

In opdracht van:
Gemeente Utrecht

Projectnummer:
7941

Datum:
27 september 2023



Onderzoek naar de effecten van de FietsDeal

1. INLEIDING	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Doel onderzoek	3
1.3 Aanpak	3
2. RESULTATEN	6
2.1 Interpretatie resultaten	6
2.2 Respondenten	6
2.3 Fietsgebruik	6
2.4 Beleving fietsen	8
2.5 Activiteiten met de fiets	9
2.6 Reisgedrag voor de FietsDeal fiets	10
3. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	11
3.1 Onderzoeksvragen	11
3.2 Aanbevelingen	12
4. BIJLAGEN	13

Colofon

Dit onderzoek naar het effect van de FietsDeal is opgesteld door Mobycon in opdracht van de gemeente Utrecht

Mobycon: Angela van der Kloof, Robin Kleine, Kristel Bronsvoord en Boukje Dotinga

Gemeente Utrecht: Rens Jonker en Jan Jaap Koops

Copyright

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

No part of this book may be reproduced in any form, by print, photoprint, microfilm or any other means without written permission from the publisher.



1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

De gemeente Utrecht wil de effectiviteit van de FietsDeal in kaart brengen. De FietsDeal is een project dat is opgezet om fietsen toegankelijker te maken voor mensen met lage inkomens. Via de deal kunnen Utrechtse inwoners die beschikken over een U-pas¹ voor 30 euro een tweedehands opgeknapte fiets aanschaffen. Mensen die de fiets aanschaffen kunnen daarnaast een jaar lang aanspraak maken op gratis reparatie van de fiets. Het project is in 2021 gestart en in de periode tot februari 2023 zijn er circa 1.200 fietsen verstrekt. Hierna is een nieuwe opdracht ingegaan voor het verstrekken van 1.000 nieuwe fietsen. Om het vervolg van het project te bepalen wil de gemeente Utrecht een effectmeting doen van de FietsDeal door middel van een enquête onderzoek onder FietsDeal gebruikers.

1.2 Doel onderzoek

Doel van dit onderzoek is inzicht krijgen in de effectiviteit van de FietsDeal. Hiervoor zijn in overleg met de gemeente Utrecht de volgende hoofd- en deelvragen opgesteld:

- 1. Zorgt de FietsDeal ervoor dat de gebruikers ervan vaker gaan fietsen?**
 - 1.1 Hoe vaak wordt de fiets gebruikt?
 - 1.2 Is de gebruiker vaker en/of verder gaan fietsen?
- 2. Heeft de FietsDeal voor de gebruikers deelname aan het maatschappelijk leven vergemakkelijkt?**
 - 2.1 Voor welke activiteiten wordt de fiets gebruikt?
 - 2.2 Heeft de FietsDeal gezorgd voor een deelname aan meer activiteiten dan voorheen, en/of andere activiteiten dan voorheen?
- 3. Welke rol speelt de FietsDeal in het leven van gebruikers?**
 - 3.1 Door wie wordt de fiets gebruikt?
 - 3.2 Wat is de houding van FietsDeal gebruikers ten opzichte van fietsen?

1.3 Aanpak

Enquête

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen is een enquête opgesteld (zie bijlage 1). In de vragenlijst wordt B1 taalniveau gebruikt en zijn regelmatig iconen toegevoegd bij vragen. Op deze manier is geprobeerd de vragenlijst zo toegankelijk mogelijk te maken voor de doelgroep. De doelgroep bestaat uit mensen met lage inkomens, maar ook veelal niet Nederlandssprekende personen. Om deze reden is er een Engelse, Arabische en Turkse vertaling van de vragenlijst opgesteld om als hulpmiddel in te zetten. De vragenlijst is zowel online uitgezet als fysiek afgenomen.

¹ <https://www.u-pas.nl/over-u-pas>



Werving respondenten

Eerder is gebleken dat de doelgroep van FietsDeal gebruikers moeilijk te bereiken is. Ook is de gemeente niet in het bezit van contactgegevens van de gebruikers. Daarom hebben we voor het werven van de respondenten ingezet op verschillende methoden in de periode van mei t/m augustus:

1. We hebben contact gehad met **organisaties die actief zijn in verschillende wijken** met de doelgroep. Deze organisaties verwijzen regelmatig mensen door naar de FietsDeal. Bij deze organisaties is gevraagd naar locaties of bijeenkomsten waar de vragenlijst fysiek kan worden afgenomen. Ook is gevraagd of zij de vragenlijst konden delen met FietsDeal gebruikers.

De organisaties waar contact mee is geweest:

Tussenvoorziening; Leger des Heils; Buurtteams; Voedselbank; Altrecht; Krachtstation Kanaleneiland; Vluchtelingenwerk; DOCK; Fietsmeesters; Bibliotheek; AZC's; Wijkbureau's; Wijkambassadeurs; Stichting Echt Overvecht; Wijkplatform; Taal Doet Meer; WelNu; EetMee; Geldzaak; Al Amal; Werkwinkel.

Uit dit contact zijn weinig wervingsmomenten ontstaan, alleen bij de voedselbank is tweemaal respondenten geworven. Daarnaast hebben een aantal organisaties de online vragenlijst doorgezet, maar dit leverde nauwelijks respons op.

