

Regionale strategie fietsstimulering

2024 – 2029



Voorwoord

Ik fiets! Dit jaar gaan we aan de slag met fietsstimulering onder de slogan 'Ik fiets'. Binnen het Bereikbaarheidsprogramma 2024 – 2029 is fietsstimulering namelijk een belangrijk onderdeel van het verlengde Uitvoeringsprogramma Fiets 2019 – 2023. Samen met interne en externe stakeholders werken we aan gedragsinterventies bij forenzen, ouderen, kinderen en Nieuwe Nederlanders. En bewoners zonder fiets. We zijn al gestart met de doorontwikkeling van de website, de app 'Ik fiets' en de activiteiten voor het programma Doortrappen en een project voor de doelgroep Nieuwe Nederlanders. Tijdens de oplevering van de doorfietsroute Amersfoort – Bunschoten in mei start de gedragscampagne. Het merk 'Ik fiets' ontwikkelen we verder binnen zowel de fietsstimuleringsacties en -interventies als in de communicatie en marketing. Hierbij benutten we op een slimme manier de mogelijkheden van het netwerk van de Utrecht Bike Community.

André van Schie

Gedeputeerde Mobiliteit, Economie en Digitalisering



Inhoud

| | | | |
|---|-----------|--|-----------|
| 1. Regionale strategie fietsstimulering | 4 | 3. Communicatie-plan | 15 |
| 1.1 Fietsstimulering en de Utrechtse opgaven | 5 | 3.1 Communicatiemiddelen | 17 |
| 1.2 Fietsen draagt bij aan de opgaven van de provincie | 6 | 3.2 Crossmediale campagne | 17 |
| 1.3 Eén gezamenlijke regionale strategie | 6 | 4. Monitoring en evaluatie plan | 18 |
| 1.4 Geleerde lessen en wensen | 7 | 4.1 Plan Do Check Act | 19 |
| 1.5 Wensen gemeenten | 8 | 5. Organisatie | 21 |
| 1.6 Eén provinciebrede aanpak: De Ik fiets paraplu | 9 | Colofon | 23 |
| 2. Interventie-programma | 10 | | |
| 2.1 Van opgaven naar doelgroepen en fietsstimuleringsacties | 11 | | |
| 2.2 Doelgroepen | 13 | | |
| 2.3 Fietsstimuleringsacties | 14 | | |





Hoofdstuk 1

Regionale strategie fietsstimulering

| | |
|--|---|
| 1.1 Fietsstimulering en de Utrechtse opgaven | 5 |
| 1.2 Fietsen draagt bij aan de opgaven van de provincie | 6 |
| 1.3 Eén gezamenlijke regionale strategie | 6 |
| 1.4 Geleerde lessen en wensen | 7 |
| 1.5 Wensen gemeenten | 8 |
| 1.6 Eén provinciebrede aanpak: De Ik fiets paraplu | 9 |



1.1 Fietsstimulering en de Utrechtse opgaven

De provincie Utrecht is een gewilde plek om te wonen, werken, ontmoeten en ontspannen. Tegelijkertijd zijn er grote maatschappelijke uitdagingen zoals bereikbaarheid, leefbaarheid en inclusiviteit waarvoor de fiets een oplossing kan zijn (zie paragraaf 1.2). De fiets is een schone wijze van vervoer, bevordert de gezondheid en vervult een belangrijke functie voor korte afstanden in het voor- en natransport. De Utrechtse ambitie om dé fietsregio van Europa te worden [1], sluit naadloos aan op opgaven op het gebied van woningbouw en verstedelijking, bereikbaarheid, gezondheid, veiligheid, klimaat, duurzaamheid, inclusiviteit en leefbaarheid.

De Omgevingsvisie 2021 [2] geeft richting aan de opgaven en doelen van de provincie. Het Regionaal Toekomstbeeld Fiets van de provincie Utrecht [3] gaat specifiek in op de opgaven die er liggen op het gebied van fiets. Zo moet de fiets een veilig en aantrekkelijk alternatief zijn voor afstanden onder de 15 kilometer [1]. Het doel van de provincie is dat tenminste 50% van alle ritten tot 15 kilometer met de fiets worden afgelegd. Dit betekent “Meer mensen vaker op de fiets”.

Om de doelstelling van meer fietsritten te halen is een brede en samenhangende aanpak nodig. Een vlot, veilig en comfortabel fietsnetwerk met voldoende fietsparkeervoorzieningen en fietsbezit zijn hierbij randvoorwaardelijk. De provincie Utrecht en haar gemeenten werken hierin samen om dit te bereiken. Voor fietsstimulering worden sociale maatregelen ingezet, die zich op menselijk gedrag richten en bestaan uit voorlichting/educatie en gedragsbeïnvloeding. Daarnaast valt ook de positieve communicatie over fietsen zoals nieuwe verbindingen, voorzieningen of veiligheidsacties onder fietsstimulering.



Behalve met de gemeenten, werkt de provincie samen met een aantal andere partijen aan fietsstimulering, zoals het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, Rijkswaterstaat, Goedopweg, kennisinstellingen en aanbieders van campagnes en interventies. Door gezamenlijk en gecoördineerd te werken wordt de impact en efficiency vergroot.

Deze strategie geeft richting aan het bereiden van de doelen op het gebied van fietsstimulering in de provincie Utrecht. Het gaat hierbij om een regionale aanpak voor fietsstimulering met een interventieprogramma, communicatieplan en monitoring en evaluatieaanpak. Samenwerking met regiopartners, met andere beleidsterreinen binnen de provincie en tussen de individuele gedragsinterventies zijn hierbij essentieel.

Totstandkoming

Dit document is opgesteld in opdracht van de provincie Utrecht en Goedopweg en tot stand gekomen in een traject dat is begeleid door de werkgroep ‘Fietsstimulering’, bestaande uit de gemeenten Amersfoort en Utrecht, Goedopweg en de provincie. Daarnaast is middels een enquête input opgehaald bij gemeenten over de lopende, geplande en gewenste fietsstimuleringsacties en hun behoefte binnen het Ik fiets programma. Ook is in drie regionale overleggen (Foodvalley, U16 en regio Amersfoort) input opgehaald en is met diverse externe stakeholders gesproken. Deze input is verwerkt in voorliggende regionale strategie fietsstimulering.

1.2 Fietsen draagt bij aan de opgaven van de provincie

Bereikbaarheid

- Iedereen in de provincie Utrecht moet veilig, duurzaam en vlot van huis naar werk, opleiding, recreatie en andere bestemmingen kunnen reizen.
- Verminderen van het aantal autoritten.
- **Rol fiets:** Fietsen draagt bij aan bereikbaarheid door beperkt ruimtebeslag en kan daarnaast ingezet worden voor de last mile bij knooppunten.
- Fietsen vormt op korte afstanden een goed alternatief voor de auto en mogelijk ook voor het OV. Een goed en veilig fietsnetwerk is hiervoor een randvoorwaarde.

