



AGORA

JAARGANG 26 – NUMMER 4 – 2010

Fietsen

MAGAZINE VOOR SOCIAALRUIMTELIJKE VRAAGSTUKKEN

Redactioneel

FOTOGRAFIE OMSLAG Maarten Mieras

FOTOGRAFIE REDACTIONEEL Jesper van Loon

Het is nog donker als je 's ochtends op je fiets stapt op weg naar je werk of dat veel te vroege hoorcollege. En niet alleen dat. Het is ook nog eens koud, maar natuurlijk ben je niet zo verstandig geweest om je handschoenen uit de kast te halen. Even later begint het te regenen en zijn eigenlijk alle ingrediënten aanwezig om flink te balen van je keuze om de fiets te pakken. Toch blijkt eenmaal aangekomen op de plaats van bestemming de keuze helemaal niet zo slecht. Jij hoefde immers niet te zoeken naar een parkeerplaats voor je auto, bent goedkoper uit vergeleken met andere vervoermiddelen en hebt ook nog eens een gezond gevoel. Aan het einde van de dag kijk je zelfs weer een beetje uit naar het moment waarop je weer op de fiets kan stappen en alle discussies en problemen van je af kan fietsen. Met je blik op de fietser in de verte waan je jezelf misschien zelfs even in een wedstrijd. Het doel is duidelijk: die fietser inhalen! Maar dat valt nog niet mee. Hoe kan dat nou, vraag je jezelf af terwijl je dichterbij komt en ziet dat je opponent iemand van minstens 65 plus is. Je laat je natuurlijk niet kennen, haalt in en constateert dat een geruisloze elektromotor de oorzaak van de onvermoede krachten van je concurrent op leeftijd was. Dus zo leuk is fietsen: oud genoeg om een goed excuus te hebben en toch de technologie zoeken om er zo lang mogelijk mee door te gaan. Of zijn wij nou echt zo gek?

Fietsen zijn niet weg te denken uit het Nederlandse straatbeeld. Vraag een buitenlander die hier geweest is om Nederland te beschrijven en de kans is groot dat fietsen genoemd wordt. Het is dus blijkbaar een onlosmakelijk deel van ons dagelijks leven. Fietsen doé je, daar denk je niet over na. En hoewel je als fietser natuurlijk wel eens wat aan te merken hebt op dat ene stoplicht dat te lang op rood staat of die chaos van geparkeerde fietsen bij stations, valt het je eigenlijk nauwelijks op dat er zoveel fietspaden zijn, inclusief bewegwijzering. Geen wonder dat dit voor iemand die hier niet woont opvalt, want waar in het buitenland vind je die situatie nu terug?

Genoeg reden voor AGORA om een nummer over fietsen te maken, zeker gezien het feit dat in grote buitenlandse steden de fiets ondertussen wel aan een opmars is begonnen. In dit nummer worden vernieuwende inzichten uit de polder en Vlaanderen gecombineerd met buitenlandse casussen. Centraal staat reflectie op de positie van de fiets in relatie tot de ruimtelijke en culturele context.

REDACTIE AGORA



Inhoudsopgave: Fietsen

Fietsen

- 04 **Fietsen: Revolutie en Reprise**
INLEIDEND ARTIKEL Peter Pelzer en Marco te Brömmelstroet
- 07 **Pro-cyclisch ontwerpen**
ESSAY Conrad Kickert
- 11 **Fietsstad of Fietsende Stedeling?**
CASESTUDIE Veronique van Acker
- 14 **Attitudes van de Fietsforens**
CASESTUDIE Eva Heinen
- 17 **Fietsmulticulturalisme**
ESSAY Peter Pelzer
- 20 **Pendelhelden**
ESSAY Thomas Vanoutrive
- 24 **Fietskennis: Het Noord-Zuid dilemma**
CASESTUDIE Mark Brussel, Mark Zuidgeest en Martin van Maarseveen
- 28 **Help de fietsers, verbeter de stad**
ESSAY Adonia Lugo
- 31 **'Fixies': Hip of Handig?**
CASESTUDIE Samuel Johns
- 34 **Psst..Fietscultuur kopen?**
CASESTUDIE Marco te Brömmelstroet en Eric Crouse
- 38 **Interview: Fietsen in Amsterdam**
INTERVIEW Jesper van Loon en Peter Pelzer



Varia

- 44 **Nederland Handelsland**
RECENSIE Michiel van Meeteren
- 46 **Colofon / Volgende nummer**

Fietsen: Revolutie en Reprise

AUTEURS Peter Pelzer en Marco te Brömmelstroet

De fiets mag recentelijk op een toenemende belangstelling rekenen. Het fietswiel wordt echter niet geheel opnieuw uitgevonden; voor de Tweede Wereldoorlog kenden veel landen een bloeiende fietscultuur. In deze thema-editie schetst AGORA de contouren van de fietsrevival.

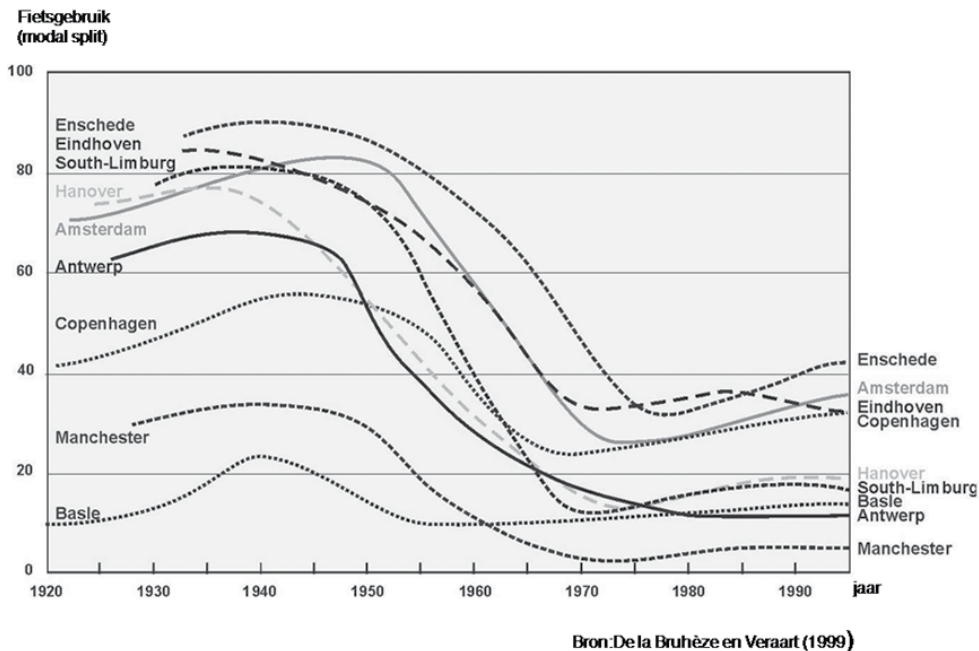
In steden over de gehele wereld is de fiets aan een niet te stuiten opmars bezig. In Londen en Parijs heeft de witte fiets een revival gemaakt met behulp van creditcards en verzamelpunten. In de Verenigde Staten maakt met name de medische wetenschap zich sterk voor een meer op lichaamsbeweging gericht verplaatsingspatroon. De fiets sluit uitstekend aan bij de stad van de toekomst die veel beleidsmakers voor ogen hebben: duurzaam, goedkoop en op de menselijke maat. Een andere indicator van de toenemende aandacht voor fietsen is het stijgende aantal academische publicaties. Zowel vanuit het transportonderzoek als bij de meer sociologische disciplines is er grote behoefte om fietsgebruik beter te kunnen verklaren en begrijpen. Immers, om een fietsrevolutie gestalte te geven is inzicht in oorzakelijke verbanden onontbeerlijk. Welke invloed hebben bijvoorbeeld fietspaden en een hoge dichtheid op fietsgebruik? En waarom fietsen hoogopgeleide stedelingen meer en niet-Westerse immigranten minder? Door middel van deze thema-editie probeert AGORA deze vraagstukken aan te scherpen en te beantwoorden. Interdisciplinariteit is hierbij onontbeerlijk, fietsen is niet het exclusieve eigendom van een bepaald vakgebied, maar raakt onder andere aan transportkunde, culturele geografie, stedenbouwkunde, planologie en psychologie. Om een zo inzichtelijk mogelijk beeld van fietsen te krijgen, brengt deze AGORA een veelheid aan thema's met betrekking tot fietsen onder woorden vanuit verschillende disciplinaire invalshoeken. Aan Nederland lijkt de fietshype grotendeels voorbij te gaan. Een opvallend gegeven, want Nederland is immers de bakermat van fietsbeleid en wordt wereldwijd geroemd om haar ruimtelijke ordening en transportsysteem.

Hieronder een historisch overzicht van dit lichtend voorbeeld voor fietsactivisten en beleidsmakers over de hele wereld.

De fiets sluit uitstekend aan bij de stad van de toekomst: duurzaam, goedkoop en op de menselijke maat

Het Paard van de Democratie

De fiets deed in 1868 haar intrede in Nederland als *Vélocipède*. Wat aanvankelijk een speeltje voor de rijken was, werd al snel het volksvervoermiddel bij uitstek. In 1923 was 74% van de voertuigen op rijkswegen een 'paard van de democratie'. Een naam die de fiets kreeg omdat het de mogelijkheid gaf aan alle strata van de bevolking zich vrijelijk te verplaatsen. Auto's waren nog een unicum, de wielrijders domineerden. Deze situatie veranderde nauwelijks tot aan de Tweede Wereldoorlog. Autogebruik begon explosief toe te nemen vanaf eind jaren vijftig en steeg tot grote hoogten in de jaren '60 en '70. Toenmalig premier en PvdA-voorman Joop Den Uyl stelde dat iedere Nederlander een 'autootje voor de deur' moest hebben. Gerelateerd aan deze verandering kwamen werk en woning steeds verder uit elkaar te liggen. Forensen over grotere afstand nam een grote vlucht, met negatieve gevolgen voor de rol van de fiets in het woon-werkverkeer. Aan de vrijval van de fiets kwam midden jaren '70 een einde. Als gevolg van een toenemende aandacht voor het milieu en de oliecrises kwamen er scheurtjes in het imago van de auto als symbool van moderniteit. De fiets werd uit de mottenballen gehaald. In 1975 werd de voorloper van de Fietsersbond opgericht die pleitte voor meer aandacht voor de fiets in verkeersbeleid. Deze concrete acties en de veranderende tijdgeest hadden resultaat: er kwam fietsbeleid waarin aandacht werd gegeven



Figuur 1: De historische ontwikkeling van fietsgebruik in acht Europese steden.

aan fietspaden en fietsparkeervoorzieningen. Samenvallend met de opleving van de Nederlandse binnensteden in de jaren '80 begon de fiets, zoals figuur 1 laat zien, aan een gestage opmars die tot de dag van vandaag voort duurt

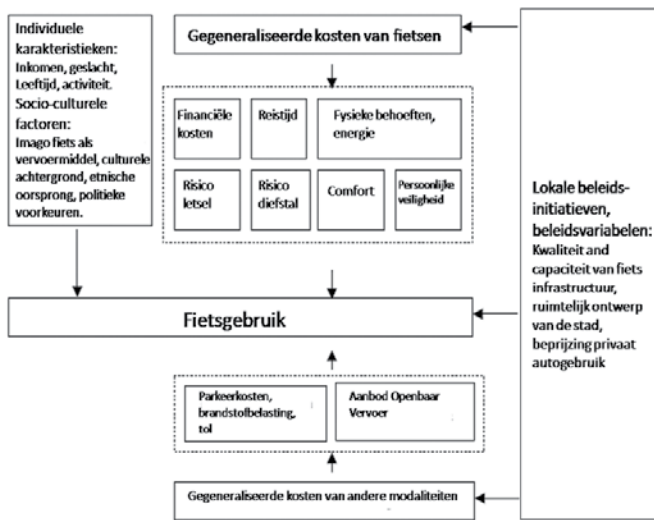
Fietsen verklaard

Kortom, onder de juiste condities en met de juiste inspanningen is verandering mogelijk. De vraag is natuurlijk waarom mensen ervoor kiezen de fiets te gebruiken. In figuur 2 staat een conceptueel model dat is ontwikkeld door Piet Rietveld en Vanessa Daniel waarin de kosten van fietsen ten opzichte van andere modaliteiten centraal staan in de vervoerskeuze. Deze zijn niet per se financieel, maar zijn ook gerelateerd aan comfort. De kosten hangen sterk samen met de ruimtelijke omgeving. Het is bijvoorbeeld niet comfortabel om op een regenachtige dag op een drukke autoweg een heuvel op te klimmen, maar wel aantrekkelijk om op een zonnige dag op een fietspad door de polder te fietsen. Over het algemeen wordt er vanuit gegaan dat stedelijke omgevingen hogere percentages fietsgebruik hebben dan plattelandsomgevingen, al is dit verband in Nederland minder sterk dan in andere landen. De dichtheid aan functies is groter in historische stadscentra en er moet vaak betaald worden voor parkeren. Het is dan niet verrassend dat zowel parkeertarieven als fietsgebruik in Amsterdam tot de hoogste ter wereld behoren. Conrad Kickert gaat in zijn artikel in op de meest geschikte ruimtelijke morfologie voor fietsen. Hij kijkt hierbij nadrukkelijk naar de internationale context en contrasteert de ideaaltypen van de Nederlandse 'fietsstad' met de Amerikaanse 'autostad'. Hiernaast is er nog een verklarende categorie die bestaat uit socio-culturele en individuele kenmerken. Een voorbeeld hiervan is dat middelbare scholieren vaker fietsen omdat ze nog niet in aanmerking komen voor een rijbewijs (leeftijd) en scholen vaak op fietsbare afstand zijn (reistijd). In de artikelen van Veronique van Acker en Eva Heinen wordt hier dieper op ingegaan. Van Acker bepleit een genuanceerdere benadering van de samenhang tussen een stedelijke omgeving en

fietsgebruik. Volgens haar moet er niet alleen gekeken worden naar de verklarende kracht van fysieke factoren, zoals dichtheid, maar moet ook de sociale compositie van steden worden meegewogen. Een andere kritiek op ruimtelijk determinisme komt van Eva Heinen. Zij benadrukt door middel van empirisch onderzoek het belang van attitudes op fietsgedrag.

Fietsmetaforen

Socio-culturele factoren zijn over het algemeen lastiger te duiden. Ook hun samenhang met fietsgebruik is divers. Zo fietsen VVD-stemmers minder dan GroenLinks-stemmers en mensen met een niet-Westerse achtergrond op hun beurt minder dan individuen met een Westerse achtergrond. Deze correlaties laten echter open hoe en waarom deze culturele variabelen er toe doen. Om hier inzicht in te krijgen moet de notie van de fiets als een neutraal vervoermiddel worden losgelaten. De fiets heeft betekenis; ze is sociaal geconstrueerd. Exemplarisch zijn de verschillende metaforen die over de hele wereld voor de fiets gebruikt worden, zoals het egalitaire 'Het Paard van de Democratie' in vooroorlogs Nederland. In zijn artikel gaat Peter Pelzer dieper in op het fietsdiscours in deze context. Pelzer stelt dat fietsen in Nederland teveel wordt gezien als een neutrale en rationele keuze waardoor de sterke verwevenheid van fietsen met de Nederlandse cultuur en geschiedenis wordt vergeten. Dit is met name van belang om te begrijpen waarom immigranten minder blijken te fietsen. Een stapje zuidelijker toont Thomas Vanoutrive door middel van de metafoor 'pendelhelden' aan dat door fietsers te betitelen als helden, niet-fietsers een negatief label krijgen opgeplakt. De rol van de overheid in België wordt hierdoor terzijde geschoven, terwijl deze een cruciale rol speelt door het scheppen van de juiste ruimtelijke condities voor fietsen. In ontwikkelingslanden, zo is in ieder geval de Westerse assumptie, wordt de fiets gezien als het badinerende 'rijwiel voor de armen'. Deze stelling wordt genuanceerd door Mark Brussel, Mark Zuidgeest en Martin van Maarseveen. Zij doen onderzoek naar fietsen in ontwikkelingslanden. In



Figuur 2: Conceptueel model om fietsgebruik te verklaren van Rietveld en Daniel (2004).

hun artikel geven ze voorbeelden uit een aantal onderzoeken en tonen ze aan wat de lacunes in fietsonderzoek naar de niet-westerse wereld zijn. Een heel andere rol speelt de fiets in de Verenigde Staten. Fietsactivisten zien het als een middel om bredere doelen als emancipatie en gelijkheid na te streven, de fiets is een 'vervoermiddel voor verandering'. Adonio Lugo is intensief betrokken bij de fietsbeweging in Los Angeles. Deze organisatie richt zich met name op het helpen van Latijns-Amerikaanse arbeidskrachten, voor wie de fiets het enige betaalbare vervoermiddel is. In haar artikel doet ze verslag van haar activiteiten en wijst ze op de dominante rol van de auto in de Verenigde Staten en Los Angeles in het bijzonder. Het verschil in status van fietsen hangt weer sterk samen met het vervoerssysteem van een land of stad. Een door auto's gedomineerde omgeving maakt de fiets tot een marginaal verschijnsel, dat juist vanwege deze positie nauwelijks aandacht krijgt vanuit transportbeleid. Een minderheidspositie kan ook het startpunt zijn voor verandering. In steden als Portland, Londen en Barcelona ontdekt een hippe, jonge avant-garde de fiets. Leenfietsen als de Velib in Parijs en Boris' Bikes in Londen voegen een nieuwe dimensie toe aan multimodaliteit. De fiets zelf wordt ook heruitgevonden, neem bijvoorbeeld de opkomst van de 'fixies' die meer nog dan een vervoermiddel onderdeel van het imago van modebewuste individuen zijn. Samuel Johns probeert in zijn stuk dit recente fenomeen te duiden en benadrukt hierbij de intense relatie tussen fietser en fiets.

Naar een breder perspectief

In het eerder genoemde model van Rietveld en Daniel zijn 'kosten' het centrale concept in het verklaren van fietsgebruik. Er wordt vanuit gegaan dat actoren een rationele beslissing maken op basis van een beperkte set argumenten; een centraal uitgangspunt in het economische paradigma. Weliswaar behandelt het model ook een aantal socio-culturele variabelen, maar deze staan verre van centraal in de uiteindelijke causale verklaring voor fietsgebruik die gegeven wordt. Inzichten uit andere contexten laten zien dat leefstijlen en de status van fietsen moeten worden meegewogen in het keuzeprocess. In beleid kan hier vorm aan gegeven worden door in te spelen op de 'zachte' kanten

van fietsen. Om fietsgebruik te stimuleren moet er behalve een fysieke ook (of zelfs éérs) een fietsomgeving geschapen worden. Voortvloeiend uit deze gedachte betogen Te Brömmelstroet en Crouse in hun artikel dat er meer aandacht moet komen voor fietsmarketing. Op emotie gerichte marketing is, zo redeneren de auteurs, in het beginstadium effectiever dan dure investeringen in infrastructuur. Om de academische discussie te verbinden met de politieke praktijk besluit deze AGORA met een interview met twee gemeenteraadsleden in Amsterdam, Robert Flos en Fjodor Molenaar, en een hoogleraar planologie, Luca Bertolini. Twee doelstellingen kenmerken deze discussie. Ten eerste een poging beleid en wetenschappelijke inzichten dichter bij elkaar te brengen en ten tweede concrete oplossingen aan te dragen.

Fietspaden

Zoals de historische ontwikkeling van Nederland heeft laten zien, kunnen negatieve trends doorbroken worden. Dit vereist creativiteit en reflexiviteit; er is geen universeel model dat fietsen verklaart. Daarvoor zijn steden en landen te uniek in cultureel, geografisch en institutioneel opzicht. Een hoogwaardige fietsinfrastructuur betekent niet dat deze ook als zodanig gelezen wordt, interpretaties zijn afhankelijk van referentiekaders. De Nederlandse fietstraditie kan hierbij dienen als inspiratiebron voor fietsonderzoek en -beleid. Er is echter geen bewegwijzerde route, aangezien meerdere fietspaden naar Amsterdam leiden. AGORA probeert in dit nummer een kaart van deze mogelijke theoretische, empirische en beleidsmatige paden aan te leggen.

Peter Pelzer (peter_pelzer@hotmail.com) is sociaal geograaf en redacteur van AGORA. Marco te Brömmelstroet is Universitair Docent stedelijke planning aan de Universiteit van Amsterdam, gespecialiseerd in de relatie tussen ruimte en mobiliteit. Tevens houdt hij zich op verschillende manieren bezig met fietsen in München (www.muenchenierung.tk).

Literatuurselectie

- Acker, van V., B. Van Wee & F. Witlox (2010) When Transport Geography Meets Social Psychology: Toward a Conceptual Model of Travel Behaviour. *Transport Reviews* 30, 40, pp. 219-240.
- De la Bruhèze, A A & F. Veraart (1999) *Fietsverkeer in praktijk en beleid in de twintigste eeuw*. Den Haag: Ministerie van Verkeer en Waterstaat,
- Ebert, A. (2004) *Cycling towards the nation: the use of the bicycle in Germany and the Netherlands, 1880-1940*, *European Review of History: Revue européenne d'histoire* 11, 3, pp. 347-364
- Furness, Z. (2010) *One Less Car: Bicycling and the Politics of Automobility*. Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Rietveld, P. & V. Daniel (2004) Determinants of bicycle use: do municipal policies matter? *Transportation Research Part A*, 38, pp.531-550.
- Rosen, P., P. Cox & D. Horton (red.), (2007) *Cycling and Society*. Aldershot: Ashgate.
- Spinney, J. (2009) *Cycling the City: Movement, Meaning and Method*. *Geography Compass* 3, 2, pp. 817-835.

Pro-cyclisch ontwerpen

AUTEUR Conrad Kickert

FOTOGRAFIE POSAD, BikePortland.org

Steden vormen zich al eeuwen rondom hun vervoersnetwerken. De eeuw van de auto heeft echter een haast onomkeerbare cyclus in gang gezet door de grote ruimtelijke opgave die groeiend autogebruik met zich meebrengt. De fiets zou wel eens een anticyclus in gang kunnen zetten.

Vanuit de fysiek-ruimtelijke invalshoek van het stadsontwerp heeft vervoer een belangrijke plaats in de vorming van steden. Al eeuwenlang vormen steden zich naar hun vervoersnetwerken, en andersom is de keuze van vervoersmiddel sterk afhankelijk van de stedelijke vorm. Een Hollandse waterstad als Amsterdam is gevormd langs druk bevaren rivieren, grachten en kanalen. Zelfs vandaag nog speelt het water een belangrijke rol in Amsterdam voor toerisme en transport en kunnen voetgangers en fietsers een graantje meepikken van de dichtbebouwde binnenstad. Een compacte stad als Parijs vormt zich om het dichte metronet dat profiteert van een hoge bevolkingsdichtheid. Aan de andere kant van het spectrum vormt de autostad zich naar de vierwieler. In het Amerikaanse Phoenix zijn alledaagse functies relatief snel bereikbaar met de auto, uitgespreid over de kale vlaktes van Arizona.

Vervoer vormt

Maar zijn deze steden wel flexibel genoeg? Aanpassingsvermogen is noodzakelijk voor steden om te overleven als wonend, werkend, bezoekend en recreërend hart van de samenleving, ook als externe factoren significant wijzigen. Dit geldt zeker ook voor vervoer. Wandelsteden als Venetië en Marrakech hebben de grootste moeite om de auto te verwelkomen en dreigen in de rol van openluchtmuseum te vervallen. Autosteden als Los Angeles en Detroit blijken zeer kwetsbaar voor externe factoren die de positie van de auto tot wankelen kunnen brengen zoals de slinkende olievoorraad of het broeikas-effect, simpelweg omdat zij met geen enkel ander vervoersmiddel meer te

gebruiken zijn. De fiets zou wel eens een interessante brugfunctie kunnen vervullen tussen de compacte stad en de autostad. Flexibiliteit is van levensbelang. Een werkelijk duurzame stedelijke omgeving biedt haar bewoners de keuze met welk vervoersmiddel zij zich willen verplaatsen: nu en in de toekomst. In veel steden in binnen- en buitenland is deze keuzeruimte in rap tempo aan het verdwijnen, vaak ten gunste van de auto en ten nadele van wandelaars, fietsers en het openbaar vervoer. De opkomst van de auto is voor veel traditionele compacte steden een grote ruimtelijke uitdaging en de resulterende transformatie van de stad is duidelijk éénrichtingsverkeer. In verhouding tot een voetganger of fietser hebben auto's een veelvoud van de ruimte nodig voor transport en stalling. Veel dichtbebouwde steden hebben deze ruimte eenvoudigweg niet. De opkomst van de auto wordt zo een zelfversterkend systeem: autogebruik wordt interessanter naarmate de stad verder door datzelfde gebruik wordt aangetast, doordat het alternatief van wandelen, fietsen en gebruik van openbaar vervoer door de geërodeerde stad wordt ontmoedigd. Dit gebeurt op twee schaalniveau's. Ten eerste: direct in de fysieke omgeving door de overlast van autoverkeer en de overgave van steeds meer ruimte voor de auto. Ten tweede: sluipenderwijs op het stedelijke en regionale schaalniveau door het steeds verder uit elkaar plaatsen van functies. Een onomkeerbare trend dreigt zo te ontstaan waarin de aantrekkingskracht van de auto slechts verder kan groeien en alternatieven oninteressanter worden. Een goed voorbeeld is Los Angeles, een bekend voorbeeld van de Amerikaanse autostad. In tegenstelling tot wat algemeen wordt aangenomen heeft Los Angeles een reeks van compacte centra, die langzaam zijn geërodeerd en samengegroeid tot een dunbebouwde zee van beton. Deze stad is in enkele decennia van wandelstad tot autostad geworden. Aan de groei van autoverkeer is constant tegemoet gekomen door het aanleggen van meer wegen en parkeerterreinen. Openbaar vervoerbedrijven zijn opgekomen en neergegaan, hun lijnen gesloten. Het resulterende territorium van de automobilist is gemakkelijk, snel en grootschalig, maar vooral erg leeg



Plan van POSAD voor Pendrecht: voorbeeld van een geslaagd fietsenstallingsontwerp.

en uitgestrekt. Generaties stadsontwerpers leggen zich toe om geërodeerde Amerikaanse stedelijke velden te verdichten tot omgevingen waarin een wandeling weer nuttig en aangenaam wordt, de markt vraagt duidelijk naar keuzevrijheid in stedelijke omgevingen. Dit is duidelijk te zien in de groeiende vraag naar 'walkable' steden en de populariteit van bewegingen als het Amerikaanse New Urbanism. Zelfs Los Angeles vecht met man en macht om openbaar vervoer te herintroduceren in de stad, met wisselend resultaat.

