

De paden op, de lanen in

Herhaalonderzoek
naar de economische impact
van het fietstoerisme in
de provincie Antwerpen 2012



Wageningen/Breda, 7 maart 2013

Martin Goossen (Alterra)
Diana Korteweg Maris (NHTV)
Jeroen Klijs (NHTV)
Ingrid Coninx (Alterra)

Inhoud

Kerncijfers fietstoerisme provincie Antwerpen	1
Samenvatting	2
Hoofdstuk 1 Inleiding	6
1.1 Aanleiding	6
1.2 Doelstelling en onderzoeksvragen	6
1.3 Werkwijze	8
1.4 Leeswijzer	10
Hoofdstuk 2 De vraag naar fietsen.....	11
2.1 Inleiding.....	11
2.2 De gebruikersenquête	11
2.2.1 Leeftijd	12
2.2.2 Herkomst.....	13
2.2.3 Beroep van het gezinshoofd	14
2.2.4 Recreatiemotieven.....	15
2.3 Secundaire analyse.....	16
Hoofdstuk 3 Het fietsgedrag.....	18
3.1 Inleiding.....	18
3.2 De gebruikersenquête	18
3.2.1 Samenstelling van het fietsgezelschap.....	18
3.2.2 Fietsfrequentie	19
3.2.3 Gevolgde fietsroute	20
3.2.4 Fietsvakanties.....	22
3.2.5 Bestedingen	23
3.2.6 Recreatiemotieven en gedrag	25
3.3 Daadwerkelijk fietsgebruik	26
3.3.1 Fietstelslangen	27
3.3.2 Extrapolatie van de meetgegevens naar de ganse provincie.....	29

Hoofdstuk 4 Economische effecten.....	31
4.1 Inleiding.....	31
4.2 Bestedingen.....	31
4.3 Input-output (IO) model.....	33
4.4 Economische effecten.....	36
Hoofdstuk 5 Evaluatie fietsknooppuntennetwerk.....	40
5.1 Inleiding.....	40
5.2 Gebruikersenquête	40
5.3 Focusgroep.....	42
Hoofdstuk 6 Ontwikkelingsdynamiek fietstoerisme	45
6.1 Inleiding.....	45
6.2 Verbeterpunten volgens sleutelfiguren	45
6.3 Innovatie-atelier fietstoerisme	52
Hoofdstuk 7 Conclusies en aanbevelingen.....	56
7.1 Conclusies	56
7.2 Aanbevelingen	59
Literatuur	61
Bijlage 1 De Fietsdaguitstapper nader beschouwd in een secundaire analyse	62
Bijlage 2 Vragenlijst gebruikersenquête.....	82
Bijlage 3 Gebruikersonderzoek: dagen & locaties.....	93
Bijlage 4 Statistische relaties motief, kenmerk en gedrag	94
Bijlage 5 Toelichting input-outputmodel: van marktprijzen naar basisprijzen.....	95
Bijlage 6 Spontane opmerkingen uit de enquête	97
Bijlage 7 Uitgebreid verslag focusgroep	99
Bijlage 8 Deelnemers innovatie-atelier	105

Kerncijfers fietstoerisme provincie Antwerpen

- 522 fietsknooppunten
- 5.000 fietsbordjes, bevestigd op 4000 palen
- 2546 km totale lengte fietspaden

- 25.000 verkochte fietskaarten in 2011
- 165 fietsvriendelijke cafés
- 55 fietsvriendelijke logies
- 35 fietsroutes (waarvan 15 op het FKNW / 20 niet (volledig) op het FKNW)

- 6,8 miljoen recreatieve fietstochten op het fietsknooppuntennetwerk
- 25% toename fietstochten op het fietsknooppuntennetwerk t.o.v. 2006
- 150% toename fietsers op het fietsknooppuntennetwerk t.o.v. 2001

- 45 km gemiddelde lengte fietstocht
- 55 jaar gemiddelde leeftijd van recreatieve fietsers
- 4,5% % fietsers dat met een elektrische fiets rijdt
- 63% % fietscafés dat oplaadpunt/stopcontact voor elektrische fietsen heeft

- € 8,54 gemiddelde bestedingen per persoon tijdens fietstocht
- 86,2% % van bestedingen dat uitgegeven wordt aan eten en drinken

In totaal leidt recreatief fietstoerisme op de fietsknooppunten in de provincie Antwerpen - in alle sectoren van de economie én direct en indirect - tot de volgende economische effecten:

- | | |
|---|--------------------|
| • Totale bestedingen van alle fietsers | € 71,6 miljoen |
| waarvan extra bestedingen voor Antwerpse economie | € 31,8 miljoen |
| • Extra output door fietstoerisme | € 45,9 miljoen |
| • Extra toegevoegde waarde door fietstoerisme | € 17,6 miljoen |
| • Extra werkgelegenheid door fietstoerisme | 444,5 voltijdbanen |

Samenvatting

Toerisme Provincie Antwerpen vzw (TPA) is een provinciaal toeristisch samenwerkingsverband dat de ontwikkeling van het toerisme in de provincie Antwerpen stimuleert. Fietstoerisme is een speerpunt voor TPA. Het fietsknooppuntennetwerk is één van de meest populaire producten en is inmiddels bij vele fietsers bekend. Daarom achtte TPA de tijd rijp om in 2012 een grootschalig fietsonderzoek op te zetten om de economische impact van het fietsknooppuntennetwerk en van het fietstoerisme in het algemeen te kunnen becijferen.

Werkwijze

Via een face-to-face onderzoek op diverse locaties in de provincie Antwerpen zijn fietsers ondervraagd. Dit levert gegevens op over het profiel van de fietser naar persoonlijke kenmerken en motieven, maar ook naar het fietsgedrag en voor een deel ook over het oordeel van het fietsproduct. Via een secundaire analyse van bestaande data over fietstoerisme uit het dagtoerisme onderzoek in Vlaanderen wordt ook informatie verkregen over het profiel van de fietser en zijn gedrag. Het fietsgebruik wordt vervolgens onderzocht via een analyse van de diverse telslangen die op diverse locaties in de provincie Antwerpen liggen. Al deze gegevens worden vergeleken met voorgaande onderzoeken naar het fietsen in deze provincie. Op basis van de gegevens over het fietsgebruik is via een input-output model speciaal voor de provincie Antwerpen de economische impact berekend, uitgedrukt in omzet en werkgelegenheid. Via een bijeenkomst met een focusgroep is vervolgens nadere informatie verkregen over het oordeel over het fietsproduct. Via interviews met sleutelfiguren aan de aanbodzijde is achterhaald wat de belangrijkste stimuli, verbeterpunten en knelpunten zijn om het fietsproduct nog beter te maken. Al deze informatie is vervolgens gebruikt in een werkatelier met stakeholders uit de provincie Antwerpen om te komen tot een gedragen visie over fietsen en een begin te maken met het ontwikkelen van diverse fietsproducten en het verbeteren cq oplossen van bestaande knelpunten.

Wie is de fietstoerist?

Het merendeel van de fietsers is een fietstochtenmaker (56%) die korte fietstochten maakt of een fietsdaguitstapper (40%) die een lange fietstocht maakt. Met 4% zijn fietsvakantiegangers weinig aanwezig. Verreweg de meeste fietsers zijn afkomstig uit de eigen provincie (84%).

De gemiddelde leeftijd is 55 jaar, één jaar jonger dan in 2006. De groep tussen de 25 en 39 jaar is sterk toegenomen ten opzichte van 2006. Er lijkt zich een trend tot verjonging bij het fietsen af te tekenen. Fietsen is desalniettemin een activiteit die slechts weinig met kinderen ondernomen wordt.

De meeste fietsers (42%) gaan fietsen met het motief *Uitdaging*, gevolgd door het motief *Gezelligheid* (24%) en *Even tussen uit* (20%), *Interesse* (7%) en *Volledig opgaan* in de natuur (6%). De fietsers gaan gemiddeld met twee motieven op pad.

Wat is zijn fietsgedrag?

Bijna de helft van de fietsers in de provincie Antwerpen fietst alleen. Dit aandeel is groter dan in 2006. Daarnaast maken veel fietsers (26%) met hun partner een fietstocht. Gemiddeld gaat een fietstochtenmaker bijna 1 keer per week fietsen en een fietsdaguitstapper 2 keer per maand. Een fietsvakantieganger gaat gemiddeld 1 keer per jaar fietsen.

De gemiddelde afstand van de fietstocht bedraagt 44,6 km (toename ten opzichte van 2006). Bijna 23% van de fietsers maakt daarbij gebruik van een (hoofdzakelijk papieren) fietskaart. Horecabezoek is bij alle typen fietsers het meest populair. Fietsers die met het motief *Gezelligheid* fietsen, besteden het meest aan eten en drinken; fietsers die met het motief *Uitdaging* fietsen, besteden hieraan het minst.

Gemiddeld besteden alle typen fietsers in 2012 in de provincie Antwerpen € 8,54, waarvan 86% aan eten en drinken. De gemiddelde bestedingen zijn lager dan in 2006.

Wat is de omvang en economische impact van het fietstoerisme?

Op basis van tellingen op 11 locaties is berekend dat in 2012 6,8 miljoen recreatieve fietstochten werden gemaakt op het fietsknooppuntennetwerk in de provincie Antwerpen. Wanneer de aantallen fietsers in 2012 worden vergeleken met voorgaande jaren, dan blijkt de neergaande lijn gestopt te zijn. Na een opleving in het mooie fietsjaar 2011 is 2012 weer vergelijkbaar met het jaar 2010. Het regenachtige weer en de lage temperaturen in 2012, alsmede de concurrentie van andere vrijetijdsactiviteiten zullen hiervoor waarschijnlijk verantwoordelijk zijn.

De totale bestedingen van fietsers in de provincie Antwerpen bedragen € 71,6 miljoen in 2012. In 2006 werden de totale bestedingen van fietsers berekend op € 92,6 miljoen, maar in dat jaar werden meer fietstochten ondernomen.

De totale economische waarde is berekend met behulp van een input-outputmodel. Een input-outputmodel toont de relaties tussen verschillende bedrijfstakken in de economie. Op deze manier worden zowel de directe als de indirecte effecten zichtbaar gemaakt. Uitgangspunt is zoveel mogelijk dat alleen de bestedingen die ook echt extra zijn voor een gebied worden gebruikt als input voor een input-outputmodel. Alleen de bestedingen van niet-bewoners van de provincie Antwerpen worden daarom meegenomen in de berekening: hierbij wordt er vanuit gegaan dat zij geen geld hadden uitgegeven in de provincie Antwerpen als zij daar niet waren gaan fietsen.

In totaal leidt fietstoerisme in de provincie Antwerpen - in alle sectoren van de economie én direct en indirect - tot de volgende economische effecten:

- Totale bestedingen van alle fietsers: € 71,6 miljoen
 waarvan extra bestedingen voor Antwerpse economie: € 31,8 miljoen
- Extra output door fietstoerisme: € 45,9 miljoen
- Extra toegevoegde waarde door fietstoerisme: € 17,6 miljoen
- Extra werkgelegenheid door fietstoerisme: 444,5 voltijdbanen

Hoe wordt het fietsknooppuntennetwerk geëvalueerd?

Ten opzichte van 2006 heeft het fietsknooppuntennetwerk wederom aan populariteit en bekendheid gewonnen. Dit gaat ten koste van de thematische routes en het aantal mensen dat geen specifieke route volgt. Met name fietsers die met het motief *Gezelligheid* fietsen volgen het fietsknooppuntensysteem. Over het knooppuntensysteem worden voornamelijk positieve opmerkingen gemaakt. Bij de evaluatie wordt vooral de opmerking gemaakt (27%) dat er betere fietspaden moeten komen, op de voet gevolgd door verbetering van het onderhoud (26%).

Hoe kan de ontwikkelingsdynamiek van het fietsen worden gestimuleerd?

In een focusgroep hebben fietsers een aantal maatregelen genoemd om het fietsen te stimuleren. Daarnaast is via interviews met sleutelfiguren aan de aanbodzijde achterhaald wat de belangrijkste verbeterpunten zijn bij het verder ontwikkelen van het fietstoerisme. De beschrijving van een ideale fietsprovincie van de sleutelfiguren heeft zeer veel overeenkomsten met de beschrijving van een ideale fietsprovincie door de focusgroep. Ook de spontane opmerkingen uit de face-to-face interviews hebben dezelfde lading. Vraag en aanbod zitten dus wat betreft ideale fietsprovincie op één lijn. Vastgesteld werd dat de belangrijkste ambitie voor Antwerpen als fietsprovincie in 2020 tweeledig is: een goede en veilige fietsinfrastructuur en de bekendheid van Antwerpen als fietsprovincie. Hiertoe doen wij de volgende aanbevelingen:

- Meer communicatie en samenwerking tussen sport, toerisme, natuur, mobiliteit en ruimtelijke ordening is noodzakelijk, zowel binnen de provincie als ook lokaal, tussen provincies en over de grens. Dit vraagt om een **integraal fietsbeleid**. Aanbevolen wordt om het idee uit het innovatie-atelier (het opstellen van een gezamenlijke fietsbeleidnota door de provinciale diensten op gebied van toerisme, sport, mobiliteit, ruimtelijke ordening en milieu & natuurbehoud) zo spoedig mogelijk uit te voeren. Naar aanleiding van dit nieuwe fietsbeleid kunnen convenanten met lokale partners worden opgesteld.
- Investeren in de kwaliteit en het onderhoud van de fietspaden is noodzakelijk voor de kwaliteitsverbetering van het totale fietsproduct. Aangezien de fietspaden vooral de verantwoordelijkheid zijn van **lokale partners**, zal hiervoor **gericht beleid met bijbehorende convenanten** ontwikkeld moeten worden. Te denken valt ook aan een benchmarkonderzoek naar gemeenten met de beste staat van dienst betreffende kwaliteit en onderhoud van recreatieve fietspaden, waarbij goede scores financieel beloond worden.
- Bij lokale partijen bestaat bovendien een grote behoefte aan kennis over de fietser en diens behoeften. Een aanpak waarbij **kennis verder verzameld en gedeeld wordt** is aan te bevelen. Denk hierbij aan een kennisdatabank, workshops en een centraal aanspreekpunt voor alle partijen die zich op een of andere wijze bezighouden met het fietsproduct.

- Aanbevolen wordt om te **investeren in de verbindingen tussen stad en land**, door deze aantrekkelijk te maken via veilige (autovrije) en snelle routes. De Fiets-ostrada zou hiervoor de aorta kunnen worden, aangevuld met groene “aders” die vanuit verschillende wijken naar het buitengebied en knooppuntennetwerk gaan.
- De informatievoorziening rondom het fietsproduct dient verder verbeterd te worden. Dit geldt enerzijds voor de bestaande gedrukte media. Aanbevolen wordt **de informatie op de fietsroutekaarten fors uit te breiden**, inspeland op de wensen genoemd in de focusgroep. Het fietsinspiratieboekje wordt niet als bron van *informatie* gebruikt en zou bij een eventuele heruitgave meer gericht moeten worden op *inspiratie*.
- Aanbevolen wordt om vooral ook de online informatievoorziening sterk te verbeteren. Hoewel veel websites informatie over fietsroutes bieden, bestaat er behoefte aan **één centrale website, een interactief platform** waar routes op maat kunnen worden samengesteld en reviews en aanbevelingen van andere fietsers kunnen worden bekeken (integratie met sociale media). Mogelijk geschikte voorbeelden voor de techniek achter de routes op maat zijn de websites daarmoetikzijn.nl en GPSies.com.
- De promotie van Antwerpen als fietsprovincie wordt ondersteund door bovengenoemde verbeteringen in de informatievoorziening, online en in gedrukte media. Daarnaast wordt aanbevolen deze promotie invulling te geven door **het ontwikkelen van unieke producten als marketinginstrument**. Voorbeeld is het idee van een Fietsdokter zoals voorgesteld tijdens het innovatie-atelier.

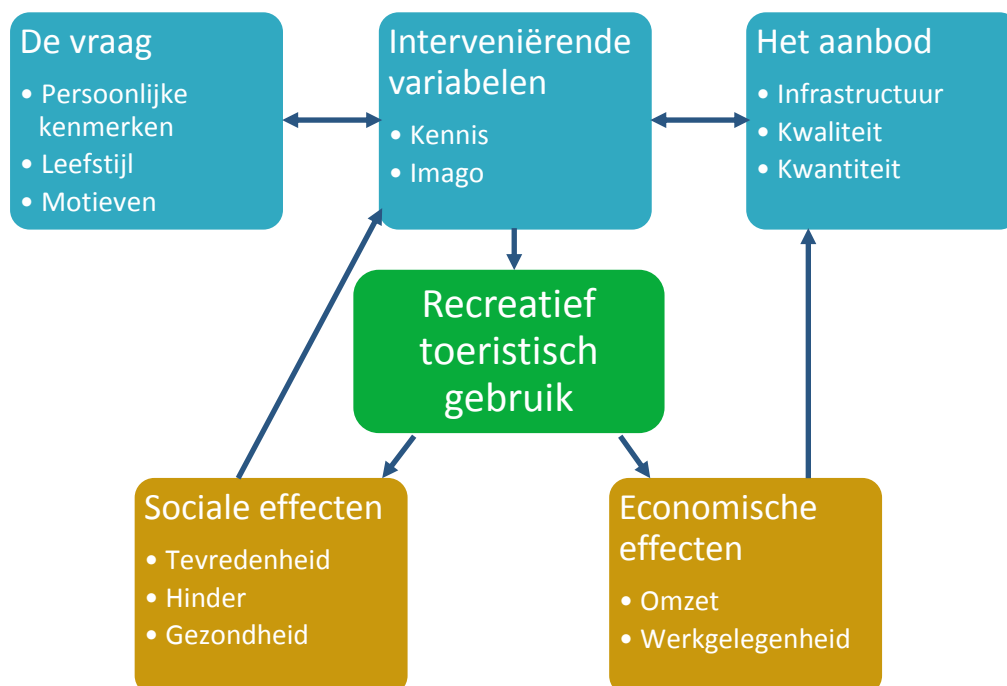
Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Toerisme Provincie Antwerpen vzw (TPA) is een provinciaal toeristisch samenwerkingsverband dat de ontwikkeling van het toerisme in de provincie Antwerpen stimuleert. Fietstoerisme is een speerpunt voor TPA. Marketing en productontwikkeling rond fietsen in de toeristische bestemmingsgebieden van de provincie Antwerpen zijn belangrijke onderwerpen voor TPA. Het fietsknooppuntennetwerk is één van de meest populaire producten en is inmiddels bij vele fietsers bekend. Daarom achtte TPA de tijd rijp om in 2012 een grootschalig fietsonderzoek op te zetten om de economische impact van het fietsknooppuntennetwerk en van het fietstoerisme in het algemeen te kunnen becijferen. Zowel in 2002 als in 2006 is een dergelijk onderzoek (Toerisme Provincie Antwerpen, 2007) ook uitgevoerd. Om de vergelijkbaarheid met de resultaten van 2002 en 2006 te kunnen behouden, is de aanpak van het onderzoek in 2012 zoveel mogelijk afgestemd op die van 2006.

1.2 Doelstelling en onderzoeksvragen

Het recreatief fietsgebruik is als centraal uitgangspunt in dit project opgenomen (zie onderstaand schema). Het is het resultaat van vraag naar en aanbod van recreatief toeristisch fietsen, waarbij interveniërende variabelen een rol spelen. Het fietsgebruik heeft vervolgens een economische impact in de regio en leidt tot een bepaald oordeel van de fietser dat zich uit in een zekere mate van tevredenheid.



Schema 1 Model recreatief toeristisch gebruik (Goossen et al, 2012)

In het theoretisch kader uit schema 1 wordt begonnen met de vraag van de fietser naar het fietsproduct zoals dat wordt aangeboden in de provincie Antwerpen. Het fietsgebruik is deels afhankelijk van de vraag naar fietsen. Deze vraag wordt bepaald door onder andere persoonlijke kenmerken van de fietser, hun voorkeuren en motieven om op de fiets te stappen. Het gaat als het ware om het profiel van de fietser.

De kwaliteit van het aanbod wordt niet alleen bepaald door de gebruikswaarde (de infrastructuur en de hoeveelheid aan fietsmogelijkheden), ook de belevingswaarde van de omgeving en het landschap spelen een belangrijke rol.

De fietser heeft bepaalde kennis over het aanbod aan fietsmogelijkheden, al dan niet gerelateerd aan een bepaald imago. Kennis en imago kunnen worden veranderd via een doelgerichte en soms langdurige promotie.

Het samenspel van deze drie factoren (vraag, aanbod en interveniërende factoren) levert al dan niet fietsgebruik op. Dit project gaat vooral over het fietsgebruik. In een ander project¹ van TPA wordt ingegaan op het niet-gebruik van de omgeving voor fietsen.

Het recreatief-toeristisch fietsgebruik levert vervolgens schema 1 bepaalde effecten op. Deze effecten zijn te verdelen in economische effecten en sociale effecten. Fietsgebruik heeft een economische impact op de omzet van het bedrijfsleven en op de werkgelegenheid. Dit kan weer gevolgen hebben op het al dan niet investeren in het aanbod in een regio.

Bij de sociale effecten wordt de gemaakte fietstocht geëvalueerd door de fietser en dit levert bepaalde effecten voor de persoon op. De effecten van fietsgebruik zijn voor de fietser bijvoorbeeld een hogere tevredenheid of een betere gezondheid doordat er meer wordt bewogen. Dit oordeel wordt door de fietser gebruikt om zijn kennis omtrent het fietsproduct bij te stellen. Dit kan weer gevolgen hebben voor het gebruik. De sociale effecten hoeven niet altijd positief te zijn. Onderlinge hinder van type fietsers of tussen diverse soorten gebruikers heeft ook zijn invloed op de ervaring en daarmee het kennisniveau van een fietser. Ook kan het fietsgebruik tot verstoring leiden van de natuur of tot een negatieve beleving bij sommige fietsers als het aanbod te veel wordt gebruikt en het in hun ogen te druk is.

Niet alle aspecten zijn in dit onderzoek onderzocht. Afhankelijk van de doelstelling van het onderzoek is een focus gelegd op bepaalde aspecten.

¹ Onderzoek door Indigov-Ivox (2012): bevraging Vlaamse bevolking m.b.t. gedrag, attitudes en interesses t.o.v. fietstoerisme en het gebruik van het fietsknooppuntennetwerk in de provincie Antwerpen.

Doelstelling van het onderzoek is inzicht te verkrijgen in het huidige fietstoerisme (fietsgebruik) en in verbeterpunten, stimuli en drempels voor ontwikkeling, teneinde actiepunten te kunnen formuleren voor marketing en productontwikkeling rond fietsen in de provincie Antwerpen.

Om inzicht te krijgen in het huidige fietsgebruik en in verbeterpunten, stimuli en drempels, zijn de volgende onderzoeksvragen geformuleerd:

1. Wie is de fietstoerist?
2. Wat is zijn fietsgedrag?
3. Wat is de omvang en economische impact van het fietstoerisme?
4. Hoe wordt het fietsknooppuntennetwerk geëvalueerd?
5. Hoe kan de ontwikkelingsdynamiek van het fietsen worden gestimuleerd?

1.3 Werkwijze

Om al de stappen in het model te onderzoeken zijn verschillende onderzoeksmethodieken en data gebruikt.

Via een face-to-face onderzoek op diverse locaties in de provincie Antwerpen zijn fietsers ondervraagd. Dit levert gegevens op over het profiel van de fietser naar persoonlijke kenmerken en motieven, maar ook naar het fietsgedrag en voor een deel ook over het oordeel van het fietsproduct. Via een secundaire analyse van bestaande data over fietstoerisme in Vlaanderen wordt ook informatie verkregen over het profiel van de fietser en zijn gedrag. Het fietsgebruik wordt vervolgens onderzocht via een analyse van de diverse telslangen die op diverse locaties in de provincie Antwerpen liggen. Al deze gegevens worden ook vergeleken met voorgaande onderzoeken naar het fietsen in deze provincie. Op basis van de gegevens over het fietsgebruik is via een input-output model speciaal voor de provincie Antwerpen de economische impact berekend, uitgedrukt in omzet en werkgelegenheid.



Figuur 1 Enquêtrices aan het werk

Via een bijeenkomst met een focusgroep is vervolgens nadere informatie verkregen over het oordeel over het fietsproduct. Uit deze bijeenkomst zijn verschillende stimuli en verbeterpunten naar voren gekomen.



Figuur 2 Beelden van de focusgroep

Via interviews met sleutelfiguren aan de aanbods zijde is achterhaald wat de belangrijkste stimuli, verbeterpunten en knelpunten zijn om het fietsproduct nog beter te maken. Hierbij is gewerkt met de kapitalen zoals uitgewerkt in de studie "Drempels en stimuli van het fietstoerisme als motor voor regionale ontwikkeling in Vlaanderen" (Derre & Moris, 2011). Daarbij is de nadruk gelegd op de relatie van het fietsen met het natuurlijk kapitaal zoals het landschap. Maar ook met het materieel kapitaal: gebouwd door de mens, zoals de infrastructuur, erfgoed, bebouwing; het symbolisch kapitaal zoals imago & identiteit, prestige, status, autoriteit en reputatie. Ook de relatie met het institutioneel kapitaal zoals organisatorische, wettelijke en maatschappelijke structuren is besproken in de interviews. Tevens is het financieel kapitaal: de economische waarde (wat kost het, wat levert het op?) aan de orde geweest evenals het menselijk kapitaal zoals kennis, vaardigheden en opleiding en sociaal kapitaal zoals vertrouwen, relaties en netwerken. Al deze informatie is vervolgens gebruikt in een werkatelier met stakeholders uit de provincie Antwerpen om te komen tot een gedragen visie over fietsen en een begin te maken met het ontwikkelen van diverse fietsproducten en het verbeteren c.q. oplossen van bestaande knelpunten.

1.4 Leeswijzer

Na dit inleidende hoofdstuk wordt begonnen met een bespreking van de vraag naar fietsen in de provincie Antwerpen. Gegevens over de fietser en zijn profiel vanuit de gebruiksenquête wordt besproken in hoofdstuk 2. Hoofdstuk 3 gaat in op het gebruik van het fietsproduct via het gedrag van de fietsers zoals dat uit de gebruikersenquête naar voren is gekomen. Tevens worden in dit hoofdstuk de uitkomsten gepresenteerd van de fietstellingen in de provincie. In hoofdstuk 4 wordt vervolgens de economische impact van het fietstoerisme berekend. In hoofdstuk 5 worden de sociale effecten van fietstoerisme besproken via een verslag en resultaten van de bijeenkomst van de focusgroep. Hoofdstuk 6 gaat in op de mogelijkheden om het aanbod te veranderen, aan te passen of te ontwikkelen. Het geeft de resultaten van de interviews met de sleutelfiguren. Ook worden de resultaten van het atelier gepresenteerd. Het rapport eindigt met conclusies en aanbevelingen in hoofdstuk 7.

Hoofdstuk 2 De vraag naar fietsen

2.1 Inleiding

De vraag naar fietsen begint met het uitwerken van het profiel van de fietser. Wie zijn zij? Om daar achter te komen worden persoonlijke kenmerken en recreatiemotieven in dit hoofdstuk besproken. Deze gegevens zijn het resultaat van twee onderzoeksmethoden. Een face-to-face onderzoek dat in de provincie Antwerpen is gehouden en een secundaire analyse van een Vlaams onderzoek naar dagtoerisme, waarin de fietsers in en naar de provincie Antwerpen zijn uitgelicht. Om eventuele verwarring over de twee onderzoeken te voorkomen, worden in dit hoofdstuk slechts enkele uitkomsten van de secundaire analyse gerapporteerd. In bijlage 1 staan meer resultaten.

2.2 De gebruikersenquête

In de maanden mei en juni 2012 hebben enquêteurs van Dimensus Nederlandstalige fietsrecreanten tijdens hun fietstocht in de provincie Antwerpen uitgenodigd deel te nemen aan een face-to-face bevraging. De vragenlijst is opgenomen in bijlage 2.

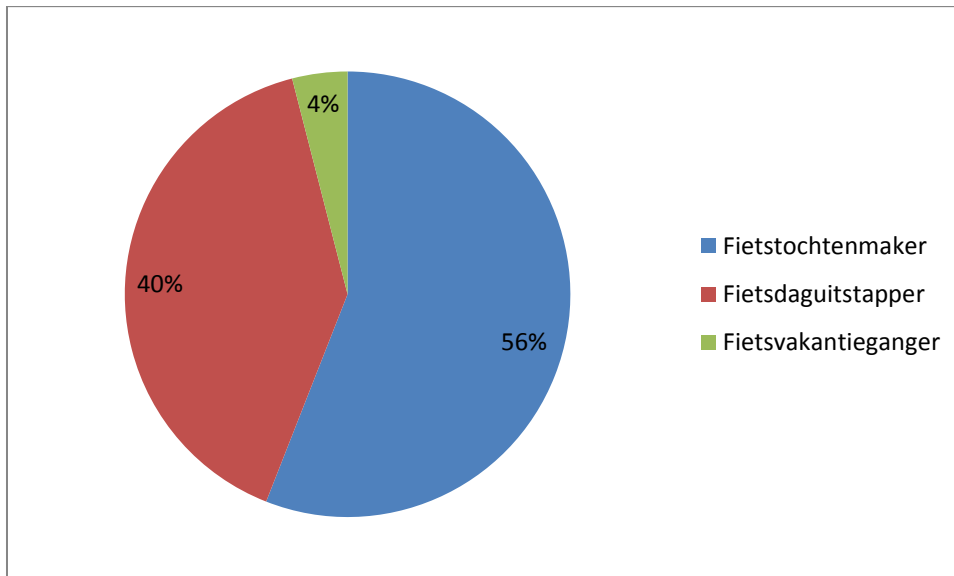
De werving van de respondenten gebeurde op (gestratificeerd) a-selecte wijze in de buurt van zes voorgedragen fietsknooppunten, tussen 10.00 en 17.00, zowel op weekdagen als tijdens het weekend. Een overzicht van de meetlocaties en de verdeling van het aantal enquêtes staat in bijlage 3. Er is alleen geënuquêteerd op dagen dat het niet regende en met een redelijke temperatuur. De maanden mei en juni kenmerkten zich echter door relatief koude en natte dagen. Toch zijn er nog 667 respondenten ondervraagd.

