

Bijlagenboek

Inhoudsopgave

1. Sponsoren	3
1.1 Sponsorren	3
1.2 Adverteerders	3
1.3 Sponsormogelijkheden	5
2. Loperaantallen	7
3. Vooronderzoek	8
3.1 Rapportage ledenaantal	8
3.2 De Nederlandse sporter	9
3.3 Wetenschappelijk onderzoek	10
3.4 Doelgroeponderzoek	11
3.5 Overgewicht binnen Nederland	12
3.6 Actorenanalyse	13
3.7 Kennedy walker titels	15
3.8 Klantgerichte benadering	16
3.9 Green Key keurmerk	17
4. Impressie communicatiemiddelen	18
4.1 Impressie huidige communicatiemiddelen	18
4.2 Impressie nieuwe communicatiemiddelen	21
5. Interviews	23
5.1 Aanpak interviews	23
5.2 Topiclijst interviews	25
5.3 Resultaten interviews	26
5.4 Interview Nijmeegse Vierdaagse	30
5.5 Interview Nederlandse Wandel Bonden	31
6. Nederlandse wandelbonden	33
6.1 KNBLO-NL	33
6.2 NWB	33
6.3 SLAW	33
7. Wandelprofielen	34
7.1 De incidentele evenementloper	34
7.2 De klassieke tochtloper	34
7.3 De kilometervreter	35
7.4 De trailwalker	35
7.5 De pelgrim	36
7.6 De wandeltoerist	36
7.7 De wandelliefhebber	36
7.8 De gezondheidswandelaar	37
7.9 De gezinswandelaar	37
7.10 De wandelsolist	37
8. Handleidingen	38
8.1 Facebook	38
8.2 Twitter	38
8.3 Blog	38
9. Implementatieplan	39
9.1 Adviezen op korte termijn	39
9.2 Adviezen op middellange termijn	40
9.3 Adviezen op lange termijn	41
10. Aanvullende doelgroepen	42

Bijlage 1 Sponsoren¹

1.1 Sponsoren

De 80 van de Langstraat heeft heel veel sponsors. Zij is hier afhankelijk van voor zowel diensten als inkomsten. Naast de gewone sponsors zijn er nog een paar speciale sponsors. Zo is Rabobank de Langstraat hoofdsponsor en Toyota van Dorst autosponsor. Hier alle sponsors op een rij.

Hoofdsponsor

Rabobank de Langstraat

Autosponsor

Toyota van Dorst

Sponsors

Aqua Chain, Bakkerij Hans van Beijnen, Tekstbureau Boot, Bosch Sprang, Casade, Friesland Campina, Helder Telecom, Ilyas Bloemsierkunst, KSW, Mandemakers Keukens, Maton, Schellekens Creatieve Communicatie, Schoonenberg Hoorcomfort, Emté Supermarkten, Soeterboek-Spierings & Partn., van Son Bouwbedrijf, Vermeulen Reclame, Vero Sweet, Uitpunt Bibliotheek, VVV Kaatsheuvel, Santi Advocaten, Pro_Install, Dreamsites, NH Hotel, van Wijlen Cultuurtechniek, Easy fun Events, van Nieuwenhuizen vlaggen, Groenendaal verhuur, Eslhout de Bont, Bouwbedrijf Kleingeld, Boels, Schalken Nacht beveiliging, DVS, Weasy, Koenengroep, Westside-studio, MetroXL, PDK en Rasch

Mediapartners

RTV Midden Brabant, Waalwijker op Zondag

Hoofdpost sponsors

Pro_Install, Emté Supermarkten, Vidiled, Ricoh

Postsponsors

Bouwbedrijf Jurgen de Jong, Kneplé van der Mee, Wielerspec Kees Noorloos, TopFinish, Mikz, Plastica, Staete Makelaars

Horecasponsors

Café City, Kandinsky, t' Slot, Petit Paris, Vittoria, Jay's, Goodfellas, WSC, Hart van Drunen, Café de Hei, Café In Den Gekroonden Hoed, Café de Langstraat, De Molen, James, Café 't Galgenwiel, De Smulkar, Zalencentrum Zidewinde, Tennispark Verboven De Ster

1.2 Adverteerders

Naast de sponsors zijn er ook adverteerders zij betalen een geldbedrag in ruil voor een advertentie. Behalve de vrienden van de stichting, zij leveren een vrijwillige bijdragen.

Vrienden van de 80 van de Langstraat

Dit is een klein groepje mensen dat zonder tegenprestatie honderd euro aan de stichting doneert. Bestaande uit: Jos de Brouwer, Café de Meester, Mountain Events, Rembrandt Schoenen.

Magazine 1/8 pagina

Grand-Café de Arcade, Bakker Bart, Bakkers, Schildersbedrijf Jan, Beers Woninginr., Mart van Berk, Stage Brouwers, Adm. & Belastingad. ,Compupower, Discus, Leo van Riel, Drongelen Electroworld, Hajo Topvloeren B.V., Helianthus, Jewel Exclusief BV, McDonalds, Resto Quick en de Vergulden Erpel

¹ Barandse, J. (2012, 10 1). Alles over de mooiste wandeltocht van noord-brabant.

Magazine 1/4 pagina

't Bourgondisch Hof, Bouwmat verhuur, Ilyas Bloemsierkunst, Klijn Advies, MIKZ Pols Motoren Waalwijk, Post Fietsen, Sanidirect, Sprankelkado, Statie wonen, de Ster Nieuwkuijk, De t Spijkerke, Thebe, Traimex Laretso/SoNew Hairf., Valk v.d. en de Groot, Verwiel, Arnold Wetering/Werfft, de Wit en de Podotherapie

Magazine 1/2 pagina

Agronova, Auto Haarsteeg, Baker Tilly Berk, Eric Berkhof Holding, Elegance Health Centre, FSV, gemeente Heusden, gemeente Loon op Zand, Rasch Safety Work, Running Center Waalwijk, ShoeRama, Torwegge Uitbinker, Autopoetsb.de Vos-Zanddonk B.V., gemeente Waalwijk en Autobedr. Vd Wouw Waalwijk B.V

Magazine 1 pagina

Horeca Centrum Waalwijk, Piet Klerkx-DMG Meubelen en PDK Marketing

Waalwijker

Bij Leen Damesmode, Designer nails, Studio Piet Pulles, Schilderbedrijf Wijkmans, Braat auto's, Kapsalon Haaren & Zo, autobedrijf van Hamers, Café Brasserie de Kiosk, De Klussenier Jack Verhagen, Van Loon Dongen, Restaurant de Molen, Pearle Opticiens, Tweewielerserv. A. Pelders, Plan @Office Brabant, Reve Trading, Schoenenmuseum, You-Power BV, Albert Heijn, Bakkers Schildersbedrijf Jan, Grillig, Sportcentr. Van der Hammen, Uitvaartverzorging Aarts, Ambianze, Fixit, de Internetbouwmarkt, RPQ, Transhair, ABO, Bax Verkeersschool, Dekkers Coiffures Waalwijk, Easy Fun Events, in den Gekroonden Hoed, Visspecialzaak Paridaens, de Smulkar, T & T RVS Service, Autobedr. Vd Wouw Waalwijk B.V., Balade, Bakkerij Hans van Beijnen, Eric Berkhof Holding, Bohaco HTM Beheer, Casade, Frings Garden Parts, Gordijnenatelier Kaatsheuvel bv, McDonalds, Noorloos, Fietsspec. Kees Schalken, Autoschade Weasy / Kresco, Running Center Waalwijk, Auto Haarsteeg, Kuysten, Verhuur Maasduinen, Stichting Rabobank Langstraat en Toyota van Dorst

Kabelkrant

Gemeente Heusden en Kresco

Naamsvermelding

Casade, Noordhoek Waalwijk, Verkeersschool F. van Zelst

Radiospot

Castelijns & Beerens, Visspecialzaak Ron v.d. Ven

Beeldscherm

Gemeente Heusden, van Abeelen APK, Agronova, Alewijnse Waalwijk & Rivierenland, Antoniusplein, Artic Dental, Auto Haarsteeg, Mart van Beers Woninginr, Eric Berkhof Holding, C1000 Waalwijk, Hofax BV, Langstraat Advocaten, Lindessa Anja van den Berk, Kuysten Verhuur, Meijdenberg B.V., RKC Sportcafé, van Roessel Slagerij & Traiteur, Schalken Autoschade, Autobedrijf Schoondermark, Silver Advocaten, De Ster Nieuwkuijk, Vissers Waalwijk BV en Waarts Bandenservice BV

Combinatie arrangement Radio en Kabelkrant

Bohaco HTM Beheer en Kuysten Verhuur

Hoofdsponsor Unnaplein

Angrova

Internet

Agronova, Ambiance Zonw. v. Steenoven, Auto Haarsteeg, Beveja Ventilatie B.V, Fysiohealth van Schijndel & Mathijssen, Autoschade Hans van Mierlo, Running Center Waalwijk, Van Rijswijk Schoenen, Stassar Optiek, Thebe, Zorgplaza, Beveja Ventilatie B.V., Partij van de Arbeid, PDK Marketing, PDK Marketing, Pukkemuk, ShoeRama en Tirage-Art

Bronze sponsorpakket

Gemeente Heusden, Sealskin

Totaalpakket

RTV-Midden Brabant

1.3 Sponsormogelijkheden²

Er zijn voor de sponsors verschillende sponsorpakketen samengesteld. Ook is het mogelijk op andere manieren te sponsoren, deze zijn te vinden in onderstaande tabel:

33e editie - zaterdag 14 en zondag 15 september 2013



Sponsormogelijkheden Rabobank 80 van de Langstraat

Op de achterzijde vindt u een overzicht van de sponsormogelijkheden voor het magazine van de 'Rabobank 80 van de Langstraat', de LED-beeldschermen langs de route, de banners op de website (die tijdens de 80 duizenden bezoekers heeft) en de overige sponsormogelijkheden. Wij helpen u graag bij het vinden van de juiste sponsoruiting of sponsorpakket.

Interesse? Stuur een mail naar: sponsoring@de80.nl

Rabobank

Rabobank 80 van de Langstraat

² 80 van de Langstraat, D. (2013, 03 14). Verkregen op <http://80vandelangstraat.nl/>

1	Advertentie 1/8 pagina 'Magazine' U plaatst een advertentie in het binnenwerk van het magazine van 'Rabobank 80 van de Langstraat' in full-colour met een formaat van: 90 mm breed en 60 mm hoog.	€ 150,-
2	Advertentie 1/4 pagina 'Magazine' U plaatst een advertentie in het binnenwerk van het magazine van 'Rabobank 80 van de Langstraat' in full-colour met een formaat van: 90 mm breed en 130 mm hoog.	€ 200,-
3	Advertentie 1/2 pagina 'Magazine' U plaatst een advertentie in het binnenwerk van het magazine van 'Rabobank 80 van de Langstraat' in full-colour met een formaat van: 190 mm breed en 130 mm hoog. Tevens krijgt u een naamsvermelding op de website.	€ 350,-
4	Advertentie 1/1 pagina 'Magazine' U plaatst een advertentie in het binnenwerk van het magazine van 'Rabobank 80 van de Langstraat' in full-colour met een formaat van: 210 mm breed en 297 mm hoog. Tevens krijgt u een naamsvermelding op de website.	€ 675,-
5	Advertentie 1/1 pagina 'MINI magazine' (nieuw) U plaatst een advertentie in het binnenwerk van het MINI -magazine van 'Rabobank 80 van de Langstraat' in full-colour met een formaat van: 100 mm breed en 150 mm hoog.	€ 250,-
6	Advertentie 1/1 pagina 'MINI magazine' (nieuw) VERENIGINGEN U plaatst een advertentie in het binnenwerk van het MINI -magazine van 'Rabobank 80 van de Langstraat' in full-colour met een formaat van: 100 mm breed en 150 mm hoog.	€ 100,-
7	Internetbanner op de website - 1 Een banner op de website met een doorlink naar uw website. De banner is actief van 1 juni tm 31 dec. 2013. In augustus/september heeft de website een gemiddelde bezoekers-aantal van 200 hits per dag. In 2012 op zaterdag tijdens de 80 9.678 hits en op de zondag 28.656 hits.	€ 250,-
8	Internetbanner op de website - 2 Een banner op de pagina 'Doorkomsttijden' alleen op zaterdag 14 september en zondag 15 september.	€ 175,-
9	Vriend van Rabobank 80 van de Langstraat U bent niet op zoek naar promotie voor uw bedrijf maar draagt de lopers van 'Rabobank 80 van de Langstraat' wel een warm hart toe dan ontvangt u voor het sponsorbedrag van € 100,- een originele vlag van 'Rabobank 80 van de Langstraat'.	€ 100,-
10	Uw eigen pagina op groot LED-beeldscherm (statisch) Ca. 50 x per dag te zien. Zaterdag en zondag tijdens 80 weekend. Uw reclame-uiting op groot LED-beeldscherm (3 x 2 meter) op verschillende plaatsen langs het parcours en op het Raadhuisplein van zaterdag 17.00 tot +/- 00.00 uur en zondag gehele dag tot 17.00 uur.	€ 450,-
11	Uw eigen pagina op groot beeldscherm (geanimeerd) Ca. 50 x per dag te zien. Zaterdag en zondag tijdens 80 weekend. Uw reclame-uiting op groot LED-beeldscherm (3 x 2 meter) op verschillende plaatsen langs het parcours en op het Raadhuisplein van zaterdag 17.00 tot +/- 00.00 uur en zondag gehele dag tot 17.00 uur.	€ 750,-
12	Sponsor Pakket 1 (Brons) - Advertentie Glossy 1/4 pagina - 4 toegangskaarten vip - Vermelding op LED-beeldscherm - Link op de website (homepage) - Banier in start en finishstraat	€1.500,-
13	Sponsor Pakket 2 (Zilver) - Advertentie Glossy 1/2 pagina - 8 toegangskaarten vip - Vermelding op LED-beeldscherm - Link op de website (homepage) - Banier in start en finishstraat - Beeldscherm RTV	€ 3.000,-
14	Sponsor Pakket 3 (Goud) - Advertentie Glossy 1/1 pagina - 12 toegangskaarten vip - Vermelding op LED-beeldscherm - Link op de website (homepage) - Banier in start en finishstraat - Beeldscherm RTV	€ 5.000,-

Bijlage 2 Loperaantallen³

In deze grafiek zijn alle cijfers van het eerste jaar 80 tot afgelopen jaar te vinden. Zo is te zien hoeveel mensen zich jaarlijks inschrijven, starten, finishen of afvallen.

