De hardloopstad

You run the city

Aan welke kenmerken moet het concept van een hardloopstad voldoen?



Michiel Heimgartner

Amsterdam, juni 2015

Inhoudsopgave

Voorwoord ... 6
Managementsamenvatting ... 8
Hoofdstuk 1. Inleiding ... 9
§ 1.1 Aanleiding ... 9
§ 1.2 Probleemstelling ... 9
§ 1.3 Kennisvraag ... 10
§ 1.4 Onderwerpsbenadering ... 10
§ 1.5 Onderzoeksdomein en afbakening ... 10
§ 1.6 Kennisdomein ... 11
§ 1.7 Bronnen ... 12
§ 1.8 Onderzoeksmodel en kernbegrippen ... 14
§ 1.9 Onderzoekstypen en leeswijzer ... 15
Hoofdstuk 2. Oriëntatie onderzoek ... 17
§ 2.1 Inleiding ... 17
§ 2.2 Hardlooproutes in verschillende steden ... 17
§ 2.3 Dataverkeer hardlopers in een stad ... 18
§ 2.4 Relatie stad en atletiekaccommodaties ... 19
§ 2.5 Relatie stad en atletiekbond ... 20
§ 2.6 Relatie stad en evenementen-/marketingbureaus gericht op hardlopers ... 20
§ 2.7 Social return on investment ... 21
§ 2.8 Thema ... 22
Hoofdstuk 3. Paradigma onderzoeker ... 23
§ 3.1 Inleiding ... 23
§ 3.2 Paradigma ... 23
§ 3.3 Bevindingen veldwerk ... 27
Hoofdstuk 4. Interviews ... 29
§ 4.1 Inleiding ... 29
§ 4.2 De geïnterviewde experts: ... 29
§ 4.3 Bevindingen interviews ... 29
Hoofdstuk 5. Validatie onderzoek ... 35
§ 5.1 Inleiding ... 35
§ 5.2 Validatie ... 35
Hoofdstuk 6. Analyse ... 36
§ 6.1 Inleiding ... 36

§ 6.2 Tabel analyse 36
Hoofdstuk 7. Conclusies en aanbevelingen 40
§ 7.1 Inleiding 40
§ 7.2 Conclusies 40
§ 7.3 Aanbevelingen 42
Literatuurlijst 44
Bijlagen 46

Voorwoord

Als ex-atleet, sprinter, hardlooptrainer, sportmanager en momenteel gepassioneerd recreatief hardloper, ben ik erg trots op het concept de hardloopstad. Er was nog geen concept van de hardloopstad met onderbouwing en dankzij dit onderzoek is dat er nu wel. Dit concept was er niet gekomen zonder het volgen van de opleiding Executive MBA Sportmanagement bij de Wagner Group te Groningen. Met deze studie ben ik in 2013 begonnen en eindig ik dit jaar.

Naast andere sporten en mijn werk als fitnessmanager, ligt mijn passie het meest bij hardlopen. Ik ben erachter gekomen dat ik mij hier in de toekomst mee bezig wil gaan houden als sportmanager. Het kostte dan ook geen moeite om tijd te besteden aan het onderzoek naar het concept de hardloopstad.

De hardloopstad heb ik willen ontwerpen om zoveel mogelijk hardlopers in steden een zo goed mogelijke infrastructuur aan te bieden om in hard te lopen. Niet iedere stad is hier actief mee bezig en er vinden nog te veel verschillende initiatieven plaats op dit gebied. Graag zou ik als sportmanager een stad het concept van de hardloopstad willen laten zien en laten uitvoeren. Het concept de hardloopstad is dus ontworpen voor steden en hardlopers in deze steden en/of andere belanghebbenden.

Dit concept was er niet gekomen zonder de constant scherpe feedback en begeleiding van mijn studiebegeleider Daco Woudenberg. Daarnaast het leren om conceptueel te denken en begeleiding dankzij professor en docent Philip Wagner. En als laatste redigeerbureau SCRiBBR aangezien het voor mij moeilijk is goed te schrijven. Zij hebben alle drie geholpen om dit onderzoek op het gewenste niveau te krijgen qua inhoud en taal.

Tot slot wil ik nog de directeur van mijn huidige werkgever Theo van Uden van het Universitair Sport Centrum in Amsterdam bedanken. Hij heeft mij de kans gegeven deze opleiding te mogen doen en dit zal ik nooit vergeten. Als laatste wil ik mijn lieve vriendin Kikilara Besteman bedanken. Zij heeft gedurende het onderzoek altijd begrip getoond voor het effect van studeren naast andere verplichtingen.

Michiel Heimgartner

Amsterdam, 10 juni 2015

Managementsamenvatting

Als tweedejaars Executive MBA-student Sportmanagement werd er gevraagd of we ons ergens over verwonderen om te komen tot een onderwerp voor deze thesis. In het Vondelpark in Amsterdam is het aantal hardlopers enorm. Omdat de stad hier weinig tot niet op inspeelt, ben ik tot het onderwerp van deze thesis gekomen.
Om als stad meer te doen voor deze hardlopers, is het concept van de 'hardloopstad' onderzocht. De kennisvraag voor dit onderzoek luidt: 'Aan welke kenmerken moet het concept van een hardloopstad voldoen?' Deze vraag geeft aan de hand van deelvragen aan hoe steden een hardloopstad kunnen zijn.

Door middel van een oriënterend onderzoek is er met behulp van verschillende bronnen informatie vergaard. Op dit onderzoek is sportmanagementkennis toegepast mede met behulp van een paradigma en is er veldwerk gedaan. De sportmanagementkennis is toegepast om meer diepgang in de gevonden informatie te krijgen. Daarnaast is er veldwerk verricht om de huidige hardloopbranche zo goed mogelijk in beeld te brengen. De onderzoeker heeft hierdoor vragen opgesteld over de informatie en dit verwerkt in een conceptueel model.

Door vier interviews af te nemen bij experts uit de hardloopbranche zijn er veel bevindingen over de vragen en het conceptueel model ontstaan. De onderzoeksmethoden zijn gevalideerd en de bevindingen later geanalyseerd. De onderzoeker heeft een koppeling gemaakt tussen de eerder gevonden informatie, paradigma onderzoeker, bevindingen onderzoeker en bevindingen uit interviews. Dankzij deze analyse zijn er conclusies en aanbevelingen gedaan.

De belangrijkste conclusies zijn terug te lezen in deze samenvatting. Het concept de hardloopstad is nu onderbouwd. De hardloopstad heeft in totaal tien kenmerken waaraan onder andere de infrastructuur moet voldoen. Een hardloopstad is een stad waar de politiek betrokken is met hardlopen en verder gaat dan dat. In een hardloopstad leeft het hardlopen en worden er hardloopevenementen aangeboden. Een hardloopstad biedt faciliteiten om te kunnen hardlopen en richt zich daarbij op veiligheid en gezondheid. De hardloopstad bekijkt de waarde die een hardloopstad moet opleveren voor een individu, groepen, bedrijven en overheid. Met een hardloopstad wordt waarde gecreëerd voor verschillende stakeholders.
Wanneer een stad voldoet aan de eisen van het conceptueel model van de hardloopstad en de overeenkomsten in de tabel met de analyse is de stad een hardloopstad. Wanneer een stad meer gaat aanbieden kan het ook 'De hardloopstad van het jaar worden'.

Hoofdstuk 1. Inleiding

§ 1.1 Aanleiding

Als sportmanager en fervent hardloper valt het mij op hoeveel mensen er hardlopen in de stad Amsterdam, bijvoorbeeld in het Vondelpark. Echter de infrastructuur die hardlopers gebruiken binnen de stad is niet altijd aangepast op deze groep. Met de infrastructuur bedoel ik de combinatie van alle voorzieningen en wegen binnen de stad waarvan hardlopers gebruik kunnen maken. Dus overal waar hardgelopen kan worden en er aparte voorzieningen zijn, zoals een atletiekbaan en aangegeven looplijnen binnen parken of bossen.
Als sportmanager verbaas ik mij erover dat er wel veel kennis en initiatieven zijn in de hardloopwereld, maar deze zijn onvoldoende gericht op de ongedwongen lopers. Dit zijn lopers buiten georganiseerde activiteiten om, die geen hardloopproduct afnemen en geen lidmaatschap hebben bij bijvoorbeeld een atletiekbond. Ook stadsbesturen richten zich hier weinig op.
Gezien de grootte van deze groep lopers lijkt het mij interessant voor steden hierop in te spelen. Hardlopers kunnen zo meer halen uit hun hardloopactiviteiten. Tevens kan de stad pronken met hoe zij hun infrastructuur afstemmen op deze lopers. Graag wil ik als sportmanager en onderzoeker een hardloopstad creëren die altijd kijkt naar de beste manier om de infrastructuur af te stemmen op hardlopers. Daarnaast wil ik een gedachtegoed hierbij vertegenwoordigen en of een thema. Bijvoorbeeld dat hardlopers in steden beseffen de slimste hardlopers te zijn op dat moment. Zij worden slim genoemd omdat ze hardlopen in steden die de meest doordachte infrastructuur, aangepast op hardlopers, hebben om in hard te lopen.
De doelstelling van dit onderzoek is achterhalen welke kennis er nodig is voor het concept van een hardloopstad. Dit concept kan dan geleverd worden aan steden om zich als hardloopstad te profileren.
Tot slot doe ik dit onderzoek om kennis van hardloopprofessionals te combineren en een eventueel nieuw aanbod op de markt neer te zetten, zodat steden daadwerkelijk de uitkomsten van dit onderzoek gaan uitwerken op hun infrastructuur. Naast dit alles wil ik graag een carrièreswitch maken van de fitness- naar de hardloopbranche. Om eventuele resultaten uit dit onderzoek kracht bij te zetten, ben ik al bezig geweest met websites (www.hardloopsteden.nl, www.runningcities.com, www.hardloopmanager.nl en misschien www.hardlooproutes.nl) als informatiekanaal.

§ 1.2 Probleemstelling

Vanuit de aanleiding volgt de probleemstelling:

Conceptkenmerken hardloopstad

Het probleem zit hem in de kennis die ontbreekt en argumentatie van wat de kenmerken zijn van een hardloopstad. Het onderzoek dient er dan ook voor om deze kenmerken helder te beschrijven. Gezamenlijk vormen deze kenmerken een concept. En verder wordt door middel van dit onderzoek kennis vergaard die momenteel bij steden ontbreekt om wel een hardloopstad te zijn of hardlopers te ondersteunen. Het concept dient later als handleiding voor steden om de eigen infrastructuur hierop aan te passen.

§ 1.3 Kennisvraag

Vanuit de probleemstelling staat de volgende vraag centraal:

Aan welke kenmerken moet het concept van een hardloopstad voldoen?

Om deze vraag te beantwoorden, zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. Wat is een hardloopstad?
2. Wat zijn de kenmerken?
3. Wat is het concept?
4. Hoe verhouden de kenmerken zich tot het concept en hardloopstad?

§ 1.4 Onderwerpsbenadering

Zoals eerder benoemd in de probleemstelling, is het onderwerp het definiëren en ontwerpen van een concept voor een hardloopstad. Hierbij moet de infrastructuur van een stad zo goed mogelijk aansluiten op de wensen van hardlopers.
Om tot dit concept te komen wordt er onderzocht welke kenmerken hiervoor nodig zijn. Tot slot wordt er nagedacht over een gedachtegoed voor dit concept in de vorm van een themacampagne. Dit maakt het verschil voor het krijgen van een volggroep hardlopers. ‘De hardloopstad’ is dan de merknaam.

§ 1.5 Onderzoeksdomein en afbakening

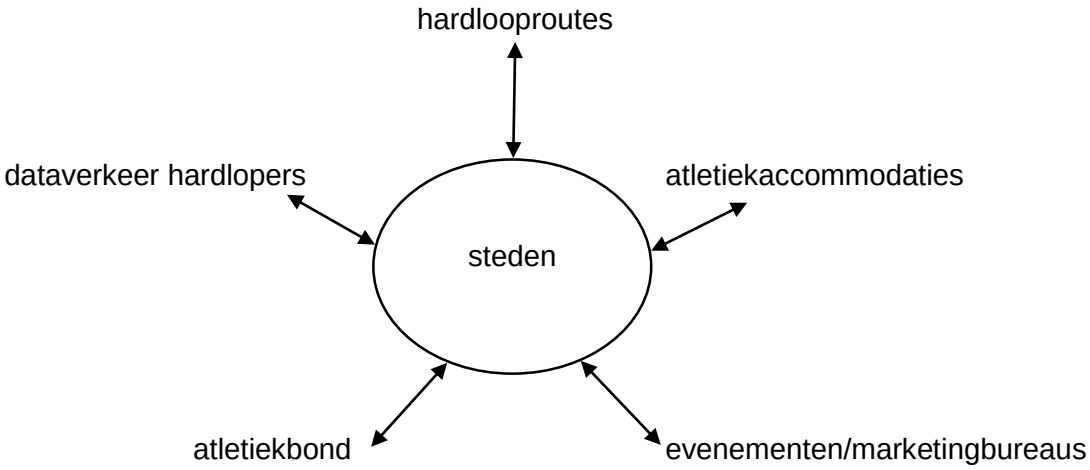
Het onderzoek wordt gedaan voor steden met hardlopers in de leeftijd vanaf zes jaar. In eerder onderzoek is dit ook als doelgroep gekozen, waardoor vergelijkingen gemaakt kunnen worden (Van Bottenburg, et al., 2006). Dit om een zo groot mogelijke volggroep te laten ontstaan in Nederland en eventueel daarbuiten. Het onderzoek van onderzoeker Van Bottenburg is als graadmeter gebruikt, omdat dit wat zegt over de hoeveelheid mensen die hardlopen in Nederland.
Daarnaast wordt er gekeken naar de volgende kenmerken die van invloed zijn op de infrastructuur van een stad:

- hardlooproutes in een stad;
- dataverkeer hardlopers in een stad;
- relatie stad en atletiekaccommodaties;
- relatie stad en atletiekbond;
- relatie stad en evenementen/marketingbureaus gericht op hardlopers.

Met behulp van voorkennis en bureauonderzoek zijn deze kenmerken tot stand gekomen. De onderzoeker heeft zelf jarenlang op recreatief en nationaal niveau hardgelopen in wedstrijden naast andere lopers. De onderzoeker heeft ook veel hardgelopen in de infrastructuur van steden tussen andere lopers. Beiden zorgen voor inzichten in waar hard te lopen en wie dit doen.
De onderzoeker heeft verder hardloopevenementen georganiseerd, hardlopers getraind en gewerkt voor een aantal hardloopbedrijven.
Op dit moment is de onderzoeker weer actief als hardloper in steden en tijdens hardloopevenementen. Als vooronderzoek is vooral op internet de hardloopbranche onder de loep genomen, om de kennis over deze branche up-to-date te hebben. In figuur 1.1 op de volgende pagina is vanuit bureauonderzoek de selectie gemaakt

welke route van de hardlopers bekeken wordt ten opzichte van de infrastructuur van steden gedurende dit onderzoek.

Figuur 1.1 Route hardlopers



In bovenstaand figuur is duidelijk gemaakt welke route hardlopers vanaf zes jaar in steden bewandelen om gebruik te maken van de infrastructuur. Er is gekozen voor deze kenmerken, omdat steden ook invloed hebben hierop. In de ogen van de onderzoeker zijn dit de belangrijkste kenmerken waar steden invloed op kunnen hebben vanuit hun eigen organisatie. Om het onderzoek af te bakenen, beperkt het zich tot deze kenmerken.
Hieronder wordt de relatie uitgelegd tussen de route van hardlopers in steden en de genoemde kenmerken uit de figuur. Hardlopers creëren hardlooproutes in steden en andersom, bijvoorbeeld in de openbare ruimte. Hardlopers kunnen hardlopen bij een atletiekaccommodatie en een atletiekaccommodatie kan hardlopers laten hardlopen. Hardlopers gebruiken dataverkeer om te hardlopen en er is mobiel dataverkeer via apps om mee te hardlopen. Hardlopers kunnen via de atletiekbond aan het hardlopen geraken en de atletiekbond creëert informatie tot hardlopen. En tot slot kunnen hardlopers meedoen aan loopevenementen of evenementen- en marketingbureaus stimuleren hardlopers met producten.
De kenmerken in figuur 1.1 voor hardlopers in steden worden verder uitgewerkt in dit onderzoek. Steden kunnen hun infrastructuur hierop optimaal afstemmen door kennisdeling- en creatie voor een zo groot mogelijke volggroep hardlopers.

§ 1.6 Kennisdomein

De benodigde kennis voor dit onderzoek wordt gehaald uit de volgende gebieden en wordt behandeld in hoofdstuk 2 en 3:

- steden: zie oriëntatieonderzoek hoofdstuk 2;
- bedrijven gericht op hardlopers: zie oriëntatieonderzoek hoofdstuk 2;
- atletiekverenigingen: zie oriëntatieonderzoek hoofdstuk 2;
- bonden: zie oriëntatieonderzoek hoofdstuk 2;
- citymarketing: zie oriëntatieonderzoek hoofdstuk 2;
- (sport)management: zie oriëntatieonderzoek hoofdstuk 2 en paradigma onderzoeker hoofdstuk 3.

