

# Toolkit effectmetingen bij fietsstimuleringsmaatregelen

# Inhoud

1. Inleiding .....	3
2. Basis van effectmetingen .....	4
3. Fasen van gedragsverandering .....	6
4. Gedragsverandering: keuze interventietechniek .....	7
5. Meettechnieken .....	8
6. Kwantitatieve meettechnieken .....	9
7. Kwalitatieve Meettechnieken .....	15
8. Analyse en synthese .....	17
9. Voorbeelduitwerkingen .....	21
10. Uitwerking relevante concepten/termen .....	26
Voorbeeld voor- en nameting toolkit .....	31



# 1. Inleiding

Goede fietsstimuleringsmaatregelen beginnen met een duidelijke vraag: werkt het eigenlijk wat we doen? Effectmeting helpt om inzicht te krijgen in wat wel en niet bijdraagt aan meer fietsen, zodat maatregelen onderbouwd kunnen worden verbeterd, opgeschaald of bijgestuurd. In de praktijk blijkt het echter niet altijd eenvoudig om te bepalen hoe je effecten goed meet. Welke methode past bij jouw maatregel? Wat wil je precies weten? En hoeveel onderzoek is nodig?

Deze toolkit helpt je bij het kiezen van passende meettechnieken voor de effectmeting van fietsstimuleringsmaatregelen. Aan het einde vind je een aantal [uitgewerkte voorbeelden](#) met de bijbehorende meettechnieken.

In de toolkit koppelen we gedragsmodellen, zoals het [Behaviour Change Wheel](#), aan de verschillende stappen in gedragsinterventies en de meetmethoden die daarbij passen. Dat klinkt misschien ingewikkeld, maar dat is het niet: wie werkt aan fietsstimulering zal de opbouw snel herkennen.

Kom je er toch niet uit? Dan vind je [hier](#) een overzicht van onderzoek- en adviesbureaus die kunnen helpen bij het uitdenken en uitvoeren van (een deel van) een effectmeting.

Heb je vragen of opmerkingen over de toolkit?  
Mail dan naar [fietsstimulering@tourdeforce.nl](mailto:fietsstimulering@tourdeforce.nl)



## 2. Basis van effectmetingen

### Waarom zijn effectmetingen belangrijk?

Effectmetingen zijn belangrijk om te bepalen of je de dingen goed doet (proces) en de goede dingen doet (effect). Daarnaast kan een effectmeting een krachtig middel zijn om uitgaven voor fietsstimulering te verantwoorden én om te weten wanneer er bijgestuurd moet worden.

We onderscheiden dus **drie doelen van effectmetingen**:

1. Effectmetingen helpen bij het optimaliseren van de uitvoering en het vergroten van het effect in de *huidige* situatie of locatie.  
Door gedurende de uitvoering te meten wordt duidelijk wat werkt en wat beter kan (monitoring). Optimaliseren kan bestaan uit het opschalen van de uitvoering, bijvoorbeeld door een succesvolle maatregel of door de bekendheid van de maatregel te vergroten als het gebruik van de maatregel wat tegenvalt. Door effectmetingen wordt het mogelijk om een interventie te verbeteren, zoals een herhaling van de interventie op een andere locatie.
2. Door na afloop van de looptijd van de maatregel/interventie te meten (evaluatie) ontstaat inzicht in wat beter kan. Verbeteren kan door toevoegen of aanpassen van elementen aan de uitvoering, zoals extra monitoring, communicatie of een specifiek aanbod aan het eind van de looptijd. Bijvoorbeeld een OV-kortingskaart of een e-bike overnameregeling. Ook kunnen prognoses over de gedragsreacties door de interventie worden bijgesteld op basis van opgedane ervaringen.
3. Effectmetingen bieden een onderbouwing voor de inzet van middelen. Ze laten zien wat een interventie oplevert in verhouding tot de kosten en de ingezette menskracht. Door het effect en de kosteneffectiviteit te analyseren, wordt duidelijk of de investering gerechtvaardigd is.



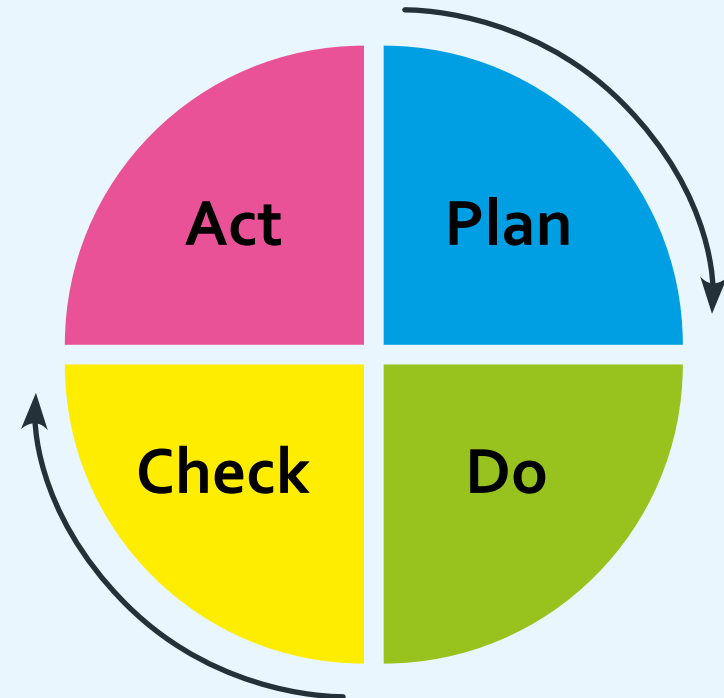
## Plan, Do, Check, Act cyclus

Het uitvoeren van een fietsstimuleringsproject begint bij het stellen van doelen. Dit zie je in de Plan, Do, Check, Act-cyclus (PDCA-cyclus) in figuur 1. Zonder doelen weet je niet welk effect je wil bereiken en wat je dus moet meten om achteraf te bepalen of de activiteit succesvol is geweest.

Na het opstellen van doelen kan het projectteam een actieplan met interventies en maatregelen ontwikkelen. Daarbij kunnen zij verschillende gedragstechnieken gebruiken, zoals het behaviour change wheel, [COM-B model](#) of zie het [stappenplan fietsstimulering](#) van Tour de Force en het [FIETSKOMPAS](#).

Bedenk bij het maken van het actieplan ook al hoe je het effect van de activiteiten kunt meten. Vervolgens kun je het plan uitvoeren. Voor, tijdens en na de interventie verzamel je data over het verloop van het project en de effecten daarvan. Door de data te analyseren trek je conclusies over de mate van succes van de interventie. De conclusies gebruik je als input voor de volgende (actie)plannen.

- Aanpassen en verbeteren
- Standaardisatie
- Herhaling van de cyclus
- Probleemanalyse
- Doelstellingen formuleren
- Actieplan ontwikkelen



- Data analyse
- Resultaten vergelijken
- Conclusies trekken
- Uitvoering van plan
- Gegevens verzamelen
- Pilottesten

Figuur 1: De PDCA cyclus

# 3. Fasen van gedragsverandering

In het huidige en volgende hoofdstuk beschrijven we de fasen van gedragsverandering en de keuze van een interventietype. Heb je al een interventie bedacht, ga dan door naar [hoofdstuk 5](#).

Het volgende model beschrijft hoe mensen vijf fasen doormaken bij gedragsverandering (het Transtheoretical Model).

## Fase 1: voorbeschouwing of precontemplatie

**Kenmerken:** de persoon is zich niet bewust van een probleem, heeft geen intentie om (binnen 6 maanden) hun gedrag te veranderen, is vaak onwetend over de voordelen van fietsen.

**Doel van de gedragsveranderingsinterventie:** bewustwording creëren en laten zien dat fietsen een optie is.

## Fase 2: overweging of contemplatie

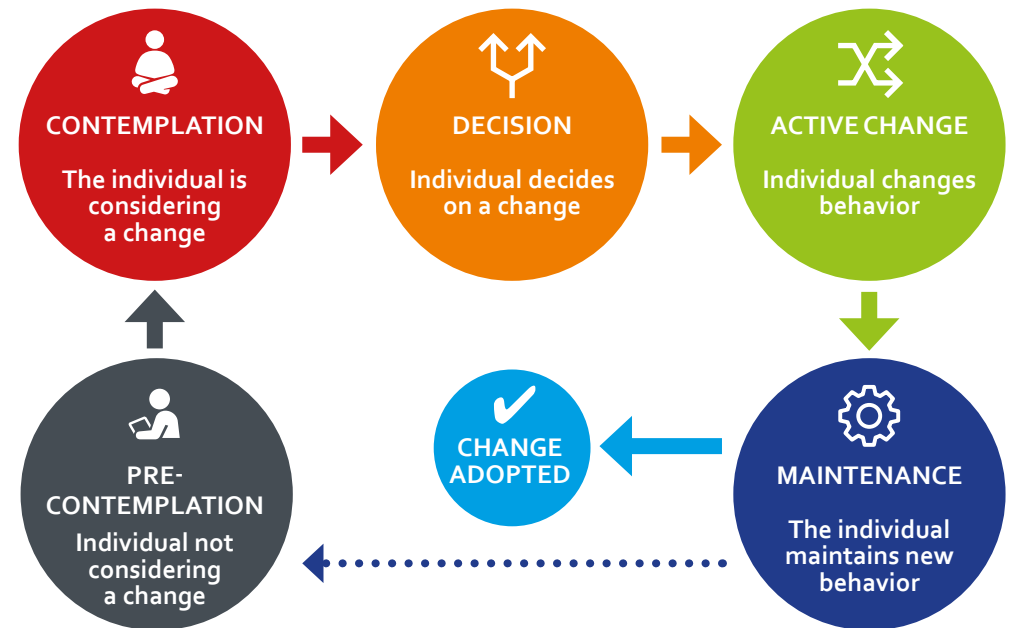
**Kenmerken:** de persoon kent en erkent de voordelen van fietsen, maar ziet ook nadelen. Heeft wel de intentie om binnen 6 maanden gedrag te veranderen, maar heeft nog geen concrete plannen.

**Doel van de interventie:** de balans verschuiven in de richting van de voordelen van fietsen.

## Fase 3: voorbereiding, preparatie

**Kenmerken:** de persoon is overtuigd van de voordelen en heeft de intentie om binnen één maand actie te ondernemen. En heeft al kleine stappen gezet, bijvoorbeeld door een fiets te kopen en een route uit te zoeken.

**Doel van de interventie:** het plan concreet maken en mogelijke barrières om te fietsen wegnemen.



Figuur 2. Transtheoretical change model

## Fase 4: actie

**Kenmerken:** de persoon fietst actief, maar nog geen zes maanden. De gedragsverandering is zichtbaar.

**Doel van de interventie:** het nieuwe fietsgedrag automatiseren, zodat het blijvend wordt volgehouden.

## Fase 5: onderhoud

**Kenmerken:** de persoon fietst langer dan zes maanden regelmatig. Het gedrag is verankerd in het dagelijkse patroon en het risico op terugval neemt af.