Opvallend is dat de deelnemer aantallen langzaam stijgen tot het jaar 2005. In dit jaar is het maximaal aantal inschrijvingen van drieduizend behaald. Na dit topjaar zijn de aantallen weer langzaam aan het zakken. Zo hebben er afgelopen jaar bijna vierhonderd mensen minder ingeschreven. Wel is er te zien dat de afgelopen zes jaar steeds minder mensen afvallen. Het aantal mensen dat in de afgelopen zes jaar finisht is bijna gelijk.

Jaar	Inschrijvingen	Gestart	Gefinisht	Afgevallen
1981	194	X	136	58
1982	166	X	132	34
1983	218	X	165	53
1984	217	X	169	48
1985	250	X	229	21
1986	277	X	246	31
1987	292	X	236	56
1988	398	X	301	97
1989	381	X	336	45
1990	507	X	413	94
1991	661	X	511	150
1992	805	X	695	110
1993	1021	X	897	124
1994	1207	X	842	365
1995	1222	X	909	313
1996	1390	X	1109	281
1997	1412	X	1075	337
1998	1449	X	984	465
1999	1474	X	1111	363
2000	1769	X	1253	516
2001	2007	X	1624	383
2002	2144	X	1595	549
2003	2507	X	1862	645
2004	2514	X	1851	663
2005	3000	X	2258	742
2006	2908	X	2279	629
2007	2851	x	2092	759
2008	2801	2695	2098	703
2009	2907	2748	2257	650
2010	2666	2460	2081	585
2011	2595	2452	2019	576
2012	2604	2464	2156	448

³ 80 van de Langstraat, D. (2013, 03 14). Verkregen op <http://80vandelangstraat.nl/>

Bijlage 3 Vooronderzoek

Voor de start van het uitzetten van het fieldresearch is er deskresearch gedaan. Zo kunnen de antwoorden van het desk- en fieldresearch met elkaar vergeleken worden en elkaar zodanig aanvullen en versterken. De belangrijkste ontdekkingen van het deskresearch zijn in dit hoofdstuk te vinden.

3.1 Rapportage Ledenaantallen⁴

Uit onderzoek van het Nederlands Olympisch Comité * Nederlandse Sport Federatie (NOC*NSF) blijkt dat de wandelsport in trek is. Zij deden onderzoek naar het ledenaantal binnen de verschillende aangesloten sportbonden. In 2011 hadden zij 5.206.184 leden, 38.355 meer ten opzichte van het jaar ervoor. Deze stijging heeft te maken met het grote deel sportende vrouwelijke senioren, ook de mannelijke senioren gaan steeds meer sporten. Deze groep mensen zorgt alleen al voor een groei van 31.531 leden. Dit is een trendverandering omdat het aantal sportende senioren jaren lang een dalende lijn kende. Ook het aantal sportende junioren is gestegen met 14.460 leden. De groei wordt veroorzaakt door drie sporten: schaatsen, wandelsport en voetbal.

De verhouding sportende junioren/senioren is gelijk gebleven 35% junioren tegenover 65% senioren. Senioren zijn gestegen met 31.531 en de junioren met 14.460 leden.

De grootste stijger qua ledenaantal was in het jaar 2010-2011 de Nederlandse Wandelsport Bond. Zij kende een stijging van 65,6%. Ook staat de KNBLO op de ranglijst, zij staan met een stijging van 10,2% op de negende plaats. Een opmerkelijk verschil waar doormiddel van fieldresearch meer onderzoek naar gedaan moet worden.

Ranglijst op basis van grootte 2011	
Nederlandse Wandelsport Bond	65,6%
Nederlandse Triatlon Bond	65,5%
Koninklijke Nederlandse Schaatsenrijders Bond	61,6%
American Football Bond Nederland	32,8%
Nederlandse Draken Boot Federatie	30,0%
Nederlandse Basketball Bond	16,5%
Koninklijke Nederlandse Vereniging voor Luchtvaart	12,0%
Nederlandse Rugby Bond	10,3%
KNBLO	10,2%

Het NOC* NSF peilt één keer per jaar alle ledenaantallen van de verschillende bonden. Binnen de wandelsport zijn er twee bonden: De Koninklijke Nederlandse Wandelsport Bond en De Nederlandse Wandel Bond. Opvallend aan deze gegevens is opnieuw de stijging binnen de Nederlandse Wandelbond. Zij kende in 2011 een stijging in junioren van 139,6% dit terwijl de andere bond maar een stijging kende van 4,5%. Een tweede reden om nader fieldresearch te doen naar deze opmerkelijke stijging.

Vereniging	KNBLO-NL	NWB
Pijldatum	31-12-2011	31-12-2011
Totaal 2011	41.579	60.420
Totaal 2010	37.716	36.494
Totaal %v	10,2%	65,6%
Jongens 2011	335	17.305
Jongens 2010	329	7.086
Meisjes 2011	315	17.310
Meisjes 2010	293	7.359

⁴ NOC*NSF. (2012, 10 01). *Ledenal noc*nsf over 2011*. Verkregen op <http://nocnsf.nl/cms/showpage.aspx?id=7677>

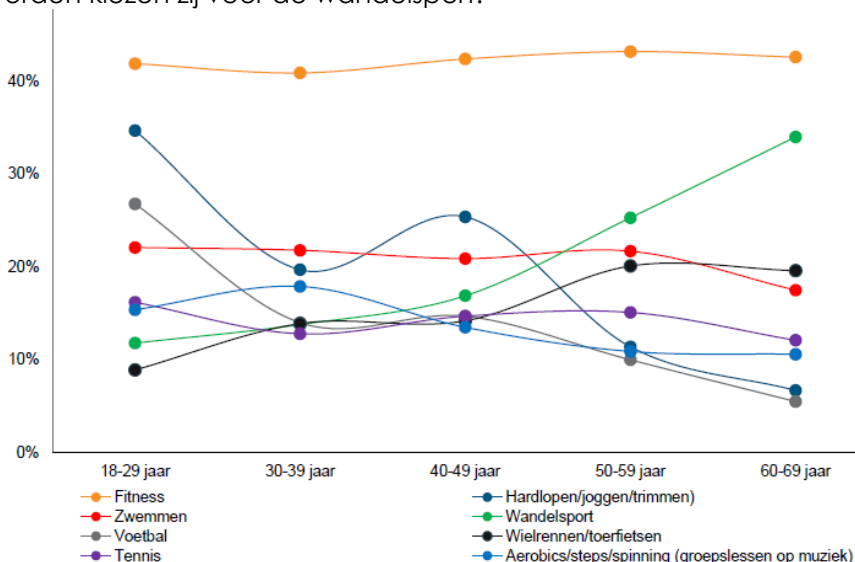
Junioren 2011	650	34.615
Junioren 2010	622	14.445
Junioren % v	4,5%	139.6%
Mannen 2011	18.066	17.203
Mannen 2010	16.479	10.816
Vrouwen 2011	22.863	8.602
Vrouwen 2010	20.615	11.233
Senioren 2011	40.929	25.805
Senioren 2010	37.094	22.049
Senioren % v	10,3%	17.0%
Verenigingen 2011	620	522
Verenigingen 2010	590	509
Verenigingen % v	5,1%	2.6%

3.2 De Nederlandse sporter⁵

Het NOC* NSF heeft hiernaast ook onderzoek gedaan naar de Nederlandse sporter. Hiervoor hebben ze 1203 respondenten tussen de 18 en 69 jaar woonachtig in Nederland benaderd. Hiervan is de helft vrouw en de helft man. Dit onderzoek geeft inzicht in welke sporten er worden beoefend door welke leeftijdscategorie, beweegredenen en barrières om te sporten.

Zo komt uit dit onderzoek dat 19% van de Nederlanders (1.400.00 personen) de wandelsport beoefend. Van de diverse te beoefenen sporten staat zij hiermee op de vierde plaats. De sporten die door meer Nederlanders beoefend worden zijn: Fitness(42%), Hardlopen/Joggen(22%) en Zwemmen(21%).

Opvallend is dat het aantal wandelsporters hoger wordt naarmate de leeftijd stijgt. Dit ten overstaande van de andere sporten, behalve fitness, dit is niet leeftijdsgebonden. Je zou dus kunnen zeggen dat Nederlanders de wandelsport als tweede sport beoefenen. Naarmate hun huidige sport door lichamelijke klachten of andere reden niet meer beoefend kan worden kiezen zij voor de wandelsport.



Aan Nederlanders die meer dan 60 keer per jaar sporten is gevraagd wat zij zouden zeggen om niet sporters aan het sporten te krijgen. Het meest gegeven antwoord werd gegeven rondom het thema gezondheid. Daarnaast zijn socialenbinding, plezier en ontspanning ook veel genoemde redenen. Onderstaand een overzicht van de redenen.

⁵ NOC*NSF. (2013, 03 24). Boeien & binden. Verkregen op www.nocnsf.nl/stream/boeien-en-binden

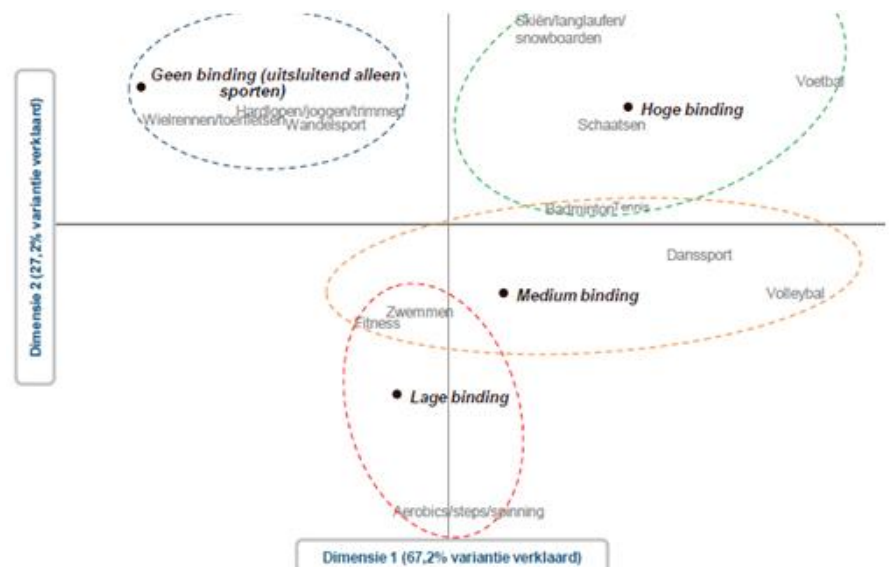


Ook is er gevraagd waarom mensen niet sporten. Dit loopt uiteen van lichamelijke klachten en geen tijd, tot het nut niet inzien van het sporten. Ook hier een overzicht van de gegeven antwoorden.



De redenen waarom mensen sporten is vooral voor de gezondheid(79%), de conditie (76%), een goed gevoel (69%) en voor het plezier (63%). Voornamelijk redenen om vitaal te blijven.

Als er wordt gekeken naar de sociale binding binnen de diverse sporten, scoort de wandelsport erg laag. Dit is een sport die grotendeels individueel wordt beoefend en waar geen binding plaatsvindt. Teamsporten zoals voetbal scoren wel hoog.



3.3 Wetenschappelijk onderzoek⁶

Uit wetenschappelijk onderzoek van Prof. Dr. Harm Kuipers van de Universiteit in Maastricht blijkt dat wandelen erg gezond is. Hiervoor benoemd hij tien redenen:

1. Wandelen heeft een gunstige invloed op het vetgehalte in het bloed. Slagaderverkalking wordt hierdoor vertraagd.
2. Door wandelen vormen zich in het hart en de spieren nieuwe gezonde bloedvaten, wat positieve gevolgen heeft voor de bloeddruk.
3. Wandelen activeert het afweer- en immuunsysteem. Uw lichaam wordt hierdoor gehard.

