



Nationale Budodag 2014

Onderzoek naar bezoekmotieven en economische impact



Onderzoeksrapport

2259YOSTA1

Frederique Snijders 2143231

Mei 2014

Hugo Braun & Paul Schreuder



Voorwoord

Wat is de tijd voorbij gevlogen! Zo begon ik begin februari met mijn stage bij de Judo Bond Nederland met als doel om een onderzoeksrapport te schrijven, zo lever ik het nu, eind mei in. De afronding van mijn studie commerciële economie IEMES (International Event, Music and Entertainment Studies) te Fontys is steeds meer in zicht.

Afgelopen maanden heb ik met plezier op de afdeling evenementen bij de Judo Bond Nederland stage gelopen. Mijn hoofdtaak was het schrijven van dit onderzoeksrapport. Daarnaast ben ik ook betrokken geweest bij de organisatie van de Nationale Budodag en het maken van een haalbaarheidsonderzoek voor de wereldkampioenschappen voor veteranen dat in 2015 misschien in Nederland gaat plaatsvinden.

Mijn persoonlijke doel was om een beter inzicht te krijgen over de organisatie van evenementen. Behalve dat ik ben meegenomen in de organisatie van de Nationale Budodag, sluit mijn onderzoek is hier ook naadloos op aan. Ik ben vereerd dat dit zo heeft mogen plaatsvinden!

Ik wil bij deze de Judo Bond Nederland en daarbij voornamelijk mijn begeleider Wouter Koeman bedanken voor de afstudeermogelijkheid. Doordat ik heb mee mogen kijken met de organisatie van het evenement heb ik daar veel van geleerd en was het een zeer geslaagde dag. Daarnaast sluit mijn afstudeeronderzoek er perfect op aan en hier ben ik super blij mee. Bedankt!

Als laatste, maar zeker niet minder belangrijk, wil ik Kim Versluijs bedanken. Kim is de stagebegeleider vanuit school en heeft veel tijd en energie gestoken in het geven van feedback op dit rapport, bedankt!

Ik wens Hugo Braun en Paul Schreuder veel plezier met het lezen van dit rapport. Ik wacht vol spanning af op de beoordeling!

Met sportieve groet,

Frederique Snijders
Nieuwegein, 22 mei 2014.



Inhoudsopgave

VOORWOORD	3
MANAGEMENT SUMMARY	7
1. AANLEIDING EN ACHTERGROND	9
1.1 INLEIDING ONDERZOEK	10
1.2 PROBLEEMANALYSE	11
1.3 HOOFD- EN DEELVRAGEN	11
1.4 DOELSTELLING (KENNIS EN PRAKTIJK)	12
1.5 LEESWIJZER	12
2. ONDERZOEKSMETHODEN	13
2.1 INLEIDING ONDERZOEKSMETHODEN	14
2.2 THEORETISCH KADER	14
2.3 STEEKPROEF, POPULATIE EN RESPONDENTEN	15
2.4 BETROUWBAARHEID EN VALIDITEIT	16
2.5 VRAGENLIJST	17
3. THEORETISCH KADER	19
3.1 INLEIDING THEORETISCH KADER	20
3.2 BEZOEKMOTIEF	21
3.3 ECONOMISCHE IMPACT	26
3.4 RELATIE TUSSEN BEZOEKMOTIEF EN ECONOMISCHE IMPACT	28
4. RESULTATEN	29
4.1 INLEIDING RESULTATEN	30
4.2 BEZOEKMOTIEVEN NATIONALE BUDODAG 2014	30
4.2.1 Bezoekmotieven per motiefgroep	30
4.2.2 Segmentatie primair bezoekmotief	32
4.2.3 Samenvatting bezoekmotieven	35
4.3 ECONOMISCHE IMPACT NATIONALE BUDODAG 2014	36
4.3.1 Bestedingen additionele bezoekers	37
4.3.2 Bestedingen organisatie Nationale Budodag	38
4.3.3 Mediabestedingen	39
4.3.4 Samenvatting economische impact	40
4.4 RELATIE BEZOEKMOTIEF EN ECONOMISCHE IMPACT NATIONALE BUDODAG 2014	41
5. CONCLUSIE	43
5.1 CONCLUSIE	44
5.2 DISCUSSIE	45
6. STRATEGISCH ADVIES	47
6.1 STRATEGISCH ADVIES	48
BRONNENLIJST	51
BIJLAGEN	53
BIJLAGE 1: INTERVIEW WOUTER KOEMAN	53
BIJLAGE 2: SPORT MOTIVATION SCALE	54
BIJLAGE 3: LEISURE MOTIVATION SCALE	55
BIJLAGE 4: STELLINGEN VRAGENLIJST LEISURE MOTIVATION SCALE	56
BIJLAGE 5: MAIL VRAGENLIJST	58
BIJLAGE 6: REMINDER VRAGENLIJST	59
BIJLAGE 7: VRAGENLIJST NATIONALE BUDODAG 2014	60
BIJLAGE 8: TABELLEN BEZOEKMOTIEVEN	65
BIJLAGE 9: TABELLEN SEGMENTATIE BEZOEKMOTIEF	66
BIJLAGE 10: INTERVIEW PASCAL BAKKER	67
BIJLAGE 11: VERDELING PRIMAIR BEZOEKMOTIEF EN TOTALE BESTEDING	68
BIJLAGE 12: VERDELING PRIMAIR BEZOEKMOTIEF EN TOTALE ADDITIONELE BESTEDING	69



Management Summary

End of March 2014, the Dutch Judo Federation has organized the second edition of the National Budodag in sport center Papendal. This event is in the sign of the three sports where the Dutch Judo Federation as authority takes care of the organization of: judo, jiu-jitsu and aikido (budo). It is a special event for young judokas, local authorities, owners of gyms, competitive athlete's, referees, volunteers, judo teachers and all others who are well disposed with one of these three sports.

The Dutch Judo Federation is interested in the motives of the visitors. Besides that, this federation also wants to know what kind of impact this event has on the local economy. With the results of the research, information is being collected for an eventual next edition of the National Budodag.

Based on the above mentioned information, the next main question arise: "What is the relationship between visitors motives and the impact on the local economy of the National Budodag 2014?"

By desk- and fieldresearch, the subquestions are answered which answer the main question. To research the visitors motives of the National Budodag, the Leisure Motivation Scale of Beard and Ragheb is used. On the basis of this model, there are 24 propositions made and added in the questionnaire. The results is that the National Budodag is being visited mainly for intellectual and competency motives. Visitors are coming to gain knowledge and to develop skills.

To determine the economic impact of the National Budodag, the visitors are asked about their spending. In this study, the province Gelderland considered as the local economy. It is important by determine the economic impact that the spending's are additional. This means that this spending's occurred an extra impact for the economy and will not take place if the event wasn't organized. The expenses of the organization are also needed to determine the economic impact. The economic impact of the National Budodag amounted to almost 29.000 euro and this is positive.

To bring the relationship between the visitor's motives and the economic impact of the National Budodag, there has been looked at the average spending of visitors in combination with the visitor's motives. The result is that the main motives why visitors visit the event, they also

The main question is divided into five sub-questions. The first three questions are answered on the basis of literature. BY various media channels is searched for an answer to these theoretical questions. De last two questions are answered on the basis of the research results.



The results of the research are generated by an online survey, also called quantitative research. 1.313 people have visited the event and these people are the population of the research. 647 people of the population are the sample taken at random. Eventually, three hundred people have completed the questionnaire. This number is 46% of the (selecte steekproef). The result says something about the whole population with a reliability of 95%.

This rapport shows three recommendations for the Dutch Judo Federation. The first recommendation is about the visitors. The advice is to do further research. This study will focus on the specifics needs of knowledge and skills the visitors would like to learn during the event.

The second recommendation is to modify the program for children under twelve years. At the second edition of the event, the program for kids was most of all playing games. These kids would also like to learn skills. The organization can link the games with learning specific sport skills.

The third and final recommendation is about the economic impact. The organization can focus more on the visitors who visit the event with intellectual and competency motives. The average expenditure is about twenty euro's. It has a double effect on the motives and on the economic impact.

Welkom



1. Aanleiding en achtergrond



1.1 Inleiding onderzoek

De Judo Bond Nederland is een Nederlandse sportbond. De bond zorgt als autoriteit in Nederland voor de organisatie van judo en jiu-jitsu. Daarnaast zet de bond zich ook in voor de organisatie van aikido. Deze drie sporten vallen bij deze sportbond onder de verzamelnaam budo. De algemene betekenis van budo is dat het een verzamelnaam is voor judo, karate en andere Japanse vecht/zelfverdedigingsporten (Woorden-Boek, 2014). De drie eerder genoemde sporten vallen onder de Judo Bond Nederland.

Bij deze sportbond zijn 50.000 individuele leden en 750 clubs aangesloten. De Judo Bond Nederland helpt talenten op weg naar de top maar is er ook voor mensen die alleen voor hun plezier aan judo, jiu-jitsu en aikido doen. Ook is de bond een partner voor mensen die op een andere wijze bij de disciplines betrokken zijn. Deze sportbond is aangesloten bij NOC*NSF, de Internationale Judo Federatie (IJF), de Europese Judo Unie (EJU), Ju Jitsu International Federation (JJIF), Ju-Jitsu European Union (JJEU) en European Aikido Federation (EAF) (Judo Bond Nederland, 2013).

De Judo Bond Nederland heeft een meerjarenbeleidspan voor de periode 2013-2016 opgesteld. Hierin staan de doelstellingen en ambities van de bond. Eén van de ambities van de sportorganisatie is om in 2016 55.000 leden te hebben. Om dit aantal te behalen is het belangrijk de mensen voor de sport te interesseren door een passend aanbod te creëren en mensen te binden aan de bond (Judo Bond Nederland, 2013).

Om ervoor te zorgen dat de leden van de Judo Bond Nederland geïnteresseerd zijn en blijven in de sporten, organiseert de bond onder andere de Nationale Budodag. Op zaterdag 29 maart 2014 heeft de tweede editie van dit evenement plaatsgevonden in sportcentrum Papendal. Dit evenement staat in het teken van de drie sporten waar de Judo Bond Nederland als autoriteit voor de organisatie zorgt: judo, jiu-jitsu en aikido. Het is een speciaal evenement voor jeugdjudo's, bestuurders, sportschoolhouders, wedstrijdporters, scheidsrechters, vrijwilligers, judoleraren en alle anderen die een van deze drie sporten een warm hart toedragen (Judo Bond Nederland, 2014).

Het evenement heeft in de provincie Gelderland plaatsgevonden en om de organisatie van dit evenement te realiseren ontvangt de Judo Bond Nederland subsidie van deze provincie (Koeman, 2014).



1.2 Probleemanalyse

Zoals in de inleiding reeds is besproken, heeft de Judo Bond Nederland eind maart van dit jaar de Nationale Budodag in sportcentrum Papendal georganiseerd. De bond heeft het evenement in de provincie Gelderland voornamelijk georganiseerd vanwege de locatie en de subsidiemogelijkheid (Koeman, 2014).

Het is de tweede editie van het evenement en de tweede keer dat het is georganiseerd in sportcentrum Papendal. De Judo Bond Nederland kan vanwege de subsidie die ze ontvangt dit evenement organiseren. Echter weet de sportbond niet of ze deze subsidie ook in de toekomst gaat ontvangen. De bond is geïnteresseerd in de impact die dit evenement met zich meebrengt voor de lokale economie (Koeman, 2014).

De sportbond is niet alleen geïnteresseerd in de impact voor de lokale economie. De organisatie vraagt zichzelf af wat de voornaamste reden voor de bezoekers is om naar het evenement te komen. De sportbond wil ook weten welke motieven de bezoekers hebben om het evenement te bezoeken (Koeman, 2014).

Het is van toegevoegde waarde voor de Judo Bond Nederland om dit onderzoek uit te voeren. De organisatie heeft nog geen inzicht in de impact voor de lokale economie waar ze het evenement organiseert. Daarnaast is de bond ook geïnteresseerd in de motieven waarom de bezoekers het evenement bezoeken. Met de resultaten van dit onderzoek wordt er informatie verzameld voor een eventuele volgende editie van de Nationale Budodag.

1.3 Hoofd- en deelvragen

Aan de hand van de inleiding en de probleemanalyse kan de volgende hoofdvraag worden geformuleerd:

Wat is de relatie tussen het bezoekenmotief en de economische impact van de Nationale Budodag 2014?

Bovenstaande hoofdvraag wordt onderzocht aan de hand van de volgende vijf deelvragen.

- Wat is bezoekenmotief?
- Wat is economische impact?
- Wat is de relatie tussen bezoekenmotief en economische impact?
- Wat zijn de bezoekenmotieven en wat is de economische impact van de Nationale Budodag 2014?
- Wat is de relatie tussen het bezoekenmotief en de economische impact van de Nationale Budodag 2014?



1.4 Doelstelling (kennis en praktijk)

Om de doelstelling van dit onderzoek te formuleren wordt er allereerst gekeken wat de betekenis van het begrip doelstelling is. De doelstelling beschrijft de functie van het onderzoek: wat gaat de opdrachtgever met de uitkomsten van het onderzoek doen, maar beschrijft ook wat het doel van de onderzoeker is (Verhoeven, 2011).

In het boek 'Wat is onderzoek?' wordt allereerst het kennisdoel beschreven. Het is hierbij belangrijk welke kennis de onderzoeker nodig heeft (Verhoeven, 2011). Bij dit onderzoek is het belangrijk dat er kennis ontstaat over de begrippen bezoekmotief en economische impact.

Het tweede doel betreft het praktijkdoel en deze beschrijft de functie van het onderzoek voor zowel de onderzoeker als de organisatie of opdrachtgever (Verhoeven, 2011). Het praktijkdoel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in de bezoekmotieven en de economische impact voor een eventueel volgende editie van de Nationale Budodag.

1.5 Leeswijzer

In het tweede hoofdstuk worden de onderzoeksmethoden besproken. In dit hoofdstuk staan de methodes beschreven hoe dit onderzoek is opgebouwd. Hoofdstuk drie, waarin het theoretisch kader wordt besproken, geeft antwoord op de eerste drie deelvragen. Hierin ligt verdieping op de bezoekmotieven en de economische impact. De resultaten zijn beschreven in hoofdstuk vier en in dit hoofdstuk worden de andere twee deelvragen van dit onderzoek beantwoord. In het vijfde hoofdstuk wordt er aan de hand van de resultaten antwoord gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek. Ook wordt er een discussie besproken in dit hoofdstuk. In het laatste hoofdstuk is een strategisch advies voor de Judo Bond Nederland geschreven met financiële onderbouwing.



2. Onderzoeksmethoden



2.1 Inleiding onderzoeksmethoden

Dit hoofdstuk behandelt de methodes waarop dit onderzoek is gebaseerd. Daarnaast wordt ook besproken waarom er voor bepaalde methodes is gekozen.

Voor dit onderzoek wordt zowel van desk- als fieldresearch gebruik gemaakt. Om inzicht te krijgen in de bezoekmotieven en de economische impact van de Nationale Budodag 2014, wordt er allereerst kennis verkregen over deze begrippen. De eerste drie deelvragen van dit onderzoek worden door middel van deskresearch beantwoord. Bij de deskresearch worden er gegevens verzameld afkomstig uit bestaande bronnen. Het onderwerp van deze bronnen zijn gerelateerd aan de hiervoor gestelde probleemstelling.

De deskresearch heeft op verschillende locaties plaatsgevonden. Via onderstaande mediakanalen is gezocht naar een antwoord op de theoretische deelvragen:

- Online
- Krantenartikelen
- Studietoeken
- Wetenschappelijke tijdschriften en boeken

Tijdens het evenement op 29 maart 2014 was ik zelf ook aanwezig en heb ik verschillende observaties gedaan. Deze observaties komen in de aanbevelingen terug.

2.2 Theoretisch kader

Om de eerste deelvraag over bezoekmotief te beantwoorden zijn verschillende zoektermen gebruikt: bezoekmotief, motivatie theorieën, bezoekgedrag en bezoekersintentie.

Er zijn veel wetenschappelijke bronnen te vinden over motivatie, over motieven echter minder. Toch is er voor gekozen om de focus te leggen op motieven, omdat, zoals in paragraaf 3.1 naar voren komt, dit de reden weergeeft waarom bezoekers daadwerkelijk een evenement bezoeken.

De tweede deelvraag gaat over de betekenis van economische impact en hierbij zijn ook verschillende zoektermen gebruikt: bezoekersprofiel, sociaaleconomisch impact, economische waardering, economische waarde, economische activiteit, bestedingen bezoekers en impactstudie.

