





Certified



Corporation

More2Win is een full-service sportmarketing impactbureau die bedrijven, overheden, sportbonden en clubs helpt om sport als platform in te zetten om (meer) maatschappelijke impact te maken, die ze sterker en geloofwaardiger maakt.

Overheid



Kansspelautoriteit

Bedrijven



ASML

SPort





DuurzaME

MOBILITEIT

SPORTFANS IN BEWEGING

Wat zijn de elementen voor een effectieve gedragscampagne die sportfans aanmoedigt om op een duurzame manier te reizen naar grootschalige Sportevenementen?

- Onderzoek toont aan dat **80%** van de bezoekers van sportevenementen wil bijdragen aan een **duurzamer** evenement.
- Spreek doelgroepen aan op hun **kernwaarden**: Duurzaam? Gezellig? Snel? Zorgeloos?
- Er is een grote behoefte vanuit bezoekers aan een passend reisaanbod, dat gemakkelijk te gebruiken en boeken is op **één plek**. Aangeboden of ondersteund door de organisatie.

HOE Komen we in actie?

Wat zijn onze barrières voor een actieve houding? Wanneer...

- **De overtuiging is dat anderen erom geven, dan...**
- Perceptie dat positief effect van goed gedrag $\geq$ de investering
- Kennis delen met anderen
- Actieve overwegingen van alternatieven

GEDRAGSVERANDERING

Als mensen zien dat anderen geven om onze natuur, het milieu, de medemens en klimaatverandering neemt dit de barrières weg en stimuleert dit individuele acties.

**STAP 1: VOORBEELDGEDRAG ZICHTBAAR MAKEN EN ALTERNATIEVEN
MAKKELIJK TOEGANKELIJK MAKEN**



IN DE
PRAKTIJK

FASE 1 ONDERZOEK

Het duurzaam organiseren van bezoekersmobiliteit is een forse uitdaging voor organisatoren.

Wat kunnen we doen om duurzaam reizen te stimuleren? En wat werkt hierin wel, en ook juist niet?



FASE 1

ONDERZOEK

ROAD2PARIS

- Mensen handelen vanuit gemak. Bezoekers van sportevenementen **willen** ook graag bijdragen aan een duurzamer evenement **(83%)**. En mensen zijn het liefst **consequent**.
- Behoeftte aan reisadvies vanuit of namens de organisator.
- **'Ik Reis Groen'** sloot als boodschap het beste aan op de sportbezoekers.

Advies & aanbod

- De Reiscoach-oplossing
 - **Reisadvies** die duurzame opties toont .
 - Een gepersonaliseerd **direct aanbod** om deze gehele reis af te nemen tegen een tarief met korting.

Deze oplossing aanbieden in de vorm van een **digitale widget** die wordt toegevoegd aan de website en communicatie van het evenement.

FASE 2 TESTEN

- Toewerken naar een oplossing toepasbaar op een breed pallet aan topsportevenementen
- Communicatie van reisinformatie en richten op beoogde gedragsverandering
- Herhalende en consistente boodschap
- Statement en geloofwaardigheid
- Samenwerking event-organisatoren in haalbare oplossingen

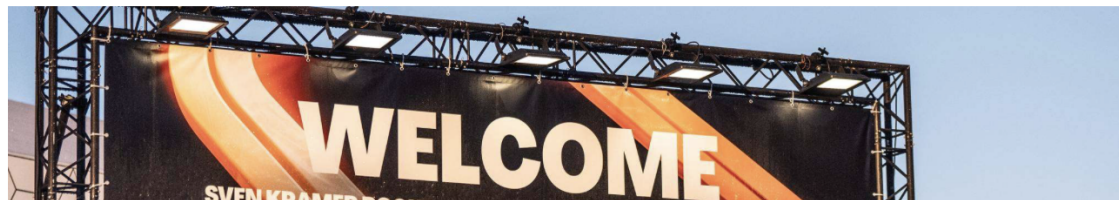


Duurzaam reizen naar topsportevenementen

Dinsdag 28 oktober 2025

Bij de start van het nieuwe (olympische) schaatsseizoen hebben de KNSB en haar event-partners House of Sports (langebaan) en TIG Sports & Events (shorttrack) niet alleen oog voor volle tribunes en medailles. Op weg naar Milaan worden er in Nederland verschillende topsportevenementen georganiseerd, waarbij de Nederlandse schaats- en shorttrackfans de helden van TeamNL en hun (inter)nationale concurrenten op eigen bodem in actie kunnen zien. Maar wel zo duurzaam mogelijk.

