
Netherlands	00:11:00	0,4	8
Pan Middle East	192:35:00	0,9	247
Poland	128:23:29	37,4	356
Portugal	31:40:00	0,2	35
Russia	48:23:24	54,9	837
Serbia	31:33:00	4,1	781
Turkey	82:03:16	3,8	812
USA	36:30:00	0,3	49
TOTAL	1572:05:30	829,7	33.760

Om een nog beter beeld te vormen, hoe groot de media impact van het WK volleybal is, hebben wij deze cijfers naast de televisie coverage cijfers gezet van de start van de Giro in 2015 in Gelderland. Binnen Europa werden toen in drie dagen, cumulatief 1250 uur uitgezonden; totaal buiten Europa slechts 200 uur. Er keken, wederom cumulatief, 72 miljoen mensen, waarbij de zes grootste Europese wielerlanden 94%(!) van deze kijkers vertegenwoordigden. Als we dit afzetten tegen de cijfers zoals vermeld in bovenstaande tabel, wordt duidelijk dat we hier eigenlijk spreken over onvergelykbare evenementen.

Als we de gegevens van Italië (WK 2014) als uitgangspunt nemen is de verwachting geoorloofd om met een totaal aantal van 1 miljard televisiekijkers te rekenen in 2022. In Italië waren dit er dus 830 miljoen, wereldwijd.

De ontwikkeling van met name de manier van kijken en de eigen keuze van de tijd waarop gekeken kan worden, leidt ook tot deze (conservatieve) voorspelling. Er wordt niet langer alleen via een televisietoestel gekeken, maar ook via andere devices als mobiel, iPad en laptop, hetgeen betekent dat er vaker en langer gekeken wordt.



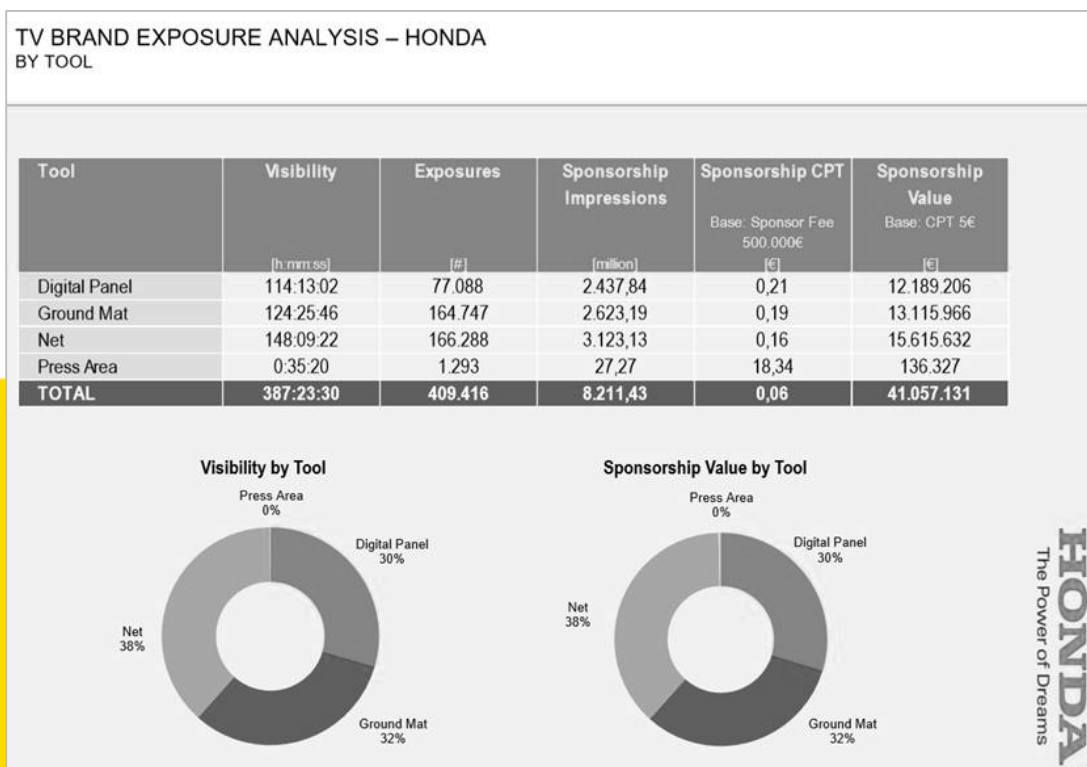
Er waren in Italië 1000 journalisten uit 32 landen aanwezig; ondersteund door 200 fotografen. Er werden 103 wedstrijden opgenomen met meer dan 100 camera's. Goed voor 1600 uitzendingen. Naast de host broadcaster waren nog 9 internationale omroepen aanwezig voor eigen exclusieve reportages.

