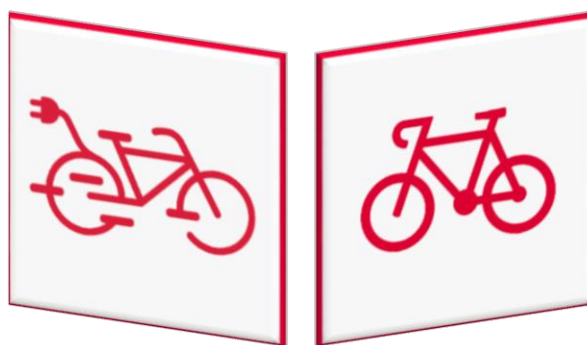


SAMENWERKEN AAN MEER FIETS



samen
houden we  **maastricht
bereikbaar.nl**

Eindevaluatie van 6 jaar fietsstimulering in Zuid-Limburg 2012-2017

In opdracht van: Programmabureau Maastricht Bereikbaar
Datum: juni 2018
Versie: 3.0 (definitief)
Auteur: Joost Beenker (Goudappel Coffeng)

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
1. Inleiding: over Maastricht Bereikbaar en het project Fietsimpuls	4
1.1. Maastricht Bereikbaar	4
1.2. Fietsimpuls	4
1.3. Eindevaluatie Fietsimpuls 2012-2017	5
1.4. Leeswijzer.....	5
2. Fietsimpuls: 6 jaar fietsstimulering in regio Maastricht	6
2.1. Bereikbaarheidsopgave en doelstelling	6
2.2. Financiën	7
2.3. Gedragsaanpak	8
2.4. Samenwerking is key.....	10
2.5. Onderzoek en monitoring.....	10
2.6. Uitvoeringsprogramma Fietsimpuls.....	11
3. Effecten Fietsimpuls	15
3.1. Gerealiseerde aantal spitsmijdingen	15
3.2. Resultaten acties Fietsimpuls.....	17
3.3. Verdieping effecten Fietsimpuls	18
3.3.1. Aandeel fiets en e-bike gebruik groeit.....	18
3.3.2. Toename aantal fietskilometers.....	19
3.3.3. Bereikbaarheidseffecten: vermindering van het aantal voertuigverliesuren	20
3.3.4. Structurele gedragseffecten: oud-deelnemers fietsen vaker naar het werk.....	20
3.4. Maatschappelijke Kosten Baten Analyse Fietsimpuls.....	22
4. Highlights en resultaten van het uitvoeringsprogramma Fietsimpuls	25
4.1. De werkgeversaanpak van Maastricht Bereikbaar	25
4.2. Probeer een E-bike.....	27
4.3. Aanschaf.....	29
4.3.1. Aantal verkochte e-bikes in Zuid-Limburg voor woon-werkverkeer	31
4.3.2. Aanschaf(potentie) e-bikes in Zuid-Limburg en gebruik.....	32
4.4. Belonen	34
4.4.1. Deelnemers en beloningen.....	35
4.4.2. Effecten van fietsbelonen	37
4.5. Benuttingsacties.....	39
4.6. Afsluiting Noorderbrug augustus 2017 - Heel Maastricht Fietst	41
4.7. Sociale beïnvloeding	41
4.8. Fietshinder	43
4.9. Fysieke barrières met een remmende werking op het fietsgebruik.....	43
4.10. Het grote belang van meer fietsbewustwording in de regio Zuid-Limburg.....	44
4.10.1. Historische ontwikkeling fietsgebruik en -beleid in Zuid-Limburg	45
4.10.2. Story platform fietsen in Zuid-Limburg (de fietsexpeditie)	47
5. Geleverde fietsprestaties en nieuwe fietsuitdagingen	50

5.1. Fietsprestatie om trots op te zijn: het succes van 6 jaar Fietsimpuls	50
5.2. Nog veel potentie voor meer fiets	51
5.3. Meer fiets in Zuid-Limburg: vijf fietsuitdagingen.....	53
Bijlage 1 – Bronvermelding onderzoek- en evaluatierapporten	56
Bijlage 2 – Storyline ‘Op de Pedalen’ als conceptueel manifest	57

1. Inleiding: over Maastricht Bereikbaar en het project Fietsimpuls

1.1. Maastricht Bereikbaar

In 2010 werd het programma Maastricht Bereikbaar opgericht. Aanleiding waren de aankomende grootschalige werkzaamheden voor de ondertunneling van de A2 Maastricht, de herinrichting van het Noorderbrugtracé en de realisatie van een nieuwe ondergrondse fietsenstalling bij het station. Werkzaamheden waarbij zware verkeerhinder voor het stedelijke en regionale verkeer onvermijdelijk was.

In samenwerking met overheden, werkgevers en verschillende aanbieders van mobiliteitsdiensten heeft Maastricht Bereikbaar in de afgelopen 8 jaar een integraal mobiliteitsmanagementprogramma uitgevoerd om de stad en regio tijdens deze werkzaamheden bereikbaar te houden. In 2012 werd Maastricht Bereikbaar onderdeel van het rijksprogramma Beter Benutten van het Ministerie van Infrastructuur & Waterstaat (destijds nog Infrastructuur & Milieu), dat in 2015 een vervolg kreeg met een 2^e termijn tot en met 2017. Mede door het Beter Benutten programma kon Maastricht Bereikbaar de regionale samenwerking en het doelbereik van haar projecten verder intensiveren en effectueren.

Eind 2017 werkte Maastricht Bereikbaar samen met 50 werkgevers in Zuid-Limburg en bereikten we met onze producten en diensten 55.000 werknemers. Daarmee halen we tot op dit moment 3.200 auto's per dag uit de spits (peildatum december 2017). Dit doen we met een breed palet aan producten, acties en diensten die werknemers stimuleren slimmer te reizen en te werken. Naast forenzen richt Maastricht Bereikbaar zich ook op studenten, bezoekers van de stad en het goederenverkeer.

De aanpak van Maastricht Bereikbaar kenmerkt zich door een structureel en duurzaam karakter. Met een prijswinnende gedragsaanpak (Beter Benutten gedragsaward 2015) stimuleren en motiveren we forenzen om hun reisgedrag structureel te veranderen. Op die manier zijn onze effecten duurzaam en dragen we niet alleen bij aan het verminderen van hinder en files op de korte termijn, maar ook aan een gezond en duurzaam woon-, werk-, en leefklimaat op de langere termijn.

1.2. Fietsimpuls

Het stimuleren van fiets- en e-bikegebruik is altijd een primair thema geweest binnen Maastricht Bereikbaar. Meerdere onderzoeken onder werknemers in de beginfase van het programma toonden het potentieel aan voor de fiets en e-bike op afstanden tot 15 km. Grootschalig onderzoek naar reisgedrag van werknemers in Maastricht in 2010 ^[01] toonde aan dat op afstanden tot 7,5 kilometer nog steeds 1/3 van de forenzen gebruik maakte van de auto voor het woon-werkverkeer. Op afstanden van 7,5 tot 15 km betrof het aandeel auto zelfs 2/3. Daaropvolgend zijn in 2011 bij 19 grote werkgevers in de regio Maastricht mobiliteitsscans ^[02] uitgevoerd om het potentieel voor slim reizen en slim werken in de kaart te brengen. Deze scans toonden aan dat er voor 6.700 van de 18.500 werknemers een theoretisch alternatief was voor de auto.

De relatief korte woon-werkafstanden en het hoge aandeel autogebruik maakten de fiets en vooral de e-bike kansrijke alternatieven in de regio. Maastricht Bereikbaar heeft daarom sinds 2012 een intensief programma om werknemers te stimuleren vaker de fiets en e-bike te gebruiken naar het werk. De hiervoor ontwikkelde maatregelen en acties zijn onderdeel van het project Fietsimpuls.

Het project is gedurende de Beter Benutten periode diverse keren geïntensiveerd en bijgesteld. Resultierend in een finale doelstelling van 1.325 structurele ochtend spitsmijdingen aan het einde van het Beter Benutten programma in 2017. Dit is circa 34% van de 3.900 spitsmijdingen die covenantpartners eind 2017 gezamenlijk ambieerden te behalen.

Fietsimpuls was geen op zichzelf staand project. Primair richtte Fietsimpuls zich op de doelgroep werknemers bij convenantpartners. Daardoor was het project nauw verbonden met de werkgeversaanpak van Maastricht Bereikbaar. Daarnaast richtte Fietsimpuls zich ook op het stimuleren van de fiets en e-bike tijdens perioden van ernstige hinder gedurende de werkzaamheden aan de A2-tunnel en het Noorderbrugtracé. Hierdoor is er ook sprake geweest van een intensieve samenwerking met het project Regioregie, gericht op een zorgvuldige afstemming van de wegwerkzaamheden, het zorgen voor goede communicatie en het bieden van alternatieven aan reizigers (zogenaamde benuttingsacties).

Onderzoek is altijd een belangrijk onderdeel geweest tijdens het project Fietsimpuls. Met kwalitatief en kwantitatief onderzoek hebben we continu gekeken naar de effecten en verbeterpunten van onze acties en zijn de fysieke en mentale barrières in kaart gebracht die van directe invloed zijn op het fietsgebruik. Er is aandacht besteed aan meer fietsbewustwording in de regio Zuid-Limburg, wetende dat Zuid-Limburg qua aandeel utilitair fietsgebruik nog op achterstand stond in vergelijking met rest van Nederland. Op deze manier is verbinding gelegd met de regionale beleidsdoelen.

1.3. Eindevaluatie Fietsimpuls 2012-2017

Voorliggende eindevaluatie geeft een uitgebreide verantwoording van de behaalde resultaten en effecten van het project Fietsimpuls in de Beter Benutten periode 2012-2017. Met deze eindevaluatie legt het team Fiets van Maastricht Bereikbaar verantwoording af aan het managementteam en Stuurgroep van Maastricht Bereikbaar, het Ministerie van I&W en de regionale partners van Maastricht Bereikbaar.

De plannen van aanpak Fietsimpuls 2012-2014 ^[03], 2015-2017 ^[04] en de in juni 2016 vastgestelde scope uitbreiding ^[05] vormen daarvoor het referentiekader.

Fietsimpuls bestond uit een groot aantal deelprojecten die ook veelal afzonderlijk zijn gemonitord en geëvalueerd. Deze eindevaluatie behandelt de highlights en richt zich op de verantwoording van de in het plan van aanpak geformuleerde resultaat- en effectdoelen. Eveneens zijn in samenwerking met onderzoeksbureau Decisio de maatschappelijke kosten en baten inzichtelijk gemaakt ^[10].

Voor verdere verdieping wordt verwezen naar de programmabrede en actie-specifieke rapportages, waarvan een overzicht is terug te vinden in bijlage 1 en waarnaar in de tekst wordt verwezen met corresponderende nummering.

Tot slot dient deze evaluatie vooral beschouwd te worden als een tussenstation, een momentopname waarmee we de balans opmaken van de fietsprestaties die in de afgelopen 6 jaar zijn geleverd. En een momentopname die waardevolle inzichten biedt om de fietsstimuleringsopgave verder continueren, te intensiveren en te effectueren. Deze eindevaluatie bevat daarom ook concrete aanbevelingen en adviezen voor het vervolg.

1.4. Leeswijzer

In hoofdstuk 2 beschrijven we allereerst de scope, de doelstellingen en het uitvoeringsprogramma van het Project Fietsimpuls. De behaalde effecten en resultaten komen aan bod in hoofdstuk 3, dat afsluit met de uitkomsten van de maatschappelijke kosten-baten analyse uitgevoerd in april 2018. Hoofdstuk 4 behandelt de belangrijkste highlights van het project Fietsimpuls. We gaan in dit hoofdstuk dieper in op het uitvoeringsprogramma en de resultaten van acties en onderzoeken die in de afgelopen 6 jaar zijn uitgevoerd. Belangrijke tips en aanbeveling presenteren we in het rapport met dit icoon en vatten we samen in een eindconclusie met een aantal adviezen voor een vervolg in hoofdstuk 5.



2. Fietsimpuls: 6 jaar fietsstimulering in regio Maastricht

In 2012 is Maastricht Bereikbaar gestart met het Project Fietsimpuls. 6 jaar lang is fors geïnvesteerd in het stimuleren van het fiets- en e-bike gebruik. Na een geleidelijke start in 2012-2014 [3], waarbij we ons primair hebben gericht op attitudeverandering en het genereren van bekendheid en interesse voor het fietsen en e-biken in het woon-werk verkeer, is de aanpak in de 2^e termijn van het Beter Benutten programma geïntensiveerd en verbreed [4]. Hiermee is een duurzame impuls gegeven aan het stimuleren van het fiets- en e-bike gebruik in de regio Maastricht. In 2016 heeft Maastricht Bereikbaar haar focus verbreed naar heel Zuid-Limburg en is het project Fietsimpuls verder opgeschaald [5].

2.1. Bereikbaarheidsopgave en doelstelling


Uit verkeerskundige analyses, voorafgaand aan het Beter Benutten programma, bleek dat de meest vertraagde autoritten in de regio Maastricht zich kenmerken door korte afstanden (tot 15 km). Dit onderschreef de potentie van de fiets en e-bike voor het verminderen van het aantal vertraagde ritten en daarmee het realiseren van spitsmijdingen. In 2015 nam dit potentieel verder toe doordat de bereikbaarheidsopgave verschoof van het hoofdwegennet (A2/ A29) naar het stedelijke wegennet met de start van de werkzaamheden aan de Noorderbrugtracé. De snelle opkomst van de e-bike verhoogde bovendien het oplossend vermogen van Fietsimpuls. De e-bike maakte het fietsen over afstanden tot 20 km makkelijker en aantrekkelijker en kon de barrièrewerking van de voor Zuid-Limburg kenmerkende heuvels wegnemen.

Op basis van programmabrede probleem- en gedragsanalyses is de doelstelling van Fietsimpuls bepaald en door de Stuurgroep vastgesteld. Onderstaande tabel geeft het aantal te behalen structurele ochtendspits mijdingen weer, uitgesplitst naar de verschillende fases van Beter Benutten [03, 04, 05].

Doestelling Fietsimpuls - BB1 2012-2014	750 spitsmijdingen
Doelstelling Fietsimpuls - BB2 2015-2017	525 spitsmijdingen
Scope uitbreiding Fietsimpuls - 2016	+50 spitsmijdingen
Doelstelling Fietsimpuls - totaal	1.325 spitsmijdingen (OS)

Tabel 1 - Doelstelling Fietsimpuls (structurele ochtendspits mijdingen) met uitsplitsing naar de Beter Benutten fases [03, 04, 05].

Voor de periode Beter Benutten 2015-2017 is eveneens een waterval opgesteld (tabel 2), met een prognose van de conversie van doelgroep naar spitsmijdingen.

	Totale doelgroep auto forenzen in de spits	16.000	
	Doelgroep voor alternatief fiets- en e-bike	8.000	50%
	Deelnemers Fietsimpuls	2.420	30%
	Dagelijkse spitsmijdingen in 2017 (OS)	575	24%

Tabel 2 - Ex-ante waterval doelbereik Fietsimpuls voor Beter Benutten 2015-2017. Waterval is gecorrigeerd op basis van de scope uitbreiding Fietsimpuls juni 2016, waarin het aantal te behalen spitsmijdingen is opgehoogd met 50 en het aantal deelnemers met 220 [04 en 05].

Bij het bepalen van de doelstelling is de gedragsreactie van de deelnemers aan Fietsimpuls conservatief geschat op 24%. Met andere woorden: de 2.420 geschatte deelnemers aan Fietsimpuls mijden gemiddeld 1,2 dagen per week de ochtendspits en realiseren daarmee 575 dagelijkse spitsmijdingen. Het uitgangspunt is dus niet geweest om een *volledige* overstap naar de fiets of e-bike te realiseren, maar vooral om werknemers te stimuleren *vaker* de fiets en e-bike te pakken naar het werk.

De conservatieve gedragsreactie houdt eveneens verband met het relatief lage aandeel fietsgebruik in Zuid-Limburg. Uit statistieken van het CBS bleek in de periode 2010-2012 het aandeel fiets in de modal split tot 7,5 km in Limburg 27% te bedragen. Een stuk lager dan het landelijke gemiddelde, dat in die tijd lag op 36% [06].

Naast het realiseren van spitsmijdingen, levert Fietsimpuls ook een positieve bijdrage aan de reductie van CO₂-uitstoot en verbetering van de vitaliteit. Hoewel deze positieve neveneffecten voor de bereikbaarheidsdoelen van Maastricht Bereikbaar niet direct relevant zijn, zijn ze wel van belang voor andere en toekomstige regionale beleidsambities ten aanzien van luchtkwaliteit en bevolkingsgezondheid en een mogelijk vervolg van Maastricht Bereikbaar en het project fietsimpuls. Ook werkgevers beschouwen dit soort effecten als meerwaarde. In deze evalueatie zijn daarom ook deze neveneffecten belicht en onderbouwd.

2.2. Financiën

Over een periode van 6 jaar was het totale investeringsvolume van Fietsimpuls €3.543.000,- exclusief btw. Deze investering is gebaseerd op 50% rijksbijdrage van 50% regionale cofinanciering. Circa 60% van de middelen is geïnvesteerd in de ontwikkeling en uitvoering van gedragsproposities en concrete stimuleringsacties. 6% van het bedrag is besteed aan verdiepend onderzoek naar kansen en barrières die van invloed zijn op het fietsgebruik. Het restant van 1/3 is besteed aan personele capaciteit (proces- en projectmanagement), bijdrage aan programmabrede VAT kosten en onvoorziene werkzaamheden.

Een gedetailleerd overzicht is opgenomen in onderstaande tabel:

Financieel overzicht Fietsimpuls uitgesplitst naar projectfases Beter Benutten		
Beter Benutten 2012-2014	€	843.000
<i>Initiële begroting</i>	€	653.000
<i>Scope uitbreiding</i>	€	190.000
Beter Benutten 2015-2017	€	2.700.000
<i>Initiële begroting</i>	€	2.370.000
<i>Scope uitbreiding</i>	€	330.000
Totaal Fietsimpuls Beter Benutten 2012-2017	€	3.543.000

Financieel overzicht Fietsimpuls uitgesplitst naar projectonderdeel*			
Gedragsproposities/ stimuleringsacties	€	2.108.000	[59%]
Onderzoek	€	219.000	[6%]
Overig	€	96.000	[3%]
Personeel	€	875.000	[25%]
VAT	€	245.000	[7%]
Totaal Fietsimpuls Beter Benutten 2012-2017	€	3.543.000	[100%]

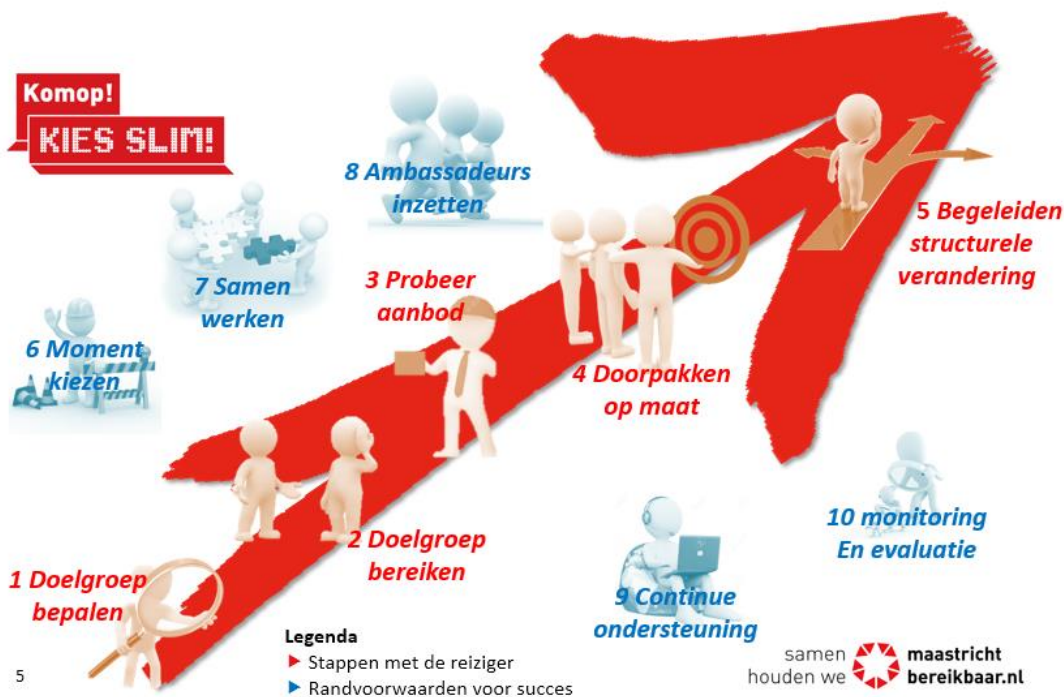
Tabel 3 - Financieel overzicht Fietsimpuls met uitsplitsing naar projectfases Beter Benutten en naar projectonderdeel

* Bedragen bij benadering. Aan dit financiële overzicht kunnen geen rechten worden ontleend.

2.3. Gedragsaanpak

Het project Fietsimpuls is uniek vanwege het sterk integrale karakter. Er is gekozen voor een uitgekniende aanpak bestaande uit verschillende acties en deelprojecten die forenzen in Zuid-Limburg geleidelijk motiveren om vaker de fiets en e-bike te gebruiken voor het woon-werkverkeer. Daarvoor heeft Maastricht Bereikbaar een gedragsaanpak ontwikkeld (figuur 1) die in 2015 is bekroond met de Beter Benutten gedragsaward [07]. Deze aanpak gaat uit van 10 stappen:

- 5 stappen voor een structurele gedragsverandering van de reiziger, waarbij we doelgroepgericht te werk gingen. Starten met een laagdrempelig probeeraanbod om de attitude ten aanzien van het slimme alternatief positief te beïnvloeden, vervolgens doorpakken en tot slot de reizigers begeleiden bij een structurele gedragsverandering door het bieden van extrinsieke prikkels en het inspelen op de intrinsieke motivatie.
- 5 randvoorwaarden die bepalend zijn voor het succes en de effectiviteit van de gedragsbeïnvloeding. Kies het juiste moment waarop het logisch is voor de reizigers om na te denken over gedragsverandering (bijvoorbeeld forse hinder door werkzaamheden), werk samen met bijvoorbeeld werkgevers, zet in op sociale beïnvloeding door gebruik te maken van ambassadeurs, biedt goede ondersteuning en serviceverlening en werk aan de ontwikkeling en verbetering van de proposities en incentives (plan-do-check-act) door goede monitoring en evaluatie.



Figuur 1 - 10 stappenplan van Maastricht Bereikbaar, opgesteld in 2015, voor gedragsverandering van reizigers. Rode stappen hebben betrekking op fases van gedragsverandering. Blauwe stappen zijn de randvoorwaarden [07].

Primaire **doelgroep** voor Fietsimpuls zijn de werknemers van convenantpartners en meer specifiek de werknemers die op een afstand tot 15 km van het werk wonen. Uit mobiliteitsmanagementsscans die bij alle convenantpartners zijn uitgevoerd bleek dat er vooral op afstanden tot 15 km veel potentieel lag om het aantal autoritten te reduceren. We hebben deze doelgroep weten te bereiken met integrale gedragscampagnes die in nauwe samenwerking met convenantpartners zijn uitgevoerd. Waar nodig werd maatwerk geleverd en is in samenwerking met de mobiliteitsmakelaars geanticipeerd op een aanpassing van het mobiliteitsbeleid en de mobiliteitsregelingen bij werkgevers (bijvoorbeeld herziening van parkeerbeleid of verbeterde fietsregelingen).

