

Campagne Sjees Gangmakers verleidt werkgevers tot actie

Succesvolle inzet van gedragsveranderings- en marketingtheorie bij de werkgeversbenadering in de provincie Noord-Brabant



Paper Nationaal Verkeerskundecongres
30 augustus 2019

Auteurs:

Jolanda Smit, Brabant Mobiliteitsnetwerk / XTNT
Etienne Lataster, Ons Brabant Fietst / Visit Brabant
Ewoud Vink, provincie Noord-Brabant
Birgitta Jansen, Brabant Mobiliteitsnetwerk / XTNT

SJEES
GANGMAKERS

is een campagne van

ONS
BRABANT
FIETST



bmn
Brabant
mobiliteitsnetwerk

onsbrabantfietst.nl

brabantmobiliteitsnetwerk.nl

Samenvatting

De bestaande werkgeversbenadering fiets blijkt in Noord-Brabant niet meer toereikend, vooral om kleinere werkgevers aan te zetten tot actieve fietsstimulering. Vandaar dat de gedragscampagne Sjees Gangmakers is ontwikkeld. De campagne vindt zijn oorsprong bij enerzijds het Brabant Mobiliteitsnetwerk (vormgever van de Brabantse werkgeversbenadering voor duurzaam mobiliteitsgedrag) en anderzijds Ons Brabant Fietst (projectorganisatie om meer Brabanders op de fiets te krijgen).

Op basis van de klantreis die zowel werkgever als werknemers doorlopen wanneer zij het fietsgebruik binnen de organisatie willen vergroten, is een communicatietoolkit ontwikkeld. Deze toolkit maakt het mogelijk om verschillende doelgroepen te bedienen. Van de grote bedrijven die al over fietsplannen en -voorzieningen beschikken tot de kleinere MKB-bedrijven die nauwelijks weten waar te beginnen, wanneer het om fietsstimulering gaat. De middelen ondersteunen bij het hele gedragsveranderingsproces van start tot finish: bewust worden dat je iets met fietsstimulering kan, inzicht krijgen in het handelingsperspectief, aanspraak maken op de intentie om tot actie over te gaan, daadwerkelijk gaan fietsen, blijven fietsen en dat vervolgens uitdragen aan anderen. De communitymanager van Sjees Gangmakers begeleiden dit proces.

Sinds de lancering van de campagne vlak voor de zomer gaat het stel: het aantal Gangmakers groeit voorspoedig, de algemene toolkit is al uitgebreid met een e-bike probeerpool en nieuwe initiatieven staan aan de start. Denk aan intensivering van de samenwerking met marktpartijen, koppeling van woon-werk/zakelijk fietsen met (top)sport en aansluiting bij lokale en regionale projecten en programma's.

Voor meer informatie kijk op: www.sjeesgangmakers.nl

Nieuwe werkgeversbenadering nodig voor bereik MKB-bedrijven

Steeds meer grote werkgevers in stedelijk gebied gaan aan de slag met mobiliteit, en specifiek fietsstimulering. Ze zien dat de (elektrische) fiets een belangrijke sleutel heeft in onder andere CO₂ reductie, vitaliteit van medewerkers, maatschappelijk verantwoord ondernemen en ruimtegebruik rondom hun pand. In de provincie Noord-Brabant zien we dit ook. Mede door inzet van het Brabant Mobiliteitsnetwerk (BMN) worden de grotere werkgevers zich meer bewust van hun rol en de kansen die fietsstimulering biedt. Ze ondernemen actie: zelf, samen en met de overheid. In termen van Rogersⁱ kunnen we stellen dat deze Innovators en Early Adaptors nu zelf aan de slag gaan met fietsstimulering.

Tijd om nu nog meer werkgevers in Noord-Brabant aan te sporen om aan de slag te gaan met de mobiliteit van hun medewerkers. We hebben het dan specifiek over grotere werkgevers buiten de grote en middelgrote steden, en het midden en kleinbedrijf (MKB) verspreid over de gehele provincie.

De wens om deze stap te maken is duidelijk. Maar hoe geef je dat vorm? Daarvoor heeft het BMN samen met Ons Brabant Fietst (OBF) de campagne Sjees Gangmakers ontwikkeld. Een nieuwe werkwijze is ontstaan door de toepassing van gedragsveranderingsprincipes en marketingkennis op de groep werkgevers. Kennis die we al jaren toepassen op de forens zelf, maar niet bij het verleiden van de werkgever.