Deze gebieden zijn in relatie tot de kenmerken die reeds genoemd zijn in figuur 1.1. Voor dit onderzoek zijn er vijf steden gebruikt om kennis te vergaren en te vergelijken. Er zijn een aantal professionele bedrijven die gericht zijn op hardlopers en op hun manier invloed uitoefenen op de infrastructuur van steden. Vanuit atletiekverenigingen is te zien welke samenwerkingen er bestaan met de stadsbesturen.
Daarnaast is er de sportbond die een rol speelt in de samenwerking tussen steden en hardlopers. Tevens is er een voorbeeld vanuit een andere bond om te kijken naar een thema dat een gedachtegoed vertegenwoordigt om een volggroep hardlopers te krijgen. In relatie tot het concept van de hardloopstad, is een thema bedenken om een volggroep hardlopers te krijgen in de onderwerpsbenadering al genoemd. Citymarketing wordt gebruikt om de hardloopstad onder de aandacht van de volggroep te brengen en er wordt onderzocht hoe de hardloopsteden naar de volggroep worden gecommuniceerd.
Tot slot levert het kennisgebied (sport)management meerwaarde door de kennis die in het verdere onderzoek gebruikt wordt samen te voegen, te analyseren en te creëren. Daarnaast wordt een thema bedacht voor de hardloopstad en aangegeven waarom steden in dit concept moeten investeren en wat dat opbrengt.

§ 1.7 Bronnen

De volgende bronnen worden gebruikt vanuit de kennisgebieden om dit onderzoek deels empirisch en deels met behulp van literatuur uit te voeren:

Oriënterend onderzoek:

- artikelen;
- rapporten;
- boeken;
- websites;
- stad Amsterdam (Gemeente Amsterdam, z.j.);
- stad Zwolle (SportService Zwolle, z.j.);
- stad Nijmegen (Sportservice Nijmegen, z.j.);
- stad Antwerpen (stad Antwerpen, 2014);
- stad Boston (Tourism, Sports and Entertainment, z.j.).

Empirisch onderzoek:

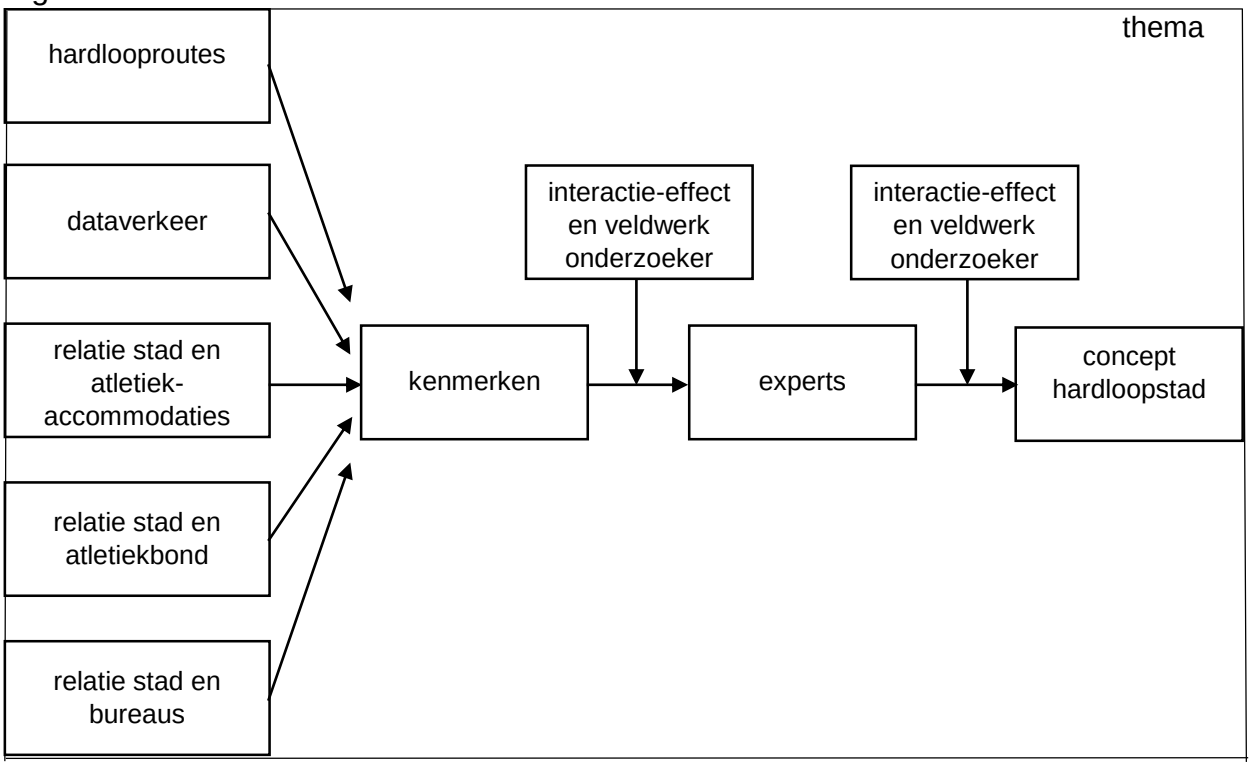
- veldwerk;
- interview expert Le Champion (Le Champion, z.j.);
- interview expert Like2Run (Like2Run, z.j.);
- interview expert Golazo (Golazo, 2015);
- interview expert Runner’s World (Runner's World, 2014);
- interview expert Atletiekunie (Atletiekunie, 2015).

Ontstaan vanuit het kennisdomein zijn dit de belangrijkste bronnen en partijen om het onderzoek af te bakenen. De bronnen en partijen worden gebruikt om inhoudelijk in te gaan op de kenmerken uit het onderzoeksdomein. Daarnaast is ervoor gekozen

om het verschil in gebruik van de infrastructuur van een vijftal steden door hardlopers in het oriënterend onderzoek te beschrijven.
Er is gekozen voor de stad Amsterdam, omdat er veel wordt gedaan op hardloopgebied en er veel hardlopers zijn in de stad. In vergelijking met andere steden, is Amsterdam een goed uitgangspunt. Tevens heeft hier de verwondering van de onderzoeker plaatsgevonden. Tot slot is er besproken met de gemeente Amsterdam dat de kans er is voor de onderzoeker om de resultaten van dit onderzoek voor te leggen aan deze gemeente.
Zwolle is gekozen aangezien zij als enige stad in het bezit zijn van een websitenaam met de titel 'Hardloopstad' erin verwerkt (Sportief Zwolle, z.j.). Nijmegen is gekozen vanwege de grote evenementen die zij hebben op loopgebied en zich als loopstad zouden kunnen gaan profileren (De Gelderlander, 2011). Om meer kennis te genereren vanuit een buurland en completere onderzoeksresultaten te kunnen presenteren, is Antwerpen een geschikte stad om mee te nemen in dit onderzoek. Zij hebben bijvoorbeeld speciaal aangelegde hardlooppaden en ook loopevenementen (Loopreizen, 2014).
En tot slot is Boston een stad met veel hardloopactiviteiten, een Freedom Trail (Freedom Trail Run, z.j.) en staat bekend om de Boston Marathon.
Als veldwerk loopt de onderzoeker elke week hard met andere lopers in steden, waarbij gebruikt wordt gemaakt van hun infrastructuur. Dit gebeurt zowel tijdens een evenement of buiten georganiseerde activiteiten om. Daarnaast zitten er drie evenementen bij waarvan één van Le Champion, één van Golazo en één van Like2Run. Hierdoor ontstaat er kennis over het handelen van deze organisaties tijdens hun evenementen, waardoor er tijdens het interview met een organisatie gerichtere vragen gesteld kunnen worden. Ook leert de onderzoeker de hardlopers en hardloopmogelijkheden binnen steden van nu kennen met dit veldwerk.
Wat betreft het empirisch onderzoek vinden er interviews plaats om input van de experts te krijgen. Er wordt een interview gehouden met een expert van de grootste organisator van onder andere hardloopevenementen in Nederland, Le Champion. Ook met een expert van Like2Run, een grote partij op het gebied van hardloopevenementen, wordt geïnterviewd; evenals Golazo uit België, die de grootste zijn op dit gebied in hun land.
Naast de organisaties van hardloopevenementen wordt er gekozen om kennis te delen met een expert van Runner's World, het grootste hardloopmagazine van Nederland.
Tot slot is er gekozen om met een expert van de Atletiekunie te spreken over de relatie met steden en welke kennis zij kunnen delen over de infrastructuur van een hardloopstad.

§ 1.8 Onderzoeksmodel en kernbegrippen

Figuur 1.2 Onderzoeksmodel



Het onderzoeksmodel maakt inzichtelijk welke route er doorlopen wordt om in dit onderzoek tot het concept hardloopstad te komen.
Eerst worden de onderzochte kenmerken uit de linker kolom van figuur 1.2 voorgelegd aan experts binnen het onderzoeksdomein. De reactie van de experts op deze kenmerken en eventuele nieuw opgedane kennis, vormen het concept hardloopstad. Tot slot komt het concept tot stand door het interactie-effect hiervoor en -na van de onderzoeker en gedane veldwerk.
Om de kolommen heen bevindt zich een kader dat het thema aangeeft. Uiteindelijk wordt er met behulp van het thema een gedachtegoed vertegenwoordigd om het concept ‘de hardloopstad’ via een volggroep een merknaam te geven. De in dit onderzoek gebruikte kernbegrippen worden hieronder gedefinieerd:

Hardlooproutes
De wegen en paden die hardlopers kunnen hardlopen in een stad.

Dataverkeer
De verzonden en ontvangen gegevens van hardlopers in de te onderzoeken steden en daarbuiten.

Stad
Een plaats waar veel mensen wonen.

Atletiekaccommodaties
Aangebrachte atletiekbanen in een stad waar mensen onder meer kunnen hardlopen.

Atletiekbond
Een vereniging die onder andere is opgericht om de belangen van hardlopers te behartigen.

Citymarketing
Het commercieel beleid om een stad te promoten.

Experts
De deskundigen die voor dit onderzoek zijn benaderd, om de kenmerken van het concept hardloopstad te benoemen.

Kenmerken
Herkenningstekens voor het concept hardloopstad.

Concept hardloopstad
Het ontwerp van een hardloopstad.

Hardloopstad
Een stad waar de infrastructuur zo goed mogelijk is afgestemd op de wensen van hardlopers.

Hardlopers
Mensen die in een stad aan hardlopen doen met de leeftijd vanaf zes jaar.

Volggroep
Een aantal mensen die achter iets aan gaan.

§ 1.9 Onderzoekstypen en leeswijzer
Dit onderzoek is zowel theorie- als praktijkgericht en begint met een oriënterend onderzoek in hoofdstuk 2. In dit onderzoek wordt informatie gehaald uit verschillende informatiebronnen en de relevantste informatie voor de hardloopstad beschreven.
Om het onderzoek nog meer inhoud en diepgang te geven valt er in hoofdstuk 3 een paradigma van de onderzoeker te lezen, ondersteund door theorie, de zienswijze van de onderzoeker, bevindingen uit het werkveld en de praktijk. Met behulp van ontwerpgericht onderzoek en twee modellen wordt weergegeven wat het concept van de hardloopstad is, welke kenmerken het heeft en de verhouding hiertussen.
In hoofdstuk 4 worden experts geïnterviewd om de vragen die in hoofdstuk 2 en 3 naar boven zijn gekomen te bespreken. De bevindingen uit dit empirisch gedeelte van het onderzoek staan ook in hoofdstuk 4 beschreven. In de bijlagen zijn de afgenomen interviews te vinden.
In hoofdstuk 5 zijn de resultaten uit het oriënterend onderzoek, paradigma en bevindingen van de onderzoeker en bevindingen uit de interviews geanalyseerd.

In hoofdstuk 6 wordt beschreven of de werkwijze van dit onderzoek valide is gebleken. Tot slot wordt in hoofdstuk 7 de conclusie getrokken en worden aanbevelingen gedaan. Deze zijn tot stand gekomen uit de resultaten van de analyse en de rest van het onderzoek. Het onderzoek is van kwalitatieve aard aangezien het interpretatief en subjectief is.

Hoofdstuk 2. Oriëntatie onderzoek

§ 2.1 Inleiding

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op wat een hardloopstad is en welke kenmerken deze stad heeft door middel van een oriënterend onderzoek op basis van verschillende informatiebronnen.
Allereerst is beschreven hoe het zit met hardlooproutes in het algemeen in de te vergelijken steden. Op basis hiervan is de vragenlijst voor de interviews opgesteld en daarna het te ontwerpen concept hardloopstad. De hiervoor beschreven werkwijze geldt ook voor de andere kenmerken die in dit hoofdstuk per paragraaf beschreven zijn. Tot slot wordt er gekeken naar de economische en maatschappelijke waarde van een hardloopstad in paragraaf 2.7. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk wordt er een themavoorbeeld aangehaald. Hierdoor kan er later in het onderzoek een thema gekoppeld worden aan de hardloopstad.

§ 2.2 Hardlooproutes in verschillende steden

De professor Ettema heeft onderzocht hoe verschillende groepen beginnende hardlopers hun hardloopomgeving beleven in de stad (Ettema, 2014). In dit onderzoek wil de onderzoeker ook weten wat deze omgeving met de hardlopers doet. Er zijn 1630 beginnende lopers geënquêteerd om hierachter te komen. Uiteindelijk zijn er twee verschillende groepen uit het onderzoek naar voren gekomen. Een groep lopers die vooral overdag hardloopt en een groep die vrijwel uitsluitend ’s avonds loopt. De ‘daglopers’ waarderen hun hardloopomgeving meer en maken meer gebruik van routes buiten de bebouwde kom, bossen en parken. De ‘avondlopers’ lopen meer in hun buurt en binnen de bebouwde kom. De hinder van lopers komt overeen met het verschil in gebruik van ruimte. Daglopers hebben bijvoorbeeld meer last van loslopende honden in parken en bossen. Avondlopers, daarentegen, van een onprettig oppervlak in hun gebruikte loopruimte.
Ettema geeft ook aan dat de inrichting van een park invloed heeft op het bewegen in dit park. Dit geldt ook voor de sociale atmosfeer en veiligheid. In het onderzoek van Ettema staat ook dat de omgeving anders kijkt naar een hardloper vanwege zijn of haar voorkomen. Hardlopers willen niet te veel in aanraking komen met andere weggebruikers en willen straatverlichting in de avonden. Hardlopers willen ook graag hun vaart kunnen behouden en een begaanbaar oppervlak. Ook heeft de inrichting effect op de mentale waarde. Een hardlooproute moet een hardloper tot geestelijke rust laten komen. Uiteindelijk is het advies om routes vlakbij de woonomgeving te hebben met een zo vrij mogelijke doorloop en een goede kwaliteit aan loopoppervlak. Met het onderzoek van Ettema moet rekening gehouden worden betreffende hardlooproutes in een stad.

Naast naar bovenstaand onderzoek wordt hier gekeken naar hardlooproutes in de stad Amsterdam. Op de website van de gemeente Amsterdam wordt er deels doorverwezen naar hardlooproutes op een andere website dan die van de gemeente (Gemeente Amsterdam, z.j.). Verder worden er routes aangeboden in het Amsterdamse Bos.
Naast hardlooproutes op de website van de gemeente is er voor de gemeente Amsterdam een boekje met een aantal hardlooproutes gemaakt (Marechal, 2014).

Dit is alleen niet op initiatief van de stad Amsterdam gemaakt, maar door een externe partij.

Voor de stad Zwolle is er geen informatie te vinden over hardlooproutes op de gemeentelijke website. Daarnaast is er geen specifieke aanbieder van hardlooproutes gericht op Zwolle. Hetzelfde is aan de orde in Nijmegen.

Voor de stad Antwerpen is er wel een pagina op de website van de gemeente te vinden over hardlooproutes. Er zijn routes aangegeven, maar ook zijn ze met elkaar verbonden (stad Antwerpen, 2014). Deze looproutes zijn ook bewegwijzerd. En tot slot wordt er weergegeven wanneer er vrije trainingsuren zijn op de atletiekpistes (atletiekbanen). Los van de routes zit er nog een loopgids met overige informatie in het aanbod van de gemeente Antwerpen.

Op de website van de gemeente Boston worden alleen de sportlocaties in de stad genoemd zonder verdere uitleg. Op deze website wordt wel doorverwezen naar de 'Freedom Trail' (Freedom Trail Run, z.j.). Dit is een uniek loopparcours langs alle bezienswaardigheden van de stad.

Naast deze informatie over de steden zijn er andere websites en boeken die hardlooproutes bevatten. Deze zijn vooral algemeen inhoudelijk en niet zozeer toegespitst op steden. Hierbij nog een aantal voorbeelden:

- hardlopen met Google Maps (RunnerMaps, z.j.)
- routes en gemeten afstanden (Afstandmeten.nl, z.j.)

