

De legacy van de wereldkampioenschappen wegwielrenner in Vlaanderen: Op zoek naar meer mensen op de fiets

Derom, Inge; De Backer, Laurens; Deelen, Ineke; Van Eekeren, Frank

Published in:
Sport & Strategie: Editie Vlaanderen

Publication date:
2022

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Derom, I., De Backer, L., Deelen, I., & Van Eekeren, F. (2022). De legacy van de wereldkampioenschappen wegwielrenner in Vlaanderen: Op zoek naar meer mensen op de fiets. *Sport & Strategie: Editie Vlaanderen*, 9(1), 20-21.

Copyright

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form, without the prior written permission of the author(s) or other rights holders to whom publication rights have been transferred, unless permitted by a license attached to the publication (a Creative Commons license or other), or unless exceptions to copyright law apply.

Take down policy

If you believe that this document infringes your copyright or other rights, please contact openaccess@vub.be, with details of the nature of the infringement. We will investigate the claim and if justified, we will take the appropriate steps.

De legacy van de wereldkampioenschappen wegwielrennen in Vlaanderen

Op zoek naar meer mensen op de fiets

Van zaterdag 18 tot en met zondag 26 september 2021 was Vlaanderen de trotse gastregio van de UCI wereldkampioenschappen op de weg. Het was een feestelijke editie, temeer ook omdat de UCI en de wielersport de honderdste verjaardag vierden van het WK. Maar wat leverde de organisatie van dit evenement eigenlijk op? Wat is de maatschappelijke kortetermijnpact voor Vlaanderen en zijn inwoners, en wat zal het evenement op lange termijn opleveren? Wie zal er welke legacy creëren?

AUTEURS: INGE DEROM EN LAURENS DE BACKER (VUB), INEKE DEELEN EN FRANK VAN EEKEREN (UNIVERSITEIT UTRECHT)

Op 12 januari 2018 besliste de Vlaamse regering om het WK 2021 te kwalificeren als een aan te trekken topevenement. Vanuit het beleidsdomein Sport werd er financiering vrijgemaakt om de kandidatuur samen met de wielervederaties Belgian Cycling en Cycling Vlaanderen voor te bereiden. De rijke wielergeschiedenis van Vlaanderen werd ook symbolisch gepositioneerd in het biddossier. Op 27 september 2018 werd de organisatie toegewezen aan Vlaanderen en dit betekende de officiële start voor het lokale organisatiecomité (LOC) Flanders 2021, een partnerschap tussen Flanders Classics en Golazo. Het organiseren van het WK wielrennen vereiste een grote investering. De Vlaamse overheid droeg 13 miljoen euro bij. De gaststeden (Knokke-Heist, Brugge, Antwerpen en Leuven) investeerden samen 2,89 miljoen euro. De provincie Vlaams-Brabant leverde een bijdrage van 500.000 euro.

Onderzoek naar impact en legacy

Om de maatschappelijke waarde (zowel de kortetermijnpact als de langetermijnlegacy) van het WK 2021 te onderzoeken, voerden de Vrije Universiteit Brussel en Universiteit Utrecht een evaluatieonderzoek uit in opdracht van

EventFlanders. Er werden semigestructureerde interviews afgenomen met 45 stakeholders, die onder meer het LOC Flanders 2021, de gaststeden, EventFlanders en Sport Vlaanderen vertegenwoordigden. Er werden ook interviews afgenomen met vertegenwoordigers van Belgian Cycling, Cycling Vlaanderen en de UCI, alsook een aantal diensten van de Vlaamse overheid, vanuit het fietsbeleid, mobiliteit en andere partners. Aanvullend werden er via een gesloten vragenlijst data verzameld bij inwoners (N = 2.359) uit de vier gaststeden: Knokke-Heist, Brugge, Antwerpen en Leuven. Een aantal bevindingen worden hier kort besproken.