In deze paper leggen we uit hoe we de transitie naar een nieuwe vorm van werkgeversbenadering rondom fietsstimulering hebben uitgewerkt en welke effecten we nu, vier maanden na de introductie, al zien. In deze paper komen achtereenvolgens aan bod:

- Het vertrekpunt: werkgeversbenadering BMN en fietsstimulering OBF.
- De aanleidingen voor het inzetten van de transitie van de werkgeversbenadering fiets.
- Het doel en bijbehorende doelgroepen in de werkgeversbenadering fiets.
- De basis: klantreis van de werkgever in acht stappen.
- De campagnematerialen van Sjees Gangmakers.
- De eerste effecten en toekomst van fietsstimulering.

Het vertrekpunt: werkgeversbenadering BMN en fietsstimulering OBF

Het Brabant Mobiliteitsnetwerk

In Noord-Brabant geeft het Brabant Mobiliteitsnetwerk (BMN) in opdracht van de provincie Noord-Brabant en diverse gemeenten de werkgeversbenadering vorm. BMN:

- brengt partijen samen die vanuit een gedeelde visie, ambitie en probleemstelling werken aan een beter bereikbaar Brabant.
- werkt in opdracht van overheden op specifieke locaties, corridors en rondom thema's.
- werkt op basis van community's. Dit zijn tijdelijke samenwerkingsverbanden van partijen die daadwerkelijk samen aan de slag willen met het slimmer en duurzamer organiseren van mobiliteit.

Waar het BMN de afgelopen jaren alleen actief was in de vijf grootste Brabantse steden (B5-steden: Eindhoven, Helmond, Breda, 's-Hertogenbosch en Tilburg), wordt het werkgebied nu fors uitgebreid, mede door de aandacht vanuit de snelfietsroutes. Concreet is het BMN nu ook actief in Veghel, Uden, Oss, Nistelrode, Waalwijk, Gemert-Bakel, Heusden, Oosterhout en Gilze-Rijen en de regio De Kempen. En werkt BMN in de regio's Zaltbommel en Geldermalsen in de provincie Gelderland.

Het BMN biedt een procesaanpak, waarbij werkgevers ondersteund worden om zelf stappen te zetten op het gebied van mobiliteit. Ook wordt gekeken hoe werkgevers gezamenlijk onderling en met overheden concrete acties en maatregelen kunnen opzetten en uitvoeren. Het BMN biedt kennis, ervaring, verbinding en enthousiasme.

Ons Brabant Fietst

Ons Brabant Fietst (OBF) is een projectorganisatie onder de vleugels van VisitBrabant, met als opdrachtgevers de provincie en de B5-steden. Zowel VisitBrabant als Ons Brabant Fietst hebben geen commerciële, maar uitsluitend een maatschappelijke taak. Het doel is scherp: meer Brabanders vaker op de fiets. De fiets levert een bijdrage aan belangrijke maatschappelijke doelen, zoals bereikbaarheid, gezondheid en duurzaamheid. In de communicatie doet OBF een beroep op deze motivatoren om de Brabander op de fiets te krijgen.

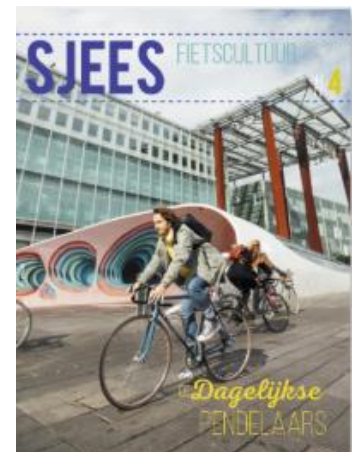
Daarnaast initieert OBF zelf projecten die bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van het gewenste fietsgedrag. Het gaat om verbinden, stimuleren, initiëren en faciliteren van fietsstimulerende initiatieven in Brabant. Daarnaast bouwt OBF voortdurend aan een groter bereik onder de uiteindelijke doelgroep: de Brabantse consument. Er is al een bereik van duizenden fietsers en het doel is dat de komende jaren verder te doen groeien.

OBF vormt het netwerkplatform voor de fiets in Brabant. Op dit platform heeft BMN een aantal jaar geleden een werkgeversdeel opgezet. Dit 'Werkgeversplatform fiets' gaf informatie aan de werkgevers die het fietsgebruik in hun organisatie wilden vergroten. Werkgevers die zich nog niet bewust waren van fietsstimuleringsmogelijkheden, kwamen niet op deze site en werden verder niet aangemoedigd iets met fiets te gaan doen.