⁶ Harm Kuipers, P. D. (2013, 04 24). *10 redenen waarom je moet wandelen*. Verkregen op http://www.wandelsportmiddellburg.nl/Waarom_wandelen.html

4. Als u verkouden bent, treedt tijdens het wandelen een vaatvernauwing op, waardoor het slijm sneller loskomt.

5. Door buiten te wandelen, ontvangt u via het zonlicht Vitamine D. Ook wanneer de zon achter de wolken zit. Deze Vitamine heeft een positief effect op uw botten.

6. Wandelen heeft een gunstig effect op de darmwerking. Hierdoor wordt verstopping bestreden.

7. Wandelen helpt tegen overgewicht en suikerziekte. Mensen hebben als gevolg minder medicijnen nodig.

8. Regelmatig wandelen verhoogt de algemene conditie of fitheid en het uithoudingsvermogen.

9. Wandelen heeft een goede invloed op de geest. Ook voor mensen met depressies kan wandelen heel goed werken.

10. Door wandelen (en andere sporten) bent u beter in staat om stress te weerstaan!"

Uit de bovenstaande gegevens kan geconcludeerd worden dat de wandelsport in een groeifase zit. Steeds meer wandelaars worden lid van één van de twee wandelbonden. Voornamelijk de lopers vanaf 40 jaar gaan steeds meer wandelen. Dit zou dus een potentiële doelgroep kunnen zijn voor de 80 van de Langstraat.

3.4 Doelgroeponderzoek⁷

De Koninklijke Nederlandse Bond Lichamelijke Opvoeding (KNBLO) plaatst iedere week een stelling op haar website. Op deze website komen voornamelijk wandel liefhebbers. Alle wandelverenigingen zijn aangesloten bij deze bond. Zo kunnen er een aantal conclusies getrokken worden onder wandelliefhebbers aan de hand van de uitkomsten op de stellingen.

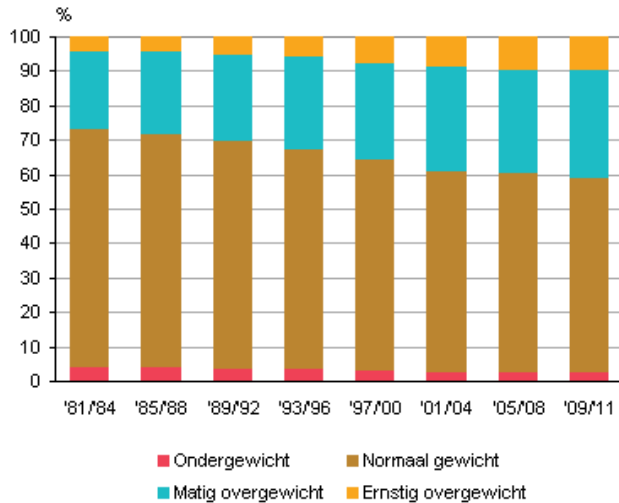
De meeste(80%) wandelaars zijn begonnen met wandelen door de voorbereidingen op de vierdaagse. Zij (91%)hebben dit jaar als goede voornemen meer te gaan wandelen. Dit doen zij het liefst op verharde paden (91%), zonder begeleiding (91%), met een rugzak voor bagage(63%), een wandelmaatje (56%), aan de linker kant van de weg (76%), in de natuur (61%) en met een afstand van twintig tot dertig kilometer (49%). Zij lopen het hele jaar door (74%)behalve wanneer het te warm wordt (53%). In hun bagage is het belangrijkste bezit een flesje water (75%). Daarnaast neemt de wandelaar een poncho mee tegen de regen (49%), en zelf brood voor onderweg (76%). Zij bezoekt niet de wandel en fietsbeurs (65%), maar houdt wel rekening met wandelmogelijkheden bij het boeken van een vakantie (74%). Bijna alle wandelliefhebber lopen om gezond te worden of te blijven (93%). Zij delen hun ervaring niet via social media (83%).

⁷ KNBLO. (2013, 02 20). *Stellingen*. Verkregen via <http://www.wandel.nl/stellingen>

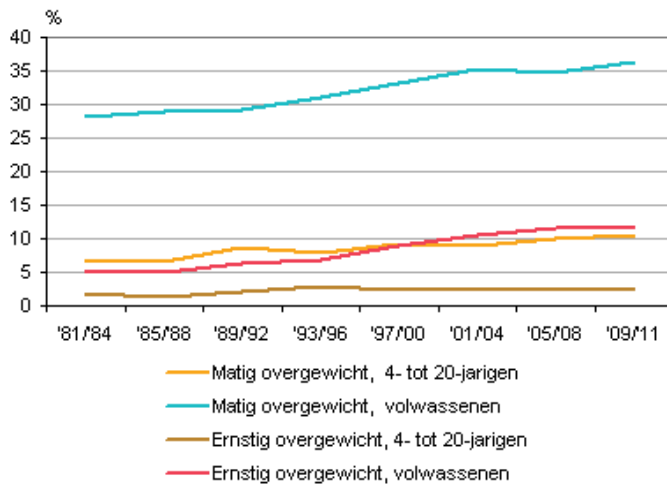
3.5 Overgewicht binnen Nederland⁸

In onderstaande tabellen is het overgewicht van de Nederlandse bevolking te zien boven de vier jaar. Ook is te zien of deze mensen leiden aan matig of ernstig overgewicht. Dit is te zien vanaf het eerste jaar dat de 80 werd gelopen tot afgelopen jaar. Ook is te zien welke leeftijden deze mensen hebben.

Ondergewicht, normaal gewicht en overgewicht
(bevolking van 4 jaar of ouder)

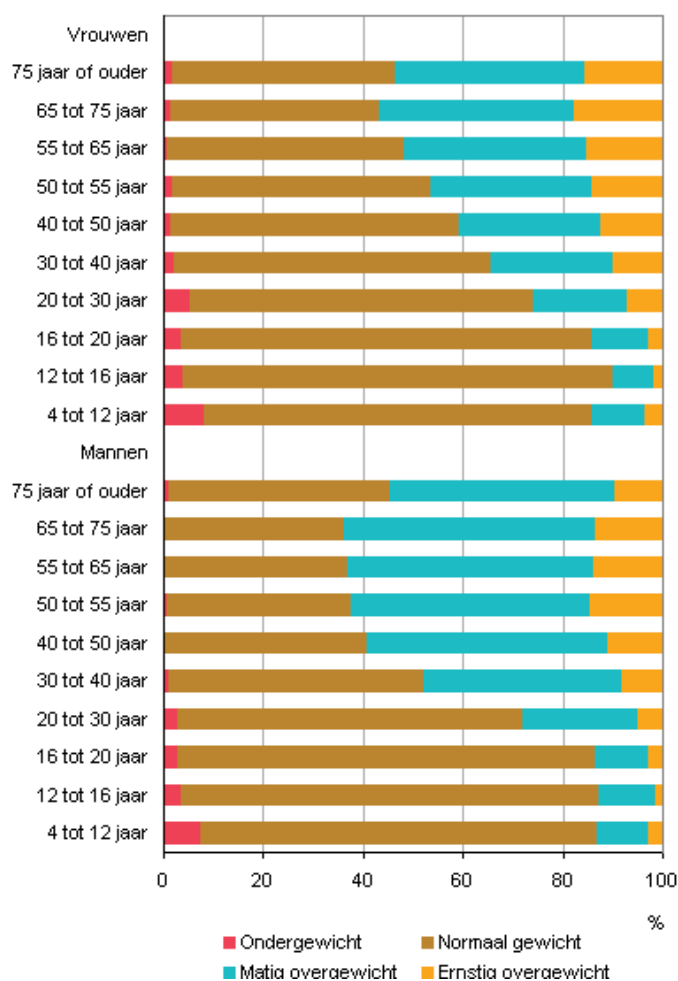


Matig en ernstig overgewicht bij kinderen/jongeren en volwassenen



⁸ CBS. (2012, 7 3). *Steeds meer overgewicht*. Verkregen op <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/gezondheid-welzijn/publicaties/artikelen/archief/2012/2012-3651-wm.htm>

Ondergewicht, normaal gewicht en overgewicht, naar leeftijd, 2009/2011



3.6 Actorenanalyse⁹

De 80 van de Langstraat moet met verschillende actoren en factoren rekening houden. Actoren zijn personen of organisaties die belangen hebben bij de 80. Deze zijn onderverdeeld in micro-, meso- en macro actoren. Oftewel interne-, regionale en landelijke actoren. Daarnaast zijn er ook factoren. Dit zijn ontwikkelingen op macro niveau waarop de stichting geen invloed heeft. Wel kan zij door deze factoren vroegtijdig te ontdekken haar beleid hierop aanpassen en zo mogelijk voordeel behalen.

⁹ Barandse, J. (2012, 10 1). Alles over de mooiste wandeltocht van noord-brabant.

Om al deze actoren en factoren overzichtelijk weer te geven is onderstaande tabel ontwikkeld. Sommige actoren of factoren zijn belangrijker dan andere, deze zijn omlijnt.



Toelichting actoren op micro niveau

- Bestuursleden:** zij staan aan het hoofd van de stichting, bestaande uit: voorzitter (Cees van Loon), secretaris (Corry Sperber), penningmeester (Lian Doesburg), Route verkeer en veiligheid (Jan de Hoogh), Pr sponsoring websitebeheer (Frans Pelders, medische zorg (Liesbeth van der Schans, logistiek (Bas Versteegen)
- Vrijwilligers:** de stichting wordt geheel vrijwillig gerund. Zij bestaan uit: verkeersregelaars, hekbewakers, logistiek medewerkers, inschrijvers, op- en afbouwers, postmedewerkers, broodjes smeiders, Merchandisers, postverantwoordelijke, EHBO-ers, Rode Kruis medewerkers, GHOR medewerkers, blarenprikkers en masseurs.
- Promotieteam:** de 80 van de Langstraat huurt wel eens promotiemensen in

Toelichting actoren op meso niveau

- Lopers:** zonder hen is er natuurlijk geen loop, met hen moet dus zorgvuldig omgegaan worden. Hier wordt later in deze bijlage op ingegaan.
- Sponsors:** Er zijn veel bedrijven die jaarlijks de 80 blijven steunen veel bedrijven doen dit middels dienstverlening, goederen of advertenties, slecht een aantal doet dit door middel van geld. De hoofdsponsor van de 80 van de Langstraat is "Rabobank de Langstraat", daarnaast heeft de 80 nog andere soorten sponsoren zoals een autosponsor, mediapartners, hoofdpootsponsors, doorlooppoot sponsors en horecasponsors¹⁰.
- Gemeente Waalwijk:** de gemeente moet zorgen voor parkeerkaarten, veiligheid, vergunningen, aanbieden van diensten, nemen van verantwoordelijkheden en ter

¹⁰ Zie bijlage 1 sponsoroverzicht op pagina 3

beschikking stellen van locaties. Hiervoor gaat de 80 in gesprek met het college van burgemeesters en wethouders

- Pers: Er zijn verschillende relaties met de pers. Zo maakt RTV midden Brabant jaarlijks een dvd met de mooiste 80 momenten. Daarnaast heeft de 80 contacten met: Reeshof Journaal, van Dijk tot Duin, Brabants Dagblad, Waalwijker, Maasroute, HTR, Oke FM, BN De Stem, Omroep Brabant, Weekjournaal, Bossche Omroep, BD Tilburg, Scherper, Heusden lokaal, Weekkrant, Duinkoerier, Metro Nieuws, Nieuwsbank, Eindhovens Dagblad en Nu.
- Goede doelen: De 80 van de Langstraat zet zich in voor het goede doel "Hospice Francines de Wind". Daarnaast zijn er lopers die zelf sponsorgeld ophalen en hiermee een goed doel steunen. Wanneer de 80 daar weet van heeft, geeft zij deze doelen extra aandacht
- Social media team: Sinds vorig jaar is er een speciaal team dat zich richt op social media websites, zij worden vanuit heel de organisatie gebriefd
- Omwonende: Zij ervaren mogelijk overlast van het evenement. Met hen moet dus rekening worden gehouden. Ook wanneer de route veranderd moet dit aan het betreffende gebied gecommuniceerd worden

Toelichting actoren op macro niveau

- Hulpbiedende instanties: dit zijn organisaties zoals: Wandelpagina.nl, NWB Nederlandse Wandelsport bond, SLAW, KNBLO Wandelsportorganisatie Nederland, Gemeente Waalwijk, Gemeente Heusden, Gemeente Loon op Zand, Gemeente Dongen, WSV Waalwijk 82, Kennedymars Someren, Kennedymars Sittard, Kennedymars Oisterwijk, Nacht van Gulpen, Stichting Omloop Goeree-Overflakke, Vier daagse van Nijmegen, Kennedymars Haaksbergen, Veilig Verkeer Brabant, Actuele 112 Brandweer, Politie & Ambulance Waalwijk, Heusden Lokaal, Loop een Kennedymars, weer.nl, www.gratis.web.nl, Wandelgids.nl, DAK Drunen Atletiek en Wandelvereniging en Brandweer 112 Waalwijk.
- Concullega's: Dit zijn de overige Kennedymarsen die er in Nederland worden gelopen: Sittard, Someren, Bergeijk, Rijsbergen, Etten-Leur, Waalwijk, Hilversum, Haaksbergen, Steenwijk, Melderslo, Odoorn, Leerdam, Vijfhuizen, Driesum, Winterswijk, Velp en Zwolle.