§ 2.3 Dataverkeer hardlopers in een stad

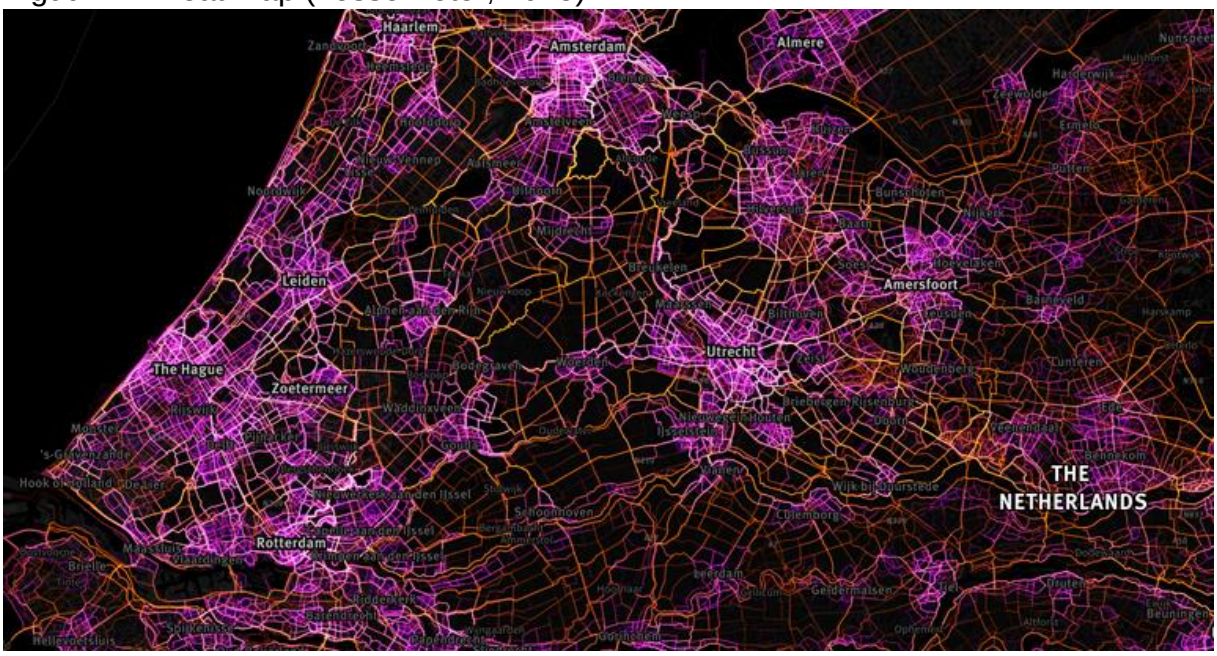
Wanneer er gekeken wordt naar de belangrijkste middelgrote loopevenementen van Nederland, vinden ongeveer zes van de tien hardlopers de eindtijd die ze hebben gelopen belangrijk voor het plezier dat zij aan het evenement ontlenen (Hover & Romijn, 2011). 86 procent van het aantal lopers dat op websites van evenementen kijkt, doet dit om de resultaten van de loop terug te kunnen zien.
Naast informatie over tijd is in dit onderzoek van de onderzoekers Hover en Romijn ook bewezen dat circa zes op de tien lopers een afstand tot en met tien kilometer loopt op deze evenementen. Daarnaast vindt 25 procent van de lopers sfeer en entourage het belangrijkste tijdens de evenementen.
Ook deze informatie omtrent dataverkeer van hardlopers wordt meegenomen in dit onderzoek om te komen tot een concept van een hardloopstad. Er is gekeken naar de belangrijkste hardloopevenementen vanwege de grote volggroep lopers die deze hebben en omdat het informatie weerspiegelt voor het lopen buiten een evenement om.

Naast bovenstaande informatie is er gekeken naar de uitleg over de hardloopapplicatie Runkeeper (FitnessKeeper, Inc., 2015). Al meer dan 30 miljoen mensen gebruiken deze applicatie. Via de gps in smartphones kan het hardlopen van een gebruiker geregistreerd worden. De app zegt iets over iemands tempo, afstand en tijd. Er zit een ingebouwde mogelijkheid in om een eigen route te maken.

Vergelijkbaar met Runkeeper is Strava (Strava, Inc., 2015), een andere veelgebruikte app voor de smartphone. Ook hier kan men via gps routes bijhouden, met daarbij tempo, afstand, tijd en hoogteverschillen.
Zowel Runkeeper als Strava hebben *heat maps* laten maken om aan de hand van verschillende kleuren te kunnen zien waar en hoeveel er wordt gelopen. Zie als voorbeeld figuur 2.1 hieronder met een gedeelte van Nederland op de kaart.

Door het grote aantal gebruikers dat loopt met deze applicaties, ontstaat er veel informatie van hardlopers. Het lezen van deze informatie is belangrijk om tot een hardloopstad te komen. De *heat map* geeft al steden weer waar veel wordt hardgelopen, alleen wordt hier verder nog niets mee gedaan. Hier wordt later in het onderzoek nog op ingegaan bij het paradigma van de onderzoeker en het nut van applicaties monitoren bij de te interviewen experts.

Figuur 2.1 Heat map (Losse Veter, 2015)



Nog een manier van tijdswaarneming is gps-data gebruiken door middel van het gebruik van horloges, maar ook bijvoorbeeld een chip. Echter wordt dit laatste vooral toegepast bij hardloopevenementen. MYLAPS Event Timing is marktleider op dit gebied. Zij hebben het ChampionChip systeem (MYLAPS Event Timing, z.j.). Dit systeem is makkelijk in gebruik bij loopevenementen om looptijden te registreren. Deze chip wordt geactiveerd door het lopen over een mat bij start, finish en eventueel tussendoor. In dit onderzoek wordt gekeken naar welk systeem van waarde is voor een hardloopstad.

§ 2.4 Relatie stad en atletiekaccommodaties

In deze paragraaf is de gevonden informatie alleen toegespitst op de vijf eerder genoemde steden. De gevonden informatie is later relevant voor dit onderzoek en steden om iets te kunnen zeggen over de relatie tussen steden en atletiekaccommodaties.

In Amsterdam is er de Stichting Amsterdam Atletiek (SAA), die zich richt op meer doelgroepen dan alleen op de atletiekbeoefenaars. Zo worden krachten gebundeld. Op de website is er een beperkt aanbod in activiteiten waarin de stichting zich profileert (Stichting Amsterdam Atletiek, z.j.).

In Zwolle is er maar één atletiekvereniging, die verder geen duidelijk gecommuniceerde samenwerking heeft met de gemeente.

In Nijmegen zijn er een aantal atletiekverenigingen, maar ook hier is geen gecommuniceerde samenwerking terug te vinden met de gemeente/stad.

Al eerder is laten zien dat de gemeente Antwerpen een aantal zaken in de stad heeft geregeld voor hardlopers (stad Antwerpen, 2014), waaronder de vrije openingsuren op de atletiekbanen van de verenigingen. Daarnaast zijn parcoursen gekoppeld aan de atletiekbanen en vermijden deze het echte centrum van Antwerpen.

In Boston is er geen directe relatie tussen gemeente en aangeboden sport, maar wel een relatie tussen universiteiten en de sport. Via de universiteit is het mogelijk op een atletiekbaan te lopen. Ook hebben zij hun eigen accommodatie. De stad zelf wordt hierbij niet genoemd als partner.

§ 2.5 Relatie stad en atletiekbond

Onder de ruim 31.000 respondenten van het onderzoek van de onderzoekers van Hover en Romijn (Hover & Romijn, 2011), gericht op evenementenlopers, heeft 26 procent een verband met een atletiekvereniging of de Atletiekunie. Het gaat dan om een lidmaatschap van een atletiekvereniging, de Dutch Runners of een loopgroep die is aangesloten bij de Atletiekunie. Van het overige deel van deze groep lopers heeft ongeveer de helft interesse in een verband met een van de drie bovengenoemde partijen.
Net als in paragraaf 2.3 is in deze paragraaf gekeken naar de grote volggroep lopers die aan evenementen meedoen. In dit onderzoek wordt bovengenoemde informatie gebruikt om de relatie tussen de stad, hardlopers en atletiekbond weer te geven in een hardloopstad.

Via de website van de Atletiekunie (Atletiekunie, z.j.) is er niet duidelijk aangegeven welke samenwerkingen er zijn tussen steden en de unie. Wel geven zij aan waar mensen kunnen hardlopen, zoals evenementen, routes of bij trainingen. In principe behartigen zij alleen belangen van leden. Via Dutch Runners (Atletiekunie, 2015) proberen zij wel een grotere groep lopers te bereiken, maar ook daar zitten weer voorwaarden aan verbonden.
De Atletiekunie werkt wel samen met een stad als Amsterdam, wanneer daar het Europees Kampioenschap Atletiek wordt gehouden. Dit is echter incidenteel.

§ 2.6 Relatie stad en evenementen-/marketingbureaus gericht op hardlopers

In deze paragraaf is de gevonden informatie alleen toegespitst op de vijf eerder genoemde steden. Deze gevonden informatie wordt later relevant voor dit onderzoek om iets te kunnen zeggen over hun relatie.

In Amsterdam is er een samenwerking tussen de gemeente Amsterdam en de citymarketingorganisatie I Amsterdam (I amsterdam, 2015). Hierin komt niet duidelijk naar voren dat dit specifiek gebeurt voor het hardlopen in de stad. Wel zijn er links van de ene site naar de andere waar het gaat om hardloopevenementen.

In Zwolle is er ook een specifieke Zwolle Marketing. Echter is er niet duidelijk een samenwerking met de gemeente wat betreft hardlopen te vinden.

In Nijmegen is er wel een aparte afdeling citymarketing, maar hier wordt nog niet veel mee gedaan. Zeker niet in combinatie met hardlopen. Hier valt niks over te vinden.

In Antwerpen giet men de marketing in de letter ‘A’. En zij hebben een link naar ‘Sporting A’ op de website van de gemeente en stad Antwerpen. Dit kanaal ziet er modern uit en heeft een groot aanbod.

In Boston valt veel te vinden over marketinginitiatieven vanuit de stad, maar niet gericht op hardlopen. Wel zijn er andere partijen die initiatieven hierin tonen.

§ 2.7 Social return on investment

In deze paragraaf wordt de financiële motivatie waarom een stad een hardloopstad moet zijn, beschreven door middel van het toepassen van de Social Return on Investment (SROI). De SROI laat de economische en maatschappelijke waarde zien van een hardloopstad. In oktober 2014 is bij de Dam-tot-Damloop te Amsterdam onderzoek gedaan naar deze waarden. Dit is het enige sportevenement waarbij dit gedaan is en vormt een weerspiegeling voor de waarde van een hardloopstad (De Nooij & Horsselenberg, 2014).
De Damloop is bijvoorbeeld goed voor de economie in Amsterdam en Zaanstad. Er wordt in het onderzoek van de onderzoekers De Nooij en Horsselenberg aangetoond dat de zachte waarden belangrijker kunnen zijn dan de harde financiële waarden. Ruim 90 procent van de 115.000 bezoekers van de Damloop vindt dit een positief evenement voor de gezelligheid in de stad. Ongeveer 89 procent vindt het goed dat de gemeenten Amsterdam en Zaanstad dit evenement mede mogelijk maken. Ruim 70 procent vindt de Damloop goed voor het toerisme. Driekwart van de bezoekers denkt dat de deelnemers van de Damloop aanzetten tot een gezonder leven. En bijna de helft van de bezoekers denkt dat deelnemen gezond is. Bezoekers geven 2,7 miljoen euro uit tijdens een bezoek aan de Damloop, waarvan 1,5 miljoen telt als uitgaven voor Amsterdam en Zaanstad. De 1,5 miljoen is de som van uitgaven van geënquêteerde bezoekers uit Amsterdam, Zaanstad en daarbuiten. Bezoekers hadden (waarschijnlijk) zeker deze uitgaven ergens anders gedaan als de Damloop elders wordt georganiseerd. Of deze uitgaven niet hadden gedaan wanneer de Damloop (waarschijnlijk) niet zou zijn georganiseerd. Er is ook gemeten wat de betalingsbereidheid is van plezier. Wel is er wat overlast tijdens een dergelijk evenement met verstoringen in het openbaar vervoer, evenals last van rommel op straat. Er is alleen een negatieve bestedingsimpuls voor de organisator.
Gemiddeld geven de deelnemers 165 euro uit voor en tijdens de Damloop. Dit zit hem met name in hardloopkleding, hardlooptraining, ondersteuning en inschrijfkosten. Ongeveer een kwart van de deelnemers is gezonder gaan leven door

meer te bewegen voor de Damloop. Het gezonder leven en meer bewegen levert weer een bedrag op, omdat mensen langer leven en de waarde in levensjaren hierdoor toeneemt.
Rond de 45 procent van de bezoekers krijgt ook zin om te gaan sporten wanneer ze de Damloop zien en worden bewuster van hun eigen gezondheidsgedrag. De belangrijkste uitgaven van bezoekers zijn eten en drinken, winkelen en kosten van openbaar vervoer. Ook is het belangrijk om bij de economische impact te kijken of uitgaven daadwerkelijk in relatie staan tot het georganiseerde evenement.
Een gedeelte van het onderzoek van De Nooij en Horsselenberg is alleen gericht op Amsterdammers. Voor een kleine 70 procent van de deelnemers is de waardering van het evenement van grotere waarde dan die van de betaling om deel te nemen. Bijna de helft van de ondervraagde deelnemers is meer gaan hardlopen in aanloop naar het evenement. Een evenement kan ook welvaart verhogend werken in plaats van alleen financiële voordelen op te leveren. Dit onderzoek heeft als eerste de zachte financiële waarden onderzocht voor een dergelijk evenement binnen de sport. De informatie uit deze paragraaf is bedoeld om na te denken over het toepassen van de SROI op het concept van een hardloopstad.

§ 2.8 Thema

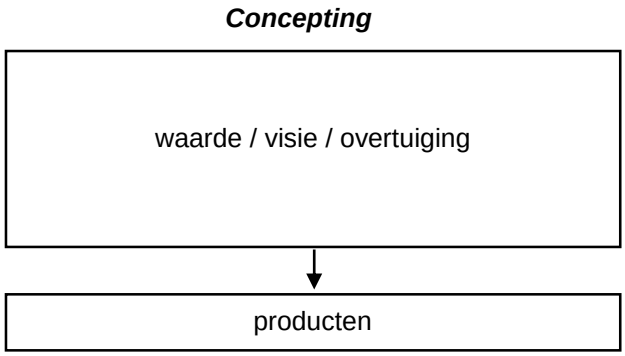
Tot slot wordt er een gedachtegoed vertegenwoordigd via een thema gekoppeld aan het concept hardloopstad. Hiervoor is gekeken naar andere thema's. De Fietsersbond heeft bijvoorbeeld als thema 'Bikenomics: de Fietser als goudmijn' voor de 'Fietsstad' (Fietsersbond, z.j.). Bij dit thema wordt onder andere gezondheid genoemd, besparing van brandstofkosten en ook plezier. Daarnaast is er gekeken naar wat dit voor een gemeente kan betekenen en zijn infrastructuur. De waarde van woningen kan bijvoorbeeld stijgen wanneer er betere fietspaden aangelegd zijn in de buurt van deze woningen. En bedrijven kunnen hun werknemers enthousiasmeren om te gaan fietsen.
Hierna wordt onderzocht welk thema bij de hardloopstad hoort vanuit de kennis in deze paragraaf, kennis uit (sport)management en interviews.

Hoofdstuk 3. Paradigma onderzoeker

§ 3.1 Inleiding
In de volgende paragraaf deelt de onderzoeker zijn zienswijze, mede met behulp van een model en theorie uit het sportmanagement, over het oriënterend onderzoek uit hoofdstuk 2. Hiermee wordt ingegaan op de laatste twee deelvragen, namelijk wat het concept van de hardloopstad is en wat de kenmerken ervan zijn. Vanuit de kenmerken wordt er naar het concept toegewerkt. In de laatste paragraaf staan de bevindingen uit het werkveld van de onderzoeker.

§ 3.2 Paradigma
Met dit onderzoek wordt gepoogd om toegevoegde waarde te creëren voor het concept ‘de hardloopstad’ en kennis te delen voor verbetering van de infrastructuur van steden. De steden die een hardloopstad willen worden krijgen hiermee een wetenschappelijke studie aangereikt. Er heerst geen schaarste wat betreft het aanbod hardlopen in steden. Alleen de koppeling tussen het verschil in aanbod ontbreekt nog vaak om meer vraag te creëren in de huidige infrastructuur. De onderzoeker maakt gebruik van het model ‘Concepting’ (Rijkenberg, 2014) om het concept ‘de hardloopstad’ neer te zetten. Zie het model in figuur 3.1 hieronder.