Koepelcampagne Sjees Gangmakers

In 2019 is daarom de multimediale, Brabant-brede gedragscampagne Sjees Gangmakers aan het OBF-programma toegevoegd. De doelgroepen van deze campagne zijn:

- De alledaagse fietser, die niet zozeer recreatief fietst, maar de fiets al wel regelmatig gebruikt voor korte functionele ritten (boodschappen, sociaal bezoek, sportclub).
- De forens oftewel de woon-werk-fietser, die dagelijks pendelt tussen huis en werk.
- De scholier (alle leeftijden), die vaak al op de fiets zit naar school en waarbij vooral het doel is dat hij/zij fietsen leuk vindt, en mogelijk geïnspireerd wordt sportief te fietsen.



Sjees Gangmakers richt zich op het verstevigen van de fietscultuur en laat zien hoe vanzelfsprekend, maar ook hoe bijzonder fietsen eigenlijk is.

De campagne geeft inhoud aan een pull- en push-strategie: de campagne richt zich op de (potentiële) fietser en op organisaties (werkgevers, gemeenten, zorgverzekeraars, marktpartijen). Deze organisaties noemen we Gangmakers: iedereen die fietsstimulering in gang zet en eraan bijdraagt dat anderen gaan fietsen. We streven naar zoveel mogelijk Gangmakers, want dan wordt de kracht van de campagne immers veel groter.

De aanleidingen voor het inzetten van de transitie van de werkgeversbenadering fiets

Er waren diverse aanleidingen om de campagne ook te richten op werkgevers:

- Het doel van Ons Brabant Fietst is meer fietsers. Een belangrijke doelgroep zijn forenzen, waarmee werkgevers de meest directe link hebben. Zij kunnen met voorzieningen en regelingen inspelen op het reisgedrag van de forens. Extra inzet op de forens is daarom gewenst.
- Het Brabant Mobiliteitsnetwerk geeft werkgevers een duwtje in de rug om met fietsen aan de slag te gaan. Zij kan echter niet alle werkgevers in het zadel helpen, zeker niet wanneer je de inspanningen daarvoor afzet tegen de te verwachten effecten. Daarnaast kennen niet alle werkgevers de weg naar de website van Ons Brabant Fietst voor specifieke informatie over fietsstimulering. De grote slag maken kan alleen met een andersoortige werkwijze.
- De afgelopen jaren hebben overheden flink geïnvesteerd in fietsstimulering. Campagnes, beloningsprogramma's, guerrilla-acties, deelfietsen en e-bike proeftuinen zijn ontwikkeld en geëvalueerd en hebben nieuwe kennis opgeleverd. Ook ontstaat een markt van fietsstimuleringsoplossingen, met standaardisering van systemen, concurrentie tussen aanbieders en meer professionaliteit. Maar nog steeds hebben de meeste werkgevers geen idee waar ze terecht kunnen. Tijd om vragers en aanbieders bij elkaar te gaan brengen.
- Werkgevers vragen om concrete tools en campagnemateriaal om werknemers te kunnen verleiden op de fiets te stappen. De stap naar het inkopen van een campagne of probeerpool is vaak best groot wanneer je net aan de slag gaat met fietsstimulering. Er lijkt, vooral voor de middelgrote werkgevers, een gat tussen wat de markt biedt en de sprong die zij willen maken.

Het doel en bijbehorende doelgroepen in de werkgeversbenadering fiets

Landelijk hanteert Staatssecretaris Stientje van Veldhoven het doel om 200.000 forenzenⁱⁱ extra op de fiets te krijgen. Ook op provinciaal niveau zijn doelstellingen geformuleerd. In het uitvoeringsprogramma Fiets in de Versnelling 2016-2020ⁱⁱⁱ is het overkoepelende doel voor het activeren van werkgevers in de provincie Noord-Brabant vastgelegd. Als KernPrestatie is benoemd dat 125 werkgevers met meer dan 100 werknemers fietsen naar het werk stimuleren. Daarbij onderscheiden wij de volgende doelgroepen:

- 1 Werkgevers die nu al veel doen en het goede voorbeeld geven. Hieronder vallen werkgevers die opereren als landelijke Fietsambassadeurs: De Efteling, FujiFilm en Enexis Groep.
- 2 Werkgevers die in een BMN-community actief zijn en nog stappen kunnen zetten op het gebied van fietsstimulering.
- 3 Werkgevers die nu nog niets of weinig op het gebied van fietsstimulering doen en nog niet direct naar informatie op zoek zijn (zowel grote werkgevers als het MKB).