3.7 Kennedy Walker titels¹¹

De KNBLO-NL deelt verschillende titels uit. Wanneer de loper een mars uitloopt kan hij dit laten afstempelen op een speciale Kennedy walker stempelkaart. Per vijf uitgelopen Kennedymarsen is er een speciale herinnering voor de loper. Hij dient dan wel bij minimaal drie verschillende tochten hebben deelgenomen. Hij stuurt dan zijn stempelkaars naar het KBNLO-NL en ontvangt zijn beloning. Wanneer de loper zijn eerste vijf Kennedymarsen heeft uitgelopen wordt hij "Kennedywalker" genoemd, bij tien uitgelopen tochten "Super Kennedywalker" en bij vijftien uitgelopen tochten "Master Kennedywalker".

De echte fanatiekelingen gaan door voor vijftientig, veertig of vijftig Kennedymarsstempels. Bij deze aantallen krijgt de loper een op naam gestelde oorkonde. Wanneer hij verder gaat voor de vijfenzeventig, honderd, honderdvijftientig of honderdvijftig keer krijgen zij naast een op naam gestelde oorkonde ook een gegraveerd bord (100x), plateau(125x) of beker(150x).

¹¹ KNBLO. (2013, 03 11). Kennedy walking kw (kennedy wandeling) informatie. Verkregen op <http://www.slaw.nl/v1/kennedy-walker.html>

3.8 Klantgerichte benadering¹²

Steeds meer organisaties zien het belang in van een klantgerichte benadering. Aangezien de 80 van de Langstraat het probleem ondervindt dat minder "klanten" zich aanmelden bij de loop is het goed om naar hen behoeften te kijken. Hier drieëndertig eye-openers voor klantgericht werken:

1. Gebruik geen moeilijke woorden die de klant niet begrijpt, communiceert duidelijk in alle communicatie uitingen;
2. Ben je altijd bewust van hoe je je organisatie representeert, alles straalt namelijk iets uit;
3. De belangrijkste taak van een bedrijf is de zorg dragen voor de klant, besteed dit dus nooit uit;
4. Klanten zijn nooit lastig, ze zorgen voor jouw bestaansrecht;
5. Ben betrouwbaar, kom gemaakte afspraken na;
6. Lever niet wat de klant vraagt, lever wat de klant nodig heeft;
7. Vraag je af waar je een hekel aan hebt, vraag je af of meerdere dit vinden, bedenk hier een oplossing op;
8. Automatisering zorgt vaak voor een onpersoonlijkere benadering;
9. Verplaats je in de klant, bedenk hoe je hem kunt helpen. Niemand wil namelijk iets kopen maar iedereen wil geholpen worden;
10. Op geen enkel communicatiemiddel is het verstandig lange teksten te plaatsen, mensen zijn hierin niet geïnteresseerd. Ze houden van korte teksten met grote letters en plaatjes. Ben niet bang om informatie achter te houden, dit maakt de klant nieuwsgierig en zorgt ervoor dat hij langs komt;
11. Geef de klant het gevoel dat hij kan kiezen, maak het niet te moeilijk want een klant vindt het lastig om keuzes te maken;
12. De klant is koning, laat dit merken;
13. De klant wil naast een goede dienst ook snelle service, flexibiliteit, goede klachtenbehandeling;
14. De klant wil niet alleen dat je de dingen juist doet, hij wil ook dat je de juiste dingen doet;
15. Durf jezelf kwetsbaar op te stellen hierdoor krijg je vertrouwen van je klant;
16. Bied de klant zoveel zekerheid als je maar kunt, hij is hier gek op;
17. Richt nooit op de gemiddelde klant, die is er namelijk niet, hierdoor voelt niemand zich aangesproken en bereikt u niemand;
18. Klanten baseren vaak hun vertrouwen op de manier van werken en niet op het opgeleverde werk;
19. Als je niet kiest wie je wilt zijn wordt er ook niet voor je gekozen;
20. Als ondernemer moet je je voortdurend verbeteren wanneer je je net zo snel als je concurrenten ontwikkeld sta je stil;
21. Beloof de klant niet steeds meer voor minder geld, zeg dat zaken wat langer kunnen duren doordat u het zo druk heeft. Handel daarna snel de zaak af zodat ze klant extra tevreden is;
22. Klanten vragen om korting om te testen of ze niet te duur uit zijn, wanneer je korting geeft bevestig je dat ze anders teveel hadden betaald;
23. Je kunt niet alle klanten gelukkig maken, je moet je met je strategie richten op een bepaalde groep, dat je de andere groep ongelukkig maakt is niet te voorkomen;
24. Bedenk altijd goed waar je doelgroep zich bevindt en wanneer, anders bereik je hem nooit;
25. Maak beslissingen, alleen wanneer informatie ontbreekt moet u wachten, anders zal het verlichting in het hoofd brengen en duidelijkheid scheppen naar klanten en werknemers;
26. Ontwikkel een helikopter visie, schakel de kennis eens uit, zo schakelt u uw beperkingen uit en denkt u ruimer;

¹² Burgers, J. (2007). *Klanten zijn eigenlijk net mensen*. (8 ed., Vol. 114). Den Haag: Sdu Uitgevers bv.

27. Overtref de verwachtingen van de klant, zo zullen zij blijven en gratis reclame voor u maken. Zorg er ook voor dat in uw organisatie belangrijke stakeholders bekend zijn en de speciale behandelingen die zij vragen;
28. Ga zo vroeg mogelijk met ontwikkelingen mee, wanneer de ontwikkeling al doorgevoerd is is het vaak al te laat. De klant gaat naar de concurrent die dit al wel heeft;
29. Zorg ervoor dat je niet alleen aandacht geeft aan nieuwe/potentiële klanten maar ook aan je huidige, zo behoudt je deze;
30. Vertel alleen het aller belangrijkste, zo verslapt de aandacht niet en houd je de boodschap sterk;
31. Weten de werknemers wat het doel van de stichting is, bij de vrijwilligers doen zich dagelijks scoringskansen voor. Maar wanneer zij niet weten wat het doel is kunnen zij ook niet scoren;
32. Klanten zijn gek op garanties, zaken die voor u vanzelfsprekend zijn kunt u dus garanderen;
33. Zorg voor de juiste leveranciers om je heen, ze moeten altijd op het juiste moment leveren, dus niet te vroeg maar ook niet te laat en zonder fouten.

3.9 Green Key Keurmerk¹³

Dit keurmerk is het ecolabel voor de duurzame recreatiebranche. Aan dit symbool is de kwaliteit van het bedrijf te herkennen. Dit keurmerk is bekend tot ver buiten Europa. Steeds meer bedrijven hebben zo'n keurmerk. Het keurmerk garandeert bezoekers een aangenaam verblijf met zorg voor milieu en de omgeving.

Om kans te maken op dit keurmerk moet de stichting zich aanmelden. Wanneer dit gebeurt is, komt er een adviseur langst die de te behalen stappen bespreekt. Voorafgaand aan het evenement wordt er eerst een droge test gedaan. Dit houdt in dat al het papierwerk wordt gecontroleerd op milieu verantwoord ondernemen. Tijdens het evenement worden de delen die niet duidelijk in het papierwerk naar voor kwamen gecontroleerd en andere belangrijke punten.

Tijdens het evenement mag dan al gecommuniceerd worden dat het evenement georganiseerd wordt volgens de Green Key normen. Het mag echter pas communiceren dat het aan de Green Key normen voldoet wanneer het keurmerk uitgereikt is. Wanneer blijkt dat het evenement niet voldoet heeft zij een maand om te bewijzen dat zij verbeterd is en krijgt zij alsnog het keurmerk. De volgende jaren zal de organisatie ook gekeurd worden. Hiervoor komen zij dan niet meer langs, dit gebeurt via internet. Green Key moet zien dat in de plannen van aanpak en andere documenten de verbeterpunten van het afgelopen jaar zijn meegenomen.

¹³ Keey, G. (2013, 3 6). *Publieksevenementen*. Verkregen op <http://www.greenkey.nl/publieksevenement>



Rabobank 80 van de Langstraat
32e editie - zaterdag 8 en zondag 9 september 2012



Beste sponsor,

Nog 124 dagen

En dan start de 32ste editie van De Rabobank 80 van de Langstraat! We houden u graag op de hoogte van al het nieuws rondom de grootste en gezelligste wandeltocht van Brabant: de 80 van de Langstraat.

Parkoers bekend

Bent u ook zo benieuwd naar de route van de 80 van de Langstraat? Vanaf nu kunt u de gehele route zien op onze website www.80vandelangstraat.nl. Ook de 32ste editie van de 80 van de Langstraat komt weer door alle plaatsen van de Langstraat.

U loopt door een afwisselende omgeving. Langs het parkoers komt u 18 posten en vier hoofdposten tegen. Bij elke post wordt u voorzien van eten en drinken. De hoofdposten bieden daarnaast verzorging en de mogelijkheid om even uit te rusten.

Tenslotte zijn op de website de parkoersbeschrijving en de openingstijden van de (hoofd-) posten te zien.



Vanaf 1 juni inschrijven via website

U kunt zich vanaf 1 juni tot en met 8 september 12.00 uur inschrijven voor de 80 van de Langstraat via onze website. Het inschrijftarief is € 21,00 per persoon tot en met 1 september. Na deze datum worden dit bedrag € 30,00 per persoon. Voor dit bedrag loopt u mee met de mooiste tocht van Brabant die ook nog eens geheel verzorgd is.

De procedure voor het inschrijven via de website is heel makkelijk. U klikt rechtstreeks op My80page, u maakt uw pagina aan (als u die nog niet heeft) en vervolgens kunt u inschrijven en betalen (via iDEAL of automatische incasso). Tenslotte ontvangt u een bevestiging van uw inschrijving.

Wanneer u zich later inschrijft via een inschrijfpunt is dit ook mogelijk. Van 15 juni tot en met 31 augustus kunt u zich ook inschrijven via: UITPUNT/Bibliotheek Waalwijk (Wilhelminastraat 4a in Waalwijk) of VVV Kaatsheuvel (Poperstraat 6 in Kaatsheuvel). Inschrijven is mogelijk tijdens de gebruikelijke openingstijden van beide inschrijfpunten.

Hoofdsponsor



Rabobank

Website

De 33e editie start over:
180 dagen

Home Contact  

Organisatie

Het parkoers

Informatie

Inschrijven

Tijden

Goede doelen

Vrijwilligers

Nieuws

Sponsorzaken

Rabo Mini 80

Magazine



My 80

Foto's

Ons lied



Zoeken:

Hoofdsponsor



Autosponsor



Subsponsors




www.bedruktevlaggen.nl



Welkom bij Kennedymars: de 80 van de Langstraat.

INSCHRIJVING START OP 1 JUNI A.S.

De 80 van de Langstraat is hét gezelligste sportieve evenement van de Langstraat. Deze officiële Kennedymars behoort met zo'n 3.000 deelnemers tot de grootste in zijn soort. Maar de tocht is meer dan alleen een sportieve uitdaging. De tienduizenden toeschouwers maken de 80 tot een waar volksfeest dat je niet mag missen.

De 80 vindt altijd plaats in het tweede weekend van september. Op zaterdagavond 14 september 2013, om 20.00 uur wordt het startschot gelost. Binnen maximaal 20 uur moeten alle deelnemers de 80 kilometer hebben gelopen. Zie je hierin een uitdaging? Schrijf je dan in! Niet zo'n wandelaar? Ook dan is een bezoek aan de 80 absoluut de moeite waard.

De 33e editie wordt gehouden op zaterdag 14 en zondag 15 september 2013.

Op zaterdag 14 september zal het startschot van de 33e editie van Rabobank 80 van de Langstraat al klinken om 20.00 uur. De laatste loper wordt dan op zondag vóór 16.00 uur terug verwacht op het Raadhuisplein in Waalwijk.

Rabo Mini 80

Vooraf zal er op deze zaterdagmiddag de 2e Rabo Mini 80 worden georganiseerd voor de jeugd. Achter de schermen worden er al voorbereidingen getroffen om dit wederom tot een succes te maken.

Binnenkort meer informatie.

De laatste Tweets

We gaan deze week weer op pad. Wordt ook sponsor!

Flyer



DE 80 van de Langstraat

De gezelligste tocht van Brabant



Rabobank 80 van de Langstraat
zaterdag 8 en zondag 9 september 2012

Start : Unnaplein Waalwijk
Afstand : 80 kilometer
Start : zaterdag 20:00 uur

Hoofdsponsor



Rabobank

www.80vandelangstraat.nl voor meer informatie.



DE 80 van de Langstraat

De gezelligste tocht van Brabant



Waarom de Rabobank 80 van de Langstraat

- 4 Hoofdposten met verzorging (masseren en blaren prikken)
- 16 tussenposten (eten en drinken)
- tassentransport tussen hoofdposten
- bij iedere post eten of drinken
- scannen middels chip, dus geen wachttijden
- doorlooptijden zijn via de website te volgen
- 550 vrijwilligers om alles in goede banen te leiden
- volksfeest, veel activiteiten langs parcours

Hoofdsponsor



Rabobank

www.80vandelangstraat.nl voor meer informatie.

