



REISTIJD- BELEVING VAN FIETSERS

Crowdfunding onderzoeksvoorstel



Inhoudsopgave

- 1. Waarom een onderzoek naar de reistijdbeleving van fietser?**
Over de aanleiding en het doel van het onderzoek
- 2. Achtergrond**
Over de achtergrond van het bestaande fietsbeleid en de wetenschap daarachter
- 3. Waarom is het voor u interessant om mee te doen?**
De belangrijkste argumenten op een rij
- 4. Proces**
Over organisatie, samenwerking en communicatie
- 5. Onderzoeksstappen**
Over het plan van aanpak en de (tussen)resultaten
- 6. Begroting**
Over kosten voor deelname

1. Waarom een onderzoek naar de reistijdbeleving van fietsers?

Over de aanleiding en het doel van het onderzoek

Reistijdbeleving als beleidsinstrument

Meer inzicht in de wachttijdbeleving van treinreizigers op station heeft geleid tot een andere inrichting van stations waarbij volop wordt ingezet op veraangenaming als strategie om de wachttijdbeleving te verkorten (Van Hagen, 2011). Reizigers ervaren aangename tijd als korter en geven een hogere waardering aan de reis per trein. Ook voor de fiets kan worden gestuurd op het veraangename van de reis door reistijdbeleving te beïnvloeden. Het is denkbaar dat dit meer efficiënt kan zijn dan sturen op objectieve snelheid.

Alle aanleiding voor nader onderzoek

Het vermoeden bestaat dat reistijdbeleving een belangrijke rol speelt bij fietsers. Vooral bij de keuze voor een bepaalde route, maar ook in de keuze om wel of niet te gaan fietsen. Uit een klein veldonderzoek naar de reistijdbeleving en het routekeuzegedrag van fietsers tussen het Centraal Station in Utrecht en de Ravellaan bleek dat fietsers vaker voor de langere route kozen omdat ze deze aangener vonden (Goudappell Coffeng, 2012). Ook dachten ze vaker dat deze route korter was. Hoewel het onderzoek niet representatief is en geen rekening is gehouden met bijvoorbeeld wachttijden bij verkeerslichten, heeft het wel de volgende vraag opgeroepen:

“10 minuten fietsen over een comfortabele, aantrekkelijke route voelt korter dan 10 minuten fietsen langs een drukke, saaie hoofdweg”

“Als we het verplaatsingsgedrag willen beïnvloeden is het misschien belangrijker om een aantrekkelijke route te ontwerpen dan een snelle?”

Belangrijke winst voor het fietsbeleid is mogelijk

Als aantrekkelijke routes inderdaad belangrijker zijn, kan de reistijdbeleving van fietsers - door fietsroutes bewust langs een afwisselende omgeving te leiden - aanmerkelijk worden bekort. Hiermee kan niet alleen de routekeuze worden beïnvloed, maar ook de keuze voor de fiets worden bevorderd. Inzetten op veraangenaming van de fietsroutes als strategie zou dus aanmerkelijke winst kunnen opleveren in de reistijdbeleving van fietsers en daarmee het gebruik. Bovendien leidt het meenemen van subjectieve tijdsbeleving van fietsers tot een verbetering van de verkeers- en vervoersmodellen en MKBA's. Op basis van de bestaande kennis en inzichten zijn wij niet in staat bovenstaande vraag te beantwoorden. Er bestaan vermoedens, maar wij kunnen die niet 'hard' maken. Daarom willen wij met u een onderzoek starten naar de reistijdbeleving van fietsers.

Resultaten zijn direct toepasbaar

In het nieuwe verkeersplan van de gemeente Utrecht is al volop voorgesorteerd op de aanname dat aantrekkelijkheid van fietsroutes sterk sturend kan zijn. Binnen het A-gebied ligt de nadruk op de kwaliteit openbare ruimte om daar mee ook de fiets te bevorderen. Ook de gemeente Haarlem volgt in het nieuwe Duurzaam Mobiliteitsmodel deze filosofie. Tegelijkertijd wordt op tal van plaatsen gewerkt aan fietssnelwegen, snelfietsroutes of soortgelijke projecten. Wat als saaie, rechte en eentonige fietsroutes door de gebruikers onbewust als langer worden ervaren? In hoeverre zorgen stressvolle verkeerssituaties op wegvakken en kruispunten voor een gevoelsmatig langere reistijd? En hoe zit het met fietsstallingen op OV-knooppunten? Hoe moeten deze worden ingericht om de barrière voor fietsers in termen van reistijd zo minimaal mogelijk te laten zijn? Wat is de rol van kwaliteit van de stalling daarbij? Hoe nemen we deze weerstanden mee in een verkeersmodel? En in een MKBA voor fietsinvesteringen? Tal van vragen waarop we met dit onderzoek meer wetenschappelijk onderbouwd antwoord hopen te geven.

