

Cite: Taks, M. (2016). De link tussen sportevenementen en sportparticipatie. Fictie of werkelijkheid [Linking sport events and sport participation: Fiction or reality?]. In J. Scheerder & J. Borgers (Eds.), Sportutopia: Sociaalwetenschappelijk sportonderzoek tussen droom en daad [Sports utopia: Social science sport research: Between dream and reality] (pp. 171-184). Routledge.

Chapter: De link tussen sportevenementen en sportparticipatie

De economische en maatschappelijke impact van grote sportevenementen zoals de Olympische Spelen en de Wereldbeker voetbal hebben de laatste jaren heel wat aandacht getrokken van onderzoekers. Dit soort megasportevenementen gaat immers gepaard met grote publieke uitgaven, waardoor het bijna vanzelfsprekend is dat er steeds meer gestreefd wordt en op zoek gegaan wordt naar positieve en duurzame maatschappelijke effecten hiervan. Tot nu toe spitste het merendeel van het onderzoek zich echter toe op de economische en toeristische impact van dergelijke evenementen (bv. Preuss, 2007). De laatste jaren gaat er steeds meer aandacht uit naar de minder tastbare gevolgen van evenementen, waaronder de sociale impact (bv. Horne, 2015; Hover, Straatmeijer, & Breedveld, 2015) of het verhogen van de sportparticipatie (bv. Weed et al., 2015).

Aangezien het concept *sport* centraal staat in de term *sportevenementen*, is het niet onredelijk om een positief effect op de sportparticipatiegraad van de bevolking te verwachten ten gevolge van een groot sportevenement. In dit opzicht klinkt het reduceren van een sedentaire levensstijl als muziek in de oren van beleidsvoerders en organisatoren van sportevenementen. Dat was zeker het geval tijdens de Olympische Zomerspelen van 2012 in het Verenigd Koninkrijk, waar de focus van het zogenaamde *legacy* programma lag op het verhogen van de sportparticipatie onder de bevolking. Om het met de woorden van Sport England, de Engelse Sportadministratie, te stellen:

‘[The Olympic Summer games 2012 are organised]... to create a sustainable legacy and get more children and young people taking part in high quality PE [Physical Education] and sport.’ (Brooks & Wiggan, 2009: 406)

Lord Sebastian Coe, voorzitter van het organisatiecomité van de Olympische Spelen in Londen, verwoordde dit als volgt:

‘I’ve always felt the primary purpose of a medal is that it signifies a big British moment – and big British moments in sport have to have a conversion rate. For the Chris Hoy [Olympic cycling Gold medalist at the Beijing Games] of this world, and our rowers and swimmers, the real challenge for our governing bodies and for sport more broadly is, how many people can you get into the sport off the back of that great moment?’ (citaat uit Weed et al., 2015, p. 198)

Deze citaten verwijzen naar het ‘demonstratie-effect’, het ‘inspiratie-effect’, of soms ook het ‘trickle down-effect’ genoemd. Dit zou betekenen dat topsportsuccessen of andere uitmuntende prestaties in sportevenementen anderen kunnen inspireren om hun niveau van sportparticipatie en fysieke activiteit op te krikken (Weed et al., 2015). Bewijzen voor deze effecten zijn echter zeer beperkt en niet eenduidig (bv. Ramchandani, Davies, Coleman, Shibli, & Bingham, 2015). Bovendien wordt in dergelijke studies vooral gefocust op zogenaamde *meegasportevenementen* (bv. Hindson, Gidlow, & Peebles, 1994; Veal, Toohey, & Frawley, 2012).

Naast een verschuiving in de onderzoeks aandacht van de louter economische naar de bredere sociale impact van sportevenementen, is er recent ook een verschuiving merkbaar in het type evenementen dat bestudeerd wordt. Gestafd op het feit dat kleinere evenementen meer positieve gevolgen kunnen creëren voor de lokale bevolking dan hun grote tegenhangers (bv. Taks, Chalip, & Green, 2015), groeit de interesse in meer kleinschalige evenementen zoals bijvoorbeeld de *Pan American Junior Athletic Championships* (Taks, Green, Misener, & Chalip, 2014). Dit zijn

eenmalige, internationale evenementen die, ondanks hun kleinschaligheid, door hun buitengewoon karakter toch een impact op een lokale gemeenschap kunnen hebben. Deze kleinere evenementen vereisen minder middelen (zoals mensen, uitrusting en financiële ondersteuning), waardoor de kans op positieve economische effecten groter is (Agha & Taks, 2015). Op sociaal vlak biedt het kleinschalige karakter van deze evenementen kansen in functie van een grotere inspraak en zeggenschap van de lokale bevolking bij de organisatie en de totstandkoming van het evenement. Het is algemeen geweten dat een dergelijk *bottom-up* strategie meer kans op slagen en op blijvende positieve gevolgen heeft dan een *top down* strategie, zoals vaak het geval is in de organisatie van megasportevenementen (Taks, 2013). Op deze manier wordt op zoek gegaan naar positieve uitkomsten van kleinschalige sportevenementen voor de lokale bevolking, zoals het bevorderen van sportparticipatie.