Energie en klimaat

- Beperken opwarming aarde door vermindering uitstoot broeikasgassen.
- **Rol fiets:** Fietsen is een klimaatneutrale vorm van mobiliteit, verschuiving van auto naar fiets helpt bij het verminderen van de uitstoot van schadelijke stoffen van mobiliteit, waaronder CO₂, fijnstof en stikstof.



Gezondheid

- Het creëren van een gezonde en fijne leefomgeving, waar genoeg ruimte is om te kunnen bewegen en ontspannen.
- Verbetering luchtkwaliteit.
- Verbeteren van de vitaliteit van burgers door meer te bewegen.
- **Rol fiets:** Fietsen zorgt voor gezond gedrag. Verder vermindert fietsen luchtvervuiling en geluidsoverlast. Daarnaast is fietsen een ontspannende vrijetijdsbesteding.

Inclusiviteit

- Vervoersongelijkheid tegengaan, mobiliteitsarmoede verhelpen.
- **Rol fiets:** Fietsen is een laagdrempelige en relatief goedkope vervoersoptie, zowel voor lagere inkomens, ouderen, kinderen als andere doelgroepen. Hiermee draagt de fiets bij aan een inclusieve en een gelijkwaardige samenleving. Fietsbezit is hier een randvoorwaarde. Dit sluit mede aan bij de City Deal Fietsen voor Iedereen.

Veiligheid

- Verbeterde verkeersveiligheid en afname van verkeersslachtoffers.
- **Rol fiets:** De fiets heeft een lagere snelheid en massa dan gemotoriseerd verkeer en is daarmee een lager veiligheidsrisico bij verkeersongevallen. Ook leiden minder auto's tot veiligere schoolomgevingen.

Wonen en werken

- Het versnellen van de woningbouw & goed bereikbare werkplekken. Het aantal inwoners en bedrijven neemt toe wat uitdagingen meebrengt op het gebied van ruimtegebruik.
- **Rol fiets:** De fiets neemt beperkt ruimte in en draagt bij aan het borgen van de bereikbaarheid (en daarmee haalbaarheid van ontwikkellocaties), de nabijheid van banen en voorzieningen en een prettige leef- en werkomgeving.

1.3 Eén gezamenlijke regionale strategie

In de provincie Utrecht gebeurt al veel op het gebied van fietsstimulering. Zo heeft de provincie het merk Ik fiets ontwikkeld met bijbehorende app en website, loopt de campagne 'Utrecht helpt bedrijven in het zadel' om vanuit de werkgeversaankpak van Goedopweg meer forenzen op de fiets te krijgen, is er aan fietsstimulering gewerkt bij AZC's, zijn er activiteiten gericht op senioren vanuit Doortrappen en zijn er activiteiten gericht op scholen onder de naam Fietsmeesters en Fietsen is Fun. De huidige en eerdere fietsstimuleringsacties worden vanuit verschillende invalshoeken geïnitieerd en bedienen een deel van de gemeenten in de provincie. Om de doelstelling van meer fietsritten te halen, is een gezamenlijke regionale strategie ontwikkeld. Deze strategie is ontwikkeld, mede gebruik makend van geleerde lessen en wensen (zie paragraaf 1.3) uit evaluaties van fietsstimuleringsstrategieën en interventies. Deze geleerde lessen zijn omgezet naar een gezamenlijk programma waarin van elkaar wordt geleerd, en vanuit een gezamenlijk beeldmerk en boodschap de doelgroepen worden benaderd.



1.4 Geleerde lessen en wensen

Integraal werken

Vanwege gezamenlijke opgaven is integrale samenwerking belangrijk. Samenwerking is nodig met:

- Verschillende uitvoeringsprogramma's binnen de provincie, zoals Slimme Mobiliteit, Verkeersveiligheid en Infrastructuur.
- De Korte Termijn Aanpak van U Ned: Goedopweg.
- Het Rijk: De campagne 'Kort ritje? Da's zo gefietst!'.
- Gemeenten: De gemeenten voeren ook eigen stimuleringscampagnes uit, soms ondersteund vanuit de Korte Termijn Aanpak of het programma Fiets. Ondersteuning door de provincie en/of Goedopweg bij fietsstimulering in gemeenten is daarom belangrijk voor het verhogen van het fietsgebruik in de hele provincie.

Communicatie

- Fietsstimulering in de provincie vraagt om een overall beeldmerk dat meer bekendheid geniet in de regio. Met een couleur locale. De kapstok of paraplu helpt om bredere bekendheid van het merk te genereren bij het publiek, maar de deelcampagnes moeten tot gedragsverandering (ver) leiden.
- Uit de evaluatie van Ik fiets blijkt dat de herkenbaarheid en zichtbaarheid van de campagne in de regio beter kan.
- De Ik fiets gedragscampagne leerde ons dat herkenbaarheid, maatwerk en flexibiliteit in de aanpak voor onze partners en de potentiële doelgroepen belangrijk is.



Interventies

- Door de focus op 'alleen' een doelgroepgerichte aanpak en het bereiken van de utilitaire fietser worden kansen gemist, zoals een insteek vanuit preventie, een gebiedsgerichte aanpak, het inspelen op lifechangingevents of wegwerkzaamheden, de realisatie van doorfietsroutes, het aanhaken op evenementen of stimuleren van recreatief fietsgebruik. Het is daarom van belang om in het interventieprogramma vanuit overkoepelende opgaven (zoals bereikbaarheid, gezondheid, inclusiviteit en klimaat) te redeneren en daaruit interventies bepalen. Dit kan dus een aanpak op doelgroep, maar ook op tijd en/of locatie zijn. Binnen de inzet op verschillende doelgroepen is het goed te realiseren dat één persoon meerdere doelgroepen kan vertegenwoordigen, zoals werknemer én ouder van schoolgaande kinderen.
- Flexibiliteit voor nieuwe campagnes en aanpakken binnen het programma is nodig. Elke doelgroep vraagt om zijn eigen specifieke invulling en aanpak.
- Interventies moeten beter aansluiten op verschillende doelgroepen of persona's, zodat iedereen wordt bereikt. De uitdaging is om ook andere doelgroepen tot fietsstimulering te verleiden en dit vraagt om een maatwerk aanpak.