Cijfers WK Italië uit 2014

De FIVB zal voorafgaand aan de volleybalbeelden, dagelijks ook een korte leader over Gelderland uitzenden. Met name richting (inter)nationale media zal dit een directe promotie van de provincie tot gevolg hebben. Bij grote mondiale evenementen is dit gebruikelijk. De aanpak is afkomstig uit de verslagen van, met name, grote wielerrondes waar vaak lokale iconen in beeld worden gebracht.

Een prognose van de mediawaarde is niet eenvoudig. Deze cijfers zijn altijd arbitrair. Met mediawaarde bedoelen we de financiële waarde die de publiciteit geeft, gerelateerd aan advertentiewaarde. Op basis van de cijfers van het WK 2014 in Italië in vergelijking met het WK hockey 2014 in onze eigen land kunnen zou een bedrag van een mediawaarde van minstens € 100.000.000,- behaald kunnen worden. De mensen die wij bereiken zijn voor het grootste gedeelte ook nog dedicated kijkers oftewel zij kijken gericht naar live uitzendingen of samenvattingen.

Hieronder een overzicht van de cijfers zoals deze zijn gemeten tijdens het WK 2014 voor Honda.



6. SOCIAL MEDIA

Het bereik van een groot sportevent is vandaag de dag veel breder dan alleen het bereiken van de doelgroep met de radio- en televisie-uitzendingen aangevuld met print media. Door het brede social media gebruik voor, tijdens, maar ook na een event, is het makkelijker om een groter bereik te genereren. Dit bereik resulteert weer in engagements. Hierbij zijn de gebruikers actief met het merk, locatie of met het event zelf. Dit is uiteindelijk wat een organisatie/bedrijf, wil genereren. Hieronder een overzicht als voorbeeld van de cijfers van het EK voetbal 2016, wat zich afspeelde in Frankrijk.