Tegenwoordig claimen zowat alle *bids* voor sportevenementen, groot en klein, dat het evenement de actieve deelname aan sport zal bevorderen. Zoals eerder gesteld is er echter weinig wetenschappelijke evidentie om deze claims te staven (bv. Weed et al., 2015). In deze bijdrage wordt daarom nagegaan of, en in welke mate sportevenementen van verschillende omvang de sportparticipatie en/of fysieke activiteit kunnen beïnvloeden en welke factoren belangrijk zijn om het effect van sportevenementen op de sportdeelnamegraad te verhogen. Aan de hand van een literatuuroverzicht wordt eerst nagegaan ‘wat we weten’ over de effecten van sportevenementen op sportparticipatie. Vervolgens wordt gereflecteerd over vragen voor verder onderzoek die deze bijdrage oproept. Alhoewel voorbeelden worden aangehaald van zowel grote als minder grote evenementen, gaat de aandacht vooral uit naar de mogelijke effecten van kleinschaligere evenementen. Grote sportevenementen zijn de Olympische Zomerspelen en de Wereldbeker Voetbal (ook wel mega-evenementen genoemd), maar ook de Commonwealth Games, de Olympische Winterspelen of de Wereldbeker Voetbal voor Vrouwen worden door de meeste

auteurs tot deze categorie van grootschalige evenementen gerekend. Kleine sportevenementen worden gedefinieerd als eenmalige evenementen met vaak een internationaal karakter, maar waar *deelnemers* een belangrijk aandeel in de bezoekersaantallen innemen in verhouding tot de kijkers en hierdoor kleinschaliger zijn. Voorbeelden van deze kleinschaligere evenementen zijn de *International Children's Games*, de *Youth Olympic Games*, het Europees Kampioenschap Boksen voor Junioren, Europese Kampioenschappen Zwemmen voor Junioren, de Wereldbeker Badminton, etc. (Gratton & Taylor, 2000).

Wat weten we?

Sportevenementen bezetten een belangrijke plaats in de sporteconomie, gaande van professionele sport en topsport tot evenementen op het niveau van informele sportparticipatie (zie Figuur 1). Het model onderscheidt professionele teamsportevenementen en andere formele evenementen die georganiseerd worden door internationale, nationale, provinciale of lokale overheden in samenwerking met sportfederaties en –clubs. Daarnaast worden er tegenwoordig ook heel wat meer informele evenementen georganiseerd, zoals loop- en fietssportevenementen die openstaan voor deelnemers van alle niveaus waardoor de lijn tussen de begrippen *sport* en *fysieke activiteit* steeds meer vervaagt. Dit soort evenementen wordt in toenemende mate door zowel commerciële als non-profit organisaties ingericht, die hiermee diverse doelen nastreven, waaronder financiële winst of fondsenwerving voor een goed doel (bv. fietsen tegen kanker, wandelen voor de bestrijding van multiple sclerose, etc.).

Sportparticipatie en grootschalige sportevenementen

De Olympische Spelen trekken de aandacht van mensen over de hele wereld, ook van mensen die geen belangstelling hebben voor sportbeoefening. Met sport als kernproduct beschikken de Olympische Spelen over een potentieel krachtig instrument om het sportbewustzijn onder de bevolking aan te wakkeren. Verschillende onderzoekers stellen echter vast dat het trickle down-

effect van de Olympische Spelen beperkt is. Na de Olympische Spelen van het jaar 2000 in Sydney kwam Toohey (2008) tot de vaststelling dat er een sterke toename was op het vlak van passieve sportbeoefening, met name het *kijken* naar de Spelen in plaats van zelf actief aan sport te gaan doen.

Een gelijkaardige studie werd uitgevoerd met betrekking tot de Commonwealth Games van 2006 in Melbourne (Wicker & Sotiriadou, 2013). In deze studie werd aangetoond dat er een kleine toename is in de sportdeelname van de bevolking. Meer bepaald bleek zes procent van de respondenten een nieuwe sportactiviteit op te nemen en zeven procent bleek meer tijd te besteden aan sport en fysieke activiteit, en dit naar aanleiding van het evenement. Deze toename deed zich voornamelijk voor bij jongeren, lager opgeleiden, vrouwen en autochtonen. Een interessant resultaat zou men op het eerste zicht denken, maar hierbij dient echter opgemerkt te worden dat het opnemen van een nieuwe activiteit niet noodzakelijk met zich meebrengt dat ook nieuwe mensen aangetrokken worden tot sport, aangezien dit even goed kan slaan op reeds actieve participanten die naar een andere sport uitwijken of die een extra sportactiviteit opnemen. Bovendien werden de data voor deze studie onmiddellijk na het evenement verzameld, waardoor er geen lange termijn effecten kunnen gemeten worden. Ook op basis van andere studies is geweten dat, althans voor een aantal sporten, een kortstondige piek in lidmaatschappen kan worden vastgesteld onmiddellijk na het evenement (Kaplanidou, 2012). Empirische evidentie voor een langdurig effect ontbreekt echter.

