

Scoring with Fruit-Break Among Football Parents:

Investigating the factors that influence football parents' decision to participate in fruit-break and designing an intervention to stimulate participation.

Robyn L. Luiten

Thesis Behaviour Change

On behalf of FC Vers (KNVB)

Under supervision of Dr. Daniela Becker and Dr. Saar Mollen

Faculty of Social Sciences, Psychology, Behaviour Change

Radboud University Nijmegen

8 July 2022

Word count: 7984

Abstract

Fruit-break is a promising initiative to increase the fruit-intake of children participating in team sports. This current project, initiated by FC Vers (a project of KNVB), aspires to introduce fruit-break among football parents and children. With fruit-break, parents take turns in bringing a fruit snack for the whole team, making parents a necessary compound to successfully start this initiative. Therefore, two studies were conducted to investigate how to motivate football parents to participate in fruit-break. First, possible factors influencing parents' motivation based on the Value-Based Choice Model were investigated using an online questionnaire. As hypothesized, the social, tangible, and self-related value predicted parents' intention. It was also found that group identity could be a possible moderator on the effect of the social value on intention, while the hypothesized factor conflict avoidance did affect this relation. In the second study, two interventions targeting the social value and specific components of the tangible value (i.e., convenience, attractiveness, and healthiness) were investigated via an online experimental study. It was found that, regardless of being exposed to an intervention, parents indicated to be highly motivated to participate in fruit-break. This finding suggests that the initiative would be broadly supported by football parents. As it is known that intention is not always translated to behaviour, future research should investigate the effectiveness of interventions, targeting the factors found in study 1, on parents' actual behaviour in a real setting.

Keywords: Fruit-break, football parents, intervention, Value-Based Choice Model, fruit-intake

In the Netherlands, only 3 out of 10 children at primary school age, eat the recommended amount of fruit per day (200 grams; Brink et al., 2019). For Dutch children between the age of 12 and 16, the percentage is even as low as 14% (CBS, 2015). Nevertheless, it is important for children to eat the recommended amount of fruit, as fruit is considered a critical part of a healthy diet. Suboptimal diet is currently considered one of the greatest threats to our health and well-being (Afshin et al., 2019). A healthy diet helps to prevent developing chronic diseases like obesity, diabetes type 2, and cardiovascular diseases (WHO, 2020). Additionally, taste and texture exposure at early ages increases fruit intake during adulthood (Touyz et al., 2018).

Why is it that children do not eat the recommended amount of fruit per day? This question has been studied extensively. Among others, factors such as knowledge levels (Reynolds et al., 1999), preferences (Resnicow et al., 1997), accessibility (French et al., 2001), and demographic factors (Lien et al., 2002) have mostly shown moderate to weak correlations. However, it has been shown that parents exert great influence on the diet of their children (Rasmussen et al., 2006).

In this study, the role of parents supporting an initiative called 'fruit-break' will be researched. This will be researched in two consecutive studies. A first study will investigate the factors affecting the intention of parents to participate in the concept. A second study will investigate the effectiveness of a designed intervention attempting to increase the intention of parents to participate in fruit-break. In the first part of this paper, an overview of the relevant literature related to this concept, as well as a short explanation of fruit-break will be given.

As previously stated, parents play a vital role in the food intake of their children (Rasmussen et al., 2006). Several studies show strong correlations between the lifestyle of parents and children. For example, it was found that Dutch children that are considered overweight, often have parents that are also overweight (CBS, 2016). Additionally, Gibson et al., (1998) found that mother-child correlations for fruit intake were strong ($r = 0.36$), meaning that the children of mothers with higher fruit intake, tend to also have a high fruit intake themselves.

These strong correlations between the lifestyle of parents and children are not only caused by the fact that parents and caregivers are responsible for what foods are purchased and served. Parents also serve as important role models for their children, meaning that their food choices will affect their children's own food choices (Bere & Klepp, 2004). Parents' influence was also found to affect their children's lifestyle in the long-term (Scaglioni et al., 2008). Scaglioni et al. found that this influence happens through regulatory acts like support

and stimulation. Furthermore, as previously stated, it was also found that exposure to different fruits and their taste has a significant positive effect on fruit intake in the long-term due to increased familiarity (Touyz et al., 2018). Taken together, it is thus important that parents teach their children to eat healthy and expose them to the taste of varying types of fruit, so that children reach the recommended fruit serving, as well as learn to eat healthy for the future.

Therefore, it is important to include parents when the objective is to increase the fruit intake of children. Fruit-break is an effective way of directly increasing the fruit intake of children participating in a team sport, while also including their parents, thus contributing towards establishing the before-mentioned benefits. With fruit-break parents and caregivers take turns in purchasing, preparing, and serving a fruit-snack to all team players of a youth team during the break of a match. This concept is already a tradition amongst other team sports like field hockey but is not implemented yet in the context of football.

It is anticipated that this concept will not only directly improve the fruit-intake of the children, but also have an indirect effect on the fruit-intake of the parents. For example, it is assumed that parents may get used to the acts of buying, preparing, and serving the food. Additionally, the above-mentioned effects are expected to result in a healthier diet for children in the long-term (Bere & Klepp, 2004, Scaglioni et al., 2008, Touyz et al., 2018). An additional benefit may be that parents will consume the bought and prepared fruit themselves, indirectly increasing their fruit intake as well. However, the additional benefits of the fruit-break concept are beyond the scope of this research.

Process Model for Parent Participation in Fruit-Break

Value-Based Choice Model. To investigate the factors that may influence parents' choice to participate in the fruit-break, the Value-Based Choice Model by Berkman et al. (VBCM; 2017) was used to create a process model (Figure 1) for the behaviour of parent participation in fruit-break. Berkman (2018) argues that the VBCM is a relevant model to describe health behaviour, such as serving or consuming fruit. The model describes how behaviour is the result of a choice that is made on the basis of the subjective value that the choice options possess. The option that has the most subjective value at the moment of choice, will be chosen. For example, a person that has the choice between a piece of chocolate and an apple may attach value to the chocolate because of the taste and to the apple because of the healthiness. Depending on the weight of these values, a choice will be made. The value is based on three main inputs, namely, tangible, self-related, and social (Berkman et al., 2017).

Tangible Value. Tangible input is described as direct positive (benefits) or negative (costs) consequences of the choice (Berkman et al., 2017). In this case, the expected consequences of choosing to participate in fruit-break as a parent thus influences the value that is given to that choice option.

Several relevant consequences that influence the tangible value of the choice to participate in fruit-break, were found in the scientific literature. Firstly, parents may want to avoid preparing fruit-snacks due to time pressure (Mothersbaugh et al., 1993; Imtiyaz et al., 2021). Secondly, parents may want to obtain convenience by serving pre-packaged or no snacks (Oellingrath et al., 2012). Another negative consequence of serving fruit could be that it is perceived as more expensive to buy fruit. Both in literature (Ling et al., 2016), as well as by the football parents in informal contexts, budget or financial aspects were named as an important aspect that may decrease the tangible value of fruit-break. Additionally, it was found that food choices are also influenced by sensory attractiveness (i.e., appealing taste, smell, appearance, and texture; Oellingrath et al., 2012; Starke et al., 2021). Parents also indicated that the fact that apples turn brown after cutting them is perceived as a negative aspect of serving fruit during the break. Lastly, parents also indicated that the healthiness of a fruit-snack is an important benefit for them to participate in fruit-break. The importance of health in food choices was also found in scientific literature (Oellingrath et al., 2012). This could therefore increase the value of the choice to participate in fruit-break.

It thus appears that there are several factors that may influence the tangible input for parents' choice to participate in the fruit-break. In the first part of this study these factors will therefore be explored. The first hypothesis is therefore as follows: The higher the perceived degree of positive consequences (outweighing the negative consequences), the higher the tangible value that is given to participation in fruit-break (Figure 1).

Self-related Value. The second type of input is called self-related value. This is described as the degree to which one perceives a choice option to be in line with one's own values. In this case, parents that view fruit-break to be in line with their own values, will thus attach more value to the choice option to participate in the concept. For example, it was found that parents that find good health important or had a health-related goal, often wanted their children to eat healthy as well (Gibson et al., 1998; Kiefner-Burmeister et al., 2014). In the informal interviews, football parents that stated that they found health important, also indicated that they thought the health aspect of the fruit-break to be a relevant benefit. However, it is also possible that a parent views themselves as lenient or easy-going and does not want to impose healthy food choices on their children.

It thus appears that parents indeed attach more value to participation in fruit-break if their goals are in line with the concept. For this reason, the second hypothesis is that the more fruit-break is in line with a parents' personal goals and values, the more value is given to the choice to participate in fruit-break (Figure 1).

Social Value. The last source of value, social input, is described as the perceived degree of important others (e.g., other parents, children) positively or negatively evaluating fruit-break participation. Food choices are known to be influenced by social expectations (Berkman et al., 2017). Depending on the personal context, choosing the healthier option is either supported by important others, or rejected, thus influencing the individual differently (Berkman, 2018). These social expectations are also found to affect food choices made by parents for their children (Hogreve et al., 2021). For example, when other parents perceive chocolate as a great snack for their children, this will increase the relative value for chocolate snacks as a choice option.

Social input is thus important in the context of health behaviour, particularly for parents, and is expected to play an even larger role in the concept of fruit-break because of its social component (i.e., relying on the participation of other parents). For example, if a group of football parents of a team evaluate fruit-break negatively and decide to not participate, it is most likely that other football parents of that team will also view it more negatively than they would if those parents were willing to participate.

Thus, it is obvious that the social input plays a large role in determining the subjective value of the choice to participate in fruit-break. Therefore, the fourth hypothesis is that the degree of perceived support for the fruit-break by important others (i.e., children, football parents and coaches), increases the value that is given to the choice to participate in fruit-break (Figure 1).

Conflict Avoidance. Personality is known to play a role in how certain input influences the choice value (Berkman, 2018). Regarding the social value, a conflict avoidant personality is expected to influence the weight that is given to the social value. Noble et al. (2007) found that avoiding conflict with the child plays a large role while making and serving food. In the informal interviews, parents indicated that keeping the peace, especially in social settings, is an important reason for them to give in to the preferences of their child. This factor is expected to be relevant in the context of fruit-break, especially due to the social setting in which the fruit is served. For example, a child may prefer a certain snack during the rest of their match and act out if they do not get this snack but instead receive the fruit snack. This could increase the subjective value of the choice option to not participate in fruit-break and

instead give into the preference of the child. The conflict could also occur with other actors in the setting. For example, in the informal interviews football parents indicated that they expect parents that do not want to participate to receive negative feedback from other parents and the coach. This could motivate parents to participate in the fruit-break.

The social value is thus especially relevant if a parent has a conflict avoidant personality. For this reason, the degree of conflict avoidance may serve as a moderating variable on the relation between social input and the value of choosing to participate in fruit-break (Noble et al., 2007; Snuggs et al., 2019). The fourth hypothesis is therefore, the higher the degree of conflict avoidance of a parent, the more the opinion of important others affect the value of the choice option (Figure 1).

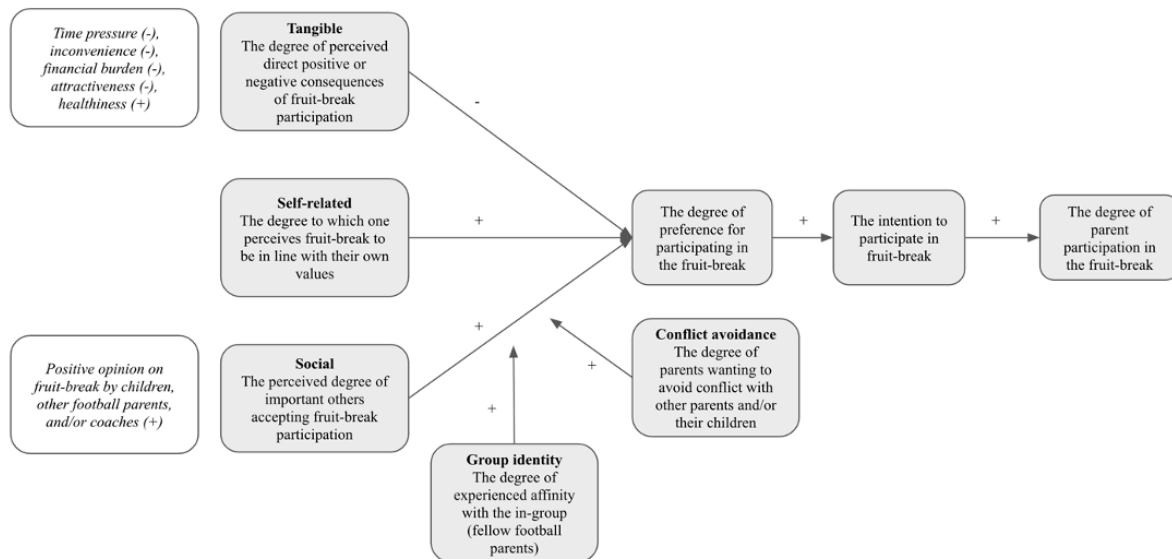
Social Identity Theory. Another theory that may play a role in the behaviour of football parents is the social identity theory (SIT; Glassner & Tajfel, 1985). The SIT explains that the groups which people belong to are an important source of pride and sense of belonging. It is expected that this theory plays a role in the behaviour of football parents as well.

Parents may, for example, perceive fellow football parents as their in-group. The separation of the in-group versus other groups takes the form of certain norms that are considered appropriate. Group members adhere to these norms to be considered as part of their group (Hogg, 2020). The strength of the affinity with a social group affects the degree of adhering to the group norms. Sharing a strong affinity with a social group can thus moderate the effect of the social input on the value of one choice option (Lapinski & Rimal, 2005).

Thus, in this case, the level of affinity with other football parents is expected to moderate the relation between the social norm and the value of choosing to participate in fruit-break. Therefore, a fifth hypothesis is that the more affinity is experienced by football parents towards other football parents, the more the experienced social norms affect the value of the choice option (Figure 1).

Figure 1

Process Model with Relevant Predictors of the Degree of Parent Participation in the Fruit-Break Concept.



Note. A ‘+’ indicates a positive relation between two variables and a ‘-’ indicates a negative relation between two variables.

The Current Project

This current project of FC Vers (part of the Dutch Football Association, KNVB) wants to introduce fruit-break amongst youth football teams in the Netherlands. The football season of 2019-’20 counted over one million members of which almost 600 thousand are under 17 years old (KNVB, 2020). For reference, in 2021, the Netherlands counted 2.3 million youngsters between age 0 and 18 (CBS, 2022). This means that over a quarter of the Dutch youth population is a member of a football club. Fruit-break is not implemented amongst youth-football teams yet, so by introducing this concept, the fruit-intake of many children in the Netherlands can be increased, ideally resulting in long lasting health benefits. The primary goal of this project is to motivate parents to participate in fruit-break. This will be done by designing an intervention to maximize parent participation.

Before designing an intervention, an explorative study (study 1) will be conducted, measuring whether the factors included in the process model play a significant role in the decision to participate in the fruit-break concept. These factors, as mentioned above, were found in existing literature, as well as mentioned by football parents in informal interviews (Appendix A).

Eventually, the results of this first study will thus be used to design an intervention. The effectiveness of the designed intervention will be studied in an online questionnaire study (study 2). This paper will therefore, after discussing the possible relevant factors, be split up into two sections discussing one study each.

Study 1: Explorative study

Method

Participants

The sample size was calculated a priori based on F-tests, with a conservative effect size of $f^2 = 0.08$ and eight factors. Assuming power = .80, $\alpha = 0.05$, 196 participants needed to be included (G*Power 3.1: Faul et al., 2009). In total, $N = 140$ participants were included in the study (52.9 % female, $M_{age} = 42.16$ years, $SD = 5.850$, range = 24 - 58 years). Participants were recruited via the LinkedIn platform of the KNVB, as well as via posters and social media posts in Dutch football clubs. Participating in the study was rewarded with a chance to win two tickets to a football game of the Dutch national team in the Nations League.