Een verbijzondering is het feit of de werkgever ligt in een gebied waar een snelfietsroute wordt aangelegd. De overheid investeert daar flink in het fietsnetwerk en het 'fietsproduct' voor de forenzen wordt beter. Dit geeft mogelijkheden om werkgevers op een andere manier aan te spreken: hoe profiteert u van deze verbetering?

De Fietsambassadeurs en communityleden worden betrokken in de werkgeversbenadering van BMN. Van de 150 bedrijven in het netwerk van BMN, doet ongeveer de helft al actief aan fietsstimulering. De doelstelling van de provincie wordt daarmee nog niet gehaald. Wel zien we dat steeds meer werkgevers starten met fietsstimulering en dat het netwerk groeit.

De derde doelgroep, oftewel het grote publiek, wordt nog niet aangesproken. Hier ligt een grote potentie om de doelstellingen te bereiken, en zelfs te overtreffen.

De basis: klantreis van de werkgever in acht stappen

Ook werkgevers moeten een gedragsveranderingsproces door en volgen een klantreis^{iv}, net zoals medewerkers. We hebben daarom bij Sjees Gangmakers de stappen van deze klantreis van de medewerker vertaald naar de werkgever: van 'onbewust' tot 'ambassadeur voor fietsstimulering'.

Gedragsverandering betekent mensen in de juiste fase van de klantreis op de juiste manier aanspreken en overtuigen. Het begint bij de groep werkgevers die de problematiek nog niet herkent en dus onbewust is. Het kost tijd en inspanning deze groep bewust te maken en te bewegen het gedrag aan te passen. Vervolgens onderneemt deze bewuste werkgever zelf stappen om werknemers te stimuleren te gaan fietsen. Uiteindelijk zal deze bewuste werkgever zijn omgeving motiveren dit te doen.

De klantreis is uit te splitsen in twee fasen en acht stappen:

Fase 1: Bewustwording en aanzetten tot handelen

- Fietsstimulering is niks voor mijn organisatie (onbewust)
- Fietsstimulering is wellicht interessant voor mijn organisatie (bewust)
- Ik kan er iets mee (handelingsperspectief)
- Ik ga er iets mee doen (intentie)

Fase 2: Vertonen gewenst gedrag

- Ik doe er iets mee (informatie zoeken)
- Ik doe mee (eerste stappen)
- Dit helpt mijn organisatie echt, ik ga echt investeren (deelname acties)
- Ik ga anderen helpen en vervul een voorbeeldrol (inspireert omgeving)

Sjees Gangmakers richt zich zowel op fase 1 als fase 2. Niet alleen willen we dat steeds meer werkgevers weten dat fietsstimulering helpt om bedrijfsdoelen te bereiken. Maar ook dat zij zich daadwerkelijk gaan inzetten op fietsstimulering. Dit behelst onder meer dat we de werkgever:

- Informeren: wat is een Gangmaker, wat doe je als Gangmaker en wat levert je dat op?
- Gericht advies geven: wat kan jij doen om een (betere) Gangmaker te zijn?
- Voorbeelden delen: wat doen andere Gangmakers en wat kan jij daarvan leren?
- Handen bieden: wie kunnen je helpen om jouw rol als Gangmaker in te vullen?
- Belonen: ben jij de beste gangmaker van Brabant?

De campagnematerialen van Sjees Gangmakers

Tegelijkertijd met de lancering van Sjees Gangmakers voor werkgevers, is ook campagnemateriaal voor werknemers geïntroduceerd. De look en feel van het werkgevers-, werknemers- en consumentendeel zijn hetzelfde. De werkgever en werknemer zijn immers ook consument. Alle uitingen via verschillende kanalen zijn gebaseerd op dezelfde kernboodschap.

