

Effecten van evenementen

De kip met de gouden eieren?

In de voorbije twee decennia zijn evenementen steeds belangrijker geworden in het stedelijk beleid. Evenementen dragen bij aan het stedelijk imago en hebben een economische 'spin-off' functie. Tegelijkertijd klinkt de roep naar verantwoording van het beleid steeds luider. Zijn evenementen wel de moeite waard om te organiseren? Als antwoord op deze vraag werden tal van effectmetingen uitgevoerd. Een samenvattend overzicht van de belangrijkste resultaten.

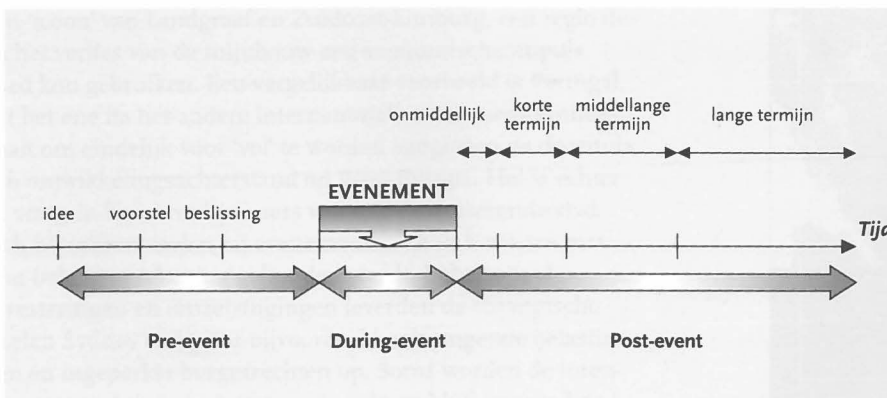
JEROEN BRYON

Het ene evenement is het andere niet. De lokale bloemencorso bijvoorbeeld, valt niet te vergelijken met de Olympische Spelen. Ze verschillen niet alleen van aard, ze hebben ook een andere impact. Bij de beschrijving van effecten van evenementen moet dan ook rekening gehouden worden met een aantal variabelen die de aard van het evenement bepalen. Je kan daarbij denken aan de vele doelstellingen die een evenement kan hebben (imagovorming, werkgelegenheid), de talrijke thema's of onderwerpen die aanleiding geven tot een evenement, de doelgroepen die het wil bereiken, de uniciteit van het evenement, de lokatie, de organisatie, de sfeer, de traditie, de spektakelwaarde, enzovoorts. De belangrijkste variabele die de effecten van het evenement zal bepalen, is de schaal van het evenement. Afhankelijk van onder andere de omvang van het budget, de tijdsduur van het evenement, het aantal bezoekers dat het aantrekt en de uitstraling ervan, zullen de effecten verschillen. Ondanks de grote verscheidenheid hebben evenementen een aantal gemeenschappelijk kenmerken. Evenementen zijn unieke, georganiseerde gebeurtenissen die gelegenheid bieden tot vrijetijdsbesteding en in beginsel voor iedereen toegankelijk zijn. Daarnaast is er sprake van ruimtelijke en temporele concentratie. Evenementen (kunnen) bestaan uit meerdere, afzonderlijke activiteiten, die allen plaatsvinden op dezelfde lokatie of in dezelfde streek. Dit is de ruimtelijke concentratie van een evenement. Temporele concentratie houdt in dat evenementen eenmalig of met een zekere regelmaat, maar niet vaker dan enkele keren per jaar in dezelfde plaats, met vooraf vastgelegde begin- en einddata georganiseerd worden. Tot slot is de bedoeling van een evenement doorgaans het vieren of het in de verf zetten van een bepaald thema.