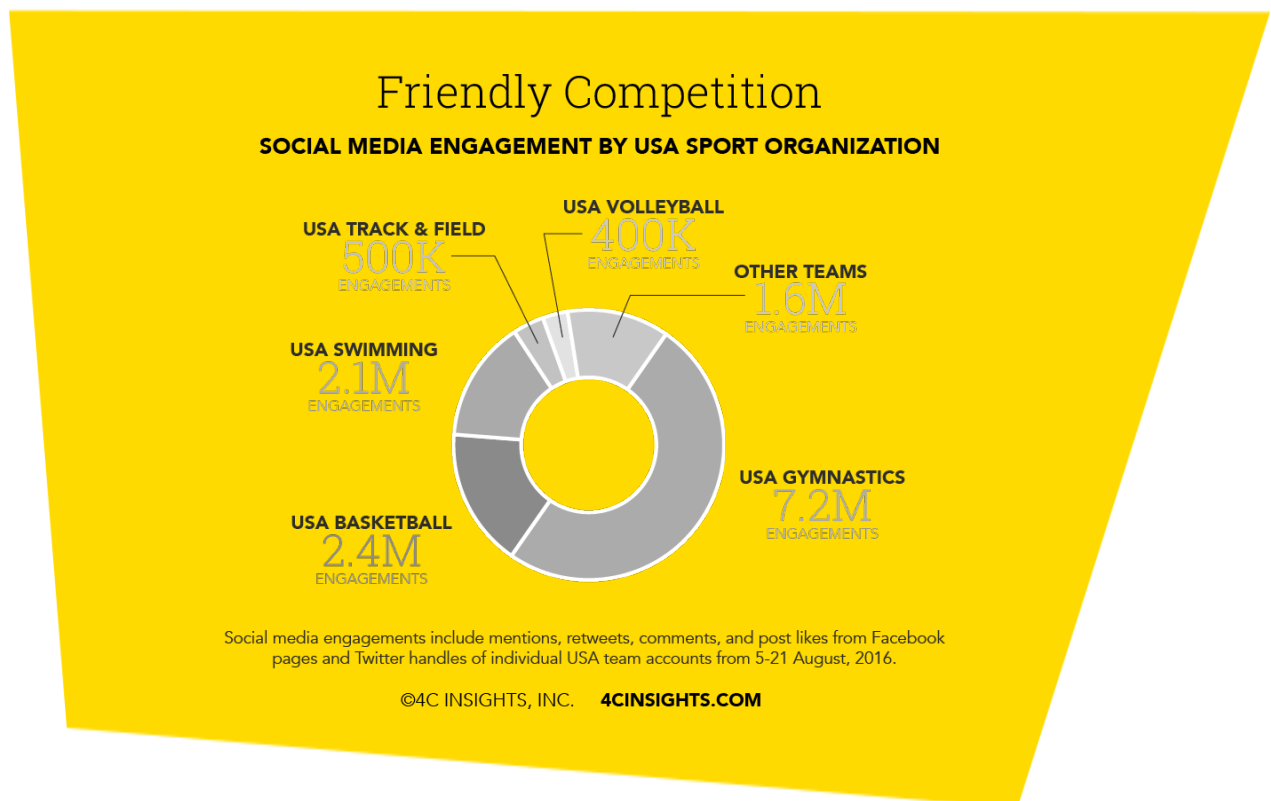
BRAND	Social Engagements	Engagement Lifts
Coca Cola	193.949	12%
Carlsberg	123.987	5769%
McDonald's	109.817	6%
Adidas	67.786	10%
Orange	40.731	13%
Hyundai	31.136	-30%
Hisense	21.780	-23%
Turkish Airlines	16.472	83%
Socar	11.779	751%
Contintenal Tyres	6.929	75%

De meest opvallende in dit rijtje is Carlsberg. Een biermerk wat zich normaal vooral focust op een lokale markt en zich met het EK meer op de internationale markt focuste. Dit heeft ze duidelijk geen windeieren gelegd, gezien een groei van bijna 6000% (!) in de interacties. Zelfs de grotere merken die misschien niet zozeer direct te koppelen zijn aan een groot sportevenement (Coca-Cola & McDonald's) halen een (lichte) groei op hun engagements tijdens het toernooi.

Als gekeken wordt naar de potentiële doelgroep, dan zijn er nog meer interessante kanalen te noemen. Zo heeft de FIVB (internationale volleybalbond) alleen al op Facebook een fanbase van ruim 600.000 personen. Deze personen zijn mensen die aan hebben gegeven interesse te hebben in volleybal en deze kunnen relatief makkelijk bereikt worden.

Op Twitter heeft de internationale bond nog eens ruim 100.000 volgers en op Instagram staat dat aantal op ruim 350.000. Deze getallen bij elkaar opgeteld, betekent dat er ruim 1 miljoen mensen eenvoudig bereikt kunnen worden (ook rekening houden met doublures).

Dat volleybal internationaal aan interesse geen gebrek heeft, valt te zien op onderstaande grafiek.



Op de grafiek is te zien dat tijdens de Olympische Spelen van 2016 volleybal in Amerika een groot aantal interacties heeft gekregen op de officiële kanalen. Het staat dan ook op de 5^e plek, met meer dan 400K engagements. Hierbij moet wel genoemd worden dat het succes van een ploeg erg meewerkt. Zo haalde USA een bronzen medaille.