4.2 Impressie nieuwe communicatiemiddelen

Website

De 33e editie start over:
221 dagen en 08.14 uur

Home Contact

Organisatie 3

Parkoers 4

Tips 5

Diensten 6

Tijden 7

Nieuws 8

Wandelmaatje 9

Webshop 10

Promotiemiddelen 11

Foto's 12

Vacatures 13

Sponsorzaken 14

Reviews 15

My 80 16

17

De 80 van de Langstraat

Meest sfeervolle uitdaging van het jaar

Vanaf nu kan iedereen de uitdaging aangaan. Naast onze trots, de officiële Kennedymars die met zo'n 3.000 deelnemers behoort tot de grootste in zijn soort zijn er vanaf nu ook andere tochten.

Een Long Distance tocht van 106 km, zo kunnen vanaf nu ook de long distance lopers hun hard in de Langstraat ophalen. Wanneer je deze afstanden te veel vindt kun je kiezen voor de dagmars van 40 km. Al deze tochten zijn meer dan alleen een sportieve uitdaging. De tienduizenden toeschouwers maken de 80 tot een waar volksfeest dat je niet mag missen. Zie je hierin een uitdaging? Schrijf je dan in! Niet zo'n wandelaar? Ook dan is een bezoek aan de 80 absoluut de moeite waard.

Al 2639 personen hebben zich aangemeld! Benieuwd wie? Bekijk dan het deelnemersoverzicht.

Startlokatie Raadhuisplein in Waalwijk

106 km Longs Distance tocht	Start zaterdag 14 September 20:00 uur
80 km Kennedymars	Start zaterdag 14 september 20:00 uur
40 km Dagmars	Start zondag 15 september 12:00 uur

Aanmelden

Naam

Tocht ☐ 106 ☐ 80 ☐ 40

Volgende

De 80 van de Langstraat

20

Zoeken: 21

Hoofdsponsor

22

Autosponsor

23

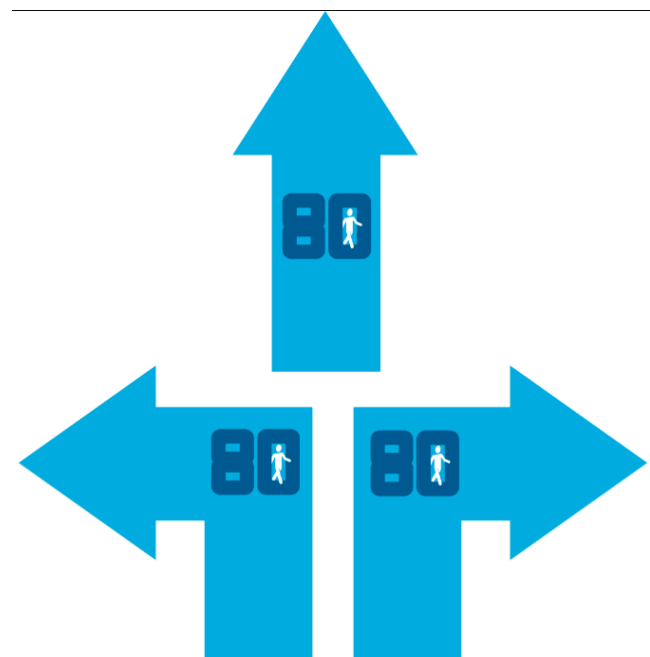
Subsponsors

Schellekens
Creatieve Communicatie

Overige sponsors

21

Bewegwijzering



Bijlage 5 Interviews

In deze bijlage worden alle zaken rondom het fieldresearch besproken zoals aanpak, verantwoording en de resultaten uit dit onderzoek.

5.1 Aanpak interviews

Fieldresearch wordt ingezet om de reden te achterhalen waarom steeds minder mensen zich aanmelden voor de 80. Hiervoor zijn 16 respondenten bereid gevonden binnen Nederland. Hiervan lopen 6 nog jaarlijks de 80 en 10 hebben dit jaren gedaan maar zijn hiermee gestopt. De prioriteit ligt dus bij ex-lopers. Dit omdat zij meer informatie kunnen geven over zaken die verbeterd of anders moeten en waarom zij in het verleden wel deelnamen, maar nu niet meer.

Onderzoekspopulatie				
Categorie	Geslacht		Leeftijd	frequentie
Lopers	Man	5	20-40	1
	Vrouw	1	40-60	2
			60+	3
Ex-Lopers	Man	4	20-40	5
	Vrouw	6	40-60	4
			60+	1

Verantwoording onderzoeksmethode

Er is gekozen voor interviews omdat deze methode het best aansluit bij de gewenste resultaten. Waarom dit niet een van de andere onderzoeksmethodes is, is te zien in onderstaand schema.

Beargumentatie schema				
Eisen	Interview	Schriftelijke vragenlijst	Groepsdiscussie	Observatie & registratie
Achter beweegredenen komen	✓			
Geen sociaal wenselijk gedrag				✓
Attitudes, opinies, behoeften, oordelen	✓		✓	
Anonimiteit		✓		✓
Kost weinig tijd		✓		
Snel verkrijgen van ideeën	✓		✓	

Er is gekozen om de lopers te gaan interviewen, dit omdat het de beste manier is om achter achterliggende meningen te komen. Door middel van deze methode kun je goed doorvragen op de antwoorden van de respondent. Dit is bij een schriftelijke vragenlijst bijvoorbeeld niet het geval. Bij een groepsdiscussie zouden de respondenten elkaar kunnen beïnvloeden, dit maakt de resultaten van het onderzoek minder valide. Bij het observeren en registreren van de respondent komen de achterliggende redenen niet naar boven. De beste manier is dus het interview.

Ethische aanvaardbaarheid

De respondenten werken vrijwillig aan het onderzoek mee. De resultaten uit dit onderzoek worden alleen gebruikt om de 80 te adviseren. De interviews werden grotendeels bij de respondenten thuis afgenomen. Bij een enkeling is het interview telefonisch afgenomen. Er werd benadrukt dat de respondent volledig anoniem blijft.

Onderzoeksdoelgroep

De respondenten in dit onderzoek zijn tussen de 20 en 71 jaar. Zij hebben allemaal minimaal één keer de 80 gelopen. De personen worden op een aantal criteria geselecteerd. Zo wordt er gekeken naar hoe vaak zij de 80 hebben gelopen, of zij ook deelnemen aan andere wandelevenementen of betrokken zijn bij de organisatie van andere evenementen. Daarnaast worden lopers vanuit verschillende woonplaatsen geïnterviewd om een representatief beeld te schetsen. Het samenstellen van deze doelgroep aan de hand van de genoemde criteria en in verhouding met de leeftijdscategorieën van de huidige 80 loper was niet mogelijk. De 80 besteedt haar administratie uit en kan daardoor niet bij persoonsgegevens. Ik moest het dus doen met de riemen die we hadden in dit tijdsvertrek.

Personele middelen

Zowel het afnemen van de interviews als het uitwerken van de interviews werd door één en dezelfde persoon uitgevoerd. Hierdoor kunnen dus geen afwijkingen in de resultaten ontstaan.

Steekproef

In dit onderzoek werd gebruik gemaakt van een gerichte selectie steekproef. Voorafgaand aan het interview met de respondent had de interviewer selectie informatie over die respondent. De groep respondenten is zo bij elkaar gezocht om de meeste kennis te bereiken. Zo zal iemand die al 32 keer meeloopt meer van het evenement afweten als iemand die dat voor het eerst doet. De onderzoeksresultaten worden niet gegeneraliseerd. De groep geïnterviewde mensen is daarvoor te klein in verhouding met de totale doelgroep.

Aantal interviews

Het streven was om tijdens dit onderzoek 10 ex-lopers en 5 lopers te interviewen. Één van ex-lopers stond verkeerd geregistreerd. Daarom is deze verwerkt als loper. Dit zorgde ervoor dat er uiteindelijk 10 ex-lopers en 6 lopers geïnterviewd zijn. Bij de 7^{de} ex-loper trad er al inhoudelijke verzadiging op. Er was dus geen reden om meer mensen te interviewen dan gepland.

5.2 Topiclijst interviews

Dit zijn de vragen die als basis dienen voor het interview. Doordat het gaat om een diepte interview staan de vragen niet vast en wordt er op verschillende vragen dieper doorgevraagd. Er zijn twee versies vragen, één voor lopers en één voor de ex-lopers:

Interviewsvragen lopers

- Wat heeft ervoor gezorgd dat u mee bent gaan lopen met de 80?
- Wat motiveert u om 80 km te gaan lopen?
- Wat zou u ervan vinden als de datum van de 80 wordt veranderd? Welke maand?
- Wat vindt u van: de route, vrijwilligers, begintijd, service, prijs bewegwijzering?
- Wat vindt u het prettigste stuk van de route? Waarom?
- Welke stukken zouden er moeten verdwijnen? Waarom?
- Zou u het leuker vinden om achten te lopen door de verschillende centrum van de langstraat dan de huidige route van de 80?
- Zou u het leuk vinden om voor een goed doel te lopen? Extra motivatie?
- Wat vindt u van de beloning die u krijgt na het uitlopen van de 80? Heeft u hiervoor andere suggesties?
- Hoe wordt u het liefst op de hoogte gehouden van nieuwe ontwikkelingen binnen de 80?
- Leest u de nieuwsbrief / website / Magazine/dvd / social media / flyers?
Wat vindt u van de inhoud? Vormgeving? Frequentie?
- Van welk soort media maakt u het meest gebruik?
- Zou u het leuk vinden om samen met de 80 over zaken na te denken? Bijvoorbeeld de route?
- Wanneer u gevraagd wordt deel te nemen aan de loop wat spreekt u dan het meest aan: ik heb drie opties:
 - 1, De 80 van de Langstraat, durf jij de uitdaging aan?
 - 2, De 80 van de Langstraat, 14 september om 20.00 uur, meld je nu aan
 - 3, Wandelen is gezond, meld je aan voor de 80 van de Langstraat
- Loopt u ook andere wandelevenementen? Welke? Wat kan de 80 hiervan leren?
- Waarom zouden volgens u deelnemers zich moeten aanmelden voor de 80 en niet voor een van de andere wandelevenementen?
- Wat verwacht u van de 80 in de toekomst?
- Loopt u dit jaar weer mee?
- Is er verder nog iets dat u kwijt wil en wat mij kan helpen bij het vervolg van mijn onderzoek?

Interviewvragen ex-lopers

- Wat zorgde ervoor dat u de 80 vdl liep?
- Wat motiveerde u om 80 km te gaan lopen?
- Waarom heeft u besloten zich niet meer aan te melden voor de 80 vdl?
- Leest/las u de nieuwsbrief / website / Magazine/dvd / social media / flyers?
Wat vindt u van de inhoud? Vormgeving? Frequentie?
- Wat vond u van: de route, vrijwilligers, begintijd, service, prijs bewegwijzering?
- Loopt u nu een andere tocht in plaats van de 80 vdl? Welke? Wat kan de 80 hiervan leren?
- Is er iets dat de 80 kan veranderen waardoor u weer zin krijgt om mee te lopen?
- Zou u meelopen wanneer: de 80 wordt verplaatst naar een andere maand, zich grootschalig inzet voor een goed doel, andere varianten aan zou bieden zoals 40 km, de route veranderd door een acht door de verschillende centra's van de langstraat?
- Wanneer u gevraagd wordt deel te nemen aan de loop wat spreekt u dan het meest aan:
 - 1, De 80 van de Langstraat, durf jij de uitdaging aan?
 - 2, De 80 van de Langstraat, 14 september om 20.00 uur, meld je nu aan
 - 3, Wandelen is gezond, meld je aan voor de 80 van de Langstraat
- Van welk soort media maakt u het meest gebruik?
- Is er verder nog iets dat u kwijt wil en mij verder kan helpen met mijn onderzoek?

5.3 Resultaten interviews

De resultaten van de interviews zijn opgedeeld in drie categorieën: vragen aan lopers en ex-lopers samen, vragen gesteld alleen aan lopers en vragen gesteld alleen aan ex-lopers.

Lopers en Ex-lopers samengevoegd

L=Loper
E=Ex-loper
Vetgedrukt=totaal (L+E)

Wat heeft ervoor gezorgd dat u mee bent gaan lopen met de 80?

Meerdere antwoorden mogelijk

Heb een keer gekeken	Via een vriend/ kennissen	Advertentie	Anders
L0 E5	L3 E6	L1 E1	L: Goede doel L:Deelgenomen in Someren daarna wou ik Waalwijk ook wel eens proberen E:Ik vind dat je als militair een KM moet hebben gelopen
5	9	2	3

Wat motiveert/motiveerde u om 80 km te gaan lopen?

