Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat
Eindrapportage

Tussenevaluatie fietsstimulerings-projecten

Omdat we ons verplaatsen

adviseurs mobiliteit
Goudappel Coffeng

www.goudappel.nl

Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat
Eindrapportage

Tussenevaluatie fietsstimuleringsprojecten

Datum 18 december 2017
Kenmerk MII098/Okm/0346.01
Eerste versie

www.goudappel.nl

Inhoud Pagina

1	**Deze rapportage**	**1**
1.1	Achtergrond	1
1.2	Doel van de opdracht	2
1.3	Onderzoeksopzet	2
1.4	Leeswijzer	4
2	**Fietsstimuleringsmaatregelen**	**5**
2.1	Selectie maatregelen	5
2.2	Omschrijving maatregelen	6
2.3	Ex-ante inschattingen	7
3	**Werving deelnemers**	**11**
3.1	Wervingsmethoden	11
3.2	Aantal deelnemers	14
3.3	Deelnemerskenmerken	15
3.4	Redenen voor deelname	17
3.5	Niet-deelnemers	19
4	**Beloning deelnemers**	**22**
4.1	Beloningsmethoden	22
4.2	App kenmerken	24
5	**Effecten**	**25**
5.1	Inleiding	25
5.2	Spitsmijdingen	26
5.3	Effect toegenomen fietskilometers	28
5.4	Ervaring en attitude deelnemers	30
6	**Relatie tussen projectkenmerken, deelnemers en effecten**	**33**
7	**Conclusies en aanbevelingen**	**35**
7.1	Conclusies	35
7.2	Aanbevelingen	38
	Bijlage	
1	Fietsstimulering in Beter Benutten	

1

Deze rapportage

1.1 Achtergrond

Sinds 2011 wordt in het programma Beter Benutten samengewerkt tussen Rijk, regio en bedrijfsleven om de bereikbaarheid in de drukste regio's over weg, water en spoor te verbeteren. Ook in Beter Benutten Vervolg (BBV), worden verspreid over 12 regio's maatregelen gerealiseerd. Deze maatregelen hebben als doel om de reistijd van deur-tot-deur op de belangrijkste gesignaleerde trajecten in de spits met ten minste 10% te verbeteren.

Binnen het Programma Beter Benutten worden verschillende typen maatregelen uitgevoerd, waaronder fietsmaatregelen. Deze fietsmaatregelen zijn zeer divers. Het gaat onder andere om het verbeteren van fietspaden en aanleggen van ontbrekende schakels, het aanpassen van fietsparkeervoorzieningen, het opzetten van fietsdeelsystemen, het verbeteren van de doorstroming door inzetten van ITS en fietsstimuleringsprojecten. Deze rapportage focust op fietsstimuleringsprojecten: gedragsinterventies of communicatie-campagnes waarbij actief het gebruik van de fiets en/of e-bike wordt gestimuleerd.

In BBV zagen we in de plannen van aanpak steeds meer van dergelijke fietsstimulerings-projecten voorbijkomen, op zichzelf staand maar ook gecombineerd met één van de meer aanbodgerichte maatregelen voor de fiets. Mede met de impuls vanuit Beter Benutten hebben dit soort interventies een duidelijke ontwikkeling doorgemaakt naar steeds effectievere vormen, maar is nog relatief weinig zicht op de uiteindelijke effecten. Tegelijk is er veel behoefte bij beleidsmakers naar inzicht in de meerwaarde en potentie ervan, en is relatief veel data beschikbaar via monitoring en de inzet van apps. Vooruitlopend op de afronding en evaluatie van het programma BBV willen we daarom alvast inzichtelijk krijgen wat deze fietsstimuleringsprojecten op dit moment opleveren en wat dit ons nu al kan leren voor de mogelijke doorontwikkeling van dit type projecten. Gezien de belangrijke rol die monitoring en evaluatie speelt binnen Beter Benutten en de informatie die hierdoor beschikbaar komt, is dit mogelijk.

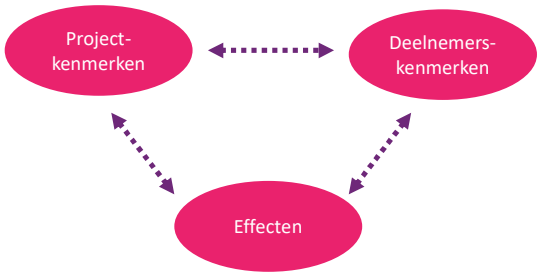
Voor u ligt het resultaat: een tussenevaluatie van fietsstimuleringsprojecten waarin de leerervaringen en (voorlopige) resultaten van BB1 en BBV-projecten worden geanaly-seerd en beschreven.

1.2 Doel van de opdracht

Doelstelling van deze tussenevaluatie was om meer inzicht te krijgen in de fiets-stimuleringsprojecten die binnen Beter Benutten zijn en worden uitgevoerd.

Vragen die in deze opdracht gesteld werden zijn:

- Welke type deelnemers worden met fietsstimuleringsprojecten bereikt?
- Wat zijn de projectkenmerken van fietsstimuleringsprojecten?
- Welke resultaten behalen de fiets-stimuleringsprojecten met deze deelnemers?
- Is het al mogelijk andersoortige effecten aan te geven die fiets-stimuleringsprojecten opleveren?



De kennis uit de projecten kan worden gebruikt om de opzet voor toekomstige fietsstimuleringsprojecten te optimaliseren zodat de effectiviteit van deze maatregelen wordt vergroot. Daarnaast kan kennis over te verwachten resultaten een rol spelen in een breder afwegingskader. Zo wordt de vraag steeds vaker gesteld of fietsmaatregelen ook meegenomen kunnen worden in bijvoorbeeld MIRT-verkenningen en wat een soortgelijk project daarin kan opleveren.

Bij het duiden van de resultaten is het belangrijk om het doel waarmee deze fiets-stimuleringsprojecten zijn opgezet in ogenschouw te houden, namelijk het realiseren van spitsmijdingen binnen het programma Beter Benutten. Dit heeft namelijk gevolgen voor de keuzes die worden gemaakt binnen deze fietsstimuleringsprojecten.

1.3 Onderzoeksopzet

Voor deze rapportage is gebruik gemaakt van de projectenlijst van BB1 en BBV met 40 projecten waarin fietsstimulering in meer of mindere mate een rol heeft gespeeld (zie bijlage 1). Er is allereerst gekeken of er voldoende (vergelijkbare) evaluaties zijn uitgevoerd en of het detailniveau van deze projecten voldoende was om verdere analyses op uit te voeren.

Uit deze eerste analyse kwam naar voren dat de fietsstimuleringsprojecten zeer divers zijn en onderling niet altijd even goed vergelijkbaar. Dit komt onder andere door verschillen in (1) fietsstimulering door tot op zekere hoogte 'zelfstandige' maatregelen en (2) fietsstimulering als onderdeel van een integrale aanpak. Zelfstandige maatregelen hebben een eigen plan van aanpak en monitoring en evaluatie, welke nodig waren voor verdere analyses. Deze eerste analyse liet ook zien dat de projecten in BBV een uitgebreidere probleemanalyse hebben gedaan en de plannen van aanpak, met daarin onder andere de 'watervalmethodiek' (meer hierover in paragraaf 2.3), enorm zijn verbeterd. Binnen de projecten in BBV is met deze methodiek vooraf geprobeerd meer

inzicht te krijgen in het verwachtte aantal deelnemers en het beoogde aantal spitsmijdingen.

Voor de verdere analyses was een belangrijk criterium dat de projecten zoveel mogelijk met elkaar vergelijkbaar moesten zijn, zowel qua opzet als beschikbare resultaten. Van de projecten die hieraan voldeden, bleek een groot aantal gebruik te maken van een beloning om het fietsgebruik van de (e-)fiets te stimuleren. Bovendien maakten deze projecten bijna allemaal gebruik van GPS-data of een smartphone app voor het monitoren van de fietskilometers, waardoor op projectniveau monitoring en evaluatie plaatsvond.

Dit alles heeft uiteindelijk geresulteerd in de selectie van 12 fietsstimuleringsprojecten waarop een verdiepende analyse is uitgevoerd. Het betreft 3 maatregelen uit BB1 en 9 maatregelen uit BBV. Hoewel deze projecten zijn geselecteerd op een zekere mate van vergelijkbaarheid, is door de combinatie van projectkenmerken ieder van deze projecten uniek. Daarom is het belangrijk om altijd, niet alleen in dit rapport, het bredere plaatje van ieder afzonderlijk fietsstimuleringsproject in ogenschouw te houden. En te kijken welk effect de deelnemer of projectopzet en projectkenmerken kan hebben op de (verwachtte) resultaten.

projectcode	BB1 of BBV	regio	projectnaam
NBR-02-03	BB1	Brabant	B-Riders 1
RLB-10	BB1	Maastricht	Fietsimpuls (vraagbeïnvloeding)
RTW-17	BB1	Twente	Fietsactie 2013
MAA-BBV-001	BBV	Maastricht	Fietsimpuls (Vraagbeïnvloeding en IMMA)
MNL.BBV.511	BBV	Midden-Nederland	Fietsimpuls (IMMA)
MNL.BBV.512	BBV	Midden-Nederland	E-bike (IMMA)
MRA-BBV-702	BBV	Amsterdam	Fietscoalitie Smart City (IMMA)
MRA-BBV-911	BBV	Amsterdam	Bereikbaarheidsplan IJmond
NBR-BBV-002	BBV	Brabant	B-Riders 2 (deels IMMA)[1]
RAN-BBV-A006	BBV	Arnhem-Nijmegen	Kwaliteitsimpuls Fiets Arnhem (IMMA)
S3H-BBV-001	BBV	Stedendriehoek	Slim Reizen Vervolg (IMMA)
ZKN-BBV-007-009	BBV	Zwolle-Kampen	Spitsfietsen ('IMMA')[2]

[1] In B-Riders 2 is alleen de techniek via IMMA aanbesteed. Binnen IMMA zijn geen spitsmijdingen gevraagd.

[2] Spitsfietsen in Zwolle Kampen is uitgevraagd net voor de IMMA systematiek formeel was bekrachtigd. Het voldoet grotendeels aan de IMMA eisen, maar niet volledig.

Tabel 1.1: Geselecteerde maatregelen verdiepende analyses

In samenspraak met een klankbordgroep, bestaande uit een afvaardiging van de regio's, het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, Tour de Force en het Programma Beter Benutten van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (I&W), zijn op basis van de inzichten uit de eerste analyse de volgende doelen voor de verdiepende analyses opgesteld:

1. Inzicht geven in de projectkenmerken.
2. Opstellen van een deelnemersprofiel.
3. Geven van een eerste inzicht in resultaten.
4. Invloed project- en/of deelnemerskenmerken op de gevonden resultaten.
5. Advies voor de monitoring & evaluatie en opzet van fietsstimuleringsprojecten.

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van de volgende bronnen en onderzoeks-methoden:

- Alle beschikbare informatie binnen het programma BB van I&W zijn verzameld en geanalyseerd. Het gaat dan bijvoorbeeld om plannen van aanpak, meetplannen, voortgangsrapportages en evaluatierapporten.
- Aanvullend zijn afzonderlijke interviews gehouden met vijf projectleiders.
- Aanvullende data is verzameld voor de geselecteerde maatregelen in de vorm van persoonlijk contact via telefoon of mail en middels literatuuronderzoek.
- Klankbordgroepbijeenkomsten met vertegenwoordigers uit de regio's, Beter Benutten, KIM, I&W en fietsexperts.
- Analyse op aanvullende enquête binnen de jaarlijkse gedragsmeting van I&W.
- Aanverwante rapporten zoals bijvoorbeeld de meta-evaluatie spitsmijden, het e-book Change is Cool, het gedragshuis en het mobiliteitsbeeld van het KIM.
- Analyses op basis van beschikbare enquête data en ritregistraties van de geselecteerde maatregelen.

1.4 Leeswijzer

Deze rapportage geeft antwoord in hoeverre we op bovenstaande vragen inzicht kunnen geven. In hoofdstuk 2 staat een overzicht van de belangrijkste projectkenmerken, de overeenkomsten en de verschillen. Het gaat dan om kenmerken als de kosten, moment en duur van de interventie en op welke doelgroep de maatregel zich richt. In hoofdstuk 3 volgt een beschrijving van de werving van de deelnemers: welke methoden worden hiervoor ingezet, wat zijn de voorwaarden voor deelname en wat weten we over de deelnemers en niet-deelnemers. Hoofstuk 4 gaat over de verschillende belonings-methoden. De gedragseffecten staan beschreven in hoofdstuk 5: zijn de deelnemers meer gaan fietsen en hoe vertaalt zich dit in effecten als spitsmijdingen, duurzaamheid en gezondheid. Hoofdstuk 6 geeft de relatie tussen projectkenmerken, deelnemers en effecten. In het laatste hoofdstuk staan de belangrijkste conclusies, de leerervaringen en de aanbevelingen voor toekomstige projecten en evaluaties.

2

Fietsstimulerings-maatregelen

2.1 Selectie maatregelen

Binnen het programma Beter Benutten zijn en worden verschillende fietsstimulerings-maatregelen uitgevoerd. In deze tussenevaluatie gaat het specifiek om gedrags-beïnvloedingsmaatregelen waarbij door middel van gedragsinterventies of communicatie campagnes actief het gebruik van de fiets en/of elektrische fiets wordt gestimuleerd (zie bijlage 1 voor een overzicht van alle fietsstimuleringsprojecten).

Voor de verdiepende analyses heeft een selectie van maatregelen plaatsgevonden. Het belangrijkste selectiecriterium was dat de maatregelen zoveel mogelijk vergelijkbaar moesten zijn, zowel qua opzet als beschikbare resultaten. Maar uiteraard ook dat er voldoende verschillen waren om sterke en zwakke punten te kunnen identificeren.

In totaal zijn 12 maatregelen geselecteerd die allemaal gericht waren of zijn op het stimuleren van het fietsgebruik door middel van een beloning. Dit kan een financiële beloning zijn voor het fietsgebruik, korting op de aanschafprijs van een (elektrische) fiets of het belonen in de vorm van credits/spaarpunten. Voor de meeste maatregelen geldt dat het fietsgebruik wordt geregistreerd met behulp van een smartphone-app of GPS-tracker. De IMMA-projecten[1] zijn hier een goed voorbeeld van. Daarnaast wordt in bijna alle projecten informatie over de deelnemers en de effecten op het reisgedrag verzameld door middel van een enquête.

[1] IMMA is een gestandaardiseerde methode waarmee vraagbeïnvloedingsprojecten, ITS-diensten en verkeersonderzoeken op een meer uniforme, efficiëntere en meer verifieerbare manier uitgevoerd kunnen worden.

2.2 Omschrijving maatregelen

De hoofddoelstelling van de 12 fietsstimuleringsmaatregelen is om automobilisten te bewegen (vaker) de overstap te maken naar de fiets. Dit sluit aan bij de Beter Benutten doelstelling: het verbeteren van deur-tot-deur reistijden op een aantal trajecten. Specifiek gaat het daarbij om het vervangen van autoritten in de spits (zie kader). Omdat het gaat om een overstap van de auto naar de fiets, richten de maatregelen zich ook allemaal op verplaatsingen met een 'fietsbare' afstand, variërend tussen de 0 en 20 kilometer. Maatregelen die het gebruik van de elektrische fiets stimuleren, richten zich vaker op de wat langere afstanden, wat te maken heeft met de hogere actieradius (zie Mobiliteitsbeeld 2017, Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid).

Het doel van het programma Beter Benutten is het verminderen van het aantal autoritten in de spits met als doel de bereikbaarheid in de drukste regio's te verbeteren. Vooral binnen het programma Beter Benutten Vervolg wordt gestuurd op een (duurzame) gedragsverandering onder automobilisten.

Er zijn verschillende typen gedragsveranderingen:
- automobilisten kiezen voor een **andere vervoerwijze** voor hun reis;
- automobilisten kiezen een **ander tijdstip** voor hun reis (buiten de spits);
- automobilisten kiezen een **andere route** (zonder vertraging);
- automobilisten besluiten **de reis niet meer te maken** (en gaan bv. thuis werken).

Met fietsstimuleringsmaatregelen wordt actief het gebruik van de fiets en/of e-bike gestimuleerd in plaats van de auto. Het gaat dus specifiek om de gedragsverandering 'automobilisten kiezen een andere vervoerwijze' en niet direct om maatregelen waarmee de routekeuze, tijdstip van reizen, of niet meer reizen worden gestimuleerd.