Grote sportevenementen lenen zich uitstekend om content te delen. Of het nu de deelnemende teams zijn die beelden delen met hun volgers; of toeschouwers die hun 'eigen' verslag van een dag op het WK delen met hun vrienden; het bereik is enorm en moeilijk in cijfers uit te drukken laat staan te voorspellen. De ontwikkeling van social media in de laatste jaren geeft aan dat hier een grote winst zal worden behaald ten opzichte van Italië 2014.

Bovenstaande geeft aan dat als een partij als de provincie Gelderland een goed social media programma opstelt rond een WK volleybal hier een grote spin-off op korte, maar zeker ook op langere termijn uit voort kan komen.

Tijdens het EK volleybal, waar ook Apeldoorn een van de speelsteden was werden tussen 1 september en 8 oktober 2015, 16.593 berichten geplaatst op social media over dit EK Dames Volleybal. Het grootste deel via Twitter (15.552). Het aantal impressies over dezelfde periode was maar liefst 42.099.355. Tijdens het evenement zijn er 8.053 berichten op social media geplaatst met de hashtags #voorelkaar en #eurovolleyw met een totaal bereik van 20.227.715.

Daarnaast is in mei 2015 de website nederlandsdamesvolleybalteam.nl gelanceerd. Het idee achter de website was dat de bezoeker een kijkje neemt in het leven van het team en in dat van iedere speler, met als doel dat de sport en het team toegankelijker werd voor een bredere doelgroep. De website telde na het EK 41.300 unieke bezoekers.

7. MAATSCHAPPELIJKE WAARDE

In het Gelders Sportakkoord wordt aangegeven dat sportevenementen in de provincie:

- a. De leefbaarheid en dynamiek in Gelderland vergroten;
- b. Stimuleren tot meer sporten en bewegen;
- c. De economie versterken.

Binnen de keuzes die Gelderland heeft gemaakt is volleybal een van de kernsporten. Bij alle grote evenementen die naar Gelderland worden gehaald is het uitgangspunt dat er een verbinding wordt gelegd tussen het evenement en de toeristische sector. Daarnaast is het belangrijk dat het ondernemers en bedrijven bindt aan de sport c.q. het sportevenement(a). Daarnaast is het van belang om maatschappelijke doelen na te streven, zoals het stimuleren van sporten en bewegen en vergroten van de leefbaarheid (b en c). Vanuit deze gedachte moet ieder evenement naast, belangrijke, economische impact, ook maatschappelijke impact hebben.

Sport heeft altijd een belangrijke maatschappelijke rol in de samenleving gespeeld, dit is niet nieuw. Anno 2017 wordt deze rol echter steeds nadrukkelijker (en vaak al vanaf de start!) betrokken bij de organisatie van een groot sportevenement. Dit gebeurt niet in de laatste plaats via de sportverenigingen, die een centrale rol spelen in de sportbeleving van de Nederlander in het algemeen en de Gelderlander in het bijzonder. Grote sportevenementen kunnen als katalysator fungeren. Niet alleen door de stimulerende rol die zij spelen voor een specifieke sport, maar zeker ook door het feit dat vele vrijwilligers, zonder wie een evenement als een WK voor Nederland niet te organiseren is, worden gerekruteerd middels deze verenigingen.

Gelderland is behalve op het gebied van sport, toonaangevend op het vlak van voeding en gezondheid. Met de vooraanstaande kennis-, onderzoek-, en praktijkinstellingen, organisaties en bedrijven rond sport, voeding en gezondheid heeft Gelderland een unieke positie verworven in Nederland en ver buiten onze landsgrenzen. Met name de samenwerking tussen de verschillende partijen zorgt voor baanbrekende innovatieve ontwikkelingen. Hieronder schetsen we de maatschappelijke impact van het WK volleybal aan de hand van het concept.

In het Gelders Sportakkoord is nadrukkelijk gekozen voor een samenwerking tussen de provincie Gelderland en de Gelderse steden. Het concept van het WK volleybal 2022 is hierop gebaseerd, met name in de eerste fase. De 24 deelnemende landen worden ondergebracht in 24 steden rond het Gelredome in Arnhem, de speelstad van de gehele eerste fase (ronde) van het WK. Door de koppeling aan deze steden ontstaat er een band tussen de steden, haar

bevolking en de deelnemende landen, die ook verder in de steden tot uiting zal moeten komen (zie ook het WK-concept, bijlage 1).