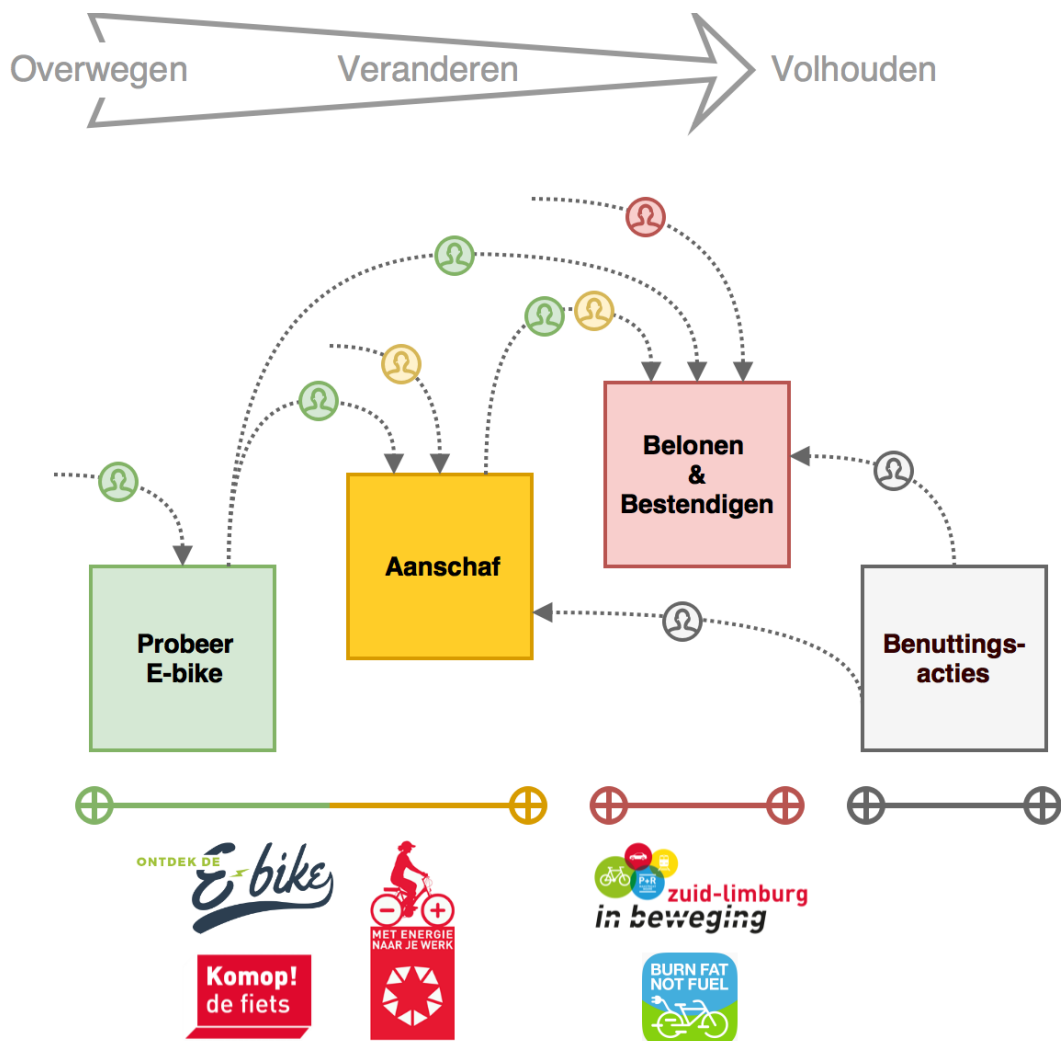
Reizigers werden in eerste instantie verleid met een laagdrempelig en gratis probeeraanbod. Deze propositie is in de afgelopen 6 jaar continu verbeterd en vernieuwd. In 2012 is Maastricht Bereikbaar gestart met een eenvoudige probeerpoule van e-bikes ('met energie naar je werk'), die vervolgens via de 'KomOp' campagne in 2013 en 2014 is doorontwikkeld tot de huidige in 2015 gestarte 'Ontdek de E-bike' propositie. Bij 'Ontdek de E-bike' is eveneens een directe koppeling gelegd met de aanschaf, met als doel om op effectieve wijze 'door te pakken' en de beslissing van de reiziger om het gedrag te gaan veranderen te bevorderen.

Met beloningsprogramma's hebben we deelnemers begeleid en gestimuleerd om hun gedrag duurzaam aan te passen en het vaker fietsen naar het werk structureel vol te houden. In de periode 2014-2016 deden we dit met het product 'Burn Fat Not Fuel'. In het voorjaar van 2016 opgevolgd door het programma 'Zuid-Limburg in Beweging'. Beide beloningsproposities kenmerkten zich door een combinatie van extrinsieke prikkels - gericht op het individueel en monetair belonen van het gewenste gedrag - en motivatietechnieken zoals feedback en game elementen om deelnemers (intrinsiek) te motiveren het gewenste gedrag vol te houden.

Tenslotte focuste Fietsimpuls zich ook op speciale 'benuttingsacties': kortlopende acties waarmee automobilisten werden gestimuleerd om anders en slimmer te reizen tijdens periodes van forse hinder door werkzaamheden.

In hoofdstuk 4 is de uitwerking en uitvoering van de acties in meer detail besproken.

De gedragsaanpak van het project Fietsimpuls is schematische weergegeven in figuur 2.



Figuur 2 - Schematische uitwerking gedragsaanpak binnen het project Fietsimpuls

2.4. Samenwerking is key

Gedurende het project Fietsimpuls is intensief samengewerkt met regionale en landelijke stakeholders. Samenwerking is altijd beschouwd als een sleutel tot succes en kenmerkte zich binnen het project Fietsimpuls als volgt:

- Intensieve werkgeversaanpak, begeleid door een team van 5 mobiliteitsmakelaars. Werving van deelnemers voor fiets- en e-bike acties vond op effectieve wijze plaats via de werkgeverskanalen. Daarnaast werden werkgevers gestimuleerd en begeleid bij het verduurzamen van hun mobiliteitsambities en arbeidsvoorwaarden.
- Samenwerking met regionale rijwielhandelaren om de aanschaf te bevorderen en de benodigde expertise en service te bieden die voor de aanschaf van een nieuwe fiets of e-bike noodzakelijk is.
- Integratie met de gemeentelijke en provinciale fietsambities en beleidsdoelen ten aanzien van het stimuleren en verhogen van het aandeel fietsgebruik.
- Bevorderen van de publiek-private samenwerking bij de ontwikkeling en implementatie van fietsproposities, zodanig dat dergelijke proposities na 2017 zelfstandig en met een bestendige business case konden voortbestaan.
- Kennisontwikkeling door samenwerking met het Ministerie van I&W en andere Beter Benutten regio's, met name ten aanzien van onderzoek, evaluatie en effectieve gedragsbeïnvloeding.

2.5. Onderzoek en monitoring

De effecten en resultaten van de verschillende gedragsproposities zijn intensief gemonitord. Daarbij is niet alleen gekeken naar de gedragseffecten, maar ook naar ervaringen, tevredenheid en beleving van (potentiële) deelnemers. Een combinatie van zowel kwantitatief (enquêtes) als kwalitatief (interviews en focusgroepen) onderzoek. De bevindingen zijn gebruikt om proposities periodiek te verbeteren en te effectueren.

Daarnaast heeft Maastricht Bereikbaar voor de evaluatie van haar werkgeversaanpak een meerjarig longitudinaal panelonderzoek ontwikkeld waarmee het mogelijk was om de ontwikkeling van het reisgedrag van werknemers gedurende de gehele Beter Benutten periode zorgvuldig te monitoren. Deze geclusterde effectmeting vormde de basis voor het bepalen van de effecten van het programma Maastricht Bereikbaar (realisatie spitsmijdingen). Door middel van een regressieanalyse zijn deze effecten toegedeeld aan de verschillende projecten en is ook het effect van het Project Fietsimpuls bepaald.

Tot slot is er in nauwe samenwerking met regionale partners geïnvesteerd in verdiepend beleidsonderzoek. Fysieke en mentale barrières die het fietsgebruik remmen zijn onderzocht en de regionale potentie van de fiets en e-bike is in kaart gebracht. Inzichten zijn gedeeld met de regionale partners en te gebruiken bij een verdere doorontwikkeling en effectuering van het gemeentelijke en provinciale fietsbeleid. Ook is geïnvesteerd in het verzamelen van meer fietsdata, waaronder floating bike gps-data. Het Project Fietsimpuls heeft daarmee een belangrijke basis gelegd voor de noodzakelijke verbetering van de fietskennisinfrastructuur in de regio, waarop in de komende jaren verder kan worden voortgebouwd.



Bouwstenen voor een succesvol fietsstimuleringsprogramma

- Gedragsverandering kent drie primaire stappen: **overwegen, veranderen en volhouden**. Creëer een samenhangend **productportfolio** dat hierop aansluit en waarmee je de doelgroep stapsgewijs stimuleert om vaker de fiets en e-bike te pakken.
- Zorg voor een goede **uitvoeringsorganisatie** met aandacht voor serviceverlening.
- **Werk intensief samen** met werkgevers, marktpartijen (zoals rijwielhandelaren en andere dienstaanbieders) en regionale (overheid)partners. Zorg voor **gezamenlijk commitment en wederzijdse verantwoordelijkheid**.
- Blijf **continu onderzoeken, monitoren en evalueren** voor het meten van resultaten en effecten, het verbeteren en effectueren van de product- en dienstverlening en de doorontwikkeling van het programma. Combineer **kwalitatief en kwantitatief onderzoek**.

2.6. Uitvoeringsprogramma Fietsimpuls

Het project Fietsimpuls was een integraal maatregelenpakket met verschillende activiteiten, interventies en onderzoeken. In onderstaande tabellen is een overzicht opgenomen van de activiteiten die onderdeel uitmaakten van het project en waarvan de belangrijkste resultaten zijn benoemd in hoofdstuk 4. Per activiteit is de periode van uitvoering weergegeven en de wijze van monitoring en evaluatie. Daarbij is een onderverdeling gemaakt in vier categorieën:

- Gedragsproposities en -interventies: concrete producten en diensten die bijdragen aan het stimuleren van fiets- en e-bike gebruik van werknemers. Evenals kortlopende benuttingsacties, met name ingezet tijdens wegwerkzaamheden met periodes van forse hinder.
- Marketing & communicatie: grootschalige campagnes en marketingactiviteiten voor het werven van deelnemers en het stimuleren van het gewenste gedrag.
- Onderzoek en monitoring: kwalitatief en kwantitatief onderzoek naar de ontwikkelingen, motieven en barrières die van invloed zijn op het fiets- en e-bikegebruik.
- Data en ITS

Gedragsproposities en -interventies

Activiteiten	Periode	Beschrijving	Doelstelling en monitoring
Probeer een E-bike	2012-2017	Gratis 1 week lang een e-bike proberen voor werknemers. Keuze uit diverse e-bikes die gedurende een periode van 1 tot 3 maanden beschikbaar werden gesteld via de werkgever.	<p><i>Doelstelling</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 3.000 probeerweken - 2.500 unieke deelnemers <p><i>Monitoring</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Deelnameregistratie met nulmeting - Reserveringssysteem - Enquête na afloop probeerweek (attitudeverandering, aanschafintentie en klanttevredenheid) - Kwalitatief: focusgroep
		<i>Fase gedragsverandering</i> Overwegen en attitudeverandering	

Activiteiten	Periode	Beschrijving	Doelstelling en monitoring
Aanschaf fiets en e-bike	2012-2017	Kortingsactie in samenwerking met en aangeboden door rijwielhandelaren uit Zuid-Limburg. Daarnaast gerichte communicatie en informatievoorziening over aanschafmogelijkheden en werkgeversregelingen. Vanaf 2015 geïntegreerd met Probeer een E-bike. <i>Fase gedragsverandering:</i> Overwegen en veranderen	<i>Doelstelling</i> - 2.500 aangeschafte e-bikes - Samenwerking met minimaal 20 rijwielhandelaren <i>Monitoring</i> - Periodieke evaluaties met rijwielhandelaren - Registratie kortingsvouchers - Eindevaluatie 2017
Beloningsprogramma	2012-2017	Diverse beloningsprogramma's met monetaire, materiele en immateriële beloningstechnieken om werknemer te motiveren vaker te fietsen en te e-biken naar het werk. - Burn Fat Not Fuel 2013-2016 - IMMA Zuid-Limburg in Beweging in 2016 en 2017. <i>Fase gedragsverandering</i> Veranderen en volhouden	<i>Doelstelling</i> - 3.000 deelnemers <i>Monitoring</i> - Deelnameregistratie met nulmeting - ANPR (IMMA) ¹ - Monitoring verplaatsingsgedrag en uitgekeerde beloningen - Diverse kwalitatieve en kwantitatieve evaluatieonderzoeken
Benuttingsacties	2012-2017	Kortlopende acties rondom periodes van forse hinder tijdens werkzaamheden A2 en Noorderbrug. Maatwerk per actie: probeer e-bikes, beloningen en winacties in combinatie met campagnes. Veelal in samenwerking met project Regioregie. <i>Fase gedragsverandering</i> Overwegen. In follow up ook aandacht voor veranderen en volhouden. Hinder benut als compelling moment.	<i>Doelstelling</i> - Per actie bepaald - Draagt bij aan doelstellingen proberen, aanschaffen en belonen. <i>Monitoring</i> - Verschillend en per actie bepaald. - Efficiënt gebruik van technieken en (registratie)systemen ontwikkeld voor proberen, aanschaffen en belonen. - Separate kwantitatieve en kwalitatieve evaluaties na afloop

Marketing en communicatie

Activiteiten	Periode	Beschrijving	Doelstelling en monitoring
Werkgeverscampagnes	2012-2017	Diverse integrale campagnes, ingezet via de werkgeverskanalen, voor werven van deelnemers en stimuleren van het gebruik van de verschillende proposities. Waar mogelijk werd maatwerk geboden per werkgever. Campagnes werden jaarlijks vernieuwd o.b.v. nieuwe inzichten en gedragstechnieken.	<i>Doelstelling</i> - 40 deelnemende werkgevers <i>Monitoring</i> - Geclusterde effectmeting - Kwalitatief - Onderdeel van monitoring afzonderlijke proposities.

¹ ANPR staat voor 'Automatic Number-Plate Recognition' oftewel kentekenregistratie met camera's

Activiteiten	Periode	Beschrijving	Doelstelling en monitoring
Ambassadeurs en sociale beïnvloeding	2012-2017	Toepassen van peer pressure en andere sociale beïnvloedingstechnieken waarmee werknemers en deelnemers elkaar motiveren het gewenste gedrag te vertonen. O.a. door middel van testimonials, competitie-elementen en teamprestaties.	<i>Doelstelling</i> - 500 ambassadeurs <i>Monitoring</i> - Onderdeel van monitoring afzonderlijke proposities.
Hinderbeperking fietsers Noorderbrug	2015-2017	Grootschalige minder-hinder campagne voor fietsers vanwege langdurige afsluitingen en omleidingen tijdens werkzaamheden Noorderbrugtracé. Diverse activiteiten: - Positieve beleving omleidingsroute - Bedank- en waarderingsacties - Inzet e-bikes	<i>Doelstelling</i> - Ondanks afsluitingen en omleidingen zorgen dat fietsbeleving op acceptabel niveau blijft en remmend effect op stimuleren fietsgebruik beperkt blijft. <i>Monitoring</i> - Kwalitatief: focusgroep - Brede kwantitatieve evaluatie van totaalpakket minder hinder Noorderbrug.

Onderzoek

Onderzoeken	Periode	Beschrijving
Geclusterde effectmeting	2012-2017	Jaarlijkse programmabrede effectmeting onder werknemers van alle convenantpartners. Betreft longitudinaal panelonderzoek waarmee het reisgedrag periodiek (tenminste 1x per jaar) werd gemeten en werd bepaald welke mate ontwikkelingen in het reisgedrag werden beïnvloed door de verschillende projecten van Maastricht Bereikbaar. De effectmeting vormde de basis voor het bepalen van de effecten van de werkgeversaankpak van Maastricht Bereikbaar (aantal spitsmijdingen). Deze effecten zijn middels een regressieanalyse toegeschreven aan de afzonderlijke projecten.
Kwalitatief onderzoek	2012-2017	Diverse kwalitatieve onderzoeken, waaronder focusgroepen, deelnemerspanels en diepte-interviews. Gericht op de ontwikkeling en verbetering van proposities en voor verdieping op specifieke fietsthema's en -vraagstukken.
Fietsparkeren	2016	Onderzoek naar het fietsparkeergedrag en de fietsparkeerdruk in de binnenstad van en bij werkgevers in Maastricht. In samenwerking met de gemeente Maastricht.
Laag fietsgebruik Zuid-Limburg	2017	Wetenschappelijk onderzoek naar de historische ontwikkeling van het fietsgebruik en fietsbeleid in de regio Zuid-Limburg. In samenwerking met gemeente Maastricht, gemeente Parkstad en provincie Limburg.
fiets-community	2016-2017	Onderzoek naar en uitwerking van een communicatiestrategie voor verbetering van het fietsklimaat en het verstevigen van de (maatschappelijk) positie van de fiets in de regio Zuid-Limburg. Gericht op fietsbewustwording, fietsimago en fietscultuur. In samenwerking met provincie Limburg, gemeente Maastricht en regio Parkstad.
Participatie landelijke onderzoeken	2012-2017	Participatie in diverse landelijke onderzoeken. Onder meer: - Landelijke onderzoeken en evaluaties van Beter Benutten naar kansen en effecten van fietsstimulering. - WOW onderzoek naar fietsbeleving - Onderzoek naar reistijdbeleving fietsers

Data en ITS*

Activiteiten	Periode	Beschrijving
Fietsmonitor	2015- 2018	Zowel bij 'Probeer een E-bike' als het beloningsprogramma zijn fietsverplaatsingen geregistreerd met GPS. Ook zijn er fietstellingen uitgevoerd. In samenwerking met regionale partners is gestart met het ontsluiten en verwerken van deze data voor beleidsrelevante toepassingen en analyses. Hierbij is aansluiting gezocht bij de ontwikkeling binnen de Tour de Force en Beter Benutten ITS. Deze activiteit maakte ook onderdeel uit van het project ITS.
Fiets ITS	2016- 2018	Fiets volwaardig onderdeel maken van de ontwikkeling een slim en intelligent mobiliteitssysteem door onder meer het slim optimaliseren en informeren van fietsers bij kruispunten en slimme registratietechnieken bij stallingen. Onderdeel van het landelijk programma Talking Traffic. Omvat onder meer het uitvoeren van verschillende use cases in 2018 bij I-VRI kruispunten en een pilot met slimme stallingen (realtime meten van bezetting en fietsparkeerduur in fietsenstallingen). Deze activiteit is onderdeel van het project ITS.

* De Data en ITS-activiteiten lopen nog door in 2018 en zijn in deze evalueatie verder buiten beschouwing gelaten.

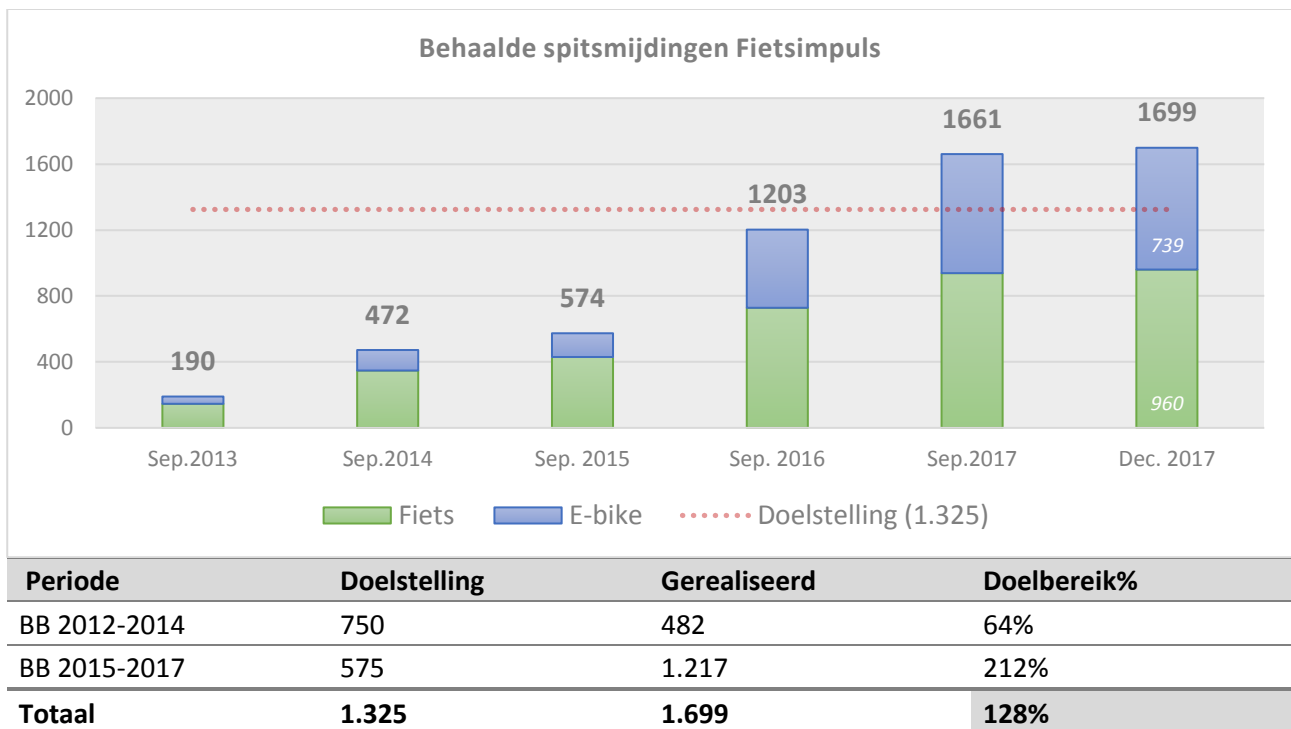
3. Effecten Fietsimpuls

Dit hoofdstuk beschrijft de belangrijkste effecten van het project Fietsimpuls. We gaan allereerst in op het gerealiseerde aantal spitsmijdingen en maken daarbij een uitsplitsing naar fiets en e-bike. Paragraaf 3.2 gaat vervolgens kort in op de resultaten van de verschillende acties van het project Fietsimpuls, waardoor het behaalde effect voor een belangrijk deel wordt verklaard. Vervolgens wordt in paragraaf 3.3 de impact van het aantal spitsmijdingen op de toename van het fiets- en e-bike gebruik in het woon-werk verkeer in kaart gebracht. Ook kijken we naar de bereikbaarheidseffecten en de mate waarin het gedrag structureel is veranderd. De behaalde effecten zijn gebruikt bij het uitvoeren van een maatschappelijke kosten-baten analyse van het project Fietsimpuls, waarvan de uitkomsten zijn beschreven in paragraaf 3.4.

3.1. Gerealiseerde aantal spitsmijdingen

Met het project Fietsimpuls zijn **1.699 structurele ochtendspits mijdingen** gerealiseerd (peildatum december 2017 ^[08]). Dit is een succesvol doelbereik van **128%** voor het project. Het effect van de totale werkgeversaankpak van Maastricht Bereikbaar bedraagt 3.200 ochtendspits mijdingen (peildatum december 2017 ^[08]). Daarmee dragen de fiets en e-bike dus voor meer dan **50%** bij aan het totale effect van de werkgeversaankpak van Maastricht Bereikbaar. Dit effect is behaald in samenwerking met 50 actieve convenantpartners uit Zuid-Limburg die in totaal circa 50.000 werknemers vertegenwoordigen.

In figuur 3 is het behaalde effect uitgesplitst per jaar en naar fiets en e-bike. 43% van het effect is toe te schrijven aan de e-bike, waarvan het aandeel met name in de laatste 3 jaar (Beter Benutten 2015-2017) sterk is toegenomen. Dit is onder meer te verklaren door een intensivering van de verschillende gedragsproposities, de toename van het aantal convenantpartners en het feit dat gedragsverandering zowel vanuit het perspectief van de werkgevers (introductie van duurzame arbeidsvoorwaarden) als de werknemers een geleidelijk proces is.



Figuur 3 - Gerealiseerd aantal spitsmijdingen en doelbereik Fietsimpuls per Beter Benutten fase en totaal met uitsplitsing naar fiets en e-bike. De tijdlijn in de grafiek representeert de peildata van de geclusterde effectmeting ^[08].

Voor de Beter Benutten periode 2015-2017 is eveneens ex-post een waterval gemaakt, die is vergeleken met de waterval zoals die ex-ante in het plan van aanpak ^[04, 05] was ingeschat (zie tabel 2).

Enkele belangrijke kenmerken van de waterval:

- De waterval heeft alleen betrekking op de doelgroep auto-forenzen. Alleen werknemers die in de referentiesituatie (het reisgedrag voor deelname) gebruik maakten van de auto in de ochtendspits zijn meegenomen.
- Voor het bepalen van het aantal spitsmijdingen en de bekendheid met acties van Fietsimpuls is gebruik gemaakt van de geclusterde effectmeting ^[08].
- Het aantal deelnemers is berekend op basis van het aantal geregistreerde deelnemers aan de acties van Fietsimpuls. Er is een correctiefactor van 10% gebruikt om te corrigeren voor deelname aan meerdere acties van Fietsimpuls².

	Ex-ante		Ex-post	
	Doel	%	Realisatie	%
Totale doelgroep auto forenzen in de spits	16.000		25.000	
Bekend met acties Fietsimpuls/ bereikte doelgroep	8.000	50%	14.650	59%
Deelnemers Fietsimpuls	2.420	30%	5.297	36%
Dagelijkse spitsmijdingen in 2017	575	24%	1.217	23%

Tabel 4 - Waterval project Fietsimpuls Beter Benutten 2015-2017 met ex-ante inschatting zoals opgenomen in het Plan van Aanpak Fietsimpuls 2015-2017 en afgezet tegen de daadwerkelijke ex-post realisatie. Op basis van de geclusterde effectmeting en deelnameregistratie ^[04, 05 en 08].

