

TNO Kwaliteit van Leven

Preventie en Zorg
Wassenaarseweg 56
Postbus 2215
2301 CE Leiden

www.tno.nl

T +31 71 518 18 18
info-zorg@tno.nl

TNO-rapport

KvL/GB 2009.123

Effectevaluatie Fietsen Scoort

Datum	December 2009
Auteur(s)	I.J.M. Hendriksen J.P. Stege C.M. Bernaards
Opdrachtgever	Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB)
Projectnummer	031.20099
Aantal pagina's	25 (incl. bijlagen)
Aantal bijlagen	1

Alle rechten voorbehouden. Niets uit dit rapport mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van TNO.

Indien dit rapport in opdracht werd uitgebracht, wordt voor de rechten en verplichtingen van opdrachtgever en opdrachtnemer verwezen naar de Algemene Voorwaarden voor onderzoekopdrachten aan TNO, dan wel de betreffende terzake tussen de partijen gesloten overeenkomst.

Het ter inzage geven van het TNO-rapport aan direct belanghebbenden is toegestaan.

© 2009 TNO

Samenvatting

In opdracht van het NISB heeft TNO een effectevaluatie uitgevoerd onder bedrijven die deelnemen aan de COS campagne Fietsen Scoort, om na te gaan in hoeverre de campagne effectief is om werknemers duurzaam in beweging te krijgen. Onder werknemers van bedrijven die maximaal zes maanden aan de campagne meededen is een retrospectieve vragenlijst uitgezet naar fiets- en beweeggedrag op het moment van afname van de vragenlijst, vlak voor de start van de campagne en een jaar geleden.

32% van de aangeschreven werknemers heeft de vragenlijst ingevuld en 185 van de 450 respondenten hebben deelgenomen aan de campagne Fietsen Scoort. De deelnemers zijn na de campagne vaker naar het werk gaan fietsen dan voor de campagne. Ook is er een significante toename te zien in het percentage deelnemers dat voldoet aan de beweegnorm. De campagne krijgt echter maar in zeer beperkte mate de niet-fietsers en de inactieven aan het fietsen. Naast gezondheid zijn het met name aspecten van de campagne zelf die werknemers doen besluiten om deel te nemen aan Fietsen Scoort. Het bijhouden van de fietskilometers is de belangrijkste reden om te stoppen met deelname aan de campagne. Een substantieel deel van de niet-deelnemers geeft aan niet voldoende bekend te zijn met de inhoud van de campagne.

Geconcludeerd kan worden dat na de campagne Fietsen Scoort meer deelnemers normactief zijn dan voor de campagne. Het zijn vooral de al fietsende werknemers die meer zijn gaan fietsen. Inactieven en niet-fietsende werknemers worden nauwelijks bereikt.

Inhoudsopgave

	Samenvatting	2
1	Inleiding	4
1.1	Kader opdracht.....	4
1.2	Vraagstellingen.....	4
1.3	Leeswijzer.....	5
2	Opzet onderzoek	6
2.1	Design.....	6
2.2	Vragenlijst.....	6
2.3	Vereiste respondenten.....	6
2.4	Analyseplan.....	7
3	Resultaten	8
3.1	Deelname aan het onderzoek.....	8
3.2	Kenmerken respondenten.....	9
3.3	Resultaten op beweeggedrag.....	10
3.4	Redenen deelname en waardering campagne.....	14
4	Discussie en conclusie	17
5	Literatuur	19
	Bijlage(n)	
	A Vragenlijst Fietsen Scoort	

1 Inleiding

1.1 Kader opdracht

Nederland staat weliswaar bekend als een fiets natie, maar nog veel meer mensen zouden met de fiets naar het werk kunnen gaan. Ongeveer 2,5 miljoen mensen wonen op een afstand van minder dan 7,5 kilometer van hun werk, maar toch komt slechts circa een kwart op de fiets (CBS, 2008). Het grootste deel (57%) pakt de auto, de rest reist op een andere manier. Dat betekent dat ruim anderhalf miljoen mensen nog niet fietsen, terwijl ze dat mogelijk wel zouden kunnen.

Fietsen Scoort is een campagne van COS Nederland om het fietsen in Nederland op een actieve en uitdagende wijze te stimuleren. Het doel van de campagne Fietsen Scoort is het fietsen in Nederland te stimuleren en een bijdrage te leveren aan duurzame ontwikkeling. Werknemers kunnen meedoen aan de campagne als ze fietsen naar het werk, naar de winkel of gewoon voor hun plezier. De campagne Fietsen Scoort loopt het hele jaar door, maar de deelnemers kunnen ieder moment van start gaan. Deelnemers houden via internet een persoonlijke scorepagina bij waarop ze hun fietskilometers registreren. Via deze website krijgt men onder meer feedback over in hoeverre men voldoet aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen (NNGB). Deze norm houdt in dat men tenminste vijf dagen per week minimaal 30 minuten matig intensief moet bewegen (Kemper et al., 2000).

Het Nederlands Instituut voor Sport en Beweging (NISB) heeft als doel om meer Nederlanders te laten bewegen. In het kader van het Nationaal Actieplan Sport en Beweging promoot dit instituut actief diverse bedrijfsbewegingsprogramma's. Fietsen Scoort is één van de kansrijke interventies in de werksetting die financieel ondersteund wordt door het NISB. Omdat er nog geen volledig inzicht is in de effectiviteit van Fietsen Scoort heeft het NISB aan TNO gevraagd een effectevaluatie uit te voeren. Het doel daarvan is om inzicht te verkrijgen in de mate waarin Fietsen Scoort effectief is in het duurzaam in beweging krijgen van (voorheen inactieve) werknemers. Er zal worden nagegaan in hoeverre:

1. deelnemers aan Fietsen Scoort meer gaan bewegen gedurende de campagne;
2. deelnemers aan Fietsen Scoort meer gaan fietsen gedurende de campagne;
3. Fietsen Scoort inactieven bereikt;
4. Fietsen Scoort ook werknemers bereikt die voorheen niet naar het werk fietsten;
5. veranderingen in het beweeggedrag van deelnemers groter zijn dan veranderingen in het beweeggedrag van niet-deelnemers.

1.2 Vraagstellingen

In deze effectevaluatie staat de vraag centraal of de campagne Fietsen Scoort het beweeggedrag van deelnemers bevordert, i.e. voldoen als gevolg van de campagne meer werknemers aan de beweegnormen en in hoeverre worden inactieven bereikt? Onder inactieven wordt verstaan dat men geen enkele dag tenminste 30 minuten matig intensief lichamelijk actief is (Hildebrandt et al., 2008).

Conform het voorstel zoals weergegeven in het voorgaande rapport (Bernaards et al., 2009) wordt deze hoofdvraag beantwoord aan de hand van de volgende subvragen:

1. Wat zijn de kenmerken van deelnemers aan de campagne ten aanzien van leeftijd, geslacht, (over)gewicht en algemene gezondheid?
2. Wat is de frequentie en de duur waarmee deelgenomen wordt aan de campagne (aantal keer dat de fietskilometers worden geregistreerd per maand)?
3. Wat is de mate van lichamelijke activiteit van deelnemers bij aanvang en direct na afloop van de campagne (percentage deelnemers dat voldoet aan de NNGB/fitnorm, aantal dagen waarop voldaan wordt aan de NNGB/fitnorm, en aantal fietskilometers per week)?
4. Is de toename in het beweeggedrag bij deelnemers aan de campagne groter dan bij niet-deelnemers?
5. Worden inactieven bereikt?
6. Welk percentage van de deelnemers fietste voorheen niet naar het werk?
7. In hoeverre denken deelnemers zelf dat zij meer zijn gaan bewegen (fietsen en/of andere lichamelijke activiteit)?
8. Hoe hoog is het percentage deelnemers dat stopt met deelname aan de campagne gedurende de interventieperiode (stopt met registreren van gefietste kilometers en/of überhaupt met fietsen naar het werk, los van de registratie)?
9. Hoe tevreden zijn de deelnemers over de campagne?