Kernboodschap Sjees Gangmakers

Meer fietsende werknemers leveren je als werkgever grote voordelen op: het ziekteverzuim daalt, je organisatie wordt beter bereikbaar en is er ruimte op de parkeerplaats. Bovendien toon je goed werkgeverschap en lever je een bijdrage aan de CO₂-reductie. Maak daarom werk van fietsstimulering en word Gangmaker! Als Gangmaker stimuleer je jouw werknemers om wat vaker de fiets te pakken. Met slechts een aantal eenvoudige maatregelen kun je al een groot verschil maken. Ons Brabant Fietst helpt je daarbij. Met tools, tips en een marketingcampagne die je eenvoudig kunt uitrollen in je organisatie. Je krijgt van onze mobiliteitsdeskundigen advies op maat over wat de fiets voor jouw onderneming kan betekenen en wat de meest kansrijke maatregelen zijn. We regelen een Slimme Probeerpool zodat je medewerkers zelf kunnen ervaren hoe het is om op een e-bike naar het werk te gaan. En gevorderde Gangmakers dagen we uit om een stap extra te zetten met de Gangmakers Challenge. Doe mee met onze Gangmakers fietsbeweging en zet in op fietsstimulering.

De website www.sjeesgangmakers.nl is de backbone voor de campagne. Hier staat alle info voor een werkgever om aan de slag te gaan met fietsstimulering. Deze website vervangt het oude 'werkgeversplatform fiets'. Op de website staan ook de aanbiedingen vanuit Sjees voor werkgevers.

Om de gewenste bewustwording en aanzetten tot handelen te bereiken is er een divers pakket communicatiemiddelen gemaakt. Hierbij heeft Ons Brabant Fietst natuurlijk gekeken naar hoe gedragsverandering het best op gang te krijgen is. Veel literatuur is hiervoor doorgenomen en vertaald naar de Brabantse situatie. Het gaat te ver om in deze paper dat geheel toe te lichten. Belangrijkste basis is voor ons het EAST-raamwerk^v van het Britse Behavioural Insights Team:

- Easy: maak het gewenste gedag gemakkelijk.
- Attractive: maak het gewenste gedrag aantrekkelijk.
- Social: mensen zijn gevoelig voor wat anderen doen.
- Timely: zet in op het juiste moment.

Een beeld van ons pallet aan middelen:

- Gangmakersgids, waarin staat welke stappen je moet doorlopen om aan te gang te gaan met fietsstimulering, inclusief voorbeelden van werkgevers die al aan de gang zijn. Hierbij hebben we gekeken hoe we fietsstimulering zo laagdrempelig en makkelijk mogelijk kunnen neerzetten, in een simpel stappenplan die aansluiten bij het Gangmaken.



- Gangmakerstas, een gekleurde linnen tas, met Sjees-tijdschrift, poster, Gangmakersgids, pen en concrete aanbiedingen, om achter te laten bij werkgevers.
- Gangmakers nieuwsbrief, waarin werkgevers op de hoogte worden gehouden van de laatste nieuwtjes op fietsgebied, voorbeelden en aanbiedingen.
- Toolkit met posters, beelden en teksten voor interne communicatie bij de werkgevers. Naast de algemene toolkit is er de e-bike probeerweek toolkit. Hierbij staat gemak centraal, en niet te vergeten: we geven het een en ander weg waar de werkgever zo gebruik van kan maken. We hopen dat hij op basis daarvan ook volgende stappen gaat zetten.

- Elektrische Sjeesfiets, te huur voor drie weken samen met een e-bike promotiekit om aandacht te vragen voor fietsen in de organisatie en voor werknemers om voor woonwerkverkeer te gebruiken. Deze elektrische fiets staat eigenlijk ook voor uitproberen: niet meteen een grote e-bike pool aanschaffen, maar eerst eens een kleine variant uitproberen en kijken wat het in de organisatie doet.
- Sjees cargobike inclusief beeldscherm in de bak. Te huur voor fietsevents en lanceringen.
- Sjees roadshow, om aandacht voor fietsen te vragen bij evenementen.
- Benchmark fietsstimulering, om te bepalen hoe jij het doet op het gebied van fietsstimulering in vergelijking met andere werkgevers. Dit wordt gedigitaliseerd naar de Brabantse Mobiliteits Index (BMI).
- 'Aan de gang gesprek' met een BMN-communitymanager, die verkent wat de werkgever kan doen, en tips geeft.
- Een direct telefoonnummer wat uitkomt bij iemand die direct kan helpen. We bieden dus een soort van helpdesk die laagdrempelig te contacten is.
- Op de Sjees websites komen de gangmakers te staan, en komen er goede voorbeelden. We laten zien dat veel bedrijven Gangmaker worden en hopen zo de sociale bevestiging te geven dat het slim is om Gangmaker te worden.



Gebruik de Sjees tools

Met de Sjees tools maken we het eenvoudig om snel op gang te komen met fietsstimulering. Inspireer je medewerkers met aansprekende uitingen in de Sjees campagnestijl.