Monitoring en evaluatie

- Het werkveld van de stimulering van gedragsverandering bij verschillende doelgroepen vraagt om een aanpak die is gericht op het Plan, Do, Check, Act principe. Uitproberen, evalueren, leren en het geleerde weer toepassen in een volgende interventie.
- Elke interventie vraagt om een gedegen evaluatie van output en outcome waarop kan worden doorgepakt. Het stellen van goed meetbare doelen, het verzamelen van data voor monitoring en evaluatie en het uitvoeren van evaluaties zijn hierbij essentieel.
- De Ik fiets app kan een goed instrument zijn bij het verzamelen van deze data. Echter is geleerd dat de app meer informatie van de gebruikers mag opleveren, omdat meer inzicht nodig is om gericht te kunnen communiceren en interventies te kunnen plagen.

1.5 Wensen gemeenten

Met een digitale enquête is er input opgehaald bij de gemeenten over de lopende, geplande en gewenste fietsstimuleringsacties en hun behoefte binnen het 'Ik fiets programma'. Gemeenten Amersfoort, Bunnik, Bunschoten, De Bilt, De Ronde Venen, Eemnes, Houten, IJsselstein, Montfoort, Renswoude, Soest, Stichtse Vecht, Utrecht, Vijfheerenlanden, Woudenberg en Zeist, hebben hiervoor input geleverd (N=16).

Het merendeel van de gemeenten houdt zich op dit moment bezig met fietsstimulering via gedragsmaatregelen. Doortrappen wordt het meest ingezet (door 8 gemeenten). De meeste gemeenten continueren ook in 2024 hun inzet. Gemeenten die zich nog niet met gedragsmaatregelen bezighouden geven aan dat zij andere prioriteiten hebben, zoals veilige infrastructuur/voorzieningen of dat zij de capaciteit niet hebben. De wil is er wel, maar tijd en concrete inzetbare acties ontbreken. Verder hebben negen gemeenten nog maatregelen op hun verlanglijst die ze nog niet (kunnen) uitvoeren in 2024. Ook hier speelt een tekort aan capaciteit en het gebrek aan een concrete aanpak een grote rol.

Een groot deel van de gemeenten (N = 9) geeft aan dat ze nooit effectmetingen met een 0 en 1 meting uitvoeren. Zes gemeenten geven aan dat het afhankelijk is van de maatregelen of zij een effectmeting uitvoeren. Een gebrek aan capaciteit is wederom de verklarende factor. Ook geven vier gemeenten aan dat de kennis ontbreekt om dergelijke (complexe) metingen uit te voeren.

Bijna alle gemeenten (N=14) geven aan positief te staan tegenover het gebruik van het merk Ik fiets als paraplu voor fietsmaatregelen de komende jaren. De twee andere gemeenten geven aan dat het afhankelijk is van de uitvoering. Hierin wordt de behoefte aan formats en aanpasbaarheid aan de lokale context/toevoeging van lokale merken aangegeven.



Alle gemeenten zien een rol voor de provincie in fietsstimulering. De meeste gemeenten zien een faciliterende rol, zodat gemeenten kunnen aanhaken op een concrete aanpak zowel in fietsstimuleringsmaatregelen als communicatie. Ook het aanjagen en agenderen van fietsstimulering wordt gezien als taak voor de provincie. Daarnaast geven verschillende gemeenten aan dat de provincie een rol heeft in het coördineren, subsidiëren en faciliteren van projecten die over gemeentegrenzen heen gaan.

1.6 Eén provinciebrede aanpak: De Ik fiets paraplu

Op basis van de geleerde lessen uit eerdere fietsstimuleringsstrategieën en interventies, is een organisatiemodel ontwikkeld. Dit is nader uitgewerkt in de volgende hoofdstukken. De belangrijkste uitgangspunten zijn:

- *Programmacoördinatie vanuit het Ik fiets programma (regie):* Er wordt gewerkt vanuit één programma met bewaking van kwaliteit van acties, merk en duurzaam effect. Raakvlakken/koppelkansen met onder andere infrastructuur, veiligheid en voorzieningen worden beheerd. Er wordt gezorgd voor dekking over de gehele provincie.
- *Samenwerking en kennisdeling van verschillende partijen binnen de provincie:* een regionaal samenwerkingsverband (organisatie): Binnen een regionaal samenwerkingsverband houden de partijen elkaar op de hoogte van de inzet, delen we kennis en stellen we uitvoeringsplannen op.
- *Eén (flexibel) pakket aan interventies dat inspeelt op de overkoepelende opgaven in de provincie (interventieprogramma):* Alle interventies komen op een plek samen. We werken op basis van de belangrijkste opgaven in de provincie, zoals bereikbaarheid, klimaat, inclusiviteit, gezondheid. Aan deze opgaven zijn specifieke doelgroepen, tijden en locaties te koppelen waarop de interventies inspelen.

- *Eén overall beeldmerk dat bekend is in de gehele provincie:* de Ik fiets paraplu (communicatieplan): Er wordt gecommuniceerd vanuit één merk: Ik fiets. Alle fietsstimuleringsacties bevatten het Ik fiets label en zijn terug te vinden op één centrale plek (de website van Ik fiets).
- *Eén lijn in monitoring en evaluatie (monitoring en evaluatieplan):* De projectleiders van de fietsstimuleringsacties leveren data aan voor monitoring en evaluatie. Overkoepelende monitoring en evaluatie biedt inzicht in het bereik en effect van het gehele programma en de losstaande fietsstimuleringsacties. We werken aan de hand van de plan, do, check, act cyclus, een structurele, cyclische aanpak ter verbetering van het gehele programma. In deze cyclus is een natuurlijk go/no go moment opgenomen, waarmee het programma bijgesteld en doorontwikkeld kan worden. We delen deze kennis met onze partners.





Hoofdstuk 2

Interventie- programma

| | |
|---|----|
| 2.1 Fietsstimuleringsacties als invulling van de opgaven | 11 |
| 2.2 Van opgaven naar doelgroepen en fietsstimuleringsacties | 11 |
| 2.3 Doelgroepen | 13 |
| 2.4 Fietsstimuleringsacties | 14 |

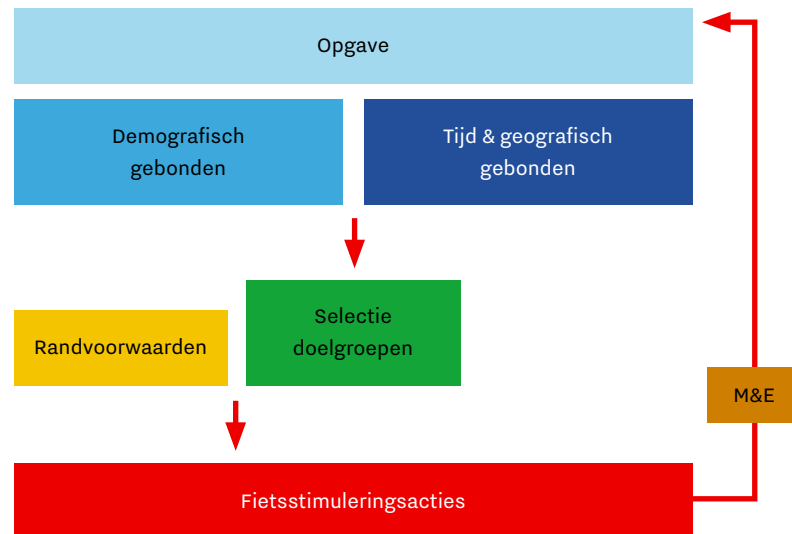


2.1 Fietsstimuleringsacties als invulling van de opgaven

Het interventieprogramma bestaat uit verschillende fietsstimuleringsacties (interventies) die bijdragen aan de eerder genoemde opgaven (zoals bereikbaarheid en gezondheid).