De bevindingen over economische impact zijn getoetst bij twee experts op het gebied van economische evaluatie van sportevenementen. Allereerst door Willem de Boer, onderzoeker sporteconomie aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen. Daarnaast ook bij Mark van den Heuvel die lector Sportbusiness bij de opleiding sport & marketing/management (SPECO) is.

Bij de derde deelvraag wordt de relatie tussen bezoekmotief en economische impact in kaart gebracht. Er is via literatuuronderzoek onderzocht of er theorieën bestaan die de relatie tussen deze twee begrippen in kaart brengen.



2.3 Steekproef, populatie en respondenten

Om de bezoeksmotieven en de economische impact van de Nationale Budodag te achterhalen is er fieldresearch toegepast. Door middel van vragenlijsten is er cijfermatige informatie verzameld. Aan de hand van deze resultaten kan er uitspraak worden gedaan over de hele populatie. Er is kwantitatief onderzoek uitgevoerd omdat er uitspraken zijn gedaan over de populatie op basis van de cijfermatige informatie (Verhoeven, 2011). De populatie in dit onderzoek zijn alle bezoekers die aanwezig waren bij de Nationale Budodag 2014. In tabel 2.1 zijn de aantallen per subgroep weergegeven. Tijdens de tweede editie waren er 1.313 bezoekers aanwezig.

Groep	Aantal
Volwassenen	185
Jeugd -12 jaar	287
Ouders jeugd -12	215
Jeugd -15 jaar	206
Ouders jeugd -15	126
Jeugd -18 jaar	74
Ouders jeugd -18	30
Jeugd -18 jaar JTS	98
Ouders jeugd -18 JTS	43
Veteranencafé	19
G-judo	14
Ouders G-judo	12
Gelderse route clubs	4
TOTAAL bezoekers	1.313

Tabel 2.1 Aantal bezoekers Nationale Budodag (Bakker, 2014)

De leeftijdscategorie onder achttien jaar is in twee groepen verdeeld. Onder jeugd -18 jaar vallen de recreatieve judoka's die in deze leeftijdscategorie vallen. De wedstrijdssporters onder achttien jaar vallen onder de Judo Top Sport (JTS) groep. Onder G-judo vallen judoka's met een functionele of verstandelijke beperking (Bakker, 2014).

Van de 1.313 personen zijn 647 e-mail adressen bekend. De ouders die met de kinderen zijn meegegaan, staan samen ingeschreven waardoor ze zichzelf via één e-mail adres hebben opgegeven. Daarnaast zijn een aantal deelnemers via een club aangemeld waardoor het e-mail adres niet is doorgekomen. Als laatste optie zijn er ook deelnemers die zich op de dag zelf hebben aangemeld voor het evenement.

Om uitspraak te doen over de populatie wordt er onderzoek gedaan binnen de steekproef. De steekproef is een selectie uit de populatie die mogelijkheid heeft om aan het onderzoek mee te doen (Verhoeven, 2011). Binnen de steekproef vallen de 647 personen waar het e-mail adres van beschikbaar is .



In tabel 2.2 is zichtbaar dat de totale respons op de vragenlijst 58% is: 46% heeft de vragenlijst volledig ingevuld en daar bovenop is 12% wel aan de vragenlijst begonnen maar deze groep heeft de enquête niet afgemaakt. Van de onvolledige respons zijn geen bruikbare vragenlijsten beschikbaar. De enquête is door 300 respondenten volledig ingevuld.

Respons vragenlijst	%	N
Steekproef	100%	647
Geen respons	42%	272
Geweigerd	0%	0
Onvolledige respons	12%	75
Complete respons	46%	300

Tabel 2.2 Overzicht respons vragenlijst

De tweede editie van de Nationale Budodag heeft op zaterdag 29 maart 2014 plaatsgevonden. Een dag later, op zondag 30 maart, is de enquête naar alle deelnemers toegestuurd en dit is het moment dat het veldwerk van start is gegaan. In bijlage 5 is de e-mail die naar deze groep is verstuurd, toegevoegd. Op woensdag 9 april is er een reminder e-mail naar de deelnemers gestuurd die nog niet op de enquête hadden gereageerd. Deze e-mail is in bijlage 6 toegevoegd. Op 15 april is de online vragenlijst gesloten en toen waren er driehonderd complete reacties. De resultaten zijn via het verwerkingsprogramma Analyzer gegenereerd.

Het gaat bij dit onderzoek om een selecte steekproef (Verhoeven, 2011). De deelnemers waarvan het e-mail adres bekend is, zijn benaderd en zij kregen de mogelijkheid om de vragenlijst in te vullen.

2.4 Betrouwbaarheid en validiteit

Bij het onderzoek is het van belang dat de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek wordt besproken en zoveel mogelijk wordt toegepast. Allereerst de betrouwbaarheid. Volgens Verhoeven (2011) is de betekenis van betrouwbaarheid dat er wordt nagegaan in hoeverre er in een onderzoek toevallige fouten voorkomen. Om met een betrouwbaarheidsniveau van 95% uitspraak te doen over een populatie bestaande uit 1.313 personen, dient er een minimale respons van 297 personen op de enquête te zijn, zo blijkt uit de steekproefcalculator (Alles over Marktonderzoek, 2014). Er zijn in totaal driehonderd bruikbare enquêtes en dit voldoet aan de minimaal benodigde respons.

Behalve het betrouwbaarheidspercentage is het ook mogelijk om de betrouwbaarheidsinterval te berekenen. Van de 1.313 personen zijn driehonderd personen bevraagd en hier komen procentuele resultaten uit. Via de betrouwbaarheidsinterval kan er worden berekend hoe precies er uitspraak kan worden gedaan over de hele populatie. Hoe meer respondenten de vragenlijst hebben ingevuld, des te preciezer er uitspraak kan worden gedaan over de bevindingen (Bethlehem, 2014).



Bij het vinden van een percentage van 50% in de steekproef ligt de ondergrens van de betrouwbaarheidsinterval rond 45% en de bovengrens rond de 55%. Bij een percentage van 90% ligt de ondergrens rond de 87% en de bovengrens rond de 93%.

Validiteit is de mate waarin systematische fouten worden gemaakt. Er wordt dan gekeken naar de geldigheid en zuiverheid van het onderzoek (Verhoeven, 2011). Er zijn drie soorten validiteit. Allereerst de externe validiteit, ook wel de representativiteit. Het gaat er hierbij om of de respondenten een afspiegeling vormen van de populatie. Deze vorm van validiteit komt zo goed als overheen. Als er bijvoorbeeld naar de jongeren wordt gekeken, is ongeveer 50% van de bezoekers geboren na 1990. Van de respondenten is ook ongeveer 50% geboren na 1990.

Behalve externe validiteit is er ook constructvaliditeit. De vraag bij deze validiteit is of er ook daadwerkelijk is gemeten wat er wordt verwacht dat er gemeten wordt. Bij dit onderzoek is dat zeker het geval, omdat het onderzoek is gebaseerd op eerder ontwikkelde theorieën en vaker toegepaste meetinstrumenten.

Als laatste de interne validiteit die nagaat of de juiste conclusies zijn getrokken. Bij het beantwoorden van de deelvragen zijn de theorie en onderzoeksresultaten besproken om de interne validiteit zo goed mogelijk te garanderen.

2.5 Vragenlijst

Dit onderzoek is uitgevoerd door middel van kwantitatief onderzoek. Het onderzoek is ook wel empirisch-analytisch. Op basis van bestaande theorieën zijn vragen voor een vragenlijst opgesteld (Verhoeven, 2011). In bijlage 7 van dit rapport is de vragenlijst toegevoegd.

Uit het literatuuronderzoek in hoofdstuk drie is het Leisure Motivation Scale model naar voren gekomen om bezoekmotieven te onderzoeken. Dit model wordt toegepast in het onderzoek. Het motivatie model hanteert 48 stellingen die vier verschillende motivatie groepen vertegenwoordigen. Er is bij dit onderzoek voor gekozen om 24 stellingen te gebruiken in de vragenlijst. Het aantal stellingen is gehalveerd. Dit komt doordat er een aantal stellingen niet van toepassing waren voor het evenement of stellingen veel op elkaar leken. In bijlage 4 is te lezen waarom bepaalde stellingen wel en waarom bepaalde stellingen niet zijn meegenomen in dit onderzoek.

Bij het bepalen van de economische impact wordt er gebruik gemaakt van een impact studie. Zowel Holtus (2005) als Oldenboom (1999) stellen dat de extra bestedingen van bezoekers effect hebben op de economie van een bepaalde regio. In de vragenlijst wordt er naar de bestedingen van de bezoekers gevraagd. Aan de hand van de resultaten kan er worden bepaald wat de economische impact is.

Het volgende hoofdstuk gaat over het theoretisch kader. In dit hoofdstuk is de complete deskresearch betreffende de bezoekmotieven en de economische impact te lezen.



3. Theoretisch kader



3.1 Inleiding theoretisch kader

In dit hoofdstuk worden de eerste drie deelvragen van dit onderzoek beantwoord. Deze vragen kunnen worden beantwoord door middel van literatuur. Allereerst wordt er in paragraaf 3.2 onderzoek gedaan naar het begrip motief. Door middel van deskresearch wordt onderzocht welke modellen er gebruikt kunnen worden om de motieven van bezoekers te onderzoeken.

In paragraaf 3.3 wordt er ingegaan op de economische impact. Bij deze deelvraag wordt er, net als bij paragraaf 3.2, via literatuuronderzoek kennis opgedaan over het begrip economische impact.

In de laatste paragraaf van het theoretisch kader wordt de derde deelvraag van dit onderzoek beantwoord en wordt de relatie tussen bezoekmotief en economische impact onderzocht en beschreven.

Eind maart 2014 heeft de Judo Bond Nederland de tweede editie van de Nationale Budodag georganiseerd. Dit is een sportevenement en voordat de deelvragen worden beantwoord, wordt er gekeken naar de betekenis van het begrip sportevenement. Om de betekenis te achterhalen wordt zowel het begrip evenement als het begrip sport los van elkaar beoordeeld. Allereerst het begrip evenement dat volgens het woordenboek Van Dale een (belangrijke) gebeurtenis is (Van Dale, 2014). De betekenis van het begrip sport wordt vertaald als allerlei lichamelijke oefeningen en ontspanning waarbij vaardigheid, kracht en inzicht vereist worden (Van Dale, 2014).

Aan de hand van deze informatie kan onderstaande betekenis van een sportevenement worden geformuleerd:

“Een sportevenement is een sportieve gebeurtenis waarbij lichamelijke oefeningen en ontspanning centraal staat.”

Een (sport)evenement kent verschillende kenmerken (van der Straeten, 2013) (Kuiper, 2008):

- *Een (sport)evenement is een georganiseerde activiteit die gedurende een korte periode relatief veel bezoekers trekt.*
- *Het moet een bepaalde tijdsduur hebben en een begin- en eindtijd hebben.*
- *(Sport)evenementen worden op recreatief en prestatief niveau georganiseerd.*

Tijdens de Nationale Budodag staat de sport centraal en is het evenement voor een groot publiek toegankelijk. Het is een eendaags evenement met een begin- en eindtijd en toegankelijk voor een groot publiek. Daarnaast wordt het evenement georganiseerd voor recreatieve en prestatieve budoka's. Onder budoka's worden sporters die een budosport beoefenen verstaan. Er mag geconcludeerd worden dat de Nationale Budodag een (sport)evenement is.



3.2 Bezoekmotief

“De deelname aan sport wordt gestuurd door motivaties die hun oorsprong vinden in de behoeften van mensen” (Telgen, 1999, p. 22).

De Judo Bond Nederland heeft eind maart 2014 de tweede editie van de Nationale Budodag georganiseerd. Om te achterhalen wat de bezoekmotieven van deelnemers zijn om naar de Nationale Budodag te komen, is het van belang allereerst de betekenis van het begrip motief te achterhalen. De betekenis van het begrip motief is dat het een reden is waarom je een activiteit doet (Woorden Nederlandse Taal, 2014)

In het boek Consumer Behavior van Hoyer & MacInnis (2009) wordt de reden voor motief vertaald als ‘Processing information in a way that allows consumers to reach the conclusion that they want to reach (Hoyer & MacInnis, 2009). Vertaald naar het Nederlands betekent deze reden het verwerken van informatie op een manier dat consumenten toelaat een conclusie te trekken met wat ze willen bereiken.

Er kan aan de hand van bovenstaande betekenissen worden geconcludeerd dat een motief een reden vertaalt waarom iemand iets doet of wil bereiken.

Het motief van mensen om de Nationale Budodag te bezoeken ontstaat door motivatie. Motivatie is door verschillende onderzoekers onderzocht en heeft ook veel verschillende betekenissen. Volgens Ryan & Deci (2000) is de betekenis van motivatie de wens om iets wat je wilt ook daadwerkelijk te doen. Er zijn twee vormen van motivatie. Allereerst de intrinsieke motivatie, die verwijst naar het iets doen omdat het wezenlijk interessant en plezierig is. Daarnaast de extrinsieke motivatie, die verwijst naar het iets doen om tot een specifieke uitkomst te komen (Ryan & Deci, 2000).

Binnen de wetenschappelijke literatuur zijn er veel verschillende theorieën die het begrip motivatie verhelderen. Zoals eerder beschreven ontstaan motieven, en specifiek in dit geval bezoekmotieven, uit motivatie. Allereerst wordt er in dit onderzoek gekeken naar verschillende motivatie theorieën. Op basis van deze resultaten wordt er de link gelegd met motieven. Bekende motivatie theorieën zijn onder andere de theorieën van Maslow en Herzberg.

Maslow (1943) heeft een behoeftepiramide ontwikkeld waarbij er vanuit wordt gegaan dat je de onderste behoefte laag moet bevredigen voordat je naar de volgende laag kunt gaan (Maslow A. H., 1943). Pas nadat de behoefte op een lager niveau is voldaan, ontstaat er volgens Maslow motivatie om naar een hoger niveau te gaan. Maslow onderscheidt vijf verschillende lagen die ieder een behoefte weergeven. Afbeelding 3.1 geeft de piramide van Maslow weer.

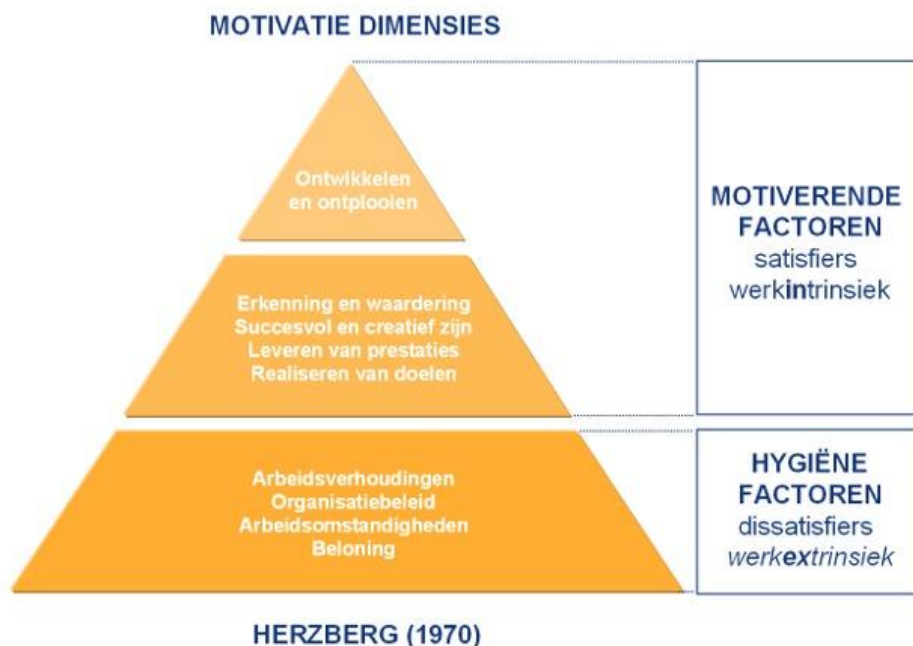


Afbeelding 3.1. Overgenomen piramide van Maslow (1950), van M.A. Nieuwenhuis. Copyright 2010 uit The Art of Management. Gehaald van http://123management.nl/0/040_mensen/a400_mensen_19_motivatatie_klassiek.html

De onderste laag betreft de fysiologische behoeften. Dit zijn basisbehoeften als voedsel en drinken die eerst moeten worden vervuld. Als deze behoefte is bevredigd, ontstaat de volgende behoefte. De tweede laag, boven de fysiologische behoeften, geeft de behoefte aan veiligheid weer. Deze behoefte houdt algemene veiligheid in, maar ook het hebben van blijvend onderdak. Daaropvolgend is er behoefte aan sociaal contact. Deze behoefte vertaalt de dierbare relaties met mensen, het ontvangen van liefde. Boven de laag van het sociaal contact bevinden zich nog twee lagen. De op een na bovenste laag is de behoefte aan waardering. Mensen hebben behoefte aan zelfwaardering en zelfrespect en ze hebben het ook van anderen nodig. De laatste en bovenste laag gaat over zelfrealisatie. Dit gaat over het vinden van een passende activiteit waarbij de persoon de kennis en capaciteiten kan toepassen. Als deze zelfrealisatie niet wordt bereikt, kan er alsnog een gevoel van ontevredenheid ontstaan, ook wanneer de voorgaande lagen al zijn bevredigd (Maslow, 1943).