Conform de indeling uit 2006 zijn er drie typen fietsers onderscheiden:

- een fietstochtenmaker (FTM): "ik ben van de buurt en maak momenteel een fietstocht [= vertrekkende vanuit de woonplaats/ tijdelijke verblijfplaats of verplaatsing van minder dan 20 km van de woonplaats/tijdelijke verblijfplaats (enkele reis) met als hoofddoel fietsen]"
- een fietsdaguitstapper (FDU): "ik maak vandaag een fietsdaguitstap [= verplaatsing van meer dan 20 km van de woonplaats/tijdelijke verblijfplaats (enkele reis) en een minimum duur van 4 uren (incl. reistijd) met als hoofddoel 'fietsen']"
- een fietsvakantieganger (FVG): "ik ben op fietsvakantie [= min. één overnachting en vakantie met als hoofddoel 'fietsen']"

Functionele fietsers die enkel met functionele, niet-recreatieve redenen zijn gaan fietsen, zijn niet opgenomen in de steekproef.

Uit Figuur 3 blijkt dat het merendeel van de fietsers (56%) een fietstochtenmaker is. Ook een fietsdaguitstapper is met 40% goed vertegenwoordigd. Fietsvakantiegangers zijn met 4% weinig aanwezig. Wellicht heeft het relatief slechte weer en het feit dat niet in de zomermaanden juli en augustus kon worden geënquêteerd hieraan bijgedragen.



Figuur 3 Verdeling (%) type fietser

Het profiel van de fietsers in de provincie Antwerpen wordt beschreven aan de hand van gegevens over de leeftijd, de herkomst, het beroep van het gezinshoofd en de recreatiemotieven.

2.2.1 Leeftijd

In 2012 bedraagt de gemiddelde leeftijd van de respondenten 55 jaar. In 2006 was dat 56 jaar. De meeste respondenten behoren tot de leeftijdscategorie van 50 tot en met 64 jaar, maar dit aandeel is wel afgenomen ten opzichte van 2006. De meerderheid van de fietsers is ouder dan 50 jaar. De groep tussen de 25 en 49 jaar telt voor 28% mee, dat is 5% meer dan in 2006. Met name het aandeel jong volwassenen (25-39 jaar) is sterk toegenomen ten opzichte van 2006. Er lijkt zich een trend tot verjonging bij het fietsen af te tekenen. Het aandeel jongeren onder de 24 jaar is beperkt en ten opzichte van 2006 stabiel.

Tabel 1 Verdeling (%) naar leeftijd van de respondent in 2006 en 2012

Klasse	2006	2012
17 jaar of jonger	-	0,4
18 – 24 jaar	3,5	2,9
25 – 39 jaar	5,5	12,2
40 – 49 jaar	18,1	16,2
50 – 64 jaar	49,6	42,1
65 jaar en ouder	23,3	26,3
Totaal (N)	404	661

Wanneer we het totale fietsgezelschap bekijken, blijkt dat bij slechts 6% van de fietsers kinderen onder de 18 jaar mee zijn gaan fietsen. Fietsen is met andere woorden een activiteit die slechts weinig met kinderen ondernomen wordt. Vooral de fietsentochtenmakers fietsen samen met kinderen onder de 18 jaar. Bij de fietsvakantieganger komen zelfs helemaal geen kinderen onder de 18 jaar voor.

2.2.2 Herkomst

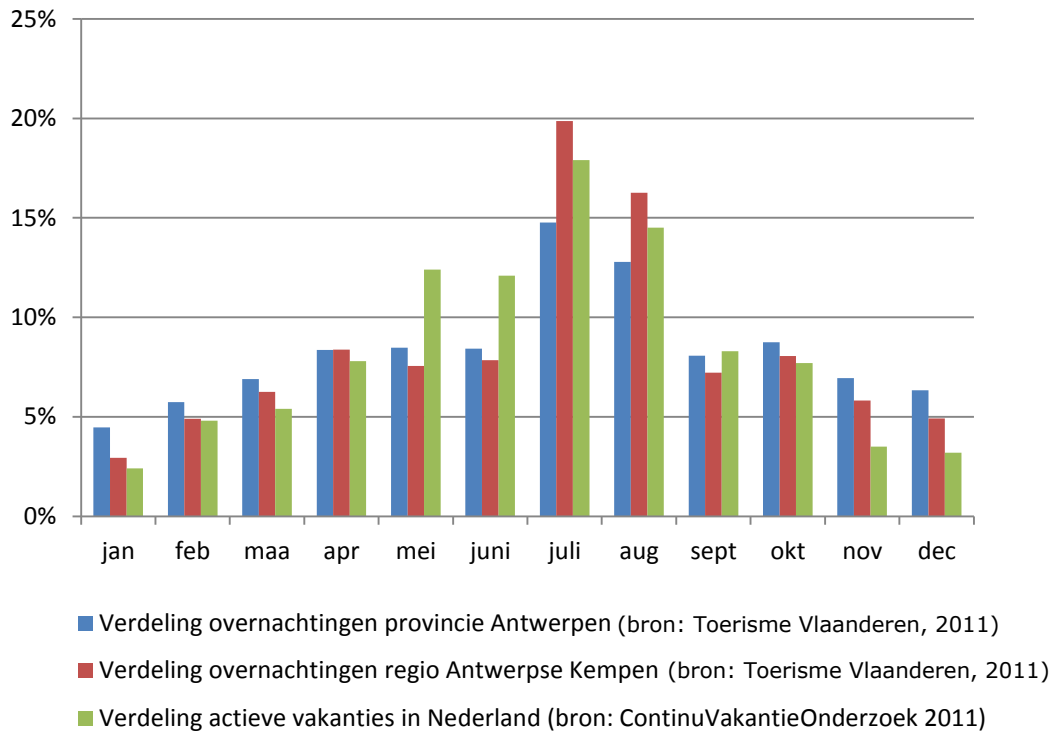
Verreweg de meeste ondervraagde fietsers zijn afkomstig uit de eigen provincie (84%). Opvallend is dat het aandeel fietsers van buiten de provincie ten opzichte van 5 jaar geleden aanzienlijk gedaald is. In 2006 had nog niet heel Vlaanderen en Nederland een fietsknooppuntennetwerk en was het netwerk in de provincie Antwerpen nog "exclusief", waardoor er veel fietsers deze provincie bezochten.

Tabel 2 Verdeling (%) herkomst van de fietsers per onderzoekjaar

Herkomst	2002	2006	2012
Antwerpen	77,9	52,9	84,1
Vlaams Brabant	5,6	6,3	4,8
Oost-Vlaanderen	4,2	19,0	6,4
West-Vlaanderen	1,8	3,0	0,4
Limburg	1,6	4,8	1,0
Nederland	8,6	14,0	2,5
Overig	0,2	0,0	0,6

In 2006 was het onderzoek bovendien meer gericht op fietsvakantiegangers, waardoor het aandeel fietsers van buiten de provincie hoger lag. Mogelijk heeft ook de onderzoeksperiode in 2012 invloed gehad op het aantal fietsvakantiegangers onder de respondenten zijn. In 2012 heeft het veldwerk plaatsgevonden in mei en juni, in 2006 vond het veldwerk plaats in juli, september en oktober. Uit figuur 4 blijkt dat de meeste overnachtingen in de provincie Antwerpen - en ook de regio Antwerpse Kempen - plaatsvinden in de maanden juli en augustus.

Uit het Nederlandse ContinuVakantie-Onderzoek is bovendien bekend dat actieve vakanties in eigen land, zoals fiets- en wandelvakanties, eveneens veel in juli en augustus worden ondernomen, maar ook in de maanden mei en juni. Mogelijk is het aantal fietsvakantiegangers daardoor nu onderschat.



Figuur 4 Verdeling van vakanties door het jaar heen

2.2.3 Beroep van het gezinshoofd

In de provincie Antwerpen is het gezinshoofd in bijna de helft van de gevallen (41%) gepensioneerd. Toch is dit minder dan in 2006. Dit heeft te maken met het feit dat in 2012 meer jong volwassenen onder de fietsers zitten dan in 2006. Ook het relatief hoge aandeel van "ander beroep" in 2012 duidt hierop. Het aandeel zelfstandigen, vrije beroepen en arbeiders zijn in deze periode ongeveer gelijk gebleven.

Tabel 3 Verdeling (%) beroep van het gezinshoofd in 2006 en 2012

Beroep	2006	2012
Zelfstandige, vrij beroep	6,3	7,0
Bediende, ambtenaar	27,0	18,1
Arbeider	10,8	11,5
Gepensioneerd	47,7	40,6
Anders, waarvan	8,3	22,9
- leidinggevend		6,6
- onderwijs		4,0
- werkloos		3,4
- huisvrouw/man		2,9
- studerend		2,5
- overig		3,5

2.2.4 Recreatiemotieven

Uit onderzoek (Goossen & de Boer, 2008) blijkt dat fietsers verschillende motieven hebben om te gaan fietsen en daardoor het gebied en de voorzieningen anders gebruiken en anders beleven. Concreet betekent dit dat deze verschillende recreantentypen verschillende wensen en behoeften hebben ten aanzien van de omgeving. Hierop kan met marketing en productontwikkeling worden ingespeeld door de motieven als uitgangspunt te nemen in plaats van de traditionele sociaal-demografische kenmerken. De motiefvraag die Alterra heeft ontworpen maakt dat fietsers in te delen zijn in verschillende recreantentypen. Er worden vijf recreatiemotieven onderscheiden, namelijk: *Gezelligheid*, *er Even tussen uit*, *Interesse*, *Volledige opgaan* in de natuur en *Uitdaging*. In de enquête in bijlage 2 staat een korte beschrijving van de recreatiemotieven. De indeling naar type fietser (fietsvakantieganger (FVG), fietsdaguitstapper (FDU) en fietstochtenmaker (FTM)) geeft enkele significante relaties met de recreatiemotieven. De motieven *Gezelligheid* en *Interesse* komen vaker voor bij de fietsvakantiegangers dan bij de andere type fietsers. Het motief *Uitdaging* komt vaker voor bij de fietsdaguitstappers.

Tabel 4 Verdeling (%) van de recreatiemotieven per type fietser

Motief	FVG	FDU	FTM	Totaal	Nederland
Uitdaging**	18,9	45,8	40,4	41,7	20,2
Gezelligheid*	40,4	23,5	23,7	24,3	45,2
Tussen uit	23,6	18,1	22,0	20,5	21,7
Interesse*	11,8	4,5	7,4	6,4	6,9
Volledig opgaan in natuur	5,4	7,5	6,3	6,7	6,0

* P < 0,05, ** p < 0,01

Zoals uit Tabel 4 blijkt gaan de meeste fietsers met het motief *Uitdaging* fietsen. In vergelijking met Nederlands onderzoek (Goossen et al, 2010) is dat twee keer zo veel, terwijl het motief *Gezelligheid* minder scoort dan in het Nederlands onderzoek. De reden van dit verschil kan zijn dat het Nederlands onderzoek een online onderzoek betreft en dit een on-site onderzoek. Resultaten van Nederlands on-site onderzoek geven ook een verhoogd percentage van het motief *Uitdaging*. Wellicht komt dit doordat deze fietsers min of meer een trainingsprogramma volgen. Ze hebben een routine om vaker per week te fietsen². De kans dat ze dan worden ondervraagd is dan ook groter. Ze hebben significant vaker een racefiets of mountainbike en veel minder een gewone sport/stadsfiets en logischerwijs een elektrische fiets (zie bijlage 4 voor statistische resultaten). Ze blijken ook vaker van het mannelijke geslacht te zijn. Fietskaarten hebben ze minder in bezit.

Fietsers met het motief *Gezelligheid* zijn bijna het tegenovergestelde. Zij gaan juist vaker met een gewone sport/stadsfiets en minder met een racefiets fietsen. Ook zijn ze vaker van het vrouwelijk geslacht en bezitten ze vaker een fietskaart.

De gewone sport/stadsfiets wordt ook vaker gebruikt door fietsers met het motief *Even tussen uit*. Maar ook zien we bij deze fietsers vaker een elektrische fiets. Het opleidingsniveau bij fietsers met dit motief is vaker wat lager. Dit in tegenstelling tot fietsers met het motief *Interesse* die een wat hoger opleidingsniveau hebben. Fietsers met het motief *Volledig opgaan* in de natuur zijn vaak wat ouder.

De fietsers gaan gemiddeld met twee motieven op pad. Het blijkt dat fietsers met het motief *Uitdaging* significant vaker met maar één motief gaan fietsen. Fietsers met de motieven *Even tussen uit* en *Interesse* hebben significant meer motieven.

2.3 Secundaire analyse

Bureau IDEA Consult heeft in samenwerking met iVOX via een online panel tussen 1 juli 2010 en 30 juni 2011 respondenten gevraagd om hun dagtoeristische uitstappen te rapporteren. Circa 2.300 respondenten hebben dit gedaan. Dagtoerisme wordt gedefinieerd als alle daguitstappen die op meer dan 20 km van huis plaatsvinden (behalve bij toertochten te voet, per fiets, per paard) én waarvoor men minimaal 4 uur van huis is (inclusief de reistijd), zonder dat daarbij een overnachting plaatsvindt.

Niet inbegrepen zijn:

- bezoek uitsluitend aan familie, vrienden en kennissen
- dagtochten vanuit een vakantieadres of tweede verblijf
- uitstappen met een routinematig karakter.

² In de paragraaf 3.2.6 recreatiemotieven en gedrag wordt beschreven dat fietsers met het motief *Uitdaging* vaker per jaar gaan fietsen.

Deze definitie van de dagtoeristische uitstappen komt overeen met de definitie van de fietsdaguitstapper uit de gebruikersenquête. Om verwarring met de resultaten uit de gebruikersenquête te voorkomen, worden de meeste resultaten uit de secundaire analyse besproken in bijlage 1. In dit hoofdstuk wordt alleen aandacht besteed aan de herkomst en bestemming van fietsdaguitstappen, zoals gemeten in het onderzoek Dagtoerisme van IDEA Consult. Volgens dit onderzoek zijn er in en vanuit de provincie Antwerpen 211 fietsdaguitstappen gemaakt: 43% betreft fietsdaguitstappen buiten de provincie gemaakt door inwoners van de provincie Antwerpen. Vlaams-Brabant en Nederland zijn hierbij de meest populaire bestemmingen. 41% van deze fietsdaguitstappen wordt door de eigen inwoners binnen de provincie Antwerpen gemaakt. Ten slotte is 16% van de fietsdaguitstappen toe te schrijven aan fietsers die niet in de provincie wonen, maar de provincie Antwerpen wel als bestemming hebben (zie Figuur 5). De meeste fietsdaguitstappers die in de provincie Antwerpen gaan fietsen komen van Limburg, Vlaams Brabant en Oost-Vlaanderen.



Figuur 5: Fietstochten in, naar en uit de provincie Antwerpen

Dit betekent dat de provincie Antwerpen te kampen heeft met een vertrekoverschot, wanneer alleen naar de Belgen wordt gekeken en alleen naar de gehanteerde definitie van fietsdaguitstappen. Er worden meer fietstochten gemaakt die de provincie verlaten dan er in komen. Hoeveel Nederlanders en andere buitenlanders in de provincie Antwerpen gaan fietsen is via dit onderzoek echter niet te achterhalen. Wellicht heeft dit invloed op het vertrekoverschot. Het beeld is wellicht ook anders wanneer alle typen fietstochten worden meegenomen.

Meer kenmerken van het fietsgedrag van fietsdaguitstappers staan in bijlage 2.

Hoofdstuk 3 Het fietsgedrag

3.1 Inleiding

Om zicht te krijgen op het daadwerkelijke fietsgedrag, zijn drie onderzoeksmethoden toegepast. Allereerst is via de gebruikersenquête gevraagd waar en wat voor route en met wie men gefietst heeft en hoe lang. Tevens is naar bestedingen gevraagd. Ten slotte is via telslangen in het veld berekend hoeveel fietsers daadwerkelijk hebben gefietst.

3.2 De gebruikersenquête

De vragen in de gebruikersenquête van 2012 zijn dezelfde als in 2006 zodat een vergelijking mogelijk is.

3.2.1 Samenstelling van het fietsgezelschap

Bijna de helft van de fietsers in de provincie Antwerpen fietst alleen (Tabel 5). Dit aandeel is groter dan in 2006. Daarnaast maken veel fietsers met hun partner een fietstocht, nl. 27%. Dit aandeel is ten opzichte van 2006 sterk gedaald. Ook met vrienden wordt veel gefietst (16%) en in 2012 meer dan in 2006. Het aandeel geënquêteerde fietsers in verenigingsverband maakt slechts circa 1% van de respondenten uit. Dit aandeel zal echter eerder een onderschatting zijn, aangezien een groep fietsers moeilijker staande is te houden voor ondervraging. De gemiddelde groepsgrootte in 2012 van een doorsnee fietsgezelschap in de provincie Antwerpen bedraagt 1,95 personen. Dat is ten opzichte van 2006 kleiner geworden door het grote aantal fietsers die alleen hebben gefietst.

Tabel 5 Verdeling (%) fietsgezelschap in 2006 en 2012

Fietsgezelschap	2006	2012
Alleen	34,8	49,7
Partner	45,9	26,9
Gezin	2,0	3,3
Familie	6,4	4,9
Vrienden	13,0	15,9
Groep	0,8	1,2
Anders	0,0	0,7

Maar zoals uit Tabel 6 blijkt, is er wel een verschil tussen de typen fietsers. Een fietstochtenmaker blijkt significant vaker alleen te fietsen ($p < 0,01$), terwijl een fietsvakantieganger significant vaker met de partner of ander gezelschap fietst ($p < 0,05$). Een fietsdaguitstapper fietst relatief vaker met een groep ($p < 0,05$).

Tabel 6 Verdeling (%) fietsgezelschap per type fietser

Fietsgezelschap	FTM	FDU	FVG
Alleen	51,8	46,3	17,9
Partner	25,6	28,7	46,4
Gezin	4,3	2,6	0,0
Familie	6,2	3,7	3,6
Vrienden	15,4	16,4	32,1
Groep	0,3	2,6	0,0
Anders	0,0	1,1	3,6

De meeste fietsers gaan met een gewone sport/stadsfiets fietsen (Tabel 7). Toch gaat een aanzienlijk deel (32%) met een racefiets. Ook een mountainbike wordt regelmatig gebruikt. De elektrische fiets begint ook aanwezig te zijn. De verwachting is dat dit aandeel de komende jaren zal groeien.

Tabel 7 Verdeling (%) type fiets

Type fiets	%
Gewone sportfiets/stadsfiets	53,7
Racefiets	32,4
Mountainbike	6,4
Elektrische fiets	4,5
Ligfiets	1,0
Tandem	0,6
Gehuurd fiets	0,1
Overig	1,5

3.2.2 Fietsfrequentie

Er is bij de fietsfrequentie een onderscheid tussen fietsvakanties, fietsdaguitstappen en fietstochten.

Tabel 8 Gemiddelde fietsfrequentie algemeen (afgelopen 12 maanden) in 2006 en 2012

Type tocht	2006	2012
Fietsvakantie	0,1	0,6
Fietsdaguitstap	13,6	23,6
Fietstocht	67,1	49,7

Uit Tabel 8 blijkt dat er de afgelopen jaar gemiddeld meer fietsvakanties en fietsdaguitstappen zijn gemaakt dan in 2006. Daarentegen zijn er gemiddeld minder fietstochten gemaakt.

Tabel 9 Gemiddelde fietsfrequentie in provincie Antwerpen (afgelopen 12 maanden) in 2006 en 2012.

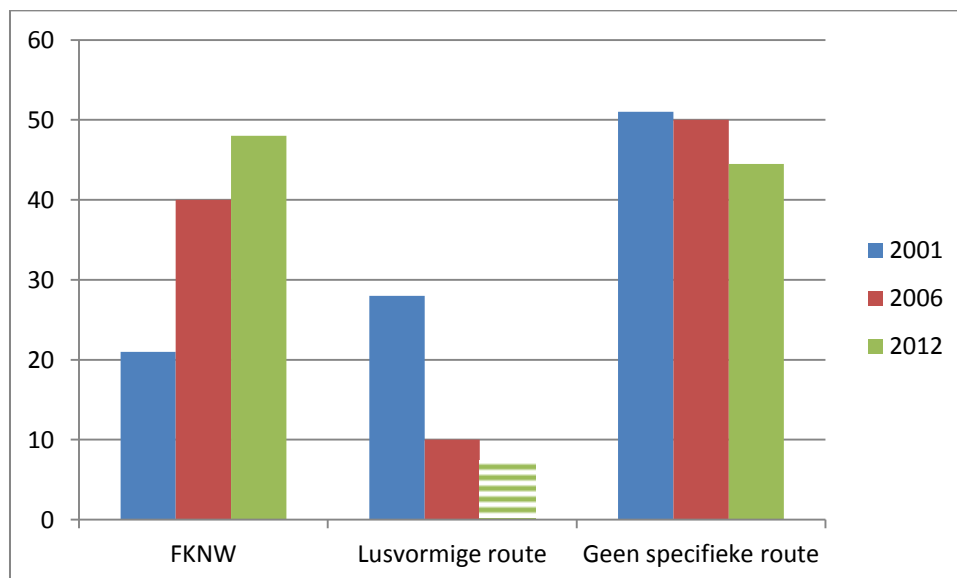
Type tocht	2006	2012
Fietsvakantie	0,1	0,1
Fietsdaguitstap	9,9	16,0
Fietstocht	58,5	38,4

Gemiddeld maakte men de afgelopen 12 maanden in de provincie Antwerpen 0,1 fietsvakanties, 16 fietsdaguitstappen en 38,4 fietstochten. In 2012 (Tabel 9) zijn beduidend meer fietsdaguitstappen in de provincie Antwerpen gemaakt dan in 2006. Wellicht komt dit omdat veel fietsers in de provincie wonen. Daarentegen zijn er gemiddeld minder fietstochten in de provincie gemaakt ten opzichte van 2006.

3.2.3 Gevolgde fietsroute

Aan de fietsers is gevraagd welke fietsroute zij op dat moment (hoofdzakelijk) aan het volgen waren. Op elke meetlocatie in de provincie Antwerpen passeerden zowel het fietsknooppuntennetwerk als een lusvormige thematische route. Uit de antwoorden blijkt dat ongeveer 48% van de mensen het fietsknooppuntennetwerk volgt, 7% een lusvormige thematische route en 45% van de mensen geen specifieke route. Van de 7% lusvormige routes betreft 3% een thematische route geënt op het fietsknooppuntennetwerk en 4% een thematische route met aparte bewegwijzering. Wanneer we deze resultaten vergelijken met het onderzoek van 2006, zien we dat het fietsknooppuntennetwerk wederom aan populariteit en bekendheid heeft gewonnen en dit ten koste van de thematische routes en het aantal mensen dat geen specifieke route volgt.

Figuur 6 Gevolgde fietsroute (%) van de fietsers in de provincie Antwerpen



Bijna 23% van de fietsers heeft een fietskaart bij zich. Daarvan hebben de meeste fietsers een papieren kaart (93%) en 7% heeft een digitale kaart. De fietsers met een papieren kaart hebben deze kaart(en) gemiddeld 4 jaar. De fietsers met een digitale kaart hebben deze kaarten iets korter, gemiddeld 3 jaar.

De gemiddelde afstand van de fietstocht die men aan het maken is, bedraagt 44,6 km. Volgens het onderzoek van 2001 en 2006 bedroeg de gemiddelde afstand die per fietstocht werd afgelegd toen 42 km. De afstand is met andere woorden dus iets toegenomen in 2012.

Tabel 10 Gemiddelde afstand per type fietser

Type fietser	Afstand (km)
Fietstochtenmaker	34,8
Fietsdaguitstapper	57,3
Fietsvakantieganger	55,0
Gemiddeld (gewogen)	44,6

Uit Tabel 10 blijkt dat de fietstochtenmaker gemiddeld het minst aantal km fietst en een fietsdaguitstapper het meest. Ook fietsvakantiegangers hebben een vrij lange gemiddelde afstand. In 2006 was het beeld hetzelfde.

Tabel 11 Ondernomen activiteiten (%) per type fietser

Activiteit	FTM	FDU	FVG	Totaal
Bezoek aan stad/dorp	2,4	1,9	21,4	3,0
Bezoek aan museum	0,5	1,1	17,9	1,5
Bezoek aan attractie	0,3	2,2	3,6	1,2
Bezoek aan tentoonstelling	0,3	0,0	0,0	0,1
Bezoek aan evenement	0,8	0,7	0,0	0,7
Winkelen	5,1	1,9	3,6	3,7
Wandeltocht	0,3	1,1	0,0	0,6
Boottocht	0,5	0,4	0,0	0,4
Horecabezoek	32,9	51,1	78,6	42,1
Bezoek aan natuurgebied	0,5	0,4	3,6	0,6
Bezoek aan agrarisch bedrijf	0,0	0,0	0,0	0,0

Uit Tabel 11 blijkt dat horecabezoek bij alle type fietsers het meest populair is. Fietsvakantiegangers maken significant ($p < 0,01$) meer gebruik van de horeca dan de andere twee typen. Fietstochtenmakers bezoeken relatief het minst de horeca. Fietsvakantiegangers bezoeken significant ($p < 0,01$) vaker steden, dorpen en musea (met name het MAS) dan fietstochtenmakers en fietsdaguitstappers. Winkelen wordt meer gedaan bij fietstochtenmakers dan bij de andere twee typen. Fietsdaguitstapper bezoeken weer significant ($p < 0,01$) meer attracties. Er is door geen enkel type fietser een bezoek gebracht aan een agrarisch bedrijf.

3.2.4 Fietsvakanties

Vooraf moet opgemerkt worden dat het aandeel fietsvakantiegangers in 2012 klein is, waarschijnlijk mede doordat het onderzoek plaatsvond in de maanden mei en juni.

De fietsvakantiegangers in de provincie Antwerpen verblijven gemiddeld 2 nachten in de regio. Dat is een stuk minder dan in 2006 toen het gemiddeld 6,4 nachten was. Een hotel wordt het meest gebruikt als overnachting (58%), gevolgd door een gastenkamer (B&B) en de camping (beide 26%). Zoals Tabel 12 laat zien verblijven de meeste fietsvakantiegangers in een kamer met ontbijt (in een hotel als gastenkamer).

Tabel 12 Verdeling (%) type verblijfsaccommodatie

Type accommodatie	Logies	Logies en ontbijt	Half pension	Totaal (N)
Hoeve- en plattelandsverblijf	-	-	-	-
Hotel	-	81,8	18,2	11
Gastenkamer (B&B)	25,0	75,0	-	4
Huurvakantiewoning	-	-	-	-
Camping	100,0	-	-	4
Vakantiepark/bungalowpark	-	-	-	-
groeps/budget verblijf	-	-	-	-
trekkershutten	-	-	-	-

Het gemiddelde aantal overnachtingen is voor elk type verblijfsaccommodatie twee nachten. Zoals Tabel 13 laat zien, verblijven de fietstoeristen niet in al te dure hotels (€ 59 per persoon per nacht voor kamer met ontbijt).

Tabel 13 Gemiddelde kosten overnachtingen per persoon per nacht per type verblijfsaccommodatie

Type accommodatie	Logies	Logies en ontbijt	Half pension	Totaal (N)
Hotel	-	€ 59,-	€ 83,50	11
Gastenkamer (B&B)	€ 37,50*	€ 26,-	-	4
Camping	€ 6,-	-	-	4

*onbetrouwbaar, want gebaseerd op 1 respondent die gedurende de vakantie ook in andere accommodaties heeft overnacht.

3.2.5 Bestedingen

De bestedingen van de recreatieve fietsers worden gedefinieerd als het geheel van de bestedingen voor de aankoop of het verbruik van consumptiegoederen (d.w.z. exclusief aankoop fiets en toebehoren³) en de verblijfskosten. Voor de goede interpretatie van deze bedragen dienen hierbij echter enkele opmerkingen gemaakt te worden:

- De vermelde bedragen zijn de uitgaven per persoon. Indien de uitgaven een groep fietsers beslaan (bv. aankoop fietskaart) worden deze uitgaven gedeeld door het aantal personen waarop ze betrekking hebben.
- Het betreft de kosten die men al gedaan heeft op de dag van de enquête zelf en de kosten die men nog denkt te maken.
- Het betreft enkel uitgaven gedaan in de provincie Antwerpen. De gemiddelden betreffen alle respondenten, los van het feit of ze voor bepaalde rubrieken uitgaven hebben of niet.