Tabel 2.1 geeft een overzicht van een aantal kenmerken van de 12 geselecteerde fietsstimuleringsmaatregelen. De 3 maatregelen uit het eerste programma Beter Benutten (BB1) zijn allemaal afgerond. De doorlooptijd van deze maatregelen was zeer verschillend: B-Riders 1 heeft iets meer dan een jaar geduurd, het project Fietsimpuls Maastricht heeft drie jaar gelopen en de Fietsactie in Twente is een half jaar van kracht geweest. De maatregelen uit het programma Beter Benutten Vervolg (BBV) zijn allemaal nog in uitvoering. Voor alle maatregelen geldt dat het om langlopende projecten met een doorlooptijd van minimaal anderhalf jaar gaat. Voor een aantal projecten is er in de eerste helft van 2018 nog sprake van een nameting-periode.

De maatregelen hebben allemaal een regionaal karakter en richten zich niet op één specifieke corridor. Binnen een aantal projecten zijn wel een aantal specifieke trajecten benoemd waar structurele knelpunten voorkomen. Fietsimpuls Maastricht uit BB1 richtte zich bijvoorbeeld onder andere op de Maaskruisende verbindingen en de maatregel Kwaliteitsimpuls Fiets Arnhem richt zich op de corridors met zwaar vertraagde ritten van en naar Arnhem Centrum.

De kosten (exclusief BTW) van de maatregelen lopen sterk uiteen en variëren tussen de 223 en 2.700 k€. Voor de lopende projecten gaat het om de vooraf bepaalde kosten, voor de afgeronde projecten zijn de daadwerkelijk gemaakte kosten in de tabel opgenomen. Vooral de maatregelen waarbij het fietsgebruik op individueel niveau financieel wordt beloond, bijvoorbeeld een geldelijke beloning per gemaakte fietsrit of per kilometer, hebben relatief hoge kosten. Ook is de looptijd van een project van invloed op de kosten voor beloningen. Pas na afloop van het project kan de balans worden opgemaakt hoeveel geld daadwerkelijk is uitgekeerd.

maatregel	BB	regio	niveau	kosten (excl. BTW)	status	start interventie	einde interventie
B-Riders 1	BB1	Brabant	regionaal	€ 1.637.800,-	afgerond	Q3 2013	Q4 2014
Fietsimpuls 2012-2014	BB1	Maastricht	regionaal	€ 790.000,-	afgerond	Q1 2012	Q4 2014
Fietsactie 2013	BB1	Twente	regionaal	€ 223.000,-	afgerond	Q2 2013	Q3 2013
Fietsimpuls 2015-2017 (IMMA)	BBV	Maastricht	regionaal	€ 2.700.000[1],-	in uitvoering	Q1 2015	Q1 2018
Fietsimpuls (IMMA)	BBV	Midden-Nederland	regionaal	€ 1.185.800,-	in uitvoering	Q2 2016	Q4 2017
E-bike (IMMA)	BBV	Midden-Nederland	regionaal	€ 1.922.690,-	in uitvoering	Q3 2016	Q4 2017
Fietscoalitie Smart City (IMMA)	BBV	Amsterdam	regionaal	€ 2.560.360,-	in uitvoering	Q1 2015	Q4 2017
Bereikbaarheidsplan IJmond	BBV	Amsterdam	regionaal	€ 1.126.510,-	in uitvoering	Q4 2015	Q4 2017
B-Riders 2 (IMMA)	BBV	Brabant	regionaal	€ 1.730.300,-	in uitvoering	Q2 2015	Q4 2017
Kwaliteitsimpuls fiets Arnhem (IMMA)	BBV	Arnhem-Nijmegen	regionaal	€ 430.000,-	in uitvoering	Q3 2016	Q4 2017
Slim Reizen Vervolg (IMMA)	BBV	Stedendriehoek	regionaal	€ 765.997,-	in uitvoering	Q3 2016	Q4 2017
Spitsfietsen (IMMA)	BBV	Zwolle-Kampen	regionaal	€ 600.160,-	in uitvoering	Q3 2016	Q4 2017

[1] Kosten zijn mede hoog omdat de maatregel Fietsimpuls 2015-2017 van Maastricht Bereikbaar een integraal pakket betrof met meerdere maatregelen.

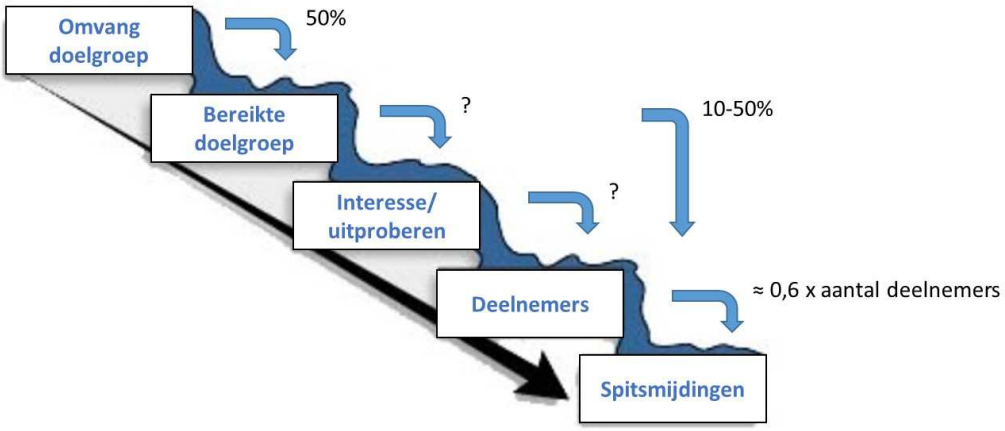
Tabel 2.1: Kenmerken fietsstimuleringsmaatregelen

Zoals eerder aangegeven zijn de fietsstimuleringsmaatregelen opgestart met als doel het verminderen van het aantal autoritten in de spits. In een aantal projecten zijn beperkingen als gevolg van werkzaamheden op een traject aangegrepen als extra motivatie om mensen te werven. Het gaat daarbij om de volgende maatregelen:

- Fietsimpuls 2012-2014 (Maastricht): ondertunneling A2 Maastricht en herinrichting Noorderburgtracé.
- Bereikbaarheidsplan IJmond (Amsterdam): renovatie Velsertunnel.
- Slim Reizen Vervolg (Stedendriehoek): werkzaamheden Wilhelminabrug.

2.3 Ex-ante inschattingen

Voor alle maatregelen is vooraf een inschatting gemaakt van de te verwachten effecten (ex-ante). Vanaf BBV wordt hiervoor de watervalmethodiek gebruikt. Deze methodiek is een uitstekend middel om ex-ante inschattingen te maken op projectbasis en bestaat uit verschillende stappen (zie figuur 2.1).



Figuur 2.1: Schematische weergave 'watervalmethodiek' ex-ante inschattingen

Voor de 12 geselecteerde fietsstimuleringsmaatregelen is, voor zover beschikbaar, informatie over de verschillende stappen uit de watervalmethodiek in tabel 2.2 weergegeven. Voor de BB1 maatregelen ontbreekt veel informatie over de verschillende stappen. Omdat de watervalmethodiek pas vanaf BBV is toegevoegd aan de meet-plannen is dit logisch. In BBV zijn de verschillende stappen beter ingevuld.

maatregel	regio	omvang totale doelgroep	verwachting te bereiken doelgroep	verwachting interesse / uitproberen	verwachting # deelnemers	verwachting # spitsmijdingen
B-Riders 1	Brabant				1.850	
Fietsimpuls 2012-2014	Maastricht	6.700			3.590	2.000 per werkdag
Fietsactie 2013	Twente				600	
Fietsimpuls 2015-2017 (IMMA)	Maastricht	16.000	8.000		2.240	575 ochtendspits
Fietsimpuls (IMMA)	Midden-Nederland	14.375	7.000	2.000	1.000	400 per spits
E-bike (IMMA)	Midden-Nederland	56.250	28.125		700	280 per spits
Fietscoalitie Smart City (IMMA)	Amsterdam	100.000			4.404	1.821 per werkdag
Bereikbaarheidsplan IJmond	Amsterdam	13.252	6.626		1.325	795 per spits
B-Riders 2 (IMMA)	Brabant	>2.000.000			5.000	250-330 per uur
Kwaliteitsimpuls fiets Arnhem (IMMA)	Arnhem-Nijmegen	16.678	4.169		382	114 per werkdag
Slim Reizen Vervolg (IMMA)	Stedendriehoek	67.288	14.000		1.850	1.150 per werkdag
Spitsfietsen (IMMA)	Zwolle-Kampen	>20.000			350	27.300 totale periode

Tabel 2.2: Ex-ante inschattingen geselecteerde fietsstimuleringsmaatregelen

<u>Stap 1: Omvang doelgroep</u>
De ex-ante inschatting begint met het bepalen van de omvang van de doelgroep. De omvang van de doelgroep wordt sterk bepaald door het type maatregel, zoals op welke reizigers en welke reisafstanden de maatregel zich richt. Een maatregel kan zich bijvoor-beeld focussen op alle automobilisten met een woon-werkafstand <15 kilometer of op alle

automobilisten die rijden op een specifiek traject waar het komende half jaar hinder gaat ontstaan als gevolg van wegwerkzaamheden. Ook kan een maatregel zich richten op alle inwoners in een bepaald gebied. De omvang van de doelgroep kan door de gekozen insteek zeer divers zijn. In de probleemanalyse wordt op basis van de afbakening van de maatregel een inschatting gemaakt van de omvang van de doelgroep en deze is mede bepalend voor de te verwachten effecten.

Stap 2: Bereikte doelgroep
Vervolgens gaat het erom hoeveel personen uit de doelgroep worden bereikt voor mogelijke deelname, bijvoorbeeld via een campagne of evenement. We zien dat bij de meeste maatregelen uit het programma Beter Benutten als vuistregel wordt gehanteerd dat ongeveer 50% van de doelgroep wordt bereikt. Dit percentage is afgeleid op basis van alle fietsstimuleringsmaatregelen uit het programma Beter Benutten (zie bijlage 1) en niet alleen de geselecteerde maatregelen voor de verdiepende analyses.

Stap 3: Interesse/uitproberen
Een deel van de bereikte personen zal interesse in de maatregel hebben of de maatregel gaan uitproberen. Voor de meeste maatregelen ontbreekt informatie over de stap 'interesse/uitproberen'. Ook als er geen probeeraanbod is binnen het project, zou een inschatting gemaakt kunnen worden van het aantal mensen dat interesse heeft in de maatregel, maar blijkbaar is dit een moeilijke stap om vooraf in te schatten.

Stap 4: Deelnemers
Vervolgens is er een groep personen die (actief) gaat deelnemen aan de maatregel. De deelnemers passen hun gedrag aan (autoritten worden vervangen door fietsritten) met als mogelijk resultaat minder autoritten in de spits (het beoogde effect). Voor alle geselecteerde maatregelen is vooraf een inschatting gemaakt van het te verwachten aantal deelnemers. Vooral bij maatregelen waar deelnemers worden beloond voor het gebruik is dit van belang, omdat de kosten van het project hierdoor mede worden bepaald. Op basis van de gegevens uit tabel 2.2 is geen eenduidige relatie af te leiden tussen de (bereikte) doelgroep en het aantal deelnemers. Het aantal deelnemers varieert tussen de 10 tot 50% van de (bereikte) doelgroep. Deze variatie in gehanteerde kentallen voor de inschatting van het aantal deelnemers zien we ook bij andere fiets-stimuleringsmaatregelen. Vaak worden deze kentallen ingeschat op basis van lokale kennis en 'expert judgement' en ontbreekt onderbouwing en/of bronvermelding.

Stap 5: Spitsmijdingen
Voor bijna alle geselecteerde projecten is vooraf een inschatting gemaakt van het aantal spitsmijdingen. In BBV is dit ook noodzakelijk, omdat bij het opstellen van het plan van aanpak de outcome van de maatregel wordt getoetst op kosteneffectiviteit. Opvallend is dat verschillende eenheden voor het aantal spitsmijdingen worden gehanteerd (per werkdag, per spits, per uur) en de spitsperioden niet altijd duidelijk zijn (2-uur, 3-uur of 4-uur spits). Dit maakt het lastig de outcome van de maatregelen onderling met elkaar te vergelijken.

Voor de vertaling van het aantal deelnemers naar het aantal spitsmijdingen wordt meestal met een 'conversiefactor' gerekend. Deze conversiefactor houdt rekening met het feit dat niet alle deelnemers alle werkdagen in een week overstappen van de auto naar de fiets. Omdat niet iedereen fulltime werkt en sommige mensen deels thuiswerken, maar ook omdat niet alle autoritten worden vervangen door de fiets: een deelnemer kan er bijvoorbeeld voor kiezen om 2 van de 4 dagen met de fiets te gaan in plaats van de auto. De conversiefactor van aantal deelnemers naar aantal spitsmijdingen per werkdag voor de geselecteerde maatregelen is gemiddeld: 0,6 keer het aantal deelnemers, maar varieert tussen 0,3 en 1,1. Deze bandbreedte kent verschillende oorzaken. In een aantal projecten, zoals binnen Maastricht Bereikbaar, wordt gebruik gemaakt van de ervaring die in eerdere vergelijkbare projecten is opgedaan. In andere gevallen wordt de conversiefactor berekend op basis van kennis over de lokale situatie (aantal werknemers dat fulltime/parttime werkt, gemiddeld aantal reisdagen) en deze kan per project verschillen.

3

Werving deelnemers

3.1 Wervingsmethoden

Het werven van deelnemers speelt gedurende de gehele looptijd van de maatregel een belangrijke rol: zonder deelnemers geen effecten. Belangrijke aspecten met betrekking tot de werving van deelnemers zijn:

- Hoe bereik je een zo groot mogelijke groep potentiële deelnemers?
- Hoe zorg je ervoor dat mensen actief gaan deelnemen?
- Hoe zorg je ervoor dat ze betrokken blijven?

Bij de tussenevaluatie van alle fietsstimuleringsmaatregelen uit het programma Beter Benutten zijn verschillende wervingsmethoden geïdentificeerd, namelijk:

- campagnes;
- via werkgevers;
- via ambassadeurs/bestaande fietsers;
- inzet social media;
- websites;
- kentekenregistratie (ANPR);
- overige reclame en promotie uitingen.