Samengevat kan er worden gesteld dat een individu een hoger niveau bereikt door de vorige niveaus te vervullen. Het streven naar behoeften speelt volgens Maslow een belangrijke rol bij motivatie.

Bij de theorie van Herzberg ligt de focus voornamelijk op het motiveren van werknemers (Herzberg, 1987). Deze theorie, de motivatie-hygiëne van Herzberg is een verlengde op de theorie van Maslow. Herzberg heeft deze theorie ontwikkeld nadat hij een onderzoek had gedaan naar wat werknemers motiveert en demotiveert. In afbeelding 3.2 is de theorie van Herzberg in een piramidevorm weergegeven.



Afbeelding 3.2. Overgenomen motivatie-hygiëne (1970), van M.A. Nieuwenhuis. Copyright 2010 uit The Art of Management. Gehaald van http://123management.nl/0/040_mensen/a400_mensen_19_motivat_iek_klassiek.html

Zoals in de afbeelding hierboven beschreven zijn belangrijke demotiverende factoren bij werknemers arbeidsverhoudingen, organisatiebeleid, arbeidsomstandigheden en beloning. De belangrijkste motiverende factoren zijn onder andere ontwikkelen en ontplooiën (Herzberg, 1987).

Naast de theorie van Maslow en Herzberg is er ook een speciale motivatie theorie ontwikkeld om sport te beoefenen: het Sport Motivation Scale model (SMS-model). Dit model, dat oorspronkelijk uit Frankrijk komt, heeft zeven subschalen die intrinsieke, extrinsieke en geen motivatie van het beoefenen van sport achterhalen. Door middel van 28 stellingen wordt er gesteld waarom mensen een sport beoefenen (Pelletier, Fortier, Vallerand, Tuson, Briere, & Blais, 1995). In bijlage 2 is het Sport Motivation Scale model toegevoegd.

De motivatie theorieën van Maslow en Herzberg gaan over algemene motivatie en behoeften van mensen en werknemers. Bij het Sport Motivation Scale model ligt de focus op de motivatie om een sport te beoefenen. Bij deze motivatie kan een reden om een sport te beoefenen zijn om een goede atleet te willen worden of om juist gezond bezig te zijn. Het model legt niet specifiek de nadruk op de motivatie om een (sport)evenement te bezoeken.

Als er naar de Nationale Budodag wordt gekeken, kunnen de bezoekers verschillende redenen hebben om dit evenement te bezoeken. De een heeft als motief om er beter van te worden, terwijl de ander het juist leuk vindt om met anderen een dag door te brengen.



Aan de hand van de theorie van Maslow hebben de onderzoekers Beard & Ragheb (1983) het 'Leisure Motivation Scale' ontwikkeld. Dit model, ook wel vrijetijdsmotieven theorie, is ontstaan omdat ze van mening waren dat de theorie van Maslow te materialistisch is. De focus van dit onderzoek ligt op de verschillende motieven om een evenement te bezoeken. Hier sluit dit model over vrijetijdsmotieven naadloos op aan. Het Leisure Motivation Scale is onderverdeeld in vier groepen die samen 48 motieven beschrijven om deel te nemen aan een vrijetijdsactiviteit. In bijlage 4 is een overzicht van de stellingen toegevoegd.

Allereerst de intellectuele motieven. Deze groep laat de motieven van deelnemers zien die aan een activiteit deelnemen om te leren, ontdekken, maken, fantaseren en/of onderzoeken. Als we dit koppelen met de Nationale Budodag zijn de motieven van de bezoekers om te komen omdat ze bijvoorbeeld graag kennis willen maken met nieuwe technieken en om de interesses voor de sport te vergroten.

De tweede groep betreft de sociale motieven. Onder de sociale motieven vallen onder andere het willen leren van anderen, het sluiten van vriendschappen of het hebben van waardering voor anderen. De bezoekers van de Nationale Budodag hebben in dit geval als motief sociaal contact met medebezoekers.

Competentie motieven is de derde groep die Beard en Ragheb beschrijven. Binnen deze groep valt het verbeteren van technische vaardigheden en voornamelijk fysiek deel willen nemen aan de activiteit. Tijdens de Nationale Budodag kunnen bezoekers als motief hebben om te presteren en zichzelf te bewijzen.

Als laatst is de groep met compensatie motieven. Deze groep omvat motivatie als aan het dagelijks leven ontsnappen en zoeken naar rust. Bij de Nationale Budodag staan de sporten judo, jiu-jitsu en aikido centraal en door het beoefenen van deze sporten kunnen de bezoekers als het ware geestelijk en lichamelijk ontspannen. Daarnaast kan deze dag ook gezien worden als een dagje uit waarbij ze even nergens aan hoeven te denken.

Het model van Beard en Ragheb kent veel stellingen en er is voor gekozen om een selectie van de stellingen die daadwerkelijk van toepassing zijn te gebruiken in dit onderzoek. In bijlage 4 is een overzicht toegevoegd en hier is een onderbouwing te vinden over de motieven die wel en niet worden meegenomen in dit onderzoek.



Samenvattend kan er worden gesteld dat de betekenis van motief de reden is waarom een bezoeker aan een activiteit deelneemt. Een motief ontstaat uit de wil om iets te willen doen, een motivatie. Op basis van de motivatietheorie van Maslow is de Leisure Motivation Scale door Beard en Ragheb ontwikkeld. Deze methode beschrijft vier verschillende categorieën over motieven. Aan de hand van dit model kunnen per categorie verschillende redenen om naar de Nationale Budodag te komen, worden opgesteld. Op deze manier wordt er onderzocht welke reden het belangrijkste is voor een bezoeker om de Nationale Budodag te bezoeken.

In de volgende paragraaf wordt er onderzoek gedaan naar het begrip economische impact. Bij het beantwoorden van de derde deelvraag wordt er gekeken naar bestaande theorieën die de relatie tussen het bezoekmotief en de economische impact beschrijven.



3.3 Economische impact

Voor de realisatie van de tweede Nationale Budodag heeft de Judo Bond Nederland een subsidie van de provincie Gelderland ontvangen. Zonder deze ontvangsten zou dit sportevenement niet georganiseerd kunnen worden of zou de bond meer aan eigen middelen kwijt zijn. De sportbond heeft geen inzicht in de impact die dit evenement met zich meebrengt voor de lokale economie (Koeman, 2014). Wanneer de bond inzicht heeft in deze impact, kan de organisatie nagaan of de subsidie die ze ontvangen op een andere manier binnen de economie terug komt. In dit hoofdstuk wordt er onderzoek gedaan naar de betekenis van economische impact en wordt er beschreven hoe deze impact onderzocht kan worden.

Sportevenementen vragen mensen van buiten een stad of provincie om die stad of provincie waar het evenement plaatsvindt te bezoeken. Deze bezoekers kunnen ook als toeristen worden gezien. Wellicht dat ze niet op de plaats van het evenement zouden zijn als het evenement niet werd georganiseerd.

Er is in het verleden veel onderzoek gedaan naar de effecten van grote (sport)evenementen voor de desbetreffende locatie, plaats of provincie waar het evenement plaatsvindt. Dit betreft zogenaamde impact studies. Een impact studie bepaalt hoe groot de impuls van een (sport)evenement voor de lokale economie is. Dit betreft hoeveel extra bestedingen er worden gedaan en wat daarvan achterblijft in de organiserende regio (Holtus, 2005). Ook Oldenboom (1999) stelt dat bij een sportevenement de economische impact bestaat uit de (extra) bestedingseffecten. Dit zijn effecten die veroorzaakt worden door de extra bestedingen die door het evenement ontstaan (Oldenboom, 1999).

Het gaat bij economische impact om bestedingen en daarom wordt de focus gelegd op de bestedingen van de bezoekers. Bestedingen kunnen worden opgesplitst in bestedingseffecten en niet-bestedingseffecten. Onder bestedingseffecten worden de effecten verstaan die veroorzaakt worden door de extra bestedingen die, in dit geval met een sportevenement, gepaard gaan. Dit zijn effecten die direct zichtbaar zijn (tastbaar). De niet-bestedingseffecten zijn de overige handelingen die pas op een langere termijn economisch effect sorteren (niet-tastbaar). Promotie is hier een voorbeeld van (Oldenboom, 1999). De periode van dit onderzoek is relatief kort en er wordt daarom in dit onderzoek alleen gekeken naar de bestedingen die zichtbaar zijn.

Om inzicht te krijgen in de bestedingen van de bezoekers wordt gebruik gemaakt van een economisch model voor toerisme. Onderzoeker Stynes (1997) heeft het over het multiplicatormodel. Via een formule kunnen de bestedingen van de bezoekers worden onderzocht en aan de hand daarvan de economische impact van de Nationale Budodag worden bepaald (Stynes, 1997).

Formule: Economische impact = # toeristen * gemiddelde besteding per toerist * multiplicator



De multiplicator in deze formule geeft de indirecte niet-bestedingseffecten weer. In dit onderzoek wordt er alleen gekeken naar de bestedingseffecten en daarom zal de multiplicator in dit onderzoek niet van toepassing zijn. Wanneer we weten hoeveel bezoekers er naar het evenement komen en hoeveel ze gemiddeld besteden, kan er een berekening gemaakt worden van de directe economische impact op de lokale economie (Stynes, 1997).

Een belangrijk punt over de bestedingen is dat deze wel additioneel moeten zijn. Dit betekent dat de bestedingen die optreden wel een extra toevoeging moeten zijn voor de economie. Deze bestedingen treden niet op als het evenement niet werd georganiseerd (Oldenboom, 1999). De eerste vraag over economische impact in de vragenlijst gaat erover of de persoon ook in de provincie Gelderland zou zijn als het evenement niet had plaatsgevonden. Bezoekers die additionele uitgaven doen worden in dit rapport gezien als additionele bezoekers. Niet-additionele bezoekers doen uitgaven die, ook al had het evenement niet plaatsgevonden, alsnog in de provincie hadden plaatsgevonden.

Er worden specifieke vragen gesteld over de gemiddelde bestedingen van de bezoekers tijdens het bezoek aan de Nationale Budodag. Allereerst wordt er gevraagd hoelang de bezoekers in de provincie Gelderland zijn gebleven. Dit kunnen uren maar ook dagen zijn. Daaropvolgend de vraag of de deelnemers op een ander woonadres dan het eigen woonadres hebben overnacht. Mocht het antwoord op deze vraag ja zijn, dan wordt het aantal overnachtingen en de prijs van een overnachting gevraagd.

Daarnaast wordt er ook navraag gedaan over de bestedingen tijdens het evenement en in de provincie Gelderland. Deze vraag gaat over hoeveel ze hebben betaald voor toegang, merchandising, eten en drinken, winkelen en boodschappen, dagattracties/recreatie, openbaar vervoer, parkeren en brandstof en overige uitgaven.

Behalve de bestedingen van de bezoekers kan de organisatie ook zorgen voor economische impact. Het is mogelijk dat de organisatie bewust uitgaven in de desbetreffende regio doet om het evenement te realiseren. Het kan zijn dat deze uitgaven niet daar zouden plaatsvinden als het evenement daar niet zou worden georganiseerd (Oldenboom, 1999). Om de netto bestedingen van de organisatie uit te rekenen worden de inkomsten afkomstig uit de regio van de uitgaven die zijn gedaan in de betreffende regio van elkaar afgehaald.

Het organiseren van een evenement brengt effecten met zich mee. Een impact studie onderzoekt hoe groot de impuls van een (sport)evenement voor de lokale economie is. Deze impuls zijn de extra bestedingen die hebben plaatsgevonden. In dit onderzoek wordt de focus gelegd op de zichtbare bestedingen en daarom wordt er in de vragenlijst naar die bestedingen gevraagd.



3.4 Relatie tussen bezoekmotief en economische impact

Er is eerder in dit hoofdstuk gebleken dat motief een reden vertaalt waarom iemand deelneemt aan bijvoorbeeld een evenement. Om motieven van bezoekers te achterhalen, kan er gebruik worden gemaakt van de Leisure Motivation Scale van Beard en Ragheb. Dit model bespreekt vier categorieën van bezoekmotieven: de intellectuele, sociale, competentie en compensatie motieven. Bij iedere categorie behoren een aantal stellingen waar op basis van een vijf puntenschaal antwoord moet worden gegeven.

In de tweede paragraaf van de theoretische verkenning is er gekeken naar de economische impact. Sportevenementen vragen mensen van buiten een stad of provincie om de stad of provincie waar het evenement plaatsvindt te bezoeken. Het sportevenement kan in dit geval voor een impuls voor de lokale economie zorgen. Om deze impuls te berekenen wordt er nagegaan hoeveel extra bestedingen er worden gedaan en wat daarvan in de organiserende regio achter blijft. Bij het bepalen van de economische impact wordt er naar de bestedingen van de bezoekers gevraagd.

Betreft theorieën over de relatie tussen motieven en bestedingen is weinig tot geen informatie te vinden. Het is niet duidelijk of er bepaalde relaties zijn tussen deze twee termen. Bij motieven kan er wel onderscheid gemaakt worden tussen bezoekmotieven en economische motieven. Echter geeft dit geen verklaring over een eventuele relatie tussen de twee begrippen (Marshall, 2009).

Er is geen relevante theorie beschikbaar over de relatie tussen motieven en bestedingen. Het is wel interessant om hier verder op in te gaan. Bij het verwerken van de resultaten kan er een koppeling worden gemaakt met het aantal bestedingen en de motieven van de deelnemers. Aan de hand van deze resultaten wordt er gekeken of hier een verband in te vinden is.



4. Resultaten



4.1 Inleiding resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de vragenlijst besproken en daarmee de laatste twee deelvragen van dit rapport beantwoord. In totaal zijn er driehonderd bruikbare enquêtes beschikbaar. In paragraaf 4.2 worden de bezoekenmotieven van de bezoekers van de Nationale Budodag in kaart gebracht. In paragraaf 4.3 wordt er gekeken naar de economische impact voor de provincie van dit evenement. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk wordt er naar de relatie tussen het bezoekenmotief en de economische impact gekeken.

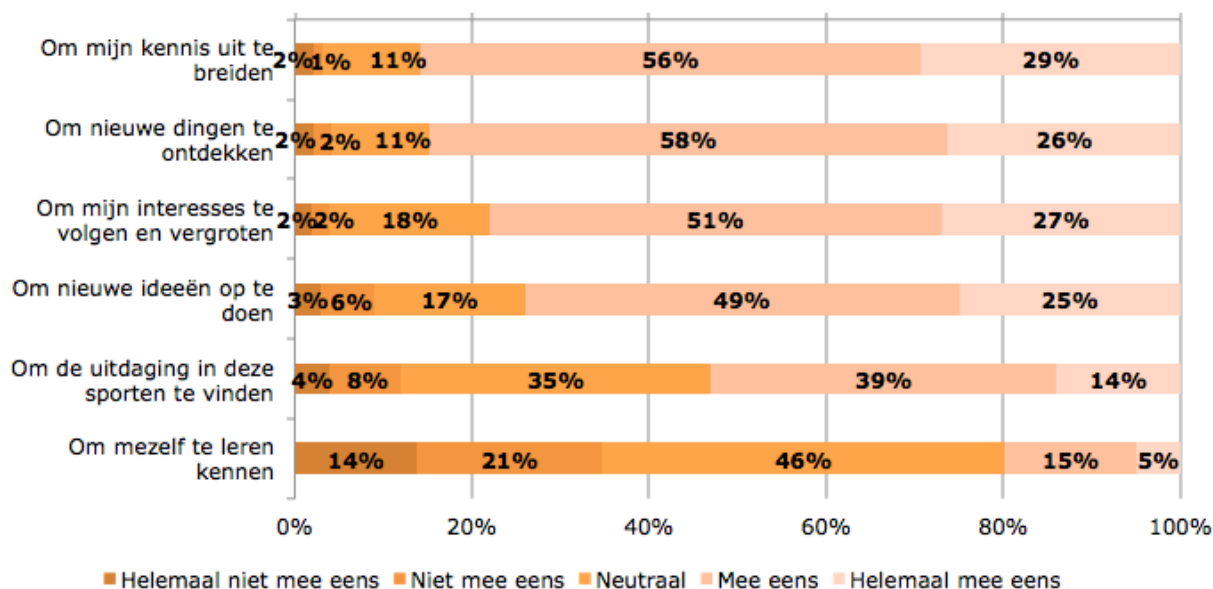
De bezoekers van de Nationale Budodag nemen allemaal deel aan het evenement. In dit rapport worden bezoekers en deelnemers dus als gelijk gezien en hier wordt geen onderscheid in gemaakt.

