

## **Met fietsmaatjes naar het werk, werkt**

**Woon-werkverkeer is gewoontegedrag. Je denkt niet iedere dag na over hoe je naar je werk reist. In Overijssel rijdt 63% van de medewerkers met de auto naar het werk en 28% met de fiets. Ruim de helft van de automobilisten woont op een fietsbare afstand van minder dan 15 km van het werk. Hier liggen dus volop kansen voor de fiets. Hoe kun je automobilisten dan zover krijgen dat ze voor de fiets kiezen? Voor die vraag stond de provincie Overijssel. 'Fietsmaatjes' werd het antwoord dat laat zien dat het mogelijk is.**

### **Concept in een notendop**

Bij Fietsmaatjes worden werkgevers actief betrokken. Werkgevers moeten zich dan ook eerst met een contactpersoon aanmelden bij de projectcoördinator Fietsmaatjes van de provincie Overijssel. Zij kunnen namelijk het fietsgebruik positief beïnvloeden; niet alleen tijdens de fietsactie, maar ook erna. Werkgevers communiceren daarna intern over de actie. Een medewerker die doorgaans al naar het werk fietst, kan zich aanmelden als buddy. Een medewerker die doorgaans met de auto naar het werk rijdt, meldt zich via een buddy aan. Een team bestaat uit één buddy en één tot maximaal vier deelnemers. De werkgever ontvangt de aanmeldingen, checkt de gegevens en keurt vervolgens de aanmeldingen goed of af. Daarna ontvangen de goedgekeurde deelnemers automatisch een bevestiging met het verzoek een account met persoonlijke gegevens aan te maken. Pas dan kunnen de deelnemers met een app geregistreerd gaan fietsen.

De automobilisten die gaan fietsen krijgen een beloning voor elke dag dat ze naar het werk fietsen. Het is een vaste beloning afhankelijk van de woon-werkafstand.

Om voor deze persoonlijke beloning in aanmerking te komen, hoeft de deelnemer niet alle dagen binnen de actieperiode van een half jaar te fietsen. Het maximaal aantal te registreren fietsdagen is lager dan het aantal werkdagen in de hele actieperiode. Van de 129 werkdagen hoeft de deelnemer 'maar' 100 werkdagen (gebaseerd op 5 werkdagen/week) te fietsen om de persoonlijke maximale beloning te verdienen. In geval van verlof, ziekte of slecht weer hoeft deze maximale beloning dus niet direct in gevaar te komen. Is er meer dan 29 dagen niet gefietst, dan vermindert uiteraard de maximaal te verdienen beloning iedere dag dat de deelnemer niet fietst. Maar ook de buddy die zijn teamleden motiveert om naar het werk te fietsen wordt beloond. Een klassieke win-win situatie.

### **Beloningsvoorbeeld**

Een buddy mag als Fietsmaatje maximaal vier collega-automobilisten werven en verdient € 1 voor elke dag dat een van hen naar het werk fietst. Zij moeten minimaal 20 dagen fietsen om voor zichzelf én de buddy een beloning te verdienen. Bij 4 deelnemers verdient de buddy maximaal  $4 \times 100 \times € 1 = € 400$ .

De 'nieuwe' fietsers (voorheen de automobilisten) krijgen 35 eurocent per kilometer woon-werkverkeer, enkele reis. De maximale beloning is afhankelijk van de afstand woon-werkverkeer en het aantal fietsdagen. Iemand die bijvoorbeeld 14 kilometer van het werk woont en 70 dagen fietst, verdient € 343 en bespaart tevens op zijn autokosten.

### **Bekostiging**

De provincie betaalt de Fietsmaatjesvergoeding. Een eerdere poging om werkgevers deze vergoeding te laten betalen stuitte op moeilijkheden. Om het succes van de fietsactie niet te dwarsbomen is deze 'drempel' door provincie weggelaten. Daarentegen stelt de provincie als voorwaarde voor deelname aan 'Fietsmaatjes', dat de betreffende werkgevers 'partner' worden. Dat betekent een inspanningsverplichting om aan meer duurzaam vervoer te doen.

## Fietsmaatjes-app

Voor de registratie van de fietsritten gebruiken de deelnemers en de buddy een app. Deze app houdt automatisch het aantal geregistreerde fietsritten bij, de persoonlijke maximum beloning, het aantal nog te fietsen dagen totdat het persoonlijke doel is gehaald en de opgebouwde beloning. De buddy kan de fietsprestaties van zichzelf én van zijn deelnemers op de app volgen en hen digitaal aanmoedigen. Deelnemers kunnen ook de fietsprestaties van de anderen binnen hun team bekijken.

