

# Aandacht in het verkeer

## Vooronderzoek fietsers



Aandacht in het verkeer

KANTAR  
PUBLIC=

© TNS 21-9-2017

Ten behoeve van het ministerie van  
I&M



Dienst Publiek en Communicatie  
Ministerie van Algemene Zaken

# Contents

---

## 1

Managementsamenvatting 3

---

## 2

De onderzoeksdoelgroep 8

---

---

## 3

De resultaten 11

---

## 4

Bijlagen 22

---

# 1

## Managementsamenvatting



# Managementsamenvatting (1/4)

## Inleiding

Sinds de opkomst van de smartphone en populariteit van social media wordt het gebruik hiervan steeds vaker gedaan tijdens het fietsen. Hoewel veel mensen weten dat 'even' naar je telefoon kijken en 'even' dat appje beantwoorden gevaarlijk is, komt dit relatief vaak voor. Jaarlijks vallen hierdoor verkeersslachtoffers en is er vaak sprake van grote financiële schade.

Het ministerie van IenM is daarom in 2012 begonnen met een campagne gericht op aandacht in het verkeer onder de koepel 'Daar kun je mee thuiskomen'. Met de campagne wil het ministerie van IenM bereiken dat automobilisten en fietsers tijdens het rijden zich niet laten afleiden door social media en zich concentreren op de rijtaak.

De campagne 'ONderweg ben ik OFFline' wordt in 2017 nog één keer herhaald. IenM heeft de intentie om voor dit campagnethema in 2018 een nieuw campagneconcept te ontwikkelen. In dit rapport beschrijven we de resultaten van een vooronderzoek naar smartphonegebruik tijdens het fietsen. De resultaten moeten input geven voor de nieuwe te ontwikkelen campagne voor 2018.

## Doelgroep

Het onderzoek richt zich op fietsers die **minimaal 3 dagen per week fietsen in het verkeer**. Met betrekking tot handelingen in het verkeer met de smartphone is hierbinnen geselecteerd op fietsers die **minimaal 1 keer tijdens de fietsrit hun smartphone gebruiken**.

Voor de operationalisatie van de doelgroep is een representatieve steekproef getrokken van het algemeen Nederlands publiek van 15 jaar en ouder. De doelgroep is vervolgens geselecteerd via selectievragen in het begin van de vragenlijst.

In totaal zijn n=644 personen ondervraagd die tot de doelgroep behoren. Het veldwerk vond plaats tussen 1 en 6 september 2017. Steekproefbron is het panel TNS Consumerbase.

De resultaten van dit onderzoek hebben enkel betrekking op bovenstaande steekproef en zijn **niet representatief** voor alle fietsers.

# Managementsamenvatting (2/4)

## Gebruik van de smartphone tijdens een fietsrit

- Van fietsers die minimaal 3 dagen per week fietsen (n=2.278), geeft 2 op de 3 fietsers (67%) aan nooit tijdens een fietsrit de smartphone te gebruiken (n=1.407).
- 33% gebruikt weleens de smartphone tijdens het fietsen (n=644). Daarvan gebruikt 20% de smartphone maximaal 1 keer op een dag tijdens het fietsen (incidentele gebruikers) en 8% minimaal 2 keer op een dag (frequente gebruikers). 5% doet dit meerdere keren per rit (altijd-gebruikers, 'verslaafden').
- **24% van degenen die minimaal 3 dagen per week fietsen, leest weleens social media berichten tijdens het fietsen, 20% reageert weleens op berichten.**

*Vanaf dit punt gelden de resultaatbeschrijvingen in deze managementsamenvatting voor de doelgroep fietsers die minimaal 3 dagen per week fietsen en wel eens tijdens het rijden hun smartphone gebruiken (n=644).*

## Gebruik van verschillende smartphonetoepassingen

- Bij social mediagebruik tijdens het fietsen zijn er opvallende verschillen te onderscheiden. Alleen het lezen van berichten komt beduidend vaker voor dan reageren op berichten. Zelf een bericht posten/plaatsen wordt nog minder genoemd. 79% zegt weleens tijdens het fietsen een bericht te lezen (45% regelmatig tot bijna altijd), terwijl 65% weleens reageert.

- Bellen komt nog vaak voor: 74% doet dat weleens tijdens een fietsrit en 32% regelmatig tot bijna altijd (minder dan dezelfde doelgroep onder automobilisten). 34% zoekt weleens tijdens de rit een telefoonnummer op; 10% doet dit regelmatig tot bijna altijd.
- Muziek luisteren komt tijdens het fietsen veel voor: 58% doet dat weleens en 48% regelmatig tot altijd. Een op de vier zegt altijd muziek te luisteren via de smartphone (26%).
- Navigatie bedienen tijdens de rit komt bij deze doelgroep beduidend minder voor dan bij dezelfde doelgroep onder automobilisten: 45% doet dat weleens (automobilisten: 67%) en 18% regelmatig tot bijna altijd (automobilisten: 37%). Navigatie bekijken tijdens het fietsen doet 53% wel eens en 22% regelmatig tot bijna altijd.

## Handheld versus handsfree gebruik

- Slechts 7% van de doelgroep heeft een houder op het stuur, waarin de smartphone wordt geplaatst tijdens het rijden. Mogelijk heeft de doelgroep andere manieren om de smartphone handsfree te gebruiken, zoals oortjes om muziek te luisteren of een headset om een telefoongesprek te voeren. Dit is niet uitgevraagd in dit onderzoek.
- Opvallend is dat fietsers die een houder hebben toch de smartphone nog veel handheld gebruiken. De houder wordt vooral gebruikt bij muziek luisteren en navigatie bekijken. Let wel: de aantallen fietsers (n=46) met een houder op het stuur zijn te klein om statistisch betrouwbare conclusies aan te verbinden. Deze resultaten zijn daarom indicatief.

# Managementsamenvatting (3/4)

## Verkeerssituaties waarin fietsers de smartphone gebruiken voor social media

- Bijna de helft van de doelgroep (43%) zegt nooit social media te raadplegen terwijl men op gewone snelheid fietst. 53% doet dat wel eens; 27% regelmatig tot bijna altijd. Dat aandeel is aanzienlijk hoger dan bij dezelfde doelgroep onder automobilisten (resp. 35% en 15%).
- Social media gebruik gebeurt ook vaak als men tijdens de rit tijdelijk stilstaat voor een stoplicht of aan de zijkant van het fietspad; ongeveer 6 op de 10 checken dan weleens hun telefoon. Opmerkelijk is dat er bij de doelgroep weinig verschil zit tussen fietsend appen en appen in stilstand. Ongeveer 1 op de 3 fietsers checkt in stilstand regelmatig tot altijd social media.

## Verkeerssituaties waarin fietsers de smartphone gebruiken voor muziek opzoeken

- 40% van de doelgroep zoekt weleens muziek op, terwijl ze op gewone snelheid fietsen; 27% doet dat regelmatig tot bijna altijd.
- Net als bij social media raadplegen gebeurt muziek opzoeken ongeveer even vaak terwijl men stilstaat als wanneer men rijdt. Voor een stoplicht doet 44% dat wel eens (25% regelmatig tot bijna altijd) en aan de zijkant van het fietspad of op de stoep beide 62% (en 20% regelmatig tot bijna altijd).

