

Onderzoek doelgroepen niet- frequente fietsers in Den Haag

Rapportage

Hoofdonderzoeker Evita Goossens, MSc.

Supervisie Dr. Inge Merkelbach

November 2025



1. Inhoud

1. Inhoud	2
2. Managementsamenvatting	3
3. Probleemstelling.....	7
4. Methodologie	8
5. Literatuurstudie	17
6. Tussenresultaten gehele sample.....	32
7. Algemene inzichten interviews	49
8. Doelgroep 3	60
9. Doelgroep 5	75
10. Doelgroep 6.....	90
11. Algemene conclusie en aanbevelingen	104
12. Literatuur.....	111
Appendix A niet-gekozen groepen clustering.....	116
Appendix B Interventies in Den Haag	159
Appendix C interventiemethoden per belemmering.....	162
Appendix D Uitgebreide uitkomsten brainstorm	178
Appendix E Uitgebreide uitkomsten evaluatie	182
Appendix F Dendogrammen.....	197

2. Managementsamenvatting

Den Haag wil een fietsstad zijn voor iedereen, omdat fietsen gezond, duurzaam en goed voor de bereikbaarheid is. Toch kiest niet iedereen vanzelf voor de fiets. Goede infrastructuur alleen is daarvoor niet genoeg — ook vaardigheden, kennis, motivatie en sociale invloed spelen een rol.

Dit rapport beschrijft een onderzoek naar doelgroepen in Haagse wijken die (bijna) nooit fietsen. Het onderzoek richtte zich op het achterhalen van hun belemmeringen en het ontwikkelen van manieren om deze groepen te stimuleren vaker de fiets te gebruiken.

Onderzoeksopzet

Het onderzoek bestond uit twee delen:

Deel 1 – Doelgroepenonderzoek en gedragsanalyse

In dit deel is onderzocht welke groepen weinig fietsen en waarom.

- Er is een vragenlijst afgenomen onder 300 bewoners van Laakkwartier, Spoorwijk, Bouwlust en Vrederust, Morgenstond en Moerwijk. In deze wijken wordt over het algemeen de fiets minder gebruikt dan andere vervoersmiddelen. De vragen gingen over demografische kenmerken, fietsgebruik en drijfveren en belemmeringen.
- Op basis van de drijfveren en belemmeringen is een clusteranalyse uitgevoerd. Deze statistische methode onderscheidde tien groepen. Drie doelgroepen die het minst vaak fietsen, maar waar wel potentie wordt gezien om fietsen te stimuleren, zijn geselecteerd voor de ontwikkeling van interventies.
- Daarnaast zijn dertien individuen uit deze doelgroepen en zes verschillende experts geïnterviewd om de drijfveren en belemmeringen dieper te begrijpen.

Deel 2 – Ontwikkeling en evaluatie van gedragsinterventies

In dit deel zijn op basis van de inzichten zes gedragsinterventies ontwikkeld en met stakeholders besproken om te beoordelen hoe en of deze interventies effectief kunnen zijn met betrekking tot het stimuleren van fietsen.

Belangrijkste resultaten

Hieronder worden de drie doelgroepen beschreven die het minst fietsen, wat hen hiervan weerhoudt en welke interventies bedacht zijn om hen te stimuleren.

Doelgroep 1:

Deze doelgroep bestaat voornamelijk uit vrouwen van 40 jaar en ouder, die voornamelijk in stadsdeel Zuidwest wonen, met een concentratie in de wijk Moerwijk. De groep heeft een gemengde culturele achtergrond, zowel Nederlands als niet-Nederlands. Ongeveer de helft van deze vrouwen fietst helemaal niet, terwijl de andere helft slechts af en toe de fiets gebruikt. Hun houding ten opzichte van fietsen is gematigd positief: zij ervaren het als gezond, maar voelen zich vaak onvoldoende veilig op de fiets. Veel van de niet-fietsers beschikken bovendien niet over een eigen fiets.

Er zijn twee interventies bedacht: één om angst tegen te gaan en één om fietsbezit te stimuleren. De **fietssafari** is bedoeld om angst te verminderen. Tijdens een gezamenlijke tocht met ongeveer zes bewoners en een fietscoach wordt in de wijk langs veilige en groene routes gefietst. De tocht richt zich op mensen die al een beetje kunnen fietsen maar hun omgeving nog spannend vinden. Zo doen deelnemers positieve ervaringen op met fietsen in hun dagelijkse leven. Zowel bewoners als fietscoaches zijn enthousiast over deze interventie.

Daarnaast zijn **beveiligde buurtstallingen** bedoeld om fietsbezit te stimuleren. Bewoners kunnen daar verschillende soorten fietsen lenen of huren, bij voorkeur op centrale plekken zoals buurthuizen of parkeerplaatsen. Een deel van de fietsen is bestemd voor mensen met een Ooievaarspas, zonder dat dit zichtbaar is. De fietsen krijgen een herkenbare, wijkgebonden naam, zoals *Laakfietsen* of *Moerwijkfietsen*. Zowel bewoners als fietscoaches zijn enthousiast over deze interventie.

Doelgroep 2:

Deze groep bestaat voornamelijk uit mensen met een niet-westerse achtergrond. Verder zijn er geen duidelijke demografische kenmerken: leeftijd en geslacht zijn verspreid. Ongeveer de helft van deze groep fietst nooit, terwijl de andere helft slechts af en toe korte ritten maakt.

De doelgroep identificeert zich niet als 'fietser' en wil ook niet zo worden gezien, al erkennen ze wel de voordelen van fietsen voor gezondheid, milieu en betaalbaarheid. Positieve emoties bij het fietsen worden nauwelijks genoemd.

De onderzoekers en de gemeente Den Haag hebben daarom gekozen voor interventies die eerst positieve emoties rond fietsen stimuleren en daarna de fietsersidentiteit versterken.

De eerste interventie richt zich op het inzetten van **rolmodellen en sleutelfiguren in de wijk** om fietsen aantrekkelijker te maken. Denk aan een fietsdag op school waarbij kinderen hun ouders enthousiasmeren, of aan het betrekken van imams, gebiedsvaders en community builders. Ook evenementen zoals het Laakfestival kunnen worden benut om invloedrijke buurtbewoners zichtbaar op de fiets te laten verschijnen. Zowel bewoners als fietscoaches zijn enthousiast over deze interventie.

De tweede interventie richt zich op het versterken van de fietsersidentiteit door bewoners het fietsen **direct te laten ervaren**. Dit gebeurt via pop-up stores, stands en opstapdagen waar mensen proefritten kunnen maken en fietsen kunnen (laten) repareren. Zo wordt fietsen op een laagdrempelige en positieve manier onderdeel van het dagelijks leven. Zowel bewoners als fietscoaches zijn enthousiast over deze interventie.

Doelgroep 3:

Deze doelgroep bestaat opvallend genoeg uit voornamelijk jonge mensen, grotendeels onder de 30 jaar, met relatief veel hoogopgeleiden en een niet-westerse achtergrond. Vrijwel iedereen in deze groep fietst af en toe, maar de frequentie is laag. Hoewel zij de voordelen van fietsen erkennen en beschikken over de nodige randvoorwaarden – zoals een eigen fiets en voldoende fietservaring – vertaalt dit zich niet in regelmatig fietsgebruik.

Het gebruik van de fiets hangt sterk af van het weer, en de groep heeft over het algemeen geen uitgesproken meningen of behoeften rondom fietsen. Inertia speelt hierbij een belangrijke rol: ondanks het inzien van de voordelen en het ontbreken van grote belemmeringen, blijven ze vasthouden aan hun gewoonte om weinig te fietsen.

Om deze inertia te doorbreken, is een interventie ontwikkeld die zich richt op jonge ouders en expats. Het doel is om **via bestaande instellingen** waarmee zij veel in contact staan (zoals scholen en werkgevers) fietsen te stimuleren. Met steun van de gemeente Den Haag ontvangen deze organisaties een toolkit om gezamenlijke regels en afspraken te maken.

Voorbeelden hiervan zijn:

- Werkgevers kunnen afspreken dat medewerkers standaard cliënten bezoeken met de (e-)fiets.
- Scholen kunnen ouders een beloftekaart laten ondertekenen of besluiten geen kiss & ride-zones aan te bieden.

Door zulke collectieve afspraken wordt fietsen de vanzelfsprekende keuze. Zowel bewoners als fietscoaches reageerden positief op deze aanpak.

De tweede interventie richt zich op het aantrekkelijker maken van fietsen bij slecht weer, met ondersteuning via werkplekken en onderwijsinstellingen (MBO, HBO en universiteit). Hierbij worden **praktische voorzieningen** aangeboden, zoals het uitlenen van e-bikes, het verstrekken van regenkleding en helmen, en het inrichten van kleedruimtes met douches, droogrekken en laadpunten. Werkgevers kunnen daarnaast een fietsvergoeding aanbieden. Onderwijsinstellingen kunnen dit aanvullen met kortingen op e-Swapfiets-abonnementen en kluisjes voor regenkleding. Zo wordt fietsen, ook bij slecht weer, een aantrekkelijke en haalbare optie. Zowel bewoners als fietscoaches reageerden minder positief op deze aanpak dan op de andere interventies.

Verdere aanbevelingen

Uit de interviews in dit onderzoek komen de volgende beleidsadviezen naar voren:

- Benader bewoners actief waar fietsnietjes en stallingen geplaatst moeten worden. Uit gesprekken met wijkbewoners blijkt dat daar duidelijk behoefte aan is, maar dat de gemeente deze behoefte nu onvoldoende bereikt. Voor sommige bewoners is dit bovendien een randvoorwaarde zodat zij hun fiets veilig kunnen stallen.
- Zorg voor laagdrempelige mogelijkheden om fietsen te laten repareren, bijvoorbeeld via mobiele fietsmakers.
- Blijf investeren in fietslessen en breid deze uit met samenwerkingen en gezamenlijke activiteiten.
- Onderzoek de doelgroep arbeidsmigranten nader; zij vormen een specifieke groep waarvoor waarschijnlijk maatwerkinterventies nodig zijn.
- Stimuleer samenwerking tussen projecten in de wijk – ook die niet direct over fietsen gaan – om meer samenhang en impact te creëren.

Daarnaast adviseren de onderzoekers het volgende:

- Neem naast objectieve veiligheid ook de subjectieve veiligheidsbeleving mee in de inrichting van de fysieke omgeving.
- Evalueer interventies grondig, zodat middelen op de lange termijn effectiever kunnen worden ingezet.

Leeswijzer

Dit rapport bevat een uitgebreide beschrijving van het onderzoek, die niet voor alle lezers even relevant zal zijn. Daarom adviseren wij lezers om, afhankelijk van hun interesse, de volgende hoofdstukken te raadplegen:

- **Hoofdstuk 11 – Algemene conclusie en aanbevelingen:** geeft antwoord op de onderzoeksvragen en bevat een meer uitgebreide toelichting op de belangrijkste bevindingen en aanbevelingen.
- **Hoofdstukken 8 t/m 10:** zijn vooral relevant voor degenen die direct met de doelgroep aan de slag gaan. Deze hoofdstukken bevatten een beschrijving van de doelgroep, de voorgestelde interventies en praktische tips voor implementatie.
- **Hoofdstuk 6 – Fietsgedrag en interventies:** biedt waardevolle informatie voor lezers die geïnteresseerd zijn in fietsgedrag en gedragsinterventies in het algemeen. Hierin worden per wijk de belangrijkste kenmerken, kansrijke soorten fietsritten, drijfveren en belemmeringen beschreven, evenals de onderbouwing van de gekozen doelgroepen.

3. Probleemstelling

Den Haag wil een echte fietsstad worden voor alle Hagenaars. Fietsen is niet alleen gezond en duurzaam, het vergroot ook de bereikbaarheid van verschillende voorzieningen aanzienlijk. Fietsen is echter niet voor iedereen vanzelfsprekend, en de aanwezigheid van goede infrastructuur garandeert niet automatisch dat mensen ook daadwerkelijk voor de fiets kiezen. Naast de fysieke omgeving spelen er meerdere factoren een rol bij het gebruik van de fiets. Denk bijvoorbeeld aan het bezitten van de juiste vaardigheden en kennis, zowel bewuste als onbewuste motivaties en een sociale omgeving waarin fietsen wordt gestimuleerd. De redenen dat iemand niet of weinig fietst, kunnen dus variëren per wijk en per persoon. In de Haagse wijken als Laakkwartier en Spoorwijk, Bouwlust en Vrederust, Morgenstond en Moerwijk wonen relatief veel mensen die zich weinig verplaatsen (CBS, 2022) met de fiets en met demografische kenmerken van niet-fietsers (Mobycon, 2022; Motivaction, 2019).

Fietsen biedt echter tal van voordelen voor bewoners en de stad. Het is goed voor de gezondheid, een duurzame vervoerswijze, neemt weinig ruimte in en is zowel voor de gebruikers als bij de aanleg van infrastructuur relatief goedkoop. Door meer inzicht te krijgen in de drijfveren en belemmeringen van verschillende groepen in Den Haag die nog weinig fietsen, kunnen interventies worden ontwikkeld om het fietsen verder te simuleren.

Hoofdvraag:

Wat is er nodig om bewoners van de wijken Laakkwartier en Spoorwijk, Bouwlust en Vrederust, Moerwijk en Morgenstond te stimuleren om meer gebruik te maken van de fiets?

Deelvragen:

1. Hoe kunnen we de bewoners die nooit of bijna nooit fietsen, opdelen in verschillende doelgroepen om fietsen gericht te kunnen stimuleren?
2. Welke drijfveren en belemmeringen ervaren bewoners die nooit of bijna nooit fietsen?
3. Welke gedragsinterventies kunnen ingezet worden om fietsen te stimuleren in deze doelgroep?

Dit onderzoek wordt uitgevoerd in de wijken Laakkwartier en Spoorwijk, Bouwlust en Vrederust, Moerwijk en Morgenstond in Den Haag. De interventies die uit dit onderzoek voortkomen, kunnen ook in andere wijken in Den Haag worden toegepast. Het is mogelijk dat hiervoor (kort) vooronderzoek nodig is om te bepalen of de interventies ook geschikt zijn voor deze wijken.

4. Methodologie

Het onderzoek doorliep de volgende stappen:

1. Literatuurstudie
2. Vragenlijsten onder bewoners t.b.v. het identificeren van doelgroepen
3. Clusteranalyse en keuze doelgroepen
4. Verdiepende interviews met doelgroepen en experts
5. Brainstorm voor interventierichtingen
6. Feedbackronde voor interventies

COM-B

In alle fasen van het onderzoek zijn de drijfveren en belemmeringen ingedeeld aan de hand van het COM-B model (Michie et al., 2014) en het Behavior Change Wheel (BCW) (Michie et al., 2014). Deze modellen worden veel gebruikt in gedragsonderzoek en vormen de basis voor het begrijpen van gedragsverandering; zij bieden een systematische aanpak voor het identificeren van factoren die van invloed zijn op gedragsverandering.

Het COM-B model beschouwt gedragsverandering als het resultaat van een interactie tussen drie componenten: Capaciteit (de vaardigheden en kennis die nodig zijn om een bepaald gedrag uit te voeren), Gelegenheid (de fysieke en sociale omgeving die het gedrag mogelijk maakt) en Motivatie (de gewoontes en verlangens die invloed hebben op de kans dat het gedrag daadwerkelijk uitgevoerd wordt).

Deze drie gedragscomponenten uit het COM-B model staan centraal in het BCW, dat nog twee andere onderdelen bevat, namelijk gedragsveranderingstechnieken en de beleidscategorieën die de gedragsveranderingstechnieken kunnen ondersteunen. Het BCW helpt bij het ontwikkelen van op maat gemaakte interventies door een gedegen analyse van de factoren die gedragsverandering belemmeren of stimuleren.



Figuur 1: Het COM-B model (links) en het BCW (rechts) (Michie et al., 2011)

Om duidelijk te maken wat het COM-B model inhoudt, volgen hier een aantal voorbeelden van belemmeringen die mensen ervaren met betrekking tot fietsgebruik in Den Haag.

- Lichamelijke capaciteit: Is iemand lichamelijk in staat om te fietsen? Of heeft diegene een fysieke beperking of beperkte vaardigheden?
- Mentale capaciteit: Heeft iemand de kennis, aandacht en het begrip voor fietsen?
- Sociale gelegenheid: Geeft de sociale omgeving de gelegenheid om te fietsen? Of wordt fietsen gezien als iets raars?
- Fysieke gelegenheid: Geeft de fysieke omgeving de gelegenheid om te fietsen? Of zijn er geen veilige fietspaden aanwezig?
- Reflectieve motivatie: Zetten iemands doelen en gedachten aan om te gaan fietsen? Of ziet diegene bewegen niet als een doel?
- Automatische motivatie: Zetten iemands onbewuste drijfveren en gewoonten aan tot fietsen? Of heeft diegene onbewuste negatieve gevoelens bij fietsen?

Literatuurstudie

Voorafgaand aan de dataverzameling is een literatuuronderzoek uitgevoerd. In dit onderzoek zijn de bestaande drijfveren en belemmeringen op het gebied van fietsen in kaart gebracht. Hiervoor is gebruikgemaakt van het gedragsveranderingswiel

(Michie et al., 2011) en aanvullende literatuur, zoals eerdere onderzoeken en interventies. De literatuur is gevonden met zoekmachines zoals Google Scholar, sEURch en Scopus. Vanuit de verwijzingen in de tekst en in de bronnenlijsten zijn verdere artikelen gevonden.

Vragenlijst

Vragenlijsten zijn afgenomen onder bewoners van de vier geselecteerde wijken in Den Haag. Dit vond plaats tussen 7 mei en 20 juni 2025. De vragenlijsten zijn verspreid door middel van persoonlijke benadering door onderzoekers in de wijken, via communicatiekanalen van de gemeente Den Haag en via sociale media. De vragen in de vragenlijst bestonden vooral uit kwantitatieve items. Vragen over het type fiets, fietsdoeleinden en frequentie van het fietsen vormen enkele voorbeelden uit de vragenlijst. Ook werd gevraagd naar de redenen om wel of niet te fietsen. Op basis van de gevonden literatuur en het BCW zijn vragen opgesteld waarin de drijfveren en belemmeringen worden gemeten. Ten slotte eindigde de vragenlijst met een aantal achtergrondkenmerken van de respondenten, zoals leeftijd, werkstatus en gezin- of huishoudenssamenstelling.

De vragenlijst duurde ongeveer 10 minuten om in te vullen. Bij het ontwerpen van de vragen in de vragenlijst is rekening gehouden met toegankelijk taalgebruik. De vragen zijn begrijpelijk gemaakt door simpele taal te gebruiken (B1 niveau). De vragenlijst was in meerdere talen beschikbaar, namelijk in het Nederlands, Engels, Turks en Arabisch. Daarnaast zijn alle vragen (m.u.v. screeningvragen) niet verplicht gemaakt, zodat respondenten de vraag zonder probleem over kunnen slaan wanneer ze zich hier niet prettig bij voelen. Uiteindelijk hebben 321 bewoners de vragenlijst ingevuld. Voorafgaand aan de vragenlijst werd toestemming gevraagd voor vrijwillige en anonieme deelname aan dit onderzoek. De deelnemers konden kiezen om mee te doen aan een loting van twee VVV-bonnen van 50 euro, om de motivatie voor deelname te bevorderen. De vragenlijst eindigde met de vraag of de respondenten open staan om deel te nemen aan een focusgroep. Later is dit om praktische redenen veranderd naar individuele interviews, waarvoor de participanten die zich opgegeven hadden voor de focusgroep werden gecontacteerd. De verzamelde data zijn met SPSS-versie 29 geanalyseerd.

Respondenten die aangaven alleen een e-bike te gebruiken werden gevraagd om de vragen in te vullen op basis van hun ervaringen met de e-bike. Alle andere respondenten werd gevraagd om de vragen in te vullen op basis van hun ervaringen met en gedachten over een manuele fiets.

Rasch-analyse

Een Rasch-analyse is een methode om te bepalen hoe moeilijk of gemakkelijk verschillende gedragingen worden uitgevoerd binnen een doelgroep (Bond & Fox,

2015). Op basis van de spreiding in de Rasch-plot worden gedragingen geselecteerd die zich in het midden bevinden — niet te moeilijk en niet te vanzelfsprekend — omdat juist deze gedragingen het meest beïnvloedbaar zijn door een interventie.

Drempels en drijfveren voor het gebruik van de fiets verschillen per bestemming of doeleinde, en ook per ritduur (Roaf, Larrington-Spencer & Lawlor, 2024). Daarom is het belangrijk dat een interventie wordt toegespitst op een specifiek type fietsrit.

De Rasch-analyse werd uitgevoerd in drie stappen. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen verschillende soorten fietsritten op basis van het fietsdoeleinde (type bestemming) en de ritduur (tijd op de fiets). De doeleinden zijn gebaseerd op een aangepaste indeling uit ODiN 2022 (CBS, 2023) en bestonden uit:

- Werk en/of school
- Diensten en verzorging (zoals kapper, huisarts, gemeente)
- Winkelen en boodschappen doen
- Personen brengen en halen (kinderen of volwassenen)
- Op visite gaan, logeren of afspreken met vrienden
- Naar sport of hobby gaan
- Fietsen voor het plezier of beweging

Respondenten gaven voor elk relevant fietsdoeleinde aan wat hun meest voorkomende ritduur was:

- 0–5 minuten
- 5–15 minuten
- 15–30 minuten
- 30–60 minuten
- Meer dan 60 minuten

Deze aanpak leverde in totaal 42 verschillende combinaties van fietsdoeleinde en ritduur op, die werden meegenomen in de Rasch-analyse om te bepalen welke gedragingen geschikt zijn als interventiedoelen.

Stap 1

In de eerste stap werden alleen de fietsdoeleinden meegenomen en werd bekeken hoe vaak deelnemers aangaven ritten te maken voor het desbetreffende doeleinde. Hierbij werden de doeleinden uit het midden van de grafiek geselecteerd als kansrijke doeleinden voor interventie.

Stap 2

Voor elke combinatie van fietsdoeleinde en ritduur werd berekend welk percentage respondenten deze optie koos. Vervolgens werden alle percentages van laag naar hoog gesorteerd en in een grafiek weergegeven. Zo werd zichtbaar welke gedragingen het meest en minst vaak voorkwamen. In een Rasch-analyse geldt dat gedragingen die weinig voorkomen waarschijnlijk moeilijk te stimuleren zijn, terwijl veelvoorkomende gedragingen weinig ruimte voor verbetering bieden. De

gedragingen in het midden van de grafiek — dus niet zeldzaam en niet vanzelfsprekend — zijn daarom het meest interessant voor interventies.

Respondenten

In de Rasch-analyses werden respondenten uitgesloten die hadden aangegeven nooit te fietsen of uitsluitend een e-bike te gebruiken. Respondenten die hadden aangegeven nooit te fietsen zouden in theorie bij alle vragen 'nooit' of '0 minuten' invullen. E-bikers vulden de vragen in voor het gebruik van de e-bike in plaats van de fiets, en hun antwoorden hadden daarom een andere betekenis.

CIBER-analyse

Een CIBER-analyse (Confidence Interval Based Estimation of Relevance) is een methode om visueel in kaart te brengen welke drijfveren het meest relevant zijn voor een bepaalde gedragsinterventie (Peters & Crutzen, 2018). De analyse combineert twee elementen:

1. Correlaties tussen drijfveren en het doelgedrag: In hoeverre hangt de score op een drijfveer samen met het gedrag?
2. Spreiding van de scores op determinanten: In hoeverre is een drijfveer of belemmering van toepassing in de doelgroep en in welke mate is er nog ruimte voor interventie.

De analyse resulteert in een grafiek (zie Hoofdstuk 6: Resultaten gehele sample) waarin per drijfveer wordt weergegeven hoe belangrijk deze is (correlatie met het gedrag) en hoe hoog of laag de gemiddelde score ligt (ruimte voor interventie). Zo kun je snel bepalen welke factoren veel potentie hebben voor interventie: bijvoorbeeld determinanten die een sterke relatie hebben met het fietsgedrag, maar nog laag scoren in de doelgroep.

In dit rapport is een CIBER-analyse uitgevoerd op alle drijfveren van gedrag die zijn verzameld in de vragenlijst en op de frequentie van fietsgebruik. De personen die hadden aangegeven nooit te fietsen kregen in de vragenlijst geen vragen over fietsfrequentie. Voor deze analyse is een fietsfrequentie van 1 ingevuld, wat in de vragenlijst overeenkwam met (bijna) nooit. Respondenten die aangaven uitsluitend te e-biken werden niet meegenomen in de analyse omdat zij de vragen invulden over het gebruik van de e-bike in plaats van de fiets.

Clusteranalyse en keuze doelgroepen

Om groepen respondenten te identificeren op basis van hun houding ten opzichte van fietsen, is een twee-staps clusteranalyse uitgevoerd. Door te clusteren op drijfveren en drempels in plaats van op demografische kenmerken, worden groepen gevormd die om dezelfde reden wel of niet fietsen. Daarna kan bekeken worden welke demografische karakteristieken deze groep heeft. Dit resulteert in een samenhangend beeld van belangrijke drempels.

In deze clustering werden de respondenten die hadden aangegeven alleen een e-bike te gebruiken (en geen fiets) uitgesloten. Deze respondenten hadden de vragen over e-biken beantwoord en niet over fietsen en werden dus in een aparte analyse geclusterd. Beide stappen zijn uitgevoerd op 29 variabelen die verschillende drijfveren en belemmeringen met betrekking tot fietsen meten, zoals de overtuiging 'Fietsen is gezond', 'Fietsen ontspant' en 'Ik denk dat mensen om mij heen positief/negatief naar fietsen kijken'.

Stap 1: Hiërarchische clustering

Allereerst werd een hiërarchische clusteranalyse uitgevoerd met behulp van de Ward-methode en de Euclidische afstand. De uitkomst werd gevisualiseerd in een dendrogram. Er werden tussen de 8 en 13 clusters, oftewel groepen, gezocht en op basis van het dendrogram werd gekozen voor een verdeling in acht groepen.

Begrippen

Ward-methode: Een manier om groepen te maken waarbij telkens die mensen worden samengevoegd die het meest op elkaar lijken, zodat de groepen binnenin zo gelijk mogelijk blijven.

Euclidische afstand: Een manier om te meten hoe ver twee personen van elkaar afstaan, gebaseerd op hun verschillen op meerdere kenmerken.

Dendrogram: Een boomachtige tekening die laat zien hoe groepen stap voor stap zijn samengevoegd in een clusteranalyse.

Stap 2: K-means clustering

Vervolgens werd de clustering verfijnd met behulp van k-means clustering, waarbij vooraf werd aangegeven dat het model acht groepen moest vormen. K-means clustering is een methode om een groep mensen te verdelen in K kleinere groepen (clusters), waarbij de leden binnen één groep zoveel mogelijk op elkaar lijken en zo min mogelijk op leden van andere groepen. Hierbij werd gebruikgemaakt van de initiële groepsindeling uit de hiërarchische analyse, zonder verdere updates van de clustercentra tijdens de procedure. Deze methode optimaliseert de toewijzing van respondenten aan groepen op basis van afstand tot het clustercentrum.

Na het uitvoeren van deze clusteranalyse werden de e-bikers op dezelfde wijze in twee groepen ingedeeld.

Keuze doelgroepen

Het doel was om twee of drie groepen te selecteren van mensen die weinig of helemaal niet fietsen, op basis van de resultaten van de clusteranalyse. In de clusteranalyse werden groepen gevormd uit mensen die vergelijkbare drijfveren en drempels ervaren rondom fietsen. Voor elke groep is gekeken naar het percentage respondenten dat nooit fietst en, voor degenen die wel fietsen, hoe vaak zij gemiddeld fietsen. Op basis van deze cijfers zijn vier doelgroepen geïdentificeerd die weinig of niet fietsen. Vervolgens zijn voor deze groepen ook de omvang, drijfveren en

belemmeringen in kaart gebracht, om zo de drie meest kansrijke groepen voor interventie te selecteren.

Beschrijving doelgroepen

In het beschrijven van de doelgroepen werd rekening gehouden met eventuele afwijkingen in de sample ten opzichte van de populatie in de wijken. Het ging hier om de verdeling van respondenten over wijken, man-vrouw verhouding en migratieachtergrond. Voor deze variabelen werd een verdeelsleutel gemaakt.

In dit onderzoek wordt de definitie van het Centraal Bureau voor de Statistiek (z.d.) aangehouden als het gaat om personen met een westerse en niet-westerse achtergrond:

- **Westers:** een persoon heeft een westerse migratieachtergrond wanneer de persoon zelf en beide ouders zijn geboren in een van de volgende regio's: Europa (uitgezonderd Turkije), Noord-Amerika, Oceanië, Indonesië of Japan.
- **Niet-westers:** Een persoon heeft een niet-westerse migratieachtergrond wanneer de persoon zelf of ten minste één van de ouders is geboren in een van de volgende regio's: Afrika, Latijns-Amerika, Azië (uitgezonderd Indonesië en Japan), of Turkije.

Interviews

Een totaal van zes experts en dertien respondenten uit de geselecteerde groepen werden geïnterviewd om een dieper begrip te krijgen van de redenen achter het niet-fietsen.

Iemand werd gezien als expert wanneer zij vanuit hun werk kennis of ervaring hadden met de mensen uit de wijk of wanneer zij kennis hadden over de omgeving in de wijk. Deze experts werden geïnterviewd over relevante drijfveren en belemmeringen die zij bij de doelgroepen zien en de kenmerken van de wijk die hierop inspelen. Interviewschema's werden vormgegeven aan de hand van het COM-B model (Michie et al., 2011). Interviews duurden een halfuur tot een uur. Door deze stap toe te voegen aan de aanpak kunnen ook determinanten van gedrag waar mensen zichzelf niet bewust van zijn, worden geïdentificeerd en kwantitatieve gegevens verrijkt.

Respondenten konden bij het invullen van de vragenlijst hun contactgegevens achterlaten voor een vervolginterview en werden benaderd wanneer zij tot een van de doelgroepen behoorden. Zij kregen 20 euro vergoeding voor een telefonisch interview van ongeveer twintig minuten. Interviewschema's werden vormgegeven aan de hand van het COM-B model (Michie et al., 2011) en bevindingen uit vorige onderzoeksstappen.

De audio van de interviews werd opgenomen en getranscribeerd en thema's werden geformuleerd door middel van inductieve codering. Dit is een manier van analyseren

waarbij je codes en thema's stap voor stap uit de data zelf laat ontstaan, in plaats van ze van tevoren te bedenken.

Van drijfveren naar kansrijke interventies

De belemmeringen werden ingedeeld op basis van het Behaviour Change Wheel (BCW) en het Theoretical Domains Framework (TDF). Hier zijn interventiefuncties aan gekoppeld die volgens onderzoek een grote kans op effect hebben (Michie, Atkins & West, 2016; Bartholomew et al., 2016).

Een aantal interventiefuncties is weggestreept met de volgende redenering:

- Belonen: Wij adviseren om geen beloning in te zetten omdat dit de intrinsieke motivatie kan ondermijnen en het gedrag afhankelijk maakt van deze beloning. Het doel is om het gedrag frequent te laten plaatsvinden, dus belonen wordt niet haalbaar geacht.
- Dwang: Het wordt niet ethisch verantwoord geacht om personen te dwingen tot fietsen.
- Omgeving aanpassen, specifiek bij "Slecht weer": Dit wordt niet haalbaar geacht.

Per belemmering werd een overzicht gemaakt aan kansrijke interventiefuncties en aan de deelnemers van de brainstorm gegeven om mee te brainstormen. Een overzicht van alle interventiemethoden waaruit in de brainstorm gekozen kon worden, is terug te vinden in Appendix C.

Brainstorm

Er werd een brainstormsessie georganiseerd met verschillende stakeholders om de verkregen inzichten te vertalen naar concrete interventie-ideeën. De sessie vond plaats in de Stadskamer van het stadhuis van de gemeente Den Haag. Daarbij werden zoveel mogelijk verschillende soorten experts uitgenodigd, waaronder sportcoaches, wijkregisseurs, communitybuilders en mobiliteitsexperts.

De brainstorm duurde twee uur en werd bijgewoond door dertien deelnemers. De groep werd opgesplitst in drie kleinere subgroepen, die elk nadachten over interventies voor één specifieke doelgroep uit de eerder uitgevoerde clustering. Voor elke doelgroep werden interventies bedacht voor twee belangrijke drempels.

De sessie verliep als volgt:

- **Introductie:** Nadat het onderzoek zelf en het verloop ervan waren toegelicht, werden de drie doelgroepen voorgesteld, inclusief hun demografische kenmerken, reisgedrag en de belangrijkste drijfveren en drempels rondom fietsen.
- **Eerste ronde:** Elke subgroep kreeg een specifieke vraag gericht op het verminderen van één drempel binnen hun doelgroep. Ze ontvingen daarbij

informatie over bestaande interventies in Den Haag (zie Appendix B – Interventies in Den Haag) en over geschikte interventiemethoden voor dat type belemmering (zie Appendix C – Interventiemethoden per belemmering). Op basis daarvan kozen ze kansrijke methoden en werkten die uit tot concrete interventie-ideeën.

- **Tweede ronde:** Vervolgens kreeg elke subgroep een nieuwe vraag over het verminderen van een tweede belemmering binnen dezelfde doelgroep.
- **Prioritering:** Tot slot bepaalden de deelnemers welke ideeën het meest kansrijk waren. Voor beide belemmeringen selecteerde elke subgroep haar favoriete interventie, noteerden ze de belangrijkste elementen van het idee en maakten ze een inschatting van de benodigde kosten, tijd, het bereik en het vereiste draagvlak.

De brainstorm resulteerde in zes ideeën voor interventies, die de onderzoekers uitwerkten tot een korte lopende tekst.

Evaluatie

Bewoners uit Spoorwijk en Laakkwartier, Bouwlust en Vrederust, Morgenstond en Moerwijk, evenals enkele sport- en fietscoaches, werden gevraagd om feedback te geven op de bedachte interventie-ideeën. Het doel was om te peilen of bewoners de ideeën passend en haalbaar vonden, en onder welke voorwaarden zij dachten dat deze zouden kunnen slagen.

Deelnemers die hun contactgegevens hadden achtergelaten in de vragenlijsten of tijdens de interviewronde werden telefonisch benaderd voor een kort interview. Daarbij kregen personen die eerder hadden aangegeven weinig of niet te fietsen voorrang. Daarnaast werden straatinterviews gehouden in de betrokken wijken. De sport- en fietscoaches werden via een video-oproep geïnterviewd. Eenentwintig bewoners werden geïnterviewd en drie sport- en fietscoaches.

Tijdens de gesprekken werd telkens kort de interventie toegelicht, waarna per interventie een aantal gerichte vragen werd gesteld. Bij de meeste interventies werd ook gevraagd of de bewoner zelf last ervoer van de belemmering waarvoor de interventie bedoeld was, en – als dat het geval was – of zij dachten dat de interventie een effectieve manier zou zijn om die belemmering te verminderen.

Onder de deelnemers werd een VVV-bon van €25 verloot om deelname te stimuleren. Daarnaast ontving elke deelnemer een VVV-bon ter waarde van €10 als dank voor hun bijdrage. De sport- en fietscoaches ontvingen een bon van €25, aangezien de gesprekken met hen uitgebreider waren dan die met de bewoners.

5. Literatuurstudie

Het literatuuronderzoek is opgesteld aan de hand van het COM-B model (Michie et al., 2014). De drijfveren en belemmeringen rondom fietsgebruik zijn opgedeeld in de categorieën uit dit model: capaciteit (fysiek en mentaal), gelegenheid (fysiek en sociaal) en motivatie (reflectief en automatisch). Eerst worden enkele sociodemografische factoren beschreven die invloed hebben op fietsgebruik.

Motiverende en remmende kenmerken binnen de doelgroep

Sociodemografische factoren hebben invloed op (fiets)gedrag en op de verschillende onderdelen van het COM-B model:

Sociodemografische factoren

Opleiding

Uit het onderzoek Fietsen voor Iedereen, uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, blijkt dat mensen met een praktijkgerichte opleiding vaker nauwelijks of nooit fietsen dan mensen met een theoretische opleiding (Van der Kloof & Bronsvort, 2022).

Leeftijd

Mensen onder de 18 jaar fietsen gemiddeld twee keer zoveel als mensen uit andere leeftijdsgroepen (Centraal Bureau voor de Statistiek, z.d.). Een verklaring hiervoor is de positieve sociale norm rondom fietsen binnen deze groep (Centraal Bureau voor de Statistiek, z.d.). Mensen van 75 jaar en ouder fietsen juist veel minder, vaak door een gevoel van onveiligheid in het verkeer en/of fysieke beperkingen (Van der Kloof & Bronsvort, 2022).

Gender

Vrouwen ervaren vaker angst op de fiets en voelen zich minder veilig dan mannen. Mannen fietsen daarentegen vaker vanuit positieve gezondheidsredenen of omdat ze het efficiënt vinden (Heesch et al., 2012).

Inkomen

Mensen zonder (betaald) werk fietsen gemiddeld minder vaak dan mensen met een betaalde baan (Van der Kloof & Bronsvort, 2022). Een belangrijke reden hiervoor is het gebrek aan financiële middelen om een fiets aan te schaffen of te onderhouden (Centraal Bureau voor de Statistiek, z.d.; Bopp et al., 2018; Forward, 2014).

Achtergrond

Mensen met een niet-westerse migratieachtergrond fietsen minder vaak dan mensen met een Nederlandse of westerse achtergrond (Van der Kloof & Bronsvort, 2022). Uit het onderzoek van Van der Kloof en Bronsvort (2022) blijkt dat van de mensen met een niet-westerse migratieachtergrond 27% nooit of bijna nooit fietst, tegenover 13% van de mensen met een Nederlandse achtergrond. Tegelijkertijd fietst 27% van de mensen met een niet-westerse achtergrond en 34% van de mensen met een Nederlandse achtergrond dagelijks of bijna dagelijks (Van der Kloof & Bronsvort, 2022). Mogelijke verklaringen voor deze verschillen zijn minder positieve houdingen tegenover fietsen, beperkte fietsvaardigheden en een sociale omgeving waarin fietsen minder gebruikelijk is (Veilig Verkeer Nederland & Motivaction, 2017). Mensen met een Nederlandse achtergrond hebben juist vaker zeer frequent fietsgebruik (Van der Kloof & Bronsvort, 2022).

Capaciteiten

Mentale capaciteiten

Mentale capaciteiten gaan over kennis, aandacht en begrip rondom fietsen: in hoeverre bezitten mensen de juiste kennis en vaardigheden om veilig te kunnen fietsen?

Mentale capaciteiten

Kennis van verkeersregels

Psychologische capaciteit, zoals het begrijpen van verkeersregels tijdens het fietsen, speelt een belangrijke rol in het reisgedrag. Deze vorm van mentale belemmering komt vooral voor bij kinderen (Holmes et al., 2024). Maar ook volwassenen die niet van jongs af aan hebben leren fietsen, kunnen moeite hebben met verkeersinzicht. Dit gebrek aan kennis vormt dan een vergelijkbare belemmering (Bopp et al., 2018).

De COM-B-interventiefunctiematrix (Atkins & Michie, 2015) koppelt de domeinen van het COM-B aan interventiefuncties die specifiek voor dat domein effectief zijn gebleken in voorgaand onderzoek. Volgens de matrix kunnen mentale capaciteiten worden versterkt door de interventiefuncties:

- **Training:** Mensen nieuwe kennis of vaardigheden laten leren zodat ze een gedrag beter kunnen uitvoeren.
- **Facilitering:** Mensen helpen door het makkelijker te maken om het gewenste gedrag uit te voeren, bijvoorbeeld met hulpmiddelen of ondersteuning.

Op basis van de literatuur zijn de volgende interventies gevonden die gericht zijn op het vergroten van de kennis van verkeersregels:

Interventies mentale capaciteiten	Doel van de interventie	Effectiviteit
Verkeerseducatie (algemeen)	Het delen van kennis over verkeersregels via voorlichting of training.	Uit diverse studies blijkt dat verkeerseducatie bijdraagt aan een beter begrip van verkeersregels, vooral onder kinderen en mensen met weinig fietservaring (Eggermond et al., 2024).
Fietslessen voor vrouwen met een migratieachtergrond	Tien lessen voor vrouwen die nog niet kunnen fietsen. Eerst op afgesloten parkeerplaatsen en later ook op de openbare weg.	Uit Utrechts onderzoek blijkt dat 37 van de 50 participanten meer zijn gaan fietsen na de fietslessen (Roozen & Van Maaren, 2015).
Onlinefietstraining + VR-test (Eggermond et al., 2024)	Fietsers trainen in het herkennen van verkeerssituaties en verkeersgedrag verbeteren via een digitale training.	Vooraf mensen die minder frequent de fiets pakken gaven aan zich na de training veiliger te voelen (Eggermond et al., 2024). In de VR-test gedroegen deelnemers zich daadwerkelijk veiliger. Het effect op dagelijks fietsgebruik is niet geëvalueerd.
Doortrappen	Ouderen ondersteunen om langer en veiliger te blijven fietsen door middel van voorlichting, activiteiten en praktijkoefeningen.	Deelnemers voelen zich na afloop veiliger in het verkeer en zijn zich bewuster van hun gedrag. Ook het sociale aspect wordt gewaardeerd. Gemeenten die meedoen zijn overwegend positief over de ondersteuning (Melman, 2025; Balk et al., 2020). De daadwerkelijke verandering in gedrag is niet geëvalueerd.
E-bike informatiedagen	Voorlichting over fietsen met een e-bike, gericht op medische, technische en motorische aspecten, gecombineerd met praktijkoefeningen.	Resultaten zijn positief, maar exacte cijfers ontbreken.

Lichamelijke capaciteiten

Lichamelijke capaciteiten verwijzen naar de fysieke gesteldheid van mensen: in hoeverre is hun lichaam in staat om te fietsen?

Lichamelijke capaciteiten

Fysieke beperking

Wanneer iemand niet (meer) beschikt over voldoende fysieke capaciteit, is de kans kleiner dat diegene de fiets gebruikt. Een verminderde balans of spierkracht kan

het fietsen bemoeilijken (Lee & Sener, 2023). Dit geldt niet alleen voor mensen met een fysieke beperking, maar ook voor ouderen. De verslechterende gezondheid die vaak gepaard gaat met het ouder worden – zoals chronische aandoeningen, overgewicht en een lagere conditie – zorgt ervoor dat fietsen voor veel ouderen moeilijker of zelfs onmogelijk wordt (Bopp et al., 2018).

Fietsvaardigheden

Ook het beschikken over voldoende fietsvaardigheden speelt een belangrijke rol in het fietsgedrag. Onder fietsvaardigheden vallen onder andere balans houden, remmen, schakelen en anticiperen in het verkeer. Mensen die deze vaardigheden niet of onvoldoende beheersen, maken minder snel gebruik van de fiets (Bopp et al., 2018). In het Nationaal Toekomstbeeld Fiets wordt dit verband eveneens benoemd (Tour de Force, 2022). Deze belemmering komt relatief vaker voor bij mensen met een niet-westerse migratieachtergrond, waar fietsen minder vanzelfsprekend deel uitmaakt van de opvoeding en cultuur (Van der Kloof & Bronsvort, 2022).

Volgens de COM-B-interventiefunctiematrix (Atkins & Michie, 2015) zijn lichamelijke capaciteiten te verbeteren door de interventiefuncties: training en facilitering. Vanuit de literatuur worden de volgende interventies gevonden die belemmeringen voor fietsen rondom lichamelijke capaciteiten kunnen verminderen:

Interventies lichamelijke capaciteiten	Doel en vorm van de interventie	Effectiviteit
(Groeps-) Fietslessen	<p>Fietslessen voor kinderen, migranten en senioren om praktische vaardigheden te leren, zoals balans houden, remmen, schakelen en veilig deelnemen aan het verkeer.</p> <p>In steden als Londen en Berlijn worden speciale trainingen aangeboden aan bijvoorbeeld moslimvrouwen. In kleine groepen leren zij fietstechnieken, verkennen ze de buurt en ontmoeten ze nieuwe mensen. Een</p>	<p>De resultaten laten zien dat 74% van de respondenten aangeeft de fiets nu vaker te gebruiken, en 63% van de deelnemers gebruikt de auto minder vaak sinds deelname aan de lessen (Rozen & Van Maaren, 2015).</p>

	<p>bekend voorbeeld is het initiatief Bikeygees in Berlijn (Van der Kloof & Bronsvoot, 2022).</p> <p>In Nederland organiseert o.a. de gemeente Den Haag fietslessen waarin deelnemers ook leren over verkeersregels en fietsbeheer (Gemeente Den Haag, 2025).</p>	
<p>Aangepaste fietsen aanbieden</p>	<p>Voor mensen die moeite hebben met een normale fiets bedienen worden aangepaste modellen aangeboden, zoals driewielers of e-bikes met extra stabiliteit. Ook bestaat er het initiatief 'Van 2 naar 3', waarin mensen een driewieler mogen uittesten (Fietzersbond, z.d.).</p> <p>In Denemarken ontstond het internationale programma Cycling Without Age, dat inmiddels actief is in 51 landen. Ouderen worden daarbij in een fietsriksja rondgereden, zodat zij ondanks fysieke beperkingen toch kunnen genieten van een fietstocht (Van der Kloof & Bronsvoot, 2022).</p>	<p>Deze interventies bieden vooral uitkomst voor mensen met balansproblemen of beperkte mobiliteit. Hoewel kwantitatieve effectmetingen schaars zijn, worden deze programma's wereldwijd goed ontvangen en gewaardeerd. De Fietzersbond (z.d.) geeft aan minstens duizend mensen te hebben bereikt met het project 'Van 2 naar 3'. Exacte data over de effectiviteit op het gedrag van mensen is niet bekend.</p>

Gelegenheid

Sociale gelegenheid

Sociale gelegenheid verwijst naar de invloed van de sociale omgeving op fietsgedrag. Het gaat om de mate waarin fietsen in iemands omgeving als normaal, gewenst of gepast wordt gezien.

Sociale gelegenheid

Injunctieve normen

Injunctieve normen beschrijven wat binnen een sociale groep als gewenst of geaccepteerd gedrag wordt beschouwd. Deze normen blijken een belangrijke voorspeller te zijn van de intentie om te gaan fietsen (Baeli et al., 2022). Sociale steun en positieve houdingen in de omgeving zijn essentieel voor het stimuleren van fietsgedrag (Bopp et al., 2018; Forward, 2014).

Bij mensen van Nederlandse komaf is fietsen vaak sterk ingebed in de sociale norm en cultuur, wat deels verklaart waarom zoveel Nederlanders fietsen. Voor mensen met een niet-westerse migratieachtergrond geldt vaker dat fietsen als minder passend of wenselijk wordt ervaren binnen hun sociale context (Veilig Verkeer Nederland & Motivaction, 2017).

Descriptieve normen

Descriptieve normen verwijzen naar het gedrag dat mensen daadwerkelijk waarnemen bij anderen. Wanneer mensen zien dat hun vrienden, familie of burens regelmatig fietsen, vergroot dit de kans dat zij zelf ook vaker de fiets nemen (Baeli et al., 2022). Het idee dat "iedereen het doet" speelt een grotere rol dan vaak wordt gedacht. In de literatuur wordt benadrukt dat de waargenomen acceptatie van fietsen binnen de sociale omgeving een significante invloed heeft op het daadwerkelijke fietsgedrag (Forward, 2014).

Representatie en inclusie

Het aanleren van fietsvaardigheden of -technieken kan mensen het gevoel geven dat fietsen bij hen past. Echter, sommige fietsprogramma's kunnen onbewust of bewust groepen uitsluiten. Dit gebeurt bijvoorbeeld door gebrek aan diversiteit binnen het personeel. Dit kan bijdragen aan het beeld dat fietsen niet voor iedereen zou zijn (Van der Kloof & Bronsvort, 2022).

Volgens de COM-B-interventiefunctiematrix (Atkins & Michie, 2015) kan sociale gelegenheid worden beïnvloed door interventies die zich richten op beperking, aangepaste omgeving, modellering en facilitering. Uit de literatuur zijn verschillende interventies gevonden die belemmeringen rondom sociale gelegenheid kunnen verminderen en het fietsgebruik stimuleren:

Interventies sociale gelegenheid	Doel en vorm van de interventie	Effectiviteit
Gamificatie en fietsuitdagingen	Het inzetten van spelelementen zoals beloningen, punten en competities om mensen te motiveren vaker te fietsen.	Wunsch et al. (2016) onderzochten gamified fietschallenges en ontdekten dat dit vooral werkt bij mensen die fietsen niet als normaal gedrag zien. Deelnemers verdienden punten op basis van hun fietsfrequentie en zagen hoe anderen presteerden. Op de lange termijn bleef 30% van de deelnemers vaker fietsen.
Sociale norm nudging	Mensen bewust maken van de sociale norm rondom fietsen, bijvoorbeeld door te laten zien dat steeds meer mensen fietsen of dat fietsen sociaal wenselijk is.	Olsson et al. (2021) toonden aan dat het activeren van de sociale norm met boodschappen als “steeds meer mensen kiezen de fiets” leidde tot meer fietsgedrag. Campagnes met pamfletten en positieve boodschappen over fietsen waren effectief, maar verloren op termijn aan impact zonder verdere interventies.
(Inclusieve) fietsprogramma's voor specifieke doelgroepen	Gemeenschapsgerichte fietstrainingen die sociale belemmeringen verlagen en fietsnormen versterken, met aandacht voor verkeersveiligheid en een positieve fietscultuur.	Onderzoek van Savan et al. (2017) en Chatterjee et al. (2014) laat zien dat deze programma's sociale belemmeringen verminderen en het imago van fietsen verbeteren. Groepslessen en samen fietsen stimuleren betrokkenheid en zelfvertrouwen. Het effect op het daadwerkelijke gedrag is echter niet bekend.
Fiets promotie evenementen	Organiseren van evenementen zoals ontbijt voor fietsers of campagnes zoals Bike	Bowles et al. (2006) vonden dat deelnemers na een groot fiets-event significant vaker de fiets pakten. De Canadese Bike to Work

	to Work Week, om fietsen te promoten en samen fietsen te stimuleren.	Week stimuleert werknemers om vaker met de fiets naar het werk te gaan (Luton, 2008). Zulke evenementen werken vaak als katalysator, maar vereisen vervolgacties om effect op lange termijn te behouden (Bowles et al., 2006).
Verkeerseducatie	Informereren en opleiden om zowel technische fietsvaardigheden als sociale acceptatie rondom het gebruik van fietsen te vergroten.	Bourke et al. (2019) concludeerden dat educatieve programma's niet alleen de vaardigheden verbeteren, maar ook bijdragen aan een positievere houding ten opzichte van fietsen. Het effect op gedrag werd niet geëvalueerd.
Mentorprogramma's voor beginnende fietsers	Programma's gericht op mensen met weinig of geen fietservaring, met begeleiding door mentoren, fietsvaardigheidstrainingen, sociale fietsgroepen en fietsuitlening.	De Ride Forward-interventie in Ottawa (Borghese et al., 2012) verhoogde het fietsgebruik met 65%, verbeterde het zelfvertrouwen bij 78% van de deelnemers en zorgde dat 52% zes maanden later nog regelmatig fietste. Mentorschap en sociale steun bleken cruciaal voor succes.
Rolmodellen	Rolmodellen worden gebruikt omdat 'vrij reizen' door vrouwen uit sommige culturele groepen als losbandigheid gezien kan worden. Een rolmodel kan zulke culturele belemmeringen helpen overkomen (Porter, 2011).	Alhoewel exacte data ontbreken, stelt Martens (2004) dat het gebruik van rolmodellen tot meer participatie leidt.

Fysieke gelegenheid

Bij fysieke gelegenheid gaat het om de invloed van de fysieke omgeving op het fietsgebruik, zoals de aanwezigheid van fietspaden en fietsenstallingen.

Fysieke gelegenheid

Bezit en onderhoud van een fiets

Een geschikte fiets hebben, deze kunnen repareren en beschikken over goede fietsuitrusting zijn belangrijke factoren die fietsen stimuleren (Centraal Bureau voor de Statistiek, z.d.; Forward, 2014). Wanneer deze zaken ontbreken, neemt de kans dat mensen niet of nauwelijks fietsen aanzienlijk toe. Mensen zonder (betaald) werk en met een laag inkomen hebben vaker niet de middelen om een fiets aan te schaffen of goed te onderhouden (Van der Kloof & Bronsvoot, 2022).

Infrastructuur

Onderzoek toont aan dat een slechte, onveilige infrastructuur het fietsgebruik vermindert (Hull & O'Holleran, 2014). Onvoldoende of onveilige fietspaden vormen een belemmering om voor de fiets te kiezen (Forward, 2014; Bopp et al., 2018).

Fietsparkeergelegenheid

Onveilige of tekortschietende parkeerplaatsen zorgen ervoor dat mensen minder vaak voor de fiets kiezen (Forward, 2014). Voor ongeveer één op de tien Nederlanders is de kans op fietsdiefstal een reden om niet te fietsen. Nog meer mensen vermijden de aanschaf van een goede fiets uit angst voor diefstal. Vooral in stadscentra groeit hierdoor de behoefte aan veilige stallingsplaatsen met toezicht en ruimte voor speciale fietsen (Tour de Force, 2020). Bovendien verschilt de mate waarin mensen een veilige parkeerplek belangrijk vinden: hoe groter de afstand die men moet afleggen, hoe belangrijker een veilige stallingsplek wordt. Dit blijkt onder andere uit onderzoek onder studenten en universiteitsmedewerkers, en is waarschijnlijk ook toepasbaar op de rest van Nederland (Tour de Force, 2022).

Dagen en jaargetijden

Mensen fietsen gemiddeld meer doordeweeks dan in het weekend, waarbij zondag het minst populair is. In de wintermaanden november, december en januari neemt het fietsgebruik sterk af (Centraal Bureau voor de Statistiek, z.d.).

Weer

Het weer speelt een rol als belemmering voor fietsen. Slecht weer zorgt ervoor dat mensen minder vaak de fiets pakken (Bopp et al., 2018).

Timing

Roaf et al. (2024) benadrukken het belang van het herkennen van 'leermomenten': perioden waarin mensen openstaan voor gedragsverandering. Voorbeelden hiervan zijn momenten van verhuizen of een belangrijke levensgebeurtenis. Door juist op die momenten passende interventies aan te bieden, kan fietsgedrag effectiever worden gestimuleerd — mits die interventies inclusief en representatief zijn opgezet.

Volgens de COM-B-interventiefunctiematrix (Atkins & Michie, 2015) kan fysieke gelegenheid worden beïnvloed via interventiefuncties zoals training, beperking, aangepaste omgeving en facilitering. Uit de literatuur komen de volgende interventies naar voren die belemmeringen rondom fysieke gelegenheid bij het fietsen kunnen verminderen:

Interventies fysieke gelegenheid	Doel en vorm van de interventie	Effectiviteit
Fietslease programma's	Het (betaalbaar) aanbieden van fietsen via leasen of uitlenen.	Larrington-Spencer et al. (2024) tonen aan dat programma's waarbij mensen tijdelijk een fiets kunnen uitproberen, de kans op blijvend fietsgebruik vergroten. Van der Kloof en Bronsvoot (2022) benadrukken dat het beschikbaar stellen van fietsen helpt om aanhoudende belemmeringen weg te nemen, wat leidt tot meer fietsgebruik. Een voorbeeld hiervan is de kinderfietsbibliotheek, waar kinderen fietsen kunnen lenen die met hen meegroeien, vaak tegen een lage vergoeding voor gezinnen met een laag inkomen (Van der Kloof & Bronsvoot, 2022). Onderzoek wijst uit

		<p>dat deze interventies effectiever zijn wanneer ze gecombineerd worden met fietstrainingen, omdat sommige mensen zonder fiets ook niet de juiste vaardigheden of kennis van verkeersregels hebben (Logan et al., 2022).</p>
<p>Verbeteren van fietsinfrastructuur</p>	<p>Het veiliger, prettiger en sneller maken van bestaande fietsinfrastructuur.</p>	<p>Een comfortabel en samenhangend fietsnetwerk, met brede fietspaden, veilige stallingsplaatsen en betere oversteekplaatsen, kan mensen op de lange termijn verleiden vaker te fietsen (Tour de Force, 2022; Panter et al., 2019). Larrington-Spencer et al. (2024) en Doğru et al. (2021) geven aan dat hoewel infrastructuur belangrijk is, gedragsfactoren en sociale normen ook cruciale rollen spelen bij het stimuleren van fietsgebruik. Alleen het verbeteren van infrastructuur zorgt niet voor significant meer fietsers blijkt uit een meta-analyse van Doğru et al. (2021).</p> <p>Ander onderzoek wijst erop dat het aantal fietsers met 20% toe kan nemen door de aanleg van een snellere fietsroute (Ploegmakers et al., 2021)</p>

Motivatie

Reflectieve motivatie

Reflectieve motivatie verwijst naar de doelen, overtuigingen en overwegingen die mensen aanzetten om bepaald gedrag te vertonen. Bij fietsen spelen bijvoorbeeld milieu- en gezondheidsmotieven een belangrijke rol.

Reflectieve motivatie

Milieuvoordelen

Hoewel mensen zich vaak bewust zijn van de milieuvriendelijkheid van fietsen, is dit bewustzijn op zichzelf geen sterke voorspeller van daadwerkelijk fietsgebruik (Forward, 2014). Milieubewustzijn verandert wel hoe mensen hun overtuigingen over fietsen beoordelen — het beïnvloedt of ze voordelen zwaarder laten wegen dan nadelen, en dus of ze fietsen als aantrekkelijk of juist lastig zien. (Bamberg, 2012). Personen met een sterkere focus op duurzaamheid en milieuvriendelijk gedrag hebben een grotere kans om de fiets te pakken dan mensen met minder focus op duurzaamheid (Bopp et al., 2018). Volgens Bamberg (2012) zien mensen die veel geven om het milieu vooral wat fietsen lastig maakt, terwijl mensen die daar minder mee bezig zijn meer letten op wat anderen doen of vinden.

Gezondheid

Over het algemeen is bekend dat fietsen positieve effecten heeft op de gezondheid (Forward, 2014). Het waargenomen gezondheidsvoordeel correleert positief met het fietsgebruik (Bopp et al., 2018). Mannen blijken zich vaker te richten op deze gezondheidsvoordelen dan vrouwen (Heesch et al., 2012).

Perceived Behavioural Control (PBC)

PBC is iemands subjectieve inschatting van hoe makkelijk of moeilijk het is om een bepaald gedrag uit te voeren, wat wordt beïnvloed door zowel interne factoren (zoals vaardigheden en zelfvertrouwen) als externe omstandigheden (zoals beschikbare middelen en de omgeving). Uit onderzoek blijkt dat PBC een belangrijke voorspeller is voor de intentie om te gaan fietsen (Forward, 2014; Bopp et al., 2018). Mensen die de fiets gebruiken als vervoermiddel ervaren vaak meer PBC dan mensen die fietsen als recreatie (Bird et al., 2018).

Attitudes

Een negatieve houding tegenover fietsen vermindert de kans dat mensen gaan fietsen (Bopp et al., 2018). Veilig Verkeer Nederland & Motivaction (2017) ontdekten dat mensen met een niet-westerse achtergrond vaker een minder positieve attitude hebben ten opzichte van fietsen. Zij beschouwen fietsen vaker als oncomfortabel en zien het soms als iets dat vooral door mensen met een laag inkomen wordt gedaan.

Vermoeidheid

Fietsen kan door sommigen als vermoeiend worden ervaren, vooral door mensen die weinig fietsen. Dat fietsen als vermoeiend wordt ervaren leidt tot minder fietsgebruik (Forward, 2014).

Volgens de COM-B-interventiefunctiematrix (Atkins & Michie, 2015) kan reflectieve motivatie worden beïnvloed via interventie functies zoals overtuiging, beloning, dwang en modelering. Uit de literatuur komen de volgende interventies naar voren die belemmeringen rondom reflectieve motivatie bij het fietsen kunnen verminderen:

Interventies reflectieve motivatie	Doel en vorm van de interventie	Effectiviteit
E-bike probeeracties	Inwoners of werknemers mogen tijdelijk (1-2 weken) gratis een e-bike, speed pedelec, deelscooter of e-bakfiets proberen.	Resultaten zijn positief: er zijn gemiddeld 0,30-0,76 minder autoverplaatsingen per deelnemer per dag (Rijkswaterstaat, z.d.). Bovendien overweegt 45% van de deelnemers om een e-bike aan te schaffen, en 16% is daar zeker van (Rijkswaterstaat, z.d.).
Beloning: kortingscoupons	Mensen stimuleren door hen kortingen, spaarsystemen of prijzen aan te bieden, bijvoorbeeld voor winkels, uitjes of donaties voor goede doelen.	In de interventie <i>Vooruit met de fiets</i> (Goudappel, 2018) kregen nieuwe inwoners van Utrecht een fietskaart en kortingscoupons om de stad per fiets te verkennen. Ongeveer de helft van de respondenten gaf aan sindsdien vaker de fiets te gebruiken.
Beloning: deelfiets of e-bike	Studenten of werknemers krijgen de kans om een (deel)fiets te gebruiken met een aantrekkelijke beloning, zoals het behouden van de fiets na afronding van een opleiding.	In één jaar tijd werden 2.683 ritten geregistreerd met studentenfietsen, wat in ieder geval duidt op actief gebruik (Van Wijk, 2022).

Automatische motivatie

Automatische motivatie verwijst naar onbewuste drijfveren van gedrag, zoals emoties, verlangens en gewoonten.

Automatische motivatie

Angst voor het verkeer

Bezorgdheid over verkeersveiligheid en het risico op ongelukken wordt vaak genoemd als een belangrijke belemmering voor het gebruik van de fiets (Forward, 2014; Veilig Verkeer Nederland & Motivaction, 2017). Deze angst komt vaker voor bij vrouwen (Heesch et al., 2012).

Zelfvertrouwen en zelfeffectiviteit

Veel mensen die niet (regelmatig) fietsen ervaren een gebrek aan zelfvertrouwen, met name bij het fietsen in druk stadsverkeer of op plekken die ze niet goed kennen (Bopp et al., 2018).

Gewoonte

Wanneer fietsen onderdeel is van de dagelijkse routine, worden belemmeringen om te gaan fietsen aanzienlijk lager (Bopp et al., 2018). Het vormen van een gewoonte blijkt dan ook een belangrijke voorspeller voor de keuze om de fiets te gebruiken (Baeli et al., 2022). Interventies die gericht zijn op routinevorming of het ontwikkelen van nieuwe, gezonde gewoonten, zijn vaak effectief (Adriaanse et al., 2011).

Volgens de COM-B-interventiefunctiematrix is automatische motivatie te beïnvloeden via de functies: training, beloning, dwang, aangepaste omgeving, modellering en facilitering (Atkins & Michie, 2015). Vanuit de literatuur zijn de volgende interventies geïdentificeerd die belemmeringen voor fietsen, voortkomend uit automatische motivatie, kunnen verminderen:

Interventies automatische motivatie	Doel en vorm van de interventie	Effectiviteit
Way2Go	Door middel van spellen worden kinderen tijdens een actieweek uitgedaagd om fietsend naar school te komen.	Na de actieweek kwam 7% van de kinderen vaker lopend of fietsend naar school, tijdens de actieweek was dat nog 52%. Voor een deel van de kinderen is fietsen dus een nieuwe gewoonte geworden.
Implementatie intenties	Gewoonten kunnen worden veranderd door bewuste keuzemomenten te creëren. Dit kan door middel van implementatie-intenties, waarbij men vooraf een doel formuleert in de vorm: "Als ik in situatie X ben, dan doe ik gedrag Y." In het geval van fietsen zou dit kunnen zijn: "Als ik naar mijn werk ga, dan pak ik de fiets."	Deze methode is effectief gebleken op verschillende soorten keuzemomenten waarbij gezond gedrag bereikt wordt (Adriaanse et al., 2011), echter is het effect op fietsgedrag nog beperkt onderzocht. Een meta-analyse over de toepassing van implementatie-intenties op fysieke activiteit in het algemeen vond een significant positief effect van 0,24 (95% betrouwbaarheidsinterval [0,13, 0,35]) na follow-up (Bélanger-Gravel, Godin & Amireault, 2013).

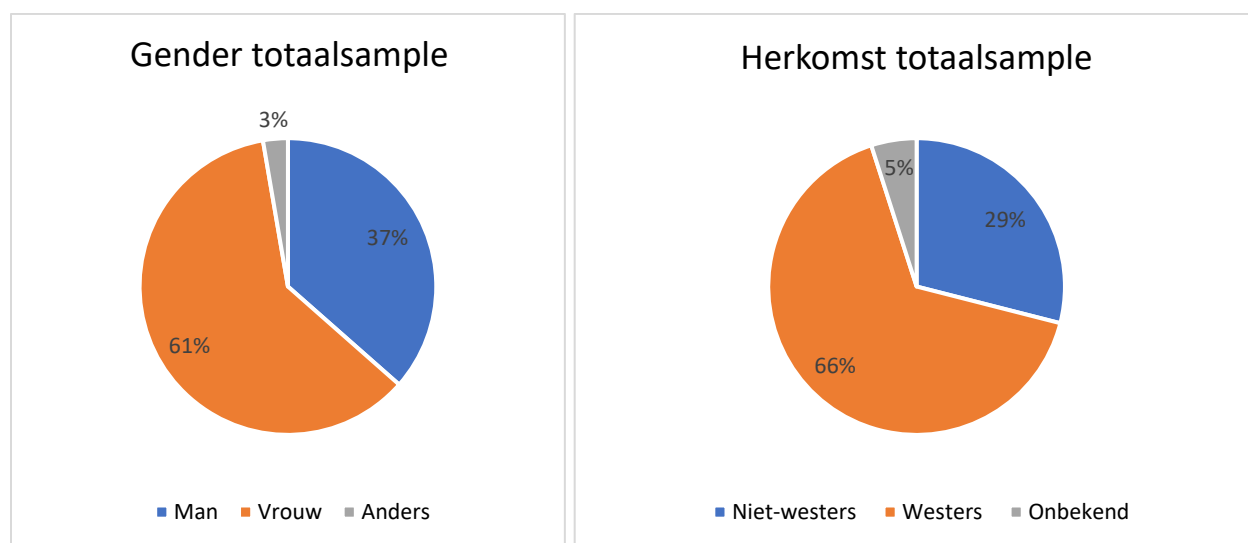
6. Tussenresultaten gehele sample

Inleiding

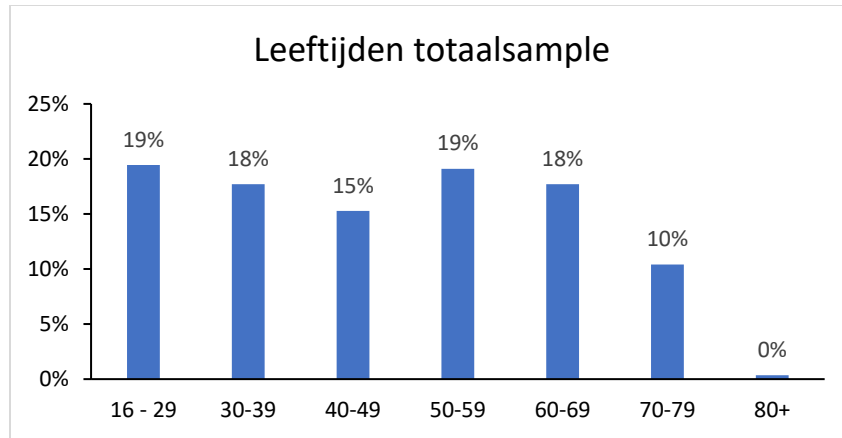
In deze beschrijving zijn alleen participanten meegenomen die in de clusteranalyse meegenomen konden worden. Een aantal participanten had vragen over drijfveren en belemmeringen niet ingevuld en is dus uitgesloten van de clusteranalyse. Er werden in totaal 288 participanten meegenomen in de analyse: 223 in de algemene clustering en 65 in de e-bikeclusters, oftewel groepen.