Oplossingen voor knelpunten

Om het gewenste effect te bereiken, wordt een interventieprogramma opgesteld dat aansluit op relevante opgaven. Binnen deze opgaven zijn er verschillende knelpunten te onderscheiden. Hierbij maken we onderscheid in demografisch, geografisch of tijdgebonden knelpunten. Om fietsstimulering zo effectief mogelijk in te zetten starten we bij deze knelpunten: Wat is het knelpunt en is fietsstimulering (één van de) oplossingen? Wie, waar of wanneer willen we (meer) mensen (meer) laten fietsen?



Figuur 1, Interventieprogramma van opgaven naar doelgroepen en fietsstimuleringsacties

Een voorbeeld kan zijn: We willen de vitaliteit van ouderen verbeteren door hen meer te laten fietsen.

Vanuit de selectie van doelgroepen worden de fietsstimuleringsacties vormgegeven, die bijdragen aan de opgaven en passen bij de randvoorwaarden van Ik fiets waaronder communicatie en monitoring en evaluatie.

Bijsturing interventieprogramma met behoud van duurzaam effect

Naarmate de opgaven veranderen, dient de focus van het interventieprogramma te worden aangepast. Belangrijk is wel dat het gedragseffect wordt geborgd; dus blijft deze doelgroep fietsen, ook zonder inzet op fietsstimulering of moet de wijze van fietsstimulering worden aangepast van “gaan fietsen” naar “blijven fietsen”?

Provinciebrede fietsstimuleringsacties

De provincie reikt gemeenten fietsstimuleringsacties aan. Voor specifieke opgaven en doelgroepen zet de provincie in fietsstimuleringsacties over meerdere gemeenten of regio's, met regie vanuit de provincie.

2.2 Van opgaven naar doelgroepen en fietsstimuleringsacties

Meer mensen en meer ritten op de fiets draagt bij aan de maatschappelijke opgaven binnen de provincie. Uit deze opgaven volgen knelpunten voor specifieke demografische doelgroepen of tijd of geografisch gebonden knelpunten:

Demografisch gebonden knelpunten

Knelpunten die gelden voor een specifieke doelgroep op basis van demografische kenmerken. Voorbeelden hiervan zijn inwoners > 65 jaar en ouder of kinderen < 12 jaar. Zij vormen een kwetsbare doelgroep vanwege afnemende of nog ontwikkelende motorische en cognitieve vaardigheden. Veiligheid van deze groepen is een knelpunt dat naar voren komt.

Tijd-/geografisch gebonden knelpunten en kansen

Tijd of geografisch gebonden knelpunten betreffen veelal knelpunten die betrekking hebben op bereikbaarheidsopgaven (zoals grootschalige wegwerkzaamheden). Daarnaast biedt de aanleg van nieuwe fietsinfrastructuur (zoals Doorfietsroutes) op specifieke locaties kansen om mensen te verleiden om vaker te fietsen, waaronder ook doelgroepen als bezoekers, bewoners, en forenzen. Het gaat dan niet om een geografisch gebonden knelpunt, maar een geografisch gebonden kans om meer mensen en meer ritten op de fiets te realiseren.

Selectie doelgroepen

Maatwerk van interventies voor specifieke doelgroepen komt ten goede aan de effectiviteit (te denken aan het toespitsen op demografische factoren, persoonskenmerken of life changing events). Daarom wordt ingezet op een doelgroepgerichte aanpak. Hierbij worden doelgroep(en) geselecteerd op basis van knelpunten; zowel in de breedte (wie reizen op welk moment waar?) als op demografische kenmerken (zoals leeftijd). Kennis van de doelgroepen is hierbij essentieel en kan mede met input van kennisinstellingen worden opgedaan.

Bij de selectie van doelgroepen, dienen de volgende aspecten in beschouwing te worden genomen:

- Noodzaak om deze doelgroep, gerelateerd aan de opgaven, te laten fietsen.
- Grootte van de doelgroep.
- Mate waarin de doelgroep open staat voor de gewenste gedragsverandering.

Door een selectie te maken op basis van bovenstaande afweging wordt er doelgericht en passend bij de opgaven ingezet op fietsstimulering.

Bij het ontwikkelen van de fietsstimuleringsacties is het goed om de opgave in beeld te houden. Eén fietsstimuleringsactie kan bijdragen aan meerdere opgaven. Daarnaast is het van belang ook aandacht te hebben voor behoud van de gedragsverandering en hiermee blijvend bij te dragen aan de opgaven.



2.3 Doelgroepen

Op basis van deze selectie aspecten komen er vijf doelgroepen naar voren. Binnen deze geselecteerde doelgroepen hebben we oog voor de personen zonder fiets. Overige doelgroepen zijn sport/hobby, ouders, studenten (MBO/HBO/WO), middelbare scholieren, bezoekers van provincie Utrecht en bezorgdiensten.

Forenzen

Een goede bereikbaarheid is noodzakelijk voor een economische regio als de provincie Utrecht. Hier ligt met name een uitdaging op wekdagen en op spijtstijden. Forenzen vormen om deze reden een belangrijke doelgroep. Het is nodig om werkgevers en werknemers in de regio te bereiken om werknemers vaker aan het fietsen te krijgen. Ook vormen forenzen een grote doelgroep. De provincie Utrecht heeft relatief gezien de meeste werkenden in Nederland. In 2021 had 73% van de Utrechters tussen de 15 en 75 jaar een betaalde baan. Cijfers uit 2015 – 2017 van de provincie laten zien dat 43,4% van de inwoners zich verplaatst met de auto naar werk voor fietsbare afstanden van 0 tot 15 kilometer. Terwijl 39,5% zich verplaatst met de fiets voor deze afstand en 17,1% met andere vervoersmiddelen. Landelijk onderzoek laat zien dat 35% van de Nederlanders die frequent de auto gebruikt voor korte ritten overweegt vaker de fiets te nemen naar werk. Dit laat zien dat een aanzienlijk deel van de forenzen ervoor open staat om vaker te fietsen.