## Wegtypen waarop fietsers de smartphone gebruiken

- De doelgroep gebruikt de smartphone veruit het meest op wegen in een woonwijk; maar liefst 87% zegt dat weleens te doen en 63% (2 op de 3 smartphonegebruikende fietsers) gebruikt zijn smartphone regelmatig tot bijna altijd in een woonwijk.
- Dit gedrag komt op andere wegen, binnen de bebouwde kom en buiten de bebouwde kom, minder voor. Ongeveer de helft van de smartphonegebruikende fietsers zegt op die wegen nooit zijn smartphone te gebruiken. Het aandeel dat op die wegen 'regelmatig tot bijna altijd' de smartphone gebruikt is de helft lager dan in woonwijken, namelijk rond de 30%.

## Redenen waarom fietsers de smartphone tijdens het fietsen gebruiken voor social media

- Net als bij smartphonegebruikende automobilisten is de belangrijkste reden voor social mediagebruik onder deze doelgroep **nieuwsgierigheid naar de inhoud** van een binnenkomend bericht (38% belangrijk/heel belangrijk), gevolgd door gewoonte (23%) en verveling (16%). Opvallend is dat 18% als reden geeft dat ze fietsen en social media gebruiken goed kunnen combineren.
- De redenen 'mijn vrienden verwachten dat ik snel reageer' en 'het mag toch van de wet' scoren laag; resp. 12% en 10% belangrijk/heel belangrijk.

# Managementsamenvatting (4/4)

## Redenen waarom fietsers de smartphone tijdens het fietsen gebruiken voor het opzoeken van muziek

- De belangrijkste reden om tijdens het fietsen muziek op te zoeken is **uit gewoonte** (27% belangrijk/heel belangrijk), gevolgd door **kan ik goed combineren met rijden** (26%) en **kost teveel tijd om te stoppen** (22%).
- 'Lage pakkans' en 'het mag toch van de wet' scoren laag; beide circa 10%).

## Redenen waarom fietsers zouden stoppen met social mediagebruik tijdens het fietsen

- Belangrijkste reden om geen social media meer te gebruiken tijdens het fietsen is als men zelf of een bekende een ongeluk krijgt als gevolg van social mediagebruik (resp. 72% en 60% zegt dan te stoppen met social media). Ook lezen over ongelukken door social media heeft impact (49%). Deze cijfers zijn vrijwel vergelijkbaar met die bij de smartphonegebruikende automobilisten.
- Ongeveer 2 op de 3 smartphonegebruikende fietsers zeggen te stoppen met social media gebruiken op de fiets als er handhaving door de politie zou komen. 61% zegt te stoppen als de politie erop gaat controleren en 66% als de politie ook fietsers gaat bekeuren.

- Beschikbaarheid van een app die helpt om geen social media te gebruiken tijdens het rijden zou voor 36% reden zijn om te stoppen met social media tijdens het fietsen; voor 39% niet. Een vergelijkbaar diffuus beeld zien we bij invloed uit de sociale omgeving en de werkgever. Als vrienden het afkeuren, dan stopt 36%, maar 39% niet. Als de werkgever het verbiedt, dan zou 38% stoppen, maar 35% niet. Dit zijn vergelijkbare scores als bij de smartphonegebruikende automobilisten.
- Een advies van de telecomaandbieder heeft net als bij de smartphonegebruikende automobilisten relatief weinig effect: 25% zou naar aanleiding daarvan stoppen, maar 53% niet.

## Gepercipieerde kennis van de regelgeving over smartphonegebruik op de fiets

- Ruim de helft van de smartphonegebruikende fietsers (53%) denkt dat het niet is toegestaan om te fietsen met de mobiel in de hand. Dit terwijl voor smartphonegebruik door fietsers geen specifieke regelgeving bestaat.
- Over andere aspecten van de regels bestaan verwarring en misvattingen. Zo denkt 36% dat het niet is toegestaan de smartphone te bedienen terwijl die in een houder op het stuur staat; ook hiervoor \. Verwarring is er ook over gebruik van de smartphone in stilstand. Een aanzienlijke minderheid denkt dat smartphonegebruik door fietsers niet mag als men stil staat voor een stoplicht (28%) of aan de zijkant van het fietspad (21%).

# 2

## De onderzoeksdoelgroep

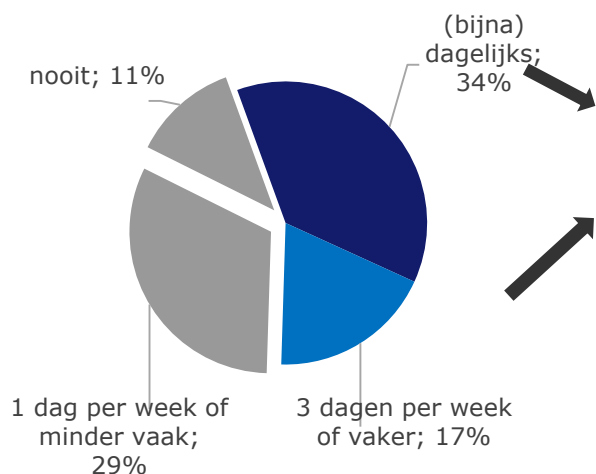




## 2.1 De selectie van de onderzoeksdoelgroep

- De onderzoeksdoelgroep bestaat uit personen die minimaal 3 dagen per week fietsen, een smartphone bezitten én minimaal 1 keer per dag hun smartphone gebruiken tijdens de fietsrit.
- In onderstaand overzicht geven we de totstandkoming van de doelgroep weer, aan de hand van de gehanteerde selectievragen.
- In totaal behoort 15% (n=644) van het algemeen publiek tot de onderzoeksdoelgroep.
- De onderzoeksresultaten in dit rapport gelden alleen voor de onderzoeksdoelgroep, niet voor alle fietsers.

Selectievraag 1 (algemeen publiek):  
Hoeveel dagen per week fietst u?  
(n=4418)



Selectievraag 2:  
Heeft u een smartphone?  
(n=2260)

**93%**

Selectievraag 3:

Op een dag dat u fietst, hoe vaak gebruikt u dan tijdens de rit uw smartphone? Met 'tijdens de rit' bedoelen we de hele rit, ook als u tijdelijk stilstaat (bijv. voor een stoplicht) (n=2080)

	%
Maximaal 1 keer per dag dat ik fiets	20
Minimaal 2 keer per dag dat ik fiets	8
Zeer vaak / altijd	5
Nooit	67
Weet niet	1

**De onderzoeksdoelgroep (n=644)**

Aandacht in het verkeer

## 2.2 De achtergrondgegevens van de doelgroep

Ten opzichte van het algemeen publiek van 18 jaar en ouder, bestaat de onderzoeksdoelgroep uit relatief meer jongeren en hoger opgeleiden.