**Doel van de interventie:** het fietsen blijvend maken en terugval voorkomen.

## 4. Gedragsverandering: keuze interventietechniek

Welke interventie het meest geschikt is, hangt af van de fase waarin een persoon zich bevindt. In deze toolkit beschrijven we de keuzes beknopt; in het [stappenplan fietsstimulering](#) van Tour de Force staat een uitgebreide beschrijving. Voor maximaal effect stem je de interventie zo goed mogelijk af op de fase waarin je denkt dat de meeste personen van de doelgroep zich bevinden of waarmee je het grootste beoogde effect kunt of wil bereiken.

### Stap 1: Bepaal de fase van je doelgroep

Vaak bestaat de doelgroep uit mensen die zich in verschillende fasen van het gedragsmodel bevinden. Denk bijvoorbeeld aan werknemers van een bedrijf of bezoekers van een specifieke locatie zoals een school, winkelcentrum, of een ziekenhuis. Je moet dan de keuze maken op welke fase de interventie primair richt. Zo kun je ervoor kiezen om iedereen warm te maken voor de fiets en dus iedereen naar de overwegingsfase te brengen. Een andere mogelijkheid is om de groep die al voorbereidingen heeft getroffen en bij wijze van spreken op het puntje van zijn of haar stoel zit, aan te zetten tot concrete actie. Met één interventietechniek kun je vaak meerdere faseovergangen tegelijk ondersteunen, bijvoorbeeld met campagnes.

Als je niet goed weet in welke gedragsfase het grootste deel van je doelgroep zich bevindt, kun je een vragenlijst gebruiken om daarachter te komen. Hieronder een aantal voorbeeldvragen:

- "Fietst u momenteel naar uw werk/school?" (Ja/Nee)
- "Overweegt u om (vaker) te gaan fietsen?"  
(Ja, binnen 1 maand/ Ja, binnen 6 maanden/ Nee/ Ik fiets al)
- "Hoe lang fietst u al regelmatig naar uw werk/school?"  
(Minder dan 6 maanden/ Langer dan 6 maanden/ Niet van toepassing)

### Stap 2: Kies de best passende Interventietechnieken

In tabel 1 zijn per gedragsfase de meest effectieve interventietechnieken beschreven en worden voorbeelden daarvan genoemd. Vaak worden interventies ook met elkaar gecombineerd, zodat je meerdere faseovergangen ondersteunt en meerdere doelgroepen tegelijk bereikt.

Tabel 1: Interventietechniek per fase van gedragsverandering

Gedragsfase	Meest effectieve interventie-techniek (behaviour change wheel)	COM-B focus	Voorbeelden
Voorbeschouwing	Voorlichting, modeling, overtuiging	Capaciteit, motivatie	Campagne "Kort ritje, da's zo gefietst", fietsambassadeurs
Overweging	Voorlichting, overtuiging, facilitering	Motivatie, capaciteit	E-bike probeeracties <a href="#">[zie voorbeeld-uitwerkingen]</a>
Voorbereiding	Training, facilitering, beloning	Capaciteit, gelegenheid	Fietslessen, fietsrouteplanner, onderhoud op locatie
Actie	Beloning, facilitering, aanpassen omgeving	Motivatie, gelegenheid	Beloningsprogramma's, schoolstraten <a href="#">[zie voorbeeld-uitwerkingen]</a>
Onderhoud	Beloning, aanpassen omgeving, beperking	Gelegenheid, motivatie	Verbeterde fietsinfrastructuur, parkeerbeleid auto's, challenges

## 5. Meettechnieken

Er zijn diverse technieken beschikbaar om het effect van een interventie te meten. In deze toolkit beschrijven we meettechnieken die zich in de praktijk bewezen hebben en praktisch bruikbaar zijn om effecten in beeld te brengen. Maar verwacht geen wonderen: elke meettechniek laat een deel van de waarheid zien, bijvoorbeeld het aantal fietsers of de motivatie waarom mensen zijn gaan fietsen. Vaak is een combinatie van verschillende meettechnieken nodig om een compleet beeld te krijgen. Voor elke interventie zijn één of enkele specifieke meettechnieken het meest geschikt.

### Kwalitatieve en kwantitatieve meetmethoden

We maken in de toolkit een onderscheid tussen kwantitatieve en kwalitatieve meetmethoden. Kwantitatieve meetmethoden richten zich op cijfers en statistieken, kwalitatieve meetmethoden op meningen en motivaties. Wij merken vaak dat het waardevol is om beide methoden te combineren. Bijvoorbeeld door het uitzetten van een vragenlijst na de interventie (kwantitatief) aan te vullen met korte interviews tijdens de interventie (kwalitatief). In een vragenlijst vraag je bijvoorbeeld waarom iemand heeft deelgenomen, en in een interview kun je daar dieper op ingaan.

### Procesevaluatie

Daarnaast kun je een procesevaluatie uitvoeren met de betrokken stakeholders. Dit is vooral belangrijk als het de eerste keer is dat je een bepaalde fiets-stimuleringsactiviteit hebt uitgevoerd, of als je merkt dat het proces nog niet helemaal soepel verliep. Een procesevaluatie geeft inzicht in het proces, maar niet direct in het effect van de stimuleringsmaatregelen.



## 6. Kwantitatieve meettechnieken

In dit hoofdstuk vertellen we je meer over kwantitatieve meettechnieken, zoals vragenlijsten en tellingen.

### Vragenlijsten (Voor- en Nameting)

Je kunt vragenlijsten inzetten bij alle fasen van gedragsverandering. In tabel 2 leggen we de te meten indicatoren per gedragsfase uit.

Idealiter vraag je de doelgroep meerdere keren om een vragenlijst in te vullen ([zie ook de uitgewerkte voorbeelden](#)). Zo krijg je een goed beeld van het gedrag van de respondent op verschillende momenten, en kun je bepalen of en waarom het gedrag verandert.

De onderzoeksopzet ziet er dan als volgt uit:

- **Voormeting (of 0-meting):**  
voor de start van de interventie wordt het basisgedrag bepaald;
- **Eerste nameting (1-meting):**  
direct na interventie kijken we of het gedrag van de respondenten is veranderd en hoe de respondent de interventie heeft beleefd;
- **Tweede nameting (2-meting):**  
een aantal maanden na de interventie kunnen we kijken of er een lange termijn effect is;

Om de effecten nog beter vast te stellen, kun je de vragenlijst ook uitzetten bij een controlegroep. Een controlegroep is een vergelijkbare groep personen die niet bekend zijn met of er geen gebruik van hebben gemaakt. Met de controlegroep kun je uitsluiten dat een effect ook zonder de interventie was bereikt.

Tabel 2: te meten indicatoren per gedragsfase

Gedragsfase	Primaire Indicatoren	Voorbeeldvragen
Voorbeschouwing ---> overweging	- Bewustzijn voordelen fietsen - Kennis over fietsmogelijkheden - Attitude t.o.v. fietsen	"Bent u bekend met de voordelen van fietsen voor korte ritten?" "Wat vindt u van fietsen als vervoermiddel?" (5-puntsschaal)
Overweging ---> voorbereiding	- Intentie om te fietsen - Beslissingsbalans (voor-/nadelen) - Zelfvertrouwen (self-efficacy)	"Overweegt u binnen een maand te gaan fietsen?" "In hoeverre voelt u zich in staat om 3x per week te fietsen?" (5-puntsschaal)
Vorbereiding ---> actie	- Concrete plannen - Barrières weggenomen - Aanschaf fiets/spullen	"Heeft u concrete plannen gemaakt om te fietsen?" "Welke voorbereidingen heeft u getroffen?" (open vraag) "Ben je echt gaan fietsen?"
Actie ---> onderhoud	- Fietsfrequentie (dagen/week) - Fietsafstand (km/week) - Substituerende vervoerwijze (van auto/OV)	"Hoeveel dagen per week fietst u momenteel naar werk/school?" "Welk vervoermiddel gebruikte u voorheen?" (meerkeuze) <sup>1</sup>
Onderhoud	- Blijvend fietsgedrag - Volhardingsindicatoren - Tevredenheid	"Hoe lang fietst u al regelmatig?" "Verwacht u komende zes maanden te blijven fietsen?" (Likertschaal)

<sup>1</sup>Bekend is dat soms interventies worden ingezet met het specifieke doel om autoritten te verminderen en die te vervangen door fietsritten. Uit de antwoorden op deze vragen kan worden afgeleid hoeveel autoritten zijn vermeden als gevolg van de interventie



Een goede effectmeting bestaat uit een voor- en nameting waarvan je de resultaten met elkaar kunt vergelijken om het effect vast te stellen. Een voormeting is lastig als je nog niet weet wie de deelnemers zijn. Als een voormeting onmogelijk is of qua planning niet meer haalbaar, dan kun je in de nameting naar gedragsverandering vragen. Bijvoorbeeld: wat was uw verplaatsingsgedrag een jaar geleden, en: hoe is uw verplaatsingsgedrag nu?

[Bekijk hier een voorbeeld van een voor- en nameting.](#)

Door bovenstaande alinea's en de tips in het kader 'praktische tips bij het uitzetten van vragenlijsten' te volgen, kun je onderbouwde uitspraken doen over veranderd reisgedrag. Zo krijg je inzicht in de mate waarin de doelstellingen worden bereikt.

# Praktische tips bij het uitzetten van vragenlijsten:

## Doelgroep

Het is ten eerste belangrijk om je doelgroep te bepalen. Van wie wil je graag de antwoorden op je vragen weten? Als je je doelgroep hebt bepaald, kun je op zoek naar manieren om de vragenlijst uit te zetten.

## Uitzetten van vragenlijsten

Je kunt op verschillende manieren vragenlijsten uitzetten:

- Via een mail met een link naar de vragenlijst (dit is veruit de meest gebruikte methode)
- Via een bericht in een app (bijvoorbeeld de *Da's zo gefietst* app)
- Via een online panel
- Via geotargeting met sociale media
- Fysiek op locatie

## Inhoud

In tabel 2 staan een aantal indicatoren die in de vragenlijst opgenomen kunnen worden. Daarnaast vind je hier ook [voorbeeldvragenlijsten](#).

- Gebruik gestandaardiseerde vragenlijsten, bijvoorbeeld de Tour de Force doorfietsroute vragenlijst
- Gebruik maximaal 15-20 vragen om responskwaliteit te waarborgen
- Gebruik 5-puntsschalen (zoals helemaal eens tot helemaal oneens) voor houdingsvragen
- Anonimiteit zorgt ervoor dat mensen zich vrijer voelen om hun echte mening te geven
- Een respons van 384 invullers geeft (afhankelijk van de grootte van de populatie) [statistisch betrouwbare uitspraken](#), maar dit is niet altijd nodig.

## Respons

Het aantal reacties op de vragenlijst, oftewel de respons, blijft altijd een aandachtspunt. Voor de meeste vragenlijsten kun je rekenen op een algemeen responspercentage van 10-20%. Dit is uiteraard afhankelijk van de lengte van de vragenlijst en het onderwerp.

