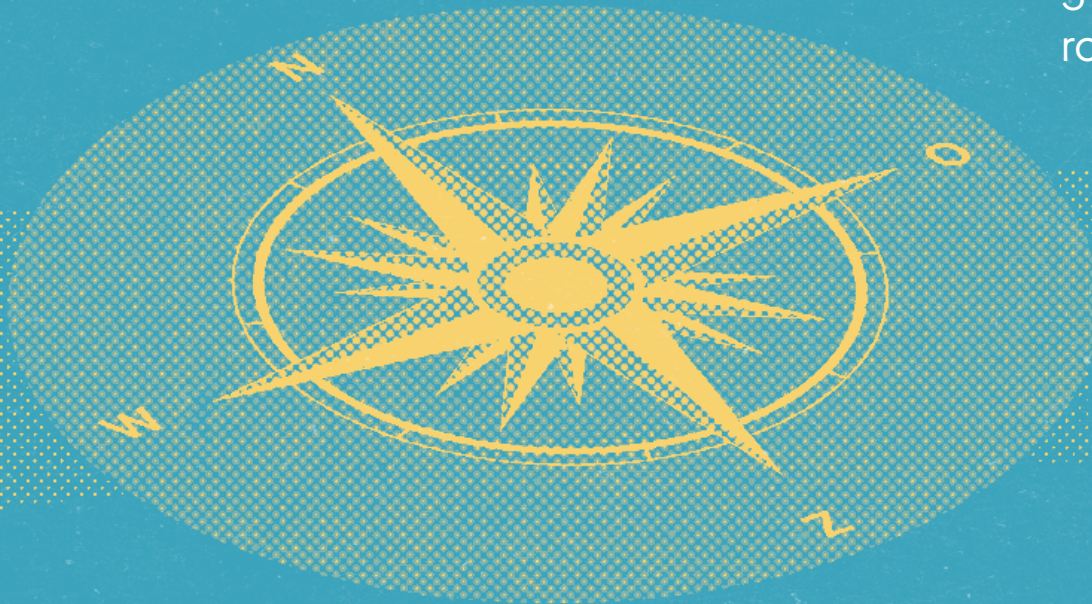


het fietskompas

voor jouw route naar het stimuleren van fietsen

De 'zachte'
gedragkant van
fietsstimulering ligt
onder het
vergrootglas

Hoe *1,5 miljoen*
high fives zorgden voor
31% minder auto's
rondom scholen



*'Je hebt stimulering én
ontmoediging nodig'*

Interview met
gedragswetenschapper Loes Kreemers

Het boodschappenlijstje:
4 dingen die je niet
moet vergeten

TOURde
FORCE

1.
“Ik moet nog
overtuigd
worden”

2.
“Waar moet ik
beginnen?”

3.
“Ik zit vast”

4.
“Ik wil
inspiratie”

5.
“Hoe weet ik
of mijn aanpak
effectief is?”

Waar sta je nu?

De route in vogelvlucht.

Wat heb je aan dit kompas?

Welkom! Je bent gearriveerd bij het fietskompas van *Tour de Force*. Deze gids is voor iedereen die vanuit een gemeente fietsen wil aanmoedigen. Of je dit nu leest omdat je wil werken aan de duurzaamheid, leefbaarheid, rechtvaardigheid of gezondheid in je gemeente: het maakt niet uit. Zoals gedragswetenschapper Loes Kreemers zegt: fietsen is een multi-oplossing.

Misschien ben je al volop bezig met het stimuleren van fietsen. Of heb je juist een potje met geld beschikbaar, maar geen idee waar je moet beginnen. Afhankelijk van waar je staat, verwijzen we in deze gids door naar relevante kennis en inspiratie. Vandaar het fietskompas.

Is dat überhaupt nodig? Meer fietsen klinkt niet echt als een uitdaging in Nederland.

Internationaal fietsexpert Chris Bruntlett

verontschuldigt zich bijna, voordat hij ons tips wil geven. Nederland is nota bene nog steeds het nummer één fietsland ter wereld.

Maar in de cijfers zien we ook dat er nog

genoeg winst te behalen is. 22% van de Nederlanders fietst (bijna) nooit (1) en 53% pakt dagelijks de auto naar werk (2). Enerzijds omdat dat makkelijker en comfortabeler is. Anderzijds omdat er toch nog drempels zijn die de fiets minder aantrekkelijk maken.

Daar iets aan veranderen is makkelijker gezegd dan gedaan. Daarom helpen we je op verschillende punten op deze *bumpy road*. Je kan gelijk inspiratie putten uit bewezen effectieve interventies als e-bike probeeracties, een scholenaanpak en fietsvlonders. Of je kan lezen **hoe je je doelen helder krijgt** en **je eerste stappen bepaalt**. Misschien heb je dat allemaal al lang gedaan en zit je toch vast. In Alphen aan den Rijn speelde dit ook, maar door een volledig nieuwe aanpak zijn ook zij

nu goed op weg. Beleidsmedewerker Sandra Smits vertelt hoe ze zijn gaan samenwerken met verschillende maatschappelijke partners, wat **'immens veel opleverde'**.

Hoe kan je dit kompas gebruiken?

We weten hoeveel andere dingen er nog op je to-do lijstje staan; dit kompas is daarom niet bedoeld om van A tot Z te lezen. Op de volgende pagina vind je de inhoudsopgave. Daar kan je kijken welke hoofdstukken voor jou het meest relevant zijn en daarnaar doorklikken. Bovenaan elke pagina vind je een menubalk, waarmee je direct naar een ander hoofdstuk of terug naar de inhoudsopgave kan. Zo hopen we je zo snel mogelijk verder te helpen. Veel leesplezier!

Inhoudsopgave

Even warmdraaien

Wat heb je aan deze gids?



De drie belangrijkste lessen van internationale fietsexpert Chris Bruntlett

Over de gevoelens van fietsers, draagvlak en ervaren hoe het is als de fiets ruim baan krijgt

Het boodschappenlijstje

De dingen die je niet moet vergeten als je aan fietsstimulering werkt

“Ik moet nog overtuigd worden van het nut”

Wat is fietsstimulering?

Interview Niek Verlaan

Over de ‘zachte’ kant van fietsstimulering

Aan welke opgaven draagt fietsstimulering allemaal bij?

Case: Big Birmingham Bikes

Hoe ze in Birmingham al meer dan 8.000 mensen op de fiets hebben geholpen



Extra onderbouwing nodig?

Feiten en cijfers over fietsstimulering

“Ik weet niet waar te beginnen”

Waar staan wij nu?

4 checks voor als je net begint

Wat willen we eigenlijk bereiken?

Bepaal jouw definitie van succes

Interview met gedragsexpert Loes Kreemers

‘Het stimuleren van fietsen gaat lastig zonder het ontmoedigen van autogebruik’



Inhoudsopgave

“Ik zit vast”

Case Alphen aan den Rijn
Hoe kom je verder als je vastzit?

Met beleidsadviseur
Mobiliteit Sandra Smits



Ik mis tijd of capaciteit

Ik mis geld

Ik mis kennis

Ik mis draagvlak

“Ik wil inspiratie”

**Effectieve voorbeelden,
voor verschillende situaties**

E-bike probeeractie

Fietsvlonders – fijner fietsparkeren

High Five – met de fiets naar school

Kinderfietsenplan – een fiets voor kinderen
wiens ouders dat niet kunnen veroorloven

Fietslessen – meer dan meetbare resultaten



“Hoe weet ik of mijn aanpak effectief is?”

Een uitvoerbare evaluatie voor elk project

‘Zorg dat je route naar evaluatie
aansluit bij je aanpak.’



Boodschappenlijstje

Omdat de meest effectieve aanpak erg afhangt van de specifieke situatie, kunnen we niet zeggen wat voor jou de beste aanpak is. Wel zijn er vier dingen die je volgens ons niet moet vergeten als je aan fietsstimulering werkt. We zetten ze voor de zekerheid op een boodschappenlijstje.

1. Investeren in relaties

Juist omdat fietsen zoveel verschillende voordelen heeft, zijn er veel mensen met vergelijkbare doelen. Het kan daarom veel opleveren om de samenwerking op te zoeken met andere afdelingen binnen de gemeente en met externe partijen als de lokale Fietzersbond, Veilig Verkeer Nederland, Fietsmaatjes en toerisme of recreatiepartijen. Het duurt daardoor misschien langer om op gang te komen, maar die tijd win je later dubbel en dwars terug. Je krijgt meer voor elkaar en partners kunnen ook dingen doen waar jij weer op mee kan liften.

2. Maak het jezelf niet té moeilijk

Als je aan het begin van fietsstimulering staat is het fijn om met een inventarisatie te starten. Wat gebeurt er al qua infrastructuur en bij andere domeinen? Wat zeggen de cijfers? Vanuit daar kan je vaak al wel één doelstelling kiezen waarbij veel te winnen valt. Bijvoorbeeld een fijne nieuwe fietsroute die je kan promoten, of een school waar het elke ochtend en middag chaos is en je ouders kan stimuleren om hun kinderen met de fiets te brengen. Vanuit daar bouw je verder. Effectieve fietsstimulering is niet iets eenmaligs, maar kan wel klein beginnen.

3. Aansluiten bij bestaande initiatieven

Er zijn veel regionale en landelijke initiatieven waar je bij kan aansluiten. Dat helpt om zelf het wiel niet uit te hoeven vinden en kan soms ook helpen met het krijgen van wat financiële steun.

4. Naast stimuleren ook ontmoedigen wat je minder wil zien

Als je een volgende stap wil zetten met het stimuleren van fietsen, is het belangrijk om ook te kijken naar welk gedrag je wil ontmoedigen. Als je bijvoorbeeld de privé-auto even aantrekkelijk houdt, is het een stuk lastiger om de vastgeroeste autogewoonte van mensen te doorbreken. Gedragswetenschapper Loes Kreemers legt uit hoe dat werkt en wat je zou kunnen doen.

De drie belangrijkste lessen

van internationale fietsexpert Chris Bruntlett

Als Canadese fietsexpert kijkt Chris Bruntlett (44) zijn ogen uit in Nederland. Hij werd verliefd op de Nederlandse fietscultuur en deelt wereldwijd wat andere landen van Nederland kunnen leren. Door diezelfde internationale bril ziet hij ook wat in Nederland nog beter kan. We vroegen hem naar drie lessen voor ons.

Precies tien jaar geleden woonde Chris Bruntlett nog in Vancouver, Canada. Samen met zijn vrouw Melissa had hij het creatieve bureau *Modacity* opgericht, waarmee hij teksten, foto's en video's maakte om gezonde en duurzame vormen van mobiliteit te promoten.

Eén van hun projecten was om een boek te schrijven, over wat Noord-Amerika kan leren van 'fietsparadijs Nederland.' Het luidde het einde van zijn tijd in Vancouver in. Dankzij het boek werd Bruntlett wereldwijd uitgenodigd om de inzichten te delen die hij in Nederland had opgedaan. En dat doet hij nog steeds, maar dan voor de *Dutch Cycling Embassy*.

Sinds 2019 wonen ze samen in Delft. Daar kijkt Bruntlett dagelijks naar wat het buitenland kan leren van het Nederlandse fietsbeleid. En andersom. Dat deelt hij graag met ons, maar niet voordat hij meermaals benadrukt hoezeer hij onder de indruk is van onze fietsinfrastructuur.

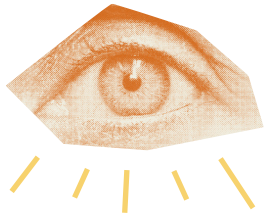
En vooral van onze drang om te blijven verbeteren. Gebeuren er ergens veel ongelukken, dan kijken we in Nederland welke aanpassingen we kunnen doen, terwijl Bruntlett internationaal vaak ziet dat de fiets dan maar weer geweerd wordt van de gevaarlijke locatie.

Maar goed, de drang om ons te blijven verbeteren is precies wat ons zo ver heeft gebracht, dus *let's roll!*

Canadese fietsexpert
Chris Bruntlett



De drie belangrijkste lessen van fietsexpert Chris Bruntlett



1. Kijk door de ogen (en gevoelens) van fietsers

Juist omdat fietsen al een belangrijk onderdeel is van onze cultuur, is de meeste winst volgens Bruntlett te halen bij doelgroepen voor wie fietsen minder normaal is. Of groepen die veel barrières ervaren.

‘Denk aan mensen die naar Nederland zijn verhuisd of gevlucht vanuit een land waar weinig wordt gefietst, kinderen die nog moeten leren fietsen en dat niet van thuis meekrijgen of mensen die door een fysieke beperking zijn aangewezen op een speciale fiets.’

Verschillende groepen hebben verschillende percepties van veiligheid en comfort. ‘Waar routes met tunnels, bossen of onverlichte wegen voor een man prima kunnen zijn, kan diezelfde route voor een vrouw onveilig voelen of simpelweg onveilig zijn.’

Praat daarom met verschillende doelgroepen of fiets samen met ze door de stad, adviseert Bruntlett. Waar lopen ze tegenaan? Wat voor wegen vermijden ze liever en waarom?

