



21,1 km hardloopplezier Analyse halve Marathon Eindhoven 2013

Mark Janssen & Steven Vos (Fontys Sporthogeschool)

Met medewerking van:

Aarnout Brombacher (TU Eindhoven)

Jeroen Scheerder (KU Leuven)

In samenwerking met Stichting Marathon Eindhoven

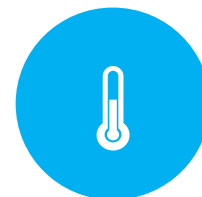
In enkele factsheets leest u meer over:

- Het onderzoek p3
- Rapportcijfers halve Marathon Eindhoven 2013 p4
- De deelname aan halve Marathon Eindhoven 2013 p5
- Hardlooprofiel p6
- Hardlooptoelichtingen – types van deelnemers p7
- Hardloopproducten & -diensten p8
- Colofon p9

1 Het onderzoek

Onderzoeksteam

Het onderzoek naar de deelnemers aan de halve Marathon Eindhoven 2013 werd uitgevoerd door **Fontys Sporthogeschool**, **TU Eindhoven** en **KU Leuven**, in nauwe samenwerking met de **Stichting Marathon Eindhoven**.



Gegevensverzameling

De onderzoeksgegevens werden verzameld door middel van een **online enquête**. De enquête bestond uit een vijftal vragenblokken: **ervaringen met Marathon Eindhoven**, **ervaringen met hardlopen**, **motieven voor het hardlopen**, **gebruik van hardloopp producten en –diensten**, en **achtergrondkenmerken**.



Verloop van het onderzoek & respons

Onmiddellijk na afloop van de halve Marathon Eindhoven 2013 werd via **e-mail** een uitnodiging verstuurd om de online enquête in te vullen. Er werden 5588 unieke e-mails verstuurd. Daarnaast ontvingen de deelnemers twee e-mails ter herinnering. Ze werden in totaal dus **drie keer gecontacteerd**. Uiteindelijk vulden 2171 deelnemers de enquête volledig in. Dit resulteerde in een respons van **39 procent**.



	Aantal	Percentage
Respons	2172	38,9
Non respons	3416	61,1
Totaal	5588	100,0

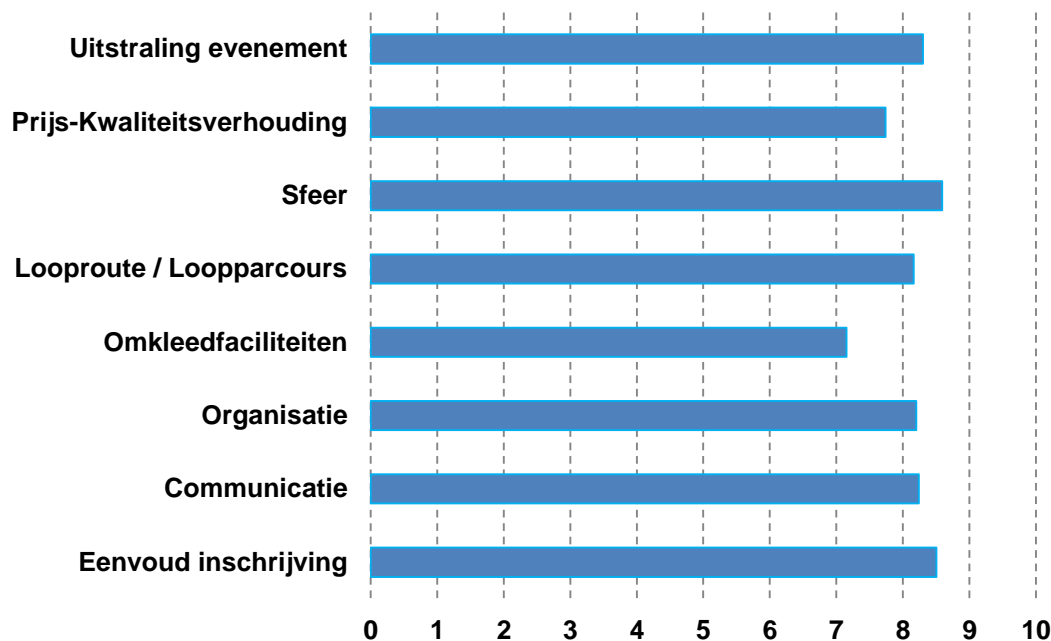
② Rapportcijfers halve Marathon Eindhoven 2013

8,2 / 10

Met een **gemiddeld rapportcijfer van 8,2** zijn de deelnemers uitermate positief over de halve Marathon Eindhoven 2013.