2. Naast het contact met organisaties is er veel contact geweest met de **buurtcentra** in verschillende wijken. Bij elf buurtcentra is een flyer opgehangen met de online link naar de vragenlijst.
3. Naast deze wervingsmethoden hebben we op 8 middagen enquêtes afgenomen op de **uitgiftelocatie van de fietsen**. Op deze locatie kunnen mensen ook hun fiets laten repareren. In het begin lag de focus vooral op de mensen die hun fietsen laten repareren, later hebben we ook contactgegevens verzameld van mensen die de fiets op dat moment kwamen ophalen. Deze mensen hebben we ongeveer 3 à 4 weken na het verkrijgen van de fiets telefonisch of via mail benaderd om de vragenlijst in te vullen. Na deze periode hadden zij de fiets lang genoeg om de vragen over het effect van de FietsDeal voldoende te kunnen beantwoorden.
4. Aanvullend heeft de gemeente Utrecht in augustus een **evenement** georganiseerd in samenwerking met BikeFlip, de organisatie die de fietsen repareert. Voor dit evenement is vanuit BikeFlip een uitnodiging naar 700 FietsDeal gebruikers gemaaild met aanvullend een link naar de **vragenlijst in de mail**. Via deze link is de vragenlijst door 8 nieuwe respondenten ingevuld. Tijdens het evenement waren twee veldwerkers aanwezig om vragenlijsten ter plekke af te nemen. Hier kwamen nog 7 nieuwe respondenten uit voort.

Er zijn dus diverse middelen ingezet om de doelgroep te bereiken. Het werd snel duidelijk dat FietsDeal gebruikers lastig te vinden zijn. Daarom zijn er tijdens het project aanvullende acties ingezet (het verzamelen van contactgegevens en het organiseren van een evenement). Ondanks de lage response is gebleken dat het inzetten van deze aanvullende wervingsmethoden een succesvolle manier was om meer respondenten te verkrijgen, zie tabel 1 voor een overzicht van methode en aantal respondenten. In het resultaten hoofdstuk wordt een verdere toelichting gegeven op de interpretatie van het respondenten aantal.



Tabel 1. Wervingsmethode respondenten

Methode	Aantal respondenten
Online vragenlijst	15
FietsDeal uitgifte en reparatie locatie	20
Voedselbank	5
Link via mail	8
Evenement op locatie	7
Totaal	55



2. RESULTATEN

2.1 Interpretatie resultaten

Zoals we in het vorige hoofdstuk beschrijven is er op diverse wijzen geprobeerd respondenten te werven voor het onderzoek. Dit heeft geleid tot 55 respondenten. In deze paragraaf vertellen we u wat het aantal respondenten betekent voor de betrouwbaarheid van het onderzoek en de interpretatie van de resultaten.

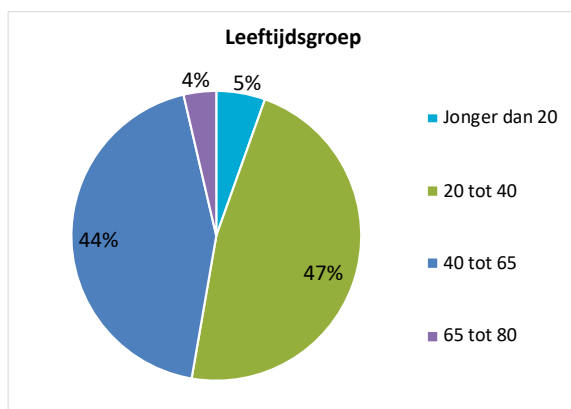
We gaan voor het onderzoek uit van een totale populatie van 1516 FietsDeal gebruikers. Dit is het aantal fietsen dat op het moment van de start van het onderzoek in april 2023 is uitgegeven. Het project loopt nog door, maar het is niet mogelijk om binnen de scope van het onderzoek al deze FietsDeal gebruikers mee te nemen. De 1516 FietsDeal fietsen zijn uitgegeven in 2 jaar tijd. FietsDeal gebruikers hebben een jaar lang recht op reparatie van hun fiets, de mensen die langer dan een jaar de fiets hebben zijn grotendeels buiten dit onderzoek gebleven. Deze personen zijn niet aanwezig geweest op de reparatiemomenten waar de meeste response is opgehaald.

Een steekproefgrootte van 55 op een populatie van 1516 levert bij een betrouwbaarheidsniveau van 90% een foutmarge van 11% op. Concreet betekent dit dat het uitvoeren van hetzelfde onderzoek onder FietsDeal gebruikers in 90% van de gevallen een resultaat geeft binnen de gestelde foutmarge. De foutmarge van 11% betekent dat in de werkelijkheid het percentage tot 11% lager of hoger kan liggen. We nemen hierbij als voorbeeld de vraag: "Hoe vaak wordt deze fiets gebruikt?". In de resultaten blijkt dat 82% van de respondenten (bijna) elke dag de fiets gebruikt. Dit betekent dat we met 90% zekerheid kunnen stellen dat binnen de gehele doelgroep 71% tot 93% (bijna) elke dag de fiets gebruikt.

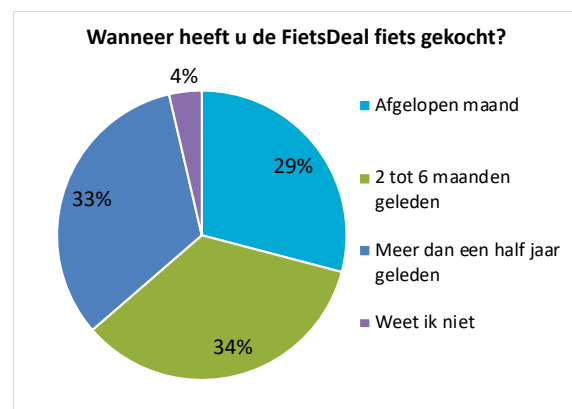
2.2 Respondenten

De respondenten bestaan vooral uit jongvolwassenen (47% tussen 20 en 40 jaar) en mensen van middelbare leeftijd (44% is tussen 40 en 65 jaar, zie Figuur 1). Onder de respondenten is de verdeling tussen mannen en vrouwen vrijwel gelijk. Hetzelfde geldt voor de duur van het bezit van de FietsDeal fiets. Er zijn dus ongeveer evenveel respondenten die de fiets de afgelopen maand hebben aangeschaft als die de fiets een halfjaar in bezit heeft of die de fiets langer geleden hebben aangeschaft (zie Figuur 2). Hiermee wordt duidelijk dat FietsDeal gebruikers uit verschillende perioden de vragenlijst hebben ingevuld.

