

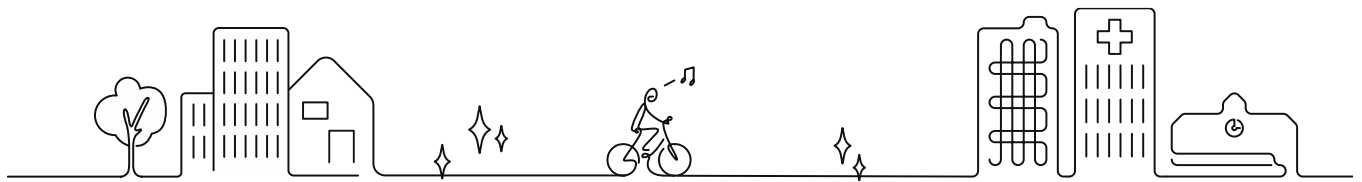
Protocol

Standaardisatie effectmetingen doorfietsroutes - Beleving & Gedrag



tourdeforce.nl





Opdrachtgever
Titel rapport

Tour de Force
Standaardisatie effectmetingen doorfietsroutes
- Beleving & Gedrag

Kenmerk
Datum publicatie

020501.20250926.N1.02
september 2025

Projectleider Goudappel
Projectteam Goudappel

Daphne Rutgers
Daphne Rutgers, Thomas Litjens, Alina Prey

Status

Definitief

© Copyright Goudappel



Aanleiding

Nederland is al jaren het fietsland bij uitstek. Vanuit de verschillende duurzaamheidsdoelen, zoals economische bereikbaarheid, leefbaarheid en gezondheid wordt gewerkt aan een toename van het fietsgebruik. Tour de Force – het samenwerkingsverband voor fiets – heeft zich als doel gesteld om te komen tot 20% meer fietskilometers in 2027 (t.o.v. 2017).

De aanleg van doorfietsroutes wordt gezien als belangrijk instrument om tot die schielsprong te komen. Op dit thema wordt intensief samengewerkt. Een van de wensen is om meer inzicht te krijgen in de effecten van de aanleg van deze routes, en daarmee in de effectiviteit van investeringen. Dit vraagt om meer en eenduidigere dataverzameling. Om die reden wordt vanuit Tour de Force gewerkt aan een 'Eenduidige Meetmethode Hoogwaardig Fietsnetwerk' waarin metingen van gedrag, beleving en gebruik op doorfietsroutes worden vormgegeven.

De standaardisatie van de uitvoering en de effectmeting wordt centraal geregeld. Dit levert de volgende voordelen op:

- resultaten zijn bruikbaar voor een landelijke vergelijkbaarheid van investeringen in doorfietsroutes;
- standaard verrijking van enquêteresultaten leidt tot een directe kwaliteitsimpuls;
- versnelling, toepassing en implementatie van wetenschappelijke concepten;
- toegevoegde waarde voor quick-scan en strategische verkeersmodellen;
- borging en uniformiteit fietskennisontwikkeling en innovatie.

Doorfietsroutes vormen het topsegment van de fietsroutes in Nederland. Deze doorfietsroutes noemen wegbeheerders ook wel snelle fietsroutes, snelfietsroutes, doortraproutes, hoogwaardige fietsroutes of steroutes. Deze fietsroutes zijn erop gericht om (woon)gebieden in de regio te verbinden met nabijgelegen (grote) steden en werklocaties. Ze hebben als doel de fietser hier gemakkelijk, veilig en comfortabel naar toe te leiden. Dit uit zich in kwaliteit en inrichting van de route, zo hebben fietsers op deze routes bijvoorbeeld vaker voorrang en wordt fietsen op afstanden tot 15-25 kilometer gestimuleerd. Deze routes zijn primair gericht op het stimuleren en vergemakkelijken van het fietsen voor woon-werk verkeer, maar in praktijk zien we dat ook schoolgaande jongeren en recreatieve fietsers veelvuldig gebruik maken van de aantrekkelijke routes (bron: Tour de Force, 2019).