Om de respons te verhogen, kun je ervoor kiezen om prijzen te verloten onder de invullers. Bij een kleine vragenlijst kun je bijvoorbeeld een aantal (online) bol.com bonnen verloten. Let er hierbij wel op dat de prijzen aantrekkelijk genoeg zijn, maar niet te groot om onder de kansspelbelasting te vallen (let hier bijvoorbeeld op bij het verloten van e-bikes). Om de bonnen te verloten, heb je wel de emailadressen nodig van deelnemers. Verwijder deze mailadressen zo snel mogelijk uit de dataset, om de anonimiteit van de invullers beter te bewaken.

## Tools om online vragenlijsten uit te zetten

Er zijn veel online tools beschikbaar om vragenlijsten uit te zetten. Je kunt kiezen voor gratis versies, zoals Google Forms. Er zijn ook betaalde opties die beter geschikt zijn voor uitgebreidere vragenlijsten.

## Analyse

Zie [hoofdstuk 8](#) voor meer informatie over het analyseren van de resultaten.



## Observatiemetingen, tellingen

Observatiemetingen en tellingen zijn specifiek geschikt voor effectmetingen bij interventies die gericht zijn op zichtbaar gedrag, zoals in de Actie- en Onderhoudsfase. Bij de [uitgewerkte voorbeelden](#) beschrijven we momenten en situaties waarin deze metingen geschikt zijn. In tabel 3 beschrijven we verschillende telmethoden.

Tabel 3: verschillende telmethoden

Methodie	Toepassing	Gedragsfase	Voorbeelden
Handmatige telling	Fysiek tellen van fietsers op specifieke locaties	Actie, Onderhoud	Aantal fietsers bij schoolpoort voor/na invoering schoolstraat
Telsslagen	Pneumatische/glasvezel slangen die assen tellen	Actie, Onderhoud	Fietsintensiteit op nieuw fietspad zie tabel 6.3
Camera-observatie	Videoregistratie voor gedragsanalyse	Alle fasen	Gebruik van fietsverlichting, helm, gedrag bij schoolstraat
RFID-tags	Automatische registratie via chip aan fiets	Actie, Onderhoud	Tracking deelnemers beloningsprogramma (bijv. High Five)
Fietsapps met GPS	Tracking via smartphone-apps	Actie, Onderhoud	Da's zo gefietst, Strava meten kilometers en routes
Fietsenstalling-telling	Bezettingsgraad fietsenstallingen	Actie, Onderhoud	Voor/na telling bij werkgeverslocaties

Onderzoeksofzet van tellingen (fysiek, pneumatisch, video, bezettingsgraad):

- Voor- en nameting: tel zoveel mogelijk op dezelfde dagen en tijdstippen, of ten minste vergelijkbare momenten
- Controlelocatie: tel ook op een vergelijkbare route of locatie, waarvan je mag verwachten dat de interventie daar geen effect heeft. Dan kun je de telling van de onderzoeklocatie corrigeren voor autonome effecten die je ook op de controlelocatie ziet
- Voldoende lange meetperiode: voer de tellingen minimaal 2 tot bij voorkeur 4 weken uit. Als de interventie het hele jaar effect heeft, verdeel de tellingen dan over de seizoenen Uitsluiten van verstoringen: controleer dat de weersomstandigheden, schoolvakanties en evenementen vergelijkbaar zijn zodat ze het gedrag van fietsers niet vertekenen

Voorbeeldprotocol observatie

1. Bepaal de observatieperiode, bijv. de ochtendspits van 7:30 tot 9:00 uur
2. Selecteer representatieve meetdagen, bijvoorbeeld vijf werkdagen
3. Train de observatoren met eenduidige criteria, zodat de tellingen betrouwbaar zijn
4. Registreer het aantal fietsers, de richting, de leeftijdscategorie en het fietstype
5. Noteer de weersomstandigheden en eventuele bijzonderheden

Onderzoeksofzet met behulp van tracking data:

- Verzamel informatie over afgelegde fietsroutes met behulp van fietsapp
- Tracking data is heel geschikt voor effectmeting op netwerkniveau in een hele regio, bijvoorbeeld tijdens de Onderhoudsfase van de interventie
- Locatie-specifiek: gebruik fietstelzuilen: permanente tellers op fietsroutes. Let er hierbij op dat een teller in combinatie met een display op zichzelf een interventie vormt en dat dit effect kan hebben op de fietsersaantallen

**Indicatoren:** registreer fietsintensiteiten, routekeuzes, herkomst-bestemmingen en gemiddelde snelheden

Tabel 4: Resultaten fietstelling, met onderscheid naar 2 rijrichtingen en 24 uur.

van	tot	doorsnede	richting noord	richting zuid
		fiets	fiets	fiets
0:00	- 1:00	5	4	1
1:00	- 2:00	1	1	0
2:00	- 3:00	4	3	1
3:00	- 4:00	5	4	1
4:00	- 5:00	7	4	3
5:00	- 6:00	22	9	13
6:00	- 7:00	59	38	21
7:00	- 8:00	87	52	35
8:00	- 9:00	83	48	35
9:00	- 10:00	86	50	36
10:00	- 11:00	84	45	39
11:00	- 12:00	89	45	44
12:00	- 13:00	92	43	49
13:00	- 14:00	90	47	43
14:00	- 15:00	95	47	48

van	tot	doorsnede	richting noord	richting zuid
		fiets	fiets	fiets
15:00	- 16:00	86	47	39
16:00	- 17:00	59	34	25
17:00	- 18:00	37	23	14
18:00	- 19:00	23	12	11
19:00	- 20:00	16	9	7
20:00	- 21:00	13	7	6
21:00	- 22:00	10	5	5
22:00	- 23:00	7	4	3
23:00	- 24:00	7	4	3
etmaal (0-24u)		1.067	585	482
dag (7-19u)		911	493	418
avond (19-23u)		46	25	21
nacht (23-7u)		110	67	43
ochtendspits (7-9u)		170	100	70
avondspits (16-18u)		96	57	39

## Onderzoek trendmonitoring

Trendmonitoring geeft zicht op langjarige trends in verplaatsingsgedrag, bijvoorbeeld hoeveel er gemiddeld gefietst wordt door bewoners van een bepaalde stad. Dit soort informatie is belangrijk voor beleidsvorming en context. Je kunt de effecten van maatregelen afzetten tegen de trends om inzicht te krijgen in de impact die je maakt met de fietsmaatregelen. Daarnaast kunnen de inzichten in trends aanleiding geven om meer of juist minder in te zetten op de inspanningen voor fietsstimulering. Trendmonitoring kan via:

- **Mobiele providers:** (geanonimiseerde) verplaatsingsdata van mobiele telefoons, waarmee je inzicht krijgt in verplaatsingspatronen.
- **ODiN-data:** landelijk mobiliteitsonderzoek met fietsgegevens, geschikt om langjarige trendmatige ontwikkeling te onderzoeken. Je kunt dit eventueel aanvullen met lokale gegevens van de ODiN-enquêtes voor een gedetailleerder beeld. NVP: Nederlands verplaatsingspanel, verplaatsingen van mensen worden gevolgd via een app, waardoor je actuele fietsbewegingen kunt analyseren.
- **MPN:** Mobiliteitspanel Nederland periodieke vragenlijsten geven inzicht in trends en ontwikkelingen in het reisgedrag van Nederlanders.
- **Regionaal trendonderzoek:** bijvoorbeeld vragenlijsten voor de provincie Utrecht, waarmee je specifieke regionale trends kunt volgen.



# 7. Kwalitatieve Meettechnieken

In dit hoofdstuk vertellen we je meer over kwalitatieve meettechnieken, zoals interviews, focusgroepen en observatiemethoden.

## Semi-gestructureerde Interviews

We zetten semi-gestructureerde interviews in wanneer we diepgaand inzicht in motieven, beleving en barrières willen verkrijgen. Zie tabel 5 voor ideeën van interviewvragen per gedragsfase.

Doelgroepen voor interviews:

- **Deelnemers interventie:** inzicht in ervaren effecten, motivaties
- **Non-deelnemers:** begrijpen waarom mensen niet meedoen
- **Intermediairs:** docenten, werkgevers, buurtsportcoaches

Tabel 5: interviewstructuur per gedragsfase

Gedragsfase	Kernvragen	Doel
Voorbeschouwing	“Waarom fietst u momenteel niet?” “Wat zou u kunnen motiveren om fietsen te overwegen?”	Ontdekken barrières en onbewuste aannames
Overweging	“Wat houdt u tegen om met fietsen te beginnen?” “Welke informatie heeft u nodig om te beslissen?”	Inzicht in beslissingsproces en twijfels
Vorbereiding	“Welke stappen heeft u al gezet?” “Wat heeft u nog nodig voordat u gaat fietsen?”	Begrijpen voorbereiding en laatste drempels
Actie	“Hoe ervaart u het fietsen tot nu toe?” “Wat helpt u om vol te houden?”	Evalueren ervaringen en succesfactoren
Onderhoud	“Wat heeft u geholpen om blijvend te fietsen?” “Zijn er momenten geweest dat u wilde stoppen?”	Identificeren volhoudingsfactoren en terugvalmomenten

**Aantal interviews:** 15-20 voor verzadiging van thema's die naar voren komen in de interviews.

**Analysemethode:** zie [hoofdstuk 8](#).



## Focusgroepen

Je kunt focusgroepen inzetten voor diepgaander inzicht in bepaalde onderwerpen. Ze kunnen soms een meerwaarde leveren omdat deelnemers op elkaar reageren. Hierdoor zie je nieuwe inzichten, groepsnormen en meningsvorming.

### Opzet:

- Groepsgrootte: 6-10 deelnemers
- Duur: 90-120 minuten
- Aantal groepen: 2-4 voor diverse perspectieven
- Moderator: Ervaren gespreksleider met topiclijst

### Voorbeeldonderwerpen:

- Wat zijn gezamenlijke barrières om te gaan fietsen?
- Hoe kunnen werkgevers/scholen fietsen beter ondersteunen?
- Wat zijn succesvolle ervaringen met fietsen in de groep?

**Analysemethode:** transcriptie en codering van thema's, of op hoofdlijnen bepalen van belangrijke thema's en terugkerende onderwerpen en meningen.

**Observatie met kwalitatieve notities** helpen bij gedragsinterventies om beter te begrijpen in welke context de interventie plaatsvindt.

### Voorbeelden:

- Gedragsobservatie: hoe reageren kinderen op beloning bij High Five?
- Procesevaluatie: hoe verloopt uitvoering e-bike probeeractie?
- Omgevingsanalyse: is de fietsinfrastructuur geschikt voor doelgroep?