	Onderzoeksdoelgroep	Algemeen publiek
<b>Geslacht</b>		<b>Gouden standaard (CBS)</b>
Man	49%	49%
Vrouw	51%	51%
<b>Leeftijd</b>		
15 t/m 17 jaar	13%	-
18 t/m 34 jaar	46%	27%
35 t/m 49 jaar	21%	27%
50 jaar en ouder	19%	46%
<b>Opleidingsniveau</b>		
Laag	20%	25%
Midden	36%	41%
Hoog	43%	34%

	Onderzoeksdoelgroep	Algemeen publiek
<b>Regio</b>		<b>Gouden standaard (CBS)</b>
Drie grote gemeenten	13%	12%
West	32%	29%
Noord	11%	10%
Oost	22%	21%
Zuid	19%	24%
Randgemeenten	3%	4%

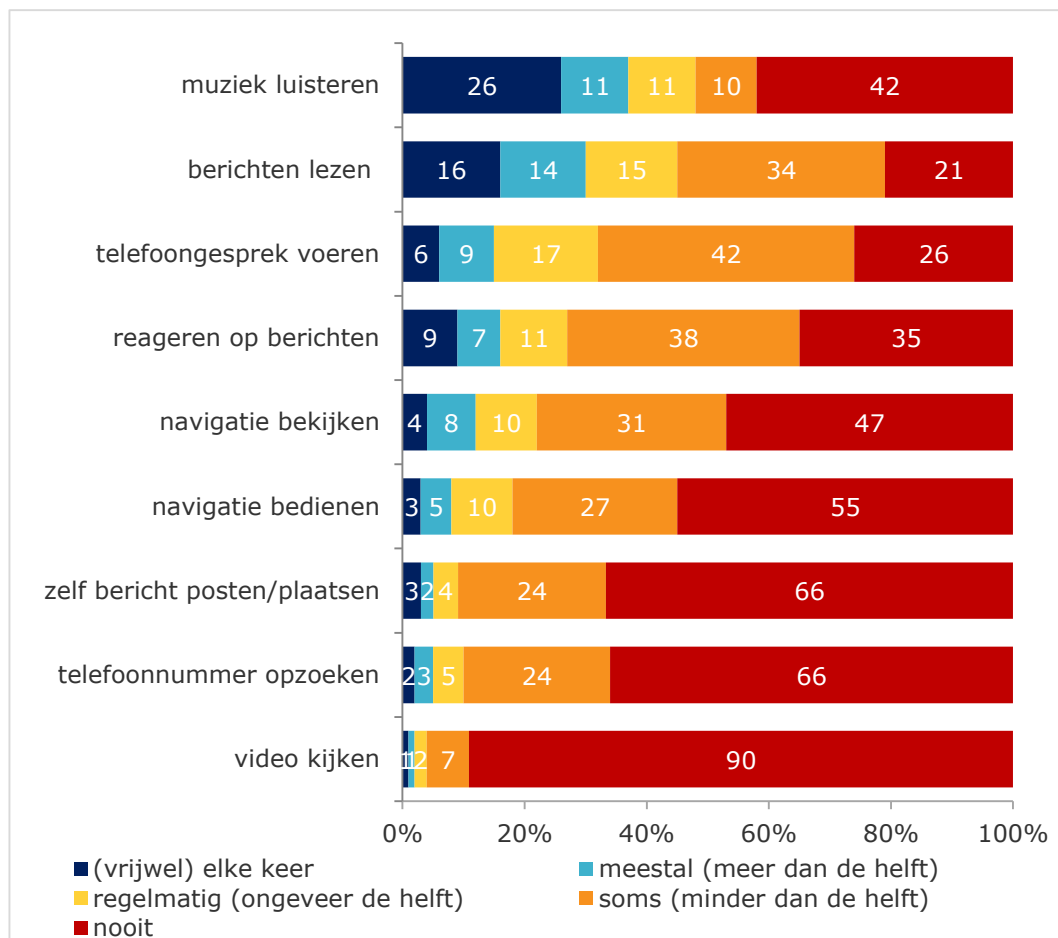
# 3

## De resultaten



### 3.1 Handelingen – Muziek luisteren en berichten lezen meest voorkomend gebruik van smartphone tijdens het fietsen

- Fietsers die de smartphone gebruiken tijdens het fietsen, doen dit meestal om muziek te luisteren of berichten te lezen.
- Er lijkt een tweedeling in het luisteren van muziek tijdens het fietsen: mensen doen het óf vrijwel altijd, óf nooit. Er zijn relatief weinig mensen in de doelgroep die dit soms doen.
- Handelingen die daarna het vaakst voorkomen zijn: telefoongesprek voeren, reageren op berichten, navigatie bekijken en de navigatie bedienen.
- Minder vaak kijkt de doelgroep video's, posten ze berichten of zoeken ze een telefoonnummer tijdens het fietsen.



Hoe vaak deed u het volgende tijdens de laatste 10 keer dat u uw smartphone gebruikte tijdens het fietsen? (basis: n=644)

## 3.1 Handelingen – Jongeren voeren meer typen handelingen uit en doen dit vaker dan ouderen

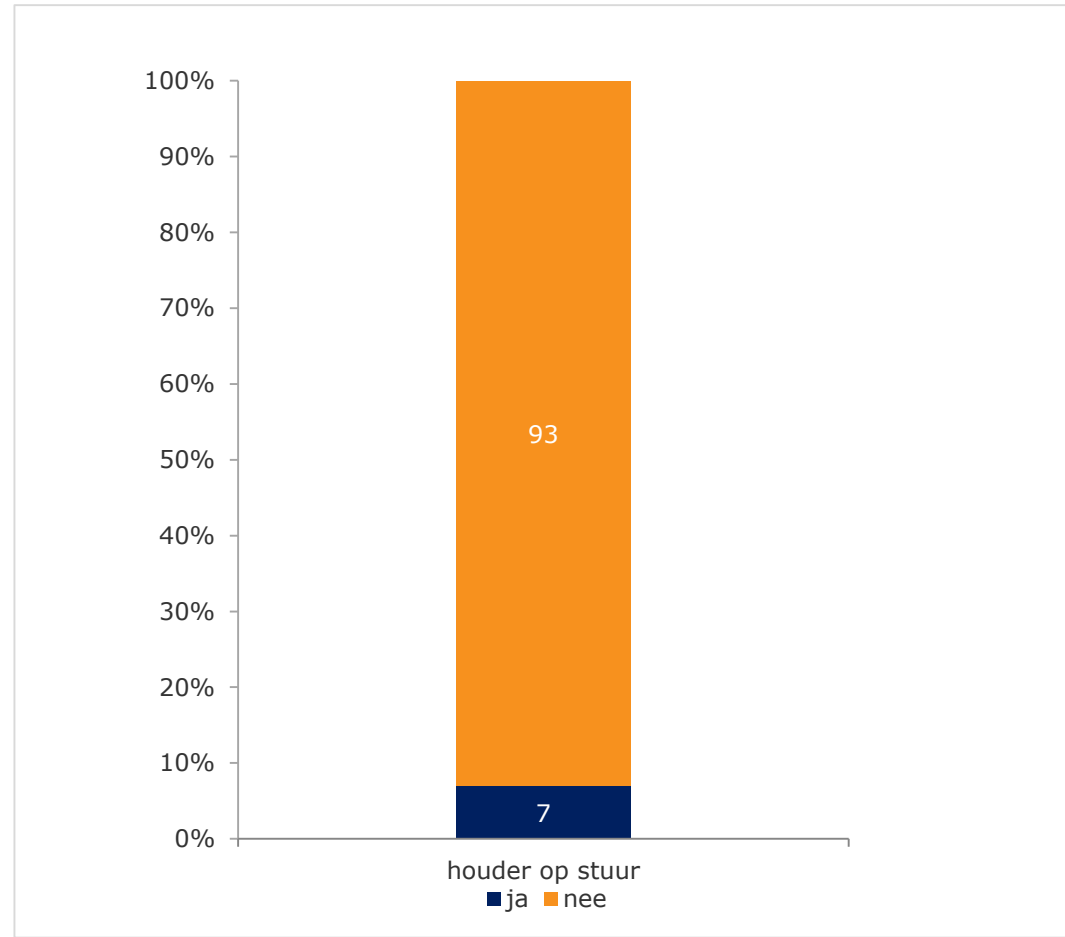
- Kijkend naar leeftijdsverschillen, zien we dat 18-24 en 25-34 jarigen de verschillende handelingen vaker uitvoeren dan 50-64-jarigen en 65-plussers.
- 25-34-jarigen bellen relatief vaak tijdens het fietsen. Datzelfde geldt voor berichten lezen of de navigatie bekijken en te bedienen.
- 35-49 jarigen luisteren of zoeken relatief weinig naar muziek tijdens het fietsen.