Vrijwel alle fietsstimuleringsmaatregelen maken gebruik van meerdere methoden tegelijk. In tabel 3.1 is een samenvatting gegeven van de gebruikte campagnes, of en hoe de werving via werkgevers verloopt en of de werving zich richt op bestaande en/of nieuwe fietsers bij de 12 geselecteerde maatregelen. Alleen in Maastricht is gebruik gemaakt van kentekenregistratie (ANPR) om mensen uit te nodigen voor deelname aan een fietsstimuleringsmaatregel. Naar aanleiding van de aandacht rondom privacy in de media en politiek bij spitsmijdenprojecten achten veel regio's kentekenregistratie inmiddels als ongewenst om deelnemers te werven. Terwijl dit wel een methode is waarmee, binnen de wettelijke privacywetgeving, zeer gericht en persoonlijk kan worden geworven.

maatregel	regio	campagne	via werkgevers	nieuwe vs. bestaande fietsers
B-Riders 1	Brabant	regionale campagne 'Ons Brabant fietst'	via bedrijven contacten, maatregel is geen onderdeel van werkgeversaanpak	nieuwe fietsers
Fietsimpuls 2012-2014	Maastricht	campagne voor werkgever en events	via aangesloten werkgevers (convenant-partners), fietsimpuls is deelproject van Maastricht Bereikbaar	nieuwe fietsers
Fietsactie 2013	Twente	communicatiemiddelen voor werkgevers	via convenantpartners	bestaande en nieuwe fietsers
Fietsimpuls 2015-2017 (IMMA)	Maastricht	marketing en communicatiestrategie opgezet voor diverse acties o.a. campagne BFNF (burn fat not fuel) en campagne Zuid Limburg in Beweging (IMMA). Bij Zuid Limburg in Beweging nulmeting en werving ook via ANPR (voor maaskruisend verkeer)	via aangesloten werkgevers (convenant-partners) en gerichte campagne maas-kruisend verkeer bij IMMA Zuid-Limburg in Beweging	nieuwe fietsers, inzet ambassadeurs via testimonials
Fietsimpuls (IMMA)	Midden-Nederland	campagne Utrecht in Beweging, onderdeel van GoedopWeg	via aangesloten werkgevers (convenantpartners)	nieuwe fietsers, ambassadeurs kunnen bij de SameninBeweging challenge ook sparen voor een beperkt aantal credits
E-bike (IMMA)	Midden-Nederland	communicatie campagne werkgevers (via convenantpartners), E-bike Roadshow	via aangesloten werkgevers (convenantpartners)	nieuwe fietsers
Fietscoalitie Smart City (IMMA)	Amsterdam	gerichte campagne bij bedrijven	via aangesloten werkgevers (convenantpartners)	nieuwe fietsers, mensen die af en toe fietsen vaker laten fietsen
Bereikbaarheidsplan IJmond	Amsterdam	campagne GoedopWeg + gerichte communicatieacties + gerichte challenges	in eerste instantie brede inzet wervingscampagnes, daarna gerichte communicatie via de convenantpartners	nieuwe fietsers, inzet ambassadeurs: bestaande fietsers belonen voor werven nieuwe deelnemers
B-Riders 2/3 (IMMA)	Brabant	campagne (continuering project B-Riders 1)	samenwerking met werkgevers (Werkgeversaanpak Fiets), werkgevers verbinden door ook deel van beloning te laten betalen	nieuwe fietsers
Fietsimpuls Arnhem-Centrum	Arnhem-Nijmegen	campagne en aansluiting bij evenementen (bv. VeloCity)	via aangesloten werkgevers, onderdeel van MaatregelMix waarin oa Werkgeversaanpak is opgenomen	bestaande en nieuwe fietsers
Slim Reizen Vervolg (IMMA)	Stedendriehoek	stimuleringscampagnes	via werkgeversaanpak (maatregel is onderdeel van totaalpakket met maatregelen)	bestaande en nieuwe fietsers
Spitsfietsen (IMMA)	Zwolle-Kampen	incidenteel (werving via knoop Kampen)	via werkgeversaanpak	nieuwe en bestaande fietsers krijgen in eerste instantie dezelfde beloning, later wordt onderscheid gemaakt

Tabel 3.1: Wervingsmethoden geselecteerde fietsstimuleringsmaatregelen

Binnen bijna alle fietsstimuleringsprojecten is en wordt gebruik gemaakt van een of meerdere campagnes om deelnemers te werven. Dit zijn soms publieksgerichte campagnes die regio-breed worden uitgezet (bijvoorbeeld 'Ons Brabant fietst') en soms 'customized' campagnes die -al dan niet via werkgevers- zich richten op een specifieke doelgroep of thema (bijvoorbeeld 'Utrecht en Zuid Limburg in Beweging'). Welk type campagne het beste werkt of dat een combinatie de meeste deelnemers oplevert, valt niet direct af te leiden uit de data. Met een publieksgerichte campagne wordt een grotere doelgroep bereikt, maar is het moeilijker om in contact te komen met potentiële deelnemers. Bij 'customized' campagnes is de doelgroep kleiner, maar is wel meer direct contact met geïnteresseerde deelnemers mogelijk, bijvoorbeeld via de werkgevers.

Naast campagnes wordt ook veelvuldig gebruik gemaakt van social media om deelnemers te werven (Twitter, Facebook). Bijna alle projecten hebben een (eigen) website waar informatie over de maatregelen te vinden is en deelnemers zich kunnen registreren. Bredere communicatie richting de deelnemers vindt plaats via nieuwsbrieven of email. Individuele feedback vindt plaats via de smartphone app die gebruikt wordt om de gemaakte fietsritten te registreren (pushberichten, scoretabel). Deze feedback is meer gericht op de individuele prestaties.

Veel campagnes worden via of in samenwerking met betrokken of aangesloten werkgevers uitgezet. De fietsstimuleringsmaatregelen hebben dan ook allemaal als primaire doelgroep werknemers en richten zich dus in het bijzonder op stimuleren van het fietsgebruik in het woon-werkverkeer. Hoewel alle maatregelen zich specifiek richten op werknemers en de werkgevers worden betrokken bij de werving, zijn er wel degelijk verschillen in werkwijze. De verschillen in werkwijze hebben effect op het aantal deelnemers, los van de effecten die met de maatregelen worden behaald. De belangrijkste verschillen, in wisselende gedaante toegepast, zijn:

- brede werving of alleen via convenantpartners;
- werving van alleen nieuwe of ook bestaande fietsers;
- betrokkenheid werkgevers bij de werving.

Brede werving of alleen via convenantpartners

In alle Beter Benutten regio's werken het ministerie, regio en bedrijfsleven samen om de bereikbaarheid te verbeteren. In elke regio kunnen werkgevers zich aansluiten bij het programma en inzetten voor de regionale doelstellingen, dit zijn de zogenaamde convenantpartners. De werving van deelnemers voor fietsstimuleringsmaatregelen vindt plaats via een brede werving of alleen via deze convenantpartners. Voor de fietsstimuleringsmaatregelen in Maastricht geldt bijvoorbeeld dat zij zich alleen richten op de convenantpartners. In andere regio's, bijvoorbeeld IJmond en Brabant, wordt de werving in eerste instantie breed ingezet, iedereen mag meedoen, maar daarna vindt er gerichte communicatie plaats richting de partners. In Zwolle Kampen is de ervaring dat het ook andersom werkt: het fietsproject zorgt voor veel nieuwe werkgevers die zich aansluiten bij het Beter Benutten programma in de regio.

Werving richten op alleen 'nieuwe' of ook 'bestaande' fietsers?

Een belangrijk discussiepunt bij de werving van deelnemers is of alleen 'nieuwe' fietsers, oftewel automobilisten die overstappen naar de fiets, of ook 'bestaande' fietsers mogen meedoen aan de maatregel. Hieraan gerelateerd speelt de vraag wanneer iemand een bestaande of nieuwe fietser is (definitie). Een ander discussiepunt omtrent dit onderwerp is of bestaande fietsers wel of niet financieel beloond mogen worden. Het mee laten doen en belonen van bestaande fietsers heeft gevolgen voor het budget. Deze beloningen zijn meerkosten, hoewel ook bestaande fietsers een bijdrage kunnen leveren aan spitsmijdingen wanneer zij bijvoorbeeld hun gedrag veranderen van drie naar vier dagen fietsen. Wordt ook gekeken naar effecten op bijvoorbeeld duurzaamheid en vitaliteit, dan is het eenvoudiger om nut en noodzaak van deelname van bestaande fietsers te verantwoorden. Op dit moment is het echter (nog) niet mogelijk een vergelijking te maken tussen de effecten van bestaande en nieuwe deelnemers.

Algemeen beeld is dat het effectief is om 'laagdrempelig' te beginnen en zowel 'nieuwe' als 'bestaande' fietsers uit te nodigen om deel te nemen. Het aantal deelnemers zal daardoor hoger zijn, maar deelnamebereidheid is dan niet meer vergelijkbaar met 'strikte' projecten, waaraan alleen nieuwe fietsers mogen deelnemen. Hoewel de spitsmijdingen vooral moeten worden behaald door de 'nieuwe' fietsers, zijn de 'bestaande' fietsers (of ambassadeurs) ook belangrijk in het totaalplaatje. Enerzijds om meer deelnemers te werven (voorbeeld functie), anderzijds om ervoor te zorgen dat de 'nieuwe' deelnemers actief blijven deelnemen (motivatie functie).

Betrokkenheid werkgevers

Per project verschilt de betrokkenheid van de werkgevers in het wervingsproces. Sommige werkgevers worden alleen als communicatiekanaal gebruikt, terwijl andere werkgevers actief toestemming geven (middels een werkgeversverklaring) voor deelname aan maatregelen. Ook zijn er werkgevers die een bijdrage leveren aan de beloning. De betrokkenheid van de werkgevers is van invloed op de werving en daarmee het aantal deelnemers. In het algemeen kan worden gesteld dat hoe meer de werkgevers betrokken zijn, hoe hoger het aantal deelnemers. Gerelateerd hieraan werpt de vraag zich op of fietsstimuleringsmaatregelen als onderdeel van een meer integrale werkgeversaanpak resulteert in meer deelnemers. Deze vraag is niet eenduidig te beantwoorden en een meta-evaluatie van de verschillende werkgeversaanpakken kan hier wellicht inzicht in bieden.

3.2 Aantal deelnemers

Output van het wervingsproces is het aantal deelnemers. In tabel 3.2 staat voor de geselecteerde maatregelen de (bereikte) doelgroep, het aantal personen dat interesse heeft getoond of de maatregel heeft geprobeerd en het aantal deelnemers (op dit moment). Omdat alle maatregelen uit het programma BBV nog in uitvoering zijn, zijn dit voorlopige aantallen.

maatregel	regio	doelgroep	bereikte doelgroep	interesse/ uitproberen	aantal deelnemers op dit moment[1]
B-Riders 1	Brabant				2.280
Fietsimpuls 2012-2014	Maastricht			1.000	500[2]
Fietsactie 2013	Twente				461
Fietsimpuls 2015-2017 (IMMA)	Maastricht	16.000		2.400	1.427[3]
Fietsimpuls + E-bike (IMMA)	Midden-Nederland				>1500[4]
Fietscoalitie Smart City (IMMA)	Amsterdam	69.868			1.319
Bereikbaarheidsplan IJmond	Amsterdam		19.939		2.684
B-Riders 2 (IMMA)	Brabant				5.000
Fietsimpuls Arnhem-Centrum	Arnhem-Nijmegen	16.678			1.121
Slim Reizen Vervolg (IMMA)	Stedendriehoek	67.288	82.000		384
Spitsfietsen (IMMA)	Zwolle-Kampen	>20.000			2.823[5]

1 Voor zover mogelijk is het aantal 'actieve' deelnemers weergegeven (zie ook overige voetnoten). Onder actieve deelnemers worden deelnemers verstaan die op dit moment een beloning krijgen.

2 Aantal deelnemers beloningsprogramma Burn Fat Not Fuel.

3 Aantal geregistreerde deelnemers aan fietsstimuleringsmaatregelen in Maastricht (ontdek de e-bike + belonings-programma).

4 Splitsing van de twee fietsstimuleringsmaatregelen uit Midden-Nederland (Fietsimpuls en E-bike) was niet mogelijk in de aangeleverde data.

5 Dit zijn het aantal actieve deelnemers op dit moment. Totaal aantal aanmeldingen gedurende de gehele looptijd van het project bedraagt 4.967. Richting de tweede fase van het project heeft een 'opschoonactie' plaatsgevonden en zijn ongeveer 1.500 passieve deelnemers 'verwijderd'. Het aantal aanmeldingen is nu 3.433 waarvan dus 2.823 actieve deelnemers.

Tabel 3.2: Aantal deelnemers geselecteerde fietsstimuleringsmaatregelen

3.3 Deelnemerskenmerken

In tabel 3.3 staan de deelnemerskenmerken per maatregel. De gemiddelde reisafstand naar het werk is 10,8 kilometer. Deelnemers aan Fietsimpuls Arnhem-Centrum hebben gemiddeld genomen de langste reisafstand, namelijk 17,6 kilometer. Hierbij moet echter wel de kanttekening worden geplaatst dat van slechts 96 deelnemers gegevens zijn ontvangen.

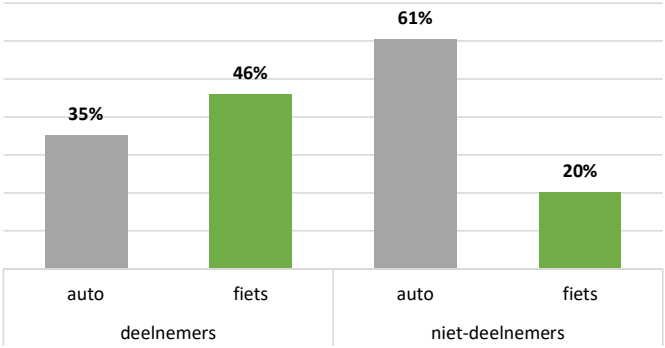
De gemiddelde leeftijd van de deelnemers aan fietsstimuleringsmaatregelen is 49,4 jaar. Vooral in de leeftijdsgroepen 45-54 en 55-64 jaar is het aandeel deelnemers relatief hoog (>35%). In vergelijking tot de spitsmijdenprojecten (zie Eindrapport 'Meta-evaluatie Spits-mijdenprojecten', januari 2017) zijn de deelnemers aan fietsstimuleringsmaatregelen gemiddeld genomen iets ouder. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat gezondheids-aspecten een belangrijke motivatie zijn om te gaan fietsen (zie paragraaf 3.4) en deze gezondheidsaspecten wellicht belangrijker worden bij toenemende leeftijd. Gemiddeld genomen nemen er ongeveer evenveel mannen als vrouwen deel, maar over de projecten heen is sprake van een grotere spreiding. Zo is bijna twee derde (64%) van de deelnemers aan het Bereikbaarheidsplan IJmond man, terwijl deelnemers aan de Fietscoalitie Smart City veel vaker vrouw zijn (61%).

Iets meer dan de helft van de deelnemers (55%) is woonachtig in (zeer) sterk stedelijke gebieden. Dit sluit aan bij het feit dat het programma Beter Benutten zich vooral richt op het verminderen van zwaar vertraagde autoritten in stedelijke gebieden. Toch zien we bijvoorbeeld dat bij Fietsimpuls Arnhem-Centrum het aandeel lager is (43%). Blijkbaar wonen deze deelnemers vaker in de omliggende gemeenten en dit sluit aan bij de gemiddeld hogere woon-werkafstand van de deelnemers aan dit project. Opvallend is verder dat het gemiddelde aantal reisdagen naar het werk vrij hoog is. Gemiddeld genomen heeft driekwart van de deelnemers 4 à 5 reisdagen. De projecten trekken dus vooral deelnemers die fulltime werken en weinig thuis werken. Dit heeft vermoedelijk een relatie met de voorwaarden voor deelname. Voor veel maatregelen geldt namelijk als voorwaarde dat deelnemers in de referentiesituatie minimaal 2 dagen met de auto naar het werk reizen. Mogelijk speelt ook mee dat deelname pas interessant wordt (hoogte van de beloningen) wanneer men meerdere dagen naar het werk reist. Ten slotte valt op dat het opleidingsniveau onder de deelnemers relatief hoog is (hoog opgeleid is HBO/WO), met de kanttekening dat van slechts drie maatregelen informatie over het opleidingsniveau bekend is.

maatregel	regio	gemiddelde leeftijd	geslacht (% man)	stedelijkheid woonlocatie (% stedelijk)	opleidings-niveau (% hoog)	gemiddelde reisafstand woon-werk	gemiddeld # reisdagen naar werk
B-Riders 1	Brabant	52,4	44%	34%		12,8	
Fietsimpuls 2012-2014	Maastricht					10,9	4,1
Fietsactie 2013	Twente					9,9	4,3
Fietsimpuls 2015-2017 (IMMA)	Maastricht	47,8	51%				4,6
Fietsimpuls + E-bike (IMMA)*	Midden-Nederland	45,5	56%				4,5
Fietscoalitie Smart City (IMMA)	Amsterdam	52,0	39%	91%		15,6	4,4
Bereikbaarheidsplan IJmond	Amsterdam	47,9	64%	76%		12,4	4,6
B-Riders 2/3 (IMMA)	Brabant	49,0	56%	47%	55%	12,0	
Fietsimpuls Arnhem-Centrum	Arnhem-Nijmegen		50%	43%	72%	17,6	4,6
Slim Reizen Vervolg (IMMA)	Stedendriehoek	48,1	44%	62%	60%	11,9	4,6
Spitsfietsen (IMMA)	Zwolle-Kampen					8,9	4,3
gemiddeld totaal		**49,4**	**52%**	**55%**	**56%**	**10,8**	**4,4**

Tabel 3.3: Deelnemerskenmerken fietsstimuleringsmaatregelen

Uit de jaarlijkse Gedragsmeting van I&W van 2017 is informatie opgehaald over het reisgedrag van deelnemers en niet-deelnemers. Aan de deelnemers en niet-deelnemers is gevraagd welk vervoermiddel of combinatie van vervoermiddelen wordt gebruikt op de verschillende dagen in de week. Er bleek nauwelijks verschil in vervoermiddelgebruik tussen de werkdagen. Daarom staat in figuur 3.1 het gemiddelde vervoermiddelgebruik in het woon-werkverkeer over alle werkdagen. Deelnemers aan fietsstimulerings-maatregelen gebruiken nog relatief vaak de auto in het woon-werkverkeer (35%), maar veel minder vaak dan niet-deelnemers (61%). Het fietsgebruik ligt onder deelnemers logischerwijs hoger: 46% ten opzichte van 20%.