Het Versnellingsprogramma 'Duurzame en Circulaire Topsportevenementen' is een samenwerking van het Ministerie van VWS, het Ministerie van IenW en een stuurgroep van sportorganisaties en bedrijven. Ook NOC*NSF, House of Sports en KNSB hebben zich hierbij aangesloten. Dit betekent dat de schaatsfans die evenementen bezoeken, worden gestimuleerd op een duurzamere manier te reizen.



Nederland. Land van ijs, lef en oranje.
Van helden die het uiterste presteren
en fans met kloppend hart langs de baan.

Van Tilburg tot Thialf kleuren we samen oranje.
Maar dit jaar doen we dat met een groen hart.
Of je nu op de fiets springt naar het EK Shorttrack,
of met de trein reist richting Thialf

We vieren prestaties, maar ook vooruitgang.
We juichen niet alleen voor Oranje op het ijs,
maar ook voor een schoner klimaat.

Want de toekomst van ons oranje
is niet alleen goud, ze is groen.

#IKREISGROEN

TILBURG REIST GROEN
NAAR ORANJE.
JIJ OOK?



#IKREISGROEN

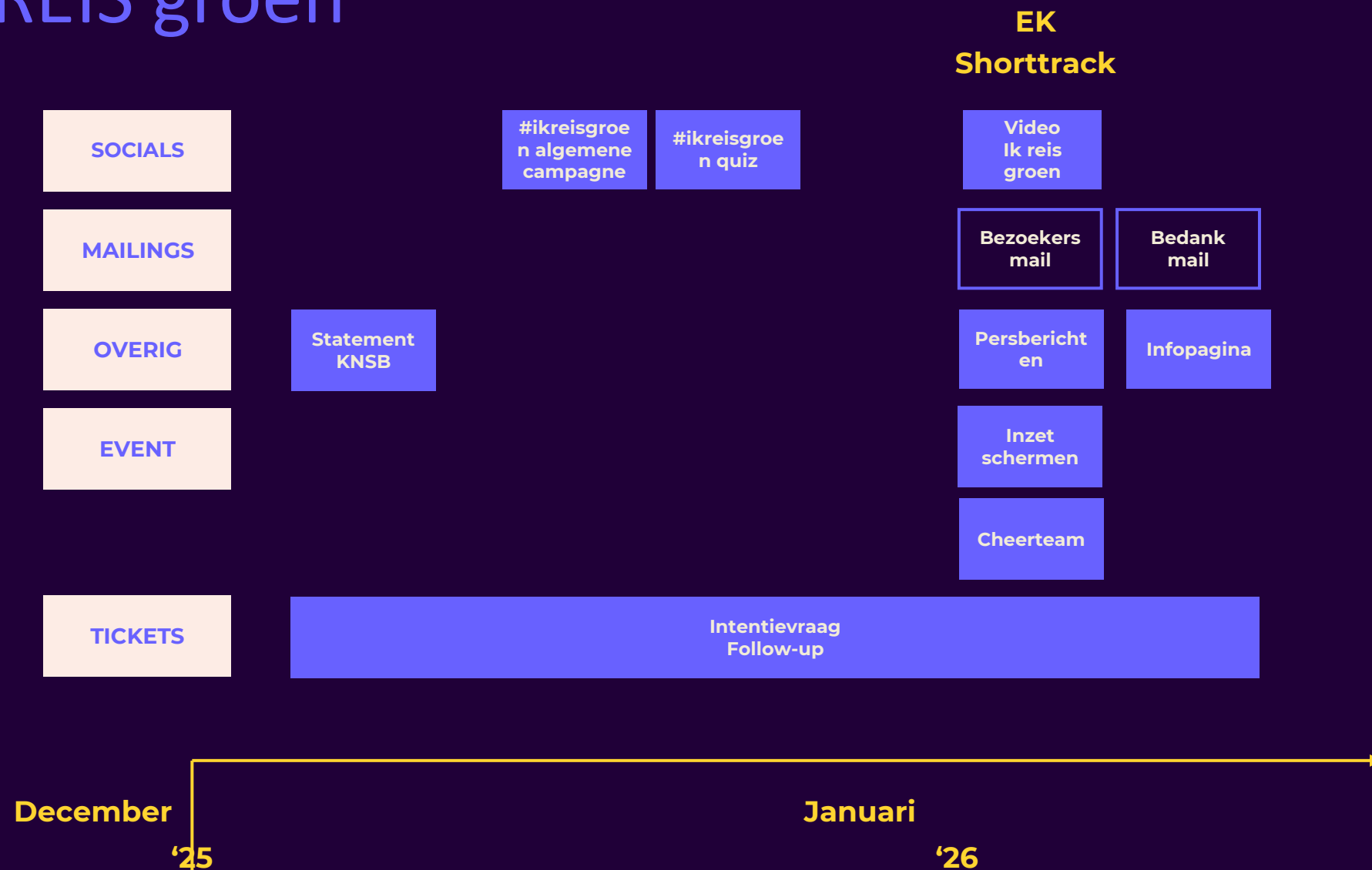
THIALF REIST GROEN
NAAR ORANJE.
JIJ OOK?