De omkleedfaciliteiten en de prijs-kwaliteitsverhouding scoren ietwat lager (7,2 en 7,7), maar de overige aspecten scoren een 8 of hoger. Positieve uitschieters zijn **de sfeer** (8,6), **eenvoud van de inschrijving** (8,5) en **uitstraling van het evenement** (8,3).

Het enthousiasme is groot: 78 procent van de deelnemers geeft aan in 2014 **opnieuw deel te nemen** aan de halve Marathon Eindhoven. Ongeveer negen op tien zou de halve Marathon Eindhoven **aanraden aan anderen**.



Deelname in 2014

33% zeker wel
45% waarschijnlijk
18% geen idee
4% nee



Aanrader?

49% zeker wel
36% waarschijnlijk
13% geen idee
2% nee

3 De deelname aan halve Marathon Eindhoven 2013



Toeleidingskanalen

- 48% familie, vrienden of kennissen
- 22% anders
- 21% hardloopvereniging
- 18% website
- 9% nieuwsbrief, posters of flyers
- 2% facebook en/of twitter

Familie, vrienden of kennissen (48%) vormen het belangrijkste toeleidingskanaal voor de halve Marathon Eindhoven, op ruime afstand gevolgd door de **hardloopvereniging** (20%) en de **website** (18%) en de categorie **'anders'** (22%), waarin veelvuldig genoemd werd dat de deelnemers al bekend waren door deelname in voorgaande jaren. Meer dan de helft (54%) nam namelijk **reeds eerder deel aan de halve Marathon Eindhoven**



Gezelschap

- 33% alleen
- 28% vriendinnen, kennissen of buren
- 15% familie
- 14% mensen uit mijn hardloopvereniging

De halve Marathon Eindhoven was vooral ook een erg **sociale aangelegenheid**. Een minderheid van de deelnemster nam **individueel** deel (33%). Er werd voornamelijk gelopen samen met **vriendinnen, kennissen en/of buren** (28%) en **familieleden** (15%) en **mensen uit de hardloopvereniging** (14%).



70%

vs



30%

4 Hardloopprofiel



Sport

- 35% enkel hardlopen
- 43% hardlopen als hoofdsport
- 22% hardlopen als ondersteunende sport

Frequentie hardlopen

- 24% minimaal 1 keer per week
- 44% minimaal 2 keer per week
- 32% minimaal 3 keer per week

Voornaamste verband hardlopen

- 52% alleen
- 30% hardloopvereniging/-groepjes
- 18% vrienden, familie of kennissen

Hardloopevenementdeelname (12 mnd)

- 23% enkel de halve marathon
- 50% 2 tot 4 keer per jaar
- 27% 5 keer of meer

De deelnemers aan de halve marathon waren gemiddeld **41,5 jaar**, met een range van 16 tot 76 jaar. Het overgrote deel van deze groep (86%) is **werkend**.

Voor 78 procent van de deelnemers is hardlopen de **voornaamste sport**, ongeveer een op drie doet uitsluitend aan hardlopen. De deelnemers lopen voornamelijk **individueel** (52%), ongeveer een derde loopt in **verenigingsverband of hardlooptroepen**. Ongeveer een vijfde loopt samen met **familie, vrienden of kennissen**.

Drie kwart van de deelnemers loopt **minimaal 2 keer per week**, 32 procent loopt 3 keer of meer. De halve Marathon Eindhoven was voor enkel een kwart van de deelnemers de **eerste ervaring met een hardloopevenement**. De meerderheid (77%) kan beschouwd worden als eerder ervaren evenementlopers.

5 Hardlooptypologieën – types van deelnemers

Op basis van de houdingen, identificatie en motieven ten aanzien van het hardlopen van de deelnemers aan de halve Marathon Eindhoven werd een **deelnemerstypologie** geconstrueerd. Door middel van een principaal componenten analyse gevolgd door een clusteranalyse werden de deelnemers ingedeeld in drie types: **individuele fitness lopers**, **sociaal competitieve lopers** en **individueel competitieve lopers**. Deze drie types zijn niet enkel onderscheidend voor wat betreft de beleving van het hardlopen, maar ook wat betreft socio-demografische kenmerken en loopsportgedrag.



Individuele fitness lopers vormen **een kwart van de deelnemers** (27%). Hardlopen is voor hen een sport die vooral toelaat om hun **gezondheid** en hun **conditie** te onderhouden. Ze identificeren zich het minst met de loopsport. Dit is ook de jongste groep lopers met de meeste lopers in de leeftijd van 30 tot 40 jaar. Deze lopers beoefenen **meerdere sporten** maar beschouwen vooral hardlopen als **hoofdsport**. Ruim vier op vijf van deze loopsporters loopt maar **1 of 2 keer per week**, Veertig procent heeft maximaal **één loopessie per week** de hardlooffrequentie ligt ook lager dan bij de andere twee type. 73% van deze hardloopsters beoefent de loopsport **ongeorganiseerd en alleen**.