Tabel 14 Gemiddelde bestedingen per persoon per type fietser

Type	2006 ⁴	2012
Fietsvakantieganger (per nacht)	€ 97,27	€ 76,75
Fietsdaguitstapper	€ 13,66	€ 8,55
Fietstochtenmaker	€ 8,57	€ 7,14
Gemiddelde van alle fietsers	€ 10,19	€ 8,54

Uit Tabel 14 blijkt dat alle typen fietsers in 2012 in de provincie Antwerpen gemiddeld aanzienlijk minder besteed hebben dan in 2006.

Tabel 15 Verdeling (%) van de besteding per kostensoort

Uitgaven (gedaan+voorzien)	Percentage
Eten	43,82
Drinken	42,40
Fietskaart(en), themaroutekaart(en)	2,61
Entree(kaartjes), toegangsgelden	1,31
Vervoerskosten in deze provincie	0,71
Souvenirs	0,48
Huur van een fiets	0,24
Parkeren	0,24
Andere kosten	8,19

³ De huur van een fiets specifiek voor deze fietstocht wordt wel mee in rekening gebracht bij de consumptiegoederen

⁴ De bestedingen in 2006 zijn geïndexeerd naar het prijsniveau in 2012, in België bedroeg de inflatie 15,8% voor de periode van juni 2006 tot juni 2012 (bron: FOD)

Tabel 15 geeft aan dat bijna het volledige gemiddelde budget aan eten en drinken gespendeerd wordt (86,2%). Dat is evenwel toch minder dan in 2006, toen maar liefst bijna 97% aan eten en drinken werd uitgegeven. Het verschil is voornamelijk te verklaren doordat de kostenpost "andere kosten" (zoals boodschappen, winkelen, boottocht, kleding) in 2012 een hoger percentage heeft dan in 2006. Uitgaven zoals entreegelden, fietsuur, et cetera zijn beperkt.

Gemiddeld genomen wordt in 2012 per persoon € 3,80 uitgegeven aan eten en € 3,60 aan drinken. Wanneer we de horecabestedingen in de tijd vergelijken dan is er een daling van 26% van € 9,96 in 2006(gecorrigeerd voor inflatie) naar € 7,40.

Kijkend naar type fietsers, geven de fietsvakantiegangers meer uit aan eten en drinken dan de fietstochtenmakers of de fietsdaguitstappers, hetgeen logisch is gezien deze laatste 2 groepen achteraf weer naar huis gaan en daar gaan eten. Uit Tabel 16 blijkt dat alle typen fietsers in 2012 meer geld uitgeven aan drinken dan in 2006, zelfs na correctie voor inflatie.

Tabel 16 Gemiddelde besteding per persoon aan eten en drinken per type fietser

Type fietser	2006 ⁵		2012	
	Eten	Drinken	Eten	Drinken
Fietsvakantieganger	€ 12,39	€ 3,71	€ 10,40	€ 12,20
Fietsdaguitstapper	€ 8,11	€ 3,01	€ 4,00	€ 4,00
Fietstochtenmaker	€ 3,71	€ 2,43	€ 3,10	€ 2,70
Gemiddeld voor alle typen fietsers	€ 6,48	€ 3,47	€ 3,80	€ 3,60
	€ 9,96		€ 7,40	

⁵ De bestedingen in 2006 zijn geïndexeerd naar het prijsniveau in 2012, in België bedroeg de inflatie 15,8% voor de periode van juni 2006 tot juni 2012 (bron: FOV)

3.2.6 Recreatiemotieven en gedrag

Het motief *Uitdaging* speelt een belangrijke rol bij de gemaakte tochten. Dit betekent dat fietsers met dit motief een "gevecht" aangaan met hun conditie en/of fysieke elementen. Dit uit zich door bijvoorbeeld langere fietstochten te maken. Dit blijkt ook uit de gegevens in bijlage 4. Fietsers met dit motief maken significant langere afstanden dan andere fietsers. Belangrijk hierbij is dat ze goed onderhouden wegen en paden vragen om snelheid te maken c.q. houden. Door de focus op snelheid, blijken ze ook significant minder te besteden aan eten en drinken tijdens hun tocht. Ook zoeken ze vaker hun eigen weg getuige het feit dat ze minder fietskaarten kopen en ook de knooppunten minder volgen. De *Uitdaging* met zichzelf komt tot uitdrukking door het feit dat ze vaker alleen fietsen. Hoopvol is dat ze vaker de regio Antwerpen kiezen om fietsdaguitstappen te maken.

Fietsers met het motief *Gezelligheid* zien we vaker terug in de horeca. Ze besteden significant vaker budget aan eten en drinken en fietskaartverkoop. Ook volgen ze vaker een route via een fietsknooppuntensysteem. Dit geeft hen het gemak en de zekerheid om niet te verdwalen. In lijn met de verwachtingen gaan ze vaker met partner, familie en vrienden op stap en nauwelijks alleen. Ze combineren de fietstocht ook vaak met het maken van een wandeling. Met dit motief worden ook fietsvakanties in de regio gehouden. Maar fietsers met dit motief maken minder vaak fietsdaguitstappen of fietstochten (zowel algemeen als in de regio Antwerpen).

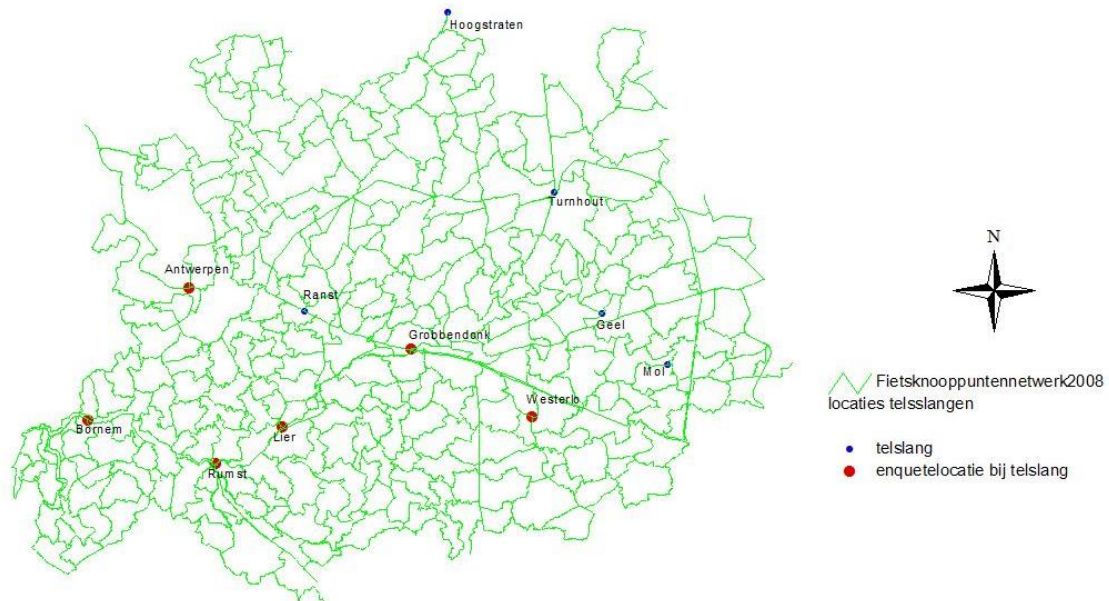
Fietsers met het motief er *Even tussen uit* gaan inderdaad niet zo lang fietsen. Ze gaan even fietsen; hoe meer met dit motief wordt gefietst, hoe korter de afstand. Het blijft ook vaak bij fietsen; ze besteden minder aan eten en drinken en (uiteraard) overnachtingen. Hoe meer met dit motief, hoe minder men met vrienden gaat fietsen. Je zou verwachten dat er een (positieve) relatie is met partner, maar dit kon niet worden vastgesteld. Ze gaan wel vaker winkelen en een boottochtje maken.

Zoals verwacht gaan fietsers die meer met het motief *Interesse* fietsen vaker naar een museum of attractie of doen ze aan stadsbezichtiging. Ze kopen ook vaker een fietskaart. Volledige fietsdaguitstappen doen ze minder (zowel algemeen als in de regio). Dat duurt waarschijnlijk te lang, maar ze maken wel vaker fietstochten (zowel algemeen als in de regio).

Opvallend is dat er geen significante relaties zijn gevonden tussen het motief *Volledig opgaan* en kenmerken van het fietsgedrag zoals afstand, gezelschap, bestedingen etc.

3.3 Daadwerkelijk fietsgebruik

Om het daadwerkelijke fietsgebruik te kunnen meten, heeft TPA op 11 locaties in de provincie Antwerpen telslangen over het fietspad geplaatst om het jaar rond fietstellingen uit te voeren. De telslangen liggen verspreid in de provincie zoals op Figuur 7 staat aangegeven. Bij de keuze van de locaties werd gestreefd naar een optimale geografische spreiding over de provincie. Alleen in het noordwestelijke deel van de provincie ontbreken nog telslanglocaties.



Figuur 7 Locaties telslangen en enquête locaties

Op deze wijze kan het totaal aantal fietstochten dat per jaar wordt ondernomen in de provincie Antwerpen door individuele fietsers of door fietsers in verenigingsverband achterhaald worden. Het gaat dus om het aantal fietstochten en niet om het aantal fietsers. Indien een persoon meerdere keren per jaar gaat fietsen wordt dus niet de persoon, maar het aantal fietstochten in rekening gebracht.

3.3.1 Fietstelslangen

Het gemiddeld aantal fietsers per dag varieert van 200 in Ranst tot 1.071 in Rumst in 2012. Gemiddeld passeren per dag 446 fietsers een tellocatie in 2012. Dit komt neer op 162.790 fietstochten per meetlocatie per jaar.

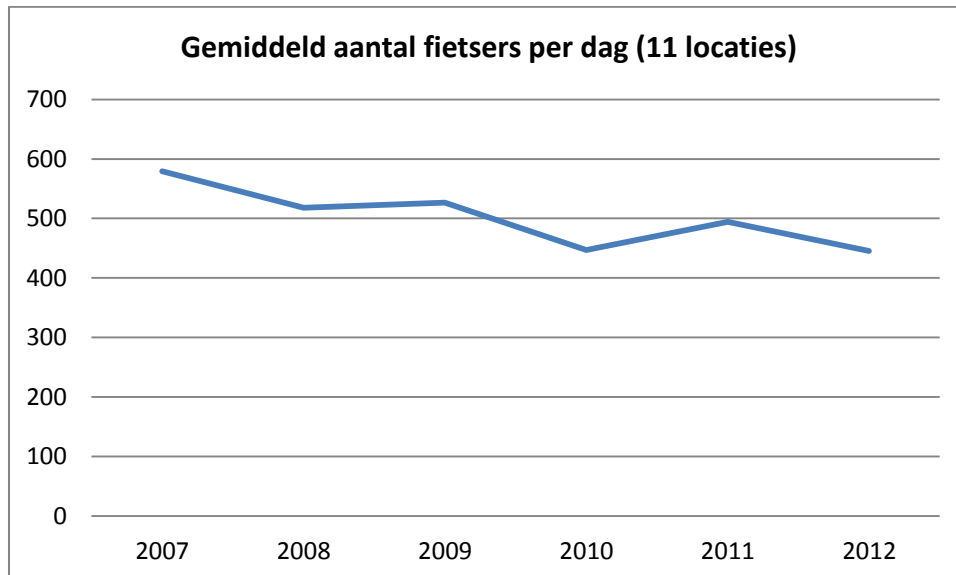
Tabel 17 Gemiddeld aantal fietsers per dag per locaties in 2012

Locatie	Gemiddeld per dag
Westerlo	629
Rumst	1071
Lier	551
Turnhout	Geen tellingen in 2012
Grobbendonk	413
Retie	251
Bornem	344
Ranst	200
Geel	341
Antwerpen	432
Hoogstraten	223
Gemiddeld	446



Figuur 8 Telslang bij knooppunt Bornem

Wanneer het gemiddeld aantal van 2012 vergeleken wordt met de voorgaande jaren, dan blijkt de neergaande lijn gestopt te zijn. Na de opleving van vorig jaar is dit jaar vergelijkbaar met het jaar 2010 (Figuur 9). Ten opzichte van 2011 laat 2012 wel een daling zien van 9,7%. Het regenachtige weer en de lage temperaturen in 2012 zullen hiervoor waarschijnlijk verantwoordelijk zijn.



Figuur 9 Gemiddeld aantal fietsers per dag per jaar (op 11 tellocaties)

De afname volgt een internationale trend. Ook in Nederland worden er in deze periode minder vrijetijdsactiviteiten ondernomen. De concurrentie met andere vrijetijdsactiviteiten, waaronder activiteiten binnenshuis zoals het gebruik van de computer, is groot en er valt veel te kiezen als recreant. Nederlands onderzoek (NBTC-NIPO Research, 2006, 2008, 2010) laat zien dat de afname niet zozeer in het deelnamepercentage aan fietsen ligt, maar meer in de frequentie. Fietsers gaan minder vaak fietsen, van gemiddeld 40 keer per jaar in 2006 naar gemiddeld 36 keer per jaar in 2010 (Goossen et al, 2012).

Samengevat lijkt de daling van het aantal fietsers en bestedingen te komen door:

- Regenachtig weer
- Lage temperatuur
- Internationale trend van minder recreatieactiviteiten die ondernomen worden
- Concurrentie van ander vrijetijdsaanbod is groot
- Minder vaak fietsen

3.3.2 Extrapolatie van de meetgegevens naar de ganse provincie

Het fietsknooppuntennetwerk is gelijkmatig gespreid over de ganse provincie Antwerpen (zie Figuur 7). Via de meetlocaties bieden de telresultaten na extrapolatie een nagenoeg representatief beeld van het aantal fietstochten in de provincie Antwerpen.

Tabel 18 Extrapolatie van de meetgegevens naar de ganse provincie Antwerpen

Jaar	fietstochten per jaar per meetlocatie	aantal fietstochten per jaar op gans het FKNW	aantal recreatieve fietstochten per jaar op gans het FKNW	aantal recreatieve fietstochten per jaar van fietsers die bewust het FKNW volgen
2006	215.350	12.634.549	9.096.875	3.584.169
2012	162.790	9.292.900	6.830.282	3.244.384

Via GIS-analyse is de totale lengte van het fietsknooppuntennetwerk binnen de grenzen van de provincie Antwerpen vastgesteld op 2.546 km (inclusief aanlooproutes). Hiermee kunnen we de gegevens van de tellers extrapoleren naar de ganse provincie Antwerpen. We moeten er echter rekening mee houden dat we op deze manier een aantal fietsers dubbel zullen tellen. Dit kunnen we corrigeren aan de hand van de gemiddelde lengte (zie Tabel 10) van een fietstocht (44,6 km). Op deze manier komen we tot een totaal aantal fietstochten van ruim 9 miljoen per jaar op gans het fietsknooppuntennetwerk.

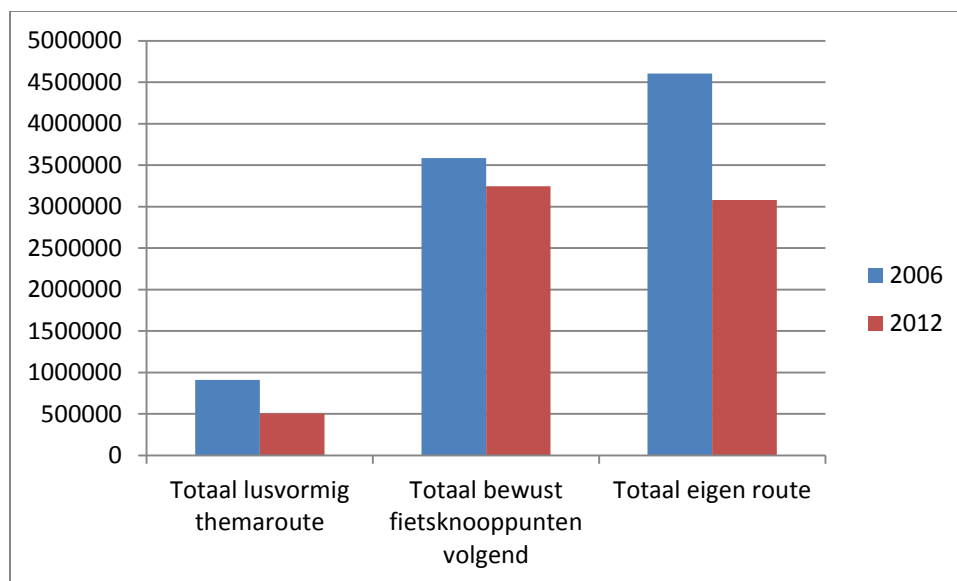
Op basis van de aannames uit het rapport van 2007 passen we een correctiefactor (x 80%) toe om functionele fietsers uit de resultaten te zuiveren. Op deze manier komen we tot een totaal van circa 7,5 miljoen recreatieve fietstochten per jaar. Dit is echter een bovengrens gebaseerd op de aanname dat 20% van de fietsers tussen 18u 's avonds en 8u 's morgens passeert.

Ook overdag zullen functionele fietsers van het netwerk gebruik maken. Uit een grootschalig onderzoek naar het verplaatsingsgedrag uit 2010 in Vlaanderen (Instituut voor Mobiliteit, 2011) blijkt dat 53% van de gemiddeld aantal afgelegde fietskilometers per persoon per dag toe te schrijven is aan woon-werk of woon-schoolverkeer. Verwacht mag echter worden dat op het fietsknooppuntennetwerk dit percentage veel lager ligt. In het rapport uit 2007 wordt uitgegaan van 36% functioneel. De schatting van de enquêtrices van de gebruikersenquête was dat circa 10% van de gepasseerde fietsers als functioneel kon worden betiteld. Uitgaande van het gemiddelde van deze drie gegevens kan 33% worden toegeschreven aan functioneel overdag.

Wanneer we deze correctiefactor toepassen om de functionele fietsers uit de resultaten te zuiveren, komen we tot een totaal van 6 miljoen recreatieve fietstochten per jaar. Dit resultaat beschouwen we echter als een minimumscenario.

De waarheid zal met andere woorden ergens in het midden liggen tussen minimum- en maximumscenario, waarbij dient rekening gehouden te worden met een relatief hoge foutenmarge. Op basis van deze redenering komen we tot een totaal van ca. 6,8 miljoen recreatieve fietstochten. Dit is 2,3 miljoen minder dan in 2006, ofwel een afname van 25%.

Rekening houdend met de resultaten van de enquête, weten we echter dat niet alle recreatieve fietsers op het fietsknooppuntennetwerk ook effectief de knooppunten volgen. Dikwijls volgen ze geen specifieke route. 47,5% (zie Figuur 6) van de fietsers volgt wel bewust de knooppunten. Dit komt neer op 3,2 miljoen fietstochten per jaar van mensen die bewust het knooppuntennetwerk volgen. Daarnaast vinden nog ca. 505.000 fietstochten plaats langs thematische lusvormige routes (al dan niet op basis van het fietsknooppuntennetwerk) en 3,1 miljoen fietstochten met een eigen traject.



Figuur 10 Ontwikkeling aantal tochten bewust fietsknooppunten volgend en lusvormige themaroutes en eigen traject

Uit figuur 10 blijkt dat het aantal fietstochten per jaar waarbij bewust het fietsknooppuntennetwerk wordt gevolgd in 2012 afgenomen is ten opzichte van 2006, een afname van circa 9,5%. In 2012 is echter sprake van een grotere afname (45%) van het aantal fietstochten per jaar met een lusvormige themaroute. Ook het aantal fietstochten waarbij men een eigen route volgt is afgenomen en wel met 33%. Ten opzichte van de andere routes wint het fietsknooppuntennetwerk dus aan populariteit.

Hoofdstuk 4 Economische effecten

4.1 Inleiding

De economische effecten zijn geanalyseerd door gebruik te maken van de antwoorden op de bestedingen die de respondenten in de enquête hebben gegeven. In het gebruikersonderzoek is gedetailleerd gevraagd naar de bestedingen van de fietsers. Zo kan per type fietser een bestedingsprofiel worden berekend. Daarnaast is met behulp van de tellingen en de gegevens van het veldwerk berekend hoeveel fietstochten elk type fietstoerist heeft gemaakt. Op deze manier kunnen de totale bestedingen van fietsers in beeld worden gebracht en dit geldt als basis voor het berekenen van de totale economische waarde. Deze gegevens zijn ingevoerd in een speciaal voor de provincie Antwerpen ontwikkeld input-outputmodel om hiermee de effecten op omzet en werkgelegenheid te kunnen berekenen.

4.2 Bestedingen

Het uitgangspunt van de berekening van de economische effecten van het fietstoerisme in Antwerpen zijn de gemiddelde bestedingen zoals die voortvloeien uit het gebruikersonderzoek (gemiddelde bestedingen in euro's, per persoon per dag), onderverdeeld naar drie groepen fietsers. De fietstochtenmaker en fietsdaguitstapper zijn hierbij samengevoegd tot "dagfietsers" en daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen bewoners van de provincie Antwerpen en bezoekers van buiten de provincie.

- Dagfietsers, bewoners van de provincie
- Dagfietsers, woonachtig buiten de provincie
- Fietsvakantiegangers⁶

Op basis van de gebruikersenquête staan de bestedingen per persoon per dag voor deze groepen in Tabel 19. Daarbij moet worden opgemerkt dat het om gemiddelde bestedingen over alle fietsers gaat, dus ook fietsers die geen bestedingen hebben gedaan. Een correctie op de bestedingsprofielen was echter nodig voor de verblijfsbezoekers, omdat deze uiteraard ook verblijfskosten hebben. Uitgaande van de gegevens uit de enquête is berekend dat dit, omgerekend naar persoon per nacht, neerkomt op een extra besteding van € 49,75. Hierbij is er vanuit gegaan dat alle verblijfstoeristen ook in Antwerpen verblijven en daar hun verblijfskosten maken.

⁶ Het bestedingsprofiel van de verblijfstoeristen is gebaseerd op een zeer beperkt aantal waarnemingen van 28 respondenten. Uiteraard heeft dit gevolgen voor de representativiteit van de cijfers en de betrouwbaarheid van de daarop gebaseerde berekeningen. Wanneer (bijv. in een vervolgonderzoek) meer zekerheid kan worden gecreëerd omtrent hun bestedingen, zal dit leiden tot een meer robuust inzicht in de economische effecten.

Tabel 19 Gemiddelde uitgaven per persoon per dag (incl. niet-besteder) naar type fietser

	Entree(kaartjes), toegangsgelden	Souvenirs	Eten	Drinken	Fietskaart(en), themaprotekaart	Huur van een fiets	Vervoerskosten, gemaakt in deze	Parkeren	Andere kosten	Totaal	Verblijfskosten voor 1 nacht	TOTAAL
Dagfietzers, bewoners van provincie	0,12	0,01	3,10	2,95	0,21	-	0,01	0,01	0,63	7,02	-	€ 7,02
Dagfietzers, van buiten provincie	0,03	-	6,09	4,92	0,09	-	0,34	0,03	0,69	12,20	-	€ 12,20
Fietsvakantiegangers	0,07	0,71	10,43	12,19	0,89	0,54	0,09	0,28	1,79	26,99	49,75	€ 76,74

Op basis van gegevens van de telslangen is vastgesteld dat er 6,8 miljoen recreatieve fietstochten over het totale fietsknooppuntennetwerken worden gemaakt. Deze zijn als volgt te verdelen naar type bezoeker. Na vermenigvuldiging met de totale aantallen fietstochten verkrijgen we, per categorie bezoekers, inzicht in de totale bestedingen die samenhangen met deze fietstochten.

Tabel 20 Totale bestedingen van fietsers in de provincie Antwerpen

Type fietser	aantal fietstochten per jaar	gemiddelde bestedingen p.p.p.d.	totale bestedingen
Dagfietzers, bewoners van provincie	5.669.134	€ 7,02	€ 39.797.321
Dagfietzers, van buiten provincie	887.937	€ 12,20	€ 10.832.831
Fietsvakantiegangers	273.211	€ 76,74	€ 20.966.212
Totaal	6.830.282		€ 71.596.364

De totale bestedingen van fietsers in de provincie Antwerpen bedragen € 71,6 miljoen in 2012. In 2006 werden de totale bestedingen van fietsers berekend op € 92,6 miljoen⁷. In dat jaar werden meer fietstochten ondernomen, maar werd een andere rekenmethode⁸ gehanteerd om de bestedingen te berekenen.

⁷ De bestedingen in 2006 zijn geïndexeerd naar het prijsniveau in 2012, in België bedroeg de inflatie 15,8% voor de periode van juni 2006 tot juni 2012 (bron: FOV)

⁸ In 2006 werd geen onderscheid gemaakt naar de verschillende typen fietsers en hun bestedingsprofiel, daardoor was de berekening destijds minder nauwkeurig.

4.3 Input-output (IO) model

Het berekenen van de totale economische waarde vindt plaats met behulp van een input-outputmodel. Een input-outputmodel toont de relaties tussen verschillende bedrijfstakken in de economie. Zulke modellen worden wereldwijd door Bureaus voor de Statistiek, universiteiten en onderzoeksinstanties gebruikt om de samenhang tussen economische sectoren te tonen. Het input-outputmodel beschrijft de relaties tussen bestedingen (=input) enerzijds en de productie (=output) die daarvoor in de verschillende bedrijfsklassen nodig is. Op deze manier worden zowel de directe als de indirecte effecten zichtbaar gemaakt.

Direct zijn de effecten bij sectoren die goederen en diensten verkopen rechtstreeks aan fietsers. Bijvoorbeeld de werkgelegenheid in de fietsenzaak waar de fietser een fiets huurt. Indirect zijn de effecten in de sectoren die leveren aan de sectoren die goederen en diensten verkopen aan de fietstoeristen. Bijvoorbeeld de werkgelegenheid die gecreëerd wordt in de fabriek die fietsen maakt die verhuurd worden in de fietsenzaak.

Niet berekend worden de afgeleide effecten: het feit dat extra inkomen in de verschillende bedrijfstakken ook weer leidt tot meer bestedingen. Bij het gebruik van een input-outputmodel wordt evenmin rekening gehouden met eventuele negatieve effecten⁹. Er wordt van uitgegaan dat de bestedingen die worden opgevoerd als input niet leiden tot een afname van bestedingen elders. Daarnaast geldt bij een input-outputmodel de aanname dat de benodigde productiecapaciteit (arbeid, kapitaal, machines) vrij inzetbaar is voor het realiseren van deze input; oftewel dat de extra productie niet ten koste gaat van productie in andere sectoren. Modellen die deze effecten wel in beeld brengen, zijn echter nauwelijks beschikbaar of toepasbaar voor toeristische ontwikkelingen in Nederland en Vlaanderen.

In een input-outputmodel wordt bij de berekening van de output nog geen rekening gehouden met inkoop van goederen en te betalen belastingen. Deze moeten in mindering worden gebracht op de output (productie), zodat inzicht ontstaat in de toegevoegde waarde, de waarde die daadwerkelijk in deze regio is gecreëerd. Als bijvoorbeeld een meubelfabriek het hout in een andere regio inkoop, moet de inkoopprijs van het hout afgetrokken worden van de omzet van de verkoop van meubelen: alleen de waarde die is ontstaan door van hout meubelen te maken, mag dan als toegevoegde waarde aan de fabriek en dus die regio worden toegekend.

Vanuit toegevoegde waarde kan worden berekend hoeveel werkgelegenheid hiermee samenhangt, door middels het toepassen van een arbeidsproductiviteitscijfer. De arbeidsproductiviteit verschilt per bedrijfstak: in dienstverlenende sectoren als de zorg, het onderwijs en ook de horeca is arbeidsproductiviteit laag: er zijn veel werknemers nodig om toegevoegde waarde te realiseren. In sterk geautomatiseerde bedrijfstakken zoals de

⁹ Dwyer, L., Forsyth, P. & Spurr, R. (2003). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches. In: *Tourism Management* 25 (2004), 307-317.

industrie en nutsbedrijven zijn minder werknemers nodig, de toevoegde waarde per voltijd baan oftewel de arbeidsproductiviteit is dan hoog.

Bij het berekenen van de werkgelegenheidseffecten wordt geen rekening gehouden met seizoenseffecten of overwerken, de benodigde arbeid is omgerekend naar een FTE - een voltijd baan voor 1 jaar. Er wordt niet van uitgegaan dat het bestaande personeel meer of efficiënter gaat werken en ook wordt geen rekening gehouden met de werking van de arbeidsmarkt, zoals dat een toenemende vraag naar arbeid zou kunnen leiden tot loonstijgingen.

Om de berekeningen te kunnen uitvoeren is er dus een IO-tabel specifiek voor de provincie Antwerpen nodig. Dit is een tabel die antwoord geeft op de vraag hoeveel elke sector levert aan zichzelf, aan andere sectoren en aan de hun uiteindelijke afnemers. Alleen op basis van een IO-tabel kan de stap worden gemaakt van de directe effecten naar de totale effecten (direct + indirect). Er blijkt namelijk uit hoeveel output er in elk van de sectoren van de economie nodig is, om er voor te zorgen dat er producten en diensten geleverd kunnen worden aan (bijvoorbeeld) fietsers. Speciaal voor dit onderzoek is een IO-tabel samengesteld voor de provincie Antwerpen, door Tim Steijaert van de Universiteit van Wageningen. Uitgangspunt van de berekening zijn de nationale IO-tabel en cijfers over de werkgelegenheid per sector op het nationale en regionale niveau. Een verslag over het samenstellen van deze IO-tabel is op te vragen bij de onderzoekers.