4.2 Bezoekenmotieven Nationale Budodag 2014

4.2.1 Bezoekenmotieven per motiefgroep

Om de bezoekenmotieven van de bezoekers van de Nationale Budodag te achterhalen zijn er in de enquête een aantal stellingen voorgelegd. De respondenten hebben aangegeven in hoeverre ze het hiermee eens of oneens zijn. De motieven zijn in vier groepen te verdelen en er wordt per groep bekeken wat belangrijke motieven zijn om de Nationale Budodag te bezoeken. In bijlage 8 zijn de tabellen met percentages toegevoegd.

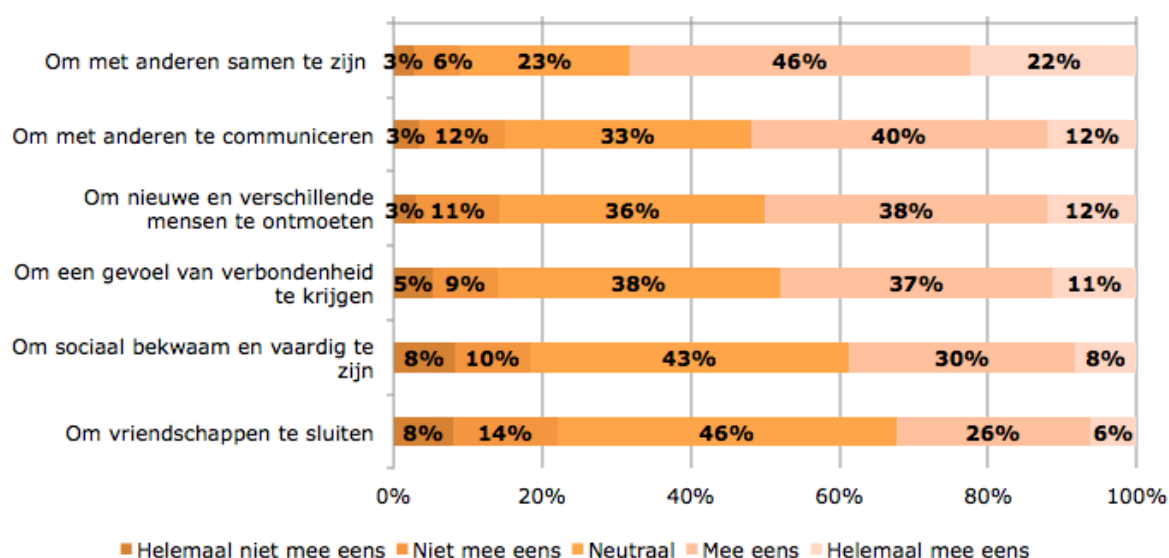
In figuur 4.1 worden de intellectuele motieven weergegeven. De deelnemers noemen deze motieven vaak als reden om de Nationale Budodag te bezoeken. Bij deze stellingen is vaak voor de opties 'mee eens' en 'helemaal mee eens' gekozen. Het motief 'om mezelf te leren kennen' wordt door de deelnemers het minst gezien als motief bij het bezoeken van het evenement.



Figuur 4.1 Intellectuele motieven

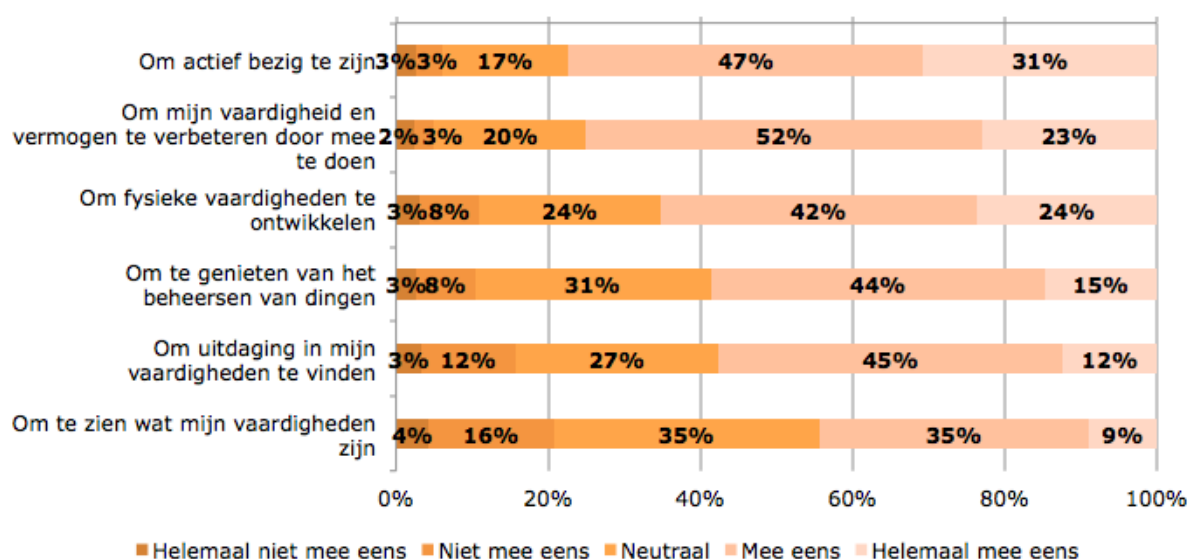


In figuur 4.2 zijn de sociale motieven weergegeven. Over het algemeen worden de sociale motieven als neutraal beoordeeld door de deelnemers. Het motief 'om met anderen samen te zijn' wordt als belangrijkste reden gezien door de respondenten op het gebied van sociale motieven om de Nationale Budodag te bezoeken.



Figuur 4.2 Sociale motieven

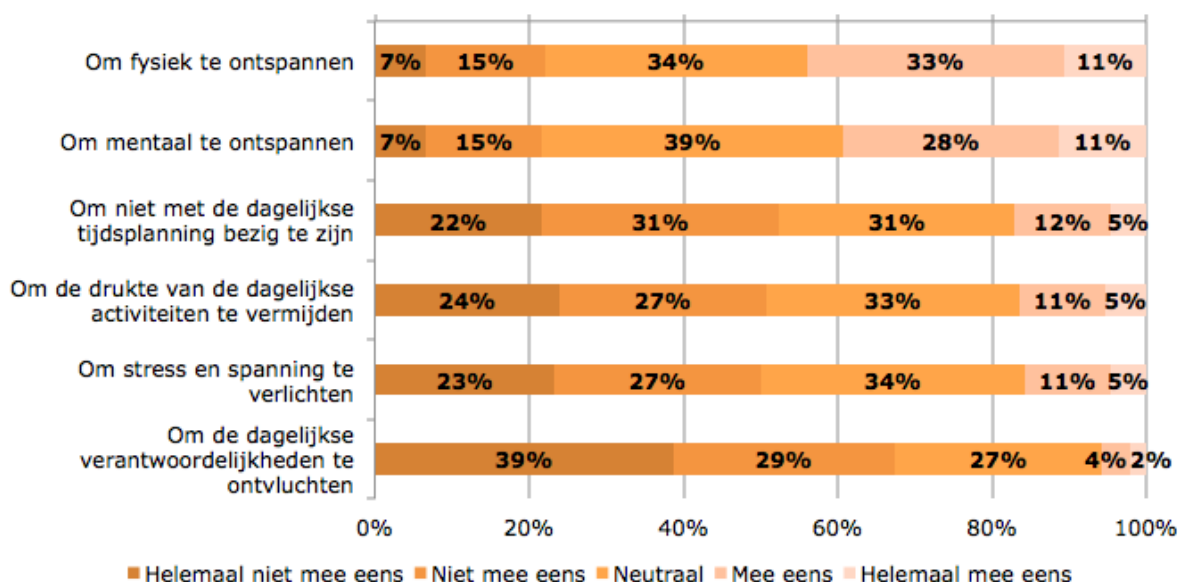
De derde groep zijn de competentie motieven. Deze motieven gaan over het verbeteren van technische vaardigheden en het voornamelijk fysiek willen deelnemen aan een activiteit. Over het algemeen reageren de respondenten op alle stellingen positief. De deelnemers geven voornamelijk aan het evenement te bezoeken om actief bezig te zijn en om mee te doen om de vaardigheden te ontwikkelen. In figuur 4.3 zijn de resultaten weergegeven.



Figuur 4.3 Competentie motieven



De laatste stellingen gaan over de compensatie motieven. De deelnemers van het onderzoek noemen deze motieven minder vaak dan de andere motieven om de Nationale Budodag te bezoeken. Uit deze resultaten blijkt dat ontspanning en afleiding minder vaak een rol spelen bij de beslissing om deel te nemen aan het sportevenement.



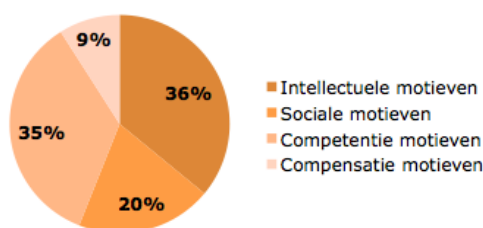
Figuur 4.4 Compensatie motieven

Op basis van de resultaten kan er worden samengevat dat er bij de intellectuele motieven positief wordt gereageerd door de respondenten. Ook competentie motieven die onder andere gaan over het verbeteren van technische vaardigheden scoren hoog. De groep over de compensatie motieven wordt door de respondenten minder vaak genoemd als motief bij het bezoeken van het evenement.

4.2.2 Segmentatie primair bezoekmotief

Aan de hand van de resultaten is het mogelijk om de bezoekers te segmenteren. Segmentatie is het opdelen van een markt of groep in specifieke (deel)segmenten (Muilwijk, 2010). Een segment betekent in dit rapport een groep mensen die door een aantal kenmerken met elkaar overeen komen. Er wordt in dit rapport zowel geografisch (provincie) als demografisch (geslacht en leeftijd) gesegmenteerd.

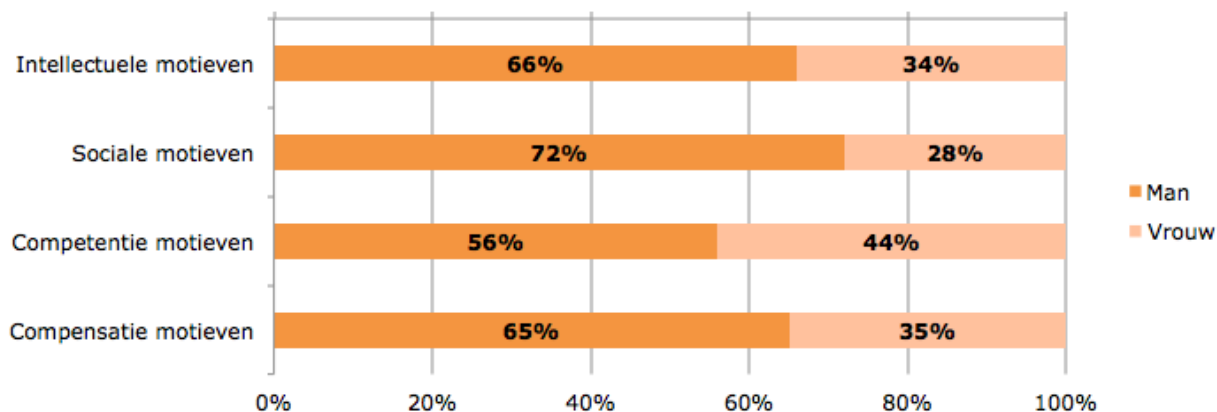
De respondenten zijn naar het meest primaire motief ingedeeld. Primair motief betekent in dit rapport de belangrijkste groep redenen waarom ze het evenement bezoeken. Op basis van de antwoorden die de respondenten hebben gegeven, is er per respondent gekeken bij welke groep stellingen ze het vaakst de opties 'mee eens' of 'helemaal mee eens' hebben aangegeven. In bijlage 9 zijn de resultaten in tabellen weergegeven.



Figuur 4.5 Percentage aantal respondenten per motiefgroep

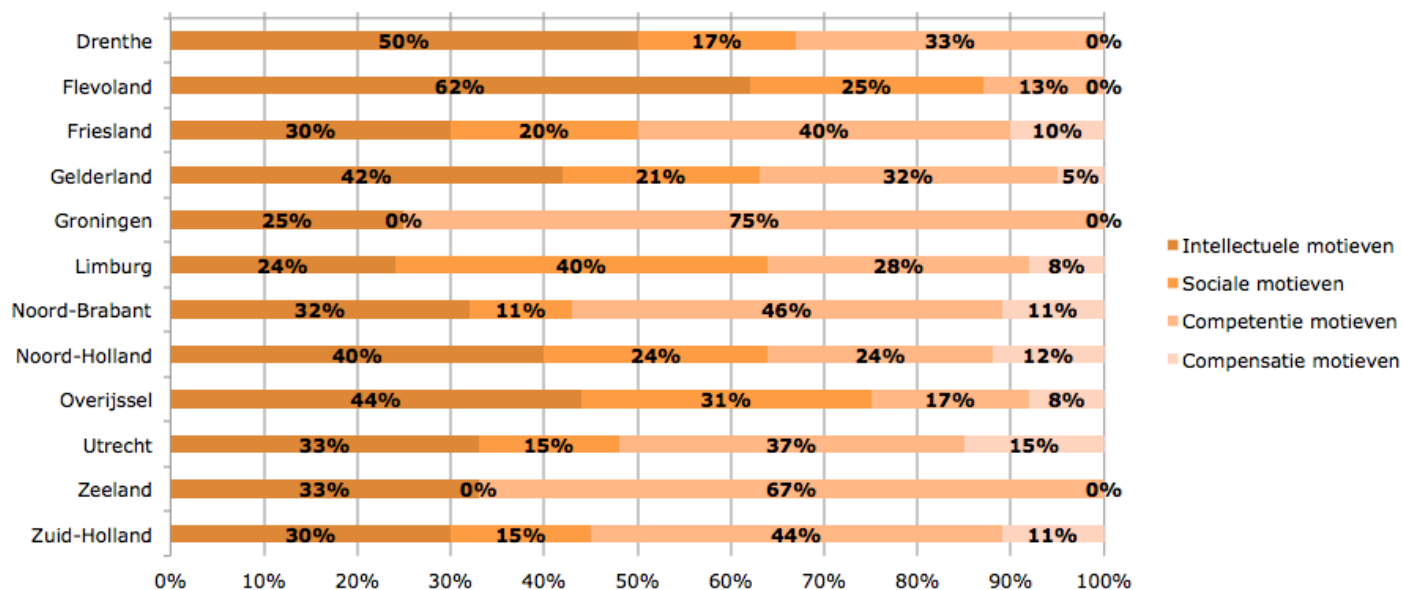
De intellectuele en competentie motieven betreffen de meeste respondenten. In de vorige paragraaf is ook gebleken dat deze groepen het meest positief zijn beoordeeld. Bij de intellectuele motieven gaat het om 109 respondenten (36%) en bij de competentie motieven om 105 respondenten. Van de driehonderd respondenten zijn zestig personen het meest eens met de sociale motieven. Binnen de compensatie motieven vallen 26 respondenten. De respondenten geven bij de stellingen aan het minst eens te zijn met deze motieven bij het bezoeken van de Nationale Budodag.

Aan de hand van de verdeling van respondenten naar primair bezoekmotief kan er een onderscheid worden gemaakt in geslacht. Over het algemeen komen er meer mannen dan vrouwen op het evenement af. Bij iedere motiefgroep zijn meer mannen dan vrouwen aanwezig. Bij de derde groep, de competentie motieven, is de verdeling in geslacht bijna gelijk. Van de 105 respondenten die bij deze groep behoren is 44% vrouw en 56% man. In figuur 4.6 zijn de resultaten weergegeven.