Met een standaardisatie van metingen op doorfietsroutes zijn we in staat om overal in het land data in te winnen, die in de analyse tot vergelijkbare informatie kan leiden. Dat maakt dat we Nederland-breed beter uitspraken kunnen doen over het gebruik van routes en effectiviteit van investeringen in deze routes. We beschrijven in dit protocol een aantal vaste stappen dat

doorlopen kan worden. We schrijven niets voor en er blijft uiteraard maatwerk per project mogelijk. Dit protocol richt zich op **beleving en gedrag** op doorfietsroutes. Daarnaast is er ook een protocol ontwikkeld voor het meten van het **gebruik** van doorfietsroutes. Dit protocol is op te vragen bij Tour de Force.

Beleving en gedrag

Bij dit type uitkomsten gaat het om de vraag in hoeverre doorfietsroutes hebben geleid tot een verandering in het gedrag van de doelgroep (overstappen op de fiets, fietsfrequentie of -duur). De beleving en waardering van de routes speelt daarbij een belangrijke rol. In het verleden zijn er verschillende vragenlijsten ontwikkeld die het fietsgedrag en de beleving als gevolg van infrastructurele maatregelen inzichtelijk maken.

Een groep experts vanuit de overheid, wetenschap en markt heeft bestaande methoden samengebracht. Zo is een gestandaardiseerde vragenlijst ontwikkeld (te vinden in bijlage 1 en 2). Er is daarbij gelet op een balans tussen praktische uitvoerbaarheid en integratie van alle belangrijke aspecten in de vragenlijsten. Alle essentiële vragen (bijvoorbeeld omtrent gedrag en beleving) zitten hierin. Wel is het mogelijk om een aantal specifieke vragen toe te voegen, om (route)specifieke aspecten in de vragenlijst mee te nemen. Het aantal extra vragen is gemaximeerd tot vier (op advies van betrokken experts, t.b.v. de lengte van de vragenlijst). Deze vragen worden afgestemd met het uitvoerend adviesbureau en de opdrachtgever en kunnen vervolgens door Tour de Force worden toegevoegd aan de basisvragenlijst.

De standaardvragenlijsten (voor- en nameting) zijn gedigitaliseerd en voor ieder project in te zetten. Resultaten van de verschillende metingen worden visueel in één overzichtelijk, openbaar toegankelijk [dashboard](#) weergegeven.

De vragenlijsten leveren belangrijke inzichten op over de beleving en het gedrag van de gebruikers van de routes. Echter, de vragenlijsten zijn minder geschikt om uitspraken te doen over veranderingen in het gedrag van de totale doelgroep: reizigers die potentieel gebruik kunnen maken van de fiets op (een deel van) de routes. De Radboud Universiteit en BUAS hebben laten zien dat hiervoor grootschalige mobiliteitsonderzoeken zoals ODin kunnen worden benut¹. Door een toenemende beschikbaarheid van fietsdata is het daarnaast mogelijk de bestaande onderzoeksmethodiek naar gedrag en beleving te verfijnen en uit te breiden met onder andere informatie over routekeuze uit GPS-data.

Gebruik

Bij dit type uitkomst gaat het om de vraag of er sprake is van een verandering in de hoeveelheid gebruik en gekozen routes als gevolg van infrastructurele maatregelen op doorfietsroutes. Het gaat hierbij primair om tellingen van het aantal fietsers op de nieuwe infrastructuur. Er zijn talloze manieren beschikbaar om het aantal fietsers te tellen, zoals lussen, slangen, camera's en radarmetingen.

Net als voor het gestandaardiseerd meten van beleving en gedrag, is met een groep experts (opnieuw wegbeheerders, onderzoekers en adviseurs) een eenduidige methode voor verzamelen, verrijken en analyseren van teldata ontwikkeld. Er is daarbij rekening gehouden met het feit dat niet elke opdrachtgever behoefte heeft aan dezelfde inzichten. De ene

¹ H. Ploegmakers, D. Bussche, J. de Kruijf, 2020 Effect snelle fietsroutes op vervoermiddelkeuze (in opdracht Provincie Gelderland)

opdrachtgever wenst meer diepgaandere inzichten dan de andere. Bovendien wordt er door diverse wegbeheerders al met een bepaalde frequentie gemeten en is er vooral behoefte om hier aansluiting bij te zoeken. Er is daarom gekozen voor een protocol met een basisniveau dat essentiële inzichten biedt, aangevuld met optionele stappen die diepgaandere inzichten bieden.

