



Wie ik ben en waar ik ga

Advies over de effecten van veranderingen
in demografie en leefstijlen op mobiliteit



Raad voor Verkeer en Waterstaat

Wie ik ben en waar ik ga

Advies over de effecten van veranderingen
in demografie en leefstijlen op mobiliteit



In kort bestek

Aanleiding: ontwikkelingen nopen tot andere kijk op mobiliteit

In de komende tientallen jaren zijn verschuivingen in bevolkingsomvang en -samenstelling en in leefstijlen te verwachten die van invloed zullen zijn op de mobiliteit. Zo gaat de babyboomgeneratie met pensioen en deze generatie is aanzienlijk mobieler dan zijn ouders. De bevolkingsgroei zet nog door in verschillende delen van het land, maar vlakt steeds meer af of slaat om in krimp. Na 2040 neemt de omvang van de bevolking per saldo af. Ook binnen de allochtone bevolkingsgroepen zullen verschuivingen in omvang en samenstelling optreden. Naarmate hun sociaaleconomische positie verbetert, zal hun mobiliteitsgedrag eveneens veranderen.

Een andere groep die de aandacht verdient zijn de jongeren, hier aangeduid als de nieuwe generatie. De jongeren van nu zijn de volwassenen van straks. De wijze waarop zij in het leven staan en met mobiliteit omgaan, zet de trend voor de toekomst. Buiten kijf staat dat de leefstijl van de nieuwe generatie een andere is dan die van hun modernistische ouders en traditioneel ingestelde grootouders. Dat stelt andere eisen aan de mobiliteitsvoorzieningen van de toekomst.

Een in het oog springende ontwikkeling is ook de verandering in leefstijlen van de verschillende sociale milieus. Verwacht wordt dat in de komende jaren daarin een verschuiving zal optreden waarbij moderne waarden als bezitten en verwennen sterker worden, terwijl traditionele waarden als behouden aan belang inboeten. Ook is een toenemende oriëntatie op technologie en media- en beeldcultuur te verwachten. Deze veranderingen in sociale milieus en bijbehorende waarden-oriëntaties zullen ook hun doorwerking hebben in het mobiliteitsgedrag van mensen. Aanleiding voor de Raad om met een andere bril op naar de effecten van deze ontwikkelingen op mobiliteit te kijken.

Doel: demografische ontwikkelingen en leefstijlen meer centraal stellen

Doel van het advies is om handvatten aan te reiken om ontwikkelingen in bevolkingsomvang en -samenstelling, sociaaleconomische factoren en leefstijlen meer centraal te stellen in het mobiliteitsbeleid. De Raad wil met dit advies de discussie aanzwengelen over de toegevoegde waarde van een leefstijlbenadering in het mobiliteitsbeleid.

Analyse: onvoldoende aansluiting bij wensen en behoeften

Uit de beschreven autonome ontwikkelingen komt het beeld naar voren dat in de toekomst de auto in populariteit zal stijgen, terwijl de populariteit van het openbaar vervoer en de fiets dreigt te dalen.

De toekomstige ouderen zullen meer van de auto gebruik maken dan de ouderen van nu en dat ook langer blijven doen. De populariteit van het openbaar vervoer neemt bij deze groep af. In de regio's waar krimp optreedt, komt als gevolg van afnemende dichtheid het gebruik van het openbaar vervoer onder druk te staan en zal het autoverkeer nog meer terrein winnen. In groeiende regio's zal als gevolg van een toename van de mobiliteit tussen stadcentra en randgemeenten de druk op wegen en openbaar vervoervoorzieningen nog verder toenemen. Allochtonen die nu relatief nog veel gebruik maken van het openbaar vervoer zullen, als hun welvaartsniveau toeneemt, overstappen naar de auto. Verwacht wordt verder dat het fietsgebruik door allochtonen op zal schuiven naar het niveau van autochtonen, maar hierbij wel zal achterblijven. De huidige jongeren, de zogenoemde nieuwe generatie, stellen hoge eisen aan informatie en aan de belevingswaarde. Het huidige openbaar vervoer lijkt slecht aan te sluiten bij hun wensen. Kijken we naar leefstijlen, dan zien we vooral een toename van sociale groepen die sterk kenmerken als status, gemak, snelheid, flexibiliteit, onafhankelijkheid waarderen. Deze kenmerken worden voornamelijk aan de auto toegedicht.

De groeiende populariteit van de auto en de afnemende populariteit van het openbaar vervoer en de fiets bij de geschetste autonome ontwikkeling kunnen consequenties hebben voor de bereikbaarheid met name van stedelijke gebieden, de aantasting van landschappelijke waarden door aanleg van nog meer infrastructuur, de mate van CO₂-reductie, de bereikbaarheid van het platteland per openbaar vervoer, de kosten van mobiliteit om er een paar te noemen. Deze trends lijken het tegenovergestelde te bewerkstelligen van wat in het kader van de duurzaamheid wordt nagestreefd. Volgens de Raad dus alle reden om met beleid in te spelen op deze trends.

Conclusies en aanbevelingen

Uit de analyse van de demografische ontwikkelingen en leefstijlen is af te leiden dat in de toekomst de populariteit van de auto zal stijgen, terwijl de populariteit van het openbaar vervoer en de fiets dreigt af te nemen. Mobiliteitspatronen zijn evenwel niet onveranderbaar. Door zo goed mogelijk aan te sluiten bij de wensen, beweegredenen en belevingswaarden van de mobiele mens en de juiste prikkels op het juiste moment te geven kunnen mensen worden bewogen om hun mobiliteitspatronen aan te passen. We hoeven dus niet bij de pakken neer te gaan zitten.

Wel moeten extra inspanningen worden gepleegd om enerzijds in te spelen op trends en anderzijds trends om te buigen. De Raad acht daarbij essentieel dat in het beleid nadrukkelijker de wensen, behoeften en belevingswaarden van potentiële gebruikers, voortvloeiend uit hun leefstijlen centraal worden gesteld. Wat zijn de beweegredenen van de verschillende milieus, tot welke mobiliteitsvoorkeuren leidt dat en waaraan moet worden gesleuteld om aan die behoeften te voldoen dan wel die voorkeuren te beïnvloeden?

Aanbevelingen ten aanzien van demografische ontwikkelingen

1. Stem de vervoerwijzen nadrukkelijker af op wensen en behoeften van ouderen

Voor de groep ouderen geldt dat zelfstandigheid, veiligheid (sociaal en in het verkeer) en gemakkelijke toegankelijkheid (fysiek en qua complexiteit) belangrijke beweegredenen zijn om voor de ene of andere vervoerwijze te kiezen. De Raad is van mening dat hier een belangrijke opgave ligt voor het openbaar vervoer om het materieel ook voor ouderen toegankelijk te laten zijn en in de dienstregeling rekening te houden met op- en overstaptijden die ook voor ouderen haalbaar zijn. Tegelijkertijd dient voorkomen te worden dat het imago van het openbaar vervoer zich versterkt in de richting van 'vervoer dat alleen voor ouderen is bedoeld'. Op de weg kan de positie van ouderen worden versterkt door educatie en voorlichting zowel aan ouderen als andere verkeersdeelnemers, technologische ondersteuning in het voertuig en door het creëren van een overzichtelijke, zelfverklarende verkeersomgeving inclusief bebording.

2. Anticipeer in het regionaal verkeers- en vervoerbeleid op krimp

In krimpende regio's moet rekening worden gehouden met een afnemend draagvlak voor een fijnmazig openbaar vervoernetwerk en met minder middelen voor investeringen. Vérgaande regionale samenwerking is nodig om centrumfuncties te behouden of te versterken en daarmee een basis te leggen voor een levensvatbaar vervoersysteem. Hier zal de focus meer gericht moeten worden op maatwerk zoals vraaggericht, oproepbaar openbaar vervoer, maar ook maatwerk bij het inzetten van ICT-toepassingen. De Raad roept de regio's op om de ogen niet te sluiten voor deze ontwikkelingen, maar hierop te anticiperen.

3. Ga in groeiende regio's met robuuste netwerken en een ondernemend openbaar vervoer de druk op wegen en openbaar vervoer te lijf

Blijft daarbij alert op overinvesteringen met het oog op afvlakking van de groei op lange termijn.