Sowieso staan zowel de daadwerkelijke als ervaren veiligheid van Nederlandse fietsers onder druk. ‘Van oudsher is de Nederlandse fietsinfrastructuur ontwikkeld voor homogeniteit. De fietspaden zijn ontworpen voor fietsen die allemaal ongeveer even snel zijn. Nu zie je dat heel verschillende typen fietsen op dezelfde paden rijden. Van omafietsen tot fatbikes. Steden weten nog niet helemaal hoe daarop te reageren.’

Bruntlett ziet zelf vooral heil in het verplaatsen van snelle fietsen naar de rijbaan. ‘Je kan fietspaden maar beperkt verbreden. Zeker nu steeds meer wegen naar 30km/u gaan kunnen auto’s en snelle fietsen de weg beter delen dan snelle en traditionele fietsen.’

In de [City Deal Fietsen voor Iedereen](#) wil een collectief van gemeenten, rijksoverheid, provincies, private partners, kennisinstellingen en maatschappelijke partners bereiken dat zoveel mogelijk mensen gaan fietsen. Hierbij is speciale aandacht voor de doelgroepen die Bruntlett noemt.



Chris Bruntlett

De drie belangrijkste lessen van fietsexpert Chris Bruntlett

2. We kunnen nog veel slimmer gebruik maken van onze publieke ruimte

Bruntlett is verbaasd dat al onze fietsinfrastructuur er niet voor zorgt dat de auto minder dominant is in ons straatbeeld. 'Het percentage autobezit is hier ongelooflijk hoog. Waarom besteden jullie zoveel publieke ruimte aan eigen auto's, die het grootste deel van de tijd stilstaan? Het neemt ruimte in die je ook kan besteden aan speeltuinen, groen en ontmoetingsplekken. Onderzoek laat zien dat één deelauto maar liefst elf (!) privé-auto's kan vervangen in een straat.'

Ondanks dat Canada nog veel kan leren van het Nederlandse fietsbeleid, hebben ze het daar wel beter voor elkaar als het gaat over deelvervoer, vertelt hij. 'Autodelen is enorm populair in Vancouver. Dat komt voor een groot deel omdat het gestimuleerd wordt. Deelauto's krijgen voorrang met parkeren en je kan 'm overal in een bepaalde regio inleveren, waardoor je niet betaalt als je stilstaat. Ook zijn ze daar verder met het afbouwen van regels die

een minimum aantal parkeerplekken per woning voorschrijven. Dat geeft meer mogelijkheden om het straatbeeld anders in te richten en zorgt ervoor dat het voor ontwikkelaars makkelijker en goedkoper is om nieuwe woningen te realiseren.'

Bij grotere veranderingen in het straatbeeld, moet je volgens Bruntlett niet te bang zijn voor kritiek. 'Vaak komt die *backlash* van een kleine, maar vocale minderheid. Zij laten het er controversiëler uitzien dan het is. Aan het einde van de dag gaat het om het vinden van een betere balans. Ongeveer een derde van de maatschappij kan zich geen eigen auto veroorloven en toch domineert de auto het straatbeeld. Als je met een diverse groep mensen in gesprek gaat, merk je dat er een breed draagvlak is voor veiligere straten, met een andere balans.'

Met gedragswetenschapper Loes Kreemers gingen we dieper in op de rol van de auto bij het stimuleren van fietsen.



3. Organiseer evenementen waarbij mensen ervaren hoe fijn het is als de fiets ruim baan krijgt

Sommige dingen moet je gewoon ervaren. In Zuid- en Noord-Amerika worden vaak grote evenementen georganiseerd, waarbij fietsen als een soort volksfeest wordt gepromoot.

Vorig jaar was Bruntlett bij *Muévete en Bici* (Beweeg met de Fiets) in Mexico City. 'Elke zondag zijn daar meer dan 100.000 mensen die fietsen, rennen, wandelen en skeeleren, over 61 kilometer aan autovrije straten.'

De drie belangrijkste lessen van fietsexpert Chris Bruntlett

In zijn *hometown* Vancouver is er Bike the Night, met muziek, DJ's, spellen, foodtrucks, ontmoetingsplekken, *probeerfietsen* en punten waar je hulp krijgt met het versieren van je fiets. 'Als je je fiets eenmaal uit de schuur hebt gehaald en hebt afgestoft, is de kans groter dan je er daarna weer op gaat rijden.'

In Nederland kennen we dit soort evenementen niet, omdat fietsen hier al gewoner is. Maar misschien kunnen we met dit soort evenementen wel ervaren hoe fijn en leuk een ander straatbeeld kan zijn. 'Het is een mooie uitnodiging om samen de stad te vieren, fietsend door de straten die we met elkaar delen.'





Muévete en Bici in
Mexico City

Ik moet nog overtuigd worden van het nut

Niet iedereen is meteen overtuigd van de waarde van fietsstimulering. Het idee klinkt misschien aantrekkelijk, maar gemeenten moeten jongleren met verschillende prioriteiten en budgetten: er staat al zoveel op de beleidsagenda. Dat kan vragen oproepen als: is fietsstimulering écht zo belangrijk? Wegen de voordelen wel op tegen de investeringen?

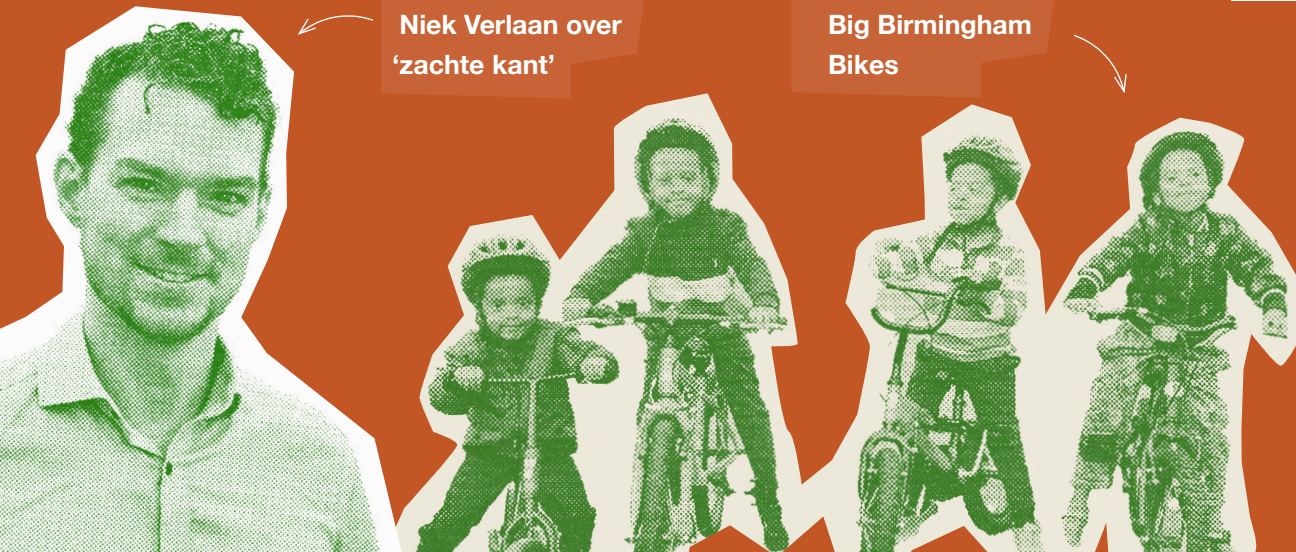
14 Wat is fietsstimulering?

19 Fietsstimulering draagt bij aan brede welvaart

22 Extra onderbouwing nodig?

Niek Verlaan over
'zachte kant'

Big Birmingham
Bikes



Wat is fietsstimulering?

Fietsstimulering (znw.)

Het bevorderen van het gebruik van de fiets als vervoersmiddel door middel van maatregelen, campagnes en initiatieven die fietsgebruik aantrekkelijker, veiliger en toegankelijker maken.

Het is goed om te beginnen bij het begin: wat is fietsstimulering nu eigenlijk? Hoe kan dit mensen in beweging zetten om de fiets te pakken? En wanneer doe je eraan mee?

Eigenlijk zijn er geen harde eisen. Met elk initiatief om meer mensen op de fiets te krijgen ben je al bezig met het stimuleren van fietsen. Voor een wat uitgebreider beleid en aanpak is het goed om te weten dat fietsstimulering uit twee kanten bestaat: de “harde” en de “zachte” kant, met daartussen een grijs gebied.

De harde kant van fietsstimulering: de infrastructuur

Als je wilt dat mensen gezonder eten, moet gezond eten net zo smakelijk en beschikbaar zijn als de ongezonde keuze. Hetzelfde geldt voor de keuze om de fiets te pakken: wanneer een route onveilig aanvoelt op de fiets, of het parkeren van je fiets altijd veel gedoe is, kies je eerder voor de bus, tram of auto. Fietsen moet dus minimaal net zo aantrekkelijk zijn als andere vervoersmiddelen.

Het aantrekkelijker en veiliger maken van fietsen door aanpassingen in de infrastructuur en faciliteiten, noemen we de ‘harde kant’ van fietsstimulering. Dit zijn vaak tastbare, fysieke aanpassingen en beleidsmaatregelen zoals het aanleggen van brede, veilige fietspaden en het ontmoedigen van auto's door lagere maximumsnelheden of fietsstraten. Veel gemeenten werken hier al actief aan. Investeren in het verbeteren van gevaarlijke kruispunten of creëren van autoluwe zones, is ook al investeren in fietsstimulering! Alleen is dit slechts één van de twee kanten.

Voor de harde kant van fietsstimulering gebruiken veel gemeenten het **STOMP-principe**. Iedereen is vrij om de vervoersoptie te kiezen die zij prettig vinden, maar bij het aanleggen of verbeteren van infrastructuur zet de gemeente in eerste instantie in op voetgangers, daarna op fietsers, openbaar vervoer, deelvervoer en dan de privé-auto.



Terug

A photograph of two women riding bicycles on a red dirt path that winds through a lush green forest. The path is flanked by tall trees and dense foliage. Sunlight filters through the leaves, creating dappled shadows on the path. In the distance, another person can be seen riding a bike. The overall atmosphere is peaceful and scenic.

Gemiddeld neemt het aantal fietsers met ongeveer 20% toe door de aanleg en verbetering van doorfietsroutes. Het aandeel fiets neemt door realisatie van een snelle fietsroute toe van 33% naar 41% en het aandeel auto met evenveel procent af. ⁽³⁾

De zachte kant van fietsstimulering: de fietser

Er zijn veel mensen die niet op de fiets stappen vanwege andere belemmeringen dan infrastructuur. Denk hierbij aan een gestolen fiets of de angst om weer te fietsen na een val. Bij de ‘zachte’ kant ligt de focus op het veranderen van houding, gedrag en de beleving rondom fietsen. Dit kan via campagnes, schoolprogramma’s, interventies, evenementen of andere vormen van communicatie.

De zachte kant van fietsstimulering werkt alleen in combinatie met fysieke verbeteringen, zoals goede fietspaden en veilige infrastructuur. Loes Kreemers (gedragswetenschapper bij de HvA) **laat zien dat het stimuleren van fietsen** alleen zin heeft als de harde kant op orde is. Omgekeerd krijgt de harde kant vaak veel aandacht, maar zonder de zachte kant blijft de impact daarvan beperkt.

Communicatie of een leuke actie die een nieuwe fietsstraat promoot, kan meer mensen motiveren om het fietspad te proberen en daarna te blijven gebruiken. Hierbij speelt gedragsverandering een grote rol.

Een mooi voorbeeld van hoe de ‘zachte’ kant bij de ‘harde’ kant kan aanhaken, is het Rijnwaalpad tussen Arnhem en Nijmegen. Een directe fietsverbinding, met tunnels, voorrang voor fietsers, geluidsschermen, goede verlichting en mooie uitzichten. Het aanleggen van de verbinding zelf kostte €17 miljoen en daarbij is €1 miljoen voor promotie gereserveerd. Daarvan werden promotiefilmpjes gemaakt en een competitie georganiseerd om een goede naam te bedenken voor de route. Hierop kan worden ingespeeld via campagnes, specifiek gericht op autorijders en treingebruikers die vaak tussen Arnhem en Nijmegen reisden. Door ook in dit soort campagnes te investeren verdien je de investering in infrastructuur beter terug.

Benieuwd naar voorbeelden?

Neem dan een kijkje bij “Ik wil inspiratie”



het Rijnwaalpad

Terug

Interview Niek Verlaan

‘Zacht’, maar niet minder belangrijk

Niek Verlaan, beleidsadviseur Mobiliteit en Gedrag (Gemeente Utrecht), vertelde ons waar de ‘zachte’ kant van fietsstimulering nou om draait én wat het kan doen.



In de ervaring van Verlaan wordt bij mobiliteitsafdelingen vaak door een technische bril gekeken. ‘Sommige collega’s zijn geniaal in het uittekenen van een veilig kruispunt volgens de richtlijnen en weten bijvoorbeeld precies hoe hoog een stoeprand moet zijn.’ Maar mobiliteit is meer dan het aanleggen van wegen, het gaat erom dat mensen kunnen komen waar ze moeten of willen zijn. Deze mensen hebben een reismotief én een reden waarom zij al dan niet de fiets pakken.