Een werkelijk duurzame stedelijke omgeving biedt haar bewoners de keuze met welk vervoersmiddel zij zich willen verplaatsen, nu en in de toekomst

Ook in Nederland heeft de opkomst van de auto de stad op twee schaalniveau's veranderd: niet alleen heeft de auto haar directe omgeving aangetast, maar de auto heeft ook de stedelijke functieverdeling op een meta-schaalniveau bepaald ten nadele van keuzevrijheid. Hoe vol de overheid de mond ook heeft van gecentraliseerde kantorenlocaties en het verdichten van de stad: het is een onomstotelijk feit dat in de laatste decennia talloze bedrijventerreinen, kantoren en winkelvoorzieningen met name zijn gebouwd rondom snelwegafslagen. En dus niet in stedelijke milieus op een gemakkelijke wandel- of fietsafstand voor de gemiddelde werknemer of bezoeker. Bereikbaarheid met de auto heeft het belang van nabijheid van functies sterk veranderd. De eerder beschreven spiraal geldt dus ook hier. Omgevingen ontworpen voor de auto en omgevingen die voetgangers en openbaar vervoer verwelkomen kunnen worden beschouwd als twee in essentie incompatibele stedelijke systemen. De twee uiterste modaliteiten voelen zich thuis in hun eigen ruimtelijke ecosysteem, hun eigen territorium. Deze uiterste territoria zijn vaak scherp afgebakend en wederzijdse indringers zijn niet gauw welkom. Net als dat het idioot klinkt om met de auto

dwars door de kleinschalige Amsterdamse binnenstad te navigeren om gratis voor de HEMA aan de Kalverstraat te parkeren, is het erg onpraktisch om in auto-gedomineerd Los Angeles te voet een pak melk om de hoek te kopen.

De fiets als uitkomst

De fiets kan een ideale rol vervullen als brug tussen de dichtbebouwde, langzame wandelstad en de snelle maar uitgestrekte autostad. Dit vervoersmiddel kan langere afstanden overbruggen dan een voetganger maar heeft veel minder ruimte nodig dan de auto. Veel overheden onderkennen deze voordelen en de fiets beleeft wereldwijd dan ook zijn eigen kleine opmars. Niet onlogisch: het gebruik van de fiets heeft een groot aantal voordelen. Met de langzaam opkrabbende economie komt een oud vraagstuk opnieuw aan bod: woekerende olieprijsen en de angst voor het opraken van deze goedkope brandstof. Alhoewel verschillende partijen met wisselend succes werken aan alternatieven voor olie lijkt het waarschijnlijk dat de energie benodigd voor mobiliteit tijdens een langere periode aanzienlijk kostbaarder zal zijn dan nu het geval is. De fiets als een door de mens aangedreven vervoersmiddel kan tijdens deze overgangperiode wel eens de kop opsteken als een economisch interessant vervoersmiddel voor de korte afstand. Mede door de toenemende onderkenning van de noodzaak van het aanpakken van wereldwijde klimaatverandering, transformeert milieubeleid van een intellectuele ver-van-mijn-bed-show langzaam naar concrete maatregelen die burgers in Europees, nationaal en soms lokaal verband in hun dagelijks leven tegenkomen. De belangrijke rol die automobilititeit speelt in klimaatverandering en het generen van fijnstof, wordt in toenemende mate door overheden onderkend en gestuurd via maatregelen als emissie-eisen, milieuzones en lagere maximumsnelheden. In dichtbebouwde stedelijke omgevingen is de fiets een efficiënt en bescheiden vervoersmiddel: het genereert geen broeikasgas, geen fijnstof en bijna geen lawaai, hooguit een beetje gebel en gescheld op zijn tijd. De fiets verpest geen longen maar versterkt ze: fietsen is zowaar nog gezond ook.

Voor het stadsontwerp zijn met name de grote ruimtelijke voordelen van de fiets van belang. Deze economische, geruisloze stadsbewoner

heeft voor zijn vervoer en parkeren een fractie van de ruimte nodig van een auto. Het aanleggen van de noodzakelijke infrastructuur voor het efficiënt, veilig en comfortabel transporteren en parkeren van de fiets kost hierdoor ook een fractie van de ruimte en geld die benodigd zou zijn voor autoverkeer en de meeste vormen van openbaar vervoer. In een omgeving waar iedere vierkante meter telt is de ruimtelijke factor van groot belang. Het is dan ook weinig verbazend dat steeds meer dichtbebouwde wereldsteden naast de ecologische voordelen ook de ruimtelijke en economische voordelen van de fiets herkennen. Uitgebreide programma's voor het aanleggen en promoten van fietsnetwerken in bijvoorbeeld Londen en New York tonen aan dat investeren in de fiets een voordelige manier is om klimaatdoelen te halen, vastgelopen stedelijk transport op gang te helpen en een stad een groen imago aan te meten.

Een fietstocht moet zinvoller, sneller en aangenamer dan een autorit worden gemaakt om het fietsgebruik een significante rol te laten vervullen in het terugdringen van autoverkeer in een stad

Pro-cyclisch ontwerpen

Hoe ontwerpt men stedelijke omgevingen voor de fiets? Ten eerste door de wensen van fietsers te begrijpen. Een fietstocht moet zinvoller, sneller en aangenamer dan een autorit worden gemaakt om het fietsgebruik een significante rol te laten vervullen in het terugdringen van autoverkeer in een stad. Deze drie-eenheid speelt zich grotendeels af op het eerder beschreven duo van ruimtelijke schaalniveau's: die van de stad als geheel en van de openbare ruimte in het bijzonder. De zin

en het snelheidsvoordeel van fietsen heeft met name te maken met de concentratie van functies in de stad en regio. Hoe dichter zinvolle dagelijkse functies geconcentreerd zijn, hoe sneller zij per fiets bereikbaar zijn. Het gebruik van de fiets aangenamer - en veiliger - maken kan met name bereikt worden door de openbare ruimte goed vorm te geven, maar is pas van enig nut als een fietstocht zinvol en snel is. De eisen zijn dus hiërarchisch te rangschikken. Zoals de eerdergenoemde voorbeelden van Amerikaanse autosteden laten zien, knaagt de opkomst van de auto aan alledrie deze criteria voor fietsgebruik. Door het te ver uit elkaar plaatsen van wonen, werken en recreëren worden fietstochten functioneel minder zinvol en duren langer. Op de fiets boodschappen halen of naar het werk gaan is zinloos in Los Angeles, deze functies liggen vaak te ver weg. Ook is men veel sneller bij de supermarkt of op het kantoor met de auto. Een aangename fietstocht wordt het ook niet. Zonder significante functionele en morfologische veranderingen blijft de fiets het domein van de 25-jarige alfa-man. De voorbeelden in Londen en New York laten zien dat met name dichtbebouwde stedelijke omgevingen zich goed lenen voor de fiets. In deze milieus zijn de afstanden tot voorzieningen korter, maar ook de verkeersproblemen groter. Een fietstocht is daardoor sneller, zinvoller en hopelijk door toedoen van de investeringsprogramma's in openbare ruimte in deze steden ook aangenamer dan een autorit. In snel tempo trekt een steeds groter aandeel van de wereldbevolking naar dit soort dichtbevolkte steden. Dit biedt een kans voor een grotere rol van de fiets. Overbevolkte steden als Mumbai lijden onder een dagelijks verkeersinfarct en de vooruitzichten zijn somber. De Tata Nano creëert een nieuwe generatie autorijders: de auto wordt voor een groot deel van de Indiase inwoners langzamerhand een betaalbaar vervoersmiddel en een massale overstap wordt verwacht. Zonder significante investeringen in infrastructuur kan deze stad de resulterende mobiliteitsgroei niet aan. Paradoxaal genoeg is zonder een significante centrale regie in de ruimtelijke ordening automobilititeit, voor velen het symbool van vrijheid, onmogelijk. Is automobilititeit wel weggelegd voor veel snelgroeende wereldsteden of zal dit alleen maar leiden tot een



radicale afname van de leefkwaliteit. Het vasthouden en verder ontwikkelen van een integraal fietsnetwerk lijkt juist in deze steden van levensbelang. Op de schaal van de stad en de regio moeten functies als wonen, werken, winkelen en recreëren zo dicht mogelijk bij elkaar worden geplaatst. Kleinschalige functiemenging vergroot de kans op korte reisafstanden, waardoor bijvoorbeeld fietsgebruik voor boodschappen in steden met een fijnmazige menging significant hoger ligt. Fietsen is immers met name op de korte afstand efficiënter dan een autorit. Door functiemenging wordt de voedingsbodem voor fietsgebruik gelegd. Op de schaal van de openbare ruimte moet de fiets een veilige, directe en comfortabele route naar haar bestemming hebben. Dit betekent dat fietspaden op een goede afstand van autoverkeer

Door de snelle wereldwijde verstedelijking kan in veel nieuwe stedelijke omgevingen juist nu voor de fiets gekozen worden om een onomkeerbare en neerwaartse spiraal van toenemend autogebruik voor te zijn

gehouden wordt, maar in verband met sociale veiligheid en natuurlijke surveillance is het ontwerpen een aparte fietsstructuur in het groen zoals bijvoorbeeld in Almere Haven of Houten vaak een stap in de verkeerde richting. In deze twee steden is wel de overwinning bereikt dat fietsroutes veel directer lopen dan de autowegen. Hierdoor neemt het snelheidsvoordeel ten opzichte van de auto toe. Veel steden hebben hun eigen ontwerpstandaarden voor fietsen in de openbare ruimte. Ook bij stallingsopties is het van groot belang dat de fiets een voordeel op de auto heeft. Bewaakte fietsstallingen kunnen op korte afstand van bestemmingen worden geplaatst zodat het reistijdsvoordeel ten opzichte van de veel verderop geparkeerde auto nog verder toeneemt. Ook kunnen stallingen duidelijk gemarkeerd worden zodat zij eenvoudiger te vinden zijn en als landmark en centrale economische functie voor wijken fungeren. Goede voorbeelden hiervan zijn de welbekende fietsflats die in verschillende Nederlandse stationsgebieden verschijnen, maar bijvoorbeeld ook het recent gewonnen ontwerp voor een netwerk van gecombineerde fietsstallingen en winkels in Pendrecht van bureau POSAD. De rol van de fiets in ketenmobiliteit moet niet worden onderschat. Een fietstocht is vaak onderdeel van een langere reis met het openbaar vervoer en bevat behalve woon-werkverkeer ook andere dagelijkse activiteiten, zoals winkelen en recreëren. Ga maar eens na hoeveel supermarkten op makkelijk 'befietsbare' plekken gebouwd zijn. Het gebruik van de OV-fiets neemt in Nederland nog altijd sterk toe, waardoor de actieradius van treinstations sterk wordt vergroot. Ruimtelijk leidt de fiets in het Nederlandse stationsgebied weliswaar nog steeds een zwerfend bestaan, terwijl de symbiose tussen fiets en openbaar vervoer steeds duidelijker wordt.

De fiets als stadsbewaarder

Het bevorderen van fietsgebruik kan een cyclus van groeiend autogebruik en stadserosie doorbreken, maar slechts in omgevingen waar de fiets nog een rol kan spelen, omgevingen die een bepaalde kritische stedelijke dichtheid hebben. De fiets kan de dichtheid en fijnmazigheid van functies en de transportkeuzevrijheid van deze steden waarborgen, omdat hij juist daar een goed alternatief vormt voor de auto. En eerlijk gezegd, voor veel autosteden lijkt het al te laat. Zonder significante morfologische en functionele veranderingen kan de fijnmazigheid voor fietstransport niet op grote schaal meer worden geboden. Ook in Nederland moet opgepast worden dat met name op de schaal van de stad en de regio fietsen niet ontmoedigd wordt door de hardnekkige trend om functies verder uit elkaar te plaatsen en zich te richten op de auto. Door de snelle wereldwijde verstedelijking kan in veel nieuwe stedelijke omgevingen juist nu voor de fiets gekozen worden om een onomkeerbare en neerwaartse spiraal van toenemend autogebruik voor te zijn of in de kiem te smoren. Het maken van de juiste keuzes voor de dichtheid en vorm van nieuwe stadsdelen kan in grote mate het voordeel van de fiets bepalen. Hierbij moet met name gedacht worden aan de drie hiërarchische criteria voor een goede fietsomgeving: nut, snelheid en comfort. Op dit vlak wordt bijvoorbeeld door Gehl Architects veel onderzoeks- en ontwerpwerk verricht. Alhoewel velen de bewegingsvrijheid van de auto als argument gebruiken om de status quo te verantwoorden, tast het bieden van onbepaalde vrijheid voor de auto juist de bewegingsvrijheid, keuzevrijheid en flexibiliteit van de rest van de stad aan. Terwijl de positie van de auto in de toekomst op zijn minst gezegd wel eens minder dominant zou kunnen worden. Met razendsnelle ontwikkelingen op het gebied van energie, transport en verstedelijking in het verschiet is het wellicht slim om net als bij een belegging de vervoersportfolio te spreiden. Duurzaamheid is flexibiliteit: steden die haar bewoners geen keuzevrijheid bieden om nu en in de toekomst te reizen zoals zij wensen zullen de tand des tijds niet doorstaan.

Conrad Kickert (www.conradkickert.com) is een afgestudeerde stedenbouwkundige aan de TU Delft. Ook heeft hij een stedenbouwkundige opleiding afgerond aan de University of Michigan in de Verenigde Staten, waar hij op dit moment PhD-onderzoek doet naar de relatie tussen gebouw en openbare ruimte.

Literatuurselectie

- Gehl Architects (2010) *Our cities ourselves*. New York, NY: TDPI.
- INFAS (2008) *Mobilität in Deutschland*. Berlijn: INFAS.
- Fishman, R. (1989) *Bourgeois Utopias, the rise and fall of suburbia*. New York, NY: Basic Books Publishers.
- Hamilton-Baillie, B. (2008) *Towards Shared Space*. *Urban Design International*, 30, 2 p.130-138.
- Kelbaugh, D. (2002) *Repairing the American Metropolis*. Seattle, WA: University of Washington Press.
- POSAD (2010) 'Fietsvriendelijke wijk', Fietsersbond, te bekijken op <http://www.fietsersbond.net/ideeenprijsvraag/uitslag.php>.

Fietsstad of fietsende stedeling?

AUTEUR Veronique Van Acker

FOTOGRAFIE Amsterdamize, William A. Franklin

Hogere dichtheden en meer functiemenging zorgen voor meer fietsen. Vaak is dit het uitgangspunt van planologen en verkeersdeskundigen. Het klopt voor een deel, maar ook andere factoren zoals leefstijlen en attitudes zijn belangrijk. De relatie tussen de bebouwde omgeving en fietsen is daardoor niet zo eenvoudig als vaak wordt gedacht.

Ook al lijkt het alsof alle Belgen doorwinterde wielersfanaten zijn tijdens wedstrijden zoals de Tour de France, toch heerst er in België geen algemene fietscultuur zoals in Denemarken en Nederland. België behoort eerder tot een middenmoot. Er wordt al in zekere mate gefietst, maar van een in het alledaagse leven geïntegreerde fietscultuur is slechts in beperkte mate sprake. Bovendien zijn de regionale verschillen uitgesproken: 91% van alle fietsverplaatsingen gebeuren in Vlaanderen, tegenover slechts 7% in Wallonië en 2% in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Toch is er een groot groeipotentieel voor het fietsen in België. Ons dagelijks verplaatsingsgedrag bestaat immers uit vele korte verplaatsingen. Volgens het meest recent Onderzoek Verplaatsingsgedrag (2008-2009) is meer dan de helft van alle verplaatsingen korter dan 5 km. Deze afstanden kunnen gemakkelijk afgelegd worden met de fiets, maar toch wordt vaak de auto gebruikt (56,5% van alle verplaatsingen korter dan 5 km). We zijn immers bang dat de fiets gestolen wordt, het is niet aangenaam om bezweet aan te komen op bestemming, bagage en passagiers kunnen moeilijk vervoerd worden; het zijn enkele redenen die ons weerhouden om te fietsen. Maar ook de ruimtelijke structuur verhindert ons vaak om te fietsen. Door een sterke suburbanisatie en verspreiding van activiteiten is een Vlaanderen ontstaan waarbij het soms moeilijk is om de afstand tussen onze bestemmingen met de fiets te overbruggen.

Betere ruimtelijke ordening, meer fietsen

Decennia lang heeft men een aanbodsgestuurde politiek gevoerd

waarbij alle aandacht naar de auto uitging. Denk maar aan de opmerkelijke uitbreiding van de transportinfrastructuur tussen 1960 en 1980 met de aanleg van de autosnelwegen. Onder impuls van het Brundtland rapport en Agenda 21 kwam duurzaamheid hoog op de bestuurlijke agenda te staan en verschoof in de jaren '90 de focus van de aanbod- naar de vraagzijde van verkeer. Het integreren van het ruimtelijk beleid met het verkeersbeleid werd daarbij als één van de mogelijkheden geopperd om op een duurzame manier mobiel te zijn en te blijven. Want ook al lopen we soms een blokje om voor het plezier, toch verplaatsen we ons meestal om aan activiteiten deel te nemen die ruimtelijk verspreid zijn. Daarom lijkt het logisch dat het fietsen aangemoedigd kan worden door een beter georganiseerde ruimtelijke structuur waarbij men woont in de nabijheid van de voornaamste activiteitslocaties. Dit wekt de indruk dat wonen in buurten met hoge dichtheden en meer functiemenging vanzelfsprekend resulteert in meer fietsen.

De bebouwde omgeving beïnvloedt fietsen, maar dan vooral indirect

Recent onderzoek op basis van het Onderzoek Verplaatsingsgedrag (OVG) Gent bevestigt dat de vervoerswijzekeuze beïnvloed wordt door de bebouwde omgeving, maar dan vooral op een indirecte manier. De bebouwde omgeving beïnvloedt in de eerste plaats het autobezit dat hoger is in buurten met een lage bebouwingsdichtheid, lage functiemenging, veraf gelegen van een treinstation of van het centrum van Gent en met een goede lokale autobereikbaarheid. Of met andere woorden: het bezitten van een auto wordt vooral geassocieerd met wonen in een niet-stedelijke omgeving. Gezinnen met meerdere auto's zijn bovendien geneigd hun auto vaker te gebruiken en dus minder te fietsen. Op die manier heeft de



Bron: Flickr, Fotoğraf: Amsterdamize

bebouwde omgeving vooral een indirect dan wel direct effect op de uiteindelijke vervoerswijzekeuze. Dit geldt voor de meeste ruimtelijke kenmerken waardoor de indruk gewekt wordt dat autobezit een kenmerk is dat de gehele directe invloed van de bebouwde omgeving vervangt. Autobezit vervangt inderdaad de invloed van sommige, maar niet alle ruimtelijke kenmerken. Vooral dichtheid blijft een belangrijke directe invloed uitoefenen op de vervoerswijzekeuze. Dit suggereert dat het ruimtelijk beleid de vervoerswijzekeuze op twee manieren kan beïnvloeden: direct door maatregelen van verdere verdichting, maar ook indirect door het wegwerken van de noodzaak om een auto te bezitten. Naast het duurder maken van het autobezit en -gebruik door het heffen van voertuigbelastingen en brandstofaccijnzen en het invoeren van rekeningrijden, moet het ruimtelijk beleid in de ontwikkeling van residentiële buurten voorzien waarin het niet langer noodzakelijk is om een auto te bezitten om deel te kunnen nemen aan de ruimtelijk verspreide activiteiten.

Vragen rond causaliteit

Op het eerste gezicht lijkt fietsen dus vooral beïnvloedbaar door stedelijke kenmerken. Maar het blijft belangrijk om in het achterhoofd te houden wie nu juist in een buurt met hoge dichtheden en functiemenging woont. Vaak wordt hiervoor een klassieke doelgroepenbenadering gebruikt die de bevolking indeelt in socio-economisch en demografisch homogene groepen (bijvoorbeeld volgens leeftijd, geslacht en inkomen). Dit geeft ons inzicht in de omvang en samenstelling van de bevolking. Maar binnen deze zogenaamde homogene bevolkingsgroepen kunnen belangrijke verschillen bestaan. Niet alle tweeverdieners met jonge kinderen kiezen voor een woning in het groen en de daarmee geassocieerde auto. En niet alle pas afgestudeerden kiezen voor een eerste appartement in de stad en gebruiken de fiets om zich te verplaatsen. Dit wijst erop dat men rekening moet

houden met meer subjectieve kenmerken zoals persoonlijke attitudes en leefstijlen. Een leefstijlenbenadering geeft daarom inzicht in motivaties, behoeften, attitudes, normen en waarden van mensen. Of in andere woorden: leefstijlen verduidelijken waar mensen wensen te wonen en hoe ze zich willen verplaatsen. Het negeren van dergelijke subjectieve kenmerken laat ook een vraag van causaliteit onbeantwoord. Is het werkelijk de meer traditionele stedelijke omgeving met haar hogere dichtheden, meer diversiteit en goede lokale bereikbaarheid die aanzet tot meer fietsen? Of gaat het eerder om de algemene voorkeur om de fiets te gebruiken die een doorslaggevende factor was bij de uiteindelijke keuze van een (stedelijke) woonplaats? In het laatste geval spreekt men van residentiële zelf-selectie waarbij men een woonplaats kiest in functie van zijn/haar mobiliteitsvoorkeuren en leefstijl.

Aandacht voor attitudes en leefstijlen vermijdt een deterministische kijk op de interactie tussen de bebouwde omgeving en fietsen

Bestaande datasets zoals het OVG Gent en het Onderzoek Verplaatsingen in Nederland (OviN) bevatten geen informatie over subjectieve invloeden. Daarom organiseerde de vakgroep Geografie (UGent) een internetenquête over leefstijlen en mobiliteit bij hoger opgeleiden. Hoger opgeleiden blijken niet zo'n homogene groep als aanvankelijk gedacht. Er bestaat een grote variatie aan actieve, familiegerichte, low budget en eerder culturele leefstijlen. Vooral mensen met een low

budget of een niet-traditionele culturele leefstijl opteren voor de fiets, in tegenstelling tot mensen met een actieve of een familiegerichte leefstijl die vooral de auto gebruiken. Maar leefstijlen blijken in de eerste plaats de woonplaatskeuze te beïnvloeden, en pas daarna de vervoerswijzekeuze. Mensen met een actieve leefstijl kiezen voor een woning in het groen die hen afwisseling biedt aan avontuurlijke activiteiten buitenshuis, terwijl cultuurliefhebbers opteren voor een stedelijke woonomgeving die hen een breed aanbod aan culturele activiteiten biedt in overeenstemming met hun leefstijl. Ook mobiliteits-attitudes zoals de voorkeur om gebruik te maken van alternatieven voor de auto, een algemeen bewustzijn voor de negatieve milieueffecten van transport, en de wens om te wonen in de nabijheid van werk, winkels, scholen en andere voorzieningen dragen bij tot het kiezen voor een stedelijke woonomgeving. Opvallend is dat de woonplaatskeuze beïnvloed wordt door een algemene voorkeur om te kunnen beschikken over alternatieven voor de auto en niet zozeer door een concreet positieve houding tegenover de fiets. Een positieve perceptie van de fiets ontstaat pas wanneer men daadwerkelijk de fiets gebruikt. Fietsers omschrijven de fiets dan ook als comfortabel en benadrukken de positieve effecten voor het milieu en de persoonlijke gezondheid. Dit is een duidelijk voorbeeld dat gedragingen attitudes kunnen veranderen en vormen.

Aandacht voor leefstijlen binnen het beleid

Op het eerste gezicht lijkt fietsen een stedelijk fenomeen te zijn in de zin dat stedelijke kenmerken zoals hoge dichtheden en functiemenging het fietsen bevorderen. Dit wekt de indruk dat ruimtelijke maatregelen zoals verdichting en functiemenging zullen leiden tot minder autogebruik, meer fietsen en wandelen, en meer openbaar vervoer. Onze analyses tonen aan dat dit deels waar is, maar men mag de effecten van dergelijke ruimtelijke maatregelen niet overschatten. Mensen kiezen in de eerste plaats een woonomgeving in overeenstemming met hun leefstijlen en mobiliteitsvoorkeuren. Ze kiezen ervoor om te wonen in een traditionele of stedelijke omgeving indien dit past binnen hun stedelijke leefstijl of wanneer dit allerlei alternatieven biedt voor het gebruik van de auto (bijvoorbeeld een uitgebreid openbaar vervoersnetwerk, veilige fietsroutes en aangename voetpaden). Daardoor is het niet zozeer de bebouwde omgeving die de vervoerswijzekeuze beïnvloedt, maar wel eerder de achterliggende leefstijlen en mobiliteitsvoorkeuren die ertoe geleid hebben dat men in die specifieke omgeving woont. Fietsen moet op die manier eerder gezien worden als een leefstijl dan een puur stedelijk fenomeen. Het verduidelijkt ook dat het beleid niet mag blijven uitgaan van klassieke doelgroepen en gericht zijn op het ontwerpen en ontwikkelen van plannen voor elk van die doelgroepen. Zo kunnen we ons bijvoorbeeld vragen stellen bij de haalbaarheid van de 60/40-regel in het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen. Het streefdoel van het huidig ruimtelijk beleid in Vlaanderen is om 60% van de nieuwe woningen binnen de stedelijke gebieden te voorzien om verdere versnippering van het buitengebied, en de daarmee samengaande groeiende noodzaak tot verplaatsen, te beperken. Echter, vanuit de discussie van leefstijlen en attitudes mag het duidelijk zijn dat niet elke leefstijl of attitude zich zomaar binnen die 60% laat omvatten. Je kunt mensen naar de stad toetrekken, maar



Bron: Flickr, Fotograaf: William A. Franklin

daarmee verdwijnt hun autogerichte leefstijl nog niet. Ook al woont men dan in een woonomgeving die zou aanzetten tot meer fietsen, toch zullen deze fanatieke autogebruikers omwille van hun leefstijl en attitudes belang blijven hechten aan het gebruik van de auto. Natuurlijk kan men zich ook de vraag stellen of dergelijke leefstijlen na verloop van tijd wijzigen juist door de ruimtelijke context. Maar dit vereist meer kwalitatief en longitudinaal onderzoek. De ruimtelijke ordening mag daarom niet enkel stilstaan bij het bedenken van meer duurzame ontwerpen van woonomgevingen, maar moet tevens bewust zijn van allerlei subjectieve implicaties zoals de voorkeur om te wonen in een omgeving in overeenstemming met een bepaalde leefstijl of attitude.