Figuur 3.1 Model Concepting

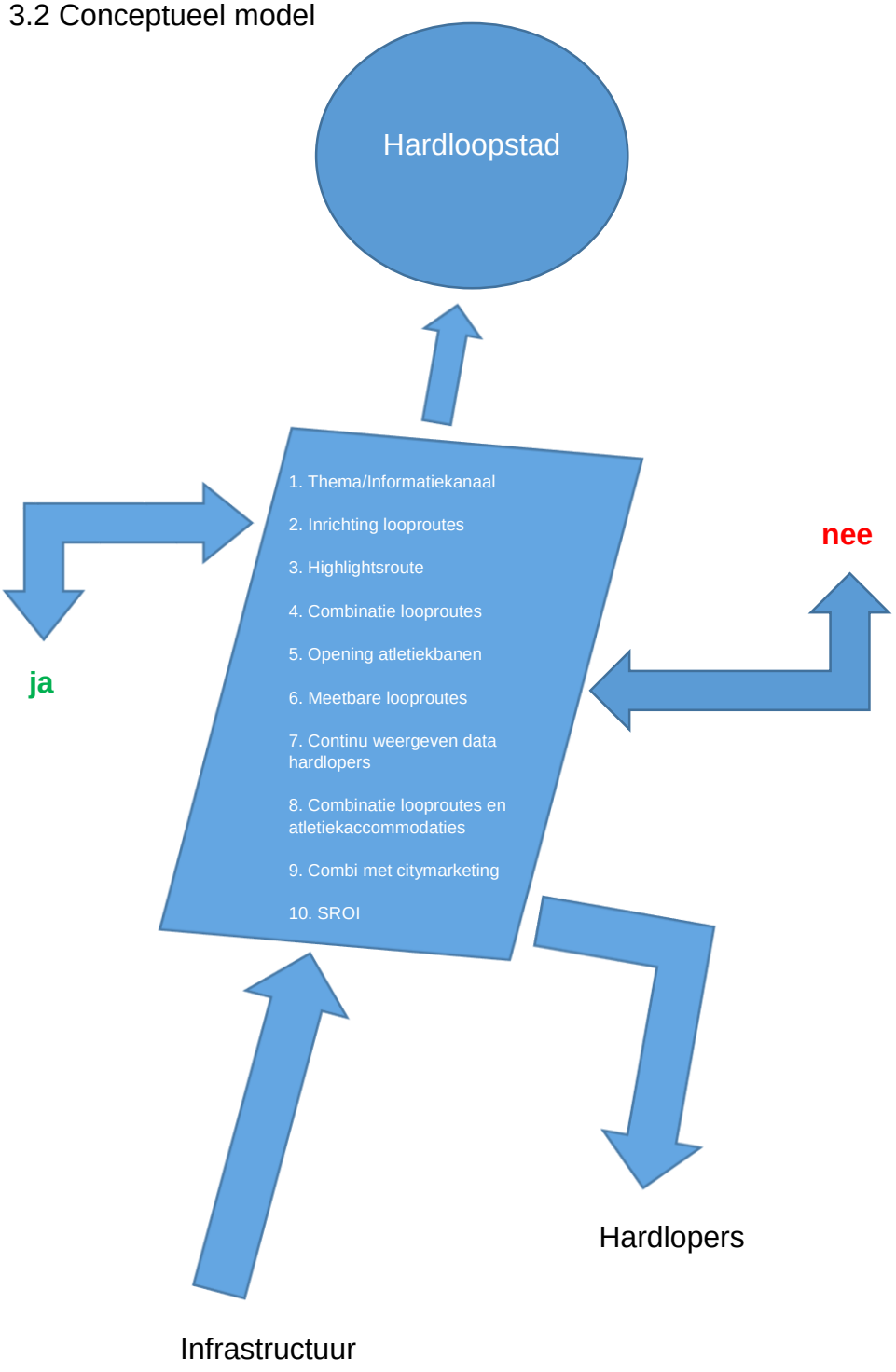


Dit model wordt toegepast om tot een goed thema voor boven het concept van de hardloopstad te komen. In de laatste paragraaf van hoofdstuk 2 valt er een voorbeeld te lezen van de Fietsersbond. En in deze paragraaf wordt het extra voorbeeld van de Atletiekunie gegeven.
Om uiteindelijk tot een thema te komen voor een hardloopstad is het model van figuur 3.1 leidend. Wanneer er een duidelijke waarde/visie/overtuiging is voor een hardloopstad komen erna de kenmerken of producten tot stand.
De visie in dit onderzoek is: ‘You run the city’. Dit betekent dat de volggroep hardlopers bepaalt of ze wel of niet gebruikmaken van de kenmerken van het concept hardloopstad, die zijn afgestemd op de wensen van hardlopers en de nieuwste hardloopkennis. De hardlopers bepalen welke producten er gebruikt worden, geproduceerd vanuit deze kennis.
Daarnaast biedt de hardloopstad de mogelijkheid om op elk moment een hardloopevenement te beleven. De kenmerken van het thema van de hardloopstad moeten veilig en gezond hardlopen in zich hebben en continu worden gemeten op

geschiktheid. Een stad creëert op al deze punten meerwaarde voor hardlopers in de vorm van een hardloopstad.
De visie en kenmerken op de vorige pagina worden aan experts voorgelegd om te toetsen. Of er een thema nodig is voor een hardloopstad en met welke inhoud zal in de interviews besproken worden en later geanalyseerd.

1. Een thema is het eerste kenmerk van een hardloopstad in het conceptueel model in figuur 3.2.

Figuur 3.2 Conceptueel model



In figuur 3.2 op de vorige pagina is een pijl te zien vanuit de infrastructuur naar een kern met kenmerken. Wanneer er wat betreft de infrastructuur rekening wordt gehouden met deze kenmerken, voldoet een stad als hardloopstad. Uiteindelijk leiden deze kenmerken en de hardloopstad tot een volggroep hardlopers. Hieronder volgt de verdere toelichting omtrent de totstandkoming van de kenmerken.

Wanneer steden hardlooproutes aanbieden moet er rekening gehouden worden met de inrichting van deze routes. Dit geldt ook voor het concept hardloopstad. In de interviews wordt gevraagd aan de experts of zij dit ook zo zien en hoe.

2. De inrichting van looproutes is het tweede kenmerk van de hardloopstad.

Welk informatiekanaal een hardloopstad moet hebben wordt getoetst in de interviews met de experts. Een informatiekanaal hangt nauw samen met een thema en valt ook onder nummer één van het conceptueel model als kenmerk van de hardloopstad.

Daarnaast is het de vraag of er in het concept van de hardloopstad altijd een route langs bezienswaardigheden wordt opgenomen. Dit wordt wederom getoetst tijdens de interviews.

3. Een route langs bezienswaardigheden (highlightsroute) is een kenmerk van de hardloopstad.

Vanuit paragraaf 2.2 is het ook de vraag tijdens de interviews of hardlooproutes gekoppeld moeten zijn aan elkaar, zoals in Antwerpen. Dit geeft een volggroep een ruimer aanbod om te kiezen waar te lopen zonder dat zelf uit te moeten zoeken.

4. Een combinatie van looproutes is een kenmerk van de hardloopstad.

En tot slot is het de vraag vanuit paragraaf 2.2 of een hardloopstad vrije openingstijden moet aangeven van atletiekaccommodaties voor meer aanbod. De te interviewen experts worden hiernaar gevraagd.

5. De opening van atletiekbanen is een kenmerk van de hardloopstad.

De onderzoeker heeft gevonden dat hardlopers data, zoals looptijden, belangrijk vinden voor de plezierbeleving tijdens hardloopevenementen. Zie ook paragraaf 2.3. Tijdens interviews wordt besproken of meetbare looproutes gewenst zijn en op welke manier.

6. Meetbare looproutes is een kenmerk van de hardloopstad.

Verder vindt er nieuwe kennisdeling en -creatie plaats wanneer er door de steden en of hun informatiekanaal, continu wordt weergegeven wie waar aan het hardlopen is. Het continu weergeven van hardloopdata en hoe dit te bewerkstelligen wordt ook weer getoetst met behulp van de interviews.

7. Het continu weergeven van data van hardlopers is een kenmerk van de hardloopstad.

Tot slot nog een aantal vragen betreffende data van hardlopers voor tijdens de interviews. Andersom kan de infrastructuur ook aangepast worden op deze data door te zien waar er wordt hardgelopen. Als reactie daarop kunnen routes opgesteld worden en op niveau worden gehouden betreffende inrichting en/of bekende routes van hardloopevenementen worden geïmplementeerd in de standaard aangeboden routes voor steden. Dit kan bijvoorbeeld worden verwerkt in een (bestaande) hardloopapp, voor nieuwe kennisdeling en –creatie.

Vanuit paragraaf 2.4 is het de vraag of hardlooproutes moeten starten of eindigen bij atletiekaccommodaties, of deze moeten passeren. Een atletiekaccommodatie is een onderdeel van de infrastructuur van steden en kan hiermee een belangrijke ambassadeur zijn voor het concept hardloopstad. De accommodatie kan ook een rol spelen bij de inrichting van routes.
De vraag tijdens de interviews aan de experts is of de eerder genoemde steden het initiatief moeten nemen hierin en hoe dit te bewerkstelligen.

8. De combinatie looproutes en atletiekaccommodaties is een kenmerk van de hardloopstad.

De Atletiekunie kan ook een rol spelen als ambassadeur voor het concept van hardloopstad, net als een atletiekaccommodatie, door gericht ambassadeurschap naar steden en atletiekaccommodaties toe. De Atletiekunie heeft een thema wanneer het om atletiek gaat: ‘Athletics like never before’. Ook leggen zij in hun beleid uit waarom ze dit thema hanteren. Dit is hun visie, waarde en overtuiging, zoals in het model Concepting figuur 3.1.
Voor het concept hardloopstad kunnen zij als informatiekanaal dienen, maar hiervoor zijn meer mogelijkheden. Het interview met een expert van de Atletiekunie moet meer duidelijkheid bieden in wat zij betekenen voor dit onderzoek.
Het concept hardloopstad kan de Atletiekunie helpen een zo groot mogelijke groep hardlopers te bereiken door kennisdeling van meerdere hardloopprofessionals.

Er is weinig te vinden over samenwerking tussen steden en citymarketeers gericht op hardlopers. Van de samenwerkingen die wel gevonden zijn, wordt niet uitgelegd uit waarom deze zo zijn. Dit geldt ook voor de grotere organisaties op het gebied van hardloopevenementen. Alleen voor de organisatie rondom deze evenementen vinden er samenwerkingen plaats met stadsbesturen. Dit was een van de aanleidingen voor dit onderzoek, aangezien hierdoor waarde gecreëerd kan worden voor de steden.
Wel zijn er voldoende partijen die hardloopproducten aanbieden binnen steden, omdat de steden dit zelf niet doen. Alleen vindt er te weinig kennisdeling plaats tussen deze partijen. Dit gaat ten koste van de absolute waarde van de producten en creëert minder kans op een grotere volggroep hardlopers. De steden kunnen het concept hardloopstad gebruiken om dit gat in te vullen. En gemeentes zouden ook alert moeten blijven op ontwikkelingen van bestaande en nieuwe hardloopproducten

die het concept hardloopstad beter kunnen maken om zo de volggroep te behouden of uit te breiden.
Via de interviews met experts van de grotere organisaties op het gebied van hardloopevenementen wordt er meer duidelijkheid hierover gezocht. Dit gebeurt met name over de relatie tussen citymarketeers, deze organisaties en steden, eveneens in relatie tot een informatiekanaal van een hardloopstad.

9. De combi met citymarketing is een kenmerk van de hardloopstad.

Het laatste kenmerk in deze paragraaf is de SROI. Voor dit onderzoek is het relevant om te kijken naar de zachte en harde financiële waarden rondom het laten aanpassen en het gebruik van de publieke ruimte/infrastructuur van steden, met als gevolg een zo groot mogelijke volggroep hardlopers.
Dit kan de eerste beslissing beïnvloeden of een stad wel wil investeren in de infrastructuur voor hardlopers of niet. De waarde die dit oplevert hoeft niet per se in geld uitgedrukt te worden, maar dit kan ook in bijvoorbeeld gezondheid, plezier en welvaart.

10. De SROI is een kenmerk van de hardloopstad.

Met behulp van het conceptueel model wordt inzichtelijk gemaakt welke kenmerken een hardloopstad moet hebben. Om dit te toetsen, aan te passen en eventueel uit te breiden worden er een aantal experts geïnterviewd. De experts worden geselecteerd op basis van hun kennis van zaken van de hardloopbranche. Ook heeft een stad deze experts nodig om tot het ontwerp van een hardloopstad te komen. Wanneer er bijvoorbeeld routes uitgezet moeten worden en/of meetbaar gemaakt, dan zijn hier professionals voor nodig. Deze toe te passen diensten kan een stad niet allemaal zelf faciliteren. Daarnaast is eerst onderzoek nodig en later de hulp van een sportmanager, een schakel om kennis te delen tussen (hardloop)professionals en steden. Steden zijn hierdoor in staat om hun eigen infrastructuur te optimaliseren voor hardlopers en de kenmerken van een hardloopstad zijn dan duidelijk voor de steden. Het ontbreken van kennis is dan weggenomen en hiermee ook het probleem van dit onderzoek. De winst van dit onderzoek zit hem in het samenvoegen van alle kennis op loopgebied. En dat een stad als bovenliggende partij zijn voordeel kan doen om de grootste groep lopers te bereiken, allemaal binnen haar eigen infrastructuur.

§ 3.3 Bevindingen veldwerk

De onderzoeker heeft tijdens de periode van dit onderzoek ook veldwerk gedaan. Hier is al kort wat over gezegd in paragraaf 1.7. De redenen van dit veldwerk zijn het inzichtelijker krijgen van de potentiële volggroep voor de hardloopstad en het raakvlak met de hardloopbranche te versterken. De onderzoeker heeft minimaal een keer per week buiten hardgelopen in de infrastructuur tussen de inwoners van de stad Amsterdam en af en toe in andere steden, zoals Antwerpen. Daarnaast is het veldwerk verricht door mee te doen aan onder andere drie grote hardloopevenementen: City-Pier-City Loop in Den Haag, Antwerp Urban Trail in Antwerpen en Runner’s World Zandvoort Circuit Run in Zandvoort. Deze

evenementen waren alle drie van verschillende organisaties, waar later een interview is gehouden met een expert. De onderzoeker heeft hierdoor meer kennis verkregen over de werkwijzen van deze organisaties en daarnaast ook meer gezien van de evenementenlopers.
De onderzoeker heeft een aantal bevindingen gedaan voor, tijdens en na deze evenementen en gedurende het hardlopen in de stad:

- Veel lopers lopen tijdens een training/evenement met een mobiele telefoon om de arm;
- De betalingsbereidheid om aan een evenement mee te kunnen doen in bedragen is groot;
- De diversiteit in parcoursen is erg afwisselend van de lopen;
- Er wordt door de organisatie veel aandacht geschonken aan filmpjes en foto's na de loop;
- Er zijn geen fysiek aangegeven en doordacht ingerichte routes in de stad Amsterdam, op een paar na. In Antwerpen zijn die er wel;
- In Antwerpen is de luchtkwaliteit aangegeven; in Amsterdam niet;
- Het gemis van zitplaatsen rond start en finish tijdens evenementen;
- Bij geen enkele loop maken ze gebruik van een applicatie voor meer interactie met de lopers en/of het gebruik van data;
- Navigatie voor hardlopers ontwikkelen.

Hoofdstuk 4. Interviews

§ 4.1 Inleiding
De vragen uit hoofdstuk 3 over de hardloopstad en de kenmerken, weergegeven in een conceptueel model, vormen de bagage voor de interviews. Deze kenmerken worden getoetst bij de te interviewen experts door middel van vragen. In de volgende paragraaf wordt toegelicht wie om welke reden is geïnterviewd. Tot slot zijn de bevindingen uit de interviews beschreven in dit hoofdstuk.

§ 4.2 De geïnterviewde experts:
- Senior Event Manager Le Champion;
- Consultant Loopsport Atletiekunie;
- Redacteur Runner's World;
- Event Manager Golazo/Like2Run.

Hierboven staan de functies en werkgevers genoemd van de experts die zijn geïnterviewd. In paragraaf 1.7 van hoofdstuk 1 is er al aangegeven waarom voor welke partij is gekozen. Alle kenmerken uit het model in de vorige paragraaf komen aan bod tijdens de interviews en worden vergeleken met het oriënterend onderzoek en paradigma onderzoeker. Dit om in de analyse een zo valide mogelijk beeld te krijgen van de verzamelde informatie en om later in de conclusies antwoord te geven op de kennisvraag en deelvragen van dit onderzoek. In de volgende paragraaf zijn de bevindingen van de interviews uitgewerkt.
Golazo heeft Like2Run overgenomen en zij spreken dus namens een organisatie in het interview.

§ 4.3 Bevindingen interviews
De interviews zijn afgenomen op de werklocaties van de experts en opgenomen met een voicerecorder. Achteraf is een transcriptie van de interviews gemaakt. Hierdoor is de ruwe data uit de interviews overzichtelijk voor dit verdere onderzoek.
In deze paragraaf staan de bevindingen beschreven van de geïnterviewde experts. Eerst is gevraagd wat een hardloopstad is in hun ogen. Daarnaast zijn de kenmerken getoetst uit het conceptueel model van de hardloopstad. In de bijlagen van dit onderzoek zitten de vragenlijst en transcriptie van de interviews als naslagwerk.

Bevindingen wat een hardloopstad is:
De expert van Le Champion noemt een hardloopstad een stad waar veel wordt hardgelopen en hardlopen leeft. Daarnaast vindt de expert dat de wethouder van een stad hardlopen als speerpunt moet benoemen. De stad moet ook faciliteiten aanbieden om te kunnen hardlopen. En tot slot vindt de expert dat een stad hardloopevenementen moet aanbieden. De expert van de Atletiekunie vindt het belangrijk dat de stad kennis heeft van hardlopen en dat iedereen en alles is betrokken bij het hardlopen. Net als de expert van Le Champion vindt hij dat er evenement beleving moet zijn in een hardloopstad. Daarnaast geeft de expert van de Atletiekunie aan dat gezondheid en fitheid centraal moeten staan binnen een hardloopstad, bijvoorbeeld door mensen voor te lichten over de gezondheidseffecten van voldoende (preventieve) beweging.

De expert van Runner's World vindt veiligheid belangrijk voor een hardloopstad. Dit is dan gericht op de inrichting van de hardlooproutes binnen een stad. Net als de expert van de Atletiekunie vindt hij dat een hardloopstad moet denken aan preventieve gezondheidszorg en dat hardlopers voorlichting moeten krijgen. En tot slot vindt hij net als de expert van Le Champion dat een stad zijn verantwoordelijkheid moet nemen in het aanbod voor hardlopers.
De expert van Golazo vindt een hardloopstad een stad die marketing voert rond hardlopen. Net als de experts van de Atletiekunie en Runner's World vindt hij veiligheid en gezondheid belangrijk binnen een hardloopstad. Net als de experts van Le Champion en Runner's World vindt hij dat een stad faciliteiten moet aanbieden om te hardlopen en hierin actief is. Hij voegt hier nog aan toe dat dit gepromoot moet worden en een stad hiervoor subsidies geeft. Ook hij vindt dat een stad aan evenementen moet doen, zoals ook de experts van de Atletiekunie en Le Champion.