Figuur 4.6 Verhouding geslacht per primair bezoekmotief

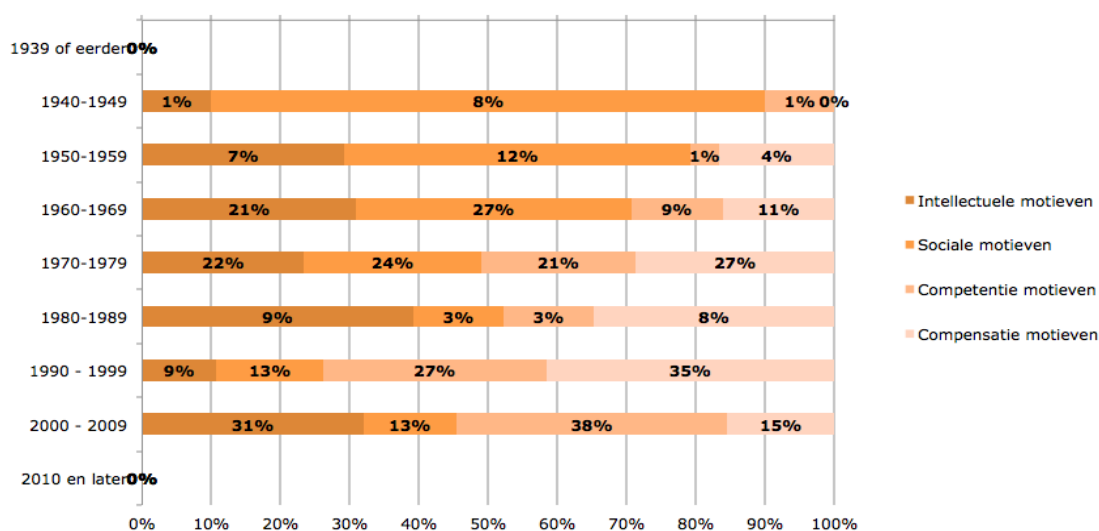
Het is mogelijk om de primaire motiefgroepen te koppelen met de provincie waarin de respondenten woonachtig zijn. De respondenten die woonachtig zijn in de provincies Drenthe, Flevoland, Gelderland, Noord-Holland en Overijssel kiezen hebben voornamelijk intellectuele motieven bij het bezoeken van het evenement. Respondenten afkomstig uit Limburg kiezen voornamelijk voor een sociaal motief bij het bezoeken van de Nationale Budodag. Friesland, Groningen, Noord-Brabant, Utrecht, Zeeland en Zuid-Holland zijn het meest eens met de competentie motieven. Bij de groep over compensatie motieven komt geen provincie duidelijk naar voren. De respondenten uit de provincie Gelderland hebben hier het hoogste percentage met 15%. In figuur 4.7 zijn de resultaten weergegeven.



Figuur 4.7 Verhouding provincie per primair bezoekmotief

De respondenten kunnen ook worden gesegmenteerd op basis van leeftijd. Er is aan de bezoekers naar het geboortjaar gevraagd. Op basis van dit segment zijn ze ingedeeld in leeftijdscategorieën. Per leeftijdscategorie is er gekeken bij welk primair bezoekmotief ze behoren. Er waren bij de Nationale Budodag geen deelnemers later geboren dan 2010 of eerder dan 1940.

Op basis van geboortjaar hebben respondenten uit de oudere generaties, geboren tussen 1940 en 1969, voornamelijk het sociale motief bij het bezoeken van de Nationale Budodag. Bezoekers geboren tussen 1970-1979 en 1990-1999 bezoeken het evenement voornamelijk vanwege compensatie motieven. Voor de intellectuele motieven gaan de bezoekers geboren tussen 1980 en 1989. De jongste deelnemers, geboren tussen 2000 en 2009, zijn aanwezig bij de Nationale Budodag met een competentie motief.



Figuur 4.8 Verhouding leeftijd per primair bezoekmotief



4.2.3 Samenvatting bezoekmotieven

De respondenten van het onderzoek geven aan voornamelijk de Nationale Budodag te bezoeken vanwege het opdoen van kennis en het verbeteren van technische vaardigheden. Er wordt ook aangegeven dat het sociale motief belangrijk is, maar deze stellingen worden minder vaak beaamd dan de eerder besproken groepen. De respondenten noemen ten opzichte van de andere stellingen het zoeken van ontspanning als het minst vaak.

Op basis van de resultaten is er een verdeling gemaakt naar primair bezoekmotief en hieruit blijkt dat de meerderheid van de respondenten bij de intellectuele (36%) of competentie motievangroep (35%) is ingedeeld. Ook hier is te zien dat de groep betreft compensatie motieven het minst scoort. Met deze gegevens is er gesegmenteerd naar geslacht, provincie en leeftijd. Bij de segmentatie naar provincie zijn het voornamelijk respondenten uit Limburg die het evenement bezoeken vanwege sociale bezoekmotieven.

Bij de segmentatie naar leeftijd komen voornamelijk oudere generaties naar het evenement om sociaal bezig te zijn. De jongere generaties bezoeken het evenement om ervan te leren.



4.3 Economische impact Nationale Budodag 2014

Er zijn 1.313 bezoekers naar de Nationale Budodag gekomen. Voordat er wordt onderzocht wat de bestedingen van de additionele bezoekers en de organisatie zijn, wordt er gekeken naar de herkomst van de deelnemers.

De Nationale Budodag heeft plaatsgevonden in sportcentrum Papendal dat gelegen is in Arnhem, provincie Gelderland. Bij het bepalen van de economische impact wordt deze provincie in dit rapport gezien als de lokale economie.

Zoals in onderstaande tabel 4.1 weergegeven, komt 26% van de bezoekers uit de provincie Gelderland. De overige 74% uit andere provincies. Niemand is afkomstig uit het buitenland.

Herkomst respondenten	%	N
% uit Gelderland	26%	77
% uit andere provincies	74%	223
% uit buitenland	0%	0
Totaal	100%	300

Tabel 4.1 Herkomst respondenten

Herkomst respondenten	%	N
Drenthe	2%	6
Flevoland	3%	8
Friesland	3%	10
Groningen	1%	4
Limburg	8%	25
Noord-Brabant	15%	46
Noord-Holland	8%	25
Zuid-Holland	15%	46
Utrecht	9%	27
Zeeland	1%	3
Overijssel	8%	23
Gelderland	26%	77
Ik woon niet in Nederland	0%	0
Totaal	100%	300

Tabel 4.2 Herkomst respondenten per provincie

Als er wordt gekeken naar de herkomst per provincie is in tabel 4.2 te zien dat er behalve uit Gelderland, ook veel bezoekers afkomstig zijn uit Noord-Brabant en Zuid-Holland. In totaal komt 74% van de bezoekers uit andere provincies, omgerekend zijn dit 223 respondenten.



Om te bepalen wat de economische impact van de Nationale Budodag is, wordt er gekeken naar de uitgaven van de bezoekers die een extra toevoeging hebben op de economie. Deze additionele bestedingen zijn een extra toevoeging voor de economie en treden niet op als het evenement niet zou worden georganiseerd. Er is in de enquête aan de bezoekers gevraagd of ze aanwezig waren in Gelderland ook al zou het evenement niet plaatsvinden. Van de 223 bezoekers geven 17 mensen aan in Gelderland te zijn, ook als het evenement niet had plaatsgevonden. Dit betreft 8% en de bestedingen van deze groep worden niet gezien als extra toevoeging en worden niet meegenomen bij de berekening van de economische impact. Deze groep is niet-additioneel.

In onderstaande tabel is een overzicht van de additionele bezoekers weergegeven.

Additionele bezoekers naar herkomst		
Herkomst	Additioneel	Niet-additioneel
% uit Gelderland	0%	100%
% uit andere provincies	92%	8%
% uit buitenland	0%	0%
Totaal	69%	31%

Tabel 4.3 Additionele bezoekers naar herkomst

Omgerekend zijn er 206 respondenten (69%) die additioneel zijn en 94 respondenten (31%) niet-additioneel.

In de volgende paragraaf worden de bestedingen van de additionele bezoekers in beeld gebracht.

4.3.1 Bestedingen additionele bezoekers

In tabel 4.4 zijn de gemiddelde bestedingen van de additionele respondenten weergegeven. In totaal heeft een bezoeker uit de steekproef gemiddeld € 18,37 in Gelderland uitgegeven. De uitgaven aan toegang en overnachtingen zijn hier niet bij meegeteld, deze twee bestedingen komen apart ter sprake.

Gemiddelde bestedingen additionele bezoekers	
Merchandise	€ 0,95
Eten en drinken in sportcentrum Papendal	€ 3,75
Overig in sportcentrum Papendal	€ 0,10
Eten en drinken in provincie Gelderland	€ 4,40
Winkelen en boodschappen in Gelderland	€ 2,46
(Andere) dagattracties/recreatie in Gelderland	€ 0,00
Openbaar vervoer binnen Gelderland	€ 0,09
Parkeren en brandstof, huur fietsen in Gelderland	€ 6,41
Overig in provincie Gelderland	€ 0,21
Totaal	€ 18,37

Tabel 4.4 Gemiddelde bestedingen bezoekers Nationale Budodag per categorie



Zoals besproken is 69% van de respondenten additioneel. De populatie bestaat uit 1.313 personen en hiervan zijn omgerekend 906 personen additioneel. De totale bestedingen per bestedingscategorie op basis van dit aantal zijn in tabel 4.5 weergegeven. In totaal is er aan extra bestedingen in Gelderland bijna €17.000 uitgegeven.

Totaal bestedingen additionele bezoekers	
Merchandise	€ 862,02
Eten en drinken in sportcentrum Papendal	€ 3.395,30
Overig in sportcentrum Papendal	€ 87,96
Eten en drinken in provincie Gelderland	€ 3.989,04
Winkelen en boodschappen in Gelderland	€ 2.232,67
(Andere) dag attracties/recreatie in Gelderland	€ 0,00
Openbaar vervoer binnen Gelderland	€ 81,36
Parkeren en brandstof, huur fietsen in Gelderland	€ 5.810,71
Overig in provincie Gelderland	€ 188,24
Totaal	€ 16.647,31

Tabel 4.5 Totale bestedingen bezoekers Nationale Budodag per categorie

Van de additionele bezoekers zijn er acht personen uit de steekproef die op een ander adres hebben overnacht. Van dit percentage is 50% bij vrienden/kennissen blijven slapen, 25% in hotel 0-3 sterren en de andere 25% in een hotel 4-5 sterren. De mensen die hebben overnacht geven gemiddeld € 19,63 per nacht uit. De overnachtingsduur is gemiddeld 1.33 nachten. In tabel 4.6 zijn op basis van deze gegevens de totale uitgaven aan overnachtingen door de additionele bezoekers weergegeven.

Additionele bestedingen overnachtingen	
Additionele deelnemers	906
Percentage overnachters	3,6%
Gemiddelde overnachtingduur	1.33
Totaal aantal overnachtingen	43
Gemiddelde overnachtingspijs p.p.	€ 19,63
Totaal uitgaven aan overnachtingen	€ 844,09

Tabel 4.6 Totale additionele bestedingen overnachtingen

4.3.2 Bestedingen organisatie Nationale Budodag

De organisatie van de Nationale Budodag, de Judo Bond Nederland, heeft zowel inkomsten gegenereerd als uitgaven gedaan binnen en buiten de provincie Gelderland. Ook hier profiteert de economie van.

Om de economische impact van de bestedingen van de organisatie in kaart te brengen blijkt eerder uit het theoretisch kader dat de inkomsten die het evenement van buiten Gelderland genereert, minus de uitgaven die buiten Gelderland zijn gedaan de bestedingen van de organisatie weergeeft.



Uit een interview met Pascal Bakker, één van de organisatoren van het evenement, komt naar voren dat de Judo Bond Nederland via inschrijfgelden en subsidie inkomsten heeft binnengekregen te weten: € 14.000 euro aan inschrijfgelden en € 30.250 euro aan subsidie van de provincie Gelderland. Het interview is in bijlage 10 toegevoegd. De inschrijfgelden kunnen ook worden verdeeld in additionele- en niet-additionele inkomsten. Zoals eerder besproken is 69% van de bezoekers additioneel en dit betekent dat € 10.360 van de inkomsten is gegenereerd van bezoekers die buiten de provincie Gelderland woonachtig zijn. De totale uitgaven van de organisatie betreft € 56.241 euro. Hiervan is € 45.378 euro uitgegeven in de provincie Gelderland. In tabel 4.7 is een overzicht van de inkomsten en uitgaven weergegeven.

Overzicht inkomsten/uitgaven in en buiten Gelderland			
Inkomstenpost	Gelderland	Buiten Gelderland	Totaal
Bezoekers	€ 3.640	€ 10.360	€ 14.000
Subsidies	€ 30.250	n.v.t.	€ 30.250
Overig	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Totaal	€ 33.890	€ 10.360	€ 44.250
Uitgavenpost	Gelderland	Buiten Gelderland	Totaal
Totaal	€ 45.378	€ 10.863	€ 56.241

Tabel 4.7 Overzicht inkomsten en uitgaven organisatie Nationale Budodag

Wanneer de inkomsten die uit Gelderland zijn ontvangen in mindering worden gebracht met de totale uitgaven die aan het Gelderse bedrijfsleven zijn besteed komt er een positief bedrag van € 11.488 euro naar voren.

4.3.3 Mediabestedingen

Bij de organisatie van een evenement kan de media ook zorgen voor economische effecten. Er bestaat aandacht voor het evenement en die aandacht zou er niet zijn wanneer het evenement niet georganiseerd zou zijn. Ook hierdoor ontstaan additionele bestedingen. De Nationale Budodag is in 2014 voor de tweede keer georganiseerd. Het is een eendaags evenement zonder grote internationale uitstraling. De extra impact is niet met voldoende betrouwbaarheid in te schatten en daarom wordt deze post in de tabel als 'Pro Memorie' neergezet.



4.3.4 Samenvatting economische impact

Om de totale economische impact van het evenement te bepalen worden alle bedragen in een tabel gezet. In tabel 4.8 is een overzicht toegevoegd.

Overzicht economische impact	
Bezoekersbestedingen	€ 16.647,31
Overnachting bestedingen	€ 844,09
Organisatorische bestedingen (netto)	€ 11.488
Mediabestedingen	PM
Totaal	€ 28.979,40

Tabel 4.8 Overzicht economische impact Nationale Budodag

De totale economische impact is positief. Dit komt onder andere doordat de organisatie veel van haar uitgaven binnen de provincie Gelderland heeft gedaan. Daarnaast is meer dan twee derde van de bezoekers woonachtig buiten Gelderland. Een groot deel van deze bestedingen hadden niet in de provincie plaatsgevonden als het evenement niet hier was georganiseerd.



4.4 Relatie bezoekmotief en economische impact Nationale Budodag 2014

In hoofdstuk 4.2 is in de eerste paragraaf per stelling aangegeven in hoeverre de bezoekers van de Nationale Budodag het ermee eens of oneens zijn bij het bezoeken van de Nationale Budodag. In de paragraaf daaropvolgend zijn op basis van deze gegevens de respondenten in groepen verdeeld. In figuur 4.5 in paragraaf 4.2.2 is de verdeling van de respondenten naar primair bezoekmotief weergegeven. Hieruit blijkt dat de respondenten voornamelijk het evenement bezoeken vanwege de intellectuele en competentie motieven. Op basis van deze gegevens is er gesegmenteerd naar geslacht, leeftijd en provincie. Naast deze segmentatie is het ook mogelijk om te kijken naar de bestedingen van de respondenten per primair motiefgroep.

Eerder in dit rapport is er onderzoek gedaan naar de economische impact van de Nationale Budodag voor de lokale economie, in dit geval de provincie Gelderland. Hier is gekeken naar wat de additionele bezoekersbestedingen en organisatorische bestedingen zijn. De uitkomst van de economische impact betreft bijna 29.000 euro en dit getal is positief.

De bezoekmotieven en economische impact van de Nationale Budodag zijn apart beoordeeld. De vraag is of er ook een verband kan worden gelegd tussen deze twee begrippen. Uit het theoretisch kader is geen model naar voren gekomen die deze twee begrippen met elkaar verbindt, maar het is het wel mogelijk om verbanden te leggen.

De respondenten zijn onderverdeeld per primair bezoekmotief. Per groep zijn de bestedingen bij elkaar opgeteld en de gemiddeldes uitgerekend. In tabel 4.9 is een overzicht toegevoegd. In bijlage 11 zijn de totale uitgaven per bestedingscategorie toegevoegd.

Overzicht bezoekmotief en totale bestedingen			
	Aantal	Totaal	Gemiddeld
Intellectuele motieven	109	€ 2182,20	€ 20,02
Sociale motieven	60	€ 1706,50	€ 28,44
Competentie motieven	105	€ 1882,51	€ 17,93
Compensatie motieven	26	€ 492,50	€ 18,94

Tabel 4.9 Overzicht primair bezoekmotief en bestedingen

Zoals uit tabel 4.9 is af te lezen, hebben voornamelijk de respondenten met een sociaal bezoekmotief gemiddeld meer uitgegeven. Daaropvolgend geven de respondenten uit de groep met intellectuele motieven gemiddeld het meest uit. 35% van de respondenten, 105 personen uit het onderzoek, hebben de competentie motief als reden om de Nationale Budodag te bezoeken. Deze groep geeft gemiddeld het minst uit in en rondom het evenement. De deelnemers uit de compensatie motieven geven gemiddeld bijna negentien euro uit.