Craig en Bauman (2014) bestudeerden de impact van de Olympische Winterspelen van 2010 in Vancouver op het niveau van fysieke activiteit bij 5- tot en met 19-jarige Canadese jongeren ($n=19\ 862$). Fysieke activiteit werd in deze studie onder meer gemeten met pedometers. De metingen werden uitgevoerd tussen augustus 2007 en juli 2011. De onderzoekers vonden geen objectief meetbare impact van het evenement op het fysieke activiteitsniveau, noch op de

sportparticipatiegraad. Gelijkaardige bevindingen kwamen tot uiting in een systematische literatuurstudie die Mahtani en collega's (2013) uitvoerden in de aanloop naar de Londense Olympische Spelen van 2012.

Pfister en collega's bestudeerden de impact van de Wereldbeker Voetbal voor vrouwen in 2011 in Duitsland op de deelnamegraad van vrouwen in het voetbal (Pfister, Klein, & Tiesler, 2014). Reeds van bij aanvang van de bidprocedure in 2007 lanceerde de Duitse voetbalfederatie (DFB¹) verschillende initiatieven om het vrouwenvoetbal in Duitsland te stimuleren. Onmiddellijk na het evenement werd een stijging van het aantal lidmaatschappen bij meisjes vastgesteld. De auteurs benadrukken evenwel dat het niet aangewezen is om enkel naar het *aantal lidmaatschappen* te kijken, maar dat het *aantal voetbalteams* een betere maatstaf is om voetbalparticipatie te meten. Ze stellen vast dat het aantal teams reeds begon te dalen in 2010 (vóór het evenement), en bleef dalen na het evenement. De auteurs concluderen dat het wereldkampioenschap niet voor een stijging in het aantal voetballende vrouwen zorgde, maar onderstrepen dat de kwaliteit van het vrouwenvoetbal opvallend verbeterde naar aanleiding van dit evenement. Dit impliceert dat sportevenementen wel degelijk een invloed kunnen hebben op de ontwikkeling van de betreffende sport, en daarbij vooral positieve effecten genereren voor diegenen die al met sport bezig zijn.

In hun presentatie met als titel *Did London 2012 inspire a generation?* stelden Downward en collega's eenduidig dat de Olympische Spelen tot op heden slechts een zeer beperkte impact op de sportdeelnamegraad gehad hebben (Downward, Dawson, & Mills, 2014). De auteurs gaven aan dat in de weinige gevallen waar een stijging in sportdeelnamecijfers merkbaar was, dit geïnterpreteerd moest worden in het licht van veranderingen op langere termijn, en niet zozeer als een rechtstreeks gevolg van het evenement.

¹ DFB = Deutscher Fußball-Bund

Analoog aan deze bevindingen concluderen Weed en collega's (2015) in hun literatuurstudie over de relatie tussen grote sportevenementen en sportparticipatie dat, in de weinige gevallen waar er een toename in sportparticipatiegraad wordt vastgesteld, effecten voornamelijk als volgt geïnterpreteerd kunnen worden: (i) diegenen die al met sport bezig zijn gaan mogelijk meer sporten; (ii) diegenen die ooit gesport hebben, starten mogelijk opnieuw; en (iii) reeds actieve sporters geraken geïnspireerd om een andere sport te gaan beoefenen door het sportevenement. Kortom, *als* er een stimulans uitgaat van grote sportevenementen, komt deze vooral ten goede aan diegenen die al met sport bezig (geweest) zijn. Ondanks de interesse van beleidsmakers om de graad van sportdeelname te verhogen, is er dus geen wetenschappelijke evidentie dat sportevenementen inactieve groepen kunnen aanzetten tot sportbeoefening. Er is ook geen evidentie voor duurzame en langdurige sportparticipatie-effecten. Tot op heden ontbreken immers longitudinale follow-up studies die in de jaren na afloop van een evenement de impact ervan bestuderen.

Sportparticipatie en kleinschalige sportevenementen

Ramchandani en collega's (2015) verzamelden tussen 2010 en 2012 data van 434 toeschouwers over negen kleinschalige sportevenementen in Engeland (o.a. Wereldbeker BMX Supercross, Wereldkampioenschappen Trampoline en Tumbling, Wereldkampioenschappen Roeien voor Junioren). De toeschouwers werden zowel tijdens het evenement als enkele maanden na het evenement bevraagd over hun sportdeelnamegedrag. De analyse toont aan dat het bijwonen van deze evenementen leidde tot een verhoging van de sportparticipatie en dit zowel bij personen die eerder in hun levensloop reeds sportactief waren als bij niet-sporters. Samengevat stellen de auteurs drie effecten vast: onmiddellijke, duurzame en vertraagde effecten. Een *onmiddellijke effect* betekent dat de respondenten meer sport zijn gaan doen binnen de drie maanden volgend op het evenement; een *duurzaam effect* slaat op het feit dat de respondenten meer zijn gaan sporten binnen

de drie maanden volgende op het evenement en dit niveau ook aanhielden tijdens de follow-up studie (6 maanden tot 1 jaar na het evenement); een *vertraagd effect* betekent dat de respondenten meer zijn gaan sport 6 maanden tot een jaar na het evenement. De auteurs waarschuwen echter dat een causaal verband tussen het bijwonen van het evenement en toegenomen sportparticipatie niet zomaar verondersteld mag worden; gedragsveranderingen kunnen immers niet zomaar toegeschreven worden aan het bijwonen van een eenmalig evenement omdat tal van andere factoren doorheen de tijd een rol kunnen spelen.