Onderzoek

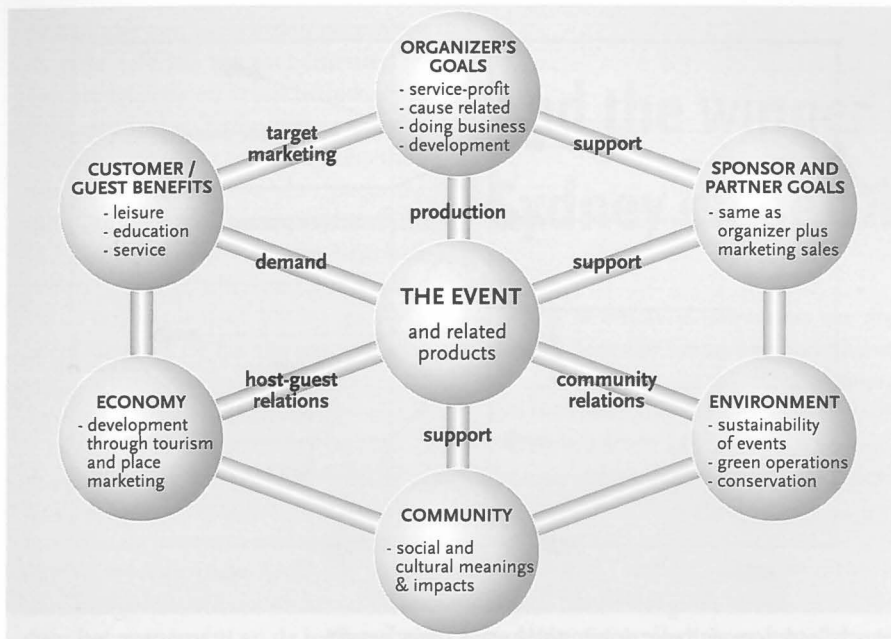
Zowel voor, tijdens als na het evenement treden er effecten op. We spreken dan over respectievelijk 'pre-event', 'during-event' en 'post-event'-effecten. De aard van de effecten is niet op alle momenten hetzelfde. De Olympische Spelen dienen hier

Procesbenadering van effecten van evenementen (Bron: auteur)



als voorbeeld. Voordat door een kandidaat-stad een bod op de Olympische Spelen wordt gedaan, ontstaat er een intensieve samenwerking tussen de lokale politieke en sportieve wereld. Tussen het moment van voorstel en de feitelijke beslissing krijgen alle kandidaat-steden heel wat media-aandacht. Nadat de beslissing uiteindelijk is gevallen, maar nog voor de eigenlijke Spelen aanvangen, zullen onder andere sponsors en de lokale overheid belangrijke investeringen doen en zo werkgelegenheid creëren. Tijdens het evenement zijn de effecten het duidelijkst merkbaar: media-aandacht, bestedingen van bezoekers, enzovoorts. Na afloop ten slotte, zullen de post-event effecten optreden, zoals naamsbekendheid van de organiserende stad en het gebruik van de permanente sportinfrastructuur. De betekenis en de interpretatie van de effecten van een evenement hangen nauw samen met een aantal parameters. Bij studies naar effecten moet aandacht worden besteed aan een viertal facetten.

Ten eerste de tijdsdimensie. Een effect beschrijft per definitie altijd 'een verandering ten opzichte van een vorige toestand'. Daarom is het belangrijk om een nulmeting uit te voeren. Daarbij peilt men de waarden van de te volgen indicatoren op een referentie- of nulmoment: een tijdstip voorafgaand aan het evenement. De meeste effectstudies starten jammer genoeg niet met een nulmeting, hoewel dit een absolute prioriteit zou moeten zijn. Het is immers de enige manier om aan te tonen of een evenement bepaalde processen of evoluties versterkt, of dat een evenement volledig verantwoordelijk is voor het optreden van die fenomenen. Ten tweede moet rekening gehouden worden met de geografische dimensie. De ruimtelijke afbakening van het gebied waarin men de effecten wil bestuderen moet altijd duidelijk aangegeven worden, en ook het schaalniveau waarop men werkt moet bekend zijn. Het studiegebied kan bijvoorbeeld een stad, een regio of een land zijn. Al naar gelang de plaats of ruimtelijke schaal kunnen (en zullen) de effecten verschillen. Het derde belangrijke aandachtspunt is het perspectief waarmee men onderzoekt. De impact van het evenement zal afhankelijk van de invalshoek verschillend worden geëvalueerd. Zo kan het evenement veel geld opleveren voor de organisator, en dus geslaagd



Het evenement in een breder kader
(Bron: auteur)

zijn. De organisator geniet op dat moment van de lusten van het evenement. Maar tegelijkertijd kan de lokale bevolking de lasten dragen, bijvoorbeeld omdat er te veel bezoekers op het evenement aanwezig waren. Het is in die zin niet zinvol om over positieve en negatieve effecten te spreken zonder expliciet naar het ingenomen standpunt te verwijzen. Tenslotte moet rekening worden gehouden met het type effect. De grote verscheidenheid aan effecten noodzaakt een opdeling in effecttypes. Grosso modo kunnen economische, toeristische, sociale, culturele, fysisch-ecologische en politieke effecten onderscheiden worden.