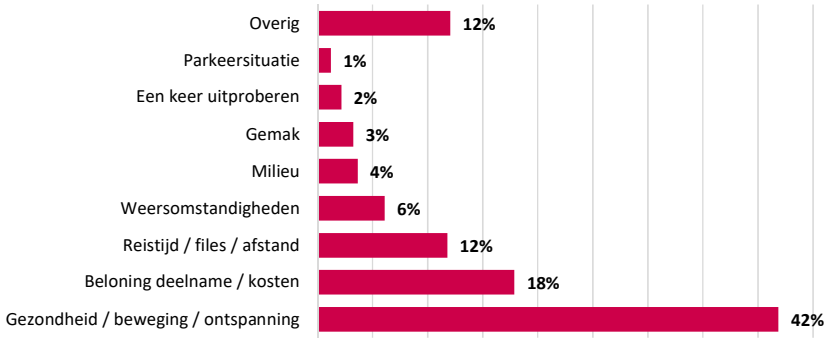


Figuur 3.1: Vervoermiddelgebruik woon-werkverkeer, gemiddeld over alle werkdagen, deelnemers en niet-deelnemers fietsstimuleringsmaatregelen, huidige situatie (Bron: Gedragsmeting I&W 2017)

3.4 Redenen voor deelname

In zes projecten is gevraagd naar de reden voor deelname. In drie projecten konden deelnemers de belangrijkste reden voor deelname opgeven, in de andere drie projecten mochten de deelnemers meerdere redenen voor deelname opgeven. De beschikbare gegevens zijn daardoor niet voor alle projecten direct vergelijkbaar.

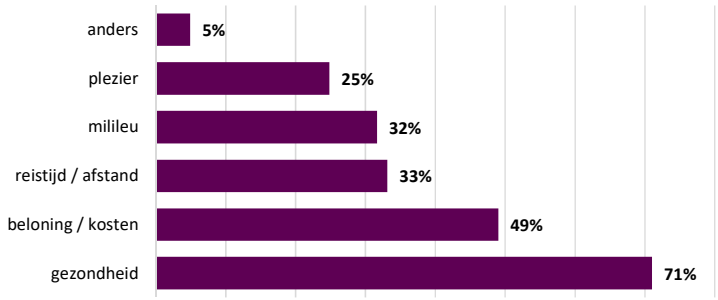
In figuur 3.2 staat het aandeel respondenten per motief voor de projecten waar maar 1 antwoord mogelijk was. Van de ruim 700 deelnemers doet 42% mee omdat het goed is voor de gezondheid. De beloning voor de deelname staat op een tweede plaats met 18%. Hier is geen onderscheid gemaakt naar type beloning.



Figuur 3.2: Belangrijkste beweegreden voor deelname (n=738) (Bron: Fietsimpuls 2012-2014 en 2015-2017 Maastricht, Slim Reizen Vervolg Stedendriehoek)

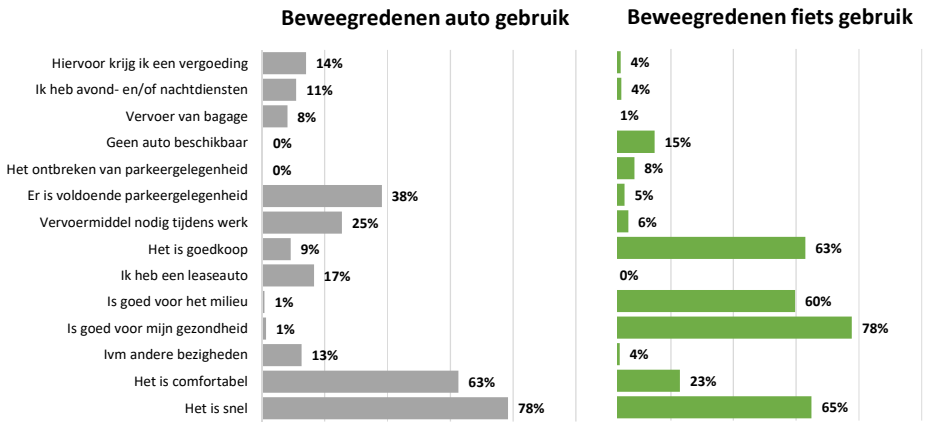
Ook indien deelnemers meerdere antwoorden konden geven voor de reden voor deelname, springt gezondheid er bovenuit (figuur 3.3). Bijna driekwart (71%) doet mee omdat het gezond is om te fietsen, terwijl 49% meedoet vanwege de beloning/kosten.

Een derde van de deelnemers heeft het milieu en de reistijd/afstand opgegeven als motivatie voor deelname.



Figuur 3.3: Beweegredenen voor deelname (n=4271), meerdere antwoorden mogelijk (Bron: Fietsactie 2013 Twente, B-Riders 2/3 Brabant, Bereikbaarheidsplan IJmond Amsterdam)

Als we de beweegredenen voor deelname aan fietsstimuleringsmaatregelen vergelijken met de beweegredenen voor auto- en fietsgebruik in het woon-werkverkeer, dan zien we min of meer hetzelfde beeld (figuur 3.4). Frequente fietsgebruikers motiveren hun keuze vooral vanuit gezondheid, gevolgd door kosten, snelheid en milieu. Ook hier is gezondheid dus weer een belangrijke motivatie om te gaan fietsen. Personen die vaker de auto gebruiken, doen dit vooral vanuit het oogpunt van snelheid en comfort. In mindere mate spelen de parkeersituatie ('er is voldoende parkeergelegenheid') en noodzaak ('ik heb de auto nodig tijdens mijn werk') een rol.



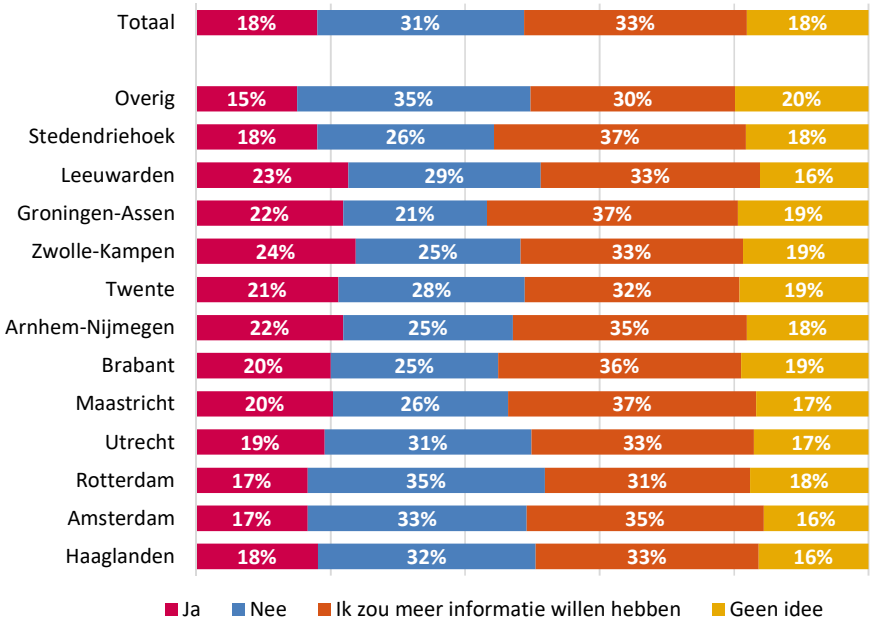
Figuur 3.4: Beweegredenen voor frequent (minimaal 3 dagen per werkweek) auto en fietsgebruik in het woon-werkverkeer (Bron: Gedragsmeting I&W)

3.5 Niet-deelnemers

Veel mensen hebben nog nooit deelgenomen aan een fietsstimuleringsmaatregel. Dit zijn de zogenaamde niet-deelnemers. Onder de niet-deelnemers zitten mensen die weleens zijn uitgenodigd voor deelname aan een maatregel en mensen die nog nooit zijn uitgenodigd. In de Gedragsmeting van I&W van 2017 zijn aanvullende vragen gesteld over de deelnamebereidheid van de niet-deelnemers.

Deelnamebereidheid: nog nooit uitgenodigd

Van de mensen die nog nooit hebben deelgenomen aan een fietsstimuleringsmaatregel en ook nog nooit een uitnodiging hebben ontvangen, wil 18% in de toekomst meedoen, 33% wil eerst meer informatie alvorens een beslissing te nemen over mogelijke deelname en 18% heeft geen idee. Dat betekent dat 31% bij voorbaat zegt nooit mee te willen doen. Er zijn geen grote verschillen in deelnamebereidheid tussen de regio's. In de noordelijke en oostelijke regio's is het aandeel mensen dat in de toekomst mee wil doen iets hoger. In de regio's Groningen-Assen, Brabant, Maastricht en Stedendriehoek wil men vaker aanvullende informatie.



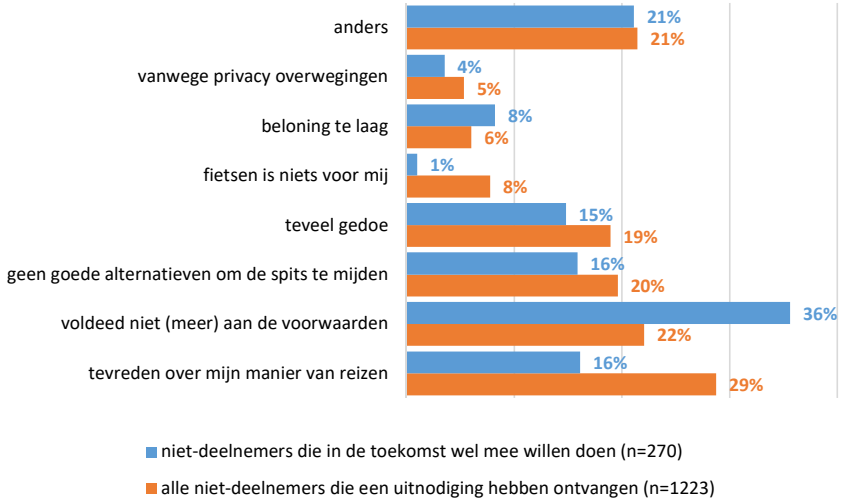
Figuur 3.5: Deelnamebereidheid niet-deelnemers per regio (Bron: Gedragsmeting I&W 2917, n=16.175)

Deelnamebereidheid: wel uitgenodigd, maar niet deelgenomen

Deze groep is een stuk kleiner dan de niet-deelnemers die nog nooit een uitnodiging hebben ontvangen, maar zeer interessant omdat ze wel een uitnodiging hebben ontvangen en blijkbaar dus worden gezien als potentiële deelnemers. In totaal heeft 7%

van de niet-deelnemers weleens een uitnodiging ontvangen voor een fietsstimulerings-maatregel. Van deze groep zou 22% in de toekomst mee willen doen, 22% meer informatie willen hebben, 17% heeft geen idee en 38% sluit deelname uit.

Tevredenheid met de huidige manier van reizen is veruit de belangrijkste reden voor niet-deelname (29%), gevolgd door niet (meer) voldoen aan de voorwaarden (22%), geen goede alternatieven om de spits te mijden (20%) en teveel gedoe (19%). Onder de niet-deelnemers die in de toekomst wel mee willen doen, wordt veel vaker 'niet (meer) voldoen aan de voorwaarden' genoemd en veel minder vaak 'tevreden over mijn manier van reizen' (zie figuur 3.6). Privacy overwegingen, te lage beloningen of 'fietsen is geen optie' spelen een minder grote rol.



Figuur 3.6: Reden voor niet-deelname onder niet-deelnemers die wel ooit een uitnodiging voor een fietsstimuleringsmaatregel hebben ontvangen | (Bron: Gedragsmeting I&W 2017)

De voorwaarden voor deelname lijken een belangrijke belemmering te vormen voor potentiële deelnemers. Voorwaarden waaraan deelnemers moeten voldoen hebben bijvoorbeeld betrekking op de minimale woon-werkafstand, de vervoerwijze in de referentiesituatie (automobilist) en het minimale aantal reisdagen naar het werk. De voorwaarden verschillen sterk tussen de regio's, evenals de controle op de registratie en deelnamevoorwaarden. In Zwolle-Kampen zijn bijvoorbeeld geen enkele restricties opgelegd ten aanzien van de deelname. Iedereen mag deelnemen, waarbij wel geldt dat deelnemers met een woon-werkafstand tot 5 km geen financiële beloning krijgen en alleen mee mogen doen aan een loterij. Verder geldt dat in de tweede fase van het project alleen de zogenaamde overstappers (van auto naar fiets) in aanmerking komen voor een beloning. Volgens de regio Zwolle-Kampen is deze opzet één van de belang-rijkste redenen voor het grote aantal deelnemers. In paragraaf 3.1 zagen we al dat ook in de regio IJmond geen onderscheid wordt gemaakt tussen bestaande en nieuwe fietsers. Iedereen gelijk behandelen is daar het motto.

Het is echter nog steeds een zoektocht hoe binnen fietsstimuleringsmaatregelen moet worden omgegaan met bestaande fietsers versus nieuwe fietsers. De regio's geven aan dat ook werkgevers dit lastig vinden: hoe kunnen zij het verantwoorden richting hun werknemers waarom bestaande fietsers niet mogen meedoen? Vooral het financieel belonen van bestaande fietsers is een belangrijk discussiepunt. De in het kader van IMMA door I&W opgestelde richtlijnen voor rechtmatig belonen vormen in dit kader een beperkende c.q. restrictieve factor. Een ander punt dat hieraan raakt is dat steeds meer regio's werkgevers mee (willen) laten betalen aan de beloning. In Brabant is dit bijvoorbeeld al het geval, en in IJmond wil men dit invoeren. Wanneer werkgevers mee gaan betalen, krijgen zij vanzelf ook meer vrijheid om zelf voorwaarden te stellen.

4

Beloning deelnemers

4.1 Beloningsmethoden

Voor het op gang brengen van de gedragsverandering worden de volgende beloningsmethoden toegepast:

- korting op aanschaf van een (e-)fiets: geldelijke bijdrage in aanschafkosten;
- financiële beloning voor het gebruik van de (e-)fiets: per werkdag, per rit of per km;
- beloning voor het gebruik van de (e-)fiets in de vorm van credits: tegoedbonnen, spaarpunten, deelname loterij, et cetera.

Andere methoden die zijn toegepast, maar niet zozeer een beloning betreffen:

- probeeraanbod: tijdelijk gebruik (e-)fiets om gebruik te laten ervaren;
- advies op maat: persoonlijk reisadvies.

In tabel 4.1 staan de verschillende beloningsmethoden die worden toegepast binnen de 12 geselecteerde fietsstimuleringsmaatregelen. In de BB1 projecten werd nog vooral gewerkt met aanschafkortingen op fietsen of e-bikes. Later in de BBV projecten zijn dit variabele beloningen geworden op basis van daadwerkelijk gefietste ritten. In een enkel geval wordt er nog wel aanschafkorting geboden, maar dan vooral via afspraken met aangesloten fietsendealers, en dus niet uit het budget van het project.