Naast de NNGB wordt in deze vraagstellingen tevens gesproken over de fitnorm. Om hieraan te voldoen moet men tenminste drie keer per week gedurende minimaal 20 minuten zwaar intensief lichamenlijk actief zijn.

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 is de opzet van het onderzoek beschreven. Hoofdstuk 3 geeft een overzicht van de resultaten, waarbij alle bovenstaande subvragen beantwoord worden. In hoofdstuk 4 worden een aantal discussiepunten aan de orde gesteld en komen de belangrijkste conclusies ten aanzien van de hoofdvraag en subvragen aan bod.

2 Opzet onderzoek

2.1 Design

Voor het beantwoorden van de vraagstellingen is gekozen voor een vragenlijst-onderzoek met een retrospectief design; er werd niet alleen gevraagd naar het beweeggedrag op het moment van invullen van de vragenlijst, maar er werden ook vragen gesteld over het beweeggedrag in het verleden. Met deze methode kunnen veranderingen in gedrag in kaart worden gebracht door slechts op één moment in de tijd een meting te doen. Vervolgens werden de gegevens van werknemers die deelgenomen hebben aan de campagne Fietsen Scoort vergeleken met gegevens van werknemers die niet hebben deelgenomen hebben aan de campagne.

2.2 Vragenlijst

In de vragenlijst werd nagevraagd wat het huidige beweeggedrag van de deelnemers en niet-deelnemers was (moment T), en het beweeggedrag dat men vertoonde voor de aanvang van de campagne. Hiervoor werden twee momenten uitgekozen: zowel vlak voor de start van de campagne (moment T-1) als een jaar geleden (moment T-2). Dit laatste werd gedaan, omdat het beweeggedrag en zeker het fietsgedrag seizoensgebonden is. Hierdoor zijn vergelijkingen mogelijk met het beweeggedrag van hetzelfde seizoen een jaar eerder. In deze vragenlijst, die in bijlage A is weergegeven, stonden de volgende aspecten centraal:

- Achtergrondkenmerken: geslacht, leeftijd, lengte, gewicht, opleiding, gezondheid, fitheid en het voorkomen van chronische aandoeningen;
- Gegevens van de (ex-)deelnemers: startdatum, (woon-werk) fietsgedrag, redenen voor deelname, waardering van de campagne;
- Extra gegevens ex-deelnemers: redenen om te stoppen met deelname aan de campagne en redenen om te stoppen met woon-werk fietsen;
- Gegevens niet-deelnemers: redenen om niet deel te nemen, woon-werk fietsgedrag;
- Lichaamsbeweging: behalen NNGB en fitnorm.

De vragenlijst werd uitgezet onder bedrijven die maximaal zes maanden eerder gestart waren met de campagne Fietsen Scoort. Hiervoor leverde COS op verzoek van TNO een lijst met bedrijven aan. Werknemers van de deelnemende bedrijven kregen een e-mail waarin een digitale link was opgenomen die de ontvanger kon aanklikken, waarna men direct bij de vragenlijst terecht kwam. Als stimulans om de vragenlijst in te vullen werd in de e-mail kenbaar gemaakt dat er 20 iPod's onder de respondenten zouden worden verloot die de vragenlijst volledig invulden.

2.3 Vereiste respondenten

Om tot betrouwbare gegevens te komen is, voordat de dataverzameling werd gestart, een berekening gemaakt van het vereiste aantal respondenten. De reden hiervoor is dat enige representativiteit bij een te lage respons niet aannemelijk is.

Geconstateerd werd dat tenminste 100 deelnemers de vragenlijst volledig zouden moeten invullen. De verwachting was dat 60 procent van de werknemers die de e-mail krijgt met de link naar de digitale vragenlijst deze ook volledig in zou vullen. Dit betekent dit dat er minimaal 170 webenquêtes moeten worden uitgezet. Uitgaande van

een respons van vijf procent per bedrijf, betekent dit dat er vier bedrijven van minimaal 1.000 werknemers nodig waren om de gewenste respons te realiseren. Bij 100 volledig ingevulde vragenlijsten en een prevalentie van 50 procent normactieven (werknemers die aan de huidige beweegnorm voldoen) bij aanvang van deelname aan Fietsen Scoort, was berekend dat de precisie in het betrouwbaarheidsinterval rondom de uitkomstmaat (i.e. percentage normactieven) 10 procent zou zijn ($\alpha=0.05$), hetgeen aanvaardbaar werd gevonden.

2.4 Analyseplan

De resultaten zijn gebaseerd op alle deelnemers die de vragenlijst compleet hebben ingevuld. Het verschil tussen de meetmomenten is getoetst met behulp van een gepaarde t-toets bij continue uitkomstmaten en een McNemar's test bij dichotome uitkomstmaten (prevalenties). P-waarden kleiner dan 0,05 (tweezijdig toetsen) werden als (statistisch) significant beschouwd.

3 Resultaten

3.1 Deelname aan het onderzoek

Begin juni 2009 heeft COS een lijst met bedrijven die maximaal zes maanden voordien gestart waren met de campagne Fietsen Scoort aangeleverd aan TNO. Daaruit zijn de bedrijven (n=8) geselecteerd die met minimaal 20 werknemers participeerden in de campagne. Deze bedrijven zijn vervolgens benaderd om mee te werken aan de effectevaluatie van Fietsen Scoort. Twee van deze bedrijven konden niet meedoen: één omdat er geen mogelijkheid was om de vragenlijst voor de zomervakantie onder de werknemers uit te zetten en de ander omdat er geen mogelijkheid was om de vragenlijst digitaal uit te zetten.

Eind juni 2009 is de vragenlijst elektronisch aangeleverd aan de contactpersonen van de deelnemende bedrijven en doorgestuurd naar (een deel van) de werknemers. In juli 2009 (één tot twee weken na het eerste verzoek) is vervolgens via het bedrijf een herinneringsmail naar dezelfde groep werknemers gestuurd om de respons te verhogen.

In totaal is de vragenlijst 529 keer ingevuld. Bij het analyseren van de data zijn de gegevens van een aantal respondenten verwijderd: 64 respondenten hebben de vragenlijst niet volledig ingevuld en in de overige 15 gevallen bevatten de variabelen irreële waarden. Zo bleken enkele respondenten zeer hoge waarden te hebben ingevoerd voor hun gewicht, wat resulteerde in een extreem hoge BMI waarde. Ook was de fietssnelheid, berekend op basis van de combinatie van hun fietsafstand en reisduur, extreem hoog bij enkele deelnemers. Uiteindelijk zijn er 450 respondenten behouden in de dataset, waarvan 185 personen deelgenomen hebben aan Fietsen Scoort en 265 personen niet. In totaal heeft 32% van het benaderde aantal werknemers aan het onderzoek deelgenomen.

Tabel 1 bevat een overzicht van het aantal aangeschreven werknemers en de respons per bedrijf, waarbij de aantallen al geschoond zijn op basis van bovengenoemde redenen (respondenten met onvolledige en irreële waarden zijn verwijderd). Alhoewel de ex-deelnemers onderdeel uitmaken van het aantal ingevulde vragenlijsten door deelnemers, is ter informatie ook in een aparte kolom het aantal ex-deelnemers per bedrijf weergegeven.