Geld, geld, geld

Empirische studies hebben al veelvuldig 'bewezen' hoe evenementen een financiële injectie in de lokale, regionale en soms zelfs nationale economie kunnen betekenen, zowel op korte als op langere termijn. Evenementen trekken nu eenmaal bezoekers aan, en die bezoekers geven geld uit. Bovendien investeren overheden en bedrijfsleven in permanente infrastructuur (gebouwen, wegen, enzovoorts). De bestedingen van de bezoekers en de investeringen van de publieke en private sector komen vervolgens in de regionale economie terecht. Dit zorgt vervolgens, door middel van het zogenaamde 'multiplier-effect', voor de creatie van werkgelegenheid, voor overheidsinkomsten via belastingen en voor een stijging van het regionaal inkomen. Hierdoor kan op langere termijn de levensstandaard stijgen, wat in theorie weer extra handel en industrie kan aantrekken. Algemeen

wordt aangenomen dat dergelijke effecten beperkt zijn. Toch zijn ze soms substantieel, vooral bij grootschalige evenementen zoals de Olympische Spelen. Daartegenover staat dat een deel van de inkomsten weglekt uit de regionale economie, omdat niet alle ondernemingen in handen zijn van lokale eigenaren en omdat er altijd 'externe' belangengroepen in het spel zijn, bijvoorbeeld buitenlandse werknemers. De economische impact wordt, omwille van haar meetbaarheid, dikwijls als ultiem argument gebruikt ter (politieke) verantwoording voor de organisatie van evenementen. Toch is er een belangrijke keerzijde aan de medaille: er zijn ook kosten verbonden aan het evenement. Deze zijn van een grotere omvang dan de kosten die voor de eigenlijke organisatie en het bouwen van infrastructuur gemaakt zijn. In het gebied waar het evenement georganiseerd wordt kan namelijk een verschuiving van investeringen en bestedingen optreden. Kort gezegd komt het hierop neer. Overheid en bedrijfsleven zouden misschien ook geïnvesteerd hebben in de lokale economie indien het evenement niet had plaatsgevonden, maar dan wel in andere sectoren. Ook de bezoekers aan het evenement zouden, indien het evenement niet had plaatsgevonden, geld uitgegeven hebben, maar dan aan andere zaken dan aan het evenement, bijvoorbeeld aan een boek in plaats van aan een toegangsticket. In beide gevallen is er sprake van een financiële injectie, of het evenement nu plaats had gevonden of niet. Bijgevolg moet men in de economische effecten ook steeds het alternatief in

rekening brengen. Daarom ook dat veel er moet worden gesproken in termen van additionele bestedingen en additionele investeringen in plaats van bestedingen en investeringen 'tout court'. Met andere woorden, het komt er in de eerste plaats op aan om een antwoord te formuleren op de vraag wat het evenement op het vlak van bestedingen en investeringen nu werkelijk toevoegt aan de regionale economie.

Daarnaast kan een aantal economische effecten optreden die nadelig zijn voor de lokale gemeenschap. Het is bijvoorbeeld niet ondenkbaar dat door de aantrekking van kapitaalkrachtige bezoekers lokale prijsstijgingen van dagelijkse goederen optreden. Dit kan een tijdelijk fenomeen zijn, maar het kan zich ook op langere termijn manifesteren doordat de prijzen nadien niet meer dalen. Daarnaast kan het evenement ook een versterkende rol spelen in de functieverandering van de stad. Zo kan de organisatie van een Europese Culturele Hoofdstad de toeristische sector extra stimuleren, door middel van investeringen in bijvoorbeeld nieuwe souvenirwinkels of hotels. Doordat deze sector kapitaalkrachtiger is dan de modale burger, is deze in staat om voorpanden in de stad hogere prijzen te betalen. Hierdoor kan de prijs van onroerend goed stijgen, met vastgoed-speculatie en leegstand als uiteindelijk resultaat. Op die manier kan het evenement een proces op gang brengen of versterken, waarbij een verstoring van het evenwicht in stedelijke functies en ruimtegebruik ontstaat.