Resultaten van het onderzoek

We geven inzicht in de reistijdbeleving van fietsers en bieden u concrete mogelijkheden om deze inzichten toe te passen in uw beleid. Daarbij worden onderstaande vragen beantwoord:

1. Wat maakt een fietsroute aantrekkelijk?
2. Wat is de reistijdbeleving per route en per factor?
3. Wat is de invloed van de aantrekkelijkheid op de routekeuze en reistijdbeleving?

Met dit onderzoek:

- Geven we inzicht in actuele trends en ontwikkelingen op het gebied van reistijdbeleving van fietsers;
- Gebruiken we uw cases om de reistijdbeleving in beeld te brengen;
- Doen we landelijk representatieve uitspraken over de invloed van de aantrekkelijkheid op routekeuze en reistijdbeleving;
- Bieden we u concrete mogelijkheden om de inzichten te gebruiken voor uw fietsbeleid;
- Laten we ten minste 15 opdrachtgevers financieren en participeren door middel van crowdfunding.

2. Achtergrond

Over de achtergrond van het bestaande fietsbeleid en de wetenschap daarachter

Fietsen is 'booming'

Fietsen in Nederland is booming. Jaarlijks leggen Nederlanders ruim 1.000 kilometer per fiets af. Tussen 2004 en 2014 is het aantal afgelegde kilometers per fiets met 9 procent toegenomen. Zowel de groei van het aantal mensen dat fietst als de toegenomen mobiliteit per persoon dragen bij aan deze groei (KIM, 2015). Dit mag gezien worden als een gunstige ontwikkeling, want fietsen is gezond, goed voor de bereikbaarheid, economie en leefbaarheid van steden. Ondanks de sterke groei van het aantal fietskilometers is het aandeel fietsverplaatsingen in de totale mobiliteit al jaren stabiel; ongeveer 25 procent. Hoewel al veel wordt gefietst, liggen er nog steeds kansen om meer mensen met de fiets te laten reizen. Meer dan de helft van elke rit met de auto is namelijk korter dan 7,5 kilometer. Dit is een afstand die de meeste mensen acceptabel vinden om te fietsen. En met de snelle opkomst van de elektrische fiets zijn ook langere afstanden goed fietsbaar.

Fietsbeleid vooral gericht op snelheid

De aanleg van fietspaden en het stimuleren van fietsgebruik is een verantwoordelijkheid van gemeenten en provincies. Voor het vormgeven van het fietsbeleid, op zowel nationaal, provinciaal als gemeentelijk niveau, is het belangrijk inzicht te hebben in de factoren die van invloed zijn op het fietsgebruik. Daarbij gaat het niet alleen om factoren die van invloed zijn op de keuze om wel of niet te gaan fietsen (vervoerwijzekeuze), maar ook factoren die van invloed zijn op de routekeuze. Er is een rijke historie van onderzoeken naar de determinanten voor fietsgebruik. Uit veel onderzoeken blijkt dat vooral de reistijdverhouding tussen de auto en de fiets en de snelheid belangrijke verklarende factoren zijn voor het fietsgebruik, zie bijvoorbeeld Rietveld en Daniel (2004) en Research voor Beleid (2006). We zien dan ook dat veel fietsmaatregelen zich richten op deze twee aspecten: fietssnelwegen voor een hogere snelheid en gunstigere reistijdverhouding ten opzichte van de auto. Gommers en Bovy (1987) vonden bij de evaluatie van het fietsroutenetwerk van Delft dat de routekeuze van fietsers in een stedelijk netwerk sterk verklaard wordt door de reistijd. Ook uit buitenlands onderzoek blijkt een grote voorkeur voor korte en snelle routes (Menghini et al., 2010; Hood et al., 2011; Broach et al., 2012).