2.3 Fietsgebruik



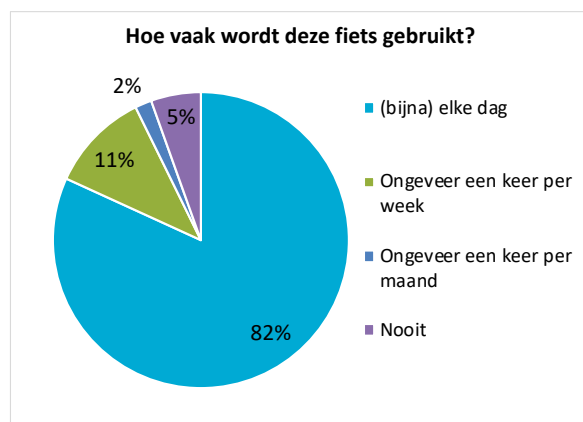
Figuur 2. Leeftijdsverdeling



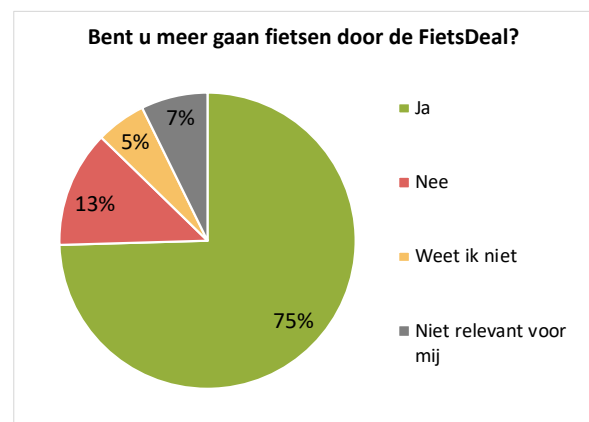
Figuur 1. Aankoop FietsDeal fiets



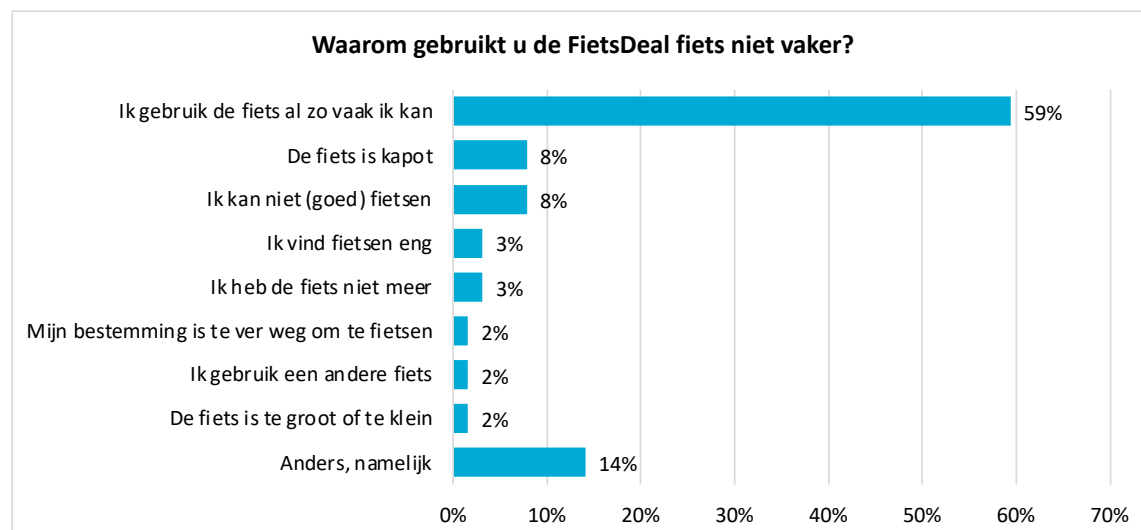
De FietsDeal fietsen worden zeer frequent gebruikt. 82% van de respondenten geven aan (bijna) elke dag de fiets te gebruiken (zie Figuur 3). Bovendien geeft driekwart van de ondervraagde FietsDeal gebruikers aan dat ze meer zijn gaan fietsen door de FietsDeal (zie Figuur 4). Slechts 5% (3 personen) geeft aan de fiets nooit te gebruiken. Twee van deze respondenten geven aan dat de fiets nooit gebruikt wordt omdat deze gestolen of kapot is. We hebben respondenten ook gevraagd waarom zij de fiets niet vaker gebruiken (zie Figuur 5). Logischerwijs geven de meeste respondenten aan dat ze de fiets al zo vaak gebruiken als ze kunnen. Daarnaast geeft 8% aan niet vaker te fietsen omdat de fiets kapot is. Eenzelfde aantal respondenten geeft als reden dat zij niet (goed) kunnen fietsen. In de open antwoorden geven nog eens 3 personen extra aan dat de fiets gerepareerd of aangepast moet worden. In totaal heeft dus 15% van de respondenten te maken met een kapotte fiets of een fiets die niet naar behoren werkt voor ze. Verder worden ook andere redenen genoemd, zoals slecht weer, niet alleen kunnen fietsen en een blessure aan de knie. Uit de resultaten blijkt verder dat regelmatig niet alleen degene die de FietsDeal fiets heeft aangeschaft gebruik maakt van de fiets (zie figuur 6). Indien we hier op inzoomen zien we dat ongeveer 15% van de respondenten (8 personen) aangeeft dat zij de fiets zelf gebruiken en dat het gezin of een bekende de fiets ook gebruikt. Tegelijkertijd is er ook een gedeelte van de respondenten (24%) dat de fiets zelf niet gebruikt, maar het gezin of een bekende wel. Op basis van de gesprekken en resultaten verwachten we dat zij over het algemeen de vervolgvragen voor deze persoon hebben ingevuld.