‘We vergeten soms dat het mensen zijn die gebruikmaken van het kruispunt of de stoep. In sommige culturen is het gewoon niet gebruikelijk om te fietsen. Er is geen sociale druk. Sterker nog, de sociale druk kan zijn om juist een auto te gebruiken. Als je met deze motieven binnen de afdeling mobiliteit geen rekening houdt, hebben infrastructurele aanpassingen maar beperkt zin.’

Fietsstimulering bestaat uit ‘zachte’ maatregelen, omdat het niet gaat om de ‘hardware’ maar om de mensen. Maar dat maakt het niet minder belangrijk.

‘Het aanleggen van 400 meter fietspad kost gemiddeld €100.000. Terwijl je voor dat bedrag misschien wel duizend mensen blij kan maken met een fiets.’ Het effect van deze zachte kant is niet alleen dat meer mensen de fiets pakken, maar wat de fiets voor deze mensen kan betekenen in hun leven. Zij kunnen nu makkelijker zelfstandig naar bijvoorbeeld de supermarkt of hun vrijetijdsbesteding.

Tip

Als tip geeft Verlaan om zelf eens, alleen of samen met je wethouder of collega's, een fietsstimuleringsactie te bezoeken. 'Ik ben een keer samen met mijn wethouder naar de uitgifte van de fietsdeal geweest, waar mensen voor €30 een opgeknapte fiets konden kopen inclusief andere voordelen.

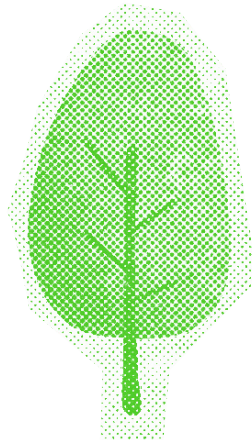
'Mensen waren daar zo onder de indruk en blij met deze actie, dat ik echt zag waar ik m'n werk voor doe. Dat moet je zien en kan je niet van papier lezen.'

Het idee van gedragsverandering kan groot en complex klinken, vooral als je er geen ervaring of kennis van hebt. Het kan voelen alsof je een volledig nieuwe manier van denken en handelen moet creëren. Maar in werkelijkheid kan ook gedragsverandering heel laagdrempelig zijn. Het hoeft niet altijd een grootschalige campagne of langdurige strategie te zijn, kleine initiatieven kunnen iets groots teweegbrengen. Zoals het veranderen van de naam 'snelfietsroute naar doorfietsroute' of het organiseren van fietslessen voor een groep die dit hard nodig heeft.

Fietsstimulering draagt bij aan brede welvaart

Fietsstimulering heeft niet alleen impact op mobiliteit. Het draagt bij aan verschillende maatschappelijke doelen die samenhangen met *brede welvaart*. Het idee dat welvaart méér is dan economische welvaart, en ook zaken als het geluk van mensen en hoe schoon de lucht is omvat, wordt steeds belangrijker en langzamerhand verankerd in de rijksbegroting. Als gemeente kan je fietsstimulering schalen onder eigenlijk elk domein van brede welvaart.

Ontdek hier de 6 redenen hoe



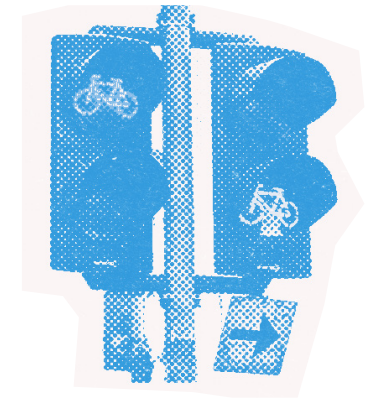
Leefbaarheid

Wanneer mensen vaker de fiets pakken dan de auto en autobezit afneemt, draagt dat bij aan stillere, schonere en aantrekkelijkere woonwijken en stadscentra. Autoluwe straten creëren ruimte voor groen, spelen en ontmoeting, wat een positieve invloed heeft op de kwaliteit van de leefomgeving.



Bereikbaarheid

Fietsen is een efficiënte manier om van A naar B te gaan, vooral voor korte afstanden waar de fiets tot 5 kilometer vaak het snelste vervoersmiddel is. Het vermindert daarnaast de druk op het autoverkeer en het openbaar vervoer, wat de bereikbaarheid van steden en dorpen verbetert.



Veiligheid

Infrastructuur speelt een belangrijke rol in de veiligheid van fietsers, bijvoorbeeld door het veiliger maken van gevaarlijke kruispunten. Maar naast fysieke maatregelen kunnen bewustwordingscampagnes en voorlichtingsacties ook een groot verschil maken in sociale veiligheid. Ze helpen fietsers om veiliger gedrag te vertonen, zoals hun fietsverlichting gebruiken (AAN in het donker-campagne) of het niet gebruiken van een smartphone tijdens het fietsen (de Mono-campagne).

Terug



Gezondheid

Fietsen is een vorm van lichaamsbeweging die bijdraagt aan een actieve levensstijl en de kans op bijvoorbeeld obesitas, diabetes type 2 en hart- en vaatziekten vermindert. Bovendien ademen fietsers vaak schonere lucht in dan automobilisten in druk verkeer. Maar ook de mentale gezondheid gaat er met fietsen op vooruit: het vermindert depressieve symptomen, werkt stressverlagend en kan helpen bij het herstellen van een burn-out. (4)



Duurzaamheid

Fietsen is een van de meest milieuvriendelijke vervoersmiddelen. Het vermindert CO₂-uitstoot, wat leidt tot schonere lucht en beter is voor het klimaat (5). Fietsstimulering draagt dus ook bij aan het halen van klimaatdoelstellingen: elke kilometer die iemand met de fiets aflegt, wordt *geen* CO₂ uitgestoten, in tegenstelling tot de gemiddelde 133 gram CO₂ per kilometer met de auto. (6)



Sociale rechtvaardigheid

Jezelf kunnen verplaatsen vergroot je wereld, het is een recht dat voor iedereen toegankelijk zou moeten zijn. Voor veel mensen die zich geen auto kunnen veroorloven, is de fiets een betaalbaar en toegankelijk alternatief. Fietsen biedt de vrijheid om bestemmingen te bereiken die te ver zijn om te lopen en is minder kostbaar dan het gebruik van het openbaar vervoer of een auto.

Big Birmingham Bikes

In Birmingham verbeteren ze de volksgezondheid van de stad met het **Big Birmingham Bikes-programma**. Vanuit dit programma zijn tot nu toe meer dan 8.000 gratis fietsen verstrekt aan inwoners die moeite hebben om zich een fiets te veroorloven, samen met gratis fietslessen en fietsbegeleiding.

Het project benadrukt de voordelen van fietsen voor fysieke en mentale gezondheid en richt zich op het aanpakken van gezondheidsongelijkheden. Dit project is dus primair gericht op gezondheidsverbetering en sociale inclusie, niet op verkeersproblematiek. *Big Birmingham Bikes* is een samenwerking van de *Active Wellbeing Society*, de gemeenteraad van Birmingham en verschillende partners, op initiatief van de afdeling volksgezondheid en welzijn.



Extra onderbouwing nodig?

Het verzamelen van relevante, lokale data kan het verschil maken in de onderbouwing waarom jouw gemeente meer zou moeten doen met fietsstimulering. Denk bijvoorbeeld aan cijfers over de gezondheid van de inwoners van je gemeente: hoeveel procent kampt met gezondheidsproblemen als gevolg van een inactieve levensstijl, en hoe kan fietsstimulering hier verandering in brengen? Of wat is de jaarlijkse CO₂-uitstoot in jouw gemeente? Hoeveel daarvan zou kunnen worden gereduceerd als inwoners vaker de fiets zouden pakken?

Met het verzamelen van deze data, zet je eigenlijk ook al een eerste stap.

Lees 'we weten niet waar te beginnen' voor meer suggesties en hoe je hieruit tot concrete doelstellingen komt.

Wat fietsfeiten op een rij



Het Nederlandse fietsnetwerk is indrukwekkend:

153.000 km

aan paden en wegen, wat gelijk staat aan 3,8 keer de afstand rondom de aarde.⁽⁸⁾

Jongeren van 12–17 jaar fietsen in Nederland het meest:

32,9 km

per persoon per week. Mensen van 65–74 jaar fietsen gemiddeld 24 km per week.

12%

van de Nederlanders vanaf 6 jaar heeft geen fiets.⁽¹⁰⁾

80%

van de mensen die voornamelijk fietsen naar hun werk **haalt de aanbevolen beweegrichtlijn voor een goede gezondheid**. Bij mensen die vooral met de auto reizen is dit **7%**.

Terug

Meer fietsen in plaats van auto's betekent meer ruimte. Een rijdende fiets neemt

28 keer minder ruimte

in beslag dan een rijdende auto, een geparkeerde fiets **10 keer minder ruimte** dan een geparkeerde auto. ⁽⁹⁾

Sinds de opkomst van de elektrische fiets is het aantal gefietste kilometers gestegen van

900 naar 1000 km

per jaar, per persoon. ⁽¹⁴⁾

Medewerkers die gebruik maken van een fietskilometervergoeding fietsen significant meer

dan medewerkers zonder fietsvergoeding:
het aantal fietsdagen neemt toe met

14%

Hoe hoger de vergoeding, hoe meer de fiets gebruikt wordt voor woon-werkritten. Het beperken van autoparkeren leidt tot 16% meer fietsdagen. ⁽¹²⁾

**Nederland is een fietsland.
En toch is er nog genoeg winst te behalen.**

22%

van de Nederlanders fietst (bijna) nooit ⁽¹⁰⁾

Ongeveer de helft van de mensen die minder dan 7,5 km van het werk wonen gaat met de auto. En 25% van de autoforensen zegt bereid te zijn om met de juiste regelingen en voorzieningen over te stappen op een ander vervoersmiddel.

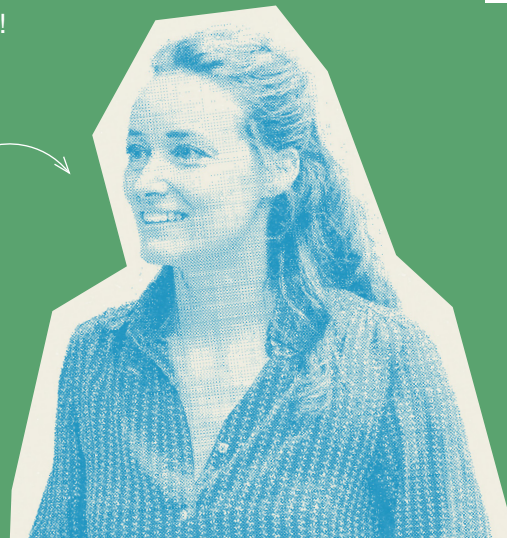
Terug

“Ik weet niet waar te beginnen”

Je bent al enthousiast over fietsstimulering en ziet de potentie voor je gemeente: meer mensen op de fiets betekent gezondere inwoners, schonere lucht, veiligere straten en een fijnere leefomgeving. Maar hoe vertaal je dat enthousiasme naar actie? Het kan overweldigend zijn om te bepalen waar je precies moet beginnen. Waar kan je het best op focussen? Hoe zoek je bruikbare informatie, zonder te verdwalen in alle mogelijkheden, interventies en stappenplannen die online te vinden zijn?

Dit hoofdstuk helpt je in dat geval op weg!

Interview gedragswetenschapper
Loes Kreemers



25 Wat is onze situatie?

29 Wat willen we bereiken?

31 Interview Loes Kreemers

Wat is onze situatie?

Voordat je doelstellingen maakt, plannen opzet, meetings inplant en interventies inkoop, is het belangrijk om te kijken wat er aan informatie, cijfers en eerdere acties binnen je gemeente beschikbaar is. Een goede inventarisatie helpt je om een duidelijk beeld te krijgen van de huidige situatie: voor wie of waar is fietsstimulering het hardst nodig? In plaats van uit het niets een doelstelling te moeten formuleren, is het makkelijker om eerst inzichten te vergaren, die makkelijker te vertalen zijn naar doelstellingen.

1

Wat gebeurt er al aan de ‘harde’ kant?

Wat is er al gedaan op het gebied van fietsinfrastructuur in jouw gemeente? Wat zijn nieuwe fietspaden die zijn aangelegd, verbeterde kruisingen en autoluwe zones? Welke investeringen zijn gedaan, of worden momenteel uitgevoerd?

Het inventariseren van deze “harde” maatregelen helpt niet alleen om te zien wat je eigenlijk als gemeente al hebt gedaan om fietsen aantrekkelijker te maken, maar je komt er ook achter waar je met een ondersteunende stimuleringsactie kan aanhaken.

Door in kaart te brengen wat er al is gerealiseerd, krijg je ook beter zicht op de gebieden waar de basisinfrastructuur al op orde is. In deze gebieden bevinden zich ook mensen die baat kunnen hebben bij fietsstimulering, die met name gericht is op de “zachte kant”.

2

Wat staat er op de politieke agenda?