Kiezen fietsers de kortste, snelste of meest aantrekkelijke route?

Op basis van een onlangs verschenen onderzoek van RoyalHaskoningDHV en de TU Eindhoven (2016) blijkt echter dat fietsers niet altijd voor de kortste of snelste weg kiezen. De aanwezigheid van fietsinfrastructuur, wegdekkwaliteit en hellingen hebben een grotere invloed op de routekeuze dan een reistijdverkorting van vier minuten. En de invloed van comfortaspecten wordt groter bij toenemende afstand. Van Ginkel (2014) vond in zijn onderzoek naar de 'value of time' van fietsers op fietssnelwegen, dat zowel forenzen als recreatieve fietsers een comfortabele fietsroute met een lagere 'value of time' waarderen. Of mensen daardoor ook eerder voor een comfortabele route kiezen is niet onderzocht. Uit andere studies is bekend dat de aantrekkelijkheid van een route wordt beïnvloed door de hoeveelheid gemotoriseerd verkeer, esthetiek langs de route en levendigheid (Wahlgren en Schantz, 2012; Gehl, 2010). Maar ook hier weten we niet of mensen vaker voor aantrekkelijker routes kiezen.

Uit veel onderzoeken blijkt dat vooral de reistijd de vervoerwijze- en de routekeuze bepaald. Echter laten recente onderzoeken zien dat comfortaspecten een grotere invloed hebben dan reistijd. Die invloed wordt alleen maar groter bij toenemende afstand. Maar maakt een fietsroute comfortabeler en aantrekkelijker? En hoe worden aangename routes door fietsers beleefd? Kunnen deze inzichten aanknopingspunten bieden voor het fietsbeleid?

3. Waarom is het voor u interessant om mee te doen?

De belangrijkste argumenten op een rij

Het is natuurlijk enigszins onfatsoenlijk om die vraag voor u te beantwoorden. Voor ons, en waarschijnlijk ook voor u, helpt het om die argumenten op een rij te hebben. Dat maakt het gemakkelijker om te beslissen, maar vooral ook om bij uitvoering ook in die geest te organiseren en samen te werken. Hieronder zetten we ze voor u op een rijtje. We zien uit naar een mooi onderzoekstraject en – bovenal – naar heldere en toepasbare resultaten.

Beperkte deelnamekosten

Het onderzoek wordt uitgevoerd door een uniek consortium van Goudappel Coffeng, NS, ThuisraadRO en de Universiteit van Amsterdam. De **deelnamekosten** zijn beperkt door het gezamenlijke opdrachtgeverschap via 'crowdfunding'. Tegelijkertijd is er ruimte voor eigen inbreng en sturing van het onderzoek.

Een eigen case als basis

Elke deelnemer wordt gevraagd zelf een eigen case in te brengen voor het onderzoek. Wij reiken praktische oplossingen voor uw eigen case aan in een eigen zelfstandige rapportage. Resultaten van het onderzoek worden direct toegepast.

Unieke mogelijkheid kennis op te bouwen

Kennisuitwisseling en -ontwikkeling vormen de basis van het onderzoek. Elk kwartaal organiseren we een meeting met tussenresultaten van het onderzoek en aansprekende sprekers over het onderwerp. Dit geeft meer inzicht in actuele trends en ontwikkelingen op het gebied van reistijdbeleving van fietsers. Door het delen van overeenkomsten en verschillen in de verschillende cases wordt de kennis verder verdiept.

Praktisch toepasbaar in beleid

- Bij het opstellen van fietsbeleid / uitvoeren van fietsmaatregelen;
- Bij de ruimtelijke inrichting en het ontwerp fietsinfrastructuur;
- In verkeersmodellen en MKBA's.