Zoals te zien hanteren de regio's verschillende parameters om de beloningen toe te kennen of om er variatie in aan te brengen. Beloningen worden gegeven per km, per spitsmijding, of per werkdag. De vergoedingen per kilometer variëren tussen de 8 en 15 cent per kilometer. De vergoeding per werkdag ligt tussen de 1 en 4 euro, afhankelijk van de woon-werkafstand. In het algemeen kan gesteld worden dat de financiële beloning toeneemt bij grotere woon-werkafstanden. In de regio Brabant komt de helft van de beloningsgelden voor rekening van de werkgever. In de regio's Stedendriehoek en Zwolle-Kampen verandert de beloning al naar gelang de deelnameperiode.

project	beloningsmethode	hoogte beloning	verandering beloning in de tijd	ritregistratie
B-Riders 1 (Brabant)	beloning per fietskilometer afhankelijk van afstand en tijdstip (alleen ritten in de spits)	12 ct/km <10 km 15 ct/km >10 km 8 ct/km dalritten		smartphone-app (GPS-tracking)
Fietsimpuls 2012-2014 (Maastricht)	probeeraanbod, korting op aanschaf via rijwiel-handelaar en kilometer incentive (BFNF)	10% korting aanschaf[1] 10 ct/km woon-werk		GPS box op de fiets of smartphone app
Fietsactie 2013 (Twente)	korting op aanschaf, beloning bij invullen enquete, beloning voor #gefietste dagen	€ 100,- aanschaf € 50,- enquete		deelnemers registreren zelf ritten (achteraf)
Fietsimpuls 2015-2017 – IMMA (Maastricht)	stapsgewijs: probeeraanbod, aanschafkorting (via fietsendealer), beloningsprogramma: 2015-2016: financiele beloning 2016-2017: sparen voor credits per rit bij Zuid-Limburg in Beweging (bonuscredits bij in bepaalde situaties, bijvoorbeeld slecht weer)	2015-2016: € 2,- per werkdag <8 km € 3,- per werkdag 8-15 km € 4,- per werkdag >15 km 2016-2017: 75 credits per rit per spitsmijding (€ 0,75)		GPS-data
Fietsimpuls – IMMA (Midden-Nederland)	beloning vaker gebruik van de fiets en bij beschik-baar stellen fietsritten spaarpunten	€ 0,75 p/spitsm		smartphone-app
E-bike – IMMA (Midden-Nederland)	beloning per werkdag dat gebruik wordt gemaakt van de elektrische fiets in ww verkeer	€ 2,50 p/spitsm (min 2 dagen gebruik e-bike, bijdrage werkgever 50%)		smartphone-app
Fietscoalitie Smart City – IMMA (Amsterdam)	beloning fietsgebruik per km, korting aanschafprijs (via fietsendealer), korting bij winkels	25% korting aanschaf		smartphone-app
Bereikbaarheidsplan IJmond (Amsterdam)	aanschafpremie, inkoopvoordeel lokaal, beloning fietsgebruik per km, aanbod gemakdiensten	€ 0,10-0,15 ct/km aanschafpremie?		smartphone-app
B-Riders 2 – deels IMMA (Brabant)	beloning (geld en punten) per rit afhankelijk van afstand, individuele coaching	10 ct/km 1-2 punten/km		smartphone-app (GPS tracking)
Kwaliteitsimpuls fiets Arnhem (Arnhem-Nijmegen)	financiële beloning per rit + loterij	€ 2,50 per spitsm € 0,50 per challenge		smartphone-app
Slim Reizen Vervolg – IMMA (Stedendriehoek)	probeeractie e-bike, beloning gebruik per km, bestaande fietsers beloning dmv bijvoorbeeld kortingsbonnen		0-3 mnd € 0,75 p/spitsm 3-6 mnd € 0,50 p/spitsm 6-9 mnd € 0,25 p/spitsm	smartphone-app
Spitsfietsen – 'IMMA' (Zwolle-Kampen)	financiële beloning per rit (afhankelijk van afstand)	0-5 km: loterij 5-7,5 km: € 1 per werkdag 7,5-10 km: € 2 per werkdag >10 km: € 3 per werkdag flexibele inzet van 'Verdubbelaar' bij bijv. slecht weer.	in tweede fase van het project geen geldbeloning meer voor bestaande fietsers, maar loten en max 3 maanden geldbeloning voor overstappers	smartphone-app

[1] De 10% korting op de aanschafprijs wordt volledig door de rijwielhandelaren aangeboden.

Tabel 4.1: Beloningsmethoden 12 geselecteerde fietsstimuleringsmaatregelen

4.2 App kenmerken

In deze meta-evaluatie is niet naar de kenmerken van de verschillende registratie apps gekeken. Dit verdient wel nader onderzoek, want specifieke app kenmerken of instellingen zullen van invloed zijn op de werving en tevredenheid van deelnemers en de effecten.

Hierbij kan gedacht worden aan:
- beschikbaarheid (iOS, Android, Windows);
- batterijgebruik;
- mate van nauwkeurigheid van registratie (GPS, WiFi);
- methode van registratie fietsritten;
- wijze van feedback/communicatie;
- gebruiksvriendelijkheid.

5

Effecten

5.1 Inleiding

Het primaire doel van de fietsstimuleringsmaatregelen is om deelnemers te stimuleren de overstap van de auto naar de fiets te maken. We onderscheiden drie indicatoren die op basis van veranderingen in het reisgedrag gemeten (kunnen) worden:

- spitsmijdingen[2]: autoritten in de spits die vervangen worden door fietsritten;
- effect toegenomen fietskilometers (zowel tijdens als buiten de spits):
  - minder uitstoot van CO_2 en NO_x (duurzaamheid),
  - mogelijke oplossing van knelpunten (bereikbaarheid),
  - meer beweging, meer calorieverbruik, et cetera (gezondheid);
- effect op de ervaring en attitude van deelnemers.

In het programma Beter Benutten zitten veel verschillende type projecten, loopt de context waarbinnen de maatregelen worden uitgevoerd uiteen en zijn de meeste maatregelen uit BBV nog in uitvoering. Voor de tussenevaluatie van de fietsstimuleringsmaatregelen was het daardoor niet mogelijk om bovenstaande indicatoren voor alle fietsprojecten te bepalen of met elkaar te vergelijken. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld de meta-evaluatie spitsmijden waarbij de resultaten van 7 min of meer vergelijkbare en afgeronde projecten met elkaar zijn vergeleken. Toch is deze momentopname zeer goed bruikbaar om de eerste resultaten, inzichten en lessen uit de fietsstimuleringsmaatregelen naar boven te halen. Bovendien geeft deze tussenevaluatie ook handvatten voor mogelijk vervolgonderzoek wanneer alle projecten zijn afgerond en de definitieve resultaten bekend zijn: wat is bijvoorbeeld nodig voor het uitvoeren van een eindevaluatie?

[2] De indicator spitsmijdingen is vooral belangrijk voor het bepalen van de effectiviteit van de maatregel, maar ook voor de contractbeheersing en de afrekening met de uitvoerder van het project (zie ook rapportage Meta-evaluatie Spitsmijdenprojecten).

5.2 Spitsmijdingen

In tabel 5.1 staat het aantal deelnemers, het aantal gerealiseerde spitsmijdingen en het aantal spitsmijdingen per deelnemer per werkweek weergegeven voor de geselecteerde fietsstimuleringsmaatregelen. Omdat alle maatregelen uit het programma Beter Benutten Vervolg nog in uitvoering zijn, gaat het voor deze maatregelen om een momentopname en zijn dit niet de definitieve resultaten. Voor twee maatregelen is het aantal spitsmijdingen per deelnemer onbekend (Fietsimpuls 2012-2014 en Fietscoalitie Smart City). Voor de overige maatregelen is voor de berekening van het aantal spitsmijdingen per deelnemer per werkdag gebruik gemaakt van het aantal actieve deelnemers en de door deze deelnemers gerealiseerde spitsmijdingen, zoals afgeleid uit de projectspecifieke gegevens of de enquête en ritgegevens. Hierbij zijn soms aannames gedaan om bijvoorbeeld het aantal gerealiseerde spitsmijdingen in de ochtendspits om te rekenen naar werkdag (zie ook de voetnoten bij tabel 5.1).

Hoewel het om voorlopige resultaten gaat, geven de cijfers in tabel 5.1 wel een eerste inzicht in de bandbreedte van de effecten van fietsstimuleringsmaatregelen. Het gemiddelde aantal spitsmijdingen per deelnemer per week ligt tussen de 1,2 en 4,0. Gewogen naar aantal deelnemers is het gemiddeld aantal spitsmijdingen per deelnemer per week voor de geselecteerde fietsstimuleringsmaatregelen 2,8. Dit betekent dat een deelnemer aan een fietsstimuleringsmaatregel gemiddeld 1,5 dag per week de fiets neemt in plaats van de auto. Op basis van de cijfers in tabel 5.1 kan verder worden afgeleid dat de gemiddelde conversie van deelnemers naar spitsmijdingen per persoon per werkdag 0,5 keer het aantal deelnemers is. Of anders gezegd, 1.000 deelnemers aan 'een fietsbeloningsproject' leveren gemiddeld 500 spitsmijdingen per werkdag op.

project	# deelnemers	# gerealiseerde spitsmijdingen[1]	# spitsmijdingen per deelnemer per week[2]	# spitsmijdingen per deelnemer per werkdag
B-Riders 1 (Brabant)	2.280	1.025 (per werkdag)	2,2[3]	0,4
Fietsimpuls 2012-2014 (Maastricht)[6]	500			
Fietsactie 2013 (Twente)	461	240 (per werkdag)	2,6[3]	0,5
Fietsimpuls 2015-2017 – IMMA (Maastricht)	1.427	347 (ochtendspits)	2,2[4]	0,4
Fietsimpuls – IMMA (Midden-Nederland)	>1.500	3.853 (per week)	2,5[5]	0,5
Fietscoalitie Smart City – IMMA (Amsterdam)[6]	1.319			
Bereikbaarheidsplan IJmond (Amsterdam)	2.684	840 (ochtendspits)	3,1[3]	0,6
B-Riders 2 – IMMA (Brabant)	5.000	4.000 (per werkdag)	4,0[3]	0,8
Kwaliteitsimpuls fiets (Arnhem-Nijmegen)	1.121	168 (per ochtendspits)	1,5	0,3
Slim Reizen Vervolg – IMMA (Stedendriehoek)	384	97 (per werkdag)	1,2[3]	0,2
Spitsfietsen – IMMA (Zwolle-Kampen)	2.823	11.752 (totale periode)	2,0[5]	0,4

1 Het aantal gerealiseerde spitsmijdingen op basis van de beschikbare projectspecifieke gegevens (onder andere afkomstig uit evaluatierapporten, voortgangsrapportages, input regio).
2 Het aantal spitsmijdingen per deelnemer per week is maximaal 10 (2 spitsmijdingen per werkdag en 5 werkdagen per week).
3 Het aantal spitsmijdingen per deelnemer per werkweek is afgeleid uit het aantal deelnemers en het aantal gerealiseerde spitsmijdingen uitgaande van 5 werkdagen per werkweek; indien alleen het aantal spitsmijdingen per ochtendspits bekend is, is het aantal spitsmijdingen vermenigvuldigd met 2 (ochtend- en avondspits).
4 Het aantal spitsmijdingen is bepaald op basis van de jaarlijkse geclusterde effectmeting van Maastricht Bereikbaar (september 2016), waaruit is afgeleid welke spitsmijdingen direct zijn toe te schrijven aan de fietsstimuleringsmaatregelen van Maastricht Bereikbaar.
5 Het aantal gerealiseerde spitsmijdingen per deelnemer is afgeleid uit de aangeleverde data (enquête en/of ritregistraties)
6 Voor Fietsimpuls Maastricht 2012-2014 en Fietscoalitie Smart City zijn geen spitsmijdingen bekend.

Tabel 5.1: Aantal spitsmijdingen per fietsstimuleringsmaatregel (bron: projectspecifieke gegevens of enquête en ritgegevens, bewerking Goudappel Coffeng)

Duurzame gedragsverandering

Omdat de meeste maatregelen nog in uitvoering zijn, zijn over het verloop van het aantal spitsmijdingen tijdens de deelnameperiode en of sprake is van een duurzame gedragsverandering na afloop van het project, niet of nauwelijks harde gegevens bekend. Binnen B-Riders 1, één van de maatregelen die wel is afgerond, zijn positieve ervaringen opgedaan met duurzame gedragsverandering (zie kader). Uit de meta-evaluatie van de spitsmijdenprojecten blijkt dat de terugval naar het oude gedrag kleiner is als deelnemers gedurende de deelnameperiode overstappen van de auto naar de fiets, e-bike of openbaar vervoer: 'Dit zijn gedragsreactie met een hoge cognitieve en fysieke moeite (moeilijke aanpassingen)'. Makkelijke aanpassingen, zoals route mijden, tijd-mijden en vaker thuis werken, hebben minder gedragsbehoud op de lange termijn'.

Vlak na afloop van B-Riders 1 in Brabant is het project 'Bike to Moon' gestart. Deelnemers aan B-Riders 1 konden met een aangepaste app fietsen voor een goed doel en dus zonder individuele beloning. Het grootste deel van de deelnemers bleven ook in dit programma (en B-Riders 2) doorfietsen. Dit sterkt het idee dat gedragsverandering duurzaam is.

Gedragsverandering is een onderwerp dat een lange adem nodig heeft. Het is nog onduidelijk hoe dit concreet vorm gaat krijgen. In BBV is het bestendigen van de gedragsveranderingen onderdeel van alle plannen van aanpak. De volgende ideeën en plannen zijn uit de interviews met de projectleiders naar voren gekomen om te komen tot een duurzame gedragsverandering:

- het starten van een community met deelnemers, vooral gericht op de intrinsieke motivatie om te blijven fietsen;
- na beloning deelnemers blijven stimuleren om te blijven fietsen voor goede doelen;
- geven van individuele feedback aan deelnemers, bijvoorbeeld over effect op gezondheid en kostenbesparing, zodat intrinsieke motivatie wordt aangesproken;
- geven van feedback op bedrijfsniveau in relatie tot bedrijfsdoelen;
- ervoor zorgen dat werkgevers en exploitanten betrokken blijven, bijvoorbeeld door het blijven promoten van fietsen naar het werk;
- ontwikkeling van nieuwe uitdagingen op individueel en bedrijfsniveau;
- bouwen aan een creditsysteem met lokale marktpartijen waarmee fietsers kunnen blijven sparen voor kortingen, belevenissen, goede doelen en
- het opzetten van een loyaliteitsprogramma, waarbij deelnemers gebruik kunnen maken van verschillende diensten (bandenplakservice, reparatiediensten).

Uit de gedragsmeting van I&W is informatie beschikbaar over het verschil in reisgedrag van deelnemers voor, tijdens en na deelname (zie figuur 5.1). Deelnemers is gevraagd om achteraf in te schatten wat het effect van deelname aan het project is geweest. Hierbij is een kanttekening op zijn plaats: bijna de helft van de deelnemers heeft voor 2013 deelgenomen aan een fietsstimuleringsmaatregel. De deelnemers voor 2013 zijn daarmee oververtegenwoordigd en hiermee dient rekening te worden gehouden bij de interpretatie van de resultaten. Op basis van de gedragsmeting van I&W is het daarom niet mogelijk om uitspraken te doen over de effecten van beloningsmaatregelen (die met name na 2013 worden uitgevoerd), maar de resultaten geven wel inzicht in

verschillen tussen deelnemers en niet-deelnemers en een indicatie voor (duurzame) gedragsveranderingen.

Ongeveer 19% van de deelnemers zegt tijdens deelname aan een fietsstimulerings-project vaker te fietsen dan voor die tijd. Driekwart van deze groep gebruikte voorheen de auto. In tabel 5.2 staat het fietsgebruik (gemiddeld aantal dagen per week) voor woon-werkverplaatsingen van de deelnemers aan fietsstimuleringsmaatregelen voor en tijdens deelname en in de huidige situatie. Gemiddeld gebruiken deelnemers aan fietsstimuleringsmaatregelen ongeveer 2,8 dagen per week de fiets voor woon-werk-verplaatsingen. Voor alle deelnemers geldt, ongeacht het jaar waarin men heeft deelgenomen, dat deelname ertoe heeft geleid dat men ongeveer een halve dag per week extra is gaan fietsen naar het werk. In de eerste jaren na deelname is er een gedragsbehoud van 60 tot 75%. Daarna neemt dit af tot minder dan 30%. Deelnemers die voor 2013 hebben deelgenomen vertonen zelfs helemaal geen gedragsverandering meer. Hoewel de resultaten uit de gedragsmeting vanwege de lage aantallen per jaar met enige voorzichtigheid moeten worden geïnterpreteerd, geeft tabel 5.1 wel een eerste inzicht in het verloop van de gedragsveranderingen.

jaar deelname	N	fietsgebruik voor deelname	fietsgebruik tijdens deelname	verschil voor en na deelname	fietsgebruik huidige sitautie	% gedragsbehoud
2017	143	2,7	3,3	0,5	3,1	75%
2016	166	2,8	3,2	0,4	3,0	60%
2015	170	2,6	3,1	0,5	2,7	28%
2014	128	2,7	3,1	0,4	2,7	1%
2013	99	3,0	3,4	0,4	3,1	10%
voor 2013	347	2,9	3,3	0,4	2,3	<0%

Tabel 5.2: Fietsgebruik (gemiddeld aantal dagen per week) woon-werkverplaatsingen deelnemers fiets-stimuleringsmaatregelen (Bron: Gedragsmeting I&W)

5.3 Effect toegenomen fietskilometers

Als gevolg van het aantal toegenomen fietskilometers worden minder autokilometers gemaakt. In tabel 5.3 staat voor de geselecteerde maatregelen het aantal vermeden autokilometers per deelnemer per week. Ook hier geldt dat het voor de maatregelen uit het programma BBV om een momentopname gaat. Verder is voor veel maatregelen geen informatie beschikbaar over het totaal aantal vermeden autokilometers, zowel binnen als buiten de spits. Dit komt deels doordat binnen een aantal projecten geen informatie wordt verzameld over het reisgedrag buiten de spits en deels doordat de woon-werkafstanden onbekend zijn. Voor de vier projecten waar wel informatie beschik-baar is over het aantal vermeden autoritten per week en de woon-werkafstand is het aantal vermeden autokilometers per deelnemer per week als volgt berekend:

- op basis van de enquêtedata is het aantal vermeden autoritten per week bepaald;
- op basis van het aantal deelnemers met vermeden autoritten is het aantal vermeden autoritten per week per deelnemer bepaald;

- op basis van de gemiddelde woon-werkafstand is vervolgens het vermeden aantal autokilometers per deelnemer per week bepaald.