Download minigids fietsstimulering



Om werkgevers te helpen fietsen te stimuleren, biedt de overheid diverse fiscale mogelijkheden. Deze minigids zet de fiscale mogelijkheden voor fietsstimulering op een rij.

De campagne Sjees Gangmakers is gestart op 20 mei 2019. Staatssecretaris Stientje van Veldhoven van Infrastructuur en Waterstaat deed de aftrap in de Efteling. Het attractiepark is als eerste Brabantse Gangmaker verbonden aan de campagne.

De eerste effecten en toekomst van fietsstimulering

Sjees Gangmakers ging kort voor de zomer van start en toch zijn de eerste resultaten al zichtbaar. De lancering van de campagne zelf in de Efteling kon rekenen op ruim honderd gasten, haalde de voorpagina van de krant en leverde direct aanvragen op voor aan-de-gang-gesprekken (voor een sfeerimpressie van de lancering: zie <https://www.youtube.com/watch?v=jWhnqYd2F-8>). Inmiddels zijn er dertig Gangmakers, waarvan de eerste tien het campagnemateriaal al in gebruik hebben genomen. De bedoeling is deze groep de komende tijd fors uit te breiden met BMN-communityleden.



Trots zijn we op transportbedrijf Bas Holding uit Veghel, de eerste deelnemer van de Sjees e-bike probeerpool, die ook de landelijke pers haalde. De komende maanden wordt de pool verder uitgerold over heel Brabant. De pool is ook een mooi voorbeeld van de aansluiting, die continu wordt gezocht bij andere programma's en projecten, zoals bijvoorbeeld Programma A2 Deil – 's-Hertogenbosch – Vught. Door samenwerking met dit programma krijgen werkgevers in het studiegebied een fikse korting op de pool en wordt deelnemen nog aantrekkelijker.



De huisstijl van Sjees Gangmakers trekt de aandacht, zo blijkt uit vele reacties. Fris, uitnodigend, grappig, eigentijds met een tikje vintage. En: er is ruimte voor de 'couleur locale'. Met initiatieven als Tilburg Fietst en 076Fietst wordt nauw samengewerkt, waarbij de lokale projecten hun eigen gezicht behouden en met merk Sjees Gangmakers helpen versterken.

Maar we zijn er nog niet: er zijn nog talloze werkgevers en werknemers te verleiden om de fiets vaker onderdeel te laten uitmaken van hun woon-werk en/of zakelijke mobiliteit. De samenwerking met provincie Noord-Brabant, de Brabantse gemeenten en werkgevers vormt een solide basis, waarop wordt doorgebouwd. Bijvoorbeeld door te kijken hoe we verbinding met de markt kunnen vormgeven. Een eerste stap is al gezet: Gazelle sponsort de Sjees e-bike. We willen meer leveranciers van fietsdiensten of fietsproducten aan ons binden om te kijken hoe zij Sjees Gangmakers ook als vliegwiel kunnen gebruiken en we de beweging kunnen vergroten. Of wat te denken van de koppeling tussen sport en forenzen? Met La Vuelta in aantocht kan deze kans niet onbenut worden gelaten om het fietsen in Brabant volgend jaar zomer extra in het zonnetje te zetten.

Want dat deze beweging er is, dat wordt steeds duidelijker. Sjees Gangmakers helpt werkgevers in het zadel, biedt een steuntje in de rug, zorgt voor advies, service en onderhoud en vooral heel veel fietsplezier. Wat hoe uniek is het voor onze cultuur dat zo iets gewoons als fietsen zo bijzonder kan zijn!

Verwijzingen

ⁱ *Diffusion of Innovations*, Rogers

ⁱⁱ <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2018/06/12/staatssecretaris-van-veldhoven-200.000-mensen-uit-de-file-op-de-fiets>

ⁱⁱⁱ <https://www.brabant.nl/dossiers/dossiers-op-thema/verkeer-en-vervoer/fiets/fiets-in-de-versnelling-2016-2020>

^{iv} *Mede naar klantreis gebruikt in Handleiding Doortrappen*, geschreven door Ideate in opdracht van Ministerie van Infrastructuur en Milieu (2017)

^v Kennisplatform CROW (2013), 'Easy, Attractive, Social en Timely: sleutelbegrippen bij gedragsverandering' <https://www.crow.nl/mobiliteit-en-gedrag/weblog/augustus-2013/easy,-attractive,-social-en-timely-sleutelbegrippe>