In een studie van Taks en collega's wordt het sportparticipatie-effect van kleinschalige sportevenementen nader onderzocht (Taks, Misener, Chalip, & Green, 2013). Daarbij worden drie fases onderscheiden, met name: (i) de evaluatiefase, (ii) de planningsfase, en (iii) de implementatiefase. Twee kleinschalige Canadese sportevenementen staan centraal in deze studie, met name de *Pan American Junior Athletic Championships (ATL)*, georganiseerd in 2005 in Windsor (Ontario) (zie Taks et al., 2014) en de Canadese nationale kampioenschappen kunstschaatsen (SCHAA), georganiseerd in 2005 in London (Ontario) (zie Misener, Taks, Chalip, & Green, 2015). In de eerste fase werd het effect van evenementen op de sportdeelname geëvalueerd. Naast een secundaire bronnenanalyse op basis van onder andere *bid*-documenten en krantenartikles, werden zes jaar na afloop van het evenement, 35 sleutelfiguren geïnterviewd² ($n=21$ voor ATL en $n=14$ voor SCHAA). Uit de resultaten bleek dat de sleutelfiguren verwachten dat dergelijke evenementen automatisch een sportbewustzijn creëren bij de bevolking en dat sportdeelname als dusdanig gestimuleerd zal worden. Deze vanzelfsprekendheid strookt echter niet met de realiteit. Net zoals in alle voorgaande studies was er geen evidentie dat niet-sporters werden aangetrokken om met actieve sportbeoefening van start te gaan. Wel blijken de evenementen

² Sleutelfiguren waren leden van het organisatiecomité, leden van de lokale clubs, managers van sportinfrastructuur en atleten.

wederom een duwtje in de rug te geven aan wie reeds actief aan sport doet. Dit laatste effect werd bewerkstelligd door een aantal tastbare initiatieven, zoals (i) de constructie van een nieuw stadion (voor ATL); (ii) de organisatie van een coaching-seminarie (voor ATL); (iii) de implementatie van een educatief schoolprogramma en doelgerichte demonstraties tijdens de pauzes (voor SCHAA); en (iv) het uitdelen van folders (voor beide evenementen). De constructie van een nieuw stadion had duidelijk een positief effect op de sportontwikkeling. De organisatie van een coachingseminarie was daarentegen niet succesvol wegens een gebrek aan deelnemers. De mogelijke impact van de acties (iii) en (iv) is onduidelijk wegens onvoldoende plannings- en evaluatiestrategieën. Deze initiatieven werden andermaal genomen met het oog op diegenen die reeds in de sport actief waren. Het feit dat er geen samenwerkingsverbanden tot stand gebracht werden met als specifiek doel om nieuwe groepen te bereiken, werd achteraf als een gemiste kans ervaren.

Uit alle hier aangehaalde studies blijkt duidelijk dat ook kleinschalige sportevenementen op zichzelf niet in staat zijn om nieuwe, sportinactieve doelgroepen aan te spreken. Om sportevenementen toch te gaan gebruiken om nieuwe sportparticipatie te bevorderen, moeten er voorafgaand specifieke strategieën en tactieken ontwikkeld worden. In de tweede fase van de hierboven vermelde studie van Taks en collega's (2013) werd daarom, na de evaluatie van de effecten, een panel van twaalf experts³ samengesteld om strategieën en tactieken uit te werken die de effecten van de gegeven evenementen op sportdeelname zouden kunnen verhogen. De experts dienden specifieke factoren te detecteren die –de hefboomwerking van de betreffende sportevenementen zouden kunnen bevorderen en/of ondermijnen. Het model met mogelijke stimulerende en/of inhiberende factoren dat hieruit voortkwam is weergegeven in Figuur 2.

³ De 12 deelnemers hadden expertise in het domein van sportbeleid, eventmanagement, sportfaciliteiten, coaching, toerisme, marketing, educatie en gemeenschapontwikkeling.