1. Sporten in de Gemeenten

Een WK biedt via side events grote kansen om de bevolking sportief in beweging te krijgen.

Gelderland telt totaal 54 gemeenten die allemaal bij het WK betrokken moeten worden. Dit gebeurt middels een clinic-programma dat in de voorbereiding naar het WK zal worden georganiseerd met medewerking van de nationale selecties. Daarnaast zal via medewerking van de Gelderse volleybalverenigingen ook een scholencompetitie worden georganiseerd, waarbij het uitgangspunt is om de finales te spelen in het Gelredome tijdens het WK. Hierdoor zullen alle gemeenten, ook als er geen deelnemend land in de betreffende gemeente zetelt, nadrukkelijk in aanraking komen met het WK.

Vanuit het maatschappelijke oogpunt, zullen aan de speelsteden en deelnemende landen ook Gelderse bedrijven gekoppeld worden die zich met name bezighouden met de innovatieve ontwikkelingen van voeding en gezondheid. Door de adoptie van een stad, en dus ook een deelnemend land, geïnitieerd door de provincie ontstaat een optimale publiek / private samenwerking en wordt de kracht van de provincie Gelderland op sportief, maatschappelijk en economisch gebied in volle glorie getoond.

Door de keuze voor Gelderland en de aanwezige autoriteit in de provincie op het gebied van Food en Health innovaties, wil de Nevobo aan het WK een specifiek en uniek thema koppelen:

WC 2022:
Healthy Food and a Vital body for all!
(werktitel)

Hiermee wordt aangegeven dat het niet alleen voor sporters belangrijk is om gezonde en eerlijke voeding te krijgen, maar dit ook zal worden doorgezet naar officials, vrijwilligers en fans. Een samenwerking met overkoepelende organisaties als Food Valley en VNO/NCW zijn hierbij van belang. Beide organisaties hebben al enthousiast gereageerd op de eerste concepten.

2. Healthy Food

Voor het thema ("**Healthy Food and a Vital body for all!**") is gekozen, om de maatschappelijke impact (gezondere en sportieve bevolking) te stimuleren via het WK.

Om de lijn van gezonde voeding ook naar de organisatie zelf door te trekken, zal er, ruim voor aanvang van het toernooi, een speciaal Food & Health programma voor alle 1000 vrijwilligers worden gelanceerd, waardoor tijdens het toernooi iedereen een vitale indruk maakt en dus het toernooi zelf vitaliteit uitstraalt. Het zal duidelijk zijn dat via een dergelijk food & health programma natuurlijk niet alleen die 1000 vrijwilligers worden bereikt, maar ook hun familie, vrienden, verenigingen, etc. Het is de bedoeling dat dit een olievlek wordt die Gelderland als bron heeft, maar veel verder dan de grenzen van Gelderland en zelfs Nederland gaat. Het is een innovatieve en creatieve manier om aandacht te vragen en te krijgen voor gezonde voeding in combinatie met vitaliteit, waarbij de sport, meer in het bijzonder het WK volleybal, zoals zo vaak dient als katalysator.

3. Aangepast Sporten

Omdat zowel de Nevobo alsook de provincie Gelderland oog hebben voor het aangepast sporten, wil de Nevobo aan het WK vrouwen ook het WK zitvolleybal koppelen waardoor ook voor deze volleybal variant en doelgroep, aandacht gecreëerd wordt.

Binnen de opzet die we nu hebben gekozen speelt ook dit WK zich (volledig) af in het Gelredome. Het kan hiermee gekoppeld worden aan de eerste fase van het WK, hetgeen de deelnemers dus ook een uniek platform biedt.