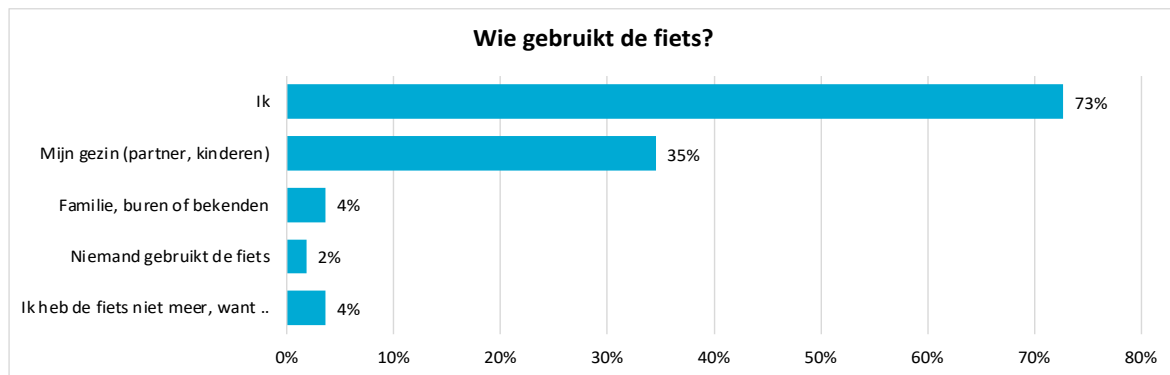
Figuur 3. Frequentie gebruik fiets



Figuur 4. Meer fietsen sinds de FietsDeal



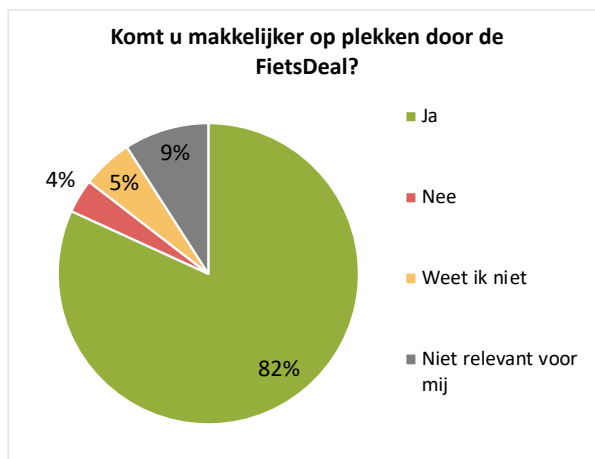
Figuur 5. Redenen waarom de fiets niet vaker wordt gebruikt



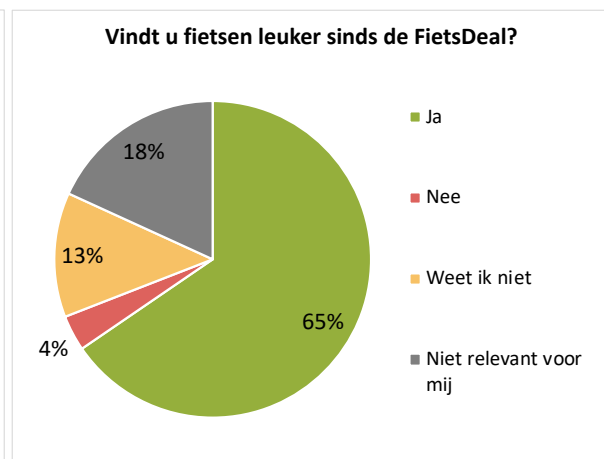
Figuur 6. Gebruiker van de fiets (meerdere antwoorden mogelijk)

2.4 Beleving fietsen

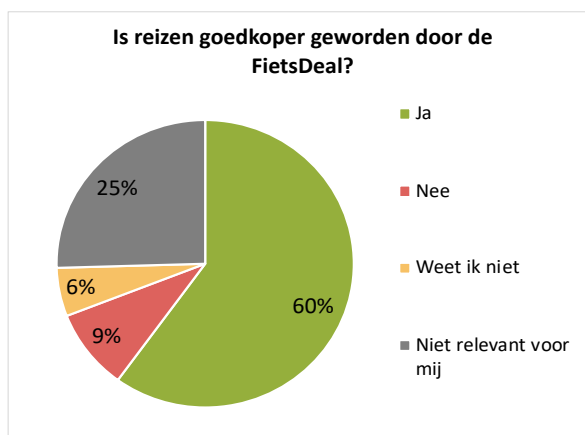
Naast dat veel respondenten meer zijn gaan fietsen zien we ook dat een groot deel van de respondenten aangeeft door de FietsDeal makkelijker op plekken te komen (82%). Bovendien is 65% van de respondenten fietsen leuker gaan vinden (zie Figuur 7 en 8). Verder geeft 60% aan dat reizen voor hen goedkoper is geworden sinds zij de FietsDeal fiets hebben en 51% van de respondenten geeft aan dat ze zich gezonder voelen door de Fietsdeal (zie Figuur 9 en 10). We zien dat op de vragen die gaan over 'gezonder', 'leuker' en 'goedkoper' relatief veel respondenten het antwoord geven 'niet relevant voor mij'. Binnen deze groep heeft het merendeel ook aangegeven dat zij eerder al een fiets hadden, maar dat die kapot was, niet de goede maat had of gestolen is. Dit kan verklaren dat mensen niet een verschil kunnen aangeven omdat zij eerder ook al fietsten en alleen tijdelijk zijn gestopt met fietsen.