Het beleid en de prioriteiten die in jouw gemeente al zijn vastgesteld, kunnen een belangrijke rol spelen bij het bepalen van de richting en mogelijkheden voor fietsstimulering. Door deze beleidsstukken erbij te pakken, krijg je inzicht in waar jouw plannen op kunnen aansluiten. Tegelijkertijd kun je fietsstimulering inzetten om bij te dragen aan deze doelen. Dit vergroot niet alleen het draagvlak, maar kan ook zorgen voor extra steun binnen de gemeente.

- **Huidige beleidsdoelen en -prioriteiten**
- **Politieke steun en plannen**
- **Toekomstige uitdagingen binnen de gemeente**

3

Wat gebeurt er binnen andere domeinen?

Fietsstimulering heeft raakvlakken met allerlei beleidsdomeinen: sport, armoede, gezondheid, duurzaamheid, huisvesting, gebiedsontwikkeling en zelfs onderwijs. Het kan daarom enorm behulpzaam zijn om te inventariseren wat er bij andere domeinen al gebeurt aan fietsstimulering. Vaak kan dat je verrassen.

Op het moment dat je met iemand van het sociaal domein in gesprek gaat, blijkt bijvoorbeeld dat er al een werkplaats is waar oude fietsen worden opgeknapt door mensen met afstand tot de arbeidsmarkt. Je kan een link leggen met armoede om te kijken waar deze betaalbare fietsen het hardst nodig zijn. Of dit koppelen aan fietslessen voor volwassenen die willen leren fietsen of zich zekerder willen voelen op de fiets.

'Andere beleidsdomeinen kunnen je met hun expertise en netwerk helpen om met fietsstimulering aan de slag te gaan. De vraag is of fietsstimulering dan ook geheel door de afdeling mobiliteit of verkeer opgepakt moet worden.'

- Sylvain van Maanen, verkeerskundige bij Gemeente Assen

Dit soort samenwerkingen kunnen in allerlei gradaties. Van even binnenlopen om te kijken wat er speelt op een andere afdeling, tot een intergemeentelijk clubje, waarmee je vanuit gezondheid, sociaal domein, duurzaamheid en gebiedsontwikkeling werkt aan jullie gezamenlijke belang. Het stimuleren van fietsen kan dan het hoofddoel zijn, of een belangrijke bijvangst. Vergeet hierbij niet om naast beleidsmedewerkers van andere domeinen ook communicatiemedewerkers te betrekken!

Tip

Plan een korte meeting of koffiemoment in met collega's van verschillende domeinen. Bespreek samen wat er al gebeurt en waar de grootste kansen liggen voor fietsstimulering.

Samenwerken met andere domeinen is ook iets wat loont wanneer je vastzit in het proces.

4

Wat zeggen de cijfers?

Vaak kun je al een hoop leren van bestaande gegevens binnen de gemeente of van vergelijkbare gemeenten. Is er budget voor aanvullend onderzoek? Dan kun je gericht uitzoeken waar je nog meer inzicht in nodig hebt.

Mobiliteitscijfers

Hoe verplaatsen bewoners zich? Wat is het aandeel van de fiets binnen de *modal split*, oftewel het percentage van alle verplaatsingen dat per fiets wordt afgelegd? Zijn er verschillen tussen woon-werkverkeer, schoolverkeer, recreatieve ritten of bepaalde wijken? Bekijk ook de belangrijkste fietsroutes tussen je gemeente en omliggende gebieden, zoals buurgemeenten.

Stromen in en uit de gemeente: wonen, werken en recreëren

Mensen zijn graag in beweging. Voor wonen, werk of recreëren. Om te begrijpen hoe mensen zich binnen en buiten de gemeente verplaatsen, is het waardevol om te kijken naar de verschillende stromen: van mensen die verhuizen, tot dagelijkse verplaatsingen voor werk, school of bijvoorbeeld af en toe de bioscoop.

Demografie en bewonersprofielen

Door te kijken naar bewonersprofielen kun je jouw plannen afstemmen op de behoeften van specifieke groepen. Wie zijn je inwoners? Wat is hun gemiddelde leeftijd? Zijn er wijken met een hogere concentratie van huishoudens met een lager inkomen, waar fietsen als betaalbaar vervoersmiddel extra belangrijk kan zijn?

Kenmerken van niet-frequente fietsers

Om meer mensen op de fiets te krijgen, is het belangrijk te begrijpen waarom sommige groepen minder vaak fietsen. Het gaat niet alleen om mensen die nooit fietsen, maar ook om degenen die wel een fiets hebben, maar nauwelijks gebruiken. Wat houdt hen tegen en wat zijn kenmerken? Door deze barrières te identificeren kun je gerichtere oplossingen bedenken.

Mensen die weinig fietsen

Voor het programma Fietsen voor Iedereen liet het Ministerie van IenW een interessant onderzoek doen. Ze onderzochten feiten en cijfers rondom mensen die weinig fietsen. Van alle Nederlanders vanaf 6 jaar fietst 64% dagelijks tot enkele keren per week. Daar tegenover staat dat 22% van alle Nederlanders bijna nooit tot nooit fietst. Dat zijn ±3,6 miljoen Nederlanders.

De volgende kenmerken wijzen op een grotere kans op bijna nooit fietsen:

- **75+ jaar oud**
- **geen (betaald) werk**
- **lage inkomens**
- **praktische opleiding**
- **(niet-westerse) migratieachtergrond**

Van alle Nederlanders vanaf 6 jaar heeft 12% geen fiets. Hierbij komen dezelfde kenmerken vaak voor, met nog als toevoeging dat het vaak om inwoners van hoogstedelijke gebieden gaat.

Cijfers over verkeersveiligheid

Wat zeggen de verkeersongevallen in jouw gemeente? Zijn er plekken waar fietsers vaak betrokken zijn bij ongelukken? Enerzijds wordt dit het beste opgelost met betere infrastructuur, maar anderzijds kan ondersteunende communicatie op de locatie of voorlichting ook een rol spelen. Wie zijn er vaak betrokken bij fietsongelukken? Hebben ouderen fietslessen nodig, rijden auto's asociaal, of zijn het juist mensen die hun fietslampjes vergeten zijn?

Vergelijken met cijfers van andere gemeenten

Kijk hoe vergelijkbare gemeenten presteren op het gebied van fietsmobiliteit. Bijvoorbeeld: hoe hoog ligt het fietsgebruik in een stad van vergelijkbare grootte? Zijn er voorbeelden of inzichten uit andere gemeenten die de afgelopen jaren stappen hebben gemaakt met fietsstimulering? Vergelijkende cijfers kunnen niet alleen ideeën opleveren, maar ook een argument vormen om investeringen in fietsstimulering te onderbouwen.

Tip

Mobiliteitsadviseur Kaya Voskuil van de gemeente Den Haag adviseert kleinere gemeenten om bij grotere gemeente in de buurt te checken welke onderzoeken zij al hebben liggen. Elke plek is anders, maar veel kenmerken blijken overeen te komen. Dit kan je wel op ideeën brengen van waar te beginnen in jouw gemeente!

Het is belangrijk om niet te blijven hangen in het verzamelen van cijfers en plannen maken. Een start is nodig en die kan overal liggen. Kies daarom een paar inzichten die jou het meest interessant of toepasbaar lijken en zet daarmee de eerste stappen. Misschien begin je met een specifieke doelgroep, een wijk waar veel winst te behalen is, of een fietsroute die net wat aandacht nodig heeft. Je hoeft niet meteen alles te doen, uitbreiden en opschalen wordt alleen maar makkelijker als je al een start hebt gemaakt.

Wat willen we eigenlijk bereiken?

Het bepalen van duidelijke doelen is een cruciale stap die vaak wordt overslagen. Wat willen we eigenlijk bereiken? En waarom? Gedragswetenschapper Loes Kreemers vat het goed samen: 'Als je om gezondheidsredenen wilt dat mensen fietsen in plaats van stilzitten, zijn je doelgroep en hun drijfveren heel anders dan als je om leefbaarheids- of duurzaamheidsredenen wilt dat mensen de fiets in plaats van de auto pakken. Dat moet je scherp hebben om tot een aanpak te komen waarbij jouw doelgroepen zélf ook het nut van meer fietsen inzien.'

Doel en doelgroep

Na het verzamelen van inzichten uit cijfers en kennis, heb je waarschijnlijk al een idee op wie of wat je je met fietsstimulering wilt focussen. Doel en doelgroep zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Een doel kan automatisch tot een bepaalde doelgroep leiden en andersom.

Bijvoorbeeld: je doel is om meer mensen op de fiets naar de stad te laten komen, in plaats van met de auto. Zo wil je voorkomen dat de stad dichtslibt. Dit is een brede doelstelling, met veel diverse doelgroepen: forenzen, toeristen, gezinnen, ouderen. Hierbij volgen de doelgroepen uit het doel. Je kan hierbij starten met één doelgroep en van daaruit uitbreiden naar steeds meer bijbehorende doelgroepen.

Andersom kan dus ook. Je wilt ouderen helpen om te blijven fietsen, want je ziet dat zij dat steeds minder doen. Je doel kan dan bijvoorbeeld worden dat ouderen zich goed voelen op een e-bike.

Je kan zowel starten vanuit een doel als een doelgroep. Maar wat je ook kiest, het is belangrijk om minimaal één duidelijk vertrekpunt te hebben.

‘Als je het moeilijk vindt om een doelstelling te formuleren, probeer dan het succes te definiëren: wanneer ben je tevreden? Dát kan de basis vormen van je aanpak.’

-Sylvain van Maanen,
verkeerskundige bij Gemeente Assen

Welke barrières ervaren jouw doelgroepen?

Richten we ons op de goede mensen? Dat was een van de eerste vragen die Kaya Voskuil zichzelf stelde toen ze bij de Gemeente Den Haag begon met fietsstimulering. Voskuil is mobiliteits- en gedragsadviseur, en een gerichte doelgroepaanpak is voor haar van groot belang.

Eén van de eerste dingen die ze deed was onderzoeken welke mensen in haar stad weinig fietsen. Hierbij heeft ze gebruikgemaakt van bestaande onderzoeken die ze in de gemeentedatabase kon vinden. De volgende stap is om gericht met die groepen te spreken, om te ontdekken welke barrières zij ervaren en van daaruit de fietsstimuleringsaanpak uit te werken. Voskuil: 'Het kost tijd om deze stap te zetten, maar daarna kan je wel veel meer gedaan krijgen, omdat je veel beter bij de motivaties en belemmeringen van jouw doelgroepen kan aansluiten.'



Kaya Voskuil,
mobiliteits- en
gedragsadviseur

Bepaal jouw definitie van succes

Voordat je over een concreet doel nadenkt, kan het helpen om jezelf de vraag te stellen: wanneer ben je tevreden na afloop? Die vraag geeft veel richting. Misschien ben je tevreden als meer ouders rond een bepaalde school hun kinderen met de fiets naar school brengen. Daar volgt vanzelf een kwantitatief doel uit. Maar het kan ook heel goed zijn dat je een betere samenwerking wil met andere afdelingen van de gemeente en met maatschappelijke organisaties die ook fietsen willen stimuleren. Dan heb je een kwalitatief doel. Niet even goed in cijfers uit te drukken, maar wel een belangrijk doel.

In beide gevallen helpt het om gedrag zo concreet mogelijk te maken. Wat voor gedrag wil je graag meer zien? Wat minder? En bij wie?

Als het zinvol en mogelijk is, maak je doelen dan meetbaar. Dit helpt je om inzicht te krijgen in het effect van je inspanningen en maakt het makkelijker om te laten zien wat je hebt bereikt.

Lees meer over verschillende manieren waarop je de effectiviteit van je aanpak kan bepalen.

Als je meerdere mogelijke doelstellingen hebt, kan het fijn zijn om ze te prioriteren. De kunst bij fietsstimulering is om een doelstelling te kiezen die gericht is op de situaties waar fietsen de slimste keuze is. Op veel plekken zal de privé-auto voorlopig nog een belangrijke rol blijven spelen, bijvoorbeeld in landelijk gebied waar het openbaar vervoer verschaalt en de afstanden groot zijn. Dit vraagt om een langdurige en nauwkeurige aanpak. Maar bij korte ritten naar de winkel, werk, school of sport – waar de *Da's zo gefietst-campagne* op inzet – is wel veel winst te behalen. Net als bij *doorfietsroutes* als die tussen Arnhem en Nijmegen. Dat is een woon-werkroute die nu goed te fietsen is.

Interview gedragswetenschapper Loes Kreemers

‘Het stimuleren van fietsen gaat lastig zonder het ontmoedigen van auto’s’

Waarom stapt een mens op een fiets? Of juist niet? Dat zijn vragen waar gedragswetenschapper Loes Kreemers (35) zich mee bezighoudt. Kreemers is als onderzoeker verbonden aan het lectoraat *Psychologie voor een Duurzame Stad*, bij de Hogeschool van Amsterdam (HvA).

Kreemers is ‘groot fan van fietsen’: ‘Het heeft zoveel voordelen. Voor onze gezondheid, luchtkwaliteit, klimaatdoelen en leefbaarheid van de stad. Het is een multi-oplossing.’