De doelgroep en bekendheid onder werknemers met de acties van Fietsimpuls is aanzienlijk groter dan ingeschat in het plan van aanpak. Hetzelfde geldt voor het absoluut aantal deelnemers. Daarentegen blijken de conversiepercentages redelijk overeen te komen. De conversie van potentiële doelgroep naar deelnemers ligt iets hoger dan ingeschat (30% ex-ante en 36% ex-post). De conversie van deelnemers naar spitsmijdingen is daarentegen net iets lager (25% ex-ante en 23% ex-post). In vergelijking met de ex-ante-inschatting zijn er dus uiteindelijk relatief gezien iets meer deelnemers nodig geweest om het effect te behalen. Gemiddeld mijden de deelnemers aan Fietsimpuls 1,1 dagen per week vaker de spits, waar dit ex-ante was ingeschat op 1,2.

Enige voorzichtigheid is geboden met de interpretatie van deze gemiddelde gedragsreactie:

- De gedragsreactie vergelijkt de 'mate waarin het gedrag verandert' ten opzichte van de referentiesituatie (het reisgedrag voor deelname). Het zegt op zichzelf dus niks over de intensiteit waarmee een werknemer naar het werk fietst.
- Deelnemers kenmerken zich door verschillende referentieprofielen. Het is aannemelijk dat werknemers die in de referentiesituatie 5 dagen met de auto reisden een andere gedragsreactie vertonen dan werknemers die bijvoorbeeld in de referentiesituatie al gemiddeld 2 dagen fietsten (en 3 dagen met auto reisden). Verdieping hierop is lastig op basis van de beschikbare onderzoeksgegevens, maar desalniettemin in het vervolg aan te bevelen om de acties van Fietsimpuls verder te effectueren.

² Correctiefactor vastgesteld op basis van de geclusterde effectmeting (10% deelname aan meerdere projecten van Fietsimpuls) en het onderzoek naar de aanschaf en aanschafpotentie van e-bikes (8% overlap in deelname) ^[08, 09].



Zorg voor een goed referentieprofiel en een meetbare gedragsreactie bij deelnemers

Het verminderen van het aantal autoritten wordt bereikt door werknemers te stimuleren *vaker* de fiets te pakken. Een werknemer die van 0 op 5 naar 2 op 5 dagen gaat fietsen naar het werk, vertoont dezelfde reactie als een werknemer die van 3 op 5 naar 5 op 5 fietsdagen gaat. De doelgroep die al een fietsmotivatie heeft, kan hiermee dus nog significant bijdragen aan de doestelling. Dit pleit voor het vastleggen van een goed referentieprofiel en daaropvolgend longitudinaal onderzoek, waarmee de ontwikkeling van het reisgedrag op uniforme wijze wordt gemonitord en kan worden afgezet tegen deze referentiesituatie.

3.2. Resultaten acties Fietsimpuls

Het succes van Fietsimpuls wordt verklaard door een combinatie van gedragsinterventies en een intensieve samenwerking met werkgevers in de regio Zuid-Limburg.

Uiteindelijk heeft Maastricht Bereikbaar met 50 convenantpartners concrete prestatieafspraken gemaakt in de afgelopen 6 jaar. Eind 2017 hebben 42 convenantpartners uitgesproken de samenwerking met Maastricht in 2018 te willen continueren. Naast grote werkgevers (zoals het Maastricht UMC+, Universiteit Maastricht en Vodafone) zijn ook een aantal ondernemersverenigingen aangesloten, waaronder bijvoorbeeld Ondernemend Wyck, die een groot aantal binnenstadondernemers vertegenwoordigd in Maastricht.

Bij al deze convenantpartners zijn de acties van Fietsimpuls in samenwerking met het team van Mobiliteitsmakelaars aangeboden en uitgevoerd. Waar mogelijk is maatwerk geleverd en actief gekoerst op het in gang zetten van transitieprocessen naar een duurzamer en kostenbesparend mobiliteitsklimaat bij werkgevers.

Naast de werkgeversaankpak zijn de gedragsproposities van het Project Fietsimpuls ook ingezet bij benuttingsacties tijdens periodes van forse hinder gedurende werkzaamheden. Veelal in samenwerking met direct belanghebbende bedrijven, maar ook voor een bredere doelgroep.

In onderstaande tabel zijn de behaalde resultaten weergegeven van de afzonderlijke gedragsproposities afgezet tegen de vastgestelde doelen uit het plan van aanpak [04, 05]. De resultaten zijn bepaald op basis van deelname-registratie en specifiek evaluatieonderzoek en een optelsom van de werkgeversaankpak en benuttingsacties.

Proposities	Doelstelling	Resultaat	
Probeer een E-bike	3.000 probeerweken	3.502 reserveringen, 4.113 weken gefietst*	✓
	2.500 deelnemers	2.760 deelnemers	✓
Aanschaf	2.500 aangeschafte e-bikes	3.917 aangeschafte e-bikes en 942 fietsen	✓
	Samenwerking 20 rijwielhandelaren	39 rijwielhandelaren	✓
Belonen	3.000 deelnemers	3.471 deelnemers	✓

Tabel 5 - Resultaten gedragsproposities Fietsimpuls 2012-2017 i.r.t. vastgestelde doelen. Bepaald o.b.v. deelnameregistratie en specifiek evaluatieonderzoek.

* Bij een aantal werkgevers en tijdens benuttingsacties was het mogelijk om een e-bike voor meerdere weken te reserveren. Daarom ligt het aantal gefietste probeerweken hoger dan het aantal gemaakte reserveringen.

Uit de tabel blijkt dat alle doelstellingen ruimschoots zijn behaald.

Overigens blijkt uit onderzoek ^[08, 09] dat slechts 1 op de 10 deelnemers acties c.q. proposities van Fietsimpuls combineert. Het overgrote merendeel van de deelnemers doet dus slechts mee aan één van de acties. Hoewel de acties van Fietsimpuls zijn gebaseerd op het 10-stappenplan van stapsgewijze gedragsverandering (figuur 1) en daarmee logischerwijs de verwachting was dat werknemers opvolgend aan meerdere acties zouden gaan deelnemen, blijkt het in de praktijk toch anders uit te pakken. De verschillende acties zorgen er juist voor dat het project Fietsimpuls verschillende doelgroepen heeft weten te bereiken. Iedere actie kenmerkt zich door zijn eigen beïnvloedingsmechanismen, waardoor een brede en diffuse doelgroep werknemers erdoor is beïnvloed. Alle acties leveren hiermee afzonderlijk een directe bijdrage aan het succes van het project Fietsimpuls.

In hoofdstuk 4 wordt dieper ingegaan op acties van het project Fietsimpuls.

3.3. Verdieping effecten Fietsimpuls

In deze paragraaf wordt ingegaan op een aantal belangrijke bijeffecten van Fietsimpuls. Achtereenvolgens zijn dit:

1. Ontwikkeling van het aandeel fiets- en e-bikegebruik in het woon-werk verkeer
2. Toename van het aantal fietskilometers
3. Het bereikbaarheidseffect
4. Het structurele gedragseffect

3.3.1. Aandeel fiets en e-bike gebruik groeit

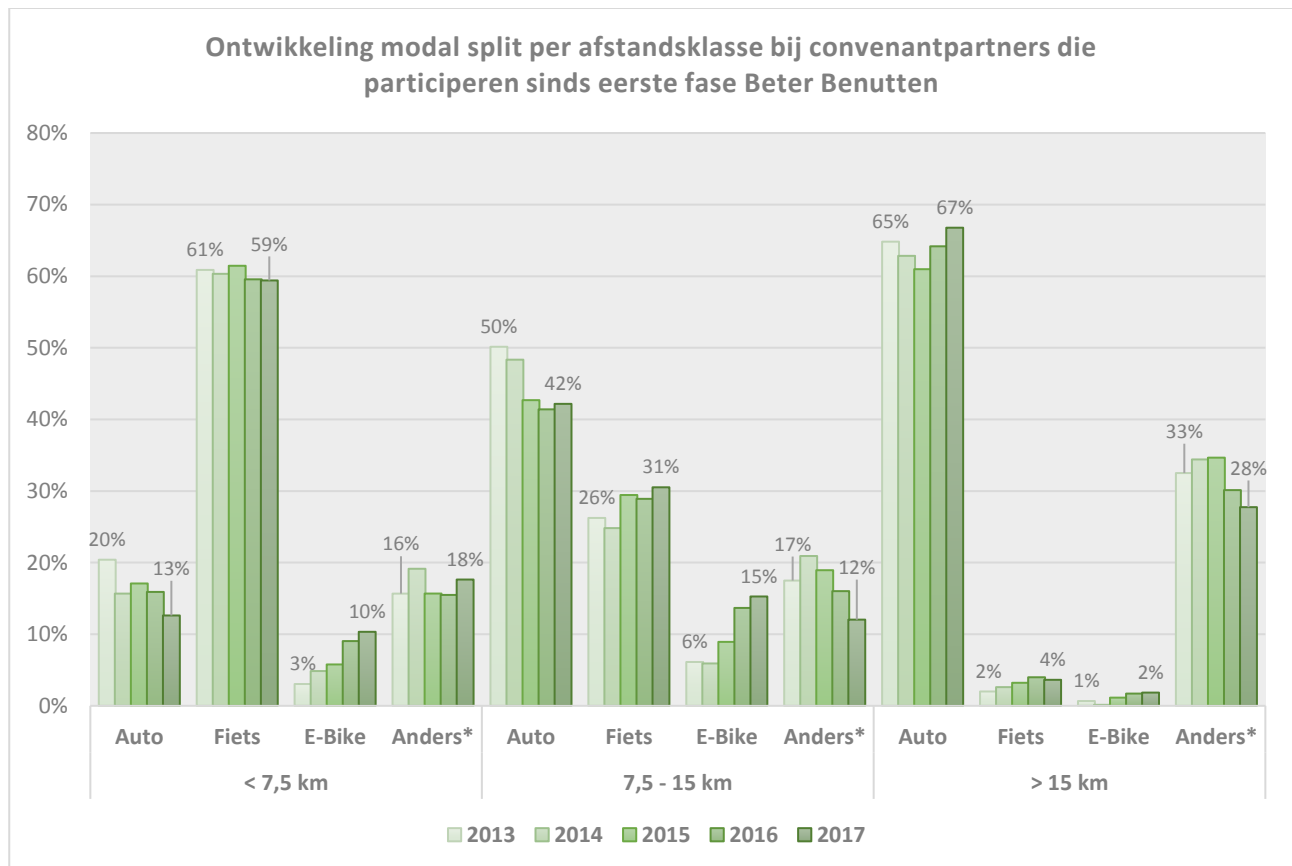
Op basis van de geclusterde effectmetingen is het mogelijk om gericht en betrouwbaar uitspraken te doen over de ontwikkeling van het aandeel fiets- en e-bikegebruik in het woon-werkverkeer bij convenantpartners.

Deze ontwikkeling wordt echter sterk beïnvloed door het toetreden van nieuwe convenantpartners. Uit de geclusterde effectmeting van september 2017 ^[08] blijkt namelijk dat het aandeel fiets en e-bike in het woon-werkverkeer bij convenantpartners die vóór 2016 zijn toegetreden 32% bedraagt. Bij convenantpartners die pas vanaf 2016 zijn aangesloten is dat slechts 19%. Allereerst is dit verschil uiteraard te verklaren door het feit dat de gedragsaanpak van Maastricht Bereikbaar bij deze bedrijven nog maar beperkt is uitgerold, waardoor effecten nog minimaal zijn. Daarnaast zijn de meest nieuwe convenantpartners gevestigd buiten Maastricht (Sittard en Parkstad). Steden waarin het aandeel fiets ver achterblijft ten opzichte van de rest van Nederland.

Om een goed en evenwichtig beeld te schetsen van de ontwikkeling van het aandeel fiets- en e-bikegebruik is daarom in figuur 4 alleen gekeken naar de convenantpartners die al vanaf de eerste fase van Beter Benutten (2012-2014) participeren in het programma Maastricht Bereikbaar. In totaal gaat het hier om 24 convenantpartners; vooral uit Maastricht. Zij vertegenwoordigen een doelgroep van circa 24.000 werknemers.

Tot 7,5 km en tussen 7,5 en 15 km is sprake van een forse daling van het autoverkeer. Met name tussen 7,5 en 15 km groeit het aandeel fiets- en e-bikegebruik fors van 31% naar 46%. Een groei van **15%**. Dit effect is grotendeels toe te schrijven aan het toenemende gebruik van de e-bike. Op een woon-werkafstand tot 7,5 km groeit het e-bikegebruik van 3% naar 10%. Op de middellange afstand (7,5 tot 15 km) stijgt het aandeel e-bike van 6% naar 15%. Daarmee is het gebruik van de e-bike in Maastricht en omgeving op woon-werkafstanden tot 15 kilometer in vier jaar tijd **verdrievoudigd** en heeft Maastricht Bereikbaar een aantoonbaar positief effect op het stimuleren van utilitaire fietsgebruik op regionaal niveau.

Overigens is het toenemende e-bikegebruik niet volledig toe te schrijven aan de afname van het autogebruik. Er is ook sprake van een beperkt substitutie-effect van fiets naar e-bike. Dit is met name zichtbaar op de korte afstand tot 7,5 km.



Figuur 4 - Ontwikkeling modal split per afstandsklasse bij convenantpartners die vanaf de eerste fase van Beter Benutten (2012-2014) participeren in het programma Maastricht Bereikbaar [08].

*De categorie 'anders' is een samenvoeging van de vervoerswijzen trein, bus, carpool en overig.

3.3.2. Toename aantal fietskilometers

Werknemers die overstappen van de auto naar de fiets of e-bike en daarbij spitsmijdingen realiseren blijken op basis van de geclusterde effectmeting een **gemiddelde woon-werkafstand te hebben van 11km**. Iedere spitsmijding resulteert daarmee in gemiddeld 22 extra fietskilometers per dag. Het project Fietsimpuls heeft daarmee gezorgd voor **37.381 extra fietskilometers per dag** (in plaats van de autokilometers), zoals weergegeven in onderstaande tabel.

	Spitsmijdingen per dag	Extra fiets km/ dag	Extra fiets km/ jaar*
Fiets	960	21.128	4.922.710
E-bike	739	16.254	3.787.161
totaal	1.699	37.381	8.709.872

Tabel 6 - Toename fietskilometers project Fietsimpuls per dag en per jaar bij een gemiddelde woon-werkafstand van 11 km [08].

* Op basis van 233 werkdagen per jaar

Dit komt neer op circa 1,3x extra de wereld rond fietsen per dag (figuur 5).



Figuur 5 - Fietsen rond de wereld (over land kilometers) conform de Guinness World Record Rules (bron: Wikipedia)

3.3.3. Bereikbaarheidseffecten: vermindering van het aantal voertuigverliesuren

Spitsmijdingen resulteren in een vermindering van autogebruik. Daarmee zorgt het project Fietsimpuls dus ook voor een reductie dan wel stagnering van congestie(groei) in de regio Zuid-Limburg. Conform de systematiek van Beter Benutten wordt dit bereikbaarheidseffect uitgedrukt in vermindering van het aantal voertuigverliesuren (VVU's), met als vuistregel dat iedere spitsmijding gelijk staat een besparing van 0,2 VVU's. Fietsimpuls zorgt daarmee voor een vermindering van **340 voertuigverliesuren** in de ochtendspits.

Nota bene: mogelijk is hier sprake van een onderschatting. Uit de meta-evaluatie van spitsmijdenprojecten in 2017, uitgevoerd door MuConsult, blijkt dat een gemiddelde besparing van 0,4 VVU per spitsmijding voor een project zoals Fietsimpuls gangbaarder is, aangezien Fietsimpuls een structurele gedragscampagne betreft [16].

3.3.4. Structurele gedragseffecten: oud-deelnemers fietsen vaker naar het werk

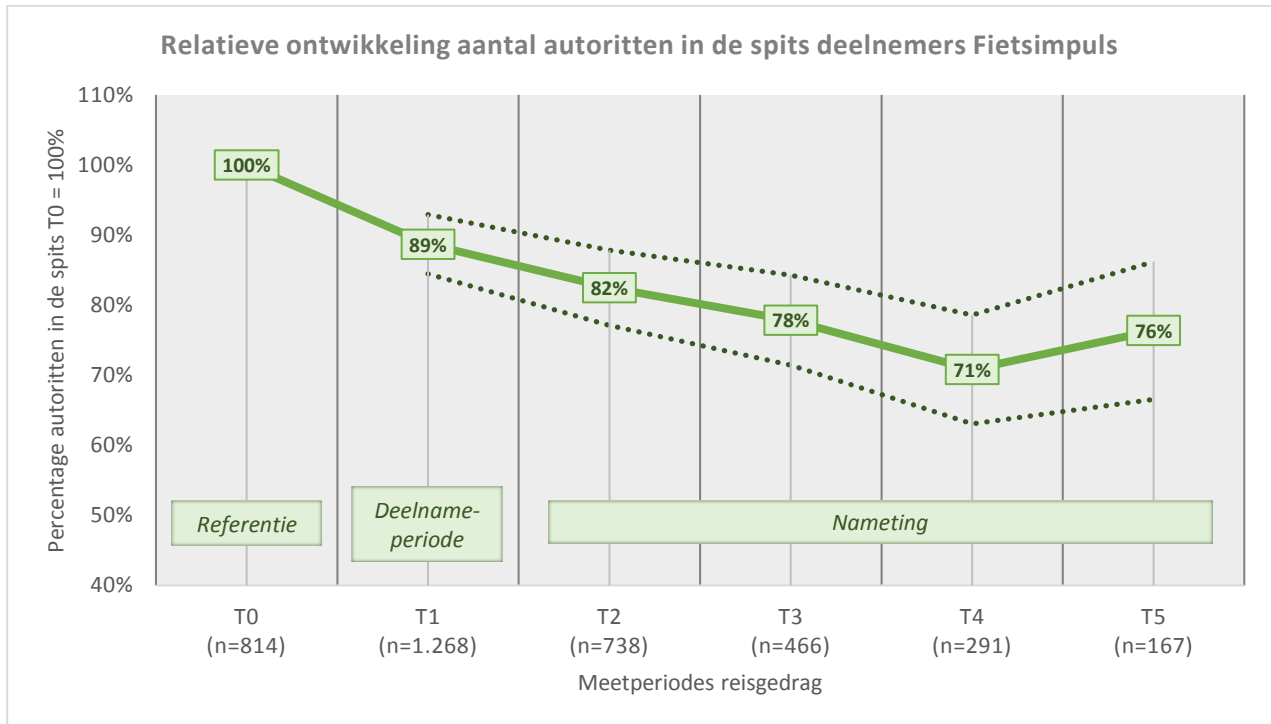
Door MuConsult is een diepgaande analyse uitgevoerd naar de lange termijn ontwikkeling van het reisgedrag van deelnemers aan het project Fietsimpuls zich. Houden ze het fietsen structureel vol en gaan werknemers op termijn vaker of juist minder vaak de fiets gebruiken? Deze analyse is uitgevoerd door gebruik te maken van de longitudinale opzet van de geclusterde effectmeting [08].

Door de gegevens van effectmetingen tussen 2013-2017 aan elkaar te koppelen is de ontwikkeling van het reisgedrag van werknemers in de tijd gemeten en is het effect van het project Fietsimpuls op **het aantal gemaakte autoritten in de spits** in kaart gebracht. Door dit effect te relateren aan de perioden *voor*, *tijdens* en *na* deelname is het structurele effect bepaald.

De uitkomsten hiervan zijn zichtbaar in figuur 6. Deze grafiek geeft de ontwikkeling weer van het aantal autoritten in de spits (afhankelijke variabele) van panelleden die hebben deelgenomen aan acties van het project Fietsimpuls, afgezet tegen de periode *voor* deelname (de referentiesituatie T0), *tijdens* deelname (deelnameperiode T1) en *na* deelname (nameting T2-5).

Het referentiepunt op T0 is het aantal autospitsritten dat *voor* deelname is gemeten. Dit referentiepunt is gelijkgesteld aan 100%. Tijdens de deelnameperiode (T1) daalt het aantal autospitsritten met 11% ten opzichte van het oorspronkelijke niveau. Dit betekent dat deelnemers tijdens deelname aan de acties minder autospitsritten zijn gaan maken in vergelijking met de voormeting en in plaats daarvan de fiets of e-bike zijn gaan gebruiken.

De dalende trend in het aantal autospitsritten zet in de nametingen (vanaf T2) verder door. In T2 daalt het aantal autospitsritten naar 82%, in T3 naar 78% en in T4 zelf tot 71%. Ten opzichte van de referentiesituatie neemt het aantal autospitritten dus af met **29%**. Dit rechtvaardigt de conclusie dat er een structurele gedragsverandering plaatsvindt. Er worden dus, na deelname aan een actie van Fietsimpuls, steeds meer spitsmijdingen gerealiseerd en steeds meer autokilometers vervangen door fietskilometers.



Figuur 6 - Relatieve ontwikkeling van het aantal autoritten in de spits van (oud) deelnemers aan acties Fietsimpuls op basis van longitudinale regressieanalyse uit de geclusterde effectmeting Maastricht Bereikbaar [08]. Waarin T0=100% (de referentieperiode), T1 = periode van deelname en T2-5 periodes na deelname (nameting). De stippellijn geeft de betrouwbaarheidsmarge weer.

Kanttekening

Ondanks de unieke longitudinale panelmethode, zijn er ook twee beperkingen die genoemd moeten worden voor een juiste interpretatie van voorgaande analyse:

- Bij de analyse van het reisgedrag van oud-deelnemers aan de acties van Fietsimpuls is alleen gekeken naar de ontwikkeling van het aantal autoritten. Logischerwijs is verondersteld dat deze deelnemers een afname van autoritten hebben gecompenseerd door vaker de fiets of e-bike te gebruiken, maar hierop is niet gecontroleerd.
- Er heeft geen correctie plaatsgevonden op mogelijke autonome ontwikkelingen (bijvoorbeeld veranderingen op persoonlijk gebied) die van invloed zijn op het reisgedrag. Echter, aangezien het om een panelanalyse gaat onder werknemers van convenantpartners, kan worden aangenomen dat deze groep redelijk stabiel is gebleven. Werknemers kunnen namelijk alleen deelnemen aan effectmeting als zij ook daadwerkelijk werken bij een convenantpartner in de regio. Daarnaast is het aantal respondenten relatief hoog, waardoor unieke veranderingen op persoonlijk gebied slechts in beperkte mate doorwerken op de totale groep.

3.4. Maatschappelijke Kosten Baten Analyse Fietsimpuls

Het project Fietsimpuls is tot slot onderworpen aan een Kosten Baten Analyse, uitgevoerd door economisch onderzoeksbureau Decisio. Een primeur in Nederland. Voor de eerste keer is een regionaal fietsstimuleringsproject (zonder infra) ex-post onderworpen aan de in december 2017 door het Ministerie van I&W vastgestelde state-of-the-art MKBA Fiets methode (figuur 7).

De MKBA is opgedeeld in een ex-post deel (2012-2017) en een ex-ante deel (2018-2027). Voor het ex-ante deel is uitgegaan van een geleidelijk toenemend terugvalpercentage van het behaalde effect tot maximaal 22% in 2027, zonder aanvullende investeringen ^[16].

De volgende type effecten zijn meegenomen in de MKBA:

- Investering van 3,5 miljoen euro in de periode 2012-2017 (zie tabel 3)
- Bereikbaarheidseffecten: de reductie van de congestie als gevolg van het feit dat werknemers vaker de fiets of e-bike gebruiken in plaats van de auto. Uitgedrukt in reductie voertuigverliesuren.
- Drie type gezondheidseffecten die optreden door toename van het aantal fietskilometers:
 - Vermindering ziekteverzuim: vaker fietsen maakt de kans op ziekte kleiner en zorgt voor een toenemende arbeidsproductiviteit en vermindering van ziektekosten voor de werkgever (extern effect).
 - Levensverwachting: de levensverwachting van fietsers neemt toe door minder ziektelasten (verhoogde kwaliteit van leven) en toenemende levensduur (intern effect).
 - Fitheid: mensen die vaker fietsen voelen zich mentaal en fysiek fitter. In tegenstelling tot de eerste twee gezondheidseffecten is dit effect nog niet kwantificeerbaar.
- Veiligheid: toenemend fietsgebruik heeft impact op verkeersveiligheid en vergroot in dit geval de ongevalskans per kilometer.
- Externe effecten: dit betreffen milieu- en geluidseffecten. Afname van het aantal autokilometers zorgt voor minder CO₂-emissie en minder geluidsoverlast.

De uitkomsten van de MKBA zijn weergegeven in tabel 7. Een gedetailleerde onderbouwing van de MKBA is terug te vinden in de notitie 'Maatschappelijk kosten en baten Fietsimpuls' van Decisio, april 2018 ^[10].