4. Maatschappelijke Rol Bedrijven

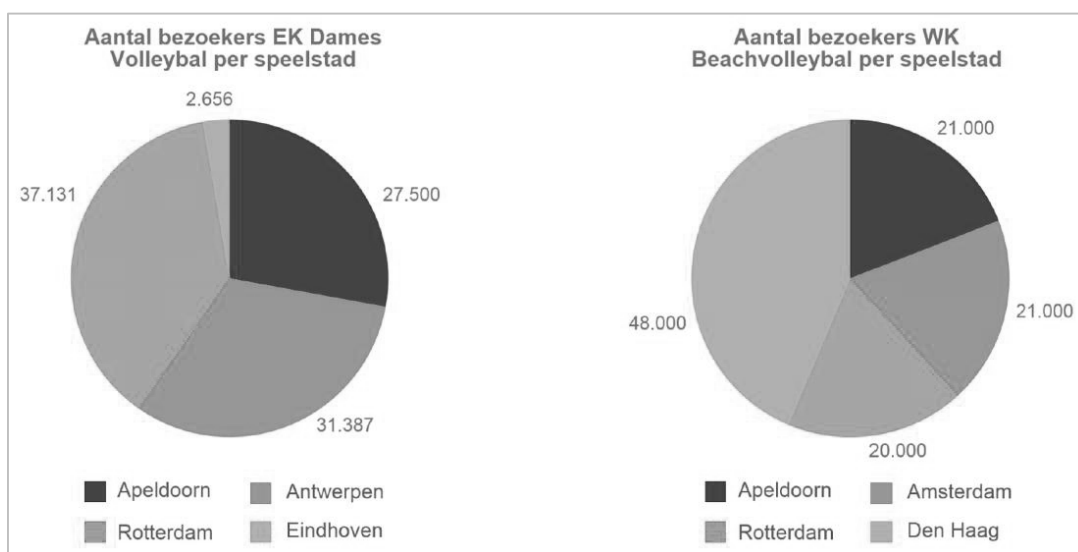
In het economische deel bespraken we al wat de impact van het WK kan zijn op het Gelderse bedrijfsleven. Maar ook het maatschappelijke deel dat de betrokken partners van het WK kunnen bieden, mag niet onderschat worden. De Gelderse bedrijven die wij in het concept van het WK betrekken, motiveren en faciliteren we om side-events of andere sportieve en gezonde activiteiten te organiseren. Met name ook de koppeling aan de gaststeden van de 24 teams zal een grote maatschappelijke impact hebben.

8. DRAAGVLAK IN GELDERLAND

Sportevenementen, als dit WK, leiden ook tot effecten die niet eenvoudig in geld zijn uit te drukken, simpelweg omdat hiervoor 'een markt' ontbreekt. Positieve (zachte) effecten zijn bijvoorbeeld de gevoelens van trots en saamhorigheid (Giro start) onder de inwoners van de provincie en de betrokken steden. Ook het lange termijn effect op het gebied van toerisme voor de regio('s) en de economische spin-off voor het bedrijfsleven valt niet direct in geld uit te drukken.

Al eerder gaven wij aan dat volleybal een van de speerpunt sporten is van de provincie Gelderland. Er is een levendige volleybalgemeenschap aanwezig en evenementen die de afgelopen jaren binnen het volleybal werden georganiseerd, konden altijd op een zeer ruime voldoende rekenen als waarderingscijfer. Zoals we al eerder aangaven is Nederland befaamd om zijn innoverende en creatieve manier van sportevenementen organiseren. Gebleken is dat dit ook tot uiting komt in de waardering van de bezoekers in het bijzonder en inwoners in het algemeen. Het laatste WK beachvolleybal scoorde als waarderingscijfer een 8,2.

Voor veel bezoekers zal het WK vrouwen 2022 uitgroeien tot een dagje uit met side events en entertainment. De bezoekers aan het EK volleybal Apeldoorn waardeerden het evenement met een 8.0 gemiddeld. Dit gold over alle wedstrijddagen, dus ook op de dagen dat Nederland niet speelde. Ook recent, de World Grand Prix, bleek dat de aantrekkingskracht van topvolleybal op de Gelderlanders groot is.