Doel

Om de effecten van de aanleg van een doorfietsroute eenduidig inzichtelijk te maken en vergelijkbaar te maken, is het noodzakelijk om de voor- en nameting op een eenduidige manier uit te voeren. Op die manier is het mogelijk om verschillende projecten met elkaar te vergelijken en van voorgaande projecten te leren. De invloed van infrastructurele veranderingen op het gebruik en het reisgedrag en de beleving tijdens de fietsreis, wordt daarmee op landelijk niveau uniform inzichtelijk.

Een eenduidige manier van tellen en enquêteren helpt om dit te kunnen bereiken. De eerste meting – de voormeting – wordt al voor de realisatie van de doorfietsroute uitgevoerd. Hiermee is een basismeting van het huidige gebruik, het fietsgedrag en de -beleving beschikbaar. Deze kunnen later vergeleken worden met één of meerdere nameting(en). Zo wordt verandering in fietsgebruik, -gedrag en -beleving in beeld gebracht. Voor inzichten in fietsgebruik wordt nog gewerkt aan een tweede deel van dit protocol, waarin de stappen voor de verrijking, analyse en rapportage van de data worden beschreven.

In dit protocol is met symbolen aangegeven welke partij verantwoordelijk is voor welke stap. De volgende partijen zijn bij deze stappen betrokken:

-  **OG** Opdrachtgever
-  **AD** Adviesbureau (vrij door opdrachtgever te kiezen)
-  **DCI** Dutch Cycling Intelligence (DCI)

1. Werkwijze

OG

Stap 1: Meting aanmelden bij Tour de Force

De opdrachtgever die effectmetingen wil laten uitvoeren op doorfietsroutes, meldt het project aan bij Tour de Force (TdF) via de ploegleiding van thema Fietsnetwerk (fietsnetwerk@tourdeforce.nl). Vervolgens zorgt TdF voor de koppeling van de opdrachtgever met DCI (en Goudappel, als beheerder van de vragenlijsten).

OG

Stap 2: Opdracht geven om effectmeting uit te voeren

De opdrachtgever (gemeente/regio waar een doorfietsroute is gepland) zorgt ervoor dat de opdracht voor een effectmeting wordt uitgezet bij een adviesbureau. Het adviesbureau is voornamelijk verantwoordelijk voor de werving van respondenten en analyse van de resultaten. Bij het uitzetten van de opdracht wordt verwezen naar het gebruik van de nationale standaard methodiek. Er liggen standaard vragenlijsten klaar (enkele toevoegingen/aanscherpingen per project zijn toegestaan) en de digitalisering en dataverwerking is centraal geregeld. Voor het uitzetten van de opdracht is een standaarduitvraag beschikbaar die in bijlage 5 van dit protocol te vinden is.

OG

Stap 3: Verwerkingsovereenkomst

Met de enquête worden persoonsgegevens van respondenten ingewonnen. Het is daarom noodzakelijk om voor elke opdracht een verwerkingsovereenkomst op te stellen. De opdrachtgever moet twee verwerkersovereenkomsten sluiten:

AD

DCI

1. Verwerkersovereenkomst met DCI (Goudappel beheert de enquêtes en stuurt vervolgens de data op naar de opdrachtgever). Hiervoor is een sjabloon te vinden in bijlage 3.
2. Met de opdrachtnemer (het uitvoerend adviesbureau dat de vragenlijsten uitzet en de analyse uitvoert). Hiervoor is een sjabloon te vinden in bijlage 4.

OG

Stap 4: Aanpassingen vragenlijst aan regionaal/lokale context

De opdrachtgever stelt in overleg met het adviesbureau vast op welke punten de vragenlijst voor het desbetreffende project aangepast wordt. Daarbij zijn de onderstaande onderdelen regio- en contextspecifiek:

AD

- Tekst ter introductie en uitleg van het doel van de enquête
- Blok A, vraag 1: Routekeuze
- (voor de nameting: Vraag 8b: Routekeuze vóór komst van doorfietsroute)

OG

Stap 5: Toevoegingen op standaard vragenlijst

AD

- Er is een aantal optionele vragen opgenomen in de standaardvragenlijst. De opdrachtgever dient een keuze te maken welke vragen meegenomen worden in het onderzoek.
- Controleer het aantal voorzieningen dat genoemd wordt in Blok D vraag 8 (voormeting) of vraag 14 (nameting) voor de desbetreffende fietsroute.
- Er dient te worden bepaald of er onder de deelnemers een prijs wordt verloot.