Handeling	15-17		18-24 jaar		25-34 jaar		35-49 jaar		50-64 jaar		65+	
	% elke keer - soms	% nooit	% elke keer - soms	% nooit	% elke keer - soms	% nooit	% elke keer - soms	% nooit	% elke keer - soms	% nooit	% elke keer - soms	% nooit
Telefoongesprek voeren	72	28	78	22	<b>81+</b>	<b>19-</b>	77	23	<b>62-</b>	<b>38+</b>	<b>51-</b>	<b>49+</b>
Berichten lezen	85	15	89	<b>11-</b>	<b>87+</b>	<b>13-</b>	77	23	<b>66-</b>	<b>34+</b>	<b>36-</b>	<b>64+</b>
Navigatie bekijken	<b>37-</b>	<b>63+</b>	<b>63+</b>	<b>37-</b>	<b>64+</b>	<b>36-</b>	53	47	44	56	<b>34-</b>	<b>66+</b>
Navigatie bedienen	34	66	50	50	<b>53+</b>	<b>47-</b>	47	53	36	64	<b>23-</b>	<b>73+</b>
Reageren op berichten	71	29	<b>76+</b>	<b>24-</b>	72	28	62	38	<b>49-</b>	<b>51+</b>	<b>30-</b>	<b>70+</b>
Telefoonnummer opzoeken	34	66	39	61	41	59	32	68	<b>24-</b>	<b>76+</b>	<b>15-</b>	<b>85+</b>
Muziek luisteren	<b>96+</b>	<b>4-</b>	<b>84+</b>	<b>16-</b>	53	47	<b>45-</b>	<b>55+</b>	<b>25-</b>	<b>75+</b>	<b>4-</b>	<b>96+</b>
Muziek zoeken	<b>82+</b>	<b>18-</b>	<b>57+</b>	<b>43-</b>	38	62	<b>24-</b>	<b>76+</b>	<b>11-</b>	<b>89+</b>	<b>-4</b>	<b>96+</b>
Zelf bericht posten	48	62	<b>46+</b>	<b>54-</b>	33	67	28	72	<b>23-</b>	<b>77+</b>	23	77
Video kijken	<b>19+</b>	<b>81-</b>	<b>16+</b>	<b>84-</b>	10	90	<b>5-</b>	<b>95+</b>	<b>2-</b>	<b>98+</b>	<b>2-</b>	<b>98+</b>

Hoe vaak deed u het volgende tijdens de laatste 10 keer dat u uw smartphone gebruikte tijdens het autorijden? (basis: n=848)  
 Percentages die dikgedrukt zijn wijken significant af van het gemiddelde van alle leeftijdsgroepen. De + en – geven de richting aan.

## 3.2 Handheld vs handsfree – Vrijwel niemand heeft een houder voor de smartphone op de fiets

- Van de mensen die een smartphone tijdens het fietsen gebruiken, heeft minder dan een tiende een houder waarin ze de smartphone kunnen plaatsen.
- Mogelijk gebruiken fietsers andere manieren om de smartphone handsfree te gebruiken, zoals oortjes om muziek te luisteren of een headset om een telefoongesprek te voeren. Dit is niet uitgevraagd in dit onderzoek.



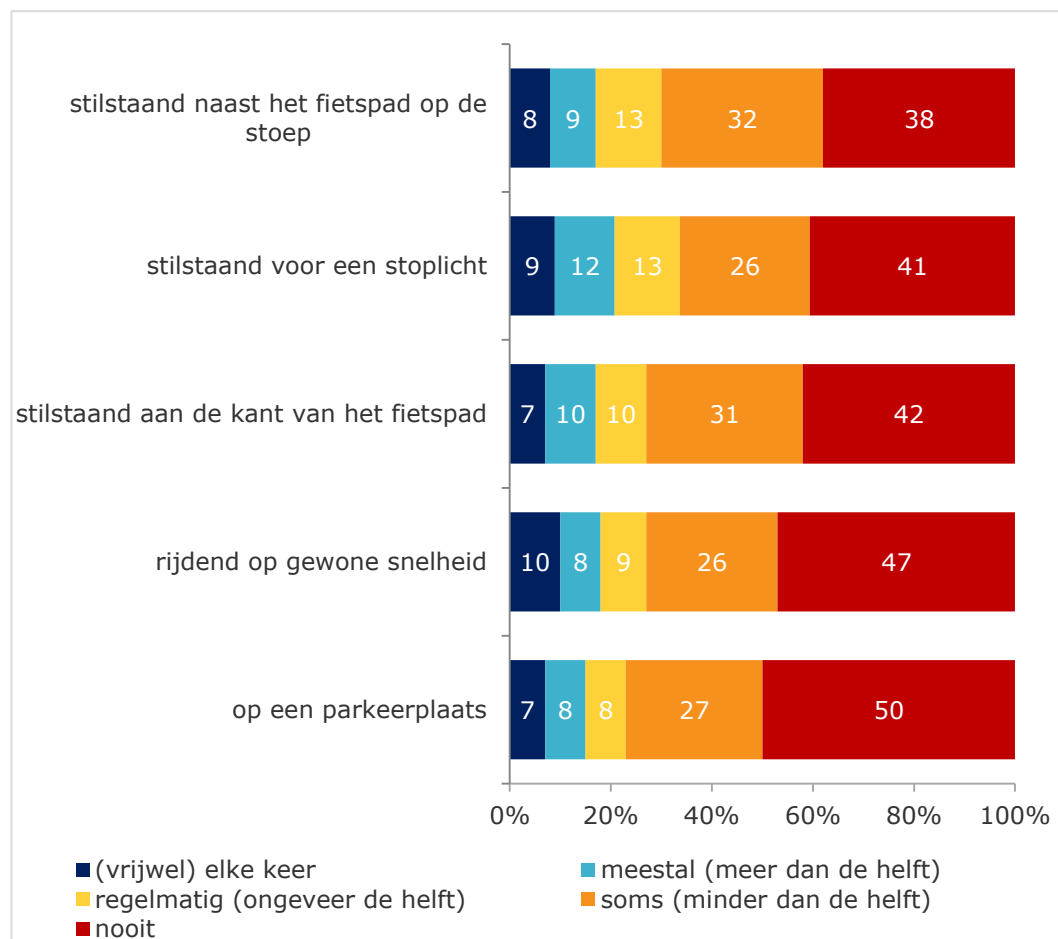
Heeft u een houder op uw fietsstuur voor uw smartphone?  
(basis: n=644)