Uitdaging	Leuk / gezellig	anders
L4 E8	L2 E2	L: Voor de kik L: Spaarsysteem L: stoer, gezondheid, karaktervorming E: Jezelf terugvinden
12	4	4

Wat vond u van:

De route	Goed	L6 E9 15
	slecht	L0 E1 1
	Geen mening	L0 E0 0
De vrijwilligers	Goed	L5 E10 15
	slecht	L0 E0 0
	Geen mening	L1 E0 1
De vernieuwde begintijd	Goed	L4 E3 7
	slecht	L0 E0 0
	Geen mening	L2 E7 9
De service	Goed	L6 E9 15
	slecht	L0 E0 0
	Geen mening	L0 E1 1
De bewegwijzering	Goed	L5 E4 8
	slecht	L1 E3 4
	Geen mening	L0 E3 3

Wat zou u ervan vinden als de 80:

Grootschalig inzet voor goed doel	Goed	L1 E3 4
	slecht	L4 E2 6
	Geen mening	L1 E5 6

De route zou veranderen in de vorm van een acht door de verschillende centra heen	Goed	L3 E3 6
	slecht	L3 E4 7
	Geen mening	L0 E3 3

Verplaatst naar een andere maand	Goed	L1 E0
	slecht	L5 E5 10
	Geen mening	L0 E5 5

Wat vindt u van de:

nieuwsbrief	Goed	L0 E2 2
	slecht	L5 E7 12
	Niet bekend	L1 E1 2

website	Goed	L1 E7 8
	slecht	L5 E3 8
	Niet bekend	L0 E0 0

Magazine	Goed	L0 E2 2
	Slecht	L4 E0 4
	Niet bekend	L2 E8 10

Dvd	Goed	L0 E1 1
	slecht	L1 E0 1
	Niet bekend	L5 E9 14

Flyer	Goed	L1 E0 1
	slecht	L0 E0 0
	Niet bekend	L5 E10 15

Van welk soort media maakt u het meest gebruik?(meerdere antwoorden mogelijk)

krant	tv	internet	Alles een beetje
L3 E0 3	L1 E1 2	L3 E8 11	E 1 1

Wanneer u gevraagd wordt deel te nemen aan de loop, wat spreekt u dan het meest aan:

1, De 80 van de Langstraat, durf jij de uitdaging aan?

2, De 80 van de Langstraat, 14 september om 20.00 uur, meld je nu aan

3, Wandelen is gezond, meld je aan voor de 80 van de Langstraat

Optie 1	Optie 2	Optie 3	Anders
L3 E7 10	L1 E1 2	L0 E2 2	L2 E0 2

Loopt u ook andere wandelevenementen? Wat kan de 80 hiervan leren?

ja	Nee
L3 E4 7	L3 E6 9

Leerpunten:

- L: De start, ze zouden hem moeten spreiden. Je staat daar bijna een uur te dreutelen op dat plein dat zou verbeterd kunnen worden, maar zo'n collectieve start heeft toch ook wel iets
- L: De bewegwijzering, bij een andere tocht wordt dit heel eenvoudig aangegeven d.m.v krijtpijlen. Door deze met wit krijt te zetten vallen ze ook 's nachts op.
- L: In Someren meld je je online aan, je krijgt je startnummer per e-mail. Die print je uit. Op de dag zelf hoef je dan alleen nog maar te melden dat je er bent met je nummer en dan krijg je je startkaart. Deze kaart wordt gescand, dit verloopt allemaal goed.
- L: In Someren is de tocht helemaal afgezet, in Waalwijk niet. Maar daar heb je op de meeste punten geen last van.

Interviewvragen loper

Wat verwacht u van de 80 in de toekomst?

Loper 1	Loper 2	Loper 3	Loper 4	Loper 5	Loper 6
Niets	Dat ze het lastig krijgen in de toekomst met het handhaven van dit hoge niveau.	niets	niets	niets	nee

- De jeugd heeft in de kroeg vaak een hoop bravoure. Maar het deelnemersaantal stabiliseert denk ik. Dat is de leefwijzen, ze zijn niet meer gewend af te zien. Ik krijg mijn kinderen ook niet aan het lopen. Ik zeg altijd daar heb je je hele leven plezier van, als je dat een keer uitloopt. Als je weet wat doorzetten is in het leven. Maar ze hebben een andere mentaliteit(3).

Loopt u dit jaar weer mee?

Loper 1	Loper 2	Loper 3	Loper 4	Loper 5	Loper 6
Ja	ja	Ik hoop het	De kans is vrij groot	ja	Weet ik nog niet

- Ik heb twee keer een blessure gehad maar verder loop ik altijd mee (1)
- Ik heb de avond ervoor een bruiloft(6)

Interviewvragen ex-lopers

Waarom heeft u besloten zich niet meer aan te melden voor de 80 vdl?

Ex-loper 1	Laatste keer veel pijn en blaren gehad, ik had er geen zin meer in en vrienden lopen hem ook niet meer
Ex-loper 2	Door knieklachten kan ik niet meer meelopen ik ben bang dat ik de pijn vererger. Zou wel graag mee willen doen, ik vind het moeilijk om langs de kant te kijken
Ex-loper 3	Ik ben al twee keer aan mijn rug geopereerd dus ik kan niet wegens ziekte. Maar ik loop hem liever mee dan dat ik langs de kant moet staan.
Ex-loper 4	Ex-loper 3 is als militair geraakt door een bermbom en is daardoor niet meer in staat lange afstanden te lopen. Eerder heb ik een aantal keer niet meegelopen omdat het mij niet prikkelde. Ik wist dat ik het kon.
Ex-loper 5	Ik ben nog aan het twijfelen. Het moet weer prikkelen om hem weer mee te lopen. Zolang ik het gevoel heb dat ik hem weer makkelijk uitloop is er voor mij geen uitdaging. Als ik er weer zin in heb loop ik

	hem
Ex-loper 6	Het kost te veel tijd, ik heb ook niet echt een wandelmaatje
Ex-loper 7	Tijd, ik bereid me altijd heel goed voor en daar heb ik nu geen tijd voor ik heb te veel aan mijn hoofd
Ex-loper 8	Heb het twee keer geprobeerd maar alle twee de keren niet uitgelopen, de laatste jaren ben ik op vakantie
Ex-loper 9	Eerst lag mijn vader op de intensive care, toen een knie blessure en dit jaar doe ik weer mee
Ex-loper 10	De laatste keer liep ik hem niet uit, daarna ging ik liever langs de kant staan. Na een tijdje prikkelde het weer. Ik ben opzoek naar een sportieve uitdaging. Eigenlijk houd ik helemaal niet van wandelen dus als er een andere uitdaging is schuif ik dit aan de kant.

- Als ik een wandelmaatje zou hebben zou ik hem wel weer gaan lopen. Afgelopen jaar hebben drie mensen mee gewandeld in etappes maar dat was niet zo fijn. Je kunt met hem namelijk niet echt delen wat je gedurende de tocht meemaakt. Zij stappen fris in en ik ben dan al gesloopt(6).
- Nu ben ik heel veel aan het hartlopen dus nu zou ik hem wel kunnen uitlopen. Maar de laatste paar jaren ben ik tijdens de 80 op vakantie geweest(8).

Is er iets dat de 80 kan veranderen waardoor u weer zin krijgt om mee te lopen?

Ex-loper 1	Het is hanig als ze informeren hoe je preventief kan intapen, maar dit zou mij niet overhalen weer mee te lopen. Het ligt toch meer aan je omgeving als er meer mensen zeggen kom we doen mee dat je dan wordt overgehaald maar anders niet
Ex-loper 2	Nee
Ex-loper 3	N.v.t
Ex-loper 4	N.v.t
Ex-loper 5	Meer thema's langs de weg, door de duinen, triatlon erbij,
Ex-loper 6	Een loop maatje
Ex-loper 7	Kortere afstanden, loopmaatje
Ex-loper 8	De datum veranderen naar het begin van het jaar, ben meestal in september op vakantie
Ex-loper 9	Nee
Ex-loper 10	n.v.t

5.4 Interview Nijmeegse Vierdaagse

De nummer één van de evenementen top honderd kan natuurlijk niet buiten beschouwing worden gelaten. Zeker niet wanneer dit evenement ook nog eens is gericht op de wandelsport, De Nijmeegse Vierdaagse.¹⁴ Een heel ander wandelevenement. Bij deze vierdaagse tocht is het maximum aantal te lopen kilometers 50 per dag. Dit evenement heeft in Nederland een enorme naamsbekendheid en zelfs in omliggende landen is de tocht bekend. Deze tocht is eigenlijk niet te vergelijken met de Kennedymars in Waalwijk, omdat het hier gaat om een hele andere omvang en een andere soort tocht. Maar het is zeker zinvol te kijken middels benchmark naar deze organisatie om te leren. De Nijmeegse Vierdaagse is daarom benaderd met onderstaande vragenlijst.

1. Wat denken jullie dat het succes is van de Nijmeegse vierdaagse?
Met name traditie, sfeer en naamsbekendheid.
2. Zien jullie een groei in het aantal aanmeldingen door het faciliteren van een sponsorloop?
We zien geen groei en dat was ook niet de verwachting. Sponsorloop is opgericht omdat we opmerkten dat veel deelnemers hun deelname koppelden aan geld inzamelen en we hen daarbij graag ondersteunen.
3. Doen jullie onderzoek onder lopers? Zo ja wat onderzoeken jullie? Zijn deze onderzoeken openbaar gemaakt?
Wij doen ongeveer eens in de vijf jaar onderzoek onder de deelnemers. Deze onderzoeken zijn niet openbaar, maar er wordt wel een samenvatting bekend gemaakt. Onderwerp van deze onderzoeken is meestal de tevredenheid over de bestaande organisatie en voorzieningen (heel breed), aangevuld vragen over veranderingen in de organisatie die we in willen gaan voeren. Overigens is onze ervaring dat wandelaars ons voortdurend informeren over wat hen opvalt, tegenvalt of meevalt. Per email, ouderwetse brief, forum of FaceBook laten ze ons weten hoe ze over de organisatie denken.
4. Gaan jullie dialoog aan met de lopers? Hoe? Wat komt hieruit naar voor?
Zie hierboven. Dialoog is misschien een groot woord maar iedereen die ons een bericht stuurt krijgt antwoord en na afloop van de vierdaagse worden de reacties van de wandelaars grondig bestudeerd en opgenomen in de evaluatie. Daarnaast communiceren we met hen via de bovengenoemde kanalen.
5. Geven jullie korting aan groepen lopers? Zorgt dit ervoor dat meer groepen zich aanmelden?
Nee, iedereen betaalt dezelfde prijs. Voor groepen gelden wel andere reglementen, dit zou wel kunnen leiden tot meer aanmelding van groepen.
6. Hoe werven jullie lopers?
Wij werven geen deelnemers. Enerzijds omdat we bekend genoeg zijn en anderzijds omdat we al jaren meer inschrijvingen hebben dan we kunnen plaatsen. Resultaat van dit laatste is dat we moeten loten. Veel belangstelling is natuurlijk heel prettig maar de loting is een zeer vervelende bijkomstigheid, jaarlijks moeten we ruim 4000 teleurstellen. Wervingsacties zijn dan een beetje dubbel (vooraf werven en achteraf loten).

¹⁴ Vierdaagse, N. (2013, 02 20). 4daagse wederom onbetwist grootste evenement. Verkregen via <http://www.nijmegenwandelt.nl/4daagsenieuws/4daagse-wederom-onbetwist-grootste-evenement/2018/>

5.5 Interviews Nederlandse wandelbonden

Om een beeld te krijgen van alle wandel trend en ontwikkelingen is er in gesprek gegaan met de twee wandel bonden. Zij streven ernaar om ooit een grote bond te worden, maar zo ver is het nog lang niet. De bonden zijn geïnterviewd aan de hand van de informatie op de website en jaarverslagen. Sommige vragen werden aan alle twee de bonden het zelfde gesteld om dit te kunnen vergelijken. Onderstaand de interviews met Arno van Gemert (manager marketing communicatie KNBLO-NL) en Huub Stammes (Algemeen directeur NWB).

Interview KNBLO-NL

1. Wat zijn de nieuwste ontwikkelingen in de wandelsport? Hoe speelt u daarop in?

De wandelsport is niet echt een vernieuwende sport. Het wordt wel steeds populairder dit komt door de vergrijzing. Het wordt populairder bij 45+. Wanneer tennis of een andere sport niet meer gaat gaan ze wandelen, het is een heel natuurlijk proces. Wandelen neemt plaats in als tweede sport.

Een ontwikkeling bij ons is dat wij ons richten op mensen met overgewicht, obesitas, suiker. Die door de weeks willen wandelen. Deze krijgen dan begeleiding en zullen uiteindelijk naar een paar maanden evenementen gaan lopen. Dit programma heet wandelfit. Maar Kennedymarslopers zijn conditioneel een heel stuk verder, dit zal dus niet aansluiten.

2. U zegt dat u als doel stelt de belangen van de leden te behartigen. Hoe komt u achter deze belangen? Communiceert u hoe u deze belangen heeft behartigd?
we geven een wandelsportmagazine 5x per jaar uit en we hebben een nieuwsbrief die gaat naar 23.000 wandelaars, deze zijn niet interactief daarom hebben wij hieraan social media pagina's gehangen. Zo hebben we een apart account voor het magazine en een apart account voor de bond zelf.