Uitgangspunt is zoveel mogelijk dat alleen de bestedingen die ook echt extra zijn voor een gebied worden gebruikt als input voor een input-outputmodel. In dit onderzoek betekent dat de bestedingen van bewoners van de provincie Antwerpen buiten beschouwing worden gelaten. Hun geld was immers al aanwezig in de provincie en aangenomen mag worden dat zij hun geld ook zonder hun fietstocht wel zouden hebben besteed. Alleen de bestedingen van niet-bewoners van de provincie Antwerpen zijn relevant om mee te nemen: hierbij wordt er vanuit gegaan dat zij geen geld hadden uitgegeven in de provincie Antwerpen als zij daar niet waren gaan fietsen. Hun bestedingen leiden dus tot extra inkomsten voor de Antwerpse economie.

Dit betekent dat van de totale bestedingen van € 71,6 miljoen alleen de bestedingen van dagfietsers van buiten de provincie Antwerpen en de bestedingen van fietsvakantiegangers¹⁰ worden meegerekend. Dit betekent dat bestedingen ter waarde van € 31,8 miljoen worden gebruikt als input voor het input-outputmodel.

¹⁰ De groep fietsvakantiegangers is te klein om onderscheid te maken tussen bewoners en niet-bewoners van de provincie Antwerpen, daarom wordt deze groep in zijn geheel meegenomen.

Tabel 21 Gemiddelde bestedingen per persoon per dag, naar type fietstoerist

	Sectoren	Bestedingscategorie (zie tabel 19)	Dagfietzers, van buiten provincie	Fietsvakantie- gangers
a	Landbouw, bosbouw, visserij		€ -	€ -
b	Delfstoffen		€ -	€ -
c	Industrie	Andere kosten	€ 0,69	€ 1,79
d	Prod. en distr. van elektr., gas, stoom, lucht en water + Afvalverwerking		€ -	€ -
e	Bouw		€ -	€ -
f	Groot- en detailhandel	Fietskaart(en), themaroutekaart(en) + Huur van een fiets	€ 0,09	€ 1,43
g	Verschaffen van accommodatie en maaltijden	Eten + Drinken + Verblijfskosten	€ 11,01	€ 72,38
h	Vervoer en opslag	Vervoerskosten, gemaakt in deze regio/provincie + Parkeren	€ 0,37	€ 0,37
i	Financiële diensten en verzekeringen		€ -	€ -
j	Onroerend goed		€ -	€ -
k	(Zakelijke) dienstverlening		€ -	€ -
l	Openbaar bestuur en defensie		€ -	€ -
m	Onderwijs		€ -	€ -
n	Gezondheidszorg en welzijn		€ -	€ -
o	Verenigingen		€ -	€ -
p	Kunst, amusement en recreatie	Entree(kaartjes), toegangsgelden attracties + Souvenirs	€ 0,03	€ 0,79
q	Huishoudens als werkgever		€ -	€ -
	Totaal		€ 12,20	€ 76,75

Deze bestedingen van de fietstoeristen moeten worden toegewezen aan de sectoren in de regionale IO-tabel voor de provincie Antwerpen. Hiervoor moeten een aantal aannames gedaan worden. We gaan er bijvoorbeeld vanuit dat 'andere kosten' betrekking hebben op de bestedingen van fietstoeristen aan goederen en diensten die zij kopen in de detailhandel. Bestedingen in de detailhandel mogen echter niet volledig worden toegewezen aan de Antwerpse economie, omdat er niet vanuit kan worden gaan dat al deze producten ook in de provincie geproduceerd zijn. Daarom wordt de aanname gedaan dat 50% geproduceerd is in Antwerpen en worden deze bestedingen toegewezen aan de sector Industrie. Vervolgens worden marges hiervan toegewezen aan de sectoren handel en vervoer. Tabel 21 op de vorige pagina laat zien hoe de verschillende bestedingen zijn toegewezen aan de sectoren van de IO-tabel.

Deze bestedingen zijn uitgedrukt in 'marktprijzen'. Het IO-model is echter genoteerd in basisprijzen. Basisprijzen zijn prijzen exclusief handels- en transportmarges en exclusief netto productgebonden belastingen. In bijlage 5 wordt getoond hoe de bestedingen van de fietstoeristen (in marktprijzen) worden omgerekend naar de benodigde basisprijzen.

4.4 Economische effecten

Vervolgens kunnen we de stap zetten van bestedingen van fietstoeristen per sector (in basisprijzen) naar totale economische effecten op output, toegevoegde waarde en werkgelegenheid. In

Tabel 22 op de volgende pagina zijn per sector de totale effecten te zien. De gegevens voor output worden afgeleid uit het IO-model, de cijfers voor toegevoegde waarde en werkgelegenheid zijn afgeleid door vermenigvuldiging van output met de gegevens zoals opgenomen in de tabel op de volgende pagina.

Tabel 22 Totale (directe en indirecte) economische effecten van fietstoerisme

Economische impacts	Output	% TW	Toegevoegde waarde	Werkgel. / € 1 miljoen output	Werkgelegenheid (voltijdbanen)
Landbouw, bosbouw, visserij	€ 247.032	35%	€ 85.635	11.53	2,85
Delfstoffen	€ 5.365	41%	€ 2.176	2.81	0,02
Industrie	€ 7.803.914	24%	€ 1.841.303	3.21	25,05
Prod. en distr. van elektr., gas, stoom, lucht en water + Afvalverwerking	€ 719.778	48%	€ 343.627	3.04	2,19
Bouw	€ 229.878	29%	€ 66.636	5.75	1,32
Groot- en detailhandel	€ 2.252.195	49%	€ 1.094.514	7.85	17,69
Verschaffen van accommodatie en maaltijden	€ 26.753.344	39%	€ 10.301.317	13.00	347,91
Vervoer en opslag	€ 1.612.971	39%	€ 624.930	4.85	7,83
Financiële diensten en verzekeringen	€ 644.741	50%	€ 323.129	4.64	2,99
Onroerend goed	€ 1.075.188	71%	€ 764.483	0.54	0,58
(Zakelijke) dienstverlening	€ 3.982.274	47%	€ 1.876.181	7.95	31,65
Openbaar bestuur en defensie	€ 11.803	76%	€ 8.946	17.46	0,21
Onderwijs	€ 22.650	90%	€ 20.445	18.51	0,42
Gezondheidszorg en welzijn	€ 24.428	61%	€ 14.940	8.42	0,21
Verenigingen	€ 153.400	55%	€ 84.361	12.45	1,91
Kunst, amusement en recreatie	€ 353.265	45%	€ 158.867	4.79	1,69
Huishoudens als werkgever	€ -	100%	€ -	104.73	0,00
Totaal	€ 45.892.226		€ 17.611.491		444,49

In totaal leidt fietstoerisme in de provincie Antwerpen - in alle sectoren van de economie én direct en indirect - tot de volgende economische effecten:

- Totale bestedingen van alle fietsers: € 71,6 miljoen
waarvan extra bestedingen voor Antwerpse economie: € 31,8 miljoen
- Extra output door fietstoerisme: € 45,9 miljoen
- Extra toegevoegde waarde door fietstoerisme: € 17,6 miljoen
- Extra werkgelegenheid door fietstoerisme: 444,5 voltijdbanen

Hoofdstuk 5 Evaluatie fietsknooppuntennetwerk

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe de fietstocht is beleefd door de fietser en wat zijn oordeel is over de fietsinfrastructuur. Om dit te onderzoeken is in de gebruikersenquête de mogelijkheid geboden om spontane reacties te kunnen noteren. Daarnaast is aan respondenten gevraagd of zij zitting wilde nemen in een focusgroep om wat meer informatie te kunnen geven over de fietsinfrastructuur. Er is vooral gekeken naar de mate van tevredenheid en suggesties voor verbeterpunten. Deze worden gebruikt om actiepunten te kunnen formuleren voor marketing en productontwikkeling rond fietsen in de provincie Antwerpen (in hoofdstuk 6).

5.2 Gebruikersenquête

In de gebruikersenquête werd de mogelijkheid geboden om spontane reacties te kunnen noteren. Circa 40% van de respondenten heeft hiervan gebruik gemaakt. In totaal zijn 332 opmerkingen gemaakt (zie bijlage 6). Opvallend is dat de meeste reacties over verbeterpunten gaan. Circa 17% van deze respondenten geeft spontaan aan tevreden te zijn over de gemaakte fietstocht. Dat wil echter niet zeggen dat de rest ontevreden is. Er is namelijk in de enquête geen vraag opgenomen over de mate van tevredenheid. Dus het is niet te achterhalen in hoeverre men tevreden is over het fietsknooppuntensysteem.

De meeste opmerkingen (27%) gaan over de fietspaden, op de voet gevolgd door het onderhoud (26%). Samen bepalen ze meer dan de helft van alle spontane opmerkingen (Tabel 38). Alle opmerkingen staan in bijlage 5. Bij de fietspaden wordt vooral de opmerking gemaakt dat er betere fietspaden moeten komen. Sommige opmerkingen zijn specifiek, namelijk dat de fietspaden te smal zijn en moeten worden verbreed. Ook de wens voor meer autovrije fietspaden wordt vaak genoemd. Er zijn ook vaak positieve opmerkingen gemaakt over de fietspaden. Bij het onderhoud gaat het niet alleen om de fietspaden, maar ook om de begroeiing er omheen. Bij de fietspaden gaat het dan vooral om de putten en hobbels, maar ook over zand en losse steentjes. Ook opmerkingen over de verharding zijn gemaakt. Sommige opmerkingen zijn suggesties als het plaatsen van meer vuilnisbakken. Ook zijn er bemoedigende opmerkingen geplaatst in de zin van dat het allemaal al verbeterd is en dat men moet blijven doorgaan met verbeteren en uitbreiden.

Tabel 23 Verdeling (%) type opmerkingen

Opmerking	Percentage
Fietspaden	27,4
Onderhoud	25,9
Bordjes	11,7
Gedrag anderen	7,8
Knooppunten	9,0
Veiligheid	5,1
Bereikbaarheid	4,5
Beleving omgeving	4,2
Horeca	1,5
Kaarten	0,9
Overig	1,8
Totaal (N)	332

Wat betreft de bordjes worden vooral opmerkingen gemaakt over het ontbreken van omrij-bordjes voor fietsers bij wegwerkzaamheden, de leesbaarheid en de plaatsing van de bordjes. Ook zijn er opmerkingen gemaakt over het gedrag van anderen. Wielrenners hebben hinder van fietsers en wandelaars en andersom. Ook het gedrag van automobilisten wordt vaak als onveilig beschouwd. Over het knooppuntensysteem worden voornamelijk positieve opmerkingen gemaakt. De enkele kritische opmerkingen gaan over het ontbreken, de lange afstand tussen knooppunten en dat ze vaak veranderen. De onveiligheid naar of in het centrum van een stad wordt vaak genoemd evenals de onveiligheid door het autoverkeer bij bruggen en sluizen. Er worden ook suggesties gedaan om de (sociale) veiligheid te verbeteren via het plaatsen van lantaarnpalen langs de fietspaden. Over de bereikbaarheid van het knooppuntensysteem worden ook enkele opmerkingen gemaakt. Het gaat dan om praktische zaken als overzettijden van veren vermelden, parkeerplaatsen, stallingen en verbindingen tussen fietspaden. Ook meer oplaadpunten voor elektrische fiets wordt genoemd. De beleving van de omgeving wordt zowel met positieve als negatieve opmerkingen benoemd. Men vindt het vaak mooi, maar er zijn ook enkele opmerkingen over stank en drukte. Bij de horeca gaan de opmerkingen vooral over dat er meer horeca moet komen en informatie over openingstijden. Ook wordt een tekort aan slaapplaatsen ervaren. De opmerkingen over de kaarten gaan vooral over dat ze gedetailleerder mogen zijn en dat verschillende kaarten elkaar deels moeten overlappen.

5.3 Focusgroep

Aan respondenten van de gebruikersenquête is gevraagd om mee te doen aan een bijeenkomst om meer diepgaande informatie te krijgen over hun fietsgedrag en hun oordeel en wensen over het fietsen in de provincie Antwerpen. Hiertoe werd op zaterdag 14 juli een focusgroep georganiseerd, waaraan 14 respondenten (plus 2 meegekomen partners) hebben deelgenomen. Het oordeel en de wensen kunnen afhankelijk zijn van het motief waarmee fietsers gaan fietsen. Daarom is een indeling naar groepen gemaakt op basis van de hoogste score van een motief zoals de fietsers in de enquête hebben aangegeven. Uiteindelijk zijn de respondenten met de motieven *Interesse* en *Volledig opgaan* in de natuur samengevoegd. Op deze wijze zijn vier groepjes gevormd met 4 deelnemers per groep.

Aan de deelnemers is in een groeps gesprek gevraagd om hun hele fietstocht te beschrijven, beginnende thuis bij de beslissing om te gaan fietsen, tot en met hun thuiskomst. Er is gevraagd welke informatie ze gebruiken, welke voorbereidingen ze treffen, wat ze onderweg doen en naar de gebruikswaarde en belevingswaarde van het fietsproduct. Daarna is gevraagd om een ideale fietstocht te beschrijven, wederom thuis beginnend. Al deze informatie is verwerkt en via een plenaire bijeenkomst gedeeld met de deelnemers. Vervolgens is op basis van de resultaten gevraagd welke wensen en behoeften er bestaan aan concrete producten en diensten. Een uitgebreide weergave van de gespreksresultaten is opgenomen in bijlage 7.

Vorbereiding

Tussen de deelnemers met de onderscheiden motieven bestaan verschillen. Deelnemers die gaan fietsen met het motief *Uitdaging* beschouwen de fietstocht als training en bereiden de route thuis volledig voor met behulp van internet. Deelnemers die meestal fietsen met de motieven *Interesse* of *Volledig opgaan* in natuur gebruiken bij de voorbereiding ook internet om specifieke routes uit te zoeken. De deelnemers die vooral fietsen met de motieven *Gezelligheid* en *Even tussen uit* halen hun informatie uit de meer traditionele bronnen zoals tijdschriften of de toeristische diensten, of gaan op de bonnefooi. Bij alle motieven geldt dat de deelnemers zelf eten en drinken meenemen, uitzondering zijn de deelnemers die fietsen met het motief *Gezelligheid*.

Bereikbaarheid

Over de bereikbaarheid zijn vooral suggesties gegeven. Deelnemers met de motieven *Gezelligheid* en *Even tussen uit* zien graag de aansluiting tussen Antwerpen en Nederland met betrekking tot de knooppunten verbeteren. Deelnemers met het motief *Even tussen uit* zijn bovendien niet geheel tevreden over de informatievoorziening over parkeermogelijkheden en de toegestane parkeerduur. Deelnemers met de motieven *Even tussen uit* en *Interesse* willen graag simpele aanlooproutes vanuit de stad naar het knooppuntennetwerk, bijvoorbeeld door de nummers van het knooppunt te melden bij de aanlooproutes. Ook wil men graag een stad kunnen doorkruisen via knooppunten, maar dat moet wel veilig zijn via bijvoorbeeld aparte fietspaden.

Gebruikswaarde

Bij alle gespreksgroepen zijn het onderhoud van de paden en veiligheid belangrijke zaken: alle deelnemers geven aan dat het onderhoud en de veiligheid van (vooral) oversteekpunten verbeterd moet worden. Bij de deelnemers die vaak met de motieven *Interesse* en *Volledig opgaan* in de natuur gaan fietsen, heerst bovendien een sterke wens om de fietspaden te scheiden van ander verkeer en dan het liefst met een verharding van asfalt of schelpen. De routedokter blijkt nog bij velen onbekend.

Er zijn wel enkele verschillen tussen de deelnemers met de onderscheiden motieven. Deelnemers met het motief *Interesse* en *Volledig opgaan* in de natuur zien graag extra informatie op de kaart, terwijl deelnemers met het motief *Even tussen uit* de informatie liever langs de route hebben. Voor allen geldt dat er behoefte is aan informatie over de openingstijden van horeca en routeaanwijzingen bij wegwerkzaamheden.

Belevingswaarde

Bij alle gespreksgroepen is een afwisselend landschap belangrijk. Deelnemers met de motieven *Interesse* en *Volledig opgaan* in de natuur hebben echter wel meer wensen bij de beleving dan deelnemers met de overige motieven. Zij zouden graag zien dat bestaande stiltegebieden meer toegankelijk zijn voor fietsers, dat er bloemrijke akkerranden langs de fietspaden liggen en dat de knooppunten ook door dorpjes en stadjes voeren. Deelnemers met het motief *Uitdaging* willen vooral drukte vermijden.

Na de tocht

Na de tocht gaan de deelnemers soms dicht bij huis iets drinken bij horeca voor de *Gezelligheid*. Als men alleen fietst gaat men direct naar huis. De tocht wordt soms op de computer gezet om reacties van anderen te krijgen. Men vertelt erover op het werk, beveelt plaatsen aan en vertelt over gereden afstand.

Producten en diensten

Op basis van deze informatie is er een aantal producten, diensten en activiteiten te benoemen. Allereerst kan er een betere bekendheid worden gegeven aan al bestaande producten en diensten zoals de routedokter. Daarnaast geven de deelnemers aan de focusgroep de volgende prioriteit:

- Meer informatie opnemen op de fietskaarten (niet alleen in het fietsinspiratieboekje):
 - adressen van parkeerplaatsen
 - cafés met openingstijden
 - fietsstalling en reparatie
 - routes door steden
 - toiletten
 - gemeentegrenzen
 - goed asfalt

Deze informatie zou op de achterkant van de bestaande fietskaarten kunnen komen te staan in plaats van de foto's die nu veel ruimte innemen. Ook kan op het voorblad van de fietskaart een verwijzing naar een website met routeinformatie gezet worden.

De kaarten worden namelijk het meest gebruikt, vergeleken met het fietsinspiratieboekje.

- Het ontwikkelen van een interactieve website met routes op maat volgens eigen voorkeuren, met reviews en aanbevelingen, zoals een top-10 van aanbevolen routes.
- Op een website alle informatie (er is nu te veel info) structureren.
- Veilige wegen met goede paden; veilige oversteekpunten.
- Eenduidig beleid voor fietsinfrastructuur.
- Grensoverschrijdende aansluitingen verbeteren.
- Communicatie, nieuws(brieven) en promotie.
- Voorzieningen langs route beter spreiden en uitbreiden.

Hoofdstuk 6 Ontwikkelingsdynamiek fietstoerisme

6.1 Inleiding

In de voorgaande hoofdstukken is ingegaan op de omvang en aard van het fietstoerisme in de provincie Antwerpen als ook mogelijke verbeterpunten. Met behulp van deze gegevens kunnen een aantal kansen worden benoemd waarmee fietstoerisme verder kan worden gestimuleerd. Om ervoor te zorgen dat de verdere ontwikkeling van fietstoerisme plaatsvindt in goede samenwerking met andere belanghebbenden, is als onderdeel van dit onderzoek ook uitgebreid gesproken met een aantal belangrijke belanghebbenden bij het fietsproduct van de provincie Antwerpen.

Via interviews met sleutelfiguren aan de aanbodzijde is getracht te achterhalen wat de belangrijkste verbeterpunten zijn bij het verder ontwikkelen van het fietstoerisme. De studie "Drempels en stimuli van het fietstoerisme als motor voor regionale ontwikkeling in Vlaanderen" (Steunpunt Toerisme & Recreatie, 2011) gold hierbij als belangrijke inspiratiebron. De gegevens vanuit het eerdere onderzoek werd samen met de informatie vanuit de interviews gebruikt als startpunt voor een innovatie-atelier met stakeholders uit de provincie Antwerpen om een begin te maken met het ontwikkelen van diverse fietsproducten en het verbeteren c.q. oplossen van bestaande knelpunten.

6.2 Verbeterpunten volgens sleutelfiguren

Er zijn interviews afgenomen met 5 partijen aan de aanbodzijde van het fietstoerisme, vanuit de invalshoeken natuur, mobiliteit, promotie en infrastructuur:

- Agentschap Natuur en Bos, Arjen Breevaart
- Routebureau Toerisme Provincie Antwerpen, Eveline Sierens
- Dienst Marketing Toerisme Provincie Antwerpen, Sjantal Sillius en Alain Lovenweent
- Dienst Mobiliteit Provincie Antwerpen, Chris Brouwers
- Grote Routepaden Vlaanderen, Reen Simoens

Deze partijen zijn gevraagd een ideale fietsprovincie te beschrijven en aan te geven in welke mate Antwerpen daaraan voldoet. Daarna werd ingegaan op de acties die Antwerpen zou moeten ondernemen om tot een ideale fietsprovincie te kunnen ontwikkelen. Ten slotte werden deze personen gevraagd welke rol zij kunnen spelen in het ontwikkelen van Antwerpen als fietsprovincie. Opvallend en geruststellend is dat de beschrijving van een ideale fietsprovincie van de sleutelfiguren zeer veel overeenkomsten heeft met de beschrijving van een ideale fietsprovincie door de focusgroep. Ook de spontane opmerkingen uit de face-to-face interviews hebben dezelfde lading. Vraag en aanbod zitten dus wat betreft ideale fietsprovincie op één lijn.

Ideale fietsprovincie

De ideale fietsprovincie heeft veilige fietspaden: liefst vrijliggend of met een duidelijke plaats op de wegen. De fietspaden zijn bovendien kwalitatief goed. Kwalitatief goed heeft o.a. betrekking op het comfort van fietspaden en het onderhoud van paden: geen putten, geen afval en glas, gemaaide berm. Wensen verschillen echter per doelgroep: zo hebben sportieve en recreatieve fietsers bijvoorbeeld verschillende wensen. De ideale fietsprovincie trekt alle doelgroepen fietsers aan en heeft ook producten gericht op de verschillende doelgroepen (bijv. verschillende afstanden, recreatiemotieven, leeftijden).

Qua omgeving heeft de ideale fietsprovincie veel diversiteit in landschappen en zijn de parcoursen vlak. Steden en gebieden zijn visueel aantrekkelijk ingericht, rekening houdend met wensen van fietsers en er zijn goede oversteken gecreëerd over wegen en wateren. De fietspaden voeren door aantrekkelijke landschappen met veel verschillende flora en fauna, maar kwetsbare plekken worden ontzien.

In de ideale fietsprovincie zijn er veel afstapmogelijkheden langs de route (zoals horeca en attracties), dit kan zowel het doel van de fietstocht vormen of als afstap onderweg. De openingsuren van horeca en infokantoren zijn belangrijk in het kader van onthaal. Er zijn veel rustmogelijkheden onderweg, zoals zitbanken en picknicktafels. En er is voldoende logement in allerlei soorten beschikbaar voor fietstoeristen.

Het fietsroutenetwerk is goed bereikbaar en toegankelijk voor iedereen; ook als iemand geen fiets heeft, is het heel eenvoudig om te gaan fietsen op het netwerk (vgl. Velo Antwerpen). Dit is vooral belangrijk als je mensen van verder weg wilt bereiken.

In de ideale fietsprovincie kun je zorgenvrij/zorgeloos fietsen: er is een service bij fietspech (ofwel een fietsreparatiesetje bij horeca of ideaal gezien zelfs een pechservice die ter plaatse de fiets komt repareren, vgl. voorbeeld ANWB in Nederland) en de Routedokter lost bewegwijzeringsproblemen binnen 72 uur op. De Routedokter moet nog bekender worden en er zou bijvoorbeeld een app moeten zijn waarbij je een foto kunt maken en uploaden zodat op die manier alles direct wordt doorgegeven aan TPA. Bovendien heeft de ideale fietsprovincie preventief beleid tegen fietsdiefstal.

Informatie over het fietsroutenetwerk en de fietsmogelijkheden is in de ideale fietsprovincie overal en altijd beschikbaar, middels goede bewegwijzering, goede kaarten en ook digitaal. De fietsmogelijkheden moeten ook goed bekend zijn voor fietsers binnen en buiten de provincie. Digitale informatie maar ook digitale producten zijn belangrijk, denk aan gamification en augmented reality. Alle informatie is overal en altijd te vinden, ook via mobiel internet. Zo is er ook een mobiele planner voor routes, gekoppeld aan GPS. Dit is ook een vorm van zorgeloos fietsen: ik kan altijd alle informatie via mijn mobiel vinden.

In de ideale fietsprovincie is fietsen top of mind: fietsen leeft, zowel voor woon-werkverkeer, voor recreatie als voor sport. Ook vanuit het idee dat fietsen / bewegen gezond is.

Het fietsroutenetwerk is in de ideale fietsprovincie goed afgestemd op de routenetwerken in omliggende gebieden, andere provincies in Vlaanderen, maar ook met Nederland. De bewegwijzering is goed op orde en wijst ook bij wegenwerken of wijzigingen in de route de goede route. Informatie over wijzigingen is bij alle fietsers snel bekend.



Figuur 11 De ideale fietsprovincie samengevat

Antwerpen naar een ideale fietsprovincie

Omgeving

Antwerpen komt qua diversiteit van landschappen dicht in de buurt van de ideale fietsprovincie. Het landschap is vlak, wat het heel toegankelijk maakt voor het brede fietspubliek. De Antwerpse Kempen bieden het groen, met de mooie lanen. Scheldeland biedt fietsen langs het water, met diverse veerpontjes. Fietsen in de stad is ook mogelijk, Antwerpen en Mechelen, maar dat is niet altijd op het fietsknooppuntensysteem.

Er zou nog meer gewerkt kunnen worden aan visueel aantrekkelijke landschappen, bij de inrichting van steden en landschappen. Bij de Nete is dit bijvoorbeeld heel nadrukkelijk gebeurd. Regionale landschappen houden zich hier o.a. wel mee bezig, denk aan het aanleggen van knuppelpaden e.d. Bij overheden gebeurt dit soms wel, maar vaak niet - dit is erg afhankelijk van de dienst of de persoon die zich daarmee bezig houdt.

Bereikbaarheid

Als men vanuit de stad Antwerpen of Mechelen wil gaan fietsen, is men lang onderweg om de stad uit te fietsen, veelal te lang om buiten de stad te gaan fietsen. Toch zijn er ook binnen de steden veel groene pareltjes, die door het fietsroutenetwerk ontsloten worden. Hiermee kan worden ingespeeld op de groeiende behoefte aan recreatie in de stad. Er ligt veel druk op de gebieden direct rondom de stad, hoe kunnen mensen gestimuleerd worden om net wat verder buiten de stad te gaan fietsen? Er zijn reeds 10 inrijpunten gecreëerd met goede parkeervoorzieningen, horeca, fietservicepunten. Deze punten zijn vooral belangrijk voor mensen die de regio niet goed kennen.

De bereikbaarheid met het openbaar vervoer moet verder verbeterd worden. Met busmaatschappij De Lijn is wel geëxperimenteerd met het meenemen van de fiets op de bus, maar dit ligt niet zo voor de hand. De combinatie van openbaar vervoer met een heel laagdrempelige vorm van fietsverhuur is beter, dit moet beter bekend gemaakt worden.

Fietsinfrastructuur

Veiligheid van fietsroutes is nog een probleem in België, zeker in vergelijking met Nederland: er zijn nog veel wegen waar het niet veilig is om te fietsen. Veiligheid en ook de kwaliteit van fietspaden is op diverse plaatsen nog onvoldoende, maar er is een inhaalbeweging gaande. Het thema veiligheid staat binnen het fietsbeleid nog in de kinderschoenen.

Er moet blijvend geïnvesteerd worden in de kwaliteit van het fietsproduct, bijvoorbeeld de kwaliteit en het onderhoud van fietspaden en bewegwijzering. De Routedokter - als activiteit van TPA - kan worden ingeschakeld bij problemen in de bewegwijzering. Het beheer van fietspaden is de taak van gemeenten (2/3) en gewesten (1/3). TPA heeft daarom convenanten met een groot aantal gemeenten en terreinbeherende instanties afgesloten, waarin afspraken zijn gemaakt over het beheer en de kwaliteit van fietspaden. Er is ook een meldpunt knelpunten fietspaden die door de Dienst Mobiliteit

Openbare Werken wordt beheerd. Bij een klacht wordt de mail doorgestuurd naar gemeente/gewest. Na het verzenden van de mail is er geen verdere opvolging, hopelijk onderneemt de verantwoordelijke partij actie naar aanleiding van de klacht. Idealiter is er een steunpunt Fietsen als aanspreekpunt voor fietsers, wanneer een klacht niet binnen een redelijke termijn is opgelost, kunnen fietsers contact opnemen met dit steunpunt en dan onderneemt de provincie actie.

Verstedelijking en infrastructuur kunnen een obstakel vormen voor fietsers en wandelaars. O.a. door het afsluiten van spoorwegovergangen i.v.m. de veiligheid. Er zouden oversteken (bruggen, tunnels) ontwikkeld moeten worden die zorgen voor een belevenisvolle ervaring van fietsers en wandelaars. Momenteel worden nog regelmatig bruggen en tunnels aangelegd die niet geschikt zijn voor fietsers, het ontbreekt aan kennis over de gebruiker. Er zou een netwerk moeten zijn waar overheden, aannemers informatie kunnen vinden over de eisen en wensen vanuit (recreatieve) fietsers. In de samenwerking van de Dienst Mobiliteit van Provincie Antwerpen met gemeenten op het gebied van functioneel fietsen blijkt dat gemeenten een grote behoefte hebben aan kennisuitwisseling over fietsen.