Demografische kenmerken

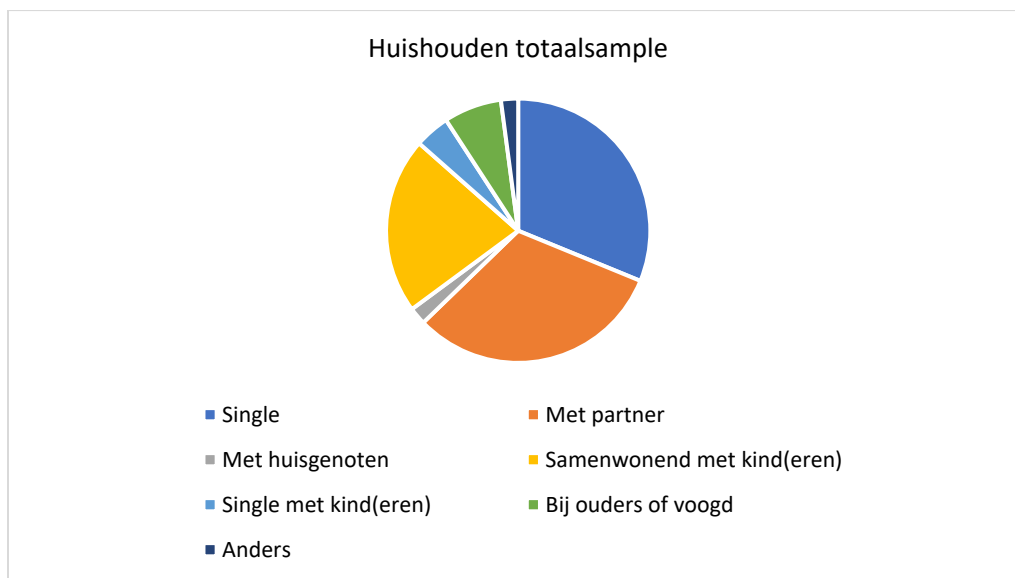
In de figuren hieronder zijn de demografische kenmerken van de respondenten te zien. Meer vrouwen dan mannen hebben gereageerd op de vragenlijst en een groter aandeel personen met een westerse afkomst heeft gereageerd dan representatief is voor de betreffende wijken. Daarom is een verdeelsleutel opgesteld om de groepsbeschrijvingen op aan te passen, zodat beter geïnterpreteerd kan worden welk aandeel van deze groep behoort tot een bepaald gender of bepaalde afkomst. De verdeelsleutel was 2.74 voor mannen, 1.64 voor vrouwen, 2.01 voor personen met een niet-westerse achtergrond en 0.63 voor personen met een westerse achtergrond.



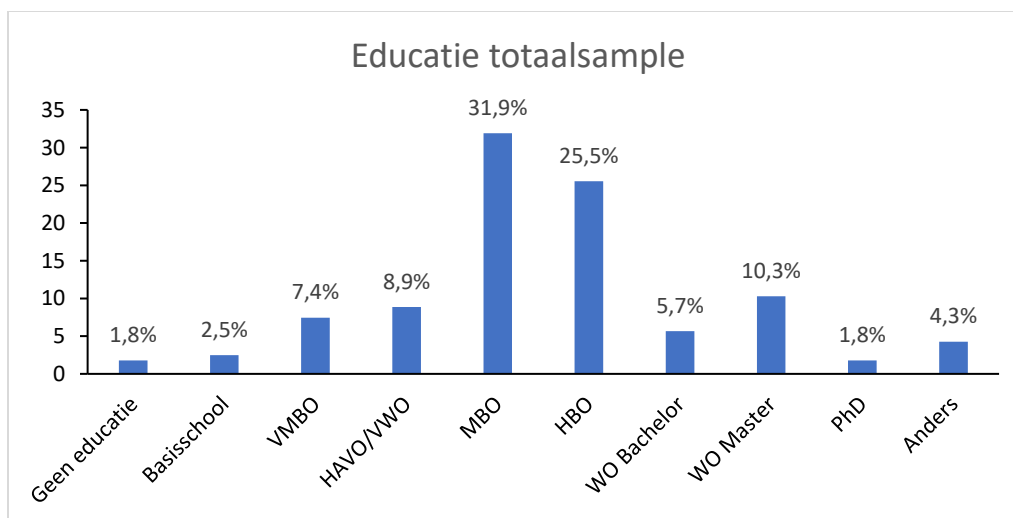
Figuur 2: Gender en herkomst totaalsample



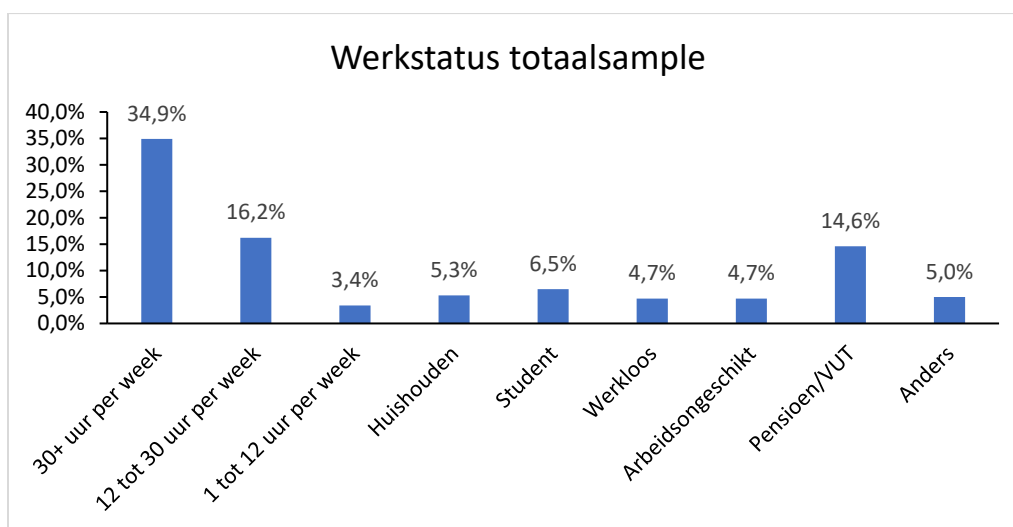
Figuur 3: Percentage leeftijd totaalsample



Figuur 4: Huishouden totaalsample



Figuur 5: Percentage educatie totaalsample



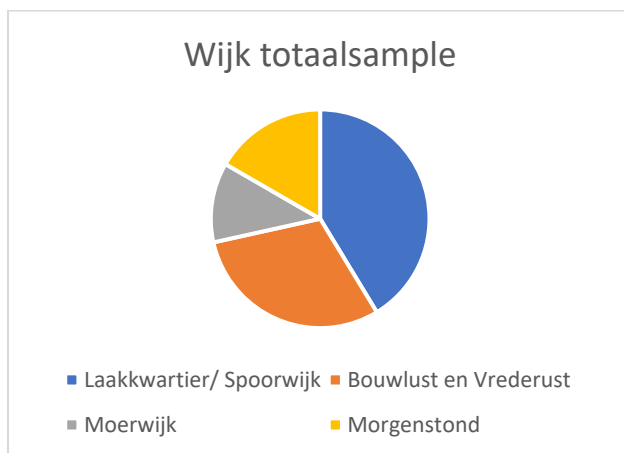
Figuur 6: Percentage werkstatus totaalsample

Wijkenmerken

Verdeling wijken

Er werd eerst in Laakkwartier en Spoorwijk en in Bouwlust Vrederust geworven. Toen bleek dat de werving in Bouwlust Vrederust achterbleef werd deze uitgebreid met Moerwijk en Morgenstond. In de laatste twee wijken is dus korter geworven. Dit is terug te zien in de cijfers, waar het aantal respondenten uit Laakkwartier & Spoorwijk het grootst is (119) en Moerwijk het kleinst (34). Om de data goed te kunnen interpreteren en te bepalen uit welke wijken een doelgroep precies komt, zijn in het volgende hoofdstuk de proporties van wijkafkomst bewerkt met de onderstaande verdeelsleutel.

Een verdeelsleutel is een rekenfactor waarmee je een dataset kunt corrigeren zodat de verhouding tussen de wijken beter overeenkomt met de werkelijkheid.



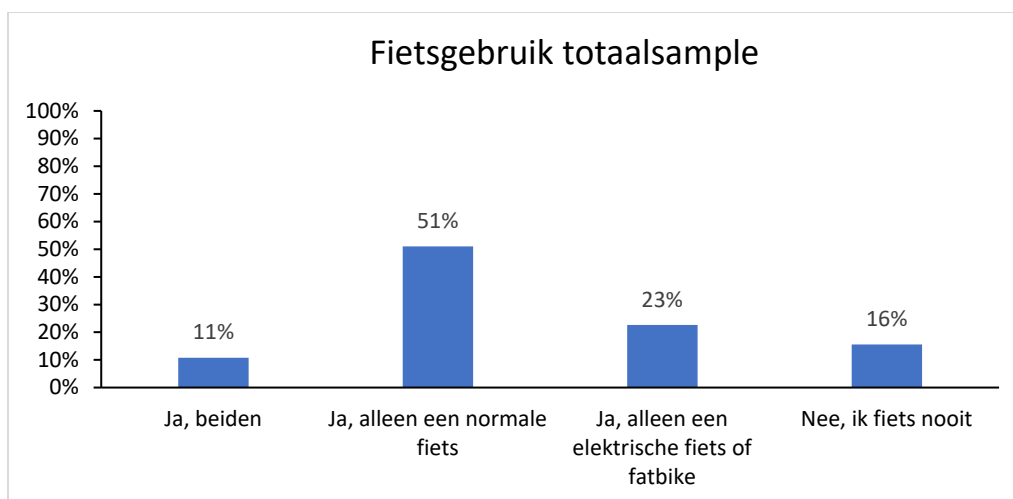
Figuur 7: Wijk totaalsample

	N	Percentage	Verdeelsleutel
Laakkwartier/ Spoorwijk	119	41.3	2,42
Bouwlust en Vrederust	87	30.2	3,31
Moerwijk	34	11.8	8,47
Morgenstond	48	16.7	5,99

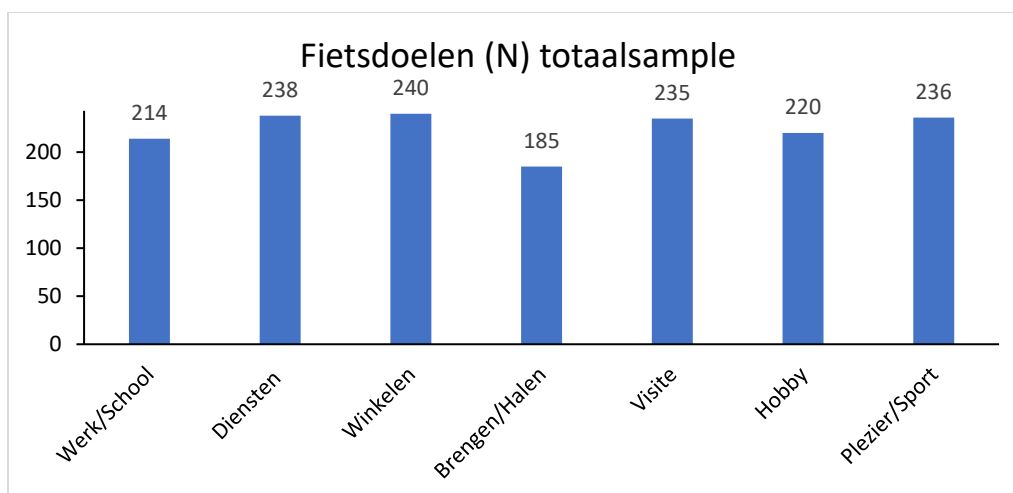
Tabel 1: Wijk totaalsample

Fietsgebruik

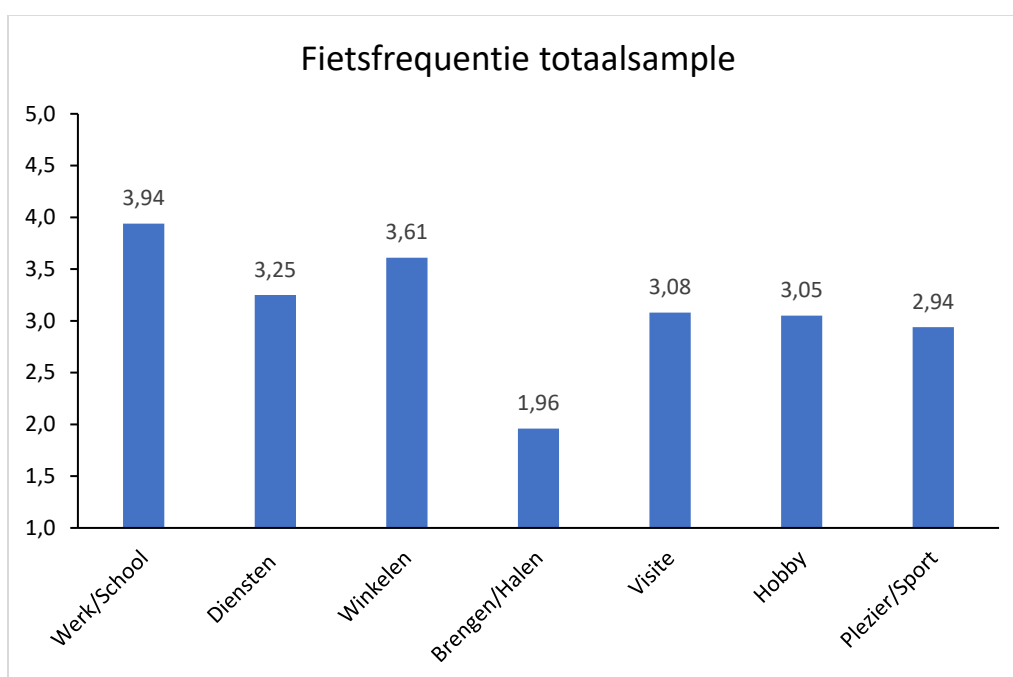
In de sample gaven 45 respondenten aan nooit de fiets te gebruiken en 65 alleen een e-bike.



Figuur 8: Percentage fietsgebruik totaalsample



Figuur 9: Aantal participanten per fietsdoel in totaalsample

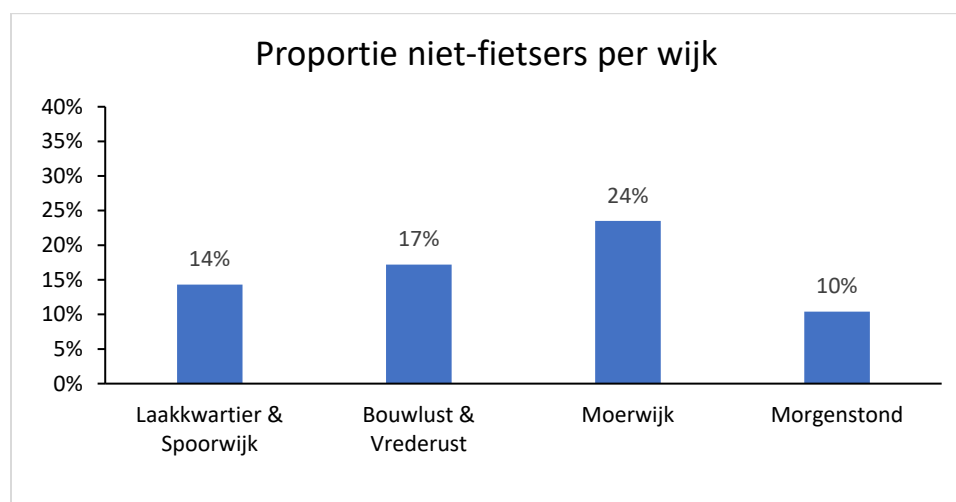


Figuur 10: Gemiddelde score van fietsfrequentie per doel op een schaal van 1 = (Bijna) nooit tot 5 = Dagelijks of bijna dagelijks

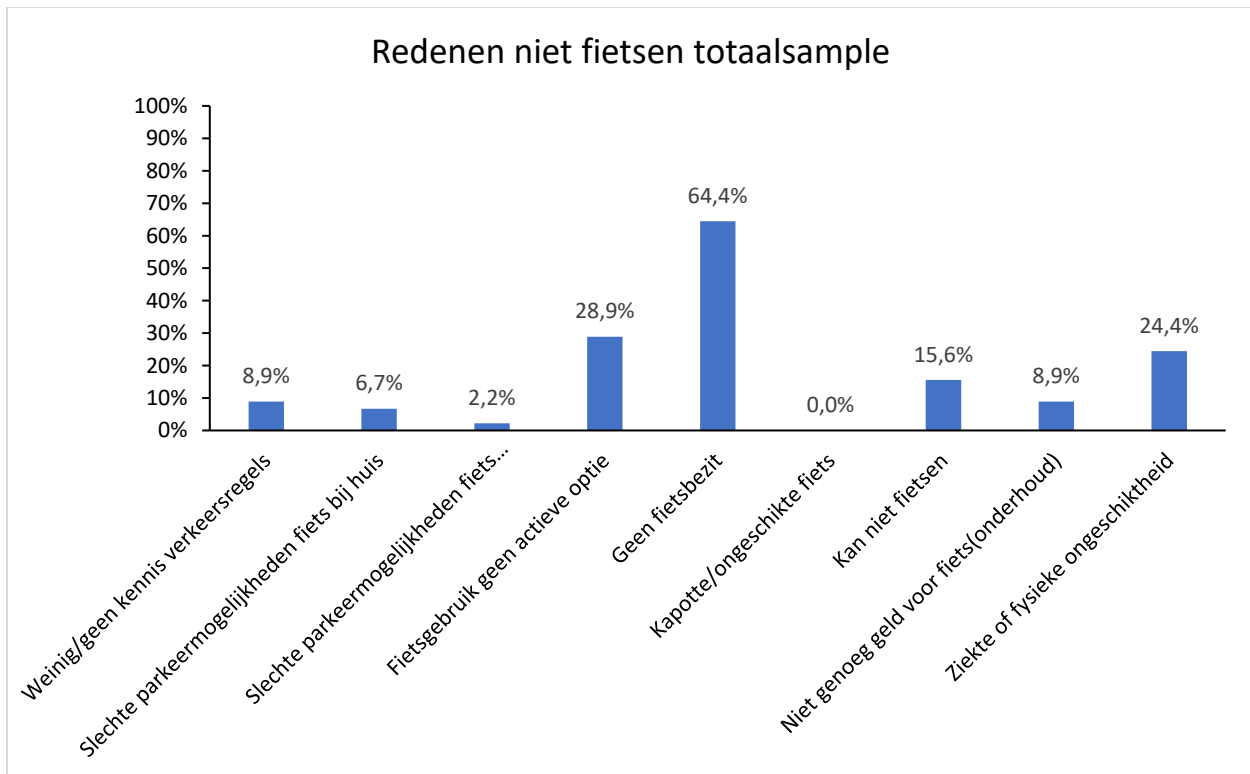
Niet-fietsers

In Moerwijk geeft het hoogste percentage respondenten aan nooit te fietsen, namelijk 24%, waarbij in Morgenstond het laagste percentage aangeeft nooit te fietsen, namelijk 10%. Slechts 9% van de niet-fietsende respondenten geeft aan niet genoeg

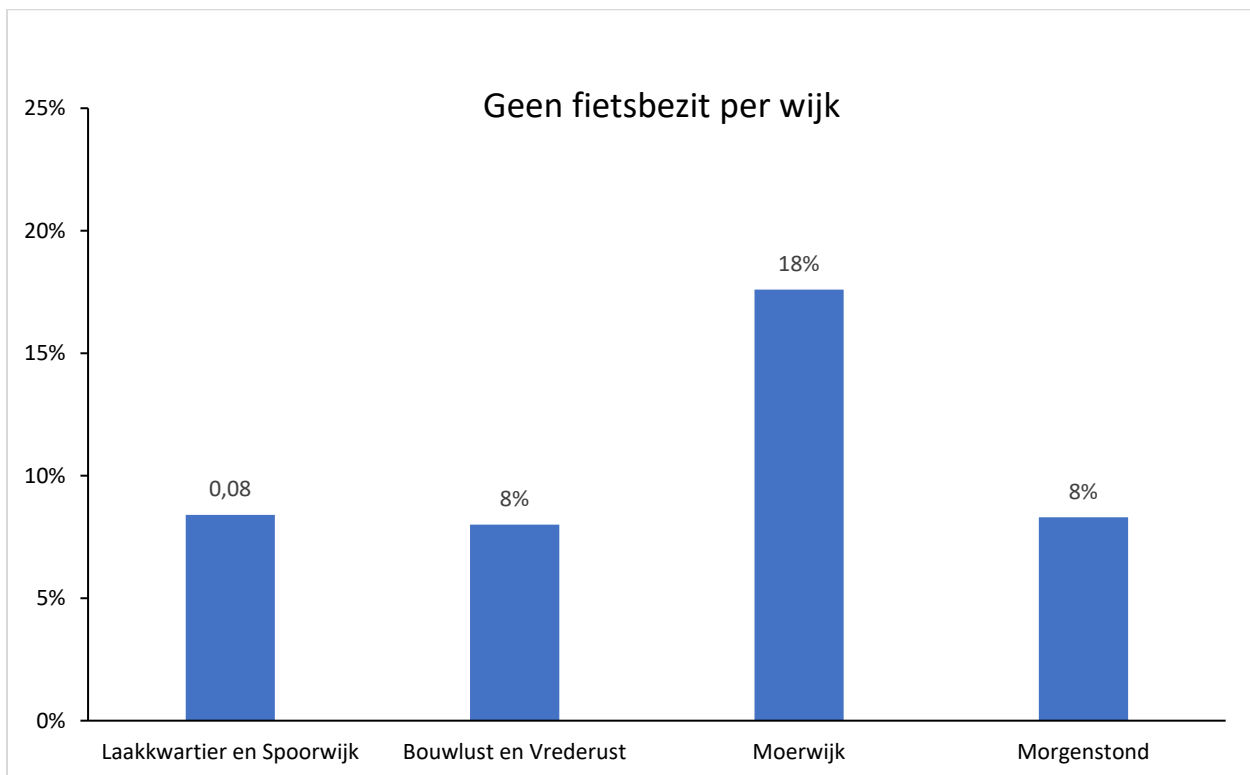
geld te hebben voor een fiets, maar de meerderheid geeft aan geen fiets te hebben (64%). Ook in Moerwijk was het percentage van respondenten dat geen fiets bezat hoger dan in andere wijken. Verder gaven 29% van de respondenten aan er nooit over na te denken om de fiets te pakken of niet te fietsen vanwege een fysieke beperking of ziekte.



Figuur 11: Percentage respondenten dat aangaf nooit te fietsen per wijk



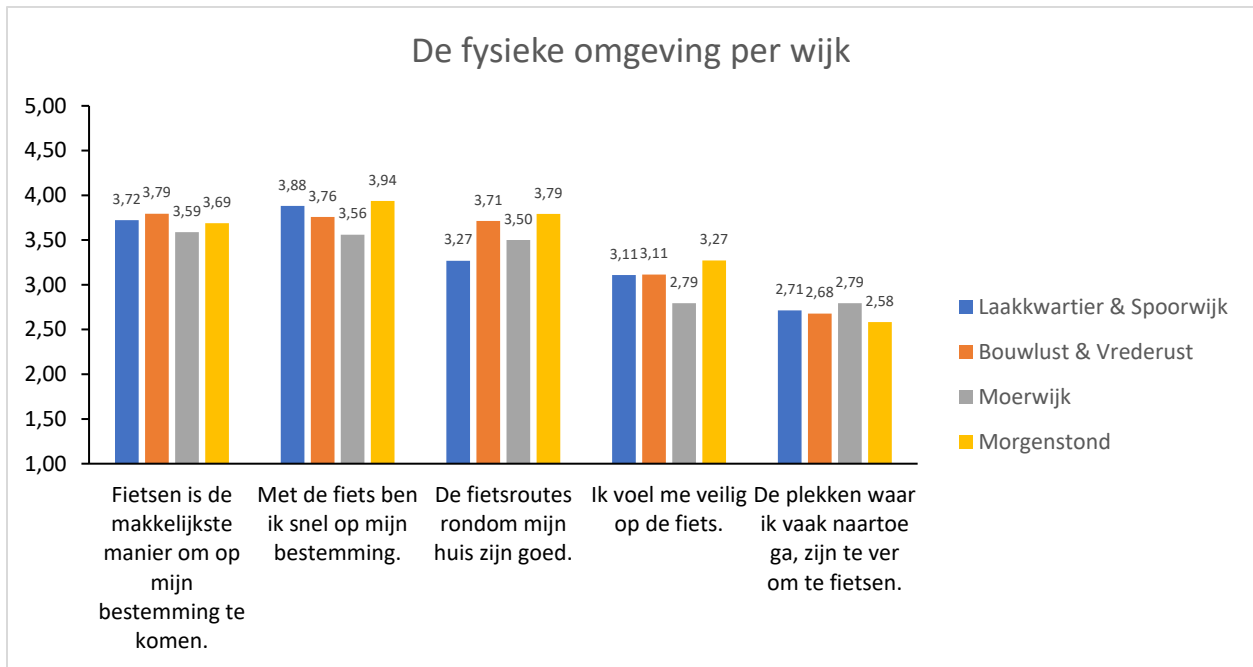
Figuur 12: Percentages aangegeven redenen om niet te fietsen (onder respondenten die aangaven nooit te fietsen)



Figuur 13: Percentage respondenten per wijk dat aangaf geen fiets te bezitten

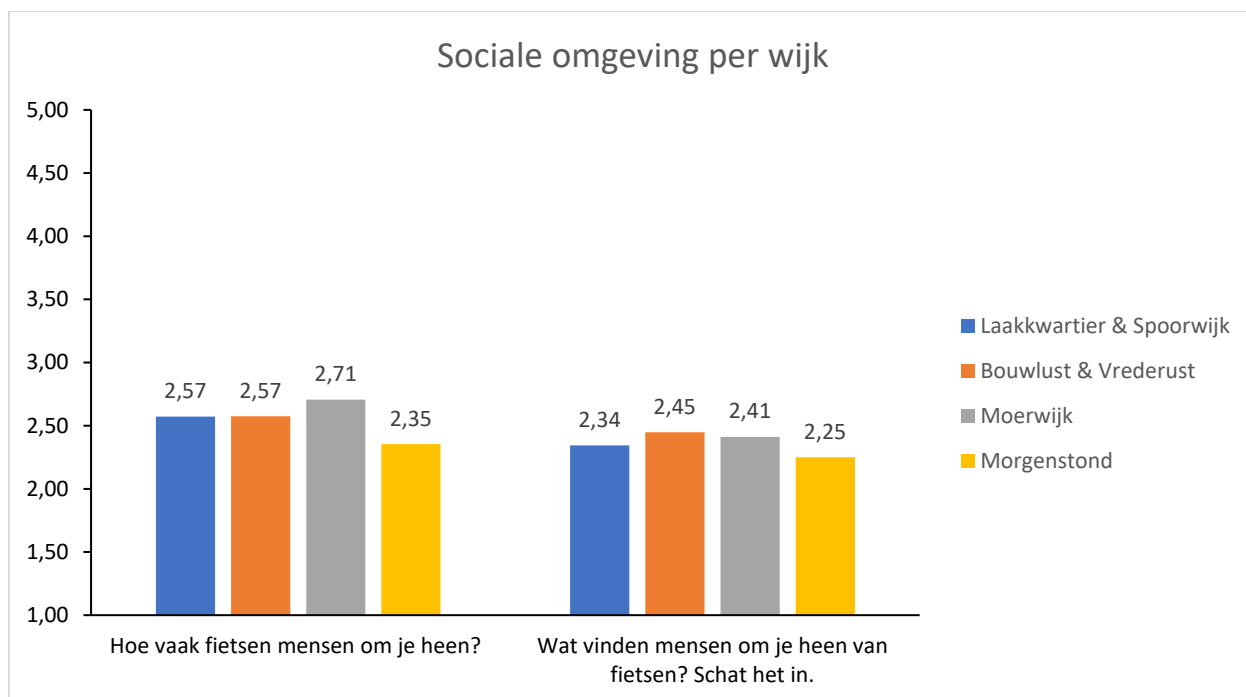
Omgeving per wijk

In de grafiek hieronder is te zien dat Moerwijk op alle fysieke omgevingsfactoren iets slechter scoort dan de andere wijken, al is dit niet statistisch. De enige uitzondering hierop is 'De fietsroutes rondom mijn huis zijn goed' waar Laakkwartier en Spoorwijk aanmerkelijk minder goed scoort dan de andere wijken. Deze uitkomsten kunnen erop duiden dat de fysieke omgeving in Moerwijk iets minder geschikt is voor fietsers dan andere wijken.



Figuur 14: Gemiddelde score op verschillende omgevingsfactoren op een schaal van 1 = helemaal mee oneens tot 5 = helemaal mee eens

In de grafiek hieronder is te zien dat Morgenstond iets achterblijft als het gaat om een stimulerende sociale omgeving met betrekking tot fietsen.



Figuur 15: Gemiddelde score op sociale factoren op een schaal van 1 = altijd tot 5 = nooit en 1 = heel positief tot 5 = heel negatief

Conclusie

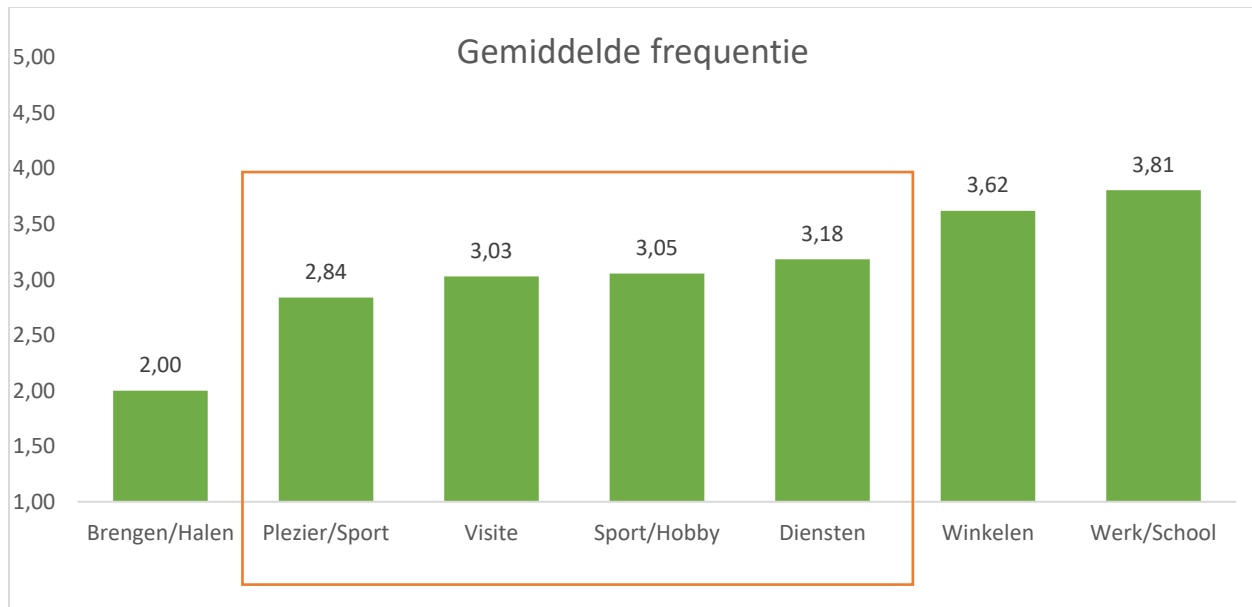
Uit de bovenstaande analyse komen verschillen naar voren in de wijken. Moerwijk bevat het hoogste percentage respondenten dat nooit fietst en scoort lager op de vragen rondom fysieke omgeving. In Moerwijk bevinden zich mogelijk meer personen uit de doelgroep 'Nieuwe fietsers' en is verbetering mogelijk in elementen waar de gemeente controle over heeft, namelijk de openbare ruimte.

Daarnaast scoort Morgenstond iets lager op sociale gelegenheid. Respondenten geven aan dat zij mensen om hen heen minder vaak zien fietsen en dat mensen om hen heen minder positief denken over fietsen vergeleken met andere wijken. Hier zou ingezet kunnen worden op de sociale norm.

Resultaten Rasch Analyse

Stap 1

De grafiek hieronder laat zien dat respondenten gemiddeld het minst op de fiets zitten om anderen te brengen of ophalen. Voor werk en school en winkelen wordt het vaakst gefietst. Dit zou een indicatie kunnen geven dat een interventie het meest effect zou kunnen hebben voor de oranje omcirkelde doeleinden, omdat hier de meest haalbare potentie zit om fietsen te stimuleren.



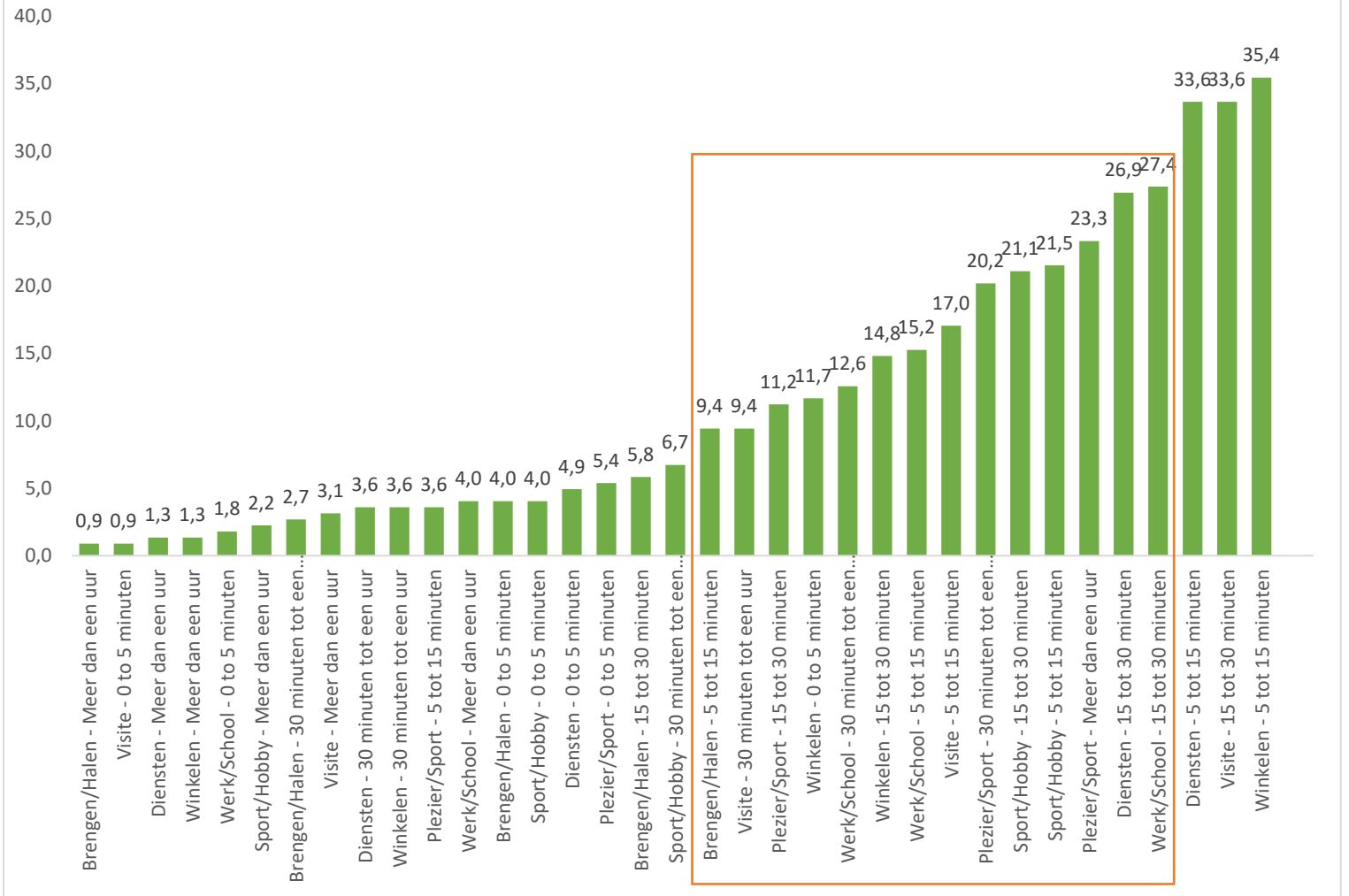
Figuur 16: Gemiddelde frequentie van fietsgebruik per doeleinde op een schaal van 1 = (bijna) nooit tot 5 = Dagelijks of bijna dagelijks

Stap 2

In de grafiek hieronder is het percentage van de geselecteerde sample (N = 223) te zien dat aangegeven heeft de volgende activiteiten te ondernemen. Respondenten konden per fietsdoel kiezen hoe lang de ritten meestal zijn.

De meeste gedragswinst voor een interventie zit in de midden-gedragingen: die zijn haalbaar genoeg voor de doelgroep om verandering te overwegen, maar nog niet zo vanzelfsprekend dat iedereen ze al doet. Daar kun je met een interventie de grootste impact maken. Dit gebied is met een oranje blok omcirkeld. Hiermee worden gedragingen met betrekking tot brengen/halen, winkelen en werk/school uitgesloten als uit te werken interventierichtingen.

Fietsritten Rasch-analyse



Figuur 17: Percentage respondenten dat aangeeft een bepaalde fietsgedraging uit te voeren

Conclusie Rasch-analyse

Uit de twee Rasch-analyses komen de volgende gedragingen naar voren waarop gefocust zou kunnen worden:

- Visite 30-60 minuten
- Plezier/Sport 15-30 minuten
- Visite 5-15 minuten
- Plezier/Sport 30-60 minuten
- Sport/Hobby 15-30 minuten
- Sport/Hobby 5-15 minuten
- Plezier/Sport meer dan een uur
- Diensten 15-30 minuten

Deze gedragingen staan in willekeurige volgorde. De analyse is gebaseerd op de gehele sample en dient per doelgroep afgestemd te worden.

CIBER-analyse

De CIBER-analyse hieronder laat zien hoe sterk verschillende drijfveren samenhangen met de frequentie waarmee iemand fietst, en hoeveel ruimte voor verbetering er is per drijfveer.

In de grafiek zie je per drijfveer twee dingen:

- Links: de gemiddelde score (de gekleurde ruit) en de spreiding van antwoorden (de grijze puntjes). Dit laat zien hoe vaak mensen die belemmering of drijfveer ervaren. Wanneer een belemmering hoog scoort en er veel spreiding is, betekent dit dat er nog ruimte is om te verbeteren. Wanneer een drijfveer laag scoort en er veel spreiding is, betekent dit dat er nog ruimte is om te verbeteren.
- Rechts: de correlatie met fietsgedrag, oftewel hoe sterk de drijfveer samenhangt met hoe vaak iemand fietst. De afstand van de ruit tot de middellijn laat zien hoe sterk die relatie is: het midden betekent geen verband, links een negatief verband en rechts een positief verband.

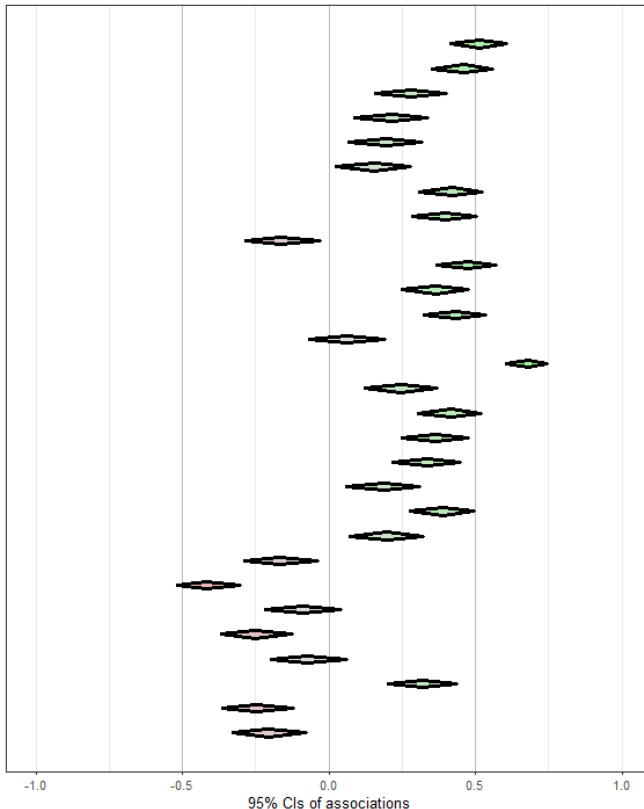
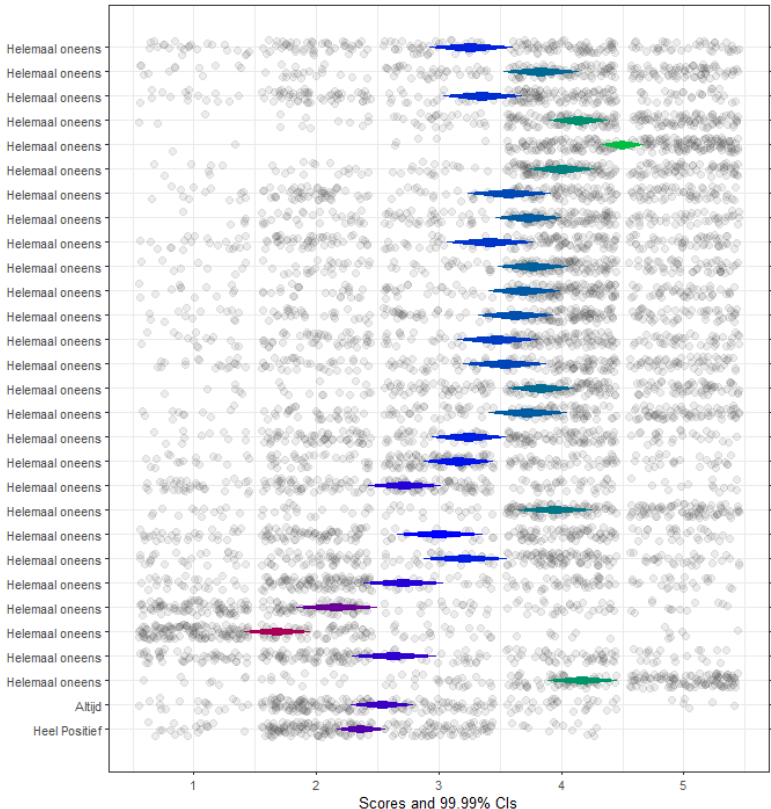
Een drijfveer of belemmering is vooral relevant voor interventie als deze twee kenmerken combineert:

1. Een sterke correlatie met fietsgedrag (de ruit ligt ver naar links of rechts); en
2. Ruimte voor verbetering (de gemiddelde score is niet extreem hoog of laag, en de spreiding laat zien dat meerdere mensen dit ervaren).

Door correlatie en spreiding samen te bekijken, kun je snel bepalen welke factoren de meeste potentie hebben om met een interventie te beïnvloeden — bijvoorbeeld drijfveren die sterk samenhangen met fietsgedrag, maar waarop de doelgroep nog relatief laag scoort.

Means and associations (r) with Fietsfrequentie (R² = [.45; .64])

- Fietsen is een essentieel onderdeel van wie ik ben
- Ik vind fietsen leuk
- Ik heb genoeg ruimte op mijn fiets om spullen mee te nemen
- Ik geloof dat het goed voor het milieu is als ik naar mijn werk fiets
- Ik geloof dat fietsen gezond is
- Fietsen is goedkoop
- Fietsen is de makkelijkste manier om op mijn bestemming te komen
- Met de fiets ben ik snel op mijn bestemming
- Ik laat het vaak van het weer afhangen of ik ga fietsen
- Ik fiets omdat ik het prettig vind om af en toe even buiten te zijn
- Ik fiets voor de lichaamsbeweging
- Fietsen helpt mij te ontspannen
- De fietsroutes rondom mijn huis zijn goed
- Fietsen is voor mij een gewoonte
- Door te fietsen help ik files te verminderen
- Ik vind fietsen prettiger dan reizen met openbaar vervoer
- Als ik fiets kom ik fris aan op mijn bestemming
- Ik vind het leuk om als fietser gezien te worden
- Ik vind het leuk als mensen mij op een mooie fiets zien
- Ik voel me fit genoeg om te fietsen
- Ik voel me veilig op de fiets
- Soms neem ik een ander vervoermiddel omdat ik niet bezweet wil aankomen
- De plekken waar ik vaak naartoe ga, zijn te ver om te fietsen
- Ik denk dat het voor het milieu weinig uitmaakt of ik met de fiets ga of met de auto
- Ik schaam me een beetje als mensen me zien fietsen
- Ik fiets soms niet, omdat ik bang ben dat mijn fiets gestolen wordt
- Ik heb vertrouwen in mijn eigen kunnen als het gaat om fietsen
- Hoe vaak fietsen mensen om je heen
- Wat vinden mensen om je heen van fietsen?



Figuur 18: CIBER-analyse

Zeer sterke verband	Sterk verband	Verband	Zwak verband
<ul style="list-style-type: none"> - Identiteit - Fietsen leuk vinden - Fietsen gemakkelijk vinden - Fietsen ontspannend vinden - Fijn om naar buiten te gaan - Gewoonte - Prettiger dan OV - Bestemming te ver (negatief) 	<ul style="list-style-type: none"> - Snel - Fietsen verfrissend vinden - Fietsen voor lichaamsbeweging - Fit genoeg 	<ul style="list-style-type: none"> - Spullen kunnen mee - Leuk om als fietser gezien te worden - Zelfvertrouwen - Schaamte 	<ul style="list-style-type: none"> - Milieu - Gezond - Betaalbaar - Files verminderen - Gezien worden op een fiets - Veilig voelen - Gedrag van anderen - Mening van anderen - Van het weer laten afhangen of je gaat fietsen (negatief) - Niet bezweet willen aankomen (negatief)

Tabel 2: Correlaties gegroepeerd

In figuur 18 is te zien dat voor de meeste drijfveren ruimte in de spreiding is voor interventie, oftewel: niet iedereen scoort al hoog of laag, de scores zijn gespreid. Alleen op 'fietsen als gezonde activiteit' wordt bijna uitsluitend hoog gescoord, dus hier zit weinig ruimte voor verbetering in. Op alle factoren behalve fietsen als gezonde activiteit kan dus geïntervenieerd worden.

Bij het selecteren van een interventie kan het best gericht worden op drijfveren en belemmeringen met een zeer sterk of sterk verband. Een sterk verband betekent namelijk dat het gedrag samenhangt met deze drijfveer of belemmering en daar waarschijnlijk sterk door beïnvloed wordt.

Conclusie CIBER-analyse

De CIBER-analyse laat zien hoe de drijfveren geprioriteerd kunnen worden in de gehele sample. Hoe sterker het verband van de drijfveer met de doelgedraging, hoe meer prioriteit aan de drijfveer gegeven kan worden. Zie een overzicht van de verbanden in de tabel hierboven.

In de tabel is te zien dat identiteit, positieve emoties en gewoonte sterk correleren met fietsgedrag en dus veel potentie hebben om op te interveniëren. Attitudes zoals fietsen milieuvriendelijk, gezond en betaalbaar vinden hebben slechts een zwakke correlatie met fietsgedrag en kunnen dus beter niet gekozen worden voor een interventie.

Clusteranalyse en keuzeprocessen groepen

Het aantal clusters, oftewel groepen, is gekozen op basis van dendrogrammen. De uitleg en uitkomsten van de dendrogrammen zijn terug te vinden in Appendix F. Hieronder zijn de groepen te vinden die uit de clusteranalyse naar voren kwamen. Groep 3 t/m 6 zijn de groepen die het minst de fiets gebruiken.

	N	Fiets en e-bike (%)	Alleen fiets (%)	Alleen e-bike (%)	Fietst nooit (%)	Hoe vaak fietst u? M (SD) 1 = (bijna) nooit 2 = paar x p. jaar 3 = paar x p. maand 4 = paar x p. week 5 = dagelijks
Groep 1	9	11.1	88.9	0	0	3.11 (.62)
Groep 2	45	17.8	80.0	0	2.2	3.49 (.82)
Groep 3	34	5.9	38.2	0	55.9	2.35 (.97)
Groep 4	7	0	28.6	0	71.4	1.21 (.30)
Groep 5	15	0	46.7	0	53.3	1.94 (.48)
Groep 6	30	0	86.7	0	13.3	2.52 (.69)
Groep 7	43	23.3	65.1	0	11.6	3.35 (1.00)
Groep 8	40	25.0	67.5	0	7.5	3.45 (.89)
Groep 9 (e-bikers)	35	0	0	100	0	3.52 (.89)
Groep 10 (e-bikers)	30	0	0	100	0	3.10 (.80)

Tabel 3: Groepen uit de clusteranalyse

Daarnaast scoren e-bikers qua fietsfrequentie gemiddeld en focust dit onderzoek vooral op de laagst scorende groepen.

Uit de bovenstaande tabel blijkt dat groepen 3 t/m 5 het hoogste percentage niet-fietsers bevatten. Daarnaast ligt de fietsfrequentie in groepen 3 t/m 6 aanzienlijk lager dan in andere groepen. Op basis van deze gegevens kwamen groepen 3 t/m 6 in aanmerking als potentiële doelgroepen.

Er was in het verdere traject ruimte voor ontwikkeling van interventies voor drie doelgroepen, daarom zijn bij de selectie naast fietsgebruik ook groeps grootte en drijfveren meegenomen. Groep 4 viel hierbij af: deze groep bevatte slechts zeven respondenten en rapporteerde daarnaast veel verschillende belemmeringen ten opzichte van fietsen. Hierdoor werd de kans klein geacht dat een interventie effectief alle belemmeringen zou kunnen wegnemen.

Daarom zijn **groepen 3, 5 en 6** gekozen als uiteindelijke doelgroepen. Deze groepen hadden de laagste fietsfrequentie, terwijl de groeps grootte wel voldoende was om te beschrijven als doelgroep. De gekozen groepen worden hieronder en in *Hoofdstuk 8 tot en met 10* beschreven. De niet-gekozen doelgroepen staan beschreven in *Appendix A*.

Gekozen doelgroepen samengevat

Doelgroep 3

Deze groep kan zowel gestimuleerd worden in het beginnen met fietsen als in het verhogen van de fietsfrequentie. De **veiligheid** en het **fietsbezit** zijn de twee grootste belemmeringen voor deze groep. De doelgroep bestaat vooral uit vrouwen van 40+, hierop dient de interventie toegespitst te worden. De doelgroep woont vooral in Zuidwest en minder in Laakkwartier en Spoorwijk.

Doelgroep 5

Deze groep kan zowel gestimuleerd worden in het beginnen met fietsen als in het verhogen van de fietsfrequentie. Zij rijden over het algemeen korte stukjes op de fiets, dus het advies is om in eerste instantie korte afstanden te stimuleren en daarna te richten op het verlengen van ritten. Deze groep is zich bewust van de voordelen, maar voelt zich niet persoonlijk aangesproken; zij **voelen zich geen fietser**. Het gaat hier vooral om mensen met een niet-westerse achtergrond, hierop dient de interventie toegespitst te worden.

Doelgroep 6

Deze groep kan vooral gestimuleerd worden in het verhogen van de fietsfrequentie. Ze zijn zich bewust van de voordelen en de randvoorwaarden zijn op orde, maar ze stappen alleen op de fiets als het **weer** goed is. Er is hier sprake van **inertia**: ze houden vast aan hun huidige gewoonte om andere vervoersmiddelen te gebruiken. Het gaat om een jonge doelgroep tussen de 20 en 35 jaar veelal met een niet-westerse achtergrond en veel jaren opleiding. Hier dient de interventie op toegespitst te worden.

	Groep 3	Groep 5	Groep 6
Gedragdoel	Nieuwe fietsers + verhogen frequentie	Nieuwe fietsers + verhogen frequentie. Daarna ritduur aanpakken	Verhogen frequentie
Belemmeringen	Onveilig gevoel en geen fiets in bezit	Geen fietsersidentiteit. Bewustzijn van voordelen helpt niet.	Inertia Slecht weer
Kenmerken	Vrouwen van 40+ uit Zuidwest	Vooraf niet-westerse personen.	Niet-westers, 20 tot 35 jaar en hoogopgeleid

Tabel 4: Doelgroepen samengevat

7. Algemene inzichten interviews

Algemene inzichten doelgroep interviews

Inleiding

Na de clustering zijn verdiepende interviews gehouden met enkele leden van de geselecteerde doelgroepen om beter inzicht te krijgen in hun beleving en behoeften. De toegepaste onderzoeksmethode wordt toegelicht in hoofdstuk 4 – *Methodologie*, onder het subkopje *Interviews*. De resultaten van de interviews worden per doelgroep beschreven in hoofdstuk 8 tot en met 10. Hieronder worden de inzichten besproken die niet specifiek aan één doelgroep zijn toe te wijzen.

Inzichten

- Het komt naar voren dat stallingsproblemen overal spelen, met name in Laakkwartier en Spoorwijk. Buitenshuis stallen biedt onvoldoende bescherming tegen diefstal, zeker bij duurdere fietsen.
- Er wordt veel gesproken over betaalbare deel- en leenfietsen. Hoewel deze voor zover bekend nog niet door de gemeente Den Haag zijn ingevoerd, worden ze wel gezien als kansrijke stimulans voor fietsgebruik.
- Wat betreft fietslessen vinden sommige respondenten het belangrijk dat zij niet zichtbaar zijn tijdens het leren, omdat zij zich schamen. Tegelijk is het cruciaal dat lessen dichtbij worden aangeboden, omdat de bereikbaarheid anders een probleem vormt. Daarnaast is continuïteit belangrijk: er moet structureel aanbod zijn, met erkenning en financiering.
- In de interviews worden ook arbeidsmigranten genoemd als mogelijke additionele doelgroep. Zij kwamen niet expliciet naar voren in het onderzoek, maar wel in enkele expert- en burgerinterviews. Omdat arbeidsmigranten vaak tijdelijk verblijven, hebben zij volgens respondenten meestal geen fiets en zijn ze minder bekend met de mogelijkheden. Vaak worden ze met busjes opgehaald voor hun werk en zijn ze na werktijd te vermoeid om een fiets te regelen.
- Er wordt opgemerkt dat de buurten niet aantrekkelijk zijn om doorheen te fietsen: er staan veel auto's en er is weinig groen.

Expert Interviews

Inleiding

Naast verdiepende interviews met enkele leden van de geselecteerde doelgroepen, zijn er ook verdiepende interviews afgenomen met enkele experts uit de geselecteerde wijken om beter inzicht te krijgen in hun beleving over de behoeften van de doelgroepen. Experts hebben vanuit hun werk kennis of ervaring met de mensen uit de wijk of de omgeving in de wijk. Deze experts zijn geïnterviewd over

relevante drijfveren en belemmeringen die zij bij de doelgroepen zien en de kenmerken van de wijk die hierop inspelen. De toegepaste onderzoeksmethode wordt toegelicht in hoofdstuk 4 – *Methodologie*, onder de subkop *Interviews*. De resultaten van de interviews worden hieronder besproken per wijk.

Experts Laakkwartier en Spoorwijk

De volgende experts zijn geïnterviewd die kennis hadden over Laak.

We interviewden een mobiliteitsadviseur die zich richt op alle vormen van vervoer in het gebied, van fietsverkeer tot lopen en autorijden. Hij is betrokken bij grote projecten, herinrichtingen en onderhoudswerkzaamheden, en werkt aan oplossingen voor uitdagingen zoals beperkte ruimte voor fietsen, verkeersveiligheid en het gebrek aan fietsparkeerplekken.

We interviewden een gebiedsregisseur in Haagse stadsdeel Laak. Zij verbindt bewoners, het stadsdeelkantoor en de gemeentelijke diensten (o.a. stedelijke ontwikkeling, economie, energietransitie, wonen en mobiliteit), agendeert knelpunten en kansen, stimuleert participatie, en fungeert als troubleshooter en moderator.

Daarnaast is er een stadsdeelmedewerker geïnterviewd die bewoners en organisaties ondersteunt bij het versterken van de leefbaarheid, onder meer door projecten op te zetten rondom fietsen. Zij richt zich op samenwerking met bewoners en lokale organisaties en denkt mee over initiatieven die aansluiten bij de behoeften en belevingswereld van de wijk.

Experts Zuidwest

In ons onderzoek spraken we drie experts uit Zuidwest die elk, vanuit een andere rol, werken aan de leefbaarheid en mobiliteit in Den Haag Zuidwest.

Een gebiedsregisseur bij Dienst Stedelijke Ontwikkeling voor Escamp. Ze verbindt gemeentelijke diensten en slaat de brug tussen beleid (DSO) en uitvoering (stadsdeel). Bewoners met vragen in het fysieke domein weten haar te vinden als eerste aanspreekpunt. Ze pakt vertragingen in projecten aan—bijvoorbeeld als er weerstand speelt—en vertaalt beleidsdoelen naar uitvoerbare stappen, terwijl ze de samenwerking met DPZ (publieke zaken) bewaakt.

Een fietsdocente en fietsambassadeur, vooral actief in Bouwlust en Vrederust. Al jaren geeft ze (veelal vrijwillig) individuele en groepslessen aan vrouwen die nooit hebben leren fietsen, met fietsen die ze via de gemeente krijgt. Ze ziet belemmeringen als angst, financiële beperkingen, culturele taboes en soms gebrekkige infrastructuur, maar ook groeiende motivatie: fietsen biedt werkmogelijkheden, zelfstandigheid en vrijheid. Ze pleit voor structurele steun—betaalbare of gratis fietsen, fietsvaardigheid in inburgeringstrajecten en betere communicatie over regelingen—en werkt met een geduldige, empathische aanpak gericht op empowerment tot vrouwen zelfstandig rijden.

Een gebiedscoördinator mobiliteit voor Den Haag Zuidwest die werkt aan overkoepelend mobiliteitsbeleid, zoals de mobiliteitstransitie en infrastructuursubsidies. Volgens haar is fietsen voor veel bewoners nog geen vanzelfsprekendheid: niet zozeer door de kwaliteit van de infrastructuur—die noemt ze redelijk op orde—maar door een ontbrekende fietscultuur en praktische belemmeringen zoals opslag, geldzorgen en veiligheid. Ze benadrukt co-creatie met bewoners voor effectievere interventies en pleit voor onderscheidend beleid voor de “bestaande stad” en de “nieuwe stad” die door grootschalige nieuwbouw ontstaat.

Laakkwartier & Spoorwijk

In de interviews met experts die Laakkwartier en Spoorwijk goed kenden kwamen de volgende inzichten naar boven.

Drijfveren

De onderstaande drijfveren werden benoemd in de interviews:

1. **Gezondheid en gemak.** Mensen ervaren fietsen als zowel goed voor hun gezondheid als een makkelijke manier van vervoer. *“Misschien zouden mensen het meer doen omdat het gezond is of makkelijk, vooral als ze zich gaan settelen.”*
2. **Positieve emoties.** Fietsen roept positieve gevoelens op, zoals ontspanning na een drukke (werk)dag. *“Voor sommige mensen [collega’s] is het heel prettig om na een lange werkdag even de fiets te pakken.”*
3. **Financieel.** De lagere kosten van een fiets aanschaffen en onderhouden maakt het een aantrekkelijk alternatief voor een auto. *“Kosten misschien. De aanschaf van de fiets is wellicht [goedkoper] ... en ook in het onderhoud van een auto [is duur].”*
4. **Snelheid.** Afhankelijk van de locatie is de fiets sneller dan de auto. *“Snelheid, maar het ligt er aan waar je moet zijn” ... “Maar tijd kan voordelig zijn om de fiets te pakken, omdat je gewoon sneller door het verkeer heen komt.”*

Belemmeringen

De onderstaande belemmeringen werden benoemd in de interviews:

1. **Vaardigheden.** Alle experts geven aan dat gebrekkige vaardigheden een belemmering vormen voor fietsgebruik, vooral omdat Den Haag druk verkeer heeft. *“Als je en niet goed genoeg evenwicht kan bewaren en zo, dat het verkeer van Den Haag best heftig is om in te fietsen.”*
2. **Auto als statussymbool.** Experts geven aan dat de auto, scooter en fatbike worden gezien als statussymbolen, de fiets niet. Dit geldt voor jongeren, kinderen en twintigers, maar ook voor mensen die in armoede opgegroeid zijn en komt voor in niet-westerse culturen. *“Ja, als ik aan de jongeren, kinderen en twintigers denk, heb ik het idee ook wel dat een scooter is cool of een auto of een fatbike, maar fietsen niet echt of zo. Dat het ook niet een goed imago heeft onder een bepaalde vriendengroep of groepen.”*

3. **Stalling.** Alle experts noemen stalling als een beperkende factor. De wijken hebben geen stallingsruimte en in de wijk is niet genoeg plek om de fiets te stallen. *“Dat leidt in die wat oudere wijken vaak tot problemen, dat je je fiets niet kunt parkeren. Of dat je in de oudere woningen überhaupt geen bergingen hebt om je fiets neer te zetten.”* En *“Als je geen goede voorzieningen hebt om je fiets neer te zetten, dan heb je wellicht wel een fiets, maar dat is vaak een heel oud barrel ... Dus om die fiets dan te gebruiken voor de langere afstanden, dan heb je vaak wel een betere fiets nodig, zeker als het een alternatief moet zijn op de auto.”*
4. **Cultuur.** Alle experts beamen dat fietsen iets is dat sterk in de Nederlandse cultuur ingebakken zit en dat dat niet altijd geldt voor andere culturen. Daarom kan fietsen minder vanzelfsprekend zijn of bijvoorbeeld fietsen in de winter onaantrekkelijk zijn. *“Ik denk dat het niet overal zit fietsen zo in de cultuur. Als in Nederland, dat is natuurlijk ook echt een Nederlandse ding.”*
5. **Onveilige en drukke omgeving.** Twee experts noemen drukte en onveiligheid in het verkeer in Laak. Het is er volgens hen druk op de weg, ontbreekt op plekken aan gescheiden fietspaden en zou veiliger kunnen. *“Het is in Laak Centraal ... niet zo verkeersveilig. Er rijdt heel veel auto's dus het is best wel eng.”* **De andere expert noemt:** *“Ik kan me voorstellen dat als je nog nooit gefietst hebt, dan is Den Haag en zeker Laak wel een heel lastige omgeving om te leren fietsen.”*
6. **Norm.** Twee experts geven ook aan dat fietsen gestimuleerd wordt door de omgeving. *“Fietsgebruik is vaak een sociale keuze, als je omgeving het normaal vindt, ga je het zelf ook sneller doen.”*
7. **Ruimte voor auto's.** Twee experts spreken over de ruimte die auto's innemen. De wijk is relatief smal gebouwd en auto's zijn in de afgelopen decennia toegenomen waardoor zij meer ruimte innemen. Het centrum wordt steeds autoluwer gemaakt en volgens een van de experts zorgt dit voor meer drukte in Laak. *“Hoe meer die auto's het centrum uit worden gedrukt, hoe meer ze Laak in worden geduwd.”*
8. **Fietsbezit.** Veel mensen in de wijk bezitten zelf geen fiets. *“Mensen hebben vaak geen fiets.”*

Huidige interventies

De onderstaande bestaande interventies werden benoemd in de interviews:

1. **Fietslessen.** Er worden momenteel fietslessen gegeven aan Marokkaanse en Poolse vrouwen en op scholen is aandacht voor de fiets. *“Er worden wel fietslessen gegeven en ook meer op scholen is daar meer aandacht voor, ook in Laak om de kindertjes gewoon al wel vroeg te leren fietsen.”*

Voorgestelde interventies

De onderstaande interventies werden voorgesteld in de interviews:

1. **Stalling.** Experts hebben het over buurtstallingen waar fietsen binnen gezet kunnen worden en beleid dat stuurt richting eigen fietsenstallingen. *“Dat*

beleid kan voorschrijven dat bewoners in pandige, goede voorziening [fietsenstalling] krijgen.”

2. **Verbeteren infrastructuur.** Er zijn al plannen in Laak maar een expert stelt nog voor: *“We moeten gescheiden fietspaden aanleggen waar fietsers zich veilig kunnen bewegen.”*
3. **Deelfietsen/leenfietsen.** Campagne en toegang tot deelfietsen voor mensen die regelmatig gebruik maken van de auto of het openbaar vervoer. *“Ik kan me ook voorstellen dat er een soort campagne komt, gericht op een bepaalde doelgroep waarbij deelfietsers komen. Ik weet niet of dat elektrisch is of niet, het maakt niet heel erg uit. Gericht op een bepaalde groep die veel gebruik maakt van de auto of de bus om naar werk te komen, dat je die in aanraking laat komen met een elektrische fiets of in ieder geval een deelfiets.”*
4. **Fietschallenges.** Challenges of competities organiseren om deelnemers te motiveren om meer te fietsen. *“Misschien moet er een soort van challenge komen. Hoeveel kilometer heb jij gefietst?”*
5. **Samenwerking belangengroepen.** Samenwerken met lokale organisaties en stichtingen om informatie effectief bij doelgroepen te verspreiden. *“Misschien kunnen we samenwerken met stichtingen zoals Barca of Polka die hun achterban goed kennen, en via hen informatie ontsluiten over fietsen.”*
6. **Fietsen betaalbaar maken.** Een expert benadrukt het belang van de betaalbaarheid van fietsen en lessen. Eventueel gratis fietsen of een fietsplan via de werkgever. *“En dat ze het wat minder duur maken, want een goede fiets is best wel duur. Je moet het wel beschikbaar maken, voor alle doelgroepen.”*
7. **Rolmodellen / imago.** Het imago van fietsen kan opgefrist worden volgens experts, vooral voor de jeugd en met rolmodellen. *“Ja, je moet het cool maken voor die leeftijd. Als je net een rijbewijs hebt, wil je natuurlijk een auto hebben, of een motor of iets. Maar je moet het [fietsen] aantrekkelijker maken.”*

Andere opmerkingen

De onderstaande verdere inzichten werden benoemd in de interviews:

1. **Arbeidsmigranten.** Arbeidsmigranten worden genoemd door meerdere experts als groep die weinig fietst. Er worden verschillende redenen genoemd: Ze zijn hier maar kort, hebben geen fiets, zijn moe na lichamelijk zwaar werk en ze worden gebracht en gehaald met busjes. *“En als je in Laak kijkt. Je hebt ook heel veel arbeidsmigranten, die fietsen van nature niet. En dat zijn ook vaak mensen die niet heel lang in de wijk blijven, dus dat wisselt continu. Die zijn vaak hier om te werken, die worden ook gehaald door busjes, dus die fietsen ook niet. Dus het is meer de auto.”*

Bouwlust Vrederust

In de interviews met experts die Bouwlust Vrederust goed kenden kwamen de volgende inzichten naar boven.