**Documentatie:** gestructureerde observatieformulieren, velddagboek, foto's.





## 8. Analyse en synthese

We beschreven in de inleiding dat er drie doelen van effectmetingen zijn:

- Monitoring tijdens de interventie, met het doel de uitvoering te optimaliseren;
- Evaluatie achteraf, met het doel de uitvoering van de interventie in een volgend project te verbeteren;
- Evaluatie met het doel de inzet van financiële middelen en menskracht te verantwoorden die zijn ingezet voor de interventie (bijvoorbeeld kosten-batenanalyse).

In de analysefase brengen we alle lijnen van monitoring bij elkaar om iets te kunnen zeggen over bovenstaande doelen. Het is vaak goed om de opbouw van de rapportage op te hangen aan de verschillende doelen die je vooraf hebt opgesteld. Ook kun je de verschillende meettechnieken gescheiden houden. Hieronder zijn ook de analysemethoden van de verschillende meettechnieken uitgewerkt.

# Voorbeeld opbouw rapportage

## Inleiding

- Kort beschrijven van de aanpak van de interventie
- Doelen van de interventie

## Onderzoeksverantwoording (kan ook achteraan)

- Korte beschrijving van de aanpak van de monitoring

## Output

- Beschrijving van de directe uitkomst van de interventie, bijvoorbeeld 'we hebben de schoolstraat gerealiseerd met afsluiting op...'. Dit onderdeel kan ook verwerkt worden in de inleiding als het te kort is.

## Outcome

- Beschrijving van de gedraguitskomst van de interventie gekoppeld aan het doel. Dus: 'ons doel was dat ouders en kinderen zich veiliger zouden voelen na de invoering van de schoolstraat':
  - 'Uit de uitkomsten van de vragenlijst blijkt dat zowel ouders als kinderen zich veiliger voelen op de fiets'.
  - 'Dit komt ook terug in de interviews, daar benoemen ouders dat...'
- Stukje procesbeschrijving, gekoppeld aan het doel. Dus als het doel was om van de pilot te leren, zodat de schoolstraat ook op andere plekken kan worden uitgerold, kan de uitkomst zijn:
  - 'Uit de interviews met de ouders blijkt dat de tijden waarop de schoolstraat is ingevoerd, niet voldoende zijn. Veel ouders brengen hun kinderen eerder, waardoor de tijden moeten worden bijgesteld. We hebben de uitvoering aangepast en dit is een leerpunt voor de volgende keer.
  - 'Uit interviews met de vrijwilligers van de schoolstraat bleek...'

## Conclusies en aanbevelingen

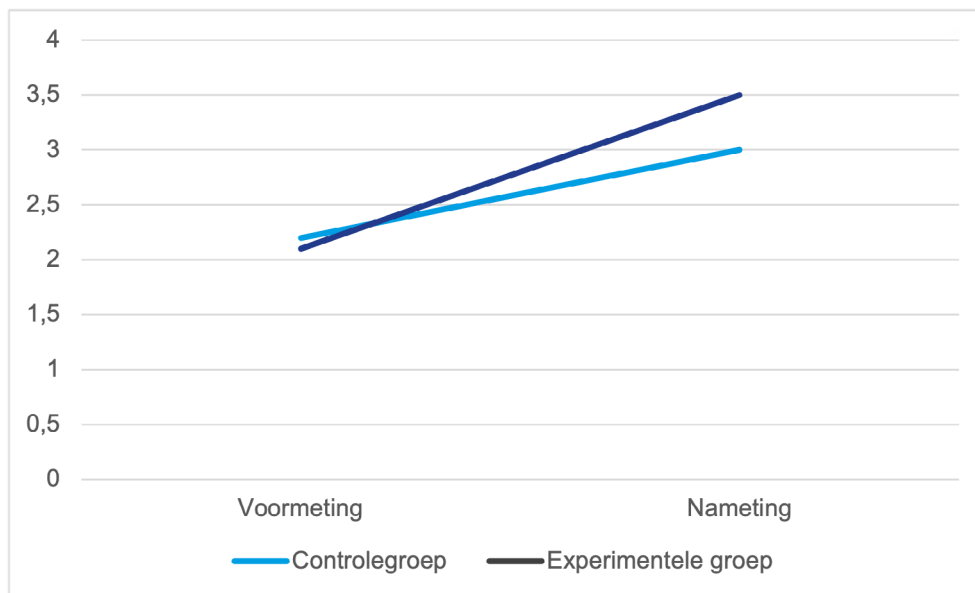
- Hier herhaal je de belangrijkste bevindingen uit de vorige onderdelen en voeg je heldere aanbevelingen voor een andere locatie of ander project toe.



## Analyse van vragenlijsten

Het analyseren van vragenlijsten kan vaak prima met Excel. Daarmee kun je makkelijk gemiddelden bepalen en frequentietabellen uitdraaien door bijvoorbeeld draaitabellen te gebruiken. Mocht je niet weten hoe dit werkt, is dat makkelijk op YouTube te vinden. Ook kun je Excel gebruiken om mooie grafieken te maken. De meeste vragen passen het beste in een staafdiagram, maar probeer ook eens te variëren met andere grafiekvormen.

Als je een voormeting hebt gedaan, kun je de uitkomsten van de voormeting vergelijken met de uitkomsten van de nameting. Heb je ook een controlegroep? Dan kun je ook die uitkomsten in dezelfde grafiek zetten. Zie het (gefingeerde) voorbeeld hieronder.



Figuur 3. Aantal fietsritten naar school per week (n=79).

Als je verdere statistische analyses wilt doen, kun je dat bijvoorbeeld doen met het programma SPSS (Statistical Package for Social Science). Hiermee kun je bijvoorbeeld zien of het verschil tussen de voor- en nameting ook statistisch significant is. Dit vraagt wel wat meer oefening en kennis van statistiek. Binnen grotere organisaties is er vaak een data-afdeling die hierbij kan ondersteunen.

## Analyse van interviews

Bij de analyse van interviews zijn er een aantal verschillende methodes. Bij de meest wetenschappelijke benadering worden de interviews volledig uitgeschreven (getranscribeerd) en kun je met een codeboom of codetabel tellen hoe vaak dezelfde concepten worden genoemd.

In de niet-wetenschappelijke praktijk wordt dit veel minder gedaan. Bij deze aanpak kun je tijdens de interviews korte aantekeningen maken. Het is ook slim om een aantal belangrijke quotes woord voor woord mee te schrijven, zodat je die in de rapportage kunt gebruiken. Je kunt het interview hiervoor opnemen of (met hulp van AI) laten notuleren. Na de interviews lees je de notulen terug en bepaal je de belangrijkste onderwerpen. Dit zijn de antwoorden die het vaakst terugkomen. Deze belangrijkste onderwerpen beschrijf je in je rapportage. Je kunt hierbij quotes gebruiken om de samenvatting te ondersteunen.

## Voorbeeld van een deel van de verwerking van interviews:

### *Barrières om vaker naar het werk te fietsen*

Veel van de geïnterviewde werknemers geven aan dat de afstand een barrière voor hen is om naar het werk te fietsen. Ze zeggen dat ze wel graag zouden willen fietsen, maar dat een afstand boven de 10 kilometer te ver is om dagelijks op de gewone fiets af te leggen. Na doorvragen geeft ongeveer de helft van deze groep aan dat ze er wel voor open staan om deze afstand op een e-bike of speedpedelec af te leggen. Daarnaast halen een aantal werknemers de sociale veiligheid aan. Zij werken soms avond- of nachtdiensten en benoemen dat ze zich dan niet veilig voelen op de fiets.

## Analyse van focusgroepen

Bij focusgroepen kun je grotendeels dezelfde analysemethode aanhouden als voor de interviews.

## Analyse van observatiemetingen en tellingen

De analyse van metingen en tellingen begint met controle van de data: zijn er vreemde uitschieters naar boven, bijvoorbeeld extreem hoge aantallen fietsers die niet logisch zijn, of zijn er periodes waarin geen fietsers zijn geteld waar je die wel had verwacht? Is het verloop van de telling over de dag zoals je verwacht: (vrijwel) geen fietsers in de nacht, veel in de spitsperiodes en overdag ook een gestage stroom? Klopt het patroon ook van de weekenddagen? Dit doe je uiteraard zowel voor de voormeting (zonder interventie) als nameting (met interventie).

Inventariseer ook of de metingen verstoord kunnen zijn door situaties met slecht weer zoals sneeuw of langdurige regenval, door ingestelde omleidingen vanwege ongevallen of wegwerkzaamheden aan het fietspad.

Vergelijk nu de nameting met de voormeting. Zie je verschil? Dat is mooi, maar probeer altijd te achterhalen of de verschillen inderdaad door de interventie zijn veroorzaakt. Als je een controlelocatie hebt ingericht waar je geen effect van de interventie verwacht, kun je daarvoor corrigeren.

## Synthese

In het ideale geval combineer je de resultaten van de tellingen met informatie uit de analyse van de vragenlijsten, interviews of focusgroepen. Hebben de respondenten gebruik gemaakt van de interventie? Pasten ze hun gedrag aan? En als je ervan uit mag gaan dat de respondenten representatief zijn voor een grote groep gebruikers, is het beeld dat uit de tellingen naar voren komt dan logisch?

De hoofdvraag voor de monitoring gedurende de uitvoering is of het effect van de interventie vergroot kan worden door bij te sturen in de uitvoering. Bijvoorbeeld door de bekendheid van de interventie te vergroten door intensievere communicatie of door extra e-bikes in te zetten als blijkt dat de feitelijke doelgroep groter is dan vooraf is ingeschat.

De hoofdvraag voor de evaluatie na afloop van de interventie is hoe je een volgende keer de interventie zo kunt inrichten dat op voorhand het effect zo groot mogelijk is. De effectmeting levert dan leerpunten op die je bij een volgende uitvoering al direct bij de start van de interventie kunt meenemen. De hoofdvraag voor de evaluatie voor de verantwoording is of het beoogde effect is gerealiseerd en of daarvoor de beoogde middelen en menskracht zijn ingezet. Voor de verantwoording draait het om de vraag of het beoogde effect is bereikt en of de juiste middelen en menskracht zijn ingezet. Zo zie je of de kosten en baten in een redelijke verhouding staan. Afhankelijk van de doelen van de interventie kan een hogere of lagere verhouding acceptabel zijn.

# 9. Voorbeelduitwerkingen

We hebben een aantal voorbeelden van effectmetingen uitgewerkt. Deze voorbeelden zijn indicatief voor veel fietsstimuleringsprojecten. Zit jouw type project hier niet bij? Dan kun je alsnog onderdelen uit deze voorbeelden halen. Alle onderdelen hebben drie niveaus van evaluatie:

- **Basis:** voor als er weinig tijd en budget is. Hiermee kun je al uitspraken doen over effecten.
- **Aanvullend:** extra onderdelen die de effectmeting sterker maken en aanvullen.
- **Tips:** praktische adviezen voor een goede uitvoering.

De uitgewerkte projecten zijn:

- E-bike probeeractie
- Beloningsprojecten
- Schoolstraat

## E-bike probeeractie

Bij de meest voorkomende versie van een e-bikeprobeeractie kunnen werknemers via hun werkgever voor één of twee weken een e-bike lenen. Het doel van deze actie is dat mensen kunnen ervaren of de e-bike voor hen een geschikt woon-werk vervoermiddel is.