Maar wie fietsen hoopt te stimuleren door simpelweg al deze voordelen te benadrukken komt bedrogen uit. Kreemers ziet drie cruciale factoren voor gedragsverandering, die veel gemeenten over het hoofd zien.

Ken het probleem waar je een oplossing voor aanbiedt

Met stip op één: het werkt niet om alleen fietsen aantrekkelijker te maken, zonder alternatieven onaantrekkelijker te maken.

Maar voordat ze dat toelicht is het belangrijk om eerst nog even een stap terug te zetten. Want wie fietsgedrag goed wil begrijpen zal soms ook uit moeten zoomen naar hoe we ons überhaupt verplaatsen als mensen. En vooral waarom. Onlangs was Kreemers betrokken bij een groot Europees onderzoek naar het stimuleren van deeltvervoer. Daarin zochten ze naar effectieve manieren om mensen over te laten stappen van eigen vervoer naar deeltvervoer. Maar ook waarom mensen dat níet doen.

En wat bleek? Mensen zagen het nut er niet van in. Ze waren al voorzien. Ze hadden een auto en dat ging prima. De gemeente had misschien een mobiliteitsvraag, of de provincie voor hun part, maar bewoners niet.

Loes Kreemers,
gedragswetenschapper



Terug

Interview gedragswetenschapper Loes Kreemers

Dat maakt het nadenken over het probleem dat je op wil lossen cruciaal. *Waarom* wil je fietsen stimuleren? Het is een vraag die voor de hand lijkt te liggen, maar die Kreemers toch bijna altijd moet stellen. ‘Als je een gedraging als fietsen wil stimuleren, dan is dat meestal omdat je andere gedragingen om de een of andere reden minder wil zien. Waar moet fietsen voor in de plaats komen?’

‘Als je om gezondheidsredenen wilt dat mensen fietsen in plaats van stilzitten, zijn je doelgroep en hun drijfveren heel anders dan als je om leefbaarheids- of duurzaamheidsredenen wilt dat mensen de fiets in plaats van de auto pakken. Dat moet je scherp hebben om tot een aanpak te komen waarbij jouw doelgroepen zélf ook het nut van meer fietsen inzien.’

‘Zeker bij verkeerskeuzes gaan mensen vaak voor de weg van de minste weerstand’

Dat mensen niet zomaar overstappen van het ene naar het andere vervoersmiddel komt omdat mobiliteitsgedrag bij uitstek over gewoontes gaat, legt Kreemers uit. ‘Je hebt vaste locaties waartussen je je veel verplaatst, waardoor we routines opbouwen. De vraag welke nieuwe koelkast je gaat kopen is een heel andere dan welk vervoersmiddel je ‘s ochtends naar werk neemt. Als je dat altijd met de auto doet, zal je dat morgen weer met de auto doen. Zeker bij dit onbewuste gedrag, gaan mensen vaak voor de weg van de minste weerstand.’

Dat maakt ten eerste dat randvoorwaarden heel belangrijk zijn bij het stimuleren van fietsen. ‘Dat wij als Nederland een fietsland zijn, komt vooral door onze infrastructuur. Nederland is plat, we hebben goede fietspaden, fietsenmakers, op school leer je al fietsen en veel mensen zelfs eerder, van hun ouders. Daarbij zie je nu ook steeds meer aandacht voor doorfietsroutes en goede parkeermogelijkheden voor de fiets.’

Stimuleren is frictie creëren

Veel gemeenten zijn daar al goed mee op weg, ziet Kreemers. Het belangrijkste verbeterpunt ligt volgens haar dan ook ergens anders. Want het feit dat we mobiliteitskeuzes op de automatische piloot maken, betekent dat het niet gaat werken om je alleen op het fietsen zelf te richten. De vervoerskeuzes die je als gemeenten minder wil zien, maar mensen wel onbewust maken, moeten ook minder aantrekkelijk worden.

Ze wijst naar een recente overzichtsstudie naar interventies om autogebruik terug te dringen. ‘Daarbij zijn allerlei verschillende opties onderzocht en bleek vrij duidelijk dat autogebruik pas daalt bij een combinatie van *pull* én *push* maatregelen. De meest effectieve interventies waren het invoeren van een spitsheffing, parkeren duurder maken of het aantal parkeermogelijkheden verlagen en het invoeren van beperkte verkeerszones. Zones waar bijvoorbeeld alleen vergunninghouders en bestemmingsverkeer mogen komen. Dit zijn allemaal beperkende maatregelen. Het verbeteren van de infrastructuur voor de fiets en het stimuleren van fietsen via educatie en communicatie bleken vooral een *aanvulling* te zijn hierop.’

Interview gedragswetenschapper Loes Kreemers

‘Zonder mensen uit de auto te duwen, gaan ze er niet zo snel uit’, vat Kreemers de resultaten samen. ‘Die vastgeroeste gewoontes die we zoveel zien bij verkeerskeuzes moet je doorbreken. We hebben hier in Amsterdam bijvoorbeeld een experiment gedaan, waarbij mensen twee maanden hun auto tien minuten verderop moesten parkeren. Daar kregen ze allemaal groen en picknicktafels in de straat voor terug.’

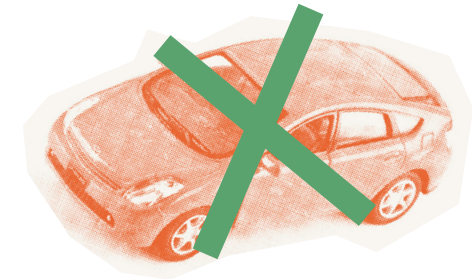
‘Sommige mensen wilden na die twee maanden hun auto weer terug in de straat. Maar er waren ook mensen die in de tussentijd genoeg nieuwe reisopties hadden ontdekt en hun auto de deur uit hebben gedaan. Hun gewoonte was doorbroken, maar ze hebben ook kunnen zien en voelen wat er in de plaats kan komen van hun eigen auto.’

In Leuven hebben ze iets vergelijkbaars gedaan, maar dan op veel grotere schaal. ‘Daar hebben ze doorgangen afgesloten, waardoor je niet meer met de auto van het ene stadsdeel naar het andere kan. Je kan alleen vanuit jouw stadsdeel naar de ring. Veel mensen waren bang dat daardoor het autogebruik alleen maar

‘Zonder mensen uit de auto te duwen, gaan ze er niet zo snel uit’

zou toenemen, omdat mensen dan via de ring om zouden rijden naar een ander stadsdeel. Maar in de praktijk bleek het autogebruik af te nemen en nam het fietsgebruik toe. Fietsen was nu gewoon veel sneller.’

Dit soort ontmoedigingsbeleid kan ook op kleinere schaal, zoals het uitbreiden van 30 km/u-zones en het verminderen van parkeerplekken. En soms zijn er ook natuurlijke momenten waarop gewoontes worden doorbroken. ‘Zoals bij studenten die hun eerste baan krijgen. Krijgen zij gelijk een leaseauto of een mooie fiets? Zij hebben nog een keuze te maken en hebben dus wel een mobiliteitsvraag. Net als wanneer parkeerplekken tijdelijk moeten verdwijnen vanwege werkzaamheden in de straat.’



Schets een nieuwe status quo

Kreemers benadrukt dat veel mensen daadwerkelijk afhankelijk zijn geworden van de auto door hoe de samenleving is ingericht. Bijvoorbeeld omdat het openbaar vervoer in hun regio fors is verschaald, of omdat ze voor hun beroep per se een auto nodig hebben. Voor hen is het onrechtvaardig als de eigen auto in een keer fors duurder of ontoegankelijk wordt. Dat is dan ook niet waar Kreemers voor pleit. Je moet goed kijken welke opties mensen hebben, werken aan goede alternatieven en ook niet bang zijn om uitzonderingsposities te maken. Het gaat om een betere balans. Niet volledig inzetten op fietsstimulering, zonder ook privé-auto's onaantrekkelijker te maken. Maar ook niet auto's ontmoedigen zonder aan alternatieven te werken.

Interview gedragswetenschapper Loes Kreemers

Daarbij speelt mee dat we als mensen geneigd zijn de *status quo* als normaal of zelfs goed te vinden, vertelt Kreemers. De *status quo bias*. ‘Als iets eenmaal zo is, dan heeft het in ons hoofd bestaansrecht, omdat het zo is. Als je daar iets tegenin brengt, dan ben je al snel activistisch of betuttelend.’

Het helpt om je als politicus of beleidsmaker bewust te zijn van je eigen status quo bias. Maar ook die van bewoners. ‘Je moet echt een visie ontwikkelen en je daarin vastbijten. Daarvoor helpt het om gevoel te krijgen bij de noodzaak om het echt anders te doen. Spreek met mensen die iemand hebben verloren aan een auto-ongeluk. Loop met een bioloog door de stad en laat de verminderde biodiversiteit door al het asfalt echt tot je doordringen. Bezoek plekken als Leuven waar ze het anders hebben gedaan, waardoor je zelf ook kan voelen hoe dat is. Dan kan je dat beter uitdragen en ervoor zorgen dat je bewoners kan helpen een andere realiteit voor zich te zien.’

‘Ook kan je met bewoners het gesprek aangaan over wat een rechtvaardige straat is. Hoeveel ruimte is er als je met een leeg speelveld begint? En hoe zou je dat dan indelen? Hoeveel ruimte wil je dan voor kinderen om te kunnen spelen, voor ontmoeting, het parkeren van auto's en voor fietsen? Dat kan helpen om los te komen van die *status quo bias*.

Het helpt om ons niet blind te staren op hoe we het nu nou eenmaal doen en écht alle zaken mee te nemen die maken dat mensen vaker de fiets pakken. ‘Voor veel landen zijn we nog steeds een voorbeeld, maar we moeten wel aan de slag als we die positie willen behouden. Afgelopen jaren voelen bijvoorbeeld veel ouderen zich steeds onveiliger op de fiets, door alle snelle fietsen die erbij zijn gekomen. Wat kan je eraan doen dat iedereen zich veilig blijft voelen?’

Het kan veel slechter dan in Nederland, maar tegelijkertijd laten we nog zoveel potentie liggen. We gebruiken een fors deel van onze ruimte voor privéauto's die het grootste deel van de dag stilstaan. Als we de fietser echt koning of koningin maken, dan zorgt dat voor minder uitstoot, betere luchtkwaliteit en veel ruimte die we kunnen gebruiken voor een fijne omgeving en betere biodiversiteit. Fietsen heeft de toekomst, maar daar zijn we nog lang niet.’

[Terug](#)

“Ik zit vast”

Het kan gebeuren dat je op verschillende momenten in het proces vastloopt. Misschien stuit je in de beginfase op een gebrek aan draagvlak, of kom je later in het traject voor de uitdaging te staan dat je niet over voldoende financiering beschikt, ondanks dat je al veel hebt uitgezocht en voorgelegd.

Of het nu gaat om tijd, geld, kennis of draagvlak; in dit hoofdstuk bieden we handvatten die je misschien verder kunnen helpen.

36 **Case Alphen aan den Rijn – Hoe kom je verder als je vast zit?**

38 **Ik mis tijd of capaciteit**

41 **Ik mis geld**

42 **Ik mis kennis**

43 **Ik mis draagvlak**

Case Alphen aan den Rijn

Hoe kom je verder als je vastzit?

Lange tijd had de gemeente Alphen aan den Rijn geen bijzonder fietsbeleid. Een e-bike probeeractie hier en een campagne daar, maar tot veel leidde dat niet. Dat kwam vooral door het gebrek aan samenhang.

In 2023 besloot de gemeente het over een andere boeg te gooien en “fietspartners” een belangrijke rol te geven in het realiseren van haar fietsambitie. Partners als de lokale Fietzersbond, Platform Recreatie en Toerisme (PReT), Veilig Verkeer Nederland, CAS, Alphen Vitaal, Alphen Marketing en Fietsmaatjes.

Samen met deze partners legden ze een gezamenlijke ambitie vast en stelden ze een strategisch communicatieplan op, inclusief

een gezamenlijke kernboodschap die zowel gemeente als partners gebruiken. Ze werken samen aan campagnes en het informeren van inwoners, bezoekers en ondernemers. Zo worden werkgevers geïnformeerd over fietsregelingen en fiscale voordelen die ze hun werknemers kunnen bieden bij het aanschaffen van een fiets. Naast communicatie ondersteunen de partners met het identificeren van knelpunten en zorgen ze dat het dat weer onder de aandacht wordt gebracht als de gemeente zo’n knelpunt heeft aangepakt.

Zo’n samenwerking met partners is hard werken, vertelt beleidsadviseur Sandra Smits. ‘Maar het levert immens veel op. Als gemeente zit er een limiet aan je bereik. Onze partners

hebben een grote invloed op hun doelgroepen. In het begin moet je daarbij veel investeren, maar na verloop van tijd kan onze rol steeds kleiner worden. We hebben iets opgebouwd, waar we jarenlang van hopen te profiteren. Partners komen nu ook naar ons toe of zij iets kunnen organiseren, waar wij dan weer op meeliften.’