In groeiende regio's moet voor de middellange termijn rekening worden gehouden met een toenemende druk op de wegen en het openbaar vervoer. De Raad verwijst naar zijn advies *De Randstad altijd bereikbaar*, waarin hij pleit voor robuuste netwerken om ook incidentele files te verminderen. Ook verwijst de Raad naar zijn advies *Ondernemend regionaal openbaar vervoer voor meer reizigers*, waarin hij aanbevelingen doet om aanbieders van openbaar vervoer te prikkelen om het openbaar vervoer beter af te stemmen op de wensen en behoeften van reizigers. Op de lange termijn (na 2040) zal de groei ook in deze regio's omslaan naar een krimp van de bevolking met als gevolg een daling van de congestie op het wegennet. De Raad beveelt aan om deze ontwikkelingen op de voet te volgen om mogelijke overinvesteringen in infrastructuur in de toekomst te voorkomen.

4. Stimuleer het gebruik van de fiets onder allochtonen

In mobiliteitsbehoefte en -gedrag is er betrekkelijk weinig verschil tussen allochtone en autochtone groepen. Allochtonen reizen nu nog veel samen, maar de kans bestaat dat dit minder wordt naarmate de sociaaleconomische positie van allochtonen sterker wordt en het autobezit en -gebruik toenemen. Het openbaar vervoergebruik dat nu nog vrij hoog is bij deze groep, zal dan waarschijnlijk minder worden. Maatregelen om aan de wensen en behoeften van (jonge) allochtonen tegemoet te komen, zijn niet anders dan bij andere bevolkingsgroepen. Een uitzondering vormt de houding van allochtonen ten aanzien van de fiets. De Raad beveelt aan om allochtone bevolkingsgroepen meer met de fiets in aanraking te brengen. Dat vraagt aandacht voor verkeersveiligheid en het stimuleren van voorbeeldgedrag.

5. Sluit bij de ontwikkeling van de vervoerwijzen aan op de wensen en behoeften van de nieuwe generatie en zorg voor imagoverbetering

Jongeren communiceren op een andere wijze dan hun ouders. Dank zij de digitale media staan ze in verbinding met vrijwel iedereen. Ze ontleen evenals hun ouders status aan materiële zaken en sociale positie, maar de invulling is anders. Status wordt bijvoorbeeld ontleend aan het aantal vrienden op hyves. Gemak, snelheid en flexibiliteit worden steeds belangrijker. De nieuwe generatie is zelfstandig, hecht eraan zijn tijd zoveel mogelijk op een prettige en nuttige manier te besteden en heeft het niet voorzien op gezag en autoriteit. Willen openbaar vervoer en fiets bij deze groep terrein winnen, dan zullen deze vervoerwijzen zich zo moeten ontwikkelen dat aan die behoeften wordt voldaan en dat het imago van deze

vervoerwijzen navenant verbetert. Daarbij dient met name te worden geïnvesteerd in (onderlinge) communicatie, gemak en een eigen identiteit. In de navolgende aanbevelingen wordt daarop verder ingegaan.

Aanbevelingen ten aanzien van leefstijlen

Vanuit de invalshoek leefstijlen ziet de Raad bij de groeiende sociale milieus ook een toenemende oriëntatie op snelheid, gemak, flexibiliteit en onafhankelijkheid. Ook hier geldt dat de mobiliteitsystemen zich hierop moeten aanpassen. In het beleid zal nog meer het accent moeten worden gelegd op het ondersteunen van ketenverplaatsingen, het toepassen van digitale ontwikkelingen in de mobiliteit en het stimuleren van het gebruik van de fiets. Ook het stimuleren van een andere manier van werken (thuiswerken) en het bevorderen van een prettige en nuttige tijdsbesteding tijdens het reizen sluit aan op de leefstijl van de potentiële reiziger. De Raad doet hieromtrent de volgende aanbevelingen:

6. Ondersteun zelfsturing

De geschetste demografische ontwikkelingen en veranderingen in leefstijlen overziende, concludeert de Raad dat de groeiende behoefte aan zelfsturing een centraal staande ontwikkeling in het mobiliteitsgedrag is. Dit is een logisch gevolg van de hiervoor genoemde oriëntaties van de verschillende sociale milieus. Zelfsturing betekent verantwoordelijkheid nemen. Daarvoor is nodig dat mensen weten wat van hen verwacht wordt, er voldoende mogelijkheden en kaders zijn waarbinnen aan zelfsturing invulling kan worden gegeven, mensen feedback krijgen over hun gedrag oftewel inzicht in de gevolgen van hun keuzes. Overheden en openbaarvervoerbedrijven moeten deze trend met hun beleid ondersteunen, willen ze de aansluiting bij de opkomende generaties behouden en versterken. De Raad doet daartoe de volgende aanbevelingen:

7. Bied keuzemogelijkheden voor mobiliteit

Algemeen: om de eigen verantwoordelijkheid te kunnen nemen en tot zelfsturing over te kunnen gaan, is het nodig dat er keuzemogelijkheden worden geboden. Daarmee wordt gelijkvormigheid, die zich uit in steeds meer van hetzelfde, doorbroken. Van overheden, bedrijven en dienstverleners vraagt dat: het bieden van keuzevrijheid in plaats van vaste arrangementen in combinatie met financiële beloning van (collectief) gewenste keuzes. Zo dienen overheden diverse modaliteiten te faciliteren, waarbij de (vanuit collectief oogpunt) meest gewenste alternatieven het meest aantrekkelijk worden gemaakt. Tegelijk dienen bedrijven geen uniforme vervoermogelijkheden aan te bieden, bijvoorbeeld alleen een leaseauto, maar multimodale opties zoals de Mobilitycard voor auto en openbaar vervoer. Voor de dienstverleners is het zaak om service te leveren, transparante informatie

en aantrekkelijke aanbiedingen. Samenwerking tussen alle partijen is daarbij van cruciaal belang. Statusverhoging van multimodaal reisgedrag moet het resultaat zijn. Hieronder wordt aangegeven wat dit specifiek voor de verschillende vervoerwijzen betekent.

De auto: de Raad acht het gezien de belevingswaarde die de auto voor meerdere sociale milieus heeft, realistisch om uit te gaan van een blijvende en stijgende populariteit van de auto. Wel acht de Raad het gewenst dat alles wordt gedaan om een efficiënt gebruik van de auto te bevorderen door:

- Statusverhoging van de schone en zuinige auto te stimuleren;
- Ook de auto te benaderen als schakel in de keten van verplaatsingen en vlotte overstappen op andere vervoerwijzen te faciliteren zoals P&R-voorzieningen en transferia aan de rand van de stad.

De taxi: het taxivervoer zou een volwaardige mobiliteitskeuze kunnen worden en meer dan nu een rol kunnen spelen in ketenverplaatsingen. Voorwaarden zijn:

- De taxi sluit beter aan bij de behoeften van de reiziger in kwaliteit, prijs en flexibiliteit;
- De informatievoorziening en transparantie worden verbeterd, bijvoorbeeld met behulp van moderne ICT-toepassingen;
- Het imago van de taxi wordt verbeterd. Een taxi dient geassocieerd te worden met snel, gemakkelijk, betaalbaar en veilig.

Het openbaar vervoer: bij de Nederlandse Spoorwegen (NS) is een indeling van de potentiële reizigers naar mobiliteitstijlen al enige jaren onderdeel van de marketingstrategie. Deze strategie begint naar het lijkt zijn vruchten af te werpen. In het regionale openbaar vervoer is een marketingstrategie geen vanzelfsprekend onderdeel van de bedrijfsvoering. Dat heeft alles te maken met de wijze van aanbesteding in het regionaal openbaar vervoer. In het advies 'Ondernemend regionaal openbaar vervoer voor meer reizigers' doet de Raad een aantal aanbevelingen om daar verandering in te brengen. De Raad pleit ervoor om extra inspanning in een kwaliteitsverhoging in het openbaar vervoer te steken door:

- Een task force in te stellen om op tafel te krijgen, op welke wijze het regionaal openbaar vervoer een betere aansluiting kan vinden op de toekomstige ontwikkelingen in demografie en leefstijlen van potentiële reizigers.