**Interventietechniek:** Facilitering

**Doelgroep:** Forensen

**COM-B focus:** Capaciteit, Motivatie, Gelegenheid

- **Doel:** forensen stimuleren hun woon-werkreis vaker met de (e)-bike te maken
- **Input:** fte, budget
- **Output:** aantal beschikbare e-bikes, aantal deelnemers, aantal probeerweken
- **Outcome:** gemeten gedragsverandering; meer woon-werk fietskilometers, meer gebruik van aanschafregeling fiets, meer intentie om met de fiets te gaan
- **Impact:** minder CO<sub>2</sub>-uitstoot door minder autokilometers, betere vitaliteit door meer fietsen etc.

## Voor/tijdens de interventie

**Basis:** In de basis is het bij een e-bikeprobeeractie goed om de output bij te houden. Dus: hoeveel e-bikes waren er beschikbaar en hoeveel daarvan zijn er gebruikt? Dit geeft een beeld van de organisatie van de actie en of je de volgende actie meer of juist minder e-bikes hoeft af te nemen. Daarnaast is het goed om bij te houden hoeveel deelnemers meededen. Dit kan achteraf helpen met een inschatting van de effecten.

**Aanvullend:** Voor een extra sterke effectmeting kun je een voormeting uitvoeren voor de aanvang van de e-bikeprobeeractie. Laat deelnemers bijvoorbeeld een korte vragenlijst invullen bij het aanmelden of afhalen van de e-bike. Vraag in de voormeting naar huidig woon-werk reisgedrag.

## Na de interventie

**Basis:** Zet een aantal weken na de interventie een nameting uit. Als je een voormeting hebt en daarin het woon-werk reisgedrag hebt uitgevraagd, kun je die vraag hier herhalen om een effect te bepalen. Heb je geen voormeting? Vraag dan naar gedragsverandering: fietsen mensen bijvoorbeeld vaker naar het werk? Of hebben ze misschien zelfs een e-bike gekocht? Ook is het goed om te vragen naar intentie; zijn deelnemers van plan om binnenkort meer te gaan fietsen en welke barrières zien ze?

**Aanvullend:** neem als deelnemers de e-bike komen inleveren na de probeerweek een kort interview af. Hierin kun je vragen naar de ervaring van de probeerweek, hoe de woon-werkreis op de fiets is ervaren en of er barrières zijn voor meer fietsen.

**Aanvullend:** Voer eventueel na een half jaar een 2-meting uit. Dit geeft een goed beeld van de effecten op de lange termijn. Fietsen deelnemers bijvoorbeeld nog steeds vaker naar hun werk? Hebben ze een e-bike aangeschaft? Houd hierbij wel rekening met seizoenseffecten.

**Tip** Voer de voor- en nameting ook uit bij een controlegroep. Hierdoor kun je met zekerheid zeggen dat de effecten door de probeeractie komen. Dit is vooral belangrijk als er tegelijk met de probeeractie andere activiteiten worden ingezet.

**Tip** Koppel de e-bikeprobeeractie aan een fietsapp. Dan kun je ook nog fietsdata uit de app meenemen in de effectmeting.

**Tip** Overweeg om mogelijk verdere objectieve metingen uit te voeren. Dit kan door met tags te werken, tellussen of misschien wordt er al data verzameld over woon-werkritten bij HR.

Tabel 6: aanbevolen meettechnieken e-bike probeeractie op chronologische volgorde

Level	Timing	Meettechniek	Indicatoren	ToC-fase
Aanvullend	Voor aanvang probeeractie	Voormeting	Huidig woon-werk reisgedrag	Outcome
Basis	Tijdens de probeeractie	Aantallen bijhouden	Aantal deelnemers, aantal gebruikte e-bikes	Output
Aanvullend	Aan het eind van de probeeractie	Kort interview	Ervaring, barrières, intentie tot gedragsverandering	Outcome
Basis	4-6 weken na de probeeractie	Nameting	Verandering in woon-werk reisgedrag, ervaring, intentie	Outcome
Aanvullend	6 maanden na de probeeractie	2-meting	Behoud van gedragsverandering	Outcome/ impact
<b>Tip</b>		Tellingen	Werkelijke gedragsverandering	Outcome
<b>Tip</b>		Controlegroep	Werkelijk effect	Outcome

**Analyse:** verschil in fietsdagen/kilometers tussen voor/na, en tussen deelnemers en niet-deelnemers (controle).

**Verwacht effect:** tussen de 0,3 en 0,8 automijdingen per deelnemer per dag en gemiddeld rond de 2 automijdingen per deelnemer per week.

**Factsheet: E-bike probeeraanbod**

## Beloningsprogramma voor fietsen bij bewoners

Er zijn veel denkbare beloningsprogramma's voor bewoners om fietsen te stimuleren. In tabel 3 staan een aantal voorbeelden, bijvoorbeeld via tags of een fietsapp. Bij deze beloningsprogramma's sparen deelnemers vaak punten die ze later voor een prijs of korting kunnen inruilen. Beloningsacties worden geregeld ingezet bij perioden van verkeershinder.

**Interventietechniek:** Beloning

**Doelgroep:** Bewoners

**COM-B focus:** Motivatie

- **Doel:** bewoners stimuleren om vaker te fietsen
- **Input:** fte, budget
- **Output:** aantallen deelnemers
- **Outcome:** verzamelde punten, gemeten gedragsverandering; meer fietskilometers, minder hinder.
- **Impact:** minder CO<sub>2</sub>-uitstoot door minder autokilometers, betere vitaliteit door meer fietsen etc.

### Voor/tijdens de interventie

**Basis:** In de basis is het bij een beloningsprogramma voor bewoners belangrijk om de output bij te houden. Dus bijvoorbeeld hoe veel deelnemers doen mee en welke activiteiten zijn er ondernomen bij de activiteit?

**Aanvullend:** Voor een extra sterke effectmeting is kun je een voormeting uitvoeren voordat het beloningsprogramma start. Laatdeelnemers bijvoorbeeld een korte vragenlijst invullen bij het aanmelden voor het beloningsprogramma. In de voormeting kun je vragen naar huidig reisgedrag.

### Na de interventie

**Basis:** Zet een aantal weken na de interventie een nameting uit. Heb je een voormeting en heb je daarin het reisgedrag uitgevraagd, dan kun je die vraag hier herhalen om een effect te bepalen. Heb je geen voormeting? Vraag dan naar

gedragsverandering. Zijn mensen bijvoorbeeld tijdens de interventie vaker naar het werk gaan fietsen? Houden ze dit na de actie vol? Ook is het goed om te vragen naar intentie en de mogelijke barrières.

**Aanvullend:** als er bijvoorbeeld tags zijn gebruikt dan kun je bij het inleveren ervan een kort interview afnemen. Vraag naar de ervaring van de interventie, hoe het (vaker) fietsen werd ervaren en welke barrières er nog zijn.

**Aanvullend:** Voer na een half jaar een 2-meting uit. Deze meting geeft een goed beeld van de effecten op de lange termijn. Fietsen deelnemers bijvoorbeeld nog steeds vaker naar hun werk? Houd hierbij wel rekening met seizoenseffecten.

**Aanvullend:** Voer de voor- en nameting eventueel uit bij een controlegroep, zodat je zeker weet dat de effecten door de beloningsactie komen. Dit is belangrijk als er tegelijkertijd andere activiteiten plaatsvinden.

**Tip** Koppel de beloningsactie te koppelen aan een fietsapp. In dat geval houdt de fietsapp bij hoe veel de deelnemers (meer zijn gaan) fietsen. Zo kun je ook nog fietsdata uit de app meenemen in de effectmeting.

**Tip** Overweeg ook hier om verdere objectieve metingen uit te voeren. Dit kan bijvoorbeeld door met tags te werken of tellussen.



Tabel 7: aanbevolen meettechnieken beloningsactie op chronologische volgorde

Level	Timing	Meettechniek	Indicatoren	ToC-fase
Aanvullend	Voor aanvang beloningsactie	Voormeting	Huidig reisgedrag	Outcome
Basis	Tijdens de beloningsactie	Aantallen bijhouden	Aantal deelnemers	Output
Aanvullend	Aan het eind van de beloningsactie	Kort interview	Ervaring, barrières, intentie tot gedragsverandering	Outcome
Basis	4-6 weken na de beloningsactie	Nameting	Verandering in reisgedrag, ervaring, intentie	Outcome
Aanvullend	6 maanden na de beloningsactie	2-meting	Behoud van gedragsverandering	Outcome/ impact
<b>Tip</b>		Tellingen	Werkelijke gedragsverandering	Outcome
<b>Tip</b>		Controlegroep	Werkelijk effect	Outcome

**Analyse:** verschil in fietsdagen/-kilometers tussen voor/na, en tussen deelnemers en niet-deelnemers (controle).

**Verwacht effect:** 0,45-0,65 automijdingen per deelnemer per dag. Kijk voor voorbeelden, effecten en organisatorische leerpunten bij de [toolbox van Rijkswaterstaat](#).

## Schoolstraat

Een schoolstraat is een straat bij een school die tijdens haal- en brengtijden tijdelijk wordt afgesloten voor auto's. Dit gebeurt meestal aan het begin en einde van de schooldag.

**Interventietechniek:** aanpassen fysieke omgeving

**Doelgroep:** Basisscholieren + ouders

**COM-B focus:** Gelegenheid, Motivatie

- **Doel:** fietsen veiliger maken voor scholieren en ouders
- **Input:** fte, budget
- **Output:** aantal gerealiseerde fietsstraten
- **Outcome:** veiliger gevoel bij het fietsen, meer fietsritten naar school.
- **Impact:** minder CO<sub>2</sub>-uitstoot door minder autokilometers, betere vitaliteit door meer fietsen, minder ongelukken etc.

### Voor/tijdens de interventie

**Basis:** Voor een sterke effectmeting is het belangrijk om een voormeting vragenlijst uit te voeren voor de realisatie van een schoolstraat. Deze vragenlijst toetst hoe ouders met kinderen nu naar school reizen en hoe veilig ze zich daarbij voelen. Bij omwonenden kan met deze lijst gepeild worden in hoeverre ze overlast ervaren van de verkeersdrukke tijdens breng- en haalmomenten. Je kunt de vragenlijst verspreiden via de school/scholen en brieven naar omwonenden, of aanvullend via geotargeting met sociale media of fietsapps.

**Aanvullend:** Het is ook goed om de ervaring van kinderen mee te nemen. Zet hiervoor bijvoorbeeld vragenlijsten uit in de klas. Let er wel op dat de vragenlijsten goed begrijpelijk zijn voor kinderen en dat voor kinderen andere AVG-regels gelden.

**Aanvullend:** Voer objectieve metingen uit. Dit kan door middel van camera's of observaties om de situatie van voor of na de fietsstraat te observeren. Tellussen kunnen helpen om de aantallen fietsers in de situatie voor de schoolstraat te registreren.