### 3.3 Verkeerssituaties – Smartphone voornamelijk voor social media gebruikt wanneer men stil staat

- De doelgroep gebruikt social media het vaakst als men stilstaat, naast of aan de kant van het fietspad of voor een stoplicht.
- Ongeveer de helft gebruikt de smartphone terwijl men op gewone snelheid rijdt. Dit betreft de 'gevaarlijkste' verkeerssituatie. Ondanks dat deze situatie niet zo vaak genoemd wordt, komt het alsnog bij 53% van de doelgroep soms of vaker voor.

#### Verschillen naar leeftijd (niet in de grafiek)

- Jongeren (18-24 jaar) gebruiken de smartphone vaker dan ouderen (50+) voor social media 'rijdend op gewone snelheid' (69% versus 25%).
- Ook stilstaand voor een stoplicht gebruiken jongeren de smartphone vaker dan ouderen (77% versus 36%).



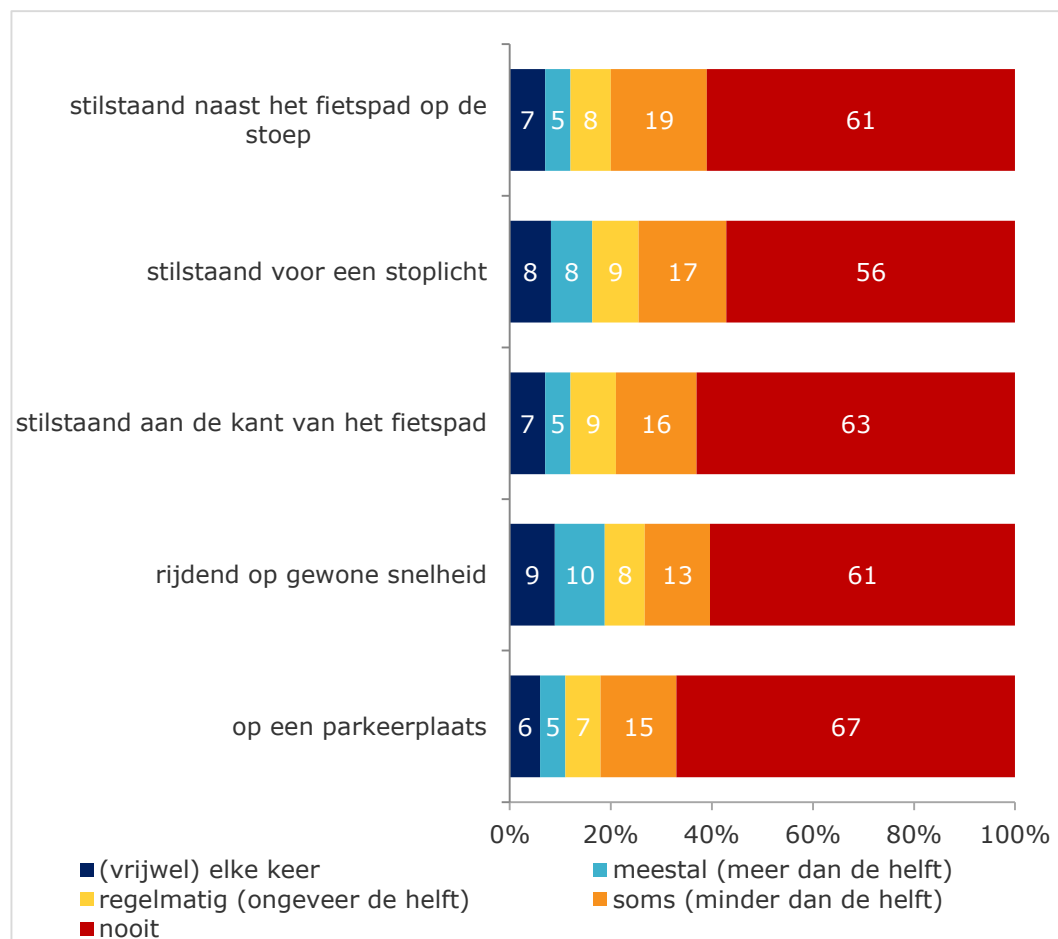
In welke verkeerssituatie gebruikte u uw smartphone voor social media?  
(basis: n=644)

### 3.3 Verkeerssituaties – Smartphone minder vaak gebruikt voor zoeken van muziek dan voor social media

- Voor alle verkeerssituaties geldt dat minder dan de helft van de doelgroep zegt muziek te zoeken op de smartphone tijdens het fietsen.
- Eerder zagen we dat muziek luisteren een van de meest voorkomende activiteiten is. Mogelijk zoeken mensen voorafgaand aan de rit een playlist, die ze vervolgens beluisteren tijdens het fietsen.

#### Verschillen naar leeftijd (niet in de grafiek)

- In alle verkeerssituaties zoeken jongeren vaker naar muziek dan ouderen.



In welke verkeerssituatie gebruikte u uw smartphone voor het zoeken van muziek? (basis: n=644)