Materials

A Dutch questionnaire was developed with questions to investigate the above-mentioned factors. Additionally, questions about the demographics of participants, the current situation of their child's football team, and parents' opinion on fruit-break were included in the questionnaire (Appendix B). Parents with multiple footballing children within the age range 7 to 14 years old were asked to think of the team of their youngest footballing child within that age range. This statement was repeated throughout the questionnaire.

In the following part, the scales that were used to measure the factors included in the process model are described. All items were answered on a 7-point Likert scale ('*Strongly disagree*' - '*Strongly agree*').

Tangible. To measure whether parents' degree of perceived direct positive or negative consequences of fruit-break participation predicted the intention to participate in fruit-break, five items about possible tangible factors were formulated ($\alpha = .422$). Three items covering the topic of convenience, time pressure, and financial burden (item 1, 2, and 3; see Appendix C) were inspired by the questionnaire developed by Snuggs et al. ('ease of preparation' and 'price'; 2019) and complemented by two newly formulated items covering the topic of attractiveness and healthiness (item 4 and 5; see Appendix C). An example of an item in the tangible scale is: 'Participating in fruit-break... takes more effort than what I currently do'.

Self-related. Based on a previous study of FC Vers (Mollen et al., 2022),

five questions ($\alpha = .924$) were formulated to measure whether the degree to which a parent perceives fruit-break to be in line with their own values predicted the intention to participate in fruit-break. An example of an item in the self-related scale is: ‘Participating in fruit-break... matches the person I want to be’.

Social. This study of FC Vers (Mollen et al., 2022) was also used to formulate 17 items ($\alpha = .915$) to measure whether parents’ perceived degree of important others accepting fruit-break participation predicted the intention to participate in fruit-break. For example, one of the items included in the social scale was: ‘Participating in fruit-break... ensures that I am a good example for my child’.

Intention. To measure the degree preference of parents for participating in fruit-break, 3 items ($\alpha = .820$) were formulated about the intention of parents to participate in fruit-break. As there are only two choice options (i.e., participating or not participating in fruit-break), the intention to participate in fruit-break will indicate the preferred choice option (i.e., a high intention equals participation as preferred option). One example of the items in this scale is: ‘If my team is asked to participate in fruit-break... then I would like to participate’.

Group identity. To measure group identity, the nine items of the Social Identity Questionnaire for Sport (SIQS; Bruner & Benson, 2018) were translated to Dutch and altered to the situation of parents of footballing children ($\alpha = .825$). For example, one of the items included was: “I feel strongly connected to other parents of this team”.

Conflict avoidance. Lastly, conflict avoidance was measured using three items ($\alpha = .819$) inspired by the questionnaire developed by Snuggs et al. (Stress/conflict avoidance; 2019). An example of an item in the conflict avoidance scale is: ‘When I give my child a snack... I want to avoid confrontation or arguing with my child’.

Procedure

An anonymous Qualtrics link was directly shared via social media posts as well as via a QR-code on posters. Participants that were interested in joining the research project, could click on this link or scan the QR-code, so that they were directed to the questionnaire. They were first asked to read the information letter, after which they were asked to give their informed consent (compulsory). Filling out the questionnaire took approximately 10 minutes. After filling out the questionnaire, participants that were interested in joining the lottery for the European League tickets were redirected to a different Qualtrics link to fill out their email address.

Statistical Analysis

All data was transferred to and analysed with SPSS 27 (IBM Corp, 2020). Cronbach's alpha was calculated for all scales to test the reliability. The relationship between the dependent factors and the outcome variable (i.e., intention) was calculated with a linear regression analysis. The sample met all assumptions for the used tests. The level of significance was set to $\alpha = .05$ with a confidence level of 95%.

Results

Data Preparation and descriptive statistics

Negatively framed items in the questionnaire were recoded (tangible item 1 – 4 and social item 6 – 8). Subsequently, an average score was calculated for the different scales (i.e., tangible, self-related, social, conflict avoidance, group identity, and intention). For the moderating factors (i.e., conflict avoidance and group identity) centred interaction terms were created.

Participants had between one and four children and mostly indicated to watch every (59%) or a lot of (33%) the matches. Over 59% of the participants reported to have at least one extra role in the team (e.g., coach).

Process Model

Average Scores. A multiple linear regression analysis was done with the average scores to investigate which factors of the process model predict parents' intention to participate in fruit-break. It was found that the model including the three main effects (tangible, self-related, and social) explained a significant amount of variance in parents' intention ($R^2 = .532$; $F(3,136) = 51.50$; $p < .001$). Within the model, all three predictors explained a significant amount of variance in parents' intention. However, the social value was found to have the largest B-weight, indicating that this input has the largest effect on intention. The B-weights per predictor are included in the adjusted process model (Figure 2). A more elaborate overview of results is included in Appendix C.

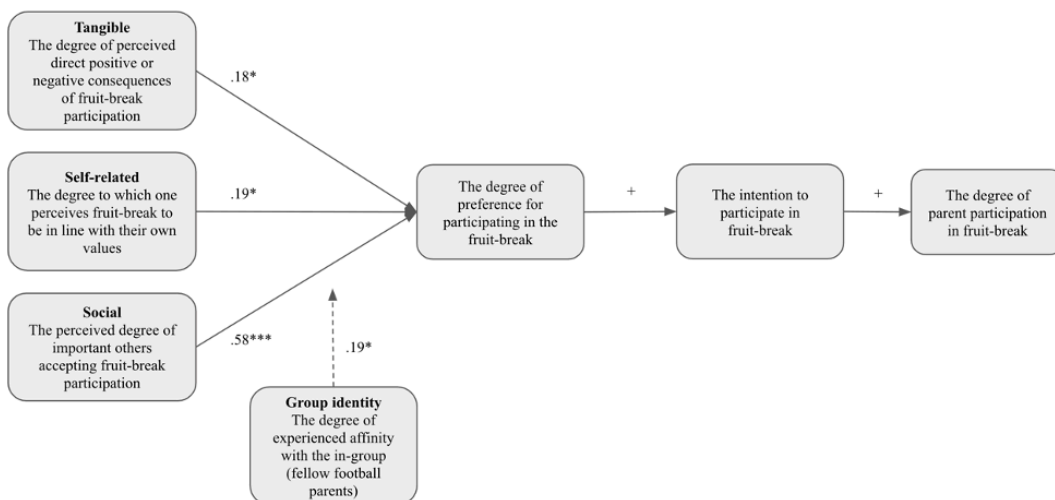
Interaction Effects. The models including the interaction effect of conflict avoidance ($R^2 = .693$; $F(3,136) = 41.97$; $p < .001$), as well as group identity ($R^2 = .701$; $F(3,136) = 43.75$; $p = .231$), did not add any significant change in the explained variance of the model. This finding suggests that these variables do not moderate the relation between the social value and intention. A more elaborate overview of the results is included in Appendix C.

Influential Cases. Furthermore, Cook's distance was calculated to detect potential influential cases. The above-mentioned analyses were again performed excluding these

influential cases. Interestingly, when excluding the influential cases ($N = 130$), an interaction effect for group identity with the social value was found ($\beta = 0.187$; $t(126) = 2.40$; $p = .018$). This finding suggests that the degree of affinity a parent experiences with other football parents, positively affects the relation between the social value and intention (Figure 2). However, the results of these analyses should be interpreted with caution. It is not unlikely that more extreme opinions and values are existent in the population. Therefore, excluding these influential cases may not reflect the population correctly. An elaborate overview of the results of these analyses have been added to Appendix C.

Figure 2

Adjusted Process Model Including B-Weights from Regression Analysis



Note. Significance levels * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$. The full lines represent the findings from the multiple linear regression analyses with all cases. The dotted lines represent the findings from the analyses excluding influential cases.

Individual Items

Additionally, multiple linear regression analyses were performed to investigate which specific items within the questionnaire per main effect (i.e., tangible, self-related, and social) predicted parents' intention to participate in fruit-break. This was done because the alpha of the tangible scale was found to be low due to the scale existing of divergent concepts. Factor analyses did not reveal any additional scales within the five items. Because of this, as well as to get a more in-depth perspective of the factors influencing intention, multiple linear regression analyses were conducted with the individual items per factor instead of the average score.

In Table 1 an overview is shown of the significant items of this analysis with a short description of the question. The questionnaire is included in Appendix B and an overview of the regression analysis results per item is included in Appendix C.

Table 1

Description of the Significant Items Tangible, Self-Related, and Social

| Item | Description |
|-----------------------------|------------------------------------------------|
| Tangible Item 1 (recoded)** | Participating takes more effort |
| Tangible Item 4 (recoded)** | Fruit is less attractive |
| Tangible Item 5*** | Fruit is healthier |
| Self-Related Item 2* | Fits what I already do |
| Social Item 6 (recoded)** | Negative reaction from other parents (recoded) |
| Social Item 12* | Improves the image of the team |
| Social Item 15** | Good example for my child |
| Social Item 17*** | Other parents would also participate |

Note. Significance levels * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Discussion

In this preliminary study, three main factors and two moderating factors were researched as possible predictors of parents' intention to participate in fruit-break. It was found that the three main factors (tangible, self-related, and social) explained a significant amount of the variance of parents' intention to participate in fruit-break. Expectedly, the social value was found to be the strongest predictor for parents' intention. As fruit-break is a concept with a major social factor, and social value plays a large role in food choices in general (Berkman, 2018; Hogleve et al., 2021), this result is not surprising.

These analyses did not reveal any interaction effects for conflict avoidance or group identity. However, the same analyses were also done excluding influential cases. The results of these analyses showed that an interaction effect for group identity and the social value was present. This interaction effect suggests that a parent with a higher score on group identity (i.e., a higher affinity with their in-group) would therefore attach more value to the opinion of important others (e.g., other football parents), thus affecting their intention to participate in fruit-break more strongly. This finding confirms the idea that group identity affects the relation between social value and behaviour (Lapinski & Rimal, 2005). As mentioned before, the results of these analyses should be interpreted with caution as it is not unlikely that more extreme opinions and values are existent in the population.

Additionally, a more in-depth analysis was done to investigate which specific items within the questionnaires of the main effects predicted intention. This was especially relevant for the tangible value, as this scale covered divergent topics, resulting in a low reliability of the scale. The items of the tangible scale that explained a significant amount of the variance of parents' intention were effort, and attractiveness and healthiness of the snack. For the self-related scale, only one item 'Fits what I already do', explained a significant amount of the variance of parents' intention. Parents that indeed already participate in similar behaviours (e.g., already serving fruit to their children), may have formed a habit of that behaviour. According to the VBCM, habits are also a factor that can influence the integration process at the moment of the decision (Berkman, 2018). However, it is also known that habits are difficult to change (Hagger & Rebar, 2020). Consequently, habits do not make the ideal target of an intervention.

In conclusion, the preliminary study confirmed that the social value was a strong predictor for intention. Additionally, this study confirmed that the self-related value, as well as effort, attractiveness, and healthiness (i.e., tangible value) predict parents' intention. Lastly, group identity should be kept in mind as a possible moderator influencing the relation between social value and intention.

Study 2: Intervention study

In study 2, two interventions based on the results of study 1 were developed to increase the intention of football parents to participate in fruit-break. The behaviour-change techniques included in the interventions mainly target the social value, but additionally target the tangible value components 'effort', 'attractiveness', and 'healthiness' in both interventions. The self-related value was not targeted in the interventions, as for this value it was found that

intention was mainly predicted by one item closely related to habits. As previously mentioned, habits are difficult to change and are therefore not ideal to target in an intervention (Hagger & Rebar, 2020).

Firstly, the name of fruit-break (*rustfruit* in Dutch) was changed to ‘teamfruit’ to target the social value. This new name is expected to enhance the social value for football parents through priming. Priming is a behaviour change technique in which the networks related to the targeted factors are activated in the brain so that other information related to that factor will be picked up quicker (Weingarten et al., 2016). Therefore, this name was used throughout study 2 for all conditions.

The first intervention (intervention A) entailed a main slogan and four sub-slogans that were shown on fruit packaging. It was designed so that it could be implemented in a Dutch supermarket (Albert Heijn, official partner of KNVB and FC Vers). The second intervention (intervention B) entailed a poster that could be hung at the football clubs. Both interventions are explained in more detail in the method-section of this paper.

In addition to the two intervention conditions, a control condition was created with only an explanation of the concept of fruit-break (Appendix D). It is expected that both intervention A as well as intervention B will (H1) increase the social value parents attach to team-fruit compared to the control condition, will (H2) decrease the perception that fruit-break is effortful and (H3) not attractive, and (H4) increase the perception that fruit-break is healthy, compared to the control condition. Consequently, it is expected that both interventions will (H5) increase the intention to participate in fruit-break compared to the control condition. There are no hypotheses formulated about which of the two interventions will have larger effects when compared to each other. However, this will be analysed in an explorative manner.

Method

Participants

The sample size was calculated a priori based on F-tests, with three groups and a medium effect size of $f^2 = 0.25$ based on previous fruit-intake intervention studies (Evans et al., 2012; Knai et al., 2006). Assuming power = .80, $\alpha = 0.05$, 159 participants needed to be included (G*Power 3.1: Faul et al., 2009). In total, 91 participants were included in the study (56 % female, 42.9% male; $M_{\text{age}} = 43.27$ years, $SD = 5.835$, range = 25 - 55 years). Participants were randomly assigned to one of the three conditions (30 participants in condition A, 29 in condition B, 32 in condition C). Participants were recruited via the

participant pool of study 1, the LinkedIn platform of the KNVB, and via newsletters of elementary schools. Participating in the study was rewarded with a chance to win a Bol.com gift card of €10,00.

Materials

Intervention A. The first intervention (Intervention A) was designed so that it could be implemented in a Dutch supermarket (Albert Heijn, official partner of KNVB and FC Vers). This intervention makes use of a ‘point-of-decision prompt’, that can be explained as an encouragement to make a certain choice at the moment of the decision making. This behaviour change technique has been proven to be an effective way to increase healthy choices in the context of a supermarket (Arslain et al., 2020). The intervention included a Dutch slogan stating, ‘Together we arrange: Teamfruit’ (in Dutch), again targeting the social values. Additionally, this slogan was used to create four alternative statements, targeting the tangible values (i.e., ease, attractiveness, and healthiness). These statements were formulated as ‘Together we arrange: A (1) quick/ (2) tasty/ (3) healthy snack’ and the fourth one read as ‘Together we arrange: An energetic match’. For this study, the main slogan was photoshopped on a sign that is commonly used in the Dutch supermarket. The four statements were photoshopped on the packaging of varying types of fruit as shown in the example in Figure 3. A full overview of the photoshopped intervention elements as shown to participants (in Dutch) is included in Appendix D.

Figure 3

Examples of Intervention A (Translated): Apples with Healthiness Slogan



Intervention B. The second intervention (intervention B) entailed a poster that also included a cocktail of behaviour change techniques targeting the factors from study 1. In Figure 4, the designed poster (translated) is shown pointing out the several targeted factors within the poster that are explained in Table 2.

The poster was designed to imitate a WhatsApp conversation, because it was stated by parents in informal interviews that they mainly used WhatsApp groups to communicate with fellow football parents. This setting was therefore used in the poster, as social factors are known to influence behaviour more effectively when people can identify with the messenger (Liu et al., 2019).

The poster targets the social value in several places (1, 2, 3, 6, and 7; Figure 4), as well as the tangible value (5 and 6; Figure 4). A behaviour change technique that is used in the poster, is the disrupt-then-reframe technique (number 6; Pratkanis, 2007, p. 104). Normally, a poster is expected to be mostly positive or neutral about the topic that is communicated. By adding one parent that is less positive about an aspect of fruit-break, the script is disrupted.

The friction is then released by providing a solution to the problem. The problem that is used to disrupt the script is also a realistic barrier for parents, as it was named the most difficult step of fruit-break in the preliminary study. Additionally, this part subtly acknowledges resistance that parents may experience because of this step. Acknowledging resistance is another behaviour change technique to help overcome resistance (Pratkanis, 2007, p. 92).