Bevindingen thema:
De expert van Le Champion vindt dat er niet één specifiek thema is voor een hardloopstad, maar noemt er een aantal: veilig, gezond(heid), fun, sociaalmaatschappelijk, integratie, samen lopen, ontmoeten en economische aspecten. Toch springen er voor hem wel veiligheid en gezondheid uit. De visie 'You run the city' vindt hij een goede visie.
De expert van de Atletiekunie noemt net als de expert van Le Champion de maatschappelijke verbinding tussen alles en gezondheid als waarde voor een thema. Daarnaast moet de stad proberen een community in beweging te krijgen. Uiteindelijk gaat men dan ook achter gezond bewegen staan en meer meedoen met activiteiten. Tot slot vindt hij 'De hardloopstad van Nederland' een goed thema om te gebruiken.
De expert van Runner's World vindt dit ook.
De expert van Golazo vindt de visie 'You run the city' voor de hardloopstad goed weergeven. De stad is dan jouw speelterrein waarin je mag lopen waar je maar wilt op de openbare weg. Net als de andere experts ziet hij wat in 'De hardloopstad van het jaar' om steden te prikkelen actief te zijn op het gebied van hardlopen. Hij voegt hier aan toe dat de steden ook wel echt iets moeten kunnen aanbieden als hardloopstad.

Bevindingen informatiekanaal:
De expert van Le Champion vindt een website en app van de gemeente geschikt als informatiekanaal voor een hardloopstad. Maar ook een toerisme- of sportsite van een stad.
De expert van de Atletiekunie richt zich alleen op de eigen organisatie en zou hiervoor www.hardlopen.nl willen gebruiken. Op deze site kunnen dan aanlokkelijke voorstellen getoond worden om aan te geven hoe een hardloopstad kan zijn.
De expert van Runner's World gebruikt idealiter een nationale website als informatiekanaal en daarnaast een app. Hij vindt daarnaast dat er in de app en op de website voorzieningen genoemd moeten worden, voornamelijk voor jongeren.
De expert van Golazo is hierover niet gevraagd.

Bevindingen inrichting looproutes:
De expert van Le Champion vindt dat er een waterpunt, ontmoetingsplek of zitjes rond de start/finish en faciliteiten voor een warming-up op de routes moeten liggen. Daarnaast vindt hij dat er nagedacht moet worden over unieke elementen op een route om hierdoor onderscheidend te zijn. En tot slot dat het een beleving moet zijn om een zo vrij mogelijke route zonder verkeerslichten te lopen.
De expert van de Atletiekunie noemt een aantal punten waaraan een route moet voldoen: commercieel informatiebord plaatsen bij de start van een route, toegankelijk, weinig stoepranden, vrij vlak, dichtbij, goed verlicht en verkeersvrij. Net als de expert van Le Champion gaat het om een zo vrij mogelijke route en wordt hetzelfde gedacht over verkeerslichten, ontmoetingspunt en een waterpunt op de route. Ook bij de inrichting van looproutes vindt hij gezondheid en veiligheid belangrijk en hier is een certificaat voor. Hij vindt dat een stad moet kijken naar routes langs aanbieders van loopsport en zich daarmee bemoeien. Tot slot wil hij ook samenwerking zien met een fitnessprogramma bij bijvoorbeeld een atletiekvereniging.
De expert van Runner's World vindt verlichting belangrijk en zou wel willen zien dat de verlichting aan gaat wanneer iemand langs rent. Ook ziet hij graag toestellen om oefeningen mee te doen langs de routes, eventueel met een overkapping. Hij vindt dat er meer is dan alleen lopen. Tot slot noemt hij nog een aantal punten: gebruik afstandsbordjes, gebruik Finse pistes/zachte paden, verschillende ondergronden op de routes, rekening houden met tegenwind en beschutting, breedte en paden met tweerichtingsverkeer.
De expert van Golazo vindt net als de experts van Le Champion en Atletiekunie dat de looproutes vrij moeten zijn. Net als de expert van Runner's World vindt hij zachte paden van belang. De paden moeten rekening houden met sightseeing, vooral door mooie plaatsen in een stad te combineren met routes. En hij wil dat er gecommuniceerd wordt om mensen zelf een route te laten kiezen.

Bevindingen bezienswaardigheden/highlightsroute:
De expert van Le Champion geeft aan goed te kijken naar drukte op een dergelijke route, maar ziet dit wel zitten. Hij vindt het vooral interessant voor toerisme. Bijvoorbeeld door *guided tours* te organiseren langs highlights, eventueel met thema's zoals een museumroute.
De expert van de Atletiekunie vindt dat een stad naar zijn *unique selling point* moet kijken bij het aanbieden van een dergelijke route.
De expert van Runner's World vindt het slim een highlightsroute aan te bieden en ziet hierin ook een rol voor het toerisme weggelegd. Hij noemt hierbij de VVV. Dit sluit aan op wat de expert van Le Champion hierover heeft gezegd en ook hij geeft het voorbeeld van een *running guide*. Tot slot geeft hij aan dat er dan informatie over de stad verteld kan worden tijdens de routes.
De expert van Golazo vindt dat de highlightsroute moet worden aangeboden en vindt het promoten hiervan een taak van de marketingafdeling van een stad.

Bevindingen gecombineerde looproutes:
De expert van Le Champion vindt het een leuk idee om looproutes te combineren en haalt hierbij het voorbeeld van het knooppuntensysteem voor het fietsen. Hij zou ook

herkenningstekens willen plaatsen van bekende en grote evenementen op de routes als combinatie. Om deze routes te laten markeren wil hij mijlpalen gebruiken en of namen op traptreden van betrokkenen. Tot slot wil hij mensen een fysieke of online mogelijkheid bieden om samen op deze routes te gaan lopen of nieuwe mensen te leren kennen.
De expert van de Atletiekunie vindt dat er dergelijke routes via de mobiele telefoon aangeboden moeten worden, in de vorm van een TomTom-formule.
De expert van Runner's World noemt net als de expert van Le Champion het knooppuntensysteem voor het fietsen als voorbeeld. Hij wil wel dat deze routes in lengte zijn aangegeven. En tot slot moeten er kluisjes en douches aangeboden worden bij deze routes.
Met de expert van Golazo is hier niet expliciet over gesproken.

Bevindingen vrije openingsuren atletiekbanen:
De expert van Le Champion ziet dit wel zitten, maar vindt dat er rekening moet worden gehouden met de kwetsbaarheid van de baan en materialen die er staan. Wat je aanbiedt moet wel onderhouden worden; als alternatief kunnen er parken met hindernissen worden aangeboden.
De expert van de Atletiekunie wil gelijk de hekken opengooien van atletiekbanen. Dat de banen open zijn is goed om aan te geven op de website van de gemeente. Wel vindt hij het handig om een beheerder klaar te hebben staan met kopje koffie wanneer iemand een Dutch Runner is. Ook is het belangrijk dat je je spullen kwijt kunt tijdens het lopen.
De expert van Runner's World geeft aan te letten op kosten die komen kijken bij vrije openingsuren van atletiekbanen en zou het eventueel combineren met een werkgelegenheidsproject. Hij wil proberen de banen meer te laten gebruiken door loopgroepen overdag, bestaande uit bijvoorbeeld moeders, parttimers en naschoolse opvang. Opengooien betekent geen entree vragen. Ook vindt hij net als de expert van de Atletiekunie dat er een ideale combinatie kan zijn met een fitnesscentrum en atletiekbaan/accommodatie. Tot slot geeft hij nog aan dat de locatie van een atletiekbaan van invloed is.
De expert van Golazo geeft aan dat er in België al een te hoge bezettingsgraad is van atletiekbanen. Hij vindt dat de atletiekbanen vooral tijdens kantooruren meer gebruikt moeten worden. En hij vindt ook dat iedereen recht heeft op het gebruik van de atletiekbanen.

Bevindingen meetbare looproutes:
De expert van Le Champion vindt de ChampionChip geen optie meer om te gebruiken voor meetbare looproutes. Deze routes wil hij integreren in bestaande apps. Tevens vindt hij het handig om te kunnen aflezen op welke tijdstippen de routes het meest gelopen worden.
De expert van de Atletiekunie geeft aan dat de beleving steeds belangrijker wordt ten opzichte van de prestatie, maar geeft wel aan dat het leuk blijft wanneer dingen meetbaar zijn. Hij vindt het handig voor de registratie van exacte routes en bevestiging hiervan. Vergelijkbaar met de expert van Le Champion vindt hij het interessant om routes in te laten voeren bij de grotere hardloop-apps.

De expert van Runner's World geeft aan dat de gemeente Amsterdam al bezig is met een eigen route-app en hierin meetbare routes wil aanbieden. Er kunnen wedstrijden met deze app georganiseerd worden. Hij vindt dat apps gecombineerd moeten worden met meetbare systemen. Ook haalt hij veiligheid aan: wanneer een route meetbaar is, kan iemand jou volgen in het geval van een ongeluk. Tevens geeft hij aan om op z'n minst fysieke kilometerpunten aan te geven op deze routes. Tot slot moeten de hellingshoek en/of hellingen ook meegenomen worden in de metingen van routes.
De expert van Golazo is het eens met de andere experts om de routes meetbaar te maken op een aantal punten. Hij zegt vergelijkbaar met de expert van de Atletiekunie dat men wil weten wat ze hebben gedaan en dat het leuk is om vaste trajecten te hebben.

Bevindingen continu weergegeven data hardlopers:
De expert van Le Champion geeft aan dat er unieke apps worden gemaakt voor bepaalde evenementen en dat daarin bijvoorbeeld al een live trackingsysteem is verwerkt.
De expert van de Atletiekunie zou gegevens proberen te krijgen uit continu weergegeven data en zo contact houden met een groep, zodat zij hun handelen in de toekomst hierop kunnen afstemmen. Daarnaast vindt de expert dat er hardloopcursussen moeten worden aangeboden waar continu wordt hardgelopen of hardlooptrainingen onder begeleiding van een trainer.
De expert van Runner´s World zegt dat er al steden zijn die *heat maps* gebruiken. Ook heeft hij waargenomen dat de helft van de lopers tegenwoordig loopt met een app. Er moeten conclusies getrokken worden volgens hem uit de data van deze hardloopapps.
De expert van Golazo geeft aan eventueel een teller neer te zetten op hardlooproutes, zodat men direct de drukte kan monitoren. Hij vindt het leuk te onderzoeken hoeveel kilometers een stad loopt en waar de meeste kilometers gelopen worden. Wel noemt hij de gebruiksvriendelijkheid van het lezen bij continu weergegeven data van hardlopers.

Bevindingen combinatie looproutes en atletiekaccommodaties:
De expert van Le Champion geeft aan dat de atletiekaccommodaties zich vaak wel aan de rand van de stad bevinden en niet altijd in de buurt van de meest aantrekkelijke loopomgevingen. Het voordeel is wel dat er parkeergelegenheid is, ook voor bezoekers van buiten de stad.
De expert van de Atletiekunie heeft hierover al wat gezegd bij zijn bevindingen over de inrichting van looproutes.
De experts van Runner´s World en Golazo is hierover niet direct iets gevraagd.

Bevindingen SROI:
De expert van Le Champion gaf aan om het onderzoek van Michiel de Nooij mee te nemen in dit onderzoek. Dit om meer te weten te komen over de maatschappelijke kosten-batenanalyse omtrent hardlopen en met de Dam-tot-Damloop als voorbeeld. Hij geeft ook aan dat de citymarketing van een stad monitort wat zowel deelnemers als toeschouwers uitgeven tijdens een evenement. Hierbij wordt er gekeken naar

plezier en gezondheidsimpuls. De expert van de Atletiekunie noemt de *unique selling point* van een stad om aan de hand daarvan uit te zoeken of een stad een hardloopstad kan worden.

Extra bevindingen:
De expert van Le Champion geeft aan dat er voor een hardloopstad nader moet worden bekeken hoe het zit met bereikbaarheid en parkeren rondom routes. Maar ook naar de combinatie van routes en horecagelegenheden of andere relevante bedrijven. Bijvoorbeeld een schoenenzaak van waaruit je direct schoenen zou kunnen testen op de route. De routes in een hardloopstad zou hij voor het aanbieden laten meten door de officials van de Atletiekunie.
De expert van de Atletiekunie geeft aan een hardloopstad eventueel te combineren met een JOGG-gemeente, zodat ook deze groep in een gemeente het concept van de hardloopstad kan gebruiken. De expert geeft ook de tip om een architect de looproute aan te laten kleden met bijvoorbeeld een mooi uitkijkpunt, historische bezienswaardigheden en meer. De architect zou überhaupt de ruimtelijke ordening kunnen ontwerpen, met als vertrekpunt de visie van een hardloopstad.
De expert van Runner's World geeft als toevoeging dat hardlooproutes vanuit hotels aangeboden kunnen worden in steden of voor een andere bedrijfstak. De opkomst van de populariteit van trails moet meegewogen worden voor de invulling van een hardloopstad. Een toevoeging is ook dat er gelet moet worden op milieuaspecten, zoals afvalvrije paden op de routes. Tot slot geeft ook hij aan, net als de expert van de Atletiekunie, om een architect te benaderen voor het inrichten van de ruimtelijke ordening in een hardloopstad.
De expert van Golazo geeft aan dat werknemers in een stad in de middag tijd moeten kunnen hebben om te gaan hardlopen. Dit kan bijvoorbeeld door middel van flexuren, wat ook zorgt voor meer spreiding van hardlopers. De stad kan dit promoten door het allereerst aan eigen ambtenaren aan te bieden. Hij geeft aan dat elke stad anders werkt en andere stakeholders hebben. Djubble is een handige tool om hardlopers met elkaar af te laten spreken om te gaan hardlopen. Tot slot geeft hij aan dat het belangrijk is na de routes te hebben gelopen via sociale media, bijvoorbeeld beeldmateriaal aan te bieden.

Hoofdstuk 5. Validatie onderzoek

§ 5.1 Inleiding
In de volgende paragraaf wordt de validatie van dit onderzoek beschreven. In de validatie wordt ingegaan op de werkwijze van dit onderzoek. De validatie is een reactie op de uitleg hoe het onderzoek gedaan is in paragraaf 1.9 van dit onderzoek.

§ 5.2 Validatie
Na het hebben van een duidelijke probleemstelling, kennisvraag en deelvragen, was het moeilijk om voldoende wetenschappelijke literatuur te vinden rondom het onderwerp ‘de hardloopstad’. Daarom is ervoor gekozen om in hoofdstuk 2 een oriënterend onderzoek te doen in plaats van alleen literatuuronderzoek. Om meer te weten te komen over het onderwerp is informatie verzameld uit verschillende informatiebronnen. Aangezien de wetenschappelijke inhoud in dit onderzoek niet groot is, is er een paradigma van de onderzoeker toegevoegd. Hierin is er sportmanagementkennis toegepast op het onderwerp om meer inhoud te geven aan de gevonden informatie. Maar ook is de onderzoeker hiervoor het werkveld ingegaan om het gevoel met het onderwerp te versterken en bevindingen te kunnen doen. Dit is toegespitst op vooral het hardlopen, waar te hardlopen en wie de hardlopers zijn. Uiteindelijk zijn er een aantal experts gekozen om het model van het nieuwe concept ‘de hardloopstad’ met zijn kenmerken te laten belichten. Er zijn vragen gesteld over de kenmerken van het concept ‘de hardloopstad’. Het idee van de onderzoeker was om meer dan vier interviews te houden. Qua tijdsduur is het niet gelukt om meer mensen te interviewen over dit onderwerp. Achteraf bleek in het vierde interview niet veel meer nieuwe informatie naar voren te zijn gekomen ten opzichte van de eerste drie interviews. De meerwaarde van meer interviews is hiermee afgezwakt. Echter de inhoud en dataopbrengst uit de vier afgenomen interviews is groot te noemen. Er zijn veel bevindingen uit de interviews gekomen.
Het doen van het onderzoek op deze manier, heeft ervoor gezorgd dat er een duidelijke analyse, conclusies en aanbevelingen geschreven kunnen worden. De laatste drie hoofdstukken zijn makkelijk te schrijven, wanneer er voldoende inhoud uit de vorige hoofstukken is ontstaan. Om het onderzoek nog meer inhoud te kunnen geven hadden er ook interviews met hardlopers gedaan kunnen worden, in plaats van alleen interviews met experts uit de hardloopbranche.

Hoofdstuk 6. Analyse

§ 6.1 Inleiding

In de analyse worden de bevindingen uit het werkveld, de bevindingen uit de interviews over de hardloopstad en de kenmerken uit het conceptuele model gekoppeld. Dit wordt ook gekoppeld aan de eerder gevonden informatie uit het oriënterend onderzoek en paradigma van de onderzoeker. Dit gebeurt dan ook volgens de werkwijze van het onderzoeksmodel in hoofdstuk 1. Hierdoor is het mogelijk te onderbouwen wat een hardloopstad is in de conclusies van dit onderzoek in hoofdstuk 7. De analyse is in de volgende paragraaf in een tabel weergegeven en toegelicht.