Het gemiddelde aantal vermeden autokilometers per deelnemer per werkweek varieert tussen de 40 en 60 kilometer, met de kanttekening dat deze gegevens voor slechts vier projecten bekend zijn. Gewogen naar het aantal deelnemers is het gemiddelde aantal vermeden autokilometers voor de geselecteerde fietsstimuleringsmaatregelen ongeveer 55 kilometer per deelnemer per week (gebaseerd op 5 werkdagen).

project	# deelnemers	# deelnemers met vermeden autoritten binnen en buiten de spits	gemiddelde woon-werkafstand	# vermeden autokm's per deelnemer per week
B-Riders 1 (Brabant)	2.280	-	12,8	-
Fietsimpuls 2012-2014 (Maastricht)	500	-	10,9	-
Fietsactie 2013 (Twente)	461	302	9,9	43
Fietsimpuls 2015-2017 – IMMA (Maastricht)	1.427	-	-	-
Fietsimpuls – IMMA (Midden-Nederland)	>1.500	-	-	-
Fietscoalitie Smart City – IMMA (Amsterdam)	1.319	-	15,6	-
Bereikbaarheidsplan IJmond (Amsterdam)	2.684	488	12,4	49
B-Riders 2 – IMMA (Brabant)	5.000	2503	12,0	57
Kwaliteitsimpuls fiets (Arnhem-Nijmegen)	1.121	-	17,6	-
Slim Reizen Vervolg – IMMA (Stedendriehoek)	394	148	11,0	60
Spitsfietsen – IMMA (Zwolle-Kampen)	>3.000	-	8,9	-

Tabel 5.3: Aantal vermeden autokilometers per deelnemer per week (Bron: projectspecifieke gegevens, bewerking Goudappel Coffeng)

De toegenomen fietskilometers hebben een aantal positieve neveneffecten:

- Gezondheid: autokilometers die worden vervangen door fietskilometers hebben een positief effect op de gezondheid: fietsen verhoogt je fitheid, houdt je op gewicht en geeft in het algemeen een goed gevoel. Op basis van het aantal extra fietskilometers kan een vertaling worden gemaakt naar het effect op bijvoorbeeld het aantal ziekteverzuimdagen of de levensverwachting.
- Leefbaarheid: minder autokilometers betekent minder uitstoot. De gemiddelde CO_2-uitstoot van auto's is ongeveer 176 g/km[3]. Indien een deelnemer in een week 55 minder kilometers met de auto aflegt, betekent dit dus een vermindering van de CO_2-uitstoot met bijna 10 kg.
- Bereikbaarheid: vooral het vermijden van de autoritten in de spits op drukke knelpunten helpen mee aan de verbetering van de doorstroming en daarmee de bereikbaarheid.

[3] Bron: STREAM personenvervoer 2014 – genomen is de uitstoot van een gemiddelde auto (benzine, diesel, LPG) in de stad. Dit representeert het best de vervanging van relatief korte fietsritten.

Hoewel in alle plannen van aanpak aandacht wordt besteed aan de neveneffecten van de maatregel(en), zijn er nog weinig kwantitatieve cijfers bekend. Uit een eerder onderzoek naar de duurzaamheidseffecten van Beter Benutten maatregelen bleek dat spitsmijdenprojecten en vraaggerelateerde fietsmaatregelen de hoogste duurzaamheidsscore behalen (Duurzaamheidseffecten Beter Benutten, 2013-2015). Uit dit onderzoek bleek verder dat maatregelen in de categorie vraagbeïnvloeding het meeste bijdragen aan de vermindering van de totale uitstoot door wegverkeer. Goedopweg, de uitvoeringsorganisatie van Beter Benutten in Midden-Nederland, heeft onlangs onderzoek gedaan naar de effecten van hun maatregelenpakket op de duurzaamheid, leefbaarheid, gezondheid en veiligheid (Effecten van Beter Benutten in Midden-Nederland op duurzaamheid, leefbaarheid, gezondheid en veiligheid, paper gepresenteerd op CVS 2017). Uit dit onderzoek blijkt onder andere dat de overstap van de auto naar de fiets een gunstig effect heeft op de emissies (leefbaarheid), doorstroming (bereikbaarheid), vitaliteit en levensverwachting (gezondheid). Respondenten die regelmatig fietsen zorgen bijvoorbeeld voor een reductie van 120 ziekteverzuimdagen per jaar en de levensverwachting van de overstappers op de fiets neemt toe met 31 dagen per persoon. Deze cijfers zijn niet zonder meer toe te passen op alle fietsstimuleringsmaatregelen omdat in het maatregelenpakket van Goedopweg ook andere type maatregelen zitten.

5.4 Ervaring en attitude deelnemers

Ervaring en attitude ten aanzien van auto- en fietsgebruik

Naast de meer kwantitatieve indicatoren (spitsmijdingen, toegenomen fietskilometers) hebben de fietsstimuleringsmaatregelen ook invloed op de ervaring en attitude van deelnemers. De actieve deelnemers gaan meer ervaring opdoen met het gebruik van de fiets in vooral het woon-werkverkeer en de deelnemers zullen ook bewuster gaan nadenken voor hun mobiliteitsgedrag. In de gedragsmeting van I&W is zijn de deelnemers aan fietsstimuleringsmaatregelen een aantal stellingen voorgelegd over auto- en fietsgebruik in met name het woon-werkverkeer.

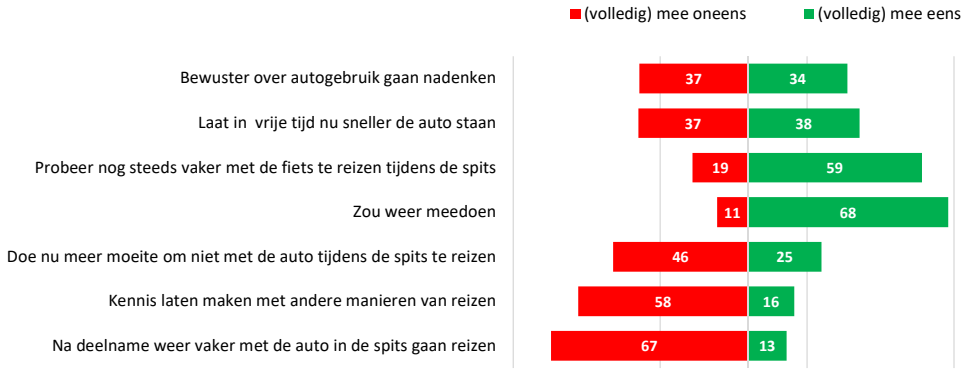
In het algemeen is er sprake van een positieve impact van fietsstimuleringsmaatregelen op verschillende attitudes ten aanzien van auto- en fietsgebruik (figuur 5.2):

- 59% van de deelnemers probeert nog steeds vaker met de fiets te reizen in de spits;
- 67% van de deelnemers is niet opnieuw met de auto in de spits gaan reizen;
- 68% zou een volgende keer weer meedoen aan een fietsstimuleringsmaatregel.

In het algemeen zijn de deelnemers die onlangs hebben deelgenomen aan een fietsstimuleringsmaatregel positiever dan deelnemers die langer geleden hebben deelgenomen. Evenals bij de werkelijke gedragsverandering, zien we dus ook bij de veranderingen in attitude ten aanzien van het auto- en fietsgebruik dat deze veranderingen na verloop van tijd minder groot worden. Dit geldt vooral voor de deelnemers die nog steeds proberen vaker met de fiets te reizen in de spits.

De fietsstimuleringsmaatregelen hebben er niet direct toe geleid dat deelnemers meer kennis hebben gekregen van andere manieren van reizen: 58% is het oneens met de stelling ‘meedoen aan het project heeft mij kennis laten maken met andere manieren

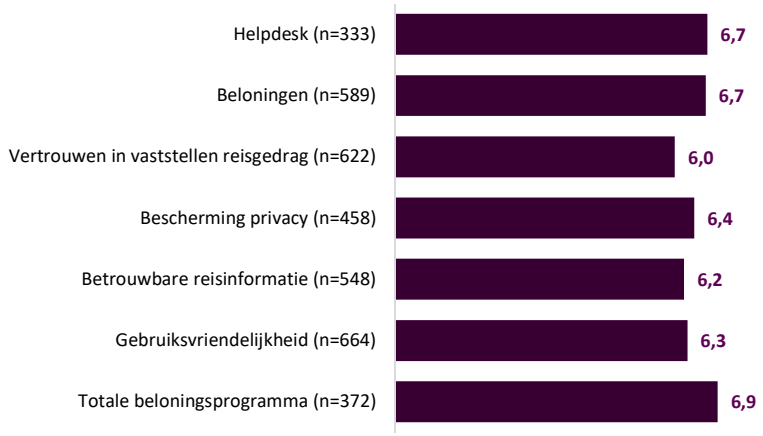
van reizen die zonder het project niet geprobeerd had'). Niet zo verwonderlijk, aangezien de meeste Nederlanders één of meerdere keren per werkweek fietsen en de fiets dus geen 'nieuwe manier' van reizen is. Iets meer dan een derde van de deelnemers is bewuster over het autogebruik gaan nadenken (34%) en laat in de vrije tijd nu sneller de auto staan (38%). Echter, 37% van de deelnemers beweert het tegenovergestelde.



Figuur 5.2: Verandering in attitude door deelnemers fietsstimuleringsmaatregelen (Bron: Gedragsmeting I&W 2017, n=1.354)

Ervaring en attitude ten aanzien van maatregel en stimuli om gedrag te veranderen

In een beperkt aantal projecten is aan de deelnemers gevraagd wat zij vinden van de maatregel. In Maastricht, Midden-Nederland en de Stedendriehoek zijn vragen gesteld over verschillende onderdelen van het beloningsprogramma (figuur 5.3). Het totale programma, de helpdesk, website en beloningen worden het beste beoordeeld. De onderdelen die een directe relatie hebben met de werking van de app scoren minder positief: vaststellen reisgedrag, privacy en betrouwbaarheid. Eerder kwam echter ook naar voren dat in een aantal andere regio's knelpunten worden ervaren met de privacy, het batterijverbruik en de gebruiksvriendelijkheid. Bij deze resultaten dient wel de kanttekening te worden geplaatst dat deze slechts gebaseerd zijn op 3 projecten en het aantal respondenten in Midden-Nederland erg laag is. Hierdoor zijn de resultaten indicatief van aard.



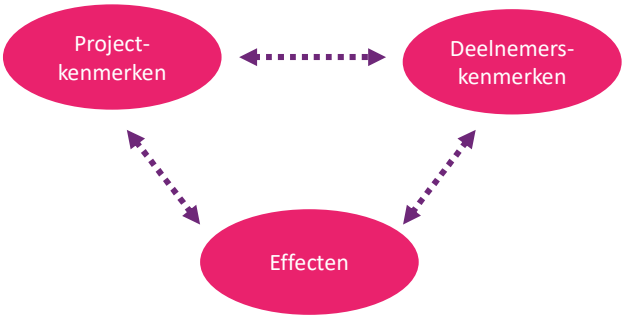
Figuur 5.3: Beoordeling verschillende onderdelen beloningsprogramma (gebaseerd op informatie uit 3 BBV projecten: Maastricht, Midden-Nederland, Stedendriehoek)

6

Relatie tussen projectkenmerken, deelnemers en effecten

Van de 12 geselecteerde fietsstimuleringsmaatregelen is informatie verzameld over projectkenmerken, deelnemerskenmerken en de effecten. Door de verschillende gegevens met elkaar te combineren is geprobeerd inzicht te krijgen in de relatie tussen projectkenmerken en deelnemerskenmerken, tussen projectkenmerken en effecten en tussen deelnemerskenmerken en effecten (zie figuur 6.1).

Daarbij gaat het om de volgende twee onderzoeksvragen:
- Zijn projectkenmerken van invloed op het deelnemersprofiel?
- Zijn projectkenmerken en/of deelnemerskenmerken van invloed op de effecten?



Figuur 6.1: Relatie tussen projectkenmerken, deelnemerskenmerken en effecten

Op basis van de beschikbare data bleek het niet mogelijk de bovenstaande vragen op basis van een kwantitatieve analyse te beantwoorden. Om deze vragen met voldoende betrouwbaarheid te beantwoorden moet alle informatie beschikbaar zijn van alle maatregelen. Dat bleek niet het geval. De projectkenmerken zijn voor alle projecten op basis van de plannen van aanpak en aanvullende informatie van de projectleiders allemaal in te vullen en daarmee het meest compleet. Van veel projecten zijn echter een beperkt aantal deelnemerskenmerken beschikbaar (bv. Fietsactie Twente en Zwolle Kampen) en indien wel beschikbaar niet altijd volgens dezelfde definitie. Verder zijn de effecten voor veel maatregelen alleen op projectniveau beschikbaar. Om de relatie te kunnen leggen tussen deelnemerskenmerken en effecten moeten we idealiter van elke deelnemer het

aantal spitsmijdingen weten. Het was in veel regio's niet mogelijk deze gedetailleerde informatie te leveren, hoewel deze data op basis van de ritregistratie en enquête-gegevens wel beschikbaar zouden moeten zijn.