Table 2

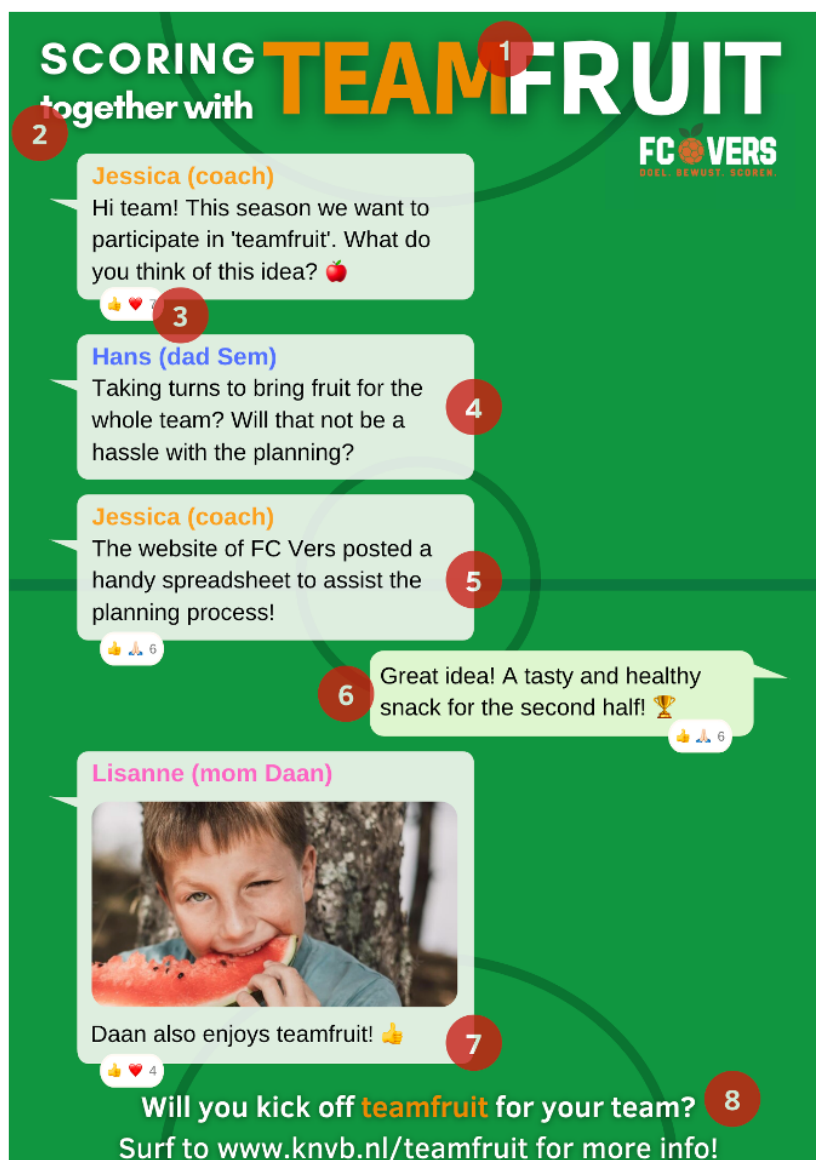
Explanation of Factors Included in the Poster

| Number | Targeted factor |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Name change to teamfruit to target the social value |
| 2 | ‘Scoring together’ to target the social value |
| 3 | Recreating the emoji reaction function of WhatsApp to show social approval |
| 4 | Disrupt-then-reframe by adding friction with an often-named barrier (planning) |
| 5 | Releasing the friction by providing a solution and targeting convenience |
| 6 | Positive reaction targeting the social value, as well as healthiness and attractiveness |
| 7 | Positive response from child to target the social value |
| 8 | Call for action |

Note. The numbers correspond to the numbers in Figure 4.

Figure 4

Poster Used in Intervention B (Translated) with Added Numbers for Clarification



Measures. A newly developed Dutch questionnaire (Appendix E) included questions about the dependent variables, demographics, and opinions about fruit-break. Parents with multiple footballing children within the age range 7 to 14 years old were asked to think of the team of their youngest footballing child within that age range. This statement was repeated throughout the questionnaire.

In addition to the scales for social value, tangible value, and intention, the randomly assigned participants were exposed to an intervention component corresponding to condition A, B or the control condition and were asked additional questions as explained in the text

below. All items were answered on a 7-point Likert scale ('*Strongly disagree*' - '*Strongly agree*').

Social Value. The social value was measured using the four items ($\alpha = .725$) that significantly predicted intention in study 1. These items were item 6 (negative reactions from other parents), item 12 (improves the image of the team), item 15 (good example for my child), and item 17 (other parents would also participate). An example of an item in the social scale is: 'Participating in fruit-break... ensures that I am a good example for my child'.

Tangible Value. The tangible value was also measured using the three items ($\alpha = .190$) of study 1 that significantly predicted intention. These items were item 1 (effort), item 4 (attractiveness), and item 5 (healthiness). An example of an item in the intention scale is: 'Participating in fruit-break... takes more effort than what I currently do'.

Intention. To measure intention, six new questions were formulated ($\alpha = .968$). An example of an item in the intention scale is: 'If the coach of the team asks me to participate in fruit-break, then I will participate'.

Intervention A. For condition A, participants were asked four times to make a choice between the four slogans on different types of fruit. Later in the questionnaire, participants were asked to give their opinion on the intervention materials.

Intervention B. For condition B, participants were asked which of the personas on the poster they identified with the most, as well as whether they thought that the conversation was realistic. Later in the questionnaire, participants were asked to give their opinion on the intervention materials.

Procedure

An anonymous Qualtrics link was directly shared via social media posts and the newsletters. Participants that were interested in joining the research project, could click on this link so that they were directed to the questionnaire. They were first asked to read the information letter, after which they were asked to give their informed consent (compulsory). Filling out the questionnaire took approximately 10 minutes. After filling out the questionnaire, participants that were interested in joining the lottery for the Bol.com gift card were redirected to a different Qualtrics link to fill out their email address.

Statistical Analysis

All data was transferred to and analysed with SPSS 27 (IBM Corp, 2020). Cronbach's alpha was measured for all scales to test the reliability. The differences between the three conditions in the outcome variables (i.e., intention, social, tangible) was calculated with an

independent One-Way ANOVA. The sample did not meet the normality assumption of this test. Consequently, additional Kruskal-Wallis analyses were performed. The level of significance was set to $\alpha = .05$ with a confidence level of 95%.

Results

Data preparation and descriptive statistics

Negatively framed items in the questionnaire were recoded (tangible item 1 and 2, and social item 1, Appendix E). Subsequently, an average score was calculated for the different scales (i.e., tangible, social, and intention).

The participants were evenly distributed among the conditions, with no significant differences in gender or age (Table 3).

Table 3

Number of Participants and Gender and Age per Condition

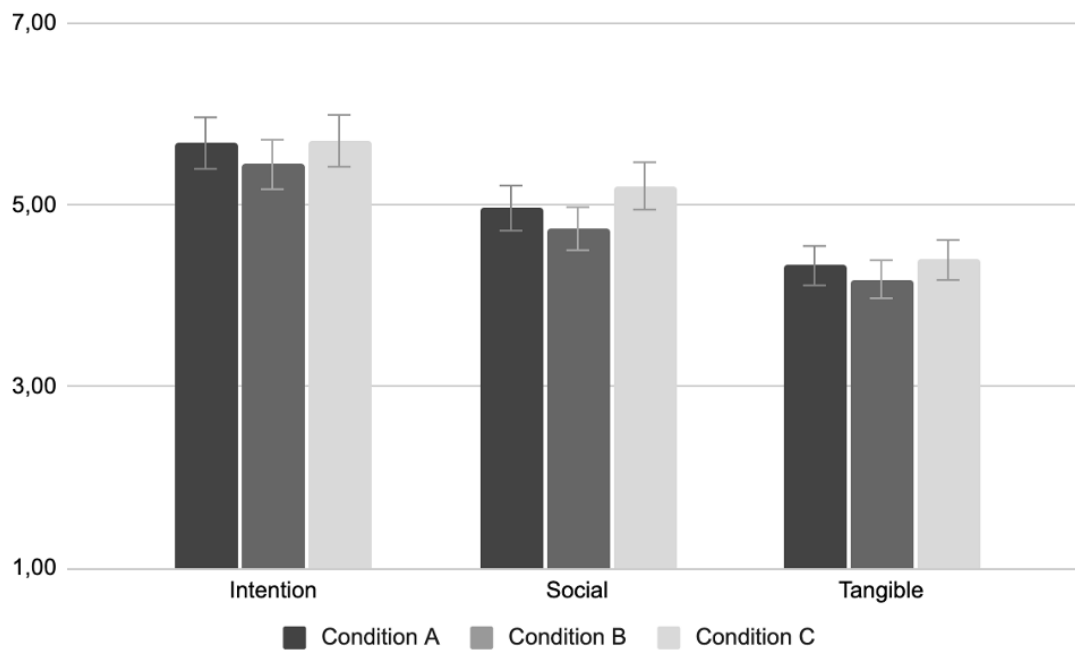
| | Male | Female | Other | Total | M_{age} (SD) |
|-------------|------|--------|-------|-------|----------------|
| Condition A | 14 | 16 | 0 | 30 | 43.30 (4.48) |
| Condition B | 11 | 17 | 1 | 29 | 43.72 (6.49) |
| Condition C | 14 | 18 | 0 | 32 | 42.84 (6.46) |

Differences Between the Conditions

Average Scales. One-Way Independent ANOVAs were performed to analyse the differences in the social value, the tangible value, and intention between the three conditions (H1 – H5). On all three of the scales, no difference between the conditions was found. Thus, between the three intervention conditions, participants did not differ in social value ($F(2, 88) = 1.32; p = .272$), tangible value ($F(2, 88) = 0.43; p = .655$), or intention ($F(2, 88) = 0.28; p = .753$). Due to the violated normality assumption (skewness = -1.70), a Kruskal-Wallis analysis was performed. This analysis did not show different results compared to the ANOVA (all $p \geq .191$). A more elaborate overview of these results is included in Appendix F. An overview of the mean scores for the three dependent variables per condition is shown in Figure 5.

Figure 5

Overview Mean Scores of the Dependent Variables per Condition



Note. The value of the error bar is 5% (based on 95% confidence).

Individual Items. Additionally, One-Way Independent ANOVAs were performed for the individual items within the three scales, to research if the scores on the individual items differed across the three conditions. These analyses were again performed due to the low reliability score of the tangible scale, as well as to gain a more in-depth understanding of possible differences. There were no significant differences found on any of the individual items between the three conditions (all $p \geq .100$). An elaborate overview of the results of these analyses has been included in Appendix F. Due to the violated normality assumption, a Kruskal-Wallis analysis was performed. This analysis did not show different results compared to the ANOVA (all $p \geq .057$).

Outliers. All of the above-mentioned analyses were again performed excluding outliers. Outliers were based on the median absolute deviation per factor (MAD; Leys et al., 2013). Only for item 1 (recoded) of the *social* scale (negative reactions from other parents), a significant difference was found between the conditions when excluding the outliers ($F(2,83) = 3.89; p = .024$). Interestingly, a post-hoc Bonferroni-test reveals that condition A ($5.86 \pm 0.97; p = .024$) scores significantly higher on this item than condition B (4.89 ± 1.34). This suggests that intervention A results in a lower expectancy of negative reactions from other parents than intervention B. However, the results of these analyses should be interpreted with

caution. Firstly, the results are based on multiple testing causing the multiple comparison problem, resulting in the choice for the post-hoc Bonferroni-test. Secondly, outliers are excluded, possibly inaccurately reflecting the population. An elaborate overview of the results of these analyses has been included in Appendix F.

Intervention versus control. An Independent Samples T-test and the nonparametric Mann-Whitney U test were performed for condition A and B grouped together (intervention condition) versus the control condition. This was done because there were no hypotheses formulated about which of the two interventions would have larger effects when compared to each other, and because this would increase the power of the analyses. However, the results of the T-test (all $p \geq .154$), as well as the Mann-Whitney U test all ($p \geq .230$), did not differ from the results of the above-mentioned analyses comparing the three conditions. An elaborate overview of the results of these analyses has been included in Appendix F.

Slogans Fruit-Packaging

In an explorative manner, the Pearson-correlation between the choice-frequency for the slogans and the score on the individual tangible items for participants in condition A was calculated. The sum score per participant was calculated for the number of times one of the slogans was chosen. Only low, non-significant correlations between the choice-frequency of the slogans and the score on the tangible items were found (Table 4).

Table 4

Pearson-Correlation Slogan Choice-Frequency and Score Tangible Items Condition A

| | Slogan 1 (health) | Slogan 2 (attractiveness) | Slogan 3 (convenience) | Slogan 4 (energy) |
|------------------------------------|----------------------|------------------------------|---------------------------|----------------------|
| Item 1 recoded (convenience) | .05 | -.03 | -.11 | .03 |
| Item 2 recoded (attractiveness) | -.03 | .06 | -.23 | .10 |
| Item 3 (health) | .05 | -.14 | .11 | .02 |

Discussion

The objective of study 2 was to test whether the two designed interventions (fruit-packaging and a poster), improved the targeted social value and tangible value and increased football parents' intention to participate in fruit-break. This was investigated via an online

experimental study, randomly assigning football parents in one of the two intervention conditions or a control condition.

It was found that both of the interventions did not increase parents' intention compared to the control condition. This lack of difference in intention can be explained by several facets. Both the supermarket, as well as the poster intervention, did not improve the social and tangible value. This means that the targeted factors that were found to increase parents' intention in study 1, were not altered by the interventions. Consequently, the interventions did not increase parents' intention compared to the control condition. A possible explanation for the lack of improvement on the social and tangible value, is that the intervention was too obvious, resulting in reactance. This type of resistance is especially prevalent when an individual feels like their thoughts or attitude are being directed (Ma et al., 2019). It is assumable that participants felt like this was the case due to the obviousness of the behaviour-change techniques. People experiencing reactance usually respond to this by trying to reclaim their threatened freedom by showing the opposite of the desired behaviour (Knowles & Linn, 2004). In congruence with this, a signal of reactance was found in the results excluding the outliers. Condition A was found to score better on one item within the social scale (negative reactions of other football parents), that was mainly targeted by the poster intervention (condition B). As stated before, these results should be interpreted with caution due to the multiple comparison problem increasing the chance of a false positive, as well as excluding outliers creating a false image of a population with no extreme opinions. While it is thus presumable that this reactance resulted in a lack of difference in the outcome variables, it appears that the reactance was not prevalent enough to decrease parents' motivation.

In fact, parents' intention to participate was already high among all three of the conditions. Therefore, it is likely that the lack of differences between the conditions was caused by a ceiling effect. This effect means that people that already have a high intention to participate in certain behaviours, are difficult to motivate even more. A negative skewness, as found in the distribution of this data, is a good indicator whether a ceiling effect is present (Koedel & Betts, 2010). The ceiling effect suggests that football parents are highly motivated to participate in fruit-break. However, it is important to consider that this finding may be the result of a selection bias. In study 1, participants stated that they watched (almost) every match and had multiple roles within the team (e.g., coach), indicating that they were quite active and involved in the teams. Participants of study 1 were also asked to participate in study 2. Consequently, initially involved and motivated parents, that were also already

familiar with the concept, participated in study 2. In addition, it is plausible that parents that have a positive opinion about fruit-break, were more motivated to participate in a study about this concept in general. Concretely, this sample may thus be representative for parents that initially already supported fruit-break, but this opinion may not be shared among others in the population. Future studies should therefore research whether these findings are replicable in a sample including parents that are initially less motivated to participate. However, if this sample is indeed not representative for the population, the highly motivated group of parents can still function as a boosting factor for the intention of unmotivated parents through contagious motivation (Wild et al., 1997). Contagious motivation explains that people form their own intrinsic motivation on perceptions of others. Future research should therefore investigate the role of contagious motivation in motivating parents with a low intention.