De fiets: de Raad vindt dat het gebruik van dit oer-Hollandse vervoermiddel gezien de voordelen voor milieu en leefbaarheid moet worden gekoesterd en gestimuleerd. Dat kan door:

- Statusverhoging van de fiets te stimuleren;
- Allochtone bevolkingsgroepen meer in aanraking te brengen met de fiets en de gezondheidsaspecten van fietsen te blijven benadrukken;
- Een fietsambassadeur te benoemen die kan worden ingezet om het fietsgebruik bij jong en oud te promoten;
- Meer financiële middelen beschikbaar te stellen voor de aanleg van veilige routes en stallingsvoorzieningen zowel in de stad als op het platteland en voor gerichte, bij leefstijlen aansluitende promotieacties.

8. Bevorder (keuze)gemak

Consumenten en dus ook reizigers hebben genoeg van nodeloos complexe producten en diensten. Er is geen geduld meer voor onleesbare handleidingen, bureaucratische procedures en onhandige reistijden. Voorwaarden voor zelfsturing zijn daarom: keuzes bieden, transparantie bieden over de gevolgen daarvan en betrouwbaarheid bieden, zodat gemaakte keuzes waargemaakt worden. Daarbij kunnen vanuit collectief perspectief bepaalde keuzes (tijdelijk) extra aantrekkelijk worden gemaakt. Voor de mobiliteitsystemen geldt dat deze, om aan de behoefte aan zelfsturing tegemoet te komen, moeten bieden: snelheid, gemak, flexibiliteit, transparantie, keuzevrijheid en voorspelbaarheid. Daarbij wordt het gebruik van beelden, media en visuele informatie steeds belangrijker. De mobiliteitsystemen kunnen een kwaliteitsprong maken door de digitale mogelijkheden (navigatiesystemen, beeld en visuele informatie) optimaal te benutten. Communicatie, ook tussen reizigers onderling, wordt steeds belangrijker. Klantgericht handelen en waar mogelijk een persoonlijke en actuele benadering staan daarbij centraal.

9. Bewaak de grenzen

De behoefte aan zelfsturing neemt toe, terwijl tegelijkertijd waarden als fatsoen, gehoorzaamheid en volgzaamheid gaan afnemen. Deze combinatie van factoren kan de (sociale) veiligheid in het verkeer en vervoer in gevaar brengen. Er lijkt een spanningsveld te ontstaan tussen enerzijds vrijheid geven en anderzijds de grenzen bewaken. De Raad beveelt aan om:

- Duidelijke regels en normen te stellen die de grenzen van individuele vrijheid markeren. Daarbij dient de overheid zich meer de rol van coach eigen te maken en zich minder als opvoeder op te stellen;
- Ontwikkelingen die passen binnen het spanningsveld van zelfregulering en strakke regulering door de overheid te bevorderen. Dit kan onder meer door de rol van intermediaire organisaties te versterken, tot oplossingen te komen

die ook door deze partijen worden gedragen, door intensieve communicatie en feedback, waarmee inzicht wordt geboden in de gevolgen van gedrag en door in te spelen op behoeften aan flexibiliteit, bijvoorbeeld dynamische maximum snelheden op de snelweg;

- Extra te investeren in de communicatie over gedragsregels in het verkeer, in 'self explaining' principes en in toezicht en handhaving.

10. Betrek burgers bij oplossingen

De Raad acht het raadzaam om naar mobiliteit te kijken door de bril van de verschillende sociale milieus, met name de nieuwe generatie. Daar moet naar vernieuwing worden gezocht. De jeugd heeft immers de toekomst. Om burgerbetrokkenheid en -tevredenheid te vergroten adviseert de Raad om:

- De burgers intensief bij de discussie over mobiliteit te betrekken. Dat sluit ook goed aan op behoefte aan dialoog en meedenken over oplossingen van met name de nieuwe generatie. Goed voorbeeld is co-creatie in het openbaar vervoer;
- (Overheids)discussies via internet beter toegankelijk te maken en beter onder de aandacht te brengen. Openheid en communicatie zijn sleutelwoorden. Het ontwikkelen van standaarden en het inrichten van een centrale portal kan daarbij helpen;
- Met behulp van eParticipatie de betrokkenheid van de burgers te vergroten. Voorbeelden hiervan zijn: burgerinitiatieven via internet, een 'webantenne' voor beleidsmakers, beter gebruik maken van bestaande programma's als GoogleMaps, Wikipedia, Hyves en Twitter.



Inhoudsopgave

In kort bestek	3
1 Inleiding	15
1.1 Aanleiding	15
1.2 Doel en vraagstelling	16
1.3 Aanpak	16
1.4 Leeswijzer	16
2 Effect bevolkingssamenstelling op mobiliteit	19
2.1 Nederland vergrijst	19
2.2 Nederland groeit én krimpt	26
2.3 Meer allochtonen in Nederland	33
3 De nieuwe generatie en mobiliteit	39
3.1 De nieuwe generatie is divers en heeft regels nodig	39
3.2 Veranderende burgerschapstijlen; meer gericht op eigen leven	41
3.3 Wat beweegt de nieuwe generatie? Trends onder jongeren	42
3.4 Concluderend: sterke sturing en eigen inbreng	52
4 Leefstijlen en mobiliteit	57
4.1 Wat zijn leefstijlen en wat voegen ze toe?	57
4.2 Mobiliteitsgedrag van de milieus in de toekomst	62
4.3 Wat betekent dit voor het mobiliteitsbeleid van morgen?	68
Summary	73
Verslag discussie bijeenkomst	83
Bijlage 1 Literatuurlijst	95
Bijlage 2 Sociale milieus: karakteristieken en mobiliteitsvoorkeuren	97
Bijlage 3 Verantwoording onderzoeksmethode leefstijlen en mobiliteit	101
Bijlage 4 Samenstelling commissie, projectteam en lijst geïnterviewden	103
Colofon	104



1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Mensen zijn altijd in beweging. Daarbij zijn ze vaak op zoek naar middelen om dat nog sneller, gemakkelijker of prettiger te doen. Technische innovaties hebben de mens in staat gesteld zich sneller en dus in dezelfde tijd over langere afstand te bewegen en sneller te communiceren. Ook de groei van de welvaart en veranderingen in omvang en samenstelling van de bevolking dragen bij aan de mobiliteit. Maar ook een andere kijk op en beleving van mobiliteit beïnvloedt het mobiliteitsgedrag van mensen. Gingen we vroeger dichtbij het werk wonen, tegenwoordig zoeken we eerst een leuke of voor tweeverdieners strategische woonplek en nemen het reizen naar het werk vice versa op de koop toe. Ook de digitalisering van de samenleving zal steeds meer invloed hebben op de wijze waarop mensen mobiel zijn.

De Raad verwacht in de komende tientallen jaren veranderingen in de samenleving die van invloed zullen zijn op de mobiliteit. Het gaat hier om demografische ontwikkelingen, veranderingen in leefstijlen en sociaaleconomische veranderingen. Zo gaat de naoorlogse babyboom de komende jaren met pensioen en deze ouderen zijn aanzienlijk mobieler dan hun ouders destijds. De leefstijl van de jongeren, de zogenoemde nieuwe generatie, is een andere dan die van hun modernistische ouders en meer traditioneel ingestelde grootouders, wat kan leiden tot andere beleving van mobiliteit en tot andere keuzes. En op welke wijze gaan de ontwikkelingen in welvaart, inkomen en duurzaamheid de mobiliteit beïnvloeden?

Worden deze ontwikkelingen niet of onvoldoende meegenomen in het beleid, dan bestaat het risico dat de verkeers- en vervoersystemen niet goed aansluiten bij de wensen, behoeften en beleving van de toekomstige gebruikers met alle nadelige gevolgen van dien.

De Raad acht het dan ook zaak om inzicht te verkrijgen in de demografische ontwikkelingen en sociaaleconomische factoren én in de leefstijlen van de verschillende sociale milieus. Immers mobiliteit is – meestal – geen doel op zich, maar dient een doel. Het begrijpen van de achterliggende ‘beweegredenen’ van mensen biedt de mogelijkheid om het beleid daarop optimaal af te stemmen. De Raad wil met dit advies een aanzet geven om het mobiliteitsbeleid vanuit deze invalshoeken te benaderen.