4. Proces

Over organisatie, samenwerking en communicatie

Proces en planning

Figuur 4.1 schetst het proces in hoofdlijnen, inclusief de kwartaalbijeenkomsten met alle opdrachtgevers. Het proces is opgedeeld in drie fases:

- **Fase 1: Verkenning:** In deze fase krijgen we een idee van wat er al onderzocht is, huidige trends en welke factoren een rol spelen bij de aantrekkelijkheid van fietsroutes.
- **Fase 2: Praktijk (case study):** In deze fase starten we met het verzamelen van cases uit uw gemeente die we gereed maken voor de case studies. Aan de hand van de cases onderzoeken we in welke mate de verschillende factoren uit fase 1 van invloed zijn op de aantrekkelijkheid van een fietsroute en wat de reistijdbeleving van verschillende fietsroutes is.
- **Fase 3: Verdieping:** In de laatste fase brengen we alle resultaten uit de verkenning en de praktijk bij elkaar, waarmee we de invloed van de aantrekkelijkheid op de routekeuze en reistijdbeleving bepalen. De uitkomsten gaan we toetsen in een focusgroep. Elke opdrachtgever krijgt een eigen rapportage 'op maat'. Hierin staan de algemene onderzoeksresultaten en specifiek de resultaten van de casus. De resultaten geven concrete handvatten voor uw beleid.

In het volgende hoofdstuk gaan we dieper in op de onderzoeksstappen.



Figuur 4.1: Proces en planning

Onze insteek is dat we voor mei 2017 de verkenning hebben afgerond. Van mei tot oktober voeren we het praktijkonderzoek uit waar we uw cases voor gebruiken. Van oktober tot februari analyseren we de data uit het praktijkonderzoek om de onderzoeksvragen te beantwoorden en leggen we de bevindingen en concrete toepassingen voor beleid vast in een aparte rapportage per opdrachtgever.

Cases uit uw gemeente

We hebben uw inbreng nodig om het onderzoek uit te kunnen voeren. Ons doel is om concrete handvatten voor uw beleid te bieden, daarom willen we cases uit uw gemeente gebruiken om meer te weten te komen over de reistijdbeleving van fietsers. Bij deelname vragen we u om twee fietsroutes van ongeveer 10 minuten aan te leveren. Een route die u aantrekkelijk en een route die u onaantrekkelijk acht. We onderzoeken de gehele keten, dus van het vertrek tot aan het fietsparkeren, maar u mag ook een gedeelte van een route selecteren. U staat geheel vrij in uw keuze voor een fietsroute, maar u kunt bijvoorbeeld denken aan stallingsproblematiek op stations, grote kruispunten, drukke routes met veel gemengd verkeer, etc.