### Na de interventie

**Basis:** Zet een aantal weken na de interventie een nameting uit. Herhaal dezelfde onderdelen als in de voormeting om het effect te bepalen. Heb je geen voormeting? Vraag dan naar: gedragsverandering. Voelen mensen zich veiliger na het invoeren van de schoolstraat? En fietsen ze daardoor ook vaker? Hebben ze dat ook na de interventie vast kunnen houden? Ook is het goed om te vragen naar intenties. Zijn mensen van plan om in de toekomst vaker te fietsen en wat kan dit belemmeren?

**Aanvullend:** neem korte straatinterviews af met ouders en kinderen die naar school komen. Hierbij is het goed om te noteren hoe de respondenten naar school kwamen (met de fiets, lopend en de auto) en de resultaten met elkaar te vergelijken. Vraag tijdens de interviews naar de ervaring met de nieuwe situatie, veranderingen in reisgedrag en gevoel van veiligheid.

**Aanvullend:** voer na een half jaar een 2-meting uit. Deze meting geeft een goed beeld van de uitvoering van de schoolstraat en de effecten daarvan op de lange termijn. Wordt de schoolstraat nog steeds goed en veilig uitgevoerd? Voelen ouders en kinderen zich op de lange termijn nog steeds veiliger? Houd hierbij wel rekening met seizoenseffecten.

**Tip** Het effect van de schoolstraat hangt af van de uitvoering. Het is daarom belangrijk om de uitvoering en de kwaliteit van de schoolstraat te monitoren. Staan de afsluitingen op de juiste plekken? En wordt de schoolstraat betrouwbaar en dus elke dag en op dezelfde tijdstippen uitgevoerd?

**Tip** Voer de voor- en nameting eventueel uit bij een controleschool, zodat je zeker weet dat de effecten door de schoolstraat komen. Dit is vooral belangrijk als er tegelijkertijd andere interventies plaatsvinden.

Tabel 8: aanbevolen meettechnieken schoolstraat op chronologische volgorde

Level	Timing	Meettechniek	Indicatoren	ToC-fase
Basis	Voor de realisatie van de schoolstraat	Voormeting onder ouders	Gevoel van veiligheid en huidig reisgedrag	Outcome
Aanvullend	Voor de realisatie van de schoolstraat	Voormeting bij kinderen	Gevoel van veiligheid en huidig reisgedrag	Outcome
Aanvullend	Voor de realisatie van de schoolstraat	Aantallen bijhouden/ situatie observeren	Aantal fietsers/ aantallen onveilige situaties/ aantal foutgeparkeerde auto's	Outcome
Basis	4-6 weken na invoering van de schoolstraat	Nameting	Verandering in reisgedrag, gevoel van veiligheid	Outcome
Aanvullend	Kort na invoering van schoolstraat	Kort interview	Tevredenheid met aanpassing, gevoel van veiligheid	Outcome
Aanvullend	6 maanden na de beloningsactie	2-meting	Behoud van gedragsverandering	Outcome/ impact
<b>Tip</b>	Gedurende het hele proces + na de realisatie	Procesevaluatie	Uitrol en behoud van schoolstraat	Outcome
<b>Tip</b>		Controlegroep	Werkelijk effect	Outcome

**Analyse:** vergelijk reisgedrag en veiligheidsgevoel voor, tijdens en na op de experimentele school en tussen experimentele en controleschool.

**Verwacht effect:** ongeveer drie kwart van de kinderen voelt zich (een beetje) veiliger sinds de schoolstraat is ingevoerd. Drie kwart van de ouders wil graag dat de schoolstraat wordt behouden na de pilot

([bron: pilot schoolstraten, tour de force](#))



# 10. Uitwerking relevante concepten/termen

## Behaviour Change wheel en COM-B:

Het behaviour change wheel (BCW) wordt vaak gebruikt om effectieve gedragsinterventies te ontwikkelen. De aanpak is beschreven in het boek 'The Behaviour Change Wheel, a guide tot designing interventions' (Michie, Atkins & West). Het BCW hanteert als gedragsmodel: COM-B (groene cirkel). De B staat voor Behaviour en COM voor de gedragsbepalende factoren:

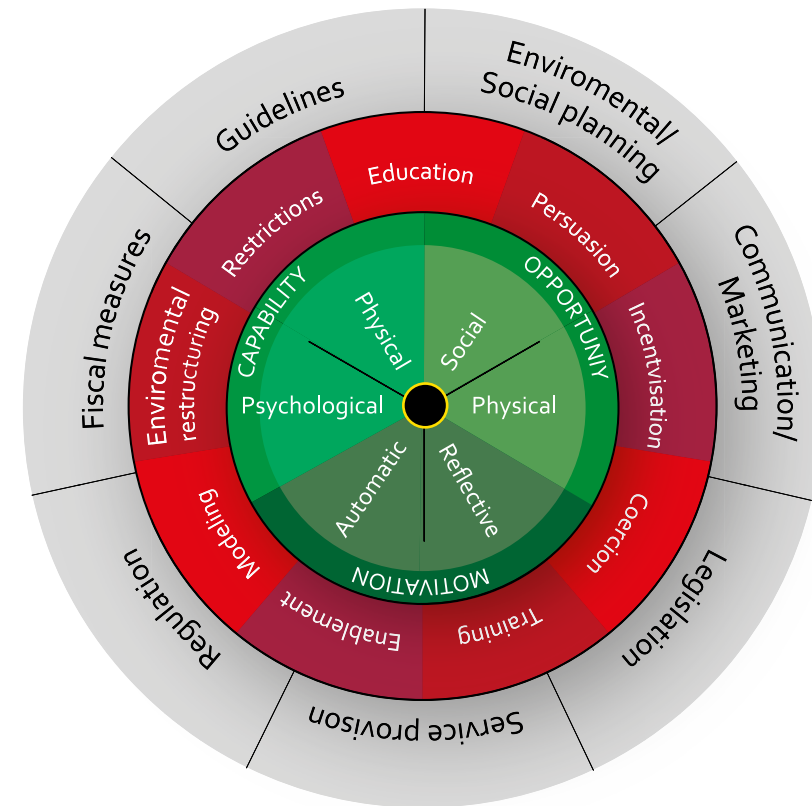
- Capability, bekwaamheid, sociaal en/of fysiek.
- Opportunity, gelegenheid, fysiek en/of psychologisch
- Motivation, motivatie, onbewust of bewust

Als je het gedrag in kaart hebt gebracht en weet waar de meeste potentie tot gedragsverandering zit, kun je door naar de interventiefuncties (rode cirkel).

1. Voorlichting (Education): het geven van informatie om kennis te vergroten;
2. Training: het aanleren van vaardigheden;
3. Modeling: het tonen van gewenst gedrag door voorbeelden;
4. Overtuiging (Persuasion): het beïnvloeden van attitudes en overtuigingen;
5. Beloning (Incentivisation): het geven van positieve prikkels voor gewenst gedrag;
6. Dwang (Coercion): het opleggen van regels of straffen. Dit wordt maar weinig toegepast bij fietsstimulering;
7. Facilitering (Enablement): het makkelijker maken van gewenst gedrag;
8. Aanpassen omgeving (Environmental restructuring): het fysiek aanpassen van de omgeving;
9. Beperking (Restriction): het moeilijker maken van ongewenst gedrag, bijvoorbeeld strenger parkeerbeleid.

Als je een of meerdere interventiefuncties hebt gekozen, kun je door naar de beleidsfuncties die daarbij horen (grijze cirkel).

Voor een korte introductie, [zie dit filmpje](#)



■ Sources of behaviour ■ Intervention functions ■ Policy categories

Figuur 4. Behaviour change wheel

## Statistisch betrouwbare uitspraken

Bij kwantitatieve evaluaties is het essentieel dat je uitspraken statistisch betrouwbaar zijn.

### *Steekproef en representativiteit*

Let er bij vragenlijstonderzoek allereerst op de representativiteit van je steekproef. Zorg ervoor dat de deelnemers een goede afspiegeling vormen van de doelgroep die je wilt onderzoeken, zodat de resultaten generaliseerbaar zijn. Bepaal vooraf hoeveel respondenten je minimaal nodig hebt om statistische power te waarborgen. Te weinig deelnemers kan leiden tot toevallige uitkomsten en onvoldoende betrouwbaarheid.

### *Kwaliteit van de vragenlijst*

Verder is het belangrijk om aandacht te besteden aan de kwaliteit van de vragenlijst. Stel heldere, niet-sturende vragen op en gebruik waar mogelijk gevalideerde schalen zodat de metingen betrouwbaar en vergelijkbaar zijn. Houd ook rekening met mogelijke bias, bijvoorbeeld door sociaal wenselijke antwoorden of non-respons. Door anoniem afnemen en duidelijke instructies kun je dit deels voorkomen. Tot slot is het van belang om vooraf na te denken over de analysemethode en de statistische toetsen die je wilt gebruiken, zodat je achteraf geen concessies hoeft te doen aan de interpretatie van je resultaten.

### *Pilotstudie*

Controleer altijd of je meetinstrumenten consistent zijn over verschillende metingen en groepen. Voer bijvoorbeeld een pilotstudie uit om eventuele onduidelijkheden in de vragenlijst op te sporen. Door deze stappen te volgen, vergroot je de kans dat je uitspraken niet alleen betrouwbaar, maar ook bruikbaar zijn voor vervolgonderzoek of beleidsadvies.

### *Steekproefgrootte en poweranalyse*

Het bepalen van de juiste steekproefgrootte is een cruciale stap om statistisch betrouwbare uitspraken te kunnen doen. Maak hierom vooraf een poweranalyse. Met een poweranalyse kun je kijken hoe groot je steekproef minimaal moet zijn om een significant effect te kunnen bepalen. Er zijn genoeg online tools om dit zelf te doen, bijvoorbeeld via [deze tool](#). Bij deze analyse houd je rekening met het verwachte effect, de gewenste betrouwbaarheid (bijvoorbeeld 95% betrouwbaarheidsinterval) en de kans op een type I- en type II-fout. Een type I-fout betekent dat je ten onrechte denkt dat er een effect is. Je vindt een verschil terwijl dat er in werkelijkheid niet is.; dit wordt ook wel een 'vals-positief' genoemd. Een type II-fout houdt in dat je juist een echt effect over het hoofd ziet. Je concludeert dat er geen verschil is, terwijl dat er eigenlijk wél is. Dit noemen we een 'vals-negatief'. Door hiermee rekening te houden bij het opzetten van je onderzoek, voorkom je dat je verkeerde conclusies trekt uit je resultaten.

Hoe groter de steekproef, hoe kleiner de kans dat toeval een rol speelt in de uitkomsten. Houd ook rekening met mogelijke uitval, zodat je uiteindelijk voldoende respondenten overhoudt om de analyse uit te voeren. Door zorgvuldig de steekproefgrootte te bepalen, voorkom je dat je resultaten te zwak zijn om conclusies aan te verbinden en vergroot je de waarde van je onderzoek voor beleid en praktijk.