Het borgen van de toegankelijkheid van wegen is van groot belang. Zo wordt momenteel gewerkt aan een juridisch kader ten aanzien van de Trage Wegen, waarin o.a. de toegankelijkheid voor wandelaars en fietsers geregeld wordt. Een specifiek probleem betreft de jaagpaden. Deze zijn bedoeld voor het onderhoud van de wateren, maar fietsers worden daar wel toegelaten. Bedrijven sluiten deze paden soms af, wegdek is soms zeer slecht. Het statuut rondom de jaagpaden is onvoldoende duidelijk.

De samenwerking met wegbeheerders op het gebied van onderhoud en aanleg van infrastructuur kan nog verder verbeteren. Ook bij wegomleggingen of nieuwe infrastructuur (wegen/spoornet) zou de wegbeheerder moeten weten dat daar een fietsroute loopt en dat daar rekening mee moet worden gehouden. Bij wegwerkzaamheden zou niet alleen een omrijroute voor auto's moeten worden gemaakt, maar ook die voor de fietsers. En hierover moet ook gecommuniceerd worden: bijv. op een website waarbij ook wordt gemeld hoe lang de werkzaamheden duren of via een nieuwsbrief of social media.

Vanuit Toerisme Vlaanderen was er altijd sprake van specifieke subsidieregelingen om het fietstoerisme te stimuleren door de aanleg van fietsroutenetwerken. De subsidieregelingen worden herzien, men gaat ervanuit dat de basisinfrastructuur voor fietsen nu op orde is. Er komen nu impulsprogramma's rondom specifieke thema's, dit kan kansrijk zijn als het thema aansluit, bijvoorbeeld rondom wielervederger. De Dienst Mobiliteit heeft subsidieprogramma's voor het aanleggen van fietspaden, vanuit regionale landschappen zijn er soms subsidies mogelijk voor recreatief medegebruik. De mogelijkheden om (recreatieve) fietsinfrastructuur te financieren zijn afgenomen en meer versnipperd.

Voorzieningen en productontwikkeling

Dé fietser bestaat niet, er is een grote verscheidenheid aan typen fietsers, qua motieven en wensen. Het is van belang om voor alle groepen fietsers een geschikt fietsproduct aan te bieden.

Er komen regelmatig opmerkingen over het gebrek aan picknickplekken/zitbanken langs de route. Dit zou meer moeten zijn, maar hiervoor zijn investeringen van de overheid nodig.

Afstappen bij horeca wordt gestimuleerd door in te zetten op fietsvriendelijke horeca. Het is belangrijk om hier duidelijke informatie over te bieden en continuïteit in aan te brengen.

De wens bestaat om arrangementen te ontwikkelen naar het voorbeeld van het Zwitserse Swisstrail, zodat een complete fietsvakantie kan worden aangeboden. Voor een dergelijk product heb je een partner nodig die fietsen verhuurt en weer ophaalt, partner die bagage vervoert en logiesaccommodaties. Omdat voor fietsen de afstanden groot zijn, moet dit provincie-overschrijdend geregeld worden. Er is nu geen platform waarbij zo iets geregeld kan worden en er is ook geen Vlaamse databank met de beschikbaarheid van logiesaccommodaties. Het transport van koffers tussen de verschillende accommodaties is een knelpunt. TPA heeft overwogen om hiervoor ook de Routedokters in te zetten. Er moet echter gekeken worden hoe dit gefinancierd wordt, omdat dit om sociale tewerkstelling gaat en het dan dus door de overheid betaald wordt. Zou dit geen privaat initiatief moeten zijn? Maar dit blijkt erg lastig te zijn en moeilijk commercieel aantrekkelijk te maken.

Samenwerking met ondernemers, horeca, creatievelingen is gewenst om nieuwe impulsen te geven aan het fietsproduct. Er zijn allerlei partijen die al inspelen op de mogelijkheden van het fietsnetwerk, alle partijen willen wel een themafietsroute maken. Het is moeilijk om de vele initiatieven te coördineren.

Fietstoerisme kan gestimuleerd worden door in te spelen op andere sterke troeven in Vlaanderen, bijvoorbeeld culinair of bier. Bijvoorbeeld afstappen bij huisbrouwerijen of abdijen. Dit is interessant voor de Nederlandse en Duitse markt.

Promotie en communicatie

Antwerpen wordt momenteel niet als fietsprovincie gepromoot, omdat de toeristische promotie plaatsvindt op basis van de regio's Antwerpse Kempen en Scheldeland. Als je je wilt promoten als fietsprovincie, dan moet TPA daar in samenwerking met de Diensten Sport en Mobiliteit op inzetten.

De dataset van het fietsknooppuntennetwerk is vrij beschikbaar, zodat alle partijen kunnen inspelen op het fietsproduct. Er zijn veel partijen die kaarten, gidsen of digitale informatie verspreiden over fietstoerisme. Zij zouden kunnen helpen om fietstoerisme te

stimuleren, maar kwaliteit moet voorop staan en dat is niet bij alle partijen het geval. Er zijn dan ook licentievoorwaarden waaraan voldaan moet worden om informatie te publiceren.

De digitale informatie over de fietsmogelijkheden in Antwerpen kan nog flink verbeterd worden, ook door middel van zichtbaarheid op onafhankelijke websites als Fietsnet.be. Ook de bekendheid van het fietsknooppuntennetwerk bij niet-fietsers is van groot belang. Fietsen moet top-of-mind zijn, vanuit gezondheidsperspectief, vanuit recreatieperspectief. Fietsen moet fun en hip zijn, het heeft nu een wat oubollig imago. Initiatieven als Cycle Chic helpen om fietsen hip te maken. Er is een trend van jonge mensen met gestripte fietsen, als zij eenmaal graag fietsen, dan blijft dat ook zo. (Online) communities rondom fietsen moeten beter benut worden.

Beleid, samenwerking en kennis

Hoe kan alle beleid dat invloed heeft op recreatief fietsen op elkaar afgestemd worden? Samenwerking tussen de provinciale diensten toerisme, mobiliteit en sport is hiervoor een basisvereiste en dit begint al te ontstaan. Een goed voorbeeld is ook SpoNaRo, het provinciaal afstemmingsoverleg sport, natuur en ruimtelijke ordening; dit overleg komt tweemaal per jaar samen. Ook afstemming tussen provinciaal en lokaal niveau is nodig, als ook afstemming tussen lokale partijen zelf. Op lokaal niveau is bijvoorbeeld wel sprake van een Landbouwwaad, Milieuraad en overleggen op het gebied van ruimtelijke ordening, maar niet iets vergelijkbaars als SpoNaRo.

Maar samenwerking is ook nodig over de provinciegrenzen heen, om Vlaanderen als fietsgebied te vermarkten. Er is een Vlaams fietscoördinator die zich bezig houdt met functioneel fietsen; een dergelijke coördinatie is ook wenselijk voor recreatief fietsen, voor wat betreft alle routenetwerken.

De bestaande kennis over fietsen/fietstoerisme is zeer versnipperd en moet veel beter ontsloten worden. De behoefte op lokaal niveau is groot. Er zouden praktische handreikingen of workshops ontwikkeld kunnen worden voor lokale partijen.

Daarnaast is er ook behoefte aan meer kennis: er zijn weinig cijfers over fietsgebruik, tevredenheid etc. De Dienst Mobiliteit wil graag telslangen op strategische plekken, zowel voor functioneel als recreatief fietsen. Gedacht wordt aan circa 25 locaties. De huidige telslangen van TPA zijn vooral voor recreatief fietsverkeer.

6.3 Innovatie-atelier fietstoerisme

Op 28 augustus werd een innovatie-atelier fietstoerisme georganiseerd in Antwerpen. 17 stakeholders waren hierbij aanwezig, zoals gemeenten, toeristische diensten, de Diensten, Mobiliteit en Sport, natuurbeheerders, routebeheerders en ondernemers. Een overzicht van de deelnemers staat in bijlage 8. Doel van het innovatie-atelier was om op basis van de wensen en behoeften genoemd door fietsers en de verbeterpunten genoemd door de sleutelpersonen te werken aan concrete acties die hierop inspelen.

Het innovatie-atelier startte met het benoemen van een ambitie voor Antwerpen als fietsprovincie in 2020 door iedere deelnemer. Deze ambities richten zich enerzijds op de bekendheid van Antwerpen als fietsprovincie en anderzijds op een goede en veilige fietsinfrastructuur.

Volgende stap was een behoeftendetectie: welke behoeften worden het meest genoemd door fietsers en sleutelpersonen en zijn deze behoeften compleet? De deelnemers van het innovatie-atelier bevestigen de bevindingen tot nu toe en vullen dit beeld op enkele punten verder aan. De deelnemers vinden de volgende behoeften het meest belangrijk:

- Onderhoud/kwaliteit/veiligheid fietspaden
- Integraal fietsbeleid gericht op recreatief, sportief en utilitair fietsen
- Unieke producten ontwikkelen als marketinginstrument
- Betere combinatie van openbaar vervoer en fietsen
- Verbeteren van de digitale/online informatievoorziening
- Marketing van Antwerpen als fietsprovincie
- Inspelen op verschillende doelgroepen fietsers

In groepjes is vervolgens gewerkt aan het bedenken en uitwerken van concrete acties en producten die tegemoetkomen aan bovenstaande behoeften. De eerste fase betrof het bedenken van een initiatief inspeland op één van de behoeften, daarna konden de groepen over en weer op elkaars ideeën reageren. Ten slotte werd het initiatief binnen de groep verder uitgewerkt en geconcretiseerd.

Integraal fietsbeleid

Na de verkiezingen van 14 oktober 2012 wordt een nieuwe legislatuurnota opgesteld. Nu is het moment om een fietsbeleid te ontwikkelen dat afgestemd en gedragen wordt door alle provinciale diensten, op gebied van toerisme, sport, mobiliteit, ruimtelijke ordening en milieu & natuurbehoud. Voorstel is om de diensthoofden al voor de verkiezingen bijeen te laten komen en hen te laten praten over afstemming en kruisbestuiving. Vervolgens kan een fietsbeleidnota worden opgemaakt en voorgesteld aan de nieuwe gedeputeerden. Naar aanleiding van het nieuwe fietsbeleid kunnen convenanten met lokale partners worden bijgesteld.

Voor het uitvoeren van dit initiatief is weinig budget nodig, het gaat om de goodwill en inzet van tijd door de betrokken partijen. Een tijdlijn voor de uitvoering is als volgt:

- Voor 30-sep-12 Eerste bijeenkomst van diensthooftden
- 31-okt-12 Gezamenlijke visie gereed
- nov/dec-12 Werken aan ontwerpnota, terugkoppeling en aanvullingen
- 15-dec-12 Definitieve nota gereed
- jan-13 Met positief advies voorstellen aan en aftoetsen met gedeputeerden
- 1-feb-13 Start uitvoering nota

Aansluitend op bovengenoemd initiatief wordt voorgesteld om ook een integrale communicatiecampagne uit te voeren waarmee het imago van Antwerpen als fietsprovincie wordt versterkt. Deze campagne is in eerste instantie een initiatief van de provinciale diensten. In tweede instantie kunnen partners als Agentschap Natuur en Bos, Toerisme Vlaanderen, gemeenten en openbaar vervoermaatschappijen De Lijn en NMBS betrokken worden. Ambitie is om de campagne zo vorm te geven dat deze partijen het een eer vinden om mee te mogen doen.

Hierbij wordt opgemerkt dat in deze communicatiecampagne niet ingezet moet worden op concurrentie met Limburg. De provincie Limburg was de bedenker van het fietsknooppuntennetwerk en heeft al vele jaren veel geïnvesteerd in de marketing van Limburg fietsparadijs. De aanpak van en de budgetten voor marketing zijn in de provincie Limburg ook anders georganiseerd dan in de provincie Antwerpen. Antwerpen moet haar eigen boodschap kiezen, zich onderscheiden op unieke kwaliteiten. Het routenetwerk is hetzelfde, maar in Limburg zijn er vooral mogelijkheden voor lange fietstochten en in Antwerpen zijn er veel mogelijkheden voor kortere tochten met veel verscheidenheid en attracties op korte oppervlakte.

Unieke producten als marketinginstrument: de Fietsdokter

Zorgeloos fietsen is genoemd als een kenmerk van een ideale fietsprovincie en het is goed om op zoek te gaan naar producten waarmee Antwerpen zich in dat opzicht kan onderscheiden, ook qua marketing. Daarom wordt een Fietsdokter voorgesteld, een service om fietsers te helpen die kleine pech hebben. Gedacht wordt aan een dokter die op pad gaat met zijn elektrische bakfiets. Dat is gelijk ook een heel zichtbaar symbool van de boodschap dat je in Antwerpen zorgeloos kunt fietsen, daar word je altijd uit de nood geholpen. Zeker met de opkomst van elektrische fietsen is de behoefte aan hulp bij pech groter geworden.

De belofte is dat de Fietsdokter binnen 30 minuten de pech komt verhelpen. Bij grote pech krijgt de fietser een vervangende fiets en wordt de eigen fiets gerepatrieerd. De service geldt gedurende het fietsseizoen van zonsopkomst tot zonsondergang. Om de belofte termijn van 30 minuten mogelijk te maken moet er een goede spreiding van Fietsdokters doorheen de provincie zijn.

Idee is om bij iedere verkochte fietskaart een bon cadeau te doen voor één keer gratis pechverhelping. Of om een symbolisch bedrag te rekenen voor de eerste keer. Er kunnen meerdere vormen worden bedacht: een soort pechverzekering of per keer betalen.

Het is mogelijk om een dergelijk project op te zetten met sociale tewerkstelling en kringloopcentra. Hiervoor zal betrokkenheid van gemeenten zal nodig zijn. Maar het is ook mogelijk om aansluiting te zoeken bij partijen die dit qua marketing een goed initiatief vinden, denk aan VAB of Touring. Er zijn ook koppelingen met de Routedokter denkbaar.

Er bestaan al wel enkele initiatieven met pechverhelping voor fietsers, zoals het fietsatelier Mol en de reparatiedienst Lier. Het is ook mogelijk om de Fietsdokter ook voor functionele fietsers in te zetten. Hierbij is het gewenst om zoveel mogelijk samenwerking te organiseren met bestaande fietshandelaars.

Verbeteren van de digitale/online informatievoorziening

Digitale informatievoorziening staat of valt met de beschikbaarheid van de juiste gegevens, bijvoorbeeld over points of interest, openingstijden, routes etc. Rondom het fietsknooppuntennetwerk zijn er veel kanalen waarlangs informatie wordt doorgegeven, maar die informatie geraakt niet altijd tot de betrokken diensten. Het is dan ook noodzakelijk om deze informatie te standaardiseren, niet alleen de informatie zelf maar ook het verzamelen van deze informatie.

Toerisme Vlaanderen heeft reeds een databank, het is nodig dat ook de provincies dan gebruik kunnen maken van deze databank. Daarnaast kan gebruik gemaakt worden van sociale media om de input van gebruikers samen te brengen met alle basisinformatie.

Zo ontstaat dan een website waar de fietser op basis van zijn voorkeuren interessante routes krijgt voorgelegd. Voorbeelden van zulke websites zijn daarmoetikzjn.nl, de routeplanner van de Nederlandse Fietsersbond en deltagids.nl (keuze van vaarroutes). Idealiter hoeft de fietser dan niet een hele reeks van vragen moet beantwoorden over zijn voorkeuren, maar worden routes geselecteerd door middel van datamining (vergelijk Google).

Het is belangrijk om samen te werken met partijen die ook al veel informatie hebben of om hun voorbeelden te benutten. RouteYou biedt al de mogelijkheid om routes uit te stippelen op basis van het knooppuntennetwerk. Kijk bijvoorbeeld ook naar Open Street Maps, waar gebruikers zelf points of interest kunnen toevoegen. En Google Maps heeft sinds kort ook een fietsrouteplanner. Met Google Streetview kun je zelfs de staat van de fietspaden bekijken.

Betere fietspaden

Uit het onderzoek komt een grote behoefte aan betere fietspaden naar voren. Onduidelijk is echter wat goede fietspaden zijn; voor elke doelgroep is dit weer anders. Idee is om een databank van fietspaden te ontwikkelen waarin voor alle trajecten wordt vastgelegd wat de kenmerken zijn: verharding, breedte, verlichting, al dan niet autovrij. Fietsers kunnen in deze databank zelf zoeken naar de fietspaden die voldoen aan hun behoefte.

Voor het inrichten en vullen van zo'n databank is het allereerst nodig om alle normen en definities ten aanzien van fietspaden te verzamelen om tot een toetsingskader te komen. Vervolgens moet een uitgebreide inventarisatie plaatsvinden, waarvoor hopelijk informatie van de verschillende provinciale diensten en gemeenten kan worden gebruikt. Mogelijk kunnen privépartijen als RouteYou en gebruikers de informatie verder aanvullen. Er is bij dit initiatief een overlap met het eerdergenoemde initiatief voor een databank.

De verschillende initiatieven zijn tot op verschillende detailniveaus uitgewerkt en het ene initiatief is gemakkelijker uitvoerbaar dan het andere. De deelnemers aan het innovatie-atelier zijn enthousiast om samen aan het verder ontwikkelen van het fietstoerisme te werken, door meer afstemming in het algemeen en via deze initiatieven in het bijzonder.

Hoofdstuk 7 Conclusies en aanbevelingen

7.1 Conclusies

Op basis van de verzamelde gegevens zijn de volgende conclusies te trekken, gerelateerd aan de onderzoeksvragen.

Wie is de fietstoerist?

Het merendeel van de fietsers is een fietstochtenmaker (56%) die korte fietstochten maakt of een fietsdaguitstapper (40%) die een lange fietstocht maakt. Met 4% zijn fietsvakantiegangers weinig aanwezig. Verreweg de meeste fietsers zijn afkomstig uit de eigen provincie (84%).

De gemiddelde leeftijd is 55 jaar, één jaar jonger dan in 2006. De groep tussen de 25 en 39 jaar is sterk toegenomen ten opzichte van 2006. Er lijkt zich een trend tot verjonging bij het fietsen af te tekenen. Fietsen is desalniettemin een activiteit die slechts weinig met kinderen ondernomen wordt.

De meeste fietsers (42%) gaan fietsen met het motief *Uitdaging*, gevolgd door het motief *Gezelligheid* (24%) en *Even tussen uit* (20%), *Interesse* (7%) en *Volledig opgaan* in de natuur (6%). De fietsers gaan gemiddeld met twee motieven op pad.

Wat is zijn fietsgedrag?

Bijna de helft van de fietsers in de provincie Antwerpen fietst alleen. Dit aandeel is groter dan in 2006. Daarnaast maken veel fietsers (26%) met hun partner een fietstocht. Gemiddeld gaat een fietstochtenmaker bijna 1 keer per week fietsen en een fietsdaguitstapper 2 keer per maand. Een fietsvakantieganger gaat gemiddeld 1 keer per jaar fietsen.

De gemiddelde afstand van de fietstocht bedraagt 44,6 km (toename ten opzichte van 2006). Bijna 23% van de fietsers maakt daarbij gebruik van een (hoofdzakelijk papieren) fietskaart. Horecabezoek is bij alle typen fietsers het meest populair. Fietsers die met het motief *Gezelligheid* fietsen, besteden het meest aan eten en drinken; fietsers die met het motief *Uitdaging* fietsen, besteden hieraan het minst.

Gemiddeld besteden alle typen fietsers in 2012 in de provincie Antwerpen € 8,54, waarvan 86% aan eten en drinken. De gemiddelde bestedingen zijn lager dan in 2006.

Wat is de omvang en economische impact van het fietstoerisme?

Op basis van tellingen op 11 locaties is berekend dat in 2012 6,8 miljoen recreatieve fietstochten werden gemaakt op het fietsknooppuntennetwerk in de provincie Antwerpen. Wanneer de aantallen fietsers in 2012 worden vergeleken met voorgaande jaren, dan blijkt de neergaande lijn gestopt te zijn. Na een opleving in het mooie fietsjaar 2011 is 2012 weer vergelijkbaar met het jaar 2010. Het regenachtige weer en de lage temperaturen in 2012, alsmede de concurrentie van andere vrijetijdsactiviteiten zullen hiervoor waarschijnlijk verantwoordelijk zijn.

De totale bestedingen van fietsers in de provincie Antwerpen bedragen € 71,6 miljoen in 2012. In 2006 werden de totale bestedingen van fietsers berekend op € 92,6 miljoen, maar in dat jaar werden meer fietstochten ondernomen.

De totale economische waarde is berekend met behulp van een input-outputmodel. Een input-outputmodel toont de relaties tussen verschillende bedrijfstakken in de economie. Op deze manier worden zowel de directe als de indirecte effecten zichtbaar gemaakt. Uitgangspunt is zoveel mogelijk dat alleen de bestedingen die ook echt extra zijn voor een gebied worden gebruikt als input voor een input-outputmodel. Alleen de bestedingen van niet-bewoners van de provincie Antwerpen worden daarom meegenomen in de berekening: hierbij wordt er vanuit gegaan dat zij geen geld hadden uitgegeven in de provincie Antwerpen als zij daar niet waren gaan fietsen.

Dit betekent dat van de totale bestedingen van € 71,6 miljoen alleen de bestedingen van dagfietsers van buiten de provincie Antwerpen en de bestedingen van fietsvakantiegangers worden meegerekend: bestedingen ter waarde van € 30,4 miljoen worden gebruikt als input voor het input-outputmodel.

In totaal leidt fietstoerisme in de provincie Antwerpen - in alle sectoren van de economie én direct en indirect - tot de volgende economische effecten:

- Totale bestedingen van alle fietsers: € 71,6 miljoen
 waarvan extra bestedingen voor Antwerpse economie: € 31,8 miljoen
- Extra output door fietstoerisme: € 45,9 miljoen
- Extra toegevoegde waarde door fietstoerisme: € 17,6 miljoen
- Extra werkgelegenheid door fietstoerisme: 444,5 voltijdbanen

Hoe wordt het fietsknooppuntennetwerk geëvalueerd?

Ten opzichte van 2006 heeft het fietsknooppuntennetwerk wederom aan populariteit en bekendheid gewonnen. Dit gaat ten koste van de thematische routes en het aantal mensen dat geen specifieke route volgt. Met name fietsers die met het motief *Gezelligheid* fietsen volgen het fietsknooppuntensysteem.

Bij de evaluatie wordt vooral de opmerking gemaakt (27%) dat er betere fietspaden moeten komen, op de voet gevolgd door verbetering van het onderhoud (26%). Bij het onderhoud gaat het niet alleen om de fietspaden, maar ook om de begroeiing er omheen. Er worden opmerkingen gemaakt over het ontbreken van omrij-bordjes voor fietsers bij wegwerkzaamheden, de leesbaarheid en de plaatsing van de bordjes. Ook zijn er opmerkingen gemaakt over het gedrag van anderen. Wielrenners hebben hinder van fietsers en wandelaars en andersom. Ook het gedrag van automobilisten wordt vaak als onveilig beschouwd. Over het knooppuntensysteem worden voornamelijk positieve opmerkingen gemaakt.

Hoe kan de ontwikkelingsdynamiek van het fietsen worden gestimuleerd?

In een focusgroep hebben fietsers een aantal maatregelen genoemd om het fietsen te stimuleren. Ze willen graag meer informatie op de fietskaart zoals adressen van parkeerplaatsen, cafés met openingstijden, fietsstalling en reparatie, routes door steden, toiletten, gemeentegrenzen en fietspaden met goed asfalt. Ook is er behoefte aan een interactieve website met routes op maat en een website waar alle informatie gestructureerd wordt aangeboden. Ze willen graag veilige wegen met goede paden en veilige oversteekpunten. Ze pleiten voor een eenduidig beleid voor fietsinfrastructuur en dat de grensoverschrijdende aansluitingen worden verbeterd. Ze willen meer voorzieningen langs route en meer communicatie over het fietsaanbod via nieuwsbrieven en promotie.

Via interviews met sleutelfiguren aan de aanbodzijde is getracht te achterhalen wat de belangrijkste verbeterpunten zijn bij het verder ontwikkelen van het fietstoerisme. De beschrijving van een ideale fietsprovincie van de sleutelfiguren heeft zeer veel overeenkomsten met de beschrijving van een ideale fietsprovincie door de focusgroep. Ook de spontane opmerkingen uit de face-to-face interviews hebben dezelfde lading. Vraag en aanbod zitten dus wat betreft ideale fietsprovincie op één lijn.

Vastgesteld werd dat de belangrijkste ambitie voor Antwerpen als fietsprovincie in 2020 tweeledig is: een goede en veilige fietsinfrastructuur en de bekendheid van Antwerpen als fietsprovincie. Hiertoe moet blijvend geïnvesteerd worden in de kwaliteit van het fietsproduct (onderhoud/kwaliteit/veiligheid paden, rustplekken) en moet er meer aandacht zijn voor promotie en informatievoorziening. Producten kunnen beter worden afgestemd op doelgroepen. Meer communicatie en samenwerking tussen sport, toerisme, natuur, mobiliteit en ruimtelijke ordening is noodzakelijk, zowel binnen de provincie als ook lokaal, tussen provincies en over de grens. Ten slotte is meer kennis over fietsen nodig en moet deze kennis meer gedeeld worden.

In het innovatie-atelier is gewerkt aan ideevorming en uitwerking van concrete initiatieven die inspelen op de behoeften van fietsers en sleutelpersonen. Ideeën zijn gevormd rondom de volgende thema's:

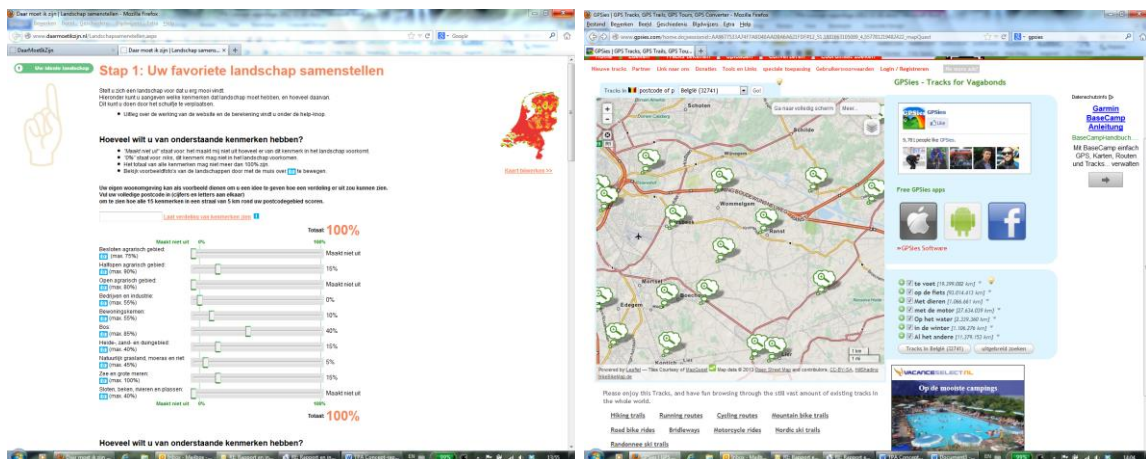
- Ontwikkelen van een integraal fietsbeleid en integrale communicatiecampagne rondom fietsen. Er gaat gewerkt worden aan de voorbereiding van legislatuurvisie; een document voor verschillende provinciale diensten en andere stakeholders
- Ontwikkelen van een service genaamd "de fietsdokter", mensen helpen die kleine fietspech hebben. Het idee is zorgeloos fietsen met als slogan "Antwerpen – daar kan je fietsen en daar word je altijd uit de nood geholpen."
- Ontwikkelen van een gestandaardiseerde verzameling van informatie voor de online informatievoorziening over het fietsknooppuntennetwerk.
- Ontwikkelen van een fietsdatabank met informatie over fietspaden ten aanzien van verharding, verlichting, onderhoud, oversteekplaatsen etc.

7.2 Aanbevelingen

Het fietsknooppuntennetwerk wordt in toenemende mate gebruikt door fietsers uit de leeftijdsgroep van 25 tot 39 jaar. Dit sluit aan op de wereldwijde trend waarbij het vooral bij jongeren in steden als New York, Parijs, Londen en Berlijn hip is om te fietsen. Onder het motto "jong geleerd, oud gedaan" bieden deze ontwikkelingen veel kansen voor het fietsknooppuntennetwerk. Bovendien is er wereldwijd aandacht voor het tegengaan van obesitas. Dit geeft een kans om samen met de sport- en gezondheidssector het recreatief fietsen te stimuleren. Vastgesteld werd dat de belangrijkste ambitie voor Antwerpen als fietsprovincie in 2020 tweeledig is: een goede en veilige fietsinfrastructuur en de bekendheid van Antwerpen als fietsprovincie. Hiertoe doen wij de volgende aanbevelingen:

- Meer communicatie en samenwerking tussen sport, toerisme, natuur, mobiliteit en ruimtelijke ordening is noodzakelijk, zowel binnen de provincie als ook lokaal, tussen provincies en over de grens. Dit vraagt om een **integraal fietsbeleid**. Aanbevolen wordt om het idee uit het innovatie-atelier (het opstellen van een gezamenlijke fietsbeleidnota door de provinciale diensten op gebied van toerisme, sport, mobiliteit, ruimtelijke ordening en milieu & natuurbehoud) zo spoedig mogelijk uit te voeren. Naar aanleiding van dit nieuwe fietsbeleid kunnen convenanten met lokale partners worden opgesteld.
- Investeren in de kwaliteit en het onderhoud van de fietspaden is noodzakelijk voor de kwaliteitsverbetering van het totale fietsproduct. Aangezien de fietspaden vooral de verantwoordelijkheid zijn van **lokale partners**, zal hiervoor **gericht beleid met bijbehorende convenanten** ontwikkeld moeten worden. Te denken valt ook aan een benchmarkonderzoek naar gemeenten met de beste staat van dienst betreffende kwaliteit en onderhoud van recreatieve fietspaden, waarbij goede scores financieel beloond worden.
- Bij lokale partijen bestaat bovendien een grote behoefte aan kennis over de fietser en diens behoeften. Een aanpak waarbij **kennis verder verzameld en gedeeld wordt** is aan te bevelen. Denk hierbij aan een kennisdatabank, workshops en een centraal aanspreekpunt voor alle partijen die zich op een of andere wijze bezighouden met het fietsproduct.
- Aanbevolen wordt om te **investeren in de verbindingen tussen stad en land**, door deze aantrekkelijk te maken via veilige (autovrije) en snelle routes. De Fiets-o-strada zou hiervoor de aorta kunnen worden, aangevuld met groene "aders" die vanuit verschillende wijken naar het buitengebied en knooppuntennetwerk gaan.