Veronique Van Acker (veronique.vanacker@ugent.be) is momenteel werkzaam als doctor assistent aan de vakgroep Geografie, Universiteit Gent. Dit artikel is gebaseerd op haar doctoraatsverhandeling.

Literatuurselectie

- Bhat, C.R. & J.Y. Guo (2007) A comprehensive analysis of built environment characteristics on household residential choice and auto ownership levels. *Transportation Research B* 41, pp. 506-526.
- Ganzeboom, H. (1988) *Leefstijlen in Nederland: Een Verkennende Studie*. Rijswijk: Sociaal Cultureel Planbureau.
- Handy, S.L., Cao, X.Y. & P.L. Mokhtarian. (2005) Correlation or causality between the built environment and travel behavior? Evidence from Northern California. *Transportation Research D* 10, pp. 427-444.
- Kitamura, R. (1988) Life-style and travel demand. In: *Special Report 220: A Look Ahead: Year 2020*. Washington D.C.: Transportation Research Board, National Research Council, Washington D.C.
- Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap (2002) *Ontwerp Vlaams Totaalplan Fiets*. Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Departement Leefmilieu en Infrastructuur, Mobiliteitscel.
- Munters, Q.J. (1992) Bestaan leefstijlen (nog) wel? *Sociologische Gids* 39, pp. 179-185.
- Van Acker, V. (2010) *Spatial and Social Variations in Travel Behaviour. Incorporating lifestyles and attitudes into travel behaviour-land use interaction research*. Gent: Faculteit Wetenschappen, Universiteit Gent.

Attitudes van de fietsforens

AUTEUR Eva Heinen

'Harde factoren' verklaren niet waarom individuen in vergelijkbare situaties en met een gelijke achtergrond een verschillende beslissing maken om wel of niet te fietsen. Dit artikel identificeert drie fietsattitudes: "direct nut", "bewustzijn" en "veiligheid". Deze attitudes verklaren mede de keuze om naar het werk te fietsen en de frequentie waarmee gefietst wordt.

Het befaamde Thomas-theorema gaat ervan uit dat sociaal gedrag in belangrijke mate wordt gestuurd door de interpretatie van een context, in plaats van door de materiële werkelijkheid. Thomas stelde dat mensen reële consequenties verbinden aan situaties die zij als echt ervaren, ongeacht of hun interpretatie van een situatie al dan niet juist is. Bijna tachtig jaar later lijkt dit theorema echter nog steeds niet helemaal doorgedrongen te zijn in de sociale wetenschappen. Een voorbeeld hiervan is het onderzoek naar fietsgebruik in woon-werkverkeer. Tot voor kort was de meest gangbare theorie de nutstheorie, die stelt dat mensen de best mogelijke optie kiezen waarbij kosten, tijd en gemak tegen elkaar afgewogen worden. Deze 'harde factoren' kunnen echter niet verklaren waarom individuen in vergelijkbare situaties en met een gelijke sociaaldemografische achtergrond verschillende beslissingen nemen. Uit onderzoek blijkt dat ook attitudes, normen en gewoonten gedrag beïnvloeden. Toch zijn deze 'zachte factoren' van ondergeschikt belang in het onderzoek naar reisgedrag. De doelstelling van mijn onderzoek is dan ook om na te gaan in welke mate de keuze om naar het werk te fietsen (mede) beïnvloed wordt door dergelijke attitudes en normen. De 'Theory of Planned Behavior' van Icek Ajzen vormt hierbij de basis voor het theoretisch raamwerk. Deze theorie stelt dat de kans dat iemand een bepaald gedrag daadwerkelijk vertoont wordt beïnvloed door attitudes, de subjectieve norm (de mening van de sociale omgeving) en de ingeschatte mogelijkheid om het gedrag uit te voeren. Attitudes worden hierbij beschouwd als het product van persoonlijke overtuigingen (bijvoorbeeld: fietsen naar mijn werk is ontspannend) en

het belang dat iemand aan deze overtuigingen hecht (bijvoorbeeld: ik vind het belangrijk dat mijn vervoermiddel ontspannend is). Om de impact van attitudes op het gedrag bij het woon-werkverkeer te bestuderen, werd een internetenquête afgenomen onder de actieve bevolking van de gemeenten Delft, Zwolle, Midden-Delfland en Pijnacker-Nootdorp. In totaal hebben meer dan 4000 respondenten aan deze enquête meegewerkt.

Personen die vaak de fiets gebruiken voor andere verplaatsingen, zoals uitgaan of vrienden bezoeken, blijken ook vaker woon-werk fietsers te zijn

Fietsonderzoek

In het bestaande onderzoek naar woon-werkverkeer wordt de vervoermiddelkeuze doorgaans gedefinieerd als het vervoermiddel waarmee meestal naar het werk gereisd wordt of waarmee het grootste gedeelte van de reis wordt afgelegd. Vooral voor fietsers is deze definitie echter problematisch, aangezien hun reisgedrag in grote mate afhankelijk is van een aantal veranderende dagelijkse factoren, zoals het weer. In mijn onderzoek heb ik dan ook een onderscheid gemaakt tussen het effect van attitudes op 'niet-fietsers' en 'fietsers' en op 'fulltime' of 'parttime' fietsen. Fulltime fietsers zijn forenzen die elke werkdag de volledige afstand naar het werk per fiets afleggen. Parttime fietsers zijn forenzen die op sommige dagen naar het werk fietsen en op andere dagen met de auto of het openbaar vervoer reizen.

	<5km			5-10km			10>km		
	Odds Ratio	P> z		Odds Ratio	P> z		Odds Ratio	P> z	**
gewoonte	1.154	0.000	**	1.077	0.038	**	1.106	0.005	
subjectieve norm	1.102	0.058	*	1.115	0.142		1.119	0.169	**
ingeschatte mogelijkheid	2.293	0.000	**	2.497	0.000	**	2.925	0.000	**
factor direct nut	1.747	0.000	**	1.984	0.000	**	1.681	0.000	**
factor bewustzijn	0.970	0.661		0.834	0.047	**	0.563	0.000	
factor veiligheid	1.099	0.146		0.966	0.704		0.989	0.910	
	n=1531 r2=0.35			n=784 r2=0.47			n=1863 r2=0.56		
p<0.1 *; p<0.05 **									

Tabel 1: Keuze om te fietsen naar het werk

Afstand

Grote afstand ontmoedigt fietsen, maar vooral bijzonder is de onevenredige toename van de fysieke inspanning bij een toename in afstand. Het lijkt daarom logisch dat andere factoren een impact hebben op het fietsgedrag over kortere afstanden dan over langere afstanden. Daarom wordt het effect van attitudes op woon-werk fietsen voor drie afstanden afzonderlijk geanalyseerd: korte afstanden van minder dan 5 kilometer, middellange afstanden tussen 5 en 10 kilometer en langere afstanden van 10 kilometer en meer.

Fietsattitudes nader bepaald

In een eerste stap zijn door een verkennende factoranalyse de uitgangsvARIABLEN gegroepeerd tot drie factoren of "attitudes": (i) direct nut, (ii) bewustzijn en (iii) veiligheid. De factor "direct nut" bevat vooral de variabelen die verband houden met tijdsbesparing, comfort, flexibiliteit en aangenaam. De factor "bewustzijn" is opgebouwd uit de variabelen milieuvriendelijkheid, gezondheid en mentale ontspanning. De derde factor, "veiligheid", bevat de variabelen verkeersveiligheid en sociale veiligheid.

Vervolgens is met binaire logit modellen de statistische relatie getest tussen enerzijds de drie voorgaande attitudes, de subjectieve norm, fietsgewoonte en ingeschatte mogelijkheid en anderzijds het besluit om al dan niet naar het werk te fietsen. De resultaten worden in de volgende paragrafen besproken.

Keuze om te fietsen

Tabel 1 toont dat er een statistisch significante relatie bestaat tussen de attitudes "direct nut" en "bewustzijn" enerzijds, en de keuze voor de fiets als vervoermiddel om naar het werk te reizen anderzijds. De attitude "direct nut" beïnvloedt deze keuze zelfs op elke afstand. Met andere woorden; mensen die fietsen tijdsbesparend, gemakkelijk en flexibel vinden, fietsen vaker, onafhankelijk van de afstand. Voor de attitude "bewustzijn" verschilt het effect per afstand. Op korte afstand heeft deze attitude geen effect, maar voor langere woon-werk afstanden gebruiken forenzen die voldoende belang hechten aan de positieve effecten van fietsen voor het milieu en hun gezondheid vaker de fiets dan forenzen die hier minder belang aan hechten. Deze laatste vinden de voordelen voor het milieu en hun gezondheid blijkbaar niet opwegen tegen de toegenomen moeite om te fietsen over langere afstanden.

Naast de drie attitudes speelt ook de fietsgewoonte een rol. Personen die vaak de fiets gebruiken voor andere verplaatsingen, zoals uitgaan of vrienden bezoeken, blijken ook vaker woon-werk fietsers te zijn. Bovendien bestaat er voor elk van de drie afstandscategorieën ook een positieve relatie tussen een positieve inschatting van de "fietsbaarheid" van de woon-werkreis en de keuze om te fietsen. Daarentegen, beïnvloedt de mening van de sociale omgeving alleen het reisgedrag voor korte afstanden. Bij langere afstanden worden forenzen niet of in beperkte mate beïnvloed door wat zij denken dat hun sociale omgeving van hen verwacht. Dit geeft aan dat fietsen over langere afstanden meer een beslissing is die op basis van individuele overwegingen genomen wordt.

Altijd op de fiets

Tabel 2 toont aan dat niet alleen de keuze van het vervoersmiddel, maar ook de fietsfrequentie (en dus de keuze tussen full- of parttime fietsen) bepaald wordt door individuele attitudes. Concreet betekent dit dat mensen met een positievere attitude ten aanzien van fietsen naar het werk vaker fulltime woon-werk fietsers zijn. Vooral de attitude "direct nut" heeft een grote invloed op de fietsfrequentie. Bij elke puntsstijging van deze attitude verdubbelt de waarschijnlijkheid om op dagelijkse basis te fietsen. Forenzen die fietsen naar hun werk voldoende veilig vinden of hieraan geen belang hechten (dus forenzen met een positieve attitude ten aanzien van veiligheid) hebben eveneens een grotere kans om dagelijks naar het werk te fietsen. Dit geldt echter enkel voor afstanden korter dan 5 kilometer en langer dan 10 kilometer. Het is onduidelijk waarom veiligheid geen invloed heeft op reizen tussen de 5 en 10 kilometer. De attitude "bewustzijn" beïnvloedt de beslissing alleen op afstanden tot 5 kilometer. Dit betekent dat personen die van mening zijn dat fietsen milieuvriendelijk, gezond en geestelijk ontspannend is, meer geneigd zijn om iedere dag naar het werk te fietsen. Echter, deze positieve attitude speelt geen rol bij mensen die verder van hun werk wonen.

Fulltime fietsforenzen fietsen vaker voor andere doeleinden. Personen die regelmatig met de auto of met het openbaar vervoer reizen zijn blijkbaar sneller geneigd om deze vervoermiddelen te gebruiken voor hun woon-werk verplaatsing. De eigen inschatting van de fietsbaarheid heeft geen invloed op de fietsfrequentie. Deze uitkomst bevestigt de juistheid van het model. Als een persoon naar het werk fietst,

	<5km			5-10 km			10>km		
	Odds Ratio	P> z		Odds Ratio	P> z		Odds Ratio	P> z	**
gewoonte	1.118	0.000	**	1.182	0.001	**	1.209	0.029	
subjectieve norm	1.114	0.053	*	1.145	0.162		0.933	0.692	
ingeschatte mogelijkheid	1.164	0.241		1.402	0.177		1.500	0.105	**
factor direct nut	2.184	0.000	**	2.166	0.000	**	2.288	0.004	
factor bewustzijn	0.845	0.032	**	0.943	0.640		0.991	0.971	*
factor veiligheid	1.256	0.001	**	0.974	0.829		1.432	0.057	
	n=1027			n=391			n=248		
	r2=0.16			r2=0.19			r2=0.26		
p<0.1 *; p<0.05 **									

Tabel 2: Fulltime of parttime fietsen naar het werk

beschouwt deze fietsen sowieso als mogelijk, ongeacht de fietsfrequentie. De subjectieve norm heeft daarentegen wel invloed op de fietsfrequentie. Fietsers die binnen een straal van 5 kilometer van hun werkplek wonen, worden beïnvloed door hun sociale omgeving. Als hun omgeving fietsen naar het werk niet passend vindt, fietst men dus minder vaak. Woon-werk verplaatsingen over langere afstand worden niet door de mening van de sociale omgeving beïnvloed. Net als bij de keuze om überhaupt naar het werk te fietsen wordt in dit geval de frequentie dus vooral op basis van de eigen attitudes en ingeschatte mogelijkheid gemaakt. Tevens blijkt uit Tabellen 1 en 2 dat de drie attitudes bij grotere afstanden een grotere invloed hebben op de keuze om te fietsen. Mensen die per fiets een langere en dus intensievere woon-werk verplaatsing moeten afleggen, denken over het algemeen ook positiever over fietsen.

Persoonlijke kenmerken?

Voor beleidsvorming is het nuttig te weten of er een verband bestaat tussen de drie attitudes en sociaaldemografische kenmerken. Daarom is eveneens de relatie onderzocht tussen de drie attitudes enerzijds en leeftijd, geslacht, autobezit, inkomen en huishoudensamenstelling anderzijds. Ook is onderzocht in hoeverre sociaaldemografische kenmerken het fietsgedrag beïnvloeden. Uit de analyses blijkt dat sociaaldemografische kenmerken attitudes slechts in beperkte mate verklaren. Tevens beïnvloeden deze kenmerken nauwelijks de uitkomst van de uitgevoerde analyses. Dit betekent dat attitudes een unieke en aanvullende verklaring bieden voor de keuze van de fiets als vervoermiddel voor woon-werkverkeer.

Aanbevelingen

Attitudes zijn een beter aangrijpingspunt voor beleid dan sociaaldemografische kenmerken en niet hiertoe te herleiden. Dit onderzoek toont aan dat attitudes en de subjectieve norm belangrijke factoren zijn bij het verklaren van verschillen in verplaatsingsgedrag tussen individuen in vergelijkbare situaties en met eenzelfde sociaaldemografische achtergrond. Niet enkel toekomstig academisch onderzoek, maar ook het beleid dient dan ook meer aandacht te besteden aan de impact van deze attitudes. Concreet betekent dit dat, naast het voorzien van ondermeer betere fietsinfrastructuur, vooral een lange termijn verandering in de attitudes richting fietsen essentieel is. Bovendien toont dit onderzoek aan dat de beslissing om af en toe te

fietsen en de keuze elke dag te fietsen door verschillende attitudes beïnvloed worden. Een fietsbeleid dat dus een onderscheid maakt tussen het stimuleren van fietsgebruik bij niet-fietsers en het stimuleren van fietsgebruik bij parttime-fietsers, waarbij voor elke doelgroep specifieke programma's en actiepunten worden uitgewerkt, zal dan ook vermoedelijk effectiever zijn dan het huidige beleid, dat zich richt op het stimuleren van de fiets als vervoermiddel voor iedereen tegelijk.

Eva Heinen (e.heinen@tudelft.nl) is werkzaam bij TU Delft, Onderzoeksinstituut OTB. Haar promotieonderzoek richt zich op de keuze voor de fiets voor woon-werkverkeer.

Literatuurselectie

- Ajzen, I. (1991) The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 2, 179-211.
- Gatersleben, B. en K.M. Appleton. (2007) Contemplating cycling to work: attitudes and perceptions in different stages of change. *Transportation Research Part A*, 41, 4, 302-312.
- Gatersleben, B. and D. Uzzell (2007) Affective appraisals of the daily commute. Comparing perceptions of drivers, cyclist, and users of public transport, *Environment and Behavior*, 39, 5, 416-431.
- Handy, S. (2005) Critical assessment of the literature on the relationships among transportation, land use, and physical activity. *Transportation research board and the institute of medicine committee on physical activity, health, transportation, and land use*, Washington, D.C.
- Heinen, E., B. van Wee en K. Maat (2010) Commuting by bicycle, an overview of literature. *Transport Reviews* 30, 1, 59-96.
- Heinen, E., B. van Wee en K. Maat (nog te verschijnen) The role of attitudes toward characteristics of bicycle commuting on the choice to cycle to work over various distances, *Transportation Research Part D*.
- Triandis, H.C. (1980). Values, attitudes and interpersonal behavior, *Nebraska Symposium on Motivation*, University of Nebraska Press.
- Wee, B. van, P. Rietveld en H. Meurs (2006) Is average daily travel time expenditure constant? In search of explanations for an increase in average travel time. *Journal of Transport Geography* 14, 2, 109-122.

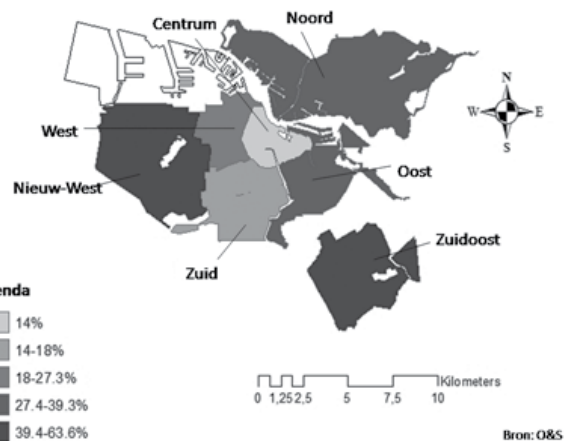
Fietsmulticulturalisme

AUTEUR Peter Pelzer

FOTOGRAFIE EN ILLUSTRATIES Peter Pelzer

Hoewel Nederland koploper is op het gebied van fietsgebruik, zijn reflecties op de culturele status van dit vervoermiddel zeldzaam. Zoals ervaringen elders in de wereld én binnen Nederland laten zien is fietsen niet louter een rationele keuze, maar ingebed in een nationaal discours dat de normaliteit van de fiets benadrukt.

'Dé Nederlander bestaat niet.' Met deze gevleugelde uitspraak gaf prinses Maxima een paar jaar geleden onbewust een feilloze samenvatting van het integratiedebat in Nederland. Want hoewel multiculturalisten tegenwoordig diep door het stof gaan, lijkt de Nederlandse identiteit diffuser en ongrijpbaarder dan ooit. In een tijd waarin globalisering voortdurend nieuwe en heterogene waarden aanbrengt en culturele tradities grotendeels verdampt zijn, is het flink zoeken naar ankerpunten. Te midden van al dit cultuurrelativisme en grensoverschrijdende krachtenvelden houdt één symbool zich al meer dan honderd jaar dapper staande als symbool van de Nederlandse identiteit: de fiets. De ongemotoriseerde tweewieler kan met recht een typisch Nederlands fenomeen genoemd worden. In tegenstelling tot de rest van vrijwel de gehele westerse wereld (Zuidoost-Azië verdient een aparte behandeling) werd de fiets geen anachronisme onder druk van het modernisme na de Tweede Wereldoorlog, maar bleef het een belangrijk middel voor zowel utilitaire als recreatieve verplaatsingen. De verklaringen zijn zowel geografisch als historisch van aard. Nederland is vlak en heeft een mild zeeklimaat, wat zich uitstekend leent voor de fiets. Daarbij leidt de dichte en gevarieerde bebouwing tot relatief korte afstanden per trip. Een ander deel van de verklaring is te vinden in de geschiedenis van de afgelopen honderd jaar. Nederland is van oudsher een tamelijk egalitaire maatschappij met weinig ostentatief statusvertoon. De fiets kreeg hierdoor niet de status van 'poor men's vehicle' (zoals in veel ontwikkelingslanden) of als speeltje voor de rijken. Bovendien werd de fiets, met name tot aan de Tweede Wereldoorlog,

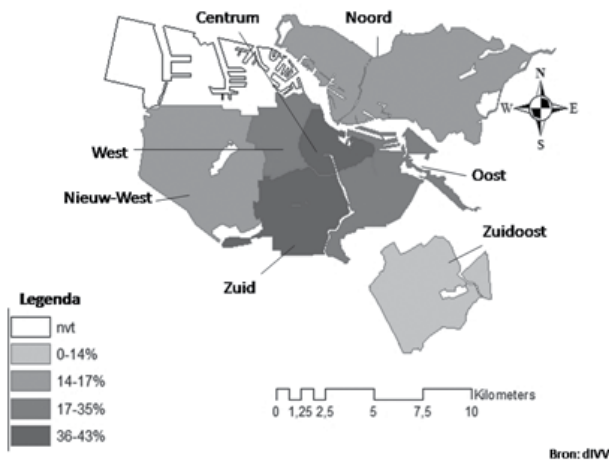


Percentage niet-westerse immigranten in Amsterdam per stadsdeel.

gezien als een middel om nationale identiteit te creëren. Deze eeuw van frequente omgang met fietsen heeft ervoor gezorgd dat fietsen normaal wordt gevonden; een onbewust onderdeel van het dagelijks patroon. Het is, om met Pierre Bourdieu te spreken, onderdeel van de nationale habitus. Fietsen zit als het ware geprogrammeerd in het systeem van de Nederlander. Exemplarisch zijn toeristen die zich onwennig en onhandig op huurfietsen door de Amsterdamse binnenstad begeven. Zo gewoon is het kennelijk niet om de tweewieler te kunnen berijden.

Fietsband

Een diffuser beeld ontstaat ook wanneer er nader wordt ingezoomd op Nederland. De bible belt blijkt een waar fietsers-bastion; fietsgebruik in gemeenten met een protestants-christelijke traditie is stukken hoger dan in plaatsen met een aanzienlijke katholieke bevolking. Het calvinistische ethos van degelijkheid en spaarzaamheid, door Max Weber gezien als een cruciale verklaring voor het succes van het kapitalisme in West-Europa, kan ook worden aangedragen als een



Percentage fietsers (modal split) per stadsdeel.

oorzaak van het hoge fietsgebruik in protestants Nederland. Natuurlijk moet in een sterk gesecculariseerde maatschappij een niet al te determinerende functie aan religie worden toegekend, wél geeft dit aan dat er regionale verschillen zijn met betrekking tot attitudes ten opzichte van fietsen. Hierbij moet ook in ogenschouw genomen worden dat er een vliegwieleffect optreedt: in plaatsen met een fietsgezinde bevolking ontstaat vraag naar fietsbeleid, wat weer leidt tot toename van het fietsgebruik.

‘M’n Surinaamse vriendinnen zeggen altijd tegen me, jij bent supergeïntegreerd met dat fietsen’

Fietsintegratie

Een andere opvallende afwijking van de homogene Nederlandse fietscultuur kan gevonden worden in grote steden. Niet-westerse immigranten fietsen significant minder dan autochtone Nederlanders. Dit is opvallend vanuit stedenbouwkundig perspectief, omdat buurten met hoge concentraties allochtonen vaak uitstekende fiets-faciliteiten hebben en er een veelheid aan functies binnen een relatief korte afstand is. Een veel gehoord argument is de inferieure positie van de fiets in het land van herkomst van migranten. Deze perceptie, zo is de redenatie, volhardt tijdens het kiezen van een vervoermiddel. De verklaring vertoont echter gebreken wanneer gekeken wordt naar latere generaties allochtonen, die zijn opgegroeid in Nederland. Hoewel in veel opzichten beter geïntegreerd dan eerdere generaties, wordt er nog steeds nauwelijks gefietst. De gewoonte om te fietsen wordt niet overgedragen binnen de familie, en het mobiliteitsgedrag van autochtone Nederlanders wordt nauwelijks gekopieerd. Voor een deel is dit een klassiek integratievraagstuk waarbij de vraag is hoe de waarden van een ontvangende samenleving versmolten of opgelegd (afhankelijk van de politieke voorkeur) kunnen worden. Fietsen is echter geen abstracte waarde, maar een concrete keuze tussen een beperkt aantal modaliteiten. Een keuzemechanisme waar lang niet altijd op gereflecteerd wordt. Een Surinaamse fietster geeft helder aan hoezeer

fietsen onderdeel is van de Nederlandse identiteit: ‘M’n Surinaamse vriendinnen zeggen altijd tegen me: jij bent echt supergeïntegreerd met dat fietsen.’