Drijfveren

De onderstaande drijfveren werden benoemd in de interviews:

1. **Vrijheid en zelfstandigheid.** Met de fiets kan je volgens een expert gaan en staan waar je wil. *“Ze zegt, weet je waar ik ben? Nou, waar ben je? Ja, in de stad. Zij was dus zo blij dat ze fietsend naar de stad kon.”*
2. **Werk en bereikbaarheid.** Voor bepaalde banen is het nodig om te kunnen fietsen. *“Zij wil dus leren fietsen omdat ze dus een baan heeft gevonden in de thuiszorg. En de beste manier om in de thuiszorg te werken... Dan moet je heel veel kunnen fietsen.”*
3. **Kostenbesparing.** De fiets wordt door een van de experts als een betaalbaar alternatief gezien, vooral voor gezinnen in armoede. *“De fiets is een betaalbaar vervoersmiddel. Kijk, als je in armoede leeft, en je moet met vier, vijf kinderen met de tram. Dan loop je leeg.”*

Belemmeringen

De onderstaande belemmeringen werden benoemd in de interviews:

1. **Angst (ouderen).** Ouderen zijn vaak bang om te fietsen uit angst voor ongelukken. *“De oudere generatie 50 plus, nee [die durven niet zoveel meer], die zijn echt bang dat ze iets breken of wat dan ook.”* En *“Mijn moeder zegt, over mijn lijk. Daar begin ik niet meer aan.”*
2. **Vaardigheden.** Sommige bewoners beschikken niet over de nodige fietsvaardigheden, ook als ze wel zouden willen fietsen. *“Er zijn gewoon meer mensen die wel willen fietsen en die niet kunnen fietsen.”*
3. **Norm: vrouwen fietsen niet.** Culturele normen en taboes kunnen ervoor zorgen dat vrouwen minder fietsen. *“Een vrouw mag niet fietsen. Een vrouw mag dit niet, een vrouw mag dat niet. Dus waarschijnlijk was het fietsen ook een van die taboes. Dat een vrouw dat gewoon niet mocht. Het is gewoon een manning.”*
4. **Vaardigheden en angst.** Beginnende fietsers voelen zich onzeker in (druk) verkeer. *“Als je net begonnen bent met fietsen, dan zie je al die auto's langs je heen. Dan ben je gewoon in paniek.”*
5. **Financiële belemmeringen.** Sommige bewoners hebben niet de financiële middelen om een fiets aan te schaffen. *“Ze kunnen hem gewoonweg niet aanschaffen. Ik denk dat er meer mensen zijn die hem niet kunnen aanschaffen omdat ze er geen geld voor hebben, dan mensen die wel kunnen fietsen, maar er geen behoefte aan hebben.”*
6. **Kennis over mogelijkheden.** Volgens experts schort het soms aan kennis over de mogelijkheden. *“Je moet maar net weten waar je kan aankloppen. Ik zit al 18 jaar in de stichting en hoorde gisteren nog iets nieuws... Veel mensen weten niet dat ze recht hebben op een fiets via een fonds.”*

Huidige interventies

De onderstaande bestaande interventies werden benoemd in de interviews:

1. **Fietsbezit stimuleren.** Er zijn interventies op gebied van fietsbezit. *“De gemeente geeft mij fietsen zodat ik mensen les kan geven.”*

2. **Fietslessen.** Sommige experts geven aan buurtbewoners goedkope fietslessen *“Ik geef heel veel fietslessen aan moeders die het willen leren. ... Bij mij betalen ze voor 5 fietsuren 10 euro. Dat heb ik expres gedaan. Het motiveert ze om te komen.”*

Voorgestelde interventie

De onderstaande interventies werden voorgesteld in de interviews:

1. **Verbeteren infrastructuur.** Goede wegen en fietspaden zijn erg belangrijk. *“Als jij wil investeren in de fiets, dan moet je ook in de fietspaden en in de goede wegen investeren.”*
2. **Fietsen betaalbaar maken.** Experts verwachten dat veel bewoners geen geld hebben voor een fiets. *“Voor 7,50 heb je een kinderfiets bij Fietsplan. Dat is helemaal goud. ... Zet bijvoorbeeld zwerffietsen in. Ze staan toch alleen maar te roesten.”*
3. **Fietsles combineren met inburgering.** Fietslessen integreren in inburgeringsprogramma's, zodat niet-westerse bewoners naast de taal ook leren fietsen. *“Neem het op in het [inburgerings]plan. Hij moet de taal leren, maar hij moet ook inburgeren in het fietsen en dat soort dingen”*

Specifieke opmerkingen per doelgroep (3, 5, 6)

De onderstaande inzichten werden specifiek benoemd over de geselecteerde doelgroepen:

1. **Groep 3 – Vrouwen 40+.** Vrouwen van 40+ zijn bang om van hun fiets te vallen. *“Ze zijn bang dat ze vallen en iets breken. Op een gegeven moment zeggen ze: “Het is het niet waard”.” “Met de Ooievaarspas is het [OV] toch gratis, dus waarom moeten ze pijn lijden [om te (leren) fietsen]?”*
2. **Groep 6 – Jongvolwassenen, niet-westers.** Bij jongvolwassenen van niet-westerse afkomst speelt sociale druk dat fietsen niet 'cool' is een rol. *“Toen hij 16, 17 was, fietste hij overal naartoe. Hij is van: “Ik ben niet gek ... Zijn vrienden hebben auto's, dus hij voelt die druk.” ... “Het is niet spang ... Het is niet cool ... Bij de Nederlandse jongeren is het met de paplepel ingegoten en bij de buitenlandse niet.”*

Zuidwest

In de interviews met experts die Zuidwest (Moerwijk, Morgenstond en Bouwlust Vrederust) goed kenden kwamen de volgende inzichten naar boven.

Drijfveren

De onderstaande drijfveren werden benoemd in de interviews:

1. **Veilige infrastructuur.** Een goed fietsnetwerk met vrijliggende fietspaden maakt fietsen aantrekkelijk, zoals voor gezinnen met kinderen. *“Het ligt best wel op goed fietsnetwerk in Zuidwest en naar de omliggende omgeving. Ook*

veel vrijliggende fietspaden, dus ook gewoon als je met je kinderen zou willen fietsen, zou dat ook prima kunnen.”

2. **Self-efficacy.** Mensen die al kunnen fietsen doen dat ook vaker. “Mensen die fietsen geleerd hebben, zijn vaker gemotiveerd.”
3. **Gezondheid.** Gezondheidsbelang wordt erkend, maar beïnvloedt het fietsgebruik nauwelijks. “Bewustzijn over gezondheid is er, maar dit vertaalt zich nauwelijks naar gedrag.”

Belemmeringen

De onderstaande belemmeringen werden benoemd in de interviews:

1. **Geldzorgen: financieel en mentaal.** Mensen met geldzorgen hebben niet de mentale ruimte en middelen om in een fiets te investeren of erover na te denken. “Zij hebben hele andere zorgen... Ga ik met dat geld dan aan een fiets uitgeven. Nee, hoe krijg ik het eten van mijn kinderen op tafel?” En “Mensen die bezig zijn met overleven hebben weinig ruimte om na te denken over fietsen”
2. **Vaardigheden.** Een grote barrière is nooit hebben leren fietsen. “Überhaupt, als je nog nooit op een fiets hebt gezeten, dat je niet kan fietsen.”
3. **Ouder-kind norm.** Als ouders niet (kunnen) fietsen, wordt dat doorgegeven aan hun kinderen. “Als je ouders niet kunnen fietsen, je het ook niet meekrijgt van jongs af aan en het daardoor ook niet als alternatief wordt gezien als mogelijkheid om je te verplaatsen.”
4. **Imago.** Een expert over jongeren dat scooters een hogere status dan fietsen voor hen hebben: “Scooters zijn stoerder – jongeren doen alles eraan om hard te werken en een scooter te kopen. Dat geeft status, is stoer.... Een rapper komt niet op de fiets.”
5. **Stalling.** Onvoldoende stallingsmogelijkheden beperken het fietsgebruik. “Bij veel woningen... zijn de kelders onbruikbaar voor fietsen ... Je kan daar je kont niet keren... dus heb je eigenlijk alleen maar buiten de mogelijkheid om je fiets te stallen.” Een andere expert vertelt “Fietsbeugels kunnen aangevraagd worden, maar dat wordt amper gedaan.”
6. **Stelen.** Angst voor fietsendieven is volgens een van de experts gegrond. “Het feit dat het een nationaal programmagebied is, zegt natuurlijk wel iets over dat de gemiddelden gewoon slechter zijn dan gemiddeld Den Haag en gemiddeld landelijk, dus dat er gewoon meer criminaliteit is, meer financiële problematiek. Ja, ik kan me best voorstellen dat je bang bent dat als je dan iets duurs koopt [een fiets] dat het gewoon gejat wordt.”
7. **Geen intentie.** Sommige bewoners denken niet over alternatief vervoer, zoals fietsen. “Ze zijn helemaal niet bezig met ‘hoe zou ik me anders kunnen verplaatsen’.”
8. **Onveiligheid rondom scholen.** Volgens een van de experts heerst er angst voor ongelukken. “Vooral rond scholen [heerst] angst dat kinderen aangereken worden als het heel druk is met brengen/halen.”

9. **Gemak.** Een van de experts geeft aan dat gemak een factor speelt bij de keuze voor de fiets. *“De auto wordt als handiger gezien, zeker met kinderen en boodschappen.”*
10. **Weer.** Het niet willen fietsen met slecht weer is volgens een van de experts aan de orde *“Dat mensen denken van ja, als het regent ga ik toch niet fietsen.”*
11. **Trots.** Een expert geeft aan dat trots ervoor kan zorgen dat mensen geen gebruik maken van regelingen zoals het aanvragen van een kinderfiets bij de gemeente. *“En natuurlijk hebben we middelen om die kinderen wel van de fiets te voorzien, want de gemeente heeft verschillende initiatieven om toch een fiets te krijgen. Maar niet iedereen weet de weg. En de mensen zijn hier ook niet mondig. Soms is het schaamte ook van ik ga niet een fiets om een fiets bedelen in bewijs van. Dus die trots, “ik geef het gewoon mijn kind als ik het zelf heb en anders niet”. Dat hoor ik ook wel heel vaak terug van sommige mensen.”*

Huidige interventies

De onderstaande bestaande interventies werden benoemd in de interviews:

1. **Verbeteringen in infrastructuur.** Experts geven aan dat fietsnetwerken aantrekkelijker en veiliger worden gemaakt. *“En verder is het wel zo dat heel veel wegen worden aangepakt. Er komen hier ook heel veel 30 km zones. Dus dat wordt alleen maar interessanter.”*
2. **Fietsbeugels.** Fietsbeugels kunnen worden aangevraagd, maar er zijn er relatief weinig. *“Als de vraag binnenkomt “ik wil een fietsbeugel want ik heb twee fietsen” Dat wordt gewoon gefaciliteerd.” “Ja, maar nu zijn er niet zoveel fietsbeugels eigenlijk. Omdat er geen echte vraag naar is. Als gemeente kijk je naar de behoeften.”*
3. **Fietslessen.** Er zijn fietslessen voor mensen die nog niet kunnen fietsen. *“Ik kan me voorstellen dat Aicha [fietsambassadeur] of fietslessen daar juist de uitkomst biedt.”*
4. **Fietsparcours/ Pumptrack.** Sportfaciliteiten om fietsen aantrekkelijker te maken voor jongeren, *“Zo'n Pumptrack wat we dus hebben geopend in Moerwijk, dat is dus wel echt iets om ook het onder jongeren, onder de jeugd interessant te maken.”*

Voorgestelde interventies

De onderstaande interventies werden voorgesteld in de interviews:

1. **Kinderen en scholen.** Experts geven aan dat zij een rol zien voor scholen, maar dat die ook aangeven de tijd en middelen niet te hebben. *“Veel meer de fiets centraal zetten op basisscholen. Volgens mij wordt dat nog redelijk beperkt gedaan, dat weet ik niet helemaal zeker.” “Ja, dus dat begrijp ik dus eigenlijk niet, waarom de scholen nog daar geen aandacht voor hebben. Want er zijn vanuit de gemeente echt verschillende initiatieven... Om het dus wel te kunnen*

doen als activiteit. Enerzijds zeggen de scholen dat ze daar geen tijd voor hebben. Zaken zijn wegbezuinigd. “

2. **Fietsen betaalbaar maken.** Experts stellen voor om fietsen vanuit de gemeente aan te bieden voor mensen die dat niet kunnen betalen. *“Moeten wij als gemeente daar mensen een fiets gaan geven, of zijn dit mensen die helemaal geen zorgen hebben over geld, en kunnen zij prima zelf een fiets kopen? Dat is even de vraag.”*
3. **Rolmodellen.** Experts stellen rolmodellen voor als buurtmoeders, rappers, voetballers of gewoon 1 iemand uit een vriendengroep. *“En voor de jongere groep van 20-30'ers... Er moet één iemand zijn die zijn nek uitsteekt binnen een vriendengroep om dat te gaan doen, en dan word je eerder nog eens even, oh, dat is niet cool. In plaats van als twee derde het al doet, dan is dat een ander verhaal.”*
4. **Algemeen gedrag stimuleren.** Fietsen is volgens een expert onderdeel van een bredere kijk op gezond eten, bijvoorbeeld gezondere kantines op scholen en sportclubs.
5. **Voorlichting beschikbare regelingen.** Een expert adviseert om vanuit de overheid toegankelijke en duidelijkere uitleg over bestaande fietsregelingen aan te bieden. *“Als we het goed uitleggen, dan zijn ze absoluut wel bereid om mee te gaan. Dus ik denk dat we ook soms... Onze informatie is te kort door de bocht. Als overheid sowieso. Wij gaan ervanuit dat die mensen wel weten wat wij bedoelen.”*
6. **Sociale netwerken aanspreken.** Een van de experts geeft verschillende manieren aan om sociale netwerken aan te spreken, via communitybuilders, bewonersorganisaties, WJP'ers (Welzijn Jeugd en Participatie). *“Want voor ons is een bewonersorganisatie echt onze sparringspartner. Want zij weten, zij kennen de achterban, dus dan kunnen wij de input ook direct meenemen.”*
7. **Betaalbaar deelfervoer.** Een expert geeft aan dat deelfietsen en deelauto's een oplossing kunnen zijn, zolang het voor de bewoners betaalbaar is. *“Voor heel veel mensen zal dat [deelfervoer] echt een ideale oplossing zijn, maar de kosten die daarmee gemoeid zijn, zijn veel te hoog. En dan los je ook een hoop dingen op.” ... “Dan hoef je niet per se een auto te hebben. Je neemt hem alleen wanneer je het nodig hebt. Dus dan komt dat fietsen ook wel sneller, want je hebt geen auto, want je gebruikt een deelauto.”*

Specifieke aanbevelingen

De onderstaande specifieke aanbevelingen werden gedaan in de interviews:

1. **Aanhaken op nieuwe woningen en inwoners.** Een expert adviseert om gebruik maken van de nieuwe woningen en inwoners om fietsen meer aan te moedigen. *“Maar we krijgen natuurlijk heel veel nieuwe inwoners in Zuidwest, we gaan 10.000 woningen bijbouwen... Het is in ieder geval wel een*

mogelijkheid, want het is gewoon een verhuismoment en dat betekent ook dat ze vaak gewoon weer hun mobiliteitsopties naast elkaar gaan leggen.”

2. **Cocreatie.** Bewoners betrekken bij het ontwikkelen van ideeën. *“Ik wil wel meegegeven ... Laat de ideeën vooral vanuit hen komen en dan krijg je op die manier de beste draagkracht en draagvlak vanuit de huidige bewoners.”*

Specifieke opmerkingen per doelgroep (3, 5, 6)

De onderstaande inzichten werden specifiek benoemd over de geselecteerde doelgroepen:

1. **Groep 3 – Vrouwen 40+.** Voor vrouwen die zich onveilig voelen in het verkeer kan begeleiding helpen. *“Als veiligheid het enige bottleneck is... kan begeleiding in het verkeer mensen over de streep helpen.”*
2. **Groep 6 – Jongvolwassenen, niet-westers.** Aanbod van fietsen afstemmen op de doelgroep. *“Ik kan me best voorstellen dat bijvoorbeeld de fatbike bij dat soort groepen juist wel heel interessant is... Ik zou daar wel heel erg kijken naar welk aanbod van fietsen past dan ook bij hen.”*

Conclusie expertinterviews

In de expertinterviews wordt het meest gesproken over ontbrekende vaardigheden om goed te kunnen fietsen binnen de doelgroepen en over de auto als statussymbool. Dit geldt voor alle onderzochte wijken. Ook wordt in alle wijken het probleem van stallingen genoemd: de voorzieningen zijn onvoldoende om fietsen veilig en droog te kunnen stallen. Daarnaast wijzen experts op de rol van cultuur in Laakkwartier en Spoorwijk: in de Nederlandse cultuur is fietsen veel vanzelfsprekender dan in sommige andere culturen. Voor Zuidwest wordt een gebrek aan mentale ruimte genoemd, bijvoorbeeld door financiële zorgen. Volgens experts heeft fietsen daardoor minder prioriteit. Voor Bouwlust en Vrederust wordt specifiek gesproken over angst en de rol van vrouwen op de fiets: in deze wijken woont mogelijk een meer conservatieve en oudere populatie, die bang is om te vallen en minder gewend is aan vrouwen op de fiets.

8. Doelgroep 3

Inleiding

In dit hoofdstuk worden de resultaten voor **doelgroep 3** besproken. Eerst volgt een samenvatting van de belangrijkste kenmerken van deze groep, gevolgd door de aanvullende inzichten uit de verdiepende interviews met groepsleden. Vervolgens wordt toegelicht welke drijfveren zijn gekozen als basis voor de interventieontwikkeling en welke interventie-ideeën daaruit voortkwamen tijdens de brainstormsessie. Tot slot wordt beschreven hoe bewoners reageerden op deze ideeën. Het hoofdstuk eindigt met een conclusie en aanbevelingen voor de implementatie van de ontwikkelde interventies.

Beschrijving doelgroep 3

Inleiding

Deze beschrijving is gebaseerd op de resultaten van de vragenlijsten die aan het begin van het onderzoekstraject zijn afgenomen onder wijkbewoners. De gebruikte methodologie wordt toegelicht in hoofdstuk 4 – Methodologie, onder het subkopje *Vragenlijst*.

In de onderstaande beschrijving zijn uitsluitend de karakteristieken van de geselecteerde doelgroep opgenomen, zoals bepaald op basis van de clusteranalyse (zie *hoofdstuk 4 – Methodologie*, subkopje *Clusteranalyse en keuze doelgroep* en *hoofdstuk 6 – Tussenresultaten gehele sample*, subkopje *Clusteranalyse*).

De interviews werden afgenomen met enkele personen die de Nederlandse taal niet volledig beheersen. We hebben ervoor gekozen om hun citaten in de oorspronkelijke vorm te laten staan, ook wanneer het Nederlands taalkundig niet geheel correct was.

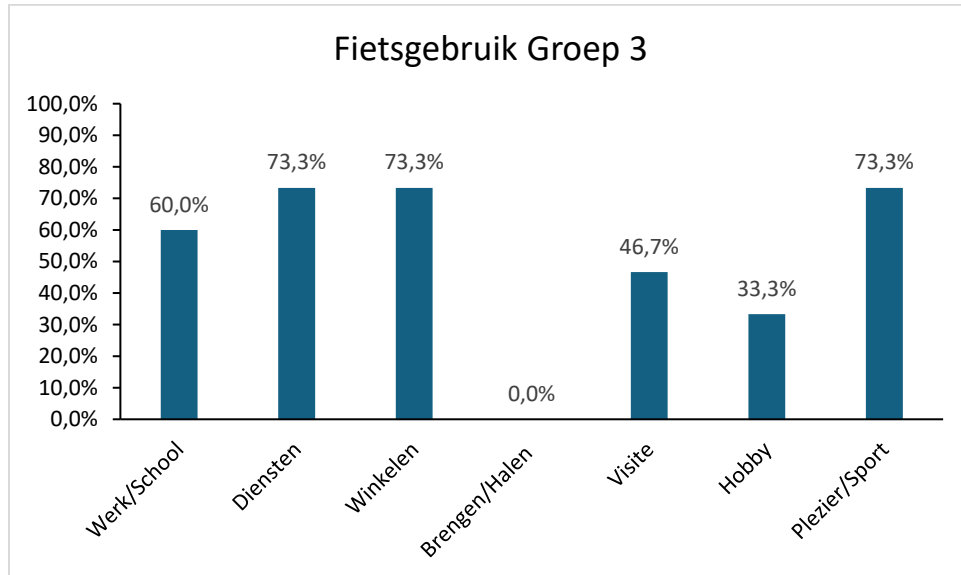
Samenvatting

In deze groep **fietst de helft helemaal niet** en de andere helft slechts **maandelijks**. De **auto** is hun populairste vervoersmiddel, gevolgd door lopen en het OV. Het zijn voornamelijk **vrouwen ouder dan 40 jaar** die werken of met pensioen zijn. Ze hebben een **milde houding ten opzichte van fietsen**: ze voelen zich **niet zo veilig** op de fiets, maar erkennen wel dat het **gezond** is. Veel niet-fietsers **bezitten geen fiets**. Gezondheid en een **gebrekkig OV** worden als redenen genoemd om te fietsen, terwijl angst een grote belemmering vormt. Genoemde oplossingen zijn het aanbieden van fietsenstallingen, het fietsvriendelijker maken van de omgeving, fietsen verschaffen en fietslessen.

Fietsgedrag

Binnen deze groep geeft 55,9% aan nooit te fietsen. Van degenen die wel fietsen, ligt de gemiddelde fietsfrequentie van de verschillende doeleinden rond **eenmaal per maand** (M = 2,35; SD = 0,97, waarbij 2 = een paar keer per jaar en 3 = een paar keer per maand).

De individuen behorend tot groep 3 die wel de fiets gebruiken, doen dit vooral voor diensten (kapper, apotheek etc.), winkelen en voor hun plezier. Om anderen te vervoeren (brengen en halen) gebruikt niemand de fiets.

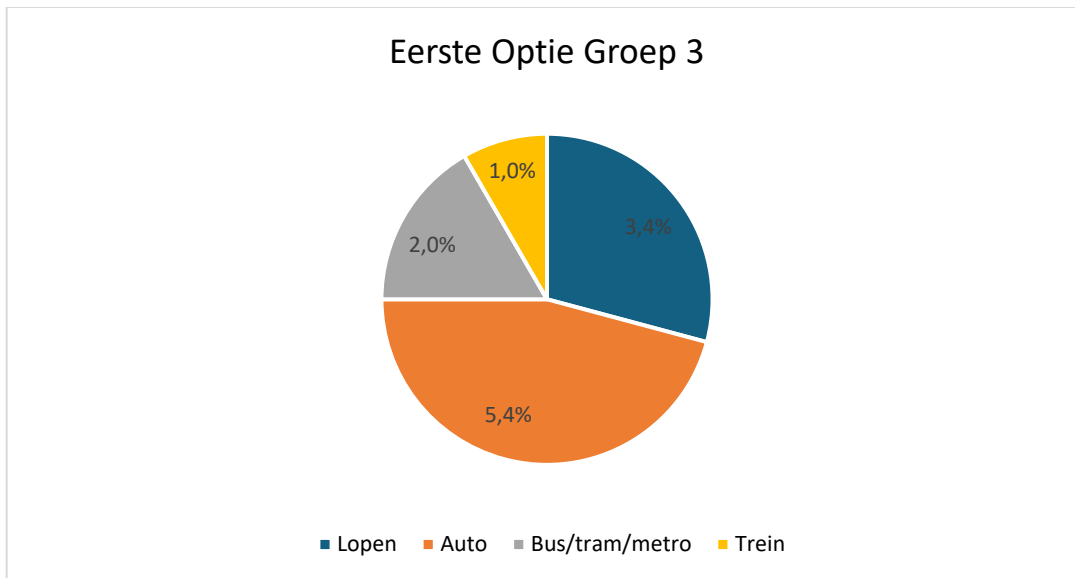


Figuur 19: Fietsgebruik per doel (in %)

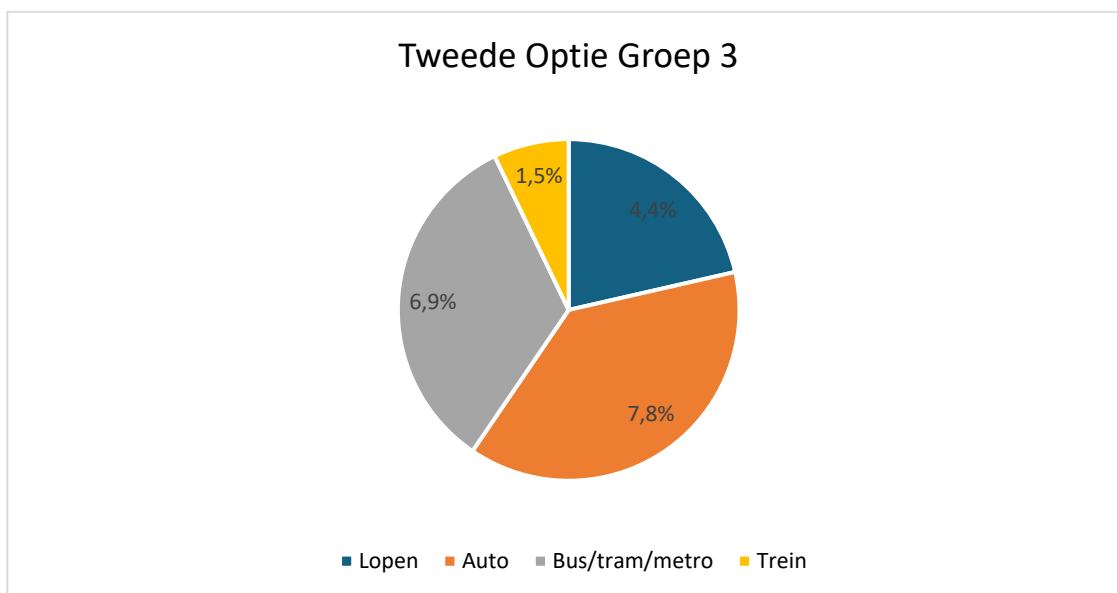
De gemiddelde score op de schaal voor fietsduur is 2,82 (waarbij 2 = 5–15 minuten en 3 = 15–30 minuten), wat betekent dat de **meeste fietsritten tussen 5 en 30 minuten** duren. Daarnaast gaven deelnemers aan dat hun maximale aaneengesloten fietstijd gemiddeld 42,5 minuten bedraagt (SD = 23,37), met een minimum van 5 minuten en een maximum van 95 minuten.

Alternatief vervoer

Zoals te zien in de twee figuren hieronder is de **auto het meest gebruikte vervoersmiddel** als alternatief op fietsen in deze groep. Daarnaast loopt een deel van de doelgroep en wordt ook het OV gebruikt. Binnen deze figuren wordt een onderscheid gemaakt tussen hun eerste en tweede voorkeur voor een alternatief vervoersmiddel wanneer er geen gebruik van een fiets gemaakt kan worden.



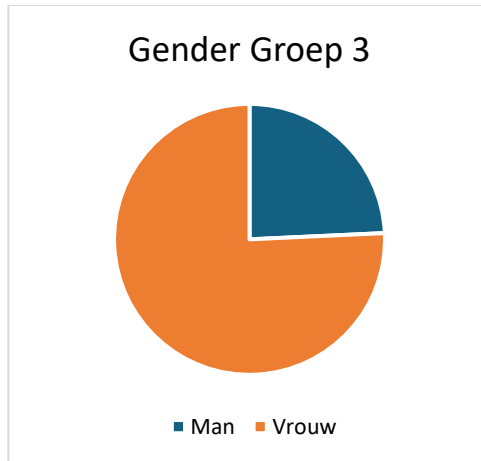
Figuur 20: Eerste keuzealternatief vervoermiddel bij geen fietsgebruik



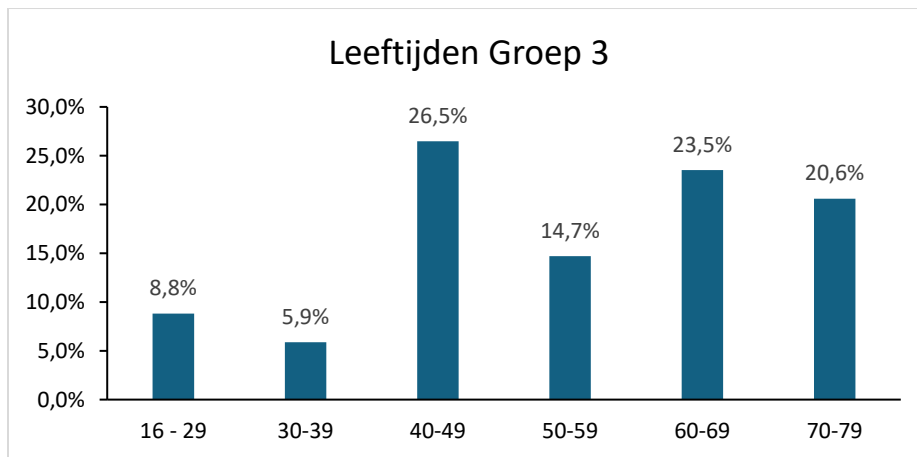
Figuur 21: Tweede keuzealternatief vervoermiddel bij incidenteel geen fietsgebruik

Kenmerken

De overgrote meerderheid van deze doelgroep is **vrouw** (75,7%; zie Figuur 22). De gemiddelde leeftijd bedraagt 54,7 jaar (SD = 16,1), met een spreiding van 22 tot 77 jaar (zie Figuur 23). De meerderheid van de respondenten is 40+. Daarnaast heeft 41,1% een westerse achtergrond en 58,9% een niet-westerse achtergrond (zie Figuur 24).



Figuur 22: Genderverdeling onder respondenten (in gewogen %)



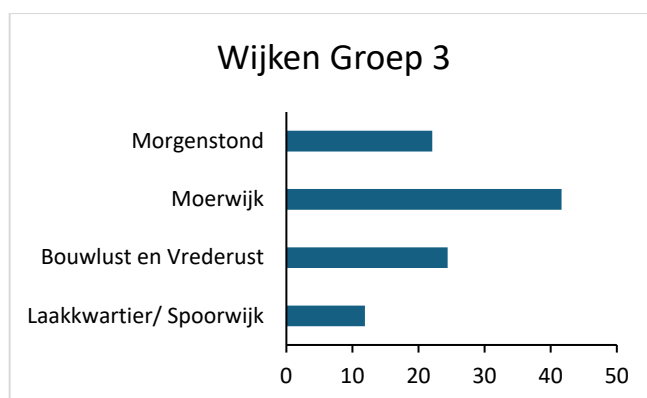
Figuur 23: Leeftijdsverdeling van de respondenten



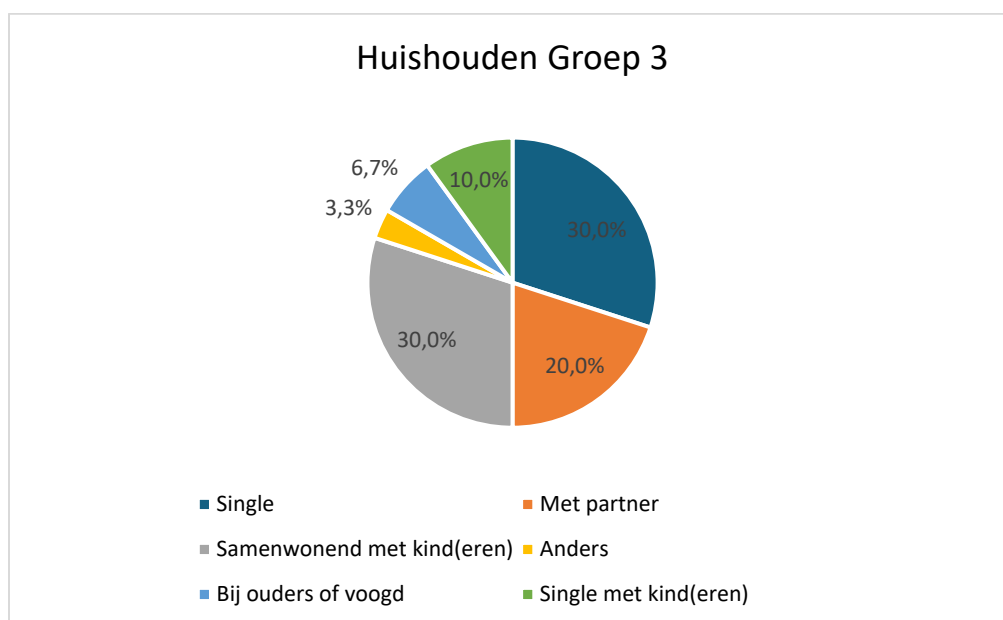
Figuur 24: Herkomst van de respondenten (in gewogen %)

De respondenten komen uit alle vier de wijken, waarvan de meerderheid uit Moerwijk (zie Figuur 25). De meeste deelnemers wonen alleen, met een partner of met partner en kinderen (zie Figuur 26). Ook heeft het merendeel een opleiding afgerond op

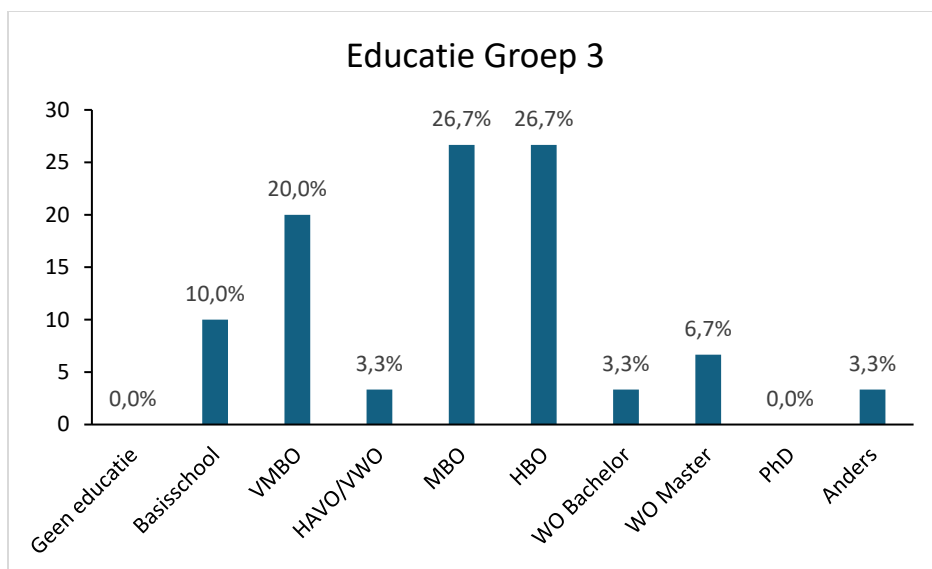
vmbo-, mbo- of hbo-niveau (zie Figuur 27). De meeste respondenten werken of zijn met pensioen (zie Figuur 28).



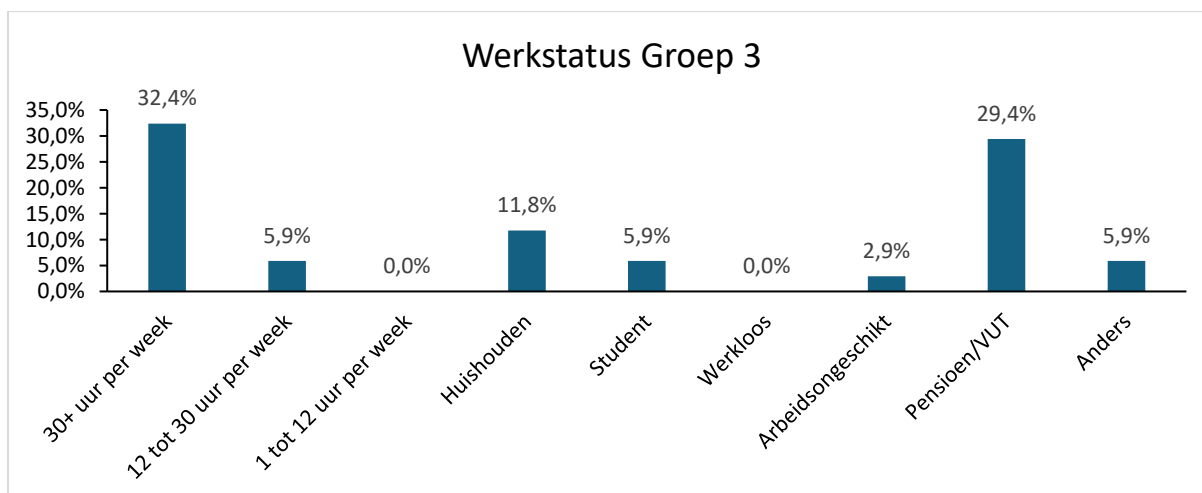
Figuur 25: Wijkverdeling onder respondenten (in gewogen %)



Figuur 26: Huishoudsamenstelling van de respondenten



Figuur 27: Verdeling van het opleidingsniveau (in %)



Figuur 28: Verdeling werkstatus (in %)

Drijfveren en belemmeringen

Binnen deze groep scoorden sommige factoren duidelijk hoog (>4) of laag (<2) wat betreft hun invloed op fietsgebruik (zie Tabel 5). Een score van 1 betekent helemaal mee oneens, waar een score van 5 helemaal mee eens betekent.

Deze doelgroep gelooft dus sterk dat fietsen gezond is, maar voelt zich niet veilig op de fiets.

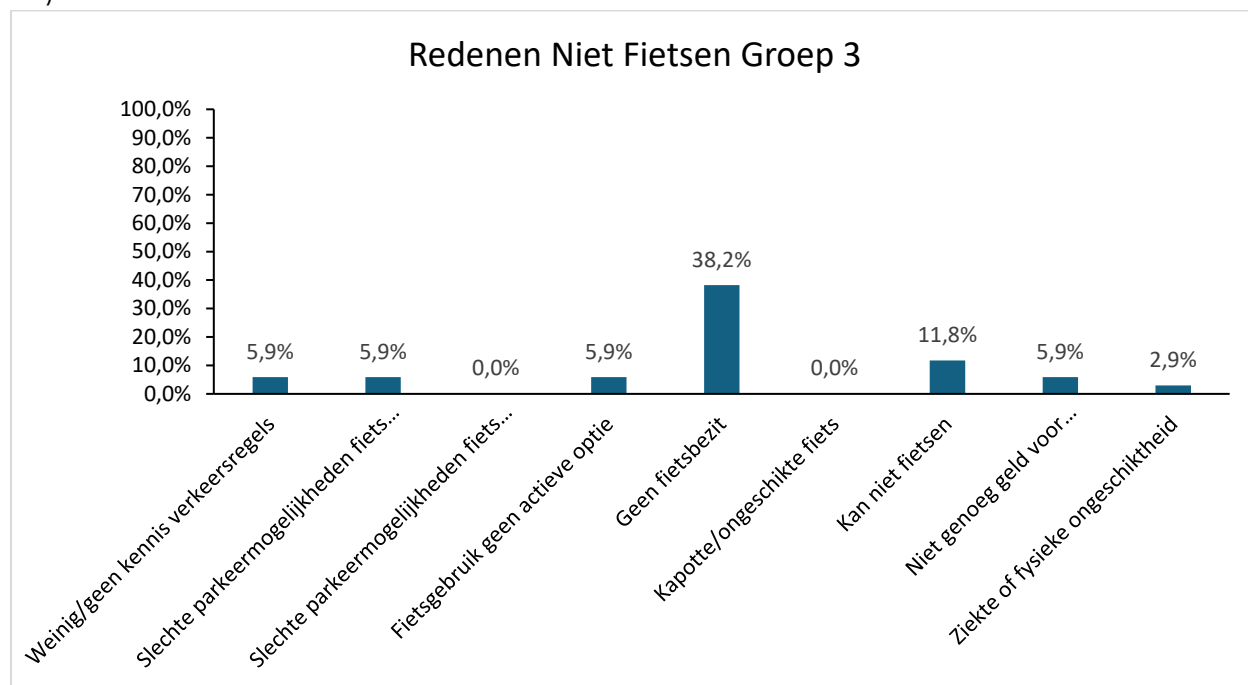
Item	M	SD	Range
Ik geloof dat fietsen gezond is.	4.12	0.537	3 – 5
Ik voel me veilig op de fiets	1.97	0.937	1 – 4

Tabel 5: Drijfveren en belemmeringen. 1 = helemaal mee oneens tot 5 = helemaal mee eens

In de open vragen over aanvullende redenen om te fietsen, wordt een aantal keer gezondheid en het gebrek aan goed openbaar vervoer genoemd. Redenen om niet te fietsen hebben veelal te maken met angst en gevaar. Hierbij worden als oorzaken zowel de eigen fysieke gesteldheid genoemd (bijvoorbeeld "Angst om te vallen in verband met slechte balans"), als ook verkeersdruk, onoplettendheid van weggebruikers en indeling van de weg (bijvoorbeeld "De verbinding tussen wegen en fietspaden is soms niet duidelijk voor fietsers"). Angst voor en overlast door druk verkeer en het hard rijden van fatbikes en elektrische fietsen worden ook een aantal keer genoemd als reden om minder te fietsen.

Op de vraag wat nodig is om meer te fietsen antwoorden veel respondenten dat er betere fietsenstallingen nodig zijn. Verbeteringen in de omgeving en infrastructuur worden ook genoemd, bijvoorbeeld veilige fietspaden en een rustige omgeving met weinig auto's en groen. Ook wordt het krijgen van een fiets of driewieler een aantal keer genoemd als oplossing. Fietslessen worden ook gewaardeerd, waar één respondent specifiek over zegt: "individuele fietsles van iemand die mij begrijpt op een plek waar niet iedereen mij ziet".

Binnen de randvoorwaarden bleek dat een aantal respondenten geen fiets tot hun beschikking had, wat een praktische belemmering vormt voor fietsgebruik (zie Figuur 29).



Figuur 29: Redenen om niet te fietsen (in %)

Interviews doelgroep 3

Inleiding

Na de clustering zijn verdiepende interviews gehouden met enkele leden van de doelgroep om een beter inzicht te krijgen in de drijfveren en belemmeringen rondom fietsen. De gebruikte onderzoeksmethode wordt toegelicht in hoofdstuk 4 – Methodologie, onder het subkopje *Interviews*.

Sample

Er zijn vijf personen geïnterviewd, allemaal vrouwen: drie uit Bouwlust-Vrederust, één uit Morgenstond en één uit Spoorwijk/Laakkwartier (vlakbij station Moerwijk). De voertaal is overwegend Nederlands; één respondent is Engelstalig. Het fietsbezit en -gebruik lopen uiteen van geen eigen fiets tot regelmatig gebruik voor korte ritten; één persoon gebruikt naast een gewone fiets ook een elektrische bakfiets. Minimaal twee respondenten hebben geen auto. Bij één respondent spelen jonge kinderen een rol in de mobiliteitskeuzes. De respondenten zijn genummerd over alle doelgroepen, waardoor respondenten per doelgroep niet opeenvolgend voorkomen.

Per persoon samengevat: Respondent 1 (R1) (Bouwlust-Vrederust) bezit een fiets maar fietst momenteel weinig en heeft jonge kinderen; R5 (Spoorwijk/Laakkwartier) is Engelstalig, woont nabij station Moerwijk en heeft geen eigen fiets; R6 (Morgenstond) heeft geen auto en fietst geregeld voor dagelijkse ritten; R9 (Bouwlust-Vrederust) heeft eveneens geen auto en fietst regelmatig; R11 (Bouwlust-Vrederust) fietst frequent en gebruikt zowel een gewone fiets als een elektrische bakfiets.

Belemmeringen

1. **Onveilig.** Alle respondenten uit deze groep benoemen veiligheidsproblemen. Veiligheid telt niet alleen in de eigen wijk, maar ook in de wijken waar respondenten heen fietsen. De binnenstad wordt vaak genoemd als een drukke en chaotische plek. De volgende problemen worden genoemd:
 - o Druk en chaotisch verkeer
 - o Smalle fietspaden
 - o Paden die niet apart van de autoweg zijn
 - o E-bikes en fatbikes
 - o Weinig fietsenstallingen
 - o Drukke rondom scholen
 - o Wegwerkzaamheden

“Er zijn steeds meer op dezelfde weg verschillende soorten vervoersmiddelen. Dus het zijn niet alleen de auto's, maar je hebt de scooters, je hebt de fatbikes, je hebt elektrische fietsen ... Je zit wel allemaal op dezelfde weg. ... Dus dat maakt het best wel kwetsbaar.”

“The only thing that I found a bit scary was the shared roads. [...] When I experienced [separated bike roads], I felt less stressed.”

2. **Onvolledige of gebrekkige infrastructuur.** Meerdere respondenten uiten hun ongemak over infrastructuur. Zij geven aan dat er geen aparte fietspaden zijn in de wijk, dat tramrails en losse tegels in de weg zitten en dat zij smalle

fietspaden op drukke wegen onprettig vinden. *“Er zouden overal fietspaden moeten zijn, zonder tramrails of losse tegels.”*

3. **Zorg om kinderen op de fiets.** Een deel van de respondenten uit, naast de algemene zorgen om veiligheid op de fiets, zorgen over hun eigen kinderen op de fiets. *“En ook mijn kinderen: Die waarschuw ik ook heel vaak. Kijk uit. Blijf op het fietspad. Ga niet zomaar oversteken. Wacht tot de auto's echt stoppen voor je als je voorrang hebt.”*
4. **Weer.** Meerdere respondenten uiten weerzin tegen fietsen bij slecht weer. *“Wind en regen vind ik verschrikkelijk.”*
5. **Stallingen en diefstal.** Meerdere respondenten vertellen over de angst voor diefstal en ervaringen met gestolen fietsen. Een respondent uit Laakkwartier en Spoorwijk geeft aan geen fiets te hebben omdat zij geen stallingsopties heeft. *“I have some of my friends who live nearby, and they told me stories that they got their bicycles stolen like twice or three times in two or three years.”*
6. **(Waargenomen) vaardigheden.** Een respondent geeft aan niet goed de controle te hebben over de fiets. *“Ik denk dat ik nog niet de behendigheid heb omdat ik niet een native fietser ben, zeg maar. Ik ben niet van jongs af aan met de fiets opgegroeid.”*
7. **Kinderen.** Een respondent geeft aan dat zij een klein kind heeft en dat zij daardoor minder fietst. *“Ik heb een kleine in huis, dat wordt lastig mee te nemen op de fiets.”*
8. **Kennis van regels en verkeersveiligheid.** Een respondent geeft aan de regels niet te kennen en wat lessen te kunnen gebruiken. *“I'd also like to know more about the rules, because there are some triangles, that we don't have in Cyprus, and I had no idea what every sign means.”*

Drijfveren

1. **Fysieke en mentale gezondheid.** Respondenten geven aan te fietsen voor de lichaamsbeweging, gezondheid en het mentaal welzijn. *“Yeah, I find it like a hobby. Like if you do it daily, it makes you feel happier and healthier.”* Respondenten geven zelfs aan dat dit een reden is dat ze (nog) geen e-bike hebben en om fietslessen te nemen: *“Dat [gezondheid] was eigenlijk de reden dat ik dat [fietslessen nemen] inderdaad ben gaan doen.”*
2. **Weer.** De lente en zomer worden door meerdere respondenten gezien als jaargetijden om te fietsen. *“Als het zomer is of lente, dan heb je frisse lucht. Dan pak ik de fiets.”*
3. **Gemak.** Een respondent geeft aan dat zij fietst vanwege het gemak. *“Het is makkelijk. Je stopt alles in je fietstas.”*
4. **Milieuoverwegingen.** Een respondent benoemt de milieuvriendelijkheid van fietsen. *“Want ja, het zijn geen elektrische dingen... geen uitlaatgassen, niks.”*
5. **Betaalbaar.** Betaalbaarheid wordt benoemd door een respondent. *“It's the cheapest way.” ... “The maintenance is cheap as well.”*

Interventies

De volgende interventies stelden de respondenten voor als oplossing:

1. **Fietscursussen (voor vrouwen).** Meerdere respondenten zien (vrouwvriendelijke) fietscursussen als een fijne, laagdrempelige manier om zekerder te worden op de fiets. Privacy en schaamte spelen een rol; een privé oefenomgeving of lessen buiten de eigen buurt verlaagt de drempel. Anderen benadrukken juist hoe waardevol zulke lessen op lange termijn zijn. *“Misschien kan de gemeente iets bedenken waarbij je in een privéomgeving oefent, zodat je niet het gevoel hebt dat iedereen je aanstaart.” En “Ik heb zelf fietslessen gevolgd ... en dat was echt waardevol, daardoor fiets ik nu 25 jaar later nog steeds.”*
Voorwaarde: Niet gezien worden door bekenden tijdens het oefenen.
Voorwaarden van fietslessen. Voor een beginner helpt herkenbaarheid in het verkeer; een ‘beginners’-markering kan andere weggebruikers attenderen en de veiligheid vergroten. *“Het zou goed zijn als beginners zichtbaar kunnen zijn voor het andere verkeer, zodat het verkeer er rekening mee houdt.”*
2. **Meer en betere gescheiden fietspaden.** Respondenten benadrukken de noodzaak van comfortabele, van autoverkeer gescheiden fietspaden, vooral in de binnenstad. Het ontbreken van aparte paden leidt tot onveilige situaties. *“Maak fietspaden zo gescheiden mogelijk van het andere verkeer.”*
3. **Fietsenstallingen in de wijk.** Meer (veilige) stallingsplekken dichtbij huis worden door respondenten gezien als randvoorwaarde om vaker te fietsen. Toegankelijke en beveiligde stalling verhoogt het gebruik en de aantrekkelijkheid van de fiets. *“Dat er rondom de woningen mogelijkheden zijn [om fietsen te stallen] en die zijn er denk ik te weinig.”*
4. **Meer communicatie en bereikbaarheid.** Een respondent heeft behoefte aan zichtbaarheid van het aanbod en aan activiteiten dichtbij huis. Duidelijke, lokale communicatie en gebruik van wijklocaties kunnen de deelname vergroten. *“Zet grote flyers in de wijk.” En “Waarom geen fietscursus in het wijkcentrum?”*
5. **Educatie verkeersveiligheid.** Naast eigen kennis is er aandacht voor het overdragen van verkeersvaardigheden aan kinderen. Ouders spelen daarbij een sleutelrol. *“Ouders moeten ook leren hoe ze hun kinderen veilig kunnen laten fietsen.”*
6. **Handhaving en betere verkeersveiligheid.** Een respondent geeft aan behoefte te hebben aan zichtbare handhaving en actieve verkeersregie, zeker bij storingen, om chaos en onveiligheid te voorkomen. *“De verkeerslichten vallen zo vaak uit ... iedereen rijdt door elkaar heen. Het is gewoon een chaos.” En “Als verkeerslichten uitvallen, zet er iemand neer om het verkeer te regelen.”*
7. **Ondersteuning voor kinderen uit minder welvarende wijken.** Een respondent heeft het idee om belemmeringen te verlagen door op scholen (tijdelijk) fietsen beschikbaar te stellen, zodat alle kinderen kunnen leren en meedoen. *“In wijken waar het wat moeilijker is om een fiets te kopen, zou de school meer kunnen bijdragen door fietsen beschikbaar te stellen.”*

Andere opmerkingen

1. **Goede Nederlandse infrastructuur.** Meerdere respondenten geven aan tevreden te zijn met de algemene infrastructuur in Nederland. *“In general, I am very satisfied with the road, the bike road in the Netherlands.”* En *“Mijn ouders komen uit Marokko. Daar is helemaal geen fietspad. Dus als je dat vergelijkt, hebben we het hier best goed geregeld.”*

Conclusie interviews doelgroep 3

In de interviews met doelgroep 3 komt naar voren dat zij de drukte en de infrastructuur vaak onveilig vinden. Sommige ouders geven aan hun kinderen daarom liever niet te laten fietsen. Ook blijkt dat bestemmingen vaak buiten de wijk liggen, waardoor ook de veiligheid rondom de wijk belangrijk wordt. Opvallend is dat in deze groep ook gesproken wordt over stallingen: het ontbreken van kwalitatief goede stallingen vormt een duidelijke belemmering voor fietsbezit.

Gekozen drijfveren

Inleiding

In overleg tussen de onderzoekers en de gemeente Den Haag zijn voor elke doelgroep de twee belangrijkste belemmeringen en/of drijfveren geselecteerd als uitgangspunt voor het ontwikkelen van interventie-ideeën. Hieronder worden de twee belangrijkste belemmeringen voor deze doelgroep beschreven.

Onveilig gevoel

In de gehele sample correleert een onveilig gevoel slechts zwak met de frequentie van fietsen. Echter, groep 3 koestert duidelijk angstige gevoelens en fietst weinig. Daarom wordt geadviseerd om gericht in te zetten op deze doelgroep om deze belemmering te verminderen. Bij een onveilig gevoel kunnen verschillende drijfveren spelen zoals emoties (angst), overtuigingen (“fietsen is onveilig”), een onveilige fysieke omgeving en gebrekkige vaardigheden. Uit de open vragen en interviews blijkt dat mensen zich niet zeker voelen op de fiets en de omgeving erg druk vinden.

De gemeente heeft eerder interventies uitgevoerd op gebied van fysieke aanpassingen (zie Appendix B) zoals het plaatsen van fietsnietjes rondom scholen, schoolstraten en sterfietsroutes. Ook worden fietslessen aan volwassenen en ouderen gegeven en zijn er infostands voor ouderen. Er kan overwogen worden om gelijksoortige interventies in te zetten in de onderzochte wijken en daarbij vooral in te zetten op vrouwen van 40 jaar en ouder. Naast het verbeteren van de daadwerkelijke omgevingsveiligheid en vaardigheden kan er nagedacht worden over het verbeteren van de beleving van de veiligheid. Daarom werd gebrainstormd over de volgende vraag:

Hoe kan veiligheidsbeleving meer worden meegenomen in interventies gericht op de fysieke context en vaardigheden?

Fietsbezit

In groep 3 blijkt naast angst het ontbreken van een fiets een probleem. Er zijn in Den Haag al meerdere interventies om fietsbezit te stimuleren, zoals het volwassenen fietsplan, fietsreparaties voor ouderen en de reparatiezuil Scheveningen (zie Appendix B). Er kan meer nagedacht worden over interventies om fietsbezit te stimuleren, zoals deelfietsen. Deze interventies worden aangeraden om in te zetten in combinatie met de maatregelen om een veilig gevoel te stimuleren en mogelijkheden voor stalling. Er werd gebrainstormd over de volgende vraag:

Hoe kunnen bestaande interventies voor fietsbezit aangepast worden om deze doelgroep te bereiken en te stimuleren? Welke nieuwe interventies kunnen ingezet worden?

Uitkomsten brainstorm en evaluatie

Inleiding

Met een gemengde groep stakeholders is gebrainstormd over mogelijke interventies die inspelen op de twee belangrijkste belemmeringen van deze doelgroep. De opzet van deze brainstorm wordt toegelicht in hoofdstuk 4 – Methodologie, onder het subkopje *Brainstorm* en uitgebreide uitkomsten uit de brainstorm zijn terug te vinden in Appendix D.

In de onderstaande tekst worden de twee interventie-ideeën voor deze doelgroep beschreven, inclusief aanbevelingen op basis van hun evaluatie: wat vonden bewoners van deze ideeën? De werkwijze van deze evaluatie wordt nader uitgelegd in hoofdstuk 4 – Methodologie, onder het subkopje Evaluatie en uitgebreide uitkomsten van de evaluatie zijn terug te vinden in Appendix E.

Interventie 1 Fietssafari

Deze in de brainstorm bedachte interventie bestaat uit een gezamenlijke fietstocht met ongeveer 6 bewoners en een fietscoach door de wijk. De tocht is bedoeld voor mensen die wel (een beetje) kunnen fietsen en een fiets hebben, maar de omgeving (nog) spannend vinden. Tijdens deze tocht fietsen deelnemers langs veilige en groene routes langs belangrijke plekken, zoals winkels, sportvoorzieningen en de huisarts. Het doel is om een positieve ervaring op te doen met fietsen in de eigen omgeving. Deze "fietssafari" vormt onder andere de afsluiting van de fietslessen of fietscoaching maar wordt ook los ingezet en laat deelnemers ervaren hoe zij de fiets veilig en praktisch in hun dagelijks leven kunnen gebruiken.

Toevoegingen:

- Hierbij wordt ook geïnformeerd waar goedkoop fietsen gekocht kunnen worden en hoe de straten heringericht gaan worden voor extra veiligheid.
- Er wordt rekening gehouden met taalverschillen door een bewoner mee te nemen die als tolk kan fungeren.

- De tijden van de fietssafari's wisselen en worden ook buiten werktijd georganiseerd.
- Moedig mensen aan om zich met een vriend of vriendin in te schrijven.

Aanbevelingen interventie 1 op basis van evaluatie

Er wordt over het algemeen positief gereageerd op het idee van fietssafari's, zowel onder bewoners, de doelgroep als fietscoaches.

Bij het organiseren ervan is het handig om op de volgende punten te letten:

- Regel een aanjager. Check bij de sport- en fietscoaches welke ruimte zij hebben voor de organisatie.
- Check welke projecten en programma's betrokken kunnen worden.
- Richt de activiteit in op de doelgroep (vrouwen 40+) maar betrek daarna ook anderen.
- Varieer de tijden, zorg dat er ook een groep 's avonds georganiseerd wordt.
- Maak van tevoren afspraken met de groep over navigeren op drukke kruispunten. Die afspraak kan ook zijn: iedereen stapt af en steekt lopend over.
- Neem maatregelen om taalbarrière te doorbreken.
- Zorg dat er goede fietsen beschikbaar zijn.

Er zijn in de evaluatie meerdere mogelijke betrokkenen genoemd:

- Met een fietscoach
- Koppelen aan fietslessen
- Mini Maxi café
- Buurtcentrum Wijkz
- Vadercentrum Adam

Er zijn ook nog een aantal uitdagingen die in een verder traject verkend kunnen worden:

- Hoe zorg je dat de mensen komen?
- Verschillende niveaus van mensen en conditie. Hoe krijg je dit van tevoren duidelijk en houd je hier rekening mee?
- Taalbarrière: Hoe bereik je mensen die een andere taal dan de fietscoach spreken en kan er een tolk geregeld worden die ook kan fietsen?
- Hoe maak je het een fijne, veilige ervaring maar train je ook de gevaarlijke punten?
- Groepsgrootte: Hoe groot is optimaal? En kan er een vaste groep gevormd worden of liever telkens nieuwe deelnemers?

Er zijn in de evaluatie meerdere ideeën voor toevoegingen aan de interventie genoemd:

- Organiseer dit als opvolging van bestaande fietslessen of als fietsles voor gevorderden.
- Zorg dat een uitje naar een fietswinkel onderdeel is van de rit, waarbij ze verschillende fietsen kunnen uitproberen.
- Organiseer thema fietstochten: bijvoorbeeld in de natuur, langs winkels of langs gevaarlijke plekken.

Interventie 2 Leenfietsenstalling

In de brainstorm is het idee bedacht om in de wijk beveiligde buurtstallingen in te richten waar bewoners verschillende soorten fietsen kunnen lenen of huren. Deze stallingen komen op bestaande plekken, bijvoorbeeld op parkeerplaatsen of bij buurthuizen, zodat ze goed aansluiten bij de wijkvoorzieningen. (Een deel van) de fietsen kan alleen gebruikt worden door mensen met een Ooievaarspas, maar dit is van buiten niet duidelijk zichtbaar. De fietsen krijgen een pakkende naam zoals "Laakfietsen" of "Moerwijkfietsen".

Voorwaarde: Belangrijk is dat de fietsen altijd beschikbaar zijn, omdat zelfs één keer misgrijpen het gebruik kan ontmoedigen. Ook is het belangrijk dat de fietsen vooral beschikbaar zijn voor mensen die het anders niet kunnen betalen.

Aanbevelingen interventie 2 op basis van de evaluatie

Het idee wordt overwegend enthousiast ontvangen door bewoners, mensen zonder eigen fiets én fiets- en sportcoaches. Zij zien duidelijke kansen voor meer fietsmobiliteit, sociale verbinding en het vergroten van fietsveiligheid in de wijk.

Bij het organiseren ervan is het handig om op de volgende punten te letten:

- Kosten en doelgroep: Onderzoek wat gebruikers een redelijke prijs vinden en wie in de wijk daadwerkelijk gebruik zou willen maken van het aanbod.
- Locatie van stallingen: Bepaal één of meerdere geschikte plekken voor de fietsstallingen. Analyseer welke doelgroepen hiermee bediend worden en hoe ver zij moeten lopen om een fiets te bereiken.
- Eigenschappen van de fietsen: Onderzoek welke kenmerken belangrijk zijn voor de doelgroep, zoals gewicht, fietstassen, kinderzitjes, of elektrische ondersteuning.
- Beheer en onderhoud: Regel het beheer via een bestaande organisatie, aangezien dit complex kan zijn en structurele inzet vraagt.

Er zijn in de evaluatie meerdere mogelijke betrokkenen genoemd:

- Onderzoek de mogelijkheid om kortingen via de Ooievaarspas aan te bieden.
- Donkey Republic werd genoemd als mogelijke provider, omdat zij al actief zijn met deelfietsen in Den Haag.

Er zijn ook nog een aantal uitdagingen die in een verder traject verkend kunnen worden:

- Kosten en gebruik: De hoogte van de kosten en wie er gebruik van mag maken moeten nog verder worden uitgewerkt.
- Beheer: Er moet duidelijk zijn wie verantwoordelijk is voor onderhoud en beschikbaarheid van de fietsen.
- Beschikbaarheid: De benodigde hoeveelheid fietsen is lastig vooraf te bepalen, maar cruciaal.
- Te weinig fietsen leidt tot misgrijpen en afnemend gebruik.
- Beveiliging: Veel bewoners noemen diefstal en vandalisme als zorgpunt; hier moet actief op worden ingespeeld.
- Ruimte: Een geschikte plek vinden voor stallingen kan lastig zijn; bestaande autoparkeerplaatsen worden genoemd als mogelijke oplossing.

Er zijn in de evaluatie meerdere ideeën genoemd van toevoegingen aan de interventie:

- Overweeg om oude gemeentefietsen op te knappen en gratis te geven aan bewoners die zich geen fiets kunnen veroorloven.
- Combineer dit initiatief met de fietssafari:
 - De leenfietsen kunnen tijdens de safari worden gebruikt.
 - Of deelnemers kunnen na afloop een tweedehands fiets krijgen om te blijven fietsen.
- Overweeg een abonnementsmodel, waarbij het tarief daalt bij langdurig gebruik.

9. Doelgroep 5

Inleiding

In dit hoofdstuk worden de resultaten voor **doelgroep 5** besproken. Eerst volgt een samenvatting van de belangrijkste kenmerken van deze groep, gevolgd door de aanvullende inzichten uit de verdiepende interviews met groepsleden. Vervolgens wordt toegelicht welke drijfveren zijn gekozen als basis voor de interventieontwikkeling en welke interventie-ideeën daaruit voortkwamen tijdens de brainstormsessie. Tot slot wordt beschreven hoe bewoners reageerden op deze ideeën. Het hoofdstuk eindigt met een conclusie en aanbevelingen voor de implementatie van de ontwikkelde interventies.

Beschrijving doelgroep 5

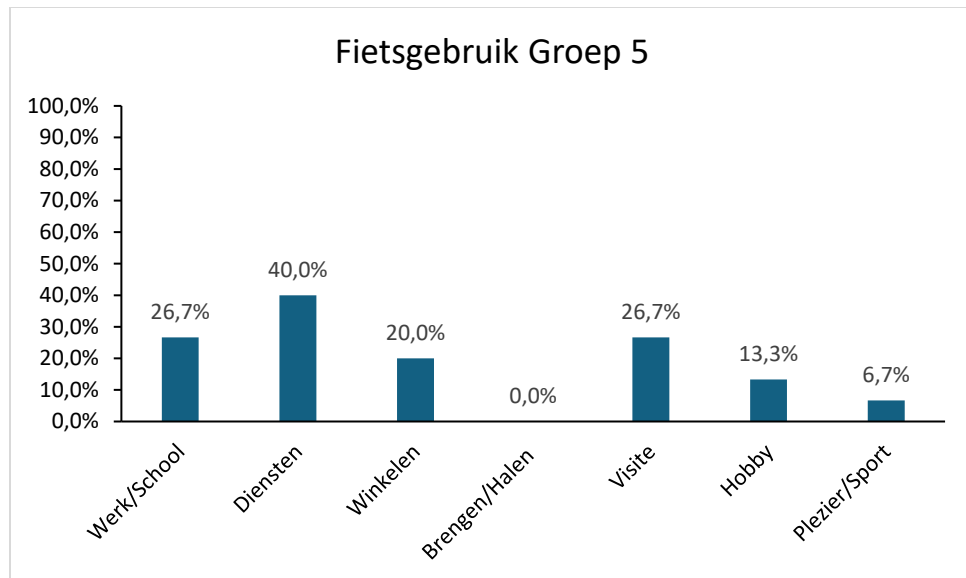
Samenvatting

Deze groep bestaat voor de helft uit mensen die **nooit fietsen** en de andere helft uit **zeer sporadische fietsers** die vooral **korte ritten** maken. Het zijn **mannen en vrouwen** met een **niet-westerse achtergrond** die alleen of met een partner wonen. Ze **voelen zich geen fietser** en willen ook niet zo worden gezien, al erkennen ze wel de **voordelen van fietsen voor milieu, gezondheid en betaalbaarheid**. Een **gebrekig OV** is soms een reden om toch te fietsen, maar **autobezit, gebrekkige gezondheid en de traagheid** van fietsen houden hen tegen. Ook geven sommigen aan geen fiets te hebben of fysieke belemmeringen te ervaren. Infrastructuurverbeteringen worden als mogelijke oplossing genoemd.