De belangrijkste uitkomsten en bevindingen zijn hieronder opgesomd:

- De MKBA resulteert in een positief saldo, ook wanneer alleen naar het ex- post deel van de MKBA wordt gekeken. Ex-post bedraagt het **positieve saldo 3,8 miljoen euro**. Met andere woorden: iedere euro die in het project Fietsimpuls is geïnvesteerd levert ex-post circa 2 euro op.
- De grootste baten worden behaald door positieve gezondheidseffecten. Hierbij passen twee kanttekeningen:
 - De bandbreedte ten aanzien van gezondheidseffecten is relatief groot. De positie op de bandbreedte is onder meer afhankelijk van de gezondheidsstatus van de doelgroep in de referentiesituatie. Hierover zijn geen concrete gegevens bekend. Op basis regionale- en projectspecifieke kenmerken is uiteindelijk uitgegaan van het midden van de bandbreedte ^[10].
 - De waarderingskengetallen gaan uit van gezondheidseffecten van het 'fietsen'. Er is nog weinig toepasbare en wetenschappelijke onderbouwing over de gezondheidseffecten van de 'e-bike' en



Figuur 7 - rapportage Waarderingskengetallen MKBA Fiets, Ministerie van I&W

hoe deze verschillen van de gewone fiets. Gezien het toenemende e-bikegebruik is aanvullend (landelijk) onderzoek wenselijk.

- Er worden relatief veel baten behaald door een betere doorstroming van het autoverkeer. Minder auto's op de weg leidt tot minder voertuigverliesuren en daarmee tot een positief effect op de bereikbaarheid.
- Naast de investeringskosten levert ook de verkeersveiligheid een negatief effect op. Dit komt omdat de gemiddelde verkeersveiligheid voor automobilisten hoger ligt dan voor fietsers. Een modal shift van auto naar fiets leidt dus tot een toename van het ongevalsrisico.
- De baten ten aanzien van luchtkwaliteit en geluidsreducties zijn relatief beperkt, omdat fietsstimulering vooral effect heeft op korte verplaatsingsafstanden.
- Op basis van cijfers over terugvalpercentages van het behaalde effect is eveneens een ex-ante inschatting gemaakt van de te verwachten kosten en baten in de periode van 2018 tot en met 2027. Zonder extra investeringen resulteert dit in een saldo van **plus 17,6 miljoen euro**.

	Ex-post 2012 - 2017	Ex-ante 2018 – 2027
Investering	-3,5	-
Bereikbaarheid (doorstroming autoverkeer)	3,0	7,4
Gezondheid	5,3	12,5
Fitheid	+ PM	+ PM
Verkeersveiligheid	-1,5	-3,7
Externe effecten	0,5	1,4
Saldo	3,8	17,6

Tabel 7 - Maatschappelijke kosten en baten Fietsimpuls (in miljoenen euro's netto contante waarde). Decisio, april 2018 [10]

Wat we leren van een MKBA Fietsstimulering?

- Vaker fietsen heeft een positief effect op de gezondheid. Zowel de fietsers zelf als de werkgevers zijn daarbij gebaat, wat zorgt voor een hoge maatschappelijk waardering.
- Weliswaar overstijgen deze gezondheidsbaten ruimschoots de toenemende ongevalsrisico's, doch zorgen ongevallen voor significant hoge kosten en hebben ze negatieve invloed op de fietsbeleving [20].
- Dit pleit voor een integrale aanpak van **meer fietsstimulering en meer fietsveiligheid**.
- Gezondheidseffecten worden sterk beïnvloed door de gezondheidstoestand van werknemers (of een andere doelgroep) in de referentiesituatie. Om de gezondheidseffecten betrouwbaar te kunnen inschatten dient daarom een goede nulmeting plaats te vinden.
- Waardering van gezondheidseffecten zijn dit moment gebaseerd op de fiets. De sterke groei van de e-bike pleit voor meer onderzoek naar de **gezondheidseffecten van het e-biken**.



De meest aansprekende successen van 6 jaar fietsstimulering

- Met het project Fietsimpuls zijn **1.699 structurele ochtendspits mijdingen** gerealiseerd. Dit is **128% van de oorspronkelijk doelstelling** van 1.325 spitsmijdingen.
- 43% van de mijdingen zijn toe te schrijven aan de e-bike, 57% aan de fiets.
- Gemiddeld mijden de deelnemers aan Fietsimpuls **1,1 dagen per week vaker de spits**. Dit is een gedragsreactie van bijna 25%.
- Het project Fietsimpuls draagt voor **meer dan 50%** bij aan het totale effect van de werkgeversaanpak van Maastricht Bereikbaar (3.200 spitsmijdingen).
- De effecten worden mede verklaard door het hoge aantal deelnemers aan de verschillende acties gericht op proberen, aanschaffen en belonen. **Daarbij valt op dat maar 1 op 10 deelnemers meedoet aan meerdere acties**. Dit duidt erop dat de verschillende acties, met ieder haar eigen beïnvloedingsmechanismen, vooral hebben bijgedragen aan een groot bereik en Maastricht Bereikbaar hiermee een brede en diffuse doelgroep werknemers heeft weten te beïnvloeden. Alle acties leveren daardoor afzonderlijk een directe bijdrage aan het succes van het project Fietsimpuls.
- Bijkomende toonaangevend effecten van het project Fietsimpuls zijn:
 - Een **verdrievoudiging van het e-bike gebruik** in woon-werkverkeer in Maastricht en omgeving op afstanden tot 15km.
 - **37.381 extra fietskilometers per dag** extra, oftewel 1,3x extra de wereld rond per dag.
 - De gemiddelde woon-werkafstand van overgestapte fietsers en e-bikers (die spitsmijdingen realiseren) **bedraagt 11 km**. Daarmee heeft het project Fietsimpuls een positief effect op de regionale bereikbaarheid.
 - Een vermindering van **340 voertuigverliesuren** in de ochtendspits
- De longitudinale effectmeting van Maastricht Bereikbaar toont aan dat het aantal autospitsritten bij (oud-)deelnemers aan de acties van Fietsimpuls in de loop van de tijd steeds verder afneemt (ook na deelname). Daarmee draagt Fietsimpuls dus bij aan een **structurele gedragsverandering**.
- Uit een kosten-batenanalyse blijkt dat het project Fietsimpuls ex-post in een **positief saldo oplevert van 3,8 miljoen euro**. Met andere woorden: iedere euro die in het project Fietsimpuls is geïnvesteerd leverde ex-post 2 euro op. Dit positieve saldo is met name toe te schrijven aan de enorme gezondheidseffecten. Zonder extra investeringen en rekening houdend met een terugval van het effect, worden de structurele effecten van Fietsimpuls over de komende 10 jaar per saldo gewaardeerd op **plus 17,6 miljoen euro in 2027**.



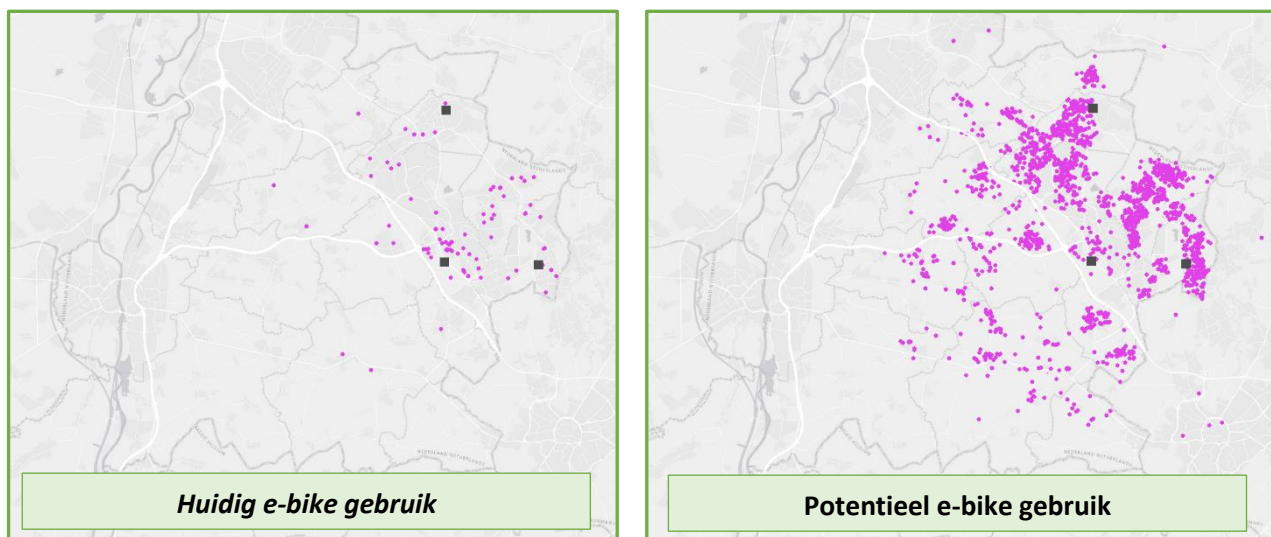
4. Highlights en resultaten van het uitvoeringsprogramma Fietsimpuls

In dit hoofdstuk zijn de highlights en belangrijkste resultaten beschreven van 6 jaar Fietsimpuls. We gaan dieper in op de belangrijkste activiteiten uit het uitvoeringsprogramma (zie paragraaf 2.6) en presenteren de uitkomsten en aanbevelingen die volgen uit onderzoek en specifieke evaluaties.

We beginnen in paragraaf 4.1 met een toelichting op de werkgeversaankpak, waarin we eveneens ingaan op de wervingscampagnes. In paragraaf 4.2 tot en met 4.4 behandelen we respectievelijk de opzet en highlights van de gedragsproposities 'Probeer een E-bike', aanschafimpuls en de beloningsprogramma's 'Burn Fat Not Fuel' en 'Zuid-Limburg in Beweging'. Paragraaf 4.5 geeft vervolgens meer inzicht in de benuttingsacties, waarbij de fietsacties rondom de afsluiting Noorderbrug in de zomer van 2017 apart zijn uitgelicht in paragraaf 4.6. In paragraaf 4.7 gaan we kort in op het belang van sociale beïnvloeding en ambassadeurs. Naast actieve stimulering, hebben we ook gekeken naar externe factoren die de fietsstimuleringsopgave beïnvloeden en mogelijk remmen. Denk bijvoorbeeld aan de kwaliteit van de infrastructuur en voorzieningen. De inzichten die dit heeft opgeleverd komen aan bod in paragraaf 4.8 (fietshinder tijdens werkzaamheden) en 4.9 (fysieke barrières). We eindigen het hoofdstuk (paragraaf 4.10) met de uitkomsten van twee onderzoeken die zijn uitgevoerd naar de positie en waardering van het fietsen in Zuid-Limburg en presenteren enkele bevindingen die bijdragen aan meer fietsbewustwording.

4.1. De werkgeversaankpak van Maastricht Bereikbaar

Voordat werkgevers gebruik konden maken van de proposities van Maastricht Bereikbaar werden zij door de mobiliteitsmakelaars onderworpen aan een mobiliteitsscan. Op basis van woon-werkafstanden (postcode analyse) en het huidige mobiliteitsgedrag werd met deze scan op eenvoudige, doch doeltreffende wijze, de potentie van slimme reis- en werkalternatieven in kaart gebracht. Figuur 8 geeft een voorbeeld van de scanuitkomsten voor een bedrijf uit Zuid-Limburg en toont de e-bike potentie op afstanden tot 15km.



Figuur 8 - Voorbeeld Output mobiliteitsscan met theoretisch potentieel e-bike bij een bedrijf in Zuid-Limburg

Op basis van de uitkomsten van de mobiliteitsscan maakten de mobiliteitsmakelaars met de betreffende werkgevers concrete afspraken over hun mobiliteitsambities en reële bijdrage aan de doelstelling van het programma Maastricht Bereikbaar. Deze afspraken werden vastgelegd in een prestatie gebonden uitvoeringsovereenkomst.

Vervolgens werden, in overleg met de betrokken projectleider, concrete werkafspraken gemaakt met de werkgevers over een gerichte inzet van de gedragsproposities en eventueel aanvullende activiteiten zoals

het verbeteren en verduurzamen van de arbeidsvoorwaarden. Deze afspraken werden jaarlijks geactualiseerd en verder aangescherpt.

Op deze manier zijn de proposities van Fietsimpuls bij circa **50 werkgevers** herhaaldelijk en gefaseerd uitgezet. Waar mogelijk ging dit gepaard met maatwerk en werd aansluiting gezocht bij bedrijfsinterne transitieprocessen naar een duurzamer en actiever/gezonder mobiliteitsklimaat. Onze mobiliteitsmakelaar zorgde voor actieve begeleiding en advisering bij dit soort processen, bijvoorbeeld over de mogelijkheden en implementatie van groene en fietsstimulerende arbeidsvoorwaarden zoals een fietskilometervergoeding of een goede fietsregeling. Koppeling tussen de gedragsproposities van Maastricht Bereikbaar en transitieprocessen bij werkgevers (vaak gezien als compelling moments) werkten effectverhogend.

De campagnes van Maastricht Bereikbaar zijn mee-ontwikkeld met dit soort transitieprocessen (figuur 9). Zo lag in de eerste fase van Beter Benutten de focus nog vooral op bereikbaarheid. In de tweede fase is, mede op basis van werkgeversmotieven en -behoeftes, de boodschap meer toegespitst op gezondheid.



Figuur 9 - Ontwikkeling werkgevercampagnes Maastricht Bereikbaar. 'Komop! reis slim' campagne in 2013-2014, naar de 'Elke beweging telt' campagne in 2016-2017.

Continueer de samenwerking met gecommitteerde werkgevers

De acties van Fietsimpuls zijn in de afgelopen 6 jaar bij circa 50 werkgevers weggezet.

Werkgevers die dit combineerden met een intern transitieproces naar een duurzamer en actiever mobiliteitsklimaat lijken hierbij beter te scoren.



Continueer daarom de werkgeversaanpak en leg daarbij nog meer nadruk op het stimuleren en begeleiden van **transitieprocessen** bij werkgevers naar een duurzaam mobiliteitsklimaat met focus op actieve en gezonde mobiliteit waaronder fiets, e-bike en lopen. Gebruik hierin de gedragspropositie en acties van Maastricht Bereikbaar als middel (en niet als doel op zich) om deze transitieprocessen op gang te helpen en uiteindelijk onder verantwoordelijkheid van de werkgevers structureel en op maat te continueren. **Hiervoor dient de samenwerking tussen de markt (aanbieders van proposities) en werkgevers stapsgewijs gestimuleerd te worden**

4.2. Probeer een E-bike

Doelstelling	Resultaat	
3.000 probeerweken	3.502 reserveringen, 4.113 weken gefietst*	✓
2.500 deelnemers	2.760 deelnemers	✓

Tabel 8 - Resultaten 'Probeer een E-bike' 2012-2017

* Bij een aantal werkgevers en tijdens benuttingsacties was het vaak mogelijk een e-bike voor meerdere weken te reserveren. Daarom ligt het aantal gefietste probeerweken hoger dan het aantal gemaakte reserveringen.

'Probeer een E-bike' was de langstlopende propositie van het project Fietsimpuls, waarmee Maastricht Bereikbaar werknemers stimuleerde om een gedragsverandering te overwegen door de attitude ten aanzien van de e-bike te beïnvloeden. De propositie heeft zich in 3 fases doorontwikkeld en wordt sinds 2015 weggezet onder de naam 'Ontdek de E-bike'. Op dat moment is eveneens een verbeterde integratieslag is gemaakt met de follow-up naar aanschaf. De propositie 'Ontdek de E-bike' loopt nog zeker door tot en met eind 2018.

De basisprincipes van 'Probeer een E-bike' zijn in 6 jaar tijd nauwelijks veranderd:

- Maastricht Bereikbaar beschikt over een poule van probeer e-bikes, die zij leaset bij een marktpartij inclusief bijkomende service- en transportkosten. Met 'Ontdek de E-bike' is daar in 2015 ook een website, reserveringssysteem en monitoringsysteem bijgekomen.
- De poule wordt in verschillende samenstellingen weggezet bij werkgevers voor een periode van 2 tot 3 maanden.
- Werknemers krijgen de mogelijkheid om 1 tot 2 weken gratis een e-bike uit te proberen en worden na afloop gevraagd naar hun ervaringen en intenties.
- De poule wordt ook ingezet voor benuttingsacties.
- De omvang van de poule varieerde van 20 tot 50 e-bikes. Eind 2017 bestond de poule uit 30 e-bikes uit verschillende prijssegmenten, 9 speed e-bikes en 1 cargobike (figuur 10).
- Aanvullend beschikt Maastricht Bereikbaar over een flexibel raamcontract waarmee zij eenvoudig tot 50 e-bikes extra kan bij huren voor kortlopende projecten.



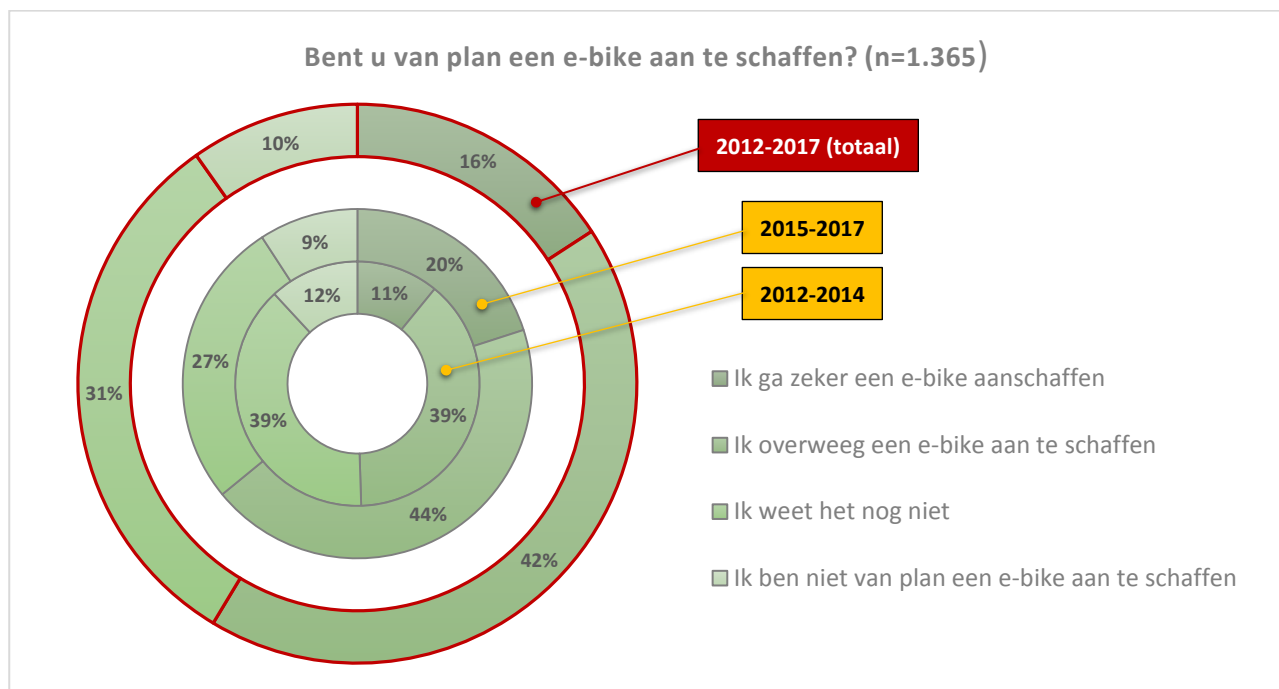
Figuur 10 - E-bike probeerpoule 2015-2017

In de periode 2012-2017 heeft Maastricht Bereikbaar bij 40 werkgevers probeeracties uitgevoerd. Bij werkgevers met een hoog fietspotentieel is de probeeractie zelfs meerdere malen uitgevoerd. In combinatie met de benuttingsacties hebben uiteindelijk 2.760 deelnemers een e-bike geprobeerd. Ruim **de helft** van deze deelnemers reisde voor de deelname hoofdzakelijk met de auto naar het werk en een kwart

ging al voornamelijk met de fiets³. Samen waren deze deelnemers goed voor meer dan 4.100 weken e-biken. Daarmee zijn de doelstellingen ruimschoots behaald, zoals zichtbaar in tabel 8. In de afgelopen zes jaar zijn er in totaal ruim 301.600 e-bike kilometers voor het woon-werkverkeer tijdens deelname aan de probeeractie gemaakt^[11]. Zo'n 25% van deze ritten zijn Maas-kruisend in Maastricht, waardoor de probeeractie in een belangrijke mate bijdraagt aan de doelstellingen van Maastricht Bereikbaar. Aangezien 50% van de deelnemers hiervoor de woon-werkritten primair met de auto maakte, zijn er tijdens de deelnameperiode bijna 180.000 autokilometers bespaard: een vermeden CO2-uitstoot van ruim 30.400 kg.

Uit de evaluatie blijkt dat er een positief significant verband bestaat tussen het aantal probeerweken bij convenantpartners en het aantal e-bike spitsmijdingen dat zij behalen ^[11]. Dit betekent dat bij de inzet van meer probeerweken, er ook meer deelnemers de structurele overstap maken van de auto naar de e-bike. Daarnaast bereikt de probeeractie meer resultaat indien de werkgever actief de actie binnen de organisatie promoot en/of fietsstimulerende veranderingen doorvoert in het mobiliteitsbeleid en arbeidsvoorwaarden.

De intentie tot aanschaf van een e-bike na afloop van de probeerweek onder deelnemers is gedurende het gehele project onverminderd hoog gebleven. **Driekwart** van de deelnemers geeft na afloop van de probeerweek aan dat zij de e-bike een geschikt vervoermiddel vinden voor het woon-werkverkeer. **58%** van deze groep heeft serieuze interesse in de aanschaf van een e-bike en geeft **aan zeker een e-bike aan te schaffen of dit te overwegen**. Bij de doelgroep automobilisten ligt dit percentage zelfs nog iets hoger op 62% (figuur 11). Daarbij valt het op dat de interesse in aanschaf in de tweede fase van Beter Benutten fors is toegenomen. Tussen 2012-2014 gaf 50% aan serieus geïnteresseerd te zijn. In de periode 2015-2017 bedroeg dit percentage 64%.



Figuur 11 - Mate waarin deelnemers na afloop van hun probeerweek de intentie hebben om een e-bike aan te schaffen ^[11].

Kortom, we kunnen concluderen dat 'Probeer een E-bike' werknemers op een laagdrempelige manier heeft aanzet tot het overwegen van een gedragsverandering en daarmee de attitude van de e-bike als alternatief voor de auto tot 15 a 20km positief heeft beïnvloed.

³ 'Probeer een E-bike' was aanvankelijk alleen bedoeld voor automobilisten. Op nadrukkelijk verzoek van de werkgevers is de acties al snel opengesteld voor een brede doelgroep. De werving en daarbij horende boodschap heeft zich echter altijd primair gericht op automobilisten.

Voor een uitgebreide verantwoording van ‘Probeer een E-bike’ wordt verwezen naar de eindevaluatie van ‘Probeer een E-bike’ [11].



Proberen = overtuigen, maar kan effectiever.

Het proberen van een e-bike overtuigt werknemers op laagdrempelige wijze van het gemak en de voordelen van het fietsen naar het werk en geeft daarmee de aanzet tot gedragsverandering. De huidige opzet van ‘Ontdek de E-bike’ kenmerkt zich echter ook door een traditioneel en relatief kostbaar lease- en servicecontract. Bij de opzet van een nieuwe probeerpropositie dient nadrukkelijk te worden gekeken naar nieuwe samenwerkingsvormen met de markt om de kosten van de probeerpropositie te drukken. Bijvoorbeeld door ruimte te creëren voor een verdienmodel in de follow-up naar de aanschaf.

4.3. Aanschaf

Doelstelling	Resultaat	
2.500 aangeschafte e-bikes	3.917 aangeschafte e-bikes en 942 fietsen	✓
Samenwerking met 20 rijwielhandelaren	39 rijwielhandelaren	✓

Tabel 9 - Resultaten aantal aangeschafte e-bikes en fietsen in de periode 2012-2017 onder invloed van Maastricht Bereikbaar

De stap van vaker willen fietsen naar vaker gaan fietsen is er één met drempels. Het potentieel van de e-bike was hoog, maar het benutten van dit potentieel bleek een uitdaging. “De hoge prijs” was een terugkerend thema tijdens focusgroepen en interviews met deelnemers. Daarnaast speelde ook het keuzeproces een rol: “hoe vind ik de e-bike die het beste bij mij past”. Prijs- en keuzestress bleken een remmende werking te hebben op de aanschaf en daarmee het effectueren van de gedragsverandering.

Monetaire aanschafsubsidies zijn door Maastricht Bereikbaar overwogen, maar beschouwd als risicovol en fraudegevoelig. Daarom is gekozen voor een strategie gericht op informeren en motiveren van deelnemers in de follow-up na het proberen van een e-bike of voorafgaand aan de deelname aan het beloningsprogramma. Daarnaast is intensief samengewerkt met rijwielhandelaren en zijn de werkgevers geadviseerd en begeleid bij de ontwikkeling en uitrol van goede fietsregelingen.