Another facet that may have contributed to the lack of difference between conditions in intention is that study 2 was underpowered. To detect a medium effect size of $f^2 = .25$, 159 participants needed to participate. However, due to limitations in the availability of time to recruit participants, only 91 parents were included in the final sample. According to a post-hoc sensitivity analysis, the true effect size needed to be at least $f^2 = .34$ to be detected in this sample. It can thus be concluded that the true effect size of these interventions on parents' intention to participate in fruit-break is lower than $f^2 = .34$. This means that the designed interventions could still be effective with a large effect. Future research should thus try to test the intervention on a larger sample, to properly check the effectiveness of the interventions.

In addition to the confirmatory analysis, an explorative analysis was performed to investigate whether the choice-frequency of the four slogans correlated with the score of participants in condition A on the individual tangible items. This was done because the slogans were based on the tangible items, so it was informative to check whether a correlation was present. It was found that no correlation between the choice-frequency and the tangible score was present. It is not exactly clear why there was no correlation present. One explanation is that the choice-frequency represents a simulated choice, instead of a self-report as was the case for the tangible scale. Another possibility is that the items on the tangible scale were asked in comparison to what parents currently served as a snack, while the slogans did not explicitly evoke this comparison, thus resulting in a difference.

Limitations and Future Directions

Some limitations of this study were already mentioned above. Another limitation is that this study was conducted online. Conducting an online study about offline behaviour,

results in a decreased ecological validity (Andrade, 2018). For example, it is likely that the interventions would not evoke as much reactance in a natural setting because a real setting would naturally have more sensory input fighting for attention than the controlled online experimental environment. As attention is a limited source (Falkinger, 2008), parents would most likely not pay the same amount of attention to the intervention, thus not evoking this reactance. Additionally, the intention-behaviour gap, explains why a high intention does not necessarily translate into actual behaviour (Hassan et al., 2014). This means that although football parents may feel motivated to participate in fruit-break, the step to actually participate is not made. Therefore, it is unknown how both interventions would have affected parents' actual behaviour. Future research should thus focus on investigating the behaviour itself in a naturalistic setting.

Lastly, the generalizability of this study is limited. As the goal of this study was to research motivation to participate in fruit-break among Dutch football parents specifically, the results cannot be generalized to other (team)sports or hobbies. Secondly, the results are not generalizable to countries besides the Netherlands, as the study was conducted among the Dutch population. Lastly, due to the above-mentioned selection bias (i.e., highly motivated), the results should be generalized to the football population of the Netherlands with caution. As previously mentioned, for the Dutch population future research should try to include a more generalizable sample including parents that are initially less motivated to participate. If other parties are looking to initiate fruit-break in other sports or other countries, the findings should first be replicated among the corresponding populations.

Conclusion

In conclusion, even though the designed interventions of this study did not increase parents' motivation, it is expected that an intervention subtly targeting the social value, as well as the effort, attractiveness, and healthiness of fruit-break will affect parents' actual behaviour when exposed in a real setting. Furthermore, football parents' intention to participate in fruit-break was generally already high regardless of being exposed to an intervention. It is thus anticipated that introducing the concept of fruit-break among football parents would yield considerable support. Future research should expand the knowledge on this topic by testing interventions in real settings, as well as investigate parents' actual behaviour. This study was the first to study fruit-break. This initiative could be an effective way to increase the fruit-intake of many children both directly and for the long-term. The results of both study 1 and study 2 create a foundation of knowledge about fruit-break for FC

Vers, the KNVB and other parties that are looking for similar ways to increase fruit intake among footballing children.

References

- Afshin, A., Sur, P. J., Fay, K. A., Cornaby, L., Ferrara, G., Salama, J. S., Mullany, E. C., Abate, K. H., Abbafati, C., Abebe, Z., Afarideh, M., Aggarwal, A., Agrawal, S., Akinyemiju, T., Alahdab, F., Bacha, U., Bachman, V. F., Badali, H., Badawi, A., ... & Murray, C. J. (2019). Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990–2017: A systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. *The Lancet*, 393(10184), 1958-1972. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)30041-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)30041-8)
- Andrade, C. (2018). Internal, external, and ecological validity in research design, conduct, and evaluation. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 40(5), 498–499. https://doi.org/10.4103/ijpsym.ijpsym_334_18
- Arslain, K., Gustafson, C. R., & Rose, D. J. (2020). Point-of-decision prompts increase dietary fiber content of consumers' food choices in an online grocery shopping simulation. *Nutrients*, 12(11), 3487. <https://doi.org/10.3390/nu12113487>
- Bere, E., & Klepp, K. I. (2004). Correlates of fruit and vegetable intake among Norwegian schoolchildren: Parental and self-reports. *Public Health Nutrition*, 7(8), 991–998. <https://doi.org/10.1079/phn2004619>
- Berkman, E. T. (2018). Value-based choice: An integrative, neuroscience-informed model of health goals. *Psychology & Health*, 33(1), 40–57. <https://doi.org/10.1080/08870446.2017.1316847>
- Berkman, E. T., Hutcherson, C. A., Livingston, J. L., Kahn, L. E., & Inzlicht, M. (2017). Self-control as value-based choice. *Current Directions in Psychological Science*, 26(5), 422–428. <https://doi.org/10.1177/0963721417704394>
- Brink, E., van Rossum, C., Postma-Smeets, A., Stafleu, A., Wolvers, D., van Dooren, C., Toxopeus, I., Buurma-Rethans, E., Geurts, M., & Ocké, M. (2019). Development of

- healthy and sustainable food-based dietary guidelines for the Netherlands. *Public Health Nutrition*, 22(13), 2419–2435. <https://doi.org/10.1017/s1368980019001435>
- Bruner, M. W., & Benson, A. J. (2018). Evaluating the psychometric properties of the Social Identity Questionnaire for Sport (SIQS). *Psychology of Sport and Exercise*, 35, 181–188. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2017.12.006>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2015, April 24). *Dutch people do not eat enough fruit, vegetables and fish*. <https://www.cbs.nl/en-gb/news/2015/17/dutch-people-do-not-eat-enough-fruit-vegetables-and-fish>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2016, August 12). *Overgewicht ouders en kinderen gaat vaak samen*. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/32/overgewicht-ouders-en-kinderen-gaat-vaak-samen>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2022, February 25). *Jongeren*. <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/leeftijd/jongeren>
- Evans, C. E., Christian, M. S., Cleghorn, C. L., Greenwood, D. C., & Cade, J. E. (2012). Systematic review and meta-analysis of school-based interventions to improve daily fruit and vegetable intake in children aged 5 to 12 y. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 96(4), 889–901. <https://doi.org/10.3945/ajcn.111.030270>
- Falkinger, J. (2008). Limited attention as a scarce resource in information-rich economies. *The Economic Journal*, 118(532), 1596–1620. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2008.02182.x>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149–1160. <https://doi.org/10.3758/brm.41.4.1149>

- French, S. A., Story, M., & Jeffery, R. W. (2001). Environmental Influences on Eating and Physical Activity. *Annual Review of Public Health*, 22(1), 309–335.
<https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.22.1.309>
- Gibson, E., Wardle, J., & Watts, C. (1998). Fruit and vegetable consumption, nutritional knowledge and beliefs in mothers and children. *Appetite*, 31(2), 205–228.
<https://doi.org/10.1006/appe.1998.0180>
- Glassner, B., & Tajfel, H. (1985). Social Identity and Intergroup Relations. *Contemporary Sociology*, 14(4), 520-521. <https://doi.org/10.2307/2069233>
- Hagger, M. S., & Rebar, A. L. (2020). Habits. *The Wiley Encyclopedia of Health Psychology*, 177-182. <https://doi.org/10.1002/9781119057840.ch64>
- Hassan, L. M., Shiu, E., & Shaw, D. (2014). Who says there is an intention–behaviour gap? Assessing the empirical evidence of an intention–behaviour gap in ethical consumption. *Journal of Business Ethics*, 136(2), 219–236.
<https://doi.org/10.1007/s10551-014-2440-0>
- Hogg, M. (2018). *Contemporary Social Psychological Theories* (2nd ed.). Stanford University Press. <https://doi.org/10.1515/9781503605626-007>
- Hogreve, J., Matta, S., Hettich, A. S., & Reczek, R. W. (2021). How do social norms influence parents’ food choices for their children? The role of social comparison and implicit self-theories. *Journal of Retailing*, 97(2), 173–190.
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.05.002>
- IBM Corp. Released 2020. IBM SPSS Statistics for Macintosh, Version 27.0. Armonk, NY: IBM Corp
- Imtiyaz, H., Soni, P., & Yukongdi, V. (2021). Role of sensory appeal, nutritional quality, safety, and health determinants on convenience food choice in an academic environment. *Foods*, 10(2), 345. <https://doi.org/10.3390/foods10020345>

- Kiefner-Burmeister, A. E., Hoffmann, D. A., Meers, M. R., Koball, A. M., & Musher-Eizenman, D. R. (2014). Food consumption by young children: A function of parental feeding goals and practices. *Appetite, 74*, 6–11.
<https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.11.011>
- Knai, C., Pomerleau, J., Lock, K., & McKee, M. (2006). Getting children to eat more fruit and vegetables: A systematic review. *Preventive Medicine, 42*(2), 85–95.
<https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2005.11.012>
- KNVB. (2020, November 19). *Ledenaantallen - Jaarverslag 2019/'20*.
https://knvb.h5mag.com/jaarverslag_2019-2020/ledenaantallen
- Knowles, E. S., & Linn, J. A. (2004). *Resistance and persuasion*. Psychology Press.
- Koedel, C., & Betts, J. (2010). Value added to what? How a ceiling in the testing instrument influences value-added estimation. *Education Finance and Policy, 5*(1), 54–81.
<https://doi.org/10.1162/edfp.2009.5.1.5104>
- Lapinski, M. K., & Rimal, R. N. (2005). An explication of social norms. *Communication Theory, 15*(2), 127–147. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2005.tb00329.x>
- Leys, C., Ley, C., Klein, O., Bernard, P., & Licata, L. (2013). Detecting outliers: Do not use standard deviation around the mean, use absolute deviation around the median. *Journal of Experimental Social Psychology, 49*(4), 764–766.
<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2013.03.013>
- Lien, N., Lytle, L. A., & Komro, K. A. (2002). Applying Theory of Planned Behavior to fruit and vegetable consumption of young adolescents. *American Journal of Health Promotion, 16*(4), 189–197. <https://doi.org/10.4278/0890-1171-16.4.189>
- Ling, J., B. Robbins, L., & Hines-Martin, V. (2015). Perceived parental barriers to and strategies for supporting physical activity and healthy eating among head start

- children. *Journal of Community Health*, 41(3), 593–602.
<https://doi.org/10.1007/s10900-015-0134-x>
- Liu, J., Thomas, J. M., & Higgs, S. (2019). The relationship between social identity, descriptive social norms and eating intentions and behaviors. *Journal of Experimental Social Psychology*, 82, 217–230. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2019.02.002>
- Ma, A., Tang, S., & Kay, A. C. (2019). Psychological reactance as a function of thought versus behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 84, 103825. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2019.103825>
- Mollen, S., Becker, D., & Holland, R. W. (2022). Determinants of (non-) alcohol drinks consumption. [Unpublished Questionnaire]. Radboud University.
- Mothersbaugh, D. L., Hermmann, R. O., & Warland, R. H. (1993). Perceived Time Pressure and Recommended Dietary Practices: The Moderating Effect of Knowledge of Nutrition. *Journal of Consumer Affairs*, 27(1), 106–126. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1993.tb00740.x>
- Noble, G., Stead, M., Jones, S., McDermott, L., & McVie, D. (2007). The paradoxical food buying behaviour of parents. *British Food Journal*, 109(5), 387–398. <https://doi.org/10.1108/0070700710746795>
- Oellingrath, I. M., Hersleth, M., & Svendsen, M. V. (2012). Association between parental motives for food choice and eating patterns of 12- to 13-year-old Norwegian children. *Public Health Nutrition*, 16(11), 2023–2031. <https://doi.org/10.1017/s1368980012004430>
- Pratkanis, A. R. (2007). *The science of social influence*. Amsterdam University Press.
- Rasmussen, M., Krølner, R., Klepp, K. I., Lytle, L., Brug, J., Bere, E., & Due, P. (2006). Determinants of fruit and vegetable consumption among children and adolescents: A review of the literature. Part I: Quantitative studies. *International Journal of*

Behavioral Nutrition and Physical Activity, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-3-22>

- Resnicow, K., Davis-Hearn, M., Smith, M., Baranowski, T., Lin, L. S., Baranowski, J., Doyle, C., & Wang, D. T. (1997). Social-cognitive predictors of fruit and vegetable intake in children. *Health Psychology*, 16(3), 272–276. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.16.3.272>
- Reynolds, K. D., Hinton, A. W., Shewchuk, R. M., & Hickey, C. A. (1999). Social cognitive model of fruit and vegetable consumption in elementary school children. *Journal of Nutrition Education*, 31(1), 23–30. [https://doi.org/10.1016/s0022-3182\(99\)70381-x](https://doi.org/10.1016/s0022-3182(99)70381-x)
- Scaglioni, S., Salvioni, M., & Galimberti, C. (2008). Influence of parental attitudes in the development of children eating behaviour. *British Journal of Nutrition*, 99(1), 22–25. <https://doi.org/10.1017/s0007114508892471>
- Snuggs, S., Houston-Price, C., & Harvey, K. (2019). Development of a parental feeding goal measure: The family mealtime goals questionnaire. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00455>
- Starke, A. D., Willemsen, M. C., & Trattner, C. (2021). Nudging healthy choices in food search through visual attractiveness. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 4. <https://doi.org/10.3389/frai.2021.621743>
- Touyz, L. M., Wakefield, C. E., Grech, A. M., Quinn, V. F., Costa, D. S. J., Zhang, F. F., Cohn, R. J., Sajeev, M., & Cohen, J. (2018). Parent-targeted home-based interventions for increasing fruit and vegetable intake in children: A systematic review and meta-analysis. *Nutrition Reviews*, 76(3), 154–173. <https://doi.org/10.1093/nutrit/nux066>
- Wild, T. C., Enzle, M. E., Nix, G., & Deci, E. L. (1997). Perceiving others as intrinsically or extrinsically motivated: Effects on expectancy formation and task engagement.

Personality and Social Psychology Bulletin, 23(8), 837–848.

<https://doi.org/10.1177/0146167297238005>

Weingarten, E., Chen, Q., McAdams, M., Yi, J., Hepler, J., & Albarracin, D. (2016). On priming action: Conclusions from a meta-analysis of the behavioral effects of incidentally-presented words. *Current Opinion in Psychology*, 12, 53–57.

<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2016.04.015>

World Health Organisation. (2020, April 29). *Healthy diet*. [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/healthy-](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet#:~:text=Eating%20at%20least%20400%20g,daily%20intake%20of%20dietary%20fibre)

[diet#:~:text=Eating%20at%20least%20400%20g,daily%20intake%20of%20dietary%20fibre](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet#:~:text=Eating%20at%20least%20400%20g,daily%20intake%20of%20dietary%20fibre).

Appendix A

Informal interview hockey and football parents

In addition to the literature review, both parents of children that play hockey, as well as football parents were asked several questions about fruit-break and other topics related to fruit-break. These questions were all asked informal to give the researcher more insight in the possible predictors of parent participation in the fruit-break concept. In total, three hockey parents and one hockey coach, as well as two football parents shared their insights on this topic.

Several possible factors that may predict parent participation were named multiple times by both football parents as well as hockey parents. Some of these factors were also found in literature related to the topic of fruit-break (e.g., healthy food choices). Factors that were named by parents that were not found in scientific literature were ‘preservability’ and ‘team building’. A factor that was mostly named as important, that was also found in literature, was the health aspect of fruit-break. Both hockey parents and football parents named this factor to be an important consequence of fruit-break that positively affected the value of parent participation.

Due to the unavailability of scientific literature on the topic of (a concept similar to) fruit-break, these factors were added to the process model and questions investigating these factors were added to the questionnaire.

Appendix B

Questionnaire Study 1

Welkom!