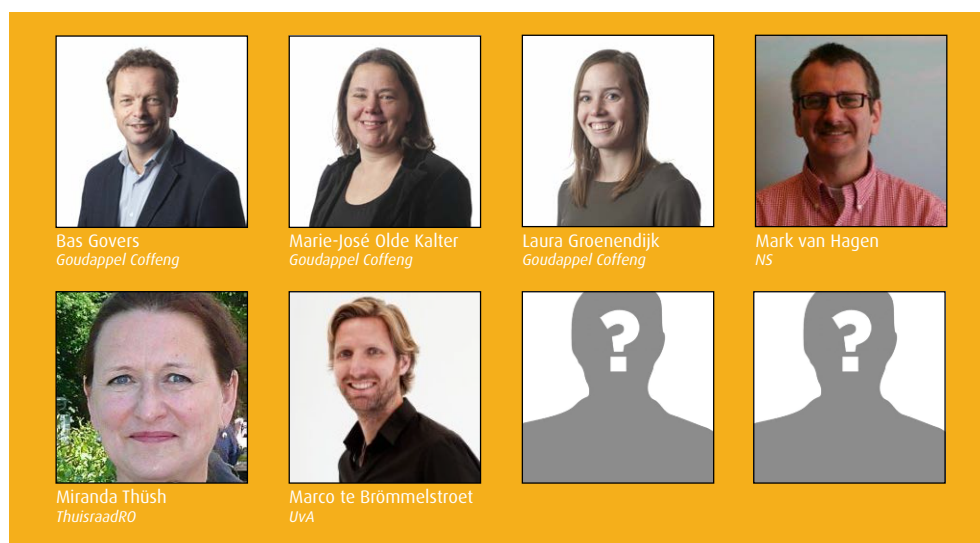
Kwartaalbijeenkomsten

We willen graag voorkomen dat voor elk klein overleg alle opdrachtgevers moeten aanschuiven. Tegelijkertijd is er wel een aantal momenten waarop het van belang is dat de opdrachtgevers stem en inbreng hebben. Om beide te faciliteren stellen wij voor om uit te gaan van vier overlegmomenten, te beginnen met een startbijeenkomst eind januari 2017. Tijdens de overige kwartaalbijeenkomsten worden de tussenresultaten gepresenteerd. Alle opdrachtgevers informeren wij periodiek per mail over de stand van zaken en over tussenproducten. Relevante documenten en onderzoeksresultaten delen wij via de Cloud. Daar plaatsen we ook een statusoverzicht waarin alle afgeronde, lopende en toekomstige werkzaamheden staan. Op deze manier heeft iedereen continu overzicht over de laatste stand van zaken en voortgang van het onderzoek.

Daarnaast vinden we het belangrijk dat de uitkomsten van het onderzoek aansluiten bij de wensen van de opdrachtgevers. We nodigen daarom twee partijen uit om deel uit te maken van het projectteam (zie figuur 4.2).

Projectteam

Dit onderzoek wordt uitgevoerd voor meerdere opdrachtgevers. Wij – Goudappel Coffeng, de NS, ThuisRaadRO en de Universiteit van Amsterdam – werken nauw samen. Dat vraagt om een heldere organisatie. Goudappel Coffeng neemt hiervoor de regie. De overige partijen treden op als onderaannemer. Het projectteam overlegt elke vier weken op een vast tijdstip.



Figuur 4.2: Het projectteam

Namens alle partijen treedt Bas Govers op als projectleider. Bas is topadviseur Strategie en Beleid bij Goudappel Coffeng. Bij Goudappel Coffeng wordt hij ondersteund door Marie-José Olde Kalter en Laura Groenendijk. Marie-José is senior onderzoeker en heeft veel ervaring met soortgelijke onderzoeken. Laura is adviseur Mobiliteit en Ruimte en twee jaar geleden afgestudeerd op de beleving van OV-reizigers. Mark van Hagen is werkzaam bij de afdeling Marketingonderzoek en advies van NS. Hij promoveerde in 2011 op de wachttijdbeleving op stations. Miranda Thüsh van ThuisraadRO is werkzaam op het snijvlak van ruimtelijke ordening en mobiliteit. Samen met Mark van Hagen schreef zij een essay over de toekomst van de fiets in Nederland. Marco te Brömmelstroet is assistent professor Urban Planning aan de Universiteit van Amsterdam. Marco focust zich op de relatie tussen ruimtegebruik en mobiliteitsgedrag, met in het bijzonder de fiets.

Figuur 4.2 laat zien dat er nog ruimte is voor twee partijen die de opdrachtgevers vertegenwoordigen bij de projectteamoverleggen. Op de startbijeenkomst kunt u aangeven of u hierin geïnteresseerd bent. Gezamenlijk met alle opdrachtgevers zullen we dan twee vertegenwoordigers kiezen die binnen het projectteam de opdrachtgevers vertegenwoordigen.

5. Wat zijn de onderzoeksstappen?

Over het plan van aanpak en de (tussen)resultaten

Startbijeenkomst

We starten het onderzoekstraject met een bijeenkomst waarbij alle deelnemende partijen aanwezig zijn. Tijdens deze sessie brengt elke partij zijn vragen en praktijkvoorbeelden in, van waaruit we het onderzoek en de onderzoeksvragen waar nodig aanscherpen. Door de beleids- en onderzoeksvragen en de praktijkvoorbeelden te delen ontstaat een gezamenlijk beeld van het palet aan toepassingsvragen. Aansluitend presenteren we het onderzoeksproces en de afzonderlijke stappen. Tenslotte maken we afspraken over het vervolgproces en de criteria voor tevredenheid. Starten is een belangrijk moment. Doorgaans wordt 90% van het succes van een project in de eerste 10% bepaald. De startbijeenkomst is zeker niet alleen formeel. We zien deze kick-off ook als een belangrijk moment voor alle partijen om elkaar te leren kennen, vragen en plannen met elkaar te delen en een gemeenschappelijk doel te creëren.

Resultaat: Overzicht van algemene en regio-specifieke onderzoeksvragen, heldere procesafspraken

Fase 1: Verkenning

In deze fase krijgen we een idee van wat er al onderzocht is, huidige trends en wat een rol speelt bij de aantrekkelijkheid van fietsroutes.