3. Hoe bevordert u de wandelsport?

Door de leden aanvullende zaken aan te bieden zoals advertenties voor stichtingen en pakketjes met redactionele informatie waar aangesloten stichtingen gebruik van kunnen maken. Wij bereiken een hele grote groep actieve wandelaars. Daar zouden ze gebruik van kunnen maken. Je zou kunnen kijken op ledenvoordeel bij het KNBLO waar de 80 vdl nog geen gebruik van maakt.

4. Ziet u ergens kansen voor nieuwe groepen Kennedymarslopers?

Het fenomeen voor Kennedymars heeft nog kansen. Je zou jonge mensen kunnen aanspreken door je anders te positioneren. Het heeft een sexy imago nodig, een wandel challenge ofzo. Meer Red Bull achtige uitingen. Maar jongeren zijn over het algemeen heel moeilijk aan het wandelen te krijgen. Die zitten met studie, zijn heel actief, weinig tijd voor training, hebben al een sport. Wij als KNBLO richten ons daar niet op. 45+ krijgt meer interesse in wandelen. Mannen lopen meer voor de uitdaging en vrouwen meer voor de gezelligheid.

5. Wat houdt de community Just Giving in?

Dit is een online platform die faciliteert de loper een eigen site te maken en makkelijk geld op te halen. De loper heeft zelf de keuze om voor een goed doel te lopen en welk doel dit moet zijn.

6. Is de informatie die naar boven komt door het wandelpanel waarin jullie lopers enquêteren openbaar? Zo ja, wat komt hieruit?

Dit publiceren wij in het magazine. Maar dit zijn niet echt onderzoeken waar jij iets aan hebt. Zo hebben we bijvoorbeeld onderzoek gedaan naar europees wandelen.

Wel zou je kunnen kijken op wandelnet.nl daar staat een wandelmonitor van 2010 op.

7. Zien jullie een stijgende lijn in het aantal wandelaars? Wat voor soort nieuwe wandelaars melden zich aan? En welke groepen haken af? Welke reden?

Ja, de wandelsport groeit, dit is over het algemeen gezien, er is niet een type wandelsport die meer groeit als een andere. Vooral de 45+er is steeds activer.

Interview NWB

1. Wat zijn de nieuwste ontwikkelingen in de wandelsport? Hoe speelt u daarop in?

Massa events en technologie. Thema's meegeven en voorbereiden op technologische ontwikkelingen en implementeren

2. Hoe bevordert u de wandelsport?

Promotie en inhaken op trends

3. Ziet u ergens kansen voor nieuwe groepen Kennedymars lopers?

Jawel. Fenomeen is betrekkelijk bekend in Nederland, zou meer verspreid bekend gemaakt kunnen worden.

4. Wat doet u om leden te werven en te behouden?

Evenementen houden en vernieuwen, communiceren met leden over hun beleving van hun sport.

5. Zien jullie een stijgende lijn in het aantal wandelaars? Wat voor soort nieuwe wandelaars melden zich aan?

Ja, met name jeugdigen vanuit wandelvierdaagsen

6. Waar komen de meeste klachten over binnen?

Inschrijvingsmethodiek

7. Waarom zeggen mensen hun lidmaatschap op?

Sterven, fysiek niet meer in orde.

8. Hebben jullie onlangs onderzoek gedaan naar interesses en motivaties van lopers? Zijn deze onderzoeken openbaar?

Nee

9. Hoe komt het dat jullie in 2011 een groei hebben van jeugd leden van 139,6%?

Werving vanuit avond4daagsen blijkt effectief

Bijlage 6 Nederlandse wandelbonden

De wandelsport heeft tot op heden twee wandelbonden. Sommige verenigingen of organisaties zijn lid van beide. De twee bonden gaan steeds meer samenwerken en hopen dit jaar als een bond naar buiten te komen. Dit houdt in dat ze een gezamenlijk logo ontwikkelen en een gezamenlijke website waarop ze gezamenlijke ontwikkelingen communiceren. De 80 is alleen lid van de KNBLO-NL. Hiervoor kunnen zij geen specifieke reden geven.



6.1 KNBLO-NL¹⁵

De Koninklijke Nederlandse Bond voor Lichamelijke Opvoeding (KBLO-NL) is de grootste wandelsportorganisatie van Nederland. Ze organiseert onder andere De vierdaagse van Nijmegen en de Avond4daagse. De organisatie is plaatselijk, regionaal, landelijk en internationaal actief. Ze behartigen de belangen van wandelaars en bevorderen de wandelsport in al haar verschijningsvormen. De bond heeft 35.000 leden en er zijn ruim 575 wandelclubs aangesloten bij de bond. Dit betekent dat ruim 35.000 Nederlanders regelmatig wandelen en lid zijn van een wandelvereniging.



6.2 NWB¹⁶

De Nederlandse Wandelsport Bond is opgericht in 1934. Hierbij zijn acht regionale wandelsportbonden aangesloten. Het doel van de bond is de wandelsport te promoten en door middel van de bij haar aangesloten regionale bonden het wandelen dicht bij de wandelaar te brengen in de vorm van diverse wandeltochten. Dit doet zij met aandacht voor de natuur en in het belang van de volksgezondheid.

6.3 SLAW¹⁷

De sectie lange afstand wandelen (SLAW) is er voor alle tochten die aangesloten zijn bij de NWB en de KNBLO-NL. Zij nodigen jaarlijks alle aangesloten organisaties uit om te overleggen. Zij proberen zo het wandel aanbod gedurende het kalenderjaar te verspreiden. De SLAW heeft als doel: Het coördineren van lange afstand wandelingen en prestatie tochten, het publiceren van de lange afstand wandel kalender, uitreiken van onderscheidingen, publiciteit rondom het lange afstand wandelen genereren, belangen van de lange afstand wandelaar behartigen en dit in samenwerking met het KNBLO-NL.

¹⁵ Wikipedia. (2011, 12 14). *Koninklijke bond voor lichamelijke opvoeding*. Verkregen op http://nl.wikipedia.org/wiki/Koninklijke_Nederlandse_Bond_voor_Lichamelijke_Opvoeding

¹⁶ NWB. (2013, 04 23). *Over nwb*. Verkregen op <http://www.nwb-wandelen.nl/>

¹⁷ Lange afstanden, S. (2013, 03 15). *Lange afstand wandelsport nederland*. Verkregen op <http://www.slaw.nl/v1/>

Bijlage 7 Wandelprofielen¹⁸

De wandelaar is niet binnen een profiel te omvatten. Er zijn zoveel beweegredenen om te wandelen. Binnen ons land wandelen maar liefst 6,6 miljoen wandelaars boven de achttien jaar. Samen wandelen zij zevenhonderden miljoen wandelingen. Dit zijn wandelingen van een blokje om tot ware pelgrimstochten. De diversiteit en voorkeuren onder de wandelaars is enorm. Er is dus niet een type wandelaar te omschrijven. Wel is de wandelaar globaal in tien types te onderscheiden aan de hand van karakteristieken. Deze karakteristieken zijn gebaseerd op de ervaringen van het KNBLO-NL en haar wandelsportorganisaties.

7.1 De incidentele evenementenloper

De incidentele evenementenloper heeft een leeftijd tussen de dertig en vijfenveertig jaar. Is overwegend vrouwelijk. Ze is getrouwd met oudere kinderen of single. Ze doet mee aan een beperkt aantal evenementen samen met haar vriendinnen. Wandelen is niet haar hoofdsport, maar wanneer er een evenement is met hoge kwaliteit en waardoor zij iets bijzonders kan beleven meld zij zich aan. Om deze evenementen te zoeken maakt zij veel gebruik van internet. Ze is op zoek naar een combinatie van inspannen en ontspannen. Spetterende aanbiedingen op internet trekken haar aandacht.

Wandel motivatie	sociaal, gezelligheid, de gelegenheid
Wandelvormen	eendaagse evenementen, routes
Wandelafstanden	10-25, 25-50 km
Type evenementen	vriendinnendag, Ladies Walk, Pink Ribbon
Bindingsvormen	via internetcommunities
Kennis/informatie	zoekt vooral leuke uitdagende wandelactiviteiten
Bestedingspatroon	bereid om relatief veel geld uit te geven aan kleding, gadgets en activiteiten rondom het evenement
Geschatte omvang	200.000-300.000 mensen

7.2 De klassieke tochtloper

De klassieke tochtloper heeft een leeftijd tussen de vijfenvijftig en zeventig jaar, bestaat zowel uit mannen als uit vrouwen, is getrouwd en heeft kinderen. Deze kinderen wonen niet meer thuis. Loopt tussen de tien en vijftien tochten per jaar uit het Landelijk Wandelprogramma, maar loopt jaarlijks ook een aantal vaste tochten. Hierbij let hij/zij vooral op de route en afstanden, niet op de poespas eromheen. Is zeer prijsbewust in wandeluitrusting en neemt eigen luchtpakket mee. Wel hecht hij/zij waarde aan het sociale karakter tussen wandelaars en is dus ook overwegend lid van een wandelvereniging. Kortingen in het Landelijk Wandelprogramma trekken zijn aandacht.

Wandel motivatie	sociaal, gezelligheid
Wandelvormen	één- en meerdaagse evenementen
Wandelafstanden	5-10, 10-25, 25-50, 50+
Type evenementen	traditionele tochten uit het Landelijk Wandelprogramma
Bindingsvormen	verenigingslid
Kennis/informatie	zoekt vooral betrouwbare routes op vaste dagen
Bestedingspatroon	zeer prijsbewust
Geschatte omvang	50.000 mensen

¹⁸ KNBLO. (2013, 03 13). *De wandelaar bestaat niet*. Verkregen op http://www.wandel.nl/client/lwp/docs/ART_10wandelprofielen_WSM06_2011.pdf

7.3 De kilometer vreter

De kilometer vreter heeft een leeftijd tussen de vijfenveertig en de vijfenzestig jaar. Is overwerkwegend mannelijk. Hij loopt vrijwel ieder weekend en meerdere keren per week langere afstanden. Dit legt hij dan ook vast. Dit doet hij om zichzelf te meten of zichzelf te vergelijken met anderen. Een medaille of andere beloning stelt hij dan ook zeer op prijs. Hij ziet wandelen als een sport en wil hiermee prestaties leveren. Dit doet hij alleen of in kleine groepjes. Zijn wandeluitrusting is degelijk maar ook functioneel. Hij heeft affiniteit met het leger of de scouting. Hij vindt het belangrijk dat de organisatie zich aan de regels houdt.

Wandel motivatie	prestatie, uitdaging
Wandelvormen	één- of meerdaagse evenementen
Wandelafstanden	25-50, 50+
Type evenementen	diverse 'marsen'
Bindingsvormen	individueel lid
Kennis/informatie	Vult voorafgaand aan het kalenderjaar zijn wandelagenda met tochten die qua afstanden exact kloppen, zoekt (beperkt) informatie om sportieve prestatie te kunnen verbeteren, is geïnteresseerd in standen en uitslagen
Bestedingspatroon	geeft door intensiteit van wandelen relatief veel geld uit; bekijkt zijn uitgaven per keer wel kritisch
Geschatte omvang	15.000 mensen

7.4 De trailwalker

De trailwalker heeft een leeftijd tussen de vijftientwintig en vijfenveertig jaar. Is overwegend mannelijk. Woont samen of is vrijgezel. Zoekt uitdaging door het wandelen van ongebaande wandelpaden in onder andere bergen. Hij is goed getraind, zelfverzekerd, natuurgeoriënteerde, maatschappelijk betrokken en outgoing. Een sportieve wandelvakantie heeft zijn voorkeur. Een aansprekende boodschap over de wandelprestatie en de extra dimensies van het evenement trekken zijn aandacht.

Wandel motivatie	prestatie, natuur, uitdaging
Wandelvormen	één- en meerdaagse evenementen, nordic walking, GPS
Wandelafstanden	50+
Type evenementen	Oxfam Trailwalker
Bindingsvormen	individueel lid, internetcommunities
Kennis/informatie	Zoekt aansprekende uitdaging en daaraan gekoppelde informatie om zich optimaal voor te bereiden, koppelt wandelen aan andere persoonlijke doelstellingen (maatschappelijk betrokken, zelfontplooiing)
Bestedingspatroon	bereid relatief veel geld uit te geven aan wandelsport en -uitrusting
Geschatte omvang	50.000 mensen

7.5 De pelgrim

De pelgrim heeft een leeftijd boven de vijfenvijftig jaar en is overwegend mannelijk. Hij is getrouwd en heeft oudere kinderen. Tijdens zijn wandeling is hij opzoek naar zingeving, verdieping, rust en gelijkgestemde wandelaars. Hiervoor is hij bereid over de grens te gaan. Hij kiest graag zelf de route, afstand en bepaalt zelf het tempo. Hij is vaak langdurig onderweg met een continue wandelinspanning.