De resultaten van de tussenevaluatie geven echter wel een eerste indicatie voor de richting van de in figuur 6.1 weergegeven verbanden:

- Een aantal fietsstimuleringsmaatregelen zijn specifiek gericht op het stimuleren van de e-bike, andere maatregelen richten zich alleen op de fiets. Deelnemers aan specifieke e-bike maatregelen hebben gemiddeld genomen een grotere woon-werkafstand omdat de e-bike een grotere actieradius heeft (zie Mobiliteitsbeeld 2017 van het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid). De fiets trekt vooral deelnemers op afstanden tot 7,5 km, terwijl de e-bike een bereik heeft tot 20 km.
- Het gebiedsniveau waarop de maatregel betrekking heeft, is mogelijk van invloed op het type deelnemer. In de spitsmijdenprojecten is er een duidelijk verschil tussen maatregelen die zich richtten op een corridor of een gebied. Bij fietsprojecten is dit onderscheid minder goed zichtbaar omdat geen enkele maatregelen zich richt op 1 specifiek traject. Een mogelijke veronderstelling is dat op het moment dat een maatregel zich richt op een bepaald wegvak waar beperkingen zijn als gevolg van bijvoorbeeld wegwerkzaamheden dit vooral gevolgen heeft voor de werving en niet zozeer voor de deelnemerskenmerken.
- De werving is uiteraard van invloed op de deelnemerskenmerken, maar ook op het aantal deelnemers en daarmee ook op de effecten. Dat begint al bij het bepalen van de omvang van de doelgroep. Zijn dit bijvoorbeeld alleen werknemers van convenant-partners of wordt breder geworven dan alleen de aangesloten werkgevers? Hier speelt ook de discussie of de werving zich richt op bestaande en nieuwe fietsers of alleen nieuwe fietsers. Deelnemerskenmerken zullen verschillen tussen bestaande en nieuwe fietsers, denk bijvoorbeeld aan de houding ten aanzien van de fiets. Algemeen kan geconcludeerd worden dat hoe laagdrempeliger de deelname en voorwaarden voor deelname, hoe hoger het aantal deelnemers.
- Omdat er geen grote verschillen zijn in de hoogte van de beloning tussen de verschillende projecten is het lastig om iets te zeggen over de relatie tussen de beloningsmethode en deelnemerskenmerken en beloningsmethode en effecten. Wellicht zijn lager opgeleiden iets gevoeliger voor de hoogte van de beloning dan hoger opgeleiden en spelen bij hoger opgeleiden gezondheidsaspecten een grotere rol bij de motivatie voor deelname.
- De uitvoering van maatregelen is projectmatig opgezet: vastgelegde definitie over spitsmijdingen, vaste projectdoorlooptijd, vast budget, vaste afspraken tussen opdrachtgever en uitvoerende partij(en). De focus op spitsmijdingen (overstap auto naar fiets) en hoe deze te behalen heeft mogelijk invloed gehad op de keuzes die worden gemaakt tijdens de uitvoering. Waar begin je met trechteren richting een spitsmijding: reeds bij de werving of pas bij de evaluatie? Hoe eerder in de werving er hier keuzes worden gemaakt, des te kleiner wordt de 'vijver' met potentiele deel-nemers. Aan welke voorwaarden moeten deelnemers voldoen, wat is hierover vastgelegd in de projectuitvoering (zie ook de discussie in hoofdstuk 3 rondom het werven en belonen van bestaande en nieuwe fietsers). Doelstellingen op het gebied van duurzaamheid en vitaliteit zouden explicieter op kunnen worden genomen. Uiteindelijk zijn deze keuzes van invloed op de effecten.

7

Conclusies en aanbevelingen

7.1 Conclusies

Deze opdracht betreft een tussenevaluatie van de fietsstimuleringsmaatregelen binnen het programma Beter Benutten. Binnen het onderzoek heeft een verdiepende analyse plaatsgevonden van 12 fietsstimuleringsmaatregelen. Daarbij is achtereenvolgens gekeken naar de kenmerken van de projecten, de werving van de deelnemers, de beloningsmethoden, de effecten en de relatie tussen deze verschillende aspecten. In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste conclusies samengevat en wordt een aantal aanbevelingen gedaan over de monitoring en evaluatie, projectopzet van fietsstimuleringsmaatregelen en vervolgonderzoek.

Kenmerken fietsstimuleringsmaatregelen

Eerst is een uitgebreide inventarisatie geweest van alle fietsstimuleringsmaatregelen die binnen het programma Beter Benutten zijn of worden uitgevoerd (zie bijlage 1 voor een overzicht van de maatregelen). Later zijn 12 maatregelen geselecteerd voor een verdiepende analyse:

- De maatregelen uit het programma BBV (n=8) zijn allemaal nog in uitvoering. Het gaat om langlopende projecten met een doorlooptijd van minimaal anderhalf jaar. De kosten (exclusief BTW) van de maatregelen lopen sterk uiteen en variëren tussen de 223 en 2.700 k€.
- De meeste maatregelen hanteren als vuistregel dat 50% van de doelgroep bereikt wordt met de maatregel. Tussen de (bereikte) doelgroep en het te verwachten aantal deelnemers is geen eenduidige relatie af te leiden op basis van de beschikbare gegevens.
- In de ex-ante inschattingen wordt voor de vertaling van het aantal deelnemers naar het aantal te verwachten spitsmijdingen gemiddeld genomen uitgegaan van ‘aantal spitsmijdingen = 0,6 keer het aantal deelnemers’.
- De focus op spitsmijdingen en hoe deze te behalen heeft invloed gehad op de werving van deelnemers en daarmee de behaalde resultaten.

Werving van deelnemers

Het werven van de deelnemers is een belangrijke stap in de projectuitvoering. Zonder deelnemers geen effecten. Vrijwel alle fietsstimuleringsmaatregelen maken gebruik van meerdere wervingsmethoden tegelijk. De belangrijkste conclusies ten aanzien van de werving van deelnemers zijn:

- Binnen alle projecten wordt gebruik gemaakt van een of meerdere campagnes om deelnemers te werven. Dit zijn soms publieksgerichte campagnes die regiobreed worden uitgezet en soms 'customized' campagnes die zich richten op een specifieke doelgroep of thema, bijvoorbeeld via werkgevers. Publieksgerichte campagnes bereiken een grotere doelgroep, maar direct contact met potentiële deelnemers is moeilijker. Bij 'customized' campagnes is dit net andersom: kleinere doelgroep, maar wel makkelijker contact met potentiële deelnemers.
- Veel campagnes worden via of in samenwerking met betrokken of aangesloten werkgevers uitgezet. De fietsstimuleringsmaatregelen hebben dan ook allemaal als primaire doelgroep werknemers en richten zich dus in het bijzonder op het stimuleren van het fietsgebruik in het woon-werkverkeer.
- Het is effectief om de werving van deelnemers laagdrempelig in te steken, en zowel bestaande als nieuwe fietsers de mogelijkheid geven om deel te nemen. Dit levert meer deelnemers op, de bestaande fietsers (of ambassadeurs) zorgen voor een voorbeeldfunctie en het is makkelijker om werkgevers hierin mee te krijgen (want zij hoeven geen onderscheid tussen automobilisten en niet-automobilisten te maken).
- Bij een brede insteek qua werving treedt als positief neveneffect op dat nieuwe werkgevers (via geïnteresseerde werknemers) zich aanmelden als partner voor het regionale Beter Benutten project.
- Eenmaal is er gebruik gemaakt van kentekenregistratie als wervingsmethode. Naar aanleiding van de aandacht rondom privacy in de media en politiek bij spitsmijden-projecten achten veel regio's kentekenregistratie inmiddels als ongewenst om deelnemers te werven. Terwijl dit wel een methode is waarmee, binnen de wettelijke privacywetgeving, zeer gericht en persoonlijk kan worden geworven.

Deelnemerskenmerken

Het aantal deelnemers per fietsstimuleringsmaatregel varieert tussen de 385 en 5.000. Gemiddeld genomen gaat het om circa 2.000 deelnemers per project. Helaas is het niet mogelijk om op basis van de beschikbare data een onderscheid te maken tussen bestaande en nieuwe fietsers. De deelnemers aan de fietsstimuleringsmaatregelen kunnen worden gekarakteriseerd aan de hand van de volgende kenmerken:

- De gemiddelde leeftijd van de deelnemers is 49 jaar, en vooral personen vanaf 35 jaar nemen deel aan een fietsstimuleringsmaatregel. Gemiddeld genomen doen ongeveer evenveel mannen als vrouwen mee aan de projecten, maar over de projecten heen is sprake van een grote spreiding.
- Meer dan de helft van de deelnemers (55%) komt uit (zeer) sterk stedelijke gebieden. De gemiddelde reisafstand naar het werk is 10,8 kilometer. Het gemiddeld aantal reisdagen naar het werk is vrij hoog: driekwart van de deelnemers heeft 4 à 5 reisdagen.
- Gezondheid is veruit de meest aangegeven reden voor deelname, gevolgd door beloning en reistijd/afstand. Gezondheid is ook een van de meest genoemde motivaties om te fietsen onder frequentie fietsers.

- De (strikte) voorwaarden voor deelname zijn een belemmering voor potentiële deelnemers. Voorwaarden waaraan deelnemers moeten voldoen hebben bijvoorbeeld betrekking op de minimale woon-werkritten en afstanden, de vervoerwijze in de referentiesituatie (automobilist), maar ook de beschikbaarheid van een geschikte smartphone.

Beloningsmethoden

Alle geselecteerde maatregelen voor de verdiepende analyses waren of zijn gericht op het stimuleren van het fietsgebruik door middel van beloning. Dit kan een financiële beloning zijn voor het fietsgebruik, korting op de aanschafprijs van een (elektrische) fiets of het belonen in de vorm van credits (spaarpunten, tegoedbonnen, loterij). De regio's hanteren verschillende parameters om de beloningen toe te kennen of om er variatie in aan te brengen. Beloningen worden gegeven per km, per spitsmijding, of per werkdag. De vergoedingen per kilometer variëren tussen de 8 en 15 cent per kilometer. De vergoeding per werkdag ligt tussen de 1 en 4 euro, afhankelijk van de woon-werk-afstand. Belonen helpt om mensen op de fiets te krijgen, maar de motivatie voor deelname komt vooral voort uit gezondheidsoverwegingen.

Effecten

Op basis van deze tussenevaluatie kunnen we nog weinig harde conclusies trekken over de effectiviteit van fietsstimuleringsprojecten. Dat komt natuurlijk vooral doordat veel van de geselecteerde projecten nog lopen en dus ook nog niet geëvalueerd zijn. Een kosteneffectiviteitsanalyse is daardoor nog niet te maken. Maar uit de verdiepende analyses van de effecten zijn wel een aantal interessante bevindingen naar voren gekomen:

- Het gemiddeld aantal spitsmijdingen per deelnemer per werkweek is 2,8. De gemiddelde conversie van het aantal deelnemers naar spitsmijdingen per persoon per werkdag is '0,5 keer aantal deelnemers'. Bij de ex-ante inschattingen wordt gemiddeld genomen gerekend met '0,6 keer aantal deelnemers'. De ex-ante inschattingen van het aantal deelnemers en het aantal spitsmijdingen zijn dus vaak nog aan de hoge kant. Nu steeds meer informatie beschikbaar komt over de outcome van maatregelen, kunnen daarmee de ex-ante inschattingen worden verbeterd.
- Heel grof kunnen we concluderen dat met beloningsprojecten het mogelijk is mensen (van de auto) op de fiets te krijgen en dat de overstappers gemiddeld zo'n 1,5 dag per week meer gaan fietsen.
- De deelnemers zorgen niet alleen voor spitsmijdingen (overstap van de auto naar de fiets in de spits), maar soms ook voor een toename van het aantal fietskilometers buiten de spits. Op basis van vier projecten met informatie over het totaal aantal vermeden autoritten per week is becijferd dat het gemiddeld aantal vermeden autokilometers per deelnemer per werkweek ongeveer 55 kilometer is. Deze toegenomen fietskilometers hebben een positieve impact op de gezondheid van de deelnemers die meer zijn gaan fietsen, de leefbaarheid (minder uitstoot) en bereikbaarheid (betere doorstroming).
- Omdat de meeste maatregelen nog in uitvoering zijn, zijn over het verloop van het aantal spitsmijdingen tijdens de deelnameperiode en of sprake is van een duurzame gedragsverandering na afloop van het project niet of nauwelijks gegevens bekend. De gedragsmeting van I&W laat zien dat in de eerste jaren tijdens/na deelname sprake is

van een gedragsbehoud van 60 tot 75%. Na een paar jaar daalt dit percentage tot onder de 25% en na vijf jaar lijkt nog nauwelijks sprake te zijn van een structurele gedragsverandering.

- In het algemeen is onder de deelnemers sprake van een positieve attitude verandering ten aanzien van het auto- en fietsgebruik. Een meerderheid van de oud-deelnemers probeert nog steeds vaker met de fiets te reizen in de spits en zou een volgende keer weer meedoen aan een fietsstimuleringsmaatregel. Oftewel, de eigen ervaring en de daarmee opgedane intrinsieke motivatie is van groot belang voor een duurzaam blijvend effect.

7.2 Aanbevelingen

7.2.1 Monitoring & Evaluatie

We onderscheiden drie fasen in het M&E proces:

- fase 1: probleemanalyse (ex-ante inschattingen);
- fase 2: uitvoering maatregel (monitoring effecten);
- fase 3: ex-post analyse (evaluatie effecten).

Zorg voor een goede inbedding van de watervalmethodiek in de probleemanalyse

Een gedegen probleemanalyse is het fundament van ieder project. Belangrijke uitkomst van de probleemanalyse is een meetbare en haalbare doelstelling. De watervalmethodiek helpt goed bij het kwantificeren van de doelstellingen. Trapsgewijs komen tot een doelstelling geeft een beter inzicht in de omvang van de doelgroep, het aantal te verwachten deelnemers en de ingeschatte effecten. Het is goed dat de watervalmethodiek een 'vaste' plek heeft gekregen binnen BBV. Een belangrijke conclusie van deze tussenevaluatie is dat het toepassen van de watervalmethodiek dwingt tot bewuster nadenken over de doelgroep, het aantal beoogde deelnemers en het aantal te verwachten spitsmijdingen. Nu van steeds meer maatregelen de effecten bekend zijn, zou het goed zijn om een standaardoverzicht te hebben van de meest gehanteerde conversies tussen de verschillende stappen uit de watervalmethodiek. Op basis van deze tussenevaluatie zijn in ieder geval de volgende twee vuistregels naar voren gekomen (1) bereikte doelgroep = 0,5 keer omvang doelgroep en (2) aantal spitsmijdingen = 0,5 keer aantal deelnemers.

Een mogelijke uitbreiding van de watervalmethodiek om een betere inschatting te kunnen maken van de effecten is een extra stap tussen deelnemers en spitsmijdingen: 'deelnamefrequentie'. De deelnamefrequentie heeft betrekking op de mate van (fiets) activiteit die een deelnemer vertoont. Denk hierbij aan het aantal fietsritten dat per week wordt gemaakt, het aantal dagen dat wordt gefietst en het verloop van het aantal fietsritten tijdens de deelnameperiode, maar zeker ook na de deelnameperiode. Hiermee voorkom je dat in de ex-post evaluatie de focus alleen is gericht op het aantal spitsmijdingen (zie ook verderop in deze paragraaf) en dat ook wordt stilgestaan bij het fietsgebruik an sich en de mogelijke neveneffecten die hieruit voortkomen.

Krijg meer grip op niet-deelnemers

Wat is de reden waarom potentiële deelnemers (bereikte doelgroep, mensen die interesse tonen, maatregel uitproberen) niet deelnemen? Doe hier onderzoek naar, of ontsluit deze kennis indien al bekend. Dit levert waardevolle informatie op voor vervolg-projecten: hoe kunnen we potentiële deelnemers zo effectief mogelijk verleiden? De voorwaarden voor deelname lijken een belangrijke belemmering te vormen voor deelname. De in het kader van IMMA door I&W opgestelde richtlijnen voor rechtmatig belonen vormen in dit kader soms een beperkende c.q. restrictieve factor. Het zou goed zijn om hier meer informatie over te verzamelen.

Zorg voor een structurele monitoring en evaluatie

Het blijft belangrijk om de voortgang van de maatregelen structureel te blijven monitoren. Dit levert niet alleen informatie op over de effecten, maar ook kennis die mogelijk kan leiden tot bijsturing of aanpassing van de maatregel. Belangrijke aandachtspunten bij de monitoring en evaluatie zijn:

- Leg niet alles vast bij aanvang van het project, geef een project bijvoorbeeld de ruimte voor het werven van deelnemers, zonder direct alles te willen weten (0-meting) van de deelnemers. Teveel vragen en voorwaarden zijn een drempel voor deelname. Dat kan ook stapsgewijs.
- Omdat het vaak gaat over langlopende projecten met een doorlooptijd van minimiaal 1 jaar is het van belang om op verschillende momenten in de tijd te meten.
- Veel fietsstimuleringsmaatregelen werken met automatische ritregistratie (via smartphone/GPS). Op deze manier wordt erg veel data verzameld maar kwantiteit is geen kwaliteit. Het is belangrijk om vooraf een goed beeld te hebben van welke data met de app verzameld wordt en in hoeverre deze data bruikbaar is voor de monitoring en evaluatie van de effecten. Ontbrekende data, bijvoorbeeld deelnemerskenmerken en gebruikerservaring, moet op een andere manier verzameld worden. Voeg bijvoorbeeld persoonsprofielen toe aan de app. Stapsgewijs kunnen dan nuttige (en ook minder nuttige) vragen in-app worden gesteld, waarmee ervaringen en kenmerken kunnen worden vastgelegd. Desgewenst kan hier een kleine beloning (in gespaard saldo) tegenover staan.
- In de rittendata zit veel meer informatie dan alleen de gegevens over het aantal spitsmijdingen. Denk aan deelname frequentie per persoon, routeinformatie, verloop van deelname in de tijd, et cetera. Deze data wordt nu onderbenut. Hoe kunnen we de verzamelde data optimaal benutten voor monitoring en evaluatiedoeleinden anders dan het analyseren van het aantal spitsmijdingen? Leg correlaties met bijvoorbeeld weersomstandigheden, vakantieperioden, filezwaarte, .. ? Hierop kan vervolgens binnen het project worden ingespeeld.
- Een koppeling tussen de ritregistraties en enquêtedata is niet altijd beschikbaar, ook vanwege privacy issues. Deze koppeling is echter wel nuttig. Bijvoorbeeld om de relatie tussen deelnemerskenmerken en effecten te analyseren. Geef eventueel in de voorwaarden bij de uitvoering van een maatregel aan dat deze data wel gekoppeld moet worden. Of, zoals hiervoor beschreven, maak de enquête onderdeel van de app via een persoonsprofiel.