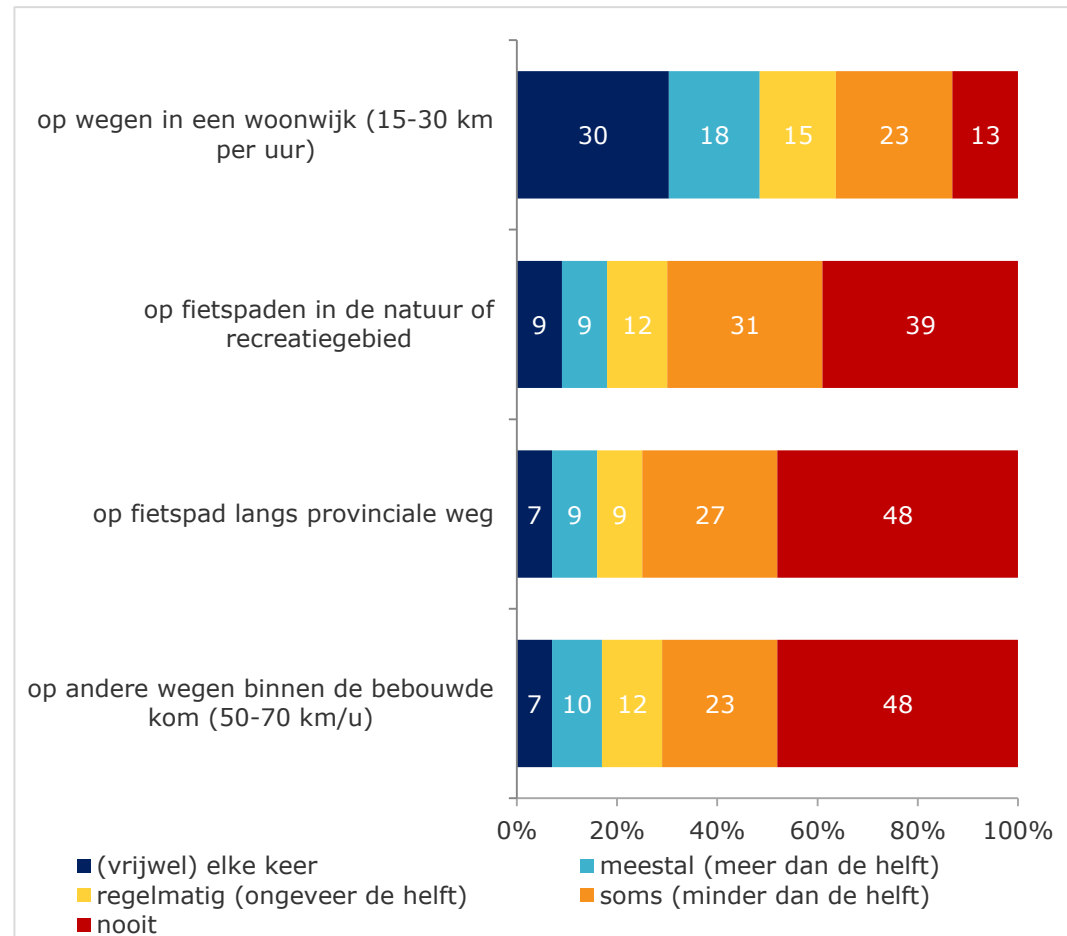


### 3.4 Type wegen – Doelgroep gebruikt smartphone het vaakst op wegen in een woonwijk

- Van de verschillende wegtypen gebruikt de doelgroep de smartphone het vaakst in een woonwijk.
- Op andere wegtypen gebruikt de doelgroep ongeveer even vaak de smartphone.

#### Verschillen naar leeftijd (niet in de grafiek)

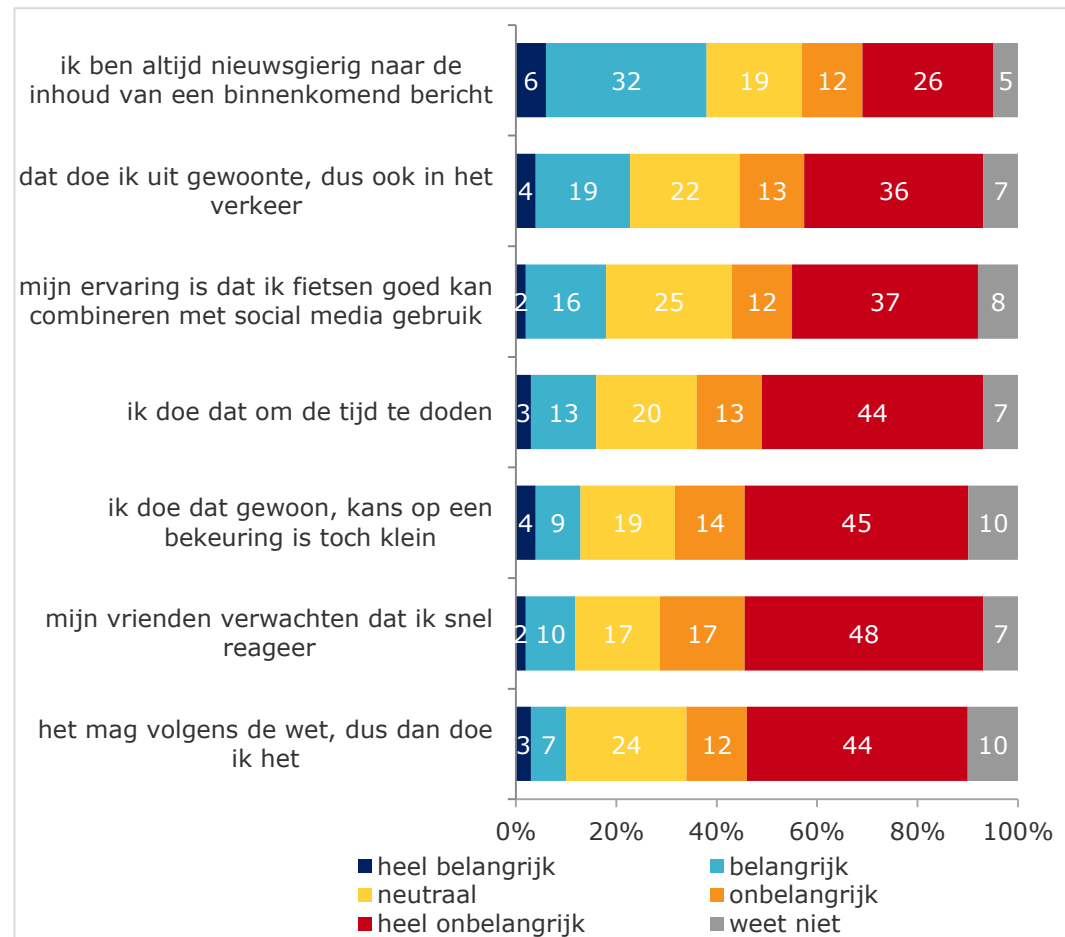
- Jongeren (18-24 jaar) gebruiken de smartphone vaker dan ouderen (50+) voor in woonwijken (93% versus 65%).
- Ook op andere wegen binnen de bebouwde kom gebruiken jongeren de smartphone vaker dan ouderen (61% versus 40%).



Op wat voor wegen reed u toen u uw smartphone de laatste 10 keer gebruikte (basis: n=644)