#IKREISGROEN

EK shorttrack 2026

“ik REIS groen”



TILBURG REIST GROEN NAAR ORANJE.

**16 - 18 JAN. ISU ODIDO SHORTTRACK EK
IJSSPORTCENTRUM TILBURG**



[Home](#) ♦ [Nieuws](#) ♦ [Reis groen naar het ISU Odido Shorttrack EK](#)

Reis groen naar het ISU Odido Shorttrack EK

Dinsdag 13 januari 2026

Vanuit de KNSB moedigen we alle bezoekers van de ISU EK Shorttrack aan om zo duurzaam mogelijk naar IJssportcentrum Tilburg te reizen. Recreatief reizen is namelijk verantwoordelijk voor ongeveer 40% van de uitstoot binnen de binnenlandse mobiliteit.

Om deze reden willen we met de campagne “Ik Reis Groen” het belang van duurzame mobiliteit onder de aandacht brengen en samen werken aan groenere schaatsevenementen.

We juichen bezoekers die duurzaam naar de evenementen reizen van harte toe en ter waardering ontvang jij daarom bij de bushalte of fietsenstalling een speciaal “Ik Reis Groen”-carnavalsembleem. En om de boodschap samen nóg zichtbaarder te maken vragen we je om de welbekende Tilburgse groen-oranje sjaal mee te nemen.

Met deze campagne zetten we een kleine, maar belangrijke stap richting duurzamere schaatsevenementen.

Wil je meer weten over duurzaam reizen naar het ISU Odido Shorttrack EK, [bekijk op schaatsen.nl alle informatie.](#)