Keuzemechanismen

In de beleidspraktijk wordt fietsen grotendeels rationeel benaderd. Het gaat er simpel gezegd om fietsen zo gemakkelijk en competitief mogelijk te maken ten opzichte andere modaliteiten. Een goede fietsinfrastructuur staat centraal in vrijwel elk gemeentelijk fietsbeleid. Piet Rietveld en Vanessa Daniel tonen in hun verklaringsmodel van fietsgebruik in Nederland weliswaar het belang van (ruimtelijk) fietsbeleid aan (zie het inleidend artikel elders deze AGORA), maar wijzen ook op de belangrijke en weinig onderzochte rol van culturele factoren. In dit type modellen ‘cultuur’ is een onverklaard residu. Zoals de voorbeelden uit de bible belt en stadswijken illustreren, is er geen homogene Nederlandse fietscultuur. Hieruit volgt dat ook de manier waarop tot de keuze voor een vervoermiddel gekomen wordt pluriform is en niet puur uit fysieke factoren verklaard kan worden. Het feit dat voor een groot deel van de Nederlandse bevolking de keuze om te fietsen als rationeel beschouwd wordt, wil niet zeggen dat het een neutraal begrip is. Fysieke determinanten zoals fietsparkeervoorzieningen en goede fietspaden zijn noodzakelijk, maar op zichzelf niet voldoende voor fietsgebruik. Om de mogelijkheden van een geschikte fietsinfrastructuur te activeren zijn culturele normen nodig. Dit is te vergelijken met de werking van een computer. De hardware van een PC krijgt pas een functie wanneer de juiste software is geïnstalleerd. Dit mechanisme wordt nogal eens over het hoofd gezien. In internationale vergelijkingen wordt voortdurend gewezen op de unieke ruimtelijke morfologie van Nederland als verklaring voor hoog fietsgebruik, maar wordt de historisch gegroeide culturele traditie met betrekking tot fietsen al te vaak genegeerd.

Fysieke determinanten zoals fietsparkeervoorzieningen en goede fietspaden zijn noodzakelijk, maar op zichzelf niet voldoende voor fietsgebruik

Fietsles

De rationele benadering van fietsen heeft de afgelopen decennia een aantal duidelijke resultaten opgeleverd: de fiets heeft een specifieke plek in de verkeerswetgeving en de fietsinfrastructuur is internationaal beschouwd uitstekend. Hoewel er nog voldoende mogelijkheden zijn voor fysieke verbeteringen is het de vraag of dit resulteert in een navenante toename van het fietsgebruik. Ontmoediging van autogebruik is effectief, maar ligt politiek gevoelig en is niet altijd haalbaar. Een groot potentieel aan fiets-gebruikers is te vinden in grote steden; buurten als Slotervaart in Amsterdam, Lombok in Utrecht en Feijenoord in Rotterdam hebben een ruimtelijke opzet die zich uitstekend leent om te fietsen. Inzicht in de houding ten opzichte van fietsen van allochtone



bewoners van deze buurten is cruciaal. De fiets kan een sleutel zijn tot oplossing in zowel integratie- als mobiliteitsvraagstukken. In tegenstelling tot een inburgeringsexamen of een subjectieve notie als nationale identiteit is fietsen concreet gedrag, waarbij er voortdurende sociale interactie in de publieke ruimte is en de ruimtelijke referentiekaders van stadsbewoners vergroot kunnen worden. Om dit te bereiken dient er wel grondig gereflecteerd te worden op het dominante fietsdiscours en ruimte gelaten te worden voor alternatieve opvattingen en keuzemechanismen. Of in de woorden van de Nederlandse kroonprinses: 'Dé fietser bestaat niet.'

Peter Pelzer (peter_pelzer@hotmail.com) is sociaal geograaf en redacteur van AGORA. Dit artikel is deels gebaseerd op zijn afstudeerscriptie voor de onderzoeksmaster Metropolitan Studies aan de Universiteit van Amsterdam.

Literatuurselectie

Boggelen, Otto van (2001) Goed gemeentelijk fietsbeleid doet fietsgebruik fors groeien. De Ketting 162, oktober 2001, De Fietsersbond.

Bourdieu, Pierre (1985) The genesis of the concepts of habitus and of field. Sociocriticism, 1, pp. 11-24.

Ebert, Anne-Katrin (2004) Cycling towards the nation: the use of the bicycle in Germany and the Netherlands, 1880-1940. European Review of History: Revue europeenne d'histoire, 11, 3, pp. 347-364.

Kuipers, Giseline (2010) De fiets van Hare Majesteit: Over nationale habitus en sociologische vergelijking. Oratie bij aanvaarding van het ambt van

hoogleraar op de Norbert Elias leerstoel voor lange-termijnprocessen. Rotterdam, Erasmus Universiteit.

Pelzer, Peter (2010) Bicycling as a Way of Life, a comparative case study of Bicycle Culture in Portland and Amsterdam. Masterscriptie, Universiteit van Amsterdam.

Pucher, John, Jennifer Dill and Susan Handy (2010) Infrastructure, programs and policies to increase bicycling. An international review. Preventive Medicine, Vol. 50, pp. 106-125.

Pucher, John and Ralph Buehler (2008) Making Cycling Irresistible. Transport Reviews, Vol. 28.

Rietveld, Piet and Vanessa Daniel (2004) Determinants of bicycle use: do municipal policies matter? Transportation Research Part A, 38, pp.531-550.

Weber, Max (1958) The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. Mineola, NY: Dover Publications.

Pendelhelden

AUTEURS Thomas Vanoutrive

ILLUSTRATIES Thomas Vanoutrive

Vroeger diende een militair te sneuvelen om als held geëerd te worden, nu volstaat het om met de fiets naar het werk te gaan. Zodoende kunnen zowel manager, militair als mijnwerker een heldenstatus verwerven. Al kunnen daar wel enkele kritische bedenkingen bij gemaakt worden.

'Zijn collega's kennen hem als een sportieve man met een uitstekende fysieke conditie, die liefst met de fiets naar het werk kwam.' – De Standaard 23 maart 2010

Amateursporter Tom VdG sterft tijdens een wedstrijd en zijn collega's wensen te benadrukken dat hij geen roekeloze waaghals was, maar iemand die minutieus zijn inspanningen voorbereidde. Maar bovenstaand citaat leert ons nog iets. Het gezegde 'over de doden niets dan goed' indachtig, leiden we hieruit af dat naar het werk fietsen iets 'goeds' is. Al lijkt kiezen voor de fiets niet altijd gemakkelijk, wat het woord 'liefst' suggereert. In dit artikel willen we dan ook even stilstaan bij fietsen naar het werk, en meer bepaald bij de vraag waarom het zich op twee wielen naar het werk verplaatsen lovenswaardig is. Zo lovenswaardig zelfs, dat overheden en bedrijven het promoten en dat uw nabestaanden het op uw begrafenis vermelden.

Wiens grafschrift wel eens zou kunnen vermelden dat hij met de fiets naar het werk trapt, is Peter VdH. Deze beroeps militair zit maar liefst vijf uur per dag op zijn rijwiel om op het werk te geraken, de afstand tussen Lummen en Neder-over-Heembeek bedraagt dan ook 73km (enkele rit!). Het radioprogramma Peeters & Pichal heeft hem in 2008 dan ook verkozen tot de moedigste fietser. Maar als iemand de heldenstatus van moedigste fietser verdient, is het volgens ons wel Julien L., die tachtig jaar geleden elke dag niet minder dan 8 uur op de fiets zat om over grind en kasseien te pendelen tussen Tremelo en de steenkoolmijn van Gilly in Charleroi. Ook een rit van zo'n slordige 75km (enkel). Tom, Peter en Julien, drie mannen die de met fiets naar het werk gaan,

elk met hun eigen verhaal. Dat het drie mannen zijn is niet geheel toevallig, vrouwen pendelen gemiddeld genomen minder met de fiets en leggen daarbij ook minder afstand af. Het huishouden, de kinderen naar school brengen en boodschappen doen, daar verdient u nu eenmaal geen heldenstatus mee. Al was het ook niet de bedoeling van Julien om een held te worden. Brood op de plank brengen was waarschijnlijk zijn grootste ambitie. Zijn verhaal is ons bekend dankzij zijn zoon die geïnterviewd werd door journalist Pascal Verbeken. In zijn boek "Arm Wallonië" beschrijft Verbeken hoe tot na de Tweede Wereldoorlog de armoede in Vlaanderen zo schrijnend was, dat mensen overgingen tot wel heel opmerkelijke pendelpraktijken om toch maar te kunnen overleven. Maar na 10 jaar heeft ook Julien het opgegeven en is hij geëmigreerd naar Wallonië. Dat hij het tien jaar heeft volgehouden, illustreert hoe honkvast de Belgen zijn.

Ook pendelkampioen Peter heeft een eigen verhaal. Een legerhervorming plaatste de militair over naar een andere post, een stuk verder van huis en dus met een lange pendelafstand tot gevolg. Maar wat we nog niet verteld hebben, is dat hij naast een fietsvergoeding van €21,60 per dag, ook een treinabonnement heeft waarmee hij in de wintermaanden pendelt. Weer en klimaat, en andere natuurverschijnselen zoals heuvels, maken fietsen er niet gemakkelijker op, wat voor de zogenaamde 'wiel-liefhebbers' dan weer een reden is om zichzelf een held te voelen als ze in de regen over kasseien denderen in de Vlaamse Ardennen, waarna ze de fiets aan hun terreinwagen haken.

Het verhaal van de onfortuinlijke Tom toont ons een volgende drempel om een fietsende pendelheld te worden. Hij was namelijk product manager bij een farmaceutisch bedrijf. Het feit dat de collega's aangeven dat hij niet altijd met de fiets naar het werk kon komen, doet ons vermoeden dat zijn professionele verplichtingen het niet altijd toelieten. Als u net in het pak moet zitten voor belangrijke meetings, is fietsen minder evident. En waarschijnlijk stelt uw baas een bedrijfswagen ter beschikking, ga dan maar eens uitleggen dat u zo'n mooi geschenk niet wenst te gebruiken. Alhoewel, ook bedrijven promoten de fiets. Dat is



goed voor het imago, en fietsende werknemers zijn fitter en gezonder, en dus minder ziek. Ze zijn ook gelukkiger, en u kan ze belonen met een belastingvrije fietsvergoeding. En uw baas zal ook niet klagen dat er een dure parkeerplaats minder nodig is.

Heldenkritiek

De 'heldenstatus' van fietsende werknemers zadelt sommige autopendelaars wel op met een schuldgevoel. Als u op café of tijdens een familiefeest vermeldt dat u woon-werkverkeer onderzoekt, dan begint er gegarandeerd iemand op een verontschuldigende toon zich te verantwoorden waarom hij of zij met de auto naar het werk gaat. En dikwijls brengen ze goede argumenten aan om niet te fietsen. Afstand is barrière nummer één. Maar de maatregelen die de woon-werkafstand trachten te verminderen zijn dun bezaaid. Het beleid focust massaal op de modal shift. Het devies luidt immers dat niet de verplaatsing problematisch is, maar enkel het gekozen vervoermiddel. De modale keuze wordt ook gezien als een individuele keuze. Dat de overheid – vooral dan in België – de suburbanisatie georganiseerd heeft, bedrijfswagens en tankkaarten fiscaal aantrekkelijk maakt, en ook lange pendelafstanden fiscaal beloont, wordt daarbij niet vermeld.

De folders, websites, reclamecampagnes, en transportstrategieën die pogen iedereen op de fiets te krijgen, communiceren de boodschap dat de fiets goed is voor u, uw omgeving en het milieu. Meer nog, u hebt de keuze om met de fiets naar het werk te gaan, waardoor de verantwoordelijkheid bij u als pendelaar komt te liggen. Promotiepraatjes voor de fiets zeggen zo impliciet dat u zelf verantwoordelijk bent, niet alleen voor uw eigen gezondheid, maar ook voor de gezondheid van anderen en die van een stad in zijn geheel. Een beetje burgerzin kan geen kwaad, en de overheid mag gerust haar inwoners op hun verantwoordelijkheden wijzen, maar het beeld van de actieve, verantwoordelijke burger die alles onder controle heeft, heeft ook een schaduwkant. Het 'systeem' wordt immers niet ter discussie gesteld. Het lijkt er op dat zolang we met z'n allen fietsen, gezond eten, onze stoep vegen en

flink werken, er geen probleem is. Als er dan toch nog maatschappelijke problemen zijn, dan komt dat door de mensen die niet fietsen, of ongezond eten, een vuile stoep en geen werkethiek hebben. Zoals alle vormen van fundamentalisme, negeert het blind promoten van de fiets andere maatschappelijke factoren. Het risico bestaat immers dat fietshelden zichzelf vrijpleiten van de last die ze op de gemeenschap leggen. Het is inderdaad maar de vraag of u een held bent door voor dag en dauw vrouw en kinderen achter te laten om naar het werk te trappen. En een vegetariër met een terreinwagen zou wel eens minder CO2 kunnen produceren dan een fietser die de deur niet uitgaat zonder enkele boterhammen met ham, mangosalade of préparé. Samengevat, de zwart-wit logica van het fietsfundamentalisme faalt doordat ze negeert dat de verantwoordelijkheid voor milieu en maatschappij meer is dan de individuele keuze om met de fiets naar het werk te gaan. Maar alles op een rijtje gezet, blijft de keuze om de auto aan de kant te laten en de fietsenstalling van uw baas te vullen een lovenswaardige keuze. Fietsen veroorzaken immers geen files, produceren geen fijn stof en amper geluid, nemen veel minder parkeer- en wegruimte in, en leveren daarenboven gezonde werknemers op.

De 'heldenstatus' van fietsende werknemers zadelt sommige autopendelaars op met een schuldgevoel

Hoe worden mijn werknemers fietshelden?

Niet alleen overheden stimuleren het fietsen, maar ook bedrijven zetten in op deze duurzame transportmodus. Naast de reeds vermeldde kilometervergoedingen, trachten werkgevers ook hun werkrachten op de fiets te krijgen door fietsenstallingen, douches en kleedkamers te installeren, en/of door een fietsdag met gratis ontbijt voor fietsers te or-

ganiseren. Bedrijven die nog wat verder willen gaan, kunnen fietsen ter beschikking stellen of, zoals Estée Lauder, een pechdienst organiseren. Een gebroken ketting of lekke band? Even telefoneren en een mobiele fietsenhersteller lapt uw fiets weer op. Indien de schade te groot is, staat er zelfs een vervangfiets ter beschikking.

Bedrijven die zo hard hun best doen om de fiets te promoten, kunnen we, net als onze langeafstandspendelaars, als helden beschouwen. Vandaar dat overheden en andere instituties de meest vooruitstrevende bedrijfsvervoerplannen ondersteunen en belonen. Zo worden in Vlaanderen ieder jaar de Business Mobility Awards uitgereikt aan bedrijven die echt hun best doen om werknemers minder voor de auto te laten kiezen. Voorts heeft de Vlaamse overheid een Pendelfonds opgericht dat reeds enkele miljoenen euro's aan subsidies uitdeelde aan organisaties met een voorbeeldig mobiliteitsbeleid. In Nederland brengt de Taskforce Mobiliteitsmanagement heel wat initiatieven samen die een duurzame pendel nastreven.

Men mag niet verwachten van werkgevers dat ze de fiets promoten, als de overheid haar fietspaden verwaarloost

De term mobiliteitsmanagement geeft aan dat gekozen wordt voor een 'zachte' aanpak van het mobiliteitsprobleem. Zacht staat hier tegenover een harde, infrastructuurgerichte aanpak. Deze traditionele aanpak gaat uit van een model waarbij transportvraag en aanbod in evenwicht moeten zijn, en waarbij er, indien de vraag het aanbod overstijgt, nieuwe infrastructuur moet komen (extra wegen). De 'zachte' aanpak daarentegen probeert vraag en aanbod op een meer 'slimme' wijze met elkaar te verzoenen. Flexibele werkuren maken het mogelijk om de files voor te zijn, fietsvergoedingen sporen werknemers aan om de auto thuis te laten, en mobiliteitsmanagers geven advies op maat aan pendelaars. De nadruk ligt dus op het 'managen' van de vraag naar transport. Aan de andere kant van de oceaan spreken ze dan ook over Transportation Demand Management.

De Taskforce Mobiliteitsmanagement benadrukt ook de rol van werknemers en werkgevers. Inderdaad, werkgevers hebben heel wat instrumenten in handen om het gedrag van hun personeel te beïnvloeden. Per slot van rekening is de contractuele link tussen een baas en zijn personeel dé reden waarom mensen in de file gaan staan. Het is dus logisch dat de overheid beroep doet op de private sector om de fiets te promoten. Maar het enthousiasme waarmee bedrijven in het kader van de Taskforce een meer duurzame pendel promoten, is ook niet zonder eigenbelang. We noemden reeds voordelen als minder ruimte voor parking, gezonder personeel en een beter bedrijfsimago. Maar het is ook belangrijk te weten dat als de Taskforce geen resultaten boekt, de Nederlandse overheid bepaalde mobiliteitsmaatregelen verplicht maakt voor werkgevers.

Hoe bedrijven fietsvriendelijker maken?

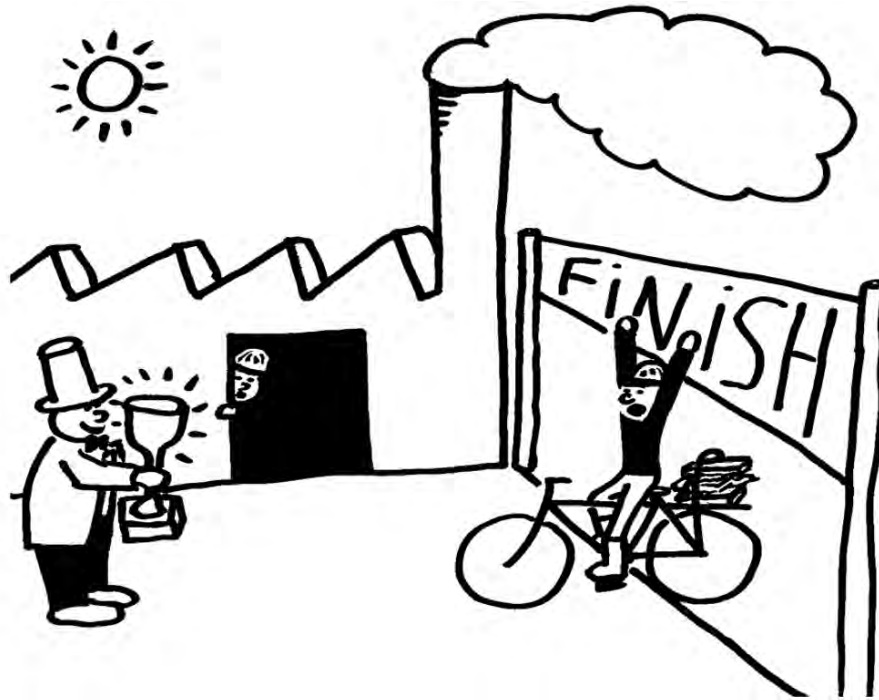
Werkgevers staan niet altijd te springen om een duurzaam woon-werkverkeer te stimuleren. Vandaar dat we hier even stil staan bij de wegen die overheden kunnen bewandelen om werkgevers er toe aan te zetten om de fiets te promoten. We bespreken achtereenvolgens fiscale maatregelen, subsidies, vergunningsprocedures, opgelegde maatregelen, en sociaal overleg.

Een fietsvergoeding is een belastingvriendelijke manier om uw personeel te belonen. Fiscale maatregelen zijn dan ook een eerste manier om bedrijven de fiets te laten promoten. Het voordeel is dat zowat iedereen (bedrijven en personen) belastingen betaalt, en dat het fiscale instrumentarium toelaat om zowel het fietsen te promoten als het autorijden te bestraffen. De combinatie van belonen en bestraffen maakt immers een beleid beter verteerbaar. Al is het een eufemisme om te zeggen dat de meeste landen (bedrijfs)wagens en lange pendelafstanden niet ontmoedigen. Dit maakt duidelijk dat het essentieel is dat het fiscale beleid het mobiliteitsbeleid niet tegenwerkt door het belonen van autorijden en het voorzien van personeelsparking. Tot slot mogen we ook het doel niet uit het oog verliezen. Voor de gemiddelde boekhouder is het een sport om zo weinig belastingen te moeten betalen. Of dit gepaard gaat met veel of weinig fietsende werknemers zal haar/hem worst wezen.

Ook subsidies kunnen bedrijven er toe aanzetten om de fiets te promoten. Voordeel is dat bedrijven die echt in de fiets geloven, beloond worden. Maar in regel dragen zelfs de meest succesvolle bedrijfsvervoerplannen weinig bij aan het oplossen van het fileprobleem, 100 auto's meer of minder in de file maken niet zo'n groot verschil. Het zijn dus vooral de indirecte effecten van gesubsidieerde projecten die belangrijk zijn. Subsidies geven ruimte aan innoverende pilootprojecten, en andere werkgevers kunnen geïnspireerd worden door mooie voorbeelden van mobiliteitsmanagement. Allerhande communicatiekanalen kunnen dan deze goede voorbeelden bekendheid geven. Promotie en informatieverspreiding helpen ook om het draagvlak voor mobiliteitsmanagement te vergroten, maar het blijft een flankerende maatregel. Naast belastingvoordelen en subsidies kan de overheid vergunningsprocedures gebruiken om bedrijven te dwingen investeringen te maken in mobiliteitsmanagement. Diverse landen en regio's eisen de opmaak van een mobiliteitseffectenrapport voor grote projecten, en een bouwvergunning legt dan de nodige mobiliteitsmaatregelen op. Alleen weet een projectontwikkelaar dikwijls te weinig over de toekomstige gebruiker van het gebouw om gepaste maatregelen te formuleren. Voorts is het grootste probleem van bedrijfsvervoerplannen niet de effectiviteit in de beginfase, maar het effect na verloop van enkele jaren, dus lang na alle vergunningsprocedures.

De overheid kan er ook voor opteren om bedrijfsvervoerplannen simpelweg verplicht te maken, zoals het geval is (of was) in Brussel en verschillende delen van de Verenigde Staten. Populair bij werkgevers is dit allerm minst, en in de praktijk belanden plannen dikwijls onderaan in een schuif. Als u daarentegen ernstig werk wil maken van de evaluatie van de plannen, moet u een bureaucratisch monster creëren om alle plannen door te lichten.

Tot slot kunnen werknemers en werkgevers in het kader van het sociaal overleg afspreken om de fiets te promoten. De omvang van



de fietsvergoeding is bijvoorbeeld voorwerp van onderhandelingen tussen vakbonden en werkgevers. Om enig succes te hebben, moet de overheid dan wel de garantie hebben dat de fiets aan bod komt in deze onderhandelingen. Maar het staat buiten kijf dat de overheid zowel werkgevers- als werknemersorganisaties moet betrekken bij een mobiliteitsbeleid dat inspanningen vraagt van werkgevers. Het is niet onlogisch dat overheden werkgevers inschakelen aangezien deze een geprivilegieerde relatie hebben met hun werknemers. Het is bijvoorbeeld efficiënt om bedrijven fietsvergoedingen te laten beheren. En er zijn nog enkele voordelen aan het inschakelen van de private sector. Via subsidies kosten maatregelen maar de helft zoveel, aangezien bedrijven de helft moeten bijleggen. Direct ingrijpen in het gedrag van burgers is politiek ook niet echt populair, dus is het een aantrekkelijk idee om bedrijven in te schakelen als tussenpersoon. Maar aan de andere kant staan bedrijven ook niet te wachten op nog meer regeltjes van de overheid. En zonder een goed onderhouden fietspadennetwerk en degelijke openbaar vervoersvoorzieningen zijn bedrijfsvervoerplannen bij voorbaat gedoemd om te mislukken. Het is dus een én-én verhaal.

Tot slot

We begonnen dit artikel met enkele kritische bedenkingen bij het al te enthousiast promoten van de fiets voor woon-werkverkeer. Maar we konden besluiten dat het aanmoedigen van fietsen naar het werk nuttig is. Overheden mogen daarbij echter niet op één paard wedden en moeten een variëteit aan instrumenten inzetten om hun doelen te bereiken. Het gebruiken van werkgevers om het woon-werkverkeer te verduurzamen is zeker geen slechte strategie. Alleen mag dit niet als excuus worden gebruikt. Men mag immers niet verwachten van werkgevers dat ze de fiets promoten, als de overheid tezelfdertijd haar fietspaden verwaarloost. Het kiezen voor een benadering die gestoeld is op mobiliteitsmanagement en die bedrijven inschakelt in het mobiliteitsbeleid, moet dus samengaan met een versterking van de kerntaken

van de overheid inzake transport: een goed beheer van transportinfrastructuur, het aanbieden van openbaar vervoer, en een consequent fiscaal regime dat de fiets en andere duurzame modi stimuleert.

Thomas Vanoutrive (thomas.vanoutrive@ua.ac.be) is verbonden aan de Universiteit Antwerpen en onderzocht aan de universiteiten van Gent en Antwerpen in het kader van het BELSPO-project ADICCT (Assessing and Developing Initiatives of Companies to Control and Reduce Commuter Traffic) bedrijfsinitiatieven die een duurzamer woon-werkverkeer nastreven.

Literatuurselectie

Taskforce Mobiliteitsmanagement: www.tfmm.nl

- Cupples, J. and Ridley, E. (2008) Towards a heterogeneous environmental responsibility: sustainability and cycling fundamentalism. *Area*, 40, pp. 254-264.
- Dickinson, J.E., Kingham, S., Copsey, S., and Hougie, D.J.P. (2003) Employer travel plans, cycling and gender: will travel plan measures improve the outlook for cycling to work in the UK? *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 8, pp. 53-67.
- Heinen, E., van Wee, B., and Maat, K. (2010) Commuting by Bicycle: An Overview of the Literature. *Transport Reviews*, 30, pp. 59-96.
- Rye, T. (2002) Travel plans: do they work? *Transport Policy*, 9, pp. 287-298.
- Vanoutrive, T., Van Malderen, L., Jourquin, B., Thomas, I., Verhetsel, A., and Witlox, F. (2009) Let the business cycle! A spatial multilevel analysis of cycling to work. *Belgeo*, pp. 217-232.