1.2 Doel en vraagstelling

Doel van het advies is om handvatten aan te reiken om ontwikkelingen in bevolkingsomvang en -samenstelling, sociaaleconomische factoren en leefstijlen meer centraal te stellen in het mobiliteitsbeleid. De Raad wil met dit advies de discussie aanzwengelen over een leefstijlbenadering in het mobiliteitsbeleid.

Daartoe dient de volgende kernvraag:

Hoe kan het mobiliteitsbeleid beter worden afgestemd op de omvang en samenstelling van de bevolking en de beleving van mobiliteit van de toekomstige gebruikers?

1.3 Aanpak

De Raad heeft naast een literatuurstudie een onderzoek laten uitvoeren naar leefstijlen in relatie tot mobiliteit. De Raad is zich ervan bewust dat ook andere indelingen in leefstijlen mogelijk zijn. De door de Raad gebruikte indeling moet worden gezien als voorbeeld hoe leefstijlen kunnen worden toegepast in het mobiliteitsbeleid.

Om de discussie over dit onderwerp op gang te brengen, heeft de Raad een bijeenkomst met vertegenwoordigers van de verschillende doelgroepen georganiseerd. Een verslag van deze bijeenkomst is in het advies opgenomen.

Om een beeld te geven van de essentie van de problematiek waar het advies over gaat, is een korte film gemaakt die als dvd bij het advies is gevoegd.

1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de effecten van een andere bevolkings-samenstelling – vergrijzing, groei en krimp, toename in aantal en diversiteit van allochtonen – op de mobiliteit. Een apart hoofdstuk 3 wordt gewijd aan de ontwikkelingen onder jongeren, de zogenoemde nieuwe generatie en de invloed daarvan op de mobiliteit. Hoofdstuk 4 gaat in op de leefstijlen van de verschillende sociale milieus en welk effect dat heeft op de mobiliteit. Tot slot is een verslag van de discussiebijeenkomst opgenomen.

De hier gebruikte gegevens zijn een compilatie van eerder gepubliceerde data over demografische ontwikkelingen en mobiliteit door onder meer het Sociaal Cultureel Planbureau en het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid. Specifieke referenties zijn telkens in voetnoten opgenomen.



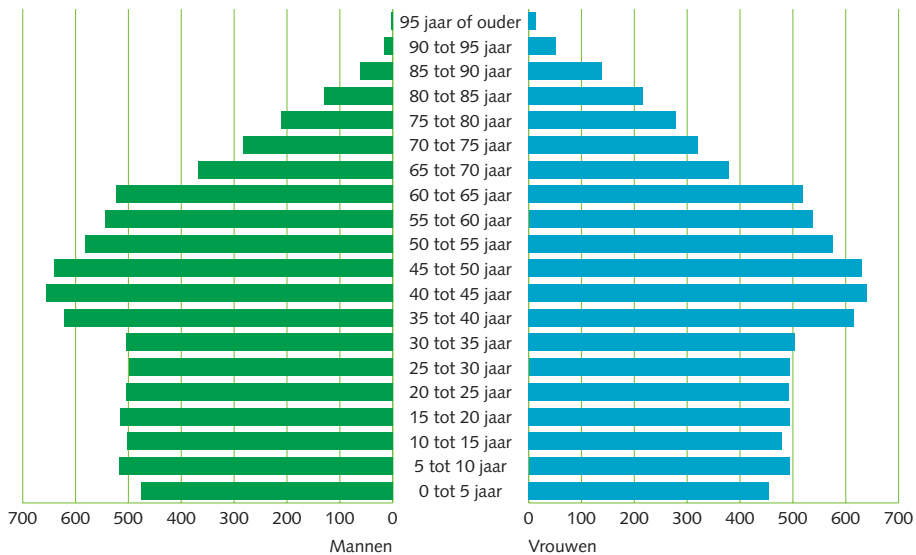
2 Effect bevolkingssamenstelling op mobiliteit

Het mobiliteitsgedrag van mensen hangt samen met een veelheid van factoren: levensfase, gezondheid, sociaal economische factoren, verdeling werk/vrije tijd, ruimtelijke spreiding van activiteiten, persoonlijke voorkeuren die al dan niet cultureel bepaald zijn, om er een paar te noemen. Om uitspraken te kunnen doen over hoe de mobiliteit van de bevolking als geheel zich ontwikkelt, is inzicht nodig in de toekomstige omvang en samenstelling van de bevolking. Dit hoofdstuk bespreekt een selectie van belangrijke demografische ontwikkelingen en de mogelijke invloed daarvan op de mobiliteit in de toekomst. Achtereenvolgens komen aan de orde de vergrijzing, krimp en groei, en ontwikkelingen bij allochtonen. Aan ontwikkelingen bij de jeugd is een apart hoofdstuk in dit advies gewijd.

2.1 Nederland vergrijst

Feiten over vergrijzing

Een veelbesproken demografische ontwikkeling is de vergrijzing. Deze term wordt gebruikt om aan te geven dat het aandeel van ouderen in de bevolking stijgt en dat als gevolg daarvan de gemiddelde leeftijd van de bevolking toeneemt. Vanaf 2010 gaat de eerste na-oorlogse generatie, de babyboom, tot de 65-plussers behoren. Daardoor neemt het aantal 65-plussers snel toe. Een grafiek van de bevolkingsopbouw naar leeftijd en geslacht laat dat duidelijk zien.



Figuur 1 – Bevolkingsopbouw naar leeftijd en geslacht, 2009

Bron: CBS Statline 2010

Uit de grafiek is ook af te leiden dat die groei nog wel even door zal gaan, namelijk tot 2040, wanneer de huidige 35-jarigen ook 65 worden. We praten dan over een gestage toename van 2,5 miljoen 65-plussers nu tot een maximum van 4,5 miljoen in 2040.¹ Daarna neemt – volgens de huidige inzichten – het aantal weer langzaam af.

Binnen de leeftijdsgroep 65-plussers verdubbelt het aantal 80-plussers (de zogenaamde ‘dubbele vergrijzing’). De gemiddelde levensverwachting van vrouwen en mannen is nu respectievelijk 82 jaar en 78 jaar. Vooral de levensverwachting van mannen is de afgelopen jaren toegenomen. Twintig jaar geleden was die nog 73 jaar en die van vrouwen 80 jaar.

Hierna wordt een inschatting gemaakt van de gevolgen van de vergrijzing voor de mobiliteit in Nederland door te kijken naar de specifieke behoeften en wensen van ouderen, nu en in de toekomst.

¹ CBS Statline, 2007.

De oudere kiest nu al steeds vaker voor de auto

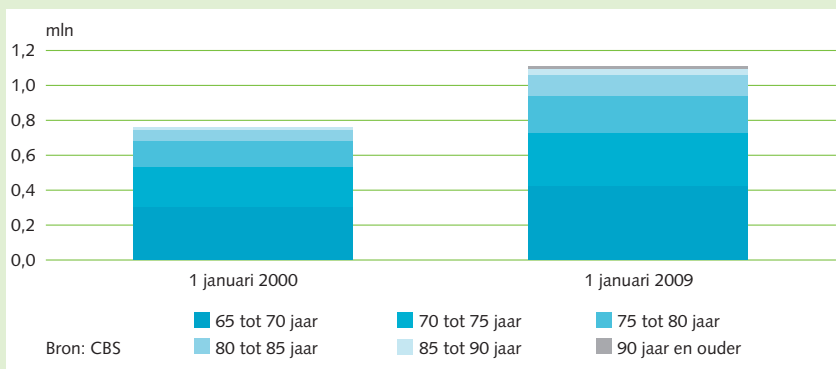
In het algemeen geldt dat ouderen minder vaak, minder lang en over een kortere afstand onderweg zijn dan volwassenen tot 65 jaar. Boven de 70 jaar neemt de uithuizigheid en daarmee de mobiliteit van de mensen elk jaar met ongeveer 5% af². Maar daar zit wel een ontwikkeling in: mensen zijn weliswaar minder onderweg naarmate ze ouder worden, maar de ouderen van nu reizen wel meer dan de ouderen in het nabije verleden en de ouderen van de toekomst waarschijnlijk weer meer dan die van nu. Het aantal verplaatsingen per week van mensen vanaf 65 jaar steeg tussen 1975 en 2000 van 9,5 naar 11,5. De stijging van dat aantal komt volledig voor rekening van de auto. In dezelfde periode bleef het aantal verplaatsingen te voet of per fiets ongeveer gelijk, terwijl het aantal openbaarvervoerplaatsingen bijna halveerde. Het toenemende autogebruik door ouderen is ook terug te vinden in gegevens over autobezit: de huidige 65-plussers zijn opgegroeid in een tijd waarin rijbewijs- en autobezit nog geen gemeengoed waren. Voor de toekomstige 65-plussers geldt dit niet. Zij zijn opgegroeid in een tijdperk van massale groei van het autobezit en autogebruik. Waarschijnlijk zullen ouderen in de nabije toekomst langer gebruik blijven maken van de auto dan nu. Op dit moment is dit al zichtbaar. Tussen 1997 en 2007 is het rijbewijsbezit en het autobezit van ouderen sterk gestegen.