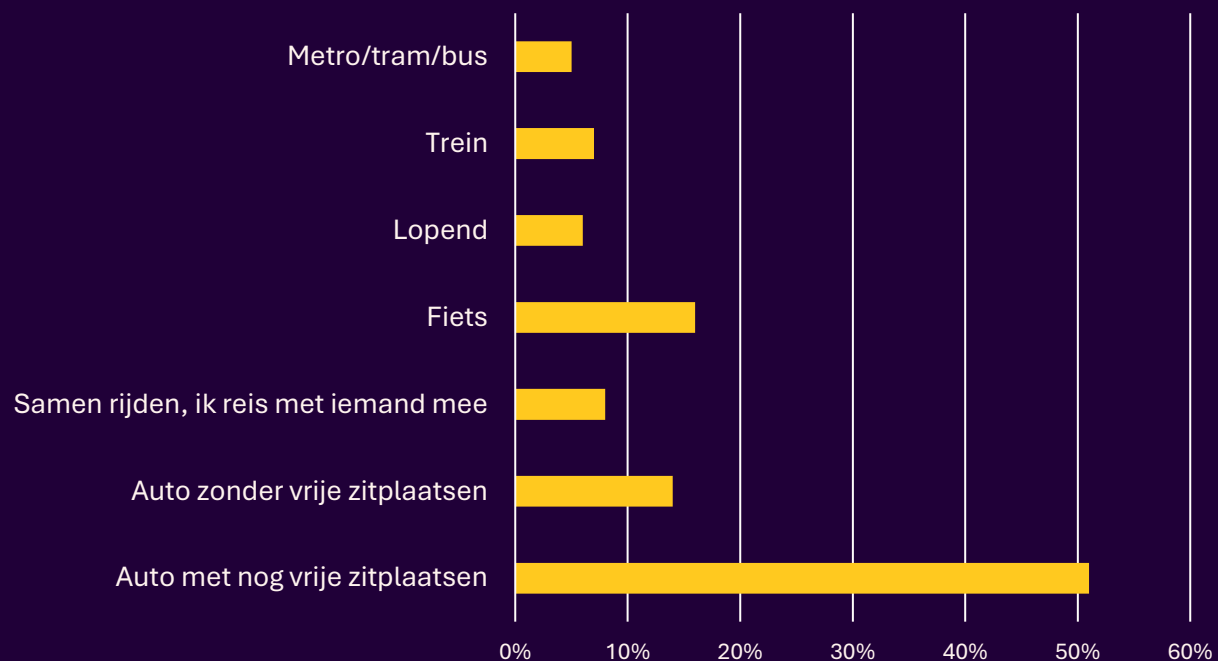






RESULTATEN & INZICHTEN

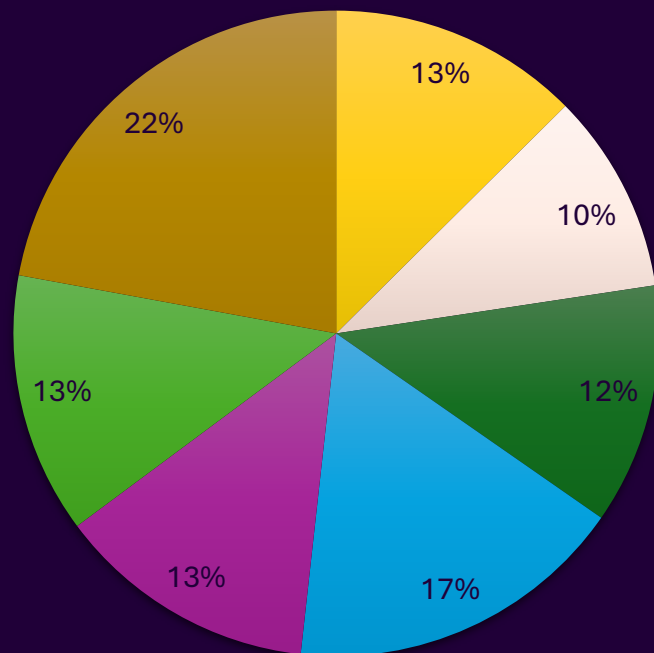
HOE REISDE JE?



Het grootste deel bezoekers reisde met de auto met nog vrije zitplaatsen (**51%**).

26% van de bezoekers kwam met een duurzaam vervoermiddel (OV, fiets, lopend)

REISAFSTAND



0-5km 5-10km 10-25km 25-50km 50-75km 75-100km 100+ km

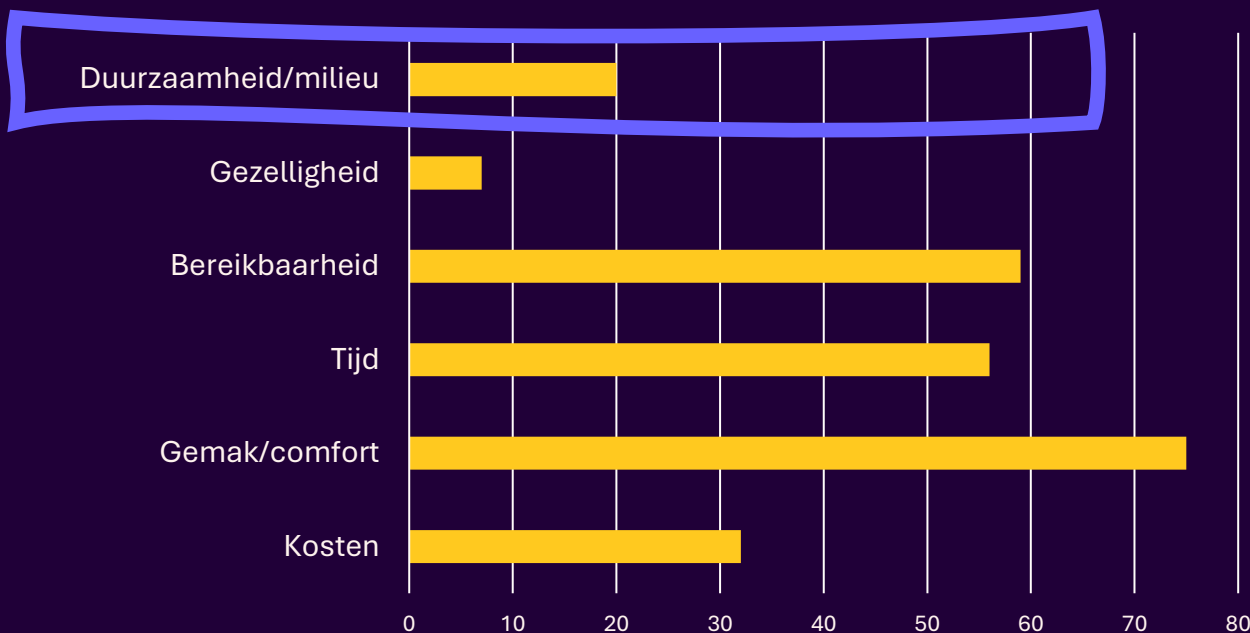
Bijna de helft (**48%**) van de bezoekers moest meer dan 50 km reizen richting het evenement. **13%** van de bezoekers hoefde minder dan 5 km te reizen.