Trendanalyse

Voordat we beginnen met het 'veldwerk', willen we eerst een scherp beeld hebben van de trends in het fietsgebruik en de factoren die het fietsgebruik en routekeuze van fietsers beïnvloeden. We doen dit door middel van literatuuronderzoek, interviews met experts en het in beeld brengen van ontwikkelingen in het fietsgebruik.

Resultaat: Overzicht van alle relevante trends en ontwikkelingen in het algemeen en per gemeente



Focusgroepen

Deze fase is vooral bedoeld om een scherp beeld te krijgen van welke factoren een fietsroute aantrekkelijk maken. En hoe worden verschillende fietsroutes beleefd? Vanuit welke motivaties en belemmeringen maken fietsers keuzes?

Waarom is kwalitatief onderzoek in deze fase belangrijk? De focusgroepen hebben twee belangrijk doelen:

1. Inzicht in factoren die een rol spelen bij de aantrekkelijkheid van een route en de reistijdbeleving van fietsers beïnvloeden: vanuit de gesprekken met verschillende typen fietsers krijgen we eerste inzichten in de factoren die van invloed zijn op de reistijdbeleving van fietsers en de invloedsfactoren of een fietsroute wel/niet aangenaam is. We willen eerst goed begrijpen voordat we gaan bepalen wat we kwantitatief exact gaan meten.
2. Input voor kwantitatief onderzoek. De focusgroepen geven concrete input het kwantitatieve onderzoek.

In totaal gaan we vier focusgroepen organiseren. Tijdens deze bijeenkomsten gaan we in gesprek met verschillende typen fietsers: scholieren, studenten, forenzen, recreatieve fietsers. We kiezen bewust voor focusgroepen zodat de deelnemers ook op elkaar kunnen reageren. De deelnemers krijgen een vergoeding voor deelname aan de focusgroepen. Om locatiekosten te besparen, gaan we ervan uit dat twee van de deelnemende opdrachtgevers passende ruimtes ter beschikking stellen.

Resultaat: Inzicht in de factoren die een rol spelen bij de aantrekkelijkheid van een fietsroute en input voor het kwantitatieve onderzoek. We nodigen u van harte uit om bij een van de groepsgesprekken mee te kijken.

Fase 2: Praktijk (case study)

In deze fase starten we met het verzamelen van praktijkvoorbeelden uit uw gemeente of provincie die we meenemen in het onderzoek. Aan de hand van de cases gaan we onderzoeken welke factoren een rol spelen bij de aantrekkelijkheid van een fietsroute en wat de reistijdbeleving van een fietsroute is.



Vorbereiding

Iedere deelnemer draagt een casus aan. Met een casus bedoelen we twee fietsroutes die van elkaar verschillen in omgevingskenmerken en maximaal 10 minuten lang zijn. Wij gaan deze routes een aantal keer fietsen en filmen. De filmpjes gaan we bewerken en dienen als input voor het kwantitatieve onderzoek. De routes worden opgeknipt in filmpjes van maximaal 3 minuten.

Resultaat: Voor iedere deelnemer zijn twee fietsroutes geselecteerd en gefilmd voor het kwantitatieve onderzoek.



Factoren

Om te kunnen bepalen wat de invloed is van verschillende factoren op de aantrekkelijkheid van fietsroutes voeren we een online enquête uit. De respondenten werven via een online access panel. We zorgen ervoor dat de steekproef representatief is voor de Nederlandse bevolking, conform de 'Gouden Standaard'. De respondenten krijgen telkens twee fragmenten (willekeurig) van een fietsroute te zien. Na afloop van elk fragment vragen we de respondenten welke route ze aantrekkelijker vinden en in welke mate verschillende aspecten van deze route een bijdrage hebben in de aantrekkelijkheidsscore. Voor één fietsroute werken we met een zogenaamde controlegroep. Deze controlegroep bekijkt niet de videofragmenten maar gaat de route zelf fietsen. Vervolgens krijgen zij dezelfde vragen voorgelegd als in de online enquête. We vergelijken de resultaten van de online enquête en de controlegroep en passen, indien nodig, een correctie toe zodat de onderzoeksresultaten zoveel mogelijk overeen komen met de werkelijkheid.