Tabel 1 Respons op de vragenlijst (in aantallen (#) en %)

Bedrijf (locaties: # werknemers)	# benaderde werknemers (%)	# ingevulde vragenlijsten door deelnemers ¹ (%)	# ingevulde vragenlijsten door ex-deelnemers (%)	# ingevulde vragenlijsten door niet-deelnemers (%)	Totaal # ingevulde vragenlijsten (%)
Fontys Sport-hogeschool (Tilburg, Sittard, Eindhoven, Venlo: 4.800)	215 (4%) ²	44 (20%)	6 (3%)	46 (21%)	90 (42%)
Heineken ('s Hertogenbosch, Zoeterwoude: 1.700)	50 (3%) ³	48 (96%)	4 (8%)	0 (0%)	48 (96%)
Gemeente Eindhoven (2.200)	300 (14%) ⁴	25 (8%)	13 (4%)	57 (19%)	82 (27%)
Gemeente Hellendoorn (300)	350 (100%)	25 (7%)	0 (0%)	34 (10%)	59 (17%)
Gemeente Zaltbommel (180)	180 (100%)	26 (14%)	3 (2%)	47 (26%)	73 (41%)
Gemeente A'dam (Stadsdeel Geuzenveld-Slotermeer: 300)	300 (100%)	17 (6%)	1 (<1%)	81 (27%)	98 (33%)
Totaal	1.395 (15%)	185 (13%)	27 (2%)	265 (19%)	450 (32%)

¹ Vermeld aantal deelnemers is inclusief het aantal ex-deelnemers

² Fontys heeft een selectie gemaakt uit de werknemers die betrokken zijn bij het programma Fontys Fit

³ Heineken kon, vanwege hun bedrijfsbeleid, de werknemers niet via hun werk e-mail adres benaderen, waardoor alleen de deelnemers benaderd zijn waarvan ook het privé e-mail adres bekend was

⁴ Het is onbekend op basis van welke criteria de Gemeente Eindhoven de werknemers heeft geselecteerd die benaderd zijn voor de enquête

3.2 Kenmerken respondenten

Tabel 2 laat een overzicht zien van de kenmerken van de deelnemers en niet-deelnemers. Onder de deelnemers zijn significant meer mannen, ze zijn gemiddeld vijf jaar ouder, ze zijn langer en de deelnemers schatten hun uithoudingsvermogen hoger in dan de niet-deelnemers.

Tabel 2 Kenmerken van de respondenten (in % (aantal) of gemiddelde (SD; range))

Kenmerk	Deelnemers (n=185) ¹	Niet-deelnemers (n=265)
Geslacht (% man)	65 (n=127)**	44 (n=117)
Leeftijd (jr)	47 (9,0; 20-64)**	42 (10,7; 21-64)
Opleiding (% HBO en hoger)	65 (n=121)	69 (n=184)
Lengte (cm)	178 (9,5; 157-202)*	176 (9,7; 152-202)
Gewicht (kg)	79 (14,6; 50-130)	77 (13,9; 50-135)
BMI (kg/m ²)	25 (3,4; 18-43)	25 (3,5; 18-38)
Subjectieve gezondheid (% (zeer) goed)	88 (n=162)	87 (n=231)
Ingeschat uithoudingsvermogen (% (zeer) goed)	74 (n=137)**	59 (n=155)
Chronische aandoeningen die bewegen beperken (%)	10 (n=18)	8 (n=21)

Significant verschil tussen de groepen: * = $p < 0,01$, ** = $p < 0,00$

¹ Vermeld aantal deelnemers is inclusief het aantal ex-deelnemers

Zoals in tabel 1 weergegeven bevonden zich onder de deelnemers 27 respondenten (15%) die op T gestopt waren met de deelname aan de campagne Fietsen Scoort. Deze ex-deelnemers verschilden in geen enkel kenmerk significant van de deelnemers.

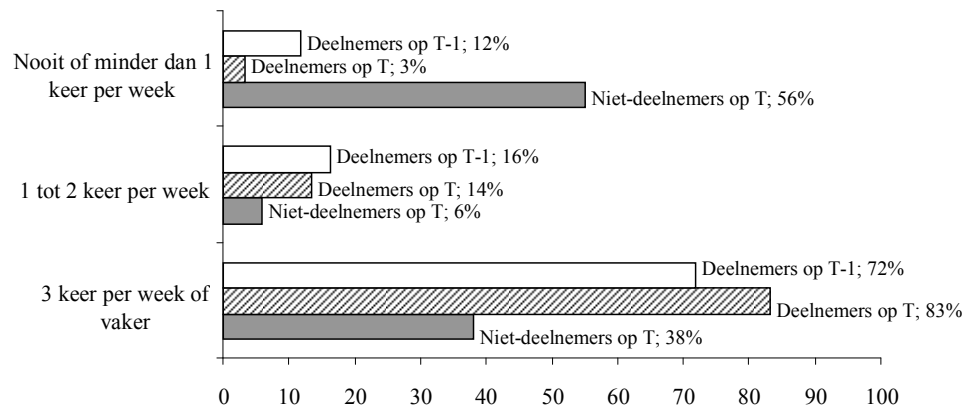
3.3 Resultaten op beweeggedrag

3.3.1 *Fietsen naar het werk*

Om te beoordelen hoeveel de respondenten naar hun werk fietsten en of zij (meer) zijn gaan fietsen door de campagne, zijn een aantal vragen gesteld over hun fietsgedrag.

Ten eerste is op het moment van invullen van de vragenlijst (T) gevraagd hoeveel kilometer men op een dag naar het werk fietst (enkele reisafstand) en hoe lang men hierover doet. Bij de deelnemers aan Fietsen Scoort was de enkele reisafstand gemiddeld 9,8 kilometer (SD 7,6; range 1-50) en men deed hier gemiddeld 28 minuten (SD 18,6; range 5-120) over. Van de niet-deelnemers die hebben aangegeven met enige regelmaat naar het werk te fietsen (n=135) was de enkele reisafstand gemiddeld 5,6 kilometer (SD 4,9; range 1-35) en de duur gemiddeld 18 minuten (SD 13,2; range 5-90). De deelnemers scoren significant hoger dan de niet-deelnemers op zowel de enkele reisafstand als de duur van de fietsrit.

Vervolgens is aan de respondenten gevraagd hoe vaak men naar het werk fietst. Aan de deelnemers werd gevraagd dit aan te geven voor het moment van invullen van de vragenlijst (T) en voor het moment vlak voor de start van de campagne (T-1). Aan de niet-deelnemers is dit alleen voor het moment van invullen van de vragenlijst (T) gevraagd. De antwoordcategorieën waren 'nooit of minder dan 1 keer per week', '1 tot 2 keer per week', of '3 keer per week en vaker'. Figuur 1 toont een vergelijking van de resultaten van de twee meetmomenten van de deelnemers en de resultaten van de niet-deelnemers. Uit de resultaten kan geconcludeerd worden dat de deelnemers op T significant meer fietsten dan de niet-deelnemers en dat deelnemers op T significant meer zijn gaan fietsen ten opzichte van T-1.



Figuur 1 Vergelijking in fietsfrequentie (in %) tussen de deelnemers en de fietsende niet-deelnemers, op verschillende meetmomenten.

Tevens is aan de deelnemers gevraagd of men voor de start van de campagne (T-1) al naar het werk fietste, zodat de vraag beantwoord kon worden hoeveel deelnemers door

de campagne zijn gaan fietsen naar het werk. Hieruit bleek dat 13 deelnemers aan Fietsen Scoort (7%) voorheen niet naar het werk fietste.