REISINFORMATIE

- Google Maps **73,2%**
- Website event (schaatsen.nl) **16,5%**
- OV of reisplanner apps **17,7%**



KEUZE VERVOERSMIDDEL



Een groot deel van de bezoekers **(75%)** geeft aan comfort een belangrijke factor te vinden voor de keuze van het vervoersmiddel. **20%** van de bezoekers geeft ook aan duurzaamheid als belangrijke reden te zien voor die keuze.

Zichtbaarheid ik reis groen campagne

- Gezien via social media **31,5%**
- Gezien via de bezoekersmail **63,7%**
- Gezien tijdens het evenement **51,2%**
- Niet gezien **6,5%**

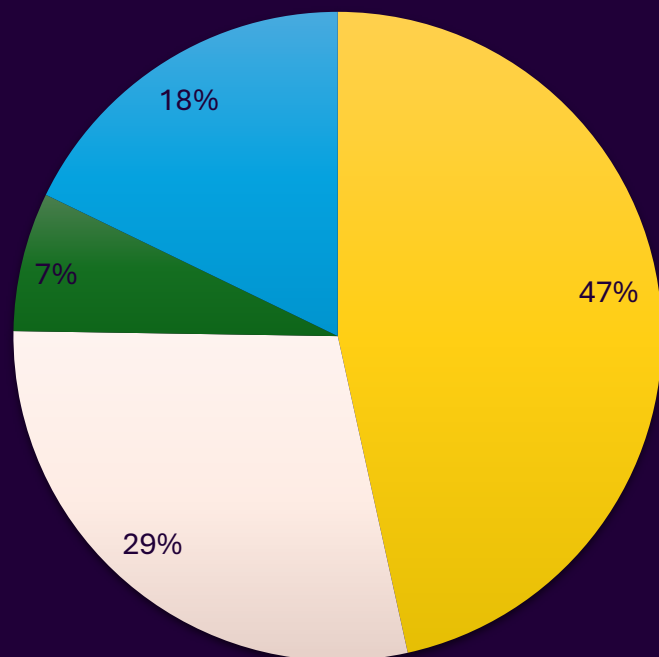


Heeft de campagne je mobiliteitskeuze beïnvloed?

- Nee, geen duurzamere keuze gemaakt door de campagne **46,4%**
- Nee, ik was al van plan duurzaam te reizen **32,5%**
- Ja, nagedacht over een duurzamere reisoctie maar uiteindelijk niet voor gekozen **18,7%**
- Ja, ik heb (mede) door de campagne voor een duurzamere reisoctie gekozen **2,4%**



Belang van voldoende duurzame reisopties



- Ja, verantwoordelijkheid evenement
- Ja, verantwoordelijkheid (lokale) overheid
- Ja, verantwoordelijkheid (lokale) vervoerder
- Nee, niet belangrijk

- Het merendeel (**82%**) van de bezoekers vindt het belangrijk dat er voldoende duurzame reisopties worden aangeboden
- Bijna de helft van de bezoekers vindt dat dit de verantwoordelijkheid is van het evenement zelf, een derde zegt dat die verantwoordelijkheid bij de overheid ligt.