- Het is mogelijk om eigen, extra vragen aan de vragenlijst toe te voegen. Experts geven aan dat dit niet noodzakelijk is, maar als er routespecifieke aspecten zijn die niet naar voren komen, kunnen er maximaal vier vragen worden toegevoegd. De opdrachtgever en het betrokken adviesbureau formuleren deze vragen.

OG

Stap 6: Vragenlijst definitief maken

Het uiteindelijke resultaat van de stappen 4 en 5 wordt door de opdrachtgever of opdrachtnemer in een bericht doorgestuurd naar DCI. Vervolgens wordt de vragenlijst aangepast. Deze definitieve conceptversie wordt ter controle met de opdrachtgever of opdrachtnemer besproken voor een definitief akkoord.

DCI

DCI

Stap 7: Vragenlijst live

Als de vragenlijst akkoord is, wordt deze live gezet in een online omgeving. De vragenlijst blijft vervolgens circa één maand toegankelijk voor respondenten om in te vullen. De vragenlijst wordt beschikbaar gesteld middels een link en/of QR-code.

OG

Stap 8: Werving

De opdrachtgever/het adviesbureau is verantwoordelijk voor de werving van respondenten. Alle typen fietsers moeten zo veel mogelijk vertegenwoordigd zijn in het onderzoek om een representatief beeld te krijgen (leeftijd, geslacht, reismotief). Het is daarom sterk aan te raden om respondenten te werven met een combinatie van twee wervingsmethoden.

AD

- Deze twee methodes zijn:
 - *Werving via uitdelen van flyers op de route* (verspreid over verschillende tijden en dagen). Op deze manier worden vooral fietsers die regelmatig via de route reizen benaderd (woon-werkreizigers, etc.).
 - *Werving via advertenties op sociale media*. Op deze manier worden fietsers benaderd die op andere dagen/tijdstippen van de fietsroute gebruikmaken.
- Uit eerder onderzoek blijkt dat via flyereren meer mannen dan vrouwen worden geworven. Met advertenties via sociale media is dit juist omgekeerd. Via flyereren worden voornamelijk fietsers met reismotief 'woon-werk' geworven. Via sociale media meer fietsers met reismotief 'recreatief' en 'bezoek van familie/vrienden'.
- Het is over het algemeen moeilijk om voldoende scholieren te werven. Op fietsroutes waarbij scholieren een belangrijke groep gebruikers zijn, is het aan te raden om scholen bij de werving te betrekken. Bij deze doelgroep is het belangrijk om data te verzamelen volgens de regels die gelden voor onderzoek onder jongeren:
 - Onderzoek onder de 12 jaar mag alleen onder begeleiding van ouders/verzorgers.
 - Tussen de 12 en 16 jaar is toestemming van ouders/verzorgers vereist bij online onderzoek. Voor face-to-face onderzoek of vragenlijsten op papier is dit niet nodig.
 - Vanaf 16 jaar en ouder zijn er geen beperkingen.
- We houden een streefwaarde van minimaal 200 ingevulde vragenlijsten per route aan, om de betrouwbaarheid van de resultaten te waarborgen.

Combinatie van wervingsmethoden: wat levert het concreet op?

In de afgelopen jaren hebben de provincie Noord-Brabant en de provincie Utrecht meerdere effectmetingen van beleving & gedrag op doorfietsroutes uitgevoerd. In een groot deel van deze metingen hebben deze provincies data verzameld met de combinatie van flyers uitdelen en online advertenties op sociale media (Facebook en Instagram). In deze metingen is 30 tot 50% van de data verzameld met behulp van online advertenties.

OG

Stap 9: Optioneel: Aanvullende tellingen

Om inzicht te krijgen in het aantal fietsers op een gemiddelde werkdag tijdens de onderzoeksperiode en met name de verhouding tussen scholieren, forenzen en 65-plussers in kaart te brengen, zijn tellingen een nuttige toevoeging. Hiervoor is een separaat protocol opgesteld, dat via TdF beschikbaar is.