Bedankt dat je mee wilt doen met dit onderzoek over rustfruit.

Klik op 'Volgende' om verder te gaan.

INFORMATIEBRIEF voor deelname aan het wetenschappelijke onderzoek: Rustfruit bij Voetbalouders – FC Vers

Doel van het onderzoek

FC Vers is een initiatief dat als doel heeft een gezondere sportomgeving te realiseren. De Radboud Universiteit Nijmegen ontwikkelt hiervoor verschillende interventies. Ter voorbereiding van de volgende interventie willen wij graag iets meer inzicht krijgen in de beweegredenen die voetbalouders hebben om wel of niet mee te doen met ‘rustfruit’. Rustfruit is een idee voor sportclubs waarbij aan ouders wordt gevraagd om de beurt een fruit-tussendoortje te verzorgen voor het hele voetbalteam van hun kind. De bevindingen van dit onderzoek worden gebruikt als input van de ontwikkeling van een interventie die in het kader van het SV Vers project gaat plaatsvinden op verschillende deelnemende sportclubs.

Het onderzoek

U kunt deelnemen aan het onderzoek als u 18 jaar of ouder bent en kinderen heeft tussen 7 en 14 jaar oud die voetballen bij een voetbalclub. Wanneer u deelneemt kost dit u ongeveer 10 minuten van uw tijd. U zult enkele vragen beantwoorden over uzelf in het algemeen, de situatie in de club en redenen die u kunt hebben om wel of niet mee te doen met het verstrekken van rustfruit aan het team van uw kind(eren).

Mocht u nog vragen hebben over het onderzoek kunt u deze stellen aan de verantwoordelijke stagiair onderzoeker Robyn Luiten (robyn.luiten@ru.nl) of haar stagebegeleider dr. Saar Mollen (saar.mollen@ru.nl of 06-31132317). Het onderzoek is onafhankelijk getoetst door de Ethiek Commissie Sociale Wetenschappen (ECSW) van de Radboud Universiteit, en er is formeel geen bezwaar tegen dit onderzoek.

Dataverzameling en gebruik

Voor de uitvoering van het onderzoek is het nodig dat enkele van uw persoonsgegevens worden verzameld, gebruikt en bewaard. Het gaat om de volgende gegevens: uw geslacht, leeftijd, hoeveel kinderen u heeft, de leeftijd van uw kinderen, en uw eventuele extra taken binnen het team. Het gebruiken en bewaren van uw persoonsgegevens is noodzakelijk om inzicht te krijgen in eventuele verschillen in beweegredenen voor het meedoen aan het rustfruit concept en hierbij rekening kunnen houden met eventuele specifieke verschillen tussen ouders. Daarnaast kunnen alleen ouders van 18 jaar of ouder deelnemen aan het onderzoek, dus vragen wij naar uw leeftijd en bevestiging dat u ouder bent, om ons hiervan te verzekeren. De informatie die u verstrekt ten behoeve van het onderzoek wordt zorgvuldig behandeld en is alleen toegankelijk voor bevoegde medewerkers. Persoonsgegevens die de onderzoeker tijdens het onderzoek over u verzamelt, blijven vertrouwelijk. Uw toestemming voor deelname aan het onderzoek en onderzoeksgegevens worden gedurende 10 jaar na afronding van het onderzoek bewaard.

Vanwege het belang van controle, hergebruik en/of replicatie van onderzoeksresultaten worden onderzoeksgegevens in toenemende mate gedeeld met of openbaar gemaakt voor andere onderzoekers. Voorafgaand aan deze vorm van delen worden gegevens altijd geanonimiseerd. Dit betekent dat u niet (meer) te identificeren bent op basis van de gegevens. De antwoorden op de vragenlijst kunnen daarom gedeeld worden met andere onderzoekers om de onderzoeksresultaten te verifiëren of andere onderzoeksvragen mee te beantwoorden. Indien u niet wenst dat uw geanonimiseerde gegevens gedeeld worden, kunt u uiterlijk 2 weken na afronding van het onderzoek verzoeken uw gegevens te laten verwijderen. U kunt dit doen door een e-mail te sturen aan de verantwoordelijke onderzoeker stagiair onderzoeker Robyn Luiten (robyn.luiten@ru.nl) of haar stagebegeleider dr. Saar Mollen (saar.mollen@ru.nl), onder vermelding van de door u in de vragenlijst samengestelde code.

Sommige personen en instanties moeten inzage kunnen hebben in uw persoons- en onderzoeksgegevens. Dit is nodig om te kunnen controleren of het onderzoek goed en betrouwbaar is uitgevoerd. Deze personen en instanties die ter controle toegang tot uw gegevens kunnen verkrijgen zijn onder andere: daartoe bevoegde personen binnen het Behavioural Science Institute of de Radboud Universiteit (bijvoorbeeld een decaan, directeur of datamanager) en (inter)nationale toezichthoudende autoriteiten (bijvoorbeeld de Autoriteit Persoonsgegevens en het Landelijke Orgaan Wetenschappelijke Integriteit). Zij zullen uw

gegevens geheimhouden. U wordt gevraagd voor deze inzage toestemming te geven. Indien u dat niet wilt, kunt u niet deelnemen aan het onderzoek.

De Radboud Universiteit is verantwoordelijk voor de naleving van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) bij de verwerking van uw persoonsgegevens. De onderzoeker ziet erop toe dat uw privacy en de daaraan verbonden voorwaarden gewaarborgd blijven en houdt zich bij het uitvoeren van dit onderzoek aan de Nederlandse gedragscode wetenschappelijke integriteit en aan universitair beleid voor opslag en beheer van persoons- en onderzoeksgegevens. U heeft altijd het recht om uw toestemming voor het verwerken van uw persoonsgegevens in te trekken. Uw persoonsgegevens worden dan verwijderd. De Privacyverklaring van de Radboud Universiteit kunt u nalezen op: <https://www.ru.nl/vaste-onderdelen/privacyverklaring-radboud-universiteit/>. Bij vragen over uw privacy kunt u contact opnemen met de Decentrale Privacy Manager van de faculteit Sociale Wetenschappen (P.Janssen@socsci.ru.nl). Voor algemene vragen kan contact opgenomen worden met het bureau van de Functionaris Gegevensbescherming van de Radboud Universiteit via privacy@ru.nl. Meer informatie over uw rechten bij de verwerking van uw persoonsgegevens kunt u vinden op <http://www.ru.nl/privacy/bescherming-persoonsgegevens/rechten-betrokkenen/> en op de website van de Autoriteit Persoonsgegevens (<https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-europese-privacywetgeving>).

Vrijwillige deelname

Uw deelname aan dit onderzoek is geheel vrijwillig. Als u besluit om niet deel te nemen aan dit onderzoek heeft dit geen nadelige gevolgen voor u. Ook tijdens het onderzoek heeft u altijd het recht om uw toestemming in te trekken en uw deelname te beëindigen. Dit heeft voor u geen nadelige gevolgen.

Vergoeding deelname

Onder de deelnemers die de vragenlijst in zijn geheel hebben ingevuld, worden 10 keer 2 kaarten voor de wedstrijd Nederland – Wales op 13 juni 2022 verloot. De kans dat u 1 keer 2 kaarten wint is ongeveer 10 op 300. Als u hierop kans wilt maken kunt u na afronding van de vragenlijst op een andere pagina uw e-mailadres achterlaten.

Contactinformatie

Bij vragen, opmerkingen of zorgen over deze studie, kunt u contact opnemen met de verantwoordelijke stagiair onderzoeker Robyn Luiten (robyn.luiten@ru.nl) of haar stagebegeleider dr. Saar Mollen (saar.mollen@ru.nl of 06-31132317). Als u vragen, opmerkingen of zorgen heeft die u liever niet met de verantwoordelijke onderzoeker wilt delen, kunt u contact opnemen met de BSI Research Data Officer via dataofficer@bsi.ru.nl. De BSI Research Data Officer is een onafhankelijke vertrouwenspersoon voor onderzoeksgerelateerde zaken en is niet betrokken bij deze studie.

Met vriendelijke groeten,

Robyn Luiten

Robyn.luiten@ru.nl

Radboud Universiteit, Nijmegen

TOESTEMMINGSVERKLARING voor deelname aan het wetenschappelijke onderzoek:

Rustfruit bij Voetbalouders – FC Vers

Ik bevestig dat:

- ik schriftelijk naar tevredenheid over het onderzoek geïnformeerd ben;
- ik de schriftelijke informatie toestemmingsverklaring goed heb gelezen;
- ik in de gelegenheid ben gesteld om vragen over het onderzoek te stellen;
- mijn eventuele vragen naar tevredenheid zijn beantwoord;
- ik goed over deelname aan het onderzoek heb kunnen nadenken;
- ik uit vrije wil deelneem aan het onderzoek.

Ik begrijp dat:

- ik het recht heb om mijn toestemming op ieder moment gedurende deelname aan het onderzoek weer in te trekken zonder opgave van redenen en tot twee weken na deelname mijn gegevens kan laten vernietigen, zonder dat dit nadelige gevolgen voor mij heeft, door een mail te sturen naar stagiair onderzoeker Robyn Luiten (robyn.luiten@ru.nl) of haar stagebegeleider dr. Saar Mollen (saar.mollen@ru.nl), met de door mij tijdens het onderzoek aangemaakte code.
- ik het recht heb om mijn toestemming voor de (verdere) verwerking van mijn persoonsgegevens in te trekken;

- mijn persoonsgegevens worden verwerkt volgens de geldende Europese privacyregelgeving;
- mijn persoonsgegevens worden verwerkt volgens de privacyverklaring van de Radboud Universiteit (<https://www.ru.nl/vaste-onderdelen/privacyverklaring-radboud-universiteit>);

Ik stem in dat:

- mijn persoons- en/of onderzoeksgegevens binnen dit onderzoek voor wetenschappelijke doelen worden verkregen en gedurende 10 jaar beschikbaar zullen zijn voor controle, hergebruik en replicatie;
- het akkoord op de toestemmingsverklaring gedurende 10 jaar wordt bewaard;
- mijn persoonsgegevens welke uitsluitend voor administratieve doelen worden verkregen tot maximaal 1 maand na afronding van het onderzoek worden bewaard. Administratieve doelen houden in dit geval in, het verloten van de wedstrijdkaarten.
- voor de controle van het onderzoek toezichthoudende autoriteiten mijn persoons- en onderzoeksgegevens kunnen inzien.

Ik ga akkoord met bovenstaande en stem in met deelname aan het onderzoek.

Ja, ik ga akkoord

Nee, ik ga niet akkoord

Rustfruit

Rustfruit is een idee voor sportclubs waarbij aan ouders wordt gevraagd om de beurt een fruit tussendoortje te verzorgen voor het hele voetbalteam van hun kind voor tijdens de rust van wedstrijden. Dit komt erop neer dat jij als voetbalouder ongeveer 1 wedstrijd per seizoen fruit zou verzorgen voor het hele team. De overige ouders vullen de andere wedstrijden op. Zo heeft ieder kind dus elke wedstrijd een fruit tussendoortje en verzorg jij dit als ouder ongeveer 1 keer per seizoen.

Met behulp van dit onderzoek willen we graag meer te weten komen over welke redenen voetbal ouders hebben om wel of niet mee te doen met rustfruit voor hun voetballende kinderen. De vragenlijst zal ongeveer 10 minuten duren.

Je kunt met de knop 'vorige' altijd terug naar een eerdere vraag.

Alvast bedankt voor het invullen.

Code

Stel een code samen op basis van de laatste twee letters van je geboorteplaats en de eerste twee letters van je huidige woonplaats. Deze code heb je nodig als je op een later moment je data zou willen terugtrekken uit het onderzoek.

Bijvoorbeeld, als je net zoals Max Verstappen geboren bent in Hasselt en je huidige woonplaats Monaco is, is de code: LTMO.

Mijn code:

Algemene vragen

Er volgen enkele algemene vragen over jou als persoon. Kruis het antwoord aan dat op jou van toepassing is.

Wat is je geslacht?

- Man
- Vrouw
- Anders

Wat is je leeftijd?

Ben je ouder of verzorger van kinderen in de **leeftijdscategorie van 7 tot en met 14 jaar?**

- Ja
- Nee

Van hoeveel kinderen (in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar) ben je ouder of verzorger?

1 – 12

Hoeveel van deze kinderen (in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar) zitten op voetbal?

1 – 12

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Worden er wedstrijden gespeeld door het team van jouw kind?

- Ja
- Nee

Hoe vaak ga jij mee naar de wedstrijden van je kind?

- Altijd
- Vaak
- Soms
- Af en toe
- Nooit

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Huidige situatie tussendoortje

Er volgen enkele algemene vragen over de huidige situatie met betrekking tot een tussendoortje tijdens de rust van een wedstrijd. Kruis het antwoord aan dat op jouw situatie van toepassing is.

Wat eet je kind meestal tijdens de rust van een wedstrijd? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- Een bruine boterham of bruin broodje
- Een witte boterham of wit broodje

- o Een eierkoek of plakje ontbijtkoek (of vergelijkbaar)
- o Snoep, koek, of chocolade
- o Fruit
- o Groente
- o Niks
- o Anders, namelijk...
- o Weet ik niet

Wie geeft dit eten meestal aan jouw kind? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk

- o Ik (ouder)
- o De coach
- o Mijn kind zelf
- o Andere ouders uit het team
- o Andere kinderen uit het team
- o Anders, namelijk...
- o Weet ik niet

Welke van onderstaande redenen is voor jou belangrijk wanneer je een tussendoortje (mee)geeft aan je kind voor tijdens het sporten? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk. Kies de meest belangrijke opties.

- o Voorkeur van kinderen
- o Geeft veel energie
- o Gezond
- o Snel klaar
- o Makkelijk te eten
- o Licht verteerbaar
- o Makkelijk mee te nemen
- o Beschikbaarheid
- o Budget
- o Voedzaamheid
- o Mijn eigen smaakvoorkeur
- o Gewoontes (ik geef dit altijd mee)
- o Andere ouders geven hetzelfde mee

Wat drinkt je kind meestal tijdens de rust? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- o Sportdrink (Bijvoorbeeld AA, Aquarius)
- o Vers fruitsap (Bijvoorbeeld verse sinaasappelsap, verse smoothie)
- o Houdbaar fruitsap (Bijvoorbeeld sinaasappelsap of appelsap uit een pakje)
- o Frisdrank (Bijvoorbeeld cola, sinas)
- o Limonade
- o Water
- o Anders, namelijk...
- o Weet ik niet

Wie geeft dit drinken aan jouw kind? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- o Ik (ouder)
- o De coach
- o Mijn kind zelf
- o Andere ouders uit het team
- o Andere kinderen uit het team
- o Anders, namelijk...
- o Weet ik niet

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

De volgende vragen zullen gaan over rustfruit.

Herhaling uitleg rustfruit: Rustfruit is een idee voor sportclubs waarbij aan ouders wordt gevraagd om de beurt een fruit-tussendoortje te verzorgen voor het hele voetbalteam van hun kind. Dit komt erop neer dat jij als voetbalouder ongeveer 1 wedstrijd per seizoen fruit zou moeten verzorgen voor het hele team. De overige ouders vullen de andere wedstrijden op. Zo heeft ieder kind dus elke wedstrijd een fruit tussendoortje en verzorg jij dit als ouder 1 keer per seizoen.

Als je dit leest...

Wat vind je dan van rustfruit?

Wat zijn dan volgens jou voordelen van rustfruit?

Wat zijn dan volgens jou nadelen van rustfruit?

Om eens per seizoen rustfruit voor het team te verzorgen, zal je als ouder of verzorger verschillende stappen moeten ondernemen. De volgende vragen hebben betrekking op deze verschillende stappen die een ouder of verzorger moet doorlopen om het fruit te kunnen serveren tijdens de rust van een voetbalwedstrijd.