§ 6.2 Tabel analyse

Tabel 6.1 Analyse concept hardloopstad

Kenmerken conceptueel model	**Koppeling tussen oriënterend onderzoek, paradigma van onderzoeker, bevindingen werkveld en interviews**
Thema	Het gedachtegoed/thema voor de hardloopstad 'You run the city' wordt door de experts van Le Champion en Golazo als goed benoemd. De hardloopstad heeft hiermee een visie/waarde/overtuiging om een community in beweging te krijgen. Net als in het paradigma komt er in de bevindingen naar voren dat de hardloopstad veilig moet zijn en rekening moet houden met gezondheid. Daarnaast moet er ook met maatschappelijke en economische verbindingen rekening worden gehouden. Tot slot wordt het idee om 'De hardloopstad van het jaar' uit te gaan voeren door drie experts ondersteund. De volgende punten kunnen ook gekoppeld worden aan een thema voor een hardloopstad: - fun; - integratie; - samen lopen; - ontmoeten; - combineren met JOGG-thema.
Informatiekanaal	In het paradigma van de onderzoeker is aangegeven dat de website van de Atletiekunie geschikt kan zijn als informatiekanaal voor een hardloopstad. In de bevindingen van de interviews komt terug dat dit via de website: www.hardlopen.nl kan. Dit is gestaafd door de expert van de Atletiekunie. En ook is er een koppeling met het paradigma dat er meerdere mogelijkheden zijn als informatiekanaal in de bevindingen: website van de gemeente, toerisme- en of een sportsite van de gemeente. In ieder geval een nationale website volgens de expert van Runner's World. Er moet een website zijn ter verduidelijking van de hardloopstad inclusief een gemeente-app en eventuele brochure.
Inrichting looproutes	Er is geen koppeling tussen dag- en avondlopers vanuit het oriënterend onderzoek, het paradigma en bevindingen. Wel is er een koppeling dat er naar de beleving van de (internationale) lopers gekeken moet worden en routes dichtbij aan te bieden. Wat betreft de daadwerkelijke inrichting van looproutes komen de volgende punten overeen waaraan een hardlooproute moet voldoen volgens het oriënterend onderzoek, paradigma en bevindingen: - diversiteit aanbieden van looproutes en unieke elementen toevoegen; - weinig ander verkeer/verkeersvrij; - begaanbaar oppervlak; - goed verlicht en kijken welke soort verlichting;

	- veilige routes; - zitplaatsen aanbieden bij de start en finish van een route; - goed bereikbare routes; - waterpunt op routes; - ontmoetingspunt aanbieden, gebruik Djubble; - gebruik zachte paden/Finse pistes. Daarnaast kan een hardloopstad nog kijken naar een aantal andere bevindingen betreffende de inrichting van looproutes: - commercieel informatiebord bij de start van de routes plaatsen; - certificaat aan de routes koppelen; - routes langs aanbieders uit de hardloopbranche; - fitnessoefeningen/materialen op de routes; - gebruik afstandsbordjes en bewegwijzering; - afgestemd op tegenwind en beschutting; - breedte paden en routes, zodat beide kanten op gelopen kan worden; - routes langs horecamogelijkheid voor een drankje; - parkeermogelijkheden in de buurt van de routes; - afvalvrij.
Highlightsroute	Vanuit het oriënterend onderzoek en paradigma van de onderzoeker is naar voren gekomen dat het goed is om een looproute langs bezienswaardigheden en of highlights te laten lopen. In het veldwerk van de onderzoeker is de deelname rondom een divers parcours als groot te noemen. In de bevindingen van de interviews blijkt dat deze koppeling terecht is en gewild. Het is vooral interessant voor toeristen, *guided tours*, citymarketing en voor een VVV. De experts van Le Champion en Runner's World waren het met elkaar eens wanneer het gaat om de functie hiervan voor toerisme en *guided tours*. Bij deze route moet er gekeken worden naar de *unique selling point* van een stad. Tijdens de route kan men dan informatie geven over de stad. Het is van belang om deze route niet te druk te laten worden. De promotie van deze route kan door de marketing gedaan worden.
Combinatie looproutes	Zowel in het oriënterend onderzoek, als het paradigma als de bevindingen is het combineren van looproutes genoemd en gewild. Vanuit de bevindingen in het werkveld en uit het interview met de expert van de Atletiekunie blijkt dat de wens er is voor een navigatiesysteem voor hardlooproutes. Ook sluit het ontwikkelen van een navigatiesysteem voor hardlooproutes aan op de inrichting van looproutes eerder genoemd in deze tabel. Daarnaast kan het door de experts van Le Champion en Runner's World vergeleken worden met het knooppuntensysteem voor fietsers. Er kunnen douches en kluisjes aangeboden worden rondom deze routes, maar ook: - mijlpalen, namen op traptreden; - lengte aangeven van de routes; - ontmoetingspunten om samen te lopen en nieuwe mensen te leren kennen; - herkenningstekens van bekende en grote evenementen.
Opening atletiekbanen	Er is een koppeling tussen oriënterend onderzoek en latere bevindingen uit het werkveld en van de interviews betreffende de openingsuren van atletiekbanen. Het bestaat al en de wens is er bij experts om vrije openingsuren aan te bieden. Er wordt aangegeven om vrije openingsuren te benoemen op een website van de gemeente. In het paradigma en bevindingen valt te lezen dat een grotere groep lopers de baan moet gebruiken buiten huidige gebruikersuren. De bevindingen uit het werkveld en de experts van de Atletiekunie en Golazo staven dit. Ook kan er rekening worden gehouden met de volgende punten: - onderhoud banen; - alternatief in het park met hindernissen; - beheerder aanwezig laten zijn en aanbieden van dranken; - spullen stallen; - iedereen heeft recht op gebruik atletiekbanen of alleen Dutch

	Runners; - entree vragen of niet; - vrije openingsuren alleen tijdens kantooruren/overdag; - rekening houden met kosten en combineren met werkprojecten.
Meetbare looproutes	Uit het oriënterend onderzoek bleek dat lopers gelopen tijden belangrijk vinden voor het plezier. Dit komt ook door het grote aantal lopers dat gebruikmaakt van hardloopapps, chips op evenementen en hardlopen met een smartphone waar dan ook. Er is een koppeling tussen de bevindingen vanuit het werkveld en bevindingen uit de interviews dat er werd opgemerkt dat veel lopers lopen met een mobiele telefoon. Zowel vanuit de bevindingen van de onderzoeker als die van de expert van Golazo, wordt het advies gegeven om de lopers na het gebruik van data op routes te benaderen met bijvoorbeeld foto's en filmpjes. De beleving wordt ook steeds belangrijker dan de prestatie. De koppeling is ook terug te zien in de bevinding dat het meten van tijden en afstand handig is voor de registratie van een exacte route en bevestiging hiervan. De hellingen moeten ook meegenomen worden in deze routes. De koppeling die er niet meer is, is het gebruiken van een chip voor tijdmeting. Tot slot kunnen er nog een aantal punten meegenomen worden voor de meetbare looproutes: - andersom ook handig in te spelen op gelopen routes te bekijken en op welke tijdstippen; - wedstrijden organiseren op meetbare looproutes via de apps; - mensen de apps in kunnen laten zien om te weten waar iemand is; - aangeven op routes waar er gemeten wordt; - hardloopapp gebruiken bij evenementen en andersom.
Continu weergegeven data hardlopers	Uit het oriënterend onderzoek blijkt dat er *heat maps* gemaakt zijn om te zien waar en hoeveel er wordt hardgelopen in steden en ook het gebruik van apps om data van hardlopers te laten zien. De koppeling voor de hardloopstad vanuit de interviews met de expert van Le Champion, is het verwerken van een live trackingsysteem in apps. De expert van de Atletiekunie wil ook continu data van hardlopers zien en contact met deze lopers houden om meer binding te krijgen. Dit komt overeen met de bevinding van de onderzoeker dat er interactie kan plaatsvinden door middel van deze data. Daarnaast wil hij op de plekken waar data continu worden weergegeven inspelen door hardloopcursussen onder begeleiding van een trainer aan te bieden. De expert van Runner´s World kende de *heat maps* al en is het ermee eens dat deze data gebruikt moeten gaan worden. Dit komt overeen met het paradigma van de onderzoeker. De expert van Golazo wijst wel op de gebruiksvriendelijkheid bij het gebruik van data. Hij vindt dat er nog meer aangeboden kan worden: - een teller neerzetten op hardlooproutes om drukte te monitoren; - onderzoeken hoeveel kilometers een stad loopt en waar het meest.
Combinatie looproutes en atletiek-accommodaties	De experts van Le Champion en de Atletiekunie vinden dat looproutes in een hardloopstad gecombineerd moeten worden met atletiekaccommodaties, zoals in Antwerpen wordt gedaan. Bij het combineren kan er nog gekeken worden naar: - bereikbaarheid en parkeren; - locatie van accommodaties.
Combinatie met citymarketing	In de interviews is er niet direct gevraagd of citymarketing een kenmerk is van een hardloopstad, maar wel is er een verband te zien. In het oriënterend onderzoek komt naar voren dat steden weinig aan citymarketing doen in de Nederlandse steden ten opzichte van Antwerpen. De expert van Golazo uit België noemt het in de bevindingen een taak van de citymarketing om de hardloopstad te promoten. Net als in het paradigma van de onderzoeker geeft de expert van Le Champion aan dat citymarketing een rol moet spelen bij evenementen. Hier wordt verder op ingegaan bij de SROI.
SROI	In het oriënterend onderzoek is naar voren gekomen dat er naar de

	maatschappelijke en economische waarden van de hardloopstad gekeken kan worden en dit wordt ondersteund door de expert van Le Champion. De expert bleek ook deels opdrachtgever te zijn voor een onderzoek hiernaar voor de Damloop. Net als in het oriënterend onderzoek geeft de expert aan om te kijken naar de zachte financiële waarden, zoals plezier en gezondheidsimpuls bij zowel deelnemers als toeschouwers. De Atletiekunie vindt dat er ook naar de SROI van een hardloopstad gekeken moet worden en dan met name naar de *unique selling point* van de stad. In het oriënterend onderzoek is aangegeven dat de betalingsbereidheid in het onderzoek over de Damloop is gemeten. Dit valt positief uit en ook in de bevindingen van de onderzoeker wordt de betalingsbereidheid als opmerking genoemd gericht op plezier.

Hoofdstuk 7. Conclusies en aanbevelingen

§ 7.1 Inleiding
In dit hoofdstuk worden de conclusies en aanbevelingen van dit onderzoek beschreven. In de volgende paragraaf wordt er antwoord gegeven op de kennisvraag en deelvragen van dit onderzoek. In paragraaf 7.3 zijn de aanbevelingen voor dit onderzoek beschreven. De aanbevelingen zijn beschreven om meer uit dit onderzoek te halen.

§ 7.2 Conclusies
Volgens de experts uit de interviews en volgens de onderzoeker is een hardloopstad een stad waar de betrokkenheid bij hardlopen groot is. Daarnaast moet een hardloopstad hardloopevenementen aanbieden. Een hardloopstad is een stad waar de politiek begaan is met hardlopen. Een hardloopstad denkt en handelt preventief op het gebied van gezondheid, door het aanbieden van hardlopen. De hardloopstad geeft ook voorlichting hoe het beste te kunnen hardlopen. Een hardloopstad is een stad waar het veilig is om te hardlopen. Een hardloopstad is een stad waar faciliteiten worden geboden om te kunnen hardlopen.
Er was nog geen concept van de hardloopstad in de sport met onderbouwing en dankzij dit onderzoek nu wel. Het concept van de hardloopstad is gemaakt om maatschappelijke waarde te creëren voor meerdere stakeholders. Namelijk voor een individu, groepen, maar ook als collectief goed voor bedrijven en/of overheid. Wanneer een stad voldoet als hardloopstad kan een individu, bijvoorbeeld een hardloper, gebruikmaken van betere paden om op te lopen. Hiernaast kan de hardloper ook profiteren van de meetbaarheid van deze routes, dit maakt het lopen ook weer uitdagender dan routes in de normale openbare ruimte. Niet alleen lopers maken gebruik van deze verbeterde hardlooproutes, maar ook andere individuen kunnen ervan profiteren. Bijvoorbeeld doordat mensen zich veiliger voelen in een park met meer gebruikers vanwege de hardlooproutes. Dit vergroot de veiligheid in een stad. Wanneer er meer individuele lopers of groepen komen dankzij de kenmerken van de hardloopstad, is het geval dat een stad weer wil investeren voor bedrijven en of overheid.
Een stad moet goed kijken hoeveel te willen investeren in het concept van de hardloopstad en hiervoor een stakeholderanalyse op te stellen. In het kenmerk SROI van het concept wordt meer gezegd over de waarde rondom hardlopen in de stad met als voorbeeld de Damloop. Alles wat de stad meer doet om een hardloopstad te worden, is om een grotere volggroep hardlopers te krijgen en/of om aan meer wensen van stakeholders te voldoen.

De infrastructuur van de hardloopstad moet aan een aantal kenmerken voldoen. Deze kenmerken worden in het vervolg van deze tekst verder toegelicht. Een thema is een kenmerk van een hardloopstad om de stad een visie te geven. Om een volggroep in beweging te krijgen, is de visie ‘You run the city’ als onderdeel van het thema van de hardloopstad. De hardloopstad moet rekening houden met maatschappelijke en economische verbindingen. Onderdeel van het thema van de hardloopstad is de titel van ‘De hardloopstad van het jaar’.

Een informatiekanaal is een kenmerk van een hardloopstad en hiervoor moet een nationale website gebruikt worden. Daarnaast kunnen steden ook gebruikmaken van een app om de hardloopstad te laten zien.
Het kijken naar de inrichting van looproutes is een kenmerk waar een hardloopstad aan moet voldoen. Hierbij moet rekening worden gehouden met de beleving van hardlopers en routes dichtbij aanbieden. Daarnaast moet de daadwerkelijke inrichting van hardlooproutes voldoen aan een aantal criteria, deze zijn te lezen in tabel 6.1.
Een kenmerk van een hardloopstad is het aanbieden van een highlightsroute. Deze route zal gericht zijn op het toerisme en gecombineerd worden met *guided tours*. De citymarketing van een hardloopstad zal deze route communiceren.
Het aanbieden van gecombineerde looproutes is een kenmerk van een hardloopstad. Dit is vergelijkbaar met het knooppuntensysteem voor fietsers. Een wens hierbij is om een navigatiesysteem voor hardlooproutes te laten ontwikkelen.
Een kenmerk van een hardloopstad is vrije openingsuren van atletiekbanen. Een hardloopstad moet dit communiceren via de gemeentelijke website. De atletiekbanen moeten buiten de huidige gebruikersuren meer lopers gebruik laten maken van deze banen.
Gezien het aantal lopers dat loopt met een smartphone en het leuk vinden om data te creëren, moeten steden meetbare looproutes aanbieden. De lopers die deze meetbare routes hebben gelopen moeten hierna benaderd worden met interactief materiaal. De beleving bij het hardlopen wordt namelijk steeds belangrijker ten opzichte van prestaties. Het meetbaar maken van de routes is ook nodig voor een exacte meting, waaronder: tijd, afstand en hellingen.
Als kenmerk van een hardloopstad moeten steden inspelen op data van hardlopers die continu worden weergegeven. Een live trackingsysteem is hier een voorbeeld van. Daarnaast moeten er ook interacties met de hardlopers in de stad worden aangegaan. En er kunnen hardloopproducten worden aangeboden, waarbij data gebruikt wordt. Voor het continu weergeven van data van hardlopers zijn er *heat maps*. Een hardloopstad moet deze maps gaan gebruiken om er op in te spelen.
Een kenmerk van een hardloopstad is dat de hardlooproutes die in een stad worden aangeboden gecombineerd worden met atletiekaccommodaties.
Een kenmerk van een hardloopstad is dat de citymarketing van de stad de hardloopstad moet promoten.
Tot slot is de social return on investment een kenmerk van een hardloopstad. Een hardloopstad moet kijken naar de maatschappelijke en economische waarden van een hardloopstad. Hierbij moet vooral worden gekeken naar de zachte financiële waarden als het gaat om plezier en gezondheid onder de hardlopers in een hardloopstad. Dit is interessant voor de lopers, maar ook voor andere partijen. Mochten er kosten zijn voor hardlopers, dan moet er gekeken worden naar de betalingsbereidheid. Als laatste is het belangrijk bij de SROI het *unique selling point* van een stad hierin mee te nemen.

Het concept van een hardloopstad is de combinatie tussen het conceptueel model uit paragraaf 3.2 en de gegevens uit de analyse in tabel 6.1. Wanneer een stad voldoet aan het model en aan alle kenmerken, mag het zich een hardloopstad noemen. Hoe deze kenmerken moeten zijn wat betreft inhoud valt dan te lezen in de analyse die gemaakt is in tabel 6.1. Een stad heeft ook de mogelijkheid meer aan te bieden dan

behandeld is in dit onderzoek. Uiteindelijk is het aan de stad hoe ruim zich deze als een hardloopstad wil tonen en/of hiermee ‘De hardloopstad van het jaar’ te willen worden.

§ 7.3 Aanbevelingen

1. Een stad benaderen om als voorbeeld te gebruiken voor een eerste hardloopstad, afgestemd op de uitkomsten van dit onderzoek.
2. Een partij benaderen om de titel ‘De hardloopstad van het jaar’ te laten gebruiken of dit zelf te doen als sportmanager.
3. Een partij benaderen om een informatiekanaal in te laten richten voor een hardloopstad.
4. Looproutes proberen vandalismevrij en duurzaam in te richten in de openbare ruimte.
5. Een partij benaderen om de hardlooproutes van een hardloopstad met behulp van een navigatiesysteem aan te laten bieden.
6. Een partij benaderen om een app te laten ontwikkelen die een hardloopstad kan gebruiken. Hierin komen de hardlooproutes, worden deze meetbaar gemaakt met een valide systeem, live trackingsysteem en interactief materiaal te sturen na het uitlopen van deze routes.
7. De makers van de *heat maps* benaderen om als hardloopstad mee samen te werken.
8. Een sportmanager in gesprek laten gaan samen met de citymarketing van steden om een stad als hardloopstad zo goed mogelijk te promoten, eventueel in de vorm van een merknaam. Het lopen in de hardloopstad als continu evenement promoten.
9. Wanneer een stad een hardloopstad is, bijhouden wat de SROI is en nadenken over de manier waarop dit te doen. De gegevens die hieruit komen weer gebruiken voor een volgende hardloopstad en of de huidige te verbeteren indien nodig. Een stakeholderanalyse hieraan toevoegen.
10. Een partij benaderen die dit onderzoek wil (laten) uitwerken. Hiervoor kunnen de partijen gebruikt worden waar de experts zijn geïnterviewd.
11. Er is nog weinig wetenschappelijk onderzoek gedaan naar de relatie tussen mobiele applicaties en hardlopen. Hier zou onderzoek naar gedaan moeten worden om te kunnen onderbouwen wat de werking tussen beiden is. De gelezen data die hieruit voortkomen is erg interessant voor een sportmanager en uiteindelijk de hardloopbranche.
12. Bij het ontwerpen van een nieuwe stad/wijk van tevoren al rekening houden met het concept hardloopstad. Zo kan een stad direct inspelen op de wensen van een volggroep hardlopers en zich makkelijker een hardloopstad noemen.
13. Voor het ontwerpen van een nieuwe stad of het aanpassen van de huidige infrastructuur een blik laten werpen vanuit een ander kennisveld. Bijvoorbeeld door een architect of stedenbouwkundige.
14. Interessant voor steden is het om te gaan kijken naar de luchtkwaliteit in relatie tot hardlopen. Hierbij kunnen er dan bijvoorbeeld routes aangeboden worden in delen van de stad waar de luchtkwaliteit goed is. Of de steden tonen aan wanneer het wel of niet verantwoord is een route in de stad te lopen.