Bij het berekenen van de gemiddelde uitgaven van de bezoekers per primair bezoekmotief groep is er in tabel 4.9 geen rekening gehouden met additionele- en niet-additionele bezoekers. Van de driehonderd respondenten is 69% additioneel. De niet-additionele bezoekers zijn met de bestedingen eruit gefilterd. In tabel 4.10 zijn de overgebleven 223 respondenten weergegeven per primair motiefgroep en de gemiddelde bestedingen.

Overzicht bezoekmotief en additionele bestedingen			
	Aantal	Totaal	Gemiddeld
Intellectuele motieven	74	€ 1486,20	€ 20,08
Sociale motieven	39	€ 566,50	€ 14,53
Competentie motieven	74	€ 1419,95	€ 19,19
Compensatie motieven	19	€ 372,50	€ 19,61

Tabel 4.10 Overzicht primair bezoekmotief en additionele bestedingen

In de tabel is af te lezen dat de intellectuele en competentie motieven net als in tabel 4.9 de meeste respondenten bevatten. Deze twee groepen blijven de belangrijkste reden bij het bezoeken van de Nationale Budodag. De gemiddelde bestedingen zijn anders en het verschil wordt in tabel 4.11 weergegeven.

Verschil totale en additionele bestedingen			
	Gemiddelde bestedingen	Gemiddelde additioneel bestedingen	Verschil
Intellectuele motieven	€ 20,02	€ 20,08	€ + 0,06
Sociale motieven	€ 28,44	€ 14,53	€ - 13,91
Competentie motieven	€ 17,93	€ 19,19	€ + 1,26
Compensatie motieven	€ 18,94	€ 19,61	€ + 0,67

Tabel 4.11 Verschil totale bestedingen en additionele bestedingen

Over het algemeen is het verschil tussen de totale en additionele bestedingen minimaal. Alleen bij de sociale motieven is er een groot verschil zichtbaar. In tabel 4.9 bleek dat deze groep gemiddeld de hoogste besteding had. Nu de niet-additionele respondenten eruit zijn gehaald blijkt dat deze groep gemiddeld veel minder besteedt dan de andere groepen.

Bezoekers komen voornamelijk vanwege intellectuele en competentie motieven naar het evenement. Aan de hand van bovenstaande resultaten is af te lezen dat de respondenten die deze motieven hebben bij het bezoeken van de Nationale Budodag, gemiddeld ook rond de twintig euro uitgeven.



5. Conclusie



5.1 Conclusie

Eind maart van dit jaar heeft de Judo Bond Nederland de tweede editie van de Nationale Budodag georganiseerd. De voornaamste reden voor bezoekers om dit evenement te bezoeken is om de kennis uit te breiden en om nieuwe dingen te ontdekken. Daarnaast bezoeken ze het evenement om actief bezig te zijn en om de vaardigheden en het vermogen te verbeteren. De bezoekers van de Nationale Budodag zijn op basis van de antwoorden op de stellingen verdeeld naar primair bezoekmotief en hieruit blijkt dat bezoekers voornamelijk vanwege intellectuele en competentie motieven het evenement bezoeken. Sociale motieven worden ook vaak genoemd, echter wel in mindere mate dan eerder genoemde motieven. De economische impact voor de lokale economie waar de Nationale Budodag heeft plaatsgevonden komt uit op bijna € 29.000,- euro en is positief. Het positieve effect is voornamelijk ontstaan doordat de organisatie veel van haar bestedingen in de provincie Gelderland heeft uitgegeven. 69% van de bezoekers is niet woonachtig in Gelderland en zou ook niet in de provincie zijn geweest als het evenement niet werd georganiseerd. Dit verklaart ook waarom de impact positief is.

De hoofdvraag van dit rapport gaat over wat de relatie tussen het bezoekmotief en de economische impact bij de tweede editie van de Nationale Budodag is. Wanneer er wordt gekeken naar de bezoekmotieven en uitgaven van de additionele bezoekers blijkt dat mensen met een intellectueel en competentie motief gemiddeld rond de twintig euro uitgeven. Deze twee bezoekmotieven zijn de meest voorkomende redenen waarom de Nationale Budodag wordt bezocht. Er kan geconcludeerd worden dat de Judo Bond Nederland de focus van het evenement moet leggen op het opdoen van kennis en het verbeteren van vermogen voor de bezoekers. Dit zijn de voornaamste redenen waarom bezoekers het evenement bezoeken. En als de Judo Bond Nederland deze bezoekers trekt, wordt er gemiddeld ook veel uitgegeven in de lokale economie.

Om bovenstaande resultaten te bepalen heeft er voorafgaand aan het veldonderzoek deskresearch plaatsgevonden. De Nationale Budodag is een sportevenement. Om de bezoekmotieven en economische impact van dit sportevenement te bepalen, zijn deze begrippen in het theoretisch kader onderzocht. Terugkoppelend naar het kennisdoel van dit rapport is het belangrijk dat er kennis ontstaat over deze begrippen voordat er veldonderzoek wordt verricht. Op basis van de kennis kan er worden bepaald op welke manier het veldonderzoek wordt aangepakt. Door middel van literatuuronderzoek is kennis naar voren gekomen. Die vertalen hoe deze begrippen in het veld worden onderzocht. In het theoretisch kader blijkt dat het begrip bezoekmotief een reden vertaalt waarom iemand iets doet of wilt bereiken. Om deze reden te bepalen wordt er aan de hand van het Leisure Motivation Scale van Beard en Ragheb een aantal stellingen aan de bezoekers van het evenement voorgedragen. Het gaat om 24 stellingen die in vier verschillende groepen zijn in te delen : intellectueel-, sociaal-, competentie- en de compensatie motiefgroep. Er kan in de vragenlijst worden aangegeven in hoeverre de bezoekers het hiermee eens zijn.



De economische impact kan worden berekend door impact studies. Een impact studie bepaalt door middel van de bestedingen van bezoekers hoe groot de impuls van een evenement is voor de lokale economie. Belangrijk is dat deze bestedingen wel additioneel zijn. Dit wil zeggen dat de bestedingen die optreden wel een extra toevoeging moeten zijn voor de economie. Deze bestedingen treden niet op wanneer het evenement niet werd georganiseerd. Er is aan de bezoekers van de Nationale Budodag naar de bestedingen gevraagd.

In het theoretisch kader is er ook gekeken naar theorie over de relatie tussen bezoekmotief en economische impact. Hieruit is geen specifieke theorie naar voren gekomen. Om de hoofdvraag te beantwoorden worden de resultaten met elkaar in verband gebracht en gekeken of hier iets uit op te lezen is.

5.2 Discussie

Er is in dit rapport onderzoek gedaan naar bezoekmotieven en economische impact van de Nationale Budodag 2014. Dit hoofdstuk vormt een terugblik op het uitgevoerde onderzoek.

Om de bezoekmotieven van de Nationale Budodag in kaart te brengen, zijn er 24 stellingen aan de bezoekers voorgedragen. Deze stellingen zijn in vier verschillende groepen te verdelen: intellectuele, sociale, competentie en compensatie motieven. Bij de resultaten is er naar voren gekomen dat bezoekers voornamelijk het evenement bezoeken om er iets van te leren (intellectueel) en om vaardigheden te ontwikkelen (competentie). Dit zijn algemene stellingen en er is nu niet bekend wat de bezoekers willen leren of welke vaardigheden ze willen ontwikkelen. Een suggestie voor een eventueel vervolg van dit onderzoek kan zijn om de stellingen specifiekere te formuleren. Een andere optie is om per groep stellingen die over één onderwerp gaan, een toelichting te geven. Op deze manier kunnen bezoekers aangeven aan welke kennis en vaardigheden ze behoefte hebben.

Een groot deel van de bezoekers van de Nationale Budodag waren kinderen. Deze kinderen hebben de vragenlijst ingevuld, maar het merendeel heeft bij de bestedingen aangegeven niets te hebben uitgegeven. Dit is logisch, maar wellicht dat er een vragenlijst kan worden opgesteld die zowel de motieven van kinderen onderzoekt en de bestedingen van het gezin of de bestedingen die voor een kind zijn gedaan, in kaart brengt.

In de vragenlijst is er naar de bestedingen van de bezoekers gevraagd. Per bestedingscategorie was het voor de respondenten mogelijk om hier antwoord op te geven. Er is nu wel duidelijk hoeveel de respondenten hebben uitgegeven maar niet waarom de ene groep meer uitgeeft dan de andere groep. Bij een eventueel vervolgonderzoek zou hier de focus op gelegd kunnen worden.



6. Strategisch advies



6.1 Strategisch advies

De resultaten zijn verwerkt, er is antwoord gegeven op de hoofdvraag en er kunnen verschillende adviezen worden beschreven.

De focus van dit onderzoek lag voornamelijk op de bezoekmotieven en de economische impact. Daarna is de relatie tussen deze twee begrippen in kaart gebracht. Tijdens het evenement zijn observaties gedaan die worden meegenomen in de verschillende adviezen.

Het praktijkdoel van dit onderzoek dat vooraf is opgesteld was om inzicht te krijgen in de bezoekmotieven en de economische impact voor een eventueel volgende editie van de Nationale Budodag.

De hoofdvraag van dit rapport ging over de relatie tussen de bezoekmotieven en de economische impact van de Nationale Budodag. Als deze relatie wordt gelegd komt er naar voren dat de Judo Bond Nederland al goed op weg is. Maar wat kan de organisatie doen om het nog meer te verbeteren.

Bij de bezoekmotieven komt er naar voren dat de bezoekers over het algemeen het evenement bezoeken vanwege intellectuele en competentie motieven. Intellectueel staat onder andere voor het opdoen van kennis en competentie voor bijvoorbeeld het ontwikkelen van vaardigheden. Tijdens de Nationale Budodag worden er voor iedereen speciale workshops georganiseerd waar ze aan mee kunnen doen. Dit sluit aan op de motieven waarom bezoekers naar de Nationale Budodag komen. Er komt in het onderzoek nog niet duidelijk naar voren wat precies de kennis is dat de bezoekers op willen doen of welke vaardigheden ze willen ontwikkelen. Als er een volgende editie van de Nationale Budodag wordt georganiseerd luidt het advies om voorafgaand de organisatie navraag te doen bij de bezoekers wat ze graag terug willen zien bij de workshops. Een oproep zou kunnen worden geplaatst via de website en/of de sociale media. Dit is dan ook gelijk een communicatie moment naar de bezoekers en een herinnering dat ze er die dag zeker bij zijn.

De bezoekmotieven zijn ook op basis van leeftijd gesegmenteerd. Opvallend is dat de oudere generatie het evenement bezoekt vanwege sociale motieven. De jongere generatie, met name de leeftijdscategorie onder twaalf jaar, bezoekt het evenement om actief bezig te zijn en vaardigheden te ontwikkelen. Er is tijdens de Nationale Budodag geobserveerd en er stond in het programma dat er een speciaal café was voor veteranen. Dit was speciaal voor de oudere generatie. Het programma van de jongste generatie stond voornamelijk in het teken van het spelen van spelletjes. De Judo Bond Nederland zou er voor kunnen kiezen om behalve de spelletjes ook elementen toe te voegen waarmee specifieke vaardigheden worden geleerd. Als hierin een combinatie wordt gemaakt blijft het leuk voor kinderen en steken ze er daarnaast ook iets van op.



Er zijn 1.313 bezoekers naar de Nationale Budodag gekomen en gemiddeld geven de meeste bezoekers rond de €20,00 euro in de provincie Gelderland uit. De economische impact van het evenement is positief maar zou natuurlijk altijd groter kunnen worden. Door de observaties is er bekend dat de organisatie het maximum aan bezoekers zo goed als heeft bereikt, zeker als ze de kwaliteit willen waarborgen. Om ervoor te zorgen dat het evenement positieve effecten blijft hebben op de lokale economie is het belangrijk dat de organisatie de focus legt op de bezoekers die wegens intellectuele en competentie motieven het evenement bezoeken. Deze bezoekers geven rond de €20,00 euro uit. Op deze manier richt de organisatie zich op de wensen van de bezoekers en krijgen ze er een positief economisch effect voor terug.

Samenvattend zijn er drie adviezen voor de Judo Bond Nederland opgesteld. Allereerst is een advies om voor de volgende editie nader onderzoek te doen bij de leden. Dit onderzoek legt de focus op de kennis en vaardigheden die de bezoekers op willen doen. Het tweede advies is om het programma voor de leeftijdscategorie onder twaalf jaar aan te passen. Afgelopen editie waren er voor deze kinderen spelletjes georganiseerd. De behoefte is om ook vaardigheden te leren en hier zou een koppeling tussen gemaakt kunnen worden. Het derde en daarmee laatste advies is dat de organisatie van het evenement de focus nog meer kan leggen op de bezoekers die vanwege intellectuele en competentie motieven het evenement bezoeken. Gemiddeld geven deze bezoekers €20,00 euro uit.





Bronnenlijst

- 123 Management (2010). *Klassieke motivatie theorieën: Maslow, Herzberg, Covey*. Geraadpleegd op 14 maart 2014, http://123management.nl/0/040_mensen/a400_mensen_19_motivatatie_klassiek.html
- Alles over Marktonderzoek (2014). *Steekproefcalculator*. Geraadpleegd op 21 maart 2014, www.allesovermarktonderzoek.nl/steekproef-algemeen/steekproefcalculator
- Bakker, P. (persoonlijke communicatie, 22 april 2014). *Cijfers en getallen Nationale Budodag 2014*. (F. Sniijders, Interviewer)
- Beard, J. C. & Ragheb, M. G. (2002). *Motives, behaviours, body and mind*. The tourist experience, 2(2), p. 34-54. Ontleend aan Cengage Learning EMEA.
- Bethlehem, J. (2014). *Betrouwbaarheidsinterval berekenen*. Geraadpleegd op 20 mei 2014, <http://www.survey-onderzoek.nl/estimation.html>
- Herzberg, F. (1987). *One More Time: How Do You Motivate Employees?* Boston: Harvard Business Review, p. 88-96.
- Holtus, R. (2005). *Topsport in uw stad?* Tilburg: Universiteit van Tilburg, p. 9-18.
- Hoyer, W. D. & MacInnis, D. J. (2009). *Consumer Behavior*. Cengage Learning WebTutor. 5, p. 47-49.
- Judo Bond Nederland. (2013). *Meerjarenbeleidsplan 2013-2016*. Nieuwegein: Judo Bond Nederland, p. 8-30.
- Judo Bond Nederland. (2014, Januari 22). *Nationale Budodag*. Geraadpleegd op 5 februari 2014, http://www.jbn.nl/nationale+budodag/cDU1591_Nationale+Budodag.aspx
- Koeman, W. (persoonelijke communicatie, 10 februari 2014). *Organisatie Nationale Budodag 2014*. (F. Sniijders, Interviewer)
- Kuiper, G. (2008). *Basisboek Eventmanagement*. Bussum: Coutinho. 1, p. 17-25.
- Marshall, A. (2009). Introduction. *Principles of Economics*. New York: Cosimo. 8, p. 1-11.
- Maslow, A. H. (1943). *A theory of human motivation* [Elektronische versie]. Psychological Review Vol 50, 4, p. 370-396.
- Muilwijk, E. (2010, 23 september). *Segmenteren*. Geraadpleegd op 7 mei 2014, www.intemarketing.nl/marketing/basics/segmenteren
- Oldenboom, E. (1999). *Brood en spelen: de economische en maatschappelijke waardering van grote sportevenementen*. Amsterdam: Meerwaarde.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). *Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions*. New York: Contemporary Educational Psychology 25, 54-65.



Straeten, K. van der (2013). Hoe organiseer je een geslaagd evenement?
Events2 - hoe organiseer je een geslaagd evenement?. Tielt : Uitgeverij LannooCampus, 1, p. 11-14.