## Toepassing van marketingprincipes

Inzichten uit de marketing en psychologie helpen bij het tot stand brengen van gedragsverandering. Het concept van Fietsmaatjes is gebaseerd op de volgende zes marketingprincipes van [Cialdini](#):

- Autoriteit  
actie en communicatie start via de werkgever
- Sympathie
  - buddy/deelnemers zijn collega's
  - buddy werft binnen bedrijf deelnemers en vormen samen een team
  - het gezicht van de actie is het animatiekarakter Tim
- Schaarste  
korte aanmeldtermijn en beperkt aantal deelnemers
- Commitment en consistentie
  - automobilist bepaalt vooraf zelf het persoonlijk doel
  - buddy's stimuleren deelnemers (vaker) te fietsen
- Sociale bewijskracht
  - voortdurend tijdens Fietsmaatjes binnen het team laten zien wat de fietsprestaties van de deelnemers zijn
  - tussentijds de totale fietsprestaties van alle deelnemers communiceren
- Eenheid
  - medewerkers kunnen hun werkgever via een online formulier rechtstreeks werven om mee te doen aan de actie (tell-a-friend).
  - via pushberichten, social media en interviews met deelnemers werden de deelnemers aan de actie doorlopend betrokken

## Aantal deelnemers

De actieperiode van Fietsmaatjes liep van begin juni tot eind november 2019. Werkgevers konden zich tot eind mei aanmelden. Het maximum aantal medewerkers was vastgesteld op 4.000 deelnemers (buddy's en deelnemers). De tussenstand werd op de webpagina [Timreist.nl](#) bijgehouden. Dat aantal was vrij snel (juni) behaald en werd vervolgens opgehoogd naar een nieuw maximum van 5.000. Voor de zomervakantie was ook dat aantal bereikt. Nieuwe aanmeldingen kwamen op een wachtlijst te staan. Ervaring leert dat een deel van de deelnemers niet gaat fietsen. Zij kregen na enige tijd het verzoek om hun plaats beschikbaar te stellen voor iemand op de wachtlijst. De verhouding buddy's – deelnemers was 1 : 2,5 (dus 1 buddy heeft gemiddeld 2,5 deelnemers). De gemiddelde woon-werkafstand van de deelnemers is 8,3 km.

## Tell-a-friend werkt

Ruim 300 medewerkers hebben tijdens de aanmeldperiode via het online formulier hun werkgever gevraagd zich ook aan te melden voor Fietsmaatjes. De organisatie van Fietsmaatjes legde hierna direct contact met deze werkgevers. Via deze methode hebben ongeveer 100 bedrijven zich geregistreerd voor de actie.

## Ruim 4x op en neer naar de maan

Fietsmaatjes heeft in Overijssel duizenden automobilisten op de fiets gekregen.

- ruim 330 Overijsselse bedrijven hebben zich voor Fietsmaatjes aangemeld
- ongeveer 5.100 goedgekeurde medewerkers doen mee (buddy:deelnemer = 1:2,5)
- deelnemers hebben ruim 3,4 mln. km geregistreerd gefietst (ruim 4x op en neer naar de maan)
- een buddy heeft gemiddeld €166 aan beloning ontvangen en een deelnemer gemiddeld €182
  - er is ruim 420 ton CO<sub>2</sub> bespaard. Dat staat gelijk aan de gezamenlijke CO<sub>2</sub> uitstoot van 100 huishoudens in één jaar.
  - samen hebben de deelnemers meer dan 105 mln. kcal. verbrand. Dat staat gelijk aan bijna 1,4 miljoen glazen frisdrank.

### **Onderzoek onder deelnemers en buddy's**

Aan het einde van de actieperiode is per pushbericht en e-mail aan de deelnemers en buddy's gevraagd een digitale vragenlijst in te vullen. Meer dan 4.500 Fietsmaatjes hebben hieraan gehoor gegeven. Een greep uit de resultaten.

Volgens de helft van de respondenten hebben ze via een collega van Fietsmaatjes gehoord en een derde via intranet op het werk. Gevraagd naar hoe ze bij een toekomstige actie zouden willen worden geïnformeerd, gaven zij als voorkeur aan via het intranet van de werkgever (39%), collega's (17%), interne nieuwsbrief (15%) en sociale media (11%).

Ruim driekwart van de deelnemers zegt dat een collega-fietser hen heeft gevaagd mee te doen. In de overige gevallen heeft de automobilist zelf een collega-fietser gezocht om samen een team te vormen.