15. De inhoud van dit onderzoek kan ook interessant zijn buiten stadsbesturen om. De informatie over looproutes kan bijvoorbeeld worden aangeboden bij een grote hotelketen om zijn klanten mee te bedienen. Het is interessant voor een sportmanager om hier verder over na te denken.
16. Dit onderzoek te gebruiken voor steden in zowel binnen- als buitenland. Hierbij dient er wel rekening te worden gehouden met verschillen tussen werkwijzen in steden.
17. Tot slot moet een stad die hardloopstad is geworden blijvend evalueren hoe de hardloopmarkt zich ontwikkelt en kan het concept de hardloopstad hierdoor andere wensen verlangen.

Literatuurlijst

Afstandmeten.nl. (z.j.). *Afstandmeten.nl*. Opgeroepen op 1 28, 2015, van Website van Afstandmeten.nl: http://www.afstandmeten.nl/index.php

Atletiekunie. (2015). *Dutch Runners*. Opgeroepen op Januari 4, 2015, van Website van Atletiekunie: http://www.dutchrunners.nl/

Atletiekunie. (z.j.). *Home*. Opgeroepen op April 1, 2015, van Website van Atletiekunie: http://www.atletiekunie.nl/

de Gelderlander. (2011, 11 14). *Nijmegen moet zich profileren als loopstad*. Opgeroepen op April 1, 2015, van Website van de Gelderlander: http://www.gelderlander.nl/regio/nijmegen-e-o/nijmegen/nijmegen-moet-zich-profileren-als-loopstad-1.2293506?ls=lg&rs=pl

De Nooij, M., & Horsselenberg, P. (2014). *Dam tot Damloop, Economische en maatschappelijke waarde.* Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam, Domein Economie en Management/HES. Opgeroepen op Mei 8, 2015, van http://www.damloop.nl/files/2014/11/2014-10-deNooij_Horsselenberg_Damtotdamloop-CAREM-HvA.pdf

Ettema, D. (2014). Start to run. *Vrijetijdsstudies, 32*. Opgehaald van http://www.nritmedia.nl/file/VTS_2013_3_Ettema.pdf

Fietsersbond. (z.j.). *Fietsstad 2016: Bikenomics*. Opgeroepen op Februari 17, 2015, van Website van Fietsersbond: http://fietsstad.fietsersbond.nl/

FitnessKeeper, Inc. (2015, Maart 27). *RunKeeper - GPS Tracking Rennen Lopen*. Opgeroepen op April 1, 2015, van Website van Apple: https://itunes.apple.com/nl/app/runkeeper-gps-tracking-rennen/id300235330?mt=8

Freedom Trail Run. (z.j.). *Freedom Trail Run*. Opgeroepen op Januari 4, 2015, van Website van Freedom Trail Run: http://www.freedomtrailrun.com/

Gemeente Amsterdam. (z.j.). *Fiets- en hardlooproutes*. Opgeroepen op Februari 17, 2015, van Website van Gemeente Amsterdam: http://www.amsterdam.nl/kunst-cultuur-sport/sport/sport-amsterdam/fiets-hardlooproutes/

Gemeente Amsterdam. (z.j.). *Sport*. Opgeroepen op Januari 3, 2015, van Website van gemeente Amsterdam: http://www.amsterdam.nl/gemeente/organisatie-diensten/dmo/sport/

Golazo. (2015). *Golazo*. Opgeroepen op Januari 30, 2015, van Website van Golazo: http://www.golazo.com/

Hover, P., & Romijn, D. (2011). *Evenementenlopers winnen terrein.* Utrecht: Mulier Instituut. Opgeroepen op Juni 12, 2015, van https://www.kennisbanksportenbewegen.nl/?file=1844&m=1422882955&action=file.download

I amsterdam. (2015). *Marketing*. Opgeroepen op Februari 17, 2015, van Website van I amsterdam: http://www.iamsterdam.nl/nl/amsterdam-marketing/marketing

Le Champion. (z.j.). *Le Champion*. Opgeroepen op Januari 3, 2015, van Website van Le Champion: http://www.lechampion.nl/

Like2Run. (z.j.). *Home*. Opgeroepen op April 1, 2015, van Website van Like2Run: http://www.like2run.nl/

Loopreizen. (2014). *Antwerpen*. Opgeroepen op Januari 4, 2015, van Website van Loopreizen: http://www.loopreizen.nl/overzicht_reizen.asp?place_id=68

Losse Veter. (2015, januari 2). *Waar lopen Nederlanders het liefst?* Opgeroepen op juni 10, 2015, van http://losseveter.nl/2015/01/02/waar-lopen-nederlanders-het-liefst/

Marechal, M. (2014). *Amsterdam RENT.* Lichtenvoorde: Routemakers.

MYLAPS Event Timing. (z.d.). *MYLAPS Event Timing*. Opgeroepen op April 1, 2015, van Website van MYLAPS Event Timing: http://www.mylapseventtiming.nl/

MYLAPS Event Timing. (z.j.). *Tijdwaarneming: onze systemen*. Opgeroepen op Februari 17, 2015, van Website van MYLAPS Event Timing: http://www.mylapseventtiming.nl/service/event-timing/

Rijkenberg, J. (2014). *Concepting.* Amersfoort: BBNC uitgevers.

RunnerMaps. (z.j.). *Hardlopen met Google Maps*. Opgeroepen op Januari 28, 2015, van Website van RunnerMaps: http://runnermaps.nl/route

Runner's World. (2014). *Website van Runner's World*. Opgeroepen op April 1, 2015, van Runner's World: http://www.runnersweb.nl/

Sportief Zwolle. (z.j.). *Hardloopstad Zwolle*. Opgeroepen op Januari 4, 2015, van Website van Sportief Zwolle: http://www.hardloopstad.nl/

Sportservice Nijmegen. (z.j.). *Sport & Beweging*. Opgeroepen op Januari 3, 2015, van Website van gemeente Nijmegen: http://www2.nijmegen.nl/wonen/Sport

SportService Zwolle. (z.j.). *Organisatie*. Opgeroepen op Januari 3, 2015, van Website van SportService Zwolle: http://sportservicezwolle.nl/page.php?headid=1

stad Antwerpen. (2014, April 1). *Lopen*. Opgeroepen op Januari 30, 2015, van Website van de stad Antwerpen: https://www.antwerpen.be/nl/kanalen/sporting-a/lopen/loopparcours-en-atletiekpistes

Stichting Amsterdam Atletiek. (z.d.). *Amsterdam Atletiek*. Opgeroepen op April 1, 2015, van Website van Stichting Amsterdam Atletiek: http://amsterdamatletiek.nl/

Stichting Amsterdam Atletiek. (z.j.). *Over Amsterdam Atletiek*. Opgeroepen op Februari 4, 2015, van Website van Stichting Amsterdam Atletiek: http://amsterdamatletiek.nl/over-saa/

Strava, Inc. (2015, Maart 30). *Strava GPS Running and Cycling*. Opgeroepen op Januari 21, 2015, van Website van Apple: https://itunes.apple.com/nl/app/strava-gps-running-cycling/id426826309?mt=8

Tourism, Sports and Entertainment. (z.j.). *Tourism, Sports and Entertainment*. Opgeroepen op Januari 3, 2015, van Website van City of Boston: http://www.cityofboston.gov/arts/

Van Bottenburg, M., Van Kalmthout, J., Van Der Meulen, R., Nuijten, S., Rijnen, B., & Roques, C. (2006). *De tweede loopgolf.* 's-Hertogenbosch: W.J.H. Mulier Instituut.

Bijlagen

Interview

Inleiding
Het interview zal ongeveer een uur duren en vindt plaats op de werkplek van de te interviewen personen. De te interviewen persoon is van tevoren ingelicht over de inhoud van het interview. De interviewer legt nogmaals uit wat de bedoeling is en geeft aan wanneer het daadwerkelijke interview gaat plaatsvinden met het afwerken van de vragenlijst.

Vragenlijst interviews (start interview en opname)

Vraag 1
- Wat is in uw ogen een hardloopstad? Welke kenmerken zou u kunnen noemen(verhouding)? Welk thema? Informatiekanaal?

Vraag 2
- Welke samenwerkingen heeft u met de stad/steden in uw werk? Voorbeelden? Atletiekaccommodaties? Evenementen/marketingbureaus?

Vraag 3
- Wat is in uw ogen een optimale hardlooproute voor een hardloper?

Vraag 4
- Gebruikt u dataverkeer van hardlopers? Voorbeelden?

Vraag 5
- Ziet u samenwerking tussen steden en de atletiekbond in uw werk? Voorbeelden?

Naast bovenstaande vragen het conceptuele model doorlopen om te toetsen door middel van de vragen uit hoofdstuk 3.
Laatste vraag aangeven en gedurende het interview af en toe samenvatten.

Reacties/vragen? Bedankt.

Later nog mogen benaderen voor eventuele nieuwe inhoud voor het onderzoek.

Bron: lesmateriaal Inge

Codering interview maandag 13 uur, 13 april met Jan Willem Mijderwijk, Senior Event Manager Le Champion

Hardloopstad
Een stad waar veel wordt hardgelopen en hardlopen leeft. Gebonden of ongebonden. Een stad moet faciliteiten bieden om hard te kunnen lopen. Bijvoorbeeld mooie parken eventueel met aangegeven afstanden. Wethouder van een stad moet hardlopen als speerpunt benoemen. Aanwezigheid hardloopevenementen, zodat lopers daar naartoe kunnen trainen. Vondelpark is een continu hardlooppark.

Thema
Hardlopen is niet specifiek één thema, maar doet meer denken aan gezondheid, fun, integratie, samenlopen, ontmoeten, sociaal maatschappelijk, economische aspecten en veiligheid een belangrijke voorwaarde. Op een veilige manier je sport kan beoefenen. Hardlopen is gezond mits het op een verantwoorde manier is. Veiligheid gaat ook samen met de inrichting van looproutes.
'You run the city' klinkt goed. Lijkt op het thema wat ASCIS nu hanteert: 'It's a big world, go run it'. Themacampagne. De hele wereld is je parcours, ga het verkennen.

Relatie met steden
Een stad is vergunningverlener. Toestemming nodig voor het evenement. Veiligheidsplan maken. De stad maakt de afspraken met hulpdiensten. De stad moet zorgen voor goede faciliteiten, goede wegen, electra- en watervoorzieningen, bewoners informeert omgeving over eventuele hinder, maar ook leuke dingen. De stad kan subsidieverlener zijn. Samenwerken om bewoners te betrekken bij het evenement voor de fun met de buurt. Voor integratie en beleving. Op het gebied van sport samenwerking betreffende talentontwikkeling. Precariobelastingen spelen een rol. Betalen voor gebruik van vierkante meters. City Marketing monitort wat mensen uitgeven rondom een evenement. Om economische spin-off te meten. Dit gaat dan zowel om de deelnemer als toeschouwer. Kijken naar plezier en gezondheidsimpuls.

Relatie met atletiekverenigingen
Zij bieden trainingen aan voor lopers die naar een evenement toe willen trainen.

Relatie met de atletiekbond
De stichting is lid van de Atletiekunie. Dan maak je gebruik van een aantal diensten, bijvoorbeeld officieel meten afstanden parcoursen. Aangezien zij daar officials voor hebben. Checken ook of wedstrijden op een eerlijke manier verlopen, stellen de uitslag vast, organiseren ook bijeenkomsten voor verdiepingsslag bepaald onderwerp met event managers erbij. Run to the start bieden zij aan om ongebonden lopers te trainen richting een evenement verdeeld over drie groepen. Met uiteindelijk doel om lid te worden van een atletiekvereniging. Er is ook bewezen dat trainen onder deskundige begeleiding tot minder blessures leidt.

Informatiekanaal
Websites van de gemeenten zouden geschikt kunnen zijn, een app van de gemeente. Maar ook toerismesite van een stad of sportsite van een stad.

Inrichting looproutes
Waterpunt op de routes. Het moet een beleving zijn, geprikkeld raken onderweg, unieke elementen betreffende parcoursen, ene keer een tunnel andere keer een racecircuit of strand en duinen (natuurreservaat). Onderscheidend. Weinig verkeerslichten. De stad Gent heeft gekeken naar hoe hardlooproutes in te richten.

Bezienswaardigheden/highlightsroute
Kijken naar regulier gebruik route ten opzichte van drukte om capaciteitsproblemen voor te zijn. Ook interessant voor toerisme. Guided tour met gids hardlopend door steden langs highlights. Dit kan met varianten, zoals bijvoorbeeld een museumroute. Langs parken, natuur en cultuur.

Gecombineerde looproutes
Leuk, net als het knooppuntensysteem bij het fietsen. En een idee is om herkenningstekens te plaatsen rondom parcoursen van grotere en bekende evenementen. Bijvoorbeeld de finish van de Dam-tot-Damloop, mijlpalen langs de route bij elke mijl of namen van betrokkenen op traptredes. Fysieke of online mogelijkheid aanbieden om samen een dergelijke route te gaan lopen. Om ook nieuwe mensen te leren kennen.

Vrije openingsuren atletiekbanen
Wel inachtnemen kwetsbaarheid kunststofbaan en materialen die er staan. Als alternatief parken met hindernissen aanbieden. Dat wat je aanbiedt moet wel onderhouden worden.

Meetbare looproutes
ChampionChip is uit de gratie aan het raken. Deze integreren in de grootste apps. Handig om meest populaire routes te lezen en op welke tijden.

Continu weergave data hardlopers
Samenwerking MYLAPS en MYSPORTS voor het ontwikkelen van een specifieke app voor eigen evenementen. ASICS en TCS hebben een app ontwikkeld voor de evenementen die zij sponsoren. Dam-tot-Damloop app is een vervanging van het papieren programmaboekje en de te lopen routes staan erin. Inclusief live tracking, zodat mensen thuis een loper kunnen volgen.
Aanbieden van strategische waterpunten, start/finishplaats inrichten met ontmoetingsplek, zitjes, warming-upfaciliteiten,

Combinatie looproutes en atletiekaccommodatie
Bevinden zich wel vaak aan de rand van steden en bevinden zich niet altijd in of rondom de meest aantrekkelijke omgeving om in hard te lopen. Voordeel is wel parkeergelegenheid voor bijvoorbeeld mensen van buiten de stad. Wel in ogenschouw nemen voor een hardloopstad, maar niet forceren.

Extra:

- Michiel de Nooij heeft onderzoek gedaan in 2013 naar maatschappelijke kosten-batenanalyse Dam-tot-Damloop. Hierbij gekeken naar economische en maatschappelijke impact. Hij heeft hieraan een euroteken gekoppeld.
- Nader te bekijken bereikbaarheid en parkeren rondom routes.
- Combinatie routes met een drankje/horeca of andere zaken.
- Locatie schoenenzaken om schoenen te kunnen testen op een route

Codering interview donderdag 13 uur, 16 april met Gerard Nijboer, Consultant Loopsport Atletiekunie

Hardloopstad

Loopstad waarin iedereen en alles is betrokken bij het hardlopen. Kennis hebben van hardlopen en daar iets mee doet. Waar een evenementsbeleving is. Evenementen zetten mensen in beweging en zonder gebeurt er niks. Aspecten gezondheid en fitheid erg belangrijk. Het evenement is het applaus voor wat jij de afgelopen periode gedaan hebt om zo ver te komen. Side-events belangrijk. Integratie hardlopen in de gezondheidswereld. Bijvoorbeeld een clinic wordt betaald door het ziekenhuis als verlengstuk van de zorgverzekeraar en inspeelt op de bezuinigingen. Door mensen preventief in beweging te zetten. Om mensen in te lichten op welke gezonde manier met weinig risico's voor te bereiden op een evenement. Op een verstandige manier.

Relatie met steden

Er is geen contact met gemeentes over evenementen vanuit de Atletiekunie, dat laten we aan onze verenigingen. Wel zijn er bepaalde impulsen vanuit de stad om bepaalde loopcursussen te geven; zoals 'Start to Run' en 'Run to the Start'. Dan spelen zij daarop in en normaal gaat dit via hun atletiekverenigingen. Een uitzondering is de samenwerking voor het EK in Amsterdam. Hierbij vervult de Atletiekunie een rol ter promotie van dit EK en staan zij Amsterdam bij in de organisatie. Naast contacten met overheden.