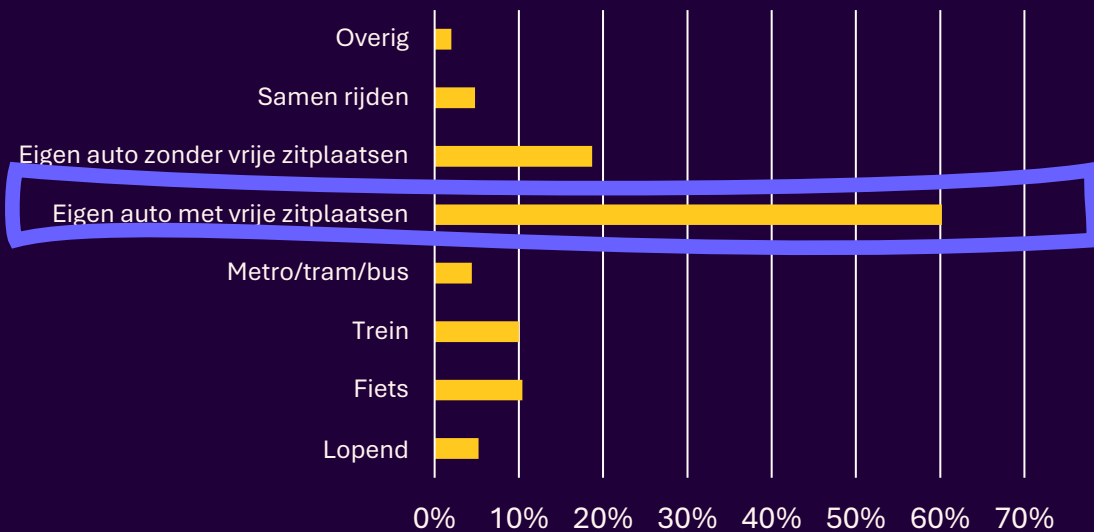
VERGELIJKING

2025-2026

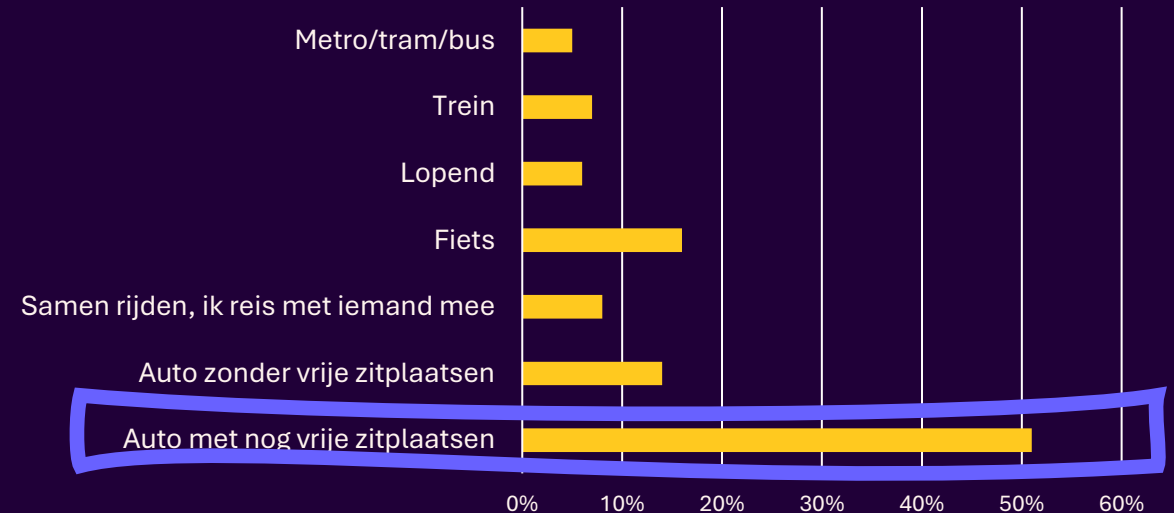
Hoe werd er gereisd

- > Aandeel auto met vrije zitplaatsen is bijna 10% gedaald.
- > Aandeel fiets en andere duurzamere vormen van mobiliteit zijn juist gestegen.