Fietskennis: Het Noord-Zuid dilemma

AUTEURS Mark Brussel, Mark Zuidgeest en Martin van Maarseveen

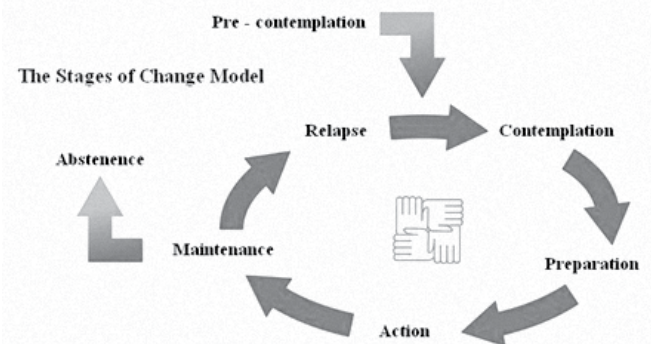
FOTOGRAFIE Mark Zuidgeest

De potentie van fietsen in ontwikkelingslanden wordt onvoldoende benut, ondanks toenemende beleidsmatige interesse. Wij beargumenteren dat het weinig zinvol is Nederlandse kennis van fietsinclusieve planning, hoe waardevol ook, direct over te zetten naar ontwikkelingslanden zonder dat specifiek lokale kennis wordt ontwikkeld.

De aandacht voor niet-gemotoriseerd vervoer (lopen en fietsen) groeit. In ontwikkelingslanden is sprake van een conflict tussen enerzijds het duurzaamheidsstreven en anderzijds de verhoging van de levensstandaard van burgers, die zich uit in een snel toenemende automobiliteit. De rol van niet-gemotoriseerd vervoer is belangrijk, maar staat onder grote druk. De groei van het fietsgebruik wordt bemoeilijkt door een gebrek aan kennis over hoe duurzaam verkeer- en vervoersbeleid kan worden ontwikkeld en geïmplementeerd. Deze kennis van bijvoorbeeld verkeerskunde, ruimtelijke ordening, stedelijke inrichting, gedragsstudies en beleidsontwikkeling vormt de basis voor het succesvolle Nederlandse fietsbeleid, maar kan niet zomaar worden overgezet naar steden in ontwikkelingslanden. Specifieke lokale kennis is nodig; immers, de situatie in deze steden is dermate anders dat Nederlandse oplossingen mogelijk niet werken, niet haalbaar of niet wenselijk zijn. Men kan zich vaak moeilijk identificeren met de Nederlandse situatie, de afstand tussen realiteiten is groot en de kennis vaak niet toepasbaar. Hier uit zich het dilemma, want Nederland is bij uitstek een fietslaboratorium, met een significant aandeel fietsers, een sterke planningstraditie en bijvoorbeeld een Randstad die qua omvang vergelijkbaar is met een typische megastad in een ontwikkelingsland. In de volgende secties wordt aan de hand van een karakterisering van het fietsen in drie ontwikkelingslanden ingegaan op hoe lokale contexten verschillen van de Nederlandse en welke kennis nodig is voor een effectief fietsbeleid.

Fietsen in ontwikkelingslanden

De fiets is een voor de hand liggend vervoermiddel in ontwikkelingslanden. Een fiets is goedkoop, eenvoudig te onderhouden, duurzaam en voor een grote groep mensen een aantrekkelijk alternatief in bereikbaarheid van economische activiteiten, scholing en diensten. Het fietsen heeft afwijkende kenmerken en verschijningsvormen in verschillende landen. We gaan hier in op de context van het fietsen in Sub-Saharisch Afrika en Brazilië en geven een drietal voorbeelden van lopend onderzoek.



Figuur 1: het transtheoretisch model van Prochaska en Diclemente

Sub-Saharisch Afrika

Verkeer en vervoer in Sub-Saharisch Afrika kenmerkt zich door een lage kwaliteit en betrouwbaarheid van openbaar vervoer, gebrekkige wegen, een snelle groei in voertuigbezit en -gebruik (minibusjes, auto's, brommers), maar vooral slechte of zelfs afwezige voorzieningen voor voetgangers en fietsers. Dit terwijl een groot deel van de vaak arme Afrikanen zich te voet of met de fiets verplaatst. Goede fietsinfrastructuur kan bijdragen aan armoedebestrijding, zorgt voor bereikbaarheid van scholen en ziekenhuizen, stimuleert arbeids- en sociale participatie van vrouwen en draagt bij aan een schoner klimaat. In veel Afrikaanse

landen heeft fietsen daarom een enorm potentieel, dat echter maar ten dele benut wordt: in Dar es Salaam bijvoorbeeld wordt ongeveer 5% van de verplaatsingen per fiets gemaakt. Een groot deel van de bevolking is te arm om dagelijks met openbaar vervoer te reizen, maar kan zich wel een fiets veroorloven (hoewel een fiets van \$50 duur is in een land als Tanzania met een BBP per capita van rond de \$500!). Momenteel fietst alleen het deel van de bevolking dat niet anders kan (vooral beroepsmatige fietsers), omdat keuzereizigers het - op zijn minst - te gevaarlijk vinden om te fietsen. Een totaal gebrek aan stallingsvoorzieningen, zowel thuis als op de bestemming, draagt nog verder bij aan het lage fietsgebruik. Armoedeproblematiek, gedrag en gebrek aan (richtlijnen voor) fietsinfrastructuur en voorzieningen zijn typische aandachtspunten voor het ontwikkelen van fietsbeleid in Afrika en worden daarom onderzocht in twee promotieonderzoeken.

In veel Afrikaanse landen heeft fietsen daarom een enorm potentieel dat echter maar ten dele benut wordt

Dar Es Salaam: gedragsveranderingen

In veel fietsstudies wordt gezocht naar manieren om fietsgebruik te bevorderen. Vaak wordt aangenomen dat er een grote groep mensen met een latente fietsvervoersvraag is die kan worden gemobiliseerd door barrières zoals verkeersonveiligheid weg te nemen. Echter, de ene latente fietser is de andere niet. Perceptie en motivatie voor fietsen verschillen per persoon, per doelgroep, en dus verschilt ook de gevoeligheid voor beleidspraktijken om hen te bewegen te gaan fietsen. Mensen in verschillende stadia van gedragsverandering stellen verschillende eisen aan fietsbeleid en hebben verschillende behoeften. In Dar es Salaam onderzoeken we een populatie woon-werkreizigers. We bekijken hoe zij kunnen worden ingedeeld naar stadia van gedragsverandering op grond van hun percepties en motivaties, en wat hun voorkeuren en ideeën zijn van goed fietsbeleid. Dit doen we met het transtheoretisch model van Prochaska en DiClemente, dat gebruikt wordt bij onder andere de reclassering en anti-rookcampagnes. Dit model onderscheidt vijf stadia van verandering: voorbeschouwing, overpeinzing, voorbereiding, actieve verandering en stabilisatie, soms met een zesde categorie terugval (zie figuur 1). In Dar es Salaam vinden we bijvoorbeeld mensen in de stabilisatiecategorie (zij fietsen al, en veel) die willen dat andere weggebruikers hun gedrag richting fietsers veranderen, dat de prijs van fietsen omlaag moet of dat microkredieten gegeven moeten worden. In de eerste categorie zitten mensen die zich niet realiseren dat fietsen voor hen een optie zou kunnen zijn; zij noemen vooral verkeersveiligheid als een obstakel om niet te fietsen. Ook zijn er veel mensen die in een zesde 'terugval' stadium zitten; mensen die ooit wel fietsten, maar door de huidige omstandigheden er niet meer over peinden om te gaan fietsen. Door op deze manier naar (potentiële) fietsers te kijken krijg je een beter beeld van de verschillende marktsegmenten en hoe binnen deze groepen wensen en voorwaarden overeenkomen. Het model maakt duidelijk dat er goed moet worden gekeken naar motivatieken-



De fiets als transportmiddel in Tanga, Tanzania

merken en percepties van de doelgroep en dat deze duidelijk verschillen met die van Nederlandse reizigers. Het laat zien dat reizigers zich in verschillende stadia bevinden en dat een veel gericht fietsbeleid kan worden gevoerd door interventies op de doelgroep af te stemmen.

Zuid Afrika: contextuele informatie

In Zuid-Afrika leeft de meerderheid van de arme stedelijke bevolking aan de randen van de stad. Deze mensen moeten lange afstanden afleggen en veel kosten maken om naar hun werk of school te gaan en zijn afhankelijk van openbaar vervoer, lopen en fietsen. Ondanks dat het nationale verkeersbeleid het belang van openbaar vervoer en niet-gemotoriseerd vervoer ondersteunt, blijft de planning van weginfrastructuur in Zuid-Afrika gericht op de auto. Waar het in Nederland gebruikelijk is om alle weggebruikers gelijktijdig te faciliteren binnen één wegontwerp worden in Zuid-Afrika de behoeften van andere weggebruikers dan de auto doorgaans genegeerd, zelfs in gebieden waar deze in de meerderheid zijn. In dit onderzoek wordt een methode ontwikkeld om het relatieve belang van verschillende vervoerswijzen te bepalen op basis van contextuele informatie. Deze informatie is gebaseerd op een combinatie van landgebruik, sociaal-economische karakteristieken en ritbestemmingen van de bevolking in de directe omgeving van een verkeerscorridor. Het onderzoek toont aan dat contextuele regimes kunnen worden geïdentificeerd langs verkeerscorridors. Elk van deze regimes heeft implicaties voor de combinatie van



Cycle rally om fietsen te promoten in Midrand, Zuid Afrika

vervoerswijzen die moeten worden gefaciliteerd en de prioriteit die iedere vervoerswijze moet krijgen. Hierdoor is het mogelijk een nieuwe planning en ontwerpbenadering te kiezen die specifiek aandacht besteedt aan fietsen en lopen. De studie zal resulteren in beleidsaanbevelingen voor stedelijke verkeersplanners die kunnen leiden tot een beter ontwerpproces en ontwerp van weginfrastructuur.

Brazilië: met name recreatief

In Brazilië ligt de fietsproblematiek anders. Het fietsbezit is hoog (gemiddeld bezit 1 op de 3,5 mensen een fiets) maar het gebruik ligt zeer laag. In Rio de Janeiro bijvoorbeeld zijn 3% van alle ritten per fiets. Er is in Brazilië, in tegenstelling tot in Nederland, nauwelijks utilitair gebruik. De fiets wordt gezien als een sportartikel. Het relatief gevarieerde aanbod aan betaalbare openbaar vervoer voorzieningen maakt het zelfs voor de laagste inkomensgroepen mogelijk hun bestemmingen te bereiken. De weinige fietsinfrastructuur die aanwezig is, is ook vaak geconcentreerd op plekken waar mensen komen om te recreëren, bijvoorbeeld in parken of langs het water. Er is nog weinig bekend over welke factoren het fietsgebruik beïnvloeden en hoe deze met elkaar samenhangen. Fietsbeleid in Brazilië, voor zover aanwezig, is vaak gericht op het voorzien in een beperkte hoeveelheid infrastructuur op

stedelijk niveau. Men gaat ervan uit dat als er maar fietspaden worden gebouwd, mensen vanzelf gaan fietsen. Er is te weinig kennis van de echte vervoersvraag en de patronen en motivatie van mensen die nu per niet gemotoriseerd vervoer reizen. Deze kennis moet ontwikkeld worden alvorens men in staat kan zijn goed fietsbeleid te ontwikkelen. Een aanzet hiertoe wordt gedaan in het hieronder beschreven promotieonderzoek.

Rio de Janeiro: integratie fiets en ov

De bijdrage van de fiets als voor- en natransportmiddel voor openbaar vervoer is substantieel in Nederland, met name voor het treinverkeer tussen steden, waarbij de kracht van de fiets (korte ritten op stedelijke schaal, snelheid, flexibiliteit, weinig ruimtegebruik) wordt gecombineerd met de kracht van de trein (snelle en hoogfrequente verbinding tussen stedelijke centra, reiscomfort, geen file, duurzaam). De succesvolle integratie van fiets en trein wordt ondersteund door goede infrastructuur zoals fietspaden, stallingfaciliteiten en het betaalbare huurfietsconcept OV-fiets.

Stedelijke regio's in Brazilië kenmerken zich door een grofmazig net van relatief snelle en hoogwaardige openbaar vervoerverbindingen. Qua ruimtelijke structuur/schaal en reisgedrag kan het reizen in een

grote stedelijke regio als Rio de Janeiro vergeleken worden met een regio als de Randstad. Forensen leggen vaak grote afstanden af tussen peri-urbane en urbane centra. De hoofdwijze van vervoer is vaak de stedelijke trein, metro of lange afstandsbuss met ritten die niet zelden langer duren dan één uur enkele reis. De voor- en natransportfunctie van deze belangrijkste openbaar vervoerverbindingen is onvoldoende ontwikkeld. Hoewel openbaar vervoer in stedelijke regio's dominant is (50 - 60% van het aantal verplaatsingen) wordt de rol van de fiets als voor- en natransportmiddel naar openbaar vervoer genegeerd door stedelijke planners, verkeerskundigen en onderzoekers. Dit onderzoek is erop gericht te bepalen wat het potentieel is van mensen die gebruik zouden kunnen maken van een geïntegreerde multimodale rit waarin een combinatie van fietsen en openbaar vervoer zit. Er wordt gekeken naar getoond en voorgenomen reisgedrag in een tweetal wijken van Rio de Janeiro waar vermoed wordt dat veel fietspotentieel aanwezig is. Hiertoe is een onderzoek gedaan bij 722 openbaar vervoergebruikers om te weten te komen wat de belangrijkste factoren zijn die hun keuze van vervoerswijze bepalen en onder welke condities zij bereid zijn gebruik te gaan maken van een geïntegreerde rit fiets-openbaar vervoer. Van belang is in hoeverre dit potentieel wordt beïnvloed door sociaal-economische, verkeer- en locatiefactoren. Tevens wordt een ruimtelijk model ontwikkeld om bereikbaarheid en prestatie-indicatoren van de gecombineerde multimodale rit te bepalen. De verdeling van vervoerswijze voor de verplaatsing naar het treinstation laat zien dat de fiets ondergeschikt is. Er blijken vier grote barrières te bestaan die gerelateerd zijn aan een mix van locatie en sociaal-economische kenmerken: (1) de afstand tot openbaar vervoer station; (2) het niet bezitten van een fiets; (3) het parkeerprobleem; (4) het veiligheidsprobleem. Op basis van deze barrières en beweegredenen en de factoren die hierin een rol spelen zal een ruimtelijk model worden opgezet. Hiermee kan de potentie van het fietsgebruik worden gekwantificeerd en ruimtelijk inzichtelijk worden gemaakt om zo te komen tot beleidsaanbevelingen.

De fiets is een voor de hand liggend vervoermiddel in ontwikkelingslanden, want goedkoop, eenvoudig te onderhouden en duurzaam

Conclusie

Fietsinclusieve planning is belangrijk voor het kunnen realiseren van duurzaam verkeer en vervoer in steden in ontwikkelingslanden. Het potentieel voor fietsgebruik is aanwezig, maar in vergelijking met Nederland meer gefragmenteerd. Om dit potentieel te kunnen aanspreken moeten we op zoek gaan naar die combinaties van specifieke sociaal-culturele, ruimtelijke en economische factoren die als hefboom kunnen dienen om het gedrag van mensen te veranderen. Hierbij is niet alleen kennis van deze factoren afzonderlijk onontbeerlijk, maar ook kennis van de wisselwerking tussen deze factoren. Zowel factoren als wisselwerking verschillen dermate van de Nederlandse situatie dat deze niet direct

kunnen worden overgezet. Kennisontwikkeling in samenwerking met zuidelijke partners is van groot nut om inzicht te krijgen in de lokale context en essentieel om tot een waardevolle kennistransfer te komen.

Mark Brussel (brussel@itc.nl), Mark Zuidgeest (zuidgeest@itc.nl) en Martin van Maarseveen (maarseveen@itc.nl) zijn verbonden aan de faculteit ITC van de Universiteit Twente. Het in dit artikel besproken onderzoek maakt deel uit van de activiteiten van het Cycling Academic Network (CAN, www.cycling-research.nl). De aangehaalde onderzoeken in Tanzania, Zuid Afrika en Brazilië worden uitgevoerd door PhD kandidaten Alphonse Nkurunziza, Eddie Beukes en Flavia de Souza.

Literatuurselectie

Beukes, E.A., M.J.W.A. Vanderschuren en M.H.P. Zuidgeest (2010) Context sensitive multimodal road planning: a case study in Cape Town, South Africa [in press].

Interface for Cycling Expertise (2000) The significance of non-motorised transport for developing countries: strategies for policy development. Utrecht: Interface for Cycling Expertise.

Ministerie van Verkeer en Waterstaat & Fietsberaad (2009) Cycling in the Netherlands.

Prochaska, J.O. en C.C. DiClemente (1984) The transtheoretical approach: crossing traditional boundaries of treatment. Homewood, IL: Dow Jones-Irwin.

Help de fietsers, verbeter de stad

AUTEUR Adonia E. Lugo

FOTOGRAFIE Allison Mannos

VERTALING Marloes Wevers

In een stad waar fietsen niet vanzelfsprekend is en automobiliteit het uitgangspunt vormt bij ruimtelijke planning, moeten fietsers assertief zijn. Dat is niet zonder gevaar, zeker niet als je tot de zwaksten onder deze toch al kwetsbare groep verkeersdeelnemers behoort.

Stel je voor: Je stapt 's morgens op je fiets om naar je werk te gaan. Zodra je je huis achter je hebt gelaten kom je terecht in een straat vol grote auto's, vrachtwagens en bussen. Het recht om de openbare weg als fietser te gebruiken is niet duidelijk zichtbaar in de vorm van fietspaden of aparte banen. Je moet het bevechten door simpelweg je lichaam in de strijd te gooien en te hopen dat automobilisten je de ruimte gunnen. Sommigen toeteren luid naar je, anderen slalommen extra hard om je heen om duidelijk te maken dat ze vinden dat je niet op de straat thuis hoort. Ze razen langs huizen en winkels, aan niets anders gewend dan hun mede gemotoriseerde weggebruikers.

American Dream

Wie iets wil zeggen over fietsen in Los Angeles, moet bij de auto beginnen. De autocultuur van LA is bekend uit ontelbare films en boeken over deze halve woestijnstad, die haar water moet aanvoeren van over de staatsgrenzen. Die films en boeken zijn ofwel een lofzang op de auto, die onafhankelijkheid en suburbane veiligheid garandeert, of hekelen de stad, die na de vlucht naar de buitenwijken als hel op aarde achterbleef en elk moment kan bezwijken onder interne spanningen. In het eerste geval representeert LA de American Dream: een vrijstaand huis met achtertuin, een hond en voor alle familieleden die oud genoeg zijn een auto, zodat zij zich vrij door de omgeving kunnen bewegen. In de andere visie is LA een nachtmerrie: straatbendes, criminaliteit, haat jegens de medemens en een onophoudelijke stroom migranten, die de stad naar hun hand zetten.

LA als de American Dream is onlosmakelijk verbonden met wegen en autobanen voor gemotoriseerd verkeer. Zo kan een suburbane kost-

winner eenvoudig reizen van de verafgelegen buitenwijk, die hij zich financieel kan permitteren, naar het werk dat hij nodig heeft om zijn levensstijl te bekostigen. Zonder auto lijkt dit forenzen onmogelijk. De snelwegen en straten zijn overvol, maar het beeld van autorijden in LA is zo krachtig dat het slechts tot enkelen doordringt hoe onpraktisch het eigenlijk is. Er is weliswaar een uitgebreid regionaal netwerk van busverbindingen, lightrails en metrolijnen gerealiseerd voor het grote aantal vervoersafhankelijke LA'ers, maar het gebruik van openbaar vervoer is niet vrij van een zeker stigma; reizen met de bus impliceert dat je geen auto kunt veroorloven en daardoor gedwongen bent bewegingsvrijheid in te leveren.

Ooit had Los Angeles het grootste stadoverstijgende tramsysteem van de Verenigde Staten. Dit regionale vervoersnetwerk lag begin twintigste eeuw aan de basis van de ongebreidelde stedelijke groei, maar werd in de jaren zestig opgeheven. Als gevolg werd het grootste deel van de publieke ruimte in het centrum van LA overgeleverd aan automobilisten. Op- en afritten van snelwegen leiden snelverkeer door voorheen rustige straten en lange linten van verhoogd aangelegde autobanen doorsnijden de oude 'streetcar'-buitenwijken. Wie het zich kon veroorloven verliet het centrum, en wie er nog wel wonen wachten op hun kans om eveneens de suburbane American Dream te verwezenlijken waarvoor zij naar Los Angeles kwamen. Het is het najagen van dit ideaal wat de nachtmerrie van de straat als verlaten openbare ruimte bestendigt.

De vanzelfsprekendheid van autorijden, de overtuiging dat dit in alle gevallen de aangewezen vervoersvorm is en de daaruit voortvloeiende opvatting dat autoverkeer met publiek geld moet worden ondersteund, is wat we verstaan onder automobiliteit. De geautomobiliseerde stad geeft voorrang aan automobilisten en degradeert voetgangers en fietsers tot tweederangsburgers. Men ontwerpt wegen zonder rekening te houden met fietsers en smalle stoepen worden er zonder overtuiging naast gelegd. Fietsers hebben daardoor de keuze zich op de snelwegachtige straat te wagen, of de stoep te claimen ten koste van de



Georganiseerde groepsrit in Los Angeles

voetgangers. Onze lichamen lopen gevaar, maar omdat we de moed hebben de sociale orde van de automobiliteit te verstoren, verdienen we niet beter. Op ander vervoer dan de eigen auto wordt neergekeken, wat mensen die zich dat niet kunnen veroorloven tot paria's maakt. Hun enige mogelijkheid om respectabele burgers te worden, is een auto aan te schaffen en zich te storten in het milieuvervuilende, sociaal destructieve strijdgewoel.

Fietsende onderzoeker

Ondanks gebrek aan ondersteunende infrastructuur en de veelvuldige pesterijen van automobilisten, kunnen we op de fiets losbreken van de illusie dat autorijden altijd de beste vorm van vervoer is. Het oorspronkelijke stratenpatroon van Los Angeles bestaat nog, waardoor korte afstanden makkelijk per fiets te overbruggen zijn door de drukke straten te mijden en routes door rustiger buurten te kiezen. Hoewel de stad nog niet grootschalig geïnvesteerd heeft in fietspaden en zelfs wegmarkeringen die de rechten van de fietser tot uitdrukking brengen ontbreken, neemt het aantal fietsers in Los Angeles toe. Groepsritten, fietsmakerscollectieven en andere vormen van ondersteuning werken drempelverlagend. De fietsgemeenschap is divers samengesteld, van beleidsgeoriënteerde lobbygroepen zoals de Los Angeles County Bicycle Coalition (LACBC) tot Midnight Ridazz, die 's avonds groepsritten organiseert waaraan soms duizenden mensen deelnemen. Gezamenlijk strijden we voor een verandering in de dynamiek van onze straten; door te fietsen dwingen we voor alle weggebruikers het recht op veiligheid af.

Als doctoraalstudent Culturele Antropologie verhuisde ik in 2007 van Portland, Oregon naar Los Angeles. Portland loopt in Amerika voorop in het faciliteren van fietsers, en in de tijd dat ik er woonde was ik eraan gewend geraakt per fiets te reizen. Toen ik begon te fietsen in LA, merkte ik echter dat mijn recht op de straat voortdurend aangevallen werd door agressieve bestuurders van grote SUV's. Gesloten, donkere ruiten maakten overduidelijk dat ze niets met me te maken wilden hebben. Ze

scheurden rakelings langs mijn lichaam, dat in hun ogen niets meer was dan een snelheidsbelemmering. Uiteindelijk waren de problemen die in LA met fietsen gepaard gaan aanleiding om er mijn dissertatieonderzoek aan te wijden.

Ik vroeg me af waarom mensen voor de fiets kozen. Uit belangstelling voor milieuvriendelijk vervoer? De behoefte om hip te zijn? Fietsen in de stad krijgt in Amerika namelijk langzaam een kosmopolitische bijklank. Op den duur viel me echter een type fietser op met een veel eenvoudiger motief: betaalbaarheid. Als activist ontmoette ik anderen die zich met mij bekommerden om het gebrek aan steun voor arme fietsers en die zagen dat er een kloof is tussen zelfbewuste fietsers, die deelnemen aan het sociale leven van de fietsgemeenschap, en 'jornaleros', die per fiets naar hun werk gaan. Omdat ik vind dat een sociaal wetenschapper zich niet kan beperken tot observeren alleen, maar moet proberen een verschil te maken, wist ik dat ik als fietser in Los Angeles meer betrokken moest raken dan voor mijn onderzoek noodzakelijk was.

Jornaleros

Werk in de bouw ligt momenteel niet voor het oprapen. De mannen die vanuit Guatemala en El Salvador naar Los Angeles zijn gekomen om geld voor hun gezinnen te verdienen, de dagloners ofwel jornaleros, spenderen soms hele ochtenden in steuncentra voor dagarbeiders. Daar kunnen ze koffiedrinken en Spaanstalige televisie kijken in afwachting van werkgevers op zoek naar werklui. Hun mountainbikes staan voor de deur, vastgeketend aan hekken en palen, om naar een aangeboden klus of aan het eind van dag terug naar huis te kunnen gaan. Deze fietsen zijn vaak kapot of roestig door het lange buiten staan. Zadelpennen steken los in de frames. De jornaleros zetten ze met goedkope kettingsloten vast, omdat ze zich geen duurdere kunnen veroorloven. Hierdoor worden veel van hun fietsen, of onderdelen ervan, gestolen.