Factoren die door de experts naar voor geschoven werden waren: (i) de cultuur, (ii) opinies en attitudes, (iii) systemen en structuren⁴, (iv) de beschikbare middelen (o.a. mensen, kennis en materiaal), en (v) de sportparticipatiedoelstelling zelf. Al deze factoren moeten in rekening gebracht worden om sportevenementen te integreren in de bestaande marketingmix van sportorganisaties. Mogelijke barrières om sportbeoefening te stimuleren moeten opgelost worden, zoals het gebrek aan capaciteit om nieuwe leden op te vangen, de verdringing van lokale sportclubs tijdens de organisatie van het evenement, mogelijk negatieve prikkels die voortvloeien uit topsportprestaties omdat ze buiten het bereik van beginners liggen, etc.

In de derde fase van de studie (de implementatiefase) werd een internationaal sportevenement, met name de *2013 International Children's Games (ICG)* geselecteerd als hefboom om sportparticipatie te bevorderen. De ICG is een multisportevenement, bestaande uit acht sporttakken, voor jongeren tussen twaalf en vijftien jaar. Atletiek (ATL) en gymnastiek (GYM) werden uitgekozen als sporten om de sportdeelnamecijfers te verhogen. Via actiegericht onderzoek, waarbij de onderzoekers samenwerkten met de lokale sportclubs, werden strategieën en tactieken ontwikkeld om de ICG te gebruiken om nieuwe leden aan te trekken in de geselecteerde sporten. De samenwerking met de sportclubs startte zes maanden voorafgaand aan het evenement. Vervolgens werd de implementatie geobserveerd tijdens het evenement, en tijdens twee follow-up momenten op zes maanden en één jaar na het evenement geëvalueerd. Er werd vastgesteld dat de clubs wel ideeën hadden en plannen konden ontwikkelen, doch niet in staat bleken te zijn om die plannen te implementeren. Hier en daar werden wat geïsoleerde tactieken uitgevoerd, zoals het uitdelen van posters in scholen voor het evenement en het plaatsen van folders op de voorruit van auto's tijdens het evenement (ATL). Problemen om de ontwikkelde strategieën en tactieken uit te voeren, waren voornamelijk te wijten aan

⁴ Het geheel van systemen en structuren verwijst naar het al dan niet bestaan van allianties tussen sportorganisaties, evenementenorganisatoren en andere stakeholders

een tekort aan mankracht (ATL) en een gebrek aan samenwerking tussen de verschillende clubs om gezamenlijke acties te ondernemen (GYM). Dit laatste is niet te verwonderen, aangezien deze clubs vaak concurrenten van elkaar zijn. Nochtans moeten samenwerking ('cooperation') en 'co-opetition' (i.e., de notie dat sportclubs gelijktijdig concurreren en samenwerken) (Walley, 2007) de bovenhand krijgen over het concurrentiegevoel, wil men het niveau van sportdeelname in een gemeenschap verhogen. Tijdens de interviews, een jaar na het evenement, vermeldden sommige respondenten een *inspiratie-effect* voor diegenen die al in de sport zaten omwille van het internationale karakter van het evenement, wat voor deze leeftijdsklasse heel aantrekkelijk en bijzonder uniek was. Echter, ondanks het feit dat getracht werd om het evenement actief te gaan inzetten via verschillende strategieën en tactieken, is er wederom geen evidentie voor een verhoogde sportparticipatie in één van de sporttakken. Net zoals op het einde van de eerste fase, gaven vertegenwoordigers van de betreffende sporttakken toe dat ze kansen over het hoofd hadden gezien.

Op basis van het literatuuroverzicht en de studie naar de hefboomwerking van kleinschalige sportevenementen kan dus gesteld worden dat het verhogen van sportdeelname via evenementen veelal een utopie blijft, maar dat een omzetting hiervan naar de realiteit niet onmogelijk is mits gerichte acties vanwege de organisatoren van een evenement en hun stakeholders. Samengevat gelden de volgende kernpunten uit het onderzoek van Taks en collega's (2013):

- (i) sportevenementen zullen niet automatisch een stijging in sportparticipatie bewerkstelligen;
- (ii) sportevenementen kunnen opportuniteiten aanreiken om nieuwe groepen tot sportdeelname te krijgen;
- (iii) bestuursleden en vrijwilligers in sportclubs beschikken niet noodzakelijk over de vereiste vaardigheden en middelen om de gewenste effecten te bewerkstelligen;

(iv) sportclubs hebben hun eigen manier om dingen te doen, en nemen vaak genoegen met een status quo;

(v) de organisatie van evenementen kan sportclubs helpen om sportdeelname in de specifieke sporttak verhogen, op voorwaarde dat een hefboomwerking vooraf gepland en succesvol geïmplementeerd wordt.

Vragen voor de toekomst

Een eerste vraag die zich stelt is *wie* de verantwoordelijkheid voor het genereren van de hefboomwerking van evenementen ter bevordering van sportparticipatie dient op te nemen. Daar waar de eerste aanzet meestal gegeven wordt tijdens het bidproces, is het duidelijk dat het organisatiecomité het stimuleren van sportdeelname vaak niet als een prioriteit ziet. Hun aandacht gaat in de eerste plaats uit naar het succesvol organiseren van het evenement zelf, wat begrijpelijk is gezien de budgettaire en tijdsgebonden afbakening van het project. Blijft de mogelijkheid om een subcomité op te richten met als specifiek doel sportparticipatie te bevorderen in de lokale gemeenschap. Maar ook dat kan moeilijkheden geven gezien de strikte begin- en einddatum van het evenement, wat het blijvend stimuleren van duurzame gevolgen bemoeilijkt. Alternatieve oplossingen zijn dat een lokale sportraad deze taak gaat opnemen samen met de lokale sportclubs en andere betrokkenen (bv. leerkrachten lichamelijke opvoeding, sportfunctionarissen, etc.).