### 3.5 Redenen social mediagebruik – Nieuwsgierigheid naar inhoud binnenkomend bericht belangrijkste reden

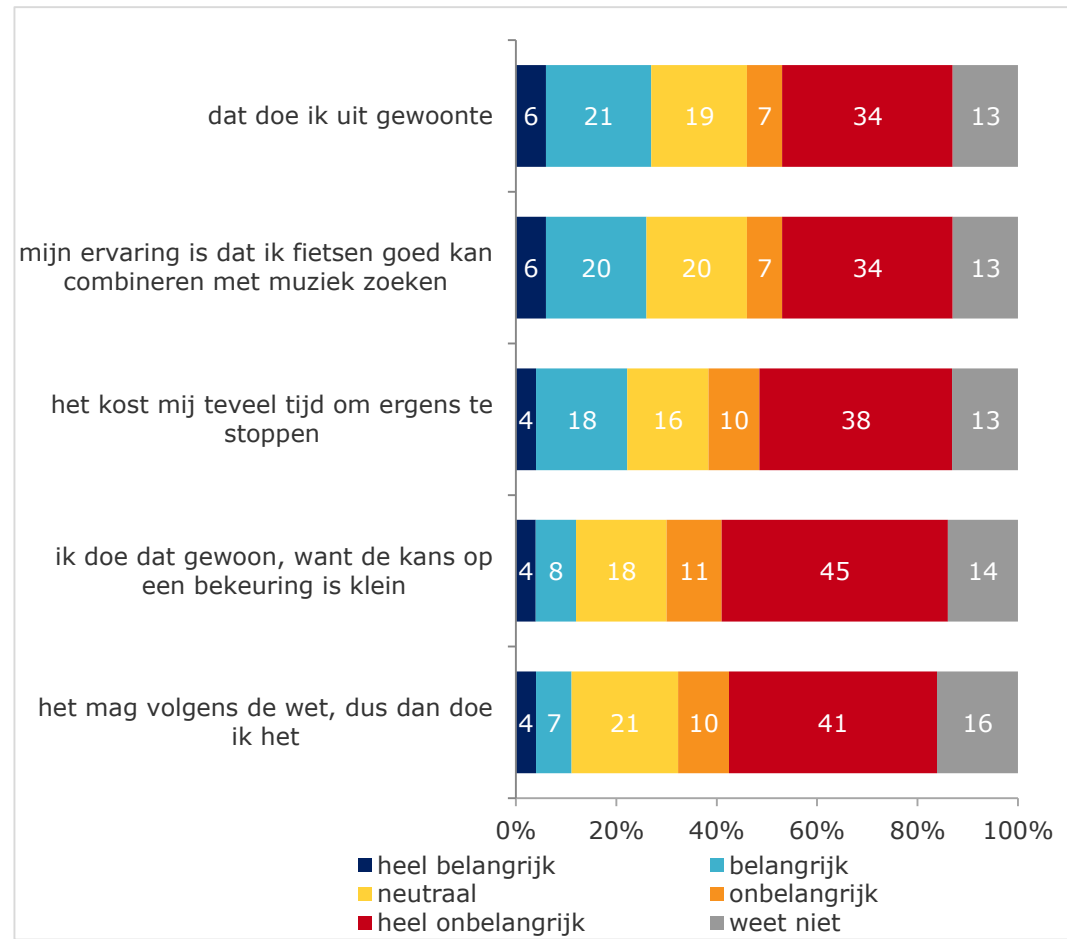
- Gevraagd is waarom men de smartphone voor social media gebruikt tijdens het fietsen.
- De meest belangrijke reden (door 38% belangrijk gevonden) is dat men altijd nieuwsgierig is naar de inhoud van een binnenkomend bericht. Daarnaast is het voor een kwart een gewoonte.
- De overige redenen zijn door (ruim) de helft van de mensen als (heel) onbelangrijk bestempeld.
- Voor vrijwel alle redenen geldt: hoe ouder men is, hoe minder vaak men deze belangrijk vindt.



Wat zijn de belangrijkste redenen waarom u uw smartphone gebruikt voor social media tijdens het fietsen? (n=644)

### 3.6 Redenen muziek zoeken – Vooral uit gewoonte en ervaring

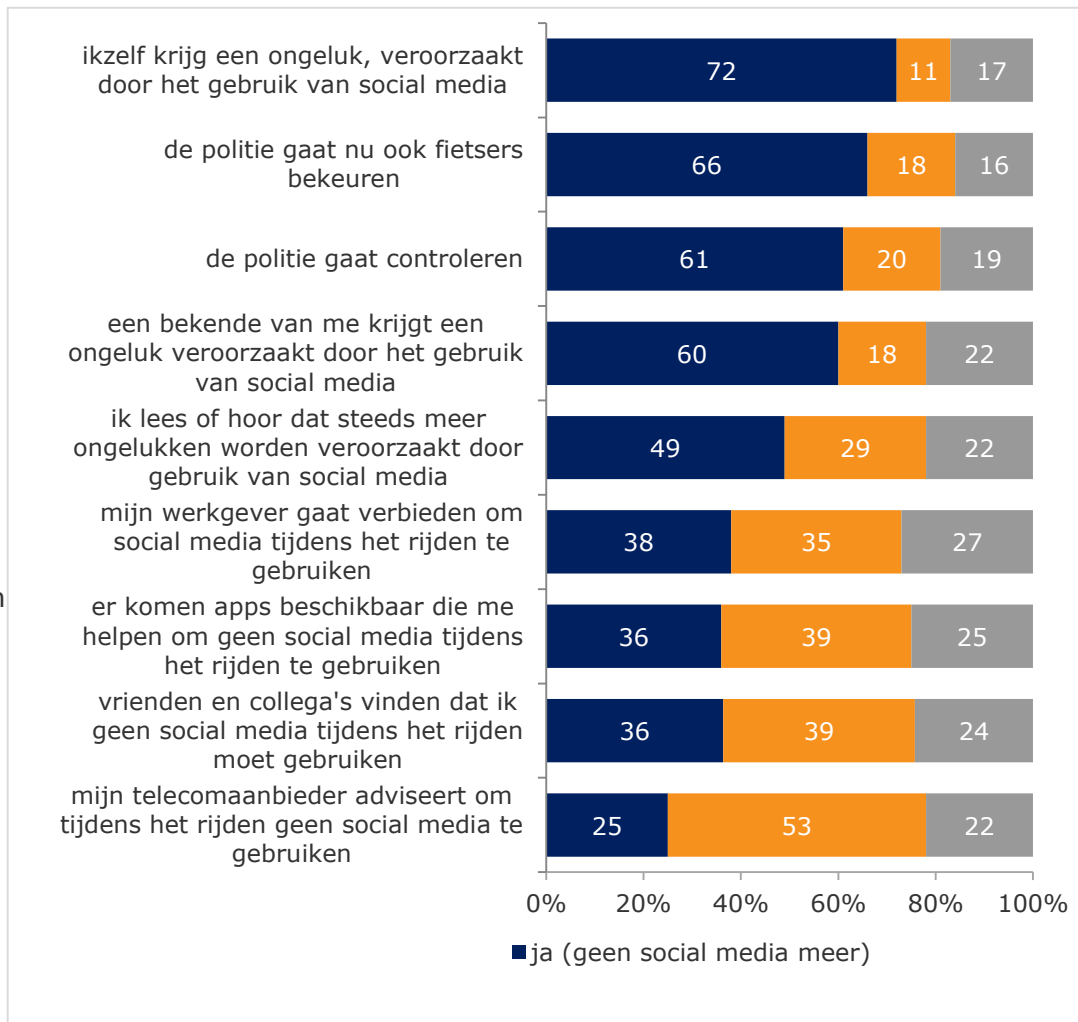
- Gevraagd is waarom men muziek zoekt op de smartphone tijdens het fietsen.
- De meest belangrijke reden (door 27% belangrijk gevonden) is dat men dat uit gewoonte doet.
- Ook een kwart (26%) heeft de ervaring dat ze dit goed kunnen combineren.
- Tot slot geeft 22% aan dat het hen te veel tijd kost om te stoppen.
- Juridische overwegingen, zoals de wet of een kans op bekeuringen, zijn door (ruim) de helft van de mensen als (heel) onbelangrijk bestempeld.
- Voor vrijwel alle redenen geldt: hoe ouder men is, hoe minder vaak men deze belangrijk vindt.