Deze fietsers maken doorgaans gebruik van de hoofdwegen en ver-

mijden interactie met agressieve chauffeurs door over de stoepen te rijden. Dan Koeppel, een auteur uit Los Angeles, noemde deze mannen in 2005 in het tijdschrift *Bicycling* "onzichtbare fietsers", omdat ze geen deel lijken uit te maken van de LA fietsgemeenschap. Uit een rapport van het U.S. Department of Transportation uit 2004 blijkt bovendien dat Latino fietsers onevenredig vaak het slachtoffer zijn van verkeersongelukken met dodelijke afloop.

Toen ik met andere fietsers sprak over deze onopgemerkte fietsersgroep, vond ik al snel een medestander in Allison Mannos, een stagiair bij LACBC. Allison kwam erachter dat Planet Bike, een bedrijf dat fietsaccessoires verkoopt, bereid was om fietslampjes ter beschikking te stellen om onze inspanningen voor arme Latino fietsers te ondersteunen. In december 2008 ging ons project City of Light/Ciudad de Luces van start.

We vroegen aandacht voor de behoeften van Latino fietsers en binnen een paar maanden hadden we lampjes in overvloed om op straat uit te delen. Na dat een paar weken gedaan te hebben, besloten we naar het steuncentrum voor dagarbeiders in MacArthur Park te gaan, een buurt in Centraal Los Angeles waar veel Salvadoraanse migranten wonen. Daar deelden we ook lampjes uit en gaven we informatie over veiligheid voor fietsers. Dus in plaats van in het wilde weg lampjes te verstrekken, maakten we nu ook gebruik van de gelegenheid om kwetsbare fietsers voor te lichten.

Elke vrijdagochtend deelden we folders uit over de rechten van fietsers en zetten we lampjes op de fietsen van jornaleros. We spraken met hen, leerden hun bijnamen kennen en kregen een indruk van de dagelijkse gang van zaken in het steuncentrum. Vrijwilliger Andy Rodriguez ontwikkelde een cursus fietsveiligheid. Halverwege 2009 nodigde Allison een aantal mensen uit van het lokale fietsmakerscollectief Bicycle Kitchen om een workshop over fietsreparatie te geven. Dit gaf City of Lights een spannende nieuwe wending en stelde ons in staat om de grootste drempel voor het fietsen in LA ter discussie te stellen: de status die men hier ontleent aan autorijden.

Identiteit

Wie uit economische noodzaak fietst in een stad die daar vijandig tegenover staat, realiseert zich waarschijnlijk niet dat fietsen een bron van identiteit kan zijn. Op het eerste gezicht lijkt dat misschien niet problematisch. In de Verenigde Staten horen we veel verhalen over hoe normaal fietsen in Nederland is, dat mensen er fietsen zonder daar een speciaal bewustzijn voor te hoeven ontwikkelen, omdat de infrastructuur van de stad voorziet in veilige ruimtes. In Los Angeles daarentegen is fietsen helemaal niet vanzelfsprekend. Het is abnormaal en ongewenst. Daardoor kon hier een sterke gemeenschap van fietsliefhebbers en -activisten ontstaan. Door ervaringen te delen en gezamenlijk problemen op te lossen, ontwikkelt zich een ondersteunende sociale infrastructuur met de dreiging die uitgaat van automobiliteit als bindende factor. Als fietsers hun vervoerswijze niet ontwikkelen tot een identiteit, hebben zij echter geen toegang tot de steun die de fietsgemeenschap hen kan bieden.

Fietscoöperaties hebben in LA in dit verband een belangrijke functie. Ze lenen gereedschap uit en leren mensen hoe ze zelf hun fiets kunnen repareren – een populaire bezigheid onder de doe-het-zelf activisten,

voor wie het fietsen in deze stad een bewuste keuze is. De collectieven zijn ook sociale ruimtes. In de stad die in vooral bekend staat om haar vervreemdende verkeer en angst in de publieke ruimte, bieden ze fietsers een gevoel van verbondenheid. Door overdracht van technische kennis, in de vorm van reparatiecursussen, en sociale kennis over de fietsgemeenschap zorgen ze ervoor dat mensen onderdeel worden van dit ondersteunende netwerk voor fietsers. City of Lights heeft tot doel ook de jornaleros toegang tot dit netwerk te geven. Arlen Jones en Ramon Martinez, die beiden ervaring hebben in het opzetten van fietsmakerscollectieven, besloten City of Lights uit te breiden met een reparatieservice speciaal voor fietsende dagloners. BiciDigna (Dignity Bikes) opende haar deuren in het centrum van LA met hulp van een plaatselijk steuncentrum voor dagarbeiders.

Het beeld van autorijden in LA is zo krachtig dat het slechts tot enkelen doordringt hoe onpraktisch het eigenlijk is

Wat begon als een gedachtewisseling over onzichtbare fietsers, is uitgegroeid tot een voorlichtingsprogramma dat probeert de fietsgemeenschap voor een ander type fietser toegankelijk te maken. Terwijl ik me voorbereid op het veldwerk voor mijn proefschrift, vraagt de antropoloog in mij zich af of City of Lights werkelijk in staat is om de twee zeer verschillende fietsersgroepen in LA met elkaar in contact te brengen. De fiets biedt een kans om de stad voor te bereiden op een duurzame toekomst, omdat het fietsen door de stedelijke ruimte mensen confronteert met de ongelijkheden die voortkomen uit automobiliteit. City of Lights doet een poging om arbeids-, immigratie- en milieuproblematiek met elkaar te verbinden. Door kennis te delen over verkeersveiligheid en fietsreparatie hopen we een rechtvaardiger stad tegemoet te kunnen zien.

Adonia Lugo (lugo@uci.edu) is cultureel antropoloog en bereidt momenteel een proefschrift voor aan de University of California, Irvine. Ze is mede-initiator van het project City of Lights/Ciudad de Luces. Meer informatie hierover is te vinden op ciudaddeluces.wordpress.com.

Literatuurselectie

- Davis, M. (1990) *City of Quartz. Excavating the Future in Los Angeles*. New York: Verso.
- Jain, S. S. (2006) *Urban Violence: Luxury in Made Space*. In: M Scheller & J. Urry (red.) *Mobile Technologies of the City*. New York: Routledge.
- Koeppel, D. (2005) *Invisible Riders*. *Bicycling Magazine*, december 2005.
- Mapes, J. (2009) *Pedaling Revolution: How Cyclists are Changing American Cities*. Corvallis, OR: Oregon State University Press.

'Fixies': Hip of Handig?

AUTEUR Samuel Johns

FOTOGRAFIE EN ILLUSTRATIES Samuel Johns en Maarten Mieras

VERTALING Marloes Wevers, Michiel van Meeteren en Peter Pelzer

Stedelijke fietsplannen als Vélib' in Parijs en Boris Bikes in Londen zijn een teken dat de tweewieler voet aan de grond krijgt in het stedelijke vervoer. Sommige subculturen blijven echter in duister gehuld en dat geldt met name voor de 'fixie'-cultuur waarin baanfietsen centraal staan.

Om bij de basis te beginnen: 'Fixed wheel bikes', of 'fixies' zoals ze doorgaans worden genoemd, worden van origine gebruikt in de baanwielersport. Typisch is dat ze maar één versnelling hebben en dat de trapas statisch verbonden is aan het tandwiel dat de ketting aandrijft, waardoor de trappers tijdens het rijden constant in beweging zijn. De continue trapbeweging verhoogt de cadans en de souplesse van de beenbeweging, waardoor fiets en fietser een eenheid vormen. De relatie tussen de berijder en de fixie is zo sterk, zo intiem, dat er een hybride ontstaat en dat er zich een gevoel van verbondenheid met de weg ontwikkelt. In navolging van Mikula wordt onder hybriditeit "een flexibele combinatie van processen" verstaan, "die zowel voortkomen uit, als beperkt worden door complexe krachtverhoudingen." Een geïnterviewde fixierijder legde uit: "Als ik fiets (...) is er niets dat mij en de straat van elkaar scheidt."

Blijkbaar zit er meer achter de fixie dan je op het eerste gezicht zou vermoeden. Hoewel de fixie als minimalistische machine geprezen wordt om zijn eenvoudige, esthetisch pure uitstraling, blijkt de complexiteit ervan pas als je je verdiept in de technieken en vaardigheden die nodig zijn om hem te kunnen berijden. Hierin wordt de paradox van de fixie wellicht het best duidelijk

"Het grappige is dat de fixie de eenvoudigste en tegelijkertijd de moeilijkste is van alle fietsen",

aldus een geïnterviewde. Je hebt zelfvertrouwen nodig om deze simpele, maar niet simplistische, fiets te kunnen berijden en dat zelfvertrouwen komt voort uit controle. Door de nauwe verbondenheid van de mens-fiets-hybride wordt de afstand tussen de fietser en de fiets verkleind, wat controle lastiger maakt. Sur place is een techniek die fietsers gebruiken om zonder af te stappen vrijwel geheel stil te blijven staan (zie figuur 1). Door hun lichaam en fiets minimaal heen en weer te bewegen houden ze balans. Aanvankelijk is het een moeilijke techniek om je eigen te maken, maar als je het eenmaal onder de knie hebt, ziet het er bedrieglijk eenvoudig uit. De lichaamsbewegingen die hiervoor nodig zijn, tonen hoe nauw de fiets en de berijder via de pedalen met elkaar verbonden zijn. Het is een uitstekende illustratie van wat Justin Spinney het 'geprothetiseerde' lichaam noemt. Deze verbinte-



Figuur 1: De sur place in 3 stadia.

nis bestaat uiteraard continu, of men nu sur place halt houdt voor een stoplicht of van een heuvel afrijdt. Op een fixie loopt dit vloeiend in elkaar over. Hoewel de fiets dus mechanisch gefixeerd is, is de techniek verre van statisch. Door de eenheid van fietser en fiets ervaart men het fietsen als een organische ontmoeting met de stad. Dit onderschrijft wellicht Michel Foucaults stelling dat we “het tijdperk van ruimte en gelijktijdigheid” zijn binnengetreden, dat ruimtelijke gevoeligheid vraagt op het micro- en macroniveau.

Het dualisme tussen lichaam en fiets, techniek en technologie, vervaagt.

Fixamotosis

Fixies werden lange tijd uitsluitend gebruikt door fietskoeriers, met name in Noord-Amerika, maar rond de eeuwwisseling verschenen ze wereldwijd in grote getale op het stedelijk toneel. De wegen en verkeersdrukte in veel Europese steden trekken fixierijders aan, waardoor het nu meer dan ooit legitiem is om stil te staan bij de opkomst van de fixies. Zoals gezegd heeft men zich zelden verdiept in de diversiteit van fietstypen, merken en technieken die binnen deze subcultuur een rol spelen. Het onderzoeken van de fixiecultuur van jonge trendy fietsers in de grote stad is daarom van belang.

Fixies werden voor het eerst geproduceerd in de jaren tachtig van de negentiende eeuw als alternatief voor de onstabiele véloupèdes en werden aanvankelijk veiligheidsfietsen genoemd. Ironisch wellicht, aangezien de fixies nu algemeen in verband worden gebracht met een tegendraadse en riskante fietsstijl. Ze werden uitsluitend in wielerveden gebruikt en waren ontworpen met het oog op snelheid: licht, gefixeerde trapas en zonder rem.



Figuur 2: Woordenwolk van associates met fixie.

Tegenwoordig roept het noemen van een fixie uiteenlopende associaties op, van de fiets die Chris Hoy berijdt om met meer dan tachtig kilometer per uur over wielerveden te cirkelen, tot fietskoeriers die deze eenvoudige fietsen gebruiken voor snelle en efficiënte verplaatsing door dichtgeslachte steden. Meer recent echter wordt de fixie gebruikt door hipsters; stedelijke jongeren die constant op zoek zijn naar het nieuwste en het coolste. De opkomst van deze stedelijke trend kan in heel Europa worden opgemerkt en met name in Londen, Parijs en

Barcelona. De plotselinge populariteit kan deels worden verklaard door de algemenere retrotrend. In mijn eigen onderzoek kwam naar voren dat meer dan de helft van de ondervraagde fixierijders in Oxford (n=60) hun fiets minder dan twee jaar geleden heeft aangeschaft of gebouwd. Dit versterkt het vermoeden dat het om een hype gaat, deels veroorzaakt door de modieuze aantrekkingskracht van deze fietsen, maar ook door hun functionaliteit en vereiste rijstijl. Belangwekkend is het feit dat er een netwerk van fixierijders is ontstaan, waar vooral enthousiastelingen, die hun eigen fixies bouwen en aanpassen, deel van uitmaken. Dit is in strijd met het idee van een mainstream trend. Bovendien weerspiegelt de fixie een meer algemeen maatschappelijk verlangen naar eenvoud in een wereld die neigt naar overdaad. De intentie om het beste van beide werelden te combineren, authenticiteit en moderne technologie, wordt bijvoorbeeld geïllustreerd door het gebruik van een retro leren Brooks zadel.

Hip of Handig?

De sterke verbinding tussen lichaam en fiets maakt de fixie tot een bijzonder soort fiets, maar het is en blijft een fiets. Dit komt naar voren in de woordenwolk in figuur 2 die de frequentie afbeeldt van verschillende associaties van berijders met hun fixie. ‘Fiets’ speelt hier een belangrijke rol, maar ook andere associaties zoals ‘plezier’, ‘stijl’, en ‘praktisch gemak’ komen vaak voor.

Hier zou de analyse kunnen eindigen, door te besluiten dat fixies voor verschillende gebruikers een verschillende betekenis hebben. Maar in hoeverre verdragen die betekenissen elkaar? Eerder is al besproken dat bij de fixie het dualisme tussen lichaam en fiets, techniek en technologie, vervaagt. Dit geldt eveneens voor de tegenstelling tussen vorm en functie. Die twee kanten worden door de rijders zelf ook onderkend. Zo stelt een respondent dat: “ze er mooi uitzien, modieus en zichtbaar, maar ze gaan nog snel ook...”. Zelfs esthetisch worden vorm en functie verenigd. Zoals een berijder die aangeeft dat zijn limoengroene fiets in een “stijlvolle en zichtbare kleur gespoten is”.

Als we het dualisme tussen vorm en functie analytisch uit elkaar trekken, wordt de relatie tussen de twee beter zichtbaar. De esthetische puurheid van de fixie trekt aandacht door zijn strakke lijnen en minimalistische uitvoering, vaak nog versterkt door de felle kleuren. De aantrekkingskracht van eenvoud heeft betrekking op emoties van nostalgie, maar ook trots en een soort slagvaardigheid, bijvoorbeeld als je ‘versnellingsfietsen’ met gemak inhaalt. Deze politiek van trots wordt vaak benadrukt door berijders, bijvoorbeeld in hun gewoonte om de fixie zo opvallend mogelijk te parkeren. De enkele versnelling en een statisch verbonden trapas die de aandrijving regelt, geven een gevoel van eenvoud dat fietsers aantrekt die er vervolgens niet meer los van komen. Meerdere respondenten bevestigden dat ze zelfvertrouwen ontleenden aan het beheersen van de fixie. De directe verbinding tussen fiets en been, die continu cirkels draait en waarbij beheersing een grote rol speelt, zorgt er op den duur voor dat je een fietsstijl ontwikkelt die door anderen als gevaarlijk gezien wordt. De vereenzelviging tussen mens en fiets wordt door de berijders echter gezien als een functioneel voordeel, dat juist een verantwoorde rijstijl aanmoedigt, doordat je lichaam directer controle uitoefent over de machine.



Subcultuur

Zowel voor fietskoeriers als gewone stadsrijders zijn fixies een manier om identiteit te benadrukken en versterken. Een voorbeeld hiervan is de 'CREATE' fixie waarvan het stalen stuur zonder tape leidt tot minder comfort en dus de pure connectie tussen fiets en fietser benadrukt. In mijn onderzoek in Oxford kwam naar voren dat deze subcultuur de neiging heeft zich te uiten door stijl en niet zozeer door expliciete ideologische stellingnames. Het gaat echter niet louter om esthetiek. In een stad wordt de ruimte op de weg geclaimd door verschillende gebruikers, zoals voetgangers, fietsers, bussen en auto's. De fixierijder ziet deze competitie als een uitdaging waarin barrières geslecht moeten worden en ruimtelijke problemen opgelost. Een fixie brengt een straat tot leven, maar draagt ook een impliciete politieke boodschap uit, die er in essentie op neerkomt dat fietsen superieur zijn. Dit resulteert in een tegenstrijdige positie. Aan de ene kant kan de fixie beschouwd worden als een uiting van ongebonden individualisme en vrijheid, terwijl aan de andere kant de fixie-subcultuur in belangrijke mate gedefinieerd wordt door een gedeelde identiteit en interesse die leidt tot een gemeenschap.

De fixie wordt gebruikt door hipsters, stedelijke jongeren die constant op zoek zijn naar het nieuwste en het coolste.

Rest nog de beginvraag: zijn fixies hip of handig? Historisch gezien komen fixies voort uit een traditie van wielerveden en gemarginaliseerde groepen als fietskoeriers waarin een gefixeerde versnelling vooral handig was. De recente opkomst in steden laat zien dat er ook een andere rol voor fixies is weggelegd. Fietsers genieten van het continue rondjes trappen, typerend voor de fixie. Trendgevoelige jongeren, aangetrokken door de robuuste esthetiek en het minimalistische ontwerp,

knutselen enthousiast aan hun fixie.

Of het nou pragmatisch gebruik op een basaal type betreft, of een fixie zonder rem met heldere kleuren; functie en vorm zijn verweven en het is haast onmogelijk de één van de ander te scheiden. Maar als ik dan toch moet kiezen, is het voor vorm, omdat er steeds meer visueel aantrekkelijke en in het oog springende fixies in steden zichtbaar zijn. De fixierijder drijft op een constante stroom van energie: aandacht.

Samuel Johns (samuel.johns@hertford.ox.ac.uk) studeert geografie aan de Universiteit van Oxford. Dit artikel is gebaseerd op zijn congrespaper op het 7e Cycling en Society symposium: 'Fixamotosis: a fashionable or functional fixture? Investigating the relations between body, technology and space' (2010).

Literatuurselectie

- Adey, P. (2010) *Mobility*. Londen: Routledge.
- Böhm, S., C. Jones, C. Land & M. Paterson (eds.) (2006) *Against automobility*. Oxford: Blackwell.
- Foucault, M. (1986) *Of other spaces*. In: *Diacritics* 16 (Spring), pp. 22-27.
- Johns, S. (2010) *Fixamotosis: a fashionable or functional fixture? Investigating the relations between body, technology and space*. 7th Cycling and Society Symposium. Oxford, 6 september 2010 <<http://www.tsu.ox.ac.uk/events/100906/#abs07>> Laatste bezocht: november 2010.
- Kuehne, D. (2009) *Sex and the iWorld: rethinking relationships beyond an age of individualism*. Grand Rapids: Baker Academic.
- Mikula, M. (2008) *Key concepts in cultural studies*. New York: Palgrave Macmillan.
- Spinney, J. (2006) *A place of sense: a kinaesthetic ethnography of cyclists on Mont Ventoux*. In: *Environment and Planning D: Society and Space* 24(5), 705-732.
- Spinney, J. (2008) *Cycling the city: Movement, meaning & practice*. Royal Holloway University of London: ongepubliceerde PhD-thesis.
- Whatmore, S. (2002) *Hybrid geographies: Natures, cultures, spaces*. Londen: Sage.

Pssst... Fietscultuur kopen?

AUTEUR Marco te Brömmelstroet en Eric Crouse

FOTOGRAFIE Cian Ginty, RadlHauptstad München

De fiets kan een belangrijke rol spelen in de transitie naar duurzamere steden. Om meer mensen te laten fietsen wordt vaak gefocust op harde maatregelen, zoals infrastructuur. Als er al over promotie wordt nagedacht, is dit vooral gericht op rationele aspecten. Een aantal voorbeelden laat zien, dat juist het inspelen op emoties een kansrijke strategie is.

De fiets is als stedelijk vervoersmiddel bezig aan een ware wederopleving. Steeds meer wereldsteden ontdekken de fiets als (deel van) de oplossing voor problemen als congestie, luchtvervuiling, verbeterde leefbaarheid, veiligheid en CO2 emissies. Ondanks alle inspanningen is er tussen steden een sterk uiteenlopend fietsgebruik. Terwijl er in Amsterdam en Kopenhagen veel wordt gefietst, lopen veel andere wereldsteden hier nog ver op achter. Dit ondanks toenemende pogingen van overheden om dit te verbeteren. Het lijkt erop dat de verschillen te maken hebben met een veelvoud aan factoren. Zo zijn investeringen nodig in de noodzakelijke infrastructuur, in fietsvoorzieningen en in het creëren van een logische plek in het algehele stedelijke mobiliteitssysteem. Fietsen moet tevens als veilig, makkelijk en praktisch alternatief ervaren worden. Welke factoren er precies van belang zijn om dit voor elkaar te krijgen is al geruime tijd het onderwerp van wetenschappelijke discussies. Kort samengevat gaat het om individuele factoren als inkomen en leeftijd, sociaal-culturele factoren, zoals het imago van de fiets binnen een bepaalde cultuur, de kosten en baten van fietsgebruik en de overheidsinitiatieven. De verbanden en richtingen tussen deze factoren zijn vaak nog onduidelijk. Ook valt op dat de mogelijk sterke invloed van marketing niet wordt meegenomen. Marketing richt zich sterk op de beleving van consumenten van (aspecten van) een product of dienst. In die zin kan marketing alle overige determinanten van fietsgebruik positief beïnvloeden. Marketing is daarbij een relatief goedkoop beleidsinstrument. Aangezien er voor het creëren van een fietscultuur vooral een gedragsverandering nodig is, is er van marketing dan ook veel te

verwachten. In het dagelijks beleid wordt hier echter nog te weinig mee gedaan.

Wat is marketing?

Voor veel mensen is marketing het verkopen en het promoten van een product of service in commercials en promotiecampagnes. Hoewel dit ook de meest zichtbare en meest bediscussieerde instrumenten van marketing zijn, vormen ze slechts een deel van het verhaal. Marketing gaat volgens Welborn-Nichols over alle acties die gedaan worden om een product of service in de handen van potentiële klanten te krijgen. Dit kan door middel van een reclame worden gedaan, maar bijvoorbeeld ook door de locatiekeuze en/of aankleding van een winkel of de opzet van het productieproces. Desalniettemin is de component promotie het meest zichtbaar in het gehele marketingproces. Promotie kan zich richten op de karakteristieken en functies van het product of op persoonlijke voordelen van een product/service voor de consument.

Appeal	Rational/emotional	Appeal	Rational/emotional
Effective	Rational	Durable	Rational
Convenient	Rational	Ornamental	Emotional
Cheap	Rational	Dear	Emotional
Distinctive	Emotional	Popular	Emotional
Traditional	Emotional	Modern	Rational
Natural	Rational	Technological	Rational
Wisdom	Rational	Magic	Emotional
Productivity	Rational	Relaxation	Emotional
Enjoyment	Emotional	Maturity	Emotional
Youth	Emotional	Safety	Rational
Tamed	Rational	Morality	Emotional
Modesty	Emotional	Humility	Emotional
Plain	Emotional	Frail	Emotional
Adventure	Emotional	Untamed	Emotional
Freedom	Emotional	Casual	Emotional
Vain	Emotional	Sexuality	Emotional
Independence	Rational	Security	Emotional
Status	Emotional	Affiliation	Emotional
Nurturance	Emotional	Succorance	Emotional
Family	Emotional	Community	Emotional
Healthy	Rational	Neat	Rational

Figuur 1: Rationele en emotionele appeals in promotie (Bron: Pollay, 1983)

Consument gerichte promotie betekent dat een organisatie al haar marketing activiteiten moet zien vanuit het oogpunt van de consument. Er moet hard gewerkt worden om de behoeften van de consumenten te dienen, te begrijpen en om hem of haar tevreden te stellen. Een andere belangrijke dimensie van marketing is of het vanuit een emotionele of rationele benadering wordt ingestoken.