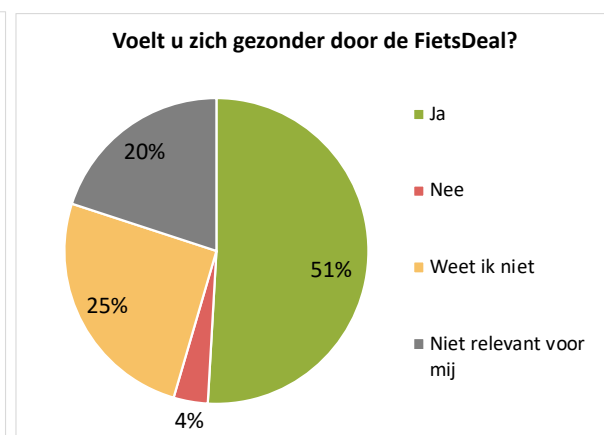
Figuur 7. Makkelijker op plekken komen door FietsDeal



Figuur 8. Fietsen leuker vinden door FietsDeal



Figuur 9. Reizen goedkoper geworden door FietsDeal

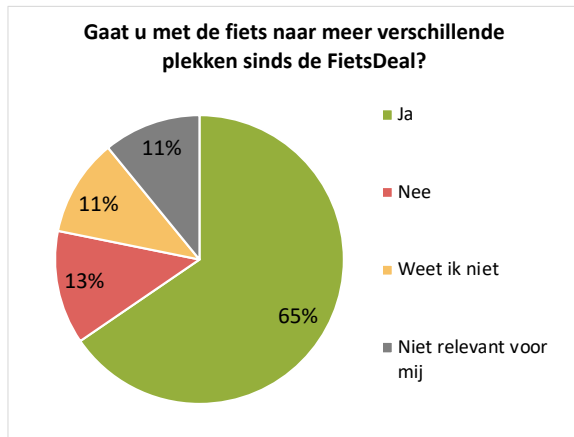


Figuur 10. Gezonder voelen door FietsDeal

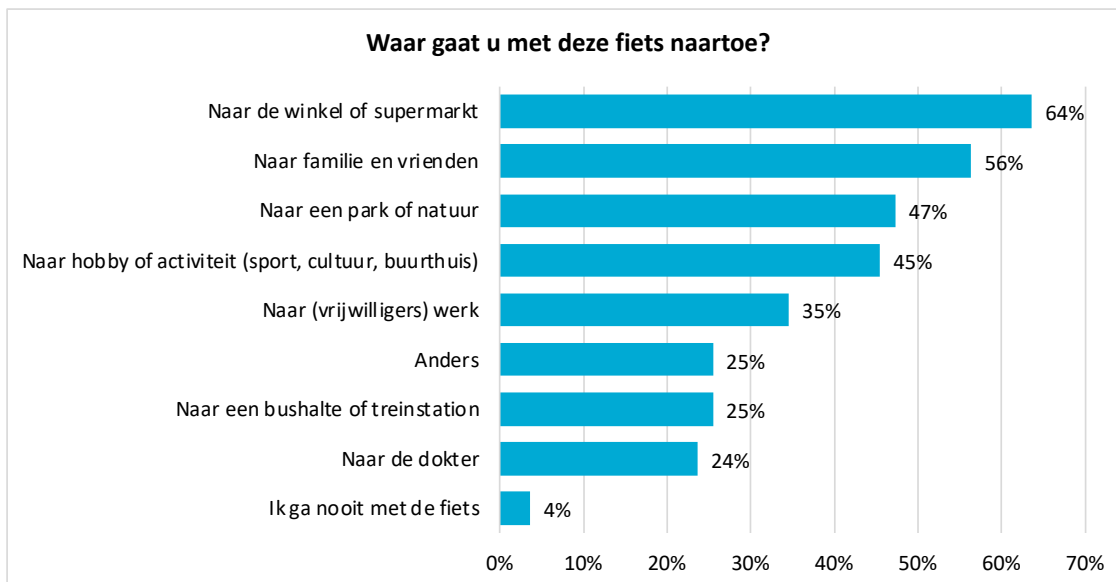


2.5 Activiteiten met de fiets

Aan respondenten is gevraagd waarvoor de FietsDeal fiets wordt gebruikt. Van de respondenten geeft 65% aan dat ze meer verschillende plekken bezoeken sinds zij de FietsDeal fiets hebben (zie Figuur 11). In het soort bestemmingen waar men heen fietst zien we dat de fiets wordt gebruikt om te reizen naar veel verschillende locaties. De meest genoemde bestemming is de winkel of supermarkt. Verder geeft iets meer dan de helft van de respondenten aan dat ze naar vrienden of familie fietsen. Iets minder dan de helft van de respondenten gebruikt de fiets voor het bezoeken van een park of natuur en hobby's of activiteiten (zie Figuur 12). Onder het antwoord 'anders' worden school (7 keer) en de binnenstad (4 keer) het vaakst genoemd.