Wat zijn de belangrijkste redenen waarom u uw smartphone gebruikt voor muziek zoeken tijdens het fietsen? (n=644)

### 3.7 Redenen om geen social media te gebruiken – Ongelukken in persoonlijke omgeving het meest alarmerend

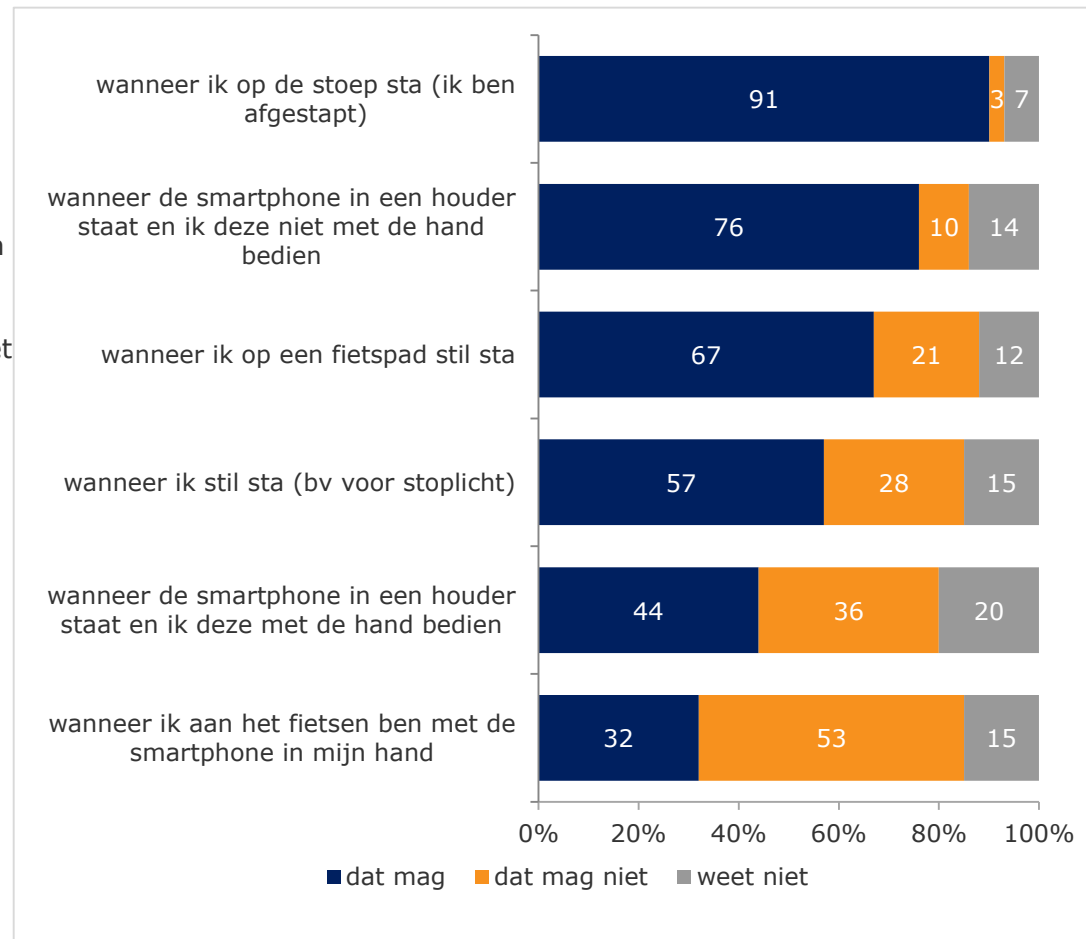
- Verschillende situaties zijn voorgelegd waarna gevraagd is of men daarna geen social media meer in het verkeer zou gebruiken.
- Situaties die dit social mediagebruik het sterkst zouden verminderen zijn als men zelf of een bekende hierdoor een ongeluk krijgt.
- Daarna zijn meer politiecontroles of hogere boetes voor ruim de helft redenen om geen social media meer in het verkeer te gebruiken.
- Minder alarmerende situaties zijn een advies van de telecomaandbieder, sociale druk van vrienden of collega's of een verbod van de werkgever.
- Voor vrijwel alle situaties geldt: hoe ouder men is, hoe vaker de situatie er toe zou leiden dat men geen social media in het verkeer gebruikt.



Stel dat het onderstaande gebeurt. Zou u daardoor geen social media meer in het verkeer gebruiken? (n=644)

### 3.8 Wetgeving – Doelgroep redelijk goed op de hoogte van de wetgeving rond social mediagebruik

- Van verschillende situaties is nagegaan of de doelgroep denkt dat dit volgens de wet mag.
- Bijna iedereen denkt terecht dat men de smartphone mag gebruiken als men afgestapt is.
- Een ruime meerderheid denkt (terecht) dat het is toegestaan om de smartphone te gebruiken als men stil staat.
- Opvallend is dat ruim de helft van de doelgroep denkt dat fietsen met de smartphone in de hand niet is toegestaan. Dit terwijl voor smartphonegebruik door fietsers geen specifieke regelgeving bestaat.
- Ook over het bedienen van een smartphone in een houder tijdens het fietsen bestaat verwarring: 36% denkt (onterecht) dat dit niet mag.
- We zien geen duidelijke verschillen naar leeftijd in de kennis van de wetgeving.



Mag u – volgens de wet – uw smartphone gebruiken in het verkeer in de volgende situaties? (Basis n=644)

# 4 Bijlagen



## 4 Onderzoeksverantwoording

### Methode

De respondenten ondervraagd door middel van CAWI - Computer Assisted Web Interviewing. De respondenten zijn geselecteerd uit TNS NIPObase, het online access panel van Kantar Public met zo'n 150.000 leden.

### Veldwerk

De meting vond plaats tussen 1 en 7 september. Er zijn reminders uitgezet. De vragenlijst duurde gemiddeld 8 minuten.

### Steekproef

Het onderzoek richt zich op fietsers die **minimaal 3 dagen per week fietsen in het verkeer**. Met betrekking tot handelingen in het verkeer met de smartphone is hierbinnen geselecteerd op fietsers die **minimaal 1 keer tijdens de fietsrit hun smartphone gebruiken**.

Voor de operationalisatie van de doelgroep is een steekproef getrokken van het algemeen Nederlands publiek van 15 jaar en ouder. Deze is representatief samengesteld naar de kenmerken geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, regio en huishoudgrootte. De doelgroep is vervolgens geselecteerd via selectievragen in het begin van de vragenlijst.

### Significantie

Een verschil met een overschrijdingskans  $p < 0,05$  (95% betrouwbaarheidsniveau) wordt als significant beschouwd. Verschillen met een overschrijdingskans  $p < 0,10$  zijn als indicatief gerapporteerd.

### Respons en weging

In het overzicht hieronder ziet u de belangrijkste kenmerken met betrekking tot de respons. De data zijn gewogen op de kenmerken geslacht, leeftijd, hoogst genoten opleiding, Nielsen regio en gezinsgrootte.

	Onderzoeksdoelgroep
Bruto steekproef	7.400
Totale respons	4.418
Buiten doelgroep	3.774
Netto steekproef	644
Netto respons	8,7%