- De informatievoorziening rondom het fietsproduct dient verder verbeterd te worden. Dit geldt enerzijds voor de bestaande gedrukte media. Aanbevolen wordt **de informatie op de fietsroutekaarten fors uit te breiden**, inspeland op de wensen genoemd in de focusgroep. Het fietsinspiratieboekje wordt niet als bron van *informatie* gebruikt en zou bij een eventuele heruitgave meer gericht moeten worden op *inspiratie*.
- Aanbevolen wordt om vooral ook de online informatievoorziening sterk te verbeteren. Hoewel veel websites informatie over fietsroutes bieden, bestaat er behoefte aan **één centrale website, een interactief platform** waar routes op maat kunnen worden samengesteld en reviews en aanbevelingen van andere fietsers kunnen worden bekeken (integratie met sociale media). Mogelijk geschikte voorbeelden voor de techniek achter de routes op maat zijn de websites www.daarmoetikzijn.nl en www.GPSies.com.



Figuur 12: Screenshots van daarmoetikzijn.nl (links) en GPSies.com (rechts)

- De promotie van Antwerpen als fietsprovincie wordt ondersteund door bovengenoemde verbeteringen in de informatievoorziening, online en in gedrukte media. Daarnaast wordt aanbevolen deze promotie invulling te geven door **het ontwikkelen van unieke producten als marketinginstrument**. Voorbeeld is het idee van een Fietsdokter zoals voorgesteld tijdens het innovatie-atelier.

Literatuur

- Derre, L., M. Moris, 2011. Drempels en stimuli van het fietstoerisme als motor voor regionale ontwikkeling in Vlaanderen. Leuven, Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie, Spoor Toerisme en Recreatie – K.U. Leuven. Toerisme Research Paper nr. 26.
- Goossen, C.M., T.A. de Boer, 2008. Recreatiemotieven en belevingsferen in een recreatief landschap; Literatuuronderzoek. Wageningen, Alterra. Alterra-rapport 1692.
- Goossen, C.M., R.J.H.G. Henkens, I. Woltjer, 2010. Ontwikkeling behoefte aan recreatie-activiteiten en relatie met motieven; Analyse vrijetijdsgegevens voor een herijking van recreatietekorten. Wageningen, Alterra. Alterra-rapport 2034.
- Goossen, C.M., T.A. de Boer, F. Langers, 2012. Recreatieve potenties en baten van het landschap. Wageningen, Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu, WOT-werkdocument in voorbereiding
- Indigov-Ivox, 2012. Bevraging Vlaamse bevolking m.b.t. gedrag, attitudes en interesses t.o.v. fietstoerisme en het gebruik van het fietsknooppuntennetwerk in de provincie Antwerpen.
- Janssens, D., M. Cools, W. Miermans, K. Declercq, G. Wets, 2011. Onderzoek Verplaatsingsgedrag Vlaanderen 4.2 (2009-2010). Diepenbeek, Instituut voor Mobiliteit.
- NBTC-NIPO Research, 2006, 2008, 2010. ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO). 2004-2005. 2006-2007. 2008-2009. Leidschendam/Amsterdam.
- Toerisme Provincie Antwerpen, 2002. De economische betekenis van het fietstoerisme in de provincie Antwerpen. Antwerpen.
- Toerisme Provincie Antwerpen, 2007. De economische impact van het fietstoerisme in de provincie Antwerpen. Antwerpen.

Bijlage 1 De Fietsdaguitstapper nader beschouwd in een secundaire analyse

Bureau IDEA Consult heeft in samenwerking met iVOX via een online panel tussen 1 juli 2010 en 30 juni 2011 respondenten in België gevraagd om hun dagtoeristische uitstappen te rapporteren. Circa 2.300 respondenten hebben dit gedaan. Dagtoerisme wordt gedefinieerd als alle daguitstappen die op meer dan 20 km van huis plaatsvinden (behalve bij toertochten te voet, per fiets, per paard) én waarvoor men minimaal 4 uur van huis is (inclusief de reistijd), zonder dat daarbij een overnachting plaatsvindt.

Niet inbegrepen zijn:

- bezoek uitsluitend aan familie, vrienden en kennissen
- dagtochten vanuit een vakantieadres of tweede verblijf
- uitstappen met een routinematig karakter.

Deze definitie van de dagtoeristische uitstappen komt overeen met de definitie van de fietsdaguitstapper uit de gebruikersenquête.

Uit (Nederlands) onderzoek (Goossen et al, 2010) blijkt dat een fietstocht (inclusief rusten) gemiddeld 141 minuten duurt. Uit de gebruikersenquête in de provincie Antwerpen komt een gemiddelde afstand van 45 km. Uitgaande dat een fietser gemiddeld 16 km per uur fietst, dan is dat circa 170 minuten. Een groot deel van recreatief-toeristische fietstochten zal met deze definitie van minimaal 4 uur van huis dus buiten beschouwing blijven, De uitkomsten van deze secundaire analyse moeten met deze definitie in gedachten geïnterpreteerd worden.

Er is onderzocht wat de antwoorden waren op de vraag wat men gedaan heeft tijdens de daguitstap. De antwoorden "volgen van een fietsroute", "volgen van fietsknooppunten" en "fietstocht met eigen traject" zijn geselecteerd. Ook zijn antwoorden geselecteerd waarbij het bezoek aan bijvoorbeeld natuurreservaten als eerste is genoemd, maar waarbij ook één van deze type fietsroutes is genoemd. In totaal zijn er dan 619 fietsdaguitstappen in België gemaakt. Deze fietsdaguitstappen worden door 293 unieke respondenten ondernomen. Het deelnamepercentage aan fietsen (met bovenstaande definitie) in België is daarmee 12,7%. Dit betekent dat per respondent gemiddeld 2,1 fietsdaguitstappen per jaar in België zijn gemaakt.

In deze bijlage wordt een beschrijving gemaakt van de fietsdaguitstapper die volgens de secundaire analyse een bepaalde fietstocht in de provincie Antwerpen maakt. Dit is dus slechts een beschrijving van één van de drie groepen fietsers die worden onderscheiden¹¹.

¹¹ Naast de hier beschreven fietsdaguitstapper zijn dat de fietstochtenmaker en de fietsvakantieganger

De fietsdaguitstapper wordt in de secundaire analyse verdeeld in subtypen: fietsers die een thematische lusvormige fietsroutes volgen, een knooppuntenroute volgen of een eigen traject volgen. Er zijn soms combinaties gemaakt. Voor de analyse is gekozen om een dergelijke "combi-fietsers" in te delen tot het type fietser dat hij als eerste gekozen heeft bij de combinatie.

In de analyses worden alleen die fietsers meegenomen die in de provincie Antwerpen wonen (N=86). In het tweede deel van deze bijlage komen de specifieke kenmerken van de gemaakte fietstochten aan bod. Alleen die fietstochten worden meegenomen die de provincie Antwerpen als bestemming hebben. Deze 127 fietsdaguitstappen worden door 68 respondenten gemaakt. Dit aantal is te weinig om representatief te zijn voor het dagtoeristisch fietsen. De resultaten zijn daarom meer een indicatie. Gemiddeld maakt een respondent dus 1,9 fietsdaguitstappen per jaar in de provincie Antwerpen. Dat is iets minder dan gemiddeld voor heel België.

Samenvattend is de fietser die een thematische lusvormige route kiest de kleinste doelgroep. Deze fietser is ouder, woont vaak met partner, hebben een lagere opleiding genoten en zijn vaak al met pensioen. Ze behoren vaak toch de lagere sociale klasse. Ze lezen wat minder vaak een weekblad of magazine, maar kijken wel relatief veel televisie. Technologische vernieuwingen gebruiken ze als laatste, maar besteden wel relatief veel tijd aan internet. Wandelen en fietsen doen ze graag, met name in het late voorjaar, waarbij ze vaak de fiets op de auto zetten om ergens naar toe te gaan. Het gebied moet dan wel gemakkelijk bereikbaar zijn en niet te ver weg liggen. Ze fietsen vaak met partner, vrienden en kennissen waar ze ook informatie van krijgen over fietsroutes. Ze doen minder aan bestedingen, maar geven wel het meeste uit, vooral aan horeca en toegangsgelden.

Fietsers die een knooppuntenroute volgen behoren tot de grootste doelgroep. Ze zijn wat minder oud, woont vaak met partner, hebben een hogere opleiding en werken vaak als bediende en behoren tot de wat minder lage sociale klasse. Ze lezen vaak een krant, weekblad of magazine en kijken vaak televisie. Technologische vernieuwingen gebruiken ze als laatste en ze besteden wat minder tijd aan internet. Wandelen en fietsen doen ze graag, met name in de zomer, maar ze lezen ook graag en gaan ook vaak uit eten. Ze fietsen met partner, familie, vrienden en kennissen om samen te zijn, maar het gebied moet niet te ver weg liggen alhoewel ze wel redelijk ver fietsen. Om informatie te zoeken over fietstochten wordt vaak een website bezocht. Ze geven relatief minder geld uit, met name aan horeca, transport en voeding.

Fietsers die een eigen traject volgen behoren tot een middelgrote doelgroep. Ze zijn vaak jonger, woont met partner en/of kinderen of is alleenstaand en heeft een middelbare opleiding. Ze werken vaak als bediende en ze behoren tot de hogere sociale klasse. Ze lezen minder vaak een krant en kijken minder televisie. Ze besteden relatief veel tijd aan internet om producten of diensten te kopen en ze zijn ook relatief veel bezig met technologische vernieuwingen. Wandelen en fietsen, zelf koken en op bezoek gaan bij vrienden zijn favoriete vrijetijdsbestedingen evenals televisie kijken. Ze fietsen vooral in het vroege najaar met partner of het hele gezin om samen te zijn of om een gekende

plaats opnieuw te bezoeken. Die dient dan ook vaak als informatiebron., naast informatie van vrienden en websites. Ze hebben een gemiddeld uitgavenpatroon, met name aan horeca, voeding en transport.

Kenmerken van de fietsdaguitstapper

Bij de kenmerken van de fietser zelf gaat het om sociaal-economische en sociaal-culturele factoren als:

- Geslacht
- Leeftijd
- Huishoudsamenstelling
- Opleiding
- Werkactiviteit
- Sociale klasse
- Informatiebronnen ter beschikking

Vrouwen volgen meer een fietsknooppuntroute (57%) en een eigen traject (67%) dan mannen. Het verschil is echter niet significant. Het grootste deel van de fietser is boven de 50 jaar (Tabel 24). De gemiddelde leeftijd is dan ook 59 jaar voor een fietser die een lusvormige route volgt. De gemiddelde leeftijd van een fietser die een fietsknooppuntenroute volgt is lager, namelijk 56 jaar. De gemiddelde leeftijd van de fietser die een eigen traject volgt is het laagst, namelijk 50 jaar. Opvallend is dat jongeren relatief vaak een fietsroute met een eigen traject hebben gemaakt. Het verschil tussen de fietsers is ook significant. Hoe ouder de fietser, hoe groter de kans is dat een lusvormige fietsroute wordt gevolgd. Hoe jonger de fietser, hoe meer kans dat een eigen traject wordt gefietst.

Tabel 24 Verdeling (%) type fietsers naar leeftijdsklasse

Leeftijdsklasse	lus	knoop	traject	Totaal
18-29 jaar	0	3	17	7
30-39 jaar	0	0	7	2
40-49 jaar	5	24	14	17
50-59 jaar	42	41	31	38
60-69 jaar	47	16	24	26
70 jaar en ouder	5	16	7	11
<i>Gemiddelde leeftijd</i>	<i>59</i>	<i>56</i>	<i>50</i>	
N	20	37	29	86

P < 0,05

De relatief hoge leeftijd brengt met zich mee dat de gemiddelde huishoudgrootte 2,56 personen is voor de fietser die een lusvormige route volgt. Bij de fietser die een knooppuntenroute volgt is dat gemiddeld 2,41 personen en bij de fietser met een eigen traject is dat gemiddeld 2,63 personen. Fietzers die met een partner wonen zonder kinderen komen het meest voor (zie Tabel 25) bij de fietsers die een lusvormige of knooppuntenroute volgen. Fietzers die een eigen traject volgen hebben een meer divers huishoudsamenstelling en wonen relatief vaak alleen. Fietzers waarbij het jongste kind 18 jaar of ouder is, komen regelmatig voor. De verschillen zijn echter niet significant.

Tabel 25 Verdeling (%) type fietsers naar gezinssituatie

Huidige gezinssituatie	lus	knoop	traject	Totaal
Alleenstaand	6	13	17	12
met partner zonder kinderen	50	51	35	45
jongste kind 6-11 jaar	0	0	10	3
jongste kind 12-17 jaar	6	0	3	2
jongste kind \geq 18 jaar	33	19	14	21
andere:	6	17	21	16
<i>Totaal</i>	<i>101</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	20	37	29	86

Relatief veel van de fietsers die een lusvormige route hebben gevolgd, hebben geen diploma of alleen lager onderwijs. Bij de andere twee type fietsers komt hoger secundair onderwijs vaak voor. Fietzers met een universitaire opleiding komen relatief weinig voor (Tabel 26). Er zijn geen significante verschillen gevonden tussen de typen fietsers met betrekking tot het diploma.

Tabel 26 Verdeling (%) type fietsers naar diploma

Type diploma	lus	knoop	traject	Totaal
zonder diploma of lager onderwijs	46	15	21	24
lager secundair onderwijs	8	19	21	17
hoger secundair onderwijs	23	31	36	31
hoger niet-universitair onderwijs	15	31	14	22
universitair onderwijs	8	4	7	6
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>99</i>	<i>100</i>
N	20	37	29	86

In Tabel 27 valt op dat relatief veel fietsers met pensioen zijn of geen beroep hebben. Dit heeft ongetwijfeld met de relatief hoge leeftijd te maken. De relatief lage opleiding is waarschijnlijk ook de oorzaak dat veel fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen of een eigen traject fietsen, hoofdzakelijk bediende of arbeider zijn. De verschillen in beroep tussen de typen fietsers zijn niet significant.

Tabel 27 Verdeling (%) type fietsers naar type beroep

Type beroep	lus	knoop	traject	Totaal
Arbeider	6	11	7	8
Bediende	17	28	33	27
Ambtenaar	6	6	3	5
Onderwijzend personeel	0	6	0	3
Middenkader/staffunctie	0	3	0	1
Hoger kader/directie	6	3	0	3
Vrij beroep	0	3	3	2
Zaakvoerder met 1-5 personeelsleden	0	3	0	1
Huisvrouw/man	17	3	10	9
Zonder beroep (invalide etc.)	22	14	10	14
(Brug)gepensioneerd	28	22	20	22
Anders	0	0	13	4
<i>Totaal</i>	<i>102</i>	<i>102</i>	<i>99</i>	<i>100</i>
N	20	37	29	86

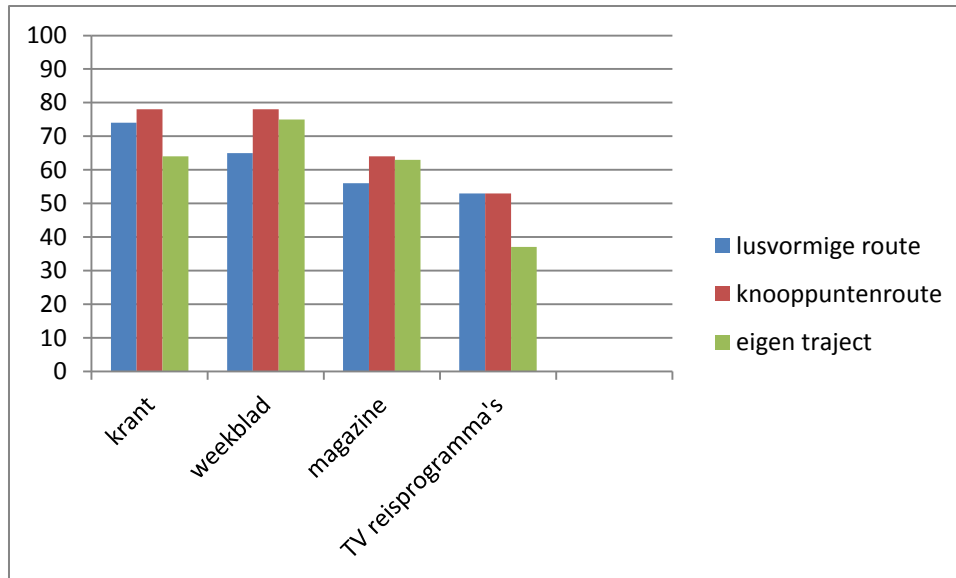
Dit alles maakt dat de verdeling naar sociale klasse ook scheef is. Uit Tabel 28 blijkt dat de meeste typen fietsers tot de lagere sociale klasse behoort. Opvallend is dat relatief veel fietsers die een eigen traject volgen tot de hogere sociale klassen behoren. De verschillen zijn echter niet significant.

Tabel 28 Verdeling (%) type fietsers naar sociale klasse

Sociale klasse	lus	knoop	traject	Totaal
Hoger	13	18	33	22
Gemiddeld hoger	31	29	24	28
Gemiddeld lager	0	6	0	3
Lager	56	47	43	48
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	20	37	29	86

Gebruik van media

Om het fietsproduct te kunnen promoten is het handig om te weten wat voor type media de typen fietsers gebruiken die fietstochten in de provincie Antwerpen maken.



Figuur 12 Gebruik van media per type fietser

Het blijkt dat 74% van de fietsers die een lusvormige route volgen, 78% van de fietsers die een knooppuntenroute volgen en 64% van de fietsers die een eigen traject fietsen, een papieren krant leest. Ongeveer 71% van de fietsers die een lusvormige fietsroute volgen, geeft aan ook regelmatig de reisbijlage te lezen in hun krant. Van de fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen is dit zelfs 89% en bij fietsers die een eigen traject volgen, leest 68% regelmatig de reisbijlage.

Van de fietsers die een lusvormige fietsroute volgen, geeft 65% aan een weekblad te lezen. 78% van de fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen, leest een weekblad. Van de fietsers die een eigen fietstraject volgen, leest 75% een weekblad.

Het blijkt dat 56% van de fietsers die een lusvormige route volgen, een magazine lezen. Van de fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen leest 64% een magazine. Bij de fietsers die een eigen traject fietsen is dit 63%.

Naast het lezen van kranten, weekbladen en magazines wordt er ook televisie gekeken. De fietsers die een lusvormige route volgen en de fietsers die een eigen traject volgen kijken gemiddeld 2,2 uur per dag televisie. De fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen, kijken iets minder, gemiddeld 1,9 uur per dag. De meerderheid van de fietsers die een lusvormige fietsroute volgen (53%) of een fietsknooppuntenroute volgen (53%) halen ideeën voor daguitstappen uit de programma's als Vlaanderen Vakantieland (64%) en Duizend zonnen (36%). Beide programma's worden op Een uitgezonden. Circa 63% van de fietsers die een eigen traject volgen, haalt hier geen ideeën uit.

Ook reclamespotjes op de radio is een mogelijkheid om bekendheid te geven aan specifieke fietsroutes. Radio 2 wordt het meest beluisterd door alle typen fietsers. Fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen, luisteren ook vaak naar Radio 1 en Joe FM. Fietsers die een eigen traject volgen luisteren ook relatief vaak naar Q-music.

Gelezen media

Van diegene die een papieren krant lezen, is het Nieuwsblad/Gentenaar het meest populair (Tabel 29) bij de fietsers die een lusvormige of een knooppuntenroute volgen, gevolgd door de Standaard, de Gazet van Antwerpen/Mechelen en Het laatste Nieuws/de Nieuwe Gazet. De Gazet van Antwerpen/Mechelen is bij de fietsers die een eigen traject fietsen het meest populair.

Tabel 29 Verdeling (%) type fietsers naar type krant

Type papieren krant	lus	knoop	traject	Totaal
De Morgen	0	5	6	4
De Standaard	21	14	12	15
Het Laatste Nieuws/De Nieuwe Gazet	16	17	16	16
Het Nieuwsblad/De Gentenaar	26	29	19	25
De Gazet van Antwerpen/Mechelen	21	14	25	19
Het Belang van Limburg	5	5	3	4
De Zondag	11	5	9	8
Metro	0	7	9	6
De Tijd	0	5	0	2
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>101</i>	<i>99</i>	<i>100</i>
N	20	37	29	86

Bij de fietsers die een lusvormige fietsroute volgen, wordt het weekblad Dag Allemaal het meest gelezen. Bij de fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen, wordt het weekblad Libelle het meest gelezen. Bij de fietsers die een eigen fietstraject volgen, wordt eveneens het weekblad Dag Allemaal het meest gelezen.

Tabel 30 Verdeling (%) type fietsers naar type weekblad

Type weekblad	lus	knoop	traject	Totaal
Dag allemaal	30	12	22	20
Tévé-blad	15	8	10	10
Libelle	10	18	12	14
Knack	20	12	10	13
Knack weekend	20	14	7	13
Story	5	4	7	5
Humo	0	14	12	10
Flair	0	10	10	8
Anders	0	8	10	7
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	20	37	29	86

Het blijkt dat fietsers die een lusvormige route volgen vooral Goed Gevoel, Pasar en Uit-magazine (Tabel 31) lezen. Fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen lezen vooral Goed Gevoel, uit-magazine en Feeling. Fietsers met een eigen traject route lezen eveneens relatief veel het magazine Goed Gevoel, maar ook Plus Magazine.

Tabel 31 Verdeling (%) type fietsers naar type magazine

Type magazine	lus	Knoop	traject	Totaal
Goed gevoel	20	18	22	20
Grande	5	9	0	5
Pas-uit	10	4	9	7
Pasar	15	5	9	9
Touring explorer	10	2	0	3
Vitaya	5	5	0	3
Uit-magazine	15	15	16	15
Fiets-actief	5	4	3	4
Nest	10	5	13	9
Plus magazine	5	9	22	13
Feeling	0	13	0	6
Genieten	0	5	3	3
Zone-magazine	0	5	3	3
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>99</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	20	37	29	86

Naar de zender Een wordt het meest gekeken door de fietsers (Tabel 32). Reclame op deze zender over fietsroutes heeft dan ook de meeste impact. Maar ook zenders als Canvas, VTM en Vitaya hebben een relatief hoog kijkcijfergehalte. Opvallend is dat fietsers die een eigen traject volgen ook relatief vaak naar 2BE en VT4 kijken.

Tabel 32 Verdeling (%) type fietsers naar tv-zenders

Zender	lus	knoop	traject	Totaal
Een	41	30	22	30
Canvas	18	20	14	18
VTM	14	10	14	12
Vitaya	10	7	7	8
Regionale	2	5	7	5
2BE	4	5	12	7
Kanaal z	2	2	1	2
VT4	2	8	11	8
vijftv	2	6	6	5
sportzender	4	2	2	2
anders	0	5	4	4
<i>Totaal</i>	<i>99</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	20	37	29	86

Internet

Fietsroutes kan men ook opzoeken via internet. Het is dan goed om te weten of deze typen fietsers ook gebruik maken van internet en hoe vaak.

Tabel 33 verdeling (%) besteding tijd aan internet per type fietser

Tijdsduur	Lus	knoop	traject	totaal
0-1 uur per dag	35	46	33	39
1-2 uur per dag	40	43	44	43
2-3 uur per dag	20	11	15	14
3-4 uur per dag	5	0	8	4
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	20	37	29	86

Tabel 33 laat zien dat de meeste fietsers gemiddeld 1-2 uur per dag internet gebruiken voor privé-doeleinden. Er is geen significant verschil tussen de verschillende typen fietsers. Dit significant verschil bestaat wel bij het kopen van producten of diensten via het internet. Fietsers die een eigen traject volgen doen dit veel vaker (69%), dan fietsers die een lusvormige route volgen (30%). Fietsers die het knooppuntensysteem volgen zitten tussen deze twee typen in met 41%.

Vakantie- en vrijetijdwebsites (zie Tabel 34) worden het meest bezocht, maar ook nieuwssites. Een meerderheid gebruikt nooit Social media zoals Facebook en Twitter.

Tabel 34 Verdeling (%) typen fietsers naar bezoek type website

Type website	Lus	knoop	traject
Nieuwssites	95	95	96
Sportsites	58	49	46
Social media	40	30	50
Vakantie en vrije tijd	100	100	93
Portaalsites	74	51	72
Aankoop-veilingsites	33	28	54
Cultuursites	70	78	62

Volgens de eigen omschrijving van de fietsers is de interesse in technologische vernieuwingen enigszins wisselend (Tabel 35). Veel typen fietsers zijn daar niet zo mee bezig, ook al vinden ze het wel interessant. Opvallend is dat fietsers die een eigen traject fietsen wel iets meer technologische interesse hebben.

Tabel 35 Verdeling (%) fietsers die een fietsroute volgen naar technologische interesse

Eigen omschrijving	lus	knoop	traject	Totaal
Ik ben niet zo bezig met nieuwe technologische vernieuwingen zoals iPADS, GPS,	42	32	43	38
Ik vind technologische vernieuwingen wel interessant, maar koop ze meestal als een van de laatsten van mijn vrienden	47	55	36	47
Ik vind technologische vernieuwingen wel interessant, en koop deze meestal ongeveer gelijktijdig met mijn vrienden	5	5	18	9
Ik ben echt bezig met technologische vernieuwingen en ben meestal een van de eerste om nieuwe gadgets en zo aan te schaffen.	5	8	4	6
<i>Totaal</i>	<i>99</i>	<i>100</i>	<i>101</i>	<i>100</i>
N	20	37	29	86

Overige vrijetijdsactiviteiten

Naast deze activiteiten zijn er nog meer vrijetijdsactiviteiten die de fietsers ondernemen. In Tabel 36 staat een overzicht van allerlei vrijetijdsactiviteiten die deze fietsers nog meer ondernemen. TV-kijken en recreatief wandelen en fietsen zijn de meeste beoefende vrijetijdsactiviteiten. Ook klussen en tuinieren worden vaak ondernomen. Opvallend is dat fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen meer deelnemen aan de activiteit uit eten gaan dan fietsers die een lusvormige route volgen of fietsers die een eigen traject volgen die weer meer zelf koken. Ook de activiteit lezen wordt meer door fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen gedaan dan door de andere typen fietsers. Fietsers die een eigen fietstraject volgen gaan relatief meer op bezoek bij vrienden en familie, zijn meer bezig met hun huisdieren, maar bezoeken relatief minder bezienswaardigheden. Ze nemen ook wat minder deel aan vakanties.

Opvallend is dat fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen, minder activiteiten beoefenen in het verenigingsleven en vrijwilligerswerk en ook minder tijd doorbrengen met hun kinderen. Daarentegen shoppen ze meer. Ook lezen deze fietsers regelmatig en het zelf koken mag zich ook bij de populaire activiteiten rekenen. Bezienswaardigheden bezoeken doen deze fietsers ook, maar niet zo vaak. Hetzelfde geldt voor een vakantie in België. Videospelletjes en gezelschapsspelletjes, natuurexploratie, sportmanifestaties bezoeken, auto's en beauty & wellness zijn vrijetijdsactiviteiten die deze fietsers niet of nauwelijks kunnen bekoren.

