



Afstanden Brandloyalty Vestingloop

- Grasso trimloop: 5-10-15 km
- Clearen bedrijvenloop: 5-10-15 km
- Van den Udenhout wedstrijdloop: 15 km
- Rabobank kids run: 1 km
- Para Run: 5 km

Profiel deelnemers

- 53 procent is man
- 64 procent is tussen 35 en 64 jaar
- 74 procent is hoogopgeleid
- 12 procent is lid van een atletiekvereniging
- 61 procent vindt eindtijd bij een hardloopevenement (heel) belangrijk
- 44 procent woont samen met kinderen

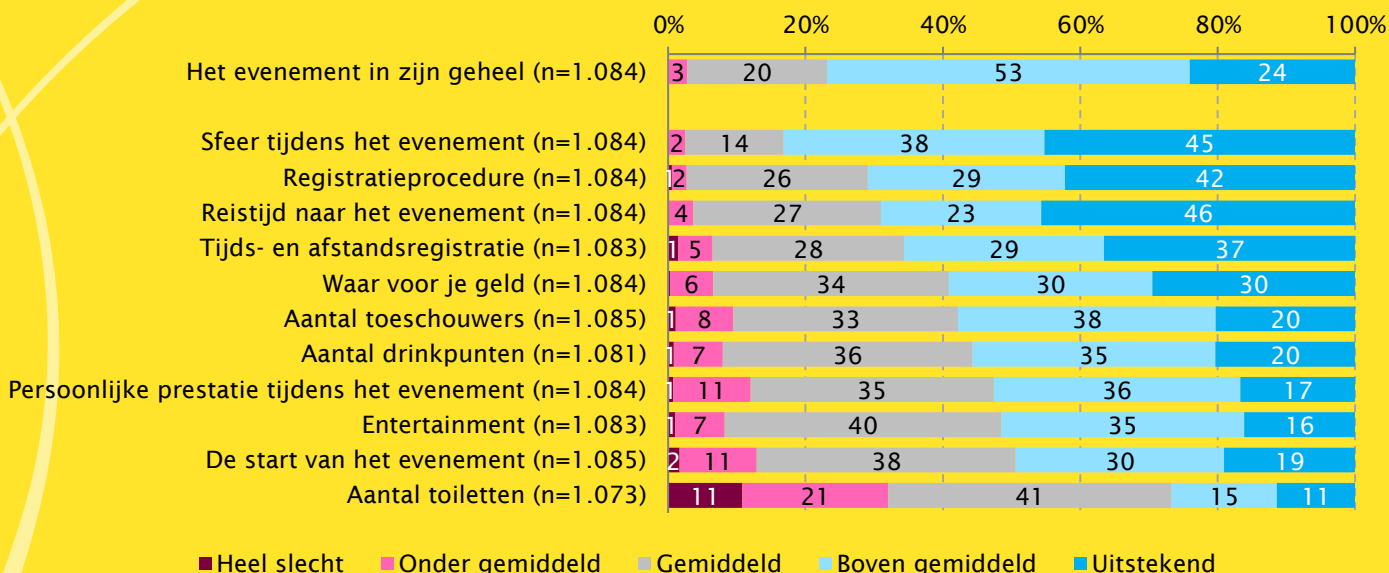
Redenen om deel te nemen

1. Plezier hebben (82%)
2. Competitie met mijzelf (66%)
3. Om een gevoel van prestatie te ervaren (55%)
4. Samen met vrienden/familie hardlopen (51%)
5. Voor de opwinding (36%)

Het percentage is het aandeel deelnemers voor wie het item in hoge tot zeer hoge mate reden voor deelname aan het evenement was.

Ervaringen deelnemers

Figuur 1. Oordeel van deelnemers over aspecten van de Brandloyalty Vestingloop 2019 (in procenten)



93 procent van de deelnemers zou het evenement aanbevelen aan een vriend of collega (een score van 7 of hoger op een schaal van 0 tot 10).

88 procent van de deelnemers acht het waarschijnlijk dat ze volgend jaar weer deelnemen (een score van 7 of hoger op een schaal van 0 tot 10).

Ervaren emoties van deelnemers die aan het evenement terugdenken

1. Positief (84%)
2. Prettig (78%)
3. Blij (77%)
4. Goed (76%)
5. Tevreden (75%)

Het percentage verwijst naar het aandeel deelnemers dat de emotie in hoge tot zeer hoge mate voelt wanneer zij aan het evenement terugdenken.

Effect op gezondheid

Voorafgaand aan het evenement is door de deelname aan het evenement ...

- 46 procent van de deelnemers (veel) meer gaan sporten.
- 20 procent van de deelnemers (veel) minder vet, suiker en/of zout gaan eten.
- 29 procent van de deelnemers (veel) minder alcohol gaan drinken.
- 27 procent van de deelnemers (veel) minder gaan roken.

Zonder deelname aan het evenement, zou 45 procent van de deelnemers (veel) minder gesport hebben in de periode voorafgaand aan het evenement.

In de 12 maanden na het evenement verwacht ...

- 28 procent van de deelnemers door deelname aan het evenement minder vet, suiker en/of zout te eten.
- 25 procent van de deelnemers door deelname aan het evenement minder alcohol te drinken.
- 27 procent van de deelnemers door deelname aan het evenement minder te roken.



Onderzoekverantwoording

De data voor dit onderzoek zijn verzameld met een online vragenlijst in de periode mei-juni 2019. De doelgroep bestond uit deelnemers van 18 jaar en ouder die aan het hardloopevenement meededen. 1.087 deelnemers hebben een volledige vragenlijst ingevuld. Binnen deze steekproef liep 1 procent van de deelnemers 1km, 24 procent 5km, 45 procent 10km en 29 procent 15km tijdens het evenement.

Run for Health

Dit deelnemersonderzoek maakt onderdeel uit van het project Run for Health, dat wordt gefinancierd door het Erasmus +-programma van de Europese Commissie. Het project wil sporten, bewegen en maatschappelijk welzijn bevorderen door de organisatie van hardloopevenementen. De missie van het project is: 1) studie van hardloopevenementen ten behoeve van diepgaand inzicht, 2) ontwikkeling van richtlijnen en beleidsaanbevelingen voor de organisatie van hardloopevenementen, 3) stimulering van communicatie tussen organisatoren van evenementen en beleidsmakers en 4) vergroten van bewustwording over de (on)mogelijkheden om met hardloopevenementen sporten, bewegen en welzijn te stimuleren. Projectpartners van het Mulier Instituut zijn: Aristotle University of Thessaloniki, KU Leuven, European Association of Sport Management, Breda University of Applied Sciences, Lithuanian Sports University en European Culture and Sport Organization.