Naast het toewijzen van verantwoordelijkheden, is het ook belangrijk om de capaciteit van lokale sportclubs te verhogen zodat ze ook zelf in staat zijn om evenementen te integreren in hun marketingmix (zie Figuur 3). Toekomstig onderzoek moet uitwijzen hoe sportclubs hun capaciteit efficiënt en effectief kunnen opdrijven. Tevens moeten de processen en de resultaten van de toegepaste hefboomstrategieën geëvalueerd worden, alsook in welke mate een evenement een toegevoegde waarde kan bieden in de marketingmix van sportclubs om sportbeoefening te verhogen. Verder moet er op zoek gegaan worden naar manieren waarop de toegenomen

sportparticipatie best gemeten kan worden. Dit hoeft niet noodzakelijk uitsluitend gebaseerd te zijn op een toename van het aantal leden in de clubgeorganiseerde sport. Sportevenementen kunnen immers evenzeer informele sportbeoefening stimuleren (Downward et al., 2009). Er is ook nood aan een meer algemene raamwerking die de planning kan ondersteunen (zie ook Misener, 2015). Effectieve en efficiënte hefboomstrategieën en -tactieken moeten verder ontwikkeld worden (Chalip, 2014).

Als laatste dient ook rekening gehouden te worden met de specifieke context waarin een evenement plaatsvindt. Men moet dus voldoende kennis hebben over de beschikbare middelen van de gaststad en de sociale noden die hier heersen. Tevens lijkt het opportuun om een typologie van sportevenementen te ontwikkelen in functie van hun potentiële maatschappelijke bijdrage: mogelijk dragen bepaalde evenementen meer bij tot een sterker gemeenschapsgevoel, terwijl andere evenementen misschien tot meer sportparticipatie kunnen leiden. Kunnen we, met andere woorden, sportevenementen identificeren met het grootste potentieel om sportparticipatie te bevorderen; en zo ja, zijn dit participatie- of kijksportevenementen, uni- of multisportevenementen, eendaagse- of meerdaagse evenementen, jongere- of masterevenementen, etc.?

Het is overduidelijk dat er actief moet ingegrepen worden, indien men een verhoging van de sportdeelname wilt bewerkstelligen op basis van sportevenementen. Dit moet uitdrukkelijk mee opgenomen worden in beleidslijnen en beleidsdoelstellingen voor het organiseren van sportevenementen, en dit zowel voor grote als kleinschalige evenementen, en zowel op lokaal, provinciaal, nationaal als internationaal niveau. Zowel de literatuur als onze eigen onderzoeksbevindingen suggereren dat strategieën, tactieken en metingen reeds lang vóór de startdatum van het evenement geïmplementeerd moeten worden (Chalip, 2014). Weed en collega's (2015) noemen deze voorafgaande fase de *pregnancy period* van een evenement. Om positieve effecten van sportevenementen op sport deelname te genereren, moeten in eerste instantie

basismetingen uitgevoerd worden (i.e., wat is de huidige stand van zaken wat betreft participatie in een bepaalde sport?). Vervolgens dienen strategieën en tactieken ontwikkeld, gepland, geïmplementeerd en geëvalueerd te worden. De verschillende taken die hierbij komen kijken moeten duidelijk toegewezen worden aan een groep die hiervoor de specifieke verantwoordelijkheid kan opnemen vóór, tijdens en na het evenement. Duurzame sportparticipatie-effecten kunnen gecreëerd worden als lokale sportclubs bij dit proces worden betrokken. Om deze utopie in realiteit om te zetten, is het echter van essentieel belang dat sportclubs over de nodige capaciteit en knowhow beschikken om dit te kunnen realiseren.

Dankbetuiging

Hier bij wil ik de *Social Sciences and Humanities Research Council (HSSRC)* van Canada, alsook *Sport Canada* bedanken voor hun financiële ondersteuning van deze onderzoeksprojecten. Eveneens wil ik mijn projectmedewerkers bedanken: Dr. Laura Misener (University of Western Ontario), Dr. Laurence Chalip (University of Illinois) en Dr. Chris Green (University of Illinois), evenals de talrijke bachelor- en masterstudenten die deze studies mee uitgevoerd hebben.