Ouderen

Ouderen vormen een kwetsbare groep in onze samenleving. De provincie en gemeenten hebben een belangrijke maatschappelijke en sociale taak ten opzichte van deze doelgroep. Te denken valt aan het borgen van hun veiligheid en het recht om je te kunnen verplaatsen, waardoor deelname aan de maatschappij makkelijker wordt. In 2021 wonen er 236.000 inwoners van 65 jaar of ouder in de provincie (17% van de totale bevolking). Dit percentage groeit sterk: In 2040 is 1 op de 4 inwoners 65+. Het gaat dus om een aanzienlijke groep. In 2020 fietsten 65 tot 75 jarigen minder vaak dan jeugdigen, maar als zij op pad gingen legden ze relatief veel kilometers af, rond 24 kilometer per week.

Mensen van 75 jaar of ouder fietsten met 14 kilometer per week de minste kilometers. Wanneer ouderen onderweg zijn is het van belang hun veiligheid te borgen. Er gebeuren steeds meer ongevallen op de fiets onder senioren: Bijna driekwart van alle fietsdoden en bijna de helft van de ernstig gewonde fietsers is ouder dan 60 jaar. Fietsstimuleringsacties, zoals Doortrappen, richten zich om deze reden op vaker en veiliger fietsen. Ouderen staan om verschillende redenen ervoor open om vaker te fietsen, zoals het onderhouden van de sociale contacten, het ervaren van vrijheid, het genieten van vrije tijd /de natuur en fit blijven.

Kinderen

Ook kinderen vormen een kwetsbare groep in het verkeer. Het is belangrijk dat kinderen van jongs af aan leren fietsen. Het is goed voor hun dagelijkse beweging en dagelijks fietsen zorgt ervoor dat het gebruik van de fiets een logische optie blijft in hun reisgedrag; het vergoot de kans dat ze ook als ze volwassen zijn blijven fietsen. Een bijkomend voordeel is dat via de kinderen ook het belang van fietsen bij de ouders aangewakkerd kan worden en daarmee ook hen aan het fietsen kan krijgen. Wanneer ouders mee naar school fietsen wordt de omgeving rond school tijdens breng- en haaltijden veiliger en komt dit de bereikbaarheid ten goede. Kinderen op scholen vormen een kansrijke doelgroep, omdat 97% van de kinderen op fietsafstand woont. De provincie Utrecht had in 2019 205.220 huishoudens met kinderen. Verandering in het gedrag van kinderen wordt met name bepaald door motieven en weerstanden van de ouders. Hierbij kan gedacht worden aan motieven zoals de gezondheid van kinderen, gezelligheid, reistijd, de wens vanuit kinderen en regels op school. Weerstanden van ouders zijn voornamelijk het gemak, de veiligheid rondom school, afstand en reistijd. Ook is het gedrag van ouders gewoontegedrag en staan zij er niet bewust bij stil om te veranderen.

Nieuwe Nederlanders

Voor een goede integratie zijn fietsstimuleringsacties voor nieuwe Nederlanders belangrijk. Het zorgt voor het mee kunnen doen in de maatschappij, het levert een bijdrage aan



de vrijheidsbeleving en het levert een gezondheidsvoordeel op. Op 1 januari 2022 was bijna 15 procent van de Nederlandse bevolking in het buitenland geboren. In gemeente Utrecht hebben 142.000 inwoners een migratieachtergrond (38% van het totaal); dit zijn personen van wie ten minste één ouder in het buitenland is geboren. Van deze groep is 56% ook zelf in het buitenland geboren (eerste generatie) en 44% in Nederland. Begin 2023 wonen circa 2.660 statushouders in gemeente Utrecht. Het gaat dus om een aanzienlijke groep inwoners. Er zijn verschillen te zien in fietsfrequentie per bevolkingsgroep. Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen staan bijvoorbeeld negatiever tegenover fietsen dan Polen. Weerstanden om te fietsen zijn de perceptie dat het oncomfortabel en onveilig is. Zij zijn er minder mee opgegroeid en het is niet in lijn met hun identiteit. Degenen die wel fietsen doen dit vooral in hun vrije tijd en minder voor woon-werk verkeer. Veel ouders vinden het belangrijk dat hun kinderen wel opgroeien met fietsen.

Bewoners

Bewoners van nieuwe verstedelijkingslocaties zijn een belangrijke doelgroep door haar potentie om het reisgedrag te verduurzamen. Juist op deze geografisch vaak helder afgebakende plekken zal de mobiliteitstransitie een grote vlucht moeten nemen omdat de bestaande mobiliteitsnetwerken, met name het hoofd- en onderliggend (auto)wegennet, geen extra mobiliteitsgroei kunnen faciliteren. Daar komt bij dat inwoners van nieuwe wijken na hun verhuizing ook makkelijker te bewegen zijn tot ander mobiliteitsgedrag dan bewoners die niet verhuizen. Door dit ‘life changing event’ staat deze doelgroep meer open voor de gewenste gedragsverandering.

Fietsbezit als randvoorwaarde

Om (meer) fietsen te stimuleren, is beschikbaarheid van een fiets een randvoorwaarde. Hoewel de fiets een relatief voordelige vervoerswijze is, kan de aanschaf van een fiets voor mensen die moeite hebben om rond te komen, toch te duur zijn. Het goedkoop beschikbaar stellen van een fiets zorgt voor positieve effecten; zowel bij fietsstimulering als op het verminderen van vervoersongelijkheid. Dit kan gecombineerd worden met inzet op vaardigheden zoals fietslessen en gratis reparatie van de fiets, waarna mensen goedkoop een fiets kunnen aanschaffen of het combineren met een fietsvaardigheidstest. Als de vaardigheden achterblijven, kan hierop ingezet worden om ervoor te zorgen dat de fiets zo goed en zo vaak mogelijk gebruikt wordt. Mensen die goedkoop een fiets konden aanschaffen, vinden fietsen leuker, fietsen vaker en gebruiken de fiets (bijna) iedere dag. Daarnaast maakt het reizen goedkoper en makkelijker en bezoeken mensen meer verschillende plekken.

2.4 Fietsstimuleringsacties

De fietsstimuleringsacties die invulling geven aan de opgaven en knelpunten kunnen heel divers zijn; zowel provinciebreed als lokaal, demografisch, tijd of geografisch gebonden en door provincie, Goedopweg of gemeente aangeboden. Al deze acties worden uitgevoerd onder de paraplu van Ik fiets.