Om de interesse in volleybal in Gelderland nog eens te benadrukken: Gelderland telt liefst 185 volleybalclubs en 21.055 inwoners van Gelderland zijn lid van de Nevobo. Dit betekent dat maar liefst 1 op de 6 leden van de Nevobo uit Gelderland komt.

Ook de regionale en lokale media, als de Gelderlander (normaal zeer kritisch) gaven tijdens de afgelopen evenementen aan dat zij zeer positief stonden tegenover de volleybal evenementen.

Gesterkt door deze cijfers en media ondersteuning zijn wij er van overtuigd dat het WK, zoals wij dit nu in concept hebben ontwikkeld en waar de hele provincie Gelderland bij wordt betrokken, kan rekenen op een positieve waardering en enthousiaste ondersteuning in de praktische uitwerking.

9. BEDRIJFSLEVEN

Een wereldkampioenschap volleybal brengt de gehele wereld samen in één land en plaats. Door de infrastructuur van ons land is het mogelijk om vanuit Gelderland, tijdens de drie weken die dit WK in beslag neemt, een aantrekkelijk schaduwprogramma op te stellen voor het Nederlands, meer in het bijzonder Gelders, bedrijfsleven.

Voor het bedrijfsleven van Gelderland liggen er unieke kansen om op korte, maar zeker ook op langere termijn te profiteren van het WK volleybal. Wij spraken al over de koppeling van de Gelderse bedrijven aan 'de huisvestingssteden', waarbij een unieke driehoek ontstaat van Sport – Overheid – Bedrijfsleven. Maar er liggen ook economisch gezien aantrekkelijke opportunity's die, door de juiste aanpak en voorbereiding, tot succesvolle resultaten kunnen leiden.

De laatste jaren is er een ontwikkeling zichtbaar waarbij steeds meer gebruik wordt gemaakt van 'de sport' binnen het buitenlands beleid van ons land. Sport wordt hier dan niet gebruikt als doel, maar als middel. Sport mobiliseert niet alleen op een zeer effectieve manier, maar opent ook deuren die anders gesloten blijven; verbindt partijen die op een andere manier niet met elkaar verbonden kunnen worden. De landelijke overheid zet sport en sporters steeds meer in naar landen die voor ons op handelsgebied van belang zijn. Zo is duidelijk dat met het inzetten van sport op handelsmissies, zowel inkomend als uitgaand, sneller en eenvoudiger resultaten kunnen worden geboekt dan zonder de sport inbreng.

In het geval van het WK zou gekozen kunnen worden om handelsmissies uit landen die op het WK vertegenwoordigd zijn, te ontvangen. Het zal duidelijk zijn dat naar bepaalde landen het inbrengen van de sport een belangrijker effect zal genereren, dan bij andere landen. Maar naar de belangrijke speerpunt landen voor Gelderland als Brazilië, China, Japan, Thailand, maar ook de VS en Italië, die naar verwachting alle vertegenwoordigd zullen zijn op het WK, zal het inzetten van sport zeker resulteren in positieve reacties.

Het WK zal een unieke mogelijkheid bieden om i.s.m. de landelijke politiek (BuZa), VNO/NCW en bijvoorbeeld de Food en Health organisaties in Gelderland, dergelijke handelsmissies naar Gelderland te organiseren. De combinatie van een economische missie met het bezoeken aan het wereldkampioenschap, kan van positieve invloed zijn op het welslagen van een dergelijke missie.

Door de tijd die er rest vanaf de bekendmaking dat Nederland het WK mag organiseren (2018) en het feitelijke toernooi (2022), kunnen zaken optimaal worden voorbereid en programma's worden opgesteld in overleg en in samenwerking met Den Haag. Ook de Nevobo zal een actieve bijdrage aan kunnen leveren.

Het zal duidelijk zijn dat dergelijke missies niet (altijd) tot direct resultaat leiden, maar dat deze een belangrijke stap kunnen zijn in het verder uitbouwen van een zakelijke relatie met de diverse bovengenoemde landen, en belangrijke stakeholders uit die landen, op de langere termijn.