Tabel 36 Verdeling (%) typen fietsers naar vrijetijdsactiviteiten

Vrijetijdsactiviteit	lus	knoop	traject	totaal
tv-kijken	12	7	11	9
recreatief wandelen en fietsen	13	9	8	9
klussen en tuinieren	8	6	7	7
lezen	6	8	7	7
zelf koken	5	7	8	7
uit eten gaan	4	8	5	6
op bezoek gaan bij vrienden of familie	4	6	8	6
vakantie nemen in het buitenland	5	6	3	5
verenigingsleven en vrijwilligerswerk	7	2	6	4
bezienswaardigheden bezoeken	5	4	2	3
vakantie nemen in België	5	4	2	3
huis inrichten	5	2	2	3
tijd doorbrengen met de kinderen	4	2	3	3
bioscoop	3	4	2	3
naar theater en concerten gaan	2	4	3	3
actief sporten	3	3	4	3
bezig zijn met huisdieren	2	2	5	3
shoppen (buiten de noodzakelijke aankopen)	2	5	2	3
musea en tentoonstellingen bezoeken	1	3	3	2
naar feestjes gaan	1	2	3	2
cafébezoek	1	1	3	2
andere	3	2	1	2
opleiding volgen	2	1	1	1
sportmanifestaties (als toeschouwer)	1	0	1	1
videospelletjes en gezelschapsspelletjes	0	0	2	1
beauty & wellness	0	1	1	1
auto's	0	0	1	0
natuurexploratie	0	0	1	0
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	20	37	29	86

Fietsgedrag van fietsdaguitstappers via secundaire analyse

Bij de secundaire analyse van de rapportage over dagtoeristische uitstappen zijn de volgende kenmerken van alle gemaakte type fietstochten geanalyseerd voor specifiek de provincie Antwerpen:

- Seizoen
- Reisgezelschap
- Gemiddelde grootte reisgezelschap
- Vervoermiddel
- Beweegredenen
- Geraadpleegde informatiebronnen
- Reisduur
- Gemiddelde Besteding
- Besteding per type

Ook nu zijn de resultaten van de dagtoeristische uitstappen enigszins te vergelijken met de resultaten van de fietsdaguitstappen uit de gebruikersenquête.

Tabel 37 Verdeling (%) type fietsdaguitstap

Type fietsdaguitstap	%	N
Volgen van een fietsroute (lusvormig)	17	22
Volgen van fietsknooppunten	49	62
Fietstocht met eigen traject	28	36
Combinatie route/knoop	4	5
Combinatie route/traject	1	1
Combinatie knoop/traject	1	1
Totaal	100	127

Zoals Tabel 37 laat zien is het volgen van fietsknooppunten in de provincie Antwerpen het meest populair (49%). Circa 4% van de respondenten combineert dit met het volgen van een lusvormige fietsroute en 1% met een fietstocht met een eigen traject. Het maken van een fietstocht met een eigen traject wordt door 28% gedaan. Het volgen van een fietsroute (lusvormig) wordt door 17% gedaan. Circa 1% combineert dit met het volgen van een fietsknooppuntenroute.

Kenmerken bij de gemaakte fietsroutes

De meeste fietsroutes worden in de zomer gemaakt, gevolgd door het voorjaar. Toch zijn er wel verschillen tussen de typen fietsroutes zoals in Tabel 38 staat weergegeven. De verschillen zijn ook significant. Lusvormige routes worden iets meer in het (late) voorjaar ondernomen, knooppuntenroutes iets meer in de zomer en eigen trajectroutes iets meer in het vroege najaar.

Tabel 38 Verdeling (%) type fietsroute per seizoen*

Seizoen	lusroute	knooppuntroute	trajectroute	Totaal
Winter	0	12	11	10
Lente	41	21	43	31
Zomer	44	50	20	40
Herfst	15	17	26	19
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	22	62	36	120

*Significant bij $P < 0,05$

Niet verwonderlijk is dat de meesten de fiets als belangrijkste vervoermiddel hebben gekozen. Wel verwonderlijk is het feit dat 50% van de fietsers die een lusvormige route fietsen de auto als vervoermiddel (ook) heeft gebruikt. Nadere analyse laat zien dat het er sterk op lijkt dat het merendeel van deze fietsers de fiets op de auto zetten en naar een bepaald gebied rijden om daar vervolgens te gaan fietsen.

Circa 32% van de lusvormige fietsroutes, 24% van de knooppuntenroute en 26% van de eigen trajectroutes zijn gevolgd via een groepsuitstap met een vooraf vastgesteld programma. Dit maakt dat het gemiddelde gezelschap ook redelijk groot is, namelijk 3,9 personen bij lusvormige routes, 3,3 personen bij fietsknooppuntenroutes en 4,1 personen bij eigen trajectroutes. Toch zijn de meeste fietsers met twee personen gaan fietsen, zoals uit Tabel 39 blijkt.

Tabel 39 Verdeling (%) grootte gezelschap per type fietsroute

Aantal personen	lusroute	knooppuntroute	trajectroute	totaal
1	0	10	15	10
2	42	55	36	47
3	15	7	24	14
4	15	10	3	9
5	15	0	6	5
6	4	5	3	4
7	0	2	3	2
8 of meer	9	11	10	10
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	22	62	36	120

Dit blijkt ook in de meeste gevallen de partner van de fietser te zijn zoals uit Tabel 40 blijkt. Ook komt in de tabel terug dat het aandeel vrienden en kennissen vooral bij de lusvormige routes en knooppuntenroutes (circa 30%) redelijk groot is. De routes met een eigen traject worden relatief vaak in gezinsverband gefietst.

Tabel 40 Verdeling (%) type gezelschap per type fietsroute

Type gezelschap	lusroute	knooppuntroute	trajectroute	totaal
Alleen partner	49	42	41	43
Hele gezin	8	6	22	11
Familie, niet tot gezin behorend	5	18	15	15
Vrienden en kennissen	33	30	17	27
Overig	5	3	5	4
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>99</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	22	62	36	120

De belangrijkste beweegredenen voor het maken van een fietsroute was bij elk type fietsroute "ontspannen, genieten, zichzelf verwennen, ..." (circa 65%). Dit wordt gevolgd door "genieten van het samenzijn met familie, vrienden, kennissen,..." (25%) en "iets nieuws ontdekken, ervaren, leren, ..." (10%).

De belangrijkste reden om de specifieke bestemming of gebied te bezoeken voor fietsers die een lusvormige route hebben gevolgd of een knooppuntenroute (

Tabel **41** op de volgende pagina), was omdat het nabij was. Ook het makkelijk bereikbaar zijn van het gebied was een belangrijke reden bij deze twee typen fietsroutes. Voor fietsers die een eigen traject hebben gevolgd was de belangrijkste reden om samen te zijn met vrienden en kennissen (26%). Deze laatste reden heeft dus niet zoveel met de bestemming te maken. Het zou in principe overal kunnen zijn. Voor de andere twee typen fietsroutes was dit ook een belangrijke reden. Een gekende plaats opnieuw bezoeken, dus een herhalingsbezoek was relatief belangrijk bij fietsers die een eigen traject volgen. Een interessant evenement bezoeken wordt relatief vaak gecombineerd met een knooppuntenroute. De knooppunten worden dan blijkbaar gebruikt om mee te navigeren.

Tabel 41 Verdeling (%) redenen gekozen bestemming per type fietsroute

Reden om bestemming te kiezen	lusroute	knooppuntroute	trajectroute	totaal
Nabij, niet te ver	37	43	22	35
Gelegenheid om samen te zijn met vrienden en kennissen	26	25	26	25
Gemakkelijk bereikbaar	32	13	15	17
Interessant evenement of tentoonstelling	0	10	4	6
Shoppingsmogelijkheden	0	8	7	6
Een gekende plaats opnieuw bezoeken	5	0	11	4
Interessante stad met veel bezienswaardigheden	0	3	7	4
Afgestemd op kinderen	0	0	7	2
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	22	62	36	120

De gemiddelde afstand die is afgelegd om de verste gemeente te bereiken, is bij de fietsers die een eigen traject hebben gevolgd het minst, namelijk 41 km. De gemiddelde reisduur bedraagt bij dit type fietsroute circa 5 uur. Uitgaande dat er ook weer 41 km moet worden terug gefietst, is de gemiddelde snelheid 16 km per uur. De fietsers die een lusvormige route hebben gefietst, fietsen gemiddeld iets verder, namelijk 46 km en ook iets langer, namelijk 6,1 uur. Men fietst dus circa 15 km per uur, uitgaande dat men gemiddeld ook weer 46 km terug naar huis fietst. De fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen, fietsen het verst, namelijk gemiddeld 49 km en het langst 6,2 uur. De gemiddelde snelheid is dan 16 km per uur. Let wel: de minimale duur van de daguitstap bedraagt in dit onderzoek 4 uur.

Van de fietsers die een lusvormige fietsroute volgen, gebruikt 21% geen enkele informatiebron ter voorbereiding van de fietsroute. Bij de fietsers die het fietsknooppuntensysteem gebruiken is dat 25%. De fietsers die een eigen traject volgen, is het nog meer, namelijk 32%. Desalniettemin wordt bij alle type fietsroutes wel enige vorm van informatie geraadpleegd. Vooral informatie van vrienden, familie en kennissen wordt als informatiebron gebruikt (

Tabel **42** op de volgende pagina), met name door fietsers die een lusvormige route hebben gefietst of een eigen traject volgen. Ook toeristische brochures zijn gebruikt, met name door fietsers die een lusvormige route volgen of fietsers die een knooppuntenroute volgen. Zij gebruiken ook relatief veel overige websites als informatiebron. Fietsers die een eigen traject volgen doen dit veelal op basis van eerdere ervaringen. Dit past bij het gegeven uit

Tabel **41** waar staat weergegeven dat ze relatief vaak een gekende plek opnieuw bezoeken.

Tabel 42 Verdeling (%) informatiebronnen per type fietsroute

Informatiebron fietsroute	lusroute	knooppuntroute	trajectroute	totaal
Informatie van vrienden, familie en kennissen	33	13	22	19
Toeristische brochures	23	17	6	15
Overige website	7	19	14	15
Ervaring van eerder bezoek	7	4	31	13
Website van toeristische regio	3	9	3	6
Artikel, reportage en/of advertentie in krant of magazine	3	6	8	6
Website van activiteit	3	6	8	6
Toeristische infokantoren	3	8	3	6
Website van provincie, stad of gemeente	3	8	0	5
Overig	13	11	6	10
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	22	62	36	120

Bij een meerderheid van de gemaakte fietsroutes zijn tijdens de fietstocht of ter voorbereiding ervan uitgaven gedaan (Tabel 43). De fietsers die een eigen traject volgen, hebben dit het meest gedaan (83%), gevolgd door de fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen (80%). Fietsers met een lusvormige route hebben relatief het minst uitgaven gedaan (71%). De gemiddelde uitgaven per persoon bij deze type fietsroute is echter wel het hoogst, namelijk € 17,33 (inclusief de routes waar geen bestedingen zijn gedaan).

Tabel 43 Verdeling bestedingen per type fietsroute

Bestedingen	lusroute	knooppuntroute	trajectroute
Uitgaven gedaan (%)	71	80	83
Gemiddelde uitgaven per persoon (€)	17,33	14,09	15,15
N	20	59	34

De gemiddelde uitgaven per persoon bij fietsers die een fietsknooppuntenroute volgen is het laagst, namelijk € 14,09. Fietsers die een eigen traject volgen zitten met de gemiddelde uitgaven daar tussen in, namelijk € 15,15. De verschillen zijn echter niet significant.

De bestedingen (Tabel 44 op de volgende pagina) worden vooral in de horeca gedaan en met name op het terras. Het kopen van voedsel in winkels en van snacks wordt ook relatief veel gedaan. Toegangsgelden worden met name betaald bij lusvormige fietsroutes. Transportkosten zijn meer bij de andere twee type fietsroutes aanwezig. Opvallend is dat fietsers van alle typen fietsroutes ook uitgaven doen aan het kopen van gidsen en routekaarten. De verdeling tussen de typen is zelfs ongeveer gelijk.

Tabel 44 Verdeling (%) bestedingscategorieën per type fietsroute

Categorie	lusroute	knooppuntroute	trajectroute	totaal
restaurantbezoek	34	17	31	24
uitgaven op terras, tearoom, cafeteria of café	23	27	17	23
aankoop voeding en/of drank in winkel, speciaalzaak, kiosk	9	13	12	12
transport	3	14	12	11
snacks, frieten, ijsjes, wafels, drank (om mee te nemen)	9	8	8	8
eten & drinkenpicknick van thuis meegebracht	6	7	7	7
kledij, schoenen, accessoires	0	7	5	5
gidsen en routekaarten, toeristische brochures, postkaarten	3	4	2	3
andere toegangsgelden	11	0	3	3
theater, concerten, wedstrijden en evenementen	3	0	0	1
huur materiaal: fietsen, gocarts, sportmateriaal	0	0	2	1
uitgavenrondleiding met gids	0	0	2	1
andere diverse uitgaven	0	2	0	1
toegangsgelden musea, erfgoed en monumenten	0	0	0	0
pretparken, dierenparken	0	0	0	0
recreatiedomeinen en waterplezier	0	0	0	0
souvenirs en geschenken	0	0	0	0
sightseeing (boot, treintje, gids)	0	0	0	0
interieur en binnenhuis	0	0	0	0
<i>Totaal</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
N	22	62	36	120

Sommige fietsers (7%) nemen een picknickmand van huis mee om onderweg te eten en te drinken. Tussen de typen fietsroutes is daar weinig verschil in.

Bijlage 2 Vragenlijst gebruikersenquête

ENQUÊTE FIETSERS PROVINCIE ANTWERPEN

Fietsprofiel

→ Indien men vandaag met de auto naar de vertrekplaats van de fietstocht is gekomen starten met vraag 1, anders door naar vraag 2

**Hoeveel kilometer (enkele reis) heeft u vandaag afgelegd tussen uw (tijdelijke) verblijfplaats en het startpunt van uw fietstocht?
(ENQ: eventueel schatting van het aantal kilometers)**

..... km

**In welke van de volgende 3 typen fietsers herkent u zich vandaag?
ENQ: 1 antwoord invullen**

- 1 een fietstochtenmaker: ik ben uit de buurt en maak momenteel een fietstocht en ben vertrokken vanuit mijn eigen woonplaats
- 2 een fietstochtenmaker: ik ben uit de buurt en maak momenteel een fietstocht en ben vertrokken vanuit mijn tijdelijke verblijfplaats
- 3 een fietsdaguitstapper: ik maak vandaag een fietsdaguitstap en ben vertrokken vanuit mijn eigen woonplaats
- 4 een fietsdaguitstapper: ik maak vandaag een fietsdaguitstap en ben vertrokken vanuit mijn tijdelijke verblijfplaats
- 5 een fietsvakantieganger: ik ben op fietsvakantie en overnacht in deze regio/provincie
- 6 een fietsvakantieganger: ik ben op fietsvakantie en overnacht elders nl.
....., maar ik kom vandaag door deze regio/provincie gefietst

fietstochtenmaker = vertrekkende vanuit de (tijdelijke) verblijfplaats of verplaatsing van minder dan 20 km van de (tijdelijke) verblijfplaats (enkele reis) met als hoofddoel: fietsen

fietsdaguitstapper = verplaatsing van meer dan 20 km van de (tijdelijke) verblijfplaats (enkele reis) en een minimum duur van 4 uur (incl. reistijd) met als hoofddoel: fietsen

fietsvakantieganger = minimaal 1 overnachting en vakantie met als hoofddoel fietsen

Wat voor type fiets heeft u?

- 1 gewone sportfiets/stadsfiets
- 2 racefiets
- 3 mountainbike
- 4 elektrische fiets, e-bike
- 5 ligfiets
- 6 tandem
- 7 gehuurde fiets
- 8 anders, namelijk
.....

Heeft u een fietskaart bij u en zo ja, hoe lang heeft u die al?

- 1 nee
- 2 ja, een papieren kaart en al
jaar
- 3 ja, een digitale kaart en al
jaar

Hoe vaak maakt u

	fietsvakanties	fiets- daguitstappen	fietstochten
Aantal per afgelopen jaar			
Aantal per afgelopen jaar in deze regio			

Hoeveel personen (inclusief uzelf) van het gezelschap waarmee u vandaag samen fietst, zijn

jonger dan 6 jaar		personen
6 t/m 12 jaar		personen
13 t/m 17 jaar		personen
18 t/m 24 jaar		personen
25 t/m 39 jaar		personen
40 t/m 49 jaar		personen
50 t/m 64 jaar		personen
65 jaar en ouder		personen

Wat omschrijft de aard van het fietsgezelschap het beste?

ENQ: meer antwoorden mogelijk

- 1 alleen
- 2 in gezelschap: met partner
- 3 in gezelschap: met gezin
- 4 in gezelschap: met familie
- 5 in gezelschap: met vrienden, kennissen
- 6 met een vereniging, groep
- 7 anders, namelijk

Hoeveel kilometer denkt u vandaag te fietsen?

..... km

Loopt uw fietstocht vandaag hoofdzakelijk over.....

ENQ: 1 antwoord aankruisen

- 1 het knooppuntennetwerk
 - 2 een thematische route op het knooppuntennetwerk
 - 3 een thematische route, maar niet op het knooppuntennetwerk
 - 4 andere paden/wegen (ik ben nu toevallig op het knooppuntennetwerk)
- een fietsknooppuntennetwerk volgt knooppuntnummers; men volgt willekeurig de nummers of de zelf samengestelde routebeschrijving is gebaseerd op nummers
 - een thematische route op het knooppuntennetwerk; men volgt een vooraf gestippelde route uit een folder, gebaseerd op nummers
 - een thematische route, maar niet op het knooppuntennetwerk; men volgt andere bordjes of baseert zich op een route uit een folder; de routebeschrijving is hoe dan ook niet gebaseerd op nummers

Onderneemt u vandaag, op uw fietstocht, één van de volgende activiteiten ... ?

ENQ: meer antwoorden mogelijk

- 1 bezoek aan een stad/gemeente, met name
- 2 bezoek aan een museum, met name
- 3 bezoek aan een attractie, met name
- 4 bezoek aan een tentoonstelling, met name
- 5 bezoek aan een evenement, met name
- 6 winkelen
- 7 al dan niet zelf uitgestippelde wandeling/wandeltocht
- 8 een boottocht
- 9 horecabezoek
- 10 bezoek aan een natuurgebied, met name.....
- 11 bezoek aan een agrarisch bedrijf
- 12 andere, met name.....

Hoeveel geld besteedt u¹² vandaag¹³ in deze regio/provincie in het kader van uw fietstocht, fietsdaguitstap of fietsvakantie (excl. verblijfskosten) aan de volgende activiteiten? Als u de kosten niet zelf heeft gemaakt of als u het niet exact weet, wilt u dan een schatting geven?

	Reeds gemaakte kosten	Kosten die u nog voorziet	Aantal personen waarop dit cijfer betrekking heeft
Entree(kaartjes), toegangsgelden attracties			
Souvenirs			
Eten			
Drinken			
Fietskaart(en), themaroutekaart(en)			
Huur van een fiets			
Vervoerskosten, gemaakt in deze regio/provincie			
Parkeren			
Andere kosten, namelijk			
Andere kosten, namelijk			

→ *Indien men fietsvakantieganger is (vraag 2 = antwoord 5) en verblijft in deze regio door met volgende vraag, anders naar vraag 17*

Hoeveel nachten verblijft u in deze regio/provincie?

..... nachten

Wat waren de kosten van uw verblijfsaccommodatie (hele verblijfsperiode in deze regio/provincie), inclusief eventuele maaltijden die in de prijs inbegrepen zijn? Als u de kosten niet zelf heeft gemaakt of als u het niet exact weet, wilt u dan een schatting maken?

€

¹² Men neemt als uitgangspunt de groep mensen waarvoor de persoon in kwestie de uitgaven gedaan heeft of zal doen; nadien vraagt men het aantal personen dat deel uitmaakt van deze groep

¹³ Het betreft alle uitgaven die men vandaag reeds gedaan heeft en/of deze die men vandaag nog plant te doen

**In welk type logies verblijft u en welke verblijfsformule heeft u?
ENQ: meer antwoorden mogelijk en alle antwoorden enkel aankruisen.**

Logies	Kamer	Kamer en ontbijt	Half pension	Vol pension
1 <input type="checkbox"/> Hoeve- en plattelandsverblijf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 <input type="checkbox"/> Hotel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 <input type="checkbox"/> Gastenkamer (B&B)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 <input type="checkbox"/> Huurvakantiewoning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 <input type="checkbox"/> Camping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 <input type="checkbox"/> Vakantiepark/bungalowpark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 <input type="checkbox"/> groeps/budget verblijf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 <input type="checkbox"/> trekkershutten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kamer = een gehuurde verblijfseenheid, in ruime zin

Hoeveel zal u in totaal gedurende de hele duur van uw verblijf in deze regio/provincie besteed hebben, excl. de verblijfskosten? Als u de kosten niet zelf heeft gemaakt of als u het niet exact weet, wilt u dan een schatting maken?



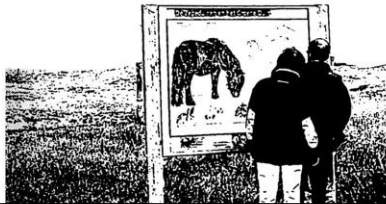


€

**Op hoeveel personen hebben de vermelde bedragen betrekking?
ENQ: de bedoelde bedragen zijn bedragen uit vraag 13 en 15**

..... personen

Over uzelf

Iedereen gaat met een ander motief recreëren. De vijf verhaaltjes op dit blad (ENQ: blad overhandigen (zie bijlage)) gaan over deze verschillende motieven. Wilt u ze rustig doorlezen en daarna de vraag beantwoorden.

	<p><u>1. Gezelligheid:</u></p> <p>Gezellig samen met vrienden of familie op stap. Lekker in de zon zitten, "terrasje pikken" of luieren. Recreatieve activiteiten worden voor u georganiseerd en zijn vooral gezellig en leuk om te doen. De activiteiten duren niet te lang en zijn niet te inspannend. Pret hebben met elkaar en gezelligheid zijn belangrijk.</p>
<p><u>2. Er tussen uit:</u></p> <p>Even de batterij opladen. Genieten, lekker bijkomen en weg uit uw dagelijkse omgeving. Stress verdwijnt door lekker buiten te zijn en nergens meer aan te denken. Het bezoek aan een groene omgeving is een ontsnapping aan het dagelijkse leven en een groene omgeving is hét decor om tot rust te komen.</p>	
	<p><u>3. Interesse voor gebieden:</u></p> <p>Lekker er tussenuit en ook nog iets leren. Interessante dingen te weten komen over de natuur en cultuur en ook bekijken. Informatiebordjes met beschrijvingen en interessante verhalen en weetjes geven invulling aan uw interesse. Een excursie met iemand die veel over de omgeving kan vertellen, geeft een extra dimensie aan het bezoek.</p>
<p><u>4. Volledig opgaan in planten- en dierenwereld:</u></p> <p>Liefde voor natuur is het kernwoord. De liefde voor de natuur uit zich in het alles willen weten over vogels, zoogdieren, andere fauna of flora. Als er eventueel soorten zijn die niet herkend worden, zoekt u ze op in een handboek. Eigenlijk wilt u kunnen struinen door de natuur. Het liefst doet u dat alleen, of met iemand die ook dezelfde interesse en liefde voor natuur heeft.</p>	
	<p><u>5. Uitdaging:</u></p> <p>De fysieke uitdaging wordt aangegaan. Gezond blijven door sportieve activiteiten zoals mountainbiken, wandeltochten, nordic walking, hardlopen of een andere vorm van inspanning; als het maar inspannend, uitdagend en gezond is. Een groene omgeving is een mooi decor maar de beleving richt zich vooral op de uitdaging.</p>

**Mensen hebben verschillende motieven om te recreëren. Kunt u aangeven in welke mate de volgende motieven op u van toepassing zijn bij deze fietstocht?
ENQ: Geef per motief een % aan; de som hiervan moet 100% zijn.**

Gezellig samen op stap %
Even weg om de batterij weer op te laden %
Lekker er tussenuit en ook nog iets leren %
Volledig opgaan in de planten- en dierenwereld %
Voor de sportieve uitdaging %
	100 %

Geslacht invullen

1 Man
2 vrouw

Wat is uw geboortejahr?

.....

In welke provincie woont u?

België

1 Limburg
2 Antwerpen
3 Vlaams-Brabant
4 West-Vlaanderen
5 Oost-Vlaanderen

Nederland

1 Limburg
2 Noord-Brabant
3 Zuid-Holland
4 Noord-Holland
5 Utrecht
6 Zeeland
7 Gelderland
8 Flevoland
9 Overijsse
10 Drenthe
11 Groningen
12 Friesland

Anders

.....

Wat is de woonplaats en de postcode?

Woonplaats:

Postcode:

Tot welk type gezin behoort u?

- 1 bij ouders inwonend (zonder kinderen)
- 2 alleenwonend
- 3 (partner van) hoofd van een gezin zonder kinderen: tweepersoonshuishouden, gezinshoofd 34 jaar of jonger
- 4 (partner van) hoofd van een gezin zonder kinderen: tweepersoonshuishouden, gezinshoofd 35 - 55 jaar
- 5 (partner van) hoofd van een gezin zonder kinderen: tweepersoonshuishouden, gezinshoofd ouder dan 55 jaar
- 6 (partner van) hoofd van een gezin met (thuiswonende) kind(eren), jongste kind jonger dan 6 jaar
- 7 (partner van) hoofd van een gezin met (thuiswonende) kind(eren), jongste kind 6 tot 12 jaar
- 8 (partner van) hoofd van een gezin met (thuiswonende) kind(eren), jongste kind 13 tot 17 jaar
- 9 (partner van) hoofd van een gezin met (thuiswonende) kind(eren), jongste kind 18 jaar of ouder

→ *Indien afkomstig uit België vraag 23 stellen, anders door naar vraag 24*

Wat is het hoogste onderwijsniveau dat u voltooid heeft (België) of momenteel volgt ?

- 1 lager onderwijs of minder
- 2 beroepsonderwijs of sec. technisch (lagere graad) (BSO,TSO)
- 3 lager middelbaar onderwijs (humaniora, ASO, KSO)
- 4 beroepsonderwijs of sec. technisch (hogere graad) (BSO,TSO)
- 5 hoger middelbaar (humaniora, ASO, KSO)
- 6 hoger, niet-universitair onderwijs (A1, graduaat..)
- 7 universitair of gelijkgesteld onderwijs

→ *Door naar vraag 25*

Wat is het hoogste onderwijsniveau dat u voltooid heeft (Nederland) of momenteel volgt ?

- 1 lager onderwijs of minder
- 2 lager beroeps onderwijs (LTS, LHNO, LEAO)
- 3 Middelbaar Algemeen Voortgezet onderwijs (MAVO, MULO, VMBO)
- 4 Middelbaar beroeps onderwijs (MBO, vb. MEAO, MTS)
- 5 Hoger Algemeen Voortgezet onderwijs (HAVO)
- 6 Voorbereidend wetenschappelijk onderwijs (VWO, Gymnasium, Atheneum, HBS)
- 7 Hoger Beroepsonderwijs (HBO, vb. HEAO, HTS)
- 8 Wetenschappelijk onderwijs (kandidaats), WO Universiteit

9 Wetenschappelijk onderwijs (doctoraal)

→ *Door naar vraag 26*

Wat is uw huidig beroep (België)?

- 1 arbeider
- 2 bediende/ambtenaar
- 3 kaderpersoneel (midden- en hoger kader), hogere leidinggevende functie
- 4 onderwijzend personeel
- 5 zelfstandige handelaars of ambachtslui
- 6 land- en tuinbouwers
- 7 vrije beroepen
- 8 ondernemers in handel, financiën en industrie
- 9 student (scholier)
- 10 (brug)gepensioneerd/vut (vervroegde uittreding)
- 11 huisvrouw/-man (zonder beroep en niet (brug)gepensioneerd/vut)
- 12 werkloos/werkzoekend
- 13 ander, met name.....

→ *Door naar vraag 27*

Wat is uw huidig beroep (Nederland)?

- 1 ongeschoolde arbeider
- 2 geschoolde arbeider
- 3 lagere employee
- 4 middelbare employee
- 5 hogere employee
- 6 ambtenaar
- 7 bedrijfshoofd 9-
- 8 bedrijfshoofd 10+
- 9 onderwijzend personeel
- 10 zelfstandige handelaars of ambachtslui
- 11 boeren en tuinbouwers
- 12 vrije beroepen
- 13 ondernemers in handel, financiën en industrie
- 14 student (scholier)
- 15 (brug)gepensioneerd/vut (vervroegde uittreding)
- 16 huisvrouw/-man (zonder beroep en niet (brug)gepensioneerd/vut)
- 17 werkloos/werkzoekend
- 18 ander, met name.....

Heeft u tot slot nog opmerkingen en suggesties?

.....
.....
.....

Mogen we u ten slotte nog uw naam en adres vragen om u uit te nodigen voor een focusgroep op zaterdag 23 juni van 13.00 tot en met 17.00 uur in het kantoor van TPA te Antwerpen. Tijdens deze middag willen we met een aantal fietsers van gedachten wisselen hoe het fietsen in deze provincie nog aantrekkelijker kan worden gemaakt.

Voor deze inzet ontvangt u de nieuwe fietsbox van de provincie Antwerpen met 5 kaarten (t.w.v. €19,95) en een vergoeding voor uw reiskosten. Wij nodigen een beperkt aantal fietsers uit met diverse kenmerken. U ontvangt van ons een e-mail als u bent geselecteerd.

- 1 ja
2 nee

Naam:

Voornaam:

Straat:

Huisnummer: bus:.....

Telefoon:

Email

Mogen we u opnemen in onze databanken die we gebruiken voor communicatie en marktonderzoekdoeleinden?

- 1 ja
2 nee

De gebruiker heeft te allen tijde het recht van toegang, verbetering of schrapping (wet op de privacy 8.12.92).