Voor beantwoording van de vragen over de registratiefrequentie van de gefietste kilometers en de duur van de deelname aan de campagne is COS benaderd. Op basis van hun databestand, dat gekoppeld is aan de website van Fietsen Scoort, kon echter niet worden bepaald hoe vaak de deelnemers hun kilometers registreerden. Dit bestand bevat namelijk alleen een overzicht van het totale aantal geregistreerde kilometers per maand. Uit dit bestand bleek verder dat, van de respondenten die in de vragenlijst hebben aangegeven deelnemer te zijn van de campagne Fietsen Scoort (n=185), er slechts 74 personen (40%) in de periode januari t/m juni 2009 ook daadwerkelijk hun gefietste kilometers geregistreerd hebben. Volgens de gegevens van COS was het gemiddelde aantal geregistreerde kilometers van deze groep in de genoemde periode 217 km (SD 187; range 10-1323), wat zeer laag is voor een periode van zes maanden. Vervolgens is in kaart gebracht hoe lang de deelnemers betrokken zijn (geweest) bij de campagne. Hiervoor is per bedrijf de startdatum door COS aangeleverd en vervolgens is er teruggerekend vanaf 1 juli 2009. Gemiddeld zijn de deelnemers die geregistreerd stonden in het COS databestand 13 maanden (SD 11,9; range 1-42) betrokken bij de campagne. Dit is meer dan twee keer zo lang als de gevraagde 6 maanden deelname. Overigens moesten hierbij 22 respondenten buiten de analyse worden gelaten, omdat zij deze vraag niet hadden ingevuld.

Geconcludeerd kan worden dat de deelnemers na de campagne vaker zijn gaan fietsen dan voor de campagne. De campagne krijgt echter maar in zeer beperkte mate de niet-fietser aan het fietsen.

3.3.2 *Behalen beweegnormen*

Om te onderzoeken of de mate van lichamelijke activiteit van de deelnemers toegenomen is tijdens de campagne, is zowel naar het voldoen aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen (NNGB) als naar de fitnorm gevraagd. Dit is gevraagd op alle drie de meetmomenten (T, T-1 en T-2). Zoals aangegeven is T-2 ('een jaar geleden') meegenomen om een eventueel seizoensverschil te kunnen duiden. Dezelfde vragen zijn gesteld aan de niet-deelnemers. Voor deze groep is expliciet aangegeven wanneer de campagne bij hun bedrijf van start is gegaan, zodat ook zij een inschatting konden maken van hun lichamelijke activiteit vlak voor de campagne.

Nederlandse Norm Gezond Bewegen

Op alle drie meetmomenten is het percentage deelnemers dat de NNGB haalt significant hoger dan het percentage niet-deelnemers dat deze norm haalt (zie tabel 3).

Tabel 3 Behalen NNGB (in aantallen en %) voor deelnemers en niet-deelnemers, op alle drie de meetmomenten

Periode	Deelnemers	Niet-deelnemers
Afgelopen twee weken (T)	123 (67%)**	130 (49%)
Vlak voor Fietsen Scoort van start ging (T-1)	109 (59%)*	127 (48%)
Een jaar geleden (T-2)	108 (58%)**	119 (45%)

Significant verschil tussen deelnemers en niet-deelnemers: * = $p < 0,05$, ** = $p < 0,01$

Vervolgens is bekeken of deze percentages in de tijd significant van elkaar verschilden. Hieruit bleek dat het verschil in toename van voldoen aan de NNGB tussen T en T-1 tussen deelnemers en niet-deelnemers significant ($p = 0,01$) was. Deelnemers zijn in

deze periode vaker aan de NNGB gaan voldoen dan niet-deelnemers. Ook lieten beide groepen een stijging zien in het behalen van de NNGB op T ten opzichte van T-2, maar het verschil in de toename tussen beide groepen in deze periode is niet significant. In de periode T-2 tot T-1 is in beide groepen geen significante verandering te zien.

Op groepsniveau is vervolgens onderzocht wat het gemiddelde aantal dagen is dat deelnemers en niet-deelnemers minimaal 30 minuten matig inspannende lichaamsbeweging hebben. Deze gegevens zijn weergegeven in tabel 4. De resultaten geven een significant verschil aan tussen deelnemers en niet-deelnemers, voor alle drie de genoemde meetmomenten ($p < 0,05$).

Tabel 4 Aantal dagen per week waarop deelnemers en niet-deelnemers minimaal 30 minuten matig intensief actief waren (gemiddelde en (SD)), op alle drie de meetmomenten

Periode	Deelnemers	Niet-deelnemers
Afgelopen twee weken (T)	5,0 (1,8)*	4,3 (1,9)
Vlak voor Fietsen Scoort van start ging (T-1)	4,6 (1,9)*	4,1 (2,0)
Een jaar geleden (T-2)	4,6 (1,9)*	4,0 (2,1)

Significant verschil tussen deelnemers en niet-deelnemers: * = $p < 0,05$

Ook hier is bekeken of de veranderingen in de tijd significant verschillend waren tussen de diverse meetmomenten en tussen beide groepen, voor wat betreft het aantal dagen dat men voldoende actief was. Zowel bij de deelnemers als bij de niet-deelnemers was een significant ($p = 0.00$) verschil te zien tussen T en T-1, en ook tussen T en T-2, maar niet tussen T-2 en T-1. Tevens bleek dat de toename in het aantal dagen dat men voldoende actief was bij de deelnemers significant ($p < 0,05$) groter was dan bij de niet-deelnemers voor de periode van T-1 tot T.

Fitnorm

Op alle drie meetmomenten is het percentage deelnemers dat de fitnorm haalt niet significant verschillend van het percentage niet-deelnemers dat deze norm haalt (zie tabel 5). Wanneer gekeken wordt naar veranderingen in de tijd kan geconstateerd worden dat voor beide groepen en tussen alle meetmomenten de percentages niet significant verschilden.

Tabel 5 Behalen fitnorm (in aantallen en %) voor deelnemers en niet-deelnemers, op alle drie meetmomenten

Periode	Deelnemers	Niet-deelnemers
Afgelopen twee weken (T)	59 (32%)	75 (28%)
Vlak voor Fietsen Scoort van start ging (T-1)	52 (28%)	68 (26%)
Een jaar geleden (T-2)	53 (29%)	73 (28%)

Ook is op groepsniveau gekeken naar het gemiddelde aantal dagen per week dat deelnemers en niet-deelnemers intensieve lichaamsbeweging hadden. In tabel 6 zijn deze resultaten weergegeven. De resultaten verschillen significant tussen deelnemers en niet-deelnemers, voor alle drie genoemde meetmomenten ($p < 0,05$). Er zijn in geen enkele periode significante verschillen te zien in veranderingen in de tijd tussen beide groepen.

Tabel 6 Aantal dagen per week waarop deelnemers en niet-deelnemers minimaal 20 minuten intensief actief waren (gemiddelde en (SD)), op alle drie meetmomenten

Periode	Deelnemers	Niet-deelnemers
Afgelopen twee weken (T)	2,1 (1,7)*	1,8 (1,5)
Vlak voor Fietsen Scoort van start ging (T-1)	2,1 (1,7)*	1,7 (1,5)
Een jaar geleden (T-2)	2,1 (1,7)*	1,7 (1,5)

Significant verschil tussen deelnemers en niet-deelnemers: * = $p < 0,05$

De campagne Fietsen Scoort leidt dus tot meer werknemers die normactief zijn volgens de NNGB, maar heeft geen effect op het aantal werknemers dat voldoet aan de fitnorm.

3.3.3 Bereiken inactieven

Om de vraag te beantwoorden of inactieven worden bereikt met de campagne Fietsen Scoort is gekeken naar het aantal personen dat per meetmoment inactief was.

Voor de start van de campagne (T-1) waren drie deelnemers (1,6%) inactief. Na afloop van de campagne (T) gaven vier personen (2,2%) aan dat ze in de afgelopen twee weken geen enkele dag minimaal 30 minuten matig lichamelijk actief waren geweest. Bij de vraag naar de beweegactiviteiten van een jaar geleden (T-2) bleken vijf personen (2,7%) destijds inactief te zijn geweest. Het aantal inactieven onder de deelnemers is dus erg laag en deelname aan de campagne heeft niet geleid tot een lager aantal inactieven.