Fietsgedrag

Binnen deze groep geeft 53,3% aan nooit te fietsen. Van de overige 46,7% die wel fietsen, ligt de gemiddelde fietsfrequentie over de verschillende doeleinden rond **een paar keer per jaar** (M = 1.94; SD = 0.48, waarbij 2 = een paar keer per jaar).

De individuen behorend tot groep 5 die wel de fiets gebruiken, doen dit vooral voor diensten (kapper, apotheek etc.), werk en school of visite.

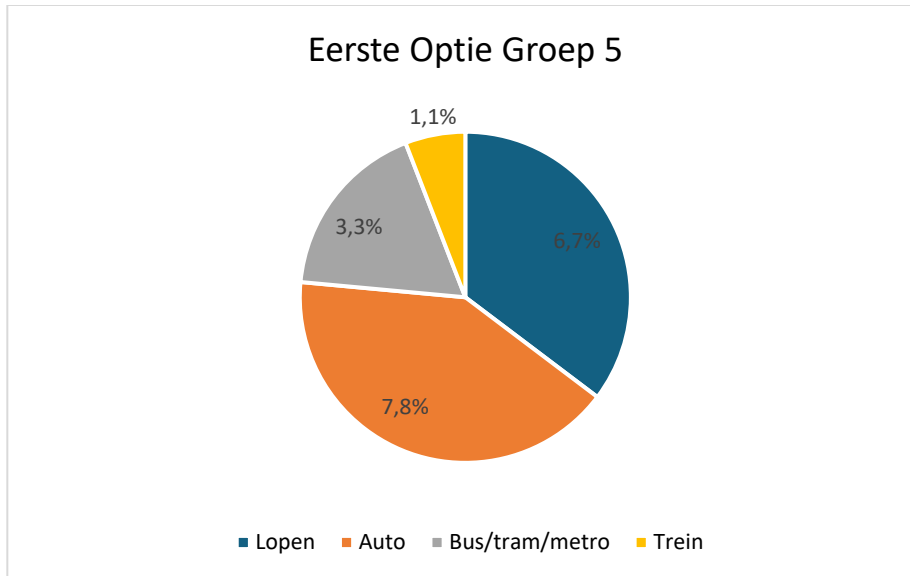


Figuur 30: Fietsgebruik per doel (in %)

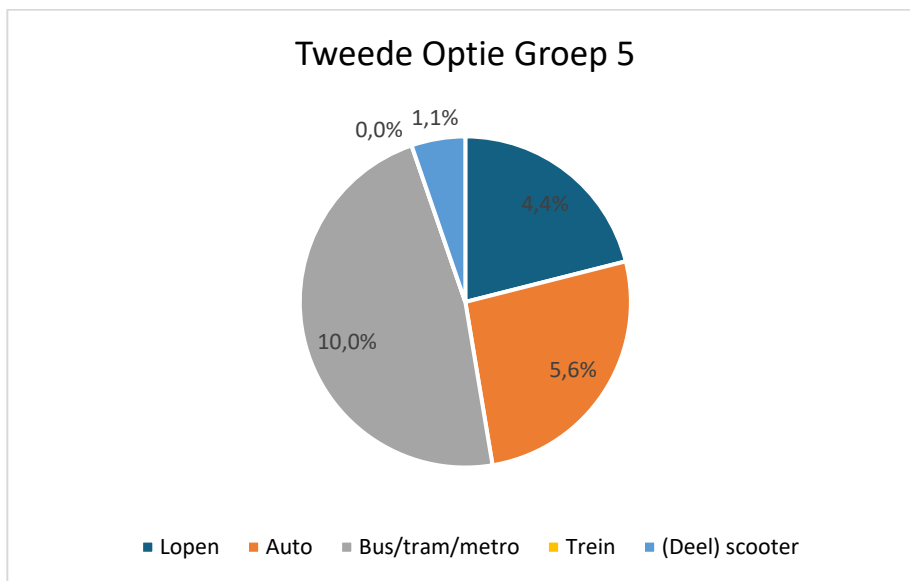
De gemiddelde score op de schaal voor fietsduur is 2.00 (waarbij 2 = 5–15 minuten), wat betekent dat de **meeste fietsritten tussen 5 en 15 minuten** duren. Daarnaast gaven deelnemers aan dat hun maximale aaneengesloten fietstijd gemiddeld 27.5 minuten bedraagt (SD = 9.9), met een minimum van 19 minuten en een maximum van 45 minuten.

Alternatief vervoer

Zoals te zien in de twee grafieken hieronder zijn de auto, lopen en het OV alternatieven voor fietsen. Wanneer respondenten voor een bepaald doel nooit fietsen nemen ze vooral de auto of lopen ze. Als ze sporadisch de fiets niet nemen voor een doel dan is het OV het meest gekozen alternatief.



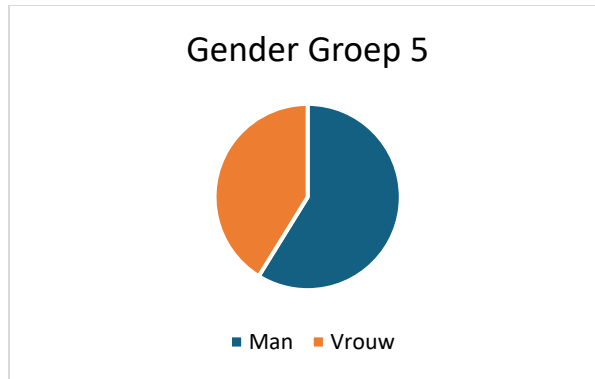
Figuur 31: Eerste keuzealternatief vervoermiddel bij geen fietsgebruik



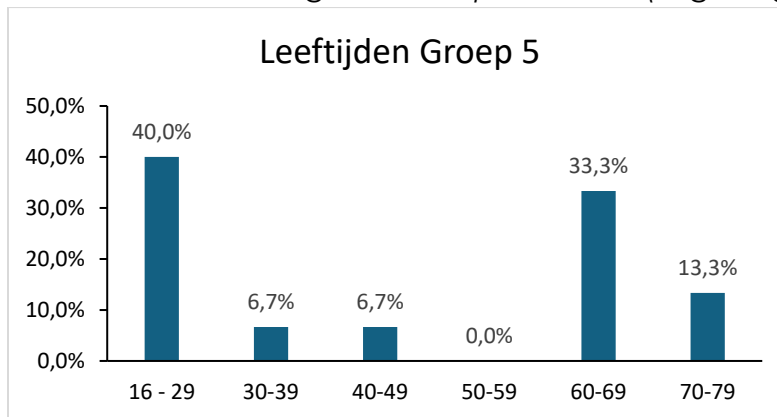
Figuur 32: Tweede keuzealternatief vervoermiddel bij incidenteel geen fietsgebruik

Kenmerken

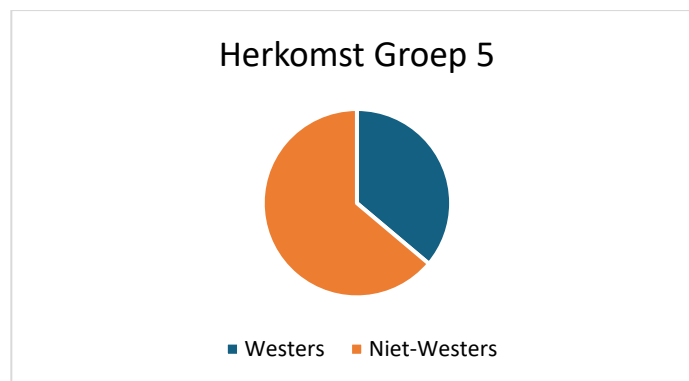
Een kleine meerderheid van deze doelgroep is **man** (58,8%; zie Figuur 33). De gemiddelde leeftijd bedraagt 45 jaar (SD = 21,1), met een spreiding van 19 tot 70 jaar (zie Figuur 34). De leeftijden lopen sterk uiteen. Van deze groep heeft 36,1% een westerse achtergrond en 63,9% een niet-westerse achtergrond (zie Figuur 35).



Figuur 33: Genderverdeling onder respondenten (in gewogen %)

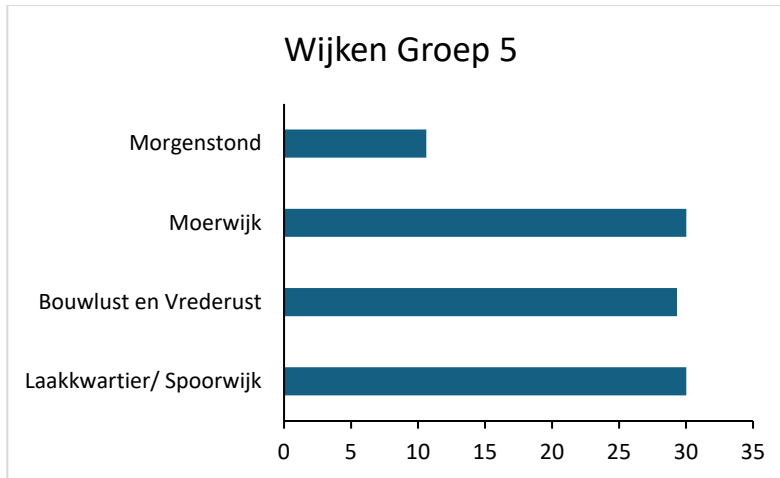


Figuur 34: Leeftijdsverdeling van de respondenten

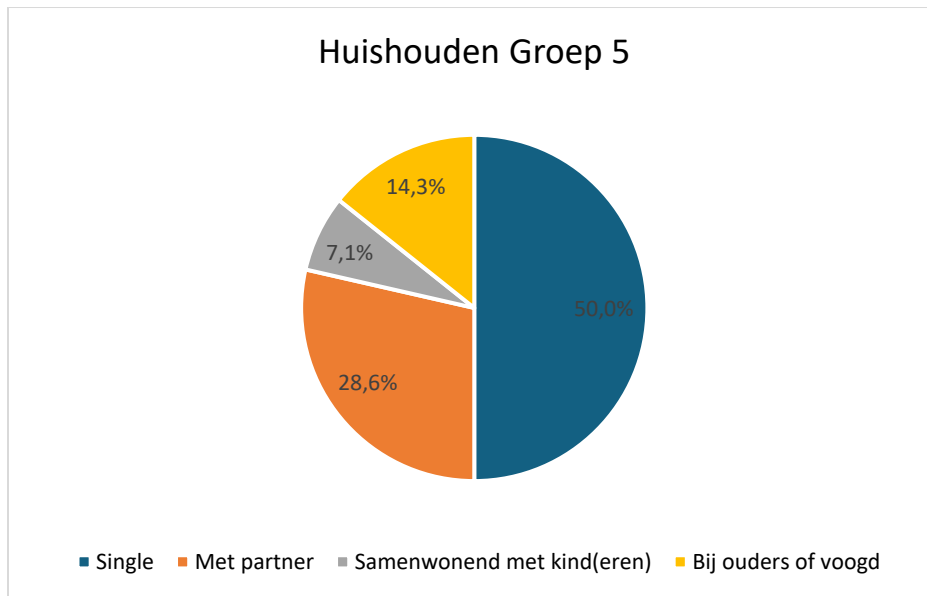


Figuur 35: Herkomst van de respondenten (in gewogen %)

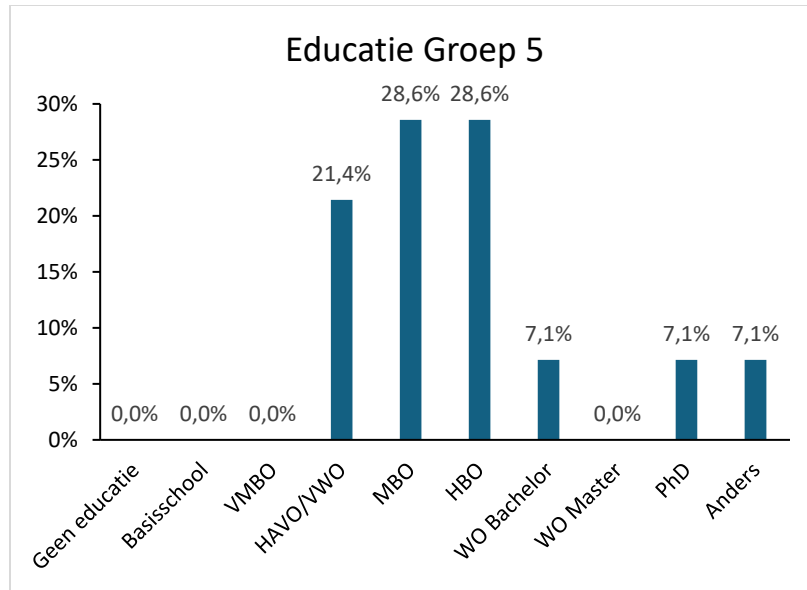
De respondenten komen uit alle vier de wijken, waarvan het minst uit Morgenstond (zie Figuur 36). De meeste deelnemers wonen alleen of met een partner (zie Figuur 37). Ook heeft het merendeel een opleiding afgerond op havo/vwo, mbo- of hbo-niveau (zie Figuur 38). De dagbesteding van deze respondenten is divers, hoewel de meeste respondenten werken of met pensioen zijn (zie Figuur 39).



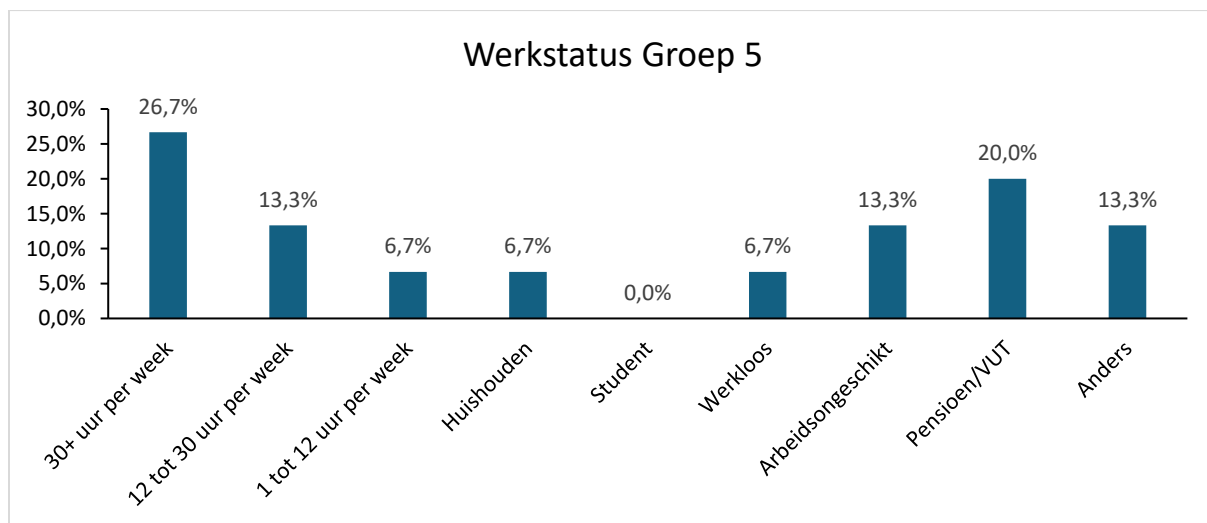
Figuur 36: Wijkverdeling onder respondenten (in gewogen %)



Figuur 37: Huishoudsamenstelling van de respondenten



Figuur 38: Verdeling van het opleidingsniveau (in %)



Figuur 39: Verdeling werkstatus (in %)

Drijfveren en belemmeringen

Binnen deze groep heersen zowel belemmeringen als drijfveren voor fietsen (zie Tabel 6). Sommige factoren scoren namelijk duidelijk hoog (>4) of laag (<2). Een score van 1 betekent helemaal mee oneens, waarbij een score van 5 helemaal mee eens betekent.

Deze respondenten voelen zich geen fietser en willen ook liever niet zo gezien worden door anderen. Ze beleven fietsen als iets neutraals en hebben geen behoefte om veel buiten te zijn. Ze zien echter wel de voordelen in van fietsen, namelijk voor het milieu, de gezondheid en de betaalbaarheid.

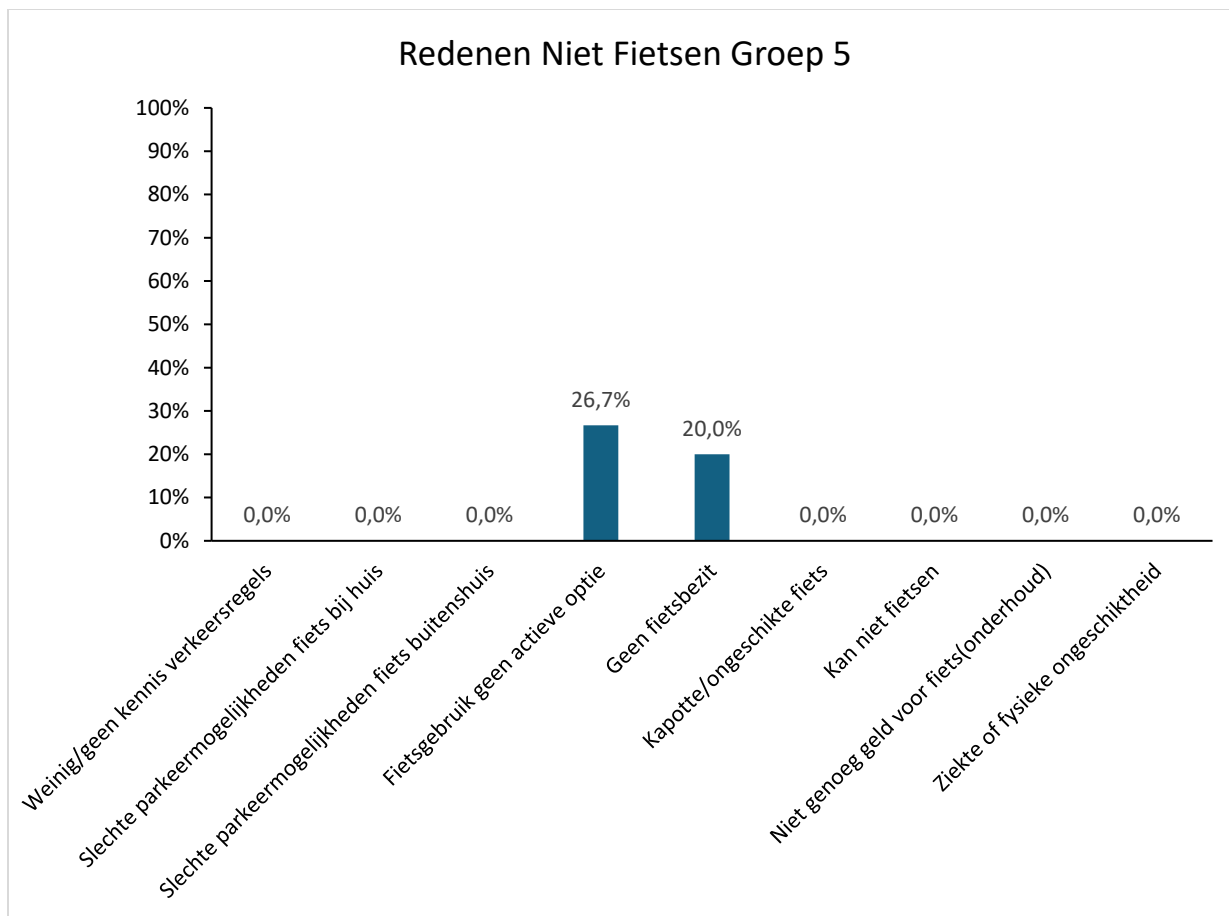
Item	M	SD	Range
Ik geloof dat fietsen gezond is.	4,53	0,516	4-5
Fietsen is betaalbaar.	4,40	0,632	3-5
Ik geloof dat het goed voor het milieu is als ik naar mijn werk fiets.	4,13	0,915	2-5
Ik vind het leuk om als fietser gezien te worden.	1,93	1,163	1-4
Ik fiets omdat ik het prettig vind om af en toe even buiten te zijn.	1,73	0,594	1-3
Ik schaam me een beetje als mensen me zien fietsen.	1,67	1,234	1-5
Fietsen is een essentieel onderdeel van wie ik ben.	1,60	0,632	1-3
Ik vind het leuk als mensen mij op een mooie fiets zien.	1,47	0,516	1-2
Ik fiets soms niet, omdat ik bang ben dat mijn fiets gestolen wordt.	1,40	0,507	1-2

Tabel 6: Drijfveren en belemmeringen

In de open vragen wordt ontoereikend OV meermaals genoemd als reden om de fiets te pakken. Genoemde redenen tegen fietsgebruik zijn het hebben van een auto, gebrekkige gezondheid en dat de fiets niet snel genoeg is.

Volgens een deel van de respondenten is een verbetering in hun gezondheid nodig om (weer) te fietsen, anderen geven aan betere infrastructuur te willen.

Binnen de randvoorwaarden bleek dat fietsgebruik niet overwogen werd, sommigen geen fiets hadden en sommigen fysieke belemmeringen ervaren (zie Figuur 40).



Figuur 40: Redenen om niet te fietsen (in %)

Interviews doelgroep 5

Inleiding

Na de clustering zijn verdiepende interviews gehouden met enkele leden van de doelgroep om een beter inzicht te krijgen in de drijfveren en belemmeringen rondom fietsen. De gebruikte onderzoeksmethode wordt toegelicht in hoofdstuk 4 – Methodologie, onder het subkopje *Interviews*.

De interviews werden afgenomen met enkele personen die de Nederlandse taal niet volledig beheersen. We hebben ervoor gekozen om hun citaten in de oorspronkelijke vorm te laten staan, ook wanneer het Nederlands taalkundig niet geheel correct was.

Sample

Doelgroep 5 omvat vier respondenten: twee uit Bouwlust en Vrederust, één uit Moerwijk en één uit Escamp (niet bekend welke wijk). De groep telt drie mannen en één vrouw; de leeftijd loopt van in de twintig tot 70+. Het fietsgebruik varieert van niet-fietsers tot vooral korte ritten. Een respondent gebruikt vooral een fatbike, en één

respondent fietst nog af en toe recreatief. Een van hen heeft een auto; één is vrijwilliger bij een organisatie die fietslessen aanbiedt.

Per persoon samengevat: R2 (man, 70+, Bouwlust/Vrederust) fietst momenteel niet vanwege gezondheid, overweegt een lage-instapfiets of driewieler en is actief als vrijwilliger; R10 (man, Bouwlust/Vrederust) woont 21 jaar in Den Haag, fietst af en toe en gaat het liefst met de auto; R12 (vrouw, Escamp) heeft kinderen, beschikt over een auto en fietst af en toe recreatief; R13 (man, 20+, Moerwijk) rijdt voornamelijk op een fatbike en gebruikt de fiets vooral voor korte ritten.

Belemmeringen

1. **Gemak.** Respondenten kiezen vaker voor praktische opties: met de auto kun je kinderen en spullen makkelijker meenemen, en een fatbike voelt sneller en minder inspannend dan een gewone fiets. *"Ik heb een fatbike, dus ik rijd bijna elke dag daarop omdat het makkelijker is, sneller."*
2. **Weer.** Het weer beïnvloedt bij respondenten de fietsbereidheid: sommigen mijden regen en extreme temperaturen, anderen laten zich er nauwelijks door sturen, maar geven toch aan minder te fietsen in de winter. *"Ik zou misschien wat meer fietsen als het weer goed is, maar in de regen fiets ik niet zo snel."*
8. **Kinderen.** Zorg voor en vervoer van kinderen stuurt keuzes: het gemak van de auto weegt vaak zwaar, terwijl stimuleren van kinderen (en ouders) om te fietsen als belangrijk wordt gezien. *"Dan kiezen ze liever om met het OV te gaan als het jonge kinderen zijn. En de ouders stimuleren de kinderen ook niet echt om te fietsen. Want de ouders zelf zijn ook niet echt een fietser."*
9. **Auto en fatbike als statussymbool.** Beeldvorming speelt mee: auto's worden soms als stoerder gezien; tegelijk willen sommigen juist als 'fatbiker' herkend worden.
10. **Te ver.** Afstand is een belemmering voor verschillende respondenten: bij langere ritten gaat men sneller met de auto; fietsen blijft vooral voor heel korte stukjes. *"[Ik pak de fiets in plaats van de fatbike] als het echt heel dichtbij is. Heel dichtbij, de supermarkt."*
11. **Geldgebrek.** Kosten vormen een concrete belemmering voor een respondent, die (nog) geen nieuwe fiets kan aanschaffen. *"Ik heb nog geen centjes voor een nieuwe fiets. Ik moet nog even mijn verhuizing verder regelen."*
12. **Fysiek.** Gezondheidsklachten beperken voor een respondent het fietsen; alternatieven zoals een lage-instapfiets of driewieler worden overwogen. *"Fietsen is nu voorlopig tot een einde door de duizeligheidsaanvallen waar ik last van heb."*
13. **Veiligheidsproblemen.** Drukke en snelheid leiden tot onveilige situaties; ervaringen uit het verleden en snelle voertuigen (zoals fatbikes) versterken dat gevoel. *"Fatbikes [...] levensgevaarlijk voor fietsers."*
14. **Cultuur.** Een respondent geeft aan dat culturele normen schaamte geven rondom fietsen, maar wennen aan de Nederlandse context maakt die belemmering kleiner in de tijd.

Drijfveren

1. **Gezondheid, lichaamsbeweging, mentaal welzijn.** Fietsen wordt door alle respondenten gezien als gezond en motiverend; sommigen willen er zelfs structureel (weer) meer op inzetten, terwijl anderen aangeven dat deze wetenschap hen niet aanzet tot meer fietsen. *"Fietsen is inderdaad gezond. Dat is ook de reden waarom ik volgend jaar weer vijf dagen per week wil fietsen."*
2. **Milieuoverwegingen.** Meerdere respondenten geven aan dat fietsen goed is voor het milieu, maar dat dit geen reden is om te fietsen; enkele respondenten benoemen hun eigen inconsistentie. *"Fietsen is goed voor het milieu, maar ik moet eerlijk zeggen dat ik soms hypocriet ben."*
3. **Betaalbaar.** Betaalbaarheid van fietsen wordt benoemd door meerdere respondenten: fietsen wordt als het goedkoopste vervoermiddel gezien. Dit zet echter weinig aan tot meer fietsen. Ook wordt opgemerkt dat een fatbike ongeveer even duur is als een goede fiets. *"Fietsen blijft het meest betaalbare vervoermiddel. Het is veel goedkoper dan auto, scooter of OV."*
4. **Goede infrastructuur.** Hoofdwegen met nette fietspaden worden gewaardeerd door respondenten; in woonwijken is de behoefte aan extra paden minder eenduidig. *"Maar ja, tuurlijk, binnendoor, als je dertig wegen hebt, in een woonwijk, dan zijn er niet altijd fietspaden. Maar ja, je wilt ook geen fietspaden in een woonwijk, denk ik. Dat is zonde van de woonwijk."* En *"In het algemeen is Den Haag een behoorlijk fietsvriendelijke stad."*
5. **Weersomstandigheden als fietsmotivatie.** Droog, mild weer nodigt uit tot fietsen; voor sommigen is het weer minder bepalend. *"Als het niet regent is fietsen erg prettig... Zolang het niet regent dan is het gewoon te doen."*
6. **Stalling.** Toegang tot (veilige) stalling verlaagt belemmeringen en diefstalstress voor meerdere respondenten, zeker met een berging in het gebouw. *"Dus hier ben ik toch wel iets minder bang [dat mijn fiets gestolen wordt]. Ook omdat mijn fiets gewoon in de kelder gezet kan worden."*
7. **Sociale norm.** Een respondent geeft aan dat mensen om haar heen veel fietsen, zij ziet in Escamp veel vrouwen fietsen, ook met hoofddoek. Dit heeft fietsen normaal gemaakt voor haar.
8. **Kinderen.** Een respondent geeft aan dat haar gebruik van de fiets afhankelijk is van haar familie. Dat zij bijvoorbeeld een rondje met hen fietst of de fiets pakt als haar zoon de auto neemt.

Interventies

De volgende interventies stelden de respondenten voor als oplossing:

1. **Fietscursussen.** Fietslessen bestaan al in de wijk, maar structurele ondersteuning ontbreekt. Continuïteit vraagt om erkenning en financiering. *"Wij geven fietslessen. Ik zelf niet, maar mijn mede-vrijwilligers [...] en daarvoor krijgen we geen subsidie."*
2. **Beloningssysteem/spel.** Gamificatie kan mensen prikkelen om (vaker) te fietsen. *"Maar een soort van Pokémon Go, dat was heel goed voor"*

wandelen. *Opeens ging iedereen wandelen. En als je een soort van sociaal experiment van het fietsen maakt... En een soort van beloningsstelsel.*"

3. **Fietsen betaalbaar maken.** Toegang en betaalbaarheid zijn randvoorwaarden: denk aan het beschikbaar stellen van fietsen (o.a. voor vrouwen en kinderen) en het betaalbaar houden voor iedereen. *"Het zou leuk zijn als we de dames fietsen konden geven. Of kinderen." ... "Ze [de gemeente] geven alleen fietsen als het echt voor werk nodig is, maar niet gewoon om je leven beter in te richten. Zeker niet aan kinderen in zo'n gezin."*
4. **Rolmodellen & sociale netwerken.** Langdurige inzet van aansprekende rolmodellen werkt beter dan een korte campagne; daarnaast spelen familie en vrienden een belangrijke voorbeeldrol. De respondent uit Moerwijk geeft aan geen community gevoel te hebben in de wijk. *"Stel je zou Boef inzetten voor een fietscampagne... Dat zou niet het lange termijneffect hebben dat je zou willen. Dan zou je echt een iemand voor twee of drie jaar moeten strikken en die zou constant in de belangstelling moeten zijn."*
5. **Interventies voor jongeren.** De jongste respondent stelt voor om interventies te organiseren die uitdaging en plezier combineren—bijvoorbeeld een fietsrace of een parcours (zoals een skatebaan)—om jongeren spelenderwijs te trekken.

Conclusie interviews doelgroep 5

In de interviews met doelgroep 5 komt gemak opvallend vaak naar voren als belemmering. De snelheid van de auto, het gemak waarmee kinderen en spullen meegenomen kunnen worden, geven de auto een duidelijke voorkeur boven de fiets. Daarnaast wordt de auto gezien als statussymbool: meer status gevend dan de fiets.

Gekozen drijfveren

Inleiding

In overleg tussen de onderzoekers en de gemeente Den Haag zijn voor elke doelgroep de twee belangrijkste belemmeringen en/of drijfveren geselecteerd als uitgangspunt voor het ontwikkelen van interventie-ideeën. Hieronder worden de twee belangrijkste belemmeringen voor deze doelgroep beschreven.

Identiteit

Identiteit hangt sterk samen met het gebruik van de fiets, en groep 5 voelt zich duidelijk geen fietser. Er zijn in Den Haag nog weinig maatregelen genomen die de fietsidentiteit versterken. Het versterken van de identiteit is dan ook geen simpele opgave omdat dit cognitief verankerd en sociaal ingebed is. Het kost tijd en meerdere interventies om identiteit te veranderen.

Om verandering in identiteit haalbaar te maken is het eerst nodig dat de randvoorwaarden op orde zijn: er is stalling, een fiets en vaardigheid. De interventies worden langdurig zichtbaar ingezet (maanden of jaren) en sociaal ingebed in de community. Een interventie of identiteit kan het beste gekoppeld worden aan de bestaande rol en getimed worden op een verandermoment, bijvoorbeeld een nieuw schooljaar of verhuizing. Groep 5 bestaat voor het grootste deel uit mensen met een

niet-westerse achtergrond. Interventies dienen op hen toegespitst te worden. In deze groep speelt volgens bewoners en experts m.b.t. fietsen gemak en status, dus daar kan op ingehaakt worden. Er werd gebrainstormd over de volgende vraag:

Hoe kan fietsgebruik gekoppeld worden aan zaken die deze doelgroep belangrijk vindt om de identiteit te stimuleren?

Ontbrekende positieve emoties

Uit zowel de CIBER-analyse als de analyse van de doelgroepen blijkt dat positieve *attitudes* tegenover fietsen zoals het gezond vinden of goed voor het milieu, weinig uitmaken voor het gedrag. Positieve *emoties* tegenover fietsen hebben daarentegen een sterke samenhang met fietsen. Daarom kan hierop ingezet worden om fietsen te stimuleren, vooral groep 5 en 6, omdat zij een drijfveer missen maar geen sterke belemmeringen ervaren.

De gemeente Den Haag organiseert al de lichtjesparade en het fietsfeestje, wat fietsen koppelt aan iets leuks (zie Appendix B). Er kunnen meer fietsgerelateerde activiteiten georganiseerd worden, zoals fietsraces en fietsparcoursen. Er werd gebrainstormd over de volgende vraag:

Hoe kunnen positieve emoties ten opzichte van fietsgebruik gestimuleerd worden in doelgroep 5?

Uitkomsten brainstorm en evaluatie

Inleiding

Met een gemengde groep stakeholders is gebrainstormd over mogelijke interventies die inspelen op de twee belangrijkste belemmeringen van deze doelgroep. De opzet van deze brainstorm wordt toegelicht in hoofdstuk 4 – Methodologie, onder het subkopje *Brainstorm* en uitgebreide uitkomsten uit de brainstorm zijn terug te vinden in Appendix D.

In de onderstaande tekst worden de twee interventie-ideeën voor deze doelgroep beschreven, inclusief aanbevelingen op basis van hun evaluatie: wat vonden bewoners van deze ideeën? De werkwijze van deze evaluatie wordt nader uitgelegd in hoofdstuk 4 – Methodologie, onder het subkopje *Evaluatie* en uitgebreide uitkomsten van de evaluatie zijn terug te vinden in Appendix E.

Interventie 3 Rolmodellen

Deze in de brainstorm bedachte interventie richt zich op het inzetten van rolmodellen en sleutelfiguren in de wijk om fietsen aantrekkelijker te maken. Dit gebeurt bijvoorbeeld door een fietsdag op school, waarbij kinderen hun ouders enthousiasmeren, of door het betrekken van imams, gebiedsvaders/-moeders en community builders. Ook festivals zoals het Laakfestival kunnen worden gebruikt om belangrijke personen zichtbaar op de fiets te laten komen.

Voorwaarde: Het succes hangt af van het zorgvuldig kiezen van passende rolmodellen voor elke doelgroep en het investeren van tijd in hun betrokkenheid.

Aanbevelingen interventie 3 op basis van evaluatie

Bij het organiseren van de interventie is het handig om rekening te houden met de volgende punten:

- Kies rolmodellen die goed passen bij de doelgroep of gemeenschap, en betrek de doelgroep bij deze keuze.
- Zorg dat informatie in meerdere talen beschikbaar is.
- Maak het aantrekkelijk en leuk voor de doelgroep door samen te verkennen wat hen aanspreekt.

Mogelijke betrokkenen en evenementen genoemd in de evaluatie:

- Het Laakfestival
- Sleutelfiguren in de wijk
- Scholen
- Buurtcentra, buurthuizen of culturele feesten zoals het Offerfeest
- De burgemeester als rolmodel
- Evenementen in het Zuiderpark
- Vadercentrum Adam
- Het Ooievaarsfestival

Uitdagingen voor een vervolgtraject

- Scholen hebben beperkte tijd en kunnen niet te veel worden belast met extra activiteiten.

Aanvullende ideeën voor de interventie

- Het herinvoeren van verplichte verkeers- en fietsexamens.
- Een fietstocht in het donker met lampjes, vergelijkbaar met een lichtjesparade, waarbij rolmodellen actief meedoen.
- Een fietspuzzeltocht in de wijk, bijvoorbeeld voor gezinnen of kinderen.
- Een schoolfietstocht of sportdag waarbij leerlingen gezamenlijk ergens naartoe fietsen.

Interventie 4 Directe ervaring

Deze in de brainstorm bedachte interventie versterkt de identiteit door de voordelen rondom fietsen direct te laten beleven. Bewoners krijgen een positieve ervaring met fietsen door middel van pop-up stores en stands en opstapdagen (waar je proefritten kunt maken). Naast het beschikbaar stellen van fietsen wordt op deze locaties ook gezorgd voor mogelijkheden om fietsen te repareren.

Voorwaarde: Belangrijk is dat bewoners eerst positieve emoties rond fietsen ervaren, voordat de stap naar fietsen als onderdeel van hun identiteit wordt gemaakt.

Toevoegingen:

- Dergelijke activiteiten kunnen bijvoorbeeld in het Vadercentrum in Laak georganiseerd worden.

- In het Laaktheater fietsen als thema toevoegen en dit koppelen aan de interventie.
- De aanleg van sterfietsroutes communiceren in de interventie.
- Inzetten van buurtvaders en moeders als rolmodellen tijdens de interventie en een interview afnemen met een rolmodel.

Aanbevelingen interventie 4 op basis van de evaluatie

De interventie wordt positief bekeken door bewoners, maar fietscoaches hebben hier gemengde meningen over.

Bij het organiseren van de interventie is het handig om rekening te houden met de volgende punten:

- Koppel de activiteit aan bestaande evenementen die al leven in de wijk, zoals het Laakfestival, evenementen in parken, of activiteiten op schoolpleinen na schooltijd.
- Verbind de interventie met andere initiatieven, zoals fietslessen of fietssafari's, om een samenhangend aanbod te creëren.
- Maak het uitproberen aantrekkelijk: fietsenwinkels worden vaak als weinig toegankelijk ervaren. Een evenement biedt de kans om fietsen op een laagdrempelige en leuke manier uit te proberen.

Mogelijke betrokkenen en evenementen genoemd in de evaluatie:

- Laakfestival
- Scholen
- Buurtfeesten en buurtcentra

Uitdagingen voor een vervolgtraject

- Sommige bewoners kunnen nog niet fietsen, maar komen mogelijk wel naar het evenement. Denk na over hoe zij toch een positieve ervaring met fietsen kunnen opdoen.
- Een aantal bewoners voelt schaamte omdat ze nog niet goed kunnen fietsen. Overweeg manieren om hen privacy te bieden of de schaamte te verminderen, bijvoorbeeld door aparte oefenmomenten te creëren.
- Het stimuleren van een fietsvriendelijke identiteit is complex; zorg daarom dat het evenement vooral positieve emoties en plezier rond fietsen oproept.

Aanvullende ideeën voor de interventie

- Combineer de interventie met een feedbackmoment: laat bezoekers aangeven wat zij nodig hebben om vaker te fietsen, en geef die informatie direct door of koppel er inschrijvingen voor fietslessen aan.
- Voeg fietsreparaties toe aan het evenement – deze zijn nauwelijks beschikbaar in de wijk.
 - Denk aan een Repaircafé met een fietsenmaker op vaste dagen.

- Communiceer vooraf duidelijk, in meerdere talen, dat er reparaties mogelijk zijn.
- Gebruik campagnes om fietsen aantrekkelijk te maken, bijvoorbeeld door te benadrukken dat: *“De fiets sneller is binnen de stad.”* Of *“Fietsen leuk is en je langs mooie plekken brengt, zoals het Zuiderpark of de duinen.”*
- Zet een fietsparcours op voor kinderen om hen spelenderwijs enthousiast te maken.
- Maak driewielers bekender en betaalbaarder tijdens opstapdagen; ze zijn populair bij mensen die minder goed (meer) kunnen fietsen, maar vaak te duur.

10. Doelgroep 6

Inleiding

In dit hoofdstuk worden de resultaten voor **doelgroep 6** besproken. Eerst volgt een samenvatting van de belangrijkste kenmerken van deze groep, gevolgd door de aanvullende inzichten uit de verdiepende interviews met groepsleden. Vervolgens wordt toegelicht welke drijfveren zijn gekozen als basis voor de interventieontwikkeling en welke interventie-ideeën daaruit voortkwamen tijdens de brainstormsessie. Tot slot wordt beschreven hoe bewoners reageerden op deze ideeën. Het hoofdstuk eindigt met een conclusie en aanbevelingen voor de implementatie van de ontwikkelde interventies.

Beschrijving doelgroep 6

Inleiding

Deze beschrijving is gebaseerd op de resultaten van de vragenlijsten die aan het begin van het onderzoekstraject zijn afgenomen onder wijkbewoners. De gebruikte methodologie wordt toegelicht in hoofdstuk 4 – Methodologie, onder het subkopje *Vragenlijst*.

In de onderstaande beschrijving zijn uitsluitend de karakteristieken van de geselecteerde doelgroep opgenomen, zoals bepaald op basis van de clusteranalyse (zie *hoofdstuk 4 – Methodologie*, subkopje *Clusteranalyse en keuze doelgroep* en *hoofdstuk 6 – Tussenresultaten gehele sample*, subkopje *Clusteranalyse*).

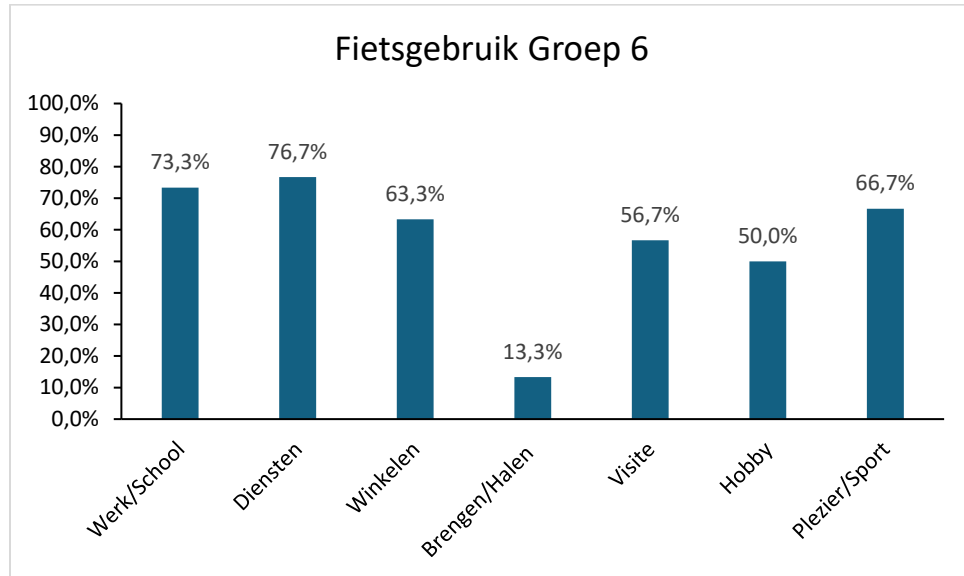
Samenvatting

Bijna iedereen in deze groep fietst wel eens, maar met een **lage frequentie**. De **auto** is een populair alternatief. Het gaat om een opvallend **jonge doelgroep**, voornamelijk onder de 30 jaar, met relatief veel **hoogopgeleiden** en een **niet-westerse achtergrond**. Hoewel ze de **voordelen van fietsen** inzien en de **randvoorwaarden (zoals het hebben van een fiets en kunnen fietsen) aanwezig** zijn, leidt dit niet tot veel fietsgebruik. Hun keuze om te fietsen **hangt sterk af van het weer**. In de open antwoorden worden **gezondheid en positieve emoties** over fietsen genoemd als drijfveren, terwijl de redenen om niet te fietsen uiteenlopen. Ze geven aan dat een (nieuwe) fiets, goede fietsenstallingen en betere infrastructuur hen zouden stimuleren. Mogelijk speelt in deze doelgroep **inertia** een rol; ondanks het inzien van voordelen en afwezigheid van grote belemmeringen houden ze toch vast aan hun huidige gewoonte om weinig te fietsen.

Fietsgedrag

Binnen deze groep geeft 13.3% aan nooit te fietsen. Van degenen die wel fietsen, ligt de gemiddelde fietsfrequentie over de verschillende doeleinden rond **een keer per maand** (M = 2.52; SD = 0.69, waarbij 2 = een paar keer per jaar en 3 = een paar keer per maand).

Respondenten uit groep 6 die wel fietsen, doen dit voor veel verschillende doeleinden.

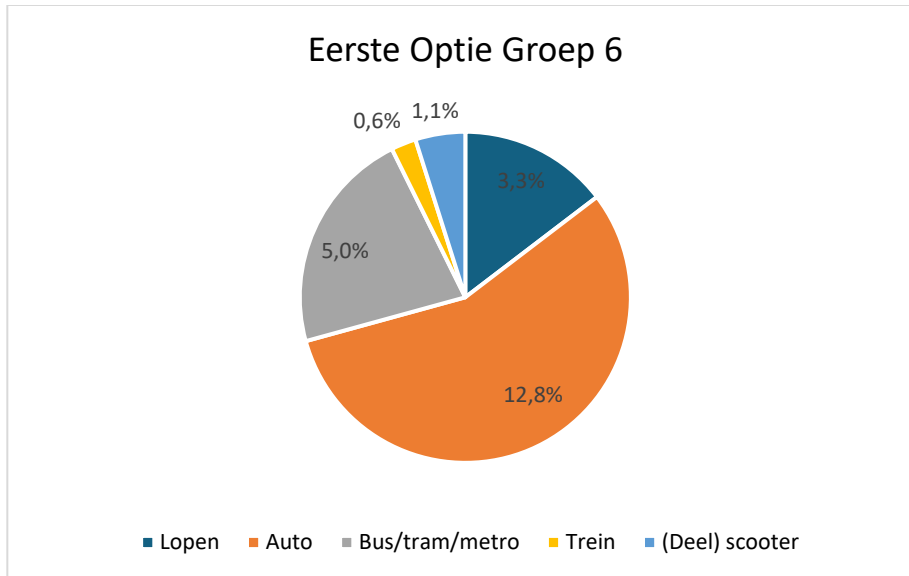


Figuur 41: Fietsgebruik per doel (in %)

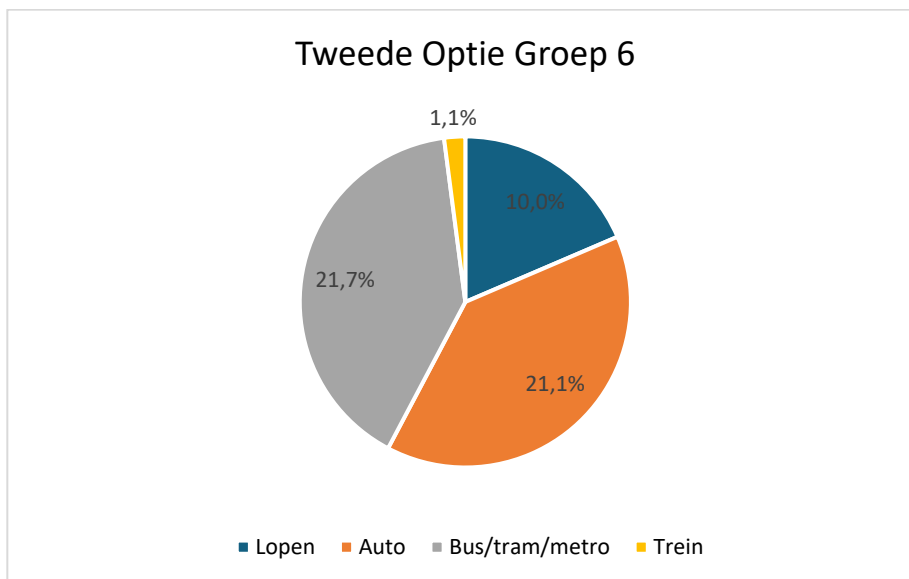
De gemiddelde score op de schaal voor fietsduur is 2.65 (waarbij 2 = 5–15 minuten en 3 = 15–30 minuten), wat betekent dat de **meeste fietsritten tussen 5 en 30 minuten** duren. Daarnaast gaven deelnemers aan dat hun maximale aaneengesloten fietstijd gemiddeld 44.3 minuten bedraagt (SD = 26.2), met een minimum van 20 minuten en een maximum van 120 minuten.

Alternatief vervoer

Zoals te zien in de twee grafieken hieronder is de **auto het meest gebruikte alternatieve vervoersmiddel** in deze groep.



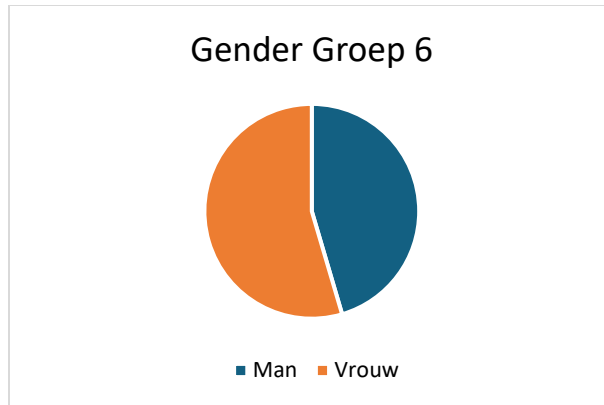
Figuur 42: Eerste keuzealternatief vervoermiddel bij geen fietsgebruik



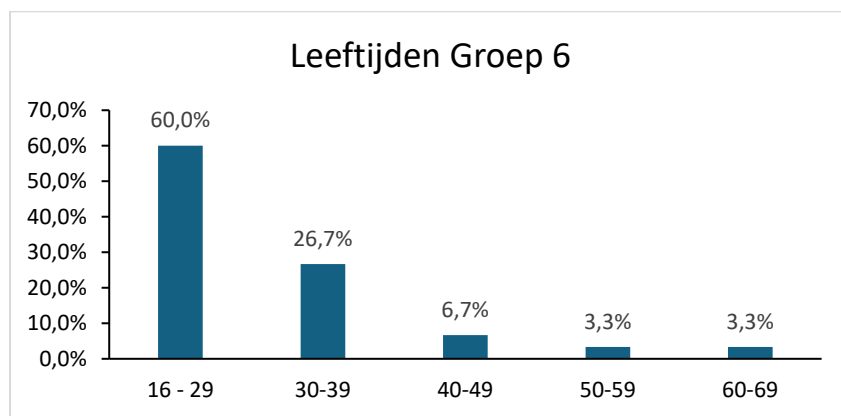
Figuur 43: Tweede keuzealternatief vervoermiddel bij incidenteel geen fietsgebruik

Kenmerken

Ongeveer de helft van deze doelgroep is **vrouw** (54.6%; zie Figuur 44). De gemiddelde leeftijd bedraagt 30.8 jaar (SD = 10.4), met een spreiding van 17 tot 61 jaar (zie Figuur 45). Dit is een opvallend jonge doelgroep, waarvan het merendeel van de participanten onder de 30 jaar oud is. Van deze groep heeft 23.9% een westerse achtergrond en 72.2% een niet-westerse achtergrond (zie Figuur 46).



Figuur 44: Genderverdeling onder respondenten (in gewogen %)

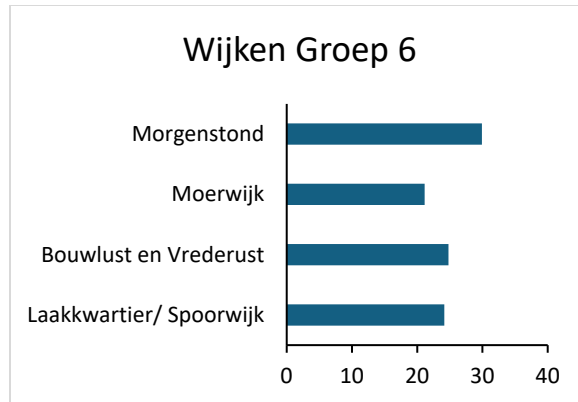


Figuur 45: Leeftijdsverdeling van de respondenten

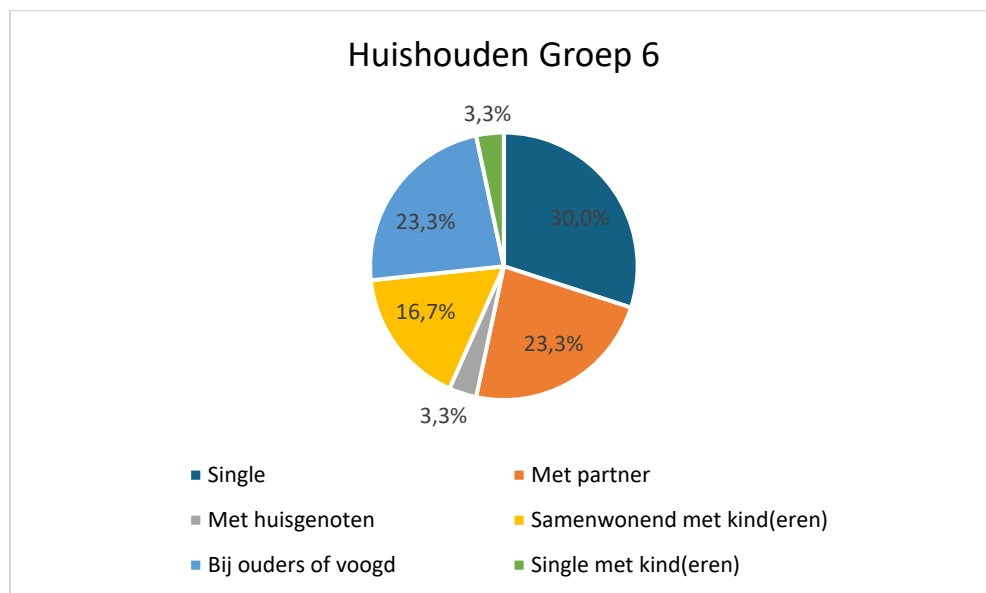


Figuur 46: Herkomst van de respondenten (in gewogen %)

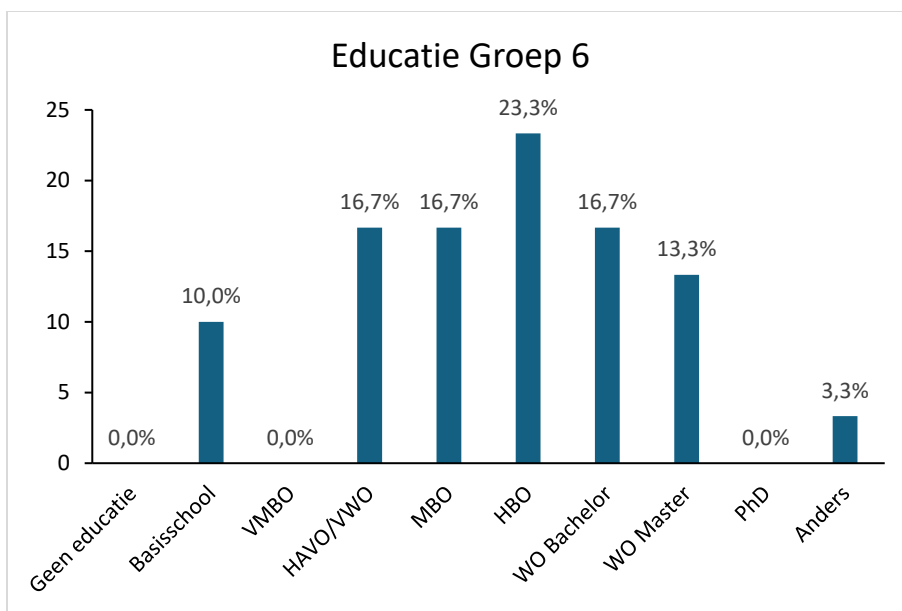
De respondenten komen uit alle vier de wijken (zie Figuur 47) en de samenstelling van de huishoudens is gemengd (zie Figuur 48). Ook heeft deze groep een relatief groot aandeel hoogopgeleiden (zie Figuur 49). De meeste respondenten werken of zijn student (zie Figuur 50).



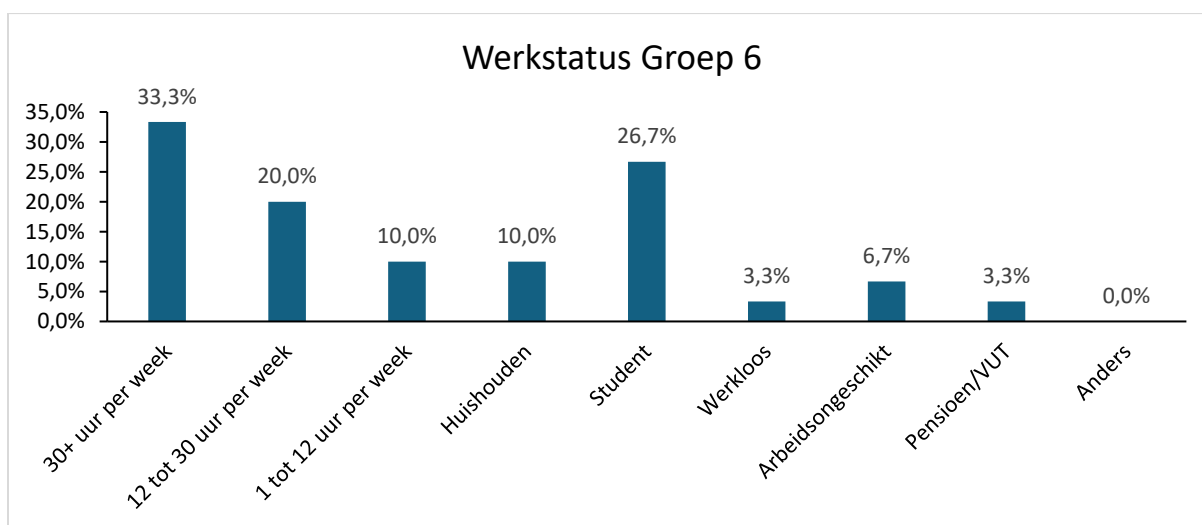
Figuur 47: Wijkverdeling onder respondenten (in gewogen %)



Figuur 48: Huishoudsamenstelling van de respondenten



Figuur 49: Verdeling van het opleidingsniveau (in %)



Figuur 50: Verdeling werkstatus (in %)

Drijfveren en belemmeringen

Hoewel deze groep weinig fietst, zijn er wel drijfveren voor dit gedrag (zie Tabel 7). Binnen deze groep scoorden sommige factoren duidelijk hoog (>4) of laag (<2) wat betreft hun invloed op fietsgebruik. Een score van 1 betekent helemaal mee oneens, waarbij een score van 5 helemaal mee eens betekent.

Respondenten geven aan zich fit genoeg te voelen en vertrouwen hebben in hun fietsvaardigheden. Zij zien de voordelen van fietsen, namelijk voor milieu, gezondheid

en betaalbaarheid. Ook ervaren respondenten geen schaamte, maar geven ze wel aan dat ze het van het weer laten afhangen of zij op de fiets stappen.

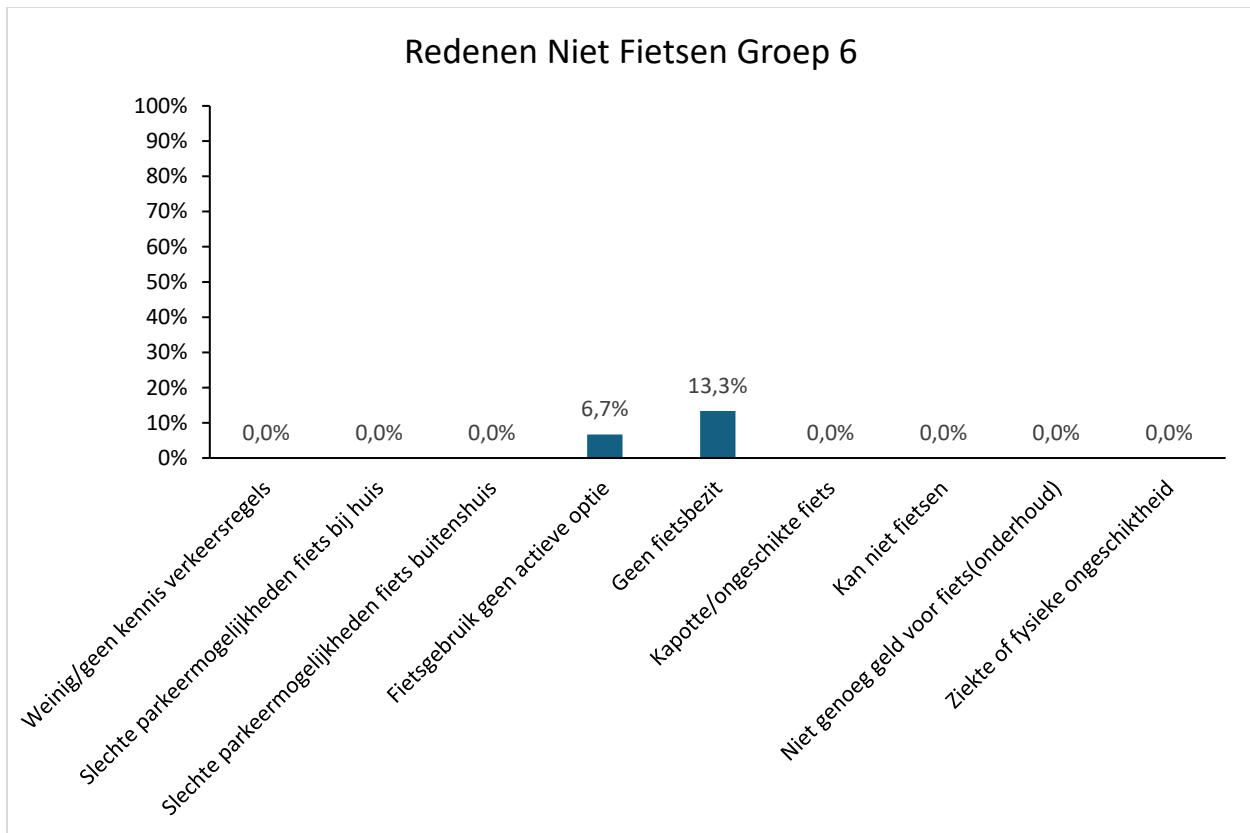
Item	M	SD	Range
Ik geloof dat fietsen gezond is.	4,60	0,498	4-5
Ik heb vertrouwen in mijn eigen kunnen als het gaat om fietsen.	4,53	0,730	2-5
Ik laat het vaak van het weer afhangen of ik ga fietsen.	4,47	0,571	3-5
Ik voel me fit genoeg om te fietsen.	4,23	0,568	3-5
Ik geloof dat het goed voor het milieu is als ik naar mijn werk fiets.	4,20	0,551	3-5
Fietsen is betaalbaar.	4,10	0,803	2-5
Ik denk dat het voor het milieu weinig uitmaakt of ik met de fiets ga of met de auto.	1,73	0,907	1-4
Ik schaam me een beetje als mensen me zien fietsen.	1,57	0,626	1-3

Tabel 7: Drijfveren en belemmeringen

In de open vragen wordt gezondheid veel genoemd als reden om te fietsen. Daarnaast worden vaak positieve emoties benoemd over fietsen en buiten zijn. Aanvullende redenen om niet te fietsen zijn uiteenlopend: angst voor ongelukken, slecht weer, grote afstanden, stallingsmogelijkheden, vermoeidheid na fietsen en traagheid worden allemaal meermaals genoemd.

Er worden veel manieren genoemd om deze doelgroep te motiveren. Een nieuwe of betere fiets wordt het vaakst benoemd, daarna goede fietsenstallingen en betere infrastructuur. Veiligheid, rust en groen in de omgeving worden ook veel genoemd.

Binnen de randvoorwaarden bleek dat een klein aantal respondenten geen fiets tot hun beschikking had en een klein deel niet actief nadacht over de keuze voor de fiets (zie Figuur 51).



Figuur 51: Redenen om niet te fietsen (in %)

Interviews doelgroep 6

Inleiding

Na de clustering zijn verdiepende interviews gehouden met enkele leden van de doelgroep om een beter inzicht te krijgen in de drijfveren en belemmeringen rondom fietsen. De gebruikte onderzoeksmethode wordt toegelicht in hoofdstuk 4 – Methodologie, onder het subkopje *Interviews*.

De interviews werden afgenomen met enkele personen die de Nederlandse taal niet volledig beheersen. We hebben ervoor gekozen om hun citaten in de oorspronkelijke vorm te laten staan, ook wanneer het Nederlands taalkundig niet geheel correct was.

Sample

Doelgroep 6 bestaat uit vier respondenten: twee uit Bouwlust & Vrederust, één uit Morgenstond en één uit Spoorwijk/Laakkwartier. De groep telt drie vrouwen en één man. De voertaal is Nederlands, met één Engelstalige respondent van Poolse afkomst. Het fietsgebruik loopt uiteen van niet-fietser tot regelmatige gebruiker (vooral korte ritten en schoolritten); één respondent pakt doorgaans de auto.

Per persoon kort: R3 (man, Bouwlust & Vrederust) bezit een fiets maar gebruikt die zelden en kiest meestal de auto; hij is vader van een dochter van vijf. R4 (vrouw,

Morgenstond) fietst momenteel niet, heeft geen eigen fiets en een beperkt budget. R7 (vrouw, Bouwlust & Vrederust) fietst vooral in de zomer, en gebruikt in de winter vaker de auto. R8 (vrouw, Spoorwijk & Laakkwartier) is Pools/Engelstalig, woont al ruim dertien jaar in Den Haag en fietst af en toe met haar dochter.