Case Alphen aan den Rijn

Met het regionale samenwerkingsverband *Holland Rijnland* werken ze aan een netwerk van “doorfietsroutes”. ‘Aan een paar losse, snelle routes heb je niet zoveel. Het gaat erom dat er een netwerk ontstaat van wegen waarop je fijn door kan fietsen, zodat bijvoorbeeld woon-werkverkeer op de fiets veel aantrekkelijker wordt. Daar heb je ook andere gemeenten voor nodig.’

Ook intern levert de integrale aanpak veel op. ‘Doordat we met andere beleidsdomeinen als wonen, ruimte, duurzaamheid en sociaal domein zijn gaan samenwerken, werken we nu op een fundamenteeler niveau aan ons fietsbeleid. Als er bij een nieuwbouwproject is bedacht om de auto een prominente plek te geven, is er nu vaker iemand die een hand opsteekt om dat ter discussie te stellen. En in ieder geval de *vraag* te stellen of de auto prioriteit moet krijgen of misschien de fiets.’

‘Op werkdagen steeg het fietsgebruik in Alphen tussen 2015 en 2022 met ongeveer 10%’

De aanpak lijkt z’n vruchten af te werpen. Op werkdagen steeg het fietsgebruik in Alphen tussen 2015 en 2022 met ongeveer 10%. Maar Smits blijft bescheiden: ‘Die cijfers zijn deels ook toe te schrijven aan landelijke ontwikkelingen, zoals de opkomst van de elektrische fiets, bevolkingsgroei en COVID. We zijn vooral blij dat er steeds meer wordt gefietst en dat de fiets steeds beter vertegenwoordigd is in het beleid van gemeenten.’

Sandra Smits,
beleidsadviseur
Mobiliteit (gemeente
Alphen aan den Rijn)



“Ik mis tijd of capaciteit”

Het gevoel dat je vastzit door een gebrek aan tijd is voor veel mensen herkenbaar. Je wilt met fietsstimulering aan de slag, maar waar haal je de ruimte vandaan naast alle andere lopende projecten en verantwoordelijkheden die je hebt? Gelukkig hoeft fietsstimulering niet altijd een volledig nieuw project te zijn. Er zijn mogelijkheden om ergens bij aan te haken, of een aanpak waarin je onderdelen uitbestedt.

Aanhaakmogelijkheden

Bij buurgemeenten

Veel mensen fietsen dagelijks van en naar omliggende gemeenten. Je kan bijvoorbeeld een samenwerking aangaan of aanhaken bij een nabijgelegen gemeente die al een stap verder is. Denk bijvoorbeeld aan het aansluiten bij een werkgeversaanpak gericht op forenzen of communicatie voor nieuwe inwoners.

Bij de provincie

Vaak kan je als gemeente ook mee doen aan provinciale fietsprojecten. Denk aan overkoepelende campagnes of regionale initiatieven. Door mee te liften op deze grotere projecten, kun je profiteren van gedeelde middelen, expertise en een breder bereik.

Bij landelijke initiatieven

Ook op nationaal niveau zijn er bestaande projecten en campagnes waar je als gemeente aan mee kan doen. Deze initiatieven zijn vaak kant-en-klaar, wat tijd en energie bespaart.

- Da's zo gefietst
- “Aan in het donker”-campagne
- City Deal Fietsen voor Iedereen
- 'T kan hard gaan. E-bikes-campagne



Campagne Da's zo gefietst!

In het voorjaar van 2023 lanceerde het Ministerie van IenW de fietscampagne ‘kort ritje, da's zo gefietst’. De campagne doet het goed: volgens een tussenevaluatie herkent 63% van de doelgroep de campagne, is de boodschap bovengemiddeld duidelijk en vinden mensen de campagne leuk.

De campagne is zo opgezet, dat je er als gemeente goed op kan meeliften. Er is een toolkit waarbij je alle ‘Da's zo gefietst’-elementen kan gebruiken en kan combineren met een eigen huisstijl, boodschap of initiatief. Denk aan logo's, posters, filmpjes, social posts en mooie fotografie, je kan het allemaal gebruiken.

Life-events benutten, maar hoe?

Belangrijke gebeurtenissen in ons leven hebben vaak grote invloed op onze gedachten, gevoelens en gedrag. De zogenaamde *life-events*. Waarschijnlijk ben je al bekend met dit concept en weet je dat het klinkt als een perfecte gelegenheid om in te haken, maar in de praktijk blijkt het vaak lastiger dan gedacht.

Verhuizen naar een nieuwe stad, dorp of regio is een typisch voorbeeld van zo'n gebeurtenis. Zoals Verlaan aangeeft, is het een moment waarop mensen nieuwe gewoonten kunnen aanleren en oude gewoonten kunnen afleren. Voor fietsstimulering biedt dit kansen: een nieuwe omgeving betekent vaak nieuwe routes, wellicht een beter fietspad, meer recreatiemogelijkheden op fietsafstand of een veiligere route voor kinderen naar school. Maar dus vooral een frisse start, waarin gewoonten nog niet zijn gevormd.

‘Wanneer iemand verhuist, is dat een moment waarop zij nieuwe gedragskeuzes maken, zoals vaker fietsen.’

Niek Verlaan, , beleidsadviseur Mobiliteit en Gedrag bij Gemeente Utrecht

Wanneer mensen zich oriënteren op een nieuwe woonplek, speelt mobiliteit al een rol; ze willen bijvoorbeeld maximaal 15 minuten rijden van werk of maximaal 10 minuten fietsen naar het station. Op dit oriëntatie-moment zou je het liefst inspelen, maar dat is complex. Het betekent samenwerken met ontwikkelaars, woningbouwcorporaties, makelaars of partijen als Funda om mensen in dit stadium al te bereiken en informeren. Dat is niet altijd eenvoudig en snel opgezet. Het zou mooi zijn om hier bijvoorbeeld via de VNG aan te werken.

Wat kan je dan als individuele gemeente wel doen? Kijk bijvoorbeeld naar de communicatie die je vanuit de gemeente hebt wanneer mensen zich inschrijven of een verhuizing doorgeven. Ze wonen er dan al, maar zijn nog bezig met het ontwikkelen van nieuwe routines. Dit biedt kansen. Stuur bijvoorbeeld een brief of mailing met handige fietstips voor in de nieuwe buurt of geef aan welke fietsinfrastructuur nieuw en beschikbaar is, zoals doorfietsroutes of een beveiligde fietsparkeergarage in de buurt. Nodig hen uit het fietspad eens uit te proberen of laat zien hoe snel ze met de fiets in de stad kunnen zijn.

Door te kijken welke communicatie al plaatsvindt rondom life-events of op welke momenten je als gemeente in contact komt met inwoners, kun je fietsstimulering slim inzetten. Eenmaal begonnen, kan je altijd nog die makelaars en woningbouwcorporaties aanhaken om er nóg een stapje eerder bij te zijn!

Inhuren bureau

Het kan zijn dat je binnen je gemeente niet over voldoende capaciteit of expertise beschikt om alle aspecten van fietsstimulering op te zetten of uit te voeren. In zo'n geval kan het inschakelen van een extern bureau een oplossing zijn. Dit kan een bureau zijn dat gespecialiseerd is in bijvoorbeeld gedragsverandering, mobiliteit, communicatie of onderzoek.

Om over na te denken voor je een bureau inhuurt:

Waar kunnen bureaus je bij helpen?

Strategisch advies: het bureau kan je helpen bij het ontwikkelen van een visie en strategie voor fietsstimulering die aansluit bij de behoeften van jouw gemeente.

Gedragsinterventies: het bureau kan je helpen bij het ontwikkelen en testen van gedragsinterventies.

Campagnes en communicatie: het bureau kan je ondersteunen bij het ontwerpen en uitvoeren van campagnes.

Praktische uitvoering: het bureau kan de uitvoering van het project volledig of gedeeltelijk op zich nemen, van organiseren tot implementeren.

Monitoring en evaluatie: mits het bureau betrokken is geweest bij de uitvoering, kunnen zij je helpen bij het monitoren van de voortgang en het evalueren van de impact van het project, zodat je het succes kunt meten.

Waar let je op bij het kiezen van een bureau?

Ervaring: heeft het bureau al ervaring met soortgelijke projecten?

Heldere doelstelling: hoe specifieker je bent, hoe beter het bureau kan aansluiten bij jouw wensen.

Waar let je op bij het kiezen van een bureau?

Hoewel een bureau veel werk uit handen kan nemen, kan je vaak ook zelf taken oppakken om kosten te besparen, de controle te houden en vooral ook tot een beter eindresultaat te komen. Denk aan:

Het formuleren een heldere uitvraag: beschrijf zo specifiek mogelijk wat je nodig hebt. Gaat het om een onderzoek, een campagne of het totale plaatje? Wat verwacht je van het bureau? Zorg dat je uitvraag specifieker is dan: 'we willen iets doen met fietsstimulering, dit is het budget'.

De lokale context in beeld brengen: lever kennis over je gemeente aan, zoals specifieke aandachtspunten of doelgroepen.

De uitkomst van je inventarisatie toevoegen.

“Ik mis geld”

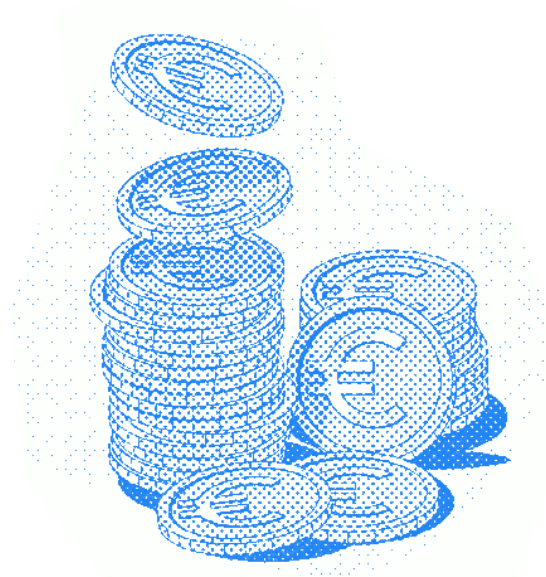
Fietsstimulering hoeft niet altijd groots en duur te zijn. Toch kan je budget voelen als een beperking of wordt er in jouw gemeente te weinig geld vrijgemaakt voor fietsstimulering. Wie kan je in dat geval benaderen om te kijken wat mogelijk is?

Binnen en rondom de gemeente

In sommige gemeenten wordt in de potjes voor een infrastructurele aanpak, al een deel gereserveerd voor gedragsverandering of de “zachte kant”. Ook kan je misschien samenwerken met buurgemeenten.

Provincie

Vanuit de provincie zijn soms ook subsidies of fondsen beschikbaar voor fietsstimulering. Zo had de provincie Groningen in 2023 een subsidie beschikbaar voor fietsinitiatieven ‘in de breedste zin van het woord’. Ook de provincie Utrecht ondersteunt fietsstimuleringsacties



die door gemeenten worden uitgevoerd. Het is aan te raden contact op te nemen met de mobiliteitsafdeling van je provincie om te verkennen welke mogelijkheden er zijn. Houd er rekening mee dat het subsidieaanbod elk jaar anders kan zijn.

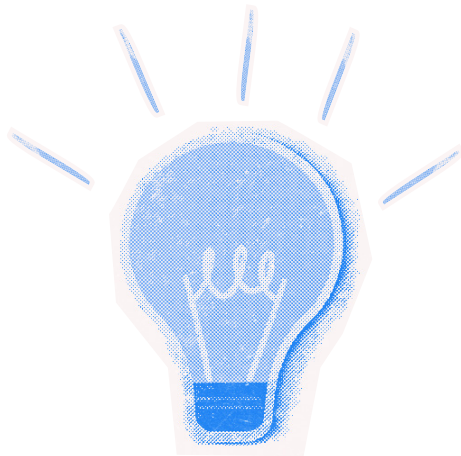
De regionale fietsstimulering van provincie Utrecht

Utrecht heeft de ambitie om dé fietsregio van Europa te worden en dat vraagt om samenwerking. Onder het regionale merk voor fietsstimulering werken Utrechtse gemeenten en de provincie samen aan fietsstimulering. Daarnaast biedt de provincie verschillende financieringsmogelijkheden aan.

Als gemeente kan je een bijdrage van 90% krijgen voor een fietsinterventie, mits je een van de bewezen effectieve interventies kiest die de provincie in kaart heeft gebracht. Ook krijgen gemeenten 90% subsidie voor interventies die buiten dit “mandje” vallen, maar wel gericht zijn op doelgroepen die door de provincie zijn geselecteerd. Interventies die zich richten op andere doelgroepen, komen in aanmerking voor 50% subsidie. Er is wel een verplichte effectmeting aan de subsidie verbonden, zodat de provincie en gemeenten samen kunnen toewerken naar een zo effectief mogelijk fietsbeleid.

“Ik mis kennis”

Als je niet genoeg kennis in huis hebt, hoeft je het wiel gelukkig niet opnieuw uit te vinden. Je kan een bureau inschakelen, maar er zijn ook talloze tools, gidsen en kennisplatforms die je kunnen helpen om zelf aan de slag te gaan.



In de Toolbox Slim Reizen van Rijkswaterstaat, staan verschillende factsheets rondom fietsbeleid (tip: zoek op “fiets” in de zoekbalk), bijvoorbeeld over bezoekersaanpak bij evenementen, deelfiets en deelvervoer, fietsbeloningsprojecten, e-bike probeeraanbod en infrastructurele verbeteringen.