3.3.4 Subjectieve mening over beweeggedrag

Aan zowel de deelnemers als de niet-deelnemers is gevraagd of zij zelf vinden dat ze door de campagne Fietsen Scoort meer zijn gaan fietsen en/of meer zijn gaan bewegen.

Eén op de vijf deelnemers (18%) geeft aan dat men vaker naar het werk is gaan fietsen. Daarnaast geeft ruim 12% van de respondenten aan door deelname aan Fietsen Scoort ook meer recreatief te zijn gaan fietsen. Van de deelnemers zegt 22% (n=41) meer te zijn gaan bewegen, tegen 5% (n=14) van de niet-deelnemers. Dit verschil is significant ($p = 0,00$). De helft van de groep deelnemers die zegt meer te zijn gaan bewegen doet dit door meer te fietsen, de andere helft doet dit door naast het fietsen ook meer andere beweegactiviteiten uit te voeren. Het grootste deel (77%) van de deelnemers geeft echter aan dat hun beweegactiviteiten, ondanks de deelname aan de campagne, hetzelfde zijn gebleven.

Er is getoetst of deelnemers die hebben aangegeven meer te zijn gaan bewegen (n=41) ook beter zijn gaan scoren op de NNGB. Het gemiddelde aantal dagen waarop deze groep deelnemers voldeed aan de NNGB was 4,5 (SD 2,0) op T en 3,2 (SD 1,9) op T-1. Dit verschil is significant ($p = 0,00$), m.a.w. de deelnemers die zelf hebben verklaard meer te zijn gaan bewegen scoren op T ook beter op de NNGB.

Dezelfde vergelijking is gemaakt voor de fitnorm. Het gemiddelde aantal dagen waarop deze groep deelnemers voldeden aan de fitnorm was 2,2 (SD 1,7) op T en 1,7 (SD 1,5) op T-1. Ook dit verschil is significant ($p = 0,00$). Deze groep deelnemers is volgens de fitnorm op T dus ook vaker intensief actief dan op T-1.

Ook aan de werknemers die niet deelnamen aan Fietsen Scoort, maar toch regelmatig naar het werk fietsten, is gevraagd of ze door de deelname van hun bedrijf aan Fietsen Scoort vaker naar het werk zijn gaan fietsen. Dit blijkt niet zo te zijn, want slechts één niet-deelnemer geeft aan dat dit het geval is. Verder geven 13 niet-deelnemers (5%) aan

vaker recreatief te zijn gaan fietsen. De meerderheid (93%) geeft echter aan dat hun beweegactiviteiten hetzelfde zijn gebleven.

Een deel van de deelnemers is dus zelf ook van mening meer te zijn gaan fietsen en/of meer te zijn gaan bewegen in het algemeen. De campagne heeft echter nauwelijks 'uitstralingseffect' gehad op de werknemers die er niet aan deelnamen, want zij zijn hierdoor niet beduidend actiever geworden.

3.3.5 Resultaten ex-deelnemers

Van de 185 ondervraagde deelnemers zijn 27 respondenten (15%) op T gestopt met de deelname aan de campagne Fietsen Scoort. Als belangrijkste reden om te stoppen wordt genoemd dat het bijhouden van de fietskilometers teveel tijd en/of moeite kost (n=15; 56%). Daarnaast geven twee ex-deelnemers aan dat het door de werksituatie niet mogelijk was om regelmatig naar het werk te fietsen, en twee anderen geven aan dat privé omstandigheden een rol speelden. Eén ex-deelnemer is gestopt, omdat er te weinig collega's meededen en een andere ex-deelnemer geeft aan dat hij/zij geen interesse en/of plezier in het fietsen heeft. De overige zes ex-deelnemers gaven bij de optie 'anders, namelijk...' onder meer de volgende redenen aan:

- *Gewoon vergeten;*
- *Ik ben tijdelijk naar een andere woonplaats moeten verhuizen, maar zodra ik weer in de plaats van het bedrijf woon, i.e. binnen 1 maand vanaf nu, ga ik weer met de fiets;*
- *Niet genoeg moeite genomen om in te schrijven. Wachtwoord vergeten;*
- *Werkzaamheden zijn gestopt i.v.m. afkeuring om gezondheidsredenen. Ik blijf wel zoveel mogelijk fietsen.*

Vier van de 27 ex-deelnemers (2% van het totale aantal deelnemers) gaven aan dat ze ook gestopt zijn met het fietsen naar hun werk toen ze stopten met de deelname aan Fietsen Scoort. Als reden om volledig te stoppen met fietsen naar het werk noemt men gebrek aan interesse en/of plezier in fietsen (n=1), gezondheidsredenen (n=1), teveel afspraken buiten de deur (n=1) en een te grote afstand naar het werk (n=1). Twee ex-deelnemers zijn blijven fietsen, maar minder vaak. Het grootste deel van de ex-deelnemers (n=21; 78%) is echter gewoon blijven fietsen naar het werk toen ze stopten met de deelname aan Fietsen Scoort.

Er waren niet voldoende data beschikbaar om te kunnen nagaan onder de ex-deelnemers per wanneer ze waren gestopt met het registreren van hun kilometers.

Geconcludeerd kan worden dat het bijhouden van de fietskilometers de belangrijkste reden is om te stoppen met deelname aan de campagne. Het merendeel van deze ex-deelnemers is echter gewoon blijven fietsen naar het werk.

3.4 Redenen deelname en waardering campagne

3.4.1 Deelnemers

Aan de deelnemers is gevraagd naar de redenen van deelname, waarbij men meerdere redenen kon aankruisen. In tabel 7 staat een overzicht van de genoemde redenen en het percentage dat hierop positief scoorde.

Tabel 7 Redenen om deel te nemen aan Fietsen Scoort (in %)

Redenen van deelname	%
Het is goed voor mijn gezondheid	61
Ik vind het een leuk initiatief	56
Ik wil meewerken aan een beter milieu en een leefbare wereld	50
Ik wil graag hiermee een goed doel ondersteunen	37
Het sparen van fietspunten voor een prijzenverloting of beloning spreekt me aan	14
Ik was van plan om te gaan fietsen en dit programma steunt me daarin	7

Ook konden de deelnemers andere redenen en opmerkingen doorgeven. Hier worden onder meer de volgende zaken gemeld:

- *Autorijden is leuk, maar niet in de spits. Ik heb nu betrouwbare aankomsttijden, vakantiegevoel, werk is verwaaid, geen 'autozitsufheid' meer;*
- *Ik fiets graag en soms is het ook een uitlaatklep. Ik sta de hele dag binnen en dan is het heerlijk om even buiten te zijn;*
- *Ik wil graag in kaart brengen hoeveel kilometer ik eigenlijk per jaar fiets. En waar de pieken liggen.*

Er is gevraagd hoe de deelnemers de verschillende programmaonderdelen hebben ervaren. Zij konden op een schaal van 1 tot en met 10 (1 = zeer slecht; 10 = uitmuntend) aangeven hoe ze over de programmaonderdelen dachten. Tabel 8 geeft een overzicht van de gemiddelde scores.

Tabel 8 Beoordeling van de campagneonderdelen van Fietsen Scoort (gemiddelde en (SD; range))

Campagneonderdeel	Score
Registratie van gefietste kilometers	7,5 (1,5; 1-10)
Website	7,2 (0,9; 4-9)
Omrekenen van gefietste kilometers naar winstpunten op het gebied van milieu, gezondheid en een leefbare wereld	7,1 (1,6; 1-10)
Elektronische nieuwsbrieven	6,7 (1,2; 1-9)
Campagnemateriaal (folders, posters, registratiekalender)	6,6 (1,3; 1-9)
<i>Campagne in het algemeen</i>	<i>7,3 (0,9; 5-9)</i>

Er is onderzocht of de ex-deelnemers de verschillende programmaonderdelen anders beoordeelden dan de deelnemers. Een aantal onderdelen worden significant lager beoordeeld door de ex-deelnemers, namelijk de registratie van gefietste kilometers (gemiddeld 6,9; SD 1,9; $p = 0,02$), de website (gemiddeld 6,7; SD 1,0; $p = 0,00$), het omrekenen van kilometers naar winstpunten (gemiddeld 6,5; SD 1,9; $p = 0,02$) en het programma in het algemeen (gemiddeld 6,6; SD 0,9; $p = 0,00$).