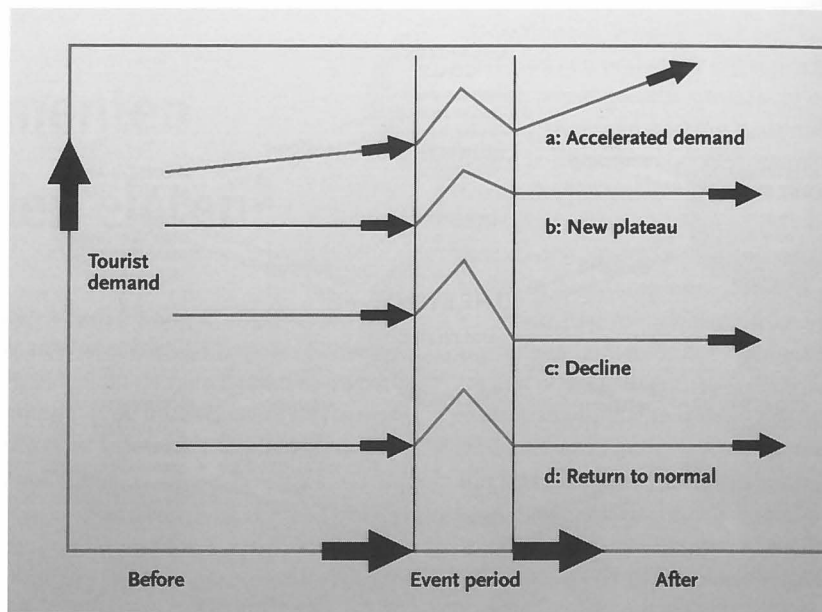
Imago?

Heel wat evenementen worden georganiseerd om toeristen aan te trekken en zo het toerisme in de regio een extra stimulant te geven. In vergelijking met de periode voor het evenement, ligt het aantal toeristen nadien heel vaak hoger. Er zijn echter meerdere scenario's denkbaar. Na het evenement kan het aantal toeristen op een hoger, constant niveau gekomen zijn dan voorheen, maar ook op een hoger en toenemend niveau, op hetzelfde niveau en zelfs op een lager niveau. Een slechte organisatie of minder controleerbare effecten zoals de rellen in Franse steden tijdens het WK voetbal in 1998, kunnen het imago schade

toebrengen, wat een daling ten opzichte van het referentie- of nulmoment kan veroorzaken. Het is trouwens niet zo dat bij elk evenement de 'piek' aan toeristen zich tijdens de periode van het evenement voordoet. De hotels in Brugge bijvoorbeeld, spreken over een lagere bezetting tijdens het EK voetbal 2000 in vergelijking met andere jaren. Ze wijten dit volledig aan het wegblijven van de 'reguliere' toerist, precies uit schrik voor supportersrellen. Er treedt in dat geval dus zowel een tijdelijke verschuiving, als een kortstondige daling op in de toeristische vraag.

Een herpositionering van het imago is een van de hoofdmotieven om een evenement te organiseren. Een evenement kan immers heel wat gratis publiciteit genereren in de binnen- en buitenlandse pers. Zo krijgen de Europese Culturele Hoofdsteden, onder andere Rotterdam dit jaar, in ieder dag- en weekblad, maar ook op radio en televisie, heel wat aandacht toegemeten. Een ander voorbeeld is Brugge. Heel Europa kreeg in 2000 tijdens de rechtstreekse uitzending van de spectaculaire EK-match Joegoslavië-Spanje in Brugge, beelden voorgeschoteld van deze historische stad. Onder normale omstandigheden zijn dergelijke vormen van publiciteit onbetaalbaar voor een kleine stad als Brugge. Bovendien wordt Brugge nu ook, vaker dan vroeger, geassocieerd met voetbal dankzij het fenomenale en spannende slot van die wedstrijd. Daarmee werd meteen de doelstelling om Brugge als hedendaagse sportstad te presenteren, bereikt.

Opdat het evenement het imago niet schaadt, komt het er vooral op aan om krachtadig, snel en efficiënt op alle mogelijke gewenste en ongewenste effecten in te spelen. Een goede anticipatie, planning en opvolging zijn daarom onontbeerlijk. Op toeristisch vlak is tevens de afbakening van de doelgroep cq. gerichte marketing noodzakelijk. Indien een regio immers al voldoende toeristen kent, mag de doelstelling niet zijn 'meer toeristen aantrekken'. Daarentegen kan het evenement een aantal andere toeristische voordelen voor de regio opleveren, op voorwaarde dat op de juiste doelgroepen wordt gemikt. Je kunt daarbij denken aan een verlenging van de gemiddelde verblijfsduur van de toerist, het aantrekken van toeristen die meer besteden, het stimuleren van bijkomende bezoeken aan



Verschillende scenario's voor de toeristische vraag (Bron: auteur)

andere steden en regio's, het stimuleren van herhalingsbezoek en een verlenging van het toeristisch seizoen, mits voor een goede timing gezorgd wordt.