Hartelijk dank voor uw medewerking

Dag van de enquête en beïnvloedende factoren (in te vullen door de enquêteur)

Locatie en tijdstip	Datum	Andere factoren
Aan knooppunt.....	Maandag	Evenementen:
	Dinsdag
Tussen knooppunt en	Woensdag
	Donderdag
	Vrijdag
Tijdstip:uurmin	Zaterdag	Andere:
	Zondag.....
	<input type="checkbox"/> feestdag
	<input type="checkbox"/> brugdag (n.v.t. in Nederland)

Bijlage 3 Gebruikersonderzoek: dagen & locaties

Op de onderstaande dagen is geënkquêteerd. Vrijdag 18 mei was een brugdag na Hemelvaartsdag en maandag 28 mei was Tweede Pinksterdag. Van de 8 dagen zijn dus 3 werkdagen en 5 min of meer vrije dagen.

Locatie	Vrij 18-5	Zat 19-5	Ma 28-5	Zon 10-6	Din 19-6	Woe 20-6	Don 21-6	Zat 30-6	Totaal
Antwerpen	44	0	0	0	0	13	0	34	91
Bornem	33	0	0	0	0	21	0	52	106
Rumst	0	0	35	32	59	0	0	0	126
Lier	0	0	41	51	46	0	0	0	138
Grobbendonk	0	41	0	0	0	0	23	29	93
Westerlo	0	42	0	0	0	0	43	27	112
Onbekend									1
Totaal	77	83	76	83	105	34	66	142	667

Vrijdag 18 mei	gematigd zonnig	18° C
Zaterdag 18 mei	gedeeltelijk bewolkt	19° C
Maandag 28 mei	gematigd zonnig	22° C
Zondag 10 juni	gedeeltelijk bewolkt	17° C
Dinsdag 19 juni	gedeeltelijk bewolkt	18° C
Woensdag 20 juni	gedeeltelijk bewolkt	20° C
Donderdag 21 juni	licht bewolkt	20° C
Zaterdag 30 juni	gedeeltelijk bewolkt	21° C

Bijlage 4 Statistische relaties motief, kenmerk en gedrag

Tabel 45 Significante relaties tussen motief en persoonlijke kenmerken

Kenmerk	Gezelligheid	Tussen uit	Interesse	Opgaan	Uitdaging
Opleiding	.	-.084*	.092*	.	.
Leeftijd095*	.
Geslacht	.197**	.	.	.	-.237**
Fietskaart	.261**	.	.	.	-.253**
Gewone sport/stadsfiets	.278**	.137**	.	.	-.374**
Racefiets	-.241**	-.179**	.	.	.379**
Mountainbike091*
Elektrische fiets	.	.076*	.	.	-.092*

* P < 0,05, ** p < 0,01

Tabel 46 Significante relaties tussen motief en fietsgedrag

Kenmerk	Gezelligheid	Tussen uit	Interesse	Opgaan	Uitdaging
Bestedingen	.203**	.	.	.	-.175**
- Eten	.199**	-.078*	.	.	-.156**
- Drinken	.231**	-.082*	.	.	-.167**
- Fietskaarten	.086*	.	.094*	.	-.112**
Overnachting	.	-.453**	.	.	.
Bezoek aan stad	.	.	.081*	.	-.082*
Bezoek aan museum	.	.	.175**	.	.
Bezoek aan attractie	.	.	.077*	.	.
Winkelen	.	.128**	.	.	-.118**
Wandeling	.083*
Boottocht maken	.	.083*	.	.	.
Horecabezoek	.226**	.	.	.	-.172**
Alleen	-.496**389**
Partner	.282**	.	.	.	-.266**
Familie	.098*	.	.	.	-.117**
Vrienden	.265**	-.112**	.	.	-.131**
Fietsvakanties in regio	.095*	.	.	.	-.104**
Fietsdaguitstappen algemeen	-.105**	.	-.095*	.	.178**
Fietsdaguitstappen in regio	-.154**	.	-.095*	.	.215**
Fietstochten algemeen	-.126**	.	.094*	.	.077*
Fietstochten in regio	-.138**	.	.112**	.	.
Afstand	.	-.151**	.	.	.210**
Route via fietsknooppunten	.218**	.	.	.	-.148**

Bijlage 5 Toelichting input-outputmodel: van marktprijzen naar basisprijzen

De bestedingen van fietstoeristen zijn uitgedrukt in 'marktprijzen'. Het IO-model is echter genoteerd in basisprijzen. Basisprijzen zijn prijzen exclusief handels- en transportmarges (deze moeten uit de marktprijzen worden gefilterd en worden toegewezen aan de sectoren handel en 'groot en detailhandel' en 'vervoer') en exclusief netto productgebonden belastingen (productgebonden belastingen -/- productgebonden subsidies). Een derde correctie die nodig is betreft de aankopen die fietstoeristen doen binnen de sector industrie. Deze aankopen betreffen namelijk goederen die zowel binnen als buiten de provincie Antwerpen geproduceerd worden. Het IO-model heeft echter alleen betrekking op goederen en diensten die worden geproduceerd én verkocht binnen de provincie. Daarom moet er een correctie worden doorgevoerd voor de aankopen van in Antwerpen verkochte, maar elders geproduceerde goederen. Omdat hiervoor geen gegevens beschikbaar zijn, wordt voor deze berekening aangenomen dat 50% van de goederen die fietstoeristen kopen niet in de provincie geproduceerd wordt (= direct import) en de andere helft wel.

In drie stappen laat de tabel op de volgende pagina zien hoe we van marktprijzen naar basisprijzen gaan: (1) Aankopen in de industrie worden verminderd met 50% 'direct imports' (2) De handels- en transportmarges worden herverdeeld. In dit geval leidt dit alleen tot een vermindering van 14,47% van de waarde van de aankopen van fietstoeristen in de sector industrie (omdat de fietstoeristen geen geld besteden in de sectoren 'landbouw, bosbouw, visserij' en 'delfstoffen'). Deze vermindering wordt voor de helft toegewezen aan de sector 'handel' en voor de helft aan de sector 'vervoer' – binnen die sectoren nemen de bestedingen dus toe (3) de bedragen worden verminderd met de netto productgebonden belasting per sector. Voor de sector industrie geldt dus bijvoorbeeld dat het initiële bedrag van € 1.053.414 eerst wordt verminderd met 50% direct imports, vervolgens met 14,74% handel- en transportmarges (toegewezen aan 'handel' en 'vervoer') en tenslotte met 4,24% netto productgebonden belasting.

De percentages voor zowel handels- als transportmarges en netto productgebonden belastingen zijn gebaseerd op gegevens uit de vraag- en aanbodtabellen van Eurostat voor België (en zijn dus niet specifiek voor de provincie Antwerpen). Er mag echter redelijkerwijs verondersteld worden dat deze percentages op het niveau van de provincie niet in sterke mate af zullen wijken van de nationale percentages. Wel zal er, vanwege de manier waarop de vraag- en aanbodtabellen zijn opgesteld, sprake zijn van een lichte onderschatting van de percentages van de netto productgebonden belastingen. Een deel van de BTW wordt hierbij niet meegenomen.

Tabel: Van bestedingen in marktprijzen naar input in basisprijzen

	Totaal (marktprijzen)	Direct import	Handel en transport- marges	Netto productgeb. belastingen	Totaal (basisprijzen) = INPUT
Landbouw, bosbouw, visserij	€ -		22,76%	1,35%	€ -
Delfstoffen	€ -		6,01%	0,18%	€ -
Industrie	€ 1.100.287	50%	14,74%	4,24%	€ 449.140
Prod. en distr. van elektr., gas, stoom, lucht en water + Afvalverwerking	€ -		0,00%	6,56%	€ -
Bouw	€ -		0,00%	7,15%	€ -
Groot- en detailhandel	€ 466.842		0,00%	5,10%	€ 507.394
Verschaffen van accommodatie en maaltijden	€ 29.552.708		0,00%	9,86%	€ 26.639.951
Vervoer en opslag	€ 432.810		0,00%	-0,30%	€ 473.362
Financiële diensten en verzekeringen	€ -		0,00%	4,58%	€ -
Onroerend goed	€ -		0,00%	1,62%	€ -
(Zakelijke) dienstverlening	€ -		0,00%	5,61%	€ -
Openbaar bestuur en defensie	€ -		0,00%	0,00%	€ -
Onderwijs	€ -		0,00%	0,22%	€ -
Gezondheidszorg en welzijn	€ -		0,00%	-0,31%	€ -
Verenigingen	€ -		0,00%	0,00%	€ -
Kunst, amusement en recreatie	€ 245.300		0,00%	4,49%	€ 234.276
Huishoudens als werkgever	€ -		0,00%	0,00%	€ -
Totaal	€ 31.797.946				€ 28.304.124

Bijlage 6 Spontane opmerkingen uit de enquête

Opmerking	Aantal keren genoemd
Fietspaden	
betere fietspaden	44
goede, mooie, onderhouden fietspaden	14
fietspaden gescheiden van auto's	13
te weinig fietspaden, uitgestippelde wegen	9
te smalle fietspaden (breder maken)	8
Fietspaden	1
Fietspaden zijn wisselend.	1
Meer aandacht aan fietspaden, fietser moet voorgaan	1
Onderhoud	
slecht onderhouden fietspaden	42
verbeterd, blijven onderhouden en uitbreiden	11
losse steentjes, zand, bladeren op fietspad, vuil, glas	10
begroeiing, wortels beter onderhouden	7
betere verharding	6
meer vuilnisbakken	4
onderhoud	3
Jaagpad veel opgebroken.	2
onderhoud dijk	1
Borden	
omrijwegwijzers plaatsen	16
plaatsing bordjes knooppunten kan beter	13
bordjes leesbaar (altijd aan rechterkant)	5
bordjes terugplaatsen	3
De grotere borden zijn voor wandelroutes terwijl meer mensen fietsen.	1
Meer bordjes met plaatsnamen/richtingen	1
Gedrag anderen	
gedrag andere gebruikers van paden	15
onveilig, gevaarlijk autoverkeer	11
Knooppunten	
knooppunten(systeem) goed	22
Kaart bij knooppunten.	2
weinig knooppunten	2
kaarten, knooppunten veranderen snel	2
Knooppunten maken omwegen als je van een stad naar ergens op het platteland wil.	1
knooppunten ontbreken	1
Veiligheid	
Centrum, stad, dorp kan beter, veiliger	10

De bruggen bij sluizen zijn gevaarlijk.	4
licht langs wegen	3
Bereikbaarheid	
fietsvriendelijk (parkeerplaatsen)	3
Fietspaden soms niet bereikbaar.	2
betere verbinding tussen fietspaden	2
route klopt niet	2
Centraal punt voor beginnen.	1
Op- en afritten zijn slecht.	1
Routes van mountainbike parcours uit kunnen printen vanaf internet.	1
Tijden van overzetten van veer bekend maken.	1
stallingen/beugels	1
meer laadpunten e-fiets	1
Omgeving, beleving	
mooie omgeving, prima, veilig	11
druk	2
stank	1
Horeca	
horeca (meer, openingstijden)	4
weinig slaapplekken	1
Kaarten	
Kaartje extra, overlappen niet	2
Kaarten mogen gedetailleerder.	1
Overig	
Slecht	3
Limburg beter fietsen	1
Een rechte lijn	1
Er moeten meer mensen fietsen.	1

Bijlage 7 Uitgebreid verslag focusgroep

Aan respondenten van de gebruikersenquête is gevraagd om mee te doen aan een bijeenkomst om meer diepgaande informatie te krijgen over hun fietsgedrag en hun oordeel en wensen over het fietsen in de provincie Antwerpen. Hiertoe werd op zaterdag 14 juli een focusgroep georganiseerd, waaraan 14 respondenten (plus 2 meegekomen partners) hebben deelgenomen. Het oordeel en de wensen kunnen afhankelijk zijn van het motief waarmee fietsers gaan fietsen. Daarom is een indeling naar groepen gemaakt op basis van de hoogste score van een motief zoals de fietsers in de enquête hebben aangegeven. Uiteindelijk zijn de respondenten met de motieven *Interesse* en *Volledig opgaan* in de natuur samengevoegd. Op deze wijze zijn vier groepjes gevormd met 4 deelnemers per groep.

Aan de deelnemers is in een groepsgesprek gevraagd om hun hele fietstocht te beschrijven, beginnende thuis bij de beslissing om te gaan fietsen, tot en met hun thuiskomst. Er is gevraagd welke informatie ze gebruiken, welke voorbereidingen ze treffen, wat ze onderweg doen en naar de gebruikswaarde en belevingswaarde van het fietsproduct. Daarna is gevraagd om een ideale fietstocht te beschrijven, wederom thuis beginnend. Al deze informatie is verwerkt en via een plenaire bijeenkomst gedeeld met de deelnemers. Vervolgens is op basis van de resultaten gevraagd welke wensen en behoeften er bestaan aan concrete producten en diensten.

Vorbereiding

De deelnemers die vaak met het motief *Gezelligheid* gaan fietsen bereiden zich thuis voor via het lezen van tijdschriften, kaarten en toeristische diensten. Zij plannen niet vooraf, maar vertrekken op goed geluk. In de ideale situatie is er een nieuwsbrief die informatie geeft over fietstochten en waar men kan lezen over knooppuntenwijzigingen en omleidingen bij evenementen om niet voor verrassingen te komen staan.

De deelnemers die vaak met het motief *even er Tussen uit* gaan fietsen zoeken routes uit waar mooie dingen te zien zijn. Men laat zich inspireren door verhalen uit tijdschriften en een deel maakt gebruik van de knooppunten, maar men gaat ook op de bonnefooi. Een enkeling gaat ook naar een fietsbeurs. Eten en drinken voor onderweg gaan altijd mee, maar ook reparatieset, GSM en regenkleding. Men vertrekt meestal direct vanuit huis. Men rijdt met de auto naar een plek in geval van lange dagtochten.

De deelnemers die vaak met het motief *Interesse* gaan fietsen, zoeken vaak van te voren naar themaroutes waar voornamelijk cultuurhistorische informatie wordt gegeven (een themaroute als culinair of bierroute valt hier niet onder). Het gaat in eerste instantie om het fietsen. Dat vinden ook de deelnemers die vaak het motief *Volledig opgaan* in de natuur hebben genoemd. Bij de voorbereiding wordt gebruikt gemaakt van internet om routes te vinden. Men zoekt meestal op streek/regio via internet. Beurzen bezoekt men niet. Zowel fietskaarten als GPS met gedownloade routes worden gebruikt. Knooppunten gebruikt men vooral bij onbekende streken en voor langere tochten. Men neemt altijd

zelf eten en drinken mee. Waar men gaat fietsen hangt van het weer af en vooral hoeveel tijd men heeft, met wie je gaat fietsen en of er iets te zien of te doen valt.

Ideaal zou zijn als er op een website een route op maat gemaakt kan worden gebaseerd op vragen als: ik heb zoveel tijd, ik wil langs water, door bossen etc. Een eigen profiel kunnen maken en suggesties van anderen met hetzelfde profiel en dan bijv. een Top 5. Maar ook bijvoorbeeld reviews van anderen kunnen lezen. Men wil graag geholpen worden bij het keuzeproces.

Deelnemers die vaak met het motief *Uitdaging* gaan fietsen laten de keuze vaak afhangen van hoeveel tijd men heeft en de afstand die men wil fietsen. Men bepaalt eerst het doel, dan de tocht en een omgeving die afwisselend is. Als men alleen gaat, fietst men vaak dezelfde route en met een groep steeds andere routes/gebieden. Route wordt thuis uitgestippeld. Ook controleert men het weer. Drinken en regenkleding gaat altijd mee, evenals gereedschap zoals een fietspomp. Als men ver gaat dan neemt men water, bananen, sportdrank, muesli-repen en boterham met honing mee.

Men gebruikt vooral internet in plaats van kaarten zoals www.fietsknooppunten.eu, www.fietsroute.org, www.belgiancycling.be en www.vwb.be. Men heeft als doel vaak training en houdt de wielerkalender van de wielerbond Vlaanderen in de gaten (wielerbond.vlaanderen.be). Men fietst georganiseerde ritten en de *Uitdaging* is vooral het beklimmen van heuvels en bergen in de Ardennen.

Routes en knooppunten worden gedownload of via apps gebruikt. Men is fanatiek, men gaat 3 tot 4 keer per week fietsen. Men vindt dat alles aanwezig is op internet. Ideaal zou zijn als er reviews en aanbevelingen van anderen op één website zouden staan.

Tussen de deelnemers met de onderscheiden motieven bestaan verschillen. Deelnemers die gaan fietsen met het motief *Uitdaging* beschouwen de fietstocht als training en bereiden de route thuis volledig voor met behulp van internet. Deelnemers die meestal fietsen met de motieven *Interesse* of *Volledig opgaan* in natuur gebruiken bij de voorbereiding ook internet om specifieke routes uit te zoeken. De deelnemers die vooral fietsen met de motieven *Gezelligheid* en *Even tussen uit* halen hun informatie uit de meer traditionele bronnen zoals tijdschriften of de toeristische diensten, of gaan op de bonnefooi. Bij alle motieven geldt dat de deelnemers zelf eten en drinken meenemen, uitzondering zijn de deelnemers die fietsen met het motief *Gezelligheid*.

Bereikbaarheid

Over de bereikbaarheid zijn vooral suggesties gegeven. Deelnemers met de motieven *Gezelligheid* en *Even tussen uit* zien graag de aansluiting tussen Antwerpen en Nederland met betrekking tot de knooppunten verbeteren. De borden zijn niet eenduidig en staan op verschillende hoogte waardoor je ze mist. De afstemming tussen overheden kan beter. Bij de aanleg van wegen zouden ook de bestaande fietsinfrastructuur c.q. themaroutes meegenomen moeten worden bij het fietsbeleid van dorp-stad-gewest-provincie-Rijk. Een fiets-o-strade ziet men wel zitten.

Deelnemers met het motief *Even tussen uit* zijn niet tevreden over sommige parkeerplaatsen bij inrijpunten. De adressen van Parkeervoorzieningen staan niet op de

kaart (maar in fietsinspiratieboek), wat idealiter wel zou moeten. Ook zou je daar lang moeten kunnen parkeren.

Deelnemers met de motieven *Even tussen uit* en *Interesse* zijn niet tevreden over de aanlooproutes. Er wordt niet goed aangegeven bij welk knooppunt je uitkomt en daardoor kom je soms aan de verkeerde kant van de stad uit. Ook ontbreekt informatie over de hoeveelheid knooppunten in het gebied waar je dan uitkomt. De knooppunten gaan niet altijd door mooie dorpjes, maar er omheen. De Schelde wordt als barrière ervaren. Het is bijvoorbeeld niet goed mogelijk om naar Vlissingen te fietsen. Men zoekt vaak de snelste manier om de stad uit te komen, maar dan moet wel veilig zijn. Dat is het nu vaak niet.

In een ideale situatie zijn er simpele aanlooproutes vanuit de stad naar de knooppunten nodig, bijvoorbeeld door de nummers van het knooppunt te melden bij de aanlooproutes. Ook wil men graag een stad kunnen kruisen/dwars door de stad via knooppunten, maar dat moet wel veilig zijn via bijvoorbeeld aparte fietspaden.

Tussen de gespreksgroepen is niet veel verschil van mening over de bereikbaarheid. Het gaat vooral over afstemming, aansluiting en veiligheid.

Gebbruikswaarde

Deelnemers die vaak met het motief *Gezelligheid* gaan fietsen, gaan vooral in op de kwaliteit van de fietspaden en dan met name over de verharding, breedte, autovrije paden en veilige oversteekpunten. Ook zou men graag verlichting langs de paden willen hebben. Er moet betere bekendheid worden gegeven aan alternatieve routes die niet perse over knooppunten gaan. Suggesties voor routes vindt men belangrijk.

Enkelen van de deelnemers die vaak met het motief *Even tussen uit* gaat fietsen, maakt gebruik van knooppunten. Zij maken ook gebruik van de routeaanwijzers onderweg – waar bijvoorbeeld op staat dat hier of daar een leuk kasteeltje of zo te zien is. Men gaat vooral in op het onderhoud van de paden (putten) en de veiligheid (zeker in de stad). Deze groep deelnemers geeft veel suggesties voor de ideale situatie. In zo'n ideale situatie staat bij wegwerkzaamheden en ingewikkelde constructies aangegeven hoe er gereden moet worden. In een ideale situatie is dan ook informatie of een eetgelegenheid open is. Ook knooppunten zijn dan beter, duidelijker en op elkaar aangesloten. Men heeft ook behoefte om dit soort zaken ergens te kunnen melden zodat het opgelost wordt. Hieruit blijkt dat de bestaande routedokter nog niet goed bekend is bij fietsers. Het zou ook ideaal zijn als er naast de weg aangegeven staat waar er slaapmogelijkheden zijn, beschikbaarheid van bewaakte/beveiligde fietsstallingen met fietspompen en ook bekendheid waar deze zich bevinden. Ook zou het ideaal zijn als er herstelplaatsen naast de weg zouden zijn – bekend te maken door aan te duiden op de kaarten. Er zou ook wat betere verspreiding van banken, toiletten en voorzieningen moeten zijn.

Bij de deelnemers die vaak met de motieven *Interesse* en *Volledig opgaan* in de natuur gaan fietsen, heerst een sterke wens om de fietspaden te scheiden van ander verkeer en het liefst een verharding van asfalt of schelpen. Sommige on- cq semi verharde paden zijn te mul. Goed onderhoud is belangrijk; er zitten nu vaak putten in. De randen/zijkanten van de fietspaden zijn vaak niet goed en daardoor gevaarlijk. Ook zijn sommige paden in de winter spiegelglad. Wanneer een route is opgebroken door werkzaamheden, wordt geen informatie aangegeven met een datum wanneer het klaar is. Men is onbekend met de routedokter en maakt geen gebruik van de bikepointer. Men vindt dat er te weinig melding wordt gemaakt op de kaart van cafés en restaurants en picknickbankjes. Die zijn soms onduidelijk geplaatst waardoor men er voorbij fietst. Er zijn te weinig bankjes. Tijdens het fietsen gaat men altijd wel ergens iets drinken.

In de ideale situatie worden geasfalteerde paden op de kaart gezet evenals mogelijkheden tot fietsstalling. Langs de route wordt dan de datum vermeld als onderhoud c.q. wegwerkzaamheden zijn. De bankjes staan dan meer bij elkaar zodat het meer opvalt en dan gelijk functionele informatie geven over de routedokter en andere links op websites of QR-codes. Locaties van banken zijn dan duidelijker op de kaart aangegeven.

Op de kaart zouden ook de "trage wegen" opgenomen moeten worden. Deze oude cultuurhistorische paden en kerkpaden geven een meerwaarde.

Fietsvriendelijke accommodaties waar je als fietser welkom bent zou centraal geregeld moeten worden.

Bij de deelnemers die vaak met het motief *Uitdaging* gaan fietsen is ook het onderhoud van de fietspaden een belangrijk aspect, met name de begroeiing en boomwortels. Fietspaden zijn al sterk verbeterd en goed verlicht. Informatie wordt soms gelezen bij de borden met knooppuntenoverzicht. De borden zijn goed. De tocht wordt via tracks opgenomen om later op computer te zetten. Via tracks ook informatie over hoogtemeters. Horeca wordt bezocht voor het toilet, niet altijd om te drinken, soms eten. Men maakt ook gebruik van overzetboten/pontjes.

In een ideale situatie zijn er veilige oversteekplaatsen, meer overzichtskaarten, veilige fietspaden (met name in de stad), fietspaden die niet te dicht bij bomen liggen en zichtbaar zijn en waar geen combinaties met wandelaars is. Er zijn meer knooppuntenoverzichten op bordjes, oplaadpunten bij horeca, veilige overdekte en zichtbare stallingen. Er is dan een fietsvariant TomTom met gesproken wegwijzers en een goedkope VAB voor de fiets.

Bij alle gespreksgroepen zijn het onderhoud van de paden en de (on)veiligheid belangrijke zaken. De routedokter blijkt nog bij velen onbekend. Er zijn wel enkele verschillen tussen de deelnemers met de onderscheiden motieven. Deelnemers met het motief *Interesse* en *Volledig opgaan* in de natuur zien graag extra informatie op de kaart, terwijl deelnemers met het motief *Even tussen uit* de informatie liever langs de route hebben. Deelnemers met het motief *Gezelligheid* willen graag suggesties voor routes.

Belevingswaarde

Deelnemers die vaak met het motief *Gezelligheid* gaan fietsen, vinden dat het landschap schoner en groener is geworden. Deelnemers met het motief *Even tussen uit* fietsen graag langs water. Ze fietsen bij voorkeur in een afwisselende omgeving, zonder stoplichten. Ook vinden ze het belangrijk dat de mensen die men op de route tegenkomt, vriendelijk zijn. En dat het rustig is en mooi. Of er sprake is van afwisseling kan je momenteel gemakkelijk op de fietskaarten zien (is met een andere kleur aangeduid). Er wordt gesteld dat de sympathie onder fietsers groot is om elkaar te helpen.

Bij de groep die vaak met de motieven *Interesse* en *Volledig opgaan* in de natuur gaan fietsen, is stilte (geen lawaai) tijdens een fietstocht het belangrijkste. Ook mooie natuur en dan in de vorm van afwisselend landschap wordt gewaardeerd. Een enkeling is ook gecharmeerd door het duinlandschap. Industriegebieden worden minder gewaardeerd. Men stelt dat laad- en losplaatsen weinig rekening houden met fietsers. Bloemvelden en bloemrijke akkerranden langs de fietspaden worden zeer aantrekkelijk gevonden, evenals fietsen door zonnige en schaduwrijke plekken. Landschap is belangrijk, maar oude dorpjes en stadjes vind men ook leuk als beleving. In een ideale situatie zijn de bestaande stiltegebieden meer toegankelijk gemaakt voor fietsers en zijn er bloemrijke akkerranden langs de fietspaden en lopen de knooppunten ook door dorpjes en stadjes.

Deelnemers die vaak met het motief *Uitdaging* gaan fietsen, hebben een voorkeur voor paden zonder auto's, langs water en open natuur, weinig oversteekpunten en bochten. Men hoort graag de vogels. Men ergert zich aan wielertoeristen die soms gevaarlijk zijn, file op een fietspad bij verkeerslichten, drukte met woon-werk fietsverkeer, opengaande autodeuren en smalle fietspaden. Ze vinden dat het te lang duurt om in het centrum van een stad uit te komen, de sneeuw en de vieze paden in het havengebied.

Bij alle gespreksgroepen is een afwisselend landschap belangrijk. Deelnemers met de motieven *Interesse* en *Volledig opgaan* in de natuur hebben echter wel meer wensen bij de beleving dan deelnemers met de overige motieven. Deelnemers met het motief *Uitdaging* noemen vooral drukte vermijden.

Na de tocht

Na de tocht gaan de deelnemers soms dicht bij huis iets drinken bij horeca voor de *Gezelligheid*. Als men alleen fietst gaat men direct naar huis. De tocht wordt soms op de computer gezet om reacties van anderen te krijgen. Men vertelt erover op het werk, beveelt plaatsen aan en vertelt over gereden afstand.

Producten en diensten

Op basis van deze informatie is er een aantal producten, diensten en activiteiten te benoemen. Allereerst kan er een betere bekendheid worden gegeven aan al bestaande producten en diensten zoals de routedokter. Daarnaast geven de deelnemers aan de focusgroep de volgende prioriteit:

- Meer informatie opnemen op de fietskaarten (en niet alleen in het fietsinspiratieboekje):
 - adressen van parkeerplaatsen
 - cafés met openingstijden
 - fietsstalling en reparatie
 - routes door steden
 - toiletten
 - gemeentegrenzen
 - goed asfalt

Deze informatie zou op de achterkant van de bestaande fietskaarten kunnen komen te staan in plaats van de foto's die nu veel ruimte innemen. Ook kan op het voorblad van de fietskaart een verwijzing naar een website met routeinformatie gezet worden. De kaarten worden namelijk het meest gebruikt, vergeleken met het fietsinspiratieboekje.

- Het ontwikkelen van een interactieve website met routes op maat volgens eigen voorkeuren, met reviews en aanbevelingen, zoals een top-10 van aanbevolen routes.
- Op een website alle informatie (er is nu te veel info) structureren.
- Veilige wegen met goede paden; veilige oversteekpunten.
- Eenduidig beleid voor fietsinfrastructuur.
- Grensoverschrijdende aansluitingen verbeteren.
- Communicatie, nieuws(brieven) en promotie.
- Voorzieningen langs route beter spreiden en uitbreiden.

Bijlage 8 Deelnemers innovatie-atelier

Provincie Antwerpen - Dienst Mobiliteit	Chris Brouwers
Fiets-toerisme.be	Janne De Cloedt
Knooppunter	Rik Decock
Stad Antwerpen	Miet Defillet
Dienst Toerisme Mol	Anja Nys
Mobiliteit en Openbare Werken (Vlaamse fietsmanager)	Jan Pelckmans
VZW Brilljante Kempen/Gemeente Nijlen	Natascha Poncin
KempenCampings	Kris Quaghebuer
Autonoom Provinciebedrijf Sport	Griet Schoutteten
Toerisme Provincie Antwerpen	Eveline Sierens
Toerisme Provincie Antwerpen	Sjantal Sillius
Grote Routepaden	Reen Simoens
Agentschap Natuur en Bos	Gudrun Van Langenhove
Provincie Antwerpen - Dienst Mobiliteit	Katrijn Vercammen
Toerisme Vlaanderen	Dries Verclijte
VZW Brilljante Kempen/Gemeente Nijlen	Pien Willems
Toerisme Brecht	Christel Wilms