De organisatie vanuit het Ik fiets programma biedt kansen om efficiency te bereiken. Er zijn meerdere invullingen van de organisatie van een fietsstimuleringsactie mogelijk, afhankelijk van opgave, bijbehorende knelpunten of kansen, type fietsstimuleringsactie en beschikbare middelen. Vanuit de Ik fiets paraplu wordt hiervoor op onderstaande ingezet:

- Het centraal organiseren van fietsstimuleringsacties die in meerdere gemeenten tegelijk ingezet worden. Hierbij hoeven gemeenten niet zelf de kennis of capaciteit in huis te hebben om fietsstimuleringsacties op te zetten, maar wordt dit door één centrale projectorganisatie gedaan. Afhankelijk van het type actie is vanuit de gemeenten mogelijk wel ondersteuning voor inzet van lokale kennis en netwerk nodig.
- Het ontwikkelen van een draaiboek of toolkit voor fietsstimuleringsacties zodat gemeenten deze zelf kunnen uitvoeren. Bij inzet van een fietsstimuleringsactie wordt ervaring opgedaan. Door dit te delen in een draaiboek kunnen andere gemeenten of organisaties van deze kennis profiteren.
- Daarnaast nodigt de provincie gemeenten uit om in te zetten op fietsstimuleringsacties.

Voor alle acties geldt dat deze aan de randvoorwaarden van de Ik fiets paraplu dienen te voldoen (zie gekleurde kader hiernaast). Deze Ik fiets randvoorwaarden zijn tevens onderdeel van de voorwaarden voor subsidietoekenning door de provincie bij fietsstimuleringsacties.

Flexibiliteit in fietsstimuleringsacties

Doelmatigheid van fietsstimuleringsacties is van belang. Door inzet van fietsstimuleringsacties of veranderende omstandigheden (zoals COVID 19, migratie of nieuwe type fietsen) kunnen de opgaven wijzigen. Ook kan de effectiviteit van een fietsstimuleringsactie niet of juist bovenmatig aan de verwachtingen voldoen. Monitoring en evaluatie is daarom van belang om fietsstimuleringsacties bij te stellen (zie hoofdstuk 4) en hiermee te blijven werken aan de doelstellingen van de fietsstimuleringsstrategie.

Daarnaast verandert door inzet van fietsstimuleringsacties ook de fase van fietsstimulering: het op gang brengen van de gedragsverandering of het gedragsbehoud stimuleren. Kortom: mensen activeren om te gaan fietsen of mensen blijvend meer te laten fietsen. Hier dient de fietsstimuleringsactie op te anticiperen om een blijvende gedragsverandering te realiseren.

Randvoorwaarden Ik fiets fietsstimuleringsacties

De door Ik fiets aangereikte fietsstimuleringsacties kunnen op eigen wijze door verschillende organisaties worden ingezet. Bij inzet van een fietsstimuleringsactie onder het Ik fiets label, zijn een aantal randvoorwaarden van toepassing bij het uitvoeren van fietsstimuleringsacties, namelijk:

Ik fiets uitstraling: Alle communicatie over de fietsstimuleringsactie gebeurt onder het merk Ik fiets (zie H3)

Uniforme monitoring en evaluatie: Bij elke fietsstimuleringsactie hoort monitoring en evaluatie op effectiviteit en doelmatigheid van de actie, conform het monitoring en evaluatieplan (zie H4).



Hoofdstuk 3

Communicatieplan

| | |
|---------------------------|----|
| 3.1 Een herkenbaar merk | 16 |
| 3.2 Communicatiemiddelen | 17 |
| 3.3 Crossmediale campagne | 17 |



3.1 Een herkenbaar merk

Een belangrijk onderdeel van de regionale strategie fietsstimulering is de herkenbaarheid van het merk Ik fiets. Ik fiets bestaat al meerdere jaren en heeft daardoor naamsbekendheid. Om deze reden is ervoor gekozen Ik fiets als paraplu campagne in de provincie te blijven inzetten en uitbreiden. Ook uit de enquête die afgenomen is bij de gemeenten blijkt dat bijna alle gemeenten (N=14) geven aan positief te staan tegenover het gebruik van het merk Ik fiets als paraplu voor fietsmaatregelen de komende jaren. De twee andere gemeenten geven aan dat het afhankelijk is

van de uitvoering. Hierin wordt de behoefte aan formats en aanpasbaarheid aan de lokale context/toevoeging van lokale merken aangegeven.

Campagnes en fietsstimuleringsacties

Om het merk verder te laden is het noodzakelijk dat alle fietsstimuleringsacties in de provincie dezelfde uitstraling hebben. Dit geldt voor massa mediale campagnes gericht op fietsstimulering en voor fietsstimuleringsacties. Regionaal gebruik van het merk Ik fiets, zorgt ervoor dat inwoners die bijvoorbeeld in Oudewater wonen en in Woerden werken, een herkenbare afzender hebben.

Binnen de communicatiepijler van de strategie wordt een toolbox ontwikkeld met diverse uitingen van het Ik fiets merk. Hierbij kunnen projectleiders van fietsstimuleringsacties kiezen uit een range van toepassingen, van een minimale inzet door het gebruiken van Ik fiets logo tot communicatie volledig in Ik fiets stijl.

Samenhang met Da's zo gefietst

De landelijke fietsstimuleringscampagne 'Da's zo gefietst' wordt sinds mei 2023 ook in de provincie Utrecht uitgedragen. Met het Rijk wordt een Ik fiets uitstraling voor de materialen afgestemd.



3.2 Communicatiemiddelen

Communicatiekanalen

De communicatie over het Ik fiets programma en de stimuleringsacties die hieronder vallen loopt via verschillende kanalen. De provincie heeft een aantal overkoepelende kanalen waaronder de website Ik fiets, de Ik fiets app en Facebook, Instagram en Twitter. Via andere kanalen, zoals websites van gemeenten, wordt ook over de fietsstimuleringsacties gecommuniceerd, waarvoor de Ik fiets templates en communicatieplan beschikbaar zijn om één gezamenlijke boodschap over te brengen.

Ik fiets templates en communicatieplan

De huisstijl van Ik fiets is vastgelegd in verschillende templates. Deze zijn vrij toegankelijk voor gemeenten en uitvoerende partijen om te gebruiken in hun campagnes en fietsstimuleringsacties. Het communicatieplan van Ik fiets geeft tevens suggesties voor de beelden en teksten op de materialen om gemeenten en uitvoerende organisaties te ontzorgen. Te denken valt aan teksten waarin de motieven om te fietsen (die aansluiten bij de opgaven) benadrukt worden en afbeeldingen van veilig fietsgedrag. Hiermee wordt geborgd dat de fietsstimuleringsacties niet alleen hetzelfde uitstralen in beeld, maar dat ook de boodschap past onder de Ik fiets paraplu.

Website

Op de website wordt informatie over het Ik fiets programma gedeeld. Hierop is informatie over zowel de provincie brede fietsstimuleringsacties als de meer lokale acties te vinden.