Figuur 11. Naar meer verschillende plekken sinds FietsDeal

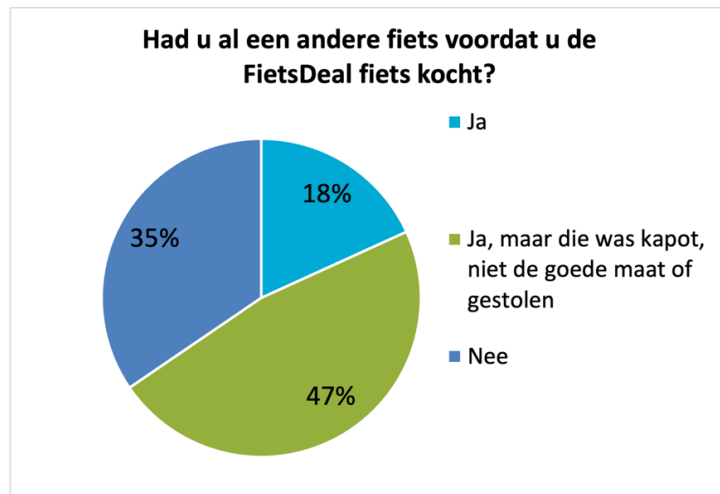


Figuur 12. Reisbestemmingen fiets

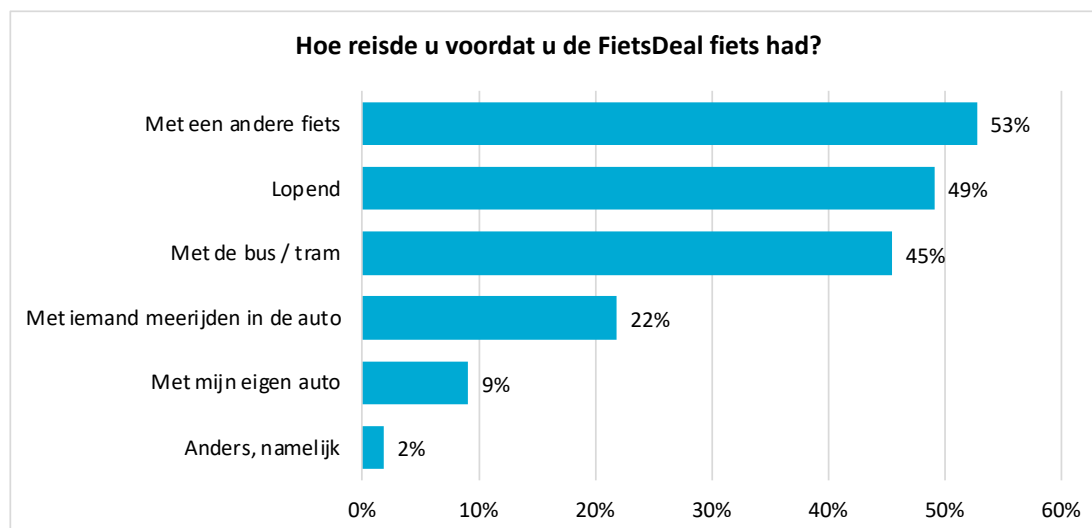


2.6 Reisgedrag voor de FietsDeal fiets

Een aantal mensen hadden voordat zij de FietsDeal fiets aanschafte al een werkende fiets in bezit (18% van de respondenten). Ongeveer de helft van de respondenten geeft aan dat ze wel een fiets hadden maar dat deze niet werkend, passend of gestolen is (Figuur 13). Ongeveer een derde had geen fiets voordat ze de FietsDeal fiets kochten. Op het gebied van reisgedrag zien we dat voordat mensen een FietsDeal fiets hadden de meeste respondenten reisden met een andere fiets, te voet of met de bus of tram. Hierbij kan het wel zo zijn dat de mensen die met de andere fiets reisden niet meer over deze fiets beschikken of dat deze fiets kapot is. Relatief weinig mensen gingen met een eigen auto op pad voorafgaand aan de FietsDeal (Figuur 14). In totaal geeft bijna de helft van de respondenten (47%) aan dat zij niet eerder met een andere fiets reisden. Van deze groep geeft ongeveer drie kwart aan dat zij eerder lopend naar hun bestemmingen gingen. Alhoewel we niet aan respondenten hebben gevraagd of zij deze specifieke bestemmingen nu met de fiets bezoeken, zien we in figuur 7 en 11 al dat de meerderheid van de respondenten sinds de FietsDeal makkelijker op plekken komt en ook naar meer plekken gaat. Samenvattend kunnen we concluderen dat er twee verschillende doelgroepen zijn waarbij fietsen wordt gestimuleerd. Aan de ene kant zijn er ontvangers van de FietsDeal die eerder nog niet fietste. Aan de andere kant geeft een gedeelte aan te maken te hebben met een kapotte, gestolen of niet passende fiets. Deze mensen zijn weer met de fiets gaan reizen sinds de FietsDeal.



Figuur 13. Fietsbezit voor FietsDeal



Figuur 14. Modaliteit voor FietsDeal



3. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

In dit laatste hoofdstuk beantwoorden we de onderzoeksvragen. Hierbij houden we rekening met de betrouwbaarheid en foutmarge die voortkomt uit het aantal respondenten.

3.1 Onderzoeksvragen

Zorgt de FietsDeal ervoor dat de gebruikers ervan vaker gaan fietsen?