Ambities van de Vlaamse overheid

De Vlaamse overheid zag de toewijzing van het WK 2021 aan Vlaanderen als een katalysator om evenementen van deze grootteorde voor een eerste keer te omsluiten met een bredere strategie om maatschappelijke doelen te realiseren. Vanuit de Vlaamse overheid werd het LOC Flanders 2021 begeleid en geadviseerd door EventFlanders en Sport Vlaanderen. Ondanks de negatieve impact van COVID-19 op de planning en organisatie van activiteiten in aanloop naar het WK 2021,

is het LOC Flanders 2021 erin geslaagd om een ruim en ambitieus voortraject te realiseren, in samenwerking met de gaststeden en andere stakeholders met expertise in wielrennen en sporten in de brede zin. Het voortraject heeft met verschillende activiteiten en campagnes aandacht besteed aan maatschappelijke thema's zoals duurzaamheid (rookvrij WK 2021), sportparticipatie (Flanders 2021 Roadshow), toegankelijkheid (Para-Cycling Race) en innovatie (Innovation Hub). In het evaluatie-rapport worden verschillende activiteiten van het voortraject, alsook de leeruitkomsten ervan, beschreven.

Roadshow

De doelstelling van het voortraject was om het fietsen in Vlaanderen te promoten en inwoners uit te nodigen om deel te nemen, zowel actief als passief. In de planning en uitvoering van de Roadshow zijn de stakeholders KOERS (het museum van de wielersport in Roeselare), Cycling Vlaanderen, Sport Vlaanderen en het LOC Flanders 2021 erin geslaagd om een complementair en laagdrempelig beleevingsaanbod te creëren. Dit werd gerealiseerd door de spreiding en activatie van de Roadshow in verschillende locaties in Vlaanderen, door het beleevingsaanbod gratis aan te bieden, en door doelbewust aandacht te geven aan verschillende doelgroepen. Het WK 2021 werd letterlijk tot bij de inwoners gebracht met de KOERSbus (een ingerichte bus met honderd jaar wielergeschiedenis), Little Champions (een behendigheidsparcours voor kinderen), de fietsspecials (een kennismaking met aangepaste fietsen voor G-sporters), en de belevingstrailer (een beleevingsaanbod rond innovatieve fietsen en het virtuele fietsen). In aanloop naar het WK 2021 zorgde de Roadshow voor zichtbaarheid en promotie, niet alleen voor het evenement zelf maar ook voor de betrokken stakeholders. Inwoners die (nog) niet op de hoogte waren van het WK 2021 werden tijdens de Roadshow geïnformeerd en mogelijk gemotiveerd om de wedstrijd langs het parcours te volgen. De indirecte impact van de Roadshow situeert zich in het aantrekken van bezoekers naar het

KOERSmuseum en van jeugdleden naar Cycling Vlaanderen, die getriggerd zijn door de beleving en de informatie die ze hebben ontvangen. Het verstrekken van informatie alsook het verzamelen van gegevens zijn belangrijke processen om de indirecte impact te kunnen evalueren.

Hoge lokale waardering en beleving

De inwoners uit de gaststeden blijken positief terug te kijken op het WK 2021. Ze beoordeelden de organisatie met een gemiddeld rapportcijfer van 7,3 op 10. Daarmee scoort het WK 2021 hoger dan de Grand Départ van de Tour 2019 in Brussel, waarvan de waardering met dezelfde methodiek werd gemeten.

Ongeveer de helft van de inwoners is trots dat het WK 2021 in Vlaanderen werd georganiseerd. Net zoals de waardering stijgt het gevoel van trots naarmate inwoners meerdere interacties hadden met het evenement en/of randactiviteiten uit het voortraject.

Ongeveer vijftien procent van de bevroegde inwoners voelde zich door het WK 2021 geïnspireerd om (meer) te fietsen of te sporten/bewegen. Het organiseren van randactiviteiten en het betrekken van de bevolking werkte inspirerend. Inwoners die deelnamen aan activiteiten en/of de wedstrijd(en) live bijwoonden, gaven steeds een hogere graad van inspiratie aan. Het creëren van een laagdrempelig aanbod aan randactiviteiten in de context van een WK kan dus helpen om inwoners te inspireren om meer te fietsen en sporten/bewegen. Hierin is het belangrijk om acties lokaal voort te zetten in samenwerking met onder meer lokale (sport)verenigingen, scholen en bedrijven. Of deze inspiratie wordt omgezet in een gedragsverandering en of dit effect blijvend is, moet verder onderzocht worden.

Meer mensen op de fiets?