Sociaal competitieve lopers (34% van alle deelnemers). Dit zijn hardlopers die zich redelijk sterk identificeren met de loopsport, waarbij de **kans op stoppen** vanuit sociaal perspectief het hoogst is. De **leeftijdssamenstelling is vrij divers**. Ongeveer **vier op de tien loopt alleen**, opvallend lager als bij de andere twee type, deze lopers zijn dan ook voornamelijk te vinden in loopgroepjes of verenigingen. Zes op tien van deze hardloopsters doet aan hardlopen met een **hardloopezelschap**, 23 procent loopt in een **hardloopervereniging** en 33 procent maakt deel uit van een **hardloopergroepje**. In vergelijking met de individuele fitness lopers wordt er **intensiever** aan hardlopen gedaan..



Individueel competitieve lopers zijn de **grootste groep** (39% van de deelnemers). Het zijn eerder **ervaren hardlopers**, die zich het meest **identificeren met de loopsport** en waarbij de kans dat ze stoppen het laagst is. Bijna de helft van de lopers is **ouder dan 45 jaar**. Ongeveer de helft van deze groep loopt individueel en de andere helft verdeelt zich over hardloopergroepjes en hardlooperverenigingen. Negen van de tien lopers loopt **meer dan 2 per week**, waarvan meer dan 50% **3 of meer keer per week** hardloopt.

6 Hardloopproducten & -diensten

€ Gebruik

- 1 Hardloopschoenen (uitgemeten) **66%**
- 2 Sporthorloge of app's **54%**
- 3 Trainingsschema's (op maat / online) **34%**
- 4 Combinatie van nr 2 (monitoring device) en nr 3 (trainingsschema) **22%**
- 5 Sportmedische screening / keuring **10%**



Er is bij de deelnemers een grote vraag naar sporttechnische begeleiding. Ruim de helft van de deelnemers heeft interesse in **sportmedische screening** (52%) en **trainingsschema's op maat** (51%). Dit staat in contrast met het lage gebruik hiervan.

Daarbij is er ook nood aan informatievoorziening eenzelfde aandeel heeft interesse in **informatie over blessurepreventie** en **kleding/schoeisel**. De top vijf wordt vervolledigd door persoonlijke begeleiding (30%) en een combinatie pakket van: sportmedische screening, met een daaruit voortkomend trainingsschema, waarbij onder persoonlijke begeleiding wordt getraind (22%).

De interesse ligt ook hier bij de **individuele competitieve hardlopers** op ieder vlak significant hoger dan bij de sociale competitieve hardloper en de individuele fitness hardloper.

Een groot deel van de deelnemers aan de halve Marathon Eindhoven maakt gebruik van **hardloopschoenen uitgemeten in een speciaalzaak** (66%). **Sporthorloges of app's** (met hartslag- en/of GPS-functie; 54%), en **trainingsschema's** (op maat of online verkregen; 20%) vervolledigen de top drie van de meest gebruikte hardloopproducten en -diensten. Ongeveer een vijfde van de hardlopers maakt gebruik van de **combinatie** van een monitoring device (zoals sporthorloges of app's) en een trainingsschema (22%). Sportmedische screenings (10%) worden opvallend minder gebruikt. Het zijn met name de **individueel competitieve hardlopers** die gebruik maken van deze producten- en diensten. Deze groep lopers maakt, in vergelijking met de sociale competitieve hardloper en de individuele fitness hardloper, significant meer gebruik van van GPS horloges, app's, trainingsschema's en sportmedische screenings. De individuele fitness hardlopers scoren telkens het laagst op het gebruik van deze producten en diensten.



Interesse

- 1 Sportmedische screening / keuring **52%**
- 2 Informatie over blessurepreventie **52%**
- 3 Trainingsschema's op maat **51%**
- 4 Informatie over kleding/schoeisel **51%**
- 5 Persoonlijke begeleiding **30%**
- 6 Combinatie nr 3 (sportmedische screening) nr 2 (trainingsschema) en nr 5 (persoonlijke begeleiding) **22%**

Colofon

Halve Marathon Eindhoven 2013

Auteurs: Mark Janssen & Steven Vos, m.m.v. Aarnout Brombacher & Jeroen Scheerder

Eindhoven: Fontys Sporthogeschool

© 2014 S. Vos, Lectoraat Move to Be, Fontys Sporthogeschool
Theo Koomenlaan 3, 5644 HZ Eindhoven.

Info via steven.vos@fontys.nl

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, gereproduceerd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, internet of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaandelijke schriftelijke toestemming van de uitgever. Alle rechten voorbehouden.

D/2014/Fontys Sporthogeschool – Lectoraat Move to Be