Auto's en ouderen

Het rijbewijsbezit onder ouderen is hoog: 62% van alle 65-plussers heeft een rijbewijs. Er is wel een duidelijk verschil tussen mannen en vrouwen: 83% van de mannen beschikt over een rijbewijs tegenover 46% van de vrouwen. Na het vijfenzeventigste levensjaar neemt het rijbewijsbezit snel af: van de mannen boven de 75 jaar heeft nog 72% de beschikking over een rijbewijs, bij de vrouwen 'slechts' 30%. Ook het persoonlijk autobezit neemt af bij toenemende leeftijd: 65% van de 55-64-jarigen beschikt over een auto en iets meer dan de helft van de 65-74-jarigen heeft een eigen auto. Van alle 75-plussers heeft nog maar 36% een auto op zijn of haar eigen naam staan. En ook hier zijn grote verschillen naar geslacht.

² Overwegend onderweg, SCP, 2008.

De verklaring voor deze verschillen in oplopende leeftijd en naar geslacht moet vooral worden gezocht in generatie-effecten. De 75-plussers van nu zijn in een tijd opgegroeid waarin rijbewijs- en autobezit nog geen gemeengoed waren. Voor de 55-64-jarigen geldt juist het omgekeerde: zij groeiden op in de zestiger jaren, het tijdperk waarin Nederland een massale groei doormaakte van het autobezit en autogebruik (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid 2007). Dat betekent dat de daling van het rijbewijs- en autobezit naar oplopende leeftijd in de komende decennia veel minder zichtbaar zal zijn, evenals de verschillen tussen mannen en vrouwen. Die ontwikkeling is de afgelopen jaren al ingezet. Tussen 1997 en 2007 is het rijbewijsbezit van ouderen sterk gestegen, vooral onder vrouwen boven de 65 jaar: in 1997 beschikte bijna 30% over een rijbewijs, tien jaar later is dat 46%. In lijn met de stijging van het rijbewijsbezit is ook het persoonlijk autobezit in de afgelopen tien jaar sterk toegenomen, zoals blijkt uit gegevens van het CBS (CBS-Webmagazine, januari 2010).



Figuur 2 – Autobezit naar leeftijdsgroep onder ouderen

Bron: CBS Webmagazine, 2010

De toekomstige oudere

Aannemelijk is dat de trend van toenemend autogebruik door ouderen zich zal voortzetten bij de ouder wordende babyboomgeneratie. Ten opzichte van de huidige ouderen zullen deze toekomstige ouderen namelijk³:

- In veel gevallen meer geld hebben (zowel een redelijk inkomen als een aanzienlijk vrij besteedbaar bedrag⁴);
- Meer tijd hebben (en die ook actiever en uithuiziger invullen);
- Hoger opgeleid zijn en ook vaker langer blijven werken;
- Vaker zelfstandig wonen en dat ook langer blijven doen ('ageing in place');
- Tot de generatie behoren waarvoor reizen en verplaatsen 'normaal' is;
- Vaker de beschikking hebben over een rijbewijs en auto;
- Gezonder zijn (en dat ook langer blijven);
- Een actief leven als voorwaarde stellen voor een goede gezondheid;
- Daar waar lichamelijke gebreken optreden meer dan voorheen gebruik kunnen maken van technologische toepassingen;
- Met een andere mentaliteit zijn opgevoed (rechten versus plichten, ontspanning versus inspanning, uitgeven versus sparen, individu versus groep, conflict versus harmonie, nu versus later).

Deze veronderstellingen worden ondersteund door onder andere cijfers van het CBS, waaruit blijkt dat hoger opgeleiden langer en gezonder leven. Verder hebben mensen met een hogere sociaaleconomische status over het algemeen een betere gezondheid.

Ouderen gaan meer reizen en blijven langer reizen

In het rapport 'Grijs op Reis'⁵ stellen de auteurs dat in de toekomst ouderen vaker onderweg zullen zijn, vooral de auto zullen gebruiken en bij voorkeur de ochtendspits zullen mijden. Vooral tussen 14:00 uur en 17:00 uur groeit het aandeel verplaatsingen door ouderen relatief sterk. Hierdoor ontstaan min of meer twee nieuwe pieken in het verplaatsingspatroon van 65-plussers: de 'na-ochtend piek' (tussen 10:00 uur en 12:00 uur) en de 'voor-middag piek' (tussen 14:00 uur en 16:00 uur). De gevolgen voor de totale mobiliteit zijn uitgezocht voor het WLO-Global Economy scenario (GE). Dit voorspelt een totale mobiliteitsgroei tot 2020 van 18,5%.

³ Overwegend overweg, SCP, 2008.

⁴ Hoewel er binnen de huidige groep 65-plussers nog grote verschillen bestaan, is de koopkracht in de periode 2000-2008 volgens de cijfers van het CBS gemiddeld met 1,8% toegenomen. Er zijn geen aanwijzingen dat deze trend niet zal doorzetten.

⁵ 'Grijs op reis', Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2008.

Ongeveer de helft van deze groei komt voor rekening van ouderen: 4% is toe te schrijven aan de groei van de groep 65-plussers, 4,6% aan verandering in kenmerken van de ouderen als arbeidsparticipatie, inkomen en autobezit. Deze toename betreft vrijwel uitsluitend automobilititeit. Het openbaarvervoergebruik blijft ongeveer gelijk; daar compenseert de toename van het aantal ouderen het effect van de afnemende populariteit.

Eén van de oorzaken van die toenemende mobiliteit is dat ouderen langer zullen blijven werken. Niet alleen als gevolg van een hogere pensioenleeftijd, maar ook door de voorziene krapte op de arbeidsmarkt. Om werkomstandigheden ook voor ouderen aantrekkelijk te houden, zullen aangepaste werktijden of deels thuiswerken vaker voorkomen. Op die manier zal het extra woon-werkverkeer door 'langer doorwerken' zich vooral buiten de huidige spitsuren afwickelen. Op de weg zal een grotere spreiding in de tijd plaatsvinden. Ook binnen het openbaar vervoer zal het aandeel oudere reizigers met name buiten de spitsuren toenemen. Dit maakt een kwaliteitsverbetering des te urgenter. Zo zullen onder meer aanpassingen van het aanbod en de dienstregeling noodzakelijk zijn en zullen vervoermaatschappijen rekening moeten houden met toegankelijk materieel en op-, over- en afstaptijden die ook voor oudere reizigers haalbaar zijn.

Een groot deel van de toekomstige 65-75-jarigen is naar verwachting draagkrachtig, mobiel en actief. Dit zorgt ervoor dat de vrijetijdsbesteding buitenhuis – en dus ook het verkeer dat hiermee samenhangt – zal toenemen. Naast vrijetijdsbesteding in de buurt, zal een belangrijk deel van de ouderen op zoek gaan naar rust en groen, zolang dit maar goed en snel bereikbaar is. Korte dagtripjes naar steden of natuurgebieden zijn vermoedelijk de voornaamste invullingen van een vrije dag. Mogelijk zal de Randstad als woonomgeving bij ouderen minder in trek zijn dan Brabant, Drenthe, Flevoland, Gelderland of Limburg, al is er nog geen trend waargenomen die dat bevestigt. Wie het zich kan veroorloven, combineert wonen en vrijetijdsbesteding (wonen in het groen, waar veel geld en tijd in wordt geïnvesteerd; een tweede huis, al dan niet in het buitenland).⁶ Voor deze groep mensen zal deelname aan het vrijetijdsverkeer afnemen.

