

# IkSwitch.nu

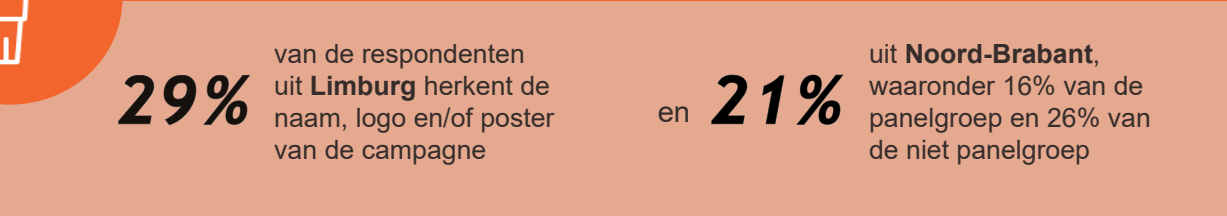
Op initiatief van Provincie Noord-Brabant, Provincie Limburg en SmartWayZ.nl is de campagne "IkSwitch.nu" gestart om mensen vaker de fiets te laten pakken. In juli en augustus 2024 deden 1.181 inwoners uit Limburg en Noord-Brabant mee aan een onderzoek over de effecten van deze campagne.

Van de 713 respondenten uit Noord-Brabant zijn 326 paneleden van het SmartWayZ-panel (45%) en 387 niet (55%). Omdat er een vermoeden bestond dat de panelleden beter op de hoogte zijn van de campagnes is er een onderscheid gemaakt tussen de twee groepen. In Limburg kwamen vrijwel alle respondenten uit de "niet-panelgroep". Hieronder ziet u een samenvatting van de resultaten en leest u wat we daarmee willen doen.

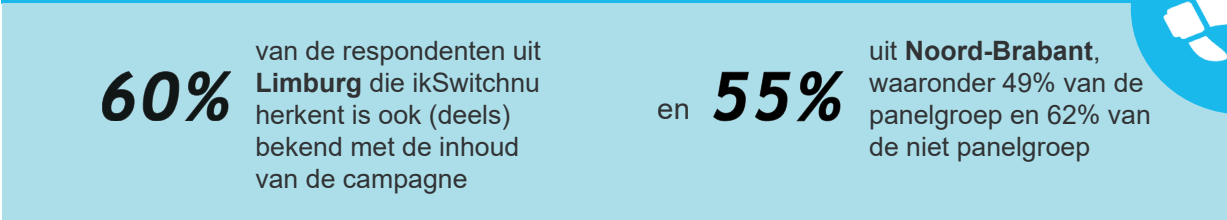
## Bekendheid van de campagne



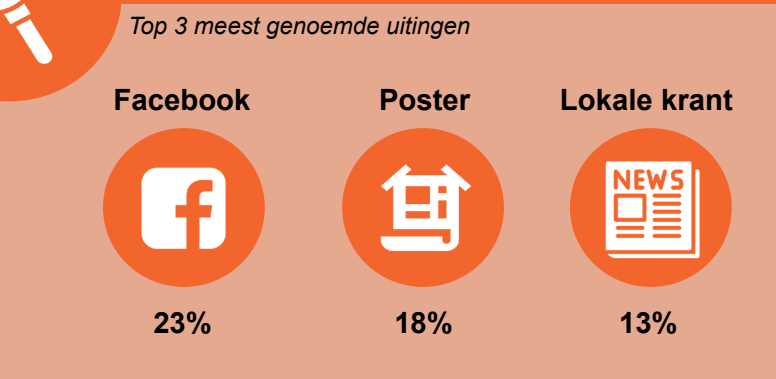
### Één op de vier respondenten herkent IkSwitch.nu...



### ... waarvan de meerderheid de inhoud van de campagne ook kent



### De campagne is vooral zichtbaar op Facebook...



### ... en wordt positief beoordeeld



# Effecten van de campagne



Vier op de tien respondenten zijn van plan om vaker te fietsen, vooral om boodschappen te doen...

*Deze vraag werd alleen gesteld aan respondenten die bekend zijn met de campagne*

**49%**

van de respondenten uit **Limburg** geeft aan door de campagne van plan te zijn om vaker te fietsen

en **40%**

uit **Noord-Brabant**, waaronder 14% van de panelgroep en 66% van de niet panelgroep

... en één op de vijf respondenten heeft de fiets al vaker gepakt

*Deze vraag werd alleen gesteld aan respondenten die bekend zijn met de campagne*

**34%**

van de respondenten uit **Limburg** geeft aan door de campagne de fiets al vaker te hebben gepakt

en **17%**

uit **Noord-Brabant**, waaronder 4% van de panelgroep en 30% van de niet panelgroep



## Wat gebeurt er met de resultaten?

De resultaten van de IkSwitch.nu campagne geven ons belangrijke inzichten. In het **najaar van 2024** gaan we verder met de campagne, dit keer met de focus op **thuiswerken**. We gebruiken de positieve feedback en resultaten om de campagne nog beter te maken.

Een verandering is dat het een maatwerkcampagne wordt, zodat de regio's de campagne kunnen inzetten op een manier die voor hen werkt en wanneer zij dat willen. We stimuleren mensen om vaker thuis te werken. En bieden **praktische tips** over hoe ze de **voordelen van thuiswerken** kunnen combineren in werk en privé. Zo blijven we mensen aanmoedigen om bewuste keuzes te maken!