Kenmerken van onze aanschafpropositie:

- Samenwerking met de rijwielhandelaren uit de regio Zuid-Limburg met als basis een gezamenlijke kortingsactie. Deze kortingsactie bestond uit 7,5% tot 10% korting op de adviesprijs, gratis rijklaar maken, gratis eerste onderhoudsbeurt, korting op een verzekering en 50% korting op een extra kettingslot. De kortingsactie werd door Maastricht Bereikbaar actief gecommuniceerd met het beschikbaar stellen van een voucher. Enerzijds werd hiermee getracht de prijsdrempel te verlagen, anderzijds was de kortingsactie ook vooral bedoeld om de drempel naar de rijwielhandelaar te verlagen en het aankoopproces te stimuleren. De kortingsactie werd voor 100% gefinancierd door de rijwielhandelaar.
- We hebben de samenwerking met de rijwielhandelaren tijdens ‘Ontdek de E-bike’ (vanaf 2015) verder geïntensiveerd door het aanbieden van een afspraakmodule in combinatie met mogelijkheden om een e-bike ‘op maat’ te testen van en bij de rijwielhandelaar.
- Na afloop van een probeerweek en via de werkgeverskanalen werden deelnemers gericht geïnformeerd over de aanschafmogelijkheden.
- Waar mogelijk werd hierin ook de koppeling gelegd met beschikbare fietsregelingen bij de werkgevers. Daarnaast werden werkgevers door onze mobiliteitsmakelaar gericht gestimuleerd om nieuwe drempelverlagende fietsregelingen te ontwikkelen, zoals het aanbieden van een renteloze voorfinanciering.

- Er is een koppeling gelegd met het beloningsprogramma, waarmee deelnemers door te gaan fietsen of e-biken naar het werk de aanschafinvestering gedeeltelijk konden terugverdienen.
- In 2017 hebben we samen met het Ministerie van I&W succesvol geëxperimenteerd met de inzet van een e-bike keuzetool om werknemers na afloop van hun probeerweek op weg te helpen in het aanschafproces.

Minder keuzestress bevordert het aanschafproces

In samenwerking met het Ministerie van I&W en onderzoeksbureau D&B heeft Maastricht Bereikbaar in 2017 geëxperimenteerd met de inzet van een e-bikekeuzetool [12]. Na afloop van de probeerweek kregen deelnemers de mogelijkheid om online een keuzehulp



(<https://keuzehulp.ontdekdeebike.nl>) in te vullen op basis waarvan zij een persoonlijk advies kregen. Dit advies moest de keuze voor een e-bike makkelijker maken en daarmee de drempel tot aanschaf en gebruik van de e-bike verlagen.

Uit het experiment blijkt dat de deelnemers die de keuzetool invullen vaker een e-bike aanschaffen na afloop van de probeerweek en bovendien zekerder zijn over hun aanschaf (er is minder twijfel en 'keuzestress'). Bovendien wordt de e-bike ook frequenter gebruikt. Dit pleit voor een bredere inzet en actief stimuleren van het gebruik van de keuzetool in bijvoorbeeld een follow-up na een probeeractie.



In het aanschafproces hebben we uiteindelijk een samenwerking opgebouwd met 39 rijwielhandelaren uit Zuid-Limburg. 19 meer dan de oorspronkelijke doelstelling. Grondslag voor deze samenwerking vormde de eerdergenoemde kortingsactie.

De kortingsacties is gemonitord met een vouchermodule. Werknemers konden via www.ontdekdeebike.nl een kortingsvoucher aanvragen die zij konden inleveren bij deelnemende rijwielhandelaren. Iedere ingeleverde voucher diende door de rijwielhandelaar online te worden geregistreerd ('verzilverd'). De kortingsactie bleek op zichzelf weinig succesvol. Onderstaande tabel laat zien dat er van de 800 aangevraagde vouchers slechts 185 (22%) zijn verzilverd [09].

	Aangevraagd	Verzilverd (rijwielhandel)
Oud deelnemers Ontdek de E-bike (proberen)	401	43 (11%)
Niet deelnemers	436	142 (33%)
Totaal	837	185 (22%)

Tabel 10 - Aantal aangevraagde en verzilverde kortingsvouchers Maastricht Bereikbaar door werknemer aan 'Ontdek de E-bike' (proberen) en werknemers die geen e-bike hebben geprobeerd (maar wel een voucher hebben aangevraagd) [09].

In de loop van het project werd echter ook duidelijk dat de kortingsactie geen primaire rol speelde in het aanschafproces. Uit interviews met oud-deelnemers bleek dat veelal gebruik werd gemaakt van andere en betere korting- en voordeelregelingen. Regelingen die niet mochten en konden worden gecombineerd met de kortingsactie van Maastricht Bereikbaar (stapelen van kortingen was niet toegestaan). Dit waren bijvoorbeeld betere kortingen en aanbiedingen van de rijwielhandelaren zelf, maar ook voordeelregelingen van instanties zoals Nationale Fietsprojecten of de werkgever. Daarnaast ontbrak de discipline bij veel rijwielhandelaren om ingeleverde vouchers te registreren. De rijwielhandelaren onderschreven deze bevinding in een eindevaluatie uitgevoerd in december 2017 [09]. Tegelijkertijd gaven ze ook aan dat het belang van de kortingsactie niet moet worden onderschat: "De kortingsvoucher zorgt voor aanloop van potentiële klanten naar de winkel".

Omdat de kortingsvoucher geen goede en betrouwbare maatstaf bleek te zijn voor het aanschafvolume van fietsen en e-bikes, is er aan het einde van het project Fietsimpuls een separaat onderzoek uitgevoerd naar de effecten van het project Fietsimpuls op de aanschaf en het gebruik van e-bikes en fietsen in het woon-

werkverkeer. Dit onderzoek is uitgezet onder een breed panel van werknemers (het Maastricht Bereikbaar panel) en oud-deelnemers aan de acties van Fietsimpuls. Daarmee was het onderzoek, na weging, representatief voor de totale populatie werknemers in Zuid-Limburg.

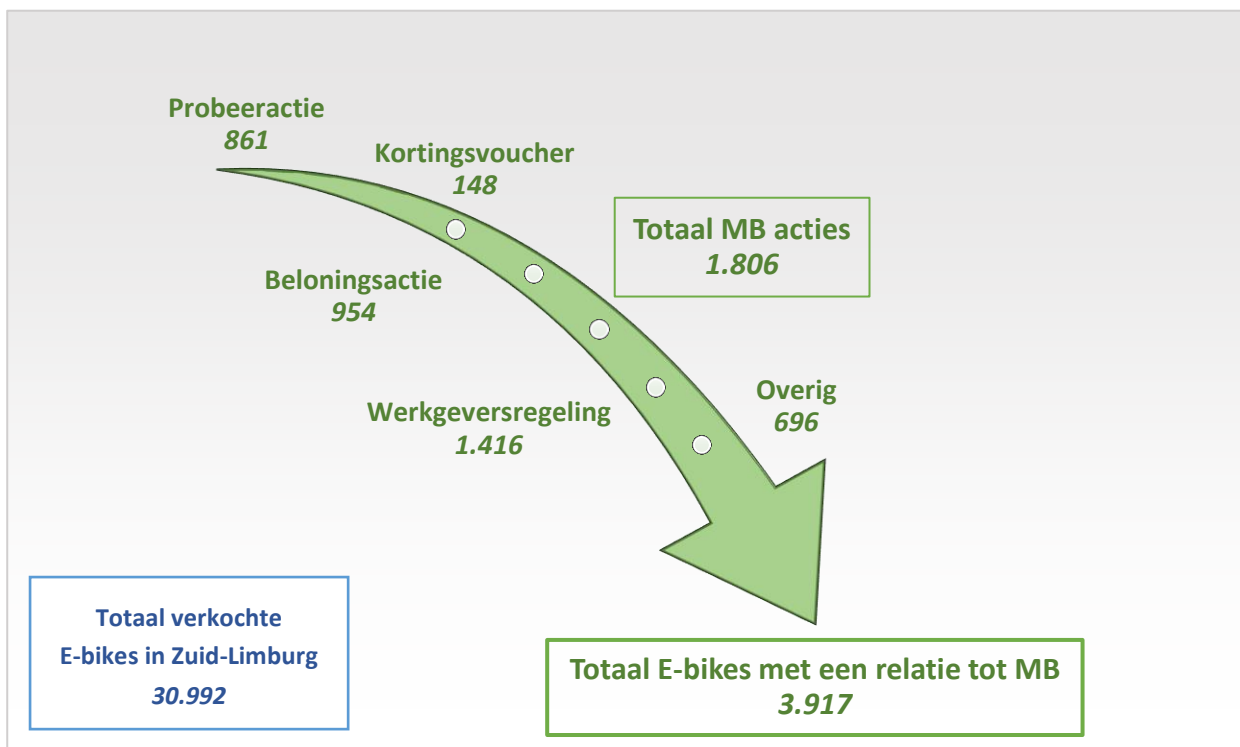
Het onderzoek, uitgevoerd in samenwerking met MuConsult, richtte zich primair op de e-bike en ging naast het aanschafvolume nadrukkelijk in op de factoren die van invloed zijn geweest op het aanschafproces van werknemers en de mate waarin de aanschaf een gedragsverandering teweeg heeft gebracht. Er is ook gekeken naar de kenmerken van de groep werknemers die (nog) geen e-bike hebben aangeschaft en al dan niet een intentie hebben om dit op termijn alsnog te gaan doen. Daarmee kon Maastricht Bereikbaar met dit onderzoek een gedetailleerd beeld vormen van het nog aanwezige e-bike potentieel.

De belangrijkste resultaten en conclusies van het onderzoek zijn hieronder toelicht en afkomstig uit het onderzoeksrapport 'Aanschaf en aanschafpotentieel van E-bikes voor het woon-werk verkeer in Zuid-Limburg' [09].

4.3.1. Aantal verkochte e-bikes in Zuid-Limburg voor woon-werkverkeer

In de periode 2012-2017 zijn er in totaal 31.000 e-bikes verkocht voor het woon-werkverkeer. Ruim **3.900** van deze verkochte e-bikes zijn toe te schrijven aan inspanningen van Maastricht Bereikbaar en 1.800 direct aan een actie van het project Fietsimpuls (figuur 12).

In paragraaf 3.2 was al aangegeven dat slechts 1 op 10 deelnemers acties van het project Fietsimpuls combineert. De aantallen in figuur 12 zijn hierop gecorrigeerd. Daarmee laat dit figuur ook goed zien dat zowel de probeerpropositie als beloningsproposities beide afzonderlijk een groot effect hebben op de gedragsverandering (het aanschaffen van een e-bike).



Figuur 12 - Aantal verkochte e-bikes 2012-2017 in Zuid-Limburg [09]

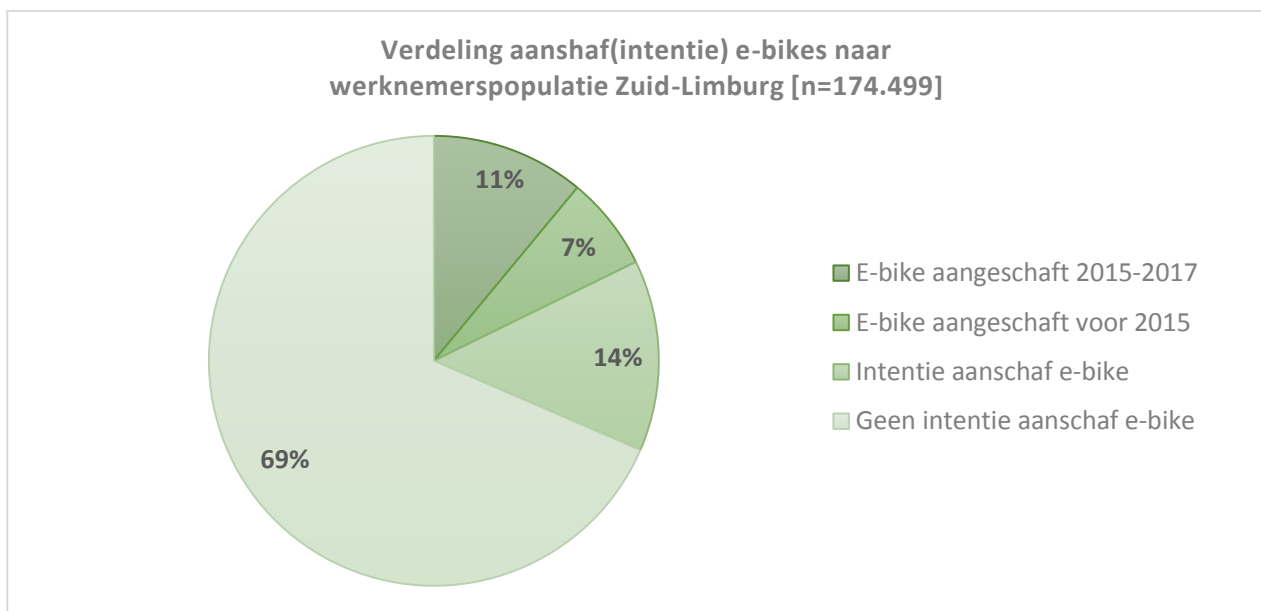
In figuur 12 is eveneens zichtbaar dat naast de acties van het project Fietsimpuls, ook werkgeversregelingen een belangrijke bijdrage hebben geleverd aan de aanschaf. Uit het onderzoek blijkt dat 61% van de werknemers bij aanschaf gebruik maakte van een kortings- of voordeelregeling. Hierbij blijkt een

werkgeversregeling het vaakst te worden genoemd, gevolgd door een (betere) kortingsactie bij de rijwielhandelaar.

Ondanks het forse gebruik van korting- en voordeelregelingen bij aanschaf, geeft **driekwart** de werknemers aan dat kwaliteit doorslaggevend is geweest bij de aanschaf van een e-bike. 85% van de e-bikes is aangeschaft bij de rijwielhandelaar en de gemiddelde aanschafprijs bedraagt €2.150,-

4.3.2. Aanschaf(potentie) e-bikes in Zuid-Limburg en gebruik

In figuur 13 is weergegeven hoe de aanschaf(intentie) van e-bikes zich verhoudt tot de totale werkende populatie van Zuid-Limburg (circa 175.000 werknemers).



Figuur 13 - Verdeling aanschaf(intentie) e-bikes [09]

Uit deze figuur blijkt dat 18% van de werknemers in Zuid-Limburg in de periode 2012-2017 een e-bike heeft aangeschaft voor het woon-werkverkeer. De gemiddelde woon-werkafstand van de werknemers blijkt in de loop van het project Fietsimpuls te zijn gestegen. Werknemers die hun e-bike vóór 2015 aanschafte, woonden gemiddeld op 10,0 km van het werk. Bij werknemers die tussen 2015-2017 overgingen tot aanschaf lag de woon-werkafstand op gemiddeld 11,3 km.

Werknemers gebruiken de e-bike vervolgens **voor ruim de helft van de woon-werk ritten**. Hierdoor daalt het aandeel woon-werkritten met de auto van 34% naar 19%.

Naast de 'aanschaf-groep' geeft 14% van de werknemers aan een **intentie** te hebben om een e-bike aan te schaffen, maar dit nog niet te hebben gedaan. De gemiddelde woon-werkafstand van deze 'intentie-groep' ligt met 15km opvallend hoger van de 'aanschaf-groep'. Deze doelgroep representeert bijna 24.000 werknemers, waarvan ruim 5.700 werknemers tenminste 1x per week met de auto naar het werk gaat en op minder van 15km van het werk woont.

Ervan uitgaande dat met deze doelgroep tenminste eenzelfde conversie kan worden behaald als met de deelnemers aan het project Fietsimpuls in de periode 2012-2017 (23%, zie waterval tabel 4), levert dit een minimale grijpbare potentie op **1.300 spitsmijdingen** (figuur 14).



Figuur 14 - Uitwerking e-bike potentieel werknemers Zuid-Limburg die intentie hebben om een e-bike aan te schaffen. [09]

Tot slot is er ook nog gekeken naar de groep werknemers die geen intentie hebben om een e-bike aan te schaffen (69% van werknemers in Zuid-Limburg). 64% van deze groep blijkt binnen 15km van het werk te wonen en 2/3 geeft aan niet of weinig bekend te zijn met de e-bike. Hier lijkt dus een enorm verborgen potentieel te liggen (“onbekend maakt onbemind”) voor continuering van de fietsstimuleringsopgave, die zich in eerste instantie zou moeten richten op attitudeverandering.

Werknemers die een e-bike aanschaffen gaan deze vervolgens gemiddeld voor meer dan 50% van hun woon-werkritten gebruiken.



De aanschaf van een fiets of e-bike is dus een belangrijke sleutel in het stimuleren van het gewenste gedrag. Uit onderzoek [09] blijkt echter dat we juist in deze fase van de gedragsverandering veel potentieel laten liggen door drempels die werknemers bij de aanschaf ervaren. Dit leidt, ondanks de initiële positieve intentie, tot uitstel en mogelijk zelfs afstel van de gedragsverandering. De werkelijke uitdaging ligt dan ook op het verkleinen van de kloof tussen (koop)intentie en (koop)gedrag.

Verklarende factoren bij aanschaf(intentie)

In het onderzoek is eveneens ingegaan op het totale aanschafproces en de factoren die daarin een rol spelen. Gemiddeld genomen neemt het besluitvormingsproces van overwegen naar daadwerkelijke aanschaf 5,4 maanden in beslag. Bij de ‘intentie-groep’ is dat maar liefst 13,1 maanden (and still counting). Door in te zoomen op ontwikkelingen die een rol spelen in het besluitvormingsproces is een verklaring gezocht voor dit verschil. Interessante bevindingen:

- De intentie-groep is met name gaan nadenken over de aanschaf van een e-bike door deelname aan de acties van Fietsimpuls. Deze acties zijn dus belangrijk bij het overwegen van een gedragsverandering, maar niet altijd doorslaggevend.
- Bij de aanschaf-groep blijken de vervanging van een oude fiets en een verslechtering van de gezondheid de twee belangrijkste ontwikkelingen te zijn in het besluitvormingsproces voor aanschaf. Deze ontwikkelingen komen ook voor bij de intentie-groep, maar het belang dat eraan wordt gehecht is minder groot. De aanschaf-groep lijkt daarmee meer intrinsiek gemotiveerd te zijn.
- Een laatste opvallend verschil is de invloed van werkgeversregelingen. Bij beide groepen spelen push-regelingen een rol in het aanschafproces (bijvoorbeeld een stringenter parkeerregime). Alleen bij de aanschaf-groep is er echter ook een duidelijke en grotere invloed zichtbaar van pull-regelingen (fietsstimuleringsregelingen, zoals een aanschafregeling of fietskilometer vergoeding). Dergelijke pull-regelingen blijken in het aanschafproces van de intentie-groep te ontbreken.

De intentie-groep is ook gevraagd naar de ontwikkelingen die ze zelf denken nodig te hebben om de intentie om te zetten in een daadwerkelijke aanschaf. Naast een goede aanbieding van de rijwielhandelaar (56%), zegt 37% te wachten op een betere fietsregeling van de werkgever en heeft 24% behoefte aan meer informatie. Opvallend is dat 15% van deze doelgroep ook wacht op ‘betere fietsinfrastructuur’, waarmee ook externe factoren een rol lijken te spelen.

Potentie gewone fiets

Hoewel het onderzoek zich primair heeft gericht op de (potentie van de) e-bike, levert het ook een aantal waardevolle inzichten op over de gewone fiets.

- Van de groep werknemers die heeft aangegeven geen intentie te hebben om een e-bike aan te schaffen heeft een klein percentage (2%) in het verleden wel deelgenomen aan de acties van Fietsimpuls. 40% van deze groep is uiteindelijk alsnog andere reisgedrag gaan vertonen. Zo blijkt deze groep goed te zijn voor de aanschaf van **940 nieuwe gewone fietsen** en zijn ruim 1.600 werknemers vaker de gewone fiets gaan gebruiken naar het werk.
- Uit de geclusterde effectmeting bleek al dat naast daling van het aandeel autogebruik in het woon-werkverkeer op korte afstanden, er ook sprake is van een substitutie-effect van fiets naar e-bike (paragraaf 3.3). Dit onderzoek bevestigt dat beeld. Zo zien we bij de werknemers die een e-bike hebben aanschaf niet alleen een daling van het aandeel woon-werkritten met de auto, maar ook van het aandeel fietsritten van 39% voor aanschaf naar 11% na aanschaf.
- Tegelijkertijd is er ook een **potentieel waarneembaar voor de gewone fiets**. Van de werknemers in de intentie-groep en de groep die (nog) geen intentie heeft om een e-bike aan te schaffen, blijkt respectievelijk 37% en 49% op minder dan 7,5 km van het werk wonen.

Verlies de gewone fiets niet uit het oog.

Uit zowel de geclusterde effectmeting ^[08] als het onderzoek naar de aanschaf en aanschafpotentie van e-bikes ^[09] blijkt dat met het Project Fietsimpuls een enorme impuls is gegeven aan het e-bike gebruik in het woon-werkverkeer op regionale schaal. Uit een nadere analyses van de doelgroep werknemers in Zuid-Limburg blijkt dat er ook op de korte afstanden, tot 7,5 km nog veel overstappotentieel is. Een afstand die, zeker binnenstedelijk, interessant is voor de gewone fiets. In de afgelopen jaren is er relatief weinig aandacht geschonken aan het stimuleren van het gebruik en overstap naar de gewone fiets. Gezien de potentie lijkt een scopeverbreding kansrijk.



4.4. Belonen

Doelstelling	Resultaat	
3.000 deelnemers	3.465 deelnemers	✓

Tabel 11 - Aantal deelnemers beloningsprogramma 2012-2017 Maastricht-Bereikbaar

In 2013 is Maastricht Bereikbaar als één van de eerste regio's in Nederland gestart met het belonen van fietsritten op basis van ritregistratie met GPS. Na een kortlopende pilot is in 2014-2015 een innovatief partnership aangegaan met e-CarConnect voor een duurzame ontwikkeling van het product 'Burn Fat Not Fuel'. Dit product bestond uit een gps-logger, ritadministratiesysteem en feedbackapplicatie, waarmee het mogelijk was om deelnemers op betrouwbare en doelgerichte wijze beloningen te verstrekken in een werkgeversgebonden setting (figuur 15).

'Burn Fat Not Fuel' is ingezet bij verschillende langlopende en kortlopende beloningsacties van het Project Fietsimpuls:

- Fietschallenge | 2013-2015: Werknemers van convenantpartners die overstapten van de auto naar de fiets ontvingen gedurende een jaar 10ct per gefietste woon-werkkilometer, met een maximum van €50,- per kwartaal en €200,- per jaar.
- E-bike challenge | 2013-2015: Werknemers van convenantpartners die overstapten van de auto naar de e-bike ontvingen gedurende een jaar 10ct per gefietste woon-werkkilometer, met een maximum van €100,- per kwartaal en €400,- per jaar.

- Dagbeloning fiets en e-bike | 2015-2016: Werknemers die overstapten van de auto naar de fiets of e-bike ontvingen gedurende een jaar een beloning per dag dat zij naar het werk fietsten van 2 euro, 3 euro of 4 euro afhankelijk van de woon-werkafstand met een maximum van 500 euro.
- Diverse kortlopende teamchallenges waarin werknemers van convenantpartners in teams konden sparen voor een goed doel of teamuitje.



Figuur 15 – Werking ‘Burn Fat Not Fuel’ 2012-2016. (1) Met een gps-logger op de fiets werden ritten geregistreerd. (2) Deze ritten werden uitgelezen door een receiver in de stalling bij de werkgever. (3) Deelnemer ontving feedback over de ritten via een applicatie en (4) een online dashboard waarin eveneens de rit- en beloningenadministratie werd bijgehouden.

In 2016 is de scope van het beloningsprogramma herzien en is het complete beloningsprogramma opnieuw aanbesteed op basis van het IMMA-raamwerk (zie kader). Naast fiets, zijn de modaliteiten OV en parkeren op afstand toegevoegd. Ook zijn er prestatiegebonden eisen opgenomen voor de dienstverlener over het realiseren van spitsmijdingen op de Maasbruggen in Maastricht vanwege de omvangrijke en zeer hinderlijke werkzaamheden in 2017.



De Integrale Mobiliteitsmanagement Architectuur (IMMA) is het raamwerk voor het nulmeten, werven, volgen en belonen van (potentiële) deelnemers bij de uitvoering van spitsmijdenprojecten, gedragsbeïnvloedingsprojecten (bijvoorbeeld fietsstimulering) en verkeerskundig onderzoek. IMMA draagt zorg voor een uniforme, efficiënte en verificerbare uitvoering van deze projecten met expliciet aandacht voor privacy en beveiliging.

Hoewel met deze aanbesteding de propositie ‘Burn Fat Not Fuel’ binnen Maastricht Bereikbaar niet werd gecontinueerd, is het wel vermeldenswaardig dat ‘Burn Fat Not Fuel’ zich uiteindelijk heeft doorontwikkeld tot een marktgedragen en duurzaam product van e-CarConnect met een IMMA-kwalificatie. Daarmee is het doel van het innovatieve partnership, een duurzame productontwikkeling, behaald. Voor meer informatie zie <https://goodmoovs.net/>.