Resultaat: Na deze stap hebben we inzicht in de factoren die een rol spelen bij een aantrekkelijke fietsroute en in welke mate zij die beïnvloeden.



Reistijdbeleving

In het tweede deel van het kwantitatieve onderzoek tonen we (nieuwe) respondenten een fragment van een fietsroute. Deze keer krijgen de respondenten maar één fragment te zien. We vragen de respondenten na afloop van het fragment een inschatting te geven van de totale reistijd en van de reistijd op specifieke onderdelen, bijvoorbeeld het stalen van de fiets of het wachten bij een verkeerslicht en oversteken van de kruising. We kiezen bewust voor één fragment, omdat bij een volgend fragment respondenten op de tijd gaan letten. De antwoorden zijn dan niet geschikt voor dit onderzoek omdat het hier specifiek om reistijdbeleving gaat.

Resultaat: Inzicht in de reistijdbeleving van fietsroutes en van specifieke onderdelen.

Fase 3: Verdieping

In de laatste fase brengen we alle onderzoeksresultaten samen, zodat we kunnen vaststellen wat de invloed van de aantrekkelijkheid is op de routekeuze en reistijdbeleving. De inzichten gaan we vervolgens verdiepen door middel van een focusgroep. Inzichten op route- en algemeen niveau leggen we vast in een aparte rapportage voor iedere opdrachtgever. Deze inzichten leiden tot concrete handvatten voor uw beleid.



Analyse

Doordat we in het kwantitatieve onderzoek dezelfde fragmenten hebben gebruikt kunnen we door deze resultaten met elkaar te combineren vaststellen wat de invloed van de aantrekkelijkheid is op de routekeuze en reistijdbeleving.

Resultaat: Inzicht in de reistijdbeleving van fietsroutes en van specifieke onderdelen.



Focusgroepen

In deze fase van het onderzoek hebben we alle kennis gebundeld. We kennen de factoren die van invloed zijn op de aantrekkelijkheid van een fietsroute en we weten ook welke invloed deze factoren hebben op de reistijdbeleving. Samen met u als opdrachtgevers, gaan we in deze stap de uitkomsten verdiepen.

Als opdrachtgever kunt u aan deze verdiepingstafel deelnemen, zodat u ook uw eigen verdiepende vragen kunt stellen. Praktisch organiseren we deze verdiepingstafels op twee middagen en op twee locaties. We gaan uit van twee tafels per bijeenkomst. Dat zou een bijeenkomst kunnen zijn in de Randstad en een bijeenkomst buiten de Randstad. We laten de onderzoeksresultaten uit de voorgaande stappen de precieze indeling bepalen. Om locatiekosten te besparen, gaan we ervan uit dat twee van de deelnemende opdrachtgevers passende ruimtes ter beschikking stellen.

Resultaat: Inzicht in de reistijdbeleving van fietsroutes en van specifieke onderdelen.



Rapportage

Na de onderzoeksfase vertalen we de inzichten en de resultaten naar concrete handvatten voor uw beleid. Wat betekenen de factoren concreet voor uw beleid? Wat betekenen de uitkomsten bijvoorbeeld voor de inrichting voor fietspaden? Hoe kunt u fietsers op een andere manier door uw stad sturen? En kunnen we de verkeersmodellen aanscherpen met de uitkomsten van het onderzoek? Als eindproduct leveren wij een bruikbare en handzame publicatie waarin deze vragen uitgebreid worden beantwoord. De kwantitatieve resultaten bundelen we met de kwalitatieve inzichten uit de expert interviews en focusgroepen. De rapportage bestaat uit een algemeen deel met landelijke conclusies en een gedeelte waarin we specifiek op uw cases in zullen gaan.