Levend ≠ leefbaar

Evenementen betekenen vaak een nieuwe sociale, culturele en soms zelfs politieke dynamiek in een gemeenschap. Glasgow, Europese Culturele Hoofdstad in 1990, kende een sociale en culturele 'revival', waarbij een grotere culturele betrokkenheid en participatie onder de bevolking ontstond. Voorheen woog het zware industriële verleden heel sterk op deze stad. Met een vernieuwing en uitbreiding van het culturele aanbod en het ontstaan van nieuwe culturele en andere netwerken, waarbij allerhande samenwerking tussen organisaties en overheden optrad, veranderde dit echter ingrijpend. De slogan 'Glasgow, miles better' betekende ook een kentering in het gemeenschapsgevoel. Glasgow kreeg een nieuwe identiteit waar de inwoners trots op konden zijn. Zo ontstond een heuse 'civic pride'. Toch moet ook hier uitkijken en niet meteen de loftrumpet geschald worden. Er is soms niet zo heel veel nodig om de sociale draagkracht te overschrijden. Zo kan de leefbaarheid van bepaalde wijken tijdelijk in het gedrang komen wanneer er teveel bezoekers op het evenement afkomen. Maar ook als gevolg van een toename van vandalisme, openbaar dronkenschap en criminaliteit (bijvoorbeeld door hooligans bij sportwedstrijden) kan dat gebeuren. Op langere termijn kan dit bij de lokale bewoner lei-

den tot een defensieve, zelfs vijandige houding tegenover bezoekers. Bovendien dreigt het gevaar van commercialisering van het culturele erfgoed en de lokale traditie indien het evenement zich te veel op de toerist oriënteert. Deze trend wordt 'tourismification' genoemd. Het is in deze context dat een op het eerste gezicht onschuldig toename van souvenir- en hotdogverkoop, toch als bedreigend worden gezien door de lokale gemeenschap. Ook de fysieke omgeving ondervindt de gevolgen van het evenement. Voor grote evenementen gaan gepaard met het bouwen van nieuwe infrastructuur variërend van de aanleg van nieuwe voetgangerspaden tot een groot ontspanningscomplex als de Gelredor in Arnhem. Heel vaak zijn evenementen een stimulans om de toegankelijkheid en bereikbaarheid van de regio te verbeteren, met nieuwe bewegwijzering voorbeeld, en om de kwaliteit van de leefomgeving op te waarderen, door de heraanleg van bloemperken, stratenpleinen. Deze voor de gemeenschap vaak positieve effecten worden meestal pas op langere termijn gewaardeerd. Niettemin wordt dikwijls een aantal negatieve gevolgen vastgesteld die voor de lokale gemeenschap nadelig zijn, zoals verkeerscongestie, toenemende vervuiling door zwerfafval en uitlaatgassen, lawaai, hinder, enzovoorts. Het is dus niet ondenkbaar dat in bepaalde gevallen de fysisch-ecologische draagkracht tijdelijk wordt overschreden, enkel en alleen als gevolg van het evenement.

Er kan niet zomaar worden gesproken over 'de' effecten van evenementen. Een analytische en kritische blik is altijd noodzakelijk. De impact kan aanzienlijk zijn, zeker bij grote evenementen. De bestedingen van het toegenomen aantal bezoekers en de investeringen van bedrijfsleven en overheid betekenen in veel gevallen een injectie in de lokale economie. Ook het imago, de beeldvorming, de fysieke omgeving en zelfs de sociaal-culturele identiteit van de regio kunnen veranderen door een evenement. Toch legt de kip ook minder gouden eieren. De economische baten kunnen, indien de alternatieven in rekening worden gebracht, lager zijn dan oorspronkelijk gedacht, het regionale imago kan schade ondervinden door het evenement en de leefbaarheid kan onder druk komen te staan. Precies daarom is een goede procesplanning, inclusief anticipatie en 'follow-up', waarbij rekening wordt gehouden met alle mogelijke gewenste en ongewenste effecten, een absolute prioriteit.

Jeroen Bryon is assistent aan het Instituut voor Sociale en Economische Geografie aan de Katholieke Universiteit Leuven en promoveert op het onderwerp 'Management van toeristische effecten in historische steden: instrumenten voor toeristische impactmeting'.

Literatuurselectie

Andersson, T.D. (1999) Impact analysis of events from an economic point of view. In: Andersson, T.D. et al. (eds.) *The impacts of mega events. Östersund: ETOUR*, pp.37-46.