De IMMA-aanbesteding heeft geresulteerd in de nieuwe propositie ‘Zuid-Limburg in Beweging’, ontwikkeld door Innovactory, waarmee deelnemers konden sparen voor credits. Iedere autorit die werd vervangen door een fietsrit, ov-rit of parkeren of afstand werd beloond met circa 100 credits. Credits konden via een webshop door de deelnemer worden verzilverd voor een goed doel, directe uitbetaling of een product. 100 credits vertegenwoordigde een waarde van circa €1,-. De maximaal haalbare creditwaarde was €240,-. Met slecht weer of kortlopende teamchallenges konden deelnemers extra credits verdienen.

4.4.1. Deelnemers en beloningen

In totaal hebben de beloningsprogramma’s een kleine 3.500 deelnemers opgeleverd (dit is exclusief de kortlopende beloningsproposities). Daarmee is de doelstelling van minimaal 3.000 deelnemers ruimschoots behaald. In onderstaande tabel (tabel 12) zijn de belangrijkste resultaten weergegeven, uitgesplitst naar de verschillende proposities.

Propositie	Aantal deelnemers	Actieve fietsers	Aantal ww-dagen met fiets	Toegekende beloning
BurnFatNotFuel - 10oct beloning	485	485	46.972	€ 74.900,00
BurnFatNotFuel - dagbeloning*	99	99	3.155	€ 7.900,00
Zuid-Limburg in Beweging (t/m 31-12-2017)	2.957	2.196	138.267	€ 104.400,-
Totaal	3.465*	2.780	188.394	€ 187.200,00

Tabel 12 - Resultaten langlopende fietsbeloningsproposities Maastricht Bereikbaar: 'Burn Fat Not Fuel' 10oct beloning (2013-2015), 'Burn Fat Not Fuel' dagbeloning (2015-2016) en 'Zuid-Limburg in Beweging' (t/m 31-12-2017).

Aantal deelnemers = het aantal geregistreerde deelnemers

Actieve fietsers = het aantal deelnemers dat tenminste 1x het gewenste gedrag heeft vertoond (fietsen naar het werk)

Aantal ww-dagen met de fiets = som van aantal dagen dat deelnemers op de fiets naar het werk zijn gegaan (gewenste gedrag)

Toegekende beloning = som van de materiële beloning die is toegekend

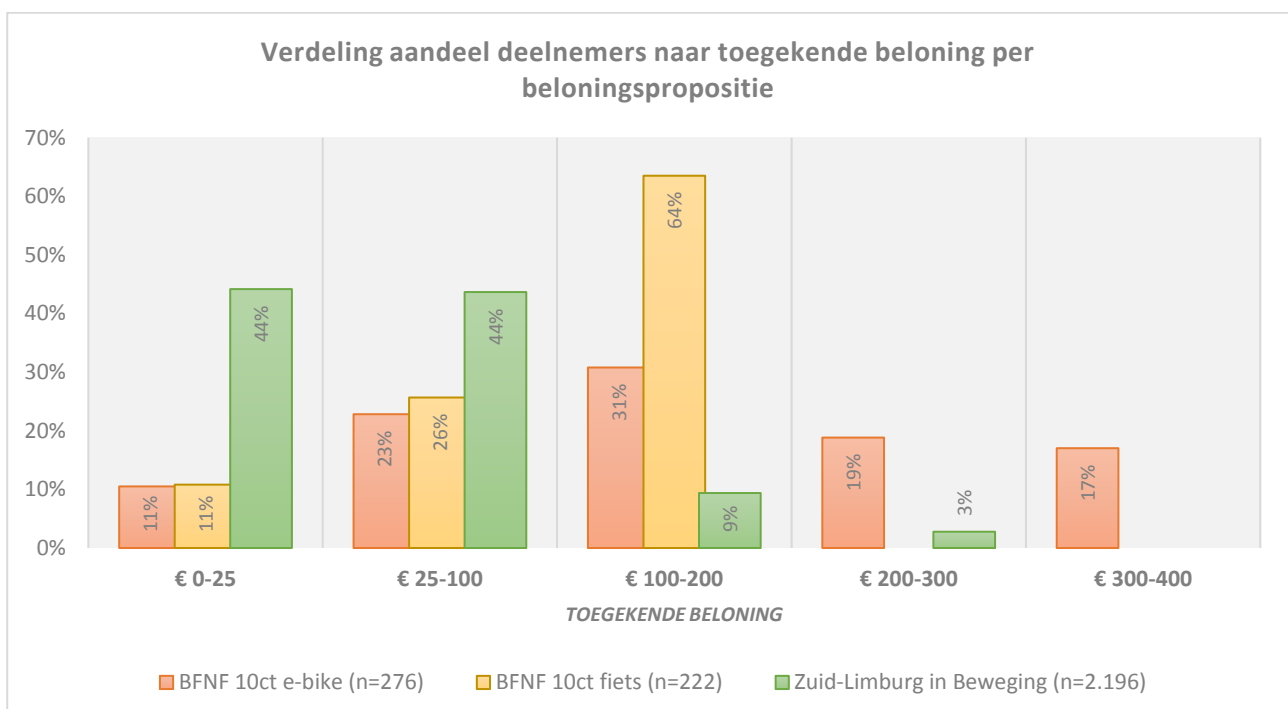
Bron: rit- en beloningsadministratie 'Burn Fat Not Fuel' en 'Zuid-Limburg in Beweging' (PowerBI).

* Dit betrof een overbruggingsperiode van circa 6 maanden. 76 deelnemers hebben hun deelname gecontinueerd bij 'Zuid-Limburg in Beweging'. Dit aantal is gecorrigeerd op het totaal.

N.B. Aan deze tabel kunnen geen rechten worden ontleend.

Ondanks het feit dat "Zuid-Limburg" in Beweging een multimodaal beloningsprogramma was (naast fiets, ook ov en parkeren of afstand), is 98% van de toegekende beloningen toe te schrijven aan woon-werkverplaatsing met de fiets. De gemiddelde beloning per actief fietsende deelnemer bedroeg €48,-. Bij 'Burn Fat Not Fuel' (10oct beloning) was dit €154,-.

Dit verschil wordt deels verklaard door onderstaande grafiek, die de verdeling van deelnemers aan 'Burn Fat Not Fuel' en 'Zuid-Limburg in Beweging' laat zien naar hoogte van de toegekende beloning. Opvallend is dat bijna de helft van de fietsende deelnemers aan 'Zuid-Limburg in Beweging' minder dan €25,- aan credits bijeen geeft gespaard. Bij 'Burn Fat Not Fuel' ontvingen juist 2/3 van de deelnemers €100,- of meer. Aanwijsbare redenen hiervoor zijn de lagere activiteitsfrequentie van deelnemers, strengere eisen voor toekenning van de beloning en het feit dat ook bestaande fietsers konden deelnemen aan 'Zuid-Limburg in Beweging'. Bestaande fietsers hadden overigens slechts recht op een beperkte beloning met een maximale waarde van €75,-.



Figuur 16 - Verdeling fietsende deelnemers 'Burn Fat Not Fuel' en 'Zuid-Limburg in Beweging' naar hoogte van de toegekende beloning. Bron: rit- en beloningsadministratie 'Burn Fat Not Fuel' en 'Zuid-Limburg in Beweging' (PowerBI)

4.4.2. Effecten van fietsbelonen

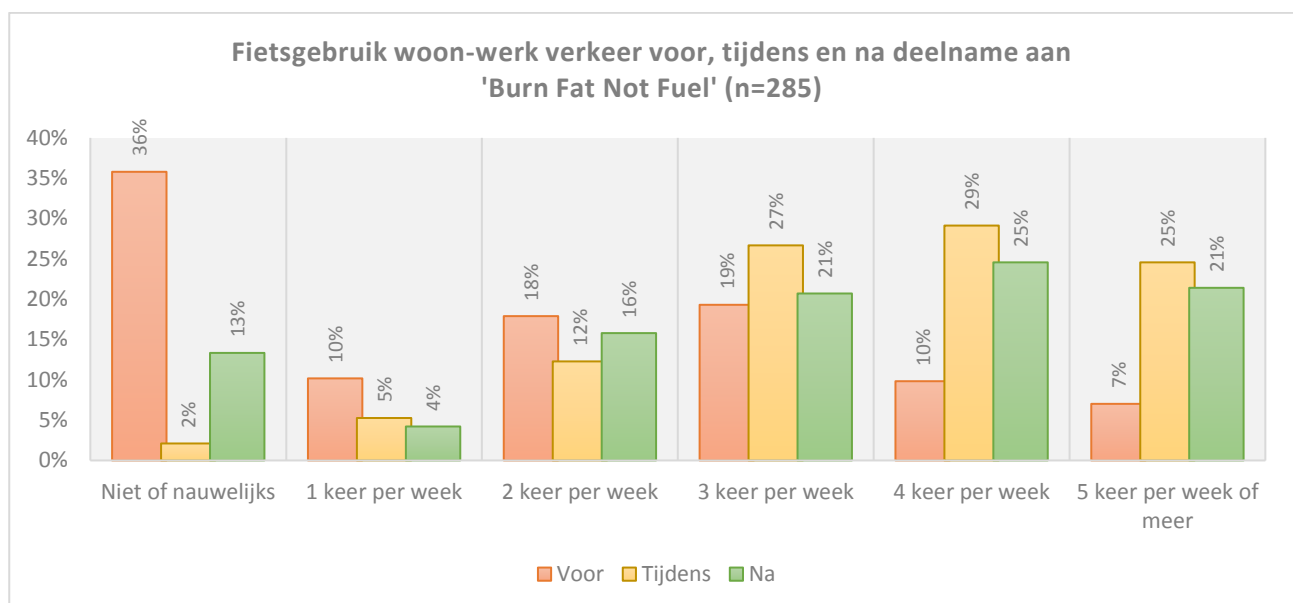
Er is op verschillende manieren onderzoek gedaan naar de gedragseffecten van de beloningsproposities van het Project Fietsimpuls. Eind 2014 is in samenwerking met andere Beter Benutten regio's door D&B onderzoek gedaan naar de tussentijdse effecten en kenmerken van fietsbeloningsprogramma's [13] en in februari 2016 heeft Maastricht Bereikbaar een eigen meting uitgevoerd onder oud-deelnemers aan 'Burn Fat Not Fuel' [14]. Tot slot is het beloningsprogramma ook als variabele meegenomen in het onderzoek van MuConsult naar de aanschaf en aanschafpotentie van e-bikes [09]. De belangrijkste bevindingen zijn hieronder opgesomd.

N.B. 'Zuid-Limburg in Beweging' is bij het schrijven van deze evaluatie nog in uitvoering en eindigt in de zomer 2018. De evaluatie van dit beloningsprogramma maakt daarom geen onderdeel uit van dit rapport.

Gedragseffecten 'Burn Fat Not Fuel'

Oud deelnemers aan 'Burn Fat Not Fuel' zijn in 2016 retrospectief gevraagd naar hun gedragsverandering tijdens en na deelname aan 'Burn Fat Not Fuel' [14] (figuur 17):

- Vóór deelname ging 36% van de deelnemers 3 keer of vaker per week met de fiets naar het werk. Tijdens deelname nam dit toe tot 81%. Het percentage deelnemers dat niet nauwelijks met de fiets naar het werk ging daalde van 36% voor deelname naar 2% tijdens deelname.
- Gedurende de looptijd van deelname zegt 26% van de deelnemers dat het fietsgebruik geleidelijk is toegenomen. Bij 50% van de deelnemers blijft het constant. Vooral 'gewoonte' (prettig en leuk) wordt hierbij genoemd als belangrijkste motivatie.
- Na afloop van deelname blijft 60% van de deelnemers het fietsen volhouden met dezelfde frequentie als tijdens deelname. Een klein deel van de deelnemers valt terug in het oude gedrag en kiest toch weer voor de auto. Voor 2/3 van de deelnemers is fiets en e-bike na deelname het hoofdvervoermiddel in het woon-werkverkeer.
- Op basis van deze meting is berekend dat oud-deelnemers aan 'Burn Fat Not Fuel' structureel 1,4 dagen per week vaker op de fiets naar het werk gaan in vergelijking met het reisgedrag voor deelname. Bij de e-bikegebruikers is dit bijna 2 dagen extra. Daarmee lijkt het beloningsprogramma een versterkend effect te hebben op de gedragsreactie van deelnemers. Zie ook paragraaf 3.3.4.
- Het overgrote merendeel van de deelnemers gaf aan dat belonen een goede manier is om werknemers vaker te laten fietsen (72% is het hier helemaal mee eens), 79% van de deelnemers geeft aan dat de werkgever hierin ook een actieve rol moet spelen.



Figuur 17 - Ontwikkeling van het fietsgebruik in het woon-werk verkeer van deelnemers aan 'Burn Fat Not Fuel' voor, tijdens en na deelname. Op basis van zelf-gerapporteerd gedrag [14]

Belonen stimuleert het aanschafproces

Uit figuur 12 bleek al dat naast 'Probeer een E-bike', ook beloningsacties een belangrijke rol spelen bij de aanschaf van een e-bike. Mogelijk wordt deelname aan een beloningsprogramma beschouwd als een kans om een deel van investering, gemoeid met de aanschaf van een e-bike, terug te verdienen.

Opvallend bijkomend gegeven is dat het besluitvormingsproces voor de aanschaf van een e-bike bij deelname aan een beloningsprogramma **2 maanden korter duurt**. Gemiddeld genomen hebben werknemers 5,4 maanden nodig van intentie tot aanschaf, maar bij (oud-)deelnemers aan 'Burn Fat Not Fuel' en 'Zuid-Limburg in Beweging' is dit slechts 3,4 maanden [09].

Met de juiste randvoorwaarden is belonen een basis-ingrediënt voor gedragsverandering.

Beloningsprogramma's en de daarmee samenhangende extrinsieke prikkels stimuleren het proces om te komen tot een structurele gedragsverandering. Belonen beweegt werknemers om ander gedrag te gaan vertonen en werkt in beginsel aanmoedigend. Fietsen en e-biken lijkt vervolgens dusdanig veel voldoening te geven dat het volhouden van het gewenste bedrag vooral is toe te schrijven aan de eigen intrinsieke motivatie van de werknemer.

Beloningsprogramma's moeten dus zonder meer worden gecontinueerd. Zeker in een regio zoals Zuid-Limburg waarbij er nog aanzienlijk potentieel ligt op korte afstanden om meer werknemers te motiveren vaker de fiets en e-bike te pakken.

Er is wel een aantal belangrijke randvoorwaarden en aandachtspunten:

- Belonen dient rechtmatig te gebeuren en direct en aantoonbaar bij te dragen de gestelde doelen. Richtlijnen hiervoor zijn onder meer opgenomen in de 'IMMA Leidraad rechtmatig belonen' [15] van het Ministerie van I&W. Dat betekent dat een goede nulmeting, het fraude- en privacybestendig volgen van deelnemers en het verantwoord belonen essentieel zijn. Tegelijkertijd moet ook gewaakt worden voor onnodige complexiteit en selectiviteit die werving bemoeilijken en deelname ontmoedigen.
- Niet de hoogte, maar vooral de juiste positionering en framing van belonen is relevant. Uit de tussenevaluatie van D&B [13] in 2015 bleek al dat er nauwelijks verschillen zijn tussen het vertoonde gedrag van deelnemers aan een fietsbeloningsactie met een 'kleine' en 'grote' beloning. Vooral de wijze waarop de beloning wordt ingezet is van belang. Zo lijkt een spaarsysteem met concreet doel en sociale impact meer effect te hebben. Ook het inspelen op concrete fietservaringen (negatief en positief) door middel van (beloonde) feedback verhoogt de (intrinsieke) motivatie. Tot slot lijkt het communiceren van een besparing (of het vermijden van verlies) beter te werken dan een 'aanvullende' beloning. Dit is zeker zo bij grote bedragen en dat maakt het bijvoorbeeld aannemelijk dat een beloningsprogramma direct gekoppeld aan aanschaf, lease en/of gebruik van een nieuwe e-bike een kansrijke propositie is.
- Waar belonen en feedback *bewust* een grote rol spelen bij de keuze van (potentiële) deelnemers om te gaan deelnemen aan een beloningsprogramma, hangt het volhouden van de deelname veelal *onbewust* af van de technische aspecten en informatievoorziening [13]. In 2015 is daarom onderstaande behoeftepiramide opgesteld voor een succesvol beloningsprogramma. Het pleit voor strenge eisen en KPI's ten aanzien van serviceverlening en techniek.



Figuur 18 - Behoeftepiramide voor een succesvol beloningsprogramma.



Belonen effectueert de gedragsverandering en stimuleert de intrinsieke motivatie

Deelnemers aan een beloningsprogramma deden gemiddeld 2 maanden korter over het aanschafproces van een e-bike [09] en fietsten gemiddeld tot 2 dagen per week vaker naar het werk [14]. Belonen effectueert daarmee de gedragsverandering en zorgt ervoor dat werknemers in beginsel gemotiveerd blijven deze verandering vol te houden. Deze motivatie houdt vervolgens ook stand. De meeste oud-deelnemers blijven ook na afloop van het beloningsprogramma met dezelfde frequentie de fiets gebruiken naar het werk, een effect dat met name lijkt toe te schrijven een toegenomen intrinsieke motivatie.

Temeer vanwege het nog aanwezige fiets- en e-bike potentieel in de regio Zuid-Limburg blijft een vorm van kortstondig **financieel belonen** dan ook een essentieel en noodzakelijk instrument. Dit pleit voor de opzet van een nieuw en dedicated *fiets*beloningsprogramma in samenwerking met werkgevers en marktpartijen. Voorzien van de juiste ingrediënten, inspeland op fietservaringen en met goede randvoorwaarden. De rechtmatigheid van belonen is hierbij uiteraard een belangrijk uitgangspunt.

4.5. Benuttingsacties

Benuttingsacties vonden plaats tijdens periodes van forse (lokale) hinder. Veroorzaakt door bijvoorbeeld wegafsluitingen tijdens werkzaamheden aan de A2-tunnel of het Noorderbrugtracé, maar ook op topdagen waarop de binnenstad van Maastricht een enorme toeloop kent van bezoekers en de bereikbaarheid van de stad onder hoge druk staat. Tot slot zijn er ook een aantal benuttingsacties geweest gericht op meer bewustwording rondom het thema slim werk en slim reizen.

Enkele voorbeelden van benuttingsacties zijn hieronder weergegeven (figuur 19).



Figuur 19 - communicatie uitingen van diverse benuttingsacties van Maastricht Bereikbaar 2012-2016

Topdagen

Op topdagen zijn benuttingsacties vooral bedoeld om de toestroom aan bezoekers te reguleren en mensen te stimuleren te kiezen voor slimme alternatieven zoals OV of parkeren of afstand. Inwoners werden gestimuleerd om op de fiets naar de stad te komen, om daarmee onder meer de druk op het autoparkeren te verminderen. Hiervoor heeft Maastricht Bereikbaar onder meer in 2016 en 2017 winacties opgezet bij fietsenstallingen in Maastricht.

Wegafsluitingen

Benuttingsacties tijdens langdurige wegafsluitingen en periodes van forse hinder (1 week tot 2 maanden) werden zorgvuldig voorbereid door team Regioregie (verantwoordelijk voor de doorstroming, communicatie, benutting en afstemming rondom de werkzaamheden). De impact op de bereikbaarheid werd in kaart gebracht en op basis daarvan werd afgewogen voor welke doelgroep (werkgevers, werknemers, bewoners) welke benuttingsacties noodzakelijk waren. Een veel gekozen activiteit was een doelgroepgerichte inzet van probeer e-bikes voor de duur van de hinderperiode. Gebruik van dezelfde systemen en vergelijkbare deelnamevoorwaarden als bij de reguliere probeeracties, maakt de uitvoering snel en efficiënt. Bovendien beschikte Maastricht Bereikbaar over een raamovereenkomst voor het huren van maximaal 50 extra e-bikes.

Veelal zijn deze acties gecombineerd met een vervolg aanbod (in samenwerking met lokale rijwielhandelaren) voor het stimuleren van aanschaf en blijvende gedragsverandering. Daarmee werden dit soort hinderperiodes benut als **compelling moments**. Momenten waarop de doelgroep extra gevoelig en gedreven is om tot actie over te gaan en gewoontegedrag doorbroken kan worden.



Compelling moments

Periodes van forse hinder tijdens de werkzaamheden aan de A2-tunnel en Noorderbrugtracé werden aangegrepen om werknemers en andere doelgroepen aan te zetten tot actie en hen te stimuleren anders en slimmer te gaan reizen. Een goed moment om het gewoontegedrag te doorbreken.

Bewustwording

Deze benuttingsacties waren veelal seizoensgebonden en vormden een aanvulling op de werkgeversaanpak. Bedoeld om een brede doelgroep (en met name automobilisten) bewust te maken van de voordelen van slim reizen. Veelal gingen deze acties gepaard met publiekscampagnes voor een groter bereik en zichtbaarheid. Één van de meest succesvolle acties betrof de 60 dagen (8 weken) durende actie 'Samen Slim Reizen' in het voorjaar van 2015. Waarbij deelnemers in teamverband konden sparen voor een goed doel of een team- uitje door vaker op de fiets of met het ov naar het werk te gaan. Deze actie telde 324 deelnemers (waarvan circa 80% fiets en e-bike) verdeeld over 62 teams en leverde ruim 1.700 gecumuleerde spitsmijdingen op [17].



Figuur 20 - Testimonial van een team dat deelnam aan de actie 'Samen Slim Reizen' in het voorjaar van 2015.

4.6. Afsluiting Noorderbrug augustus 2017 - Heel Maastricht Fietst

Een bijzondere en unieke ‘benuttingsactie’ betrof het maatregelenpakket dat is ingezet in de zomer van 2017. Het moment waarop de Noorderbrug (goed voor circa 50.000 mvt per etmaal) in Maastricht twee weken werd afgesloten voor het inschuiven van een compleet nieuw brugdeel om de aansluiting te realiseren op de nieuwe westelijke aanlanding van het Noorderbrugtracé. Op zichzelf een complexe civiele operatie, maar vooral ook een forse hinderklus met een zeer grote impact op de stedelijke bereikbaarheid.

Tijdens de periode is maximaal ingezet op het gebruik van slimme reisalternatieven. In combinatie met slim verkeersmanagement en intensieve communicatie leverde Maastricht Bereikbaar samen met de partners een unieke prestatie, waarvan de ervaring zijn gebundeld in de showcase ‘Slagkracht bij ingrijpende werkzaamheden’ [18].

Fiets en e-bike wat het logische alternatief en meest handige vervoermiddel voor inwoners van Maastricht. Naast inzet van ruim 100 probeer e-bikes, is de periode eveneens omlijst met de grote publiekscampagne ‘Heel Maastricht Fietst’. Een vrolijke online en offline motivatiecampagne met win- en bedankacties en met veel aandacht voor engagementcreatie door de fietsende Maastrichtenaar centraal te zetten en in beeld te brengen met filmpjes en foto’s (gespot campagne). Hiermee droeg de campagne succesvol bij aan een positieve fietsbeleving en meer fietsgebruik. De fiets & win actie had een bereik van ruim 8.600 unieke deelnemers [19]. De belangrijkste resultaten zijn samengevat in figuur 21.



Figuur 21 - Resultaten Heel Maastricht Fiets campagne tijdens afsluiting Noorderbrug zomer 2017 [18].

4.7. Sociale beïnvloeding

Sociale bewijskracht is een belangrijk effectief beïnvloedingsmechanisme. Een mechanisme dat ook veelvuldig is toegepast binnen het project Fietsimpuls. Maastricht Bereikbaar heeft hier invulling aan

gegeven door in campagnes te werken met bekende en minder bekende ambassadeurs en door het verspreiden van testimonials in beeld en woord via social media, nieuwsbrieven, advertenties en websites. De frequentie lag gemiddeld op minimaal één testimonial per maand.




Figuur 22 - Voorbeeld van testimonials uit de 'King of the Road' campagne in 2018

Met het groeiende fiets- en e-bikegebruik was er ook sprake van een toenemende peer-pressure op de werkvloer, wat een positieve uitwerking had op het imago van fiets en e-bike. Dit blijkt bijvoorbeeld uit het recente onderzoek naar de aanschaf en aanschafpotentie van e-bikes. Hierin zijn respondenten gevraagd wat zij zouden adviseren als iemand uit hun naaste omgeving ook de aanschaf van een e-bike overweegt. Een ruime meerderheid van de respondenten geeft aan dat ze direct de aankoop van een e-bike aanraden (doen!) [09].



Figuur 23 - Wat werknemers, die een e-bike hebben aangeschaft, zouden adviseren aan collega's die overwegen hetzelfde te doen (n=780) [09].



Fietsstimulering door de fietser zelf

Sociale bewijskracht is een krachtig instrument voor gedragsbeïnvloeding. Inzet van ambassadeurs en gebruik van testimonials zijn eenvoudige technieken die zorgen voor betrokkenheid, een positieve beeldvorming en een cultuur waarin slimme reisalternatieven bespreekbaar worden en collega's elkaar gaan motiveren vaker de fiets te pakken.