Longitudinale opvolging is ook belangrijk in het kader van de geplande legacy, het programma van De Grote Versnelling dat gelanceerd werd





in april 2021. De Grote Versnelling werd uitgewerkt naar het voorbeeld van de Tour de Force, op zijn beurt opgericht tijdens de voorbereidingen op de Grand Départ van de Tour 2015 in Utrecht. Het plannen en implementeren van een eventlegacy was een katalysator om overheden (Vlaamse overheid, de provincies én de lokale besturen) samen rond de tafel te brengen en beter te laten samenwerken rond fietsbeleid. Men wil de organisatie van het WK 2021 aangrijpen om inwoners frequenter de fiets te laten gebruiken als transportmiddel. De Grote Versnelling werkt fietsdeals uit met de verschillende stakeholders (overheden, kenniscentra, bedrijven, scholen, verenigingen) om het fietsen in Vlaanderen te stimuleren en om knelpunten in het fietsbeleid aan te pakken.

Men tracht het functionele fietsen nauwer te verbinden met het sportieve en recreatieve fietsen, bijvoorbeeld met de fietsdeal de Grote Verknoping in aanloop naar het WK 2021. De gekende knooppuntenroutes werden via extra bewegwijzering verbonden met lokale bedrijven uit de buurt. Zo werden mensen tijdens een recreatieve fietstocht aangemoedigd om de fietsroutes ook te gebruiken voor functionele verplaatsingen naar het werk.

Verantwoordelijkheid voor legacy

Bij de betrokken stakeholders was het niet altijd duidelijk wie exact welke rol zou opnemen in de realisatie van de legacy van het WK 2021 de komende jaren. Er was wel consensus dat het de taak is van de betrokken partijen om in de planningfase al na te denken over hoe men de legacy in de toekomst kan realiseren. Toch was er de vaststelling dat niet alle stakeholders met het realiseren van de eventlegacy aan de slag zullen gaan. De implicaties voor overheden, gaststeden en betrokken sportfederaties zijn heel verschillend van de implicaties voor de commerciële co-organisatoren van het WK 2021. De focus van Flanders Classics en Golazo zal na het WK 2021 immers vooral liggen op hun dagdagelijkse activiteiten en minder op het opvolgen van de legacy. Wel zullen beide partijen vermoedelijk ook duurzame voordelen onderwinden als gevolg

van het WK 2021, wat beschouwd kan worden als een organisatorische legacy (bijvoorbeeld de verworven kennis en expertise in verband met duurzaamheid en mobiliteit, nieuwe samenwerkingsverbanden en/of commerciële partnerships).

De geïnterviewde stakeholders kijken voor het uitdragen van de legacy van het WK 2021 vooral naar de Vlaamse overheid. Daarmee bedoelen ze instanties zoals EventFlanders (Toerisme Vlaanderen), Sport Vlaanderen en het departement Mobiliteit en Openbare Werken (MOW). Al blijft het belangrijk om dit niet alleen vanuit één standpunt te benaderen. De brede strategie – bijvoorbeeld meer mensen op de fiets – vraagt engagement en samenwerking vanuit verschillende beleidsdomeinen, inclusief Mobiliteit, Sport, Toerisme en Economie.

Er zullen in de toekomst nog andere grote evenementen georganiseerd worden in Vlaanderen. Een belangrijk aandachtspunt is om bij de aanvang van het traject aandacht te schenken aan een heldere formulering van maatschappelijke doelstellingen, en deze bij voorkeur op te stellen met alle stakeholders waarbij duidelijke rollen bepaald worden. Op die manier kan men een maximalisatie van *event leveraging* garanderen, waarbij doelstellingen uit de kandidatuur vertaald kunnen

worden naar actiepunten en verantwoordelijkheden. Het formuleren van gemeenschappelijke doelstellingen kan bijdragen tot een groter (financieel) engagement van de betrokken stakeholders en een gerichtere inzet van de middelen. ■

Deze bijdrage is gebaseerd op het recent verschenen rapport: Derom I., De Backer L., Deelen I. en Van Eekeren F. (2022). 'Maatschappelijke impact en legacy: evaluatie 2021 UCI Road World Championships'. Brussel: Vrije Universiteit Brussel – Sport & Society. Beschikbaar via: <https://saso.research.vub.be>.