Rangschik de volgende stappen van meest lastig naar minst lastig

- Het maken van een planning (Welke ouder neemt wanneer fruit mee)
- Het kopen van fruit
- Het bereiden van het fruit (bijvoorbeeld een appel in partjes snijden)
- Het fruit meenemen naar de voetbalwedstrijd
- Het fruit uitdelen aan de kinderen
- Een extra stap die hier niet vermeld staat, namelijk:

Je geeft aan dat de stap '{gekozen optie vorige vraag}' het meest lastig is. Wat maakt het dat deze stap het meest lastig is?

Op een schaal van 1 tot 10, in hoeverre lijkt het jou haalbaar om al deze stappen eenmaal per seizoen uit te voeren?

1 – 10

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Er volgen enkele vragen over in hoeverre rustfruit aansluit bij **jou als persoon**. Kruis het antwoord aan dat het meest op jou van toepassing is.

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het er (1) zeer mee oneens tot (7) zeer mee eens bent.

Meedoen aan rustfruit...

| | Zeer mee oneens | Mee oneens | Enigszins mee oneens | Neutraal | Enigszins mee eens | Mee eens | Zeer mee eens |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------|----------------------------|----------|-----------------------|-------------|---------------------|
| ... past bij wie ik ben | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ... past bij wat ik nu al doe | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ... past bij de persoon die ik wil zijn | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ... past bij het beeld dat ik heb van mezelf als (voetbal)ouder | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ... past bij het beeld dat ik heb van mezelf als gezonde ouder | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Er volgen nu enkele vragen over de **sociale omgeving**. Kruis het antwoord aan dat het meest op jou van toepassing is.

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het (1) zeer oneens tot (7) zeer eens bent met de stelling.

Meedoen met rustfruit...

| | Zeer mee oneens | Mee oneens | Enigszins mee oneens | Neutraal | Enigszins mee eens | Mee eens | Zeer mee eens |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------|----------------------------|----------|-----------------------|-------------|---------------------|
| ... past bij waar het team van mijn kind voor staat | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ... is goed voor de sfeer in het team van mijn kind | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ... is goed voor het groepsgevoel van de <u>kinderen</u> uit het team onderling | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ... is goed voor het groepsgevoel van de <u>ouders</u> van het team van mijn kind | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...zorgt ervoor dat ik beter pas in de groep ouders van het team van mijn kind | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...zorgt voor negatieve reacties van andere <u>ouders</u> uit het team van mijn kind | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...zorgt voor negatieve reacties van <u>mijn kind</u> | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...zorgt voor negatieve reacties van de <u>coach</u> van het team van mijn kind | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...zorgt ervoor dat andere <u>ouders</u> uit het team van mijn kind positief over mij denken | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...zorgt ervoor dat <u>mijn kind</u> positief over mij denkt | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...zorgt ervoor dat <u>de coach</u> van het team van mijn kind positief over mij denkt | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ...draagt bij aan het imago van het team van mijn kind | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...verbetert mijn eigen imago binnen de groep <u>ouders</u> van het team van mijn kind | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...zorgt ervoor dat ik een goed voorbeeld ben voor andere <u>ouders</u> uit het team van mijn kind | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...zorgt ervoor dat ik een goed voorbeeld ben voor <u>mijn kind</u> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...past bij wat de meeste <u>ouders</u> uit het team van mijn kind belangrijk vinden | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...past bij wat de meeste <u>ouders</u> uit het team van mijn kind ook zullen doen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Er volgen enkele vragen over de mogelijke **positieve en negatieve aspecten** van rustfruit. Kruis het antwoord aan dat het meest op jou van toepassing is.

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het (1) zeer oneens of (7) zeer eens bent met de stelling.

Meedoen met rustfruit...

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|--------------------|---------------|----------------------------|----------|-----------------------|-------------|------------------|
| | Ze er oneens | Mee oneens | Enigszins mee oneens | Neutraal | Enigszins mee eens | Mee eens | Ze er eens |

| | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| ...kost mij meer moeite dan wat ik nu doe | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...kost mij meer tijd om voor te bereiden dan wat ik nu doe | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...kost mij meer geld dan wat ik nu doe | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...is minder lekker dan wat ik nu meegeef als tussendoortje | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...is gezonder dan wat ik nu doe voor mijn kind | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Er volgen enkele vragen over jouw **intentie** om mee te doen aan het rustfruit concept. Kruis het antwoord aan dat het meest op jou van toepassing is.

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het (1) zeer oneens of (7) zeer eens bent met de stelling.

Stel jouw team wordt gevraagd door de club om te starten met rustfruit...

| | Ze er mee oneens | Mee oneens | Enigszins mee oneens | Neutraal | Enigszins mee eens | Mee eens | Ze er mee eens |
|--------------------------------------------------|---------------------------|---------------|----------------------------|----------|-----------------------|-------------|-------------------------|
| ...dan heb ik de intentie om daaraan mee te doen | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...dan zou ik dat ondersteunen | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...dan wil ik daar graag aan mee doen | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Groepsgevoel

Er volgen enkele vragen over het **groepsgevoel** binnen het team. Kruis het antwoord aan dat het meest op jou van toepassing is.

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het (1) zeer oneens tot (7) zeer eens bent met de stelling.

| | Zeer mee oneens | Mee oneens | Enigszins mee oneens | Neutraal | Enigszins mee eens | Mee eens | Zeer mee eens |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ik voel me sterk verbonden met andere ouders van dit team | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ik vind het makkelijk om een band op te bouwen met andere ouders van dit team. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ik ervaar een gevoel van verbondenheid met dit team. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Het feit dat ik een ouder van een kind in dit team ben, bepaalt voor een groot deel hoe ik me over mijzelf voel. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Het feit dat ik een ouder van een kind in dit team ben, is een belangrijk onderdeel van mijn zelfbeeld. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ik denk vaak aan het feit dat ik een ouder van een kind in dit team ben. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Over het algemeen ben ik blij dat ik een ouder van een kind in dit team ben. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ik voel me goed over het feit dat ik een ouder van een kind in dit team ben. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ik voel me over het algemeen goed als ik denk aan het feit dat ik een ouder van een kind in dit team ben. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Conflicten

Er volgen enkele vragen over **conflicten** (ruzies) met anderen. Kruis het antwoord aan dat het meest op jou van toepassing is.

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het (1) zeer oneens tot (7) zeer eens bent met de stelling.

Als mijn kind een tussendoortje meegeef...

| | Zeer mee oneens | Mee oneens | Enigszins mee oneens | Neutraal | Enigszins mee eens | Mee eens | Zeer mee eens |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ...wil ik confrontatie of ruzie met mijn kind vermijden. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...wil ik confrontatie of ruzie met andere ouders uit het team van mijn kind vermijden. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...wil ik er zeker van zijn dat ik niet uitval tegen mijn kind. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

De volgende vragen gaan over het aanbieden van **rustfruit in een supermarkt** als de Albert Heijn (AH). Kruis het antwoord aan dat het meest op jou van toepassing is en geef antwoord op de open vraag.

Wat kan een supermarkt als de AH volgens jou doen om het aanbieden van rustfruit aan het team van je kind aantrekkelijker te maken?

Ik ben eerder geneigd om rustfruit aan te schaffen bij de AH, als ik weet dat AH rustfruit wekelijks aanbiedt met 2 zakken naar keuze.

- Eens
- Een beetje eens
- Niet eens/niet oneens
- Een beetje oneens
- Oneens

Ik ben eerder geneigd om rustfruit aan te schaffen bij de AH, als ik weet dat er voetbalplaatjes voor mijn kinderen bij zitten.

- Eens
- Een beetje eens
- Niet eens/niet oneens
- Een beetje oneens
- Oneens

Bedankt voor het beantwoorden van de vragen.

Indien je wenst mee te doen aan de loterij om kans te maken op 1 van de 10 x 2 kaarten voor de wedstrijd Nederland - Wales op 16 juni 2022, kun je dit aangeven via onderstaande vraag.

Wil je meedoen met de loterij?

- Ja
- Nee

Appendix C
Results Study 1

Process Model

As described in the results section of study 1, a multiple linear regression analysis was performed to investigate if the *social value*, *self-related value*, and *tangible value* predicted the *intention to participate in fruit-break*. Additionally, the interaction effect of *group identity* and *social value*, as well as *conflict avoidance* and *social value* was investigated. The regression weights per factor are shown in Tables C1 to C3.

Table C1

Linear Regression Analysis Main Effects B-Weights Per Factor

| | <i>B</i> | <i>SE</i> | β | <i>t</i> |
|--------------|----------|-----------|---------|----------|
| Constant | 1.43 | .37 | | 3.86*** |
| Self-related | .19 | .07 | .23 | 2.86* |
| Tangible | .18 | .09 | .14 | 2.09 |
| Social | .58 | .10 | .47 | 5.81*** |

Note. Significance levels * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Table C2

Linear Regression Analysis Interaction Effects B-Weights Conflict Avoidance

| | <i>B</i> | <i>SE</i> | β | <i>t</i> |
|----------------------------------|----------|-----------|---------|----------|
| Constant | .001 | .07 | | .007 |
| Social (centered) | .85 | .08 | .70 | 11.16*** |
| Conflict avoidance (centered) | -.03 | .05 | -.04 | -.63 |
| Conflict avoidance x Social | .01 | .05 | .01 | .145 |

Note. Significance levels * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Table C3*Linear Regression Analysis Interaction Effects B-Weights Group Identity*

| | <i>B</i> | <i>SE</i> | β | <i>t</i> |
|------------------------------|----------|-----------|---------|------------|
| Constant | -.03 | .08 | | -.44 |
| Social (centered) | .91 | .08 | .74 | -10.93**** |
| Group identity (centered) | -.09 | .09 | -.07 | -1.08 |
| Group identity x Social | .10 | .08 | .08 | 1.20 |

Note. Significance levels * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Cook's Distance Process Model

The above-mentioned analyses were also conducted excluding the cases that exceeded Cook's distance (influential cases). The linear regression for the main effects without the influential cases ($N = 127$; Cook's distance = 0.029) showed a higher significance for the *self-related value* ($\beta = 0.365$; $t(123) = 4.531$; $p < .001$), as well as the *tangible value* ($\beta = 0.163$; $t(123) = 2.26$; $p = .026$). The *social value* still explained a significant amount of variance in parent's *intention* ($\beta = 0.334$; $t(123) = 4.20$; $p < .001$). For the interaction effect of *conflict avoidance* with the *social value* ($N = 130$; Cook's distance = 0.029), there was still no significant result found ($N = 126$; $\beta = -.076$; $t(122) = -1.08$; $p = .283$). However, the interaction effect of the *social value* with *group identity* ($N = 130$; Cook's distance = 0.029), explained a significant amount of variance in parent's *intention* with exclusion of the influential cases ($\beta = 0.187$; $t(126) = 2.40$; $p = .018$).

Individual Items

As described in the results section of study 1, a multiple linear regression analysis was done with all items in the questionnaire per main effect. The complete overview of the results is shown in Table C4 to C6.

Table C4*Regression Analysis Items Social Questionnaire*

| | <i>B</i> | <i>SE</i> | β | <i>t</i> |
|----------|----------|-----------|---------|----------|
| Constant | 1.65 | .40 | .17 | 4.17*** |
| Item 1 | .14 | .07 | .05 | 1.96 |
| Item 2 | .04 | .08 | .12 | .51 |
| Item 3 | .10 | .08 | -.05 | 1.30 |
| Item 4 | -.04 | .07 | .03 | -.56 |
| Item 5 | .02 | .06 | -.13 | .41 |
| Item 6 | .17 | .06 | .23 | 2.99** |
| Item 7 | .04 | .05 | .05 | .77 |
| Item 8 | -.11 | .07 | -.12 | -1.63 |
| Item 9 | -.11 | .08 | .11 | 1.03 |
| Item 10 | .09 | .08 | .11 | 1.03 |
| Item 11 | -.09 | .11 | -.11 | -.81 |
| Item 12 | .14 | .07 | .18 | 1.99* |
| Item 13 | -.02 | .09 | -.02 | -.20 |
| Item 14 | .07 | .08 | .08 | .88 |
| Item 15 | .25 | .08 | .29 | 3.16** |
| Item 16 | -.11 | .08 | -.13 | -1.38 |
| Item 17 | .24 | .07 | .30 | 3.70*** |

Note. Significance levels * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Table C5*Regression Analysis Items Tangible Questionnaire*

| | <i>B</i> | <i>SE</i> | β | <i>t</i> |
|----------|----------|-----------|---------|----------|
| Constant | 3.02 | .54 | | 5.60*** |
| Item 1 | .21 | .07 | .34 | 2.8** |
| Item 2 | .11 | .08 | .15 | 1.3 |
| Item 3 | -.04 | .07 | -.06 | -.60 |
| Item 4 | .20 | .07 | .22 | 2.94** |
| Item 5 | .18 | .05 | .26 | 3.28*** |

Note. Significance levels * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Table C6*Regression Analysis Items Self-Related Questionnaire*

| | <i>B</i> | <i>SE</i> | β | <i>t</i> |
|----------|----------|-----------|---------|----------|
| Constant | 3.20 | .33 | | 9.80*** |
| Item 1 | .10 | .10 | .14 | 1.02 |
| Item 2 | .16 | .06 | .24 | 2.43* |
| Item 3 | .15 | .11 | .20 | 1.40 |
| Item 4 | .02 | .09 | .03 | .21 |
| Item 5 | .08 | .11 | .10 | .71 |

Note. Significance levels * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Cook's Distance Individual Items

Again, the analyses were conducted without the influential cases that excluded Cook's distance. In Table C7, the significant items are shown as found in the linear regression analyses with exclusion of the influential cases. Concretely, this means that for the *tangible value* ($N = 128$; Cook's distance = 0.030) all items (1, 4 and 5) remain significant predictors without influential cases. For the *self-related value* ($N = 128$; Cook's distance = 0.030) instead of item 2, item 1 explained a significant amount of variance in parent's *intention*. For the *social value* ($N = 131$; Cook's distance = 0.033), items 12 and 17 are not significant in this model, while items 6 and 15 still explained a significant amount of variance in parent's *intention*.

Table C7*Regression Analysis Items Self-Related Questionnaire*

| | <i>B</i> | <i>SE</i> | β | <i>t</i> |
|---------------------|----------|-----------|---------|----------|
| Tangible Item 1 | .14 | .05 | .30 | 2.71** |
| Tangible Item 4 | .20 | .05 | .33 | 4.16*** |
| Tangible Item 5 | .14 | .04 | .27 | 3.17** |
| Self-related Item 1 | .24 | .09 | .38 | 2.73** |
| Social Item 6 | .12 | .05 | .18 | 2.40** |
| Social Item 15 | .29 | .07 | .36 | 3.90*** |

Note. Significance levels * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Appendix D
Intervention Material

Figure D1

Condition A: Supermarket Signs with Main Slogan in Dutch

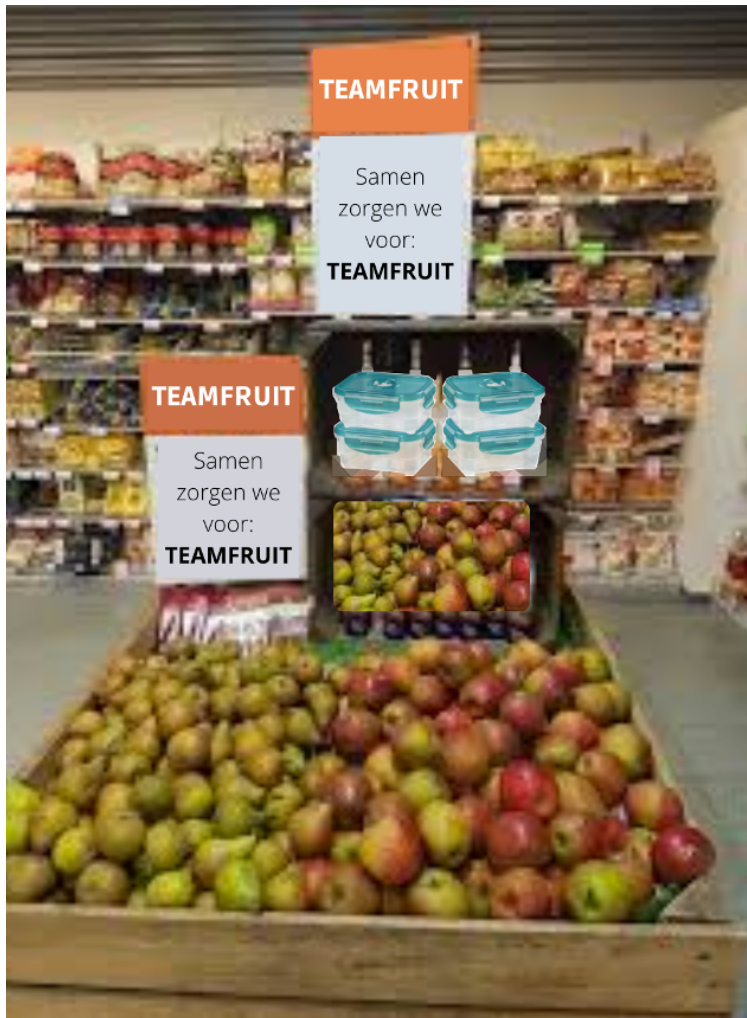


Figure D2

Condition A: Types of Fruit with Four Packaging Slogans in Dutch



Note. All types of fruit as shown in the figure, were included four times with the different slogans.

