

Internationale impact Vierdaagse van Nijmegen wordt onderschat

22-07-2016 09:24

Vandaag wordt de laatste etappe gelopen van de 100e Vierdaagse van Nijmegen. Het is veruit het grootste wandelevenement ter wereld met dit jaar 50.000 inschrijvingen. Daarnaast worden de vierdaagsefeesten georganiseerd, die in 2015 goed waren voor nog eens ruim 1,5 miljoen bezoekers; = [grootste gratis festival van Nederland](#).

[caption id="attachment_44393" align="alignright" width="300"]



Bram Brinkman (r) geeft zijn visie op de marketing van de 4-Daagse. Robert Visser van Albron (l) geniet van het enthousiasme [caption] **Een onderschat evenement** Op de eerste dag organiseerde [Albron Leisure](#) (eten en drinken) samen met de 4-daagse organisatie een kijkje achter de schermen van dit mega-evenement. Bram Brinkman, bestuurslid van de 4-daagse en verantwoordelijk voor pr en marketing vindt dat de impact van Vierdaagse in Nederland nog wel eens wordt onderschat: "Mensen die ons evenement niet kennen, spreken nog wel eens van de avondvierdaagse. Dat is wel pijnlijk, want de Vierdaagse van Nijmegen is wel van een heel andere grootte. Wat Wimbledon is voor het tennis en de Tour de France voor het wielrennen, is de Vierdaagse van Nijmegen voor de wandelsport. Wat dat betreft hebben we nog wel wat missiewerk te verrichten." **Gezonde financiële aanpak** Brinkman is in zijn functie ook verantwoordelijk voor de sponsoring van het evenement. Naamsbekendheid en status zijn daarin natuurlijk een belangrijke basis. Gelukkig is het evenement slechts voor een klein deel afhankelijk van sponsoring. Het grootste deel van het budget komt van de inschrijving van de wandelaars. Die relatieve onafhankelijkheid van sponsors heeft ook een positieve kant. Men kan selectief zijn in de keuze van partners die mogen meedoen. De organisatie heeft dan ook gekozen voor bedrijven en organisaties die niet alleen financieel bijdragen, maar ook passen in de lijn van de doelstellingen; een gezonde leefstijl dankzij de wandelsport. Diverse sponsors/partners dragen ook actief bij aan het succes van het evenement. Zo helpt zorgverzekeraar VGZ mee aan de (medische) gezondheidsposten op de route en Albron kijkt welke voeding en drankjes de wandelaars nodig hebben om hun prestatie te kunnen verrichten. Tijdens de warme dagen wordt er een extra inspanning gedaan om voldoende waterflesjes langs het hele parcours (tot 55 km) op voorraad te hebben. [caption id="attachment_44394" align="alignright" width="300"]



de Wedren, het finishplein waar de (wilverdiende) catering de hoofdrol krijgt[/caption] Nog enkele wetenswaardigheden:

Een heel groot deel van de wandelaars logeert bij gastgezinnen. Dat gebeurt hier al jaren. In feite is dit een **voorloper van Airbnb**. De gastgezinnen ontvangen de lopers op een hele persoonlijke manier, en zorgen veelal ook voor het avondeten en een vroeg ontbijtje. Deze week is ook een **topweek voor verblijfsrecreatie** in de regio. Hotels, campings en bungalowparken zijn al maanden van tevoren volgeboekt. Daarnaast worden er ook nog diverse tijdelijke kampeerterreinen ingericht. De VVV Rijk van Nijmegen speelt een sleutelrol in het onderbrengen van gasten bij zowel particulieren als de commerciële verblijfsaccommodaties. De 100e editie van de 4-Daagse zorgt dit jaar voor extra **media-aandacht**. De NOS doet op deze laatste dag de hele dag verslag van het evenement (NPO2). Net als bij de Tour de France is dit een uitgelezen mogelijkheid om de regio in beeld te brengen bij een grote doelgroep. Ook de komst van de koning op deze laatste dag zorgt voor nog meer erkenning en publiciteit. De hele **logistieke operatie** is bijzonder complex. In de deelnemende gemeenten zijn wegafsluitingen en omleidingen noodzakelijk; foodservice, gezondheidsposten en entertainment langs de route hebben allemaal hun eigen logistiek; het wandelsportevenement vraagt om bebording en controles; en dit jaar is er ook nog eens extra aandacht voor veiligheid.

Meer informatie: www.4daagse.nl

Redactie