Belemmeringen

1. **Slecht weer, zweten.** Meerdere respondenten geven aan dat regen, harde wind en bezweet aankomen een belangrijke belemmering vormen. *“Als het regenachtig is, dan wil ik echt niet nat op mijn werk komen. Met natte schoenen of natte broek.”*
2. **Veiligheidsproblemen en infrastructuur.** Meerdere respondenten noemen concrete locaties en situaties die zij onveilig vinden. Het gaat niet alleen om drukte en nieuwe vervoersvormen, maar ook om ontbrekende of smalle fietspaden. De volgende punten worden genoemd:
 - o Ongelukken op kruispunt Hengelolaan – Vrederustlaan
 - o Fatbikes en andere snelle voertuigen die vlak langsrijden
 - o Geen fietspad in sommige woonstraten, waardoor afstappen nodig is
 - o Smalle rijbanen waar auto's én fietsers elkaar in de weg zitten
3. **Kinderen.** Sommige respondenten kiezen in een gezinscontext liever voor de auto vanwege veiligheid en praktische organisatie. *“I don't feel safe, and I don't feel comfortable, especially with my daughter. If I go with her, I don't feel safe for now because we had already a few situations that could end up with accident almost, you know.”*
4. **Angst voor fietsdiefstal en gebrek aan opslag.** Eén respondent vertelt over herhaalde diefstallen en het noodgedwongen vastzetten van fietsen aan een boom bij de flat. *“We use the tree downstairs to [lock our bikes] ... it's like the tree is dedicated for our floor.”*
5. **Onzekerheid over controle van de fiets.** Eén respondent vertrouwt de eigen fietsbeheersing niet en is bang, ook al wordt toegegeven dat het veilig is in de omgeving. *“Ik vind het gevaarlijk voor mij. Als ik sta, ik word gelijk vallen op de grond.”*
6. **Culturele belemmeringen.** Een respondent geeft aan dat in sommige culturen fietsen geassocieerd wordt met kinderen of lage status. *“Met sommige culturen bijvoorbeeld heeft dat misschien wel te maken dat als je op de fiets aankomt... daar denken ze misschien anders over... Ik ben ook niet van Nederlandse afkomst. Ik zie dat ook bij anderen die niet van Nederlandse afkomst zijn”*
7. **Sociaal stigma.** Eén respondent merkt dat jongeren fietsen soms zien als teken van armoede. *“Ik werk in de jeugdzorg, dus ik kan daar antwoord op geven. Heel veel jongeren denken dat mensen op de fiets geen geld hebben... Je kan geen auto betalen. Dat is de reden waarom je op de fiets niet naar werk gaat.” ... “Sindsdien ga ik niet meer op de fiets naar die jongeren.”*

8. **Praktische belemmeringen.** Boodschappen of andere ladingen worden makkelijker met de auto meegenomen. *“Als ik boodschappen moet doen, dan kies ik liever voor een auto.”*
9. **Gemak.** Een respondent noemt gemakzucht als reden om niet te fietsen. *“Dat komt door gemakzucht.”*

Drijfveren

1. **Gezondheid, lichaamsbeweging, mentaal welzijn.** Alle respondenten waarderen fietsen om conditie, rust en stressreductie. *“Ik ben ook weer meer bewuster bezig met gezond leven. En daar hoort natuurlijk fietsen ook bij.” ... “Als ik op de fiets zit... neem ik echt m'n moment op de dag, zeg maar, om te reflecteren.”*
2. **Milieuoverwegingen.** Meerdere respondenten noemen minder uitstoot en een betere toekomst als motivatie. *“Het milieu is onze toekomst. Ik ben niet iemand die heel erg groen is hoor... maar ik denk zeker wel dat het inderdaad goed is.”*
3. **Betaalbaar.** Meerdere respondenten benadrukken de lage kosten. *“Want ja, vooral in deze tijd is natuurlijk fietsen voordeliger. Nou ja, voordeliger, het is gewoon gratis.”*
4. **Gemak.** Een respondent vindt de fiets in de stad soms sneller en minder energievretend dan de auto. *“De auto kost je soms meer tijd”*

Interventies

De volgende interventies stelden de respondenten voor als oplossing:

1. **Fietslessen kinderen.** Scholen in Den Haag bieden dit niet altijd aan; respondenten pleiten voor structureel fietsonderwijs. *“Op mijn basisschool heb ik nooit fietslessen gehad.”*
2. **Meer communicatie en bereikbaarheid.** Informatie over veilig fietsen, verzekeren en kopen van fietsen moet op plekken komen waar specifieke doelgroepen samenkomen (bijv. Poolse gemeenschap). *“Municipality can inform people in local places where Polish people gather... Like how to insure your bike, where to buy your bike”*
3. **Deelfietsen/fietsverhuur.** Laagdrempelige leen- of huurfietsen bij OV-knopen kunnen deelname vergroten, vooral voor kinderen onder 16 jaar. *“Fietspunten... een plek waar je de fiets kan pakken ofzo. Laagdrempelig zeg maar, is het veel makkelijker om dan de fiets te pakken als die al klaar staat bij de bushalte ofzo. Voor kinderen onder de 16 zou de gemeente dat moeten betalen.”*
4. **Parkeerkosten verhogen.** Hoger tarief voor parkeren wordt gezien als stimulans om te gaan fietsen. *“Dat maakt het duurder [hogere parkeerkosten] ja, dat is allemaal goed. Laat ze maar fietsen.”*
5. **Fietsen voor mensen met laag inkomen.** Tweedehands- of leenfietsen verlagen financiële belemmeringen. *“Maybe also give them like a second-hand bike or something.”*

6. **Meer en betere gescheiden fietspaden.** Strikte scheiding tussen fietsen en gemotoriseerd verkeer, inclusief verbod op scooters op het fietspad. *“Je moet gewoon alleen maar fietsers op het fietspad laten. En geen scooters of zo.”*
7. **Handhaving rondom fatbikes.** *“De overheid moet ook een beetje harder optreden met die fatbikes.”* en *“I’m waiting until the government will make some new rule, because I see a lot of accidents with the fatbikes, because a lot of bad things [are] happening.”*
8. **Inzetten op kinderen.** *“Jullie willen dat mensen meer gaan fietsen, maar dat begint bij de jongeren. Als je het jong al niet eens doet, dan ga je het oud ook niet doen.”*

Conclusie interviews doelgroep 6

Bij doelgroep 6 blijkt dat verschillende soorten weer – zoals wind, regen, maar ook hitte (vanwege zweten) – als een belemmering worden ervaren. Respondenten vinden het niet alleen vervelend om in zulke omstandigheden te fietsen, maar ook dat hun kleding nat of oncomfortabel wordt. Ook kinderen worden als belemmering genoemd: met een kind kiezen respondenten sneller voor het gemak van de auto. Verder wordt in deze doelgroep gesproken over stallingen: het aantal stallingen is onvoldoende en de bestaande voorzieningen zouden overdekt moeten zijn, in plaats van enkel een beugel buiten.

Gekozen drijfveren

Inleiding

In overleg tussen de onderzoekers en de gemeente Den Haag zijn voor elke doelgroep de twee belangrijkste belemmeringen en/of drijfveren geselecteerd als uitgangspunt voor het ontwikkelen van interventie-ideeën. Hieronder worden de twee belangrijkste belemmeringen voor deze doelgroep beschreven.

Inertia

Groep 6 ervaart weinig duidelijke drijfveren of belemmeringen als het gaat om fietsen. Zij kunnen fietsen en doen dit ook af en toe. Er is in deze groep sprake van inertia: Mensen weten wel dat fietsen goed zou zijn, maar veranderen het gedrag niet. Zij zitten mogelijk vast in een gewoonte, hebben een negatieve associatie met fietsen (zie ‘ontbrekende positieve emoties’ hieronder) of zien fietsen niet als een persoonlijk doel.

Technieken om inertia te doorbreken zijn: het faciliteren van het gedrag, het makkelijk maken (bijvoorbeeld door aanpassing van de omgeving), modelleren, belonen, overtuigen en momentum gebruiken (bijvoorbeeld een nieuw schooljaar of een verhuizing). De gemeente Den Haag heeft nog niet direct ingezet op inertia, maar verschillende interventies hebben hier invloed op: het fietsplan faciliteert bijvoorbeeld fietsbezit, de fietslichtjesparade laat normen zien en de sterfietsroutes maken het fietsen steeds makkelijker, hoewel het nog niet de default is. Deze groep bestaat uit

jonge bewoners tussen de 20 en 35 jaar, veelal met een niet-westerse achtergrond, dus pas hier de interventie op aan. In de brainstorm werd nagedacht over de vraag:

Hoe kan inertia doorbroken worden in deze doelgroep?

Slecht weer

Groep 6 laat het fietsgebruik afhangen van het weer. Zij raken snel ontmoedigd wanneer het regent of stormt. Hoewel het weer moeilijk te veranderen is, kan de beleving hiervan wel beïnvloed worden. De gemeente Den Haag heeft nog geen interventies die inspelen op de weerbeleving. In de brainstorm zal dit niet als hoofdpunt meegenomen worden, maar als toevoeging aan interventies. Er werd gebrainstormd over de volgende vraag:

Hoe kunnen elementen in interventies toegevoegd worden die inspelen op een positief gevoel bij fietsen in slecht weer?

Uitkomsten brainstorm en evaluatie

Inleiding

Met een gemengde groep stakeholders is gebrainstormd over mogelijke interventies die inspelen op de twee belangrijkste belemmeringen van deze doelgroep. De opzet van deze brainstorm wordt toegelicht in hoofdstuk 4 – Methodologie, onder het subkopje *Brainstorm* en uitgebreide uitkomsten uit de brainstorm zijn terug te vinden in Appendix D.

In de onderstaande tekst worden de twee interventie-ideeën voor deze doelgroep beschreven, inclusief aanbevelingen op basis van hun evaluatie: wat vonden bewoners van deze ideeën? De werkwijze van deze evaluatie wordt nader uitgelegd in hoofdstuk 4 – Methodologie, onder het subkopje *Evaluatie* en uitgebreide uitkomsten van de evaluatie zijn terug te vinden in Appendix E.

Interventie 5 Samenwerking met instanties

Deze in de brainstorm bedachte interventie richt zich op jonge ouders en expats. Het doel is om via bestaande instanties waar deze doelgroep veel mee te maken heeft, hen te stimuleren om te fietsen. Met steun van de gemeente Den Haag krijgen deze instanties een toolkit om regels en afspraken te maken en te implementeren. Voor werkgevers zijn de opties bijvoorbeeld het beperken van parkeerplekken bij de werkplek en het standaard maken van het bezoeken van cliënten met de (e-)fiets. Voor scholen zijn de opties een beloftekaart laten tekenen door ouders, geen kiss & ride aanbieden. Door zulke gezamenlijke afspraken wordt fietsen de vanzelfsprekende keuze.

Aanbevelingen interventie 5 op basis van evaluatie

De reacties op deze interventie zijn overwegend positief, al is er weinig steun voor maatregelen die het autogebruik direct moeilijker maken.

Bij de organisatie is het handig om rekening te houden met de volgende punten:

- Richt je op de juiste werkgevers. Hiervoor is het belangrijk om te weten bij welke werkgevers de doelgroep werkt. Een klein aanvullend onderzoek kan helpen om dit in kaart te brengen.
- Maak gebruik van bestaande expertise. Er zijn al organisaties die samen met werkgevers succesvolle fietsstimuleringsprogramma's hebben opgezet. Leer van hun aanpak en ervaringen.
- Overweeg implementatie op scholen. Op (basis)scholen kan vroeg begonnen worden met gewoontevorming, zodat kinderen leren om de fiets als vanzelfsprekend vervoermiddel te zien.
- Focus op het aantrekkelijker maken van fietsen, in plaats van autorijden minder aantrekkelijk te maken.
- Zorg voor goede fietsvoorzieningen, zoals veilige en droge stallingen.

Daarnaast zijn er enkele uitdagingen die in een vervolgtraject verder verkend kunnen worden:

- Scholen: medewerkers moeten ontlast worden, maar wel betrokken blijven bij de uitvoering.
- Weerstand bij autobeperkingen: maatregelen zoals het verminderen van parkeerplekken kunnen effectief zijn, maar roepen vaak weerstand op.

In de evaluatie zijn verschillende aanvullende ideeën genoemd om de interventie te versterken:

- Wanneer het aantal parkeerplekken wordt verminderd, kunnen parkeerpassen worden ingevoerd voor mensen die echt niet anders kunnen. De besluitvorming hierover kan echter complex zijn.
- Betaald parkeren blijkt een effectieve prikkel om vaker de fiets te pakken.
- P&R-locaties (park & ride) kunnen automobilisten stimuleren om hun auto buiten de stad te parkeren en verder te reizen met de tram of een leenfiets.
- Werknemers bij kassen vormen een kansrijke doelgroep: zij worden nu vaak met busjes opgehaald, maar zouden mogelijk graag willen fietsen als de omstandigheden gunstig zijn.

Interventie 6 Positieve framing van slecht weer

Deze in de brainstorm bedachte interventie richt zich op werkplekken en vervolgonderwijs (MBO/HBO/universiteiten). Deze interventie faciliteert fietsen en maakt het aantrekkelijker en makkelijker om in slecht weer te fietsen door ondersteuning vanuit scholen en werkgevers.

Denk voor werkgevers aan het uitlenen van e-bikes (tegen bezweet aankomen), het aanbieden van regenkleding en helmen, het inrichten van kleedruimtes met droogrekken, douches en laadpunten, en het geven van een fietsvergoeding. Ook onderwijsinstellingen (MBO, HBO, universiteit) kunnen meedoen, bijvoorbeeld met korting op e-swafietsabonnementen en kluisjes voor regenkleding.

Toevoegingen:

- Daarnaast worden inspirerende verhalen van collega's gedeeld en speciale acties georganiseerd, zoals *Fiets-naar-je-werk-dagen*. Zo worden praktische belemmeringen weggenomen en blijft fietsen het hele jaar door haalbaar.
- Handelingsperspectief geven: Tips en tricks om het weer te omzeilen. Wat nou als het slecht weer is en je moet ergens naartoe fietsen?
- Werkcultuur aanpakken: Modelleren door de burgemeester ook een keer verwaaid en natgeregend in een meeting te laten verschijnen.

Aanbevelingen interventie 6 op basis van de evaluatie

De reacties op deze interventie zijn minder positief dan bij de andere interventies. Mensen die niet willen fietsen bij slecht weer geven aan dat dit ook met de voorgestelde aanpassingen niet zal veranderen. Ook de fietscoaches twijfelen aan de effectiviteit. Alleen het idee van een fietsvergoeding en het beter promoten van een fietsplan kreeg overwegend positieve reacties.

Bij de organisatie is het belangrijk om op het volgende te letten:

- Deze interventie lijkt op zichzelf minder effectief, maar kan versterkt worden door te worden gecombineerd met interventie 5. Daarbij kan vooral worden ingezet op faciliteiten, rolmodellen en positieve associaties. Denk aan kleedruimtes, droge fietsenstallingen, korting op een sportabonnement of leidinggevenden die zelf verwaaid in een vergadering verschijnen als voorbeeldgedrag.
- Er moet worden bekeken hoe de interventie gefinancierd wordt: ligt de verantwoordelijkheid bij werkgevers, of kan de gemeente hierbij ondersteunen?

In de evaluatie werden verschillende mogelijke samenwerkingspartners genoemd, waaronder:

- Zuid-Holland Bereikbaar
- Uitzendbureaus en grote kantoorpanden

Daarnaast kwamen enkele uitdagingen naar voren die in een vervolgtraject verder onderzocht kunnen worden:

- Fietsen in slecht weer wordt door veel mensen als onprettig ervaren. Zelfs regelmatige fietsers kiezen dan vaak voor een ander vervoersmiddel.

Tot slot werden aanvullende ideeën voor de interventie genoemd:

- Slimme stoplichten die fietsers voorrang geven, vooral bij slecht weer. Het is daarbij belangrijk om dit goed te communiceren zodat mensen ervan op de hoogte zijn.
- Sociale stimulansen kunnen helpen om fietsen in slecht weer aantrekkelijker te maken, bijvoorbeeld door in groepsverband te fietsen — zo zeg je minder snel af als het regent.
- Fiets-naar-je-werk-dagen om fietsen te normaliseren en positief te framen.

11. Algemene conclusie en aanbevelingen

Inleiding

In dit onderzoek zijn zes interventies ontwikkeld voor doelgroepen met specifieke behoeften rondom fietsen, zoals vastgesteld in het vooronderzoek. In dit hoofdstuk worden deze doelgroepen kort toegelicht, samen met hun belangrijkste drijfveren, belemmeringen en de bijbehorende interventies. Voor een meer gedetailleerde beschrijving per doelgroep wordt verwezen naar Hoofdstuk 8 tot en met 10. Daarnaast worden in dit hoofdstuk enkele overkoepelende inzichten en aanbevelingen gepresenteerd die niet doelgroep-specifiek zijn.

Beantwoording onderzoeksvragen

De onderzoeksvragen die in dit rapport beantwoord zijn:

1. Hoe kunnen we de bewoners die nooit of bijna nooit fietsen, opdelen in verschillende doelgroepen om fietsen gericht te kunnen stimuleren?
2. Welke drijfveren en belemmeringen ervaren bewoners die nooit of bijna nooit fietsen?
3. Welke gedragsinterventies kunnen ingezet worden om fietsen te stimuleren in deze doelgroep?

We hebben deze onderzoeksvragen per gekozen doelgroep beantwoord.

Doelgroep 3: De fietssafari en buurtfietsenstalling

Deze doelgroep bestaat voornamelijk uit vrouwen van 40 jaar en ouder, die voornamelijk in stadsdeel Zuidwest wonen, met een concentratie in de wijk Moerwijk. De groep heeft een gemengde culturele achtergrond, zowel Nederlands als niet-Nederlands. Ongeveer de helft van deze vrouwen fietst helemaal niet, terwijl de andere helft slechts af en toe de fiets gebruikt. Hun houding ten opzichte van fietsen is gematigd positief: zij ervaren het als gezond, maar voelen zich vaak onvoldoende veilig op de fiets. Veel van de niet-fietsers beschikken bovendien niet over een eigen fiets.

Er zijn twee interventies bedacht, namelijk een om angst tegen te gaan en een andere om fietsbezit te stimuleren. De **fietssafari** is bedoeld om angst te verminderen: in een gezamenlijke tocht met ongeveer zes bewoners en een fietscoach wordt langs veilige en groene routes gefietst in de wijk, bedoeld voor mensen die al een beetje kunnen fietsen, maar hun omgeving nog spannend vinden. Zo doen deelnemers positieve ervaringen op met fietsen in hun dagelijkse leven. Bewoners en fietscoaches zijn enthousiast over deze interventie.

Daarnaast zijn **beveiligde buurtstallingen** bedoeld om fietsbezit te stimuleren, waar bewoners verschillende soorten fietsen kunnen lenen of huren, bij voorkeur op centrale plekken zoals buurthuizen of parkeerplaatsen. Een deel van de fietsen is bedoeld voor mensen met een Ooievaarspas, zonder dat dit zichtbaar is. De fietsen krijgen een herkenbare, wijkgebonden naam, zoals *Laakfietsen* of *Moerwijkfietsen*. Bewoners en fietscoaches zijn enthousiast over deze interventie.

Doelgroep 5: Rolmodellen en directe ervaring

Deze groep bestaat voornamelijk uit mensen met een niet-westerse achtergrond. Verder zijn er geen duidelijke demografische kenmerken: leeftijd en geslacht zijn verspreid. Ongeveer de helft van deze groep fietst nooit, terwijl de andere helft slechts af en toe korte ritten maakt.

De doelgroep identificeert zich niet als 'fietser' en wil ook niet zo worden gezien, al erkennen ze wel de voordelen van fietsen voor gezondheid, milieu en betaalbaarheid. Positieve emoties bij het fietsen worden nauwelijks genoemd.

De onderzoekers en de gemeente Den Haag hebben daarom gekozen voor interventies die eerst positieve emoties rond fietsen stimuleren en daarna de fietseridentiteit versterken.

De eerste interventie richt zich op het inzetten van **rolmodellen en sleutelfiguren in de wijk** om fietsen aantrekkelijker te maken. Denk aan een fietsdag op school waarbij kinderen hun ouders enthousiasmeren, of aan het betrekken van imams, gebiedsvaders en community builders. Ook evenementen zoals het Laakfestival kunnen worden benut om invloedrijke buurtbewoners zichtbaar op de fiets te laten verschijnen. Bewoners en fietscoaches zijn enthousiast over deze interventie.

De tweede interventie richt zich op het versterken van de fietseridentiteit door bewoners het fietsen **direct te laten ervaren**. Dit gebeurt via pop-up stores, stands en opstapdagen waar mensen proefritten kunnen maken en fietsen kunnen (laten) repareren. Zo wordt fietsen op een laagdrempelige en positieve manier onderdeel van het dagelijks leven. Bewoners en fietscoaches zijn enthousiast over deze interventie.

Doelgroep 6: Samenwerking met instanties en slecht weer in een positief frame

Deze doelgroep bestaat opvallend genoeg uit voornamelijk jonge mensen, grotendeels onder de 30 jaar, met relatief veel hoogopgeleiden en een niet-westerse achtergrond. Vrijwel iedereen in deze groep fietst af en toe, maar de frequentie is laag. Hoewel zij de voordelen van fietsen erkennen en beschikken over de nodige randvoorwaarden – zoals een eigen fiets en voldoende fietservaring – vertaalt dit zich niet in regelmatig fietsgebruik.

Het gebruik van de fiets hangt sterk af van het weer, en de groep heeft over het algemeen geen uitgesproken meningen of behoeften rondom fietsen. Inertia speelt hierbij een belangrijke rol: ondanks het inzien van de voordelen en het ontbreken van grote belemmeringen, blijven ze vasthouden aan hun gewoonte om weinig te fietsen.

Om deze inertia te doorbreken, is een interventie ontwikkeld die zich richt op jonge ouders en expats. Het doel is om **via bestaande instellingen** waarmee zij veel in contact staan (zoals scholen en werkgevers) fietsen te stimuleren. Met steun van de gemeente Den Haag ontvangen deze organisaties een toolkit om gezamenlijke regels en afspraken te maken.

Voorbeelden hiervan zijn:

- Werkgevers kunnen afspreken dat medewerkers standaard cliënten bezoeken met de (e-)fiets.
- Scholen kunnen ouders een beloftekaart laten ondertekenen of besluiten geen kiss & ride-zones aan te bieden.

Door zulke collectieve afspraken wordt fietsen de vanzelfsprekende keuze. Zowel bewoners als fietscoaches reageerden positief op deze aanpak.

De tweede interventie richt zich op het aantrekkelijker maken van fietsen bij slecht weer, met ondersteuning via werkplekken en onderwijsinstellingen (MBO, HBO en universiteit). Hierbij worden **praktische voorzieningen** aangeboden, zoals het uitlenen van e-bikes, het verstrekken van regenkleding en helmen, en het inrichten van kleedruimtes met douches, droogrekken en laadpunten. Werkgevers kunnen daarnaast een fietsvergoeding aanbieden. Onderwijsinstellingen kunnen dit aanvullen met kortingen op e-Swapfietsabonnementen en kluisjes voor regenkleding. Zo wordt fietsen, ook bij slecht weer, aantrekkelijker en haalbaarder. Zowel bewoners als fietscoaches reageerden minder positief op deze aanpak dan op de andere interventies.

Extra interventies uit evaluatie

In de evaluatie en andere onderdelen van het onderzoek kwamen verschillende aanvullende interventievoorstellen naar voren naast de zes eerder beschreven ideeën. Deze zijn niet voorgelegd aan een grotere groep respondenten, maar werden wel door meerdere personen genoemd, wat wijst op een bredere gedeelde behoefte of interesse.

Fietsnietjes en stallingen

In verschillende delen van het onderzoek geven bewoners aan dat er te weinig plekken zijn om fietsen veilig vast te zetten. Hoewel er diverse ondergrondse stallingen in het centrum zijn, worden deze als onpraktisch ervaren door ouderen en ouders met jonge kinderen — vooral vanwege de trappen en gladde vloeren.

Belangrijkste bevindingen en suggesties:

- Tekort aan fietsnietjes in de straten. Hierdoor kunnen mensen hun fiets niet met een extra slot vastzetten.
 - Plaats fietsnietjes bij scholen, tramhaltes en ander openbaar vervoer, om bewoners te stimuleren de auto te laten staan en (ook bij slecht weer) de fiets te combineren met het ov.
 - Uit een interview met een expert bleek dat bewoners zelf fietsnietjes kunnen aanvragen bij de gemeente, maar dat dit in de praktijk weinig gebeurt. Uit gesprekken met bewoners komt naar voren dat hier verschillende drempels worden ervaren: veel bewoners weten niet dat deze mogelijkheid bestaat, weten niet hoe ze een aanvraag moeten doen of vinden het proces te omslachtig. Daarom wordt aanbevolen dat de gemeente hierin een actievere rol neemt door bewoners beter te informeren en proactief te voorzien in de behoefte aan fietsnietjes, bijvoorbeeld door deze standaard in alle straten te plaatsen.
- Diefstalpreventie: Angst voor fietsdiefstal zorgt ervoor dat sommige bewoners geen (nieuwe) fiets kopen.
- Toegankelijkheid: Fietsnietjes zijn handig voor bezoekers en voor korte stops, zoals boodschappen doen. Voor ouderen is het bovendien moeilijk om een fiets naar beneden of boven te tillen in kelderboxen.
- Beveiligde fietsenstallingen of koepels kunnen extra veiligheid bieden:
 - Toegang via code of sleutel voor bewoners.
 - Speciaal geschikt voor elektrische of duurdere fietsen.
 - Bescherming tegen regen en vandalisme.

- Wel is voldoende ruimte nodig, gezien de vele geparkeerde auto's en smalle stoepen.

Mobiele fietsenmaker

In sommige wijken is volgens bewoners geen fietsenmaker aanwezig, waardoor kapotte fietsen vaak ongebruikt in schuren blijven staan.

Voorstellen uit de evaluatie:

- Een mobiele fietsenmaker die op vaste dagen door de wijk rijdt of aanwezig is bij buurtcentra, moskeeën of multiculturele evenementen.
- Deze fietsenmaker kan betaald worden vanuit een gemeente- of wijkbudget, zodat bewoners hun fiets tegen een vaste lage prijs of gratis kunnen laten repareren.
- Dit verlaagt de drempel voor bewoners, vooral omdat fietsenmakers in de omgeving vaak te ver weg of te duur zijn.

Huidige interventies en toevoegingen

Fietslessen

Deze interventies worden als zeer belangrijk beschouwd door bewoners en sport- en fietscoaches, en de behoefte eraan komt in meerdere onderdelen van het onderzoek naar voren. De fietslessen kunnen verder worden versterkt door uitbreidingen zoals fietssafari's, gevorderdenlessen en gezamenlijke fietsuitjes. Hiervoor is wel goede coördinatie en samenwerking met buurtinitiatieven nodig.

De fietscoaches spelen hierin al een actieve rol, maar zouden kunnen profiteren van extra betaalde menskracht om de organisatie structureel en goed verbonden uit te voeren. Een belangrijk voordeel van de fietslessen en bijbehorende activiteiten is dat ze gemakkelijk in de wijk kunnen worden ingebed, een sociale norm rond fietsen helpen creëren (door de zichtbaarheid van fietsers), positieve associaties versterken (door het plezier van gezamenlijke activiteiten) en flexibel verschillende drempels kunnen aanpakken op basis van lokale behoeften.

Daarnaast kunnen fietscoaches deelnemers ondersteunen bij de aanschaf of het lenen van een fiets, en hen wijzen op bestaande mogelijkheden en programma's. Daarvoor is het wel belangrijk dat zij onderling goed verbonden zijn en op de hoogte van wat er in de wijk wordt aangeboden.

Verkeersveiligheid

Veel bewoners maken zich zorgen over de verkeersveiligheid van fietsers, met name bij drukke of gevaarlijke kruispunten. Zij stellen maatregelen voor zoals meer verkeerscontroles, verkeersregelaars en een structurele aanpak van onveilige kruispunten, waarbij fietsers vaker voorrang krijgen.

De gemeente heeft al verschillende projecten gepland om de wegingdeling veiliger te maken voor fietsers. Daarbij is het belangrijk om niet alleen de objectieve veiligheid te verbeteren, maar ook aandacht te besteden aan de subjectieve veiligheid: hoe ervaren fietsers het verkeer, en welke aanpassingen geven hen daadwerkelijk een veiliger gevoel?

Om dit goed in kaart te brengen, kunnen medewerkers die verantwoordelijk zijn voor de fysieke inrichting van wegen samenwerken met collega's met een psychologische achtergrond, zodat zowel de technische als de gedragsmatige aspecten worden meegenomen.

Evenementen voor de doelgroep 20 t/m 35 jaar

Er bestaan al verschillende interventies die zich richten op kinderen en ouderen, maar bewoners tussen de 20 en 35 jaar worden nog nauwelijks bereikt. Om de inertia binnen deze groep te doorbreken, is het belangrijk om aan te sluiten bij hun specifieke interesses en leefwereld.

Interventie 5 en 6 spelen hierop in door zich te richten op werkgevers en hogescholen, waar veel mensen uit deze leeftijdsgroep actief zijn. Daarnaast kunnen bestaande interventies worden aangepast of uitgebreid voor deze doelgroep, zoals de reparatiezuil, een aangepaste versie van de lichtjesparade of de Wheelie-weken.

Integreren van huidige interventies in de wijken

Zoals te zien is in Appendix B: 'Interventies in Den Haag', voert de gemeente Den Haag al verschillende interventies uit. Veel van deze initiatieven vinden echter plaats in andere delen van de stad dan Zuidwest en Spoorwijk & Laakkwartier. Het is daarom aan te raden om deze interventies beter te integreren in de wijken zelf en aan te sluiten bij bestaande lokale netwerken.

Andere aanbevelingen

Evalueren van interventies

Voor gedragsinterventies is het essentieel om te evalueren — om te meten in hoeverre het gedrag daadwerkelijk is veranderd dankzij de interventie. Evaluatie geeft de gemeente inzicht in wat wel en niet werkt bij het stimuleren van gewenst gedrag. Op basis daarvan kan beleid gericht worden verbeterd en ontwikkeld op basis van bewijs in plaats van aannames. Bovendien maakt een goede evaluatie het mogelijk om middelen effectiever in te zetten en draagvlak te vergroten door aan te tonen dat interventies ook echt resultaat opleveren.

Wij adviseren in de meeste gevallen een combinatie van kwalitatieve en kwantitatieve evaluatie.

De kwalitatieve evaluatie helpt om de interventie tussentijds bij te sturen, zodat deze beter aansluit bij de doelgroep en daardoor effectiever wordt. De kwantitatieve evaluatie kan het best zo objectief en experimenteel mogelijk worden uitgevoerd, bijvoorbeeld door gedrag te observeren en gebruik te maken van

een experimentele onderzoeksopzet met een voor- en nameting en een controlegroep.

Groep arbeidsmigranten

In het onderzoek kwamen signalen naar voren dat arbeidsmigranten, met name mensen die in de kassen in het Westland werken, nog weinig gebruikmaken van de fiets. Als belangrijkste redenen noemen zij dat ze geen eigen fiets hebben — omdat ze vaak maar tijdelijk in Nederland verblijven — en dat ze dagelijks met de auto worden opgehaald om naar hun werk te gaan.

Deze groep vormt een interessante doelgroep voor toekomstige interventies, waarbij in samenwerking met werkgevers gekeken kan worden hoe zij gestimuleerd kunnen worden om vaker de fiets te nemen. Wel is het belangrijk om eerst een kleinschalig onderzoek, bijvoorbeeld in de vorm van interviews, uit te voeren om te achterhalen welke specifieke drempels deze doelgroep ervaart ten opzichte van fietsen.

Samenwerking tussen projecten/afdelingen

In de loop van het onderzoeksproject werd duidelijk dat meer samenwerking tussen verschillende projecten wenselijk is — ook tussen projecten met andere thema's — zolang deze plaatsvinden binnen dezelfde wijk. Op die manier ontstaat meer samenhang tussen initiatieven en kunnen projecten van elkaar profiteren.

Voor het motiveren van niet-fietsers is dit van groot belang, omdat fietsen vaak geen directe prioriteit heeft voor bewoners. Het onderwerp kan daarom het best gekoppeld worden aan thema's die voor hen wél relevant of belangrijk zijn, zodat het op een natuurlijke manier onderdeel wordt van hun dagelijks leven.

12. Literatuur

- Adriaanse, M. A., Gollwitzer, P. M., De Ridder, D. T., De Wit, J. B., & Kroese, F. M. (2011). Breaking habits with implementation intentions: A test of underlying processes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(4), 502-513.
- Atkins, L., & Michie, S. (2015). Designing interventions to change eating behaviours. *Proceedings of the Nutrition Society*, 74(2), 164-170.
- Baeli, V., Hichy, Z., Sciacca, F., & De Pasquale, C. (2022). Comparing the relative importance of predictors of intention to use bicycles. *Frontiers in Psychology*, 13, 840132. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.840132>
- Balk, L., van Lindert, C., & Collard, D. (2020). Doortrappen: Eindrapport vooronderzoek. Mulier Instituut.
- Bamberg, S. (2012). Understanding and promoting bicycle use – Insights from psychological research. In J. Parkin (Ed.), *Cycling and sustainability* (pp. 219-246). Emerald Publishing. [https://doi.org/10.1108/S2044-9941\(2012\)0000001011](https://doi.org/10.1108/S2044-9941(2012)0000001011)
- Bartholomew, L. Markham, C. M., Ruiters, R. A. C., Fernandez, M. E., Kok, G., & Parcel, G. S. (2016). *Planning health promotion programs : an intervention mapping approach*. Fourth edition. San Francisco (Calif.): Jossey-Bass.
- Bélanger-Gravel, A., Godin, G., & Amireault, S. (2013). A meta-analytic review of the effect of implementation intentions on physical activity. *Health psychology review*, 7(1), 23-54.
- Bopp, M., Piatkowski, D., & Campbell, M. (2018). Why we bike and why we don't. In *Bicycling for transportation: An evidence-base for communities* (Chapter 4). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-812642-4.00004-0>
- Borghese, M. M., Mammen, G., & Tremblay, M. S. (2012). Ride Forward – An evaluation of cycling in two Ottawa neighborhoods. *Research in Social Science and Humanities*, 1(2), 1516–1431. <https://uottawa.scholarsportal.info/ottawa/index.php/RISS-IJHS/article/download/1516/1431/>

- Bourke, M., Craike, M., & Hilland, T. A. (2019). Moderating effect of gender on the associations of perceived attributes of the neighbourhood environment and social norms on transport cycling behaviours. *Journal of Transport & Health*, 13, 322–334. <https://doi.org/10.1016/j.jth.2019.02.004>
- Bowles, H. R., Rissel, C., & Bauman, A. (2006). Mass community cycling events: Who participates and is their behaviour influenced by participation? *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 3, 1-7. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-3-39>
- Chatterjee, H., Camic, P. M., Lockyer, B., & Thomson, L. J. M. (2014). Partnership for health: The role of cultural and natural assets in public health. In *Connecting museums: Social prescribing, natural and cultural capital* (pp. 135-154). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351036184-8>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2022, 10 februari). *Onderweg in Nederland (ODiN) 2018-2020: eindrapportage heroplevingen*. <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/rapportages/2022/onderweg-in-nederland--odin---2018-2020>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2023, 5 juli). *Onderweg in Nederland (ODiN) 2022*. CBS. <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/rapportages/2023/onderweg-in-nederland--odin---2022-onderzoeksbeschrijving>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (z.d.). *Fietsen: Verkeer en vervoer in Nederland*. CBS. <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/verkeer-en-vervoer/personen/fietsen>
- Doğru, O. C., Webb, T. L., & Norman, P. (2021). What is the best way to promote cycling? A systematic review and meta-analysis. *Transportation research part F: traffic psychology and behaviour*, 81, 144-157. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2021.06.002>
- Fietsersbond. (z.d.). *Van 2 naar 3 – Driewiel fiets*. Geraadpleegd op 17 juni 2025, van <https://www.fietsersbond.nl/de-fiets/fietssoorten/driewiel fiets/project-van-2-naar-3/>
- Forward, S. (2014). Exploring people's willingness to bike using a combination of the theory of planned behavioural and the transtheoretical model. *European Review Of Applied Psychology*, 64(3), 151–159. <https://doi.org/10.1016/j.erap.2014.04.002>

- Gemeente Den Haag. (2025, 17 maart). Cycling lessons for adults. Geraadpleegd op 15 april 2025, van <https://www.denhaag.nl/en/getting-there-and-around/cycling/cycling-lessons-for-adults/>
- Goudappel. (2018). Fietskaart voor nieuwe inwoners: Enquête onder verhuizers binnen en naar Utrecht.
- Heesch, K. C., Sahlqvist, S., & Garrard, J. (2012). Gender differences in recreational and transport cycling: A cross-sectional mixed-methods comparison of cycling patterns, drijfveers, and constraints. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 9, 106. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-9-106>
- Holmes, E., Arkesteijn, M., Knowles, K., & McKinney, T. (2024). Understanding the interactions that children and young people have with their natural and built environments: A survey to identify targets for active travel behaviour. *PLOS ONE*, 19(2), e0311498. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0311498>
- Hull, A., & O'holleran, C. (2014). Bicycle infrastructure: can good design encourage cycling?. *Urban, Planning and Transport Research*, 2(1), 369-406. <https://doi.org/10.1080/21650020.2014.955210>
- Roaf, E., Larrington-Spencer, H. & Lawlor, E. R. (2024). Interventions to increase active travel: A systematic review. *Journal of Transport & Health*, 24, 101106. <https://doi.org/10.1016/j.jth.2024.101106>
- Lee, K., & Sener, I. N. (2023). E-bikes toward inclusive mobility: A literature review of perceptions, concerns, and barriers. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 19, 100874. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2023.100874>
- Logan, G., Connell, H., Somers, C., & Baker, G. (2022). Development and optimisation of a multi-component workplace intervention to increase cycling for the Cycle Nation Project. *Frontiers in Sports and Active Living*, 4, 857554. <https://doi.org/10.3389/fspor.2022.857554>
- Luton, J. (2008). *Bike to Work Week – A case study in successful behaviour change*. Pedestrian and Bicycle Information Center. <https://www.pedbikeinfo.org/CMS/downloads/ENC.BiketoWorkWeek.pdf>
- Martens, K. (2004). Bicycle lessons, activity participation and empowerment. *Case Studies on Transport Policy*, vol2(89-95).

- Melman, M., van der Heijden, J., Huiberts, I., Derix, N., van Gorp, M. & Krul, I. (2025). Monitor Doortrappen 2024, *Mulier Instituut*.
- Michie, S., Atkins, L., & West, R. (2014). The behaviour change wheel: a guide to designing interventions (Vol. 26, p. 146).
- Michie, S., Van Stralen, M. M., & West, R. (2011). The behaviour change wheel: a new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation science*, 6(1), 42. <https://doi.org/10.1186/1748-5908-6-42>
- Mobycon. (2022, oktober 21). *Onderzoek 'Feiten en cijfers – Fietsen voor Iedereen'* (rapport opgemaakt in opdracht van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat). Delft: Mobycon. <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/fiets/documenten/rapporten/2022/10/21/onderzoek-feiten-en-cijfers-fietsen-voor-iedereen>
- Motivaction (2019). *Speelruimte voor Den Haag: Stimuleren van duurzame mobiliteit met mobiliteitsstijlen – Mobiliteitsstijlenonderzoek Den Haag* (in opdracht van Gemeente Den Haag). Amsterdam: Motivaction.
- Olsson, L. E., Friman, M., Kawabata, Y., & Fujii, S. (2021). Integrating planned behavior and stage-of-change into a cycling campaign. *Sustainability*, 13(18), 10116. <https://doi.org/10.3390/su131810116>
- Panter, J., Guell, C., Humphreys, D., & Ogilvie, D. (2019). Can changing the physical environment promote walking and cycling? A systematic review of what works and how. *Health & Place*, 58, 102161. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2019.102161>
- Peters, G.-J. . Y., & Crutzen , R. (2018). Establishing determinant relevance using CIBER: An introduction and tutorial. PsyArXiv (OSF Preprints). <https://doi.org/10.31234/osf.io/5wjy4>
- Ploegmakers, H., Lagendijk, A., & Kooij, H. J. (2021). Effectiviteit van snelle fietsroutes. Een analyse van het effect op het gebruik en de vervoersmiddelkeuze.
- Porter, G. (2011). 'I think a woman who travels a lot is befriending other men and that's why she travels': mobility constraints and their implications for rural women and girls in sub-Saharan Africa. *Gender, place and culture*, 18(01), 65-81.

- Rijkswaterstaat, Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. (n.d.). Factsheet: E-bike probeeraanbod.
- Roaf, E., Larrington-Spencer, H., & Lawlor, E. R. (2024). *Interventions to increase active travel: A systematic review*. *Journal of Transport & Health*, 38, 101860. <https://doi.org/10.1016/j.jth.2024.101860>
- Roozen, R.P.C. & van Maaren, F.M. (2015). Impactmeting Fietslessen – Onderzoeksrapport. *Labyrinth onderzoek & advies*.
- Savan, B., Cohlmeier, E., & Ledsham, T. (2017). Integrated strategies to accelerate the adoption of cycling for transportation. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 101, 252–266. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2017.05.010>
- Tour de Force. (2022). *Nationaal Toekomstbeeld Fiets 2040*. Fietsberaad. <https://fietsberaad.nl/getmedia/a148bc54-32cf-4560-a5bd-a45639f68b20/Nationaal-Toekomstbeeld-Fiets-2040-Digitaal.pdf.aspx?ext=.pdf>
- Van der Kloof, A., & Bronsvort, K. (2022). *Feiten en cijfers: Fietsen voor iedereen*. Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, Directie Duurzame Mobiliteit, Team Actieve Mobiliteit.
- van Wijk, M. (2022). Evaluation report: Shared bicycles in the Province of Overijssel. Deelfiets Nederland.
- Veilig Verkeer Nederland & Motivaction. (2017). *Fietsgedrag: Nieuwe Nederlanders*. Fietsberaad. https://www.fietsberaad.nl/getmedia/6b7d406d-0444-4190-b028-9b78cf5d21d1/Z8723_VVN_rapportage_Motivaction_-_Fietsgedrag_Nieuwe_Nederlanders_15-9-2017.pdf.aspx?ext=.pdf
- Wunsch, M., Millonig, A., Seer, S., Schechtner, K., & Stibe, A. (2016). Challenged to bike: Assessing the potential impact of gamified cycling initiatives. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/291351902_Challenged_to_Bike_Assessing_the_Potential_Impact_of_Gamified_Cycling_Initiatives

Appendix A niet-gekozen groepen clustering

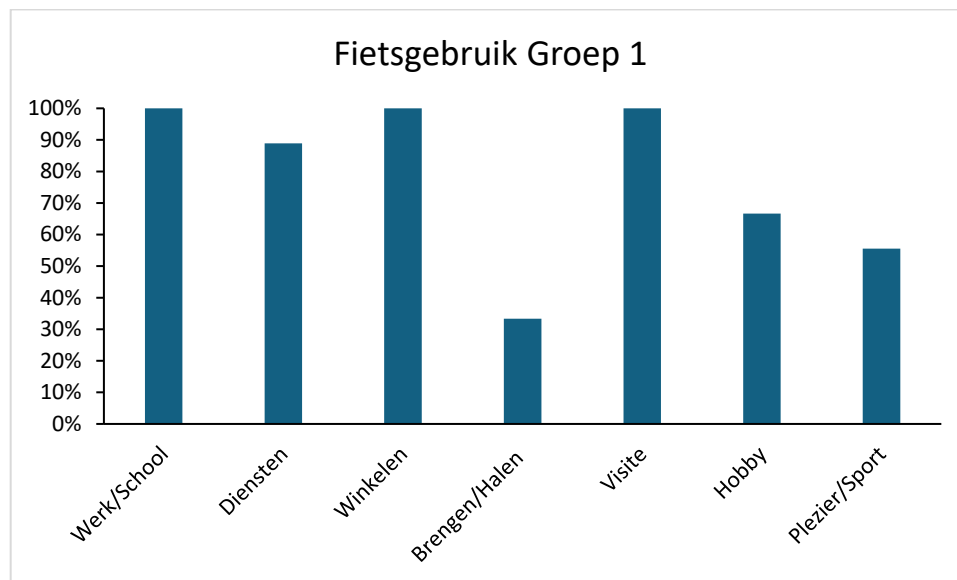
Beschrijving Groep 1

Samenvatting

Deze groep bestaat volledig uit mensen die **regelmatig fietsen**, vooral **tussen de 30 en 40 jaar oud**, met een redelijk gelijke verdeling tussen mannen en vrouwen, die allen een **westerse achtergrond** hebben. Ze wonen vooral in **Laakkwartier en Spoorwijk**, en in mindere mate in Bouwlust en Vrederust, meestal alleen of met een partner en kinderen. De meesten hebben betaald werk. Hun fietsgedrag wordt gedreven door **uiteenlopende motivaties** zoals **gezondheid, gemak, gewoonte, snelheid, betaalbaarheid en sociale normen**. Ook geven ze aan dat ze vaak fietsen omdat ze **geen andere optie hebben** of **alternatieven niet kunnen betalen**. Ze vinden het weer belangrijk en benadrukken dat betere infrastructuur nodig is om vaker te fietsen.

Fietsgedrag

Binnen deze groep geven alle respondenten aan wel eens te fietsen. De gemiddelde fietsfrequentie over de verschillende doeleinden ligt rond **eenmaal per maand** ($M = 3.11$; $SD = 0.62$, waarbij 3 = een paar keer per maand). De respondenten uit groep 1 fietsen vooral voor werk of school, winkelen of visite.

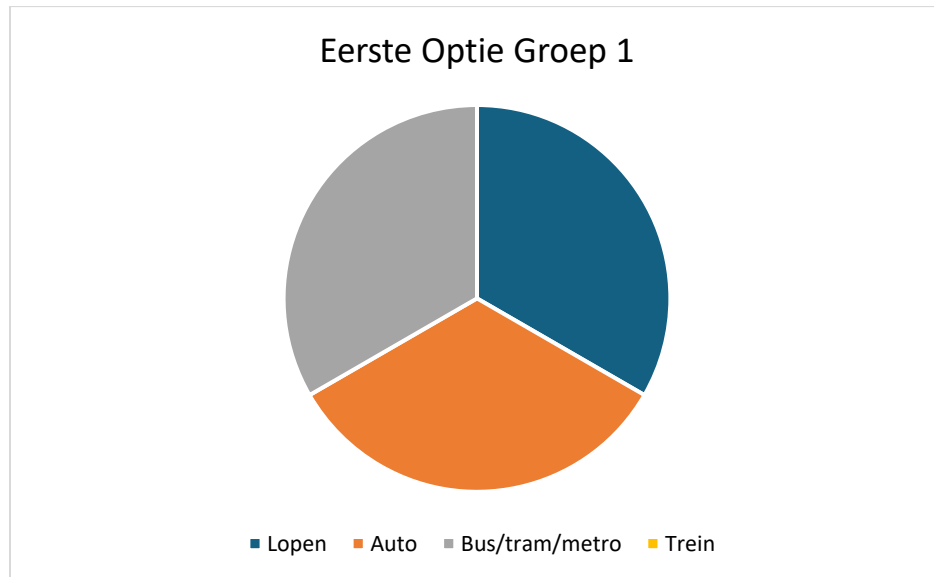


Figuur 1: Fietsgebruik per doel (in %)

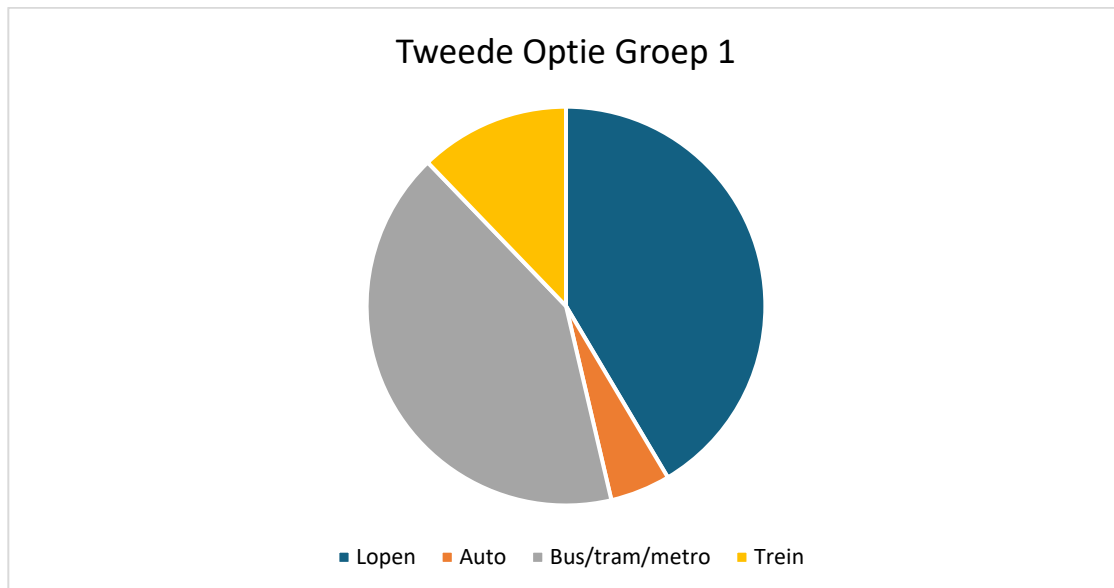
De gemiddelde score op de schaal voor fietsduur is 2,55 (waarbij 2 = 5–15 minuten en 3 = 15–30 minuten), wat betekent dat de **meeste fietsritten tussen 5 en 30 minuten** duren. Daarnaast gaven deelnemers aan dat hun maximale aaneengesloten fietstijd gemiddeld 35,6 minuten bedraagt ($SD = 9,43$), met een minimum van 20 minuten en een maximum van 45 minuten.

Alternatief vervoer

Zoals te zien in de twee grafieken hieronder zijn **lopen en de auto de meest gekozen alternatieven** in deze groep.



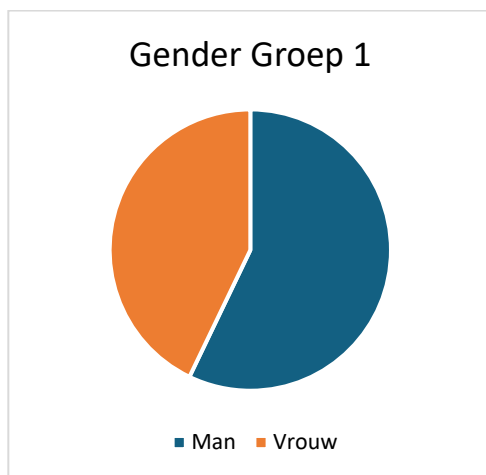
Figuur 2: Eerste keuzealternatief vervoermiddel bij geen fietsgebruik



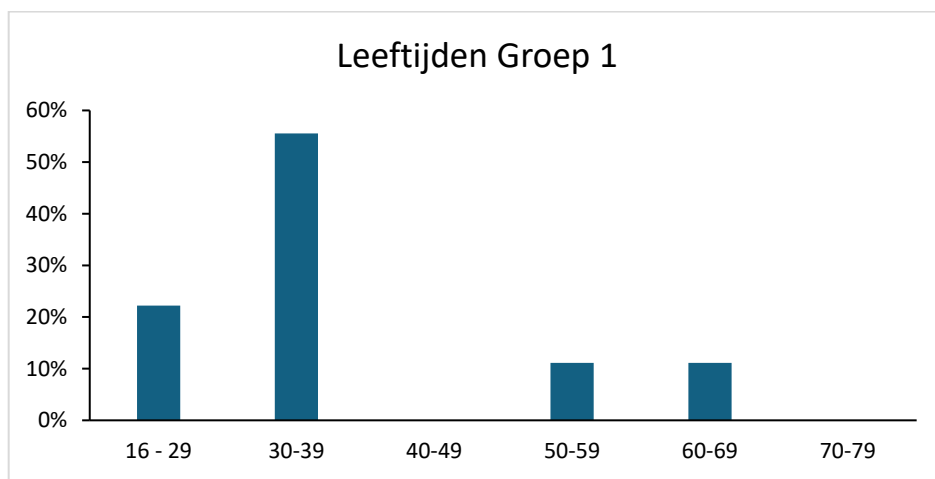
Figuur 3: Tweede keuzealternatief vervoermiddel bij incidenteel geen fietsgebruik

Kenmerken

De meerderheid van deze doelgroep is **man** (57,1%; zie Figuur 4). De gemiddelde leeftijd bedraagt 37,1 jaar (SD = 12,6), met een spreiding van 22 tot 64 jaar (zie Figuur 5). De meerderheid van de respondenten is tussen de 30 en 39 jaar. Van deze groep heeft iedereen een westerse achtergrond (zie Figuur 6).



Figuur 4: Genderverdeling onder respondenten (in gewogen %)

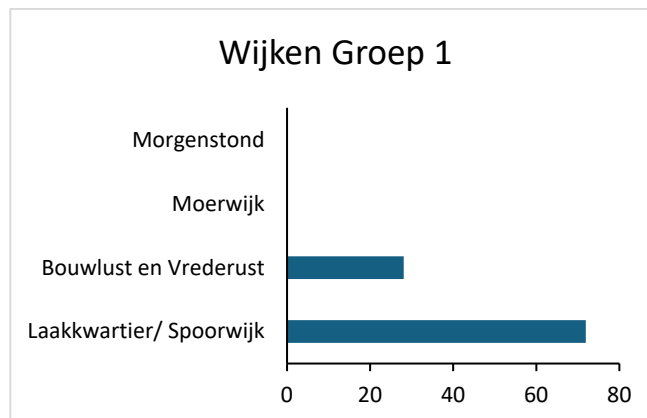


Figuur 5: Leeftijdsverdeling van de respondenten

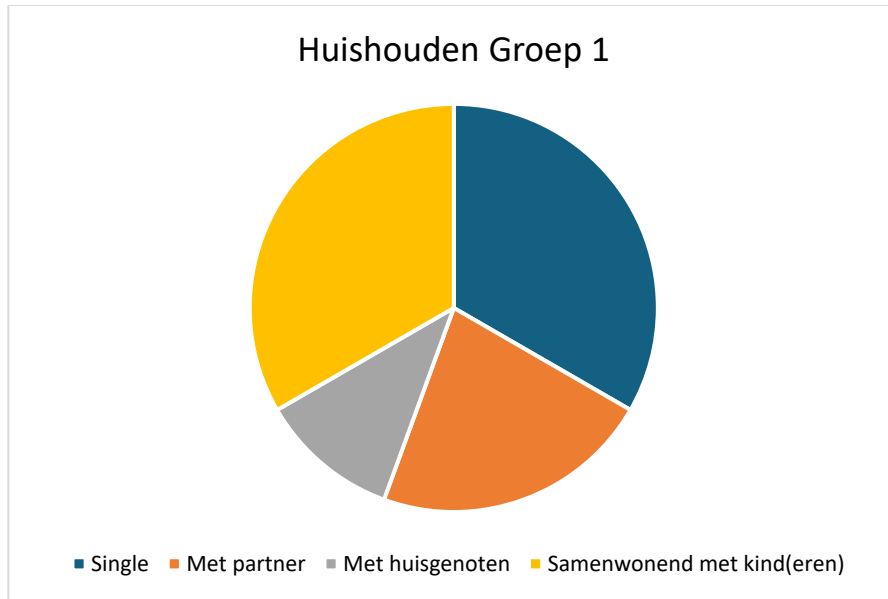


Figuur 6: Herkomst van de respondenten (in gewogen %)

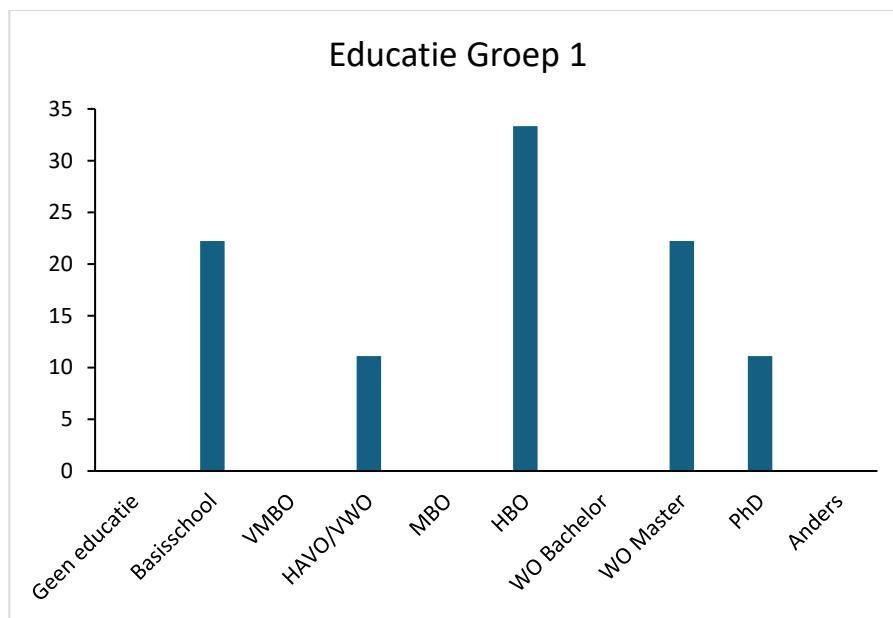
De respondenten komen grotendeels uit Laakkwartier en Spoorwijk en voor een kleiner deel uit Bouwlust en Vrederust (zie Figuur 7). De meeste deelnemers wonen alleen of met een partner en kinderen (zie Figuur 8). Opleidingsniveaus zijn gespreid (zie Figuur 9) en de meeste respondenten werken (zie Figuur 10).



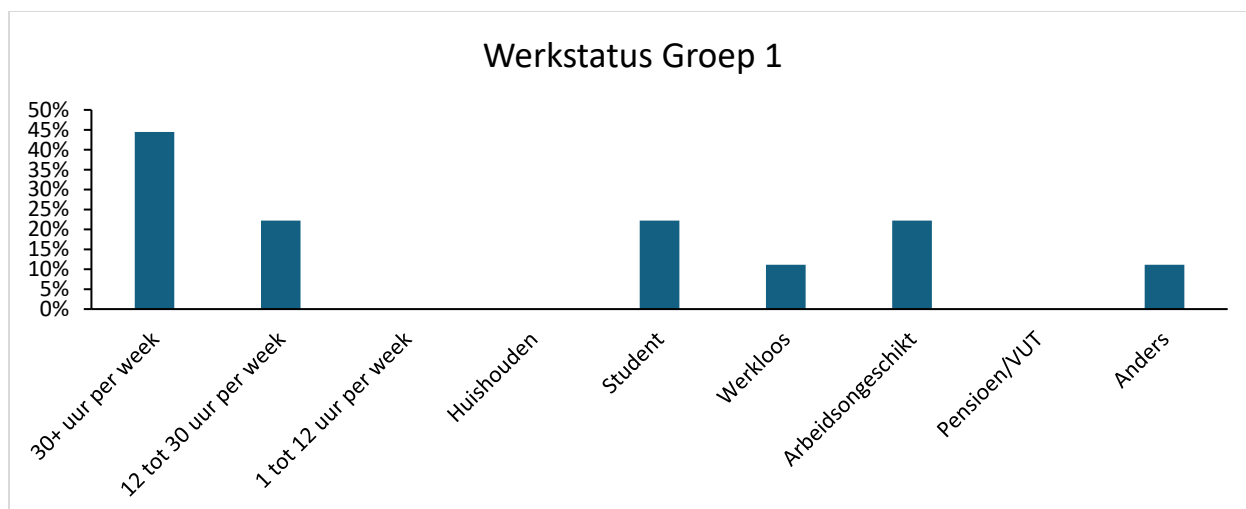
Figuur 7: Wijkverdeling onder respondenten (in gewogen %)



Figuur 8: Huishoudsamenstelling van de respondenten



Figuur 9: Verdeling van het opleidingsniveau (in %)



Figuur 10: Verdeling werkstatus (in %)

Drijfveren en belemmeringen

Binnen deze groep scoorden sommige drijfveren duidelijk hoger of lager dan anderen (zie Tabel 1). Deze groep laat een duidelijk beeld zien met verschillende drijfveren om te fietsen. Respondenten vinden het betaalbaar, gemakkelijk, snel, goed voor het milieu en gezond. Ze geven aan zich fit genoeg te voelen, fietsen als gewoonte te zien en zelfvertrouwen te hebben. In hun omgeving hebben mensen een positieve kijk op fietsen.

Item	M	SD	Range
Ik geloof dat fietsen gezond is	4,78	0,726	4-5
Ik voel me zeker over mijn capaciteiten om te fietsen	4,67	0,527	4-5
Ik geloof dat het goed is voor het milieu om te fietsen	4,56	0,707	3-5
Fietsen is de makkelijkste manier om op mijn bestemming te komen	4,44	0,707	4-5
Door te fietsen help ik files voorkomen	4,33	0,707	3-5
Fietsen is een gewoonte	4,33	0,707	3-5
Ik kan snel op mijn bestemming komen met de fiets	4,33	0,972	3-5
Fietsen is betaalbaar	4,33	0,667	3-5
Ik voel me fit genoeg om te fietsen	4,22	0,97	2-5
Hoe denken mensen om je heen over fietsen?	4,22	0,67	3-5
Ik vind het leuk als anderen me op een mooie fiets zien	1,67	0,71	1-3
Ik schaam me een beetje als anderen me zien fietsen	1,56	1,33	1-5
Mijn fietsgedrag maakt <i>niet</i> uit voor het milieu	1,33	0,50	1-2

Tabel 1: Drijfveren en belemmeringen

In de open vragen over aanvullende redenen om te fietsen, wordt vaak genoemd dat andere opties zoals de auto of het OV te duur of niet mogelijk zijn. Ook wordt er

geklaagd over de parkeermogelijkheden voor fietsen en de verdere infrastructuur. Een aantal respondenten benoemt ook het weer als factor, zowel in positieve als in negatieve zin.

Op de vraag wat nodig is om meer te fietsen geven bijna alle respondenten aan dat zij veranderingen in de infrastructuur wensen.

Beschrijving Groep 2

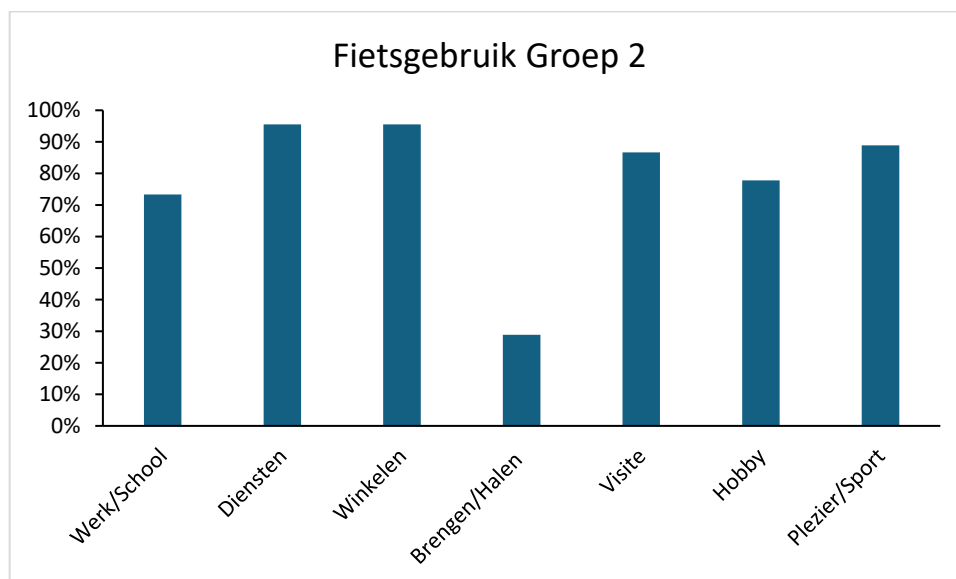
Samenvatting

Deze groep **fiest vaak** en **maakt lange ritten**. Het zijn iets vaker mannen, meestal **ouder dan 50 jaar**, die daarnaast ook graag de auto gebruiken. De meesten hebben betaald werk. Ze hebben een **positieve houding tegenover fietsen**: ze **zien zichzelf als fietsers** en doen dit vooral uit **gewoonte**. In de open antwoorden geven ze aan dat **gezondheid en snelheid** belangrijke redenen zijn om te fietsen, maar slecht weer of lichamelijke klachten hen soms tegenhouden. Om meer te fietsen, zouden verbeteringen in de infrastructuur, een (betere) fiets of toebehoren en meer tijd helpen.

Fietsgedrag

Binnen deze groep geeft 2.2% aan nooit te fietsen. Van degenen die wel fietsen, ligt de gemiddelde fietsfrequentie over de verschillende doeleinden rond **eenmaal per week** (M = 3.49; SD = 0.82, waarbij 3 = een paar keer per maand en 4 = een paar keer per week).

Respondenten uit groep 2 die wel fietsen, doen dit vooral voor diensten (kapper, apotheek etc.), winkelen en voor hun plezier.

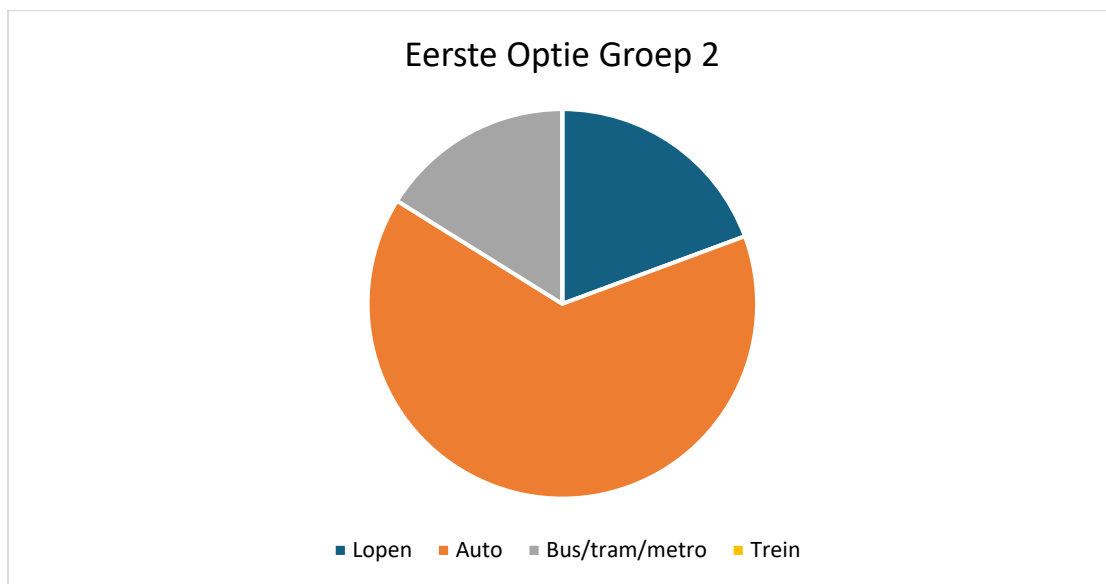


Figuur 11: Fietsgebruik per doel (in %)

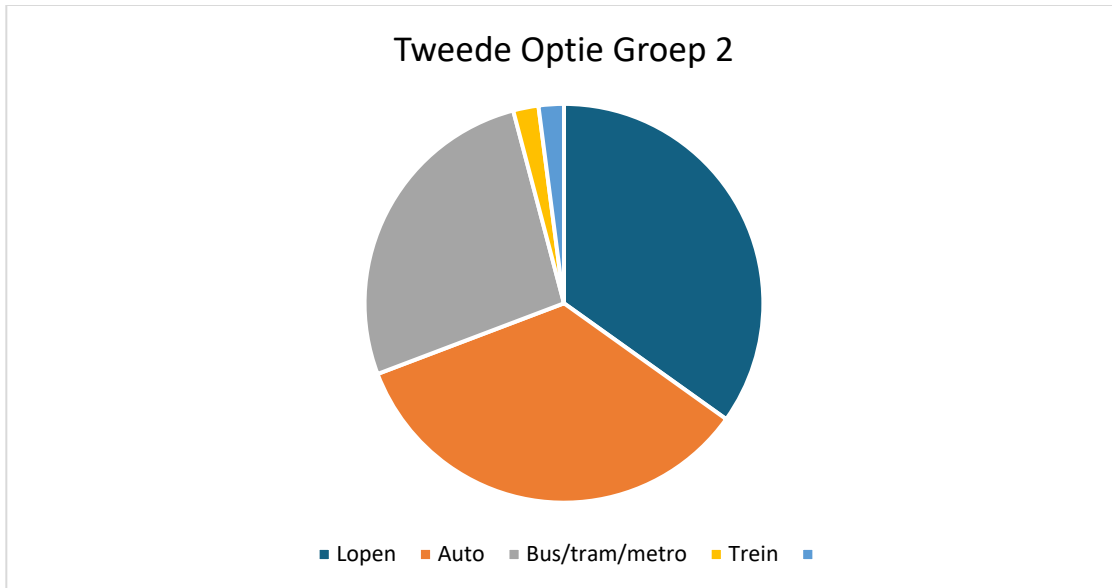
De gemiddelde score op de schaal voor fietsduur is 2,99 (waarbij 3 = 15–30 minuten), wat betekent dat de **meeste fietsritten tussen 15 en 30 minuten** duren. Daarnaast gaven deelnemers aan dat hun maximale aaneengesloten fietstijd gemiddeld 58,8 minuten bedraagt (SD = 33,0), met een minimum van 15 minuten en een maximum van 120 minuten.