Figure D3

Intervention B: Poster in Dutch

SAMEN scoren met TEAMFRUIT

FC VERS
DOEL. BEWUST. SCOREN.

Jessica (coach)
Hoi team! Dit seizoen willen wij meedoen met teamfruit. Wat vinden jullie van dit idee? 🍏
👍❤️ 7

Hans (vader Sem)
Om de beurt fruit meenemen voor het hele team. Wordt dat niet een heel gedoe met de planning?

Jessica (coach)
Op de website van FC Vers is een handige spreadsheet gemaakt om het plannen makkelijk te maken!
👍🙏 6

Top idee! Een lekkere en gezonde snack voor de 2e helft! 🏆
👍🙏 6

Lisanne (moeder Daan)

Daan vindt teamfruit ook top! 👍
👍❤️ 4

Trap jij **teamfruit** af voor jouw team?
Ga naar www.knvb.nl/teamfruit voor meer info!

Appendix E

Questionnaire Study 2

Welkom!

Bedankt dat je mee wilt doen met dit onderzoek over rustfruit.

Klik op 'Volgende' om verder te gaan.

INFORMATIEBRIEF voor deelname aan het wetenschappelijke onderzoek: Teamfruit bij Voetbalouders – FC Vers

Doel van het onderzoek

FC Vers is een initiatief dat als doel heeft een gezondere sportomgeving te realiseren. De Radboud Universiteit Nijmegen ontwikkelt hiervoor verschillende interventies in samenwerking met de KNVB. Voor de volgende interventie willen wij graag voetbalouders verschillende vragen stellen om meer inzicht te krijgen in de intentie om wel of niet mee te doen met ‘teamfruit’. **Teamfruit is een idee voor sportclubs waarbij aan ouders wordt gevraagd om de beurt een fruit-tussendoortje te verzorgen voor het hele voetbalteam van hun kind.** De bevindingen van dit onderzoek worden gebruikt als input van de ontwikkeling van een interventie die in het kader van het FC Vers project gaat plaatsvinden op verschillende deelnemende sportclubs.

Het onderzoek

U kunt deelnemen aan het onderzoek als u 18 jaar of ouder bent en tenminste één kind hebt tussen 7 en 14 jaar oud die voetbalt bij een voetbalclub. Wanneer u deelneemt kost dit u ongeveer 10 minuten van uw tijd. U zult enkele vragen beantwoorden over uzelf in het algemeen en over uw mening over aspecten van teamfruit.

Mocht u nog vragen hebben over het onderzoek kunt u deze stellen aan de verantwoordelijke stagiair onderzoeker Robyn Luiten (robyn.luiten@ru.nl) of haar stagebegeleider dr. Saar Mollen (saar.mollen@ru.nl of 06-31132317). Het onderzoek is onafhankelijk getoetst door de Ethiek Commissie Sociale Wetenschappen (ECSW) van de Radboud Universiteit, en er is formeel geen bezwaar tegen dit onderzoek.

Dataverzameling en gebruik

Voor de uitvoering van het onderzoek is het nodig dat enkele van uw persoonsgegevens worden verzameld, gebruikt en bewaard. Het gaat om de volgende gegevens: uw geslacht, leeftijd, en hoeveel kinderen je hebt. Het gebruiken en bewaren van uw persoonsgegevens is noodzakelijk om inzicht te krijgen in eventuele verschillen in de antwoorden van ouders en hierbij rekening kunnen houden met eventuele specifieke verschillen tussen ouders. Daarnaast kunnen alleen ouders van 18 jaar of ouder deelnemen aan het onderzoek, dus vragen wij naar uw leeftijd en bevestiging dat je ouder bent, om ons hiervan te verzekeren. De informatie die je verstrekt ten behoeve van het onderzoek wordt zorgvuldig behandeld en is alleen toegankelijk voor bevoegde medewerkers. Persoonsgegevens die de onderzoeker tijdens het onderzoek over jou verzamelt, blijven vertrouwelijk. Jouw toestemming voor deelname aan het onderzoek en onderzoeksgegevens worden gedurende 10 jaar na afronding van het onderzoek bewaard.

Anonimiseren en verwijderen gegevens

Vanwege het belang van controle, hergebruik en/of replicatie van onderzoeksresultaten worden onderzoeksgegevens in toenemende mate gedeeld met of openbaar gemaakt voor andere onderzoekers. Voorafgaand aan deze vorm van delen worden gegevens altijd geanonimiseerd. Dit betekent dat je niet (meer) te identificeren bent op basis van de gegevens. De antwoorden op de vragenlijst kunnen daarom gedeeld worden met andere onderzoekers om de onderzoeksresultaten te verifiëren of andere onderzoeksvragen mee te beantwoorden. Indien je niet wenst dat uw geanonimiseerde gegevens gedeeld worden, kun je uiterlijk 2 weken na afronding van het onderzoek verzoeken uw gegevens te laten verwijderen. Je kunt dit doen door een e-mail te sturen aan de verantwoordelijke onderzoeker stagiair onderzoeker Robyn Luiten (robyn.luiten@ru.nl) of haar stagebegeleider dr. Saar Mollen (saar.mollen@ru.nl), onder vermelding van de door jou in de vragenlijst samengestelde code.

Inzage gegevens door derden

Sommige personen en instanties moeten inzage kunnen hebben in uw persoons- en onderzoeksgegevens. Dit is nodig om te kunnen controleren of het onderzoek goed en betrouwbaar is uitgevoerd. Deze personen en instanties die ter controle toegang tot uw gegevens kunnen verkrijgen zijn onder andere: daartoe bevoegde personen binnen het Behavioural Science Institute of de Radboud Universiteit (bijvoorbeeld een decaan, directeur of datamanager) en (inter)nationale toezichthoudende autoriteiten (bijvoorbeeld de Autoriteit Persoonsgegevens en het Landelijke Orgaan Wetenschappelijke Integriteit). Zij zullen uw

gegevens geheimhouden. Je wordt gevraagd voor deze inzage toestemming te geven. Indien je dat niet wilt, kun je niet deelnemen aan het onderzoek.

AVG

De Radboud Universiteit is verantwoordelijk voor de naleving van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) bij de verwerking van uw persoonsgegevens. De onderzoeker ziet erop toe dat uw privacy en de daaraan verbonden voorwaarden gewaarborgd blijven en houdt zich bij het uitvoeren van dit onderzoek aan de Nederlandse gedragscode wetenschappelijke integriteit en aan universitair beleid voor opslag en beheer van persoons- en onderzoeksgegevens. Je hebt altijd het recht om uw toestemming voor het verwerken van uw persoonsgegevens in te trekken. Uw persoonsgegevens worden dan verwijderd. De Privacyverklaring van de Radboud Universiteit kun je nalezen op: <https://www.ru.nl/vaste-onderdelen/privacyverklaring-radboud-universiteit/>. Bij vragen over uw privacy kun je contact opnemen met de Decentrale Privacy Manager van de faculteit Sociale Wetenschappen (P.Janssen@socsci.ru.nl). Voor algemene vragen kan contact opgenomen worden met het bureau van de Functionaris Gegevensbescherming van de Radboud Universiteit via privacy@ru.nl. Meer informatie over jouw rechten bij de verwerking van jouw persoonsgegevens kun je vinden op <http://www.ru.nl/privacy/bescherming-persoonsgegevens/rechten-betrokkenen/> en op de website van de Autoriteit Persoonsgegevens (<https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-europese-privacywetgeving>).

Vrijwillige deelname

Uw deelname aan dit onderzoek is geheel vrijwillig. Als je besluit om niet deel te nemen aan dit onderzoek heeft dit geen nadelige gevolgen voor jou. Ook tijdens het onderzoek heb je altijd het recht om uw toestemming in te trekken en uw deelname te beëindigen. Dit heeft voor jou geen nadelige gevolgen.

Vergoeding deelname

Onder de deelnemers die de vragenlijst in zijn geheel hebben ingevuld, worden 10 Bol.com cadeaukaarten t.w.v. €10,00 verloot. De kans dat je 1 van de bonnen wint is ongeveer 1 op 200. Als je hierop kans wilt maken kun je na afronding van de vragenlijst op een andere pagina uw e-mailadres achterlaten.

Contactinformatie

Bij vragen, opmerkingen of zorgen over deze studie, kun je contact opnemen met de verantwoordelijke stagiair onderzoeker Robyn Luiten (robyn.luiten@ru.nl) of haar stagebegeleider dr. Saar Mollen (saar.mollen@ru.nl of 06-31132317). Als je vragen, opmerkingen of zorgen hebt die je liever niet met de verantwoordelijke onderzoeker wilt delen, kun je contact opnemen met de BSI Research Data Officer via dataofficer@bsi.ru.nl. De BSI Research Data Officer is een onafhankelijke vertrouwenspersoon voor onderzoeksgelateerde zaken en is niet betrokken bij deze studie.

Met vriendelijke groeten,

Robyn Luiten

Robyn.luiten@ru.nl

Radboud Universiteit, Nijmegen

TOESTEMMINGSVERKLARING voor deelname aan het wetenschappelijke onderzoek:

Teamfruit bij Voetbalouders – FC Vers

Ik bevestig dat:

- ik schriftelijk naar tevredenheid over het onderzoek geïnformeerd ben;
- ik de schriftelijke informatie toestemmingsverklaring goed heb gelezen;
- ik in de gelegenheid ben gesteld om vragen over het onderzoek te stellen;
- mijn eventuele vragen naar tevredenheid zijn beantwoord;
- ik goed over deelname aan het onderzoek heb kunnen nadenken;
- ik uit vrije wil deelneem aan het onderzoek.

Ik begrijp dat:

- ik het recht heb om mijn toestemming op ieder moment gedurende deelname aan het onderzoek weer in te trekken zonder opgave van redenen en tot twee weken na deelname mijn gegevens kan laten vernietigen, zonder dat dit nadelige gevolgen voor mij heeft, door een mail te sturen naar stagiair onderzoeker Robyn Luiten (robyn.luiten@ru.nl) of haar stagebegeleider dr. Saar Mollen (saar.mollen@ru.nl), met de door mij tijdens het onderzoek aangemaakte code.
- ik het recht heb om mijn toestemming voor de (verdere) verwerking van mijn persoonsgegevens in te trekken;

- mijn persoonsgegevens worden verwerkt volgens de geldende Europese privacyregelgeving;
- mijn persoonsgegevens worden verwerkt volgens de privacyverklaring van de Radboud Universiteit (<https://www.ru.nl/vaste-onderdelen/privacyverklaring-radboud-universiteit>);

Ik stem in dat:

- mijn persoons- en/of onderzoeksgegevens binnen dit onderzoek voor wetenschappelijke doelen worden verkregen en gedurende 10 jaar beschikbaar zullen zijn voor controle, hergebruik en replicatie;
- het akkoord op de toestemmingsverklaring gedurende 10 jaar wordt bewaard;
- mijn persoonsgegevens welke uitsluitend voor administratieve doelen worden verkregen tot maximaal 1 maand na afronding van het onderzoek worden bewaard. Administratieve doelen houden in dit geval in, het verloten van de wedstrijdkaarten.
- voor de controle van het onderzoek toezichthoudende autoriteiten mijn persoons- en onderzoeksgegevens kunnen inzien.

Ik ga akkoord met bovenstaande en stem in met deelname aan het onderzoek.

- Ja, ik ga akkoord
- Nee, ik ga niet akkoord

Vragenlijst

Welkom bij dit onderzoek over teamfruit.

Met behulp van dit onderzoek willen we graag meer te weten komen over de intentie van voetbal ouders om wel of niet mee te doen met teamfruit voor hun sportende kinderen. De vragenlijst zal ongeveer 10 minuten duren. Alvast bedankt voor het invullen.

Code

Stel een code samen op basis van de laatste twee letters van je geboorteplaats en de eerste twee letters van je huidige woonplaats. Deze code heb je nodig als je op een later moment je data zou willen terugtrekken uit het onderzoek.

Bijvoorbeeld, als je net zoals Max Verstappen geboren bent in Hasselt en je huidige woonplaats Monaco is, is de code: LTMO.

Mijn code:

Algemene vragen

Er volgen eerst een aantal algemene vragen.

Wat is je geslacht?

- Man
- Vrouw
- Anders

Wat is je leeftijd?

Ben je ouder of verzorger van kinderen in de **leeftijdscategorie van 7 tot en met 14 jaar**?

- Ja
- Nee

Van hoeveel kinderen (in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar) ben je ouder of verzorger?

1 – 12

Hoeveel van deze kinderen (in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar) zitten op voetbal?

1 – 12

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Worden er wedstrijden gespeeld door het team van jouw kind?

- Ja
- Nee

Teamfruit

Teamfruit is een idee voor sportclubs waarbij aan ouders wordt gevraagd om de beurt een fruit-tussendoortje te verzorgen voor het hele voetbalteam van hun kind. Dit tussendoortje wordt tijdens de rust van de wedstrijd uitgedeeld aan de kinderen.

Dit komt erop neer dat een voetbalouder ongeveer 1 wedstrijd per seizoen fruit verzorgt voor het hele team. De overige ouders doen dit tijdens de andere wedstrijden van het seizoen. Zo heeft ieder kind elke wedstrijd een fruit tussendoortje en verzorg jij als ouder dit ongeveer 1 keer per seizoen.

[Condition A: Exposure intervention A. Supermarket signs for 30 seconds and consecutively fruit packaging with questions.]

[Condition B: Exposure intervention B. Poster for 30 seconds and consecutively the corresponding questions.]

[Condition C: No exposure.]

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Er volgen enkele vragen over jouw **intentie** om mee te doen aan het teamfruit concept. Kruis het antwoord aan dat het meest op jou van toepassing is.

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het (1) zeer oneens of (7) zeer eens bent met de stelling.

| | Ze er mee oneens | Mee oneens | Enigszins mee oneens | Neutraal | Enigszins mee eens | Mee eens | Ze er mee eens |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ik zou <i>andere ouders</i> uit het team van mijn kind vragen om mee te doen met teamfruit. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ik zou <i>de coach</i> van het team van mijn kind vragen om mee te doen met teamfruit. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Als teamfruit wordt gestart door een <i>andere ouder</i> uit het team van mijn kind, dan doe ik mee. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Als teamfruit wordt gestart door de <i>coach</i> van het team van mijn kind, dan doe ik mee. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Als een <i>andere ouder</i> uit het team van mijn kind mij vraagt om mee te doen met teamfruit, dan doe ik mee. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Als de <i>coach</i> van het team van mijn kind mij vraagt om mee te doen met teamfruit, dan doe ik mee. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Er volgen nu enkele vragen over de **sociale omgeving**. Kruis het antwoord aan dat het meest op jou van toepassing is.

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het (1) zeer oneens tot (7) zeer eens bent met de stelling.