Toolbox Slim Reizen

Meer weten over hoe je als gemeente schoolomgevingen zo kan verbeteren dat kinderen er veilig en prettig naar kunnen lopen, fietsen, skaten of steppen? Inclusief kant en klare materialen.

Beweegvriendelijke schoolomgeving

Veel regio's hebben samenwerkingsverbanden en mobiliteitsregisseurs die werkgevers ondersteunen bij mobiliteitsvraagstukken. Als gemeente kan je deze samenwerkingsverbanden soms versterken. Een kop koffie kan in ieder geval geen kwaad. In willekeurige volgorde:

Brabants mobiliteitsnetwerk

Werk slim, Reis slim (Friesland)

Groningen bereikbaar

Overijssel Onderweg

Zuid Limburg bereikbaar

Wij zijn breikers (Noord Holland)

Slim en schoon onderweg (Regio Arnhem–Nijmegen)

Zuid Holland Bereikbaar

Goedopweg

Al wel wat kennis op zak over gedrag?

Communicatie Activatie Strategie Instrument (CASI)

“Ik mis draagvlak”

Misschien heb je aan goede ideeën geen gebrek, maar ben je vooral bezorgd over de reacties van anderen. Je ziet in dat er zowel *push als pull* maatregelen nodig zijn. Maar voor fietsstimuleringsmaatregelen (*pull*) krijg je de handen een stuk makkelijker op elkaar, dan voor ontmoedigingsbeleid van andere vervoersopties (*push*). In het visiedocument staat mooi uiteengezet dat de fiets ruim baan moet krijgen. Maar je weet ook dat het lastiger wordt als je op straatniveau keuzes gaat maken. Politici en bewoners kunnen er iets van vinden als je op een specifiek kruispunt fietsers voorrang gaat geven ten opzichte van auto's. Of als je het aantal parkeerplekken voor privé-auto's vermindert of naar de rand van de wijk verplaatst. Hoe kom je dan toch verder?

Neem zorgen serieus

Er zijn zat mensen voor wie een eigen auto op dit moment simpelweg de enige fatsoenlijke optie is om op tijd en comfortabel naar werk te komen. Ga met hen in gesprek, kijk wat ervoor nodig is om de fietsen, deeltvervoer of OV wel goede alternatieven te laten zijn. En zorg ervoor dat er goede voorzieningen blijven voor degenen die echt van een eigen auto afhankelijk zijn.

Neem niet alleen weg, maar breng ook terug

Vanuit de bredere visie is het makkelijk voor te stellen waar veel ruimte voor de fiets allemaal toe kan leiden. Maar het gevaar is dat daar op de korte termijn weinig van te zien is op straat. Parkeren wordt duurder of moeilijker, en er komt niets voor in de plaats. Daar moet je goed over nadenken. Kan je meteen een alternatief zichtbaar maken? Zoals **de fietsvlonders** en groen of speelplekken?

In Utrecht wilde de gemeente een plein mooier en kindvriendelijker maken samen met bewoners. Een deel van de bewoners wilde een ondergrondse parkeergarage. De gemeenteambtenaren wisten gelijk dat dat onbetaalbaar was, maar hebben het wel meegenomen en doorerekend. Ze kwamen terug met de tekeningen van het plein, de boodschap dat een ondergrondse parkeergarage onmogelijk was en een alternatief voor parkeren verderop in de wijk. De bewoners werden zo enthousiast van de tekeningen dat ze het nieuwe plein toch wilden. Dat laat zien hoe belangrijk is om de alternatieven voor je te zien: er gaat niet alleen wat weg, er komt ook veel terug.

Kies een slimme framing

Mensen vinden het niet fijn om dingen te verliezen. Ook in de manier waarop je dingen verwoordt is het goed om daar rekening mee te houden. Dat kan ook goed, want er zijn genoeg verbeterpunten te noemen bij het veranderen van het straatbeeld. Het weer wordt extremer en het is belangrijk om daar als stad, dorp of regio op voorbereid te zijn. (15) Meer groen zorgt voor minder wateroverlast en dempt de temperatuur. Steden gaan er beter uitzien en fietsen is gezond.



Over onze hekel aan verliezen

Loss aversion (verliesaversie) is een psychologisch concept wat betekent dat mensen verlies sterker ervaren dan winst. Met andere woorden: de pijn van verlies is groter dan de vreugde van winst, zelfs als het verlies en de winst even groot zijn.

Focus op nieuwe in plaats van bestaande wijken

Omdat mensen er niet van houden om dingen kwijt te raken kan je er ook voor kiezen om in eerste instantie te richten op nieuwe gebouwen, plekken en wijken. Toekomstige bewoners kunnen makkelijker anticiperen op een nieuwe situatie waar de fiets prioriteit heeft. Ook experimenten werken vaak goed om de drempel te verlagen: we proberen het gewoon eens uit! Zoals bij het vakantiestraatconcept, waarbij bewoners worden ondersteund om in hun straat tijdelijk ruimte te maken voor een speel- of ontmoetingsplek.

Zoek op wat er speelt bij bewoners

Als je als gemeente iets voorstelt kom je vaak bewoners tegen die daarop tegen zijn. Maar andersom zijn er ook vaak signalen van bewoners die dingen willen die bij jouw doelen aansluiten. Dat kan een goed vertrekpunt zijn. Zo zijn er vaak veel bewoners die willen dat hun wijk groener wordt. Daarmee kan je in gesprek om de opties te bekijken en fietsbeleid daarbij mee te nemen. Je kan deze signalen ook opzoeken. Als je in een bepaalde wijk meer plek voor de fiets wil creëren, kan je bij een wijkambtenaar checken of er al dingen spelen in die buurt waar je bij kan aansluiten.

Of misschien zijn er plannen voor een nieuw riool en willen bewoners meedenken over de herinrichting van de straat na de werkzaamheden.

Zoek bondgenoten

Aanhaken bij wat leeft onder bewoners biedt ook weer handvatten om bestuurders te overtuigen. Als veel mensen in een buurt iets willen, is dat immers een goede reden om daar wat mee te doen. Daarbij kan je politiek gezien ook op zoek naar bondgenoten. Misschien wil de wethouder van verkeer geen ambitieuze interventies, maar de wethouder voor gezondheid of woningbouw wel. Grote kans dat je dan via die route ook mooie resultaten kan bereiken. Zo zijn bouwprojecten een stuk duurder door de voorzieningen die voor privé-auto's aangelegd moeten worden. Tegelijk is er een grote behoefte aan nieuwe woningen. Dus wellicht heeft een wethouder die verantwoordelijk is voor woningbouw wel oren naar jouw voorstel om vooral in te zetten op fietsvoorzieningen en deelvervoer. Dit kan namelijk het verschil maken tussen een nieuw woonproject financieel wel rond krijgen of niet.



Een voorbeeld van hoe je mensen kan helpen om alternatieven voor zich te zien. Door Natuur en Milieu

“Ik wil inspiratie”

Je weet wie, wat, waar je wilt bereiken met fietsstimulering. Er ontbreekt nog een belangrijk onderdeel, hoe ga je dat bereiken en wat kan je doen?

Interventies zijn concrete maatregelen die helpen om gedragsverandering te realiseren. “Maatregelen” klinkt heel streng, maar interventies zijn alles behalve afdwingend, ze nodigen mensen juist uit.

Interventies kunnen verschillen afhankelijk van je doelstelling, doelgroep en de context van je gemeente. Het belangrijkste is dat ze goed aansluiten bij de behoeften van de mensen die je wilt bereiken. Op verschillende manieren kunnen ze mensen aanmoedigen, verleiden of kennis laten maken met fietsen.

In dit hoofdstuk vind je een aantal voorbeelden van interventies, voor verschillende situaties. Deze interventies zijn gemeten én effectief. Dit helpt je niet alleen inspiratie op te doen, maar ook om te zien hoe een interventie kan samenhangen met een doelstelling.

47 Wat werkt beter?
Fietssnelweg of doorfietsroute?

48 Een paar bewezen effectieve voorbeelden

53 Meer voorbeelden?

Wat werkt beter? Fietssnelweg of doorfietsroute?

Toen ze in de regio Holland Rijnland met bewoners in gesprek gingen, ontdekten ze al snel dat het woord “fietssnelweg” lang niet altijd de positieve associaties oproept die ze hadden verwacht. Bijvoorbeeld dat de weg overlast zou geven of dat de weg alleen gebruikt mocht mocht worden als je heel snel fietst.

Het woord “doorfietsroute” blijkt beter te passen. Je kan lekker doorfietsen, met weinig verkeerslichten, kruispunten en andere barrières. Daar is niemand op tegen! Ook het veranderen van zo’n benaming, zou je als interventie kunnen zien.



Een paar bewezen effectieve voorbeelden, voor verschillende situaties

Een paar bewezen effectieve voorbeelden, voor verschillende situaties

E-Bike probeeractie

Doel en doelgroep

Omdat veel forenzen voor de auto kiezen tussen A en B, terwijl daar ook een goede doorfietsroute ligt of de afstand kort is, kiezen veel gemeenten voor een werkgeversaanpak. Daarmee helpen ze werkgevers om hun werknemers aan te moedigen de fiets te pakken.

Wat

Gemeenten of regionale samenwerkingsverbanden helpen werkgevers om een e-bike probeeractie aan te bieden. In de regio Arnhem-Nijmegen is bijvoorbeeld een actie waarbij werknemers twee weken een e-bike of speedpedelec kunnen proberen. Na de actie krijgen werknemers korting als ze de fiets aan willen schaffen.

Resultaat

Dit soort interventies leiden ertoe dat werknemers gemiddeld twee dagen per week de fiets in plaats van de auto pakken. Soms meer en soms minder, zie deze factsheet.

Het aantal deelnemers dat na de probeeractie de intentie heeft om een e-bike te kopen ligt tussen de 20% en 63%. De grootste barrière voor veel deelnemers om een e-bike aan te schaffen is de hoge aanschafprijs. Deze barrière kan deels worden weggenomen door een vervolgaanbod aan te bieden. Deelnemers kunnen dan met korting een e-bike aanschaffen bij een lokale fietsenwinkel.



Een paar bewezen effectieve voorbeelden, voor verschillende situaties

Fietsvlonders Fijner fietsparkeren

Doel en doelgroep

In veel woonwijken kunnen bewoners hun fiets niet makkelijk stallen. Zeker als je geen schuur of berging hebt. De gemeente Den Haag en Rotterdam hebben een mooie oplossing voor bewoners die daar last van hebben.

Wat

Als bewoners vinden dat ze te weinig parkeerplekken hebben, kunnen ze een fietsvlonder aanvragen bij de gemeente. Dit is een plateau met daarop vier “nietjes” om fietsen tegenaan te zetten en vast te maken. Bewoners kiezen samen met de gemeente een geschikte plek in de staat. Een bepaald aantal huishoudens moet toestemming geven met een handtekening. Na een maand volgt een vragenlijst. Als meer dan de helft van de bewoners enthousiast is over de fietsplekken, verbreedt de gemeente de stoep voor een definitieve fietsparkeerplek.

Resultaat

Er is zoveel vraag naar de vlonders dat er op dit moment een wachtlijst is.



Een paar bewezen effectieve voorbeelden, voor verschillende situaties

High five met de fiets naar school

Doel en doelgroep

Bij veel scholen is het elke ochtend en middag een grote chaos tijdens het halen en brengen. Daar proberen allerlei gemeenten verandering in te brengen met de High Five aanpak. Met als doelstelling om meer kinderen en hun ouders te motiveren om de fiets te pakken van en naar school.

Wat

Kinderen kunnen punten sparen als ze langs de route van huis naar school high fives uitdelen (zie foto). En dat kan natuurlijk alleen als ze lopend of met de fiets komen. Met de punten kunnen ze bijvoorbeeld kaartjes kopen voor lokale zwembaden, pretparken en andere leuke dingen in de buurt.

Resultaat

Sinds de start van de aanpak zijn er al meer dan 1,5 miljoen *high fives* uitgedeeld. De resultaten zijn gemeten bij zes scholen in verschillende gemeenten in Nederland. Het halen en brengen met de auto daalde gemiddeld met 11% en het halen en brengen met de fiets of lopend steeg met gemiddeld met 11%.



			Auto			Stap&Fiets		
			Voor	Na	↓	Voor	Na	↑
NIJMEGEN	Vossenb.	%	32%	23%	-27%	68%	77%	+13%
AALTEN	De Triangel	%	48%	27%	-42%	56%	73%	+29%
DOETINCH	De Haven	%	41%	31%	-24%	59%	69%	+17%
AMSTERDAM	Bijlmerhorst	%	28%	23%	-17%	72%	77%	+7%
ALPHEN AD R	Mozaïek	%	26%	15%	-45%	71%	85%	+20%
OLDEBROEK	Wegwijzer	%	33%	23%	-32%	65%	76%	+16%

Een paar bewezen effectieve voorbeelden, voor verschillende situaties

Kinderfietsplan

een fiets voor kinderen wiens ouders dat niet kunnen veroorloven

Doel en doelgroep

7% van de kinderen heeft geen eigen fiets, in veel gevallen omdat hun ouders dat niet kunnen betalen. Stichting Leergeld en de ANWB doen daar wat aan: met het kinderfietsenplan willen zij kinderen van wie de ouders geen eigen fiets kunnen betalen, voorzien van een fiets. Als gemeente kan je dit zelf ook opzetten: door zwerffietsen op te knappen of bijvoorbeeld een inzamelactie te starten.