Alternatief vervoer

Zoals te zien in de twee grafieken hieronder is de **auto het meest gekozen alternatieve vervoermiddel** voor de fiets binnen deze groep. Daarnaast loopt een deel van de doelgroep en wordt ook het OV gebruikt.



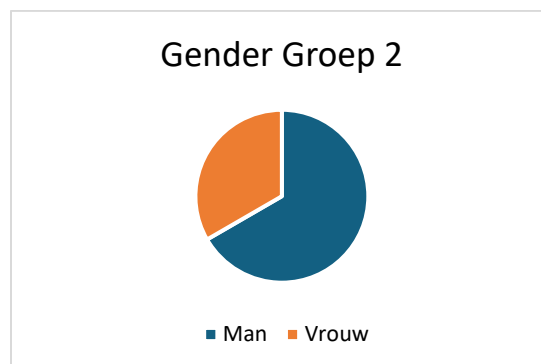
Figuur 12: Eerste keuzealternatief vervoermiddel bij geen fietsgebruik



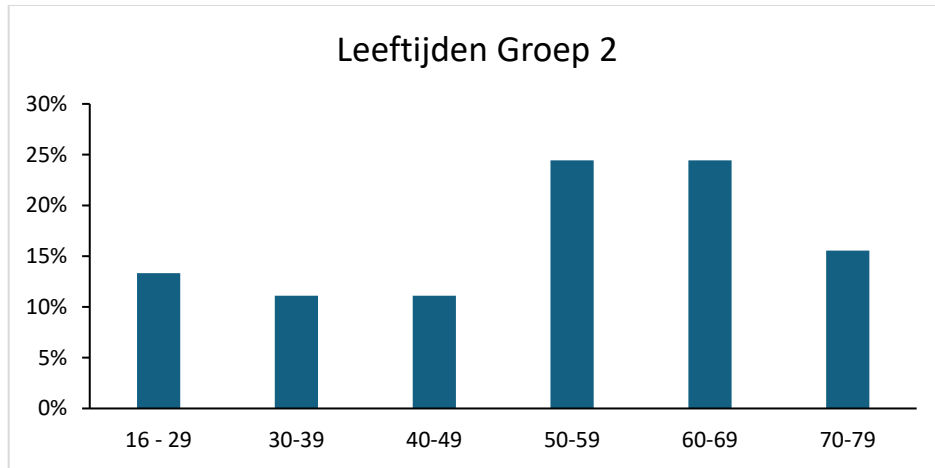
Figuur 13: Tweede keuzealternatief vervoermiddel bij incidenteel geen fietsgebruik

Kenmerken

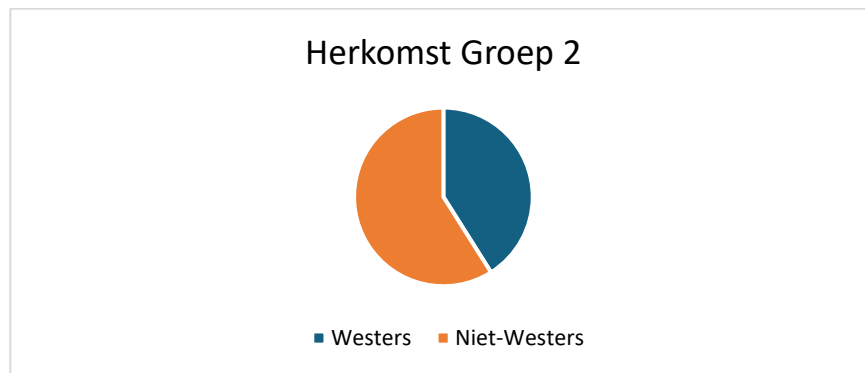
De meerderheid van deze doelgroep is **man** (66,6%; zie Figuur 14). De gemiddelde leeftijd bedraagt 52,47 jaar (SD = 16,0), met een spreiding van 21 tot 79 jaar (zie Figuur 15). De meerderheid van de respondenten is 50+. Binnen deze doelgroep heeft 42,1% een westerse achtergrond en 58,9% een niet-westerse achtergrond (zie Figuur 16).



Figuur 14: Genderverdeling onder respondenten (in gewogen %)

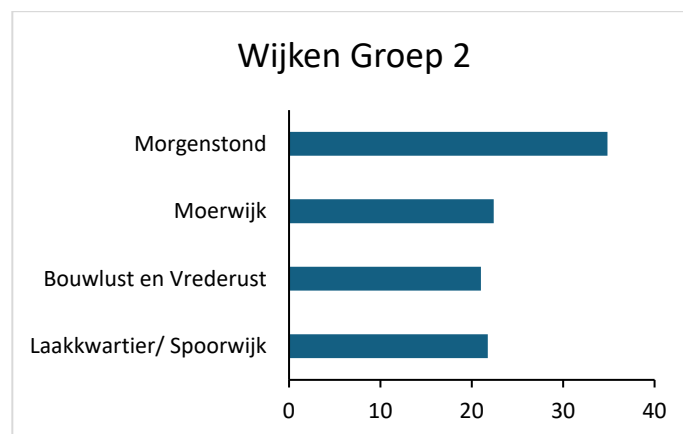


Figuur 15: Leeftijdsverdeling van de respondenten

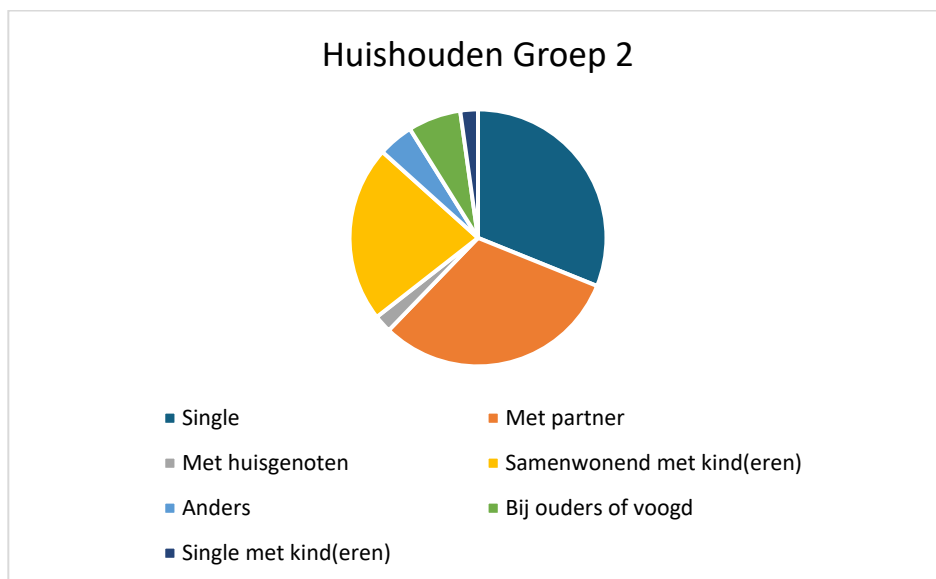


Figuur 16: Herkomst van de respondenten (in gewogen %)

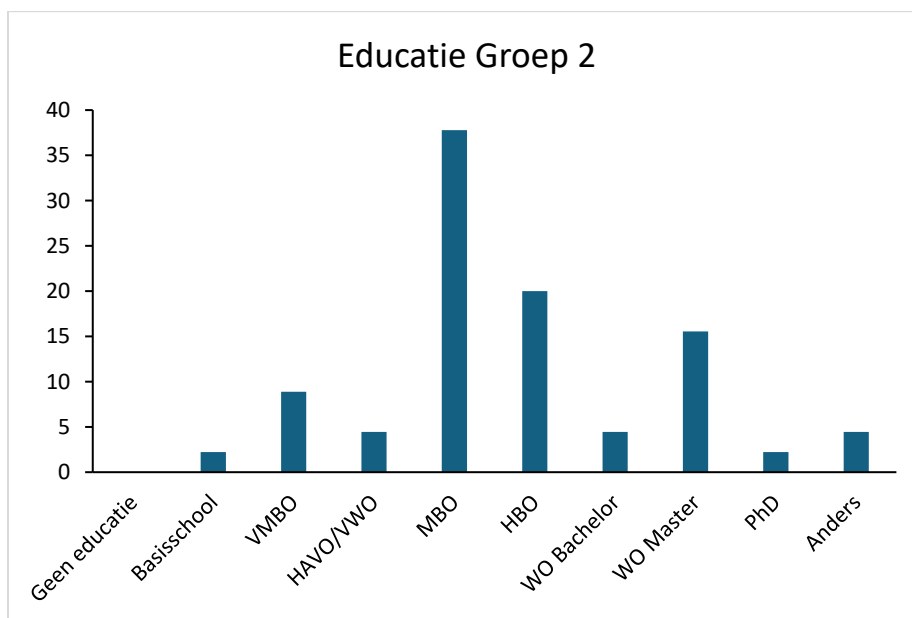
De respondenten komen uit alle vier de wijken, waarvan de meerderheid uit Morgenstond (zie Figuur 17). De meeste deelnemers wonen alleen of met een partner (zie Figuur 18). Ook heeft een groot deel een opleiding afgerond op mbo-niveau (zie Figuur 19). De meeste respondenten doen betaald werk (zie Figuur 20).



Figuur 17: Wijkverdeling onder respondenten (in gewogen %)

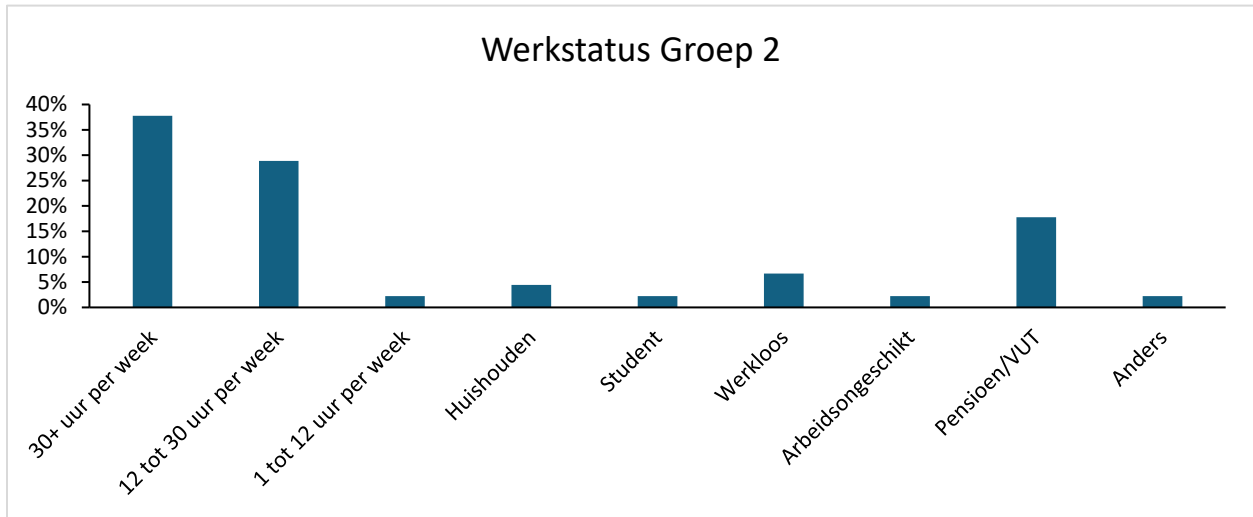


Figuur 18: Huishoudsamenstelling van de respondenten



Figuur 19: Verdeling van het opleidingsniveau (in %)

□



Figuur 20: Verdeling werkstatus (in %)

Drijfveren en belemmeringen

Binnen deze groep zijn veel drijfveren voor fietsen aanwezig (zie Tabel 2). Bestemmingen liggen niet te ver weg en respondenten voelen zich veilig op de fiets. Respondenten vinden fietsen goed voor het milieu, voorkomen van files, goed voor beweging en gezondheid, betaalbaar, snel en gemakkelijk. Zij ervaren fietsen als iets verfrissends, ontspannen en leuk en vinden het fijn om buiten te zijn. Deze groep voelt zich fietser en heeft de gewoonte om te fietsen.

Item	M	SD	Range
Ik geloof dat fietsen gezond is.	4,89	0,318	4-5
Ik heb vertrouwen in mijn eigen kunnen als het gaat om fietsen.	4,84	0,367	4-5
Fietsen is voor mij een gewoonte.	4,82	0,387	4-5
Ik vind fietsen leuk.	4,78	0,471	3-5
Ik voel me fit genoeg om te fietsen.	4,73	0,688	1-5
Fietsen is de makkelijkste manier om op mijn bestemming te komen.	4,73	0,447	4-5
Ik vind fietsen prettiger dan reizen met openbaar vervoer.	4,62	0,716	2-5
Fietsen helpt mij te ontspannen.	4,60	0,580	3-5
Ik fiets omdat ik het prettig vind om af en toe even buiten te zijn.	4,58	0,543	3-5
Met de fiets ben ik snel op mijn bestemming.	4,51	0,626	2-5
Ik geloof dat het goed voor het milieu is als ik naar mijn werk fiets.	4,51	0,757	2-5
Fietsen is een essentieel onderdeel van wie ik ben.	4,47	0,786	1-5
Fietsen is betaalbaar.	4,44	0,918	1-5
De fietsroutes rondom mijn huis zijn goed.	4,38	0,747	2-5

Ik fiets voor de lichaamsbeweging.	4,36	0,802	1-5
Als ik fiets kom ik fris aan op mijn bestemming.	4,20	0,694	2-5
Door te fietsen help ik files te verminderen.	4,18	0,936	2-5
Ik heb genoeg ruimte op mijn fiets om spullen mee te nemen.	4,09	0,949	2-5
Ik voel me veilig op de fiets.	4,02	0,965	2-5
Ik fiets soms niet, omdat ik bang ben dat mijn fiets gestolen wordt.	1,91	0,996	1-4
Ik denk dat het voor het milieu weinig uitmaakt of ik met de fiets ga of met de auto.	1,84	1,278	1-5
De plekken waar ik vaak naartoe ga, zijn te ver om te fietsen.	1,71	0,626	1-4
Ik schaam me een beetje als mensen me zien fietsen.	1,11	0,318	1-2

Tabel 2: Drijfveren en belemmeringen

In de open vragen over aanvullende redenen om te fietsen, worden vaak gezondheid en de snelheid van fietsen genoemd. Redenen om niet te fietsen zijn het weer en de fysieke staat van mensen, bijvoorbeeld door ouderdom of ziekte.

Op de vraag wat nodig is om meer te fietsen antwoorden veel respondenten dat er verbetering nodig is in de infrastructuur. Ook geven een aantal respondenten aan dat zij een (betere) fiets of benodigdheden daarvoor nodig hebben. Meer tijd hebben en mooi weer worden ook een aantal keer genoemd.

Beschrijving Groep 4

Samenvatting

Deze kleine groep **fietst vrijwel nooit**. De meerderheid is **man**, ouder dan 33 jaar, van **westerse afkomst** en woont in **Morgenstond, Laakkwartier of Spoorwijk**, meestal met een partner maar zonder thuiswonende kinderen. Ze zijn werkend of gepensioneerd. Ze ervaren **veel belemmeringen**, zoals dat ze **fietsen niet leuk of veilig vinden, liever niet bezweet willen aankomen en zichzelf geen fietser vinden**. In de open antwoorden noemen ze vooral **lichamelijke belemmeringen** en **afstand** als redenen om niet te fietsen. De voorstellen die voor hen nodig zijn om toch te gaan fietsen verschillen sterk, maar betere infrastructuur komt meerdere keren terug.

Fietsgedrag

Binnen deze groep geeft 71.4% aan nooit te fietsen. Van degenen die wel fietsen, ligt de gemiddelde fietsfrequentie over de verschillende doeleinden rond **eenmaal per jaar** (M = 1.21; SD = 0.30, waarbij 1 = (bijna) nooit en 2 = een paar keer per jaar).

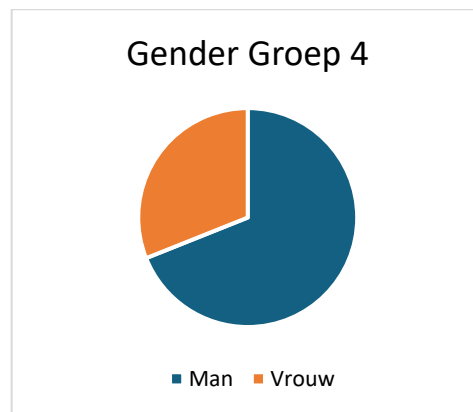
Respondenten uit groep 4 die wel fietsen, doen dit alleen naar school of werk voor 5 tot 15 minuten.



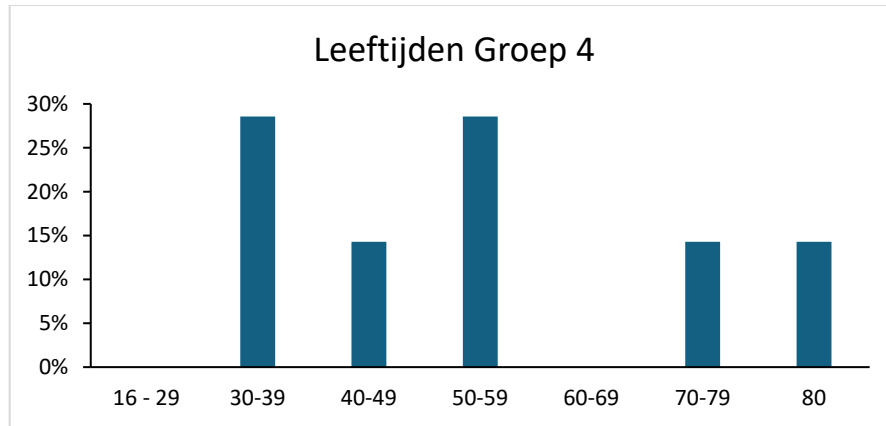
Figuur 21: Fietsgebruik per doel (in %)

Kenmerken

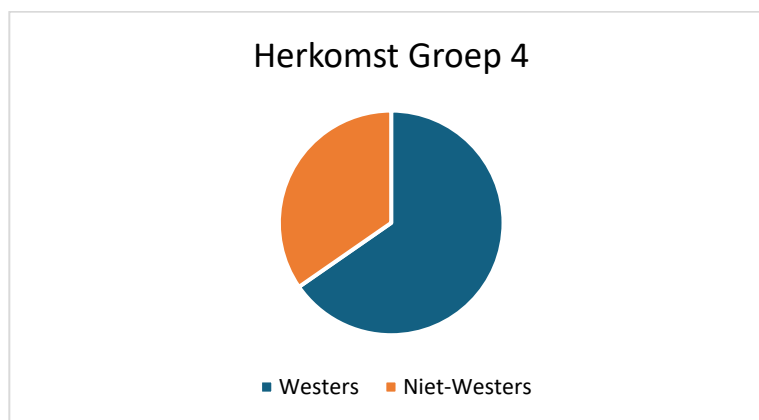
De meerderheid van deze doelgroep is **man** (69,0%; zie Figuur 22). De gemiddelde leeftijd bedraagt 53,6 jaar (SD = 19,4), met een spreiding van 33 tot 80 jaar (zie Figuur 23). Van deze groep heeft 65,3% een westerse achtergrond en 34,7% een niet-westerse achtergrond (zie Figuur 24).



Figuur 22: Genderverdeling onder respondenten (in gewogen %)

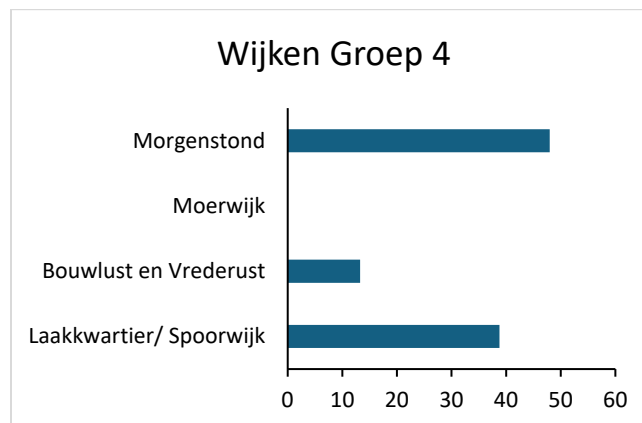


Figuur 23: Leeftijdsverdeling van de respondenten

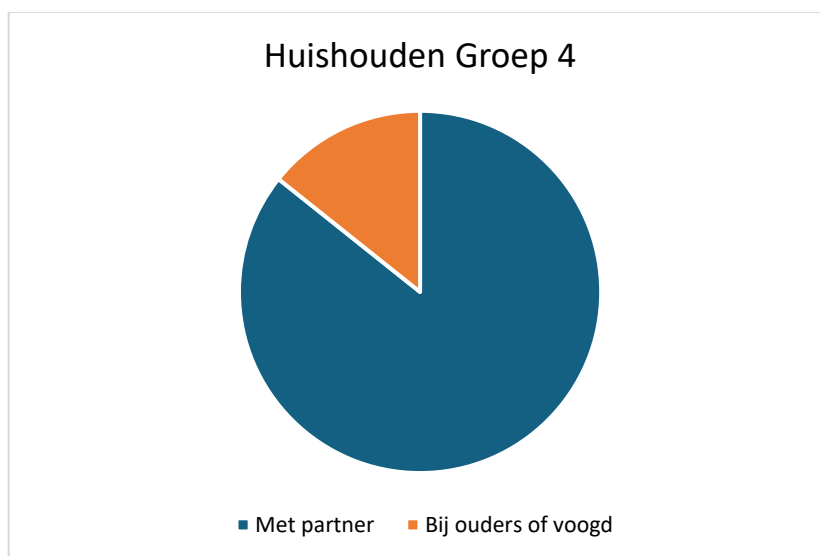


Figuur 24: Herkomst van de respondenten (in gewogen %)

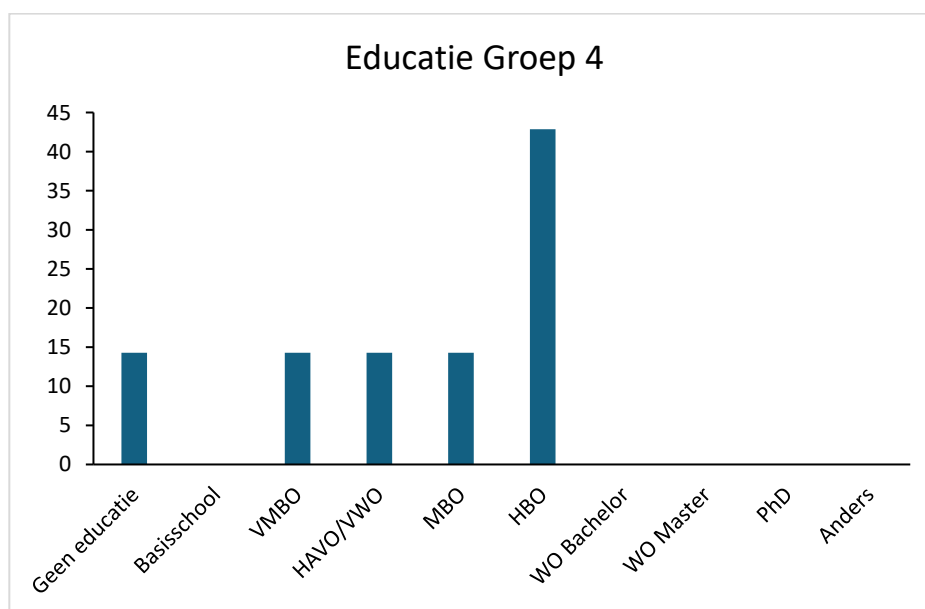
De respondenten komen vooral uit Morgenstond en uit Laakkwartier en Spoorwijk (zie Figuur 25). De meeste deelnemers wonen alleen of met een partner zonder kinderen (zie Figuur 26). Ook heeft een relatief groot deel een opleiding afgerond op hbo-niveau (zie Figuur 27) en zijn de meeste respondenten werkzaam of met pensioen (zie Figuur 28).



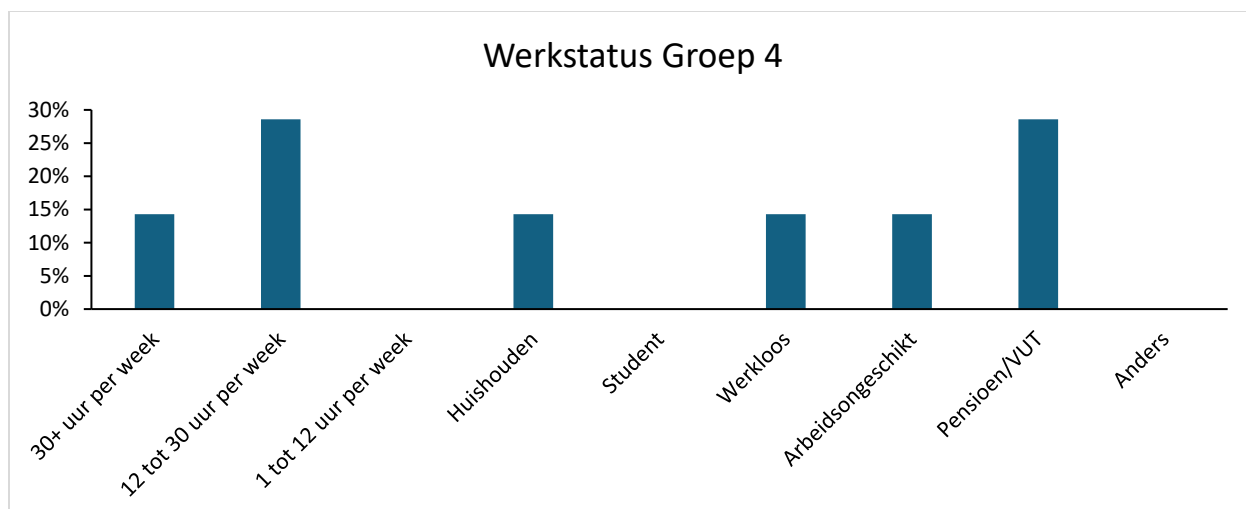
Figuur 25: Wijkverdeling onder respondenten (in gewogen %)



Figuur 26: Huishoudsamenstelling van de respondenten



Figuur 27: Verdeling van het opleidingsniveau (in %)



Figuur 28: Verdeling werkstatus (in %)

Drijfveren en belemmeringen

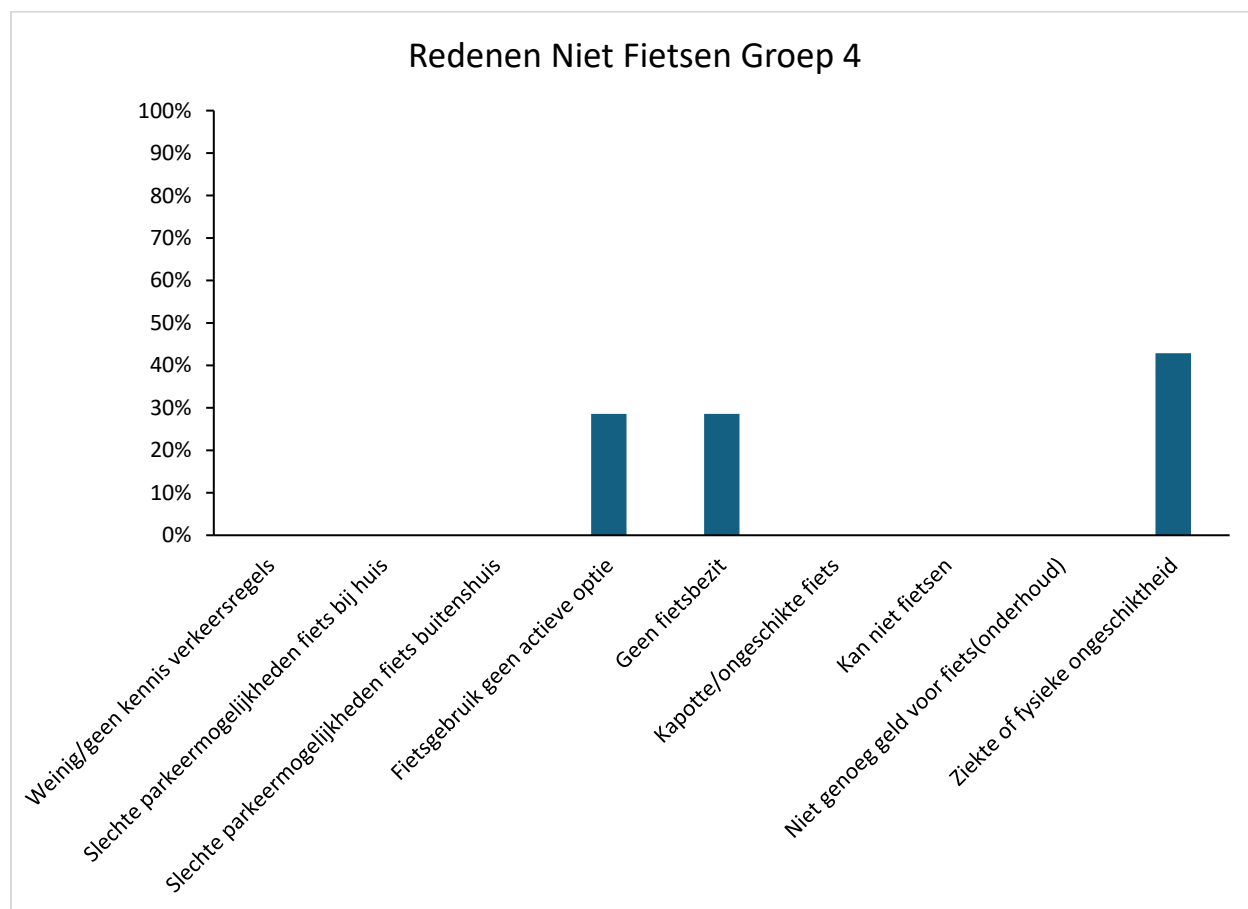
Binnen deze groep heersen veel belemmeringen voor fietsen (zie Tabel 3). Er is niet genoeg ruimte op de fiets voor spullen en bestemmingen liggen te ver. Ook vinden respondenten het niet fris om bezweet ergens aan te komen. Ze ervaren het fietsen niet als leuk of ontspannen, vinden het niet veilig en ook geen gemakkelijk vervoersmiddel. In de sociale context worden ze liever niet als fietser gezien, daar identificeren ze zich ook niet mee. Tot slot hebben ze niet de gewoonte om te fietsen.

Item	M	SD	Range
Soms neem ik een ander vervoermiddel omdat ik niet bezweet wil aankomen.	4,71	0,488	4-5
De plekken waar ik vaak naartoe ga, zijn te ver om te fietsen.	4,29	0,756	3-5
Ik fiets omdat ik het prettig vind om af en toe even buiten te zijn.	1,86	0,900	1-3
Fietsen is de makkelijkste manier om op mijn bestemming te komen.	1,86	1,574	1-5
Ik vind het leuk om als fietser gezien te worden.	1,71	0,756	1-3
Ik voel me veilig op de fiets.	1,57	0,787	1-3
Fietsen helpt mij te ontspannen.	1,57	0,976	1-3
Fietsen is een essentieel onderdeel van wie ik ben.	1,57	0,787	1-3
Ik vind het leuk als mensen mij op een mooie fiets zien.	1,43	0,787	1-3
Als ik fiets kom ik fris aan op mijn bestemming.	1,43	0,787	1-3
Fietsen is voor mij een gewoonte.	1,43	0,535	1-2
Ik vind fietsen leuk.	1,43	0,787	1-3
Ik heb genoeg ruimte op mijn fiets om spullen mee te nemen.	1,14	0,378	1-2

Tabel 3: Drijfveren en belemmeringen

Bij de open vragen werden geen aanvullende redenen om te fietsen genoemd. Wel werden fysieke belemmeringen en afstand genoemd als reden om niet te fietsen. Er wordt meermaals voorgesteld om de fietspaden te verbeteren.

Binnen de randvoorwaarden bleek dat een aantal respondenten fysiek niet in staat was om te fietsen. Ook hadden meerdere respondenten geen fiets en dachten ze er nooit over na om te gaan fietsen (zie Figuur 29).



Figuur 29: Redenen om niet te fietsen (in %)

Beschrijving Groep 7

Samenvatting

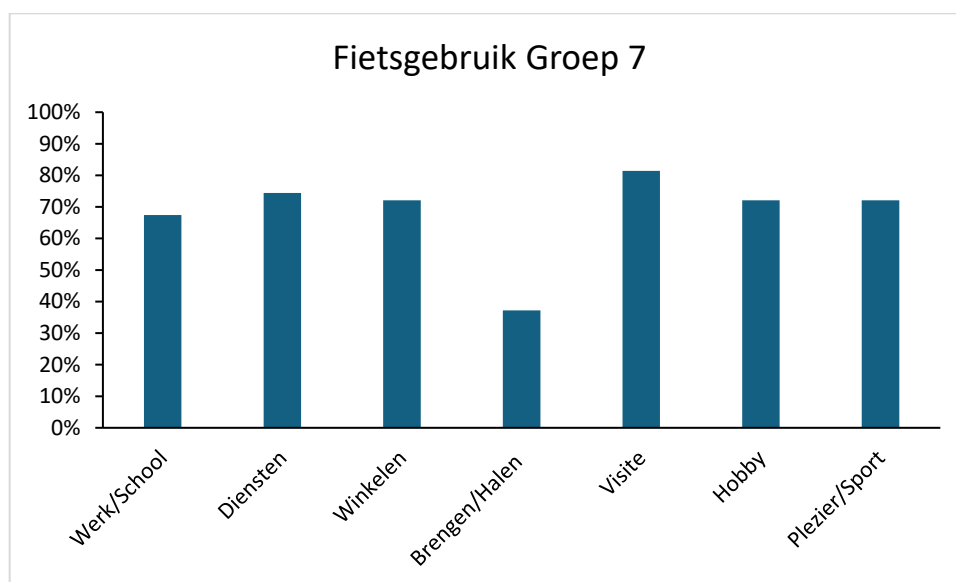
In deze groep fietst een klein deel niet, maar de rest ongeveer **wekelijks**. De leeftijden zijn gespreid, maar de meeste deelnemers zijn **tussen de 16 en 39 jaar oud** en hebben een **niet-westerse achtergrond**. Ze maken ook veel gebruik van het **OV**. De randvoorwaarden zijn op orde en ze **ervaren positieve emoties** bij het fietsen, maar hun **keuze hangt sterk af van het weer**. In de open antwoorden worden **snelheid, gezondheid en positieve emoties** als redenen genoemd om te fietsen, terwijl **slecht**

weer en gebrekkige gezondheid hen juist tegenhouden. Ze geven aan betere infrastructuur en een betere gezondheid nodig te hebben om vaker te fietsen.

Fietsgedrag

Binnen deze groep geeft 11.6% aan nooit te fietsen. Van degenen die wel fietsen, ligt de gemiddelde fietsfrequentie over de verschillende doeleinden rond **eenmaal per week** (M = 3.35; SD = 1.00, waarbij 3 = een paar keer per maand en 4 = een paar keer per week).

Respondenten uit groep 7 die fietsen, doen dit voor veel verschillende doeleinden (zie Figuur 30).

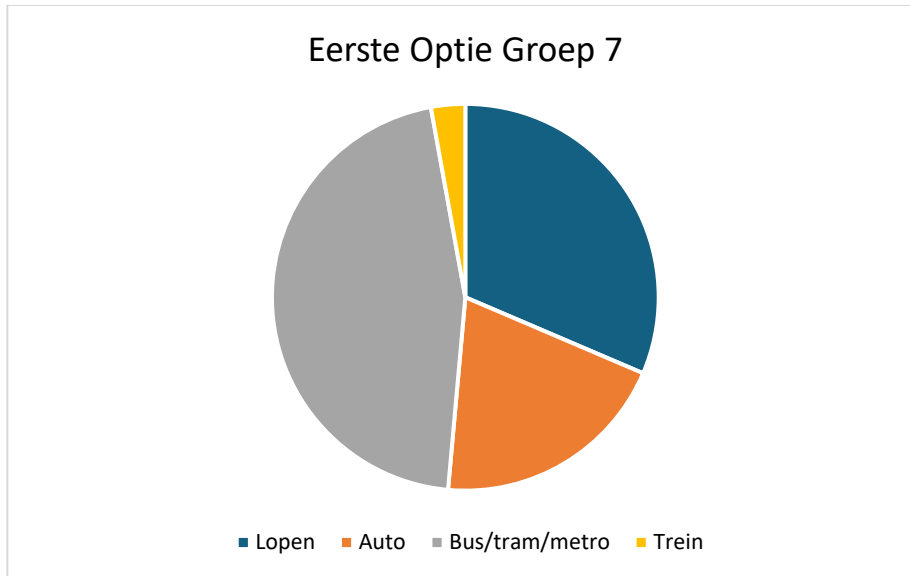


Figuur 30: Fietsgebruik per doel (in %)

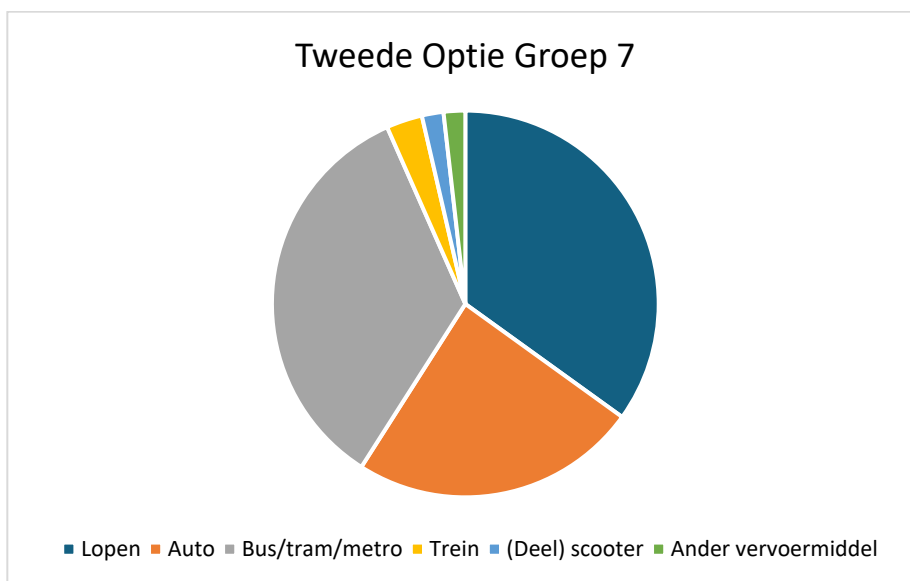
De gemiddelde score op de schaal voor fietsduur is 2.81 (waarbij 2 = 5–15 minuten en 3 = 15–30 minuten), wat betekent dat de **meeste fietsritten tussen 5 en 30 minuten** duren. Daarnaast gaven deelnemers aan dat hun maximale aaneengesloten fietstijd gemiddeld 47.8 minuten bedraagt (SD = 23.16), met een minimum van 15 minuten en een maximum van 116 minuten.

Alternatief vervoer

Zoals te zien in de twee grafieken hieronder is het **OV het meest gebruikte vervoer** in deze groep. Daarnaast loopt een deel van de doelgroep.



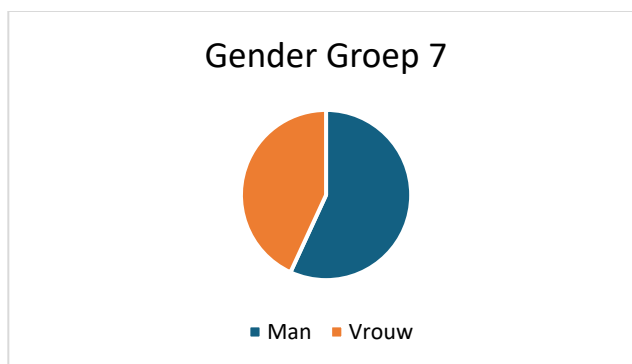
Figuur 31: Eerste keuzealternatief vervoermiddel bij geen fietsgebruik



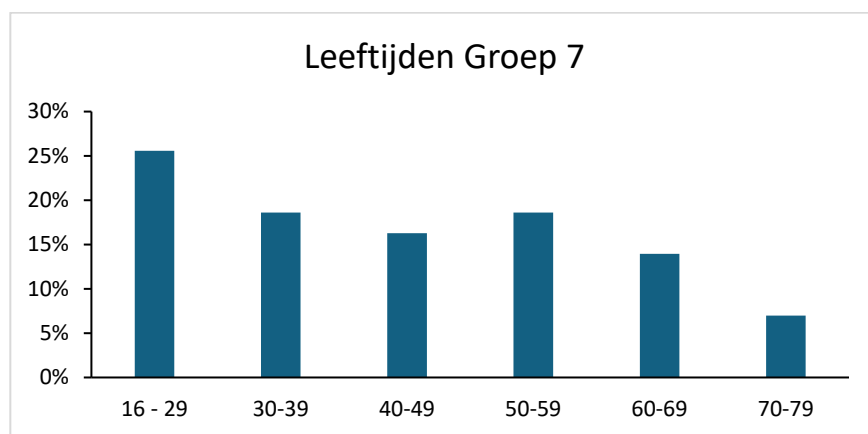
Figuur 32: Tweede keuzealternatief vervoermiddel bij incidenteel geen fietsgebruik

Kenmerken

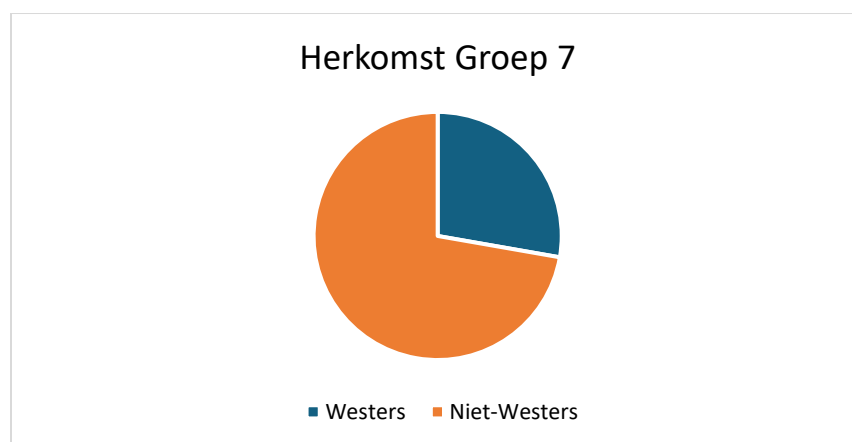
Iets meer dan de helft van deze doelgroep is **man** (56.8%; zie Figuur 33). De gemiddelde leeftijd bedraagt 43.6 jaar (SD = 16.7), met een spreiding van 16 tot 75 jaar (zie Figuur 34). Hoewel de leeftijden gespreid zijn, ligt het zwaartepunt bij de jongere populatie. Van deze groep heeft 27.8% een westerse achtergrond en 72.2% een niet-westerse achtergrond (zie Figuur 35).



Figuur 33: Genderverdeling onder respondenten (in gewogen %)

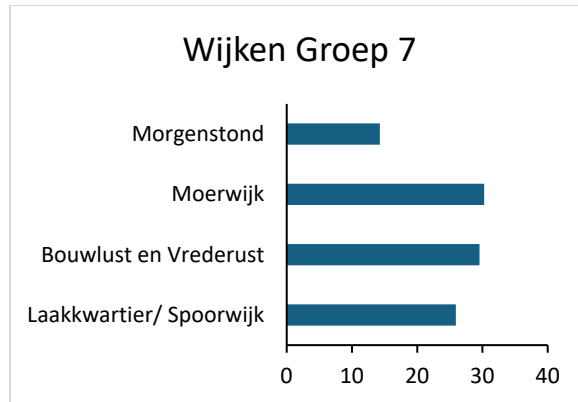


Figuur 34: Leeftijdsverdeling van de respondenten

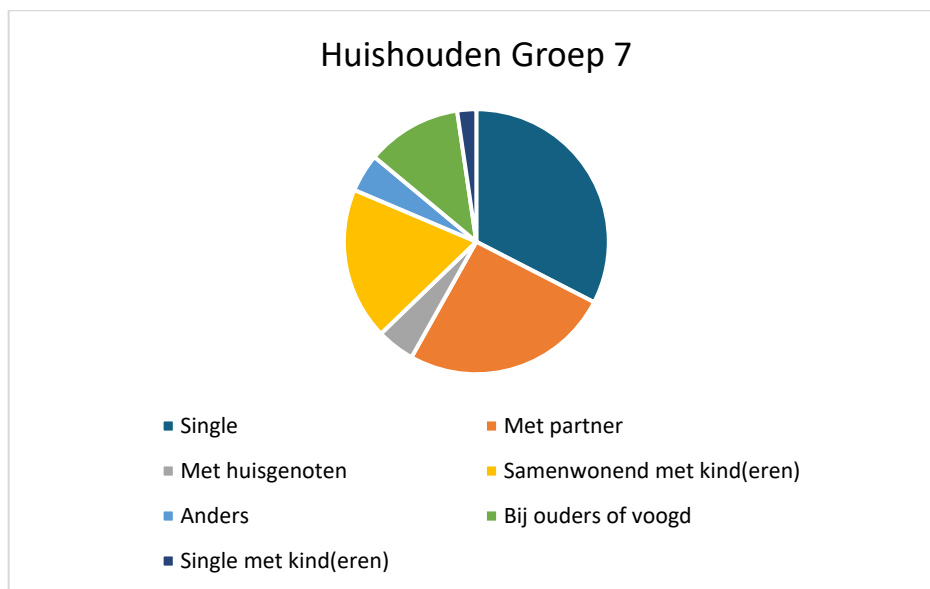


Figuur 35: Herkomst van de respondenten (in gewogen %)

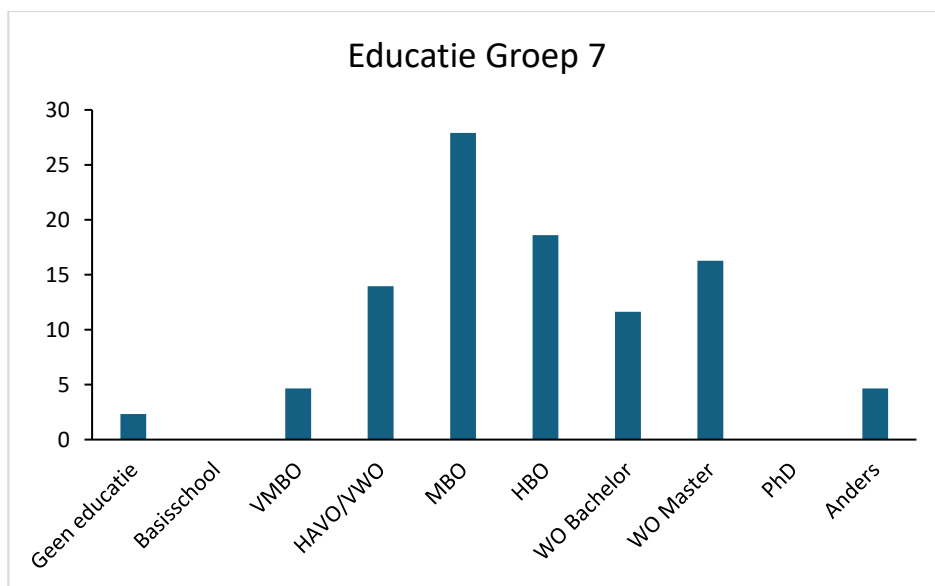
De respondenten komen uit alle vier de wijken (zie Figuur 36). De meeste deelnemers wonen alleen of met een partner zonder kinderen (zie Figuur 37). Ook heeft deze groep een relatief hoog opleidingsniveau (zie Figuur 38). De dagbesteding is gespreid, ongeveer de helft van de respondenten werkt (zie Figuur 39).



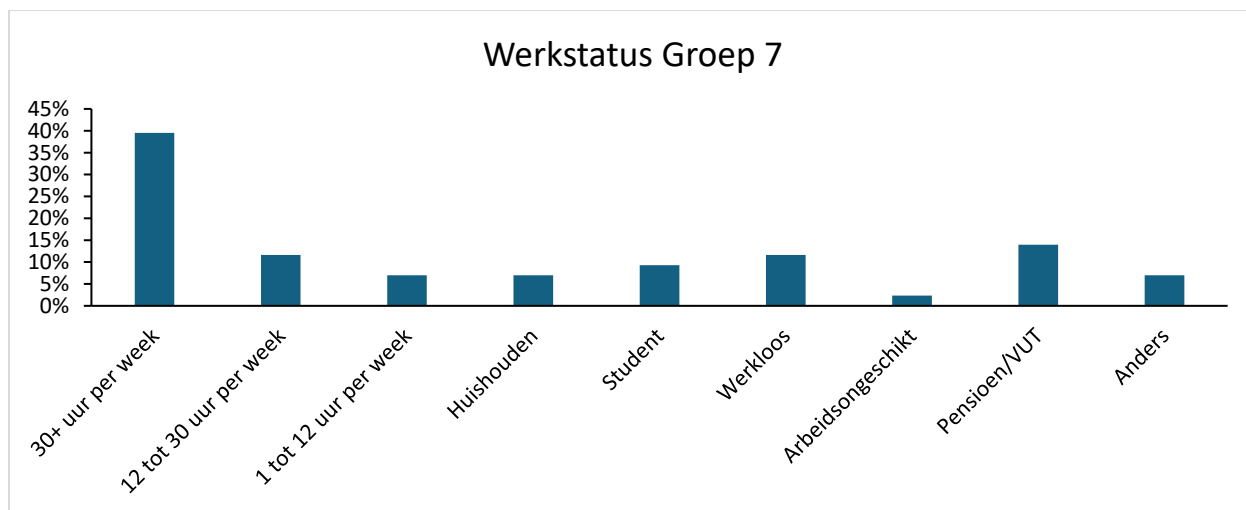
Figuur 36: Wijkverdeling onder respondenten (in gewogen %)



Figuur 37: Huishoudsamenstelling van de respondenten



Figuur 38: Verdeling van het opleidingsniveau (in %)



Figuur 39: Verdeling werkstatus (in %)

Drijfveren en belemmeringen

Respondenten geven aan dat er goede fietsroutes in de wijk zijn en dat zij snel hun bestemming kunnen bereiken. Ze ervaren over het algemeen positieve emoties tijdens het fietsen en zien duidelijk de voordelen ervan in. Ook voelen ze zich meestal fit en vaardig genoeg om te fietsen. Wel speelt het weer vaak een bepalende rol in de keuze om al dan niet de fiets te pakken.

Item	M	SD	Range
Ik geloof dat fietsen gezond is.	4,47	0,505	4-5
Ik geloof dat het goed voor het milieu is als ik naar mijn werk fiets.	4,37	0,618	3-5
Ik heb vertrouwen in mijn eigen kunnen als het gaat om fietsen.	4,26	1,026	1-5
Ik vind fietsen leuk.	4,23	0,751	2-5
Ik voel me fit genoeg om te fietsen.	4,16	0,843	2-5
Ik laat het vaak van het weer afhangen of ik ga fietsen.	4,14	0,861	2-5
Ik fiets voor de lichaamsbeweging.	4,14	0,639	2-5
Ik fiets omdat ik het prettig vind om af en toe even buiten te zijn.	4,12	0,498	3-5
Fietsen is betaalbaar.	4,12	0,793	2-5
Fietsen is de makkelijkste manier om op mijn bestemming te komen.	4,09	0,750	2-5
Fietsen helpt mij te ontspannen.	4,07	0,799	2-5
Ik vind fietsen prettiger dan reizen met openbaar vervoer.	4,05	0,754	2-5
Met de fiets ben ik snel op mijn bestemming.	4,05	0,688	2-5
De fietsroutes rondom mijn huis zijn goed.	4,05	0,754	2-5
Ik schaam me een beetje als mensen me zien fietsen.	1,60	0,849	1-5

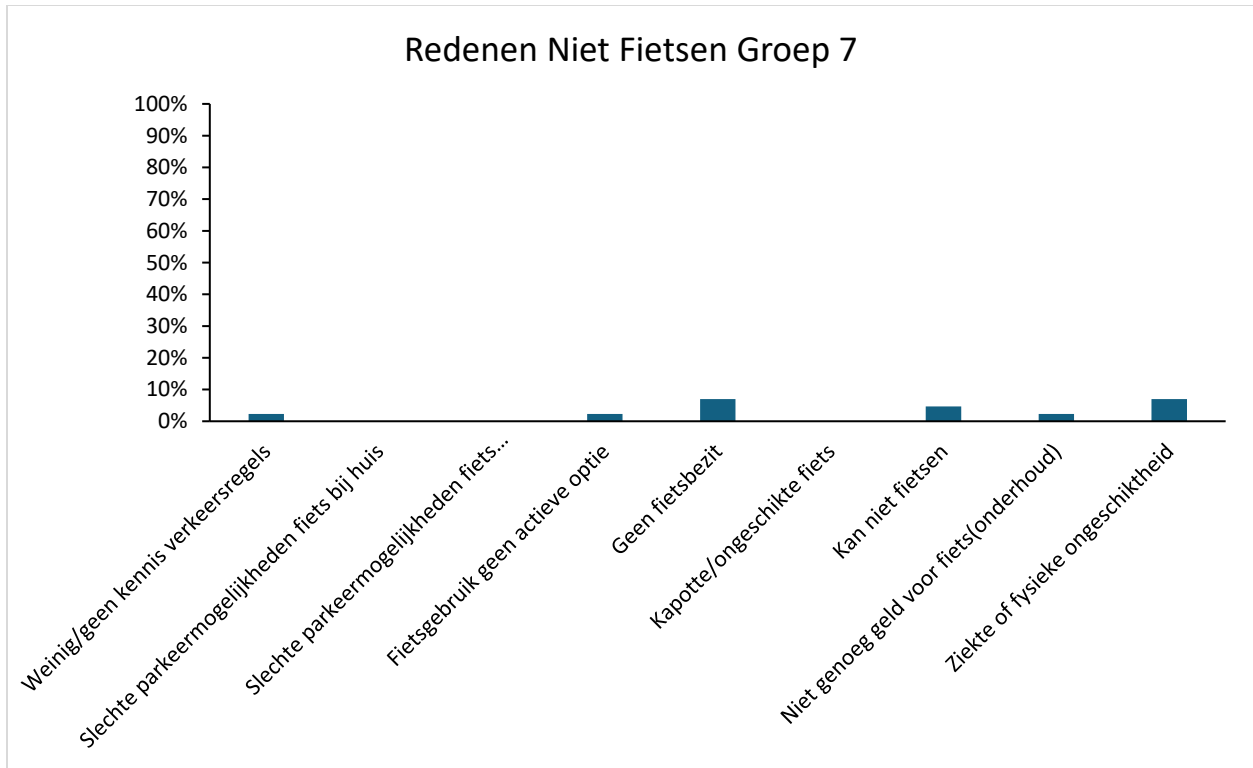
Tabel 4: Drijfveren en belemmeringen

In de open vragen werd de snelheid van de fiets het vaakst genoemd als reden om te fietsen, opgevolgd door gezondheid en positieve emoties. Parkeren bleek ook een reden te zijn om de fiets te pakken, net als gebrekkig OV en het milieu.

Het weer werd opvallend vaak genoemd als reden om niet te fietsen. Daarna werd gezondheid het vaakst genoemd, opgevolgd door gevaar en afstand.

Om respondenten te motiveren noemde een groot aantal van de respondenten verbeteringen in de infrastructuur. Daarna worden verbetering in de gezondheid, werk dichterbij, een nieuwe fiets en goede fietsenstalling genoemd.

Niet-fietsers gaven een variatie aan redenen waarom zij niet fietsen (zie Figuur 40).



Figuur 40: Redenen om niet te fietsen

Beschrijving Groep 8

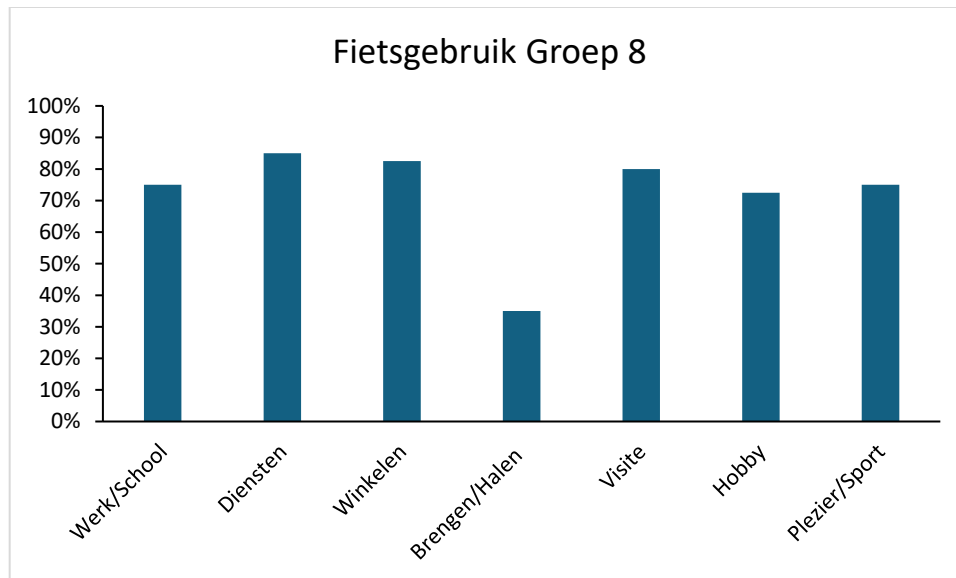
Samenvatting

Deze groep **fietst wekelijks** en bestaat voor de helft uit mensen met een westerse en voor de helft uit mensen met een niet-westerse achtergrond. De mannen-vrouwenverdeling en leeftijden zijn gemengd, en de meesten hebben werk. Ze vinden fietsen **leuk en belangrijk**, maar ervaren **onveiligheid** als belemmering. In de open antwoorden noemen ze positieve emoties, **geen auto** hebben, **gezondheid en snelheid** als redenen om te fietsen, en gevaar, **slechte infrastructuur** en **het weer** als redenen om dit niet te doen. Voor verbeteringen vragen zij vooral om betere infrastructuur, meer veiligheid en voldoende fietsenstallingen.

Fietsgedrag

Binnen deze groep geeft 7.5% aan nooit te fietsen. Van degenen die wel fietsen, ligt de gemiddelde fietsfrequentie over de verschillende doeleinden rond **eenmaal per week** ($M = 3.45$; $SD = 0.89$, waarbij 3 = een paar keer per maand en 4 = een paar keer per week).

Respondenten uit groep 8 die wel fietsen, doen dit voor veel verschillende doeleinden (zie Figuur 41).

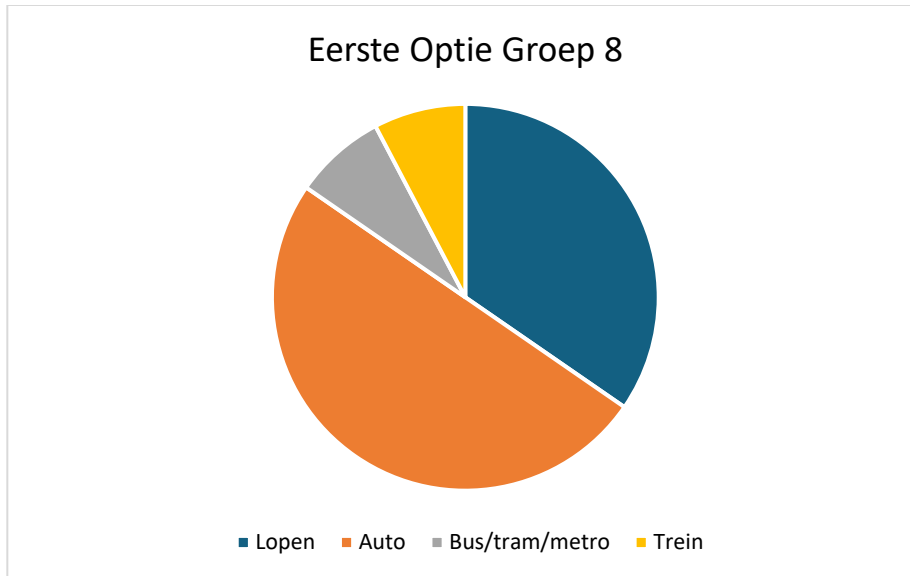


Figuur 41: Fietsgebruik per doel (in %)

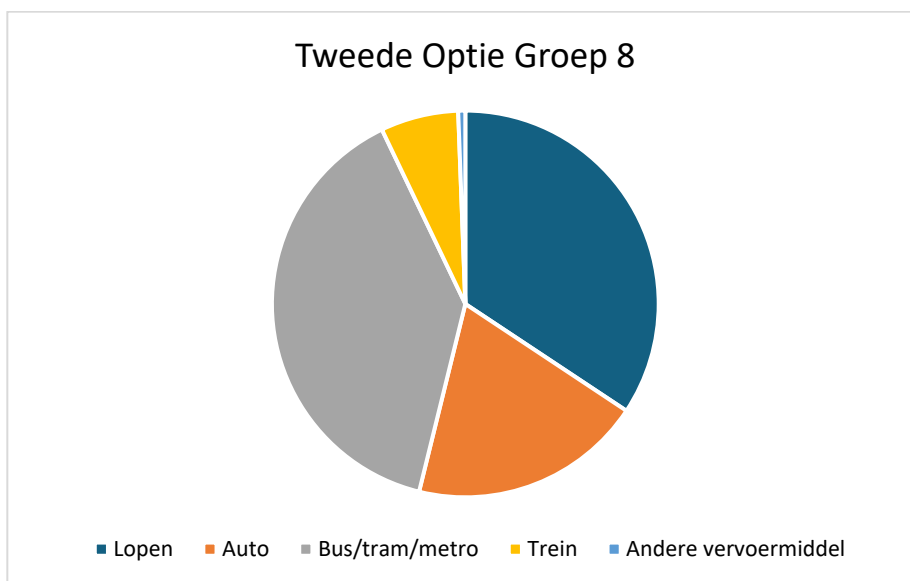
De gemiddelde score op de schaal voor fietsduur is 2.88 (waarbij 2 = 5–15 minuten en 3 = 15–30 minuten), wat betekent dat de **meeste fietsritten tussen 5 en 30 minuten** duren. Daarnaast gaven deelnemers aan dat hun maximale aaneengesloten fietstijd gemiddeld 48.8 minuten bedraagt (SD = 24.0), met een minimum van 15 minuten en een maximum van 120 minuten.

Alternatief vervoer

Zoals te zien in de twee grafieken hieronder is de **auto het meest gebruikte alternatieve vervoersmiddel** voor ritten die nooit gefietst worden. Daarnaast zijn het OV en lopen goede vervangers voor incidentele ritten die niet met de fiets gemaakt worden.



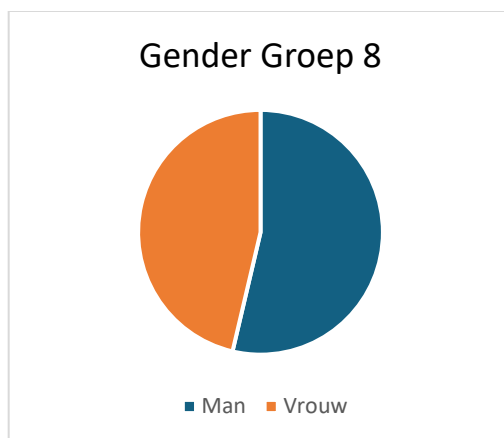
Figuur 42: Eerste keuzealternatief vervoermiddel bij geen fietsgebruik



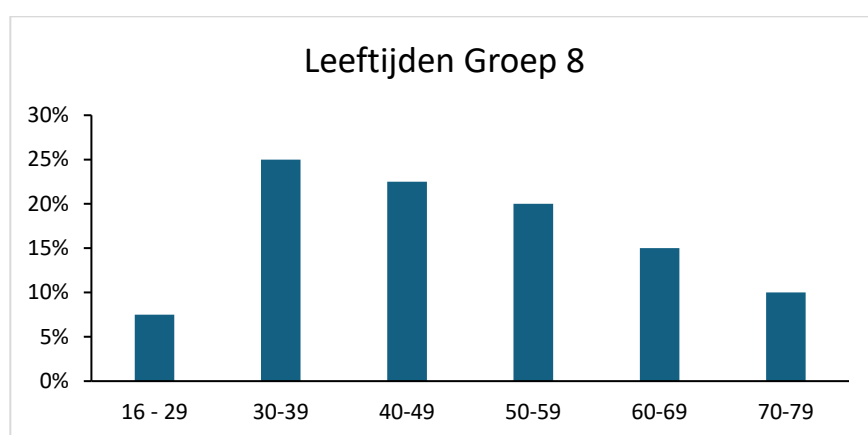
Figuur 43: Tweede keuzealternatief vervoermiddel bij incidenteel geen fietsgebruik

Kenmerken

Ongeveer de helft van deze doelgroep is **man** (53.7%; zie Figuur 44). De gemiddelde leeftijd bedraagt 48.1 jaar (SD = 14.6), met een spreiding van 25 tot 74 jaar (zie Figuur 45). Van deze groep heeft 51.2% een westerse achtergrond en 48.8% een niet-westerse achtergrond (zie Figuur 46).