Ik fiets app

Een van de huidige fietsstimuleringsacties en tevens een communicatiemiddel, is de Ik fiets app. De huidige app is met zekerheid actief tot en met 2024, de intentie is om dit te continueren. De app kan deze door alle gemeenten en Goedopweg, in afstemming met de provincie Utrecht, worden ingezet als fietsstimuleringsmaatregel. De app is als losstaande actie te zien en is te koppelen aan andere fietsstimuleringsacties of voorzieningen. Bij de opening van een doorfietsroute

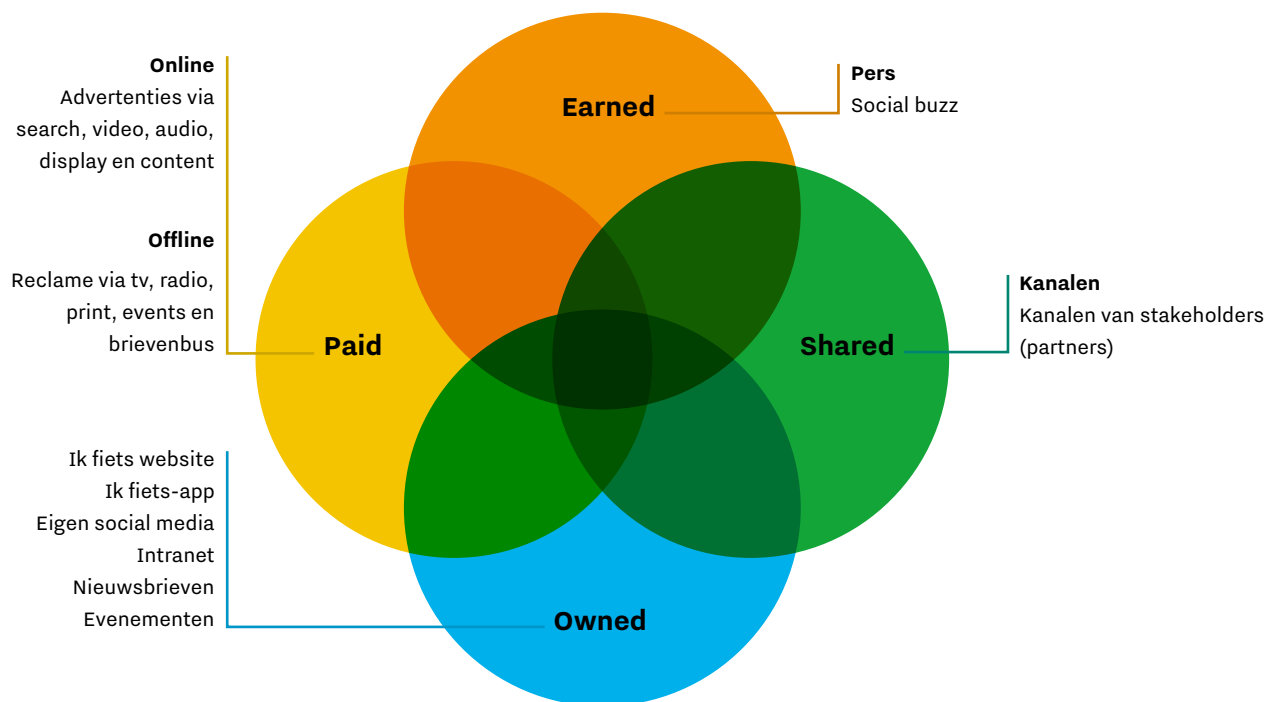
kan bijvoorbeeld een nieuwe uitdaging in de app gecreëerd worden, waarbij extra punten te verdienen zijn voor het fietsen van de nieuwe route. Daarnaast kan de app ingezet worden als communicatiemiddel voor specifieke acties.

3.3 Crossmediale campagne

Naast de eigen website en app zijn er meer media beschikbaar om de boodschap van het Ik fiets programma uit te dragen. Om Ik fiets als herkenbaar merk uit te dragen is inzet van communicatiekanalen van interne en externe stakeholders nodig. Dit betekent dat naast de communicatiekanalen en middelen

van provincie, gemeenten en Goedopweg, de Ik fiets campagne ook gedeeld wordt door partners (zoals belangenorganisaties), uitvoerende partijen en de doelgroep zelf. De aansturing van deze aanpak is de verantwoordelijkheid van de projectleider communicatie. Het gaat hierbij dus om een 'crossmediale' aanpak van campagne, waarbij de campagne gedeeld wordt via de zogenaamde owned, shared, earned en paid media.

- Owned: eigen communicatiekanalen en middelen.
- Shared: gedeeld bereik via partners.
- Earned: andere mensen die over de campagne praten (via pers of doelgroepen).
- Paid: gekocht bereik.



Figuur 2, Communicatiekanalen crossmediale campagne Ik fiets



Hoofdstuk 4

Monitoring en evaluatie plan

4.1 Plan Do Check Act

19



4.1 Plan Do Check Act

Monitoring en evaluatie is nodig om middelen efficiënt en effectief in te zetten. Dit wordt op een structurele en cyclische manier ingevuld middels de PDCA cirkel (Plan Do Check Act). Hiermee wordt steeds verbeterd op basis van behaalde resultaten en geleerde lessen.

Effectmetingen

De effecten van de fietsstimuleringsacties worden gemeten:

- **Bereik:** Hoeveel mensen zijn bereikt met deze actie?
- **Effect van de actie:** Hoeveel meer ritten zijn er gemaakt door inzet van deze fietsstimuleringsactie?

Overkoepelend wordt het effect van de inzet van de volledige regionale strategie fietsstimulering gemeten; hoeveel meer ritten op de fiets gemaakt?

Meting ten opzichte van de doelstelling: Het percentage van de ritten tot 15 kilometer dat met de fiets wordt afgelegd.