- De vragenlijsten die worden uitgezet onder de deelnemers aan de fietsstimuleringsmaatregelen verschillen nog te veel van elkaar, waardoor vergelijkende analyses tussen de maatregelen niet altijd mogelijk zijn. Het valt aan te bevelen om de vragenlijst op een aantal punten te standaardiseren. De minimale kennisbehoefte die voor alle maatregelen op dezelfde manier zou moeten worden verzameld bestaat uit:
  - geslacht en leeftijd (dezelfde leeftijdsklassen of werkelijke leeftijd);
  - woon-werkafstand of reistijd (dezelfde klassen of werkelijke afstand);
  - aantal werkdagen en aantal reisdagen naar het werk;
  - vervoermiddelgebruik voor, tijdens en na deelname;
  - reden voor deelname en niet-deelname.

  Naast deze minimale kennisbehoefte moet er voor elke regio ruimte zijn voor eigen invulling. Dat geldt ook voor de vorm waarin de vragen worden gesteld.
- En ten slotte de aanbeveling om in de monitoring en evaluatie zoveel mogelijk te werken met dezelfde definities voor deelnemers en spitsmijdingen. Leg vooraf vast wat de definitie van een deelnemer is en hoe moet worden omgegaan met bestaande en nieuwe deelnemers. Is iemand deelnemer wanneer hij/zij staat ingeschreven of is iemand pas een deelnemer wanneer hij/zij minimaal 1 keer per week een spitsmijding maakt? En hoe wordt bij de berekening van het aantal spitsmijdingen omgegaan met spitsmijdingen van bestaande en nieuwe deelnemers? Tellen deze beide mee of alleen de spitsmijdingen van de nieuwe deelnemers? Ook voor spitsmijdingen moet een eenduidige definitie komen. Wanneer is sprake van een spitsmijding? En nu worden spitsmijdingen in verschillende eenheden gerapporteerd (per spitsperiode, per ochtendspits, per werkdag) en is ook niet altijd duidelijk hoe de spitsperiode is gedefinieerd. Voor een goede vergelijking van maatregelen zijn dezelfde definities noodzakelijk.

Ex-post analyse: focus niet alleen op spitsmijdingen

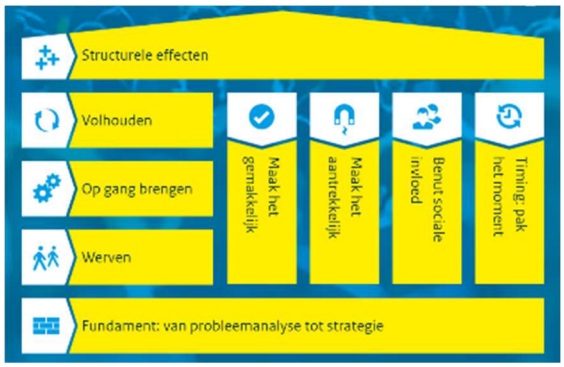
De primaire doelstelling van fietsstimuleringsmaatregelen is het realiseren van spitsmijdingen door mensen te bewegen vaker met de fiets te gaan in plaats van de auto. Maar zoals eerder opgemerkt hebben fietsstimuleringsmaatregelen ook een positieve invloed op de gezondheid van de deelnemers, de leefbaarheid en bereikbaarheid. De focus bij de monitoring en evaluatie moet niet alleen gericht zijn op de te behalen spitsmijdingen, maar ook op de andere effecten die te behalen zijn. Het is daarbij belangrijk om vooraf duidelijke indicatoren af te spreken. Binnen de IMMA projecten is hier een begin mee gemaakt door zogenaamde KPI's vast te leggen. Maak vooraf ook afspraken over welke data gebruikt wordt voor het bepalen van de effecten. Zijn bijvoorbeeld de enquêtegegevens maatgevend of juist de ritgegevens. Ten slotte, neem in de ex-post meting ook meer procesmatige indicatoren mee. Hoe verloopt bijvoorbeeld het contact en de samenwerking met de werkgevers. Vooral in het wervingsproces hebben we gezien dat de werkgevers een belangrijke rol kunnen hebben. De betrokkenheid van de werkgevers verschilt per project en een meta-evaluatie van de werkgeversaanpak/rol werkgevers kan hiermee inzicht in verschaffen.

Een ander belangrijke aanbeveling met betrekking tot de ex-post analyse is de terugkoppeling van de evaluatieresultaten naar de ex-ante inschattingen. In deze tussenevaluatie is daar een eerste aanzet voor gegeven. Belangrijk is om te achterhalen waarom bepaalde doelen of inschattingen niet zijn gehaald. Welke oorzaken zijn hiervoor

aan te wijzen. Niet om een project af te rekenen, maar juist om te leren van succesfactoren en failures, zodat deze in toekomstige projecten gebruikt kunnen worden.

7.2.2 Opzet projecten

De tussenevaluatie fietsstimuleringsmaatregelen heeft veel inzichten opgeleverd die toegepast kunnen worden binnen de verschillende fasen uit het gedragshuis (zie figuur 7.1). In deze paragraaf staan deze bevindingen overzichtelijk per fase beschreven.



Figuur 7.1: Fasen gedragshuis Beter Benutten

Fase 1: Van probleemanalyse tot strategie

De probleemanalyse zit al beter verankerd in BBV, maar het kan altijd beter. Zorg ervoor dat de watervalmethodiek een vaste plek krijgt in het plan van aanpak (voor zover dit nog niet het geval is) en maak gebruik van de opgedane kennis en ervaring voor ex-ante inschattingen (zie ook vorige paragraaf).

Fase 2: Werven, op gang brengen en volhouden

De projectmatige opzet van veel maatregelen en de keuzes die daaruit voortvloeien ten aanzien van onder andere de werving zijn van invloed op de effecten. De werving is in de meeste projecten nu vooral gericht op werknemers en inwoners van (zeer) sterk stedelijke gebieden. Deelnemers zijn vooral werknemers met een woon-werkafstand onder de 10 kilometer en met gemiddeld meer dan 3 reisdagen per werkweek. De motivatie voor de deelname komt vooral voort uit gezondheidsoverwegingen en in mindere mate kosten en reistijd/afstand. Benut de gezondheidsvoordelen van vaker fietsen optimaal bij het werven van deelnemers. Door vooral in te zetten op positieve neveneffecten zoals vitaliteit wordt de intrinsieke motivatie meer aangewakkerd.

Wat betreft potentiële deelnemers liggen er wellicht kansen bij lager geschoold personeel, werknemers met langere woon-werkafstanden en parttime medewerkers. Richt je pijlen in toekomstige projecten vooral op die groepen waar nog veel potentie zit, maar hiervoor is vaak wel een andere type communicatie nodig. Bij minder hoog opgeleide werknemers speelt beloning wellicht een belangrijkere rol dan gezondheid.

Andere belangrijke aanbevelingen ten aanzien van de werving zijn:

- Benut de werkgevers als communicatiekanaal. Enerzijds als rechtstreekse ingang richting potentiële deelnemers, anderzijds ter controle van de referentiesituatie van de deelnemende werknemers. Deelname en enthousiasme van werkgevers is cruciaal voor succes van de maatregelen.
- Stel niet te strikte voorwaarden aan de deelname en laat bijvoorbeeld ook bestaande fietsers deelnemen, zij zijn je ambassadeurs. Laagdrempeligheid leidt tot meer deelnemers. Ambassadeurs zorgen ervoor dat een community levendig blijft en daarmee ook voor minder uitval. Laat mensen de app uitproberen zonder eerst te registreren. Hier is wel sprake van een spanningsveld met IMMA: de kaders van IMMA passen niet altijd bij de aanbeveling om de voorwaarden voor deelname minder strikt te hanteren.
- In de werving benadrukken dat iedereen mee mag doen. Werkgevers komen hierdoor zelf ook meer in beweging. Het effect werkt twee kanten uit. Wanneer werkgevers enthousiaster zijn en meer gemotiveerd levert dit vanzelf meer deelnemers op (zowel bestaande als nieuwe fietsers). En als iedereen mee mag doen levert dit ook nieuwe convenantpartners op, waardoor de doelgroep vanzelf groter wordt.

Verder is het belangrijk om tijdens het project een goede relatie op te bouwen met de deelnemers. Als de app goed werkt dan is dit zowel een goed volgmiddel als een goed communicatiemiddel. Interactie met deelnemers tijdens de deelnameperiode vergroot de betrokkenheid van de deelnemers. Een goede feedback is van groot belang.

Op basis van de beschikbare informatie valt nog weinig te zeggen over duurzame gedragsveranderingen. Na afloop van het project moet er een verschuiving plaatsvinden van extrinsieke motivatie (beloning) naar intrinsieke motivatie. Hiermee wordt nu en de komende maanden ervaring opgedaan en het is belangrijk dat deze kennis wordt gedeeld. De kernvraag is of de deelnemers blijven fietsen als er geen beloning meer is. Het starten van een community met deelnemers vooral gericht op de intrinsieke motivatie lijkt een goede eerste stap.

Fase 3: Structurele effecten

In de vorige paragraaf is al het een ander geconcludeerd over de monitoring en evaluatie van structurele effecten. De belangrijkste aanbevelingen zijn:

- Blijven monitoren en evalueren voor inzicht in de korte- en lange termijn effecten, zowel op maatregel- als op meta-niveau. Omdat op dit ogenblik nog veel fietsstimuleringsmaatregelen in uitvoering zijn, is deze evaluatie een momentopname. Uit deze tussenevaluatie zijn veel inzichten naar voren gekomen, maar is ook gebleken dat een aantal onderzoeksvragen nog niet beantwoord konden worden (zie ook hoofdstuk 6). Deels doordat veel maatregelen nog in uitvoering zijn en deels doordat niet alle informatie beschikbaar was. Dit pleit ervoor om na afloop van het programma Beter Benutten een volledige meta-evaluatie uit te voeren. De minimale kennisbehoefte per maatregel staat in paragraaf 7.2.1.
- Regelmatige feedback en communicatie met deelnemers zorgt voor verbinding en grotere betrokkenheid. Oud-deelnemers kunnen in toekomstige projecten de nieuwe ambassadeurs zijn. Zowel gedurende de werving, de deelnameperiode maar ook zeker na deelname is het belangrijk om het fietsen en de voordelen van fietsen onder

de aandacht van de mensen te blijven houden. Mensen moeten steeds getriggerd worden om ervoor te zorgen dat ze het gewenste gedrag blijven vertonen en niet terugvallen op 'oude' gewoontes. Dit is een belangrijk aandachtspunt voor de projecten uit BBV die binnenkort eindigen.

- Voorwaarden voor deelname zijn van invloed op wie wel of niet deelneemt en hoe lang iemand mag deelnemen en zijn daarmee dus ook medebepalend voor de effecten op de korte- en lange termijn. Het verdient de aanbeveling om de voorwaarden van de verschillende maatregelen eens goed naast elkaar te leggen en ook te vergelijken met de IMMA-voorwaarden. Waar zitten knelpunten? Waar zitten mogelijke verbeterpunten?

7.2.3 Vervolgonderzoek

In dit onderzoek is veel data vergaard waarmee we tot conclusies en aanbevelingen zijn gekomen. Echter, sommige vragen konden slechts beperkt worden beantwoord, en in andere gevallen worden nieuwe vragen opgeroepen. Daarom bevelen we aan om de volgende zaken nader te onderzoeken.

- Waarom doen potentiële deelnemers niet mee of wat brengt hen ertoe om wel deel te nemen? Een relevant vraagstuk dat we op basis van het voorliggende onderzoek niet direct kunnen beantwoorden maar nog wel extra aandacht verdient.
- In hoeverre zijn kenmerken van de verschillende registratie apps van invloed op de werving en tevredenheid van de deelnemers en de effecten?
- Meta-evaluatie van de werkgeversaanpak. In hoeverre is de betrokkenheid van werkgevers van invloed op de werving en daarmee het aantal deelnemers? En welke effecten zijn er bij werkgevers te behalen (bewustwording en inbedding)?
- Zijn er verschillen in effecten tussen bestaande en nieuwe deelnemers? En in hoeverre zijn eventuele verschillen van invloed op de kosteneffectiviteit van een maatregel?

Bijlage 1

Fietsstimulering in Beter Benutten

Overzicht fietsstimuleringsmaatregelen Beter Benutten

regio	omschrijving	programma
Metropoolregio Amsterdam	E-scooters op Electric Freeway Almere – Amsterdam	BB1
	Fietsbarrieres Amsterdam oplossen	BBV
	Zuidas – Fietsstimulering	BBV
	Fietscoalitie Smart City	BBV
	Bereikbaarheidsplan IJmond Bereikbaar	BBV
Maastricht Bereikbaar	Fietsimpuls 2012-2014	BB1
	Fietsimpuls 2015-2017 (IMMA)	BBV
Midden-Nederland	Fietsstimuleringsproject E-bike	BB1
	Verbeteren fietsbereikbaarheid De Uithof	BB1
	Woerden Fietst Natuurlijk!	BB1
	Fietsimpuls (IMMA)	BBV
	E-bike	BBV
	Scholenaanpak – Basisscholen	BBV
	Scholenaanpak – KDV	BBV
	Pak het Moment – Amersfoort fietst	BBV
	Pak het Moment – Eerstejaars USP	BBV
	Pak het Moment – Nieuwe Bedrijfsvestigingen	BBV
	Pak het Moment – Nieuwegein Fietst	BBV
Brabant	B-Riders	BB1
	Fietsbeleid 2.0: Ons Brabant Fietst (B-Riders)	BBV
Haaglanden	Bikeshare Haaglanden	BB1
	Doorgeef E-fiets	BB1
	Stimuleren (e-)fietsgebruik Leiden	BBV

regio	omschrijving	programma
Leeuwarden	Leeuwarden Fietsstad	BB1
	Leeuwarden op de Fiets – Fietsstimuleringsmaatregel Rij2Op5	BBV
Arnhem-Nijmegen	Campagne 'Hier fietst een automobilist'	BB1
	Kwaliteitsimpuls: Arnhem Centrum	BBV
	Arnhem Rijnstate: Fiets en E-bike stimulering	BBV
	Arnhem-Velperweg: Fiets en E-bike stimulering	BBV
	Arnhem-Presikhaaf: probeerpoules E-bike	BBV
Groningen-Assen	Mobiliteitsmanagement (werkgeversaanpak)	BB1
	Werkgeversaanpak Assen: E-bike regeling	BBV
	Fiets Groningen Bereikbaar: E-bike regeling	BBV
	Fietsstimulering Groningen Bereikbaar: Rij2Op5	BBV
	Fiets Groningen Bereikbaar – Park & Bike	BBV
Twente	Twente E-fiets actie 2013	BB1
	Fietsactie 2014	BBV
	Thuiszorg (pilot)	BBV
	Enschede Stedelijk – Campagne Enschede Fietst	BBV
Stedendriehoek	Slim Reizen Stedendriehoek – Fietsactie	BB1
	Slim Reizen Vervolg (IMMA)	BBV
	Fietsstimulering Apeldoorn – Deventer	BBV
Zwolle-Kampen	Spitsfietsen (IMMA)	BBV

Tabel B1.1: Overzicht fietsstimuleringsmaatregelen Beter Benutten

Vestiging Deventer
Snipperlingsdijk 4
7417 BJ Deventer
T +31 (0570) 666 222
F +31 (0570) 666 888
Postbus 161
7400 AD Deventer

www.goudappel.nl
goudappel@goudappel.nl

adviseurs
mobiliteit
Goudappel
Coffeng