Naast gezondheid zijn het dus met name aspecten van de campagne zelf die werknemers doen besluiten om deel te nemen aan Fietsen Scoort. Het feit dat de campagne de deelnemers aanspreekt blijkt ook uit de goede algemene waardering van de campagne.

3.4.2 Niet-deelnemers

Aan de werknemers die niet deelnamen aan de campagne Fietsen Scoort is gevraagd of hen bekend was dat hun bedrijf deelnam aan de campagne. Ruim tweederde (68%) van de niet-deelnemende werknemers is daarmee bekend.

Vervolgens is in kaart gebracht wat de redenen waren om niet deel te nemen. Men kon hier meerdere antwoorden aankruisen. De antwoorden zijn geclusterd en opgenomen in tabel 9. Naast de reden dat fietsen naar het werk niet mogelijk is, geeft men aan onvoldoende bekend te zijn met de campagne en dat men geen ondersteunende campagne nodig heeft, omdat men al fietst naar het werk.

Tabel 9 Redenen om niet deel te nemen aan Fietsen Scoort

Redenen om niet deel te nemen	%
Het is voor mij niet mogelijk om te fietsen naar mijn werk	33
Ik ben onvoldoende bekend met de campagne Fietsen Scoort	29
Ik fietste al naar het werk en heb daar geen (ondersteunende) campagne voor nodig	22
De afstand is te ver	5
Ik houd niet van fietsen	3
In mijn functie heb ik een auto nodig	3
Ik wil geen kilometers registreren	3
Ik heb geen zin in fietsen	3
Ik fiets alleen als het mooi weer is	1
Vanwege ziekte	1

Alhoewel een meerderheid van de niet-deelnemers dus aangeeft op de hoogte te zijn van het feit dat het bedrijf deelneemt aan de campagne, geeft bijna eenderde van hen aan niet voldoende bekend te zijn met de inhoud ervan.

4 Discussie en conclusie

Voordat ingegaan wordt op de resultaten van de campagne Fietsen Scoort wat betreft het bevorderen van het beweeggedrag van de deelnemers, moet vermeld worden dat voldaan is aan het behalen van het vooraf gestelde minimale aantal deelnemers van 100. Er is er een redelijke deelname aan het onderzoek in de benaderde werknemersgroepen van de verschillende bedrijven, waardoor de representativiteit enigszins gewaarborgd is.

Het aantal personen dat aan de NNGB voldoet en het aantal dagen dat men matig intensief actief is, is zowel onder deelnemers als niet-deelnemers gemiddeld vooruitgegaan, wanneer gekeken wordt naar het moment van invullen van de vragenlijst ten opzichte van vlak voor de campagne. Deze toename op beide uitkomstmaten is echter voor deelnemers significant groter dan voor niet-deelnemers. Het lijkt er dus op dat door deelname aan de campagne Fietsen Scoort meer mensen normactief worden. Opmerkelijk is dat ook niet-deelnemers in deze periode een verbetering in hun beweeggedrag laten zien (uitgedrukt in het behalen van de NNGB), terwijl ze naar eigen zeggen nauwelijks meer zijn gaan fietsen of bewegen in deze periode. Een mogelijke verklaring voor deze discrepantie is niet voorhanden, maar het is een trend die vaker in beweeg- en leefstijlonderzoek wordt waargenomen. Overigens komt het percentage deelnemers dat voldoet aan de NNGB voor de start van de campagne goed overeen met het percentage Nederlanders van 18 jaar en ouder dat in 2007 voldeed aan de NNGB, namelijk 59% (Hildebrandt et al., 2008). De situatie voor wat betreft het behalen van de NNGB van de niet-deelnemers is op alle momenten beduidend ongunstiger (onder de 50%) dan het Nederlandse gemiddelde.

Naast het verhogen van het percentage normactieven is ook van belang in hoeverre inactieven door de campagne worden bereikt. Uit de resultaten bleek dat er maar weinig inactieven aan de campagne deelnamen (circa 2%) en de campagne zorgde er niet voor dat het aantal inactieven verminderde. Overigens is het percentage inactieve Nederlanders ook laag, namelijk 5% in 2007 (Hildebrandt et al., 2008).

De deelnemers halen op alle drie de meetmomenten niet vaker de fitnorm dan niet-deelnemers, maar het aantal dagen dat zij minimaal 20 minuten intensief actief waren op de meetmomenten is wel significant hoger dan bij de niet-deelnemers. Dit komt overeen met hun eigen idee over fitheid, want de deelnemers schatten hun uithoudingsvermogen ook hoger in dan de niet-deelnemers. Ook kan geconcludeerd worden dat de deelnemers na de campagne niet vaker voldoen aan de fitnorm dan de niet-deelnemers en de campagne dus geen effect heeft op het behalen van de fitnorm. Verder zijn de gevonden percentages in beide groepen, zowel vlak voor de start als na de campagne, erg hoog vergeleken met het gemiddelde van de Nederlandse bevolking. In 2007 voldeed 16% van de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder aan de fitnorm (Hildebrandt et al., 2008), tegen circa 26 - 32% in deze respondenten groep.

Wat betreft het fietsgedrag blijkt dat de deelnemers na de campagne significant meer en langere afstanden fietsen dan de niet-deelnemers. Het bereik van de campagne onder niet-fietsers is echter niet hoog, want slechts zeven procent van de deelnemers (n=13) aan Fietsen Scoort fietste voorheen niet naar het werk. Hieruit kunnen we voorzichtig concluderen dat deelname aan de campagne er toe heeft geleid dat fietsers vaker zijn gaan fietsen naar het werk, maar dat de campagne in veel mindere mate erin slaagt om niet-fietsers zover te krijgen dat ze (naar het werk) gaan fietsen. Voorzichtigheid is hier

geboden, omdat er geen gegevens van niet-deelnemers beschikbaar waren over de fietsfrequentie op alle meetmomenten.

De meest genoemde reden voor deelname aan de campagne komt overeen met de belangrijkste reden waarom men überhaupt naar het werk fietst, namelijk dat het goed is voor de gezondheid (Engbers et al., in voorbereiding). Maar ook de campagne zelf wordt veel als reden genoemd ('ik vind het een leuk initiatief'), evenals één van de doelen van COS ('meewerken aan een beter milieu en een leefbare wereld'). De campagne als geheel wordt met een ruime 7 beoordeeld, waarbij de registratie van gefietste kilometers als meest positieve factor naar voren komt. Dit is conform verwachting, omdat de campagne grotendeels berust op deze registratie en als men dit niet wil registeren men ook minder geneigd is om aan de campagne deel te nemen. Zo blijkt ook dat meer dan de helft van degenen die gestopt zijn met deelname aan de campagne aangeven dat het bijhouden van de fietskilometers teveel tijd en/of moeite kost. Slechts een enkeling is echter daardoor ook volledig gestopt met fietsen naar het werk. Tenslotte is het niet mogelijk om op basis van de gegevens van COS uitspraken te doen over de duur van de deelname aan de campagne door ex-deelnemers. Gezien de belangrijkste reden van stoppen kan verwacht worden dat dit niet al te lang na de start van de campagne zal zijn geweest. Onder de niet-deelnemers is ruim tweederde bekend met de campagne. Opvallend is echter dat, naast de reden dat fietsen naar het werk niet mogelijk is, bijna eenderde aangeeft onvoldoende bekend te zijn met de campagne. Men heeft dus wel vernomen dat het bedrijf deelneemt aan de campagne, maar heeft niet voldoende informatie ontvangen over de inhoud ervan.