Figuur 44: Genderverdeling onder respondenten (in gewogen %)

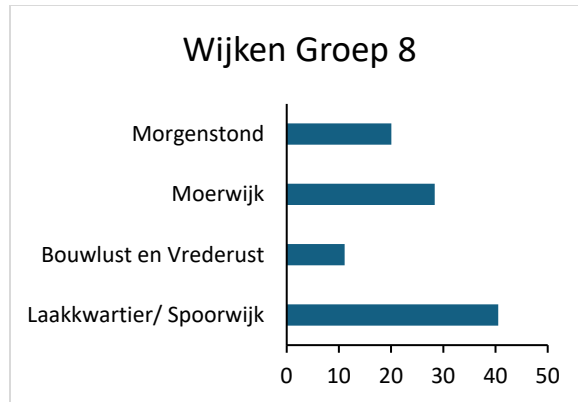


Figuur 45: Leeftijdsverdeling van de respondenten

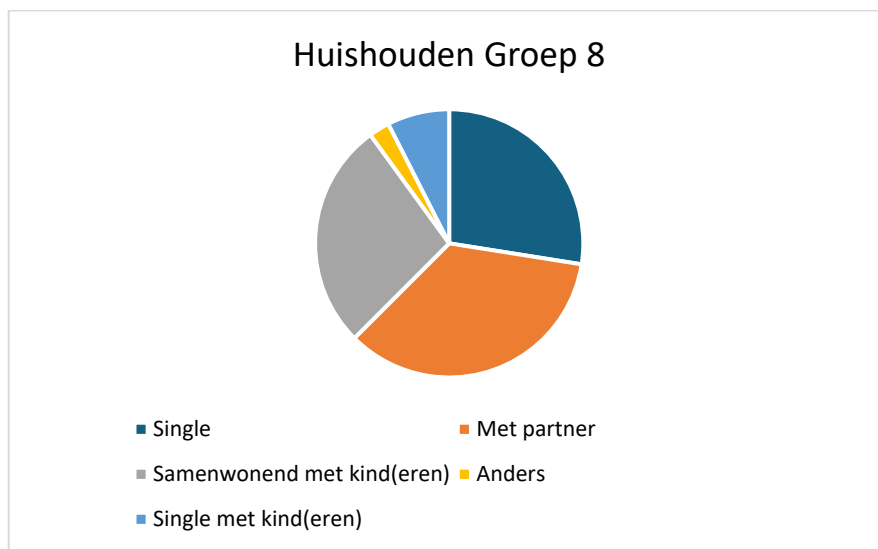


Figuur 46: Herkomst van de respondenten (in gewogen %)

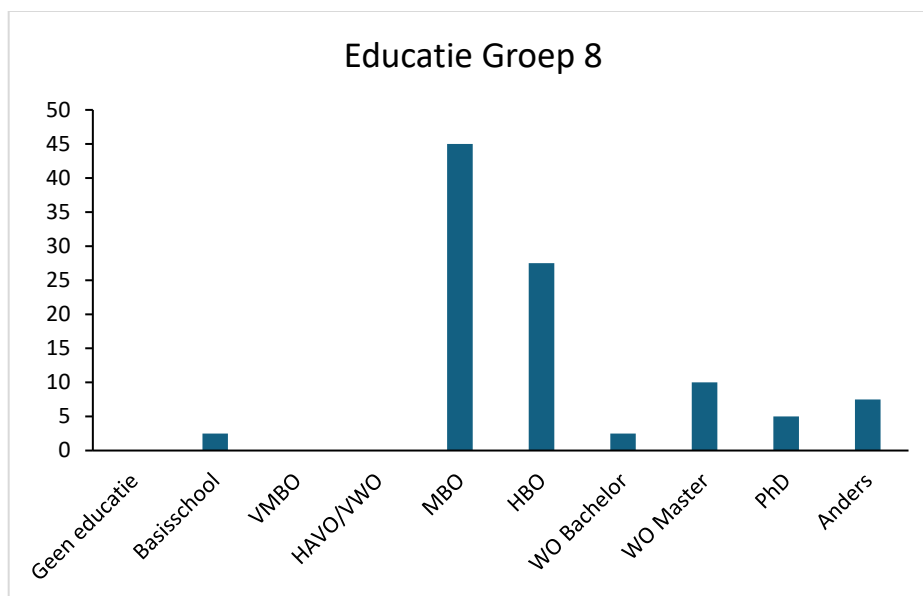
De respondenten komen uit alle vier de wijken, waarvan het minst uit Bouwlust en Vrederust (zie Figuur 47). De meeste deelnemers wonen alleen, met een partner of met een partner en kinderen (zie Figuur 48). Ook heeft het merendeel een opleiding afgerond op mbo- of hbo-niveau (zie Figuur 49). De meeste respondenten werken (zie Figuur 50).



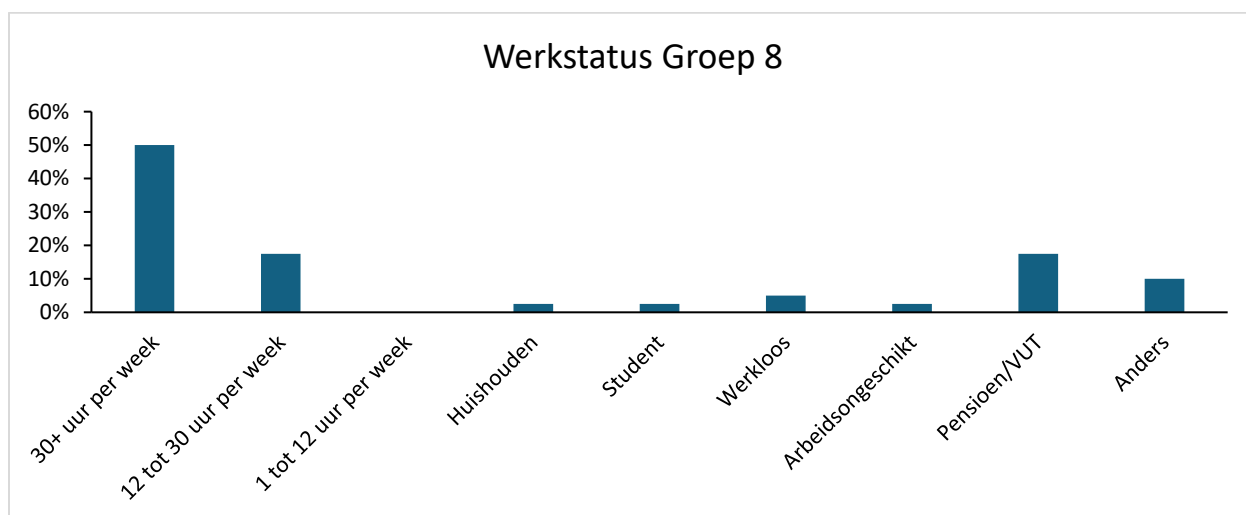
Figuur 47: Wijkverdeling onder respondenten (in gewogen %)



Figuur 48: Huishoudsamenstelling van de respondenten



Figuur 49: Verdeling van het opleidingsniveau (in %)



Figuur 50: Verdeling werkstatus (in %)

Drijfveren en belemmeringen

Deze groep ervaart drijfveren zoals het fijn vinden om buiten te zijn en fietsen leuk vinden. Zij vinden fietsen goed voor het milieu, de gezondheid en het verminderen van files. Fietsen is voor hen een gewoonte en zij hebben zelfvertrouwen in hun vaardigheden. De enige belemmering die zij als groep ondervinden is dat zij fietsen onveilig vinden.

Item	M	SD	Range
------	---	----	-------

Ik geloof dat fietsen gezond is.	4,48	0,554	3-5
Ik vind fietsen prettiger dan reizen met openbaar vervoer.	4,38	0,774	2-5
Ik heb vertrouwen in mijn eigen kunnen als het gaat om fietsen.	4,35	0,662	3-5
Ik vind fietsen leuk.	4,25	0,707	2-5
Ik geloof dat het goed voor het milieu is als ik naar mijn werk fiets.	4,23	0,660	3-5
Ik fiets omdat ik het prettig vind om af en toe even buiten te zijn.	4,15	0,834	2-5
Fietsen is voor mij een gewoonte.	4,08	0,730	2-5
Door te fietsen help ik files te verminderen.	4,03	0,800	2-5
Ik denk dat het voor het milieu weinig uitmaakt of ik met de fiets ga of met de auto.	1,80	0,823	1-4
Ik voel me veilig op de fiets.	1,78	0,530	1-3
Ik schaam me een beetje als mensen me zien fietsen.	1,45	0,714	1-4

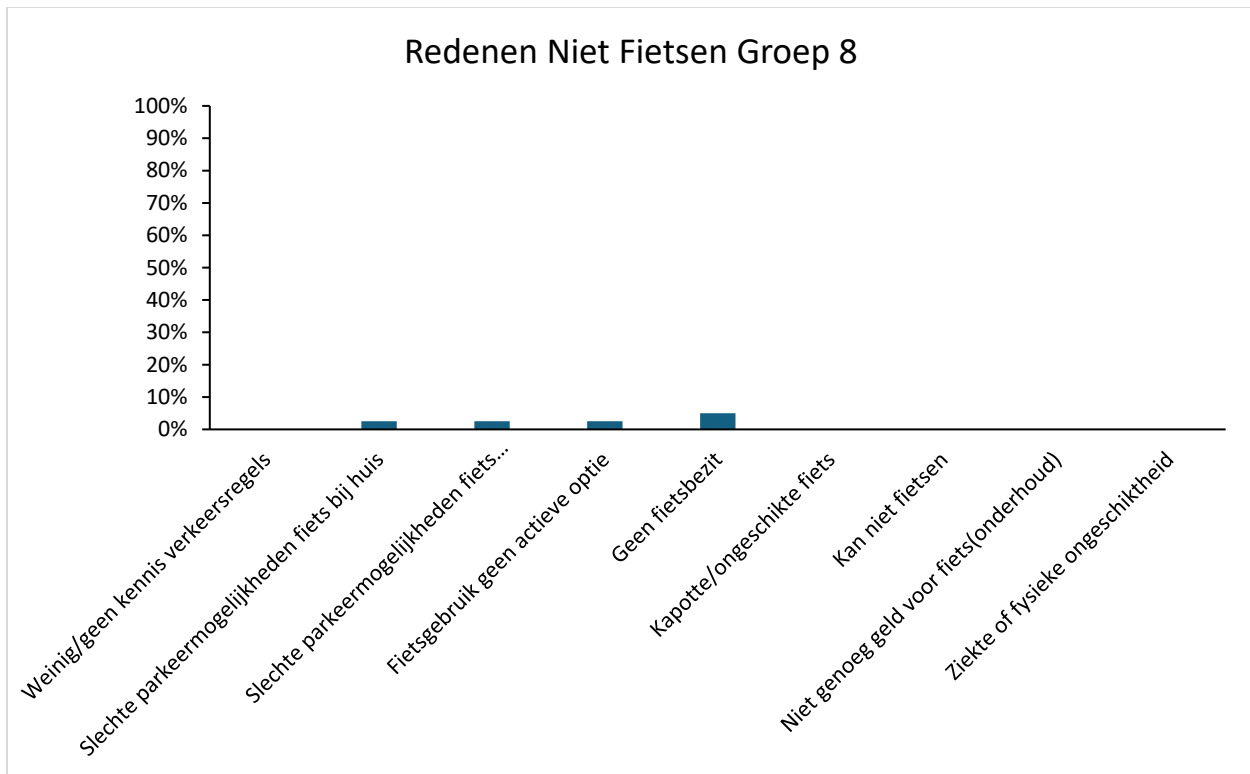
Tabel 5: Drijfveren en belemmeringen

In de open vragen werden positieve emoties het meest genoemd als reden om te fietsen. Daarnaast hadden een aantal respondenten geen auto, fietsten voor de gezondheid of omdat het snel is.

De meest genoemde reden om niet te fietsen is gevaar, gevolgd door de infrastructuur. Ook laten sommige respondenten zich tegenhouden door het weer.

Veel verbeteringen in de infrastructuur worden genoemd op de vraag wat nodig is om meer te fietsen. Daarna wordt verbeterde veiligheid benoemd en fietsenstallingen.

Binnen de randvoorwaarden bleek dat een paar respondenten geen fiets tot hun beschikking hadden en een enkeling de stallingsmogelijkheden niet optimaal vond (zie Figuur 51).



Figuur 51: Redenen om niet te fietsen

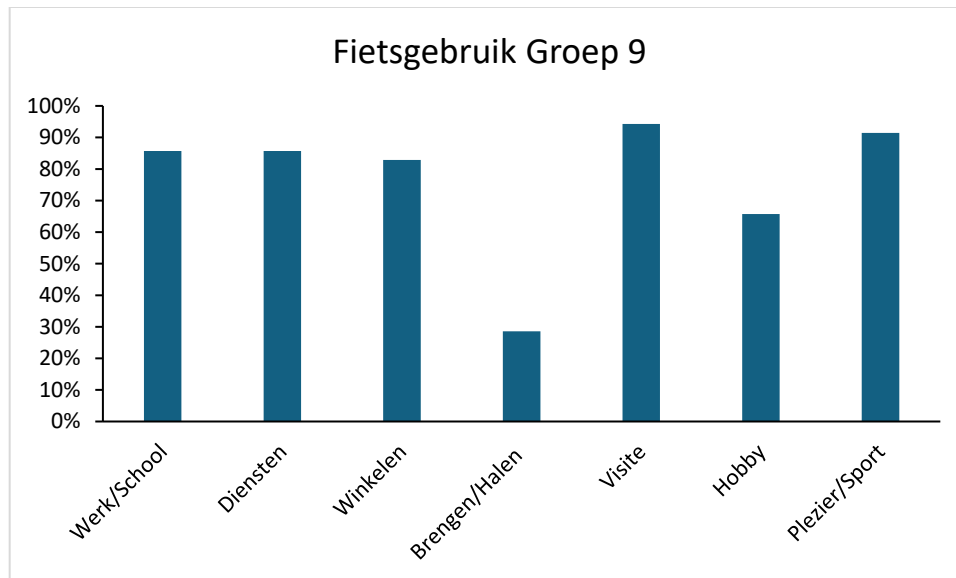
Beschrijving Groep 9 (e-bikers)

Samenvatting

Deze groep bestaat volledig uit **e-bikers** die ongeveer **eenmaal per week** fietsen. Het zijn grotendeels **vrouwen van 50 jaar of ouder**, zowel van westerse als niet-westerse afkomst, woonachtig in **Morgenstond en in Bouwlust en Vrederust**. Ze wonen alleen of met een partner en het merendeel heeft betaald werk. Ze zien **fietsen als onderdeel van hun identiteit**, vinden het prettig en benoemen verschillende voordelen van fietsen. In de open vragen geven zij aan vooral te fietsen vanwege het **gemak** en de mogelijkheid om **makkelijk te parkeren**, terwijl het **weer** hen soms tegenhoudt; zij zouden vaker fietsen als de infrastructuur en fietsenstallingen verbeterd worden.

Fietsgedrag

De gemiddelde fietsfrequentie over de verschillende doeleinden ligt rond de **eenmaal per week** (M = 3.52; SD = 0.89, waarbij 3 = een paar keer per maand en 4 = Een paar keer per week) naar een verscheidenheid van bestemmingen (Figuur 52).

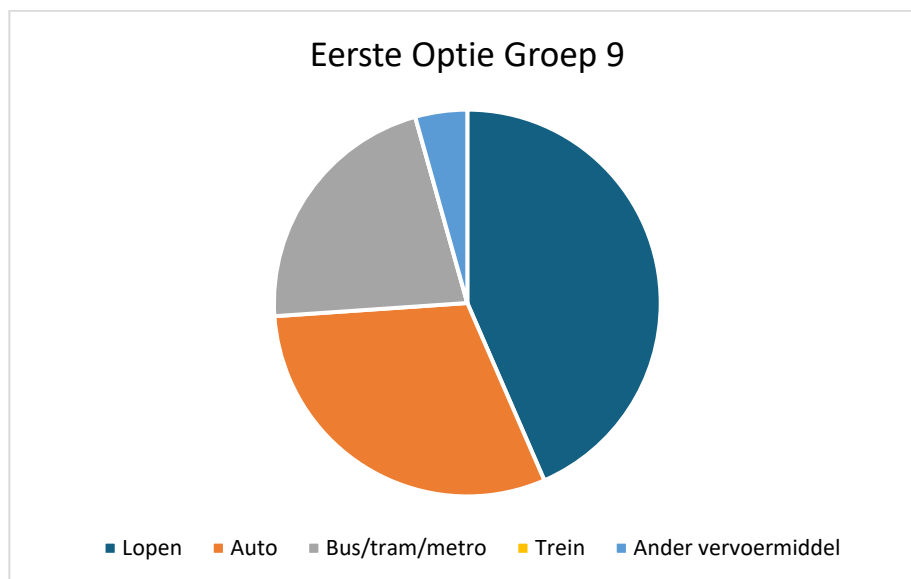


Figuur 52: Fietsgebruik per doel (in %)

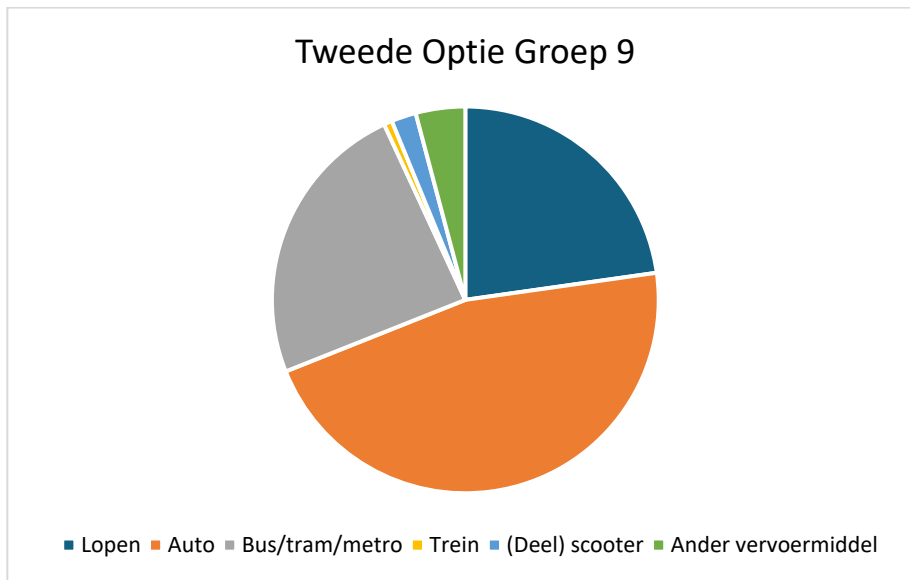
De gemiddelde score op de schaal voor fietsduur is 2,97 (3 = 15–30 minuten), wat betekent dat de **meeste fietsritten tussen 15 en 30 minuten** duren. Daarnaast gaven deelnemers aan dat hun maximale aaneengesloten fietstijd gemiddeld 56.4 minuten bedraagt (SD = 22.5), met een minimum van 21 minuten en een maximum van 120 minuten.

Alternatief vervoer

Zoals te zien in de twee grafieken hieronder is **lopen het meest gekozen alternatief voor de e-bike, gevolgd door de auto** in deze groep.



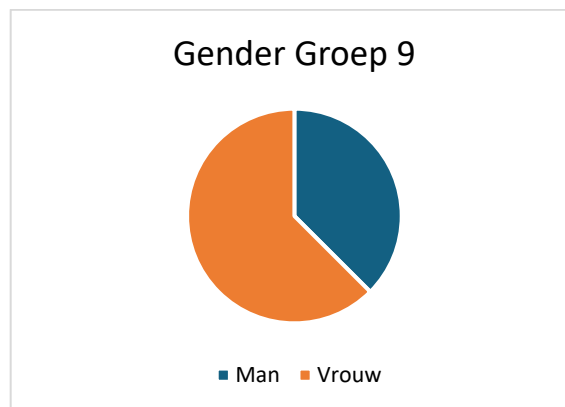
Figuur 53: Eerste keuzealternatief vervoermiddel bij geen fietsgebruik



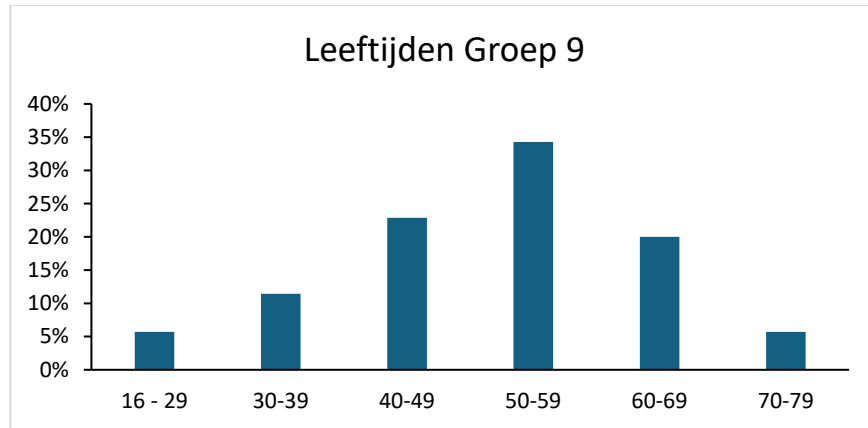
Figuur 54: Tweede keuzealternatief vervoermiddel bij incidenteel geen fietsgebruik

Kenmerken

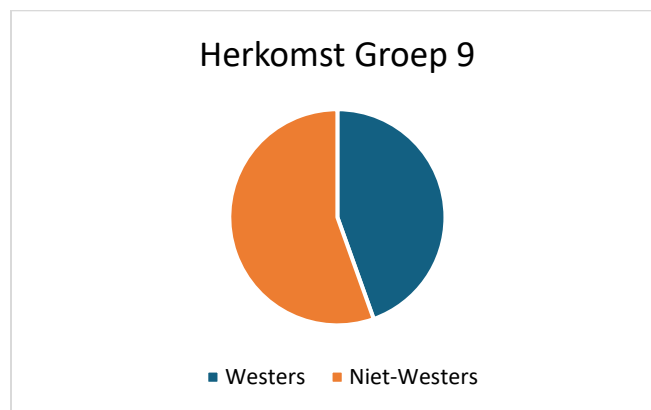
De meerderheid van deze doelgroep is **vrouw** (62.5%; zie Figuur 55). De gemiddelde leeftijd bedraagt 51.8 jaar (SD = 13.2), met een spreiding van 19 tot 77 jaar (zie Figuur 56). De meerderheid van de respondenten is 50+. Van deze groep heeft 44.5% een westerse achtergrond en 55.5% een niet-westerse achtergrond (zie Figuur 57).



Figuur 55: Genderverdeling onder respondenten (in gewogen %)

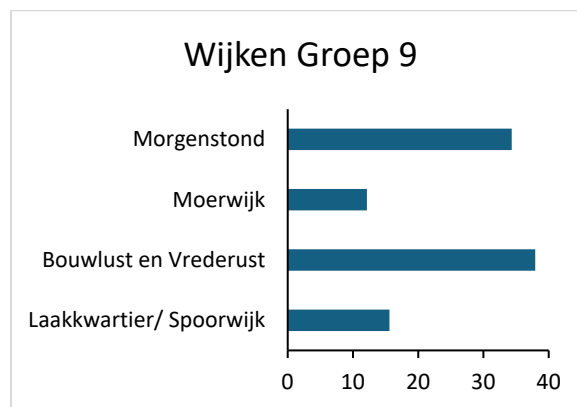


Figuur 56: Leeftijdsverdeling van de respondenten

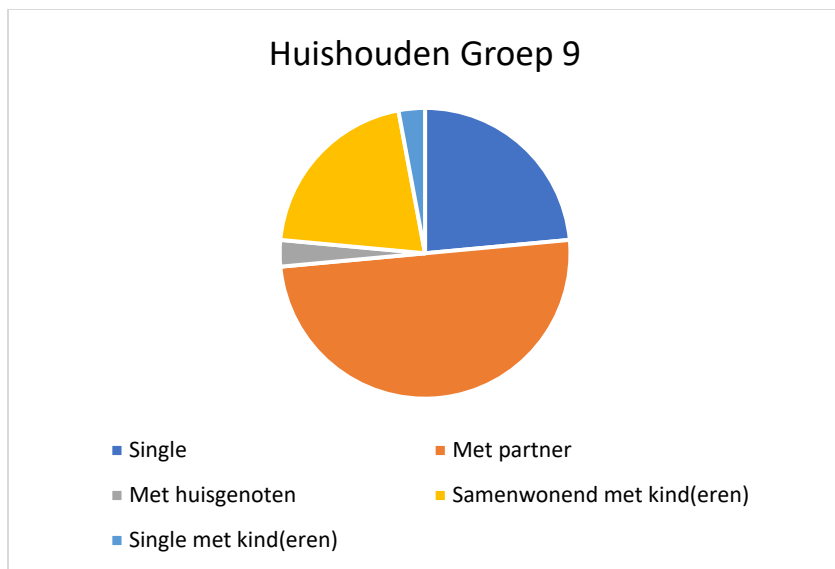


Figuur 57: Herkomst van de respondenten (in gewogen %)

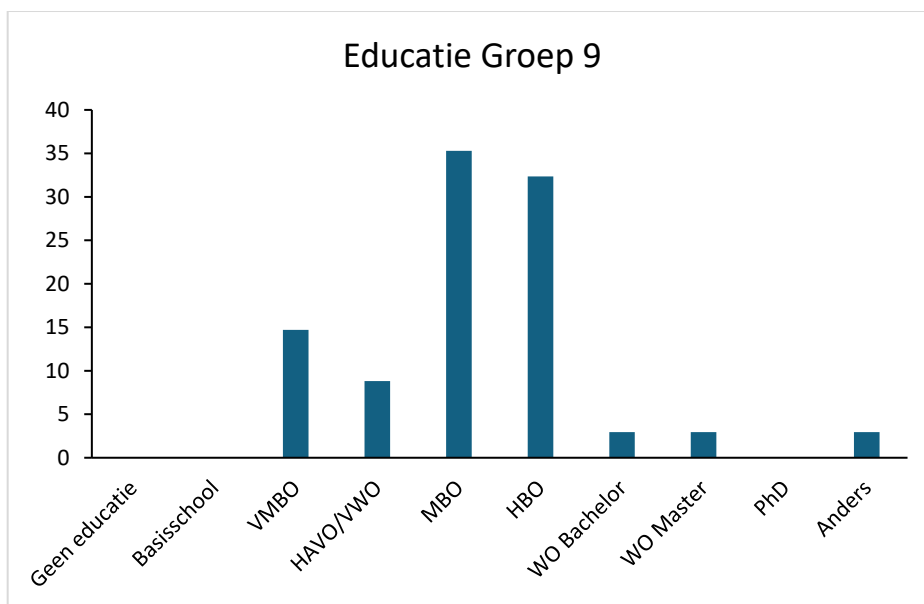
De respondenten komen vooral uit Morgenstond en Bouwlust en Vrederust (zie Figuur 58). De meeste deelnemers wonen alleen (zie Figuur 59). Ook heeft het merendeel een opleiding afgerond op mbo- of hbo-niveau (zie Figuur 60). Het merendeel werkt (zie Figuur 61).



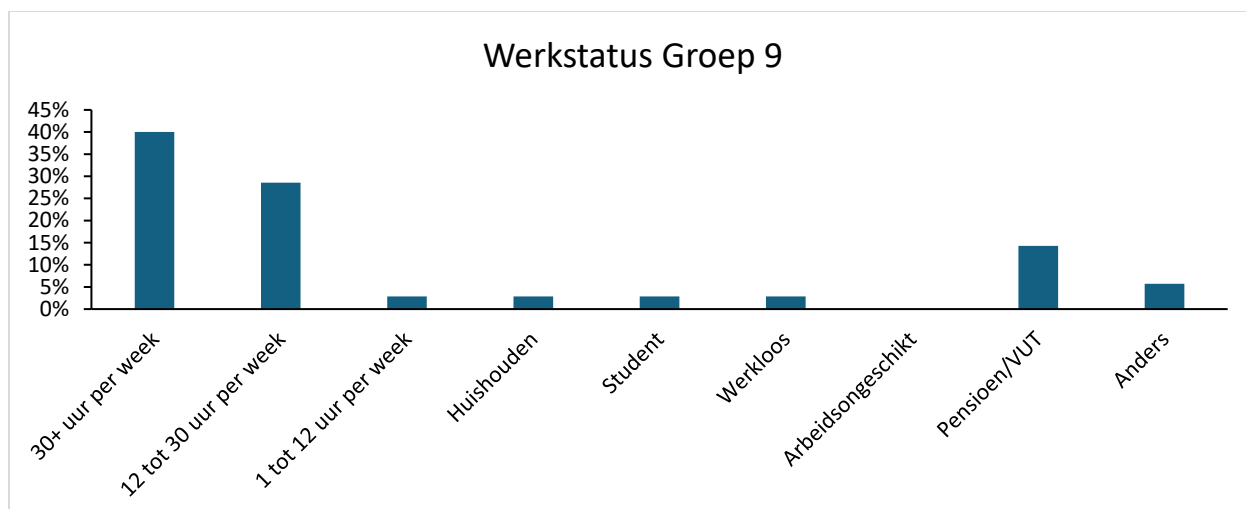
Figuur 58: Wijkverdeling onder respondenten (in gewogen %)



Figuur 59: Huishoudsamenstelling van de respondenten



Figuur 60: Verdeling van het opleidingsniveau (in %)



Figuur 61: Verdeling werkstatus (in %)

Drijfveren en belemmeringen

Deze doelgroep ervaart veel drijfveren voor het gebruiken van de e-bike. Zij voelen zich fietser en worden graag gezien als fietser. Ze hebben vertrouwen in hun eigen kunnen en voelen zich fit genoeg. Zij vinden fietsen betaalbaar, snel, gemakkelijk en goed voor het verminderen van files, de gezondheid en het milieu. Respondenten ervaren het fietsen als ontspannend, leuk en verfrissend.

Item	M	SD	Range
Ik geloof dat fietsen gezond is.	4,69	0,530	3-5
Ik vind fietsen leuk.	4,66	0,482	4-5
Ik voel me fit genoeg om te fietsen.	4,63	0,547	3-5
Ik heb vertrouwen in mijn eigen kunnen als het gaat om fietsen.	4,60	0,604	3-5
Fietsen is de makkelijkste manier om op mijn bestemming te komen.	4,60	0,553	3-5
Fietsen helpt mij te ontspannen.	4,51	0,507	4-5
Ik vind fietsen prettiger dan reizen met openbaar vervoer.	4,49	0,951	1-5
Fietsen is voor mij een gewoonte.	4,49	0,658	2-5
Ik geloof dat het goed voor het milieu is als ik naar mijn werk fiets.	4,49	0,702	3-5
Ik fiets voor de lichaamsbeweging.	4,46	0,701	2-5
Ik fiets omdat ik het prettig vind om af en toe even buiten te zijn.	4,46	0,657	2-5
Met de fiets ben ik snel op mijn bestemming.	4,31	0,631	2-5
Door te fietsen help ik files te verminderen.	4,20	0,759	2-5
Fietsen is een essentieel onderdeel van wie ik ben.	4,17	0,822	2-5
Ik vind het leuk om als fietser gezien te worden.	4,09	0,853	3-5
Als ik fiets kom ik fris aan op mijn bestemming.	4,09	0,742	1-5
Fietsen is betaalbaar.	4,09	0,951	1-5

Ik heb genoeg ruimte op mijn fiets om spullen mee te nemen.	4,06	0,906	2-5
Ik schaam me een beetje als mensen me zien fietsen.	1,31	0,718	1-4

Tabel 6: Drijfveren en belemmeringen

In de open vragen worden gemak en makkelijk parkeren genoemd als redenen om de e-bike te pakken. Ook vinden respondenten het snel, leuk en gezond.

Slecht weer wordt veel genoemd als reden om niet de e-bike te pakken, gevolgd door lange afstanden en gevaarlijke situaties.

Ter motivatie om meer te fietsen zouden e-bikers verbeteringen in de infrastructuur willen zien. Ook geven sommigen aan een betere fiets te wensen en betere stallingsmogelijkheden.

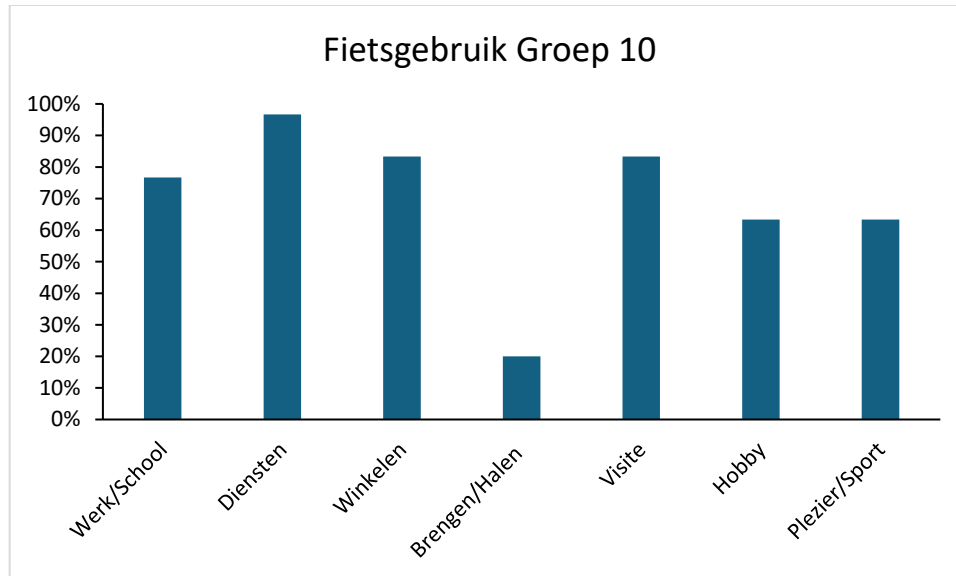
Beschrijving Groep 10 (e-bikers)

Samenvatting

Deze groep e-bikers fietst een **paar keer per maand** en gebruikt de **auto** als alternatief vervoermiddel. Het merendeel heeft een **westerse achtergrond** en werkt. Opvallend is dat zij **weinig duidelijke belemmeringen of drijfveren** ervaren: ze zien e-biken vooral als **gezond** en hebben **vertrouwen in hun eigen kunnen**. In de open vragen worden uiteenlopende redenen genoemd om te e-biken, **waarbij plezier en kostenbesparing** vaak terugkomen. **Gevaar en slecht** weer worden genoemd als redenen om niet te fietsen. Voor vaker gebruik zouden verbeteringen in de infrastructuur volgens hen het meeste helpen.

Fietsgedrag

De gemiddelde fietsfrequentie over de verschillende doeleinden ligt rond **een paar keer per maand** (M = 3.10; SD = 0.80, waarbij 3 = een paar keer per maand). De individuen behorend tot groep 10 pakken de e-bike voor allerlei soorten doeleinden.

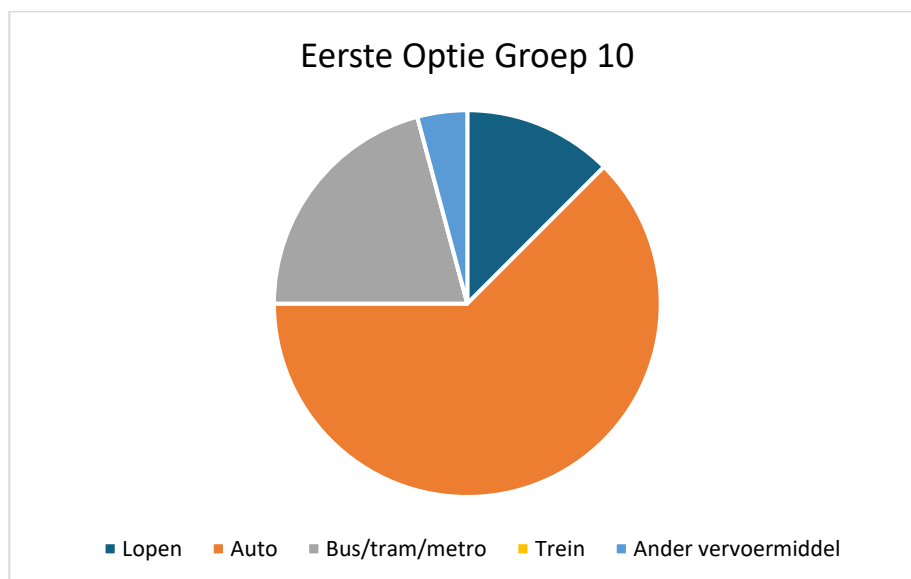


Figuur 62: Fietsgebruik per doel (in %)

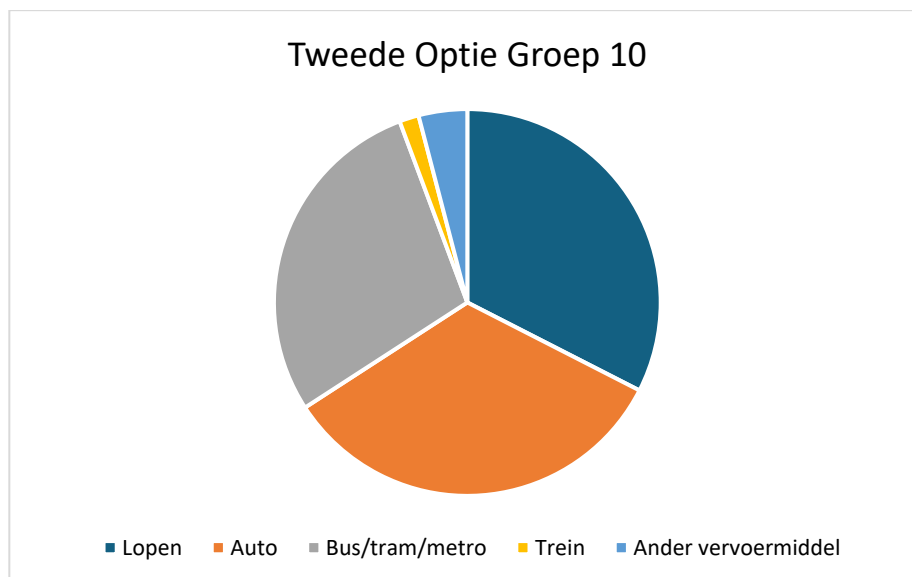
De gemiddelde score op de schaal voor fietsduur is 2.90 (waarbij 2 = 5–15 minuten en 3 = 15–30 minuten), wat betekent dat de **meeste fietsritten tussen 15 en 30 minuten** duren. Daarnaast gaven deelnemers aan dat hun maximale aaneengesloten fietstijd gemiddeld 52.3 minuten bedraagt (SD = 22.6), met een minimum van 18 minuten en een maximum van 120 minuten.

Alternatief vervoer

Zoals te zien in de twee grafieken hieronder is de **auto het meest gebruikte alternatief** in deze groep. Daarnaast loopt een deel van de doelgroep en wordt ook het OV gebruikt.



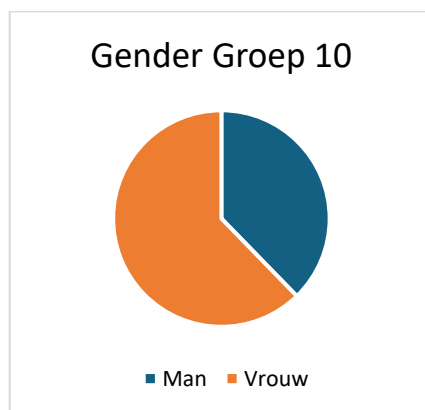
Figuur 63: Eerste keuzealternatief vervoermiddel bij geen fietsgebruik



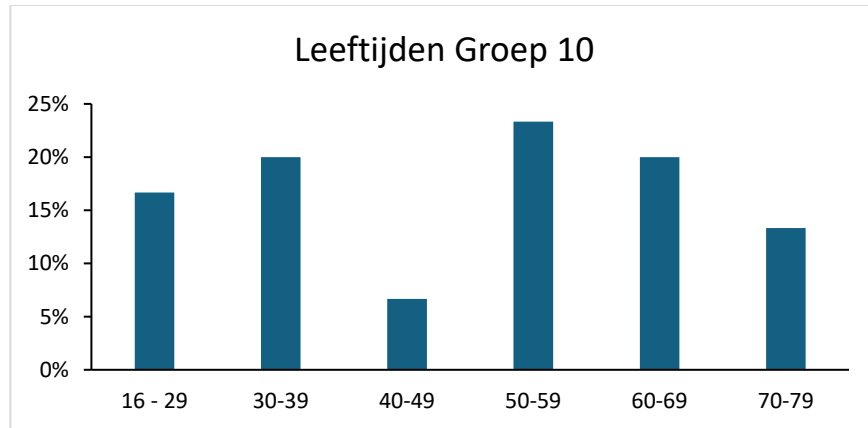
Figuur 64: Tweede keuzealternatief vervoermiddel bij incidenteel geen fietsgebruik

Kenmerken

De meerderheid van deze doelgroep is **vrouw** (62.3%; zie Figuur 65). De gemiddelde leeftijd is 49.2 jaar (SD = 17.5), met een spreiding van 21 tot 78 jaar (zie Figuur 66). Van deze groep heeft 71.5% een westerse achtergrond en 28.5% een niet-westerse achtergrond (zie Figuur 67).



Figuur 65: Genderverdeling onder respondenten (in gewogen %)

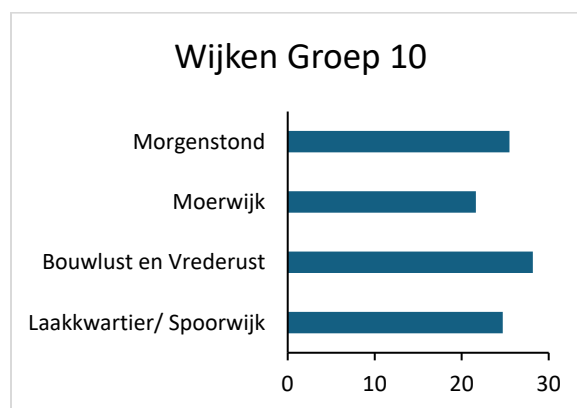


Figuur 66: Leeftijdsverdeling van de respondenten

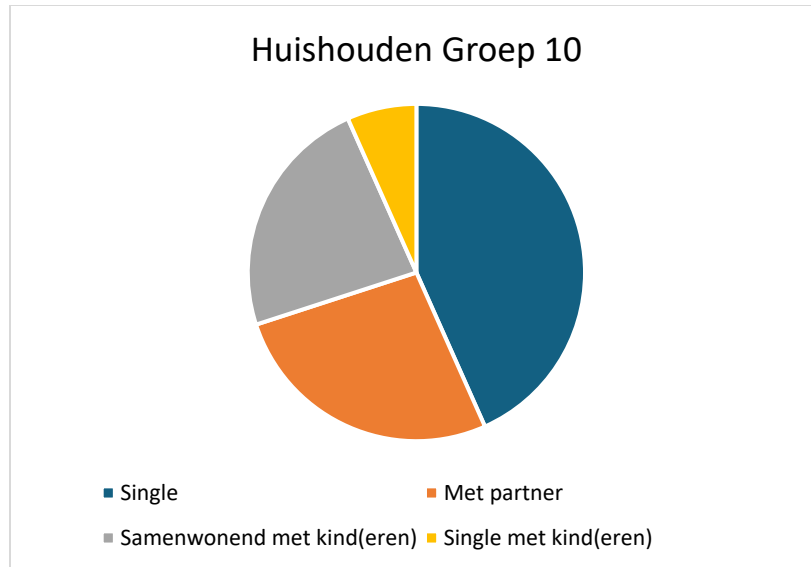


Figuur 67: Herkomst van de respondenten (in gewogen %)

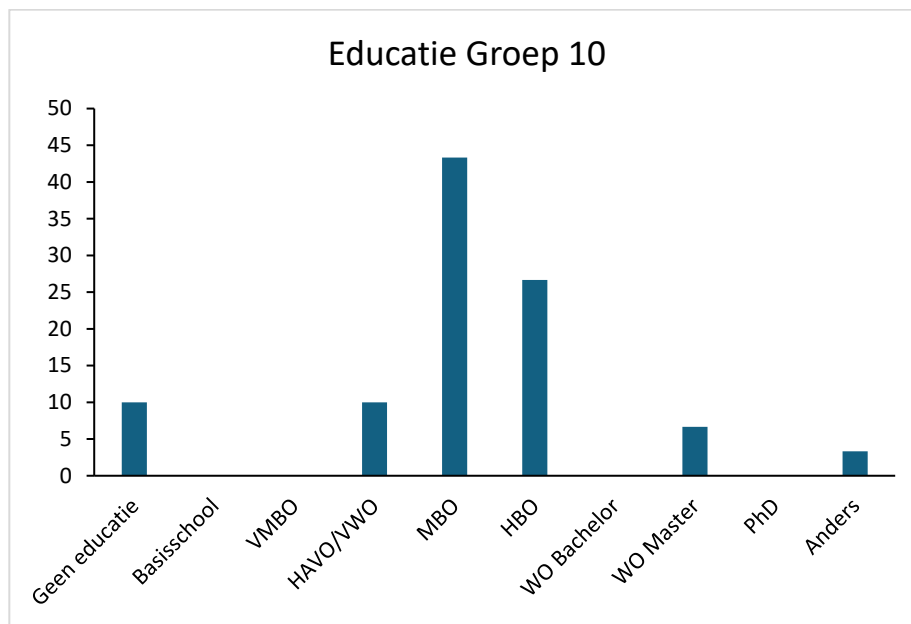
De respondenten komen uit alle vier de wijken (zie Figuur 68). De meeste deelnemers wonen alleen, met een partner of met partner en kinderen (zie Figuur 69). Ook heeft het merendeel een opleiding afgerond op mbo- of hbo-niveau (zie Figuur 70) en als dagbesteding betaald werk (Figuur 71).



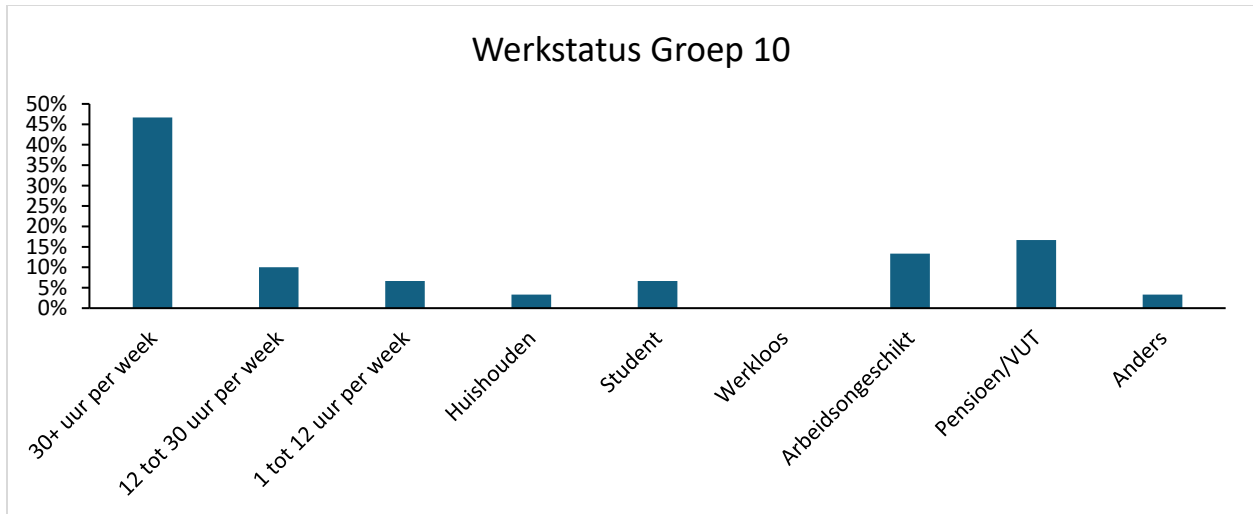
Figuur 68: Wijkverdeling onder respondenten (in gewogen %)



Figuur 69: Huishoudsamenstelling van de respondenten



Figuur 70: Verdeling van het opleidingsniveau (in %)



Figuur 71: Verdeling werkstatus (in %)

Drijfveren en belemmeringen

Waar groep 9 veel drijfveren ervaart om te fietsen, is deze groep (groep 10) een stuk milder. Zij geloven dat fietsen gezond is en hebben vertrouwen in hun eigen kunnen, maar verder zijn drijfveren en belemmeringen afwezig.

Item	M	SD	Range
Ik geloof dat fietsen gezond is.	4,30	0,651	2-5
Ik heb vertrouwen in mijn eigen kunnen als het gaat om fietsen.	4,23	0,626	3-5
Ik schaam me een beetje als mensen me zien fietsen.	1,40	0,621	1-3

Tabel 7: Drijfveren en belemmeringen

De e-bikers in groep 10 geven in de open vragen veel verschillende redenen voor het fietsen, waarvan plezier en kosten het meest genoemd worden. Redenen om niet de e-bike te pakken zijn gevaarlijke situaties en daarna slecht weer. Verbeteringen in de infrastructuur worden erg vaak genoemd om e-bikegebruik te stimuleren. Ook verbeterde veiligheid en het weer worden genoemd.

Appendix B Interventies in Den Haag

Overzicht projecten en interventies fietsstimulering Den Haag

	Project	Doel	Waar	Wie
Fietsstimulering	Kinderfietsenplan	Meer kinderen die kunnen fietsen	Den Haag breed	Kindere n t/m 12 jaar die geen toegang hebben tot een fiets
Fietsstimulering	Fietslichtjesparade	Enthousiasmeren - zichtbaarheid (licht)	Centrum Rivierenbuurt, Stationsbuurt, Schilderswijk, Transvaal	Kindere n
Fietsstimulering	Wheelie Weken	Fietsevenement om kinderen op speelse wijze kennis te laten maken/ te leren fietsen	Scheveningen	Kindere n
Fietsstimulering	Reparatiezuil	Fietsgebruik faciliteren - veiligheid	Den Haag	Algeme en
Fietsstimulering	Fietsmaatjes	Blijven fietsen - sociale inclusie	breed	Ouderen
Fietsstimulering	Fietslessen volwassenen	Volwassen leren fietsen - stimuleren bewegen	Den Haag breed	Volwass enen
Fietsstimulering	DHF Service & Info	Fietscommunity opbouwen	Centrum	Algeme en Volwass enen en kinderen die nog niet kunnen fietsen
Fietsstimulering	City Deal Fietsen voor Iedereen	Kennisuitwisseling	Den Haag breed	of nog

Fietsstimuleri ng	Volwassenfietsenplan	Meer volwassen die beschikking hebben over een fiets	Den Haag breed	geen beschikking hebben over een fiets Volwase nen
Verkeersveilig heid	Fietslessen nieuwkomer in primair en secundair onderwijs (biking2skool) en vergroten fietsbezit en fietsroutine Veilig leren fietsen: fietsvaardigheidslessen tijdens gymlessen basisschool en leveren fietsmateriaal en verkeerspleinen	Fietsroutine en bezit vergroten. Kinderen zelfstandiger maken en meer kansen geven in de stad.	Den Haag breed	Nieuwko mers
Verkeersveilig heid	Leer in het Verkeer: fietslessen aan 0-4 jaar op kinderopvang en peuterspeelzalen Veilig naar school: toolkit voor scholen om ouders te stimuleren vaker met de fiets of lopend kinderen naar school te brengen in plaats van met de auto. Fietslessen en informatiestands ouderen: uitdelen van fietsspiegels, informatie, fietsreparaties.	Kinderen met plezier kennis laten maken met fietsen zodat ze goede associaties hebben met fietsen als vorm van mobilisatie Jonge kinderen fietsen introduceren en ouders bewust maken van het belang van kinderen betrekken in het verkeer.	Den Haag breed	Kindere n
Verkeersveilig heid	Verkeersexamen: oefenexamens en examens fietsen	Schoolomgeving autoluw maken, kinderen meer laten bewegen en bewustmaken van verkeer.	Den Haag breed	Ouders
Verkeersveilig heid		Mensen zo lang mogelijk veilig laten fietsen	Den Haag breed	Ouderen
Verkeersveilig heid		Kinderen voorbereiden op zelfstandig naar middelbare school en sportclubs te gaan	Den Haag breed	Kindere n

Verkeersveiligheid (fysieke aanpassingen schoolomgeving)	Fietsnietjes	Dit wordt veel toegepast bij de aanpak veilige schoolomgeving. Bij elke schoolomgeving wordt dit eigenlijk wel toegepast. Bedoeld ter stimulans van het fietsen en lopen naar school. Schoolstraat is onderdeel van de mogelijke interventies die we kunnen doen, maar die we niet massaal zullen uitvoeren.	Den Haag breed	Kinderen en ouders
Verkeersveiligheid (fysieke aanpassingen schoolomgeving)	Schoolstraat		Den Haag breed	Kinderen en ouders
Verkeersveiligheid (fysieke aanpassingen schoolomgeving)	Aansluitingen van fietspad op de schoolomgeving, veilige en duidelijke route richting schoolplein en fietsenstalling	-	Den Haag breed	Kinderen en ouders
Fietsinfrastructuur	Sterfietsroute Scheveningen-Bad		Centrum/Scheveningen	Algemeen
Fietsinfrastructuur	Sterfietsroute Trekfietsroute (Pletterijkade)		Centrum CID	Algemeen
Fietsinfrastructuur	Sterfietsroute Scheveningen-Haven: Kranenburgweg		Scheveningen	Algemeen
Fietsinfrastructuur	Trekvliesbrug SFR Verlenging		Binckhorst/Laak Laak=CID	Algemeen
Fietsinfrastructuur	Velostrada		Haagse	Algemeen
Fietsinfrastructuur	Ontbrekende schakel Schenkkade		Hout CID	Algemeen
Fietsinfrastructuur	Elandstraat		Centrum-Noord	Algemeen

Appendix C interventiemethoden per belemmering

Methoden voor angstreductie

Interventie methode	Uitleg	Voorbeelden
Overtuigen	Met woorden, beelden of verhalen iemands gevoel of overtuiging veranderen. Het doel is om negatieve gedachten of irrationele angsten om te buigen naar positievere overtuigingen die vertrouwen geven.	<ul style="list-style-type: none">□ Een campagne waarin mensen vertellen hoe ze hun angst voor fietsen overwonnen en welke voordelen dat hen bracht (vrijheid, gezondheid, onafhankelijkheid).□ Een trainer die uitlegt dat de kans op een ernstig ongeluk op een fietspad in Nederland erg klein is, vergeleken met de voordelen van fietsen.□ Posters of sociale media posts die benadrukken dat fietsen niet alleen gezond is, maar ook ontspannend en leuk.□ Een arts of fysiotherapeut die uitlegt dat regelmatig fietsen helpt om spieren te versterken, waardoor het risico op vallen juist kleiner wordt.
Modelleren	Laten zien hoe iemand anders (een rolmodel) het gewenste gedrag doet. Dit verlaagt de belemmering omdat mensen denken: "Als zij het kunnen, kan ik het ook." Vooral effectief als het rolmodel herkenbaar is (zelfde leeftijd, geslacht, achtergrond, of dezelfde angst overwonnen).	<ul style="list-style-type: none">□ Een video waarin een oudere vrouw vertelt hoe ze na jaren van angst weer leerde fietsen, met beelden van haar eerste voorzichtige rondjes.□ Een groepsles waar deelnemers elkaar zien oefenen, zodat ze leren van elkaars succesjes.□ Een buurman die meegaat op de fiets en stap voor stap voordoet hoe je veilig op- en afstapt.□ Kinderen die hun ouders laten zien hoe zij zonder angst fietsen, waardoor ouders gemotiveerd raken het ook te proberen.
Faciliteren	Het makkelijker en haalbaarder maken om te fietsen, door praktische hulp of de omgeving aan te passen. Faciliteren richt zich op het wegnemen van obstakels die angst versterken.	<ul style="list-style-type: none">□ Een rustige oefenplek zonder verkeer, waar beginners op hun gemak kunnen oefenen.□ Speciale fietsen met drie wielen of extra brede banden voor meer stabiliteit.□ Gratis leenhelmen of beschermende uitrusting aanbieden, zodat mensen zich veiliger voelen.□ Een buurtsportcoach die wekelijks oefensessies organiseert en fietsen beschikbaar stelt.□ Verkeersvrije uurtjes in een wijk inplannen, zodat angstige fietsers in alle rust kunnen oefenen.
Angst-regulatie / emotie-regulatie	Leren omgaan met spanning en negatieve emoties die angst veroorzaken. Door	<ul style="list-style-type: none">□ Een trainer leert deelnemers ademhalingsoefeningen (bv. rustig in- en uitademen) voordat ze op de fiets stappen.

ontspanningstechnieken en copingvaardigheden aan te leren, neemt de fysiologische spanning af en voelen mensen zich veiliger tijdens het fietsen.

□ Ontspanningstechnieken zoals mindfulness of spierontspanning toepassen om angst te verminderen.

□ Kleine stapjes oefenen: eerst alleen op de fiets zitten zonder te rijden, dan kleine stukjes, en steeds uitbreiden – zodat de angst langzaam afneemt.

□ Positieve zelfspraak oefenen: deelnemers zeggen tegen zichzelf “Ik kan dit, stap voor stap” terwijl ze fietsen.

□ Muziek of een beloningssysteem inzetten tijdens oefenrondjes, zodat fietsen gekoppeld wordt aan een positieve ervaring.

Methoden voor angstige overtuigen

Interventie methode	Uitleg	Voorbeelden
Overtuigen	Met woorden, beelden of verhalen iemands gevoel of overtuiging veranderen. Het doel is om negatieve gedachten of irrationele angsten om te buigen naar positievere overtuigingen die vertrouwen geven.	<ul style="list-style-type: none"> • Een campagne waarin mensen vertellen hoe ze hun angst voor fietsen overwonnen en welke voordelen dat hen bracht (vrijheid, gezondheid, onafhankelijkheid). • Een trainer die uitlegt dat de kans op een ernstig ongeluk op een fietspad in Nederland erg klein is, vergeleken met de voordelen van fietsen. • Posters of sociale media posts die benadrukken dat fietsen niet alleen gezond is, maar ook ontspannend en leuk. • Een arts of fysiotherapeut die uitlegt dat regelmatig fietsen helpt om spieren te versterken, waardoor het risico op vallen juist kleiner wordt.
Modelleren	Laten zien hoe iemand anders (een rolmodel) het gewenste gedrag doet. Dit verlaagt de belemmering omdat mensen denken: "Als zij het kunnen, kan ik het ook." Vooral effectief als het rolmodel herkenbaar is (zelfde leeftijd, geslacht, achtergrond, of dezelfde angst overwonnen).	<ul style="list-style-type: none"> • Een video waarin een oudere vrouw vertelt hoe ze na jaren van angst weer leerde fietsen, met beelden van haar eerste voorzichtige rondjes. • Een groepsles waar deelnemers elkaar zien oefenen, zodat ze leren van elkaars succesjes. • Een buurman die meegaat op de fiets en stap voor stap voordoet hoe je veilig op- en afstapt. • Kinderen die hun ouders laten zien hoe zij zonder angst fietsen, waardoor ouders gemotiveerd raken het ook te proberen.
Voorlichting / Kennis vergroten	Uitleg geven over de echte risico's en veiligheid. Veel mensen die bang zijn, overschatten de kans op ongelukken of gevaren. Door correcte informatie te geven, neemt de irrationele angst vaak af.	<ul style="list-style-type: none"> • Statistieken laten zien dat fietsen in Nederland relatief veilig is, vooral op fietspaden. • Vergelijkingen maken: fietsen in de stad is bijvoorbeeld vaak minder risicovol dan autorijden in druk verkeer. • Uitleg geven over de verkeersregels die fietsers beschermen. • Voorlichtingsvideo's maken waarin politie of verkeersveiligheidsorganisaties uitleggen dat de meeste fietsongevallen licht zijn en hoe je risico's eenvoudig kunt beperken (helm, verlichting, rustig opbouwen).
Belief selection	Uitzoeken welke overtuigingen	<ul style="list-style-type: none"> • Overtuiging: "Ik ga zeker vallen." → vervangen door "Met een stevige fiets en

	(gedachten) het meest bijdragen aan de angst, en die gericht proberen te veranderen.	oefenen op een rustige plek lukt het mij wel.”
		<ul style="list-style-type: none"> • Overtuiging: “Ik ben te oud om nog te leren fietsen.” → vervangen door “Veel volwassenen leren alsnog fietsen, vaak in een paar weken.” • Overtuiging: “Auto’s letten niet op fietsers.” → vervangen door “Op fietspaden heb ik juist vaak voorrang en zijn auto’s niet aanwezig.”
Overtuigende communicatie	Met sterke argumenten, verhalen of emotionele boodschappen iemands gedachten of gevoelens beïnvloeden.	<ul style="list-style-type: none"> • Campagne met persoonlijke verhalen: mensen vertellen hoe fietsen hun vrijheid vergroot heeft. • Posters of social media posts met de voordelen van fietsen: fitter worden, minder stress, meer vrijheid. • Een huisarts of psycholoog die uitlegt dat fietsen niet alleen gezond is, maar ook helpt angst en spanning te verminderen. • Testimonials van andere beginners: “Ik durfde eerst niet, maar nu geniet ik elke dag van mijn fietstocht naar werk.”
Framing	Informatie zo presenteren dat het een positieve betekenis krijgt of minder bedreigend voelt. Het gaat niet om <i>wat</i> je zegt, maar <i>hoe</i> je het zegt.	<ul style="list-style-type: none"> • Niet zeggen: “Je moet je angst overwinnen,” maar: “Je neemt een stap richting meer vrijheid.” • Fietsen presenteren als een kans om zelfstandiger te worden, niet als een risico. • Een les niet framen als “valpreventie” maar als “veilig fietsen leren.” • De focus leggen op succesmomenten: “Elke keer dat je oefent, vergroot je je zelfvertrouwen.”
Herwaardering van de omgeving	Mensen laten nadenken over hoe hun gedrag invloed heeft op hun omgeving en andersom. Hierdoor wordt de motivatie groter omdat het niet alleen om henzelf gaat.	<ul style="list-style-type: none"> • Een ouder beseft: “Als ik leer fietsen, kan ik mijn kinderen met de fiets naar school brengen in plaats van met de auto.” • Iemand realiseert zich dat fietsen duurzamer is en helpt de luchtkwaliteit in de buurt te verbeteren. • In een groepsles wordt benadrukt dat fietsen ook sociale voordelen heeft: je kunt samen fietsen met burens of vrienden. • Iemand ziet dat meer fietsen in de wijk zorgt voor minder drukte van auto’s, wat de wijk veiliger maakt.
Klassieke conditionering	Een positieve of veilige ervaring koppelen aan iets dat eerst angst oproept. Zo leert het	<ul style="list-style-type: none"> • Oefenen op de fiets met een vriendelijke coach die steeds positieve feedback geeft. • Tijdens de eerste oefensessies leuke muziek afspelen, zodat de ervaring vrolijker wordt.

- brein om fietsen niet meer alleen met angst te verbinden, maar met plezier of ontspanning.
- Elke geslaagde oefening belonen met een compliment of klein succesritueel (“Yes, dat was top!”).
 - Oefenen in een groepje waar mensen elkaar aanmoedigen, waardoor fietsen automatisch met gezelligheid wordt geassocieerd.

Methoden voor stimuleren fietsbezit

Interventie methode Faciliteren

Uitleg

Faciliteren betekent dat je het mensen praktisch makkelijker maakt om het gewenste gedrag te doen. Als iemand geen fiets heeft, zorg je dat de belemmeringen om een fiets te gebruiken lager worden.

Omgeving her-structureren

De fysieke of sociale omgeving zo aanpassen dat fietsen aantrekkelijker en toegankelijker wordt. Het gaat hier dus niet alleen om een individuele oplossing, maar om structuurveranderingen in de omgeving die fietsbezit of fietsgebruik makkelijker maken.

• Voorbeelden

- Deelprojecten: Een gemeente of buurtvereniging stelt deelfietsen beschikbaar die je gratis of goedkoop kunt gebruiken.
- Leenfietsen: Tijdens fietslessen worden fietsen beschikbaar gesteld, zodat deelnemers niet eerst zelf hoeven te kopen.
- Financiële steun: Kortingsbonnen of subsidies voor de aanschaf van een (tweedehands) fiets.
- Praktische hulp: Een fietsenmaker in de wijk die oude fietsen goedkoop opknaapt en verhuurt of verkoopt.
- Werkgever faciliteert: Bedrijven bieden een fietsplan of leasefiets aan voor medewerkers die geen fiets hebben.
- Buurtfietsenstallingen: Een wijk krijgt een centrale stalling met deelfietsen of uitleenfietsen.
- Schoolprogramma's: Scholen bieden kinderen (en ouders) fietsen via een uitleensysteem of gezamenlijke inkoop.
- Bibliotheekmodel: Net als boeken lenen, kun je in de wijk of stad ook een fiets lenen.
- Sociaal netwerk: Buurtinitiatieven waar bewoners hun tweede fiets delen met anderen.
- Werk en OV combineren: Stations krijgen betere fietsuitleenvoorzieningen, waardoor je ook zonder eigen fiets gemakkelijk kunt fietsen.

Methoden voor het versterken van identiteit

Interventie methode	Uitleg	Voorbeelden
Educatie	Kennis verschaffen zodat mensen begrijpen dat fietsen past bij wie ze zijn en voordelen heeft die verder gaan dan praktisch nut.	<ul style="list-style-type: none"> • Lesmateriaal waarin fietsen wordt gepresenteerd als onderdeel van een levensstijl die past bij de doelgroep. • Campagnes die uitleggen hoe fietsen bijdraagt aan een schonere stad. • Workshops waarin deelnemers leren hoe fietsen ook status, vrijheid en gemak kan geven.
Overtuigen	Met woorden, beelden of verhalen iemands houding positief veranderen richting de identiteit van 'fietser'.	<ul style="list-style-type: none"> • Een campagne met persoonlijke verhalen: "Sinds ik mezelf fietser noem, voel ik me fitter en onafhankelijker." • Argumenten dat fietsen niet alleen transport is, maar ook een levensstijlkeuze. • Fietzers neerzetten als mensen die vooruitstrevend en milieubewust zijn.
Modelleren	Rolmodellen laten zien hoe fietsen onderdeel kan zijn van iemands identiteit.	<ul style="list-style-type: none"> • Bekende Nederlanders of buurtleiders die laten zien dat zij trots zijn om fietser te zijn. • Ouders die fietsen benadrukken als vanzelfsprekend onderdeel van het gezinsleven. • Jongereninfluencers die fietsen koppelen aan vrijheid, stijl en zelfstandigheid.
Belief selection	Bepalen welke overtuigingen het sterkst verhinderen dat iemand zich fietser voelt, en die overtuigingen veranderen.	<ul style="list-style-type: none"> • Overtuiging: "<i>Fietsen is voor mensen die geen auto kunnen betalen.</i>" → vervangen door: "<i>Fietsen is slim en modern, zelfs CEOs pakken de fiets.</i>" • Overtuiging: "<i>Een echte professional komt met de auto.</i>" → vervangen door: "<i>Succesvolle mensen kiezen bewust voor de fiets.</i>" • Overtuiging: "<i>Fietsen is kinderachtig.</i>" → vervangen door: "<i>Fietsen is volwassen en verantwoordelijk gedrag.</i>"
Persuasive communicatie	Sterke en inspirerende boodschappen die een gevoel van trots en identiteit aan fietsen koppelen.	<ul style="list-style-type: none"> • Slogans zoals "<i>Wij zijn fietsers, wij maken de stad leefbaar.</i>" • Video's waarin mensen vertellen hoe fietsen hun leven een nieuwe identiteit gaf. • Sociale media posts waarin de fietsersgemeenschap wordt gevierd.
Feedback	Terugkoppeling geven op gedrag, zodat mensen zien dat hun keuzes passen bij een fietser-identiteit.	<ul style="list-style-type: none"> • Een app die laat zien hoeveel kilometers je hebt gefietst en hoeveel CO₂ je hebt bespaard.