Voor 40% van de deelnemers is gezondheid de belangrijkste reden om deel te nemen, gevolgd door de financiële beloning (17%) en fietsbare afstand (14%). Voor buddy's ligt dat anders. Onder hen doet 30% mee vanwege het geld, om gezondheid van collega's te stimuleren (27%) en op verzoek van een collega om mee te doen (17%).

Tijdens Fietsmaatjes zegt ruim de helft van de buddy's minimaal een paar keer per maand deelnemers te hebben aangemoedigd (vaker) te gaan fietsen. 6% van de buddy's heeft nooit deelnemers aangemoedigd, meestal omdat het niet nodig was. 18% van de deelnemers zegt nooit te zijn aangemoedigd. 49% van de deelnemers zegt door de aanmoedigingen veel (13%) of wat vaker (36%) zijn gaan fietsen. Aanmoedigen gebeurde meestal in gesprekken en in wat mindere mate via chatberichten in de app. Driekwart van de buddy's gebruikte een paar keer per week tot dagelijks de Fietsmaatjes app.

60% van de deelnemers fietste in de actieperiode minimaal een paar keer per week naar het werk. Ruim een kwart zelfs dagelijks. In het algemeen zijn de deelnemers (zeer) tevreden (94%) over fietsen naar het werk. Slecht 1% is (zeer) ontevreden. 65% geeft dan ook aan na afloop van de actie absoluut zeker te blijven fietsen. 28% waarschijnlijk en 6% blijft misschien naar het werk fietsen.

Vanuit Fietsmaatjes is sterk ingezet op social media. Desondanks heeft 92% van de deelnemers Fietsmaatjes niet actief op social media gevolgd. Succesvoller was de inzet van het animatiefiguurtje Tim, de digitale medewerker van de provincie. 69% kende Tim.

Tot slot geeft 80% van de deelnemers bij een volgende Fietsmaatjes waarschijnlijk (38%) of zeker (42%) de buddy te willen zijn.

### **Onderzoek naar effect op langere termijn**

Fietsmaatjes werkt met beloningen. Een terugkerende vraag is: Als de actie is afgelopen en daarmee de externe prikkel verdwijnt, kiest de deelnemer dan toch weer voor de auto? Eind 2019 is een zogenoemd longitudinaal onderzoek uitgevoerd om daarin helderheid te krijgen. Aan de 1.900 deelnemers van de vorige Fietsmaatjes van 2 jaar geleden is een vragenlijst toegestuurd. Ruim 900 deelnemers hebben de digitale vragenlijst ingevuld.

#### Automobilist blijft fietsen

Een van de vragen was hoe vaak een respondent vorige week naar het werk is gefietst. Na 2 jaar blijkt dat de meeste respondenten, die eerder met de auto naar het werk reden, nog steeds naar hun werk fietsen. 85% fietst minimaal 1 dag in de week naar het werk. En 62% gebruikt de tweewieler zelfs 3 dagen of meer per week. 15% heeft niet gefietst. Hiervan geeft bijna de helft aan dat ze niet hebben gefietst vanwege het slechte weer. Voor zo'n 56% is gebruik van de fiets afhankelijk van het weer. 91% van de respondenten geeft aan (zeer) tevreden zijn over de fiets als vervoermiddel naar het werk. Respondenten gaven aan dat de gemiddelde woon-werkafstand (enkele reis) tussen hun woon- en werkadres 12 km was.

#### Gezondheid, het bevalt en geld

De respondenten die eerder met de auto naar het werk gingen, en nu op de fiets stappen, doen dit vooral vanwege hun gezondheid en fitheid (56%), omdat het simpelweg goed bevalt (20%) of vanwege de besparing op de autokosten (13%). Voor 2% is het milieu de belangrijkste reden om te gaan fietsen. 34% van de deelnemers geeft aan dat sinds ze fietsen niet of minder vaak ziek zijn. 79% geeft aan dat ze zich fitter voelen sinds ze fietsen.

#### Bijkomend effect

Bijna 3 op de 10 respondenten gebruikt de fiets na de actie ook voor zakelijke dienstritten tijdens werktijd. 56% zegt zelfs de auto in privésituaties ook vaker te laten staan.

#### Aanmoedigen werkt

40% van de buddy's zegt hun Fietsmaatjes nog af en toe tot regelmatig aan te moedigen. Zelfs 2 jaar na de fietsactie. 17% geeft aan dit jaar niet als deelnemer, maar als buddy aan Fietsmaatjes te hebben meegedaan.

René Teeuwen, Projectleider Fietsmaatjes, provincie Overijssel: [R.Teeuwen@overijssel.nl](mailto:R.Teeuwen@overijssel.nl)