Het merendeel van de respondenten geeft aan vaker te fietsen sinds ze eigenaar zijn van de FietsDeal fiets. Bovendien gebruikt een ruime meerderheid van de respondenten de fiets iedere dag. Bij de ondervraagde personen heeft de FietsDeal er dus voor gezorgd dat de gebruikers vaker zijn gaan fietsen. Ook blijkt dat de belangrijkste reden voor mensen om de fiets niet vaker te gebruiken te maken heeft met onderhoud van de fiets. Het aanbod van gratis reparatie vanuit het FietsDeal project zorgt er bij deze mensen voor dat zij de fiets weer kunnen gebruiken. We zien in de resultaten dat het merendeel van de respondenten ook aangeeft fietsen leuker te vinden sinds de FietsDeal. We weten niet of zij daardoor ook vaker zijn gaan fietsen, maar het laat wel zien dat zij een positievere attitude tegenover fietsen hebben gekregen. Ook gegeven de foutmarge kunnen we ervanuit gaan dat het grootste deel van de gebruikers dus vaker zijn gaan fietsen door de FietsDeal.

Heeft de FietsDeal voor de gebruikers deelname aan het maatschappelijk leven vergemakkelijkt?

Het merendeel van de respondenten geeft aan naar meerdere verschillende plekken te gaan sinds ze in bezit zijn van de fiets. De meest genoemde bestemmingen zijn winkels en supermarkten, vrienden en familie. Ook hobby en natuur scoren hoog, gevolgd door werk. De fiets wordt dus voor verschillende doelen ingezet. Bovendien geeft ook een ruime meerderheid van de respondenten aan dat de FietsDeal fiets het makkelijker heeft gemaakt om naar plekken te reizen. Het stimuleren van fietsgebruik onder deze doelgroep draagt dus bij aan de bereikbaarheid van diverse bestemmingen. Daarnaast geeft meer dan de helft van de gebruikers aan dat reizen goedkoper is geworden. Op deze wijze wordt deelname aan de maatschappij vergemakkelijkt. Verder geeft een groot aantal gebruikers aan dat ze zonder de fiets lopend of met het openbaar vervoer naar bestemmingen gingen. Vooral de mensen die eerder geen fiets hadden gaven aan verplaatsingen te voet te doen. Voor deze mensen kan de fiets zorgen voor een grotere bewegingsvrijheid. Met de fiets liggen meer bestemmingen binnen bereik (afstand en tijd) en het is goedkoper dan het openbaar vervoer. Ook gegeven de foutmarge gaan we ervanuit dat de FietsDeal de deelname aan het maatschappelijk leven voor het grootste deel van de gebruikers heeft vergemakkelijkt.

Welke rol speelt de FietsDeal in het leven van gebruikers?

Uit de resultaten blijkt dat bijna drie kwart van de ondervraagde personen de FietsDeal fiets zelf gebruikt. Een gedeelte van de fietsen blijkt ook door meerdere personen uit het gezin gebruikt. In deze gevallen kunnen de positieve effecten van de fiets dus verder reiken dan enkel de afnemer van de FietsDeal. Er kan dus worden geconcludeerd dat meerdere personen soms baat hebben bij één FietsDeal fiets. Voor een merendeel van de ondervraagde gebruikers heeft de FietsDeal gezorgd voor meer plezier in het fietsen en ongeveer de helft geeft aan zich gezonder te voelen. Naast het meer gaan fietsen zijn deze positieve effecten van het project zichtbaar bij de respondenten. Kijkend naar waar men de fiets voor gebruikt kunnen we concluderen dat de fiets zowel een middel is om bereikbaarheid te vergroten als gezonder of goedkoper te reizen. Hiermee wordt de diverse rol van de FietsDeal duidelijk in het leven van de gebruikers.



3.2 Aanbevelingen

Bij de conclusies doen we een aantal korte aanbevelingen:

- De positieve effecten van de FietsDeal zijn duidelijk zichtbaar in de resultaten. Het doel van het project om kwetsbare doelgroepen toegang te geven tot de fiets of meer te laten fietsen lijkt daarmee succesvol. De hoeveelheid mensen die geholpen wordt is groot en daarnaast helpt het niet alleen degene die de fiets aanvraagt maar ook mensen in de directe omgeving, zoals gezins- of familieleden. We verwachten dat **voortzetting** van het project een verdere **positieve bijdrage zal leveren aan de vermindering van vervoersarmoede onder deze doelgroep**.
- Het onderzoek heeft een beperkte response. Dit heeft gedeeltelijk te maken met werken met een moeilijk te bereiken doelgroep. In het werven van respondenten merkten we dat de taalbarrière groot is. Verder werd het project voorafgaand aan dit onderzoek al gemonitord, namelijk door een korte enquête bij het uitgifte- en reparatiepunt. We raden de gemeente aan **bij voortzetting rekening te houden met de monitoring van effectiviteit**. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het structureel monitoren en verzamelen van contactgegevens.
- Er blijkt een redelijke groep respondenten voorafgaand aan deelname aan het FietsDeal project al een fiets in het bezit te hebben die kapot is of niet de juiste maat heeft. Toegang tot goedkope **reparatie** kan dus waardevol zijn voor deze doelgroep. Het is daarom raadzaam om te onderzoeken of het mogelijk is om mensen te ondersteunen bij reparatie van kapotte fietsen die zij thuis hebben staan. Hetzelfde geldt voor een koppeling maken met fietslessen voor mensen die niet kunnen fietsen. In het geval van het FietsDeal project is het alleen mogelijk om de fiets te laten repareren die bij het project is aangeschaft.
- Tijdens het afnemen van de enquête op locatie hebben we gemerkt dat de mensen uiteenlopende redenen hebben om een FietsDeal fiets aan te schaffen. Met de beperkingen van het kwantitatieve onderzoek hebben we deze verdieping niet mee kunnen nemen. Het **aanvullen van deze resultaten met kwalitatief onderzoek** is waardevol om een indicatie te krijgen van welke onderdelen van het FietsDeal project succesvol zijn en waar ruimte is voor verbetering.
- Het FietsDeal project zit diepgeworteld in het wijknetwerk. Er komen veelal mensen die zijn doorgestuurd vanuit hulporganisaties en vaak komen mensen samen met hulpverleners. Uit gesprekken op locatie en met deze organisaties blijkt dat zij een duidelijk beeld hebben van de waarde van het FietsDeal project voor hun cliënten. Het laat zien hoe waardevol een goede doorverwijzing is voor mensen die hulp nodig hebben. We hebben gemerkt dat de gemeente inzet op **samenwerking en goed contact met deze organisaties** en raden de gemeente aan dit zeker voort te zetten.