Wandel motivatie	sociaal, natuur, gelegenheid, uitdaging
Wandelvormen	wandelpaden, meerdaags op pad
Wandelafstanden	25-50
Type evenementen	Pieterpad, Santiago de Compostella
Bindingsvormen	individueel lid
Kennis/informatie	Zoekt aansprekende wandeluitdaging met veel informatie over faciliteiten rondom de wandeltocht of het wandelpad, koppelt wandelen aan andere persoonlijke doelstellingen (zelfontplooiing, bezinning, etc.), investeert veel tijd in goede voorbereiding
Bestedingspatroon	bereid relatief veel geld uit te geven aan wandelevenement, uitrusting en faciliteiten
Geschatte omvang	30.000 mensen

7.6 De wandeltoerist

De wandeltoerist heeft een leeftijd tussen de vijfenveertig en vijfenzestig jaar. Bestaat uit ongeveer evenveel mannen als vrouwen, is getrouwd en heeft oudere kinderen. Door te wandelen is hij opzoek naar een compleet en gezellig dagje uit met zijn partner of vrienden. Hij stelt hoge eisen aan de route en faciliteiten en richt zich op gemak. Zo stelt hij een kant en klaar pakket op prijs. Hij beslist op het laatste moment of hij meeloopt. Dit hangt vaak af van het weer of alternatieve bezigheden. Hij keert zich af van massaal georganiseerde wandeltochten. Een tocht met een ware beleving en bijzondere sfeer trekken zijn aandacht.

Wandel motivatie	natuur, gezelligheid, gelegenheid
Wandelvormen	wandelpaden en routes
Wandelafstanden	10-25
Type evenementen	ANWB Wandelroutes, NS Wandeling, Bourgondisch Fruitwandelen
Bindingsvormen	individueel lid en internetcommunities
Kennis/informatie	zoekt veel informatie over faciliteiten rondom de wandeltocht of het wandelpad
Bestedingspatroon	bereid relatief veel geld uit te geven voor een complete verzorgde wandeling
Geschatte omvang	2.000.000 mensen

7.7 De wandelliefhebber

De wandelliefhebber heeft een leeftijd tussen de dertig en de vijfenzestig jaar. Bestaat uit ongeveer evenveel mannen als vrouwen. Loopt tussen februari en november een vast circuit aan evenementen die voornamelijk lange afstanden aanbieden. Wandelen is een belangrijk onderdeel van zijn/haar lifestyle en ziet dit dan ook als een echte passie. Hij/zij gaat met de caravan of tent naar het wandelevenement en voelt zich betrokken bij de wandelsport. De sfeer en beleving trekken de aandacht van deze loper. Hij/zij hecht waarde aan de gezelligheid ook buiten de activiteit om.

Wandel motivatie	fitheid, sociaal, gezelligheid
Wandelvormen	één- of meerdaagse evenementen, wandelpaden, routes
Wandelafstanden	25-50
Type evenementen	Elfstedentocht, Heuvelland4daagse
Bindingsvormen	verenigingslid of individueel lid
Kennis/informatie	zoekt veel achtergrondinformatie; wil weten wie te ontmoeten
Bestedingspatroon	geeft door het jaar heen relatief veel geld uit aan wandelen, wel kostenbewust per activiteit
Geschatte omvang	100.000 mensen

7.8 De gezondheidsloper

De gezondheidsloper heeft een leeftijd tussen de veertig en de vijfenvijftig jaar. Is overwegend vrouwelijk. Ze loopt meerdere keren per week korte afstanden. Tijdens deze korte afstanden vindt zij plezier belangrijk. Ze is bewust bezig met training en begeleiding om de wandelconditie te verbeteren en zich zo beter te voelen.

Wandel motivatie	gezondheid, fitheid, uitdaging, prestatie
Wandelvormen	routes en nordic walking
Wandelafstanden	5-10, 10-25
Type evenementen	tweewekelijkse wandeltrainingen
Bindingsvormen	Verenigingslid / wandelgroep
Kennis/informatie	Informatie over gezond wandelen, behoefte aan begeleiding door iemand met kennis van zaken
Bestedingspatroon	bereid om te investeren in eigen gezondheid
Geschatte omvang	500.000 mensen

7.9 De gezinswandelaar

De gezinswandelaar heeft een leeftijd tussen de vijfendertig en vijftig jaar. Bestaat uit ongeveer evenveel mannen als vrouwen die jonge kinderen hebben. Ze wandelen voornamelijk in het weekend korte afstanden die minder als een dagdeel in bezig nemen. Dit doet hij/zij voornamelijk wanneer het mooi weer is om de kinderen te vermaken.

Wandel motivatie	sociaal, gezelligheid, gelegenheid
Wandelvormen	routes
Wandelafstanden	5-10
Type evenementen	gemarkeerde paaltjesroutes in het bos
Bindingsvormen	internetcommunities
Kennis/informatie	informatie over actief vertier in de buitenlucht
Bestedingspatroon	laag (voor wandelen)
Geschatte omvang	1.500.000 mensen

7.10 De wandelsolist

De wandelsolist heeft een leeftijd tussen de vijfendertig en vijfenzestig jaar. Bestaat uit ongeveer evenveel mannen als vrouwen en zijn overwegend alleenstaand. Hij/zij trekt er regelmatig alleen op uit en wil alleen zijn, maar toch ergens bijhoren.

Wandel motivatie	sociaal, gezelligheid
Wandelvormen	evenementen
Wandelafstanden	10-25, 25-50
Bindingsvormen	individueel lid
Kennis/informatie	kent inmiddels de evenementen waaraan hij of zij deelneemt
Bestedingspatroon	normaal
Geschatte omvang	10.000 mensen

Bijlage 8 Handleidingen

Ieder medium vraagt om een andere manier van gebruik. Daarom in dit hoofdstuk per medium een uitgebreide handleiding.

8.1 Facebook

Uitleg over de het gebruik van de social media pagina's is niet echt nodig. Hiervan wordt namelijk al gebruik gemaakt. Deze uitleg is alleen wel handig voor de vrijwilligers waarvan sommige hiervan nog geen gebruik maken. Voor hen is een handleiding ontwikkeld door Facebook zelf. Aan de hand van afbeeldingen leggen ze alles stap voor stap uit. De handleiding is te vinden op: www.facebook-handleiding.nl.

8.2 Twitter

Ook de uitleg voor het gebruik van Twitter zal niet nodig zijn. Hiervan wordt namelijk ook al gebruik gemaakt door de stichting. Maar om alle mogelijkheden nog eens te bekijken heeft ook Twitter een handleiding gemaakt. Deze handleiding is te vinden op: <http://www.twitterinfo.nl/twitterhandleiding.htm>. Ook bij Twitter gelden de zelfde regels als bij Facebook voor het social media team.

8.3 Blog

Van een blog heeft de stichting nooit eerder gebruik gemaakt. Het is dus belangrijk de handleiding goed door te lezen en ook andere blogs te bekijken. Eigenlijk kan bij een blog weinig fout gaan, wel is het belangrijk dat er persoonlijke berichten worden geplaatst. Informatieve berichten horen niet thuis op dit medium. De handleiding is te vinden op www.e-leren.nu/contentinopel/klussenwijzers/docs/webloghdl.doc.

Controle

Voor het social media team dat de berichten gaat plaatst op de publieke pagina kunnen we enkele regels opstellen. Het is namelijk niet de bedoeling dat hier zomaar iets wordt gezegd zonder hierover eerst na te denken. Bovendien kan ook niet al deze communicatie eerst gecontroleerd worden. Wel is het belangrijk dat het social media team van de stichting handelt vanuit het belang en de waarde van de stichting. Regels die hiervoor gebruikt kunnen worden zijn:

- Gedraag je als ambassadeur van de stichting
- Wees altijd zorgvuldig, geplaatste berichten zijn altijd terug te vinden
- Ben betrouwbaar, zeg geen dingen waarvan je niet zeker weet of de stichting ze waar kan maken
- Communiceer positief en respectvol naar andere
- Vraag je bij elk bericht af of het bericht effectief is en of het gevolgen heeft voor de stichting, wanneer dit zo is koppel dit dan ook terug naar de stichting

Bijlage 9 Implementatieplan

Na het lezen van alle aanbevelingen is het nog een hele stap om daadwerkelijk een begin te maken. Daarom is dit implementatieplan ontwikkeld. Hierin staan alle adviezen gerangschikt na prioriteit. Enkele adviezen kunnen pas uitgevoerd worden nadat een ander advies is uitgevoerd, deze lijst biedt hierin richtlijnen.

In dit schema is ook te vinden wie wat zou kunnen doen om het advies tot uitvoering te brengen en wie verantwoordelijk is. Er wordt een onderscheid gemaakt in: Frans Pelders, vrijwilligers, Schellekens Creatieve Communicatie, Tekstbureau Boot, KNBLO-NL en SLAW. Voorheen deed Frans bijna alles zelf met ondersteuning van Schellekens Creatieve Communicatie. Hierin moet verandering komen. Met meer personen kunnen er namelijk meer taken uitgevoerd worden. Frans kan ingezet worden om het overzicht te houden en te coördineren.

9.1 Adviezen op korte termijn

Prioriteit A geeft aan wat er nog gerealiseerd kan worden voor aanvang van de 80 2013.

Personen	De 80	Frans Pelders	Schellekens	Vrijwilligers
Prioriteiten				
A1: Formuleren missie en visie	Uitvoerend		Ondersteunend	
A2: Inschrijven altijd mogelijk maken			Uitvoerend	
A3: Communiceren missie en visie intern		Uitvoerend		
A4: Besloten FB-pagina aanmaken voor personeel		Coördinerend	Uitvoerend	
A5: Vernieuwen website		Coördinerend	Uitvoerend	
A6: Opstellen vacatures	Coördinerend		Uitvoerend	
A7: Aanpassen bewegwijzering	Coördinerend			Uitvoerend
A8: Bijhouden Social Media-pagina's en blog		Coördinerend	Uitvoerend	Leveren input
A9: Faciliteren en controleren reglement	Coördinerend			Uitvoerend

9.2 Adviezen op middellange termijn

De B prioriteiten geven aan wat gerealiseerd kan worden voor aanvang van de 80 in 2014.

Personen	De 80	Frans Pelders	Schellekens	Vrijwilligers	Boot	KNBLO-NL	SLAW
B0: Evalueren 2013		Coördinerend	Uitvoerend				
B1: Start co-creatie	Coördinerend	Uitvoerend	Uitvoerend				
B2: Ontwikkelen Guirillia		Coördinerend	Uitvoerend				
B3: Aanpassen middelen		Coördinerend	Uitvoerend		Uitvoerend		
B4: Ontwerpen nieuwe middelen		Coördinerend	Uitvoerend		Uitvoerend		
B5: Toevoegen nieuwe afstanden	uitvoerend						
B6: Communiceren ontwikkelingen intern		Uitvoerend					
B7: Communiceren ontwikkelingen extern		Coördinerend	Uitvoerend				
B8: Samenwerking verbeteren Kennedymarsen		Uitvoerend					Coördinerend
B9: Benutten lidmaatschap KNBLO-NL		Uitvoerend				Coördinerend	
B 10: Nader onderzoek	Coördinerend						
B11: Evalueren 2014		Coördinerend	Uitvoerend				

9.3 Adviezen op lange termijn

De C prioriteiten geven aan wat gerealiseerd kan worden in een termijn van 5 tot 10 jaar.

Personen	De 80	Frans Pelders	Schellekens	Vrijwilligers
Prioriteiten				
C1: Invoeren thema's		Coördinerend	Ondersteunend	Uitvoerend
C2: Invoeren wedstrijdklasse	Coördinerend		Ondersteunend	Uitvoerend
C3: Verzorgen van loopkleding		Coördinerend	Uitvoerend	
C4: Ontwikkelen mobiele website				
C5: Promotiefilmpjes publiceren		Coördinerend	Ondersteunend	
C5: Live beelden publiceren		Coördinerend	Ondersteunend	

Bijlage 10 Aanvullende doelgroepen

Groepen die nu niet meelopen, maar wel potentie hebben zijn te omschrijven als “De incidentele evenementloper” en “De Wandelliefhebber”. Zij zoeken namelijk vooral gezelligheid en uitdaging, iets dat perfect past bij de 80. Het nadeel is dat zij alleen tochten lopen tot 50 km. Zij zullen zich dus alleen inschrijven wanneer de 80 een variant aanbied van 40 km of minder. Zo stijgt de doelgroep omvang met 350.000 potentiële lopers. In onderstaand schema zijn de incidentele evenementloper en de wandelliefhebber beschreven op algemeen niveau en domein specifiek niveau:

Doelgroepen bij een tocht van 40 km	
Incidenteel evenement loper	Wandel liefhebber
Algemeen niveau	
30-45 jaar	30-65 jaar
Vrouwelijk	Zowel manlijk als vrouwelijk
Getrouwd met ouderen kinderen of single	Onbekend
Domein specifiek niveau	
sociaal, gezelligheid, de gelegenheid eendaagse evenementen, routes	fitheid, sociaal, gezelligheid één- of meerdaagse evenementen, wandelpaden, routes
10-25, 25-50 km	25-50
vriendinnendag, Ladies Walk, Pink Ribbon via internetcommunities	Elfstedentocht, Heuvelland4daagse verenigingslid of individueel lid Landelijk wandel programma
zoekt vooral leuke uitdagende wandelactiviteiten	zoekt veel achtergrondinformatie; wil weten wie te ontmoeten
bereid veel geld uit te geven aan kleding, gadgets en activiteiten rondom het evenement	geeft door het jaar heen relatief veel geld uit aan wandelen, wel kostenbewust per activiteit
250.000 mensen	100.000 mensen