Dwyer, L. et al. (2000) A framework for assessing 'tangible' and 'intangible' impacts of events and conventions, in: *Event Management*, pp. 175-189.

Getz, D. (1997) *Event management & event tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.

Getz, D. (1999) The impacts of mega events on tourism: strategies for destinations. In: Andersson, T.D. et al. (eds.) *The impacts of mega events. Östersund: ETOUR*, pp.5-32.

Jókovi, E.M. (1996) *Inkomen en uitgaan: over economische effecten van vrijetijd voor stedelijke ontwikkeling*. Tilburg: Tilburg University Press.

Toerisme Vlaanderen (1998) *Een evenementenfonds voor Vlaanderen?* Brussel: Toerisme Vlaanderen.

And the winner is...

Sydney en de Olympische Spelen

Hoe bepaal je het succes van grote internationale evenementen als een Formule 1-race, een kunstbiënnale, of een internationaal filmfestival? Criteria hiervoor zijn divers: de economische invloed op een stad, de bevordering van het internationale profiel of de invloed van het evenement op de levenskwaliteit van de inwoners van de organiserende stad. Sydney ging in het jaar 2000 voor het ultieme internationale evenement. Een evaluatie van de Olympische Spelen.

JOHN GRECH

Iedere benadering om het succes van een evenement te bepalen heeft haar voor- en nadelen. Een volledige evaluatie zou elk aspect moeten behandelen. Dit ligt echter ver buiten het bestek van dit artikel. Het onderstaande is niettemin een poging om een overkoepelend beeld te geven dat deels berust op persoonlijke gesprekken en indrukken. Hoewel sommige lezers dit artikel misschien te fragmentarisch of eclecticisch zullen vinden, zullen anderen er wellicht een kern van waarheid in herkennen die voortkomt uit hun professionele, intellectuele of zelfs persoonlijke ervaring.

Economisch succes

Een economische analyse van een evenement als de Olympische Spelen levert kwantitatieve cijfers op die een dergelijke analyse een zekere objectiviteit geven en, mits geloofwaardig uitgevoerd, zelfs een zekere onafhankelijkheid verlenen. In economische zin zijn de Olympische Spelen van Sydney een succes geworden. De investeringen in de stad, zowel door overheid als bedrijfsleven, stegen in de aanloop naar de Olympische Spelen tot grote hoogten. Bovendien vond de voorspelde post-olympische recessie niet plaats. Dat de Olympische Spelen werkelijk een economisch succes zijn geworden blijkt uit het volgende voorbeeld. Enkele maanden voorafgaand aan de Olympische Spelen werd een nieuw btw-tarief ingevoerd. De gevolgen hiervan zijn pas na negen maanden in de vorm van economische stagnatie voelbaar. De Olympische Spelen hebben dus volledig compenserend gewerkt. Echter, wie verder kijkt en zich afvraagt wie dan precies geprofiteerd heeft van deze welvaart kan concluderen dat de grote aannemersbedrijven en de 'mediatycoons' de grote winnaars zijn. Wat de economische opleving voor de 'gewone' Australiër heeft opgeleverd, is moeilijk te bepalen. Dat het 'Stadium Australia', het uit private middelen gefinancierde centrale Olympische complex, zes maanden na de Olympische Spelen op de rand van het faillissement staat is veel makkelijker vast te stellen. De federale overheid zou, gesteund door de belastingbetalers van New South Wales, nog jaren in het complex moeten blijven investeren om het vertrouwen van de 'gewone' Australiërs, die het complex door middel van aandelenuitgifte gefinancierd hebben, te behouden. Deze situatie staat in schril contrast met het Sydney Opera House. Ook een gebouw dat enorm hoge constructiekosten met zich meebracht, maar dat zichzelf al vier keer had terugverdiend nog voordat de eerste noot gespeeld was. De lering die hieruit getrokken kan worden is dat, tenzij er om de openbare gelden te beschermen zorgvuldig is onderhandeld over de contracten, grote privaat gefinancierde projecten als sportfaciliteiten, transportfaciliteiten, wegen, gevangenissen, ziekenhuizen en scholen uiteindelijk meer geld kosten dan oorspronkelijk werd gedacht. Gelden die door de belastingbetaler opgebracht moeten worden.

Internationaal profiel

Sommigen zullen beargumenteren dat de voordelen van een evenement als de Olympische Spelen niet gemeten kunnen worden in geld alleen. Dat de Olym-