Relatie met atletiekverenigingen

Vaak worden atletiekverenigingen betrokken door evenementen zelf, maar soms ook andersom. In de regel is het zo dat de grotere evenementen hun eigen organisatiebureau hebben. En vaak met betrokkenheid van mensen van de Atletiekunie. Maar de Atletiekvereniging hoeft niet meer de hoofdorganisator van een evenement te zijn.

Atletiekverenigingen worden ingehuurd om een bepaald gedeelte van een evenement, de wedstrijd zelf, bijvoorbeeld parcours een rol te spelen. De omliggende organisatie zelf gebeurt vaak door een particuliere organisatie. Ik ken geen gemeentes die atletiekverenigingen vragen om een grote rol te spelen in fitheidspromotie. Er kan wel een sportnota zijn waarin slimme bestuursleden van een atletiekvereniging aankloppen wij kunnen die rol vervullen. En niet andersom. Incorporatie van atletiekvereniging en fitnesscentrum is de sterkste situatie. Om mensen meer met elkaar in contact te laten houden. Bijvoorbeeld wanneer iemand geblesseerd is blijft er betrokkenheid. Valt er toch nog in de buurt te trainen. Dit is de reden voor de zachte buitenbaan bij de atletiekbaan op Papendal.

Inrichting looproutes
Gezonde en veilige looproutes. Ongeveer 30 routes hebben hiervoor een certificaat gekregen. Toegankelijke routes, weinig stoep op of af, vrij vlak, in de omgeving van de bewoonde wereld, makkelijk contact maken, veilig gericht op vrouwvriendelijk (niet alleen in het bos) waar je ook andere lopers gaat tegenkomen, drinkpost, goed verlicht, verkeersvrij. Veel mensen die hardlopen zoeken elkaar op. Er zijn maar weinig mensen die kiezen voor de stilste, rust en natuur. Er komen wel meer trails, maar dat is nog maar een kleine groep.
Een stad moet kijken naar aanbieders van loopsport en zich daarmee ook bemoeien. En goed kijken naar je eigen directe omgeving als stad. En dus het aanbod om mensen daar naartoe te verleiden en dingen te doorbreken. Maar ook samenwerken met een fitnessprogramma. Dit kan ook bij een atletiekvereniging.

Thema
De maatschappelijke verbinding tussen alles. Gezondheid wordt een steeds belangrijkere waarde in onze maatschappij. Voor gezondheid en energie is een duursport noodzakelijk. De makkelijkste en meeste efficiënte vorm van duursport is hardlopen. Als je dat als city kan faciliteren met een aantal partners die hardlopen ook kunnen bieden als deskundigen en de exposure kunnen geven dan kun je makkelijk een community in beweging krijgen. Die ook achter gezond bewegen gaat staan en mee gaat doen met gepromote activiteiten van een stad.
Goed idee om de loopstad van Nederland te gebruiken. Organisaties of evenementen die zich verdienstelijk hebben gemaakt voor organisatie van loopsport kunnen gaan voor ‘De loper’. Deze wordt bij de looptrainersdag uitgereikt.

Informatiekanaal
Hardlopen.nl wordt gebruikt om aandacht te geven aan evenementen die het goed doen in de vorm van een podium. Hierop aanlokkelijke voorstellen tonen om aan te geven hoe een hardloopstad te zijn. Welke stad in de regio, welke activiteiten, wat doen wij als Atletiekunie en vereniging daarbij. Hiermee wil men dat ook naar buiten brengen.

Bezienswaardigheden/highlightsroute
Amsterdam zou dat mooi kunnen doen mede vanwege internationale vliegveld vlakbij! Hierbij unique selling point van de stad bekijken.

Gecombineerde looproutes
Routes op je mobiel zetten met een abonnement die verteld hoe te lopen. Trendy om te ontwikkelen.

Meetbare looproutes en continu weergave
Dubbele gedachte, omdat het bij een aantal evenementen al niet meer om tijd gaat. Beleving wordt belangrijker en prestatie secundair. Wel leuk als dingen meetbaar zijn, voor iedereen wat wils. Handig voor registratie en bevestiging van de exacte route. Routes een certificaat geven. Interessant om routes in te voeren bij de grotere hardloopapps. Vanuit onderzoek Bottenburg geeft wel aan maar 15% vindt de prestatie belangrijk en 65% de gezondheid/fitheid. Veel mensen willen vrij zijn. Toch

probeert de Atletiekunie met Dutch Runners contact te houden met lopers en hieruit gegevens te krijgen. En hierop de toekomst te kunnen bouwen. Betrokkenheid houden bij de beleving van iedereen. En hardloopcursussen aanbieden op plekken waar veel gelopen wordt. Of onder leiding van een trainer daar te trainen. Bijvoorbeeld met hartslagmeting.

Combinatie looproutes en atletiekaccommodatie en vrije openingsuren atletiekbanen
Hekken opengooien van de atletiekbanen. Met bijvoorbeeld een Dutch Runnerskaartje een kopje koffie bij een beheerder kunt halen. Je kunt je spullen kwijt en de baan is van jou. Rekening houden met kinderen. Permanente opening van de banen. Goed om aan te geven op de website van de gemeente.

Extra
Jogg-gemeente is belangrijk, alles en iedereen betrokken op wat jij doet en achter het beleid staat. Met een visie erachter. Unique selling point op een goede manier etaleren. Laten zien waar je als stad voor staat. Gezondheid moet hierin een rol spelen, de meerwaarde van loopsport. Dit moet wel gepaard gaan met een perfecte infrastructuur. En hierbij je aanbieders in kaart brengen, bijvoorbeeld met een infobord bij de start van een looproute. En dit commercieel uitbaat. Inspelen op runningpoint. Dit kan ook via de mobiel.
Aankleding belangrijk bij een route door een architect. Bijvoorbeeld uitkijkpunten, toeschouwersbruggen, herkenbaarheden evenementen of uit de geschiedenis. Atletiekunie heeft voornamelijk contacten met evenementen en verenigingen en niet zozeer met de steden.

Codering interview vrijdag 15 uur, 17 april met Ysbrand Visser, Redacteur Runner's World

Hardloopstad
Veiligheid, vrije paden en zo min mogelijk obstakels en verkeer. De ondergrond mag afwisselend zijn vanwege verschillende type lopers en node. En vanuit gezondheidsoogpunt zou je het liefst een relatief zachte ondergrond. Een bospad zonder al teveel wortels is ideaal. In België heb je veel Finse pistes bestaande uit houtsnippers. Strakke ondergrond. Kunststofbanen met zachte banen eromheen. Meerdere opties aanbieden binnen de inrichting van een hardloopstad. Een vergevorderd plan kunnen leveren aan gemeentes en dit snel oppikken. Preventief voor de gezondheidszorg. Als gemeente verantwoordelijkheid nemen en trainingsprogramma's aanbieden via parcoursen in een app. Ook vanwege een teveel aan blessures. Dit voorkomen door betere voorlichting. Gemeenten kunnen dan via de app programma's aanbieden en aangeven wanneer ze de oefeningen moeten doen en pauze te nemen op de parcoursen.

Inrichting looproutes
Verlichting aanleggen die aanfloept wanneer je eraan komt lopen. Om te kunnen lopen in een donkere omgeving. Handig voor waar het te donker is of te gevaarlijk. Verlichting is een belangrijk aspect. Toestellen om oefeningen mee te doen. Lopen

mag niet alleen lopen zijn, daar horen oefeningen bij. Dit kan met een overkapping en toestellen. Om bijvoorbeeld rustig grondoefeningen te kunnen doen. Moet alleen interessant zijn voor lopers, geen beschutting en open, maar wel droog. Hierbij een zachte ondergrond. Afstandbordjes belangrijk, apps en meetsystemen combineren. Rekening houden met tegenwind met name uit het westen. Dus rekening houden met windrichting en beschutting. Bijvoorbeeld voor of achter een bomenrij uitgaande van de bestaande structuur. Hoe breed zijn ze en allebei de kanten uitlopen.

Meetbare looproutes
Amsterdam is bezig met een route-app. Vergelijkbaar met de eigen Strava-segment. Bijvoorbeeld wedstrijden organiseren via apps. Deden nog weinig mensen aan mee. Met prijzen, maar ook verloting. Download de app voor je eigen veiligheid, zodat een partner weet waar je bent. Maar ook met blockfunctie vanwege privacy. Je kan ook strepen op de weg zetten elke honderd meter. Op z'n minst kilometers aangeven. Hellingen/hellingshoek meenemen. Trailrunning ook meenemen in dit verhaal en dus verschillende soorten ondergrond.

Continu weergave data hardlopers
Er zijn al steden die een heat map gebruiken. De helft loopt tegenwoordig met apps. Data van hardloopapps conclusies uit trekken.

Bezienswaardigheden/highlightsroute
Slim vanuit VVV-oogpunt een hardlooproute aan te bieden. Moet wel veilig zijn. Running guide op zondagochtend als het nog rustig is. Inclusief pauzes en informatie geven over de stad. Vrije routes.

Gecombineerde looproutes
Net als het knooppuntensysteem voor fietsers. Wel aangeven hoe lang de routes zijn. Mogelijkheid tot gebruik kluisjes en douches.

Vrije openingsuren atletiekbanen
Letten op de kosten en combineren met een werkgelegenheidsproject. Proberen meer gebruik te maken van de banen door bijvoorbeeld loopgroepen overdag voor moeders, parttimers en meer. Naschoolse opvang. Breder en vaker gebruiken. Wel afhankelijk van waar atletiekbanen liggen. Geen entree vragen, maar opengooien. Ideale combinatie met een fitnesscentrum.

Informatiekanaal
Idealiter een nationale website hiervoor gebruiken. Maar een app wordt tegenwoordig het centrale ding. Voorzieningen hierin ook noemen. Vooral voor de jongeren.

Extra
Interesse in wie is de hardloopstad van het jaar? Duitsland heeft dit wel. Uitzoeken welke kenmerken zij hieraan koppelen?
Routes vanuit een hotel. Eventueel ook interessant voor andere partijen.
Milieuaspecten meenemen. Afvalvrije routes.

Architect/ruimtelijke ordening benaderen?

Codering interview dinsdag 17 uur, 21 april met Sanne Augusteyns, Event Manager Golazo/Like2Run

Hardloopstad
Een stad die marketing rond hardlopen voert, de kans geeft aan mensen om op een veilige en eventueel groene zones te kunnen sporten. In Antwerpen is een brochure met loopparcoursen op Finse pistes en parken. Uitgestippelde parcoursen met kilometeraanduiding en worden gelinkt aan elkaar. Zo kan je de hele stad door lopen en ze proberen te promoten dat er gelopen wordt. De stad hiervoor de faciliteiten biedt. Promoten met de juiste insteek en dat het gezond moet blijven. En clubs subsidies geven om lopen in een gestructureerde vorm te krijgen. Veel sportevenementen in Antwerpen. Europese sporthoofdstad geweest. Budget vrijgemaakt om in loopevents te investeren. Mede dankzij de burgermeester die elke keer wil meelopen. Mooi gegeven vanuit de politiek. Met lopen bereik je de massa en het is gezond. In Antwerpen is lopen hot.
Op een slimme manier en duurzaam. De gezondheidsfactor om blessures te voorkomen is erg belangrijk. Advies kunnen inwinnen hierover. In de vorm van een cursus of training. Een platform ontwikkelen, om de drempel zo laag mogelijk te houden.

Samenwerking met steden
Eerste partner voor Golazo, via de politiek vragen ze aan of ze een evenement mogen organiseren. Daar krijgen ze dan subsidie voor om te organiseren, maar ook de faciliteiten en materialen. Een heel grote samenwerking ook betreffende politie-inzet. Een heel radar wat elke keer in gang wordt gezet. Veel diensten die erin betrokken worden. Elke stad werkt anders. Niemand heeft dezelfde werkwijze, soms stoef hierdoor ergens te beginnen. De politie en dienst Evenementen van de stad hebben de trekkende speler/rol. Af en toe onderhandelen en kijken hoe of wat, maar loopt in grote lijnen heel goed. Wisselende contacten met bijvoorbeeld dienst Vergunningen, Antwerpen sportstad om diensten bij elkaar te krijgen en bijvoorbeeld veiligheidsoverleggen. Dienst Evenementen zelf of aparte Sportdienst. Verschillende structuren. Af en toe zoeken waar wat te regelen. Elke stad heeft zijn gewoontes die je moet leren kennen. Uitdagend, maar kan het dossier ook bemoeilijken. Tip om een evenement te starten die jij goed kent.

Samenwerking met atletiekverenigingen
Een organisatie die bij een evenement werken met 40 betaalde medewerkers. Die zijn ad-interim in dienst, zoals studenten, volwassen medewerkers die elk evenement meedraaien die een beloning krijgen per uur. Evenementen zijn ontstaan vanuit het vrijwilligersleven. We moeten vrijwilligers betrekken om rendement te kunnen halen. Atletiekclubs kunnen hier een centje aan bijverdienen om vrijwilligers te leveren. Maar ook scoutsgroepen, om vakantiegeld te krijgen. Zonder hen zouden de kosten veel hoger liggen en is het moeilijker organiseren. Ze hebben groepen waar ze elk weekend mee samenwerken. Ze krijgen een jaarkalender en per evenement een briefing hoeveel personen er nodig zijn en sturen zij een onkostennota/factuur op. Dit

moet ook met 270 evenementen per jaar voornamelijk in België. Echte business en voldoende volk voor hebben.

Inrichting looproutes
Een trainingsparcours in je vrije tijd of een recreatief evenement. Zachte paden, sightseeing. Mooie routes, vrij zijn in wat je kan doen, parcours die opgesteld voor kuddegedrag van mensen. Die de omgeving niet kennen kiezen de veilige route. Ze zoeken elkaar op, willen samen lopen. Karakter van een evenement is belangrijk. Goed beloopbaar, breed bij evenementen. Hoeft niet langs de mooiste plekjes van de stad te lopen. Mensen zijn daar niet altijd mee bezig. Vooral tijds- of doelgericht. De fun runs spelen meer in op de beleving. Hierbij startplaats en parcours zeer belangrijk. Mooiste startplaats en sfeer. Animaties onderweg. Meer te doen voor publiek. De kantjes eraf te lopen die mensen niet kennen.
Naast gestandaardiseerde looproutes communiceren dat mensen zelf de stad kunnen gaan ontdekken. Wel mooie plaatsen combineren met routes. Pluspunt vooral voor startende lopers.

Gebruik dataverkeer hardlopers
Ze gebruiken voornamelijk Facebook. Twitter niet. Anders wordt het teveel. Ze gebruiken Facebook om de beleving groter te maken. En erna. Via mail of nieuwsbrief kan je jouw filmpje/foto bekijken als voorbeeld. Hoe je live een helling beklimt resultaat enorm veel views. Ze doen hier nog te weinig mee en willen er meer mee gaan doen.
Ze werken niet samen met Strava en Runkeeper. Wel met Djubble, als je samen wilt gaan hardlopen. Je kan berichten naar elkaar sturen. Wanneer te lopen en je kan je aanmelden. Ze hebben te weinig tijd om zo diepgaand te werken. Bij hun trainingscentrum kunnen ze wel data leveren aan bedrijven om hun medewerkers aan het sporten te krijgen.
Ze maken wel apps voor mobiliteitsgericht werken en parcours staat aangegeven. Vervangend programmaboekje.

Samenwerking met de atletiekbond
Wel bij het wielrennen niet met de VAL (Vlaamse Atletiek Liga). Zij richten zich ook op clubsport.

Thema
‘You run the city’ geeft dit goed weer. De stad is van jou en je speelterrein waarin je mag lopen waar jij maar wilt op de openbare weg. Bereikbare parken, straten, kleine weggetjes, mooi zijn voor elke loper.
Er is profileringsdrang binnen de steden. Er zijn steden die vragen om een loop te willen organiseren. Het moet wel iets zijn om de hardloopstad van het jaar te willen worden om naar toe te kunnen leven. Om steden meer te triggeren, Qua middelen wel oppassen met geldstromen.

Bezienswaardigheden/highlightsroute
Wel speciaal traject hebben voor de marketing bijvoorbeeld.

Meetbare looproutes/continu weergave data hardlopers
Op een aantal punten tijdmeting en mensen zijn veel bezig met cijfertjes. Men wil weten wat te hebben gedaan. Leuk om vaste trajecten te hebben. In Antwerpen hebben ze bij de Kaai zelfs een teller neergezet om te zien hoeveel mensen zijn langsgefietst. Een display met aantallen per maand en dag weergegeven. Ook om drukte te monitoren. De technologie maakt het lopen aangenamer voor de mensen. Leuk om te meten hoeveel kilometers loopt de stad en onderzoeken waar de mensen het meeste lopen. Toegankelijk houden voor de lopers, het gebruik, geen drukke kruispunten. Infrastructurele zaken bekijken om het lopen makkelijker te maken.

Vrije openingsuren atletiekpistes
Wel belangrijk dat mensen die kans krijgen echter is er wel een hele hoge bezettingsgraad van deze pistes. Eigenlijk te hoog. Het kan de recreatieve loper afschrikken om bij een club te gaan trainen. Tijdens kantooruren is het geen probleem. De meerderheid moet het recht van gebruik krijgen van de baan.

Extra
In Nederland nog veelal vrijwilligerscultuur in de organisatie zelf. Vanwege grote aantal evenementen moet je wel professioneel inzetten.
Medewerkers in een stad de kans bieden om in de middag hard te lopen en zo spreiding te creëren. Bijvoorbeeld door te werken met flexuren. Belangrijk om dit vanuit de stad te promoten. De stad moet in staan voor de gezondheid van zijn inwoners of gasten. En hierbij beginnen met de ambtenaren.
Netwerk nodig om dit onderzoek uit te laten komen.