## Trendmonitoring

Trendmonitoring geeft zicht op langjarige trends in verplaatsingsgedrag, bijvoorbeeld hoeveel er gemiddeld gefietst wordt door bewoners van een bepaalde stad. Dit soort informatie is belangrijk voor beleidsvorming en context. Je kunt de effecten van maatregelen afzetten tegen de trends om inzicht te krijgen in de impact die je maakt met de fietsmaatregelen. Daarnaast kunnen de inzichten in trends aanleiding geven om meer of juist minder in te zetten op de inspanningen voor fietsstimulering.

## Seizoenseffecten

Fietsgedrag is erg gevoelig voor invloeden van het weer en het seizoen. In de regen en in de herfst en winter fietsen mensen minder dan in de zon en de lente. Deze seizoenseffecten hebben ook invloed op je effectmeting. Als je bijvoorbeeld je voormeting uitvoert in de winter met slecht weer en de nameting in de lente met lekker weer, kun je al een effect zien zonder dat door de interventie komt.

Houd hier dus rekening mee bij het interpreteren van de uitkomsten. Een manier om hiervoor te controleren is het inzetten van een controlegroep. Door de resultaten van de controlegroep te vergelijken met de interventiegroep, kun je vaststellen wat het daadwerkelijke resultaat is van de interventie.

## Geotargeting

Geotargeting houdt in dat je mensen op basis van hun locatie benadert. Dit kan bijvoorbeeld door mensen in de Da's zo gefietst app of via Instagram een pushmelding te sturen als ze langs een bepaalde Doorfietsroute fietsen.

## AVG-regels

Persoonsgegevens zijn gegevens die herleidbaar zijn tot een individueel persoon. Bij sommige metingen, zoals enquêtes of tracking, zul je zulke gegevens verzamelen. Dat mag alleen met een rechtmatige grondslag, zoals toestemming. Het is belangrijk om de doelstellingen voor de gegevensverzameling goed kenbaar te maken aan de deelnemers, op basis waarvan de deelnemers hun toestemming kunnen geven. Je kunt expliciet toestemming verwerven door bijvoorbeeld een tickbox in de vragenlijst in te bouwen of door duidelijk aan te geven dat deelnemers door het starten van de vragenlijst akkoord gaan dat hun persoonsgegevens verwerkt worden. Bij elke meting moet het uitgangspunt zijn om zo min mogelijk persoonsgegevens te verzamelen en de gegevens te beperken die meerwaarde bieden voor de meting.

## RFID-tags

RFID staat voor Radio Frequency Identification; RFID-tags zijn kleine cilindertjes die om de spaken van de fiets kunnen worden bevestigd. Met de tags kun je de route van de fiets volgen. Dit levert informatie op over het aantal afgelegde kilometers en over de herkomst en bestemming van elke rit. Er zijn bedrijven die dit aanbieden in combinatie met een persoonlijk dashboard waarin deelnemers hun voortgang kunnen zien.

## Fietsapps met GPS

In Nederland is sinds juni 2025 de landelijke Da's zo gefietst-app live. Deelnemers kunnen deze app downloaden om hun fietsritten (handmatig of automatisch) bij te houden en zo punten te sparen. In de app kunnen deelnemers ook meedoen aan challenges, uitdagingen voor bijvoorbeeld een bepaalde tijd of route. Je kunt deze challenges ook koppelen aan bepaalde doelgroepen.

Via de app worden standaard een 0-, 1- en 2-meting uitgevoerd na respectievelijk 0, 2 en 6 maanden. Afhankelijk van de instellingen verzamelt de app trackings-data, waarmee naar reisgedrag gekeken kan worden. Er zijn ook andere fietsapps.

## Fietsenstalling-telling

Dit is een meting waarbij het aantal geparkeerde fietsen in een fietsenstalling of op fietsparkeerplaatsen op ieder moment wordt geteld. Deze telling geeft inzicht in het gebruik van de stalling, zoals het verloop van de bezettingsgraad over de dag, piekmomenten in de stalling, de parkeerduur van elke fiets afzonderlijk en gemiddeld over de dag en de 'turn over': het aantal verschillende fietsen dat gedurende de dag van één stallingsplek gebruik maakt. Deze data helpt bij het beoordelen of de beschikbare fietsparkeerplaatsen aansluiten bij de vraag. Ook geeft een voor- en nameting rondom een fietsstimuleringsinterventie inzicht in het effect van de interventie.

Een interventie kan er bijvoorbeeld gericht zijn op het verminderen van de gemiddelde parkeerduur, door langparkeren te ontmoedigen (bijvoorbeeld: "eerste 24 uur gratis"). Het doel is dan om de turnover te vergroten, zodat meer mensen van dezelfde stalling gebruik kunnen maken. Vaak is hierbij een controlegroep nodig om het echte effect los van weerseffecten te kunnen bepalen.

### Campagne 'Kort ritje da's zo gefietst'

Dit is een landelijke communicatiecampagne met gelijknamige landelijke fietsapp. Het doel van de campagne is meer mensen voor korte ritten vaker de fietst te laten gebruiken. Voor gemeenten is online een toolkit te vinden met beeldmateriaal.

### Fietsambassadeurs

Fietsambassadeurs zijn personen of organisaties die fietsen stimuleren. Vaak worden individuele fietsambassadeurs ingezet die 'het goede voorbeeld' geven aan mensen in hun eigen omgeving, bijvoorbeeld op de werkvloer. Ook organisaties kunnen fietsambassadeur zijn. Zij stimuleren actief het fietsen onder hun medewerkers en inspireren daarmee niet alleen hun medewerkers, maar ook hun sector, regio of klanten. Voorbeelden van gerichte maatregelen die de ambassadeurs nemen zijn kilometervergoedingen, het benutten van fiscale voordelen bij de aanschaf van een fiets, laadpalen voor e-bikes, leenfietsen, fietsenstallingen, douches en fietsenmakers op kantoor.

### Fietsrouteplanner

Een fietstrouteplanner is een (digitale) tool die fietsers helpt om de beste route te kiezen op basis van factoren zoals afstand, reistijd, veiligheid, comfort en type fietser. Een [fietsrouteplanner](#) kan bijdragen aan meer fietsgebruik door veilige en aantrekkelijke routes zichtbaar te maken.

### Fietsonderhoud op locatie

Dit is een fietsservice waarbij een fietsenmaker op een vaste of tijdelijke plek bijvoorbeeld bij een bedrijf, school of station, kleine reparaties uitvoert. Dit verlaagt drempels voor fietsen, zorgt ervoor dat fietsen snel weer bruikbaar zijn en stimuleert regelmatig gebruik.

### Verbeterde fietsinfrastructuur

Aanpassingen aan de fysieke omgeving om fietsen veiliger, comfortabeler en aantrekkelijker te maken. Voorbeelden zijn bredere fietspaden, stroeve en vlakke verharding (asfalt in plaats van klinkers of tegels), ruimere boogstralen (bochten) zodat die met een hogere snelheid (e-bike) gereden kunnen worden, betere verlichting, verkeersveilige kruispunten, minder (vracht)auto- en landbouwverkeer op regionale parallelwegen, een aantrekkelijker en sociaal veiliger fietsroute en duidelijke bewegwijzering.

### Parkeerbeleid auto's

Parkeerbeleid kan fietsstimulering ondersteunen. Door parkeren te reguleren, bijvoorbeeld via betaald parkeren of beperkte parkeerruimte, kun je autogebruik ontmoedigen en stappen mensen makkelijker over op de fiets. Interventies bestaan uit maatregelen die bepalen waar, hoe lang en onder welke voorwaarden auto's geparkeerd mogen worden.

### Fietschallenges

Acties of campagnes waarin deelnemers worden uitgedaagd om gedurende een bepaalde periode (vaker) te fietsen. Vaak met spelelementen, beloningen of teamcompetitie, bedoeld om fietsgebruik te stimuleren en bewustwording te vergroten. Bijvoorbeeld via apps zoals Strava.

## Handmatige tellingen

Het tellen van fietsers door observatoren op vaste momenten en locaties. Deze methode levert inzicht op in fietsgebruik, piekmomenten en trends, en is vooral geschikt voor kleinschalige of tijdelijke metingen.

## Camera observatie

Het inzetten van camera's om fietsverkeer automatisch te registreren en te analyseren. Deze methode levert continu data op over aantallen, bewegingen en soms gedrag van fietsers, met beperkte inzet van menskracht. Er bestaan ook infraroodcamera's die fietsers kunnen tellen. Daarnaast bieden AI-toepassingen nieuwe mogelijkheden met om camerabeelden te categoriseren en aflezen.

## Telslangen

Telslangen zijn rubberen slangen die op het wegdek worden gelegd en fietsbewegingen registreren wanneer mensen eroverheen fietsen. Het telapparaat registreert de verandering van de druk in de slang als een fietswiel op de slang drukt. Telslangen worden gebruikt om fietsverkeer te tellen en de uitkomsten geven inzicht in intensiteit en gebruikspatronen op specifieke locaties.

Een variant hierop is de tel-lus: een metalen draad die in het wegdek wordt ingefreesd, en wordt gebruikt voor permanente fietstellingen. Het stalen van een passerende fiets in de lus verandert het magnetisch veld en wekt daardoor een kleine elektrische stroom op.

Zowel de slangtellers als lustellers kunnen worden uitgerust met een gsm-verbinding en bijvoorbeeld als voeding een zonnepaneel, zodat de tellingen op afstand kunnen worden uitgelezen door in te bellen op het telapparaat.

## Lijst met bureaus die kunnen helpen bij effectmetingen

De navolgende lijst is

- **Uitvoeren van tellingen, metingen, veldwerk:**
  - Dufec: gespecialiseerd in verkeersonderzoek aan rijdende en geparkeerde fietsen, tellingen en metingen met waarnemers en met automatische systemen
  - Trajan: gespecialiseerd in fietstellingen en fietsparkeren
- **Advies en consultancy:**
  - Mobycon: onderzoek en advies op het gebied van mobiliteit, gespecialiseerd in duurzame mobiliteit (lopen, fiets, OV en deelmobiliteit).
  - XTNT: specialist in fietsstimulering met een breed scala aan interventies
  - Goudappel: all round adviesbureau op het gebied van verkeer en vervoer
  - MuConsult part of Sweco (wordt Sweco medio 2026). Gespecialiseerd in gedragsonderzoek: effectmetingen, monitoring en evaluatie fiets; enquêteonderzoek, groepsinterviews
- **Wetenschappelijk onderzoek:**
  - Mulier instituut: gespecialiseerd in wetenschappelijk onderzoek naar sport en bewegen



# Voorbeeld voor- en nameting

# Voorbeeld voormeting

## Intro tekst

We stellen je een paar korte vragen over fietsen en over een fietsstimulerings-activiteit waaraan je mee wilt gaan doen, namelijk

**[vul de naam van de interventie hier in]**

Als je de vragenlijst hebt ingevuld maakt je kans op leuke prijzen! Onder de deelnemers die de enquête hebben ingevuld, verloten we

**[mogelijkheid tot invullen prijzen]**

Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 5 minuten.