Stynes, D. J. (1997). *Economic impacts of tourism*. Geraadpleegd op 14 maart 2014, www.onestopmba.com/mba-download/upload/economic%20impacts%20of%20tourism.pdf

Telgen, V. (1999). *Leisure Constraints in Sport*. Geraadpleegd op 10 maart 2014, <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=93486>

Tilburg University. (sd). *Betrouwbaarheid en validiteit*. Geraadpleegd op 28 april 2014, www.tilburguniversity.edu/nl/studenten/vaardigheden/spsshelpdesk/edesk/betrouwba/

Van Dale. (2014). *Opzoeken*. Geraadpleegd op 14 maart 2014, www.vandale.nl/opzoeken?pattern=sport&lang=nn#.U0T8O_l_tto

Van Dale. (2014). *Opzoeken*. Geraadpleegd op 14 maart 2014, www.vandale.nl/opzoeken?pattern=evenement&lang=nn#.U0T89vl_tto

Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek?* Den Haag: Boom Lemma uitgevers, p. 182-203.

Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek?* Den Haag: Boom Lemma uitgevers, p. 32-91.

Woorden Nederlandse Taal . (2014). *Motief*. Geraadpleegd op 3 maart 2014, <http://www.woorden.org/woord/motief>

Woorden-Boek. (2014). *Budo*. Geraadpleegd op 3 maart 2014, <http://www.woorden-boek.nl/woord/budo>



Bijlagen

Bijlage 1: Interview Wouter Koeman

Interview Wouter Koeman

Projectleider evenementen Judo Bond Nederland

Geïnterviewd door Frederique Sniijders op 10 februari 2014

Wat is de Nationale Budodag?

Dit is een inhoudelijk en afwisselende dag voor iedereen die de budosport een warm hart toedragen. De dag staat speciaal in het teken van judo, jiu-jitsu en aikido.

Waar vindt het evenement plaats?

We organiseren het evenement in sportcentrum Papendal. Dit is ook wel het sporthart van Nederland. Dit sportcentrum is gevestigd in Arnhem.

Is er een speciale reden waarom het evenement hier wordt georganiseerd?

Het sportcentrum is gevestigd in de provincie Gelderland en vanwege de subsidie en locatie mogelijkheden is voor ons de keuze snel gemaakt om het evenement hier te organiseren.

Wat voor informatiebehoefte heeft de organisatie van de Nationale Budodag?

Mede dankzij de steun van de provincie Gelderland kunnen we als judobond dit evenement organiseren. Het kan zijn dat we in de toekomst deze subsidie niet meer ontvangen en als we inzicht hebben in wat het evenement oplevert voor de economie kunnen we wellicht aantonen dat het voor een gemeente of provincie toch interessant is om de subsidiëren. Daarnaast is het de tweede keer dat we dit evenement organiseren en we vragen ons af wat de mensen naar het evenement brengt. Het zou mooi zijn als er in kaart wordt gebracht wat ze naar het evenement brengt zodat we hier eventueel bij volgende edities op in kunnen spelen.



Bijlage 2: Sport Motivation Scale

Luc G. Pelletier, Michelle Fortier, Robert J. Vallerand, Nathalie M. Brière, Kim M. Tuson and Marc R. Blais, 1995, Journal of Sport & Exercise Psychology, 17, 35-53

Using the scale below, please indicate to what extent each of the following items corresponds to one of the reasons for which you are presently practicing your sport.

1 = does not correspond at all; 2&3 = Corresponds a little; 4 = Corresponds moderately; 5 = Corresponds a lot; 6&7 = corresponds exactly

WHY DO YOU PRACTICE YOUR SPORT ?	
1. For the pleasure I feel in living exciting experiences	15. For the satisfaction I experience while I am perfecting my abilities
2. For the pleasure it gives me to know more about the sport that I practice	16. Because people around me think it is important to be in shape.
3. I used to have good reasons for doing sport, but now I am asking myself if I should continue doing it.	17. Because it is a good way to learn lots of things which could be useful to me in other areas of my life
4. For the pleasure of discovering new training techniques	18. For the intense emotions I feel doing a sport that I like
5. I don't know anymore; I have the impression of being incapable of succeeding in this sport.	19. It is not clear to me anymore; I don't really think my place is in sport
6. Because it allows me to be well regarded by people that I know.	20. For the pleasure that I feel while executing certain difficult movements.
7. Because, in my opinion, it is one of the best ways to meet people	21. Because I would feel bad if I was not taking time to do it
8. Because I feel a lot of personal satisfaction while mastering certain difficult training techniques.	22. To show others how good I am good at my sport
9. Because it is absolutely necessary to do sports if one wants to be in shape.	23. For the pleasure that I feel while learning training techniques that I have never tried before.
10. For the prestige of being an athlete	24. Because it is one of the best ways to maintain good relationships with my friends.
11. Because it is one of the best ways I have chosen to develop other aspects of myself.	25. Because I like the feeling of being totally immersed in the activity.
12. For the pleasure I feel while improving some of my weak points.	26. Because I must do sports regularly
13. For the excitement I feel when I am really involved in the activity.	27. For the pleasure of discovering new performance strategies.
14. Because I must do sports to feel good myself.	28. I often ask myself; I can't seem to achieve the goals that I set for myself

Key for sport motivation scale-6			
Amotivation	5, 12, 17, 22	Identified Regulation	3, 8, 15, 20
External Regulation	4, 11, 19, 24	Integrated Regulation	2, 9, 13, 21
Introjected Regulation	7, 10, 16, 23	Intrinsic Motivation	1, 6, 14, 18



Bijlage 3: Leisure Motivation Scale

Leisure activities are described as non-work activities in which the individual has a free choice with no obligation to participate. These activities can be active or inactive and may include such things as sports, outdoor activities, social activities, watching television or reading. Think of your favourite leisure activities and make a short mental note of them before responding to the items. Response scale:

1 = never true; 2 = seldom true; 3 = somewhat true; 4 = often true; 5 = always true

Leisure Motivation Scale	
1 To expand my interests	25 To get a feeling of achievement
2 To seek stimulation	26 To see what my abilities are
3 To make things more meaningful for me	27 To challenge my abilities
4 To learn about things around me	28 Because I enjoy mastering things
5 To satisfy my curiosity	29 To be good in doing them
6 To explore new ideas	30 To improve my skill and ability in doing them
7 To learn about myself	31 To compete against others
8 To expand my knowledge	32 To be active
9 To discover new things	33 To develop physical skills and abilities
10 To be creative	34 To keep me in shape physically
11 To be original	35 To use my physical abilities
12 To use my imagination	36 To develop physical fitness
13 To be with others	37 To be in a calm atmosphere
14 To build friendships with others	38 To avoid crowded areas
15 To interact with others	39 To slow down
16 To develop close friendships	40 Because I like to be alone
17 To meet new and different people	41 To relax physically
18 To help others	42 To relax mentally
19 So others would think well of me doing it	43 To avoid the hustle and bustle of daily activities
20 To reveal my thoughts, feelings, or physical skills to others	44 To rest
21 To influence others	45 To relieve stress and tension
22 To be socially competent and skillful	46 To do something simple and easy
23 To gain a feeling of belonging	47 To unstructure my time
24 To gain other's respect	48 To get away from the responsibilities of everyday life

Response scale

- 1 = never true
- 2 = seldom true
- 3 = somewhat true
- 4 = often true
- 5 = always true

Subscales

- Intellectual – items 1-12
- Social – items 13-24
- Competency/Mastery – items 25-36
- Stimulus Avoidance – items 37-48



Bijlage 4: Stellingen vragenlijst Leisure Motivation Scale

Samen met een van de organisatoren van het evenement, Wouter Koeman, is nagegaan welke motieven het meest van toepassing zijn voor de Nationale Budodag 2014.

De stellingen die het meest van toepassing zijn, worden meegenomen in de vragenlijst.

Het gaat bij de Budodag voornamelijk om samen bezig zijn met de budosport, vandaar dat de stellingen over creativiteit, originaliteit en verbeelding eruit zijn gelaten. Deze zijn het minst van toepassing omdat de focus ligt op het trainen en volgen van workshops.

De bezoekers van de Nationale Budodag komen naar het evenement omdat ze een connectie hebben met de budosport. De sport betekent al veel voor deze bezoekers en daarom is de reden om de budosport nog meer betekenis te geven buiten beschouwing gelaten. De focus van de dag ligt voornamelijk op het ontdekken en doen en daarom zijn de stellingen over nieuwsgierigheid en om dingen om me heen te leren buiten beschouwing gelaten.

Stellingen vragenlijst intellectuele motieven	
1 To expand my interests	Om mijn interesses te volgen en te vergroten
2 To seek stimulation	Om de uitdaging in deze sporten te vinden
3 To explore new ideas	Om nieuwe ideeën op te doen
4 To learn about myself	Om mezelf te leren kennen
5 To expand my knowledge	Om mijn kennis uit te breiden
6 To discover new things	Om nieuwe dingen te ontdekken

De tweede groep stellingen betreft de sociale motieven. Onder de sociale motieven vallen onder andere het willen leren van anderen, het sluiten van vriendschappen of het hebben van waardering voor anderen. De bezoekers van de Nationale Budodag hebben in dit geval als motief sociaal contact met medebezoekers.

Er komen voornamelijk individuen op het evenement af en daarom is er niet voor gekozen om de optie 'om hechte vriendschappen te sluiten' mee te nemen maar alleen de optie 'om vriendschappen te sluiten'. Ook de opties om anderen te helpen, zodat anderen goed om me denken, om mijn vaardigheden naar andere bekend te maken, om anderen te beïnvloeden en om respect van anderen te krijgen worden niet meegenomen in de vragenlijst omdat die het minst van toepassing zijn.

Stellingen vragenlijst sociale motieven	
7 To be with others	Om met anderen samen te zijn
8 To build friendships with others	Om vriendschappen te sluiten
9 To interact with others	Om met anderen te communiceren
10 To meet new and different people	Om nieuwe en verschillende mensen te ontmoeten
11 To be socially competent and skillful	Om sociaal bekwaam en vaardig te zijn
12 To gain a feeling of belonging	Om een gevoel van verbondenheid te krijgen



De derde groep over bezoekersmotieven gaat over competentiemotieven. Deze motieven beschrijven het verbeteren van technische vaardigheden en voornamelijk het fysiek deel willen nemen aan een activiteit.

Het gevoel van overwinning en het opnemen tegen anderen worden niet meegenomen omdat het evenement niet competitief is. Daarnaast zijn de stellingen over om er goed in te zijn en fysieke vaardigheden niet van toepassing of komen al terug bij de andere stellingen.

Stellingen vragenlijst competentie motieven	
13 To see what my abilities are	Om te zien wat mijn vaardigheden zijn
14 To challenge my abilities	Om uitdaging in mijn vaardigheden te vinden
15 Because I enjoy mastering things	Om te genieten van het beheersen van dingen
16 To improve my skill and ability in doing them	Om mijn vaardigheid en vermogen te verbeteren door mee te doen
17 To be active	Om actief bezig te zijn
18 To develop physical skills and abilities	Om fysieke vaardigheden te ontwikkelen

De laatste groep over motieven gaat over compensatie. Deze groep omvat motivatie als aan het dagelijks leven ontsnappen en zoeken naar rust. Met rust wordt ook wel het geestelijk en lichamelijk ontspannen.

Er zijn meer dan duizend bezoekers op het evenement afgekomen en daardoor was het zeker niet rustig. Hierdoor zijn de stellingen over het bezoeken van een rustige locatie niet van toepassing op de Nationale Budodag.

Stellingen vragenlijst compensatie motieven	
19 To relax physically	Om fysiek te ontspannen
20 To relax mentally	Om mentaal te ontspannen
21 To avoid the hustle and bustle of daily activities	Om de drukte van de dagelijkse activiteiten te vermijden
22 To relieve stress and tension	Om stress en spanning te verlichten
23 To unstructure my time	Om niet met de dagelijkse tijdsplanning bezig te zijn
24 To get away from the responsibilities of everyday	Om de dagelijkse verantwoordelijkheden te ontvluchten



Bijlage 5: Mail vragenlijst

Choose E-mail type - Invitation
Choose E-mail format - Text
Sender E-mail: budodag@jbn.nl
Sender Name: Organisatie Nationale Budodag

Subject:
Vragenlijst Nationale Budodag

Hallo [FIRSTNAME] [LASTNAME],

Leuk dat u dit jaar aanwezig was bij de tweede editie van de Nationale Budodag! Wij zijn vereerd dat we ten opzichte van vorig jaar het dubbele aantal bezoekers mochten verwelkomen.

Mede dankzij de steun van de provincie Gelderland kan de Judo Bond Nederland dit evenement organiseren. De provincie Gelderland is erg benieuwd naar de bestedingen van de bezoekers. Daarnaast zijn wij ook benieuwd naar uw bezoekmotief en naar uw mening over de Nationale Budodag.

We willen u vriendelijk vragen om deze enquête in te vullen, uiteraard geheel anoniem. Klik op onderstaande link om de vragenlijst te openen:

[SURVEYLINK]

Val je onder de leeftijdscategorie -12? Vul dan samen met je ouders/verzorgers de enquête in.

De uitkomsten van deze vragenlijst zal de JBN gebruiken bij de volgende organisatie van de Nationale Budodag. Wij horen graag wat uw mening is!

Bij voorbaat dank voor het invullen!

Met vriendelijke groet,
Organisatie Nationale Budodag

Postadres: Postbus 7012 | 3430 JA Nieuwegein |
Bezoekadres: Blokhoeve 5 | 3438 LC Nieuwegein |
T [+31\(0\)30-7073640](tel:+31(0)30-7073640) | www.jbn.nl



Bijlage 6: Reminder vragenlijst

Choose E-mail type - Invitation
Choose E-mail format - Text
Sender E-mail: budodag@jbn.nl
Sender Name: Organisatie Nationale Budodag

Subject:
Reminder: Vragenlijst Nationale Budodag

Hallo [FIRSTNAME][LASTNAME],

Leuk dat u dit jaar aanwezig was bij de tweede editie van de Nationale Budodag! Wij zijn vereerd dat we ten opzichte van vorig jaar het dubbele aantal bezoekers mochten verwelkomen.

Mede dankzij de steun van de provincie Gelderland kan de Judo Bond Nederland dit evenement organiseren. De provincie Gelderland is erg benieuwd naar de bestedingen van de bezoekers. Daarnaast zijn wij ook benieuwd naar uw bezoekmotief en naar uw mening over de Nationale Budodag.

We willen u vriendelijk vragen om deze enquête in te vullen, uiteraard geheel anoniem. Klik op onderstaande link om de vragenlijst te openen:

[SURVEYLINK]

Val je onder de leeftijdscategorie -12? Vul dan samen met je ouders/verzorgers de enquête in.

De uitkomsten van deze vragenlijst zal de JBN gebruiken bij de volgende organisatie van de Nationale Budodag. Wij horen graag wat uw mening is!

Het is mogelijk om tot en met 13 april deze enquête in te vullen.

Bij voorbaat dank voor het invullen!

Met vriendelijke groet,
Organisatie Nationale Budodag

Postadres: Postbus 7012 | 3430 JA Nieuwegein |
Bezoekadres: Blokhoeve 5 | 3438 LC Nieuwegein |
T [+31\(0\)30-7073640](tel:+31(0)30-7073640) | www.jbn.nl



Bijlage 7: Vragenlijst Nationale Budodag 2014

- **INTRODUCTIETEKST** -

1. Inleiding

Leuk dat u dit jaar aanwezig was bij de tweede editie van de Nationale Budodag! Wij zijn vereerd dat we ten opzichte van vorig jaar het dubbele aantal bezoekers mochten verwelkomen.

Mede dankzij de steun van de provincie Gelderland kan de Judo Bond Nederland dit evenement organiseren. De provincie Gelderland is erg benieuwd naar de bestedingen van de bezoekers. Daarnaast zijn wij ook benieuwd naar uw bezoekmotief en naar uw mening over de Nationale Budodag.

We willen u vriendelijk vragen om deze enquête in te vullen, uiteraard geheel anoniem. Bij voorbaat dank voor het invullen!

2. Wat is op u van toepassing?

Ik heb zelf actief deelgenomen aan de Nationale Budodag.

Ik ben een ouder van een deelnemer aan de Nationale Budodag.

Bezoekmotieven

3. Heeft u vorig jaar de Nationale Budodag bezocht?

Ja

Nee (indien nee ga door naar vraag 6)

4. Wat is uw mening over deze editie ten opzichte van de vorige editie van de Nationale Budodag?

Veel leuker

Leuker

Gelijk

Minder leuk

Veel minder leuk

5. Geef een toelichting.

(open veld)

6. Inleiding bezoekmotieven

Er zijn verschillende redenen waarom men een evenement bezoekt. Hieronder zijn verschillende motieven beschreven. Geef bij onderstaande stellingen aan in hoeverre u het hiermee eens bent. Vul in wat het eerste in u opkomt.