Procesevaluatie

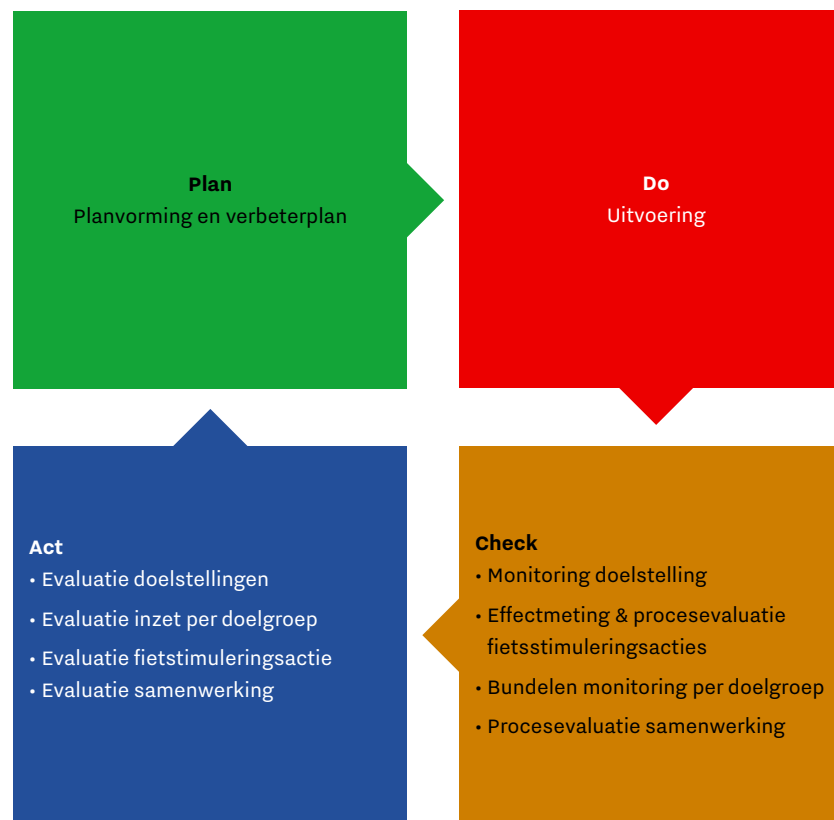
- **Fietsstimuleringsacties:** De leerpunten van losse fietsstimuleringsacties.
- **De regionale samenwerking:** de samenwerking van provincie, regio's en gemeenten binnen het programma Ik fiets.

Op deze manier er bijgestuurd worden op programma-, doelgroep en fietsstimuleringsactie niveau.

Cyclische monitoring fietsstimuleringsacties

Om het interventieprogramma bij te kunnen sturen, is evaluatie van de fietsstimuleringsacties noodzakelijk en dus is effectmeting en een procesevaluatie van deze acties noodzakelijk. De uitvoerders van de fietsstimuleringsacties stellen een plan op voor effectmeting en procesevaluatie. Dit plan kan per (type) fietsstimuleringsactie anders zijn, doordat beoogde effecten anders meetbaar zijn. Daarnaast kan ervoor gekozen worden om monitoring te minimaliseren omdat het effect eerder al bewezen is. Voor de effectmeting en procesevaluatie worden onderstaande richtlijnen meegegeven:

- Op basis van gestandaardiseerde meetinstrumenten monitort de uitvoerende partij de resultaten van de fietsstimuleringsactie. De output die gemeten wordt is het fietsgedrag (indien de doelstelling zich direct richt op fietsgedrag), het totale bereik van de actie en de succes en leerpunten. Wanneer de doelstelling van een fietsstimuleringsactie zich niet direct op fietsgedrag richt, maar bijvoorbeeld op het imago van fietsen, wordt op andere aspecten van de doelstellingen geëvalueerd.
- Er wordt geadviseerd om voor- en nametingen op het werkelijke fietsgedrag (de output) te doen om het verschil in fietsgedrag en daarmee het effect te meten.



Figuur 3, Plan Do Check Act

- Deze data wordt aangeleverd aan de PL monitoring en evaluatie van Ik fiets, waarbij de uitvoerende partij ook wordt gevraagd een korte samenvatting te geven van de behaalde resultaten.
- Enige terughoudendheid op bijsturing op basis van de cyclische monitoring is op zijn plaats, omdat soms een langere adem nodig is voordat het beoogde effect wordt bereikt en dit moet passen bij de doorlooptijd en aard van de fietsstimuleringsactie.
- Met de output kan mede bepaald worden of het effect op het knelpunt van de opgave bereikt is (outcome).
- Om duurzame gedragsverandering te meten is een followup meting nodig.

Integrale evaluatie

Het Ik fiets programma wordt iedere twee jaar geëvalueerd. Deze integrale evaluatie bestaat uit een integrale effectmeting en procesevaluatie. In de integrale effectmeting worden alle resultaten van de losse fietsstimuleringsacties gebundeld en geanalyseerd. Ook vindt er een evaluatie van de organisatie/samenwerkingsvorm van het programma plaats: de integrale procesevaluatie. Een looptijd van twee jaar is nodig om genoeg informatie te verzamelen van acties die lopen. De evaluatie geeft antwoord op de volgende vragen:

- Worden de beoogde doelstellingen met de ingezette fietsstimuleringsacties behaald?
- Wat is de effectiviteit van de fietsstimuleringsactie per doelgroep, per opgave, etc.?

Deze data analyse wordt uitgevoerd door een onafhankelijk onderzoeksbureau, aangestuurd vanuit het Ik fiets programma en op basis van ruwe data. Op deze manier wordt efficiënt en objectief te werk gegaan.





Hoofdstuk 5

Organisatie



Het organisatiemodel voor het Ik fiets programma bestaat, net als de strategie, uit drie lagen: regie, planvorming en uitvoering.

De programmacoördinatie is verantwoordelijk voor het beheer en de uitvoering van de regionale strategie fietsstimulering. Hier wordt het overzicht bewaard. De programma-coördinatie werkt nauw samen met de projectleiders van interventie, communicatie, en monitoring en evaluatie. De projectleiders per pijler uit de planvormingslaag zijn verantwoordelijk voor het aansturen van de uitvoering. De programmacoördinatie wordt aangestuurd door de opdrachtgever, provincie Utrecht, die zorgt voor het budget en het

waarborgen van beleid. Tevens werkt de programmacoördinator nauw samen met de klankbordgroep die bij elkaar komt om het regionale programma Ik fiets te evalueren; voortgang op interventies, communicatie, monitoring en evaluatie, budget en klankborden over de werkwijze binnen het programma.

De verschillende rollen uit het organisatiemodel worden nader uitgewerkt, inclusief de wijze waarop deze zich tot elkaar verhouden. Het gaat om verschillende rollen, maar één persoon kan meerdere rollen vervullen en elke rol wordt ondersteund door een team van de desbetreffende partij.



Figuur 4, Organisatiemodel Ik fiets inclusief externe en interne stakeholders

Colofon

Uitgave

Provincie Utrecht

Contact

fiets@provincie-utrecht.nl

Projectteam opdrachtnemer

Marloes Scholman (Arcadis)
Sanne van der Mheen (Arcadis)
Alex van Gent (Arcadis)
Esther Timmermans (Shift Gedrag)
Roos Alink (Shift Gedrag)

Datum

december 2023

Werkgroep

Kim Ruijs (provincie Utrecht)
Cees Oostrom (provincie Utrecht)
Ewoud Vink (provincie Utrecht)
Rens Jonker (gemeente Utrecht)
Pascal Boontje (gemeente Amersfoort)
Laura Tenniglo (Goedopweg)

Ambtelijk opdrachtgever

Gwen Boon (provincie Utrecht)
Esther de Lange (Goedopweg)

Vormgeving

Enof creatieve communicatie

Fotografie

Beeldbank provincie Utrecht, Shutterstock