4.8. Fietshinder

De uitvoering van het project Fietsimpuls vond plaats in een periode van omvangrijke wegwerkzaamheden. Met name in Maastricht kregen fietsers te maken met veel omleidingsroutes en hinderlijke situaties, waarin de positie van fietser soms ernstig in de verdrinking kwam. Van hoge impact was de 1,5 jaar durende afsluiting van het fietspad Noorderbrug waardoor fietsers gedwongen waren om ruim 2 km om te fietsen via de Wilhelminabrug. Met de campagne 'brugje om' - bestaande uit waarderings-acties, aankleding en speciale bebording - is getracht de hinderbeleving tot het minimum te beperken.

Door goede communicatie, het tonen van begrip en door te focussen op het eindplaatje (het lonkende perspectief van een mooie nieuwe fietsverbinding) lijkt, hoewel lastig meetbaar, de fietshinder een beperkte negatieve impact te hebben gehad op de fietsbeleving en het fietsgebruik.



Figuur 24 - Omleidingsroute Noorderbrug 'Brugje om'

Maak werk van hinderbeleving voor fietsers en ga 'vlaaiieren'

Fietsers en wegwerkzaamheden zijn niet altijd een gelukkige combinatie. Niet zelden worden fietsers bij tijdelijke situaties en omleidingsroutes letterlijk naar de berm verwezen. Er moet meer aandacht zijn bij wegwerkzaamheden voor de positie en veiligheid van de fietsers, met als ontwerppuntgangspunt de meer kwetsbare doelgroep zoals ouderen op een e-bike.



Maak daarnaast werk van hinderbeleving. Zorg voor aantrekkelijke omleidingsroutes met een twist die het omfietsen leuk houden en weinig negatieve impact hebben op reistijdbeleving. Dit zorgt er ook voor dat fietsers zich 'sociaal' blijven gedragen. Toon daarnaast begrip, door goede communicatie en af en toe een blijk van waardering door het uitdelen van een bedankje. Bijvoorbeeld door te gaan 'vlaaiieren' 😊. Met minimale kosten lever je zo op eenvoudige wijze een maximale positieve bijdrage aan de hinderbeleving.



4.9. Fysieke barrières met een remmende werking op het fietsgebruik

Het project Fietsimpuls heeft zich met succes gericht op wegnemen van de 'mentale barrières' die werknemers weerhouden van het fietsen. De fysieke barrières (lees: fietsinfrastructuur en -voorzieningen) vielen buiten de invloedssfeer van het project, maar zijn wel meegenomen in diverse onderzoeken. Hieruit blijkt dat ze wel degelijk van invloed zijn op het fietsgebruik. Enkele bevindingen:

- In het onderzoek naar aanschaf en aanschafpotentieel van e-bikes uit 2017 is respondenten gevraagd naar verbeteringsuggesties voor het fietsgebruik in Zuid-Limburg. Bijna 30% van de respondenten noemt hier de kwaliteit van fietspaden als voornaamste aandachtspunt. 10% van de respondenten geeft aan dat er meer aandacht moet zijn voor veiligheid en voorrangssituaties [09].
- In 2016 heeft Maastricht Bereikbaar deelgenomen aan een landelijk onderzoek van het platform WOW (Wegbeheerders Ontmoeten Wegbeheerders) naar fietsbeleving. Hieruit blijkt dat in Maastricht 'slechts' 55% van de fietsers tevreden is over de verkeersveiligheid. Het landelijke gemiddelde ligt op 66%. Tegelijkertijd wordt aan de verkeersveiligheid door fietsers in Maastricht ook het meeste belang toegekend (gevolgd door kwaliteit en doorstroming) [20].

- Tot slot heeft Maastricht Bereikbaar in 2016 onderzoek geïnitieerd naar fietsparkeren bij werkgevers en in de binnenstad van Maastricht. Met name in de binnenstad blijkt er binnen specifieke sectoren en op piekmomenten sprake te zijn van forse capaciteitstekorten, met als gevolg dat er bijvoorbeeld veelvuldig buiten de rekken wordt geparkeerd. Ook blijkt uit het onderzoek dat er aandacht moet zijn voor de kwaliteit en veiligheid van parkeervoorzieningen in verband met toenemend gebruik van de e-bike en buitenmodelfietsen. 1/3 van de gebruikers geeft aan dat zij een stallingsgerelateerde reden heeft om niet altijd gebruik te maken van de fiets om een bezoek aan het centrum te brengen [21].



Maak werk van *meer fiets* door de stimuleringsopgave te verbinden met de fysieke opgave

Fysieke barrières remmen het fietsgebruik en ondermijnen daarmee in meer of minder mate de fietsstimuleringsopgave en optimale benutting van het aanwezige fietspotentieel. Het duidt echter vooral op het belang van een meer integrale aanpak waarbij regionale partners de stimuleringsopgave en fysieke opgave (infra en voorzieningen) meer met elkaar verbinden en op elkaar afstemmen. Borging hiervan dient in eerste instantie plaats te vinden in provinciaal en gemeentelijk fietsbeleid, maar vooral ook door te werken in uitvoeringsprogramma's en concrete projecten. Een nieuwe hoogwaardige fietsverbinding is evengoed een infraopgave als een stimuleringsopgave.

4.10. Het grote belang van meer fietsbewustwording in de regio Zuid-Limburg

“Zuid- Limburg is zeker een wielierregio, maar nog lang geen fietsregio.”

Manual Stoffers, Fietshistoricus, Universiteit Maastricht, 2017 [22].

Zuid-Limburg is fantastische wielierregio met internationale allure. Recreatief en sportief worden in deze regio misschien wel de meeste kilometers weggetrapt van heel Nederland. Des te opvallender is de achterstand van de regio ten aanzien van het utilitaire fietsgebruik door de eigen inwoners. Hoewel Maastricht een uitzondering vormt en zich inmiddels stevig in het ‘peloton’ bevindt van fietssteden in Nederland - iets wat in 2016 terecht werd benadrukt en bekroond met een nominatie in de landelijke fietsstadverkiezing - liggen andere steden in Zuid-Limburg nog op grote achterstand. Met een fietsaandeel van circa 15% in het totale aantal verplaatsingen behoort Parkstad tot de steden in Nederland waar het minste wordt gefietst [23]. Ter vergelijking: het landelijke gemiddelde ligt op 27%. Een aandeel dat de provincie Limburg zich tot doel heeft gesteld in haar fietsbeleidsplan 2014-2022 [06]. Hoe gaan we deze ambitie waarmaken? Daarvoor is meer nodig dan alleen een meerjarige fietsstimuleringsopgave bij werknemers.

We noemden in de vorige paragraaf al de integratieslag met infra en voorziening als aandachtspunt. Maar veel winst ligt ook in het creëren van meer fietsbewustwording en meer erkenning voor de maatschappelijk waarde van het fietsen. Breed gedragen en vanuit meerder invalshoeken belicht.

Gemeente Maastricht en Parkstad, provincie Limburg en Maastricht Bereikbaar hebben dan ook ambtelijk onderschreven dat er meer inspanning nodig is om de maatschappelijke meerwaarde en potentie van het fietsen in de regio Zuid-Limburg beter te benutten. In 2016 heeft dit geleid tot een concrete zoekopgave: “welke stappen zijn nodig om te komen tot een cultuur waarin fietsen de sociale norm wordt?”

Samen met de regionale partners is er vanuit het project Fietsimpuls in 2016 en 2017 invulling gegeven aan deze zoekopgave met twee concrete acties:

- In samenwerking met de stichting Historie der Techniek en Technische Universiteit Eindhoven is er wetenschappelijk historisch onderzoek uitgevoerd naar de ontwikkeling van het fietsgebruik en -beleid in Maastricht en Parkstad in de afgelopen 100 jaar. Met dit onderzoek is een logische en onderbouwde verklaring gezocht voor het achterblijvende utilitaire fietsgebruik in de regio Zuid-Limburg en een aantal wegwijzers opgesteld waarmee de regio een sprong voorwaarts kan maken [23]. Zie paragraaf 4.10.1.

- Door middel van storytelling en kwalitatief en journalistiek onderzoek hebben we in samenwerking met Viastory het verhaal laten optekenen van de (potentiële) waarde van het fietsen in regio Zuid-Limburg en dit laten uitwerken in een concrete communicatiestrategie [22]. Zie paragraaf 4.10.2.

4.10.1. Historische ontwikkeling fietsgebruik en -beleid in Zuid-Limburg

In 2017 heeft de Stichting Historie der Techniek, verbonden aan de Technische Universiteit Eindhoven, een wetenschappelijk onderzoek uitgevoerd naar de historische ontwikkeling van het fietsgebruik en -beleid in Zuid-Limburg in de afgelopen 100 jaar. Het onderzoek is spinoff van het internationale PhD onderzoeksprogramma “Bicycle Challenges: Past, Present, and Future of Sustainable Urban Mobility”. Dit programma heeft in 2016 geleid tot de bekend publicatie ‘Cycling Cities’, waarin de ontwikkeling van het fietsklimaat wordt beschreven in 14 Europese steden.

De onderzoekers hebben zich specifiek gericht op het utilitaire fietsgebruik en daarbij voor de steden Maastricht en Parkstad gekeken naar de ontwikkeling van vijf factoren die hierop van invloed zijn: (1) de ontwikkeling en het fysiek van het stedelijke en regionale landschap, (2) de aan- of afwezigheid van vervoersalternatieven, (3) de plek van de fiets in de ontwikkeling van ruimtelijk en verkeerskundig beleid, (4) de invloed van sociale bewegingen zoals buurtcomités en fietsersbond, en tot slot (5) de culturele status en het imago van het fietsen.

Het voert de ver om de ontwikkeling van deze vijf factoren in dit evaluatierapport tot in detail te behandelen. Hiervoor wordt verwezen naar het lijvige, doch zeer interessante en leeswaardige, rapport dat door de onderzoekers in november 2017 is opgeleverd [23]. We beperken ons hieronder tot kern.

Uit het onderzoek blijkt, dat net als in de rest van Nederland, het fietsgebruik in de jaren 50 een vrije val maakt. Een periode waarin de auto symbool stond voor een moderne samenleving. Opvallend is dat met name in Parkstad deze val aanzienlijk dieper was en langer duurde is dan in andere Nederlandse steden. Waarschijnlijk had de groei van de bromfiets in de jaren 50 en 60 hierop een extra versterkend effect. De bromfiets nam net als de auto de nadelen van het heuvelachtige landschap weg en was voor de vele mijnarbeiders een stuk toegankelijker en betaalbaarder.

De onderzoekers schrijven de sterk ‘negatieve spiraal’ waarin het fietsgebruik in Parkstad zich bevond echter vooral tot aan de sociaaleconomische veranderingen na de mijnsluitingen in de jaren 60/70: “in andere steden en stedelijke regio’s die een minder dramatische transformatie in korte tijd doormaakten dan Parkstad, kreeg de fiets langzaamaan bij met name sociaal hogere bevolkingslagen een nieuwe status van gezond en duurzaam vervoermiddel. Juist in Parkstad sloeg de economische neergang diepe wonden. Voor de grote groep voormalige mijnarbeiders en hun families, die in decennia vóór 1970 de fiets om sociaaleconomische en mogelijk ook sociaal culturele redenen (de ‘Bourgondische mentaliteit’) de fiets hadden afgezworen, kleefde aan dit vervoermiddel dan ook een andere, negatieve connotatie. Het was geen stap vooruit naar een gezondere en duurzamere toekomst, maar een stap terug naar een sociaal-economische positie die men achter zich had gelaten. Waarschijnlijk speelt dit aspect van relatieve deprivatie mee in de verklaring van het lage fietsgebruik in oostelijk Zuid-Limburg vanaf de jaren zeventig.”

De zeer sterke terugval van het aandeel fiets en negatieve connotatie die eraan kleefde zorgde er volgens onderzoekers voor dat het fietsen eind twintigste eeuw onder een “soort relevantiegrens” zakte, waardoor beleid niet of nauwelijks meer nodig werd geacht.

In Maastricht, net als in andere Nederlandse steden, was de terugval beperkter en was eind twintigste eeuw sprake van een trendbreuk. De onderzoekers schrijven dit toe aan “de komst en de groei van de universiteit en daarmee studenten en hoogopgeleiden, waardoor de imago-trendbreuk - namelijk dat fietsen een moderne, verantwoorde en gezonde manier van transport is die de leefbaarheid van een stad

ten goede komt - hier in veel vruchtbaardere aarde valt". Zo blijkt Maastricht al in 1979 met een fietsverkeersplan relatief vroeg in te spelen op de hernieuwde rol van het fietsen in de stad.

Doch blijkt dit geen garantie voor succes. "Al met al vertoont het beleid ten aanzien van de fiets in Maastricht in de afgelopen decennia een enigszins grillig karakter met ambitieuze voornemens en plannen - een vaak gebrekkige en trage realisering -, terugvallen en nieuwe impulsen". Soms tot ergernis van de fietsersbond. Hoewel dit op zichzelf geen verklaring is voor het lage fietsgebruik, duidt het wel op een gebrek aan continuïteit en slagvaardigheid. Iets waarop andere steden zoals Nijmegen zich in de afgelopen jaren juist en met succes hebben weten te onderscheiden.

Uit het onderzoek blijkt dat zowel het fietsgebruik in Maastricht als Parkstad zich inmiddels weer in een stijgende lijn bevindt. Wil de regio echter een sprong voorwaarts maken, dan zullen de politici, bestuurders en beleidsmakers extra inzet moeten leveren om aan te haken bij het momentum dat er onmiskenbaar is: "Niet alleen zijn, zoals gezegd, noodzakelijke fases doorlopen - wat onder andere heeft geresulteerd in de opbouw van een kennisbasis en de betrokkenheid van verschillende maatschappelijke partners - inmiddels spelen bovendien breed gedeelde opvattingen over leefbaarheid, bereikbaarheid, milieu en een gezonde levensstijl de fiets als onderdeel van stedelijke mobiliteit in de kaart. Voeg daarbij de aantrekkende economie en de opkomst van de e-bike, met name ook interessant in een heuvelachtige regio, en het is duidelijk dat een volgende stap logisch en kansrijk is."

Op grond hiervan hebben de onderzoekers enkele wegwijzers geformuleerd, gepresenteerd in figuur 25.



Pak het momentum en zorg voor continu en slagvaardig fietsinclusief beleid

Ondanks het grillige beleidsverloop ten aanzien van het utilitair fietsen in de afgelopen decennia, zit het fietsgebruik ook in de regio Zuid-Limburg in de lift! Meer continuïteit en slagvaardigheid in ontwikkeling, agendering en uitvoering van fietsbeleid is nodig om een ver(der)gaande sprong voorwaarts te maken. Daarvoor is nu het moment. Maatschappelijk breed gedragen en urgente thema's over leefbaarheid, bereikbaarheid, milieu een gezonde levensstijl spelen de fiets duidelijk in de kaart. Thema's die ook nadrukkelijk een rol spelen in de nieuwe omgevingswet en thema's waaraan de fiets een waardevolle bijdrage kan leveren. Zo blijkt onder meer uit de landelijke fietsagenda 2017-2017 van Tour de Force (www.tourdeforce2020.nl).



Figuur 25 - Wegwijzers voor toekomstig fietsbeleid in Maastricht en Parkstad [23]

4.10.2. Story platform fietsen in Zuid-Limburg (de fietsexpeditie)

In 2017 heeft Maastricht Bereikbaar aan Viastory gevraagd om een 'fietsexpeditie' te organiseren naar de waarde van het fietsen in Zuid-Limburg en de uitkomsten hiervan te verwerken in een verbindende communicatiestrategie. Hiermee borduurde Viastory voort op de behaalde successen van onder meer het project Fietsimpuls, bevindingen uit onderzoek en de wegwijzers uit het historische onderzoek naar de ontwikkeling van fietsgebruik en -beleid in Zuid-Limburg (figuur 25).

In vier gethematiseerde expertmeetings met specialisten en regionale stakeholders uit het maatschappelijk middenveld werd het fietsen door Viastory vanuit verschillende maatschappelijk thema's belicht: sociaal-cultureel, economie, gezondheid en duurzaamheid. Aangevuld met gesprekken met de projectgroep (waarin zowel gemeente Maastricht en Parkstad, Maastricht Bereikbaar en provincie Limburg ambtelijk vertegenwoordigd waren) en journalistiek onderzoek gaf Viastory invulling aan deze 'fietsexpeditie' en werd begin 2018 het verhaal opgetekend en uitgewerkt in een communicatiestrategie.

“De gesprekken met experts bevestigen dat in Limburg het momentum er is voor meer fiets. Juist omdat in deze regio sprake is van een achterstandspositie in fietsgebruik, valt veel winst te behalen.” Dit komt volgens Viastory “niet alleen vanwege het lage fietsgebruik, maar ook omdat de maatschappelijke doelen die mede door de fiets kunnen worden bereikt in Zuid-Limburg nog urgenter zijn dan in andere regio’s. De luchtkwaliteit in Maastricht is al jaren een van de slechtste van Nederland en fietsen is een belangrijk middel om fijnstof tegen te gaan. Parkstad staat al jaren in de top drie van meest ongezonde regio’s en de fiets kan hierin een belangrijke rol van betekenis spelen.”

Dit maatschappelijke belang wordt onderschreven door de landelijke fietsagenda 2017-2017 van de Tour de Force (www.tourdeforce2020.nl), maar blijkt bijvoorbeeld ook uit de rubriek ‘Fiets vs File’ van De Correspondent uit de zomer 2017 (www.decorrespondent.nl/collectie/fiets-vs-file).

Dit creëert, zoals ook al bleek uit het historisch onderzoek ^[23], onmiskenbaar momentum en urgentie voor meer fiets. Om deze kans en de waarde de fiets goed te benutten dient het fietsen in de regio Zuid-Limburg opnieuw te worden gewaardeerd. Viastory geeft aan dat fietsen veel breder moet worden gezien dan alleen een mobiliteitsvraagstuk. Fietsen gaat ook over actueel relevante maatschappelijke thema’s zoals gezondheid, duurzaamheid en een leefbare omgeving. “Dit zal op alle vlakken, zowel op beleidsniveau als in communicatie, sterker voor het voetlicht moeten worden gebracht. Er liggen veel kansen om de maatschappelijke relevantie van fietsen voor onze samenleving zichtbaarder en herkenbaarder te maken voor een groter publiek. Fietsstimulering vindt niet alleen plaats vanuit de overheid. Fietsers zijn zelf de beste ambassadeurs voor meer fiets.” Dit kenmerkt de ambitie van de voorliggende zoekopgave: “Als veel mensen om ons heen fietsen en dit als normaal beschouwen, zullen we ons hieraan willen conformeren. Fietsen wordt op die manier een sociale norm.”

Om dit te bereiken is zichtbaarheid een onmisbaar element. Zichtbaarheid in ambitieus en bovensectoraal fiets(inclusief)beleid met nauwe samenwerking tussen provincie, gemeenten en relevante partners. De successen van het project Fietsimpuls en samenwerking binnen uitvoeringsorganisatie zoals Maastricht Bereikbaar zijn hiervoor voorbeeldstellend en dienen als inspiratie. Maar vooral ook zichtbaarheid in communicatie, waarmee de verbinding wordt gelegd “tussen beleid en publiek en tussen projecten en gebruikers.” Viastory onderbouwd dit door te stellen dat communicatie de mogelijkheid biedt “voor mensen, van beleidsambtenaren tot fietsexperts en van plezierfietsers tot mensen die het plezier in fietsen nog moeten ontdekken, zich te verbinden aan een gezamenlijk doel. Zo kan worden gebouwd aan een beweging waarbij fietsers zelf mede zorg gaan dragen voor het behalen van de norm die we onszelf hebben gesteld.”

Op die manier werken we zowel van bovenaf (het politieke domein) als onderop (het maatschappelijke domein) aan meer fietsbewustwording, een beter fietsimago en daarmee ‘meer fiets’.

Viastory heeft de bevindingen vertaalt in een concreet verhaal en communicatieconcept, genaamd ‘Op de Pedalen’. Een beweging en verbindend communicatieplatform dat “helpt van Limburg een fietsvriendelijke provincie te maken voor alle fietsers”, het fietsen op de agenda zet, aanzet tot actie en het fietsen waardeert binnen een brede maatschappelijke context. ‘Op de Pedalen’ zorgt ervoor dat bestaande fiets(beleids)initiatieven en concepten kunnen *accelereren* en nieuwe initiatieven kunnen *incuberen*. Daarnaast is het een online platform dat zorgt voor *inspiratie*, kennisdelen en vergroting van de zichtbaarheid van ‘het fietsen’.

De complete verhaallijn van ‘Op de Pedalen’ is als conceptueel manifest opgenomen in bijlage 2. Eveneens wordt verwezen naar de het story-platform van Viastory, met daarin een uitgebreide onderbouwing van hun onderzoek en de vertaalslag naar de storyline en een communicatiestrategie ^[22].



**OP
DE
PEDALEN**



Waardeer de fiets: Op de Pedalen

Maatschappelijk relevante thema's zoals gezondheid, duurzaamheid, economie en leefbaarheid kenmerken het oplossend vermogen en relevantie van de fiets. Om dit te benadrukken en het potentieel van de fiets te benutten, dient Zuid-Limburg de fiets (opnieuw) te waarderen. Hiervoor zijn zichtbaarheid en communicatie essentieel. Het biedt de mogelijkheid "voor mensen, van beleidsambtenaren tot fietsexperts en van plezierfietsers tot mensen die het plezier in fietsen nog moeten ontdekken, zich te verbinden aan een gezamenlijk doel. Waarmee wordt gebouwd aan een beweging waarbij fietsers zelf mede zorg gaan dragen voor het behalen van de norm die we onszelf hebben gesteld." Een communicatieplatform en beweging zoals 'Op de Pedalen' (nog in conceptuele vorm) is hiervoor een kansrijke invulling.

5. Geleverde fietsprestaties en nieuwe fietsuitdagingen

5.1. Fietsprestatie om trots op te zijn: het succes van 6 jaar Fietsimpuls

Maastricht Bereikbaar heeft met het project Fietsimpuls boven verwachting gepresteerd. Met 1.699 structurele ochtendspits mijdingen ^[08] is de doelstelling van 1.325 spitsmijdingen ruimschoots overtroffen. Hiermee draagt het project Fietsimpuls voor meer dan de helft bij aan het totale doelbereik van de werkgeversaanpak van Maastricht Bereikbaar van 3.200 spitsmijdingen en is daarmee één van de belangrijkste projecten geweest tijdens de Beter Benutten periode 2012-2017.

Dit is een prestatie van het collectief! Bereikt door intensieve samenwerking met 50 werkgevers, 39 rijwielhandelaren, vele enthousiaste fietsambassadeurs en aanbieders van diensten en producten die het fietsen en e-biken makkelijk en toegankelijk hebben gemaakt.

De e-bike speelt een belangrijke rol in het succes. 43% van het gerealiseerde effect is toe te schrijven aan de e-bike (57% aan de fiets). Met namen in de afgelopen 4 jaar zien we bij de e-bike een inhaalslag. Het gebruik van de e-bike door werknemers van bedrijven uit Maastricht en omgeving is in de periode 2014-2017 verdrievoudigd op afstanden tot 15 km. Daartegenover staat een forse daling van het autogebruik van 7% op een afstand tot 7,5km en 8% op een afstand tussen 7,5 en 15 km ^[08].

Werknemers die spitsmijdingen realiseren door vaker te gaan fietsen hebben een gemiddelde woon-werkafstand van 11 km. Fietsimpuls levert daarmee een directe bijdrage aan het verbeteren van de regionale bereikbaarheid en zorgt voor ruim 37.000 extra woon-werk fietskilometers per dag. Werknemers fietsen dus dagelijks gezamenlijk 1,3x extra rond de wereld ^[08].

Al deze extra fietskilometer hebben een positieve uitwerking op de gezondheid van medewerkers. Meer fietsen maakt fitter en zorgt voor minder ziekteverzuim. Dit zorgt voor enorme maatschappelijke baten, zo blijkt uit een 2018 uitgevoerde maatschappelijke kosten-baten analyse van het project Fietsimpuls. In combinatie met de bereikbaarheidseffecten en rekening houdend met een toename van het ongevalsrisico (fietsen heeft een negatief effect op de verkeersveiligheid), overstijgen de maatschappelijke baten ruimschoots de investeringskosten van 3,5 miljoen euro. Uit de kosten-baten analyse blijkt dat het project Fietsimpuls ex-post al een **positief saldo oplevert van 3,8 miljoen euro**. Met andere woorden: iedere euro die in het project Fietsimpuls is geïnvesteerd levert ex-post 2 euro op. Zonder extra investeringen en rekening houdend met een terugval van het fietsgebruik stijgt dit saldo over 10 jaar naar **plus 17,6 miljoen euro in 2027** ^[10].