Tenslotte enkele opmerkingen ten aanzien van de gebruikte data in dit rapport. Zo bestaat er een grote discrepantie tussen de resultaten van dit onderzoek en de gegevens die door COS zijn aangeleverd voor wat betreft het aantal deelnemers aan de campagne. Hiervoor is geen goede verklaring gevonden. Ook bleken de geregistreerde deelnemers gemiddeld al 13 maanden in het bestand van COS voor te komen, terwijl de benaderde bedrijven die aangeleverd zijn door COS maximaal zes maanden voordien met de campagne zijn gestart. Een mogelijke reden hiervoor is dat de individuele deelnemers al eerder gestart zijn met het registeren van hun gefietste kilometers, terwijl hun bedrijf pas op een later tijdstip aan de campagne is gaan deelnemen.

Een beperking van de in dit rapport beschreven studie is dat er retrospectief is gemeten, wat een vertekend beeld kan geven van de T-1 en T-2 metingen: het resultaat is gebaseerd op wat men zich herinnert van het fiets- en beweeggedrag van enkele maanden eerder en een jaar geleden. Ook bleken er significante verschillen te zijn tussen de kenmerken van de deelnemers en niet-deelnemers, zoals geslacht en leeftijd, waarvoor in de toetsen niet gecorrigeerd is.

Geconcludeerd kan worden dat, op basis van de resultaten van de vragenlijst, na deelname aan de campagne Fietsen Scoort meer deelnemers zijn gaan voldoen aan de NNGB, en dus meer werknemers duurzaam in beweging zijn gekomen. Het aantal inactieven en nieuwe fietsers is echter zeer beperkt. Wil men deze groepen ook bereiken dan moet men hier specifieke aandacht aan besteden en/of moeten er andere middelen ingezet worden. De waardering van de campagne is goed, maar het registreren van de gefietste kilometers blijkt voor een aantal werknemers een struikelblok. Om niet (onnodig) deelnemers te verliezen zou de focus minder op de kilometerregistratie moeten liggen. Het aantal deelnemers aan de campagne is mogelijk te verhogen door de informatievoorziening richting werknemers over de inhoud van de campagne te verbeteren.

5 Literatuur

BERNAARDS CM, HENDRIKSEN IJM, VERHEIJDEN MW. Voorwerk effectevaluatie bedrijfssport, COACH methode en Fietsen Scoort. TNO Rapport 2009.013. Leiden, TNO, januari 2009.

CENTRAAL BUREAU VOOR DE STATISTIEK (CBS), 2008. Mobiliteit Nederlandse bevolking per regio naar motief en vervoerwijze. Voorburg/Heerlen, CBS, 2008.

ENGBERS LH, HENDRIKSEN IJM. Cycling to work in the Netherlands: rationale, perceived facilitators and barriers, employee attitudes and behaviour. In voorbereiding.

HILDEBRANDT VH, OOIJENDIJK WTM, HOPMAN-ROCK M (red.). Trendrapport Beweging en Gezondheid 2006-2007. Leiden, TNO Kwaliteit van Leven, 2008.

KEMPER HCG, OOIJENDIJK WTM, STIGGELBOUT M. Consensus over de Nederlandse norm voor gezond bewegen. TSG 2000;78(3):180-83.

A Vragenlijst Fietsen Scoort

Geachte heer/mevrouw,

Hartelijk dank voor uw deelname aan dit vragenlijstonderzoek. Deze vragenlijst gaat over het programma Fietsen Scoort! We willen met dit onderzoek nagaan in welke mate dit programma werknemers aanzet tot fietsen (naar het werk) en meer bewegen in het algemeen. Er nemen meerdere bedrijven deel aan dit onderzoek. Het onderzoek wordt uitgevoerd door TNO in opdracht van het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB).

De antwoorden op de vragenlijst worden door TNO anoniem verwerkt en samengevat in een openbaar rapport. We verzoeken u vriendelijk, óók degenen die niet naar het werk fietsen en/of niet deel hebben genomen aan Fietsen Scoort, om de gehele vragenlijst in te vullen. Het invullen van de vragenlijst duurt maximaal 15 minuten.

Onder de deelnemers die worden 15 iPod Nano's t.w.v. €129,- verloot.

Bij vragen of opmerkingen kunt u contact opnemen met het projectteam via het emailadres jasper.stege@tno.nl of via telefoonnummer 071 518 1692 (elke werkdag tussen 9.00-12.00).

Met vriendelijke groeten, namens het projectteam,

Drs. Jasper Stege
Onderzoeker TNO

Deelname aan Fietsen Scoort!

1. Bent u bekend met het feit dat uw bedrijf deelneemt aan het programma Fietsen Scoort?
 - Ja
 - Nee
2. Hebt u deelgenomen of neemt u nog steeds deel aan Fietsen Scoort?
 - Ja
 - Nee *[ga door naar vraag 17= niet deelnemers]*

DEELNEMERS

3. Wanneer bent u gestart met deelname aan Fietsen Scoort? (Maand, Jaar)
4. Wat is de reden dat u deelneemt of hebt deelgenomen aan Fietsen Scoort?
(EXTRA VRAAG)
Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.
 - Ik was van plan om te gaan fietsen en dit programma steunt me daarin
 - Ik vind het een leuk initiatief
 - Ik wil graag hiermee een goed doel ondersteunen
 - Ik wil meewerken aan een beter milieu en een leefbare wereld
 - Het is goed voor mijn gezondheid
 - Het sparen van fietspunten voor een prijzenverloting of beloning spreekt me aan
 - Anders, namelijk...
5. Fietst/fietste u regelmatig naar uw werk?
Dit mag ook een deel van uw woon-werk afstand betreffen.
 - Ja, minder dan 1 keer per week
 - Ja, gemiddeld 1 tot 2 keer per week
 - Ja, gemiddeld 3 tot 4 keer per week
 - Ja, (bijna) dagelijks
 - Nee *[ga door naar vraag 8]*
6. Hoeveel kilometer fietst/fietste u per dag naar het werk (enkele reis)?
Aantal kilometers *(afgerond op 1 getal achter de komma): ...*
7. Hoe lang fietst/fietste u gemiddeld over deze enkele reis?
Duur *(in minuten): ...*
8. Fietste u vóór deelname aan Fietsen Scoort ook regelmatig naar uw werk?
 - Ja, minder dan 1 keer per week
 - Ja, gemiddeld 1 tot 2 keer per week
 - Ja, gemiddeld 3 tot 4 keer per week
 - Ja, (bijna) dagelijks
 - Nee
9. Bent u door deelname aan Fietsen Scoort vaker gaan fietsen naar het werk?
 - Ja
 - Nee
10. Bent u door deelname aan Fietsen Scoort vaker recreatief gaan fietsen?
 - Ja
 - Nee

11. Bent u door deelname aan Fietsen Scoort in totaal meer gaan bewegen?
- Ja, door meer te gaan fietsen maar ook daarbuiten meer te gaan bewegen
 - Ja, door meer te gaan fietsen
 - Nee, mijn beweegactiviteiten zijn hetzelfde gebleven
 - Nee, ik ben in totaal minder gaan bewegen
12. Hoe waardeert u onderstaande programmaonderdelen van Fietsen Scoort?
U kunt een score geven tussen 1 en 10, waarbij (overeenkomstig rapportcijfers) een 1 zeer slecht is en een 10 uitstekend.

Onderdelen: website, elektronische nieuwsbrieven, campagnemateriaal (folders, posters, registratiekalender), de mogelijkheid om gefietste kilometers bij te houden op mijn persoonlijke scorepagina, de mogelijkheid om gefietste kilometers om te rekenen naar winstpunten op het gebied van milieu, gezondheid en een leefbare wereld, in het algemeen.