KERNCIJFERS OVER DE AANWEZIGE TOESCHOUWERS OP HET WK 2021

- 33% van de bevroegde inwoners
- 45% vrouwen en 55% mannen
- Gemiddelde leeftijd: 47 jaar
- Rapportcijfer: 8/10
- 73% was al eens toeschouwer bij een wielervedstrijd

WIM LAGAE

Voetafdruk

Met zijn gouden medaille in de massastart tijdens de Olympische Winterspelen heeft burgerlijk ingenieur Bart Swings een plaatsje in het collectieve Vlaamse sportgeheugen verworven. Maar wat heeft Peking 2022 ons geleerd op het vlak van sportsponsoring?

De olympische kopgroep telt dertien sponsors: Airbnb, Alibaba group, Allianz, Atos, Bridgestone, Coca-Cola, Intel, Omega, Panasonic, P&G, Samsung, Toyota en VISA. De frisdrankreus en het betaalkaartmerk stonden aan de wieg van het selecte clubje partners in 1986. De Japanse elektronica-gigant Panasonic volgde één jaar later. Als jongste toetredster tekende Allianz verzekeringen in 2021 een achtjarig contract als Olympic Program Partner (TOP).

Procter & Gamble kwam aan boord van TOP in 2010. De consumptiemerkengigant zette de toon inzake innovatieve conversatie-, belevenis- en terugverdiensponsoring. In aanloop naar de Zomerspelen van 2012 leverde P&G een ijzersterk merkenverhaal af. De virale olympische 'Thank You, mom'-marketingcampagnes bereikten de doelgroep via een betrokken verhaal rond de kracht van sport. In die intercontinentale YouTube filmpjes communiceerde de multinational rond de olympische gedachte. De creatieve boodschap was een variatie op één en hetzelfde thema: zonder hun moeder hadden de sporters (m/v) nooit de top bereikt. Succesvolle olympische kampioenen blikken terug naar hun jeugd, waar de zorg van de mama's het verschil maakt. Het in de spotlights zetten van het moederkapitaal is eerlijke en slimme communicatie. De moeders zijn binnen huishoudens de VVA's of

de Voornaamste Verantwoordelijken voor Aankopen van de merken binnen de uiteenlopende productcategorieën.

Tijdens de eerste coronazomer verlengde P&G het TOP-sponsorcontract tot en met Los Angeles 2028. Centraal staat een nieuw sociaal gedreven partnership met aandacht voor gelijkheid, inclusie, ecologische duurzaamheid en maatschappelijke impact. In dat kader verwerft de multinational voor het eerst eveneens wereldwijde rechten van het Internationaal Paralympisch Comité en de Paralympische Spelen. P&G haakt duurzaam in op de Zomer- en Winterspelen om duurzame vooruitgang te meten en een maatschappelijke erfenis na te laten. Het Athletes for Good Fund van Procter & Gamble kadert binnen het streven naar maatschappelijke terugverdieneffecten. In aanloop naar Tokio 2021 werd wekelijks een sportbeurs verdeeld via het Athlete365-platform van het IOC. Olympische atleten die zich samen met een maatschappelijke organisatie inzetten, werden beloond voor de *return on impact*. Via het Tokio 2021 Podiumproject sensibiliseert P&G rond het verminderen van de plastic afvalberg en de ecologische voetafdruk. Multinationale ondernemingen moeten vooroplopen in de strijd tegen klimaatverandering.

De overige TOP-merken hebben gedurende het jongste decennium een vergelijkbare evolutie doorgemaakt. Maatschappelijke terugverdieneffecten verdienen meer aandacht. De sponsormatch van de toekomst tussen sponsor en rechtenhouder wordt naar een hoger niveau getild indien het samenspel tussen de elementen van de sponsormatch bewaakt wordt: merkgerichtheid, aanpassingsvermogen, transparantie, commercieel en *corporate social responsible* handelen en ten slotte holistisch denken.

Het aanpassingsvermogen van rechtenhouders en sponsors zal blijvend op de proef worden gesteld door een zich wijzigende demografische, ecologische, sociaal-economische, technologische en politieke context. Denk bijvoorbeeld aan de technologische versnellingen, economische onzekerheden in het verlengde van de coronacrisis of politieke schokken zoals de Brexit of de Oekraïne-crisis. Na de COVID-19-pandemie zullen organisaties flexibel met interne en externe schokken moeten omgaan. De ingezette maatschappelijke versnelling valt niet te stoppen. ■

Prof. dr. Wim Lagae is hoogleraar sportmarketing aan de KU Leuven (FEB Campus Antwerpen en FaBeR) en gastprofessor aan de UGent.