Referenties

- Agha, N., & Taks, M. (2015). A theoretical comparison of the economic impact of large and small events. *International Journal of Sport Finance*, 10 (3), 199–216.
- Brookes, S., & Wiggan, J. (2009). Reflecting the public value of sport. A game with two halves. *Public Management Review*, 11 (4), 401-420.
- Craig, C. L., & Bauman, A. E. (2014). The impact of the Vancouver Winter Olympics on population level physical activity and sport participation among Canadian children and adolescents: population based study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 11 (1), 1–9.
- Chalip, L. (2014). From legacy to leverage. In: J. Grix (Ed.), *Leveraging legacies from sports*

mega- events: Concepts and cases. New York, NY: Palgrave MacMillan, pp. 1–12.

Downward, P., Dawson, P., & Mills, T. (2014). Did London 2012 inspire a generation? (Paper presented at EASM Conference; Coventry (UK). Retrieved from: <http://www.easm.net/download/2014/4-Accept-oral-presentation-Downward-DID-LONDON-2012-INSPIRE-A-GENERATION.pdf>

Downward, P., Dawson, A., & Dejonghe, T. (2009). *Sports economics: Theory, evidence and policy*. London: BH Elsevier.

Gratton, C., & Taylor, P. (2000). *Economics of sport and recreation*. London: Spon.

Hindson, A., Gidlow, B., & Peebles, C. (1994). The trickle down effect on top level sport. Myth or reality? A case study of the Olympics. *Australian Journal of Leisure and Recreation*, 4 (1), 16–31.

Horne, J. (2015). Assessing the sociology of sport. On sport mega-events and capitalist modernity. *International Review for the Sociology of Sport*, 50 (4-5), 466-471.

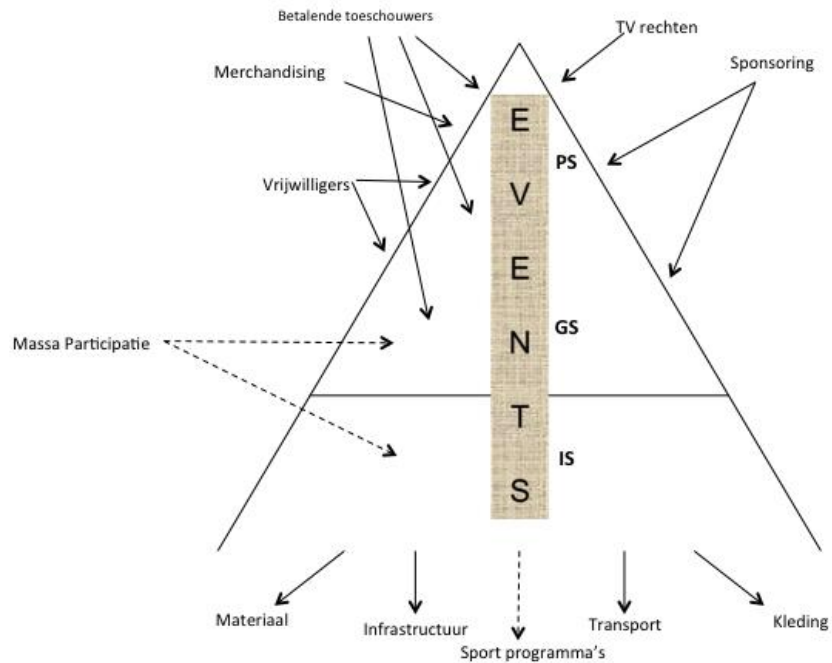
Hover, P., Straatmeijer, J., & Breedveld, K. (2015). *Sportevenementen in Nederland: Over sportevenementen en hun maatschappelijke betekenis* (Bracherapport sport 02: Sportevenementen). Utrecht (NL): Mulier Instituut/Arko Sports Media.

Kaplanidou, K. (2012). The importance of legacy outcomes for Olympic Games four summer host cities residents' quality of life: 1996-2008. *European Sport Management Quarterly*, 12 (4), 397-433.

Mahtani, K. R., Protheroe, J., Slight, S. P., Demarzo, M. M. P., Blakeman, T., Barton, C. A., ..., & Roberts, N. (2013). Can the London 2012 Olympics “inspire a generation” to do more physical or sporting activities? An overview of systematic reviews. *BMJ Open*, 3 (1), 1-8.

- Misener, L. (2015). Leveraging parasport events for community participation. Development of a theoretical framework. *European Sport Management Quarterly*, 15 (1), 132–153.
- Misener, L., Taks, M., Chalip, L., & Green, B. C. (2015). The elusive “trickle-down effect” of sport events. Assumptions and missed opportunities. *Managing Sport and Leisure*, 20 (2), 135–156.
- Pfister, G., Klein, M.-L. & Tiesler, N. C. (2014). Momentous spark or enduring enthusiasm? In S. Agergaard & N. C. Tiesler (Eds.), *Women, Soccer and Transnational Migration*. London / New York (NY): Routledge, pp.140-158.
- Preuss, H. (2007). The conceptualization and measurement of mega sport event legacies. *Journal of Sport & Tourism*, 12, 207–227.
- Ramchandani, G., Davies, L., Coleman, R., Shibli, S., & Bingham, J. (2015). Limited or lasting legacy? The effect of non-mega sport event attendance on participation. *European Sport Management Quarterly*, 15 (1), 93-110.
- Taks, M. (2013). Social sustainability of non-mega sport events in a global world. *European Journal for Sport and Society*, 10, 121-141.
- Taks, M., Chalip, L., & Green, B.C. (2015). Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities (introduction to the special issue). *European Sport Management Quarterly*, 15 (1), 1-6
- Taks, M., Green, B. C., Misener, L., & Chalip, L. (2014). Evaluating sport development outcomes: the case of a medium-sized international sport event. *European Sport Management Quarterly*, 14 (3), 213–237.
- Taks, M., Misener, L., Chalip, L., & Green B. C. (2013). Leveraging sport events for participation. *Canadian Journal for Social Research*, 3, 12–23.