Voor de groep ouderen die niet meer werkt, is er natuurlijk ook meer tijd om reizen te maken. Lange reizen maken is voor ouderen een groeiende vorm van vrijetijdsbesteding. Denk hierbij aan cruisereizen rond de wereld en overwinteren op warme bestemmingen.

⁶ Tacken M.H.H.K.; Oud zijn in 2030. In: M. Dijkstra, T. Spit, R. Zandee (eds.); De geraniums voorbij. Ouderen, vrije tijd en mobiliteit in 2030. Connekt, Utrecht, 1999, p. 15 -22.

Voor het mobiliteitsgedrag is het bereiken van de 65-jarige leeftijd niet meer de belangrijkste mijlpaal. Pas op het moment dat lichamelijke ongemakken hun intrede doen zal de mobiliteit van de oudere van de toekomst afnemen.

De oudere en verkeersveiligheid

Vergrijzing zal niet alleen effect hebben op de omvang van de mobiliteit, maar ook op de verkeersveiligheid. De oudere van de toekomst is weliswaar actief en vitaal, de gevolgen van een ongeval zijn voor ouderen vaak ernstiger dan gemiddeld bij verkeersslachtoffers. Volgens de Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid (SWOV) ligt de kans op overlijden per afgelegde kilometer voor ouderen van 75 jaar en ouder zesmaal zo hoog als gemiddeld. Het overlijdensrisico is vooral groot voor fietsende 75-plussers: ongeveer twaalf keer zo groot als voor de gemiddelde fietser. Ook de leeftijdscategorie 65-plus is oververtegenwoordigd, zowel bij de verkeersdoden (ca. 30% van het totaal) als bij ziekenhuisgewonden (ca. 20%).⁷ Doordat de kwetsbare groep 65-plussers in omvang toeneemt, groeit hun aandeel in de verkeersdoden de komende decennia. In 2000 was dat aandeel 22%, in 2010 zal het gestegen zijn naar 24% en de verwachting is dat dit zal doorgroeien naar 26% in 2020. De grootste groep slachtoffers valt onder de kwetsbare verkeersdeelnemers: voetgangers, fietsers, brom- en snorfietsers. De verwachte toename van het gebruik van scootmobielen, brommobielen en rollators door met name de 'oudere ouderen' boven de 75 jaar zal een negatief effect hebben op de verkeersveiligheid.

Naast de fysieke kwetsbaarheid van ouderen spelen ook verminderde competenties een rol. Voor een deel kunnen ouderen dat compenseren met voorzichtig gedrag, maar ook het gedrag van de andere verkeersdeelnemers is van belang. Om de positie van ouderen in het verkeer te versterken, liggen kansen in initiatieven die hen beter bewust laten worden van hun specifieke verkeersgedrag en dat van anderen. Ook kan technologie in het voertuig worden ingezet die ouderen ondersteunt in hun rijtaak.⁸

Daarnaast zijn juist ouderen gebaat bij heldere, niet-complexe verkeerssituaties. De verkeersomgeving moet zo veel mogelijk zelfverklarend worden ontworpen, zodat complexe keuzeprocessen worden vermeden.⁹

⁷ Vlot bewegen. Veilig leven. Strategisch Plan Verkeersveiligheid 2008-2020, Van, voor en door iedereen, Ministerie van Verkeer en Waterstaat, 2008.

⁸ R. Davidse, *Assisting the older driver*, SWOV, 2007, p. 202 e.v.

⁹ In "Nudge, improving decisions about health, wealth and happiness. Thaler and Sunstein, 2008" bepleiten de auteurs systemen zodanig te ontwerpen dat zij gebruikers helpen de juiste en veilige keuzes te maken. Zij spreken in dit verband van 'libertarian paternalism'.

Andere, meer specifieke aanbevelingen zijn:

- Betere controle bij bebording op belichting, grotere lettertypes;
- Uitvoerige, gerichte voorlichting aan ouderen bij wijzigingen van wet- of regelgeving;
- Educatie en voorlichting over de oudere in het verkeer aan zowel de ouderen zelf als overige verkeersdeelnemers.

Conclusies met betrekking tot ouderen

Ouderen zullen méér en tot op hogere leeftijd actief en mobiel zijn. Voor ouderen zijn zelfstandigheid, veiligheid (sociaal en in het verkeer) en gemakkelijke toegankelijkheid (fysiek en qua complexiteit) belangrijke beweegredenen om voor de ene of andere vervoerwijze te kiezen. Voor het openbaar vervoer ligt er de opgave om het materieel ook voor ouderen toegankelijk te laten zijn en in de dienstregeling rekening te houden met op- en overstaptijden die ook voor ouderen haalbaar zijn. Op de weg kan de positie van ouderen worden versterkt door educatie en voorlichting zowel aan ouderen als andere verkeersdeelnemers, technologische ondersteuning in het voertuig en door het creëren van een overzichtelijke, zelfverklarende verkeersomgeving inclusief bebording.

2.2 Nederland groeit én krimpt

De Nederlandse bevolking is in de voorbije eeuwen altijd gegroeid, in de 20ste eeuw zelfs verdrievoudigd. Met het aantal mensen groeiden de woningvoorraad, de steden, het wegennet, het openbaar vervoer. En ook de economie, zodat we die infrastructuur konden bekostigen. De groei zet in het begin van de 21ste eeuw door, maar wel minder hard: rond 2040 wordt een maximum bereikt van ongeveer 17,5 miljoen inwoners¹⁰. Daarna wordt voor het eerst in de recente geschiedenis een daling van de bevolking verwacht, die niet samenhangt met oorlogen of natuurgeweld.

Deze trend past in een wereldwijde trend: voor de wereldbevolking als geheel wordt groei voorzien tot 2075, waarna een daling inzet. In de 25 landen van de Europese Unie als geheel daalt de bevolking vanaf 2025. Regionaal zijn er verschillen: in de Oosteuropese landen heeft de bevolkingsdaling al ingezet

¹⁰ CBS Statline, 2009.

vanaf 2003. Binnen Nederland is Limburg als eerste provincie geconfronteerd met krimp in 2002, de Corop-regio Zuid Limburg al vanaf 1997.

Op het eerste gezicht lijkt een einde aan de groei van de bevolking een verademing: minder druk op voorzieningen en ruimte, minder files, minder energie- en grondstoffenverbruik. Maar tegelijkertijd moeten we rekening houden met minder middelen om in voorzieningen te investeren en een dalende beroepsbevolking.

Krimp heeft structurele oorzaken

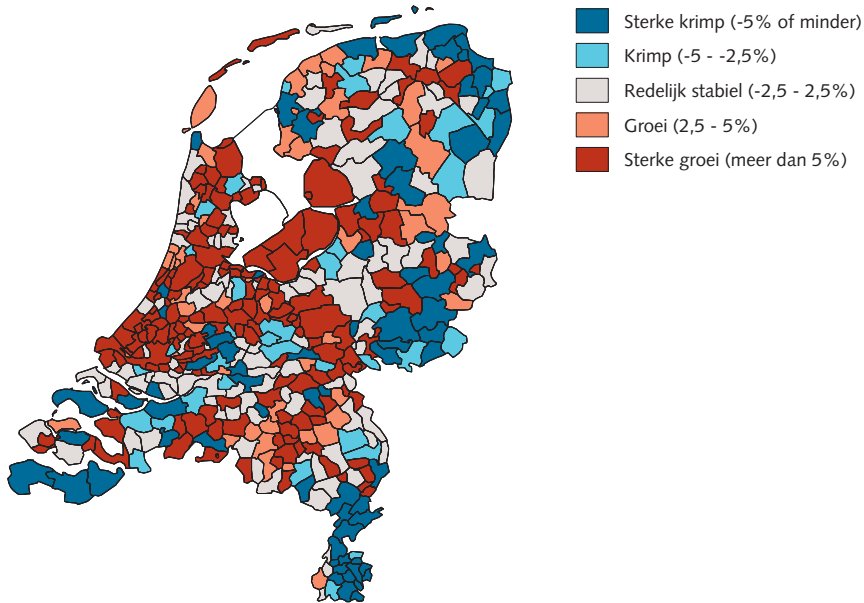
De krimp wordt veroorzaakt door een laag vruchtbaarheidscijfer. In Nederland is het gemiddelde aantal kinderen per vrouw al jarenlang 1,7, terwijl 2,1 nodig is om de bevolking op peil te houden. Onder migranten is het vruchtbaarheidscijfer nog licht hoger, maar ook daar neemt dat af. De krimp wordt enigszins afgeremd of uitgesteld, doordat meer mensen van elders zich in Nederland vestigen dan er vertrekken. Dit positieve migratiesaldo daalt echter ook. Op de korte termijn is dat het gevolg van een restrictief immigratiebeleid. Op de langere termijn leidt een wereldwijde trend van krimp er toe dat het aanbod aan migranten afneemt. Ook een toenemende concurrentie tussen Europese en mondiale stedelijke agglomeraties als nieuwe vestigingsplaats voor migranten¹¹ draagt daar aan bij.