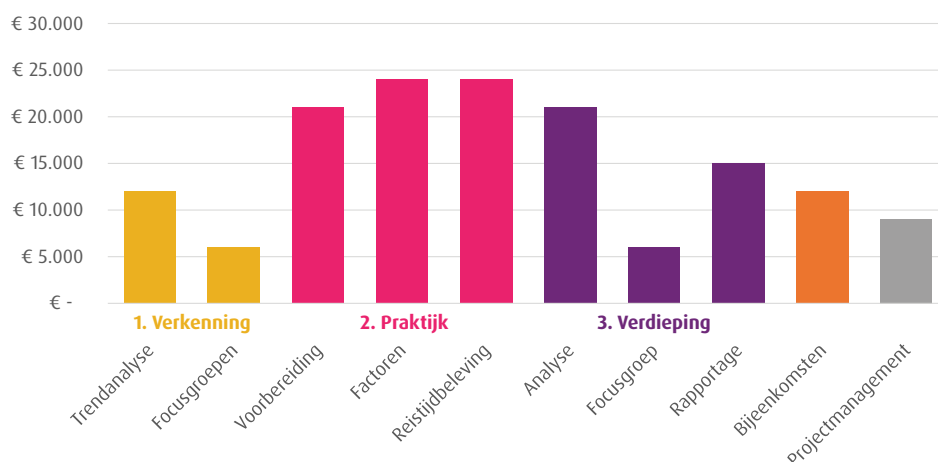
Naast de rapportage leveren wij u ook de databestanden en de data-analyse. De deelnemende partijen hebben in het eerste jaar exclusief recht op het gebruik van deze data.

Resultaat: Het eindresultaat is een rapportage met een algemeen deel met landelijke conclusies en een gedeelte waarin we specifiek op uw cases ingaan. De resultaten hebben we vertaald in concrete handvatten voor uw beleid.

6. Begroting

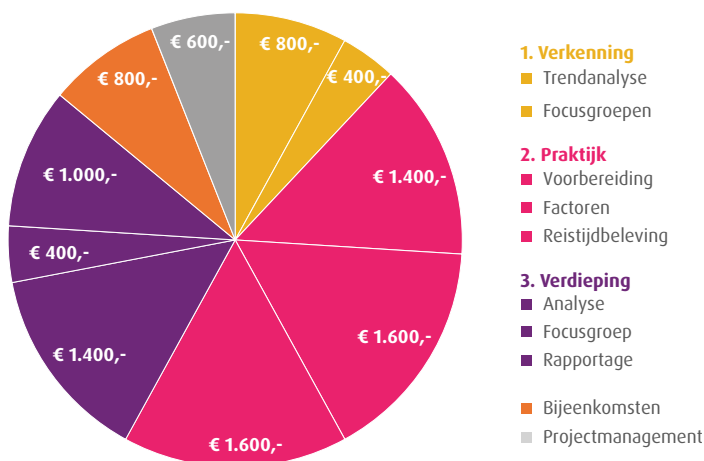
Over kosten voor deelname

De begroting voor het onderzoek is in figuur 6.1 uitgesplitst naar de verschillende fases en stappen binnen deze fases. De meeste tijd (en geld) gaat zitten in de uitvoering van het kwantitatieve onderzoek en de bijbehorende analyses. In totaal hebben wij de uitvoeringskosten begroot op € 150.000,- exclusief BTW.



Figuur 6.1: Begroting

We gaan er van uit dat 15 partijen willen participeren in het onderzoek. Dit betekent dat elke partij voor € 10.000,- (exclusief BTW) kan participeren in het onderzoek. Figuur 6.2 laat zien hoe dit bedrag per partij is opgebouwd.



Figuur 6.2: Begroting per deelnemende partij

Voorinverstering en schaalvoordelen

Naast bovenstaande kosten investeren wij zelf ook in het onderzoek. Denk bijvoorbeeld aan het bij elkaar brengen van de partijen, het afstemmen van werkzaamheden tussen Goudappel, de NS, ThuisraadRO en de Universiteit van Amsterdam, en het ontwikkelen van de aanpak zelf. Dat risico nemen wij graag, met als insteek dat we voorinversteringen terug verdienen als het aantal opdrachtgevers gaat toenemen. Dat neemt niet weg dat we u als opdrachtgever ook graag direct schaalvoordelen aanbieden als het aantal partijen groeit. Daarom maken we graag een heldere afspraak met u: als er meer dan 15 partijen inschrijven op het project, houden we alle extra budget (uitgaande van € 10.000,- exclusief BTW per partij) aan. In overleg met alle partijen bepalen we hoe we deze meeropbrengsten kunnen inzetten om binnen het onderzoek iets extra's te doen.