Wat

Met het *Kinderfietsenplan* worden fietsen ingezameld, opgeknapt en verstrekt aan kinderen die geen eigen fiets hebben.

Resultaat

Er zijn al meer dan 50.000 kinderen blij gemaakt met een eigen fiets. Ook zij kunnen nu gaan en staan waar ze willen.

Fietslessen

meer dan meetbare resultaten

Doel en doelgroep

Hoewel veel mensen in Nederland als jong kind al leren fietsen, is er een aanzienlijke groep Nederlanders, waaronder asielzoekers, expats en andere migranten, die deze vaardigheid niet hebben meegekregen. Ook zij verdienen de vrijheid en vele voordelen die fietsen biedt. Het kan bijdragen aan hun zelfstandigheid, mobiliteit en actieve deelname aan de samenleving. Als jouw gemeente inwoners heeft die niet kunnen fietsen, kan het enorm waardevol zijn om hen hierbij te ondersteunen.

Wat

De gemeente organiseert fietslessen door samen te werken met lokale vrijwilligersinstanties. Vrijwilligers geven fietslessen en plekken als het fietsdepot verstrekken de fietsen.

Resultaat

Alle deelnemers behalen hun fietsdiploma aan het einde van het traject en kunnen veilig zelfstandig de fiets pakken.

‘De gezichten die je ziet, de onzekerheid van mensen tijdens hun eerste fietslessen die langzaam verandert in een lach. Dat is gewoon goud.’

Niek Verlaan, beleidsadviseur Mobiliteit en Gedrag bij Gemeente Utrecht



Terug

Meer voorbeelden?

Meer weten over het kiezen en implementeren van interventies?

Bekijk [hier](#) het uitgebreide interventie-overzicht van Tour de Force.

Tip:

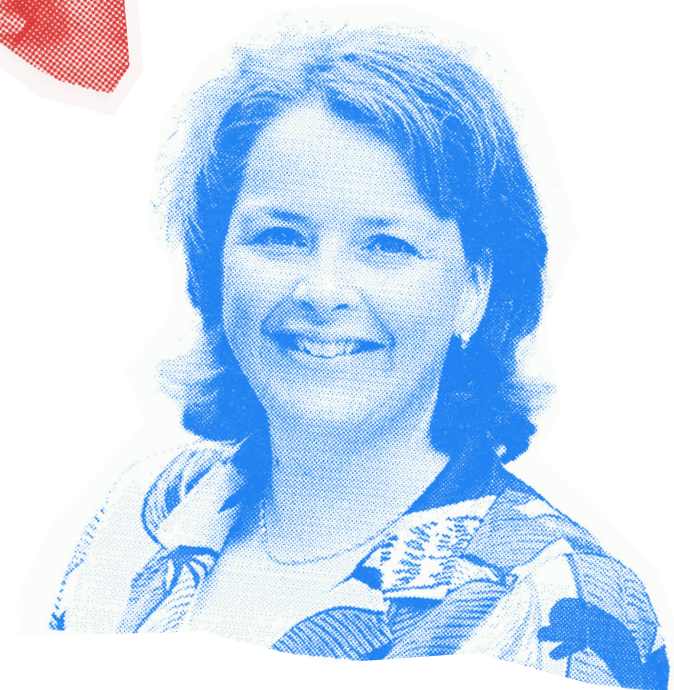
In het overzicht staat ook in welke gemeenten de interventies zijn uitgeprobeerd en getest. Ben je benieuwd naar wat meer informatie? Neem contact met elkaar op! Zo kan je van elkaar leren en kom je weer tot nieuwe inzichten die jou misschien een stap verder brengen.

“Hoe weet ik of mijn aanpak effectief is?”

Jolanda Smit - van Oijen, adviseur en directeur bij XTNT, weet als geen ander de weg naar een fietsstimuleringsaanpak én hoe je mensen meekrijgt in dit proces.

Ze benadrukt dat de zachte kant van fietsstimulering vaak onder een vergrootglas ligt. ‘We willen allemaal weten wat een project heeft opgeleverd: hoeveel mensen zijn bereikt, welk gedrag is veranderd, en welke communicatiemiddelen het meest effectief waren. Dat zijn logische vragen, maar we moeten opletten dat we niet doorslaan. Naar mijn idee willen we vaak meer weten over de effectiviteit van een fietsstimuleringsactie van 10 duizend euro dan over een nieuw fietspad van 10 miljoen.’

Dit vergrootglas is dus niet altijd terecht. Je kan deze focus op de resultaten van de zachte kant van fietsstimulering ook benutten. Om bijvoorbeeld meer ruimte te krijgen in je budget voor monitoring, maar ook meer ruimte te krijgen voor nieuwe projecten: je project was succesvol en gaat met wat bijsturing aantoonbaar de goede richting op. Smit – van Oijen benadrukt daarom ook dat het belangrijk is om te kunnen experimenteren, met of zonder uitgebreide gerichte aanpak. ‘Zorg dan dat je route naar evaluatie aansluit bij je aanpak.’ En vergeet niet: ‘We weten dat fietsstimulering werkt, mits campagnes en interventies goed gekozen zijn. Het proces van duidelijke doelen stellen is even belangrijk als het meten van resultaten achteraf.’



Je kan altijd iets doen

Een evaluatie kan verschillende dingen opleveren. Je kan onderzoeken hoe goed je aanpak heeft gewerkt. Om te bepalen of je het budget op een goede manier hebt besteed, of anderen enthousiast te maken voor je aanpak. Het werkt enorm stimulerend als mensen *zien* wat het effect is. Maar je kan een evaluatie ook gebruiken om van te leren en je aanpak zo stap voor stap te verbeteren.

In de perfecte wereld zou je allebei doen. Maar we weten allemaal dat die perfecte wereld vaak niet bestaat. Je hebt te maken met tijd, geld, de expertise die je in huis hebt en ook hoe meetbaar het project waar je aan werkt is.

Toch is er in onze ervaring altijd een vorm van evaluatie waar je wat aan kan hebben. Laat je daarom niet ontmoedigen door een gebrek aan tijd, geld of expertise.

Kort gezegd is er een schaal van een pragmatische evaluatie tot een wetenschappelijk experiment. Afhankelijk van de situatie, kan je met jouw evaluatie ergens op deze schaal gaan zitten. Hierbij kan je kijken naar de middelen die je ter beschikking hebt. **Maar ook naar jouw definitie van succes.** Had je hierbij een kwantitatief doel, zoals meer ouderen die zijn gaan fietsen, of een kwalitatief doel, zoals het verbeteren van relaties met samenwerkingspartners?

Het voeren van een aantal gerichte gesprekken

Onderschat nooit de waarde van een goed gesprek. Tuurlijk: ook kwalitatief onderzoek is een kunst en idealiter spreek je een goede afspiegeling van je doelgroep en stel je daarbij precies de goede vragen. En toch leer je er juist veel van om deze gesprekken zelf te voeren. Je kan gaan kijken bij een fietsles om te kijken wat deelnemers en begeleiders te zeggen hebben. Een gesprekje aanknopen met ouders rond de school waar een campagne loopt of een ochtend gesprekken voeren bij een stoplicht waar de infrastructuur is gewijzigd of een campagnebord staat. Je kan ook een rustig moment plannen (na de eindejaarsdrukke) om een goed stil te staan bij de vraag hoe iedereen waar je mee samenwerkt het vindt gaan. In alle gevallen helpt het om van tevoren een open vraag te bedenken, die te stellen en vooral op de antwoorden door te vragen (in plaats van een vooraf bedachte vragenlijst af te werken).

Schaal

Van pragmatisch

tot

wetenschappelijk experiment

Terug

‘Evaluatie is meer dan een kop koffie drinken om het project na te bespreken. Op de uitkomsten van een goede evaluatie, kun je voortbouwen met je volgende project of aanpak.’

Niek Verlaan, beleidsadviseur Mobiliteit en Gedrag bij Gemeente Utrecht

Enquête

Als je doelstelling is om meer ouders te laten ervaren hoe fijn en efficiënt het kan zijn om kinderen op de fiets naar school te brengen, kan je het succes meten met een enquête voor- en achteraf. Enquêtes zou je ook online kunnen afnemen, wat in sommige gevallen sneller kan zijn. Hou er in dit geval wel rekening mee dat de respons hierbij vaak lager is en mogelijk vanuit een minder representatieve groep komt.

Burgerpanel

Heb je een stads- of dorpsbrede aanpak? Met dus ook een brede doelgroep? Veel gemeenten hebben een burgerpanel waar je gebruik van kan maken. Het kan nuttig zijn om die in te schakelen. Heeft jouw gemeente niet zo'n panel? Dan kan je kijken naar een poll op eigen social media kanalen of wijk- of dorpsraden.

Observaties ter plekke

Wat mensen zeggen wat ze doen is soms anders dan wat mensen daadwerkelijk doen. Daarom zijn observaties vaak een effectieve evaluatiemethode. Dat kan systematisch, maar ook pragmatisch. Een ochtend of middag kijken bij een nieuwe doorfietsroute, een school waar je campagne voert of plek waar fietsles wordt gegeven. Dit kan gaan over aantallen, maar ook over beleving: hoe ervaren de betrokkenen en inwoners de interventie zelf?

Tellen (lussen etc.)

Als je echt een toename in aantallen fietsers wilt, is tellen de beste aanpak. Dit kan op verschillende manieren: met een sensor of radar, maar ook met slangen en lussen. Er zijn verschillende bedrijven die deze middelen aanbieden en je kunnen helpen bij het implementeren van deze telapparaten.

Kwantitatieve, experimentele studie

Met kwantitatieve begin- en effectmeting kan je de situatie voor en na de interventie vergelijken. Zo kun je vaststellen of er daadwerkelijk een verandering heeft plaatsgevonden.

Een kwantitatieve aanpak levert veel informatie op, maar kost ook meer tijd én expertise om het op een correcte manier uit te voeren en de juiste conclusies te trekken. Als je dit dus goed wilt doen en deze expertise niet in huis hebt, is het aan te raden **om een bureau in te huren** dat hier ervaring mee heeft.

Referenties

1. Onderzoek feiten en cijfers 'Fietsen voor Iedereen'. Mobycon (2022).
2. Fietsonderzoek. ALD Automotive (2022).
3. Effectiviteit van snelle fietsroutes. Radboud Universiteit (2021).
4. Het effect van fietsen op de mentale gezondheid. Fietzersbond (Geraadpleegd december, 2024).
5. Aanleg en verbreding fietspaden; een goede kans in de stikstofcrisis. Witmond, van den Bron en van Reisen (2023).
6. Fietsfeiten 2023. Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (2023).
7. The Netherlands in numbers: how much do we cycle per week on average? CBS (2022).
8. The Netherlands in numbers: where can we ride our bikes? CBS (2023).
9. Fietsfeiten: nieuwe inzichten. KiM (2020).
10. Onderzoek feiten en cijfers 'Fietsen voor Iedereen'. Mobycon (2022).
11. Da's zo gefietst, Feiten en Cijfers. Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (2024).
12. Financiële prikkels om fietsen naar het werk te stimuleren. MuConsult (2019).
13. De relatie tussen gezondheid en het gebruik van actieve vervoerwijzen. Kennisinstituut voor mobiliteit (2019).
14. Mobiliteit in Cijfers, Tweewielers 2024-2025. RAI Vereniging en BOVAG (2024).
15. Zeven redenen om te investeren in een groene stad. Kennisportaal Klimaatadaptatie (2018).

Colofon

Deze gids is ontwikkeld door Tabula Rasa in opdracht van Tour de Force. Met veel dank aan Roel Lenoir (Tour de Force) voor het vertrouwen en meelesen.

Geschreven door: Tim de Jong (Podium voor Perspectief) en Ibi Baggerman (Tabula Rasa)
Vormgeving: Myrthe van Duinen (Roorda)

Wat is Tour de Force?

Overheden, maatschappelijke organisaties, kennisinstituten, platforms en marktpartijen die zich samen inzetten om één ding te bereiken: een sterker fietsbeleid in Nederland. Hun krachten worden gebundeld in het samenwerkingsverband Tour de Force.

Samen maken ze letterlijk en figuurlijk meer ruimte vrij voor de fiets. Door beleid en projecten te ontwikkelen en ondersteunen voor de volgende onderwerpen: fietsnetwerken, fietsparkeren én fietsstimulering.

Finish

Zo. Je hebt deze gids helemaal uitgefietst. Hopelijk heeft het kompas je wegwijs gemaakt en een stuk verder gebracht met je aanpak voor het stimuleren van fietsen.

Heb je vragen of ideeën?
We horen het graag! Je kan daarvoor het best mailen met Roel Lenoir, via fietsstimulering@tourdeforce.nl.