Aanspreken op rol (altercasting)

Mensen aanspreken alsof ze al een bepaalde rol hebben, zodat ze zich daarnaar gaan gedragen.

Waarden activeren

Beroep doen op waarden die mensen belangrijk vinden en die je koppelt aan fietsen.

Trots aanspreken

Mensen een gevoel van trots geven over hun fietsgedrag, zodat het deel wordt van hun identiteit.

Persoonlijk maken

De boodschap afstemmen op iemands persoonlijke situatie, zodat ze zich direct aangesproken voelen.

Je toekomstige zelf aanspreken

Mensen laten nadenken over hoe hun toekomstige zelf eruitziet als fietser, en hen daar nu al mee identificeren.

Wijzen op verschil tussen houding en gedrag

Mensen confronteren met het verschil tussen wat ze zeggen belangrijk te vinden en wat ze doen,

- Trainers of coaches die complimenteren: *“Je pakt al steeds vaker de fiets, dat maakt je echt een fietser!”*
- Gemeentes die fietsdagen organiseren en deelnemers een certificaat geven: *“Trots lid van de fietsersgemeenschap.”*
- *“Als trotse fietser van onze stad kun je anderen inspireren.”*
- Een werkgever die zegt: *“Als fietser ben jij een voorbeeld voor je collega’s.”*
- Campagnes die beginnen met: *“Beste fietsers, samen maken we de stad beter.”*
- Voor iemand met milieubewuste waarden: benadrukken dat fietsen de meest duurzame keuze is.
- Voor iemand met gezondheidswaarden: benadrukken dat fietsen dagelijks bewegen vanzelfsprekend maakt.
- Voor iemand met sociale waarden: fietsen is samen plezier maken en verbonden zijn met je buurt.
- Stickers of buttons: *“Ik ben een Haagse fietser.”*
- Sociale media posts die fietsers als helden neerzetten: *“Jullie maken de stad beter.”*
- Lokale kranten die fietsers in de spotlights zetten met verhalen.
- Een campagne die zegt: *“Jij en jouw buurt maken de stad schoner door te fietsen.”*
- Persoonlijke feedback via een app: *“Met jouw rit naar werk bespaar je 3 kilo CO₂ per week.”*
- Posters met herkenbare situaties: een moeder die naar school fietst, een student naar college, een collega naar kantoor.
- *“Stel je voor: over 5 jaar ben jij die fitte, ontspannen persoon die elke dag fietst naar werk.”*
- Campagnes die vragen: *“Wil jij dat je kinderen later zeggen: mijn ouder is altijd fietser geweest?”*
- Een training die deelnemers laat visualiseren hoe hun leven makkelijker wordt als fietsen een gewoonte is.
- Iemand zegt duurzaamheid belangrijk te vinden maar neemt elke dag de auto. Campagne: *“Als je écht duurzaam bent, pak je de fiets.”*

(cognitieve dissonantie)

zodat ze hun gedrag veranderen om het verschil weg te werken.

- Een werknemer zegt gezondheid belangrijk te vinden maar stapt toch in de auto. Feedback: *“Als gezondheid echt je prioriteit is, waarom niet op de fiets?”*
- Een student zegt vrijheid belangrijk te vinden, maar gebruikt vooral OV. *“De fiets geeft je vrijheid op je eigen tempo – past dat niet beter bij jou?”*

Methoden voor veranderen emoties

Interventie methode	Uitleg	Voorbeelden
Priming	Onbewust iemand in een bepaalde stemming of gedachte brengen, zodat ze positiever naar fietsen kijken.	<ul style="list-style-type: none"> • Posters met vrolijke mensen op de fiets bij een zonsopgang → activeert positieve gevoelens. • In een fietsles de ruimte decoreren met kleuren, muziek en beelden die rust en plezier uitstralen. • Voor een fietscampagne werken met woorden als <i>vrijheid</i>, <i>gezondheid</i> en <i>plezier</i>, waardoor mensen die associaties sneller maken.
Conditionering	Een positieve ervaring koppelen aan fietsen, zodat mensen die emotie automatisch voelen bij de fiets.	<ul style="list-style-type: none"> • Elke geslaagde fietsoefening belonen met complimenten of een applausje. • Muziek gebruiken tijdens fietstochten om het leuker te maken. • Een app die een kleine beloning of badge geeft na een fietstocht: fietsen voelt daardoor belonend.
Inspelen op aantrekkelijkheid	Laten zien dat fietsen aantrekkelijk is omdat het verbonden wordt met stijl, schoonheid of vitaliteit.	<ul style="list-style-type: none"> • Campagnes waarin fitte en vrolijke mensen fietsen als onderdeel van een aantrekkelijke levensstijl. • Mooie, hippe fietsdesigns benadrukken in reclames. • Modiefotografie-achtige beelden gebruiken van jongeren op fietsen.
Inspelen op gelijkenis	Rolmodellen gebruiken die lijken op de doelgroep, zodat mensen zich erin herkennen.	<ul style="list-style-type: none"> • Migrantenvrouwen laten zien die trots hun eerste fietstochten maken → herkenning bij andere vrouwen met dezelfde achtergrond. • Studenten laten zien die naar de universiteit fietsen → herkenbaar voor jongeren. • Ouderen tonen die stap voor stap weer leren fietsen → herkenbaar voor senioren.
Inspelen op betrouwbaarheid	Mensen overtuigen doordat de bron van de boodschap betrouwbaar of eerlijk voelt.	<ul style="list-style-type: none"> • Een huisarts die uitlegt dat fietsen veilig en gezond is. • Een wijkagent die zegt dat fietsen in de buurt de veiligheid vergroot. • Ervaringsverhalen van burens of vrienden die geloofwaardig en herkenbaar zijn.
Autoriteit	Mensen beïnvloeden met de kracht van experts of officiële instanties. Kies hierbij iemand die de doelgroep als	<ul style="list-style-type: none"> • Het RIVM of GGD dat fietsen promoot als beste dagelijkse beweegvorm. • Gemeente of wethouder mobiliteit die laat zien dat zij zelf fietsen.

Associaties bij beroemdheden benutten

autoriteit, dat kan ook een leerkracht, ouder of persoon in de wijk zijn

Bekende mensen inzetten, zodat hun positieve imago afstraalt op fietsen.

Antropomorfisme en mascottes

Een object of concept een menselijk gezicht of karakter geven, zodat mensen er emotioneel aan gehecht raken.

Disrupt

Mensen verrassen of hun gewoontes doorbreken, zodat ze positiever openstaan voor de boodschap. Het idee is om iets te doen dat een tikje bizar is zodat de aandacht getrokken wordt. Daarna geef je een boodschap die je doel ondersteunt.

Schaarste

Mensen extra waarde laten hechten aan fietsen door te benadrukken dat een kans tijdelijk of uniek is. Mensen zijn geneigd om meer waarde aan iets te hechten als ze weten dat het schaars is. Denk bijvoorbeeld aan het hamsteren van WC-papier tijdens corona.

Winst- en verliesframe

Dezelfde boodschap presenteren als winst (wat je krijgt) of verlies (wat je misloopt). Mensen reageren over het algemeen sterker op het verliesframe.

- Bekende sportartsen die fietsen aanbevelen als gezonde en veilige sportieve keuze.
- Een bekende sporter of artiest die fietsen koppelt aan succes en energie.
- Influencers die hun dagelijkse fietstocht delen en er iets leuks van maken.
- Een BN'er die vertelt dat fietsen hem/haar ontspanning en vrijheid geeft.
- Een vrolijke fietsmascotte die kinderen aanmoedigt om te fietsen.
- Een campagne waarin een fiets "praat": *"Neem mij mee, ik breng je overal!"*
- Kinderen stickers of knuffels laten verzamelen van mascottes die fietsen promoten.
- Een flashmob met dansende fietsers op een plein → trekt aandacht en roept plezier op.
- Een creatieve campagne: bijvoorbeeld een fietsparkeerplek die plotseling verandert in een mini-tuin.
- Onverwachte humor: een poster waarop een auto moppert *"Ik wou dat ik een fiets was."*
- *"Deze maand gratis proeflessen fietsen voor beginners – schrijf je snel in."*
- Een limited edition fiets of accessoire beschikbaar stellen.
- *"Alleen dit weekend: gratis fietsencheck voor iedereen in de wijk."*
- Winstframe: *"Fietsen geeft je elke dag meer energie en vrijheid."*
- Verliesframe: *"Als je blijft autorijden, mis je de kans op gratis beweging en frisse lucht."*
- Winstframe: *"Met elke fietstocht bespaar je geld."/* Verliesframe: *"Elke dag met de auto kost je onnodig veel."*

Methoden voor doorbreken inertia

Gewoonte doorbreken

Interventie-methode	Uitleg	Voorbeelden
Training	Vaardigheden aanleren zodat fietsen minder moeite kost en vanzelfsprekender wordt.	<ul style="list-style-type: none"> • Fietslessen voor volwassenen die lang niet gefietst hebben. • Workshops over fietsen in het verkeer of fietsen combineren met OV. • Techniektraining zoals veilig op- en afstappen oefenen.
Aanpassen omgeving	De omgeving veranderen zodat fietsen makkelijker en aantrekkelijker wordt.	<ul style="list-style-type: none"> • Extra fietspaden of betere verlichting maken. • Gratis fietsenstallingen dichterbij stations en winkels. • Werkgevers die douches en kleedruimtes aanbieden.
Overtuigen	Met verhalen of argumenten de voordelen van fietsen benadrukken en zo weerstand doorbreken.	<ul style="list-style-type: none"> • Campagnes: <i>“Met de fiets ben je vaak sneller dan met de auto in de stad.”</i> • Positieve verhalen van buurtgenoten die hun auto hebben ingeruild voor de fiets. • Gezondheidsvoordelen benadrukken: fitter, minder stress.
Modelleren	Laten zien dat anderen de overstap naar fietsen maken.	<ul style="list-style-type: none"> • Collega's die laten zien dat ze dagelijks fietsen naar werk • Video's van buurtbewoners die vertellen hoe zij begonnen met fietsen. • Bekende Nederlanders die de fiets promoten.
Faciliteren	Belemmeringen wegnemen en praktische hulp bieden om de fiets te pakken.	<ul style="list-style-type: none"> • Leenfietsen aanbieden bij buurthuizen. • Werkgevers die leasefietsen regelen. • Goedkope of gratis reparatiedagen om oude fietsen bruikbaar te maken.
Educatie	Kennis geven over voordelen en praktische informatie rondom fietsen.	<ul style="list-style-type: none"> • Uitleg geven over fietsroutes en veiligheid. • Vergelijking maken: fietsen is vaak sneller en goedkoper dan OV of auto. • Workshops over gezondheidseffecten van fietsen.
De-conditioning	Oude gewoontes en bijbehorende prikkels afleren.	<ul style="list-style-type: none"> • Automatische gewoonte om met de auto te gaan doorbreken door parkeerplekken te beperken. • Mensen bewust laten stilstaan bij hun vaste autoroute.

Interventiemethode	Uitleg	Voorbeelden
		<ul style="list-style-type: none"> • Auto-onkosten (brandstof, parkeren) inzichtelijk maken zodat oude keuzes minder vanzelfsprekend zijn.
Counter-conditioning	Oude gewoontes vervangen door nieuw gedrag in dezelfde situatie.	<ul style="list-style-type: none"> • In plaats van de auto pakken bij korte ritten → standaard de fiets nemen. • Een vaste OV-rit combineren met een stukje fietsen (bijv. naar het station). • Campagnes: <i>“Bij afstanden onder 5 km? Pak de fiets!”</i>
Implementatie on intentions	Mensen concrete <i>als-dan</i> plannen laten maken om fietsen makkelijker te kiezen.	<ul style="list-style-type: none"> • “Als ik naar mijn werk ga, pak ik de fiets tenzij het stormt.” • “Als ik boodschappen doe binnen 3 km, neem ik de fiets.” • “Als ik naar de sportschool ga, fiets ik erheen.”
Cue altering	Signalen in de omgeving aanpassen zodat ze fietsen activeren.	<ul style="list-style-type: none"> • Fiets parkeren voor de deur, auto verder weg zetten. • Een herinneringsbriefje bij de voordeur: <i>“Neem je fiets vandaag!”</i> • Telefoonmelding instellen om aan de fiets te denken.
Stimulus control	Prikkels die ongewenst gedrag uitlokken beperken en die voor fietsen versterken.	<ul style="list-style-type: none"> • Beperk parkeergelegenheid voor auto's, maar bied ruime fietsenstallingen. • Gratis OV-fietsen bij stations promoten. • Reclame en posters die fietsen zichtbaar maken in de omgeving.
Planning coping responses	Vooraf plannen hoe om te gaan met belemmeringen die fietsen kunnen verhinderen.	<ul style="list-style-type: none"> • “Als het regent, neem ik regenkleding mee.” • “Als mijn fiets kapot gaat, gebruik ik een deelfiets.” • “Als ik moe ben, fiets ik toch kort en neem ik daarna rust.”
Early commitment	Mensen al in een vroeg stadium een toezegging laten doen.	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuwe werknemers laten tekenen voor deelname aan een fietsplan. • Schoolkinderen een fietsbeloftekaart laten ondertekenen. • Kortingsactie bij vroege inschrijving voor een fietsproject.
Public commitment	Mensen publiekelijk laten beloven dat ze vaker gaan fietsen.	<ul style="list-style-type: none"> • Deelname aan een “fiets naar werk”-challenge en resultaten delen.

Interventiemethode	Uitleg	Voorbeelden
		<ul style="list-style-type: none"> • Een wijkposter met foto's van deelnemers: "Wij fietsen mee!" • Sociale media posts waarin mensen hun voornemen delen.
Disrupt-then-reframe	Mensen kort uit hun automatische denkpatroon halen en daarna de boodschap reframen.	<ul style="list-style-type: none"> • Campagne: "Autorijden naar de supermarkt? Dat is 5 minuten file... met de fiets ben je er sneller!" • Verrassende straatactie: parkeerplaatsen volzetten met fietsen en borden plaatsen "Zo past iedereen wél in de stad." • Reclame die begint met een onverwachte boodschap: "Geen tijd? Pak de fiets en bespaar juist tijd!"

Intentie versterken

Interventiemethode	Uitleg	Voorbeelden
Persuasive communicatie	Met inspirerende boodschappen of verhalen mensen overtuigen dat fietsen belangrijk en haalbaar is.	<ul style="list-style-type: none"> • Campagnes met succesverhalen: mensen die hun leven veranderden door vaker te fietsen. • Posters: "Op de fiets ben je sneller dan in de file." • Video's waarin gezinnen laten zien hoe fietsen hen meer verbonden maakt.
Feedback	Mensen inzicht geven in hun huidige gedrag en resultaten, waardoor fietsen relevanter en betekenisvoller wordt.	<ul style="list-style-type: none"> • Apps die laten zien hoeveel CO₂ en geld je bespaart door te fietsen • Complimenten van trainers: "Je hebt al drie ritten deze week gefietst, top!" • Persoonlijke rapportjes die voortgang zichtbaar maken.
Klassiek conditioneren	Positieve ervaringen koppelen aan fietsen, zodat de intentie vanzelf sterker wordt.	<ul style="list-style-type: none"> • Na een fietstocht een kleine beloning krijgen (digitale badge, compliment, gratis koffie). • Muziek en leuke sfeer tijdens fietsactiviteiten. • Oefenen in een groep waar fietsen automatisch met gezelligheid geassocieerd wordt.

Interventie-methode	Uitleg	Voorbeelden
Zelf-herwaardering	Mensen laten nadenken over hoe fietsen hun zelfbeeld versterkt of verandert.	<ul style="list-style-type: none"> • Vragen: <i>“Hoe zou jij jezelf zien als iemand die dagelijks fietst?”</i> • Visualisatie-oefening: jezelf voorstellen als fitte, energieke fietser. • Campagnes: <i>“Ben jij diegene die vrijheid kiest of die in de file staat?”</i>
Environmental reevaluation	Mensen laten nadenken over hoe hun keuze (wel of niet fietsen) invloed heeft op de omgeving en hun omgeving op henzelf.	<ul style="list-style-type: none"> • Beseffen: <i>“Als ik fiets, draag ik bij aan een schonere wijk voor mijn kinderen.”</i> • Werknemers zien dat hun fietskeuze anderen inspireert. • Weten dat meer fietsen in de buurt verkeersveiligheid vergroot.
Anticipated emotion (Verwachte emotie)	Mensen intentie geven door ze te laten nadenken over hoe ze zich voelen na de keuze voor fietsen of na het vermijden ervan.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>“Stel je voor hoe trots je bent als je morgen op de fiets naar werk gaat.”</i> • <i>“Hoe zou je je voelen als je de auto pakt terwijl je eigenlijk had kunnen fietsen?”</i> • Campagnes die blijdschap, trots en vrijheid koppelen aan de keuze om te fietsen.

Methoden voor verbeteren beleving weer

Interventie-methode	Uitleg	Voorbeelden
Overtuigen	Met argumenten en verhalen de negatieve emoties bij slecht weer ombuigen naar een positievere beleving.	<ul style="list-style-type: none"> • Campagne: <i>“Er bestaat geen slecht weer, alleen slechte kleding.”</i> • Verhalen delen van fietsers die zeggen dat ze zich juist fris en energiek voelen na een regenrit. • Uitleggen dat korte ritjes in de regen vaak meevallen en zelfs verfrissend kunnen zijn.
Modelleren	Rolmodellen laten zien dat fietsen in slecht weer normaal, haalbaar en zelfs leuk kan zijn.	<ul style="list-style-type: none"> • Video's van studenten of ouders die lachend door de regen fietsen. • Influencers die laten zien hoe zij er een spel of avontuur van maken. • Collega's die trots delen dat ze door weer en wind zijn gefietst.
Faciliteren	Praktische belemmeringen verlagen en hulpmiddelen bieden om fietsen comfortabeler te maken bij slecht weer.	<ul style="list-style-type: none"> • Gratis of goedkope regenkleding aanbieden. • Fietspaden beter onderhouden (geen plassen, goede verlichting). • Werkgevers die kleedkamers en föhns aanbieden voor natte fietsers.
Belief selection	Negatieve overtuigingen identificeren en vervangen door positieve of realistische overtuigingen.	<ul style="list-style-type: none"> • Overtuiging: <i>“Ik word altijd doorweekt.”</i> → <i>“Met goede regenkleding blijf je meestal droog.”</i> • Overtuiging: <i>“Regen maakt fietsen gevaarlijk.”</i> → <i>“Op fietspaden met antislip en rustig rijden is het veilig.”</i> • Overtuiging: <i>“Regen verpest mijn dag.”</i> → <i>“Een regenrit kan juist energie geven.”</i>
Persuasive communicatie	Inspirerende en aantrekkelijke boodschappen die de emotie rondom fietsen in slecht weer positief kleuren.	<ul style="list-style-type: none"> • Slogan: <i>“Regen maakt je sterk – echte fietsers laten zich niet stoppen.”</i> • Foto's of filmpjes van mensen die genieten van fietsen door een herfstachtig landschap • Campagnes die humor gebruiken: een cartoon van een auto vast in de file, terwijl een fietser lachend door de regen rijdt.

Appendix D Uitgebreide uitkomsten brainstorm

Groep 1 Veiligheidsbeleving in doelgroep 3

Methode	Uitwerking
Faciliteren	Centrale plek in de wijk waar elke week fietslessen gegeven worden op verschillende tijden (ook voor werkenden) met verschillende typen fietsen (ook driewieler voor volwassenen). Beginnen met elke 1 ^e x dag van de maand Fietssafari over veilige fietspaden langs bepaalde punten zoals winkels, sport, huisarts etc.
Voorlichten	Informereren hoe je fietsen kunt kopen (als je minder geld hebt) – tijdens de fietslessen
Overtuigen	Angst wegnemen met behulp van fietslessen en informeren over mooie fietspaden en herinrichtingen. Rekening houden met taal à iemand (bewoner) die kan tolken

Groep 1 Fietsbezit interventies aanpassen op doelgroep 3

Methode	Uitwerking
Omgeving herstructureren	Volwassen fietsenplan centrale fietsenstalling in de buurt om fiets te huren
+ Faciliteren	Fietsenstalling <ul style="list-style-type: none">- Buurtstallingen waar verschillende fietsen beschikbaar staan en bewaakt worden- Op huidige parkeerplekken voor auto's

Veel meer koppelen aan buurthuizen à wijkfaciliteiten

Groep 2 Fietsersidentiteit voor doelgroep 5

Methode	Uitwerking
Educatie	<ul style="list-style-type: none">- Aanleg sterfietsroutes communiceren (STOMP principe)- Laak: Actieplan Laak waar ook gezondheid en armoede in zit. Hierop inspelen met educatie- In voortgezet onderwijs educatie over fietsgedrag
Modelleren	Rolmodellen à inzetten van buurtmoeders en buurtvaders, alle groepen komen samen in wijkcentra
Positieve feedback. aanspreken	Trots Interview met rolmodel in de wijk, waarin het fietsen positief wordt benoemd. Het rolmodel zal dit waarschijnlijk ook delen met anderen in de wijk

Direct experience/directe beleving	<ul style="list-style-type: none"> - Fietsen beschikbaar stellen, faciliteren om fietsen te huren of repareren. Een systeem voor de wijk - Laakfietsen of Moerwijkfietsen, gratis deelfietsen - Pop-up fiets store (belevenisplekken).
Infrastructuur/omgeving	Fietsparkeren → hoe en waar kunnen mensen hun fiets veilig stallen. → Mensen weten soms niet hoe ze fietsnietjes kunnen aanvragen, waardoor ze niet worden aangevraagd.
Entertainment Educatie	Laaktheater: gaat over onderwerpen in de wijk. Hier kan het fietsen ook bij komen.

Groep 2 Positieve emoties voor doelgroep 5

Methode Modelleren	<p>Uitwerking</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinderen laten modelleren voor de ouders. Bijv. een fietsdag op school voor de kinderen waar ook de ouders naartoe moeten komen - Moskee/imam - Gebiedsvaders en gebiedsmoeders - Communitybuilder <p>In gesprek met de wijkinfluencers zoals imam, wijkcentra, bibliotheek etc.</p>
--------------------	---

Groep 3 inertia doorbreken bij doelgroep 6

Gekozen subdoelgroep: Jonge ouders en expats

Conclusie: hoofdmethode is conditioneren (=voorwaarden stellen)

Methode Deconditionering gecombineerd met early commitment	<p>Uitwerking</p> <p>Voorwaarde/eisen stellen via centrale instanties zoals scholen, werkgevers, sportverenigingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <x kilometers alleen met (e-)fiets. Verplicht - Beloftekaart school - Niet met auto naar cliënten in de stad - Carpoolen naar wedstrijd verplicht - Geen kiss en ride bij scholen - Alleen werknemers buiten de stad mogen bij kantoor parkeren
Overtuigen	<p>Ambassadeurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manier van connecties maken - Verkeersveiligheid vergroten

Groep 3 Positieve beleving van slecht weer in doelgroep 6

Hoofdmethode: faciliteren +

Methode Faciliteren modelleren	<p>Uitwerking</p> <ul style="list-style-type: none"> • Werkgever: <ul style="list-style-type: none"> - E-bike geven/uitlenen (tegen wind en zweten)
--------------------------------	--

- werkgever en opleiding
- Kleedruimtes en laadstations met fohn en droogrekken
 - Regenkleding en helm geven
 - Reisvergoeding fiets
 - Inspirerende verhalen collega's met leuke foto's en tips/uitdagingen
 - Fiets naar je werk dag
 - Uni/HBO/MBO
 - Korting op e-swapfiets abonnement
 - Kleedruimtes en kluisjes voor regenkleding

Eindproducten

Nadat de deelnemers de voorgaande tabellen hadden ingevuld kozen zij per belemmering een favoriete interventie uit en werkten deze verder uit.

Doelgroep 3	Onveilig gevoel	Fietsbezit
Gekozen methode	Fietssafari	Buurtstallingen met diverse leenfietsen op aantal bewoners
Invulling	Tocht langs diverse hotspots en voorzieningen in de wijk langs veilige en groene routes. Als positieve ervaring en afsluiting van fietslessen/ fietscoaching	Op bestaande plekken bieden we buurtstallingen aan (beveiligd) met diverse soorten fietsen.
Geschat bereik	300-500 personen per jaar	25 buurtstallingen in heel Zuidwest à 500 per jaar
Geschatte benodigde tijd	Eenmalig 150 uur Structureel 8 uur per week	100 uur per buurtstalling
Geschatte kosten	Eenmalig €15.000 Structureel: ?	€25.000 per stalling excl. Exploitatie en beheer
Nodig om draagvlak te creëren?	Ja	Ja
Moment van inzetten		Koppelen aan buurthubs.
Wie implementeert		
Overig		Goede beschikbaarheid van de fietsen is een voorwaarde. 1x misgrijpen is genoeg.
Doelgroep 5	Identiteit	Positieve emoties
Gekozen methode	Directe belevenis	Rolmodellen inzetten
Invulling	Gratis deelfietsen Pop-up store Fiets opstapdagen Vadercentrum	Fietsdag organiseren om via de kinderen de ouders te enthousiasmeren. Laakfestival: belangrijke personen in de community

Geschat bereik	500 personen per jaar	hier laten fietsen/ op de fiets laten komen
Geschatte benodigde tijd	60-80 uur	500 personen per jaar
Geschatte kosten	>€10.000	20-30 uur
Nodig om draagvlak te creëren?	Ja, wordt gedaan door interventie op emoties o.a.	€1000 – €10.000 (afhankelijk hoe groot je het maakt)
Moment van inzetten	Wanneer het weer wat beter wordt. Door het jaar heen afwisselen	Ja, veel tijd besteden welke rolmodellen het beste bij welke groep past. En veel tijd aan hen besteden.
Wie implementeert		Laakfestival
Overig	Eerst de interventie gericht op emoties, daarna de interventie gericht op identiteit	Fietsdagen koppelen aan dagen op school à begin nieuw schooljaar & van winter- en zomertijd

Doelgroep 6	Doorbreken inertia	Beleving slecht weer
Gekozen methode	Conditioneren Voorwaarden stellen via instantie	Faciliteren Via instanties
Invulling	Voorwaarden stellen aan gebruik auto en eisen aan gebruik fiets via school en werkgever	Faciliteren van drempelverlagende hulpmiddelen bij fietsen in 'slecht' weer door scholen en werkgevers
Geschat bereik		
Geschatte benodigde tijd	>1 jaar	>1 jaar
Geschatte kosten	0 tot veel, maar verschilt per onderdeel	
Nodig om draagvlak te creëren?	Ja, bij werkgevers en schoolinstanties	Ja, bij werkgevers en schoolinstanties
Moment van inzetten	Start schooljaar en begin voorjaar	Sept-oktober à mrt (najaar + begin school)
Wie implementeert	Scholen, sport en werkgevers à toolkit vanuit gemeente den haag	Werkgevers en vervolgonderwijs
Overig		

Appendix E Uitgebreide uitkomsten evaluatie

De interventies zijn voorgelegd aan eenentwintig bewoners uit de wijken en drie sport- en fietscoaches. Zij kregen (meestal mondeling) een beschrijving van de interventie, gevolgd door enkele vragen over hun mening, de beste aanpak en belangrijke randvoorwaarden.

De bewoners werden telefonisch of op straat benaderd, terwijl de fietscoaches via Teams werden geïnterviewd. Daarnaast werd gevraagd of de drempel waarop de interventie gericht is, ook daadwerkelijk voor hen van toepassing was. Zo werd bij de fietssafari bijvoorbeeld gevraagd of de respondent zich wel eens angstig voelde tijdens het fietsen of bij de gedachte aan fietsen. Op die manier kon worden vastgesteld of de interventie aansloot bij de ervaringen van de doelgroep en of zij specifieke suggesties of aandachtspunten hadden.

Interventie 1 Fietssafari

Wat vinden de respondenten van dit idee?

Bewoners

De algemene reactie van bewoners is positief. Zij denken dat het initiatief kan werken, omdat het bijdraagt aan een veiliger gevoel en meer motivatie om te fietsen. Tegelijkertijd geven sommigen aan niet zeker te weten hoe populair het zou zijn. Daarnaast waren er ook neutrale reacties, vooral van mensen die er zelf geen behoefte aan hebben en daarom twijfelen over de effectiviteit ervan.

Mensen die angst ervaren tijdens het fietsen.

De doelgroep van deze interventie, namelijk mensen die angst ervaren ten opzichte van fietsen, hadden nog de volgende opmerkingen:

- Zij zouden graag in een groep willen fietsen, omdat dat een veiliger gevoel geeft.
- Er werd ook aangegeven dat zij graag met een fietscoach in een groep willen oefenen, om beter te leren fietsen en zich zekerder te voelen.
- Tijdens het Mini Maxi Café in Moerwijk kwam naar voren dat veel buurtbewoners – vooral moeders – graag willen leren fietsen, maar dat nog niet kunnen en/of geen eigen fiets hebben.
 - Als de gemeente fietscoaches en fietsen beschikbaar zou kunnen stellen, willen de organisatoren fietslessen regelen en buurtbewoners hierbij actief betrekken.
 - Ook bij buurtcentrum Wijkz en Vadercentrum Adam zijn veel actieve buurtbewoners die hierbij betrokken zouden kunnen worden.

Sommige buurtcentra organiseren zelf al fietslessen met leenfietsen. Zo vertelde een mevrouw dat zij op deze manier heeft leren fietsen en later via dit initiatief haar eigen fiets heeft gekregen.

Fiets- en sportcoaches

De coaches zijn allen enthousiast over het idee. Zij waarderen dat het praktisch is ingericht, dicht bij huis plaatsvindt en aansluit bij de behoefte van bewoners. Het gezamenlijk fietsen kan bovendien verbinding creëren, omdat het in groepen gebeurt en als verlengstuk van de fietslessen kan dienen. Daarnaast zien de coaches mogelijkheden om via dit initiatief contact te behouden met deelnemers nadat zij hun fietsdiploma hebben behaald, bijvoorbeeld door terugkomritten te organiseren. Zo kan ook worden gevolgd of deelnemers daadwerkelijk blijven fietsen.

Opmerkingen:

- Waarom alleen richten op deze doelgroep? Overweeg om het breder toegankelijk te maken.
- Het bereiken van deelnemers is een belangrijk aandachtspunt – het blijkt lastig om mensen daadwerkelijk te laten komen.
- Er is enige onenigheid over de beschikbare capaciteit onder de fietscoaches. Na dit onderzoek zal moeten worden nagegaan of en welke coaches tijd en ruimte hebben om aan dit initiatief mee te werken.

Belangrijke randvoorwaarden

- Tijdstippen: Houd rekening met verschillende agenda's: sommige bewoners kunnen alleen buiten werktijden, terwijl jonge gezinnen juist voorkeur hebben voor tijden tijdens schooluren. Het aanbieden van meerdere opties vergroot de toegankelijkheid. Een avondfietsgroep kan bovendien helpen om mensen te ondersteunen die fietsen in het donker spannend vinden.
- Vaste groep in de wijk: Een vaste samenstelling van deelnemers vergroot de onderlinge band en het gevoel van veiligheid.
- Conditie en niveau: Houd rekening met verschillen in conditie en fietservaring, zodat iedereen op eigen tempo kan meedoen.
- Cultuur en taalbarrières:
 - Neem de tijd om vertrouwen op te bouwen. Bijvoorbeeld door bewoners eerst uit te nodigen voor koffie in het buurthuis, om elkaar te leren kennen.
 - Maak van tevoren afspraken binnen de groep, bijvoorbeeld over hoe om te gaan met drukke verkeerspunten.

- Een praktische afspraak kan zijn dat iedereen daar afstapt en lopend oversteekt.
 - Houd rekening met de taalbarrière: als er een tolk aanwezig is, zorg dan dat deze persoon ook kan fietsen en goed kan meebewegen met de groep.
 - Mensen kunnen soms niet zo goed inschatten wat voor kleding (on)handig is op de fiets, dus communiceer hierover van tevoren.
- Locatie:
 - Denk goed na over waar de activiteit start:
 - Hoe komen deelnemers daar?
 - Is het een rustige en veilige plek met aparte fietspaden om te beginnen?
- Grootte van de groep: Sommige mensen vinden zes deelnemers al veel, terwijl anderen juist meer groepsgevoel ervaren in een grotere groep. Pas de groepsgrootte eventueel aan op basis van ervaringen.
- Veiligheid: De activiteit moet een veilige en prettige ervaring zijn — kies daarom een veilige route.
- Fietsen: Zorg dat er fietsen beschikbaar zijn die goed fietsen. Dit draagt bij aan een prettige ervaring.
- Er is behoefte aan een goede organisatie en coördinatie (“een gesloten keten”):
 - Iemand moet de activiteiten coördineren en de samenwerking tussen partijen in de wijk of in het fietsnetwerk bewaken.
 - Belangrijk is dat organisaties elkaar versterken in plaats van langs elkaar heen werken of concurreren.

Ideeën en toevoegingen

- Veel bewoners willen dit initiatief vooral gebruiken als vervolg op of alternatief voor fietslessen. Er moet daarom rekening worden gehouden met het feit dat veel mensen geen eigen fiets hebben of geen geld kunnen betalen voor lessen. Het is wenselijk om de activiteit gratis aan te bieden met leenfietsen.
- De fietstochten kunnen volgens coaches ook worden ingezet voor mensen die geen les meer volgen, maar nog onzeker zijn in het verkeer – een soort ‘gevorderdenles’. Groepen kunnen bestaan uit een mix van oud-deelnemers en nieuwe deelnemers, zodat men van elkaar kan leren.

- In het Zuiderpark worden al initiatieven rondom fietslessen georganiseerd; dit soort bestaande activiteiten kunnen worden uitgebreid of als voorbeeld dienen.
- Het aanbod werkt het best via bestaande wijknetwerken, waar mensen zich vertrouwd voelen, in kleine groepen en met bekende gezichten.
- Op termijn is het belangrijk om deelnemers ook stapsgewijs kennis te laten maken met drukker verkeerspunten, zodat zij leren veilig te navigeren en meer zelfvertrouwen opbouwen.
- Veel bewoners geven aan dat de kwaliteit van fietspaden verbetering behoeft. Suggesties zijn onder andere:
 - Aparte fietsstroken zodat wegen niet gedeeld hoeven te worden met auto's;
 - Betere onderhoud en asfaltering om valgevaar te verminderen;
 - Betere verlichting, met name op routes waar vrouwen 's avonds fietsen.
- Er bestaat al een appgroep waarmee oud-deelnemers gemakkelijk kunnen worden benaderd voor deelname aan de fietstochten.
- Neem in het programma ook een uitje naar een fietswinkel op. Sommige coaches merken dat deelnemers zelf soms een ongeschikte fiets aanschaffen (bijv. met slechte remmen of verkeerde framemaat).
- Het is belangrijk om expliciet te oefenen op risicovolle verkeerspunten, zodat deelnemers leren hoe zij daar veilig kunnen oversteken en zich zekerder voelen in complexere verkeerssituaties. Dit staat in contrast met de eerdere opmerking over een veilige prettige ervaring creëren.

Interventie 2 Leenfietsenstalling

Wat vinden de respondenten van het idee?

Bewoners

Er zijn veel enthousiaste reacties van mensen die denken dat het initiatief goed zou kunnen werken. Tegelijkertijd wordt ook opgemerkt dat veel mensen die willen fietsen al een eigen fiets hebben, en dat er bovendien al leenopties bestaan, zoals Swapfietsen.

Mensen die geen fiets hebben

- Meerdere bewoners zijn enthousiast over een regeling met leenfietsen. Zij geven aan geen eigen fiets meer te willen kopen, bijvoorbeeld uit angst voor diefstal of omdat zij niet regelmatig genoeg fietsen om de aanschaf te rechtvaardigen, maar ze zouden wel graag vaker willen fietsen.

- Een bewoner vertelde dat zij heeft leren fietsen, maar nog geen eigen fiets heeft omdat de aanschaf te duur is. Voor haar zou het lenen of krijgen van een fiets via de gemeente een aantrekkelijke oplossing zijn.
- Daarnaast wordt het gezien als een goed idee om oude of ongebruikte fietsen vanuit de gemeente op te knappen en te schenken aan buurtbewoners die zich geen fiets kunnen veroorloven.

Fiets- en sportcoaches

De fiets- en sportcoaches zijn unaniem positief over het idee.

Opmerkingen:

- Maak het initiatief niet alleen toegankelijk voor Ooievaarspashouders; ook mensen zonder pas kunnen een beperkt budget hebben. Een generieke regeling zou inclusiever zijn.
- Als de fietsen snel uitgeleend zijn en daardoor tijdelijk minder beschikbaar, is dat juist een signaal van succes en een reden om het programma uit te breiden.
- Tegelijkertijd wordt benadrukt dat dit een kostbare oplossing kan zijn, die staat of valt met goede organisatie, logistiek en beheer.
 - Er wordt voorgesteld om samen te werken met bestaande aanbieders, zoals Donkey Republic, dat al deelfietsen in Den Haag beheert.
 - Zo kan de organisatie en het onderhoud grotendeels worden afgedekt, al betekent dit wel dat deelnemers via een app moeten reserveren.

Belangrijke randvoorwaardes:

- De belangrijkste voorwaarde is de betaalbaarheid. Het aanbod moet aantrekkelijker zijn dan bestaande huurfiets- of NS-fietsopties.
 - Er wordt soms een richtprijs van ongeveer €5 per dag genoemd, maar deze komt vaak van mensen die zelf geen (zeer) laag inkomen hebben en al een fiets bezitten.
- Wanneer mensen betalen voor het gebruik van een fiets, verwachten zij ook goede kwaliteit. Belangrijke aandachtspunten hierbij zijn:
 - Beschikbaarheid van elektrische fietsen en bakfietsen;
 - Goed onderhoud en betrouwbare fietsen;
 - Lichte modellen die geschikt zijn voor oudere deelnemers;
 - Bagagedragers of kinderzitjes voor ouders met jonge kinderen;
 - Fietstassen voor praktisch gebruik;
 - De mogelijkheid om eerst een proefrit te maken.
- Ook voor de gemeente is kwaliteit essentieel: goedkope fietsen gaan snel kapot, wat op termijn meer onderhoudskosten en minder gebruikstevredenheid oplevert.

- De uitgifte- en inleverpunten moeten goed bereikbaar zijn en voldoende capaciteit hebben, zodat mensen niet misgrijpen.
 - Deelnemers haken af als ze een half uur moeten lopen naar een fiets.
 - Flexibiliteit is belangrijk: gebruikers moeten de fiets niet per se op hetzelfde punt hoeven inleveren, zeker bij kortdurend gebruik.

Ideeën en toevoegingen

- Bewoners vinden dat deze interventie goed aansluit bij Interventie 1, waarin mensen na het volgen van fietslessen en het behalen van hun diploma een oude fiets van de gemeente kunnen ontvangen.
 - Dit is vooral relevant omdat veel mensen geen eigen fiets hebben én nog niet goed kunnen fietsen.
 - Een koppeling tussen beide interventies bespaart tijd en middelen, omdat er minder nieuwe structuren hoeven te worden opgezet.
 - Voor mensen met een laag inkomen kan het lenen van een fiets alsnog te duur zijn; een schenking of structurele regeling is dan effectiever.
- Er wordt ook aangegeven dat het een goed idee is om oude fietsen gratis aan te bieden via de gemeente, in samenwerking met buurtcentra.
 - Buurtcentra weten vaak wie er behoefte heeft aan een fiets of kunnen dit gemakkelijk in hun netwerk uitvragen.
 - Een alternatief is een betaalbaar abonnementsmodel, waarbij het goedkoper wordt naarmate mensen langer huren.
 - Overweeg dat mensen hun abonnement zelf kunnen verlengen, eventueel online of via een app.
- Denk ook na over fietsdiefstal en vandalisme: veel bewoners geven aan dat dit een drempel vormt om te fietsen. Goede beveiliging en degelijke sloten zijn dus essentieel.
- Overige suggesties:
 - Gratis fietsen voor kinderen via scholen, om jonge doelgroepen te bereiken.
 - Het initiatief kan ook aantrekkelijk zijn voor bezoekers of tijdelijke gebruikers in de wijk.
 - Voorzie de fietsen van stevige fietstassen of een krat voorop voor praktisch gebruik.
 - Overweeg om autoparkeerplaatsen te gebruiken voor de stallingen, om ruimte efficiënt te benutten en het fietsgebruik zichtbaar te maken in de wijk.

Interventie 3 Rolmodellen

Wat vinden de respondenten van het idee?

Bewoners

Bewoners vinden het een goed idee om aanwezig te zijn bij lokale evenementen, bijvoorbeeld met een stand op het Laakfestival, om bewoners laagdrempelig te bereiken en te informeren.

- Sleutelfiguren met sterke netwerken in de wijk zijn een waardevol startpunt om het initiatief bekend te maken en draagvlak te creëren.
- Samenwerking met scholen is eveneens belangrijk. Dit biedt de mogelijkheid om met kinderen in gesprek te gaan over de voordelen van fietsen en hun zorgen of angsten te bespreken.

Reactie specifiek van mensen die (nog) geen positieve emoties ervaren rondom fietsen:

Een brief of enquête kan via een sleutelfiguur in de wijk worden verspreid, zodat bewoners zelf kunnen meedenken, kiezen en betrokken raken bij de organisatie.

Fiets- en sportcoaches

De fiets- en sportcoaches zijn positief, maar benadrukken dat het belangrijk is om de juiste rolmodellen te kiezen. Deze rolmodellen moeten passen bij de doelgroep en geloofwaardig zijn binnen de gemeenschap.

Belangrijke randvoorwaarden

- Meertalige informatie: Zorg dat alle communicatie in meerdere talen beschikbaar is.
- Passende rolmodellen: Het succes hangt sterk af van het zorgvuldig selecteren van rolmodellen die aansluiten bij elke doelgroep en het investeren van tijd in hun betrokkenheid.
 - De rolmodellen moeten herkenbaar zijn binnen de gemeenschap.
- Scholen ontlasten: Scholen hebben het al druk; vermijd daarom dat zij te veel verplichtingen krijgen binnen het project.
- Positieve framing: Breng het fietsen positief onder de aandacht, bijvoorbeeld via een campagne die de voordelen van fietsen benadrukt.
- Identificatiekracht: Hoe groter de herkenbaarheid en aantrekkelijkheid van de campagne, hoe beter. Humor en plezier werken versterkend.

Aanvullende ideeën

- Het wordt regelmatig genoemd dat het herinvoeren van verkeers- en fietsexamens op basisscholen een goed idee zou zijn.

- Organiseer activiteiten in samenwerking met buurtcentra, buurthuizen of tijdens culturele feesten (zoals het Offerfeest) door (gelovige) sleutelfiguren uit de wijk te betrekken. Vanuit daar kan een fietsevenement ontstaan waar mensen fietsen kunnen uitproberen of samen een tocht maken.
- Zet een campagne of fietstocht met bekende personen op, bijvoorbeeld de burgemeester die op de fiets door de wijk rijdt — om te laten zien dat fietsen voor iedereen is.
 - Dit kan gecombineerd worden met Interventie 6, bijvoorbeeld met een speelse of natgerengende variant (“verwaaid maar voldaan”).
- Organiseer een avondfietstocht voor kinderen, waarbij zij met verschillende fietslampjes fietsen.
- Ontwikkel een fietspuzzeltocht voor jonge gezinnen en kinderen om hen bekend te maken met hun buurt en het vele groen (bijv. Zuiderpark, Madestein, Uithof, speeltuinen).
 - Richt checkpoints in met een kleine quiz, limonade voor de kinderen of voer voor de eendjes.
 - Betrek iemand uit de buurt die verhalen of weetjes kan delen tijdens de tocht.
- Organiseer fietstochten langs natuurgebieden of andere plekken die gezond bewegen stimuleren.

Ideeën voor samenwerking

- In het Zuiderpark worden regelmatig evenementen georganiseerd die goed aansluiten bij het stimuleren van fietsmotivatie.
- Vadercentrum Adam heeft eerder succesvolle fiets- en wandelactiviteiten georganiseerd en trekt een groot en divers publiek.
 - Via dit soort initiatieven kun je bewoners met een niet-Nederlandse achtergrond laten zien hoeveel mooie groene plekken de wijk te bieden heeft.
- Organiseer met scholen een fietstocht als sportdag (bijv. naar Madestein). De enige kosten zijn dan limonade of kleine versnaperingen.
- Tijdens het Ooievaarsfestival komen veel mensen die geen fiets kunnen kopen vanwege de prijs. Dit evenement biedt een mooie kans om fietsgebruik te promoten, vooral onder bewoners met een niet-Nederlandse achtergrond.

Interventie 4 Directe ervaring

Wat vinden respondenten van het idee?

Bewoners

De reacties zijn overwegend positief, vooral over het idee van opstapdagen of een stand tijdens evenementen zoals het Laakfestival. Dat wordt gezien als een goede manier om bewoners laagdrempelig kennis te laten maken met fietsen.

Suggesties:

- Organiseer de activiteiten in grotere parken of op schoolpleinen na schooltijd.
- Laat bezoekers feedback geven over fietsveiligheid, hun redenen om niet te fietsen, en wat zij nodig hebben om vaker te fietsen.
- Geef mensen de mogelijkheid om zich direct in te schrijven voor fietslessen.
- Bied fietsreparaties aan tijdens het evenement, aangezien die nauwelijks beschikbaar zijn in de wijk.
 - Denk aan een 'Repaircafé' met een fietsenmaker op vaste dagen.
- Fietsenwinkels worden nu vaak als weinig uitnodigend ervaren; dergelijke evenementen kunnen helpen om fietsen toegankelijker en aantrekkelijker te presenteren.

Fiets- en sportcoaches

De meningen onder de coaches zijn verdeeld:

- Eén coach geeft aan dat exposure belangrijk is om positieve associaties met fietsen te creëren. Dit werkt vooral goed in combinatie met andere interventies.
 - Wel vraagt deze coach zich af hoe je dit kunt doen zonder dat het opgedrongen voelt; het moet worden gekoppeld aan iets wat al leeft in de wijk.
- Een tweede coach is neutraal en weet niet zeker of het initiatief effectief zal zijn.
- Een derde coach merkt op dat veel mensen niet kunnen fietsen, en dat zij daarom niet direct profiteren van dit type evenement; zij moeten het eerst leren.

Belangrijke randvoorwaardes:

- Zorg dat het evenement ook een sociale en persoonlijke ervaring biedt.
- Houd rekening met gevoelens van schaamte bij mensen die nog niet goed kunnen fietsen.
- Plan het bij voorkeur in het weekend, omdat veel bewoners doordeweeks werken.
- Laat bewoners eerst positieve emoties rond fietsen ervaren; pas daarna kan fietsen onderdeel worden van hun identiteit en dagelijkse gewoonte.

- Communiceer duidelijk van tevoren dat bezoekers ook hun kapotte fietsen kunnen laten repareren.
- Zorg dat alle informatie in meerdere talen beschikbaar is.

Ideeën en toevoegingen:

- Ontwikkel campagnes die mensen motiveren door de voordelen van fietsen te benadrukken, bijvoorbeeld:
 - *“De fiets is sneller binnen de stad.”*
 - *“Fietsen is leuk én je ontdekt de mooiste plekken, zoals het Zuiderpark of de duinen.”*
- Buurtfeesten en buurthuizen zijn geschikte plekken om mensen te bereiken.
- Richt een fietsparcours in voor kinderen om hen op een speelse manier enthousiast te maken.
- Wedstrijden langzaam fietsen; je wint als je als laatste over de finish komt zonder de grond aan te raken.
- Maak driewielers zichtbaarder en betaalbaarder tijdens opstapdagen; veel mensen die niet (meer) goed kunnen fietsen vinden deze fietsen aantrekkelijk, maar ze zijn vaak te duur.

Interventie 5 Stimuleren via het werk en school

Wat vinden respondenten van het idee?

Bewoners:

De algemene reactie is positief: bewoners vinden het een goed idee om fietsen te stimuleren via werkgevers en universiteiten, zeker in combinatie met het betrekken van kinderen en ouders die hen naar school brengen.

- Veel mensen geven aan geen zin te hebben om 's ochtends naar het werk te fietsen.
- Volgens bewoners is het effectiever om fietsen aantrekkelijker te maken dan om het autogebruik te ontmoedigen. Veel mensen zijn al bezig met hun gezondheid, en daar kan goed op worden aangesloten door de voordelen van fietsen te benadrukken of zichtbaar te maken.
 - Voorbeelden zijn: een hogere reiskostenvergoeding voor fietsers, goede fietsenstallingen, of een fietsenmaker op locatie.

Reactie specifiek van mensen tussen de 20 en 35:

- Zij vinden een fietsregeling aantrekkelijk, vooral als ze zelf nog geen fiets hebben aangeschaft.
- Tegelijkertijd zijn ze niet enthousiast over het verder beperken van parkeerplekken.

Fiets- en sportcoaches:

De sport- en fietscoaches reageren overwegend positief.

- Een van de coaches benadrukt dat het belangrijk is om al op jonge leeftijd te beginnen, bijvoorbeeld via scholen. Als fietsen van jongs af aan wordt gestimuleerd, wordt het een gewoonte. Via deze route kunnen ook ouders betrokken worden — in Transvaal wordt dit al opgezet.
- Een andere coach wijst erop dat het beperken van parkeerplekken bij werkgevers weerstand kan oproepen, maar dat belonen, bijvoorbeeld met een hogere reiskostenvergoeding voor fietsers, juist goed kan werken.
- Wel geven de coaches aan dat het vinden van werkgevers waar deze specifieke doelgroep werkt lastig is. Een aanvullend onderzoek kan helpen om grote werkgevers te identificeren. Daarbij is het belangrijk dat regelingen gelden voor alle medewerkers, niet alleen voor de doelgroep.

Belangrijke randvoorwaardes:

- Het verder beperken van parkeerplekken wordt over het algemeen als onwenselijk gezien, omdat er al weinig plekken zijn. Dit zou eerder tot boosheid dan motivatie kunnen leiden en nieuwe problemen veroorzaken rond wie er wél of niet mag parkeren.
 - Tegelijk zijn er ook mensen die hier voorstander van zijn, omdat het kan bijdragen aan minder autoverkeer.
 - Het beperken van parkeerplekken is effectief, maar zal veel weerstand oproepen.
- Overwogen kan worden om parkeerpassen te geven aan mensen die de auto echt nodig hebben, zoals bewoners met weinig tijd.
- Het openbaar vervoer moet eerst verbeterd worden voordat er parkeerplaatsen worden weggenomen.
- Om mensen te motiveren naar het werk te fietsen, is het belangrijk dat ze hun fiets droog, veilig en overdekt kunnen stallen, met oplaadmogelijkheden voor elektrische fietsen en beveiliging tegen diefstal van accu's.
- Op scholen moeten medewerkers ontlast worden, maar wel betrokken blijven bij de uitvoering.

Ideeën en toevoegingen:

- Samenwerking met scholen is een goed idee, maar het is belangrijk te bedenken hoe om te gaan met ouders die niet gemotiveerd zijn hun kinderen te laten fietsen.
- Betaald parkeren blijkt een effectieve maatregel om mensen te stimuleren de fiets te pakken.
- Hogere reiskostenvergoeding voor fietsers kan een sterke prikkel zijn.

- P&R-locaties (Park & Ride) waar automobilisten goedkoop kunnen parkeren en verder kunnen reizen met de tram of een leenfiets, kunnen de overgang van auto naar fiets vergemakkelijken.
- Houd rekening met mensen die zelf niet werken, zodat interventies ook voor hen relevant blijven.
- In de kassen ligt nog veel potentie: veel werknemers worden nu met busjes opgehaald, maar zouden mogelijk graag willen fietsen als de omstandigheden gunstig zijn.

Interventie 6 Slecht weer verzachten

Wat vinden de respondenten ervan?

Bewoners

De meningen zijn gemengd.

- Fietsen/e-bikes via werkgevers een goed idee om af te stemmen waar dat nog niet wordt gedaan
- Wordt niet vaak gebruik van gemaakt omdat mensen ze zelf al hebben.
 - Dit wordt ook gezegd door iemand die deze aanvragen regelt bij haar werk dat mensen het niet weten of niet gebruiken.
- Veel hebben al een fietsplan, kluisjes en kleedruimtes op werk
- Positief over fietsvergoeding verhogen, maar hoe ga je dat controleren?

Specifiek mensen die aangeven niet te fietsen met slecht weer

- Gaat niet helpen om vaker te fietsen, vooral niet in de regen -> Ook in regenkleding niet fijn om in de regen te moeten fietsen
 - Misschien om mensen die al fietsen verder te motiveren maar wel moeilijk om op deze manier niet-fietsers te overtuigen
- Wordt ook door hen gezegd dat er niet echt iets is waardoor ze wel gemotiveerd kunnen worden om met regen te gaan fietsen
- Geven aan wel geïntrigeerd te zijn over fietsen/e-bikes via werkgevers

Sport- en fietscoaches

Gemengde reacties, maar de sport- en fietscoaches zijn niet enthousiast. Een van de coaches noemt het 'geen laaghangend fruit' – ook fietsers gaan niet fietsen als het slecht weer is.

Belangrijk om faciliteiten te hebben zoals een kleedkamer, kapstok en misschien zelfs een föhn. 'Zuid-Holland bereikbaar' hebben al acties gericht op werkgevers, meestal rondom wegwerkzaamheden, maar misschien ook rondom weer en positieve associaties.

Belangrijke randvoorwaardes:

- Een goede combinatie van beperken van auto's en faciliteren van fietsen/ov, zodat mensen wel alternatief vervoer hebben
- Beveiligde fietsenstallingen, ook speciaal voor elektrische fietsen
- Een subsidie voor bedrijven vanuit de gemeente voor bijvoorbeeld kleedruimtes zou het een stuk aantrekkelijker maken, aangezien veel bedrijven daar niet in investeren
- Zorg dat er een positieve associatie wordt opgeroepen: Regenpakken hebben een negatieve connotatie, zonnebrand positiever.

Ideeën en toevoegingen

- Slimme stoplichten die voorrang geven aan fietsers, vooral tijdens slecht weer
- Eenmaal in groepsverband ga je altijd meedoen, ook met slecht weer, wat extra kan motiveren dat daarbuiten ook te doen
- Zou ook juist mensen die met de fiets komen naar werk soort van extra privileges kunnen geven zoals extra korting bij een sportabonnement of iets bovenop wat het bedrijf al aanbiedt
- Werken met uitzendbureaus en grotere panden waar meerdere bedrijven inzitten
- Fiets-naar-je-werk-dagen
- Rekening houden met mensen die zelf niet werken
 - Een renteloze fietslening vanuit de gemeente aanbieden zou aantrekkelijk kunnen zijn voor mensen die niet zomaar een fiets kunnen kopen

Algemene uitkomsten evaluatie

Tijdens de evaluatie interviews met wijkbewoners werden verschillende aandachtspunten opgebracht door bewoners zelf die in de zes geformuleerde interventies nog niet waren meegenomen. Op basis van deze punten zijn extra interventies gevormd die niet aan één specifieke doelgroep gekoppeld kunnen worden, maar zijn benoemd door wijkbewoners uit diverse doelgroepen.

Extra Interventie: Fietsnietjes

- Aantal fietsstallingen in het centrum waar je fiets kan vastzetten is echt te weinig. Er zijn wel veel ondergrondse stallingen, maar dat is moeilijk voor boodschappen doen als je ouder bent of jongere kinderen hebt en het is vaak ook glad bij de trap.
- Meeste mensen geven aan dat er veel te weinig fietsnietjes zijn in de straten, betekent dat mensen hun fiets niet met een extra slot kunnen vastmaken

- Ook plaatsen bij scholen en vooral tramhaltes of ander ov, zodat je mensen motiveert de auto te laten staan en (bij slecht weer) de fiets en het ov te nemen
- Er is angst voor fietsen die worden gestolen aangezien dat regelmatig gebeurt, waardoor mensen geen (nieuwe) fiets kopen
- Zijn wel kelderboxen maar fietsnietjes zijn erg fijn en makkelijk voor bezoek en korte activiteiten om even je fiets te laten staan
 - Moeilijk fietsen naar beneden en boven te sjouwen voor ouderen
- Voor veiligheid nog een beter idee om beveiligde fietsenstallingen/koepels te plaatsen
 - Code of sleutel voor bewoners
 - Voor elektrische of andere duurdere fietsen
 - Staan dan ook droog
 - Voorwaarde is wel dat er genoeg ruimte is door alle parkeerplekken en smallere stoepen
- Wordt aangegeven dat je de gemeente daarvoor wel kan bellen maar dat veel mensen in de wijk weten dat niet of vinden dat een te grote barrière om zelf te ondernemen -> gemeente zelf regelen in alle straten

Extra Interventie: Mobiele fietsenmaker

- Er is in sommige wijken helemaal geen fietsmaker waardoor mensen die kapotte fietsen in de schuur laten staan.
- Mobiele fietsenmaker die door de wijk of langs buurtcentrums gaat op vaste dagen
 - Kan ook bij moskeeën of multiculturele festivals bijvoorbeeld
- Fietsenmaker die rondrijdt en daarvoor betaald wordt, omdat fietsenmakers vaak te ver weg en onbetaalbaar zijn in de wijk
- Vergoeden zodat mensen het voor een vastgestelde prijs of gratis kunnen laten repareren

Extra Interventie: Verkeerscontroles

- Meer verkeerscontroles om de veiligheid voor fietsers te garanderen
 - Agenten en flitspalen
 - Iemand die het verkeer regelt en fietsers voorrang geeft tussen de tijden dat kinderen naar school moeten fietsen zodat ouders

hun kinderen sneller naar school laten fietsen, omdat ouders het te gevaarlijk vinden door het autoverkeer

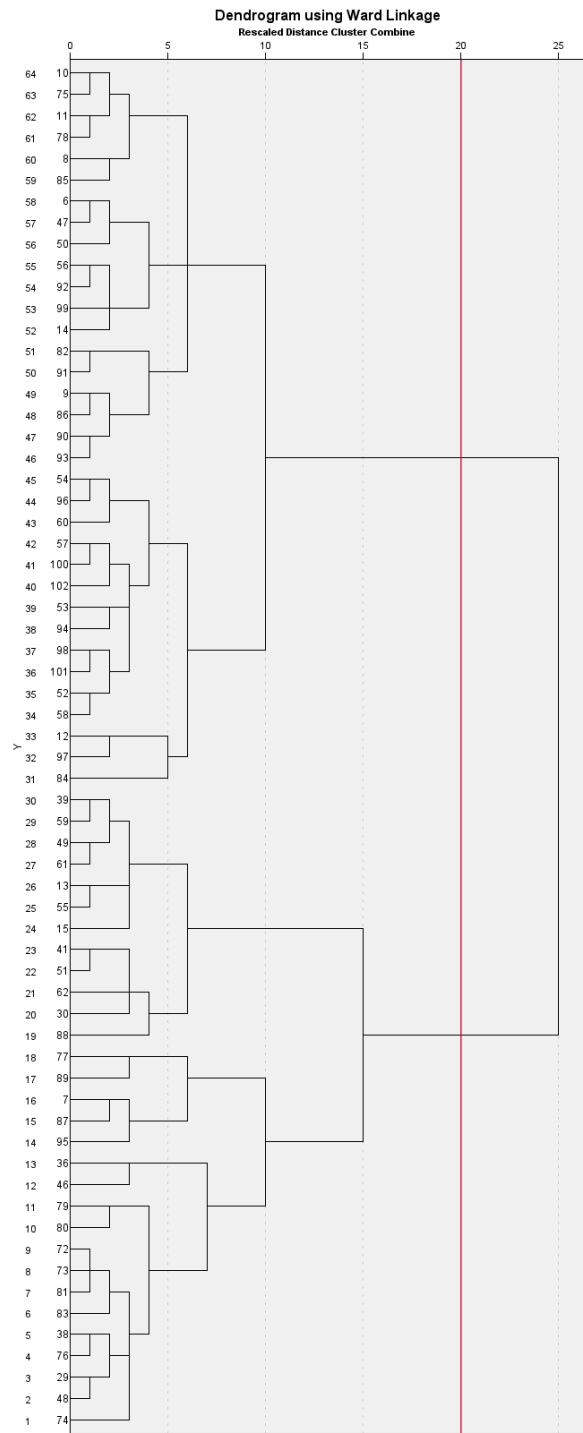
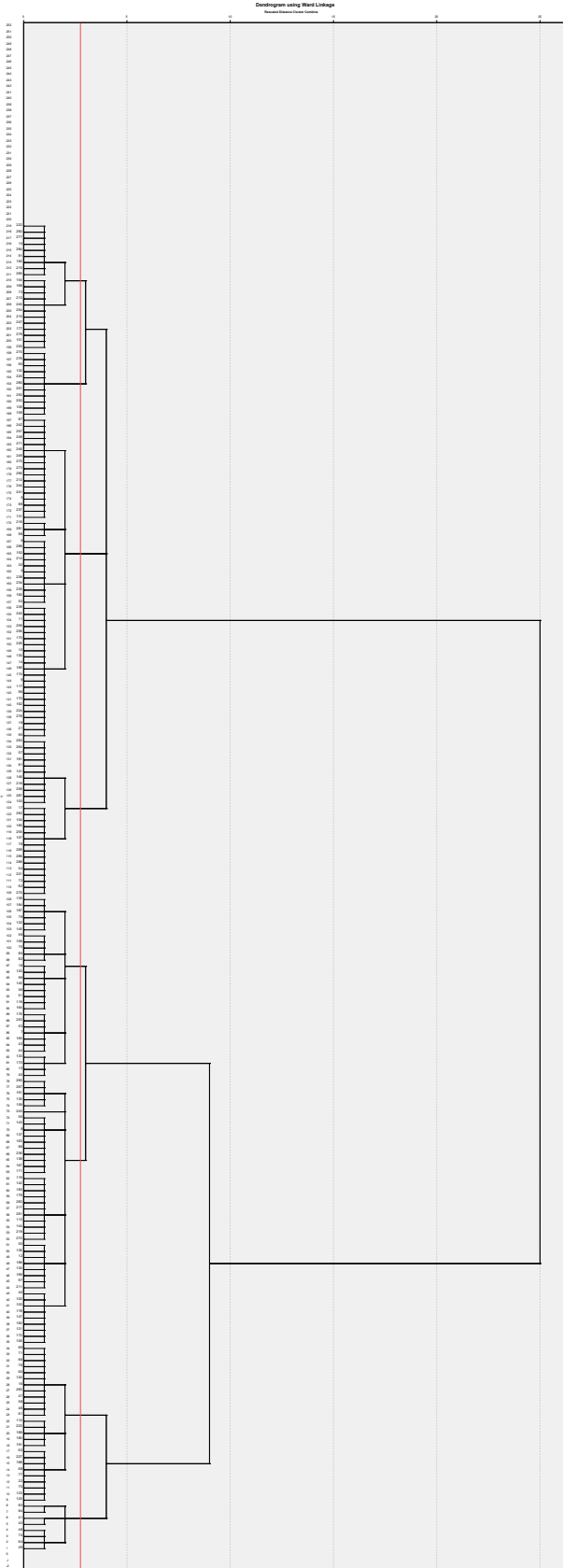
- Heel veel kruispunten in de wijk die gevaarlijk zijn door mensen die door rood en te hard rijden
 - Meer stoplichten en flitspalen
- Fietsers voorrang geven bij wegen en goed regelen van het fietsverkeer
- Controles voor fatbikes wordt vaak als erg belangrijk genoemd. Ze zijn een grote reden van onveiligheid voor buurtbewoners
- Minder toegankelijk maken voor auto's, ook omdat veel kleinere straten als 'sluiproutes' worden gebruikt

Algemene Toevoegingen:

- Gevoel dat fietsers zijn ondergeschikt aan de auto. Om aandacht te trekken en dit beter maken moet er meer worden gericht op fietsers in de verkeerssituatie, bijvoorbeeld door stoplichten die fietsers sneller laten doorgaan
- Borden plaatsen voor auto's met matig uw snelheid in verband met de scholen
- Helm dragen verplicht maken, zeker voor elektrische fietsen
- Beter aangeven van alternatieve routes bij wegafsluitingen, ook al in nieuwsbrieven (voor ouderen). Zo voorkom je dat mensen gaan aarzelen en anderen wegen zoeken die niet helemaal volgens alle regels zijn.
- Fietscoach: Initiatieven moeten beter met elkaar in verbinding staan. Er wordt langs elkaar gewerkt of zelfs geconcurrereerd, daar moeten we vanaf: Samenwerken, op elkaar voortbouwen, relaties ontwikkelen.
 - Concreet voorstel: na het verschijnen van het rapport een netwerk realiseren – iemand moet hier trekker van worden, gericht met mensen in gesprek (o.a. die beslissingsbevoegdheid hebben) en dan een grote bijeenkomst en bekijken wie bij welk idee aansluit en wie een bijdrage levert.

Appendix F Dendogrammen

Hieronder zijn de dendogrammen te zien van de twee clusteranalyses. De linker dendogram geeft de clustering weer onder participanten met uitzondering van personen die aangaven alleen een e-bike te gebruiken. De rechter dendrogram komt voort uit de analyse onder e-bikers. De rode lijn geeft aan waar de knip is gemaakt in de hoeveelheid clusters, oftewel groepen. Voor de niet-e-bikers is gekozen voor 8 groepen. Deze keuze is iets minder robuust dan 6 groepen (oftewel, de groepen zijn net iets minder verschillend van elkaar), maar voor het doel van deze analyse goed genoeg.



Figuur 20: Dendogrammen van de twee clusteranalyses