Meedoen met rustfruit...

| | Zeer mee oneens | Mee oneens | Enigszins mee oneens | Neutraal | Enigszins mee eens | Mee eens | Zeer mee eens |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ...zorgt voor negatieve reacties van andere ouders uit het team van mijn kind | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ...draagt bij aan het imago van het team van mijn kind | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...zorgt ervoor dat ik een goed voorbeeld ben voor mijn kind | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...is iets dat andere ouders uit het team van mijn kind ook zullen doen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Er volgen enkele vragen over de mogelijke **positieve en negatieve aspecten** van rustfruit. Kruis het antwoord aan dat het meest op jou van toepassing is.

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het (1) zeer oneens of (7) zeer eens bent met de stelling.

Meedoen met rustfruit...

| | Zeer mee oneens | Mee oneens | Enigszins mee oneens | Neutraal | Enigszins mee eens | Mee eens | Zeer mee eens |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ...kost mij meer moeite dan wat ik nu doe | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...is minder lekker dan wat ik nu meegeef als tussendoortje | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...is gezonder dan wat ik nu doe voor mijn kind | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Je hebt aangegeven dat meerdere van je kinderen voetballen, die in de leeftijdscategorie 7 tot en met 14 jaar vallen. Neem voor de volgende vragen het team in je gedachten van het **jongste** kind dat nog in deze leeftijdscategorie valt.

Hoeveel procent van de ouders uit het team verwacht jij dat zal instemmen om mee te doen met teamfruit?

0 – 100% (+ weet ik niet)

Hoeveel procent van de ouders uit het team moet instemmen met teamfruit, voordat het in het team wordt uitgevoerd?

0 – 100% (+ weet ik niet)

Hoeveel procent van de ouders uit het team vind jij dat moet instemmen met teamfruit, voordat jij mee zou willen doen met teamfruit? Indien je zelf niet mee zou doen met teamfruit, klik dan op 'n.v.t.'

0 – 100% (+ n.v.t.)

Om eens per seizoen teamfruit voor het team te verzorgen, zal je als ouder of verzorger verschillende stappen moeten ondernemen. De volgende vragen hebben betrekking op deze verschillende stappen die een ouder of verzorger moet doorlopen om het fruit te kunnen serveren tijdens de rust van een voetbalwedstrijd.

Geef voor de volgende stappen aan in hoeverre (0-10) jij die stap haalbaar vindt.

1. Het maken van een planning (welke ouder neemt wanneer fruit mee)
2. Het kopen van het fruit
3. Het bereiden van het fruit (bijvoorbeeld een appel in partjes snijden of druiven wassen)
4. Het fruit meenemen naar de voetbalwedstrijd
5. Het fruit uitdelen aan de kinderen

[**Condition A**] Je hebt zojuist een aantal afbeeldingen gezien van fruit met verschillende verpakkingen en een aantal borden met tekst in de supermarkt.

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het (1) zeer oneens of (7) zeer eens bent met de stelling.

Als ik deze verpakkingen in de winkel zou zien...

| | Zeer mee oneens | Mee oneens | Enigszins mee oneens | Neutraal | Enigszins mee eens | Mee eens | Zeer mee eens |
|--------------------------------|-----------------------|---------------|----------------------------|----------|-----------------------|-------------|---------------------|
| ...dan zou dit mij aanspreken. | o | o | o | o | o | o | o |

| | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| ...dan zou ik de slogans lezen. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...dan zou ik meer geneigd zijn om het fruit mee te nemen als teamfruit. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...dan zou ik de verpakking leuk vinden om te zien. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

[Condition B] Je hebt zojuist een poster gezien voor teamfruit.

Geef voor de volgende stellingen aan in hoeverre je het (1) zeer oneens of (7) zeer eens bent met de stelling.

Als ik deze poster op de club zou zien...

| | Ze er mee oneens | Mee oneens | Enig szins mee oneens | Neu traal | Enig szins mee eens | Mee eens | Ze er mee eens |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------|--------------------------------|--------------|------------------------------|-------------|-------------------------|
| ...dan zou dit mij aanspreken. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...dan zou ik dit lezen. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...dan zou ik meer informatie opzoeken over teamfruit op de website van de KNVB. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ...dan zou ik het leuk vinden om de poster te zien. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

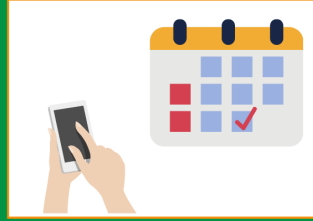
Kijk naar de volgende afbeelding. Stel dat dit verhaal zou worden gedeeld met voetbalouders (bijvoorbeeld via een video).

TEAMFRUIT

Storyboard



Teamfruit wordt geïnitieerd door een ouder uit een jeugd voetbalteam.



De ouders stemmen met elkaar af wie het teamfruit regelt per wedstrijd.



Een van de ouders gaat naar de **supermarkt** om fruit te halen.



Diezelfde ouder neemt het fruit mee naar huis om het daar te wassen en voor te bereiden voor de wedstrijd.



Het fruit wordt in een bakje gedaan en meegenomen naar de wedstrijd.



Het fruit wordt geserveerd tijdens de **rust** van de wedstrijd.

Stel dat iemand deze rol uit het storyboard (een voetbalouder die teamfruit organiseert) zou moeten innemen, wie zou jij dan het meest overtuigend vinden?

- Een ouder van de club
- Een andere ouder, niet per se van de club
- Een bekende voetballer (bijvoorbeeld Arjen Robben)
- Een bekende voetbalouder (bijvoorbeeld Chantal Janzen)
- Een bekend persoon, niet per se bezig met voetbal
- Maakt niet uit
- Anders, namelijk

Heb jij nog ideeën voor een aansprekende video voor teamfruit?

Wanneer je boodschappen doet, hoe vaak doe je dit dan bij de Albert Heijn?

- Nooit
- Soms
- Af en toe
- Regelmatig
- Vaak
- Meestal
- Altijd

Als je informatie krijgt over teamfruit, vanuit wie wil je deze informatie het liefst ontvangen?

- De Albert Heijn, in samenwerking met de KNVB
- De KNVB, in samenwerking met de Albert Heijn
- FC Vers
- De club
- De coach
- Anders, namelijk

Heb je nog opmerkingen die je met ons wil delen?

Bedankt voor het beantwoorden van de vragen. Indien je wenst mee te doen aan de loterij om kans te maken op 1 van de 10 Bol.com cadeaukaarten t.w.v. €10,00, kun je dit aangeven via onderstaande vraag.

Wil je meedoen met de loterij?

- Ja
- Nee

Appendix F
Results Study 2

Differences Between the Conditions

Due to the violated assumption of normality, the results of the ANOVA with the average of the intention, social and tangible scales was compared to outcome on the nonparametric Kruskal-Wallis test. The results are shown in Table E1. The results did not differ from the ANOVA, thus did not show any significant differences between the conditions.

Table F1

Results Kruskal-Wallis Analysis with Average Scores Dependent Variables

| | Median | <i>df</i> | <i>H</i> |
|-------------------|--------|-----------|----------|
| Average Intention | 6.00 | 2 | 3.31 |
| Average Social | 5.25 | 2 | 2.82 |
| Average Tangible | 4.00 | 2 | 1.05 |

Individual Items

ANOVA. The differences in scores on the individual items between the three conditions were calculated using a One-Way Independent ANOVA. The results are shown in Table E2.

Table F2

Results ANOVA Analysis with Individual Items

| | Mean | <i>SD</i> | <i>F</i> |
|-------------------------|------|-----------|----------|
| Intention Item 1 | 5.16 | 1.71 | .653 |
| Intention Item 2 | 5.11 | 1.82 | .376 |
| Intention Item 3 | 5.92 | 1.46 | .674 |
| Intention Item 4 | 5.93 | 1.39 | .946 |
| Intention Item 5 | 5.76 | 1.52 | .891 |
| Intention Item 6 | 5.81 | 1.48 | .990 |
| Social Item 1 (recoded) | 5.11 | 1.58 | .100 |

| | Mean | SD | F |
|---------------------------|------|------|------|
| Social Item 2 | 4.68 | 1.61 | .196 |
| Social Item 3 | 5.09 | 1.57 | .211 |
| Social Item 4 | 5.04 | 1.35 | .288 |
| Tangible Item 1 (recoded) | 3.69 | 1.77 | .457 |
| Tangible Item 2 (recoded) | 5.27 | 1.36 | .396 |
| Tangible Item 3 | 3.96 | 1.85 | .149 |

Note.

Kruskal-Wallis. Again, due to the violated assumption of normality, the outcome of the ANOVA on the individual items was compared to outcome on the nonparametric Kruskal-Wallis test. The results are shown in Table E3.

Table F3

Results Kruskal-Wallis Analysis with Individual Items

| | Median | df | H |
|---------------------------|--------|----|------|
| Intention Item 1 | 6.00 | 2 | 1.49 |
| Intention Item 2 | 6.00 | 2 | 2.75 |
| Intention Item 3 | 6.00 | 2 | 2.08 |
| Intention Item 4 | 6.00 | 2 | 2.14 |
| Intention Item 5 | 6.00 | 2 | 1.09 |
| Intention Item 6 | 6.00 | 2 | 1.02 |
| Social Item 1 (recoded) | 6.00 | 2 | 5.73 |
| Social Item 2 | 5.00 | 2 | 4.15 |
| Social Item 3 | 6.00 | 2 | 3.98 |
| Social Item 4 | 5.00 | 2 | 1.85 |
| Tangible Item 1 (recoded) | 3.00 | 2 | 1.47 |
| Tangible Item 2 (recoded) | 6.00 | 2 | 0.88 |
| Tangible Item 3 | 4.00 | 2 | 3.90 |

Outliers

Analyses Average Variables. Both the ANOVA, as well as the Kruskal-Wallis analyses were performed on the average of the dependent variables both including outliers (as

described above), as well as excluding outliers. The results of the four analyses were compared, but no differences were found in the outcome. The results of the analyses excluding the outliers are shown in Table F4 and F5.

Table F4

Results ANOVA Average Scores Excluding Outliers

| | Mean | SD | F | N |
|-------------------|------|------|------|----|
| Average Intention | 6.01 | 0.84 | 1.73 | 82 |
| Average Social | 5.06 | 1.01 | 1.05 | 89 |
| Average Tangible | 4.32 | 0.81 | 0.60 | 89 |

Table F5

Results Kruskal-Wallis Average Scores Excluding Outliers

| | Median | df | H |
|-------------------|--------|----|------|
| Average Intention | 6 | 2 | 5.60 |
| Average Social | 5.25 | 2 | 2.41 |
| Average Tangible | 4 | 2 | 1.10 |

Analyses Individual Items. Both the ANOVA, as well as the Kruskal-Wallis analyses were performed on the individual items both including outliers (as described above), as well as excluding outliers. The results of the four analyses were compared. As mentioned in the results section, only on item 1 on the social scale a significant difference was found between the conditions. The results of the analyses excluding the outliers are shown in Table F6 and F7.

Table F6

Results ANOVA Individual Scores Excluding Outliers

| | Mean | SD | F | N |
|------------------|------|------|------|----|
| Intention Item 1 | 5.74 | 1.00 | 0.74 | 78 |
| Intention Item 2 | 5.75 | 1.07 | 1.71 | 77 |
| Intention Item 3 | 6.20 | 0.92 | 0.83 | 86 |

| | Mean | SD | F | N |
|---------------------------|------|------|-------|----|
| Intention Item 4 | 6.20 | 0.87 | 1.71 | 86 |
| Intention Item 5 | 6.12 | 0.88 | 0.76 | 84 |
| Intention Item 6 | 6.13 | 0.90 | 0.90 | 85 |
| Social Item 1 (recoded) | 5.31 | 1.37 | 3.90* | 86 |
| Social Item 2 | 4.90 | 1.37 | 1.58 | 86 |
| Social Item 3 | 5.56 | 0.94 | 0.79 | 80 |
| Social Item 4 | 5.13 | 1.22 | 1.07 | 89 |
| Tangible Item 1 (recoded) | 3.37 | 1.50 | 0.36 | 83 |
| Tangible Item 2 (recoded) | 5.18 | 1.33 | 3.13 | 83 |
| Tangible Item 3 | 3.96 | 1.85 | .149 | 91 |

Note. Significance levels * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Table F7

Results Kruskal-Wallis Individual Items Excluding Outliers

| | Median | df | H |
|---------------------------|--------|----|-------|
| Intention Item 1 | 6.00 | 2 | 1.64 |
| Intention Item 2 | 6.00 | 2 | 3.32 |
| Intention Item 3 | 6.00 | 2 | 2.44 |
| Intention Item 4 | 6.00 | 2 | 4.80 |
| Intention Item 5 | 6.00 | 2 | 2.15 |
| Intention Item 6 | 6.00 | 2 | 2.75 |
| Social Item 1 (recoded) | 6.00 | 2 | 7.18* |
| Social Item 2 | 5.00 | 2 | 3.89 |
| Social Item 3 | 6.00 | 2 | 1.96 |
| Social Item 4 | 5.00 | 2 | 1.71 |
| Tangible Item 1 (recoded) | 3.00 | 2 | 1.04 |
| Tangible Item 2 (recoded) | 6.00 | 2 | 4.93 |
| Tangible Item 3 | 4.00 | 2 | 3.90 |

Note. Significance levels * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Intervention versus control

Analyses Average Variables. An Independent Samples T-test was performed for the average scores on the dependent variables for condition A and B grouped together (intervention condition) versus the control condition. This was done because there were no hypotheses formulated about which of the two interventions would have larger effects when compared to each other, and because this would increase the power of the analyses. However, the results did not differ from the results of the above-mentioned analyses comparing the three conditions.

Additionally, the nonparametric Mann-Whitney U test was performed due to the violation of the normality assumption. These results also did not differ from the Independent Samples T-test or the analyses comparing the three conditions.

Lastly, both analyses were conducted excluding the outliers. Again, no differences were found compared with the other analyses. To avoid repetition, an overview of the Independent Samples T-tests is included in Table F8.

Table F8

Results Independent-Samples T-test Average Scores

| | Mean Difference | SE Difference | <i>t</i> |
|-------------------|-----------------|---------------|----------|
| Average Intention | 0.14 | 0.32 | .44 |
| Average Social | 0.36 | 0.25 | 1.44 |
| Average Tangible | 0.14 | .20 | 0.68 |

Analyses Individual Items. The Independent Samples T-test was also performed for the individual items for condition A and B grouped together (intervention condition) versus the control condition. Again, the results did not differ from the results of the above-mentioned analyses comparing the three conditions on the individual items.

Additionally, due to the violation of the normality assumption, the nonparametric Mann-Whitney U test was performed on the individual items as well. These results also did not differ from the Independent Samples T-test or the analyses comparing the three conditions.

Lastly, both analyses were conducted excluding the outliers. Again, no differences were found compared with the other analyses. To avoid repetition, an overview of the Independent Samples T-tests is included in Table F9.

Table F9*Results Independent-Samples T-test Individual Items*

| | Mean Difference | SE Difference | <i>t</i> |
|---------------------------|-----------------|---------------|----------|
| Intention Item 1 | 0.08 | 0.38 | 0.22 |
| Intention Item 2 | 0.36 | 0.40 | 0.90 |
| Intention Item 3 | 0.17 | 0.32 | 0.52 |
| Intention Item 4 | 0.05 | 0.31 | 0.17 |
| Intention Item 5 | 0.13 | 0.34 | 0.39 |
| Intention Item 6 | 0.05 | 0.33 | 0.14 |
| Social Item 1 (recoded) | -0.07 | 0.35 | -0.21 |
| Social Item 2 | 0.64 | 0.35 | 1.83 |
| Social Item 3 | 0.54 | 0.34 | 1.58 |
| Social Item 4 | 0.32 | 0.30 | 1.07 |
| Tangible Item 1 (recoded) | -0.39 | 0.39 | -1.01 |
| Tangible Item 2 (recoded) | 0.15 | 0.30 | 0.52 |
| Tangible Item 3 | 0.65 | 0.40 | 1.61 |