Verschillen tussen regio's

Als gezegd zijn er regionale verschillen in de ontwikkeling van de bevolkingsomvang. De stedelijke gebieden houden hun aantrekkingskracht, met name voor jonge gezinnen en migranten. Daar zullen dus ook de meeste kinderen worden geboren. Voor de Randstad en Midden Nederland wordt tot 2040 nog een groei voorzien van 1,25 miljoen inwoners. Andere delen van het land krijgen eerder te maken met krimp. Oorzaak van de bevolkingsdaling in die gebieden is de vergrijzing in combinatie met de ontgroening. Niet alleen wonen er veel ouderen, die in de komende decennia gaan overlijden. Ook trekken jongeren weg naar bijvoorbeeld de Randstad voor studie of werk. Ruim een kwart van de gemeenten krimpt tot 2040 met 2,5% of meer. In Parkstad Limburg bijvoorbeeld is de krimp tot 2040 maar liefst 15%¹². Ook in Noordoost Groningen moet men rekenen op een krimp van 15%.

¹¹ 'Structurele bevolkingsdaling: een urgente nieuwe invalshoek voor beleidsmakers', Derks, Hovens en Klinkers, 2006, in opdracht van de Raad voor Verkeer en Waterstaat en de VROM-raad.

¹² Regionale bevolkingsprognose 2009-2040, Planbureau voor de Leefomgeving en Centraal Bureau voor de Statistiek.



Figuur 3 – Bevolkingsgroei per gemeente 2008-2040

Bron: PBL/CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2009-2040

Mobiliteit in krimpende regio's: openbaar vervoer krijgt het moeilijk

Groei of krimp van de bevolking bepaalt maar voor een beperkt deel de ontwikkeling van de mobiliteit. Van de groei van het autoverkeer van 1985 tot heden wordt bijvoorbeeld maar een kwart verklaard door de bevolkingsgroei¹³. Maatschappelijke ontwikkelingen spelen een veel belangrijker rol. Zo is de toename van de mobiliteit grotendeels te verklaren uit de welvaartsgroei die heeft geleid tot meer autobezit en meer autogebruik. Ook de mate waarin het milieu wordt belast, hangt veel meer af van de ontwikkeling van de welvaart per hoofd van de bevolking, van veranderingen in het consumptiegedrag en van technologische ontwikkelingen dan van demografische ontwikkelingen.

Wat betreft de regionale economische ontwikkeling en de arbeidsmarkt kan krimp van de potentiële beroepsbevolking bovendien samengaan met economische groei, dit in tegenstelling tot wat vaak wordt gedacht. Zo kan een toenemende arbeidsparticipatie een daling van het arbeidsaanbod als gevolg van een krimp van

¹³ Mobiliteitsbalans 2009, Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid.

de potentiële beroepsbevolking gedeeltelijk of geheel opvangen. Bovendien zorgt vooral een hogere arbeidsproductiviteit (we werken harder en slimmer) voor een blijvende economische groei. Wanneer de arbeidsparticipatie en arbeidsproductiviteit stijgen, kan zelfs in tijden van een krimpende beroepsbevolking de regionale economie groeien, met daarmee samenhangend een mogelijke toename van de mobiliteit.¹⁴

Wel krijgen krimpende regio's te maken met een afnemend draagvlak voor voorzieningen in bijvoorbeeld zorg of onderwijs en komen er minder middelen beschikbaar voor investeringen. Ook een belangrijk gegeven is dat in krimpende regio's niet alleen de omvang, maar ook de samenstelling van de bevolking verandert: de achterblijvende bevolking kent relatief veel ouderen, weinig gezinnen met kinderen en mogelijk een lager gemiddeld opleidingsniveau. Hoger opgeleiden en gezinnen met kinderen zoeken hun heil en ontplooiing in of dichterbij de dynamische stedelijke regio's en de meer vitale ouderen uit de vorige paragraaf volgen hun kinderen daarin¹⁵. In regio's waar demografische krimp optreedt of wordt verwacht, is het van groot belang dat de lokale en regionale overheden dit probleem onderkennen en meenemen in het beleid. Regionale samenwerking is onontbeerlijk bij deze gemeenteverstijgende problematiek. Zo kunnen er ook kansen ontstaan voor sterkere regionale kernen, wanneer regionale voorzieningen daar worden geconcentreerd.

Ook het draagvlak voor een fijnmazig netwerk van openbaar vervoer kan afnemen. Verdunning van voorzieningen zal leiden tot meer mobiliteit over grotere afstanden voor de aldaar wonende bevolking. De openbaarvervoerbedrijven zullen zich moeten richten op het leveren van maatwerk, bijvoorbeeld door vormen van vraaggericht oproepbaar vervoer verder te ontwikkelen.

Conclusies met betrekking tot krimpende regio's

In krimpende regio's neemt het draagvlak voor fijnmazig openbaar vervoer af en zal vraaggericht, oproepbaar openbaar vervoer een alternatief moeten bieden. Vérgaande regionale samenwerking is nodig om centrumfuncties te behouden of te versterken en daarmee een basis te leggen voor een levensvatbaar vervoersysteem.

¹⁴ 'Krimp en Ruimte', Dam, F. van, Groot, C. de & Verwest, F., 2006, Nai-Uitgevers, Rotterdam.

¹⁵ Zie onder andere 'Veranderend demografisch tij in Drenthe', presentatie Werkgroep Integraal Omgevingsbeleid, De Groeve, 14 oktober 2009, en 'Krimp of verplaatsing. Daling lokale bevolkingsomvang bij een groeiende landelijke bevolking', P.Schnabel, Demos 2009, no 1.

Mobiliteit in groeiende regio's: slimme openbaarvervoeroplossingen nodig

Ook de mobiliteitsontwikkeling in de nog groeiende regio's is niet éénduidig. Verdere verstedelijking in de compacte steden leidt tot enigszins afnemende mobiliteit, wanneer de verplaatsingsafstanden kleiner worden. Er treedt echter ook compensatiegedrag op: de reistijdwinst wordt gebruikt voor extra activiteiten, die nieuwe verplaatsingen vragen. Overigens kunnen ook in de compacte stad de afstanden tussen voorzieningen toenemen als gevolg van de hoge prijzen voor centrumlocaties. Naarmate de woonomgeving minder compact is, bijvoorbeeld wanneer de groei aan de randen van de stad wordt opgevangen, neemt het auto-bezit toe.¹⁶

In Nederland zal met name in de Randstad de komende periode nog bevolkingsgroei optreden. Het opvangen van de groei door verdere verdichting lijkt hier zijn grenzen bereikt te hebben. Dat betekent dat binnen de stedelijke regio's vooral de randgemeenten nog verder zullen groeien. Ook langs de grote verbindingswegen ontwikkelen zich vingersgewijs urbane concentraties, die reiken tot Alkmaar in het Noorden, Amersfoort/Zwolle in het Oosten en de Brabantse Stedenrij in het Zuiden: de Randstad wordt 'Handstad'. Het gevolg is een toename van mobiliteit tussen stadcentra en randgemeenten en langs deze 'vingers'. Hier zal de druk op wegen en openbaarvervoervoorzieningen op de middellange termijn nog verder toenemen.