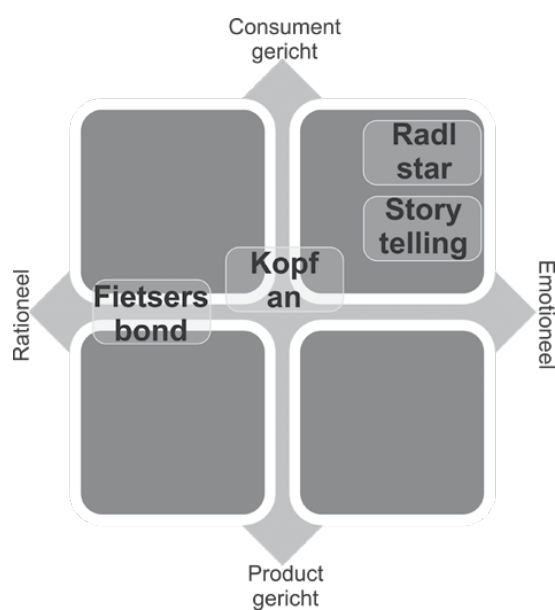
Emotionele en rationele argumenten in promotie

In marketing wordt vaak een balans gezocht tussen emotionele en rationale waarden. Beide hebben een directe relatie met marketing en beide zijn in staat om invloed uit te oefenen op het besluitvormingsproces van consumenten. De vraag is vooral wanneer men welke benadering zou moeten gebruiken. Rationele marketing probeert, via logische argumenten, de consument over te halen om zich op een bepaalde manier te gedragen of iets te ondernemen (een aankoop bijvoorbeeld). Emotionele marketing, aan de andere kant, is volgens O'Shaughnessy, juist erg gericht om de gevoelens van de consument ten opzichte van een product of service te versterken, zodat er intrinsiek enthousiasme ontstaat om zich op een bepaalde manier te gedragen of iets te ondernemen). Emotionele marketing is vaak beter in staat om de aandacht van de consument vast te houden en heeft daarmee meer overtuigingskracht om de consument ook iets te laten ondernemen. Bij emotionele marketing is voor de consument meteen duidelijk wat zijn of haar winst is en geven dit gevoel vaak ook meteen mee. Rationele marketing daarentegen is in eerste instantie vaak moeilijker te doorgronden omdat de consument erover moet nadenken. De rationale keuzes worden vaak veel later in het besluitvormingsproces gemaakt. In figuur 1 is een lijst met woorden opgenomen die het verschil tussen rationale en emotionele waarden weergeeft. De woorden die hierin staan aangegeven komen goed overeen met de belangrijkste woorden die in marketing campagnes worden gebruikt. Deze woorden kunnen direct benoemd worden, maar nog vaker zijn ze visueel herkenbaar. Gecombineerd met de onderverdeling in consument- en product georiënteerde marketingbenaderingen komen we tot vier mogelijk marketing benaderingen; rationeel consumentgericht, rationeel productgericht, emotioneel consumentgericht en emotioneel productgericht. Recente marketingliteratuur geeft hierbij duidelijk de voorkeur aan een emotionele, consumentgerichte benadering binnen marketing. Zo schrijft Mulholland "What you really want as a company is to capture the hearts of the people and not so much their minds". Bij veel producten en diensten, en zeker ook bij het fietsen, koopt men geen product maar een bepaalde levensstijl of een ervaring en dat vraagt vooral een emotionele benadering. Juist omdat de consument tegenwoordig met allerlei informatie wordt doodgegooid, zien ze door de rationale bomen het bos niet meer en vinden het dus moeilijker om de 'juiste' keuzes te maken. Ze zullen dus eerder geneigd zijn om iets te doen waar ze zich prettig bij voelen; het zogenaamde onderbuikgevoel. Wil men de consument dus treffen dan moet marketing (en dan dus vooral promotie) ervoor zorgen dat de consument wordt meegenomen in een ervaring waar men niet bij hoeft na te denken maar waarvan men meteen voelt dat het goed zit. Promotiecampagnes rondom nieuwe automodellen zijn over het algemeen goede voorbeelden hiervan. Hoewel de EU verplicht dat in auto reclames informatie wordt opgenomen over brandstof gebruik en CO2

emissie, wordt er in de meeste autoreclames nauwelijks over specifieke details van auto's gesproken. Zoals Opel aangeeft: 'Wir leben Autos'. Hoe kan promotie worden ingezet om de fiets, het fietsen en de fietcultuur in de markt te zetten? Fietsfabrikanten nemen langzamerhand al de emotionele marketing benadering van de autofabrikanten over. Maar er zijn ook innovatieve voorbeelden van belangengroeperingen en overheden. Hieronder bespreken we kort een aantal voorbeelden van de promotie van het fietsen in Nederland, Duitsland en Oostenrijk.

Fietsersbond Nederland

De Fietsersbond behartigt de belangen van fietsend Nederland. Eén van hun doelen is om meer mensen op de fiets te krijgen. Dit proberen ze onder andere te bereiken met promotiecampagnes. Recent heeft men een reclamefilm op televisie met de volgende tekst: "Fietsers voelen zich onveilig in het verkeer. Als fietsen niet veilig is, kan dit ertoe leiden dat fietsers vaker de auto pakken. Dat kan ingrijpende gevolgen hebben. Meer ongevallen, meer files, en nog meer luchtverontreiniging. En het milieu is er al beroerd aan toe. Lever nu een bijdrage [...] en wordt lid van de Fietsersbond". Ten eerste wordt hierbij een sterk negatief beeld gekoppeld aan het (niet) fietsen: er is geen moment aandacht voor de positieve effecten van fietsen voor de omgeving en voor de fietser zelf. Ten tweede worden vooral rationale argumenten aangedragen, die dus moeilijk tot gedragsverandering aanzetten.



Figuur 2: De verschillende campagnes in de marketingmatrix



Winnende foto Radlstar fotoshoot

Kopf an, Motor aus

Het Duitse ministerie (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz & Reaktorsicherheit) heeft in 2009 samen met het bedrijf Velokonzept de 'Kopf an, Motor aus' campagne in het leven geroepen. Met brutale, motiverende, ironische, maar soms ook ernstige mededelingen op outdoormedia, trappen, winkelwagentjes werd gepoogd om automobilisten tot nadenken te zetten. Een voorbeeld: "Sie wollen gerne parken wo Sie wollen? Fahren sie Rad (U wilt graag parkeren waar u maar wilt? Pak de fiets)". De korte termijn resultaten zijn zeer aansprekend. Een representatieve enquête onder inwoners van de vier steden waar de campagne liep laat zien dat 83% van de mensen die in aanraking kwamen met de campagne erdoor beïnvloed werden: 26% geeft aan voor korte ritten niet meer met de auto, maar met de fiets of te voet te gaan. De gehele campagne kostte 1,2 miljoen Euro. De campagne richtte zich rechtstreeks tot de consument en beelde rationele boodschappen op een emotionele manier uit.

RadlHauptstad München: München sucht den Radlstar

In München is in 2010 een grootschalige campagne gestart om het gebruik van de fiets als stedelijk vervoermiddel te bevorderen. Momenteel wordt 14% van de verplaatsingen in München met de fiets uitgevoerd.

De stad wil dit in vier jaar laten groeien tot 17%. Voor 2010 en 2011 is daarom 1,8 miljoen Euro vrijgemaakt voor de (voorlopig) tweejarige marketingcampagne Radlhauptstadt München. Het doel hiervan is om het beeld van fietsen als chique, cool en slim bij de burgers te verankeren. Binnen dit kader zijn inmiddels verschillende acties uitgevoerd, waarvan de variant op de talentenshows het meest in het oog springt. Bij München sucht den Radlstar is op verschillende locaties in de stad auditie gehouden waarbij mensen zich met hun fiets op de foto konden laten zetten. Bij de locaties werden ook gratis fietsreparaties uitgevoerd en werd advies over fietsen gegeven. In totaal zijn in mei 1000 mensen gefotografeerd samen met hun mooie, bijzondere of juist zeer nuttige fiets. Een jury wees vervolgens twintig finalisten aan, die via een internetverkiezing een winnaar opleverde. De winnaar kreeg een geldbedrag om te besteden bij een fietsfabrikant en wordt komende jaren het gezicht van de fietscampagne. De Radlstar campagne spreekt duidelijk de emotionele gebruiker aan en draagt daarmee tegelijkertijd een positief beeld van fietsen uit. Soortgelijke initiatieven zijn er overigens ook in Kopenhagen (<http://copenhagencyclechic.com>) en Amsterdam (<http://amsterdamize.com>).

Het Nederlandse beleid is in die zin dan ook weinig creatief en voornamelijk gericht op de rationele benadering, want dat is uit te leggen aan de burger

Oostenrijk: Story telling competitie

In het kader van het Europese Trendy-Travel programma is in Oostenrijk een story telling competitie georganiseerd rondom het thema fietsen. Het idee hierachter is dat verhalen gebruikt worden ter vermaak, maar ook voor onderwijs, behouden van cultuur en om normen en waarden over te brengen: "een goed verhaal heeft de kracht om mensen te beïnvloeden. Deze verhalen blijven mensen vaak ook een leven lang bij". Mensen zijn bijvoorbeeld goed in staat om sprookjes van vroeger te reproduceren, deels door de structuur en bepaalde elementen die hierin zijn verwerkt. Een dergelijke kracht is natuurlijk een ideaal marketingmiddel. In Oostenrijk is ervoor gekozen om professionele schrijvers uit te nodigen om korte verhalen (maximaal 5 pagina's) te schrijven, waarin de fiets centraal stond. De resultaten hiervan stelden teleur. Een meer uitgewerkte competitie is in Nederland uitgevoerd, met de trein als onderwerp. Iedere treinreiziger werd uitgenodigd om een (autobiografisch) verhaal te schrijven van maximaal 1000 woorden. In totaal werden 158 verhalen ingestuurd met een hoge kwaliteit en met een voornamelijk positieve kijk op de trein. De winnaars werden gekozen door een professionele jury en door een internetverkiezing. Vooral dit laatste leverde veel extra marketing op. De winnaars kregen een weekend Berlijn cadeau. Dit is een voorbeeld van een goedkope manier om direct de gebruikers aan te spreken en te betrekken. Bij story telling staat vooral emotie centraal.



Cycle chic: een voorbeeld van geslaagde emotionele fietsmarketing.

Toepassing marketingbeleid

Er is dus veel voor een emotionele benadering te zeggen, maar hoe moet dat in het fietsbeleid worden toegepast? Het stimuleren van fietsen in de samenleving is hoofdzakelijk een taak van de overheid. Overheidsgelden worden over het algemeen niet gebruikt voor frivole, trendy marketingacties. Het Nederlandse beleid is in die zin dan ook weinig creatief en voornamelijk gericht op de rationele benadering, want dat is uit te leggen aan de burger. Toch zijn er een toenemend aantal voorbeelden van andere marketing, zoals hierboven besproken. Hierbij voert lifestyle de boventoon en wordt afgestapt van het degelijke en zelfs stoffige imago van de fiets. In figuur 2 zijn de besproken voorbeelden gepositioneerd in the marketingmatrix van Mulholland. Alhoewel er nog weinig bekend is over de exacte effecten van de verschillende campagnes, is er genoeg bewijs uit andere sectoren dat emotionele, consument gerichte marketing veel te weeg kan brengen. Een geaccepteerde theoretische onderbouwing voor een meer op emotie gestoelde consumentenbenadering in campagnes zou een positieve bijdrage kunnen leveren in gedragsverandering van de consument. Laat de buitenlandse voorbeelden dan ook ter inspiratie dienen voor toekomstige promotie van de fiets, het fietsen en de fietscultuur. Uit de discussie over marketing bleek al dat het veel meer is dan promotie alleen. Alles aspecten van een product moeten in overeenstemming met elkaar zijn. Dit verklaart wellicht ook de verschillen in de aanpak van de marketing van fietsen. In de besproken voorbeelden neem het fietsen verschillende rollen in. Dit vraagt dus ook om bijpassende promotie campagnes.

Marco te Brömmelstroet (marco@transport-planning.eu) is werkzaam als Universitair Docent aan de Universiteit van Amsterdam en fietsentrepreneur in München. Eric Crouse (Southernwinds.argentina@gmail.com) is mobiliteitsadviseur en fietsentrepreneur in Argentinië.

Literatuurselectie

- Kotler, P., J. Bowen en J. Makens (1999); Marketing for hospitality and Tourism, second edition. Upper Sadle River, NJ: Prentice Hall International.
- Orwig, K. (2008); Rational Appeals versus Emotional Appeals in Advertising and Marketing Communication; [online] beschikbaar op: http://www.orwig.net/articles/rational_emotl/rational_emotl.html
- O'Shaughnessy, J. O'Shaughnessy, N.J. (2003) The marketing power of emotion. Oxford: Oxford University Press, Inc.
- De Pelsmacker, P (2001), Marketing communications Pearson Education, Harlow
- Pollay, R.W. (1999[1983]) in Albers-Miller, N.D. & Royne Stafford, M. (1999): An international Analysis of emotional and rational appeals in services versus goods advertising, Journal of consumer marketing vol. 16, no 1, pp 42-57
- Pucher, J., and R. Buehler (2008). Making Cycling Irresistible: Lessons from The Netherlands, Denmark and Germany. Transport Reviews, 28, 4, pp. 495-528.
- Reuter, O. (2010), Kopf an, Motor aus: Monitoring der Kampagne 2009, Wuppertal Institut
- Rietveld, P. & V. Daniel (2004), Determinants of bicycle use: do municipal policies matter? Transportation Research A: Policy and Practice, 38, 7, pp 531-550
- Welborn Nichols, J. (1993); Marketing Basics; [online] available at: <<http://www.tenonline.org/art/mm1.html>>; [21-07-2009] 734-429-2267

Interview: Fietsen in Amsterdam

AUTEURS Jesper van Loon en Peter Pelzer

FOTOGRAFIE Jesper van Loon

Zet twee Amsterdamse gemeenteraadsleden van uiteenlopende politieke signatuur en een hoogleraar vervoersplanologie bij elkaar in een kamer en laat ze een uur lang fietsen en mobiliteit bekritisieren, prijzen en oplossingen aandragen. AGORA deed een poging wetenschap en de politieke realiteit dichterbij elkaar te brengen. De uitkomsten waren verrassend.

Luca Bertolini is hoogleraar planologie aan de Universiteit van Amsterdam. Hij is gespecialiseerd in het snijvlak tussen landgebruik en transport. Hij heeft onder andere gepubliceerd over herontwikkeling van stationsgebieden en duurzame mobiliteit in stedelijke regio's

Robert Flos is fractievoorzitter van de VVD in de gemeenteraad van Amsterdam. Voordat hij fractievoorzitter werd in 2010 was hij als gemeenteraadslid onder meer verantwoordelijk voor verkeer en vervoer.

Fjodor Molenaar is lid van de gemeenteraad voor GroenLinks in Amsterdam. Twee recente notities van zijn hand zijn 'De Fietser Koning: fietspaden en fietsstraten voor Amsterdamse tweewielers' en 'GroenLinks Actieplan Fietsparkeren: over vakken, geruimde wrakken en andere gemakken'.

Fietsen is goedkoop, gezond, duurzaam en heeft een klein ruimtebeslag. De investeringen in fietspaden en fietsparkeerplekken vallen in het niet bij de kosten van de aanleg van snelwegen en OV-infrastructuur. Deze ingrediënten hebben ervoor gezorgd dat fietsgebruik in veel Nederlandse binnensteden bijna bezwijkt onder haar eigen succes. Een blik op de fietsparkeerproblematiek op de treinstations van Amsterdam en Utrecht spreekt boekdelen. Want hoewel toeristen de Amsterdamse fietsflat vooral zien als een icoon van fietscultuur, is het voor beleid-

smakers een pragmatische oplossing voor een hoofdpijndossier. Het voorbeeld van Amsterdam dient in dit interview als een reflectie van bredere vraagstukken met betrekking tot vervoer, duurzaamheid en de rol van de fiets hierin.

De deelnemers: twee gemeenteraadsleden met uiteenlopende visies over de rol van vervoer in Amsterdam, maar beiden gepokt en gemazeld in het politieke handwerk, en een academicus met een imposante reeks aan publicaties, maar geen beslissingsbevoegdheid. Het doel: de rol van de fiets in het Amsterdam van nu en de toekomst analyseren. Waar liggen de pijnpunten en, hoopgevender, waar liggen de oplossingen voor het vervoerssysteem van de stad van de 21e eeuw?

Fricities in de openbare ruimte

'Mijn stelling is dat het succes van de fiets weleens zijn eigen graf kan delven', begint Fjodor Molenaar. 'Fietsen wordt vanuit de overheid gestimuleerd; we fietsen dan ook steeds meer en vaker. In Amsterdam vindt bijna 40 procent van de verplaatsingen per fiets plaats en in de binnenstad is dit zelfs 60 procent. Dat zijn goede ontwikkelingen, maar ze leiden ook tot problemen, zoals congestie en fricties in de openbare ruimte. Ik heb een aantal dingen geconstateerd: het wordt steeds drukker op de fiets, het levert chaos of zelf een fietsinfarct op, met name op bepaalde locaties en momenten, en de verplichting voor nieuwe publieke functies om in stallingen te voorzien wordt niet nagekomen.' Robert Flos kan zich vinden in de analyse van de problemen die geschetst worden, maar over de oplossingen heeft de VVD Amsterdam een ander idee. 'GroenLinks wil de fiets alle ruimte geven, terwijl wij de verschillende modaliteiten die mensen kiezen neutraler benaderen. Je moet niet willen treden in de keuze die vrije individuen maken. Voor ons is het belangrijk dat voortdurend de afweging gemaakt wordt tussen verschillende verkeersfuncties, zoals bijvoorbeeld de auto, het openbaar vervoer en taxi's. Wij vinden bijvoorbeeld dat fietsen niet overal zomaar geparkeerd moeten worden en in sommige gevallen kan een fietsparkeerverbod in de openbare ruimte daarom nodig zijn. We



v.l.n.r. Robert Flos, Luca Bertolini en Fjodor Molenaar

geven een mooie en goed ingerichte openbare ruimte nadrukkelijk prioriteit, zeker als je dit afweegt tegen het recht van de fietser om overal maar voor de deur te parkeren.'

Multimodaliteit

De door Molenaar geschetste probleemdefinitie wordt ook door Luca Bertolini gedeeld. Hij pleit daarbij voor het centraal stellen van het begrip multimodaliteit. 'Maar dan moet je dat begrip wel serieus nemen, multimodaal betekent namelijk niet neutraal. Niet alleen mensen zijn anders, maar ook omgevingen zijn anders: een stad is geen dorp en een grote stad is geen kleine stad. Iedere omgeving heeft een vervoerswijze die daarbij past. Op het platteland bereik je weinig met de fiets, waardoor de auto noodzakelijk wordt. In een stad, daarentegen, kun je veel meer plekken en bestemmingen bereiken met de fiets. Bovendien is het druk in de stad en een auto, los van allerlei andere problemen, vreet ruimte. De auto verenigt zich daardoor moeilijk met een omgeving met een hoge dichtheid, niet alleen aan gebouwen maar ook aan gebruik van openbare ruimte. Dat wil niet zeggen dat je niet met een auto in de stad moet kunnen komen. Hoe ver je met die auto moet kunnen komen, daar gaat het om; tot het centrum van de stad of kan je net buiten dat centrum omschakelen naar OV of fiets. Kortom, ik denk dat multimodaliteit ook het bevorderen van de vervoerswijze passend bij de omgeving omvat.'

Externe kosten en financiering

In Amsterdam zijn de parkeerkosten die bezoekers betalen een belangrijke bron van inkomsten en het is daarom de vraag of het verder opheffen van parkeerplaatsen niet leidt tot een afname van de inkomsten. 'Jawel', zegt Molenaar, 'maar je krijgt er iets veel mooiers voor terug: de openbare ruimte, waar meer kwaliteit aan gegeven kan worden, bijvoorbeeld door auto's uit het zicht te halen en ondergronds te stallen. Het gaat dus om wie ervoor betaalt. Nu halen we de bekostiging van de openbare ruimte voornamelijk uit de parkeeropbrengsten. Als we meer

garages bouwen die veel kosten en daardoor minder inkomsten krijgen uit parkeren op straat, wat op zichzelf goedkopere plaatsen zijn, dan is het de vraag hoe de kosten en baten op de lange termijn met elkaar in balans blijven. Moet je dan uit je algemene middelen toeleggen op de doelen die je wilt realiseren?'

Volgens Bertolini gaat het om hoe smal of breed je kosten en baten van mobiliteit berekent. 'De gezellige openbare ruimte levert veel geld op door bijvoorbeeld de mensen die komen winkelen in Amsterdam.

"Een auto, los van allerlei andere problemen, vreet ruimte."

– Luca Bertolini

En dat is niet alleen omdat Amsterdam zoveel unieke winkels heeft, maar komt ook door de sfeer als geheel: een mix van winkels, cafés en bioscopen en kunnen rondscharrelen in de stad. Dat is heel anders dan parkeren op het dak van de Villa Arena (grootschalige detailhandel naar Amerikaans voorbeeld van een shopping mall, red.). Het zoveel mogelijk meenemen van niet directe, oftewel externe, kosten is daarom cruciaal. Dit is de ook de redenering achter het betalen voor congestie, wat bij rekeningrijden wel zou kunnen. Congestie betekent dat anderen die weg niet kunnen gebruiken. Het gebruik van niet-hernieuwbare bronnen is een andere voorbeeld van externe effecten die doorberekend zouden moeten worden.'

Molenaar gaat concreet in op het beleid om de openbare ruimte te verbeteren. 'We willen al 20 jaar ondergrondse parkeergarages bouwen, maar er zijn nog bijzonder weinig daadwerkelijk gerealiseerd. Nu we samen met de VVD in de coalitie zitten hebben we besloten werk te maken van de P&R locaties rondom de A10, waar veel geld naartoe gaat. Enerzijds is dat voor het accommoderen van bezoekers van buiten

de stad, zodat de multimodaliteit daar realiteit kan worden door over te stappen op OV, taxi of een gehuurde fiets. Anderzijds betekent het een kwaliteitsslag binnen de ring naar een legere openbare ruimte die goed is ingericht en juist ook is gericht op verblijfskwaliteit voor bezoekers en bewoners.

‘Dhr. Molenaar brengt nu heel mooi in hoe wij als coalitie hierin willen handelen’, reageert Flos, ‘maar daarbij wil ik wel verduidelijken dat wij dat als VVD zo ongeveer voor de poorten van de hel bij GroenLinks en ook PvdA hebben moeten wegslepen. Dat waren keiharde onderhandelingen waarbij wij veel meer wilden en de linkse partijen veel minder. Ook in de stadsdelen sneuvelen deze initiatieven vaak. Qua doel zijn we het wel met elkaar eens, dat er meer ruimte moet komen voor verblijfsfuncties en bijvoorbeeld de fiets, maar we denken heel anders over hoe de compensatie voor het autoverkeer vervolgens moet plaatsvinden. Een verplaatsing van de prioriteit van fysieke naar sociale ingrepen, ook voor wat betreft de inzet van opbrengsten uit parkeren, was het gevolg van links bestuur. Ik vind dat geld dat beschikbaar komt uit de parkeergelden ook ten goede moet komen aan de auto of in ieder geval direct verkeersgerelateerde zaken.’

"Het idee om te betalen voor het parkeren van je fiets vind ik helemaal niet raar en ik denk ook dat je daar in de toekomst niet aan ontkomt gelet op het aanbod."

– Fjodor Molenaar

De rol van de overheid

Opvallend in de discussie over kosten en baten is dat er veel afhangt van de, vaak politieke, keuze die gemaakt wordt. De prioritering van de fiets, zoals de afgelopen jaren het geval was, is daarom niet vanzelfsprekend. Flos stelt dat er de afgelopen jaren al veel aandacht voor de fiets is geweest. ‘Zo is het fietsbudget enorm verhoogd door het afgelopen college (PvdA-GroenLinks, red.) en dat is ten koste gegaan van autogerelateerde uitgaven. Op initiatief van GroenLinks is er een verschuiving geweest in het Mobiliteitsfonds van budget voor gemotoriseerde vormen van verkeer naar de fiets. We waarderen de problemen die andere weggebruikers hebben op een andere manier dan GroenLinks. Dhr. Molenaar noemt de fietser koning en de voetganger keizer, maar daarbij wordt de auto bedelaar en daar zijn we het niet mee eens. De overheid mag natuurlijk bepaalde vervoersvormen stimuleren die weinig negatieve externe effecten hebben, zoals ruimtebeslag en milieueffecten, maar het beleid is hierin al te ver doorgesloten.’

‘De discussie over de mate van sturing is op zichzelf belangrijk en een typisch politieke aangelegenheid’, zegt Bertolini. ‘Alle soorten prijsprikkels zijn middelen om de externe kosten en baten een rol te laten spelen. Deze zijn namelijk, om een voorbeeld te noemen, niet beperkt tot de automobilist. Congestiekosten bij bedrijven en gezondheidseffecten zijn daar voorbeelden van. Dit is echter wel dusdanig complex dat je

voortdurend discussie zal houden over wat wel en wat niet meegenomen dient te worden. De filosofie is wel sterk, omdat deze erkent dat kosten en baten verder gaan dan wat een individu kan inzien. Daarnaast zal je ook in ogenschouw moeten nemen dat er mensen zijn die geen keuze hebben en afhankelijk zijn van de auto. We komen vervolgens op een belangrijk punt in de discussie, namelijk dat het probleem verder gaat dan de gemeentegrenzen. De meest optimale locatie van een P&R voor Amsterdam is niet per definitie in Amsterdam zelf.’

Flos benadrukt een ander aspect met betrekking tot de rol van de overheid. Hij stelt voor dat er ook prijsbeleid voor fietsen komt. ‘Het gratis stallen van fietsen is helemaal niet zo vanzelfsprekend. Ik kan me voorstellen dat bij stedelijke functies, ook om de financiering van fietsvoorzieningen te kunnen bekostigen, betaald wordt gestald na een gratis startperiode van een paar uur.’ Bertolini vult aan: ‘er zijn ook wel gevolgen van de fiets die niet goed zijn, bijvoorbeeld fietswrakken, en deze zullen hiermee erkend worden. Verder is het zo dat niet alleen individuen of de collectiviteit hebben de lusten en de lasten, maar ook het bedrijfsleven, dat dergelijke investeringen dus ook zelf zou kunnen doen, omdat bedrijven baat hebben bij de bezoekers die op de fiets komen.’

Molenaar deelt deze analyse grotendeels. ‘Het idee om te betalen voor het parkeren van je fiets vind ik helemaal niet raar en ik denk ook dat je daar in de toekomst niet aan ontkomt gelet op het aanbod. Wat dat betreft is het ook gewoon een kwestie van marktwerking. Op een gegeven moment wordt die openbare ruimte zo belast met in dit geval geparkeerde fietsen dat je daar oplossingen voor moet verzinnen. Dat betekent enerzijds stallingen voor kort en lang parkeren aanbieden. Anderzijds zal de maximaal toegestane tijdsduur van het parkeren gehandhaafd moeten worden. Technische oplossingen zoals een chip zouden het betalen vervolgens eenvoudig kunnen maken, maar ook de handhaving kunnen versoepelen door na die maximale periode die fietsen eruit te halen die niet betaald hebben of te lang staan. Maar ik vraag mij wel af of alle kosten die hiervoor gemaakt moeten worden wel opwegen tegen de baten. De komende jaren hoogstwaarschijnlijk nog niet.’ Bertolini’s standpunt sluit hierop aan: ‘Je laat mensen betalen om meer kwaliteit te kunnen bieden. Zo zijn er bijvoorbeeld steeds meer dure fietsen, waar de eigenaren waarschijnlijk best voor willen betalen om deze veilig te kunnen stallen.’