13. Bent u inmiddels gestopt met deelname aan Fietsen Scoort?
- Ja
 - Nee *[ga door naar vraag 24]*

EX-DEELNEMERS

14. Wat is de reden dat u bent gestopt met deelname aan Fietsen Scoort?
Er zijn meerdere antwoorden mogelijk. (EXTRA VRAAG)
- Het bijhouden van de fietskilometers kost me teveel tijd/moeite
 - Er doen te weinig collega's mee
 - Het bijeen gefietste sponsorbedrag valt tegen
 - Om gezondheidsredenen
 - Gebrek aan interesse/plezier in het fietsen
 - Mijn fiets is kapot
 - Het lukt door mijn werksituatie niet om regelmatig naar het werk te fietsen
 - Door privé-omstandigheden is het niet meer mogelijk
 - Anders, namelijk
15. Bent u, sinds u gestopt bent met Fietsen Scoort, ook gestopt met fietsen naar uw werk?
- Ja
 - Nee, maar ik ben wel minder vaak gaan fietsen naar het werk *[ga door naar vraag 24]*
 - Nee, ik ben evenveel blijven fietsen naar het werk *[ga door naar vraag 24]*
 - Nee, ik ben vaker gaan fietsen naar het werk *[ga door naar vraag 24]*
16. Wat is de belangrijkste reden dat u gestopt bent met fietsen naar het werk?
(EXTRA VRAAG)
- Het fietsen kost me teveel tijd
 - Door het fietsen raak ik zo bezweet
 - Gebrek aan interesse/plezier in fietsen
 - Weersomstandigheden
 - De drukte op de weg
 - Gezondheidsredenen
 - Ik heb teveel zakelijke afspraken buiten de deur
 - Anders, namelijk

Hierna door naar vraag 24.

NIET-DEELNEMERS

17. Wat is de reden dat u niet deelneemt aan Fietsen Scoort?

Er zijn meerdere antwoorden mogelijk. (EXTRA VRAAG)

- Het is voor mij niet mogelijk om te fietsen naar mijn werk
- Ik houd niet van fietsen
- Ik heb geen zin in fietsen
- Het programma Fietsen Scoort bevalt me niet
- Ik fietste sowieso al naar het werk en heb daar geen (ondersteunend) programma voor nodig
- Ik ben onvoldoende bekend met het programma Fietsen Scoort
- Anders, namelijk ...

18. Fietst u regelmatig naar uw werk?

Dit mag ook een deel van uw woon-werk afstand betreffen.

- Ja, minder dan 1 keer per week
- Ja, gemiddeld 1 tot 2 keer per week
- Ja, gemiddeld 3 tot 4 keer per week
- Ja, (bijna) dagelijks
- Nee [*ga door naar vraag 22*]

19. Hoeveel kilometer fietst u per dag naar het werk (enkele reis)?

Aantal kilometers (*afgerond op 1 getal achter de komma*): ...

20. Hoe lang fietst/fietste u gemiddeld over deze enkele reis?

Duur (*in minuten*): ...

21. Bent u doordat uw bedrijf deelneemt aan Fietsen Scoort vaker gaan fietsen naar het werk?

- Ja
- Nee

22. Bent u doordat uw bedrijf deelneemt aan Fietsen Scoort vaker recreatief gaan fietsen?

- Ja
- Nee

23. Bent u doordat uw bedrijf deelneemt aan Fietsen Scoort in totaal meer gaan bewegen?

- Ja, door meer te gaan fietsen maar ook daarbuiten meer te gaan bewegen
- Ja, door meer te gaan fietsen
- Nee, mijn beweegactiviteiten zijn hetzelfde gebleven
- Nee, ik ben in totaal minder gaan bewegen

Lichaamsbeweging

Er volgt nu een vraag over lichaamsbeweging, zoals wandelen, fietsen, tuinieren, sporten of beweging op het werk. Het gaat om alle lichaamsbeweging die tenminste even inspannend is als stevig doorlopen of fietsen.

24. Hoeveel dagen per week had u tenminste 30 minuten per dag zulke lichaamsbeweging **in de afgelopen twee weken**?

Het gaat om het gemiddelde aantal dagen van een gewone week. Is het minder dan één dag per week, dan vult u een 0 (nul) in.

Aantal dagen per week: ...

25. Hoeveel dagen per week had u tenminste 30 minuten per dag zulke lichaamsbeweging in de periode **vlak voordat Fietsen Scoort binnen uw bedrijf van start ging** (maand, jaartal)?

Het gaat om het gemiddelde aantal dagen van een gewone week. Is het minder dan één dag per week, dan vult u een 0 (nul) in.

Aantal dagen per week: ...

26. Hoeveel dagen per week had u **een jaar geleden** tenminste 30 minuten per dag zulke lichaamsbeweging?

Het gaat om het gemiddelde aantal dagen van een gewone week. Is het minder dan één dag per week, dan vult u een 0 (nul) in.

Aantal dagen per week: ...

De volgende vraag gaat over inspannende lichaamsbeweging in uw vrije tijd. Het gaat hier om inspannende sporten of zware lichamelijke activiteiten die lang genoeg duren om bezweet te raken en tenminste 20 minuten per keer duren.

27. Hoe vaak per week beoefende u zulke inspannende sporten of zware lichamelijke activiteiten **in de afgelopen twee weken**?

Is het minder dan één dag per week, dan vult u een 0 (nul) in.

Aantal dagen per week: ...

28. Hoe vaak per week beoefende u zulke inspannende sporten of zware lichamelijke activiteiten in de periode **vlak voordat Fietsen Scoort binnen uw bedrijf van start ging** (maand, jaartal)?

Is het minder dan één dag per week, dan vult u een 0 (nul) in.

Aantal dagen per week: ...

29. Hoe vaak per week beoefende u **een jaar geleden** zulke inspannende sporten of zware lichamelijke activiteiten?

Is het minder dan één dag per week, dan vult u een 0 (nul) in.

Aantal dagen per week: ...

Algemene gegevens

30. Wat is uw geslacht:

- Man
 Vrouw

31. Wat is uw leeftijd?

Aantal jaren:

32. Wat is uw lengte?

Lengte (in afgeronde centimeters):

33. Wat is uw gewicht?

Gewicht (in afgeronde kilogrammen):

34. Hebt u één of meerdere chronische aandoeningen die u beperken in uw beweeggedrag?

Bijvoorbeeld: hart- en vaatziekten, COPD, diabetes etc.

- Ja
- Nee

35. Hoe is uw gezondheid over het algemeen?

- Zeer goed
- Goed
- Redelijk
- Matig
- Slecht

36. Hoe is uw fysieke fitheid/uithoudingsvermogen over het algemeen?

- Zeer goed
- Goed
- Redelijk
- Matig
- Slecht

37. Wat is de hoogste opleiding die u hebt afgemaakt?

- Geen opleiding afgemaakt of alleen basisonderwijs
- VMBO (LBO, LTS, LEAO, MAVO, leerlingenstelsel)
- Middelbaar beroepsonderwijs (bijv. MEAO, MTS, beroepsopleidende leerweg, beroepsbegeleidende leerweg)
- HAVO, VWO, HBS, Atheneum, Gymnasium
- Hoger beroepsonderwijs (bijv. HEAO, HTS, kweekschool) en universitair onderwijs

38. U kunt hier uw opmerkingen of vragen kwijt n.a.v. deze vragenlijst.

39. Indien u kans wilt maken op één van de iPod Nano's dan hebben wij uw e-mailadres nodig. Deze wordt alleen gebruikt voor de verloting.

E-mailadres:

Einde van de vragenlijst

Dit is het einde van de vragenlijst.

Hartelijk bedankt voor uw medewerking aan het onderzoek!