(Geef aan op een vijfpuntsschaal in hoeverre u het hiermee eens of niet mee eens bent)

**7. Ik bezoek de Nationale Budodag om ... (deel 1)**

1 To expand my interests	Om mijn interesses te volgen en te vergroten
2 To seek stimulation	Om de uitdaging in deze sporten te vinden
3 To explore new ideas	Om nieuwe ideeën op te doen
4 To learn about myself	Om mezelf te leren kennen
5 To expand my knowledge	Om mijn kennis uit te breiden
6 To discover new things	Om nieuwe dingen te ontdekken

7 To be with others	Om met anderen samen te zijn
8 To build friendships with others	Om vriendschappen te sluiten
9 To interact with others	Om met anderen te communiceren
10 To meet new and different people	Om nieuwe en verschillende mensen te ontmoeten
11 To be socially competent and skillful	Om sociaal bekwaam en vaardig te zijn
12 To gain a feeling of belonging	Om een gevoel van verbondenheid te krijgen

8. Ik bezoek de Nationale Budodag om ... (deel 2)

13 To see what my abilities are	Om te zien wat mijn vaardigheden zijn
14 To challenge my abilities	Om uitdaging in mijn vaardigheden te vinden
15 Because I enjoy mastering things	Om te genieten van het beheersen van dingen
16 To improve my skill and ability in doing them	Om mijn vaardigheid en vermogen te verbeteren door mee te doen
17 To be active	Om actief bezig te zijn
18 To develop physical skills and abilities	Om fysieke vaardigheden te ontwikkelen

19 To relax physically	Om fysiek te ontspannen
20 To relax mentally	Om mentaal te ontspannen
21 To avoid the hustle and bustle of daily activities	Om de drukte van de dagelijkse activiteiten te vermijden
22 To relieve stress and tension	Om stress en spanning te verlichten
23 To unstructure my time	Om niet met de dagelijkse tijdsplanning bezig te zijn
24 To get away from the responsibilities of everyday	Om de dagelijkse verantwoordelijkheden te ontvluchten

9. Komt u volgend jaar weer naar de Nationale Budodag?

Ja

Nee

Weet ik niet/neutraal

10. Zou u de Nationale Budodag aanraden bij vrienden en collega's die actief zijn in de budoport?

Ja

Nee

Weet ik niet/neutraal



Economische impact/bestedingen

11. Als de Nationale Budodag 2014 niet had plaatsgevonden in de provincie Gelderland, was ik 29 maart 2014 toch in de provincie Gelderland geweest.

Waarschijnlijk wel

Waarschijnlijk niet

Weet ik niet/neutraal

12. Bent u langer in de provincie Gelderland gebleven door dit evenement? (avond, dag, meerdere dagen)

Ja

Nee (ga door naar vraag 16)

13. Inleiding vraag: Hoeveel langer bent u in de provincie Gelderland gebleven door dit evenement?

(Indien een antwoordmogelijkheid niet van toepassing is, vul '0' in)

14. Aantal uren langer: (Open veld)

15. Aantal dagen langer: (Open veld)

16. Heeft u vanwege de Nationale Budodag ergens anders dan op uw vaste woonadres overnacht?

Ja

Nee (ga door naar vraag 25)

17. Waar en hoe vaak heeft u overnacht?

(Indien een antwoordmogelijkheid niet van toepassing is, vul '0' in)

18. Aantal overnachtingen in Arnhem :

19. Aantal overnachtingen in Gelderland :

20. Aantal overnachtingen elders in Nederland :

21. Aantal overnachtingen elders buiten Nederland :

22. In welk type accommodatie heeft u overnacht?

Bij vrienden/familie/kennissen

Bed & Breakfast

Hotel 0-3 sterren

Hotel 4-5 sterren

Bungalowpark

Camping

Overig

23. Wat was de prijs van één overnachting voor het gehele gezelschap?

(Open vraag)

24. Op hoeveel personen heeft deze overnachtingprijs betrekking?

(Open vraag)

25. Wat was tijdens de Nationale Budodag op u van toepassing?

Ik doe alleen uitgaven voor mezelf

Ik betaal ook voor een ander, anderen (bijvoorbeeld gezinsleden)

Ik betaal niets, iemand anders betaalt voor mij



26. Hoeveel heeft u tijdens de Nationale Budodag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap?

- 27. Toegang evenement in sportcentrum Papendal :
- 28. Merchandising/souvenirs in sportcentrum Papendal :
- 29. Eten en drinken in sportcentrum Papendal :
- 30. Overig in sportcentrum Papendal :

- 31. Eten en drinken in provincie Gelderland :
- 32. Winkelen en boodschappen in Gelderland :
- 33. (Andere) dagattracties/recreatie in Gelderland :
- 34. Openbaar vervoer binnen Gelderland :
- 35. Parkeren en brandstof, huur fietsen in Gelderland :
- 36. Overige uitgaven in Gelderland :

37. Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

___ personen

Afsluitende vragen

38. Wat is uw geslacht?

Man
Vrouw

39. Wat is uw geboortjaar?

(Open vraag)

40. Wat is de provincie waarin u woonachtig bent?

Groningen
Friesland
Drenthe
Overijssel
Gelderland
Utrecht
Flevoland
Noord-Holland
Zuid-Holland
Zeeland
Noord-Brabant
Limburg
Ik woon niet in Nederland

41. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

Geen onderwijs
Basisonderwijs
Voortgezet onderwijs
MBO
HBO
WO
Anders



42. Wat voor rapportcijfer geeft u de Nationale Budodag 2014?

10 = uitstekend; 1=zeer slecht

- 10
- 9
- 8
- 7
- 6
- 5
- 4
- 3
- 2
- 1

43. Heeft u nog tips of suggesties die betrekking hebben op de Nationale Budodag?

Open vraag

44. Afsluiting

Klik op einde om de antwoorden in te sturen. Bedankt voor het invullen!

Hartelijk dank voor uw medewerking!



Bijlage 8: Tabellen bezoekenmotieven

<i>Tabel Intellectuele motieven</i>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Om mijn interesses te volgen en vergroten	2%	2%	18%	51%	27%
Om de uitdaging in deze sporten te vinden	4%	8%	35%	39%	14%
Om nieuwe ideeën op te doen	3%	6%	17%	49%	25%
Om mezelf te leren kennen	14%	21%	46%	15%	5%
Om mijn kennis uit te breiden	2%	1%	11%	56%	29%
Om nieuwe dingen te ontdekken	2%	2%	11%	58%	26%

<i>Tabel Sociale motieven</i>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Om met anderen samen te zijn	3%	6%	23%	46%	22%
Om vriendschappen te sluiten	8%	14%	46%	26%	6%
Om met anderen te communiceren	3%	12%	33%	40%	12%
Om nieuwe en verschillende mensen te ontmoeten	3%	11%	36%	38%	12%
Om sociaal bekwaam en vaardig te zijn	8%	10%	43%	30%	8%
Om een gevoel van verbondenheid te krijgen.	5%	9%	38%	37%	11%

<i>Tabel Competentie motieven</i>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Om te zien wat mijn vaardigheden zijn	4%	16%	35%	35%	9%
Om uitdaging in mijn vaardigheden te vinden.	3%	12%	27%	45%	12%
Om te genieten van het beheersen van dingen	3%	8%	31%	44%	15%
Om mijn vaardigheid en vermogen te verbeteren door mee te doen	2%	3%	20%	52%	23%
Om actief bezig te zijn	3%	3%	17%	47%	31%
Om fysieke vaardigheden te ontwikkelen	3%	8%	24%	42%	24%

<i>Tabel Compensatie motieven</i>	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Om fysiek te ontspannen	7%	15%	34%	33%	11%
Om mentaal te ontspannen	7%	15%	39%	28%	11%
Om de drukte van de dagelijkse activiteiten te vermijden	24%	27%	33%	11%	5%
Om stress en spanning te verlichten	23%	27%	34%	11%	5%
Om niet met de dagelijkse tijdsplanning bezig te zijn	22%	31%	31%	12%	5%
Om de dagelijkse verantwoordelijkheden te ontvluchten	39%	29%	27%	4%	2%



Bijlage 9: Tabellen segmentatie bezoekmotief

Verdeling respondenten primair bezoekmotief					
	Intellectuele motieven	Sociale motieven	Competentie motieven	Compensatie motieven	Totaal
%	36%	20%	35%	9%	100%
N	109	60	105	26	300

Segmentatie bezoekmotief geslacht				
	Intellectuele motieven	Sociale motieven	Competentie motieven	Compensatie motieven
Man	66%	72%	56%	65%
Vrouw	34%	28%	44%	35%
Totaal	100%	100%	100%	100%

Segmentatie bezoekmotief provincie					
	Intellectuele motieven	Sociale motieven	Competentie motieven	Compensatie motieven	Totaal
Drenthe	50%	17%	33%	0%	100%
Flevoland	62%	25%	13%	0%	100%
Friesland	30%	20%	40%	10%	100%
Gelderland	42%	21%	32%	5%	100%
Groningen	25%	0%	75%	0%	100%
Limburg	24%	40%	28%	8%	100%
Noord-Brabant	32%	11%	46%	11%	100%
Noord-Holland	40%	24%	24%	12%	100%
Overijssel	44%	31%	17%	8%	100%
Utrecht	33%	15%	37%	15%	100%
Zeeland	33%	15%	37%	15%	100%
Zuid-Holland	30%	15%	44%	11%	100%
Totaal	445%	219%	456%	80%	1200%

Segmentatie bezoekmotief leeftijd					
	Intellectuele motieven	Sociale motieven	Competentie motieven	Compensatie motieven	Totaal
1939 of eerder	0%	0%	0%	0%	0%
1940-1949	1%	8%	1%	0%	10%
1950-1959	7%	12%	1%	4%	24%
1960-1969	21%	27%	9%	11%	68%
1970-1979	22%	24%	21%	27%	94%
1980-1989	9%	3%	3%	8%	23%
1990-1999	9%	13%	27%	35%	84%
2000-2009	31%	13%	38%	15%	97%
2010 en later	0%	0%	0%	0%	0%
Totaal	100%	100%	100%	100%	400%



Bijlage 10: Interview Pascal Bakker

Interview Pascal Bakker

Projectmedewerker Marketing en Communicatie Judo Bond Nederland

Geïnterviewd door Frederique Sniijders op 22 april 2014

Hoeveel mensen hebben de Nationale Budodag bezocht?

In totaal zijn er 1.313 personen naar het evenement gekomen. Hiervan zijn 287 kinderen in de leeftijdscategorie -12 jaar samen met 215 ouders/begeleiders. Bij de leeftijdscategorie -15 waren er 206 kinderen aanwezig samen met 126 ouders/begeleiders. Bij de -18 groep waren 74 recreanten samen met 30 ouders en 98 wedstrijdjudoka's met 43 ouders. Er was ook nog een aparte groep volwassenen aanwezig bestaande uit 185 personen en veteranen met negentien deelnemers. Er was ook een speciaal programma voor (verstandelijk) gehandicapte judoka's. Hiervan waren veertien deelnemers aanwezig en twaalf ouders. Als laatst waren er ook nog vier mensen aanwezig namens een club uit Gelderland.

Hoeveel zijn de totale inkomsten van de Nationale Budodag?

We hebben in totaal aan 14.000 euro aan inschrijfgelden ontvangen. Daarnaast hebben we ook een subsidie van 30.250 ontvangen van de provincie Gelderland. De rest komt uit eigen middelen.

Wat zijn de totale uitgaven van de Nationale Budodag?

In totaal is er 56.241 euro voor de organisatie van dit evenement uitgegeven. Hiervan is 45.378 euro in het bedrijfsleven in Gelderland uitgegeven.



Bijlage 11: Verdeling primair bezoekmotief en totale besteding

Totaal bestedingen intellectuele motieven (109)	
Merchandise	€ 151,00
Eten en drinken in sportcentrum Papendal	€ 371,00
Overig in sportcentrum Papendal	€ 15,00
Eten en drinken in provincie Gelderland	€ 413,00
Winkelen en boodschappen in Gelderland	€ 425,00
(Andere) dag attracties/recreatie in Gelderland	€ 1,00
Openbaar vervoer binnen Gelderland	€ 0,00
Parkeren en brandstof, huur fietsen in Gelderland	€ 806,20
Overig in provincie Gelderland	€ 0,00
Totaal	€ 2182,20

Gemiddeld 20,02 euro

Totaal bestedingen sociale motieven (60)	
Merchandise	€ 500,00
Eten en drinken in sportcentrum Papendal	€ 190,00
Overig in sportcentrum Papendal	€ 20,00
Eten en drinken in provincie Gelderland	€ 394,00
Winkelen en boodschappen in Gelderland	€ 210,00
(Andere) dag attracties/recreatie in Gelderland	€ 38,00
Openbaar vervoer binnen Gelderland	€ 13,50
Parkeren en brandstof, huur fietsen in Gelderland	€ 285,00
Overig in provincie Gelderland	€ 56,00
Totaal	€ 1706,5

Gemiddeld 28,44 euro

Totaal bestedingen competentie motieven (105)	
Merchandise	€ 53,00
Eten en drinken in sportcentrum Papendal	€ 371,50
Overig in sportcentrum Papendal	€ 26,00
Eten en drinken in provincie Gelderland	€ 551,00
Winkelen en boodschappen in Gelderland	€ 235,64
(Andere) dag attracties/recreatie in Gelderland	€ 0,00
Openbaar vervoer binnen Gelderland	€ 18,56
Parkeren en brandstof, huur fietsen in Gelderland	€ 618,00
Overig in provincie Gelderland	€ 8,80
Totaal	€ 1882,51

Gemiddeld 17,93 euro

Totaal bestedingen compensatie motieven (26)	
Merchandise	€ 70,00
Eten en drinken in sportcentrum Papendal	€ 103,50
Overig in sportcentrum Papendal	€ 00,00
Eten en drinken in provincie Gelderland	€ 40,00
Winkelen en boodschappen in Gelderland	€ 0,00
(Andere) dag attracties/recreatie in Gelderland	€ 0,00
Openbaar vervoer binnen Gelderland	€ 5,00
Parkeren en brandstof, huur fietsen in Gelderland	€ 240,00
Overig in provincie Gelderland	€ 34,00
Totaal	€ 492,50

gemiddeld 18,49 euro



Bijlage 12: Verdeling primair bezoekmotief en totale additionele besteding

Totaal bestedingen intellectuele motieven (74)	
Merchandise	€ 101,00
Eten en drinken in sportcentrum Papendal	€ 276,00
Overig in sportcentrum Papendal	€ 0,00
Eten en drinken in provincie Gelderland	€ 298,00
Winkelen en boodschappen in Gelderland	€ 300,00
(Andere) dag attracties/recreatie in Gelderland	€ 0,00
Openbaar vervoer binnen Gelderland	€ 0,00
Parkeren en brandstof, huur fietsen in Gelderland	€ 511,20
Overig in provincie Gelderland	€ 0,00
Totaal	€ 1486,20

Gemiddeld 20,08 euro

Totaal bestedingen sociale motieven (39)	
Merchandise	€ 30,00
Eten en drinken in sportcentrum Papendal	€ 126,00
Overig in sportcentrum Papendal	€ 0,00
Eten en drinken in provincie Gelderland	€ 182,00
Winkelen en boodschappen in Gelderland	€ 15,00
(Andere) dag attracties/recreatie in Gelderland	€ 0,00
Openbaar vervoer binnen Gelderland	€ 13,50
Parkeren en brandstof, huur fietsen in Gelderland	€ 200,00
Overig in provincie Gelderland	€ 0,00
Totaal	€ 566,5

Gemiddeld 14,53 euro

Totaal bestedingen competentie motieven (74)	
Merchandise	€ 35,00
Eten en drinken in sportcentrum Papendal	€ 326,50
Overig in sportcentrum Papendal	€ 20,00
Eten en drinken in provincie Gelderland	€ 392,00
Winkelen en boodschappen in Gelderland	€ 192,65
(Andere) dag attracties/recreatie in Gelderland	€ 0,00
Openbaar vervoer binnen Gelderland	€ 0,00
Parkeren en brandstof, huur fietsen in Gelderland	€ 445,00
Overig in provincie Gelderland	€ 8,80
Totaal	€ 1419,95

Gemiddeld 19,19 euro

Totaal bestedingen compensatie motieven (19)	
Merchandise	€ 30,00
Eten en drinken in sportcentrum Papendal	€ 63,50
Overig in sportcentrum Papendal	€ 0,00
Eten en drinken in provincie Gelderland	€ 35,00
Winkelen en boodschappen in Gelderland	€ 0,00
(Andere) dag attracties/recreatie in Gelderland	€ 0,00
Openbaar vervoer binnen Gelderland	€ 5,00
Parkeren en brandstof, huur fietsen in Gelderland	€ 205,00
Overig in provincie Gelderland	€ 34,00
Totaal	€ 372,50

gemiddeld 19,61 euro