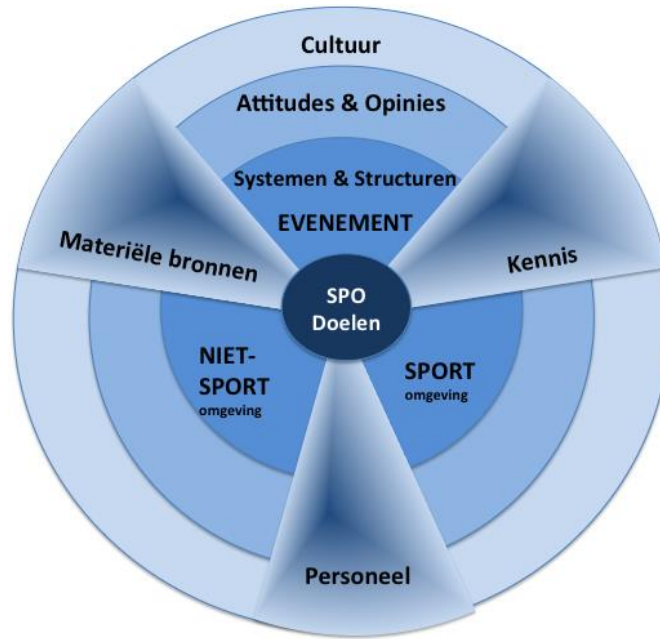
- Taks, M., & Misener, L. (2015). Chapter 5: Sport's role in economic development. In: M.T. Bowers and M. Dixon, *Sport management: An exploration of the field and its value*. Urbana (Ill.): Publishing, pp. 94-122.
- Toohey, K. (2008). The Sydney Olympics: Striving for legacies – Overcoming short-term disappointments and long-term deficiencies. *The International Journal of the History of Sport*, 25, 1953–1971.
- Veal, A. J., Toohey, K., & Frawley, S. (2012). The sport participation legacy of the Sydney 2000 Olympic games and other international sporting events hosted in Australia. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 4, 155–184.
- Walley, K. (2007). Coopetition. An introduction to the subject and an agenda for research. *International Studies of Management & Organization*, 37 (2), 11-31.
- Weed, M., Coren, E., Fiore, J., Wellard, I., Chatziefstathiou, D., Mansfield, L., & Dowse, S. (2015). The Olympic Games and raising sport participation: A systematic review of evidence and an interrogation of policy for a demonstration effect. *European Sport Management Quarterly*, 15 (2), 195-226.
- Wicker, P., & Sotiriadou, P. (2013). The Trickle-Down Effect: What population groups benefit from hosting major sport events? *International Journal of Event Management Research*, 8 (2), 25-41.



Figuur 1. Het belang van sportevenementen in de sporteconomie

Noot: PS = Professionele Sport; GS = Georganiseerde Sport; IS = Informele Sport; volle lijnen = geldstromen; Stippellijnen = aanvullingen t.o.v. het originele model van Downward, Dawson, & Dejonghe (2009, p. 38)

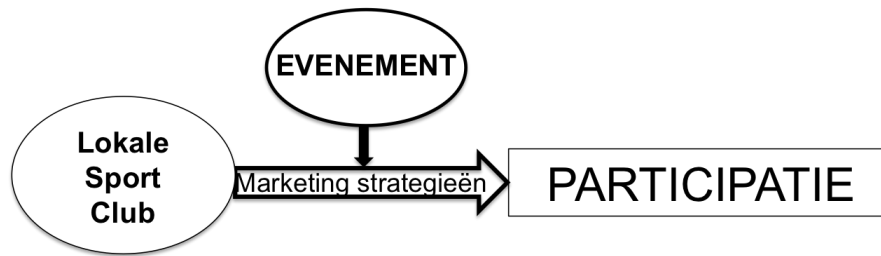
Bron: Taks & Misener (2015: 110)



Figuur 2. Model voor de hefboomwerking van sportevenementen voor sportparticipatie

Noot: SPO = Sport Participatie en Ontwikkeling

Bron: Taks et al. (2013: 19)



Figuur 3. De hefboomwerking van sportevenementen om sportparticipatie te bevorderen en de rol van lokale sportclubs (LSO)