De Raad benadrukt in zijn advies *De Randstad altijd bereikbaar* het functioneren van de netwerken¹⁷. Extra capaciteit op wegen en spoorwegen kan wel erkende knelpunten wegnemen of ontlasten, maar maakt het verkeers- en vervoernetwerk niet automatisch minder kwetsbaar voor verstoringen. Het advies roept op het beleid ook te richten op het treffen van voorzieningen om de onverwachte, incidentele files als gevolg van bijvoorbeeld slecht weer of ongevallen tegen te gaan. De kosten van zulke incidentele files zullen 4 miljard euro per jaar bedragen in 2030 en vormen een steeds groter deel van de totale fileomvang. Om incidentele files te verminderen moet het netwerk robuuster worden gemaakt. Dat kan door voldoende reservecapaciteit in te bouwen en door omleidingsroutes te creëren. Daarbij moet de verkeersveiligheid op het onderliggend wegennet gewaarborgd blijven. Verder moeten het wegennet en het openbaar vervoernet beter worden verknoopt, zodat men bij verstoringen gemakkelijker kan overstappen. Dit vergt een nieuwe aanpak in het netwerkontwerp en het netwerkbeheer, waarbij

¹⁶ Built environment and car travel, K. Maat, 2009.

¹⁷ 'De Randstad altijd bereikbaar', Raad voor Verkeer en Waterstaat, 2009.

verschillende partijen en bestuurslagen samenwerken om bestaande netwerken zo betrouwbaar mogelijk te maken.

De VROM-raad pleit in zijn advies *Acupunctuur in de hoofdstructuur* voor een beter bereikbare verstedelijkingsstructuur¹⁸. Meer dan nu moet verstedelijking afgestemd worden op de capaciteit en kwaliteit van mobiliteitsnetwerken en vice versa. De VROM-raad wijst daarbij op het grote belang van stations die ook met de auto goed bereikbaar zijn. Door op die plekken nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen mogelijk te maken ontstaat niet alleen betere bereikbaarheid, maar wordt ook aan individuen keuzevrijheid geboden voor wat betreft de vervoerwijze. De Raad vindt Amsterdam een voorbeeld waar dit goed gelukt is, met intercitystations op verschillende plekken aan de ringweg die alle een eigen karakteristiek profiel hebben gekregen. De tegenhanger vormt Utrecht, waar snelwegafslagen en stations niet samenvallen met alle bereikbaarheidsproblemen van dien. Ontwikkeling rond met de auto goed bereikbare stations kan veel meer worden gestimuleerd. Ontwikkeling op slecht bereikbare plekken kan daarentegen worden afgeremd door de kosten van extra bereikbaarheidsmaatregelen te gaan verhalen. Met relatief kleine ingrepen op strategische plekken kunnen stedelijke en nationale netwerken als geheel beter gaan functioneren. De VROM-raad spreekt van een ruimtelijke vorm van acupunctuur. Als gemeenten daar onvoldoende aan meewerken, moeten provincies en Rijk ingrijpen, zo nodig met de nieuwe Wet ruimtelijke ordening.

Wordt op de middellange termijn nog groei voorzien voor de Randstad, uiteindelijk zullen ook de Noord- en Zuidvleugel niet ontkomen aan een daling van de omvang van de bevolking. Het verdient aanbeveling de planvorming voor stedelijke ontwikkeling in de Noord- en Zuidvleugel en die in andere stedelijke gewesten in samenhang te bezien¹⁹.

Het rapport *Welvaart en Leefomgeving, Een scenariostudie voor Nederland in 2040*²⁰ stelt dat er een gevaar is voor overinvestering. Bij trendmatige voortzetting van het huidige beleid bestaat een gerede kans, zeker na 2020, dat de congestie op het wegennet gaat dalen. Als die omslag werkelijk optreedt, bestaat het risico dat toekomstige investeringen in infrastructuur onrendabel worden en onnodig beslag leggen op natuur en landschap. Er is dus alle reden om kritisch te kijken naar de mogelijke toekomstige ontwikkeling van de mobiliteit en de daarvoor

¹⁸ 'Acupunctuur in de hoofdstructuur', VROM-raad, 2009.

¹⁹ Zie onder andere 'Zeven misverstanden over krimp en ruimte' Van Schuppen en Dorrepaal (in Christen-Democratische Verkenningen, herfst 2008).

benodigde investeringen. Mogelijk houden de huidige verkeersmodellen onvoldoende rekening met de nieuwe ontwikkelingen.

Conclusies met betrekking tot groeiende regio's

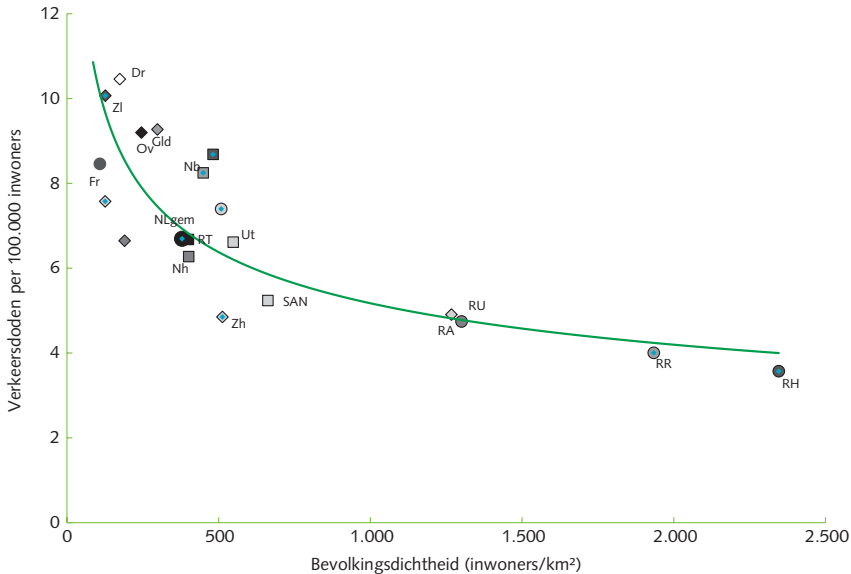
In groeiende regio's moet voor de middellange termijn rekening worden gehouden met een toenemende druk op de wegen en het openbaar vervoer. De Raad verwijst naar zijn advies *De Randstad altijd bereikbaar*, waarin hij pleit voor robuuste netwerken om ook incidentele files te verminderen. Ook verwijst de Raad naar zijn advies *Ondernemend regionaal openbaar vervoer voor meer reizigers*, waar hij aanbevelingen doet om aanbieders van openbaar vervoer te prikkelen om het openbaar vervoer beter af te stemmen op de wensen en behoeften van reizigers. Op de lange termijn (na 2040) zal de groei ook in deze regio's omslaan naar een krimp van de bevolking met als gevolg daarvan een daling van de congestie op het wegennet. De Raad beveelt aan om deze ontwikkelingen op de voet te volgen om mogelijke overinvesteringen in infrastructuur in de toekomst te voorkomen.

Groei, krimp en verkeersveiligheid

Wat betreft de verkeersveiligheid zijn de gevolgen van deze ruimtelijke ontwikkelingen niet eenduidig voorspelbaar. Uit onderzoek door de SWOV²² blijkt dat de mortaliteit afneemt bij een toenemende bevolkingsdichtheid, zie figuur 4. Groei in de steden zou dus kunnen leiden tot een lagere mortaliteit, als die groei wordt opgevangen door verdere verdichting. Is er sprake van verdere suburbanisatie, dan kan dit effect tenietgedaan worden door grotere reisafstanden die moeten worden gemaakt. De hogere mortaliteit in gebieden met een lage bevolkingsdichtheid hangt vermoedelijk samen met een geringer aantal (relatief veilige) autosnelwegen in die regio's. Wanneer de bevolking in een regio krimpt, verandert daar niets aan en zal het risico ook niet toenemen.

²⁰ 'Welvaart en leefomgeving, een scenariostudie voor Nederland in 2040', CPB, MNP en RPB, 2006.

²¹ Presentatie 'Onderbouwen verkeersveiligheidsbeleid', SWOV, 2009.



Figuur 4 – Aantal dodelijke verkeersslachtoffers per 100.000 inwoners per jaar, afgezet tegen de bevolkingsdichtheid

Bron: SWOV, 2009

2.3 Meer allochtonen in Nederland

Uit prognoses van het CBS²² blijkt dat het aantal niet-westerse allochtonen tussen 2010 en 2040 toeneemt van 1,