Alvast bedankt!

Het belangrijkste onderdeel van de voormeting is het uitvragen van huidig reisgedrag, dus nog voordat gestart wordt met de interventie. Hierbij is het belangrijk om te bedenken wat het doel is van de interventie. Wil je dat mensen meer gaan fietsen door de interventie? Vraag dan naar fietsgedrag. Wil je ook dat mensen minder vaak met de auto komen? Vraag dan naar reizen met de auto.

We geven twee opties voor vraag 1, daarbij kun je de vraag gebruiken die het best past bij jouw interventie.

## 1. Hoe vaak heb je in de afgelopen week gefietst (bijv. voor werk, boodschappen of recreatie)?

*Heen- en terug telt als één keer. Als afgelopen week anders was dan gebruikelijk vanwege bijv. een vakantie of heel slecht weer, ga dan uit van je reisgedrag in een gemiddelde week.*

- a. Ik heb in de afgelopen week niet gefietst
- b. 1 of 2 keer gefietst
- c. 3 tot 5 keer gefietst
- d. (Vrijwel) elke dag gefietst

## 1. Hoe vaak heb je in de afgelopen week gefietst naar de volgende bestemmingen?

*Heen- en terug telt als twee keer. Als afgelopen week anders was dan gebruikelijk vanwege bijv. een vakantie, ga dan uit van een gemiddelde week.*

- a. Ik gebruik zelden of nooit de fiets **[uitsluitend]**
- b. Werk/ zakelijke afspraken: **[aantal]** keer per week
- c. School/ opleiding: **[aantal]** keer per week
- d. Familie, vrienden of kennissen: **[aantal]** keer per week
- e. Winkelen, boodschappen: **[aantal]** keer per week
- f. Vrijtijdsbesteding (film, naar de sportschool, avondje uit): **[aantal]** keer per week
- g. Recreatief of sportief rondje fietsen: **[aantal]** keer per week
- h. Mijn kind(eren) naar school brengen: **[aantal]** keer per week

## 2. Hoeveel keer per week gebruik je gemiddeld de auto?

*Heen en terug tellen als één keer. Varieert je autogebruik sterk, ga dan uit van vorige week.*

- Ik heb geen auto/gebruik deze bijna nooit
- 1 of 2 keer gereden
- 3 tot 5 keer gereden
- (Vrijwel) elke dag de auto gebruikt

**Nadat je het reisgedrag hebt uitgevraagd, kunnen we ook een aantal vragen stellen over verwachtingen voor de interventie en hoe mensen ervan hebben gehoord.**

## 3. Wat zijn voor jou de belangrijkste redenen om mee te doen met de [de interventie]?

*Geef maximaal 3 antwoorden*

- Ik doe mee om beloningen te krijgen
- Ik wil vaker gaan fietsen
- Omdat fietsen goed is voor mijn gezondheid
- Ik was nieuwsgierig naar de interventie
- [vul aan met interventie-specifieke antwoordopties]**
- Anders, namelijk **[invullen]**

## 4. Hoe heb je van [de interventie] gehoord?

- Via berichten op social media
- Via posters of borden op straat
- Via televisie of radio
- Via iemand die ik ken
- Via mijn werk
- Anders, namelijk **[invullen]**

**Afsluitend kun je nog demografische vragen stellen om meer te weten te komen over je doelgroep. De vragen hebben tot doel om te kijken of specifieke groepen in de respons van de enquête zijn over- of ondervertegenwoordigd (bijv voornamelijk mannen in de leeftijd van 40 tot 49 jaar), dan kun je daar in de analyse rekening mee houden en evt zelfs voor corrigeren. Denk hierbij goed na over wat je echt wilt weten, zodat je geen onnodige (mogelijk) privacygevoelige informatie verzamelt.**

Ten slotte willen we je nog enkele vragen stellen over wie je bent.

## 5. Wat is je leeftijd?

- 17 of jonger
- 18-20
- 21-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60-67
- 68 of ouder
- Zeg ik liever niet

## 6. Wat is je geslacht?

- Man
- Vrouw
- Overig
- Dat zeg ik liever niet

Als je prijzen verloot onder invullers van de vragenlijst, vergeet dan niet naar het mailadres te vragen voor de prijsverloting. Dit is gevoelige informatie en hier moet je 1) van tevoren toestemming voor vragen 2) zo snel mogelijk uit de dataset loskoppelen/verwijderen, zodat de antwoorden anoniem zijn.

7. Wil je kans maken op één van de **[aantal]** waardebonnen van **[bedrag]** die we verloten onder de deelnemers aan dit onderzoek? Vul dan hieronder je e-mailadres in.

*Als je je mailadres invult, geef je hiermee toestemming aan **[organisatie]** om deze te gebruiken voor het toesturen van eventueel gewonnen waardebonnen.*

- a. Ik doe mee, mijn e-mailadres is: **[e-mailadres]**  
b. Ik wil niet meedoen aan deze verloting

8. Heb je nog overige vragen of opmerkingen over **[de interventie]**?  
**[open antwoord]**

## Outro tekst

Bedankt voor het invullen van deze vragenlijst!

Kijk voor meer informatie over deze interventie op **[input website/socials/etc.]**.



# Voorbeeld nameting

## Intro tekst

We stellen je een paar korte vragen over fietsen en over een fietsstimuleringsactiviteit waaraan je mee hebt gedaan, namelijk **[vul de naam van de interventie hier in]**

Als je de vragenlijst hebt ingevuld maakt je kans op leuke prijzen! Onder de deelnemers die de enquête hebben ingevuld, verloten we **[mogelijkheid tot invullen prijzen]**

Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 5 minuten.  
Alvast bedankt!

Als je een voormeting hebt uitgezet kun je dezelfde vraag als in de voormeting stellen en de voor en na situatie vergelijken. Heb je geen voormeting uitgezet, sla deze vraag/vragen dan over.

## 1. Hoe vaak heb je in de afgelopen week gefietst (bijv. voor werk, boodschappen of recreatie)?

*Heen- en terug telt als één keer. Als afgelopen week anders was dan gebruikelijk vanwege bijv. een vakantie, ga dan uit van een gemiddelde week.*

- Niet gefietst
- 1 of 2 keer gefietst
- 3 tot 5 keer gefietst
- (Vrijwel) elke dag gefietst

## 1. Hoe vaak heb je in de afgelopen week gefietst naar de volgende bestemmingen?

*Heen- en terug telt als één keer. Als afgelopen week anders was dan gebruikelijk vanwege bijv. een vakantie, ga dan uit van een gemiddelde week.*

- Ik gebruik zelden of nooit de fiets **[uitsluitend]**
- Werk/ zakelijke afspraken: **[aantal]** keer per week
- School/ opleiding: **[aantal]** keer per week
- Familie, vrienden of kennissen: **[aantal]** keer per week
- Winkelen, boodschappen: **[aantal]** keer per week
- Vrijtijdsbesteding (film, naar de sportschool, avondje uit): **[aantal]** keer per week
- Recreatief of sportief rondje fietsen: **[aantal]** keer per week
- Mijn kind(eren) naar school brengen: **[aantal]** keer per week

2. Hoeveel keer per week gebruik je nu gemiddeld de auto?

*Heen en terug tellen als één keer. Varieert je autogebruik sterk, ga dan uit van vorige week.*

- Ik heb geen auto/gebruik deze bijna nooit
- 1 of 2 keer gereden
- 3 tot 5 keer gereden
- (Vrijwel) elke dag de auto gebruikt

Heb je geen voormeting uitgezet, dan kun je de volgende vragen (3 tm 5) stellen.

3. Ben je sinds **[de interventie]** vaker gaan fietsen dan voorheen?

- Ja, ik ben vaker gaan fietsen
- Nee, ik ben even vaak blijven fietsen
- Nee, ik ben minder gaan fietsen
- Ik weet het niet

Als vraag 2 = a

4. Je hebt aangegeven dat je vanwege **[de interventie]** vaker bent gaan fietsen. Hoe veel vaker ben je ongeveer gaan fietsen?

**[open antwoord]** keer per week.

Als vraag 2 = a

5. Je hebt aangegeven dat je sinds **[de interventie]** vaker bent gaan fietsen. Heb je daardoor ook minder gebruik gemaakt van de auto?

- Nee
- Ja, ongeveer **[open antwoord]** keer per week.

Nadat je het reisgedrag hebt uitgevraagd, kunnen we vragen stellen over de beoordeling van de interventie. Dit kan helpen om de interventie de volgende keer (nog) beter te laten verlopen.

6. Welk rapportcijfer geef jij aan **[de interventie]**?

**[open antwoord, 1 - 10]**

7. Wat ging er goed tijdens **[de interventie]**?

**[open antwoord]**

9. Wat kon er beter tijdens **[de interventie]**?

**[open antwoord]**

10. Beoordeel de volgende stellingen:

*Helemaal mee eens – helemaal oneens*

- Ik vond het inschrijfproces soepel verlopen
- Ik zou deze activiteit aanraden aan vrienden/collega's
- Ik vond de beloningen tijdens de interventie leuk
- **[Vul aan/vervang door je eigen stellingen]**

Als je geen voormeting hebt gedaan, kun je hierna nog demografische vragen stellen. Denk hierbij goed na over wat je echt wilt weten, zodat je geen onnodige (mogelijk) privacygevoelige informatie verzamelt.

**11. Wat is je leeftijd?**

- a. 17 of jonger
- b. 18-20
- c. 21-29
- d. 30-39
- e. 40-49
- f. 50-59
- g. 60-67
- h. 68 of ouder
- i. Zeg ik liever niet

**12. Wat is je geslacht?**

- a. Man
- b. Vrouw
- c. Overig
- d. Dat zeg ik liever niet

Als je prijzen verloot onder invullers van de vragenlijst, vergeet dan niet naar het mailadres te vragen voor de prijsverloting. Dit is gevoelige informatie en hier moet je 1) van tevoren toestemming voor vragen 2) zo snel mogelijk uit de dataset loskoppelen/verwijderen, zodat de antwoorden anoniem zijn.

**13. Wil je kans maken op één van de [aantal] waardebonnen van [bedrag] die we verloten onder de deelnemers aan dit onderzoek? Vul dan hieronder je e-mailadres in.**

*Als je je mailadres invult, geef je hiermee toestemming aan [organisatie] om deze te gebruiken voor het toesturen van eventueel gewonnen waardebonnen.*

- a. Ik doe mee, mijn e-mailadres is: [e-mailadres]
- b. Ik wil niet meedoen aan deze verloting

**14. Heb je nog overige vragen of opmerkingen over [de interventie]?**  
[open antwoord]

**Outro tekst**

Bedankt voor het invullen van deze vragenlijst!

Kijk voor meer informatie over deze interventie op [input website/socials/etc.]



**Tour** de  
**Force**