Het succes is voor een belangrijk deel toe te schrijven aan de gedragsproposities en acties van het project Fietsimpuls, waarmee werknemers op verschillende manieren en stapsgewijs zijn gemotiveerd om (vaker) te gaan fietsen en dit structureel vol te houden. Enkele highlights:

- Ruim 3.500 keer probeerden werknemers één of soms meerdere weken gratis een e-bike. Een laagdrempelige kans om kennis te maken met *het* alternatief voor auto op woon-werk afstanden tot 15 à 20 km en overtuigd te raken van de voordelen. De overtuigingskracht van 'Probeer een E-bike' blijkt uit de reacties van deelnemers: 75% vindt de e-bike een geschikt alternatief. 60% van deze groep zegt bovendien een e-bike aan te gaan schaffen of dit serieus te overwegen ^[11].
- 3.900 werknemers hebben in de afgelopen 6 jaar door inspanningen van Maastricht Bereikbaar een nieuwe e-bike aangeschaft voor hun woon-werkverplaatsing. Deels is dit toe schrijven aan de acties van het project Fietsimpuls, maar ook fietsregelingen van de werkgever (die mede onder invloed van Maastricht Bereikbaar zijn verbeterd) spelen een belangrijke rol. Werknemers die een e-bike aanschaffen gebruiken deze gemiddeld voor 50% van hun woon-werkritten ^[09].
- Bijna 3.500 werknemers registreerde zich voor deelname aan de beloningsprogramma's 'Burn Fat Not Fuel' of 'Zuid-Limburg in Beweging'. Circa 2.800 werknemers zijn ook echt actief geweest. Het effect van

beloningsprogramma's blijkt onder meer uit de evaluatie van 'Burn Fat Not Fuel': voor deelname ging 36% van de deelnemers 3 keer of vaker per week met de fiets naar het werk. Tijdens deelname nam dit toe tot 81%. Het percentage deelnemers dat niet nauwelijks met de fiets naar het werk ging daalde van 36% voor deelname naar 2% tijdens deelname [14].

Opvallend gegeven is dat maar 1 op 10 deelnemers meedoet aan meerdere acties van Fietsimpuls. Dit duidt erop dat de verschillende acties, met ieder haar eigen beïnvloedingsmechanismen, vooral afzonderlijk van elkaar hebben bijgedragen aan een groot bereik en het succes en het project Fietsimpuls. Maastricht Bereikbaar is er op die manier in geslaagd een brede en diffuse doelgroep werknemers te bereiken en te beïnvloeden.

De successen zijn uiteraard voor een groot deel toe te schrijven aan de werkgeversaanpak, maar ook het effect van benuttingsacties mag niet worden onderschat. Benuttingsacties waren kortlopende intensieve acties van Maastricht Bereikbaar tijdens periodes van forse hinder door werkzaamheden. Momenten waarop werknemers en andere reizigers extra gemotiveerd werden om anders en slimmer te gaan reizen en gewoontegedrag werd doorbroken. Op deze manier heeft Maastricht Bereikbaar effectief gebruik weten te maken van compelling moments.

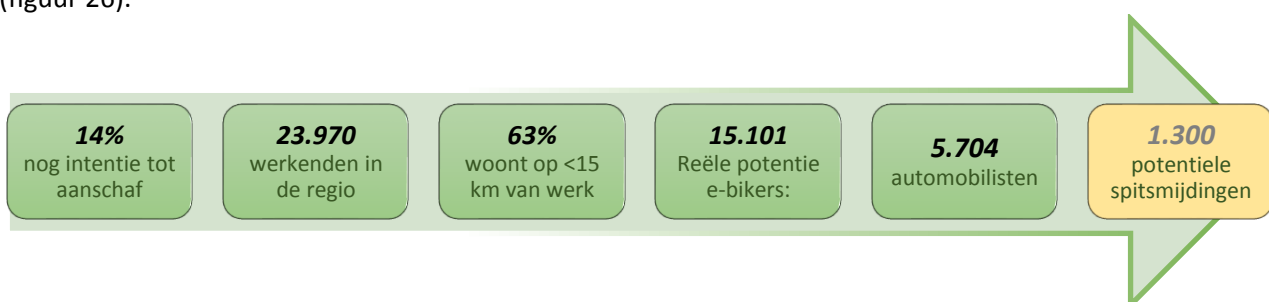
Tot slot blijkt het gedragseffect van het project Fietsimpuls ook structureel te zijn. Dit volgt onder meer uit de longitudinale effectmeting van Maastricht Bereikbaar die aantoonde dat het aantal autospitsritten bij deelnemers aan de acties van Fietsimpuls in de loop van de tijd steeds verder afneemt (ook na deelname). Zie voor een toelichting paragraaf 3.3.4. Eenzelfde beeld is zichtbaar in het onderzoek naar aanschaf- en aanschafpotentie van e-bikes eind 2017. Uit dit onderzoek blijkt dat bij werknemers die een e-bike hebben aangeschaft het aandeel woon-werkritten met de auto daalt van 34% naar 19%.

5.2. Nog veel potentie voor meer fiets

De diepgaande evaluaties en onderzoeken die zijn uitgevoerd tijdens het project Fietsimpuls leggen ook het nog aanwezige potentieel bloot voor fiets en e-bike in het woon-werkverkeer.

Zo blijken er nog grote verschillen te zijn tussen de behaalde effecten bij werkgevers. Waar convenantpartners die vóór 2016 zijn toegetreden, in 2017 een fietsaandeel hadden van 32% in de woon-werk verplaatsingen van hun medewerkers, is dit bij de nieuwe convenantpartners (aangesloten vanaf 2016) slechts 19% [08]. Het gaat hier vooral om werkgevers buiten Maastricht (o.a. Sittard en Parkstad).

Een beter beeld van de potentie volgt uit het onderzoek naar de aanschaf en het aanschafpotentieel van e-bike in het woon-werkverkeer in Zuid-Limburg [09]. Hieruit volgt dat, opgehoogd, een groep van 24.000 werknemers in Zuid-Limburg op dit moment een intentie heeft een e-bike aan te schaffen, maar deze gedragsverandering vooralsnog niet doorzet. 5.700 werknemers uit deze groep gaan op dit moment tenminste 1x per week met de auto naar het werk en hebben een woon-werkafstand van minder dan 15 km. Dat resulteert in een minimaal grijpbare potentie (lees: laaghangend fruit) van 1.300 spitsmijdingen (figuur 26).



Figuur 26 - Uitwerking e-bike potentieel werknemers Zuid-Limburg die intentie hebben om een e-bike aan te schaffen. [09]

Deze groep kenmerkt ook de werkelijke uitdaging voor het vervolg van het project Fietsimpuls. De meeste weerstand zit in het aanschafproces; het moment waarop de daadwerkelijke gedragsverandering plaatsvindt. Dit dient een focuspunt te zijn in het vervolg. Hier ligt het schakelpunt om de potentie van de fiets, en met name de e-bike, echt te laten renderen.

Het aanschafproces wordt beïnvloed door een combinatie van factoren. Allereerst zorgt de hoge aanschafprijs voor weerstand. Goede fietsregelingen bij werkgevers en voordeel bij de rijwielhandelaren kunnen deze prijsdrempel zeker verlagen en worden door de werknemers ook zelf aangehaald als belangrijk. Maar het is ook een kwestie van motivatie. Zo blijkt dat het belang van intrinsieke factoren (zoals gezondheid) bij werknemers die reeds een e-bike hebben aangeschaft groter is dan bij werknemers die nog steeds een intentie hebben om een e-bike aan te schaffen [09]. Mogelijk verklaart dit waarom deze laatste groep de aanschaf uitstelt. Ook woon-werkafstand en daarmee reistijd maakt de intentiegroep mogelijk onzekerder. Zo blijkt de woon-werkafstand bij de aanschafgroep te liggen op gemiddeld 11 km. Bij de intentiegroep is dat 15 km.

Meer focus op het aanschafproces wil overigens niet zeggen dat proberen en belonen overbodig zijn; integendeel. 'Probeer een E-bike' is een essentiële en bewezen succesvolle propositie om werknemers te overtuigen van de voordelen van het fietsen en e-biken naar het werk (zie paragraaf 4.2). Financieel belonen (minimaal kortstondig) effectueert het gedragsveranderingsproces en houdt werknemers in beginsel gemotiveerd het vaker fietsen met hoge frequentie vol te houden (zie paragraaf 4.4). Vervolgens zal na verloop van tijd de eigen intrinsieke motivatie van de werknemer ervoor zorgen dat het gewenste gedrag ook echt beklijft.

De potentie voor meer fiets volgt ook uit verdergaand onderzoek naar de remmende werking van fysieke barrières en de status van het fietsklimaat in de regio Zuid-Limburg.

De kwaliteit van fietsinfra en fietsvoorzieningen (zoals fietsparkeren) worden veelvuldig aangehaald als aandachtspunt door respondenten in de kantlijn van zowel kwantitatief en kwalitatief onderzoek naar de effecten van acties van Fietsimpuls. Maar ook meer specifiek onderzoek maakt duidelijk dat de fysieke opgave aandacht behoeft. Dit blijkt bijvoorbeeld uit onderzoek naar fietsbeleving in Maastricht in samenwerking met platform Wegbeheerders ontmoeten Wegbeheerder uit 2017 [20]. Hieruit volgt dat fietser veel belang hechten aan verkeersveiligheid, maar dat maar 55% van de fietsers in Maastricht hier ook echt tevreden over is.

Deze bevindingen zijn vanzelfsprekend gedeeld met de verantwoordelijk wegbeheerders. Bevindingen waaruit blijkt dat fysieke barrières remmend werken op de stimuleringsopgave. Het pleit echter vooral ook voor een meer integrale aanpak, waarin zowel beleidsmatig als uitvoerend de verbinding wordt gelegd tussen de stimuleringsopgave en infra opgave.

Tot slot is er nog Zuid-Limburg als toonaangevende wiel regio, maar achterblijvende fiets regio. Hoewel het fietsgebruik zich in een stijgende lijn bevindt, mede dankzij de opkomst van de e-bike, blijft het gebruik van de fiets onder de eigen inwoners in de dagelijkse verplaatsingen in Zuid-Limburg nog altijd (ver) achter bij de rest van Nederland. Door te kijken naar de historische ontwikkeling van het fietsgebruik en -beleid in de regio [23] is gezocht naar een verklaring voor deze achterstand. Met aanvullend journalistiek onderzoek en door verdieping op actuele maatschappelijk thema's met verschillende stakeholders en experts [22, 23], is vervolgens gekeken naar de wijze waarop de regio het fietsen opnieuw en beter kan waarderen en een achterstand kan omzetten in een voorsprong.

Uit deze onderzoeken blijkt dat er meer continuïteit en slagvaardigheid nodig is in de ontwikkeling, agendering en uitvoering van het fietsbeleid. Daarvoor dient gewerkt te worden aan meer fietsbewustwording en fietsinclusief denken vanuit verschillende maatschappelijk thema's (zoals gezondheid, duurzaamheid, leefbaarheid en economie) die de relevantie en het oplossend vermogen van

het fietsen duiden. Dit sluit bovendien goed aan bij de landelijke fietsagenda en ambities van de Tour de Force. Waardering voor de fiets dient zich daarbij niet alleen te beperken tot de politieke en ambtelijke arena, maar ook extern zichtbaar te zijn. Hiervoor is een verbindende communicatiestrategie nodig en een 'beweging' waarmee nieuwe en bestaande fietsinitiatieven kunnen accelereren en breed draagvlak ontstaat voor 'meer fiets'. Zie ook paragraaf 4.10.

5.3. Meer fiets in Zuid-Limburg: vijf fietsuitdagingen

Samen hebben we in 6 jaar tijd veel bereikt. Met Maastricht als leidend voorbeeld zit het fietsen in Zuid-Limburg in de lift en wordt het fietsen door steeds meer werkgevers omarmd in de transitie naar een duurzame, gezonde en actieve werk- en mobiliteitscultuur.

Actuele maatschappelijk thema's ademen fiets en het momentum is er om nu op regionale en provinciale schaal de sprong voorwaarts te maken. Erop en Erover! Uit de staart van het peloton op weg naar de kopgroep van fietsend Nederland. Op weg naar een regio die zich niet alleen internationaal op de kaart zet als toonaangevende wielersprovincie, maar zich ook internationaal durft te profileren als opkomende en vernieuwende fietsprovincie en zichtbaar investeert in de gezondheid en het welzijn van haar inwoners.

Daarom sluit dit rapport af met vijf fietsuitdagingen. Vijf uitdagingen om de fietsstimuleringsopgave te continueren, te effectueren en naar een hoger plan te tillen.

1

Effectueer en verduurzaam de gedragsaanpak van Fietsimpuls

De gedragsaanpak van Fietsimpuls is bijzonder succesvol gebleken, maar ook toe aan vernieuwing. Blijf vasthouden aan de bouwstenen proberen, aanschaffen en belonen, maar houd de uitgangspunten, componenten en operationele uitwerking opnieuw en kritisch tegen het licht. Intensiveer daarbij de samenwerking met werkgevers en marktpartijen en kijk kritisch naar de balans tussen publieke- en private investeringen.

Kansen

- Sluit aan bij transitieprocessen binnen bedrijven naar een duurzame, gezonde en actieve mobiliteitscultuur. Benut deze processen als compelling moments om gewoontegedrag te doorbreken en de effectiviteit van de gedragsaanpak te verhogen. Zorg ervoor dat de proposities voldoende flexibel zijn om hierop te kunnen aansluiten.
- Werk samen met de werkgever aan bewustwording bij werknemers over het belang en de voordelen van fietsen naar het werk. Vergroot op die manier de potentiële doelgroep die bereid is om een gedragsverandering te overwegen.
- Stel de implementatie van fietsvriendelijke arbeidsvoorwaarden (bijvoorbeeld een kilometervergoeding voor de fiets) randvoorwaardelijk voor werkgevers om te kunnen deelnemen en geef op die manier een duurzame en structurele impuls aan het fietsgebruik. Combineer dit met een aantrekkelijk pakket aan benefits voor de werkgever (advies, campagne op maat, financieel plaatje met kosten en potentiële baten, etc.)
- Kijk naar mogelijke verdienmodellen voor de marktpartijen en rijwielhandelaren (in samenwerking met werkgevers), met name in de combinatie/ follow-up van proberen naar aanschaffen. Mogelijk zijn marktpartijen op die manier bereid zelf meer te investeren, bijvoorbeeld in eigen probeer e-bikes. Beschouw daarbij de opschaling van het project Fietsimpuls naar heel Limburg als kans.
- Schenk meer aandacht aan de gewone fiets vanwege het nog aanwezige potentieel op afstanden tot 7,5 km.

2**Maak de aanschaf van een e-bike makkelijker: dicht de kloof tussen koopintentie en -gedrag**

Werknemers die een e-bike aanschaffen gaan deze gemiddeld voor 50% van hun woon-werkritten gebruiken. De aanschaf van een e-bike is daarmee een sleutel tot succes. Echter blijf juist in deze fase van de gedragsverandering veel potentieel liggen door drempels die werknemers bij de aanschaf ervaren. De werkelijke uitdaging ligt dan ook op het verkleinen van de kloof tussen (koop)intentie en (koop)gedrag.

Dit kan allereerst door de koopintentie te versterken. De waardering van het fietsen kan bijvoorbeeld worden beïnvloed door de voordelen ervan meer te benadrukken en inzichtelijk te maken voor de werknemer. Dit versterkt mogelijk de overtuiging en attitude. Ook het verhogen van sociale druk (fietsen is de norm binnen het bedrijf) kan de intentie versterken.

Een andere aanpak lijkt echter effectiever en doeltreffender, namelijk het verlagen van de weerstand: maak het kopen makkelijker. Kansen:

- Begeleid het aanschafproces door goede informatievoorziening, advisering en testmogelijkheden. Werk hiervoor samen met de fietsbranche en bijvoorbeeld rijwielhandelaren uit de regio. Creëer hiermee zekerheid en overtuig de werknemer van de juiste keuze.
- Verlaag de prijsdrempel door een goede en robuuste fietsregeling van de werkgever (bijvoorbeeld renteloze voorfinanciering, een fietskilometervergoeding of een eenmalige bijdrage in de aanschaf). Combineer dit met exclusief voordeel in samenwerking met een lokale rijwielhandelaar.
- Kijk naar de kansen voor het leasen van een e-bike en de mogelijkheden om de maandelijkse kosten te verdisconteren met een kilometervergoeding. Dit is gelijk een stimulans voor gebruik. Werk hiervoor samen met aanbieders van leaseproducten.
- Stimuleer de ontwikkeling van goede en structurele fietsregelingen bij werkgevers door middel van een subsidie of aanmoedigingspremie.
- Maak fietsen fiscaal aantrekkelijker.

3**Ontwikkel een fietsbeloningsprogramma voor Limburg in combinatie met een fietsmonitor**

Krijg Limburg 'op de pedalen' en zet samen met de markt een nieuw en dedicated fietsbeloningsprogramma op met aandacht voor serviceverlening, techniek, klantbinding en privacy.

Een beloningsprogramma dat inzetbaar is voor meerdere doelgroepen, maar ook voor specifieke acties bij werkgevers. Maak middelen vrij om doelgroepen, zoals werknemers, kortstondig en voorwaardelijk financieel te kunnen belonen om daarmee het gedragsveranderingsproces te effectueren. Combineer dit met immateriële beloningstechnieken, spelelementen en feedback. Speel in op fietservaringen en stimuleer het 'samen fietsen' en versterk daarmee de intrinsieke motivatie van de deelnemers, zodat het fietsen ook zonder financiële beloning voldoening geeft en makkelijk is vol te houden.

Benut het programma eveneens voor het continu verzamelen van verplaatsingsgegevens, die gebruikt kunnen worden voor monitoring van het fietsgebruik en het verkrijgen van beleidsrelevante informatie die gebruikt kan worden voor verdere verbetering en effectuering van het fietsbeleid.

4 Hef remmende barrières op en verbind de fietsstimulering ook aan infra en voorzieningen

Fysieke barrières remmen het fietsgebruik en ondermijnen daarmee in meer of minder mate de fietsstimuleringsopgave en optimale benutting van het aanwezige fietspotentieel. Opheffen van deze barrières is wenselijk, een betere verbinding en integratie met de fysieke opgave (infra en voorzieningen) absoluut noodzakelijk. Borging hiervan dient plaats te vinden in provinciaal en gemeentelijk fietsbeleid, maar vooral ook door te werken in uitvoeringsprogramma en bij de uitvoering van concrete projecten. Een nieuwe hoogwaardige fietsverbinding is evengoed een infraopgave als een stimuleringsopgave, en vooral een kans voor 'meer fiets'.

5 Waardeer de fiets(er) en maak van fietsstimulering en breed gedragen en inclusieve opgave

Maatschappelijk relevante en actuele thema's zoals gezondheid, duurzaamheid, economie en leefbaarheid kenmerken het oplossend vermogen en relevantie van de fiets. Thema's die in Zuid-Limburg extra urgent zijn en landelijk worden onderschreven met de fietsagenda 2017-2027 van de Tour de Force.

Met de komst van de omgevingsvisie, provinciale mobiliteitsvisie en nieuw gemeentelijk fietsbeleid is nu het moment om de fiets opnieuw en stevig te waarderen en mee te nemen in deze beleidsontwikkelingen. Door vervolgens te zorgen voor continuïteit en slagvaardigheid in de uitvoering kan een vergaande sprong voorwaarts worden gemaakt met de positie van de fiets in Limburg.

Parallel hieraan dient ook gewerkt te worden aan de waardering van de fietser in Limburg. Creëer breed fietsbewustzijn bij politiek, beleidsmedewerkers, instanties, werkgevers, etc. Maak het belang van de fiets zichtbaar door een verbindende communicatiestrategie en een 'beweging' waarmee nieuwe en bestaande fietsinitiatieven kunnen accelereren en breed draagvlak ontstaat voor 'meer fiets'.

Bijlage 1 – Bronvermelding onderzoek- en evaluatierapporten

-
- [01] Goudappel Coffeng en MuConsult, *onderzoek naar reisgedrag werknemers regio Maastricht 2010, 2010*
-
- [02] Goudappel Coffeng, *mobilitetsmanagementscans bij 19 werkgevers in de regio Maastricht, 2011*
-
- [03] Maastricht Bereikbaar, *plan van aanpak Fietsimpuls Beter Benutten Maastricht Bereikbaar, 2012*
-
- [04] Maastricht Bereikbaar, *plan van aanpak pakket tweewielers, maatregel Fietsimpuls, Beter Benutten 2015-2017, 2014*
-
- [05] Maastricht Bereikbaar, *notitie scope uitbreiding PvA Fietsimpuls, Beter Benutten, 2016*
-
- [06] Provincie Limburg, *Provinciaal Beleidsplan Fiets 2014-2022, 2014.*
-
- [07] J. Beenker e.a., *'KOMOP! KIES SLIM! – Stapsgewijs overstappen naar fiets, e-bike, of OV, paper Nationaal Verkeerskundecongres 2015.*
-
- [08] MuConsult, *Geclusterde Effectmeting Forenzen Maastricht Bereikbaar 2013-2017, 2017. Aangevuld met verschillende aanvullende en verdiepende analyse voor het project Fietsimpuls.*
-
- [09] MuConsult, *Aanschaf en aanschafpotentieel van e-bikes voor het woon-werk verkeer in Zuid-Limburg, april 2018.*
-
- [10] Decisio, *Notitie maatschappelijke kosten en baten Fietsimpuls, april 2018*
-
- [11] Maastricht Bereikbaar, *eindevaluatie Probeer een E-bike 2012-2017, april 2018*
-
- [12] Dijksterhuis & van Baaren, *Evaluatierapport "Van een E-bike willen naar een E-bike rijden - een persoonlijke keuzehulp om het rijden op een e-bike te stimuleren", december 2017*
-
- [13] a. Dijksterhuis & van Baaren, *Evaluatie Burn Fat Not Fuel, januari 2015.*
b. Dijksterhuis & van Baaren, *Resultaten onderzoek fietsstimuleringsprojecten, presentatie december 2014.*
-
- [14] Maastricht Bereikbaar, *Notitie Eindevaluatie Burn Fat Not Fuel, 6 juni 2017*
-
- [15] Ministerie van Infrastructuur & Milieu, *IMMA Leidraad rechtmatig belonen, mei 2017*
-
- [16] MuConsult, *Meta-Evaluatie Spitsmijdenprojecten, januari 2017*
-
- [17] Maastricht Bereikbaar, *Notitie evaluatie voorjaarsactie Samen Slim Reizen 2015, maart 2016*
-
- [18] Maastricht Bereikbaar, *Slagkracht bij ingrijpende werkzaamheden – praktijkvoorbeeld van een bereikbare stad tijdens afsluiting Noorderbrug Maastricht, 2017*
-
- [19] Maastricht Bereikbaar, *Notitie 'Motivatieacties Heel Maastricht Fietst', oktober 2017*
-
- [20] Wegbeheerders ontmoeten wegbeheerders (WOW), *Onderzoek fietsweggebruikers – deelrapport gemeenten, februari 2017*
-
- [21] Keypoint, *Fietsstalling Maastricht: kwaliteit, kwantiteit en toegankelijkheid!, september 2016*
-
- [22] Viastory, *Story platform Op de pedalen in Zuid-Limburg, maart 2018*
-
- [23] Stichting Historie der Techniek / Technische Universiteit Eindhoven, *Fietsgebruik en -beleid in Maastricht en Parkstad in historische perspectief, november 2017.*
-

Bijlage 2 – Storyline ‘Op de Pedalen’ als conceptueel manifest

Op de Pedalen



Zuid-Limburg is er klaar voor. Al fietsend zetten we de transitie in naar een moderne samenleving. Fietsend ja. Want wie kiest voor de fiets, kiest voor een beter klimaat, een gezonder bestaan en een leefbare omgeving.

Zuid-Limburg is er niet alleen klaar voor. Ze is er ook klaar mee. Ze is klaar met de vuile lucht. De drukke wegen. De ongezonde mensen. Dit gaat zo niet langer. Nee, dit hoeft zo niet langer door te gaan.

In Zuid-Limburg keren we het tij. Hier komen we in beweging. En hoe! We bundelen onze krachten en werken samen aan een duurzame toekomst. Met als stralend middelpunt: de fiets. De omafiets, e-bike, driewieler. De racefiets, bmx en mountainbike. De opgeknapte fiets, studentenfiets en fietsplan-fiets.

Dé fiets dus.

In Zuid-Limburg stappen we op de pedalen. Naar de trein, naar ons werk, naar het schoolplein en naar de bakker. We fietsen voor een beter milieu, om kosten te besparen en omdat het leuk is.

In Zuid-Limburg stappen we ook op de pedalen voor fietsbeleid en fietsinnovaties. Voor de toffe ideeën, veelbelovende concepten én de blinde vlekken. Op ons platform ‘Op de Pedalen’ komen de ideeën tot wasdom. Hier laten we zien hoe belangrijk fietsen is in de transformatie naar een duurzaam en modern Zuid-Limburg.

‘Op de Pedalen’ is de inspirator en incubator. De verbinder en de verteller. Hier komen alle initiatieven, oud en nieuw samen. Hier bundelen we de krachten. En vanuit hier roepen we de wereld toe: Laten we gaan fietsen.

Op de Pedalen

Een zoektocht naar de waarde van fietsen voor een duurzaam en modern Zuid-Limburg