AD

DCI

Stap 10: Resultaten verzamelen

Aan het eind van de onderzoeksperiode worden de resultaten van de enquête zonder persoonsgegevens in één database verzameld.

DCI

Stap 11: Verrijking van de data

De beschikbare data wordt verrijkt met reistijden (OV, fiets, auto) aan de hand van herkomsten en bestemmingen die zijn opgehaald met de enquête. Ook wordt de stedelijkheidsgraad van zowel de herkomsten als de bestemmingen toegevoegd op basis van CBS-data. Deze verrijking wordt op een uniforme manier uitgevoerd, zodat bijvoorbeeld vervoersconcurrentie eenduidig kan worden geïnterpreteerd en geanalyseerd. Deze verrijkingen worden toegevoegd aan de centrale database.

DCI

Stap 12: Visualisatie resultaten

Resultaten van de verschillende metingen worden visueel in één overzichtelijk openbaar toegankelijk [dashboard](#) weergegeven.

De data en resultaten kunnen per route of voor meerdere projecten ook uitgelezen worden voor andere toepassingen (bijvoorbeeld onderzoeksdoeleinden). De opdrachtgever en het uitvoerend adviesbureau ontvangen indien gewenst de verrijkte data van de desbetreffende route(s) voor eigen additionele analyses.

AD

Stap 13: Data-analyse

Resultaten worden door het adviesbureau geanalyseerd en geïnterpreteerd om vervolgens gerapporteerd te worden aan de opdrachtgever. Als het een nameting betreft, worden resultaten uiteraard met de voormeting vergeleken om het effect van de infrastructurele veranderingen zichtbaar te maken.

Stap 14: Rapporteren

De verkregen informatie wordt gebruikt in een eindrapport. Dit eindproduct wordt bepaald door de opdrachtgever. Als het om een nameting gaat, worden de resultaten vergeleken met de voormeting. Het adviesbureau is verantwoordelijk voor het opstellen van het eindrapport.

Aandachtspunten nameting

Na de voormeting en de infrastructurele aanpassingen kan een nameting worden uitgevoerd. Als de herinrichting in meerdere fases wordt uitgevoerd, kan het verstandig zijn om ook tussentijds een tussenmeting te doen. Op deze manier is het mogelijk om na te gaan welke onderdelen een effect hebben op routekeuze en beleving. Ook is het nuttig om een tijd na de herinrichting nogmaals een (na)meting te doen. Dan is het effect van recente vernieuwing afgevlakt. Om een voormeting goed te kunnen vergelijken met de nameting, zijn enkele aandachtspunten van belang:

- Bij een nameting moeten (eveneens) alle stappen uit bovenstaande stappenlijst doorlopen worden.
- Zorg ervoor dat de omstandigheden tijdens alle metingen vergelijkbaar zijn (bijvoorbeeld: bij een voormeting in de lente is een nameting in de lente wenselijk).

Checklijst

	Actie	Actiehouder	Gereed?
1	Meting aanmelden bij Tour de Force	OG	
2	Opdracht geven om effectmeting uit te voeren	OG	
3	Verwerkingsovereenkomst	OG en andere betrokken partij(en)	
4	Aanpassingen vragenlijst	OG/Adviesbureau	
5	Toevoegingen vragenlijst	OG/Adviesbureau	
6	Vragenlijst definitief maken	DCI	
7	Vragenlijst live zetten	DCI	
8	Werving respondenten	OG/Adviesbureau	
9	Tellingen	OG/Adviesbureau	
10	Resultaten verzamelen	DCI	
11	Verrijking van de data	DCI	
12	Visualisatie resultaten	DCI	
13	Data-analyse	OG/Adviesbureau	
14	Rapporteren	OG/Adviesbureau	

Bijlagen

Document	
Vragenlijsten	
1	Vragenlijst voormeting
2	Vragenlijst nameting
AVG / Juridisch	
3	Voorbeeld Verwerkersovereenkomst DCI – OG
4	Voorbeeld Verwerkersovereenkomst OG – ON
Uitvraag aan uitvoerende partij	
5	Standaard uitvraag te gebruiken door OG