Fietsmarketing

Hoewel Amsterdam jarenlang is beschouwd als de fietshoofdstad van de wereld, krijgt het de laatste jaren stevige concurrentie van Kopenhagen. Deze stad voert niet alleen een agressief fietsbeleid, maar weet dit ook om te zetten naar het imago van de stad in de wereld. Op welke manier kun je fietsen gebruiken om je als stad te positioneren in de wereld? En hoe kan je de bevolking meekrijgen in dat op fietsen gerichte verhaal?

Molenaar: ‘Amsterdam is nog steeds fietsstad nummer één, maar in Kopenhagen doet men een aantal dingen goed. Ze geven fietsers veel ruimte, zelfs fietspaden in twee snelheden, maar die ruimte is daar ook voor handen. Kopenhagen heeft daarmee dus een oplossing voor de discussie over racefietsen, waar hinder door ontstaat bij degenen die rustig willen fietsen. Overigens is het communicatiebeleid van Kopen-

hagen veel beter, maar er gaat ook meer geld naartoe. Amsterdam kan daar een puntje aan zuigen. Wel is er inmiddels de campagne Amsterdam houdt van fietsen [zie foto], die steeds meer de wereld over gaat en veel delegaties uit het buitenland aantrekt.'

Bertolini stelt dat Kopenhagen een relevante stad is voor Amsterdam om naar te kijken. 'De fiets in de openbare ruimte heeft daar veel aandacht. Dat is dan ook eerder een stad om Amsterdam mee te vergelijken dan Londen of Parijs, waar fietsen net opkomt. Naar de eigen inwoners van Kopenhagen wordt ook beter gecommuniceerd. Deze worden bijvoorbeeld betrokken bij de keuzen om een straat af te sluiten of niet en de monitoring daarvan. Overigens is het ideale fietsbeleid niet in absolute zin te definiëren. Je zou juist meer moeten experimenteren, om te begrijpen wat in een bepaalde situatie werkt.'

"Dhr. Molenaar noemt de fietser koning en de voetganger keizer, maar daarbij wordt de auto bedelaar en daar zijn we het niet mee eens."

– Robert Flos

Oplossingen en de toekomst

Tenslotte spreken we nog over oplossingen voor de huidige problematiek en de toekomst van vervoer in de stad. Hoe kan de fietsparkeerproblematiek worden aangepakt? En zou bijvoorbeeld elektrisch vervoer kunnen betekenen dat de negatieve effecten van de auto, zoals luchtvervuiling en geluidshinder, weggenomen worden en dat het dan minder erg is om auto's in de stad te hebben?

Allereerst is er bij fietsen, hoewel ontegenzeggelijk een duurzaam vervoermiddel, frictie tussen een goed functionerende openbare ruimte en de aanwezigheid van – met name geparkeerde – fietsen. Molenaar bepleit een ander type parkeerfaciliteiten. 'Al dat staal in de openbare ruimte staat in de weg en lokt tevens uit dat daar weesfietsen achterblijven. Waar rekken zijn weggehaald, zoals bij de Albert Heijn aan de Haarlemmerdijk, wordt aangetoond dat geen rekken juist leiden tot een beter functionerend geheel. Ook komen er steeds meer grotere fietsen, bijvoorbeeld met bakken om kinderen of spullen mee te vervoeren, en zijn er meer scooters, die meer ruimte nodig hebben. Je zult dus iets moeten met de breedte van de fietspaden en de inrichting van de openbare ruimte. Tenslotte wijst Molenaar nog op deeltijdoplossingen, waarbij een straat op bepaalde dagen of tijden autovrij is. Deze oplossing wordt ook door Flos als haalbaar gezien, die aangeeft dat de kosten hiervan gering zijn. Wel stelt hij dat het alleen kan werken voor 'specifieke sublokale straten zonder doorgaand autoverkeer en mét draagvlak onder bedrijven en bewoners in de directe omgeving'. 'Definitieve afsluitingen en een plaats maar op één manier bereikbaar maken zou een enorme kwaliteit van een stad tegenwerken, namelijk dat verschillende soorten mensen verschillende dingen kunnen blijven doen', besluit Bertolini.

Een andere oplossing die vaak wordt aangedragen in het debat over duurzame mobiliteit in de stad is elektrisch vervoer. Amsterdam heeft de afgelopen tijd actief ingezet op stimulering daarvan. Hoewel deze modaliteit mogelijkheden biedt is het bepaald geen panacee voor stedelijke mobiliteitsproblematiek. Volgens Bertolini zullen elektrische auto's nog niet binnen tien jaar gemeengoed worden, maar los daarvan is juist het ruimtebeslag van de auto in een stad zo'n groot probleem. 'Ik verbaas me wat dat betreft over de mate waarin Amsterdam inzet op elektrisch vervoer, terwijl de stad mijns inziens meer zou moeten inzetten op multimodaliteit en de rol van nieuwe informatie en communicatie technologieën. Die laatste zaken passen nu al bij Amsterdam, terwijl we hier geen auto-industrie hebben die de stimulans nodig heeft om weer concurrerend te worden middels elektrische oplossingen. De toekomst zijn de slimme oplossingen, zoals ook met bijvoorbeeld smartphones als toegang tot allerlei verschillende mobiliteitsdiensten. Wat er nog verkeerd gaat zijn soms vrij basale dingen, zoals dat dienstregelingen niet op elkaar afgestemd zijn en P&R locaties niet op de juiste plekken liggen.'



Flos heeft een iets andere invalshoek, maar legt ook de nadruk op ruimtebeslag: 'Aan de ene kant heb ik geen overdreven hoge verwachtingen van de toename van elektrisch vervoer. Voor bepaalde vormen van stedelijk vervoer denk ik dat het wel kan, maar dat vijf procent van alle autokilometers elektrisch wordt afgelegd over vijf jaar is wel heel ambitieus. Aan de andere kant denk ik ook dat de problemen met vervuiling steeds meer zullen worden opgelost. Wij zijn bijvoorbeeld ook voor het minder betalen voor parkeren als je een schonere auto hebt. Desondanks blijft het ruimtebeslag van de rijdende of stilstaande auto en fiets een belangrijk punt. Daarom voel ik veel voor het grootscheeps onder de grond brengen van autoverkeer; niet alleen parkeergarages, maar ook verkeer. Strukton heeft zo'n plan bedacht en laat die nou eens een

experiment doen om onder de grachten rijdende auto's te faciliteren en ook de voorzieningen daarbij te betrekken. Laten we eerlijk zijn, waarom moet je een bioscoopfilm in een donkere ruimte tien meter boven de grond zien.'

Elektrisch vervoer kan verschillende uitwerkingen hebben, naast auto's ook bijvoorbeeld scooters. Die laatste vorm maakt de laatste jaren een stormachtige opmars door op de Amsterdamse fietspaden. Molenaar merkt op dat er aandacht besteed moet worden aan dit punt in de discussie over mobiliteit. 'Er wordt nu onderzoek gedaan naar wie er eigenlijk vooral van scooters gebruik maken in Amsterdam. Ik weet zeker dat daaruit gaat komen dat jongeren van 15 tot 25 jaar die buiten de A10 wonen en graag binnen de A10 verblijven om daar uit te gaan, te eten en naar de bioscoop te gaan, de primaire gebruiker van de scooter zijn. Daar moet je op aanhaken dat je beter elektrisch kan scooteren en dat je die scooters dan ook ergens kan stallen zonder problemen. Dat staat nog los van de gezondheidsproblematiek en de schrikbarende hoge ongevallencijfers, maar die jongeren gaan niet fietsen. De scooter is dus niet weg te denken, komt er steeds meer en uiteraard kan je voor het ruimtebeslag beter een scooter hebben dan een auto.'

Alle drie de geïnterviewden gaven aan dat de fiets belangrijke rol zal spelen in de mobiele stad van de toekomst. Er was echter verschil van mening over hoe het vervoermiddel precies gewaardeerd en geprijsd moet worden. In het kielzog van de enorme belangstelling voor klimaatverandering is er recentelijk vooral aandacht voor externe kosten met betrekking tot broeikasgassen. Dit is een te beperkte definitie van het debat over mobiliteit. Ruimtegebruik en de waardering hiervan ten aanzien van verschillende modaliteiten verdient meer aandacht in beleid en wetenschappelijk onderzoek. De fiets dient nadrukkelijk te worden meegenomen in deze discussie, omdat het behalve schoon ook een vervoermiddel is met positieve gezondheidseffecten en een klein ruimtebeslag.

Reactie van Govert de With, Fietsersbond Amsterdam

Alle sprekers ondersteunen het belang van de fiets, maar streven ook naar een mooie, goed ingerichte, gezellige openbare ruimte. De suggestie wordt gewekt dat die twee elkaar bijten. Dat is alleen maar zo als je de fiets extra toevoegt aan een al goed functionerende openbare ruimte, en er niets uithaalt. Voor Amsterdam is dit een verkeerde veronderstelling: de fiets is juist de reden dat de openbare ruimte überhaupt nog goed functioneert. De stad wordt steeds drukker en mensen worden steeds mobieler. Alleen als je die groei opvangt met fietsen, en tegelijk de auto terugdringt, blijft het passen. In de discussie over fietsparkeerproblematiek ligt de nadruk teveel op manieren om fietsen te verwijderen, bijvoorbeeld door beprijzing. Vergeten wordt daarbij dat 'minder fietsen' betekent dat er van iets anders meer komt. Gezien de inefficiëntie van alleen al het ruimtegebruik van auto's, zullen we moeten blijven doorgaan met het vervangen van rijdende en geparkeerde auto's door fietsen. Dáár moet (beprijzings) beleid op gericht zijn. In bijzondere gevallen kan dat

gecombineerd worden met het maken van extra ruimte voor ondergronds autoparkeren. Dan kun je bovengronds die ruimte een andere functie geven. Méér autoparkeren zit er echter niet in. Parkeerplekken trekken namelijk ook rijdende auto's aan en die verhouden zich op hun beurt weer slecht met toegankelijke openbare ruimte. Dit geldt overigens ook voor elektrische auto's, zoals Luca Bertolini terecht opmerkt. Je kunt nu eenmaal niet een mooie openbare ruimte willen en tegelijk iedereen de vrije keuze geven in wat ze met die ruimte doen. Politici moeten keuzes maken en al geeft Robert Flos aan dat hij iedereen zelf vrij wil laten kiezen, ook hij kan niet vermijden een keuze voor anderen te maken: 'We geven een mooie en goed ingerichte openbare ruimte nadrukkelijk prioriteit, zeker als je dit afweegt tegen het recht van de fietser om overal maar voor de deur te parkeren.' De fietser wordt daarmee beperkt, ten faveure van de openbare ruimte die er juist is dankzij diezelfde fietser. Mede omdat fietsers overal voor de deur kunnen parkeren, is het vervoermiddel zo populair. Dáárdoor gaan mensen met dit efficiënte middel naar de stad, en is er überhaupt nog ruimte om ergens te (fiets) parkeren. Hierdoor kan de keuze van verreweg de meeste Amsterdammers en toeristen gefaciliteerd worden. Omdat echter tegelijk de auto geen bedelaar mag worden, blijft het dringen. Dat wordt er niet beter op als je de koning van efficiënt ruimtegebruik degradeert tot gewone burger en weer meer plek maakt voor de auto. Dan is de keuze van de Fietsersbond duidelijker. Ook als het ten koste gaat van andere modaliteiten ruim baan voor de fiets als efficiëntste vervoermiddel in Amsterdam. Als je dat consequent doet, levert het iedereen meer ruimte op.

Jesper van Loon (jespervanloon@gmail.com) en Peter Pelzer (peter_pelzer@hotmail.com) zijn respectievelijk hoofdredacteur en redacteur van AGORA. Bovenstaand interview is afgenomen op 22 september 2010 in Amsterdam. De geïnterviewden hebben hier op persoonlijke titel aan meegewerkt.



UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

European Cities of Tomorrow

Amsterdam: Just city?

14 Feb. - 17 Feb. 2011

Prof. Dr. Susan S. Fainstein (Harvard University)

Dr. Justus Uitermark (Erasmus Universiteit Rotterdam)

Prof. Dr. Eric Corijn (Vrije Universiteit Brussel)

Blijf op de hoogte: www.ASAPNetwork.nl



Wat is het Just City-model?

Prof. Dr. Susan S. Fainstein pleit in haar academische werk voor pro-actieve stadsplanning door middel van het 'Just City'-model. De Just City wordt gedefinieerd aan de hand van vijf termen: democratie, (sociale) rechtvaardigheid, groei, duurzaamheid en diversiteit.

Fainstein streeft in haar publicaties naar stadsplanning dat inzet op economische groei. Maar onder de voorwaarde dat de welvaart en welzijn rechtvaardig wordt verdeeld onder de stadsbevolking.

Zij stelt een democratische manier van stadsplanning voor, waarbij de burgers en het bedrijfsleven in de planvorming worden betrokken. Het is daarom noodzakelijk dat ruimtelijke plannen een gemeenschappelijk doel uitdragen.

Susan Fainstein droeg in de jaren 80 Amsterdam aan als voorbeeld van een Just City. Tijdens het symposium gaat zij in debat met een van

haar grootste criticasters Justus Uitermark van de Erasmus Universiteit Rotterdam. Zij gaan het debat aan over hoe de idealen van de 'rechtvaardige stad' kunnen worden ingepast in het ruimtelijk beleid van Amsterdam.

Wat is de ASAP?

De ASAP (Amsterdam Student Association of Planning) is onderdeel van de studievereniging Sarphati voor sociaal geografie- en planologie studenten aan de Universiteit van Amsterdam. Ons doel is om studenten te stimuleren verder te denken over diverse planningpraktijken. Dit zal de kennisuitwisseling verbeteren, aangezien er veel input is uit verschillende contexten.

Wilt u meer te weten komen over het symposium in februari of wilt u enkel de lezingen van Fainstein en Corijn bijwonen? Kijk dan op onze vernieuwde website www.ASAPNetwork.nl of stuur een e-mail naar info@asapnetwork.nl.

Nederland handelsland?

AUTEUR Michiel van Meeteren

FOTOGRAFIE Maarten Mieras

In een tijd van economische stagnatie klinkt doorgaans al snel de roep om te investeren in de speerpunten van een economie. In Nederland komt dat vaak neer op een lobby om meer beton te storten ten behoeve van Nederland als logistieke 'poort' van Europa. Decennia van investeringen hebben er inderdaad voor gezorgd dat Nederland een van de belangrijkste aanlandingspunten van goederen voor Europa is. Maar kritiek is gerechtvaardigd, want wat leveren al die kostbare, ruimte-intensieve investeringen nu werkelijk op voor de economie? Wordt er in Nederland niet gewoon maar geautomatiseerd met dozen geschoven, terwijl het grote geld in de hoofdkantoren elders in de wereld wordt verdiend? En zijn die distributieactiviteiten niet snel weer verdwenen als het elders in Europa goedkoper kan?



Melika Levelt probeert in haar dissertatie grip te krijgen op deze vragen door op zoek te gaan naar wat voor economische activiteiten er in Nederland schuilgaan achter 'wederuitvoercijfers'. Wederuitvoer betekent dat er tussen de in- en (weder)uitvoer van goederen eigendomsoverdracht plaatsvindt zonder dat er wezenlijk iets met de goederen gedaan wordt. Geografische locatietheorieën gaan ervan uit dat handelsactiviteiten sterk geografisch ingebed en dus moeilijk

verplaatsbaar zijn omdat sociale netwerken en lokale kennisoverdracht als cruciaal gezien worden. De praktijk wijst echter al te vaak uit dat deze traditionele stapelmarkt door containerisering en mondialisering een romantisch ideaal is geworden, en dat handelsbeslissingen zelden meer worden genomen waar de goederen zich bevinden. Het proefschrift begint met een theoretisch deel en bestaat hiernaast uit een analyse van de laatste decennia van het Nederlandse handelsbeleid, en drie casussen. De eerste casus betreft de Nederlandse kledingsector, een voorbeeld van een sector waarbij hoofdzakelijk handelstransacties worden gesloten. Dit betekent dat bij verkoop vooral juridische eigendomsoverdracht plaatsvindt zonder dat dit noodzakelijkerwijs gepaard gaat met een fysieke overdracht van goederen. Het omgekeerde doet zich voor bij de sector 'distributie en logistiek van halfgeleiders', de tweede casus die in het proefschrift bestudeerd wordt. De derde en laatste sector is het snijbloemcomplex. Deze dient als typevoorbeeld van het klassieke ideaalbeeld van een markt, namelijk waar juridische eigendomsoverdracht en de fysieke overdracht van goederen gelijktijdig plaatsvindt. De drie casussen worden bekeken in de context van de opkomst van mondiale waardeketens en de rol en invloed van buitenlandse beslissing- en controle centra. Uit het empirisch materiaal valt vooral de enorme variëteit en complexiteit op die schuilgaat achter een eenvoudig statistisch gegeven als 'wederuitvoercijfer'. Zo blijken de veronderstelde persoonlijke netwerken in de textielsector helemaal niet zo'n grote rol te spelen als vaak wordt aangenomen. De intermediaire partijen blijken erg afhankelijk te zijn van de beslissingen van externe grote spelers. Een vergelijkbare situatie doet zich voor in de halfgeleider sector. Het is ontluisterend dat de logistieke kennis die Nederland probeert te ontwikkelen in een kostbaar nieuw 'kenniscentrum logistiek' nauwelijks een rol speelt in het verankeren van logistieke activiteiten in Nederland. Als de economische randvoorwaarden veranderen, kan de sector probleemloos haar koffers pakken. Levelt concludeert dat beide sectoren zeer gevoelig zijn voor internationale prijsconcurrentie;



een weinig aantrekkelijk perspectief voor een 'duur' land als Nederland. Anders ligt het bij de snijbloemensector die dankzij een combinatie van schaalconomieën, het hoge aanbod en de lokale kennis, en ondanks de uitplaatsing van bloemenproductie naar bijvoorbeeld Afrika, wel degelijk in de Nederlandse grond geworteld blijft. Het probleem is echter dat voorgenoemde kenmerken zo specifiek zijn voor deze sector, dat dit model weinig aanknopingspunten biedt voor beleid in andere sectoren. Bovendien blijkt uit de historische analyse dat de Nederlandse maakindustrie geen rol van betekenis meer speelt in de logistieke lobby. De vraag rijst dan ook in welke mate de grote publieke investeringen in 'Nederland handelsland' nog langer gerechtvaardigd zijn. Helaas wordt deze politieke dimensie niet verder uitgewerkt. Levelt concludeert slechts dat wederuitvoercijfers een te simpel meetinstrument zijn om de waarde van de onderliggende handelsactiviteiten in te schatten en beveelt meer onderzoek aan. Hier ligt een gemiste kans om met de data van het proefschrift iets meer te zeggen over de ontwikkeling van de wereldeconomie en de Nederlandse rol daarin. Moet Nederland nu wel of niet inzetten op zijn vooralsnog sterke positie als aanlandingspunt van de Chinese goederen die Europa overspoelen? In een land waar ruimte schaars en vervoerscongestie hoog zijn, blijft dit een relevante vraag. Desalniettemin biedt het proefschrift een rijk inzicht in de structuur en werking van een drietal Nederlandse economische sectoren. Aan dergelijk onderzoek is een groot gebrek, ook in beleidskringen, en in dat opzicht is het proefschrift een waardevolle aanvulling van onze kennis van de Nederlandse economie.

Melika Levelt (2010) *Global trade & the Dutch hub. Understanding variegated forms of embeddedness of international trade in the Netherlands. Clothing, flowers and high-tech products.* Universiteit van Amsterdam, Faculteit der Maatschappij en Gedragwetenschappen. Downloadbaar op: <http://dare.uva.nl/document/173898>

Michiel van Meeteren (michielvanmeeteren@gmail.com) is research master student sociale wetenschappen aan de Universiteit van Amsterdam. Zijn onderzoek richt zich op economische netwerkvorming tussen Nederland en Oost-Azië. Verder is hij redacteur bij AGORA.

REDACTIEADRES

Redactie Tijdschrift AGORA
Faculteit Geowetenschappen
Universiteit Utrecht
Postbus 80.115
3508 TC Utrecht
[e] info@agora-magazine.nl
[i] www.agora-magazine.nl
[gironummer] 61 65 799

REDACTIE

Jesper van Loon (hoofdredactie), Heidi Hanssens (hoofdredactie), Reinier Folkerts (secretaris), Yvonne Rijpers (productiemanager/webredacteur), Marloes Wevers (vertaler), David Bassens, Tessie Dijkers, Carl Dirks, Barbara Heebels, Tina Kelder, Christien Klaufus, Bas van Leeuwen, Sander Lenferink, Martijn van der Linden, Michiel van Meeteren, Bruno Meeus, Femke Meijer, Sarah Meys, Peter Pelzer, Katrien Plasschaert, Nick Schuermans, Karolien Vermeiren, Sofie Vermeulen, Stephanie Vervaet, Elien van de Vijver, Anneleen de Vos, Martin Zebracki.

REDACTIEADVIEZEN

Justin Beaumont, Marco Bontje, Ben Derudder, Steven Kromhout, Maarten Loopmans, Tineke Lupi, Filip De Maesschalck, Ben de Pater, Casper Stelling, Justus Uitermark.

GRAFISCHE VORMGEVING

Maarten Mieras en Jeroen Sikma

DRUK

A-D Druk bv - Zeist

ABONNEMENTEN (per jaar)

Bibliotheken, bedrijven, instellingen	€47,50
Studenten	€17,50
Overigen	€25,00
KNAG-leden krijgen een korting van	5,00
Alle studenten Sociale Geografie & Planologie aan de Universiteit van Amsterdam en de Katholieke Universiteit Leuven, en alle eerstejaars bachelors van de Universiteit Utrecht, de Rijksuniversiteit Groningen en de Universiteit Gent krijgen via hun instituut een exemplaar. Abonnementen worden verlengd tenzij opgezegd vóór 1 december van het lopende jaar.	

ARTIKELLEN

Artikelen, mededelingen en reacties kunnen worden aangeboden aan het redactieadres. Dit geldt ook voor mededelingen en aankondigingen met betrekking tot congressen, studiedagen en andere evenementen op het gebied van de sociaal-ruimtelijke wetenschappen. Auteursrichtlijnen zijn bij de redactie beschikbaar. Artikelen overnemen is toegestaan met toestemming van auteurs en bronvermelding.

ADVERTENTIES/SCRIPTIES

Informatie via www.agora-magazine.nl of e-mail

De uitgave van AGORA wordt mede mogelijk gemaakt door steun van de Faculteit Geowetenschappen (UU), het C.M.Kaninsituut (UvA), de Afdeling Sociale en Economische Geografie (KU Leuven), de vakgroep Geografie (UGent), de faculteit Ruimtelijke Wetenschappen (RUG) en het Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap (KNAG).



Het volgende nummer

Als pendelaars 's morgens de voordeur achter zich sluiten, hebben ze verschillende mogelijkheden om zich naar het werk te begeven. Ze kunnen de auto instappen en tot op de parking van hun werkplaats rijden en eventueel onderweg collega's ophalen. Daarnaast wordt het openbaar vervoer door velen gebruikt en net dit laatste vervoersmiddel wordt specifiek gekenmerkt door een belangrijk voor- en natransport waardoor het een uitgelezen voorbeeld vormt van intermodaal vervoer – vervoer waarbij verschillende modaliteiten aaneensluitend worden gebruikt. Ook bij het vervoer van goederen wordt vaak gebruik gemaakt van meerdere vervoersmodi. Zo zijn er in de haven van Antwerpen verschillende terminals waar goederen worden overgeladen op binnenschepen (32.4%), goederentreinen (11%) of trucks (56.6%), waarna ze – al dan niet met natransport – naar de eindbestemming worden gebracht. Intermodaal vervoer biedt heel wat voordelen zoals het verminderen van files of de uitstoot van broeikasgassen. Vanaf een bepaalde afstand is het vaak ook goedkoper dan het unimodale wegvervoer. Ondanks deze voordelen neemt het intermodaal transport in Nederland slechts 2.9% van het totale personenvervoer in. Wat kunnen we veranderen om een verdere groei van intermodaal transport te stimuleren? Welke rol kunnen verschillende beleidsinstanties hierin spelen? Welke nadelen zijn aan deze transportvorm verbonden? In het nummer Intermodaal kom je het te weten.

ohyescoolgreat.

grafisch ontwerp studio voor
print, web en publieke ruimte.

ohyescoolgreat. kan alles op het gebied
van grafisch ontwerp en website ontwerp
en programmering voor u verzorgen!

is gericht op communicatie
en innovatie in print en web.

kan van klein tot groot,
art direction tot vormgeving.

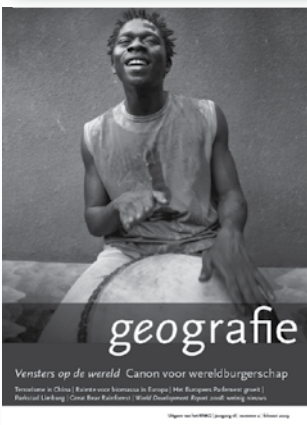
bel of mail voor een offerte of persoonlijk gesprek:
+31 6 139 540 76 of jeroen@ohyescoolgreat.com

of ga naar: www.ohyescoolgreat.com



geografie

Hèt tijdschrift voor geografen
en studenten geografie



| informatie over actuele ruimtelijke ontwikkelingen in Nederland en daarbuiten | reisverhalen | opinies | achtergrondinformatie | recensies | nieuwsberichten | columns | interviews | geografische agenda | boekbesprekingen | aanbiedingen ...

Geografie verschijnt negen keer per jaar en kost studenten slechts € 32 per jaar, aio's en oio's betalen € 66,50 (normale prijs € 89,50 per jaar). Het lidmaatschap van het Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap (KNAAG), het belangrijkste netwerk voor geografen in Nederland, is bij de prijs inbegrepen.

Kijk op www.geografie.nl of bel
030 253 40 56 voor een abonnement.
Een welkomstcadeau ligt klaar!

KNAAG

AD-DRUK-advertentie