4. BIJLAGEN

Bijlage A: Vragenlijst

Onderzoek FietsDeal

Welkom

Deze vragenlijst is alleen voor mensen die een fiets hebben van de FietsDeal.
We gebruiken de informatie voor onderzoek voor de gemeente.

Invullen van de vragen is anoniem.
Het duurt ongeveer 5 minuten.
Dank u wel!

1. Wanneer heeft u de FietsDeal fiets gekocht?

Een antwoord mogelijk

- Afgelopen maand
- 2 tot 6 maanden geleden
- Meer dan een half jaar geleden
- Weet ik niet
- Ik heb geen FietsDeal fiets → Deze vragenlijst is niet voor u

2. Wie gebruikt deze fiets?

Meerdere antwoorden mogelijk

- Ik
- Mijn gezin (partner, kinderen)
- Familie, buren of bekenden
- Niemand gebruikt de fiets
- Ik heb de fiets niet meer, want

3. Hoe vaak wordt deze fiets gebruikt?

Een antwoord mogelijk

- (Bijna) elke dag
- Ongeveer een keer per week
- Ongeveer een keer per maand
- Minder dan een keer per maand
- Nooit
- Weet ik niet










4. Waarom gebruikt u de FietsDeal fiets niet vaker?

Meerdere antwoorden mogelijk

- Ik kan niet (goed) fietsen
- Ik vind fietsen eng
- De fiets is te groot of te klein
- Ik ga liever lopen, met de auto of met de bus
- Mijn bestemming is te ver weg om te fietsen
- Ik heb de fiets niet meer
- De fiets is kapot
- Ik gebruik een andere fiets
- Ik gebruik de fiets al zo vaak ik kan
- Anders, namelijk

5. Waar gaat u met deze fiets naar toe?

Meerdere antwoorden mogelijk

	<input type="checkbox"/>	Naar familie en vrienden
	<input type="checkbox"/>	Naar de winkel of supermarkt
	<input type="checkbox"/>	Naar (vrijwilligers) werk
	<input type="checkbox"/>	Naar Hobby of activiteit (sport, cultuur, buurthuis)
	<input type="checkbox"/>	Naar een park of natuur
	<input type="checkbox"/>	Naar een bushalte of treinstation
	<input type="checkbox"/>	Naar de dokter
	<input type="checkbox"/>	Anders, namelijk
	<input type="checkbox"/>	Ik ga nooit met de fiets





6. Komt u makkelijker op plekken door de FietsDeal?

Een antwoord mogelijk

- Ja
- Nee
- Weet ik niet
- Niet relevant voor mij

7. Gaat u met de fiets naar meer verschillende plekken sinds de FietsDeal?

Een antwoord mogelijk

- Ja
- Nee
- Weet ik niet
- Niet relevant voor mij

8. Vindt u fietsen leuker sinds de FietsDeal?

Een antwoord mogelijk

- Ja
- Nee
- Weet ik niet
- Niet relevant voor mij

9. Is reizen goedkoper geworden door de FietsDeal?

Een antwoord mogelijk

- Ja
- Nee
- Weet ik niet
- Niet relevant voor mij

10. Voelt u zich gezonder door de FietsDeal?

Een antwoord mogelijk

- Ja
- Nee
- Weet ik niet
- Niet relevant voor mij

11. Bent u meer gaan fietsen door de FietsDeal?

Een antwoord mogelijk

- Ja
- Nee
- Weet ik niet
- Niet relevant voor mij

12. Had u al een andere fiets voordat u de FietsDeal fiets kocht?

Een antwoord mogelijk










- Ja
- Ja, maar die was kapot, niet de goede maat of gestolen
- Nee

13. Hoe reisde u voordat u de FietsDeal fiets had?

Meerdere antwoorden mogelijk

	<input type="checkbox"/>	Met een andere fiets
	<input type="checkbox"/>	Lopend
	<input type="checkbox"/>	Met iemand meerijden in de auto
	<input type="checkbox"/>	Met de bus / tram
	<input type="checkbox"/>	Met mijn eigen auto
	<input type="checkbox"/>	Anders, namelijk

14. Ik ben:

- Man
- Vrouw
- Zeg ik liever niet / anders

15. Wat is uw leeftijd?

Einde vragenlijst

Contact

Dit onderzoek wordt uitgevoerd door Mobycon in opdracht van gemeente Utrecht.

Vragen over dit onderzoek?

Neem contact op via 06-59888054 of b.dotinga@mobycon.nl

Algemene vragen aan de gemeente?

Neem contact op via 14 030