2025

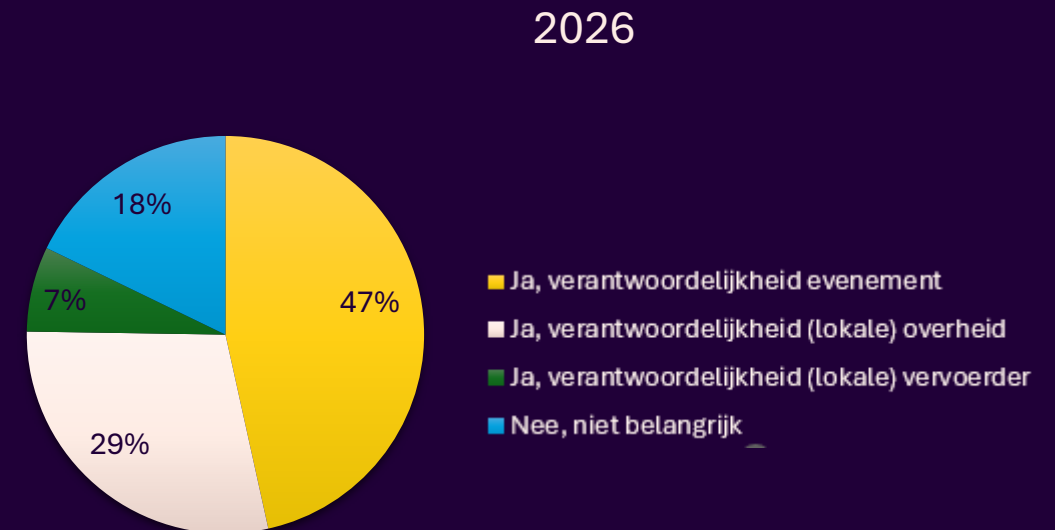
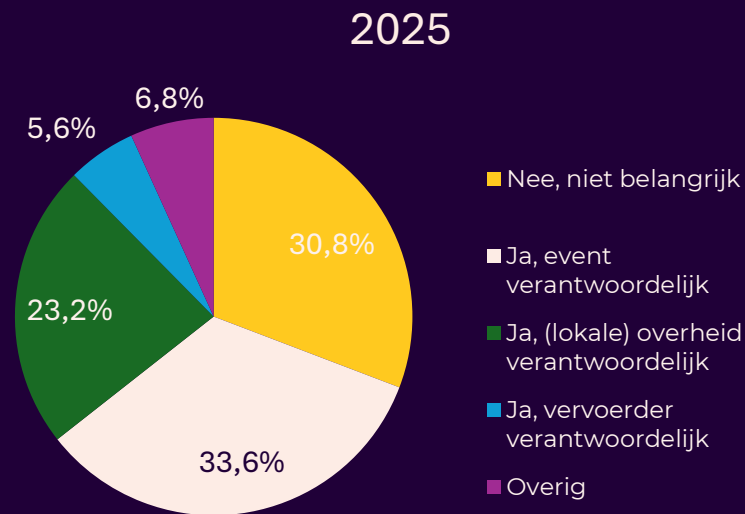


2026



Belang en verantwoordelijkheid

- > Niet belangrijk: 30,8 % → 18%
- > De verantwoordelijkheid zou vooral bij het evenement moeten liggen en in mindere mate de (lokale) overheid).
- > Verantwoordelijkheid evenement is met 16% gestegen.



Keuze vervoersmiddel

- > Belang van duurzaamheid in het maken van de keuze van een vervoersmiddels is met 7% gestegen.
- > De overige factoren zijn relatief gelijk gebleven.

2025

Wat vind jij belangrijk in jouw keuze voor een vervoersmiddel?

- > Kosten **29,5%**
- > Gemak/comfort **78,5%**
- > Tijd **56,2%**
- > Bereikbaarheid **59,4%**
- > Gezelligheid **6,4%**
- > Duurzaamheid/milieu **14,3%**

2026

Wat vind jij belangrijk in jouw keuze voor een vervoersmiddel?

- > Kosten **32,3%**
- > Gemak/comfort **74,9%**
- > Tijd **56,9%**
- > Bereikbaarheid **59,4%**
- > Gezelligheid **6,6%**
- > Duurzaamheid/milieu **20,4%**



*Voor de sport.
Voor wat ons samenbrengt.
Voor de wereld om ons heen.
Voor wie wil groeien.
Voor vandaag en voor later.
omdat we samen verder komen.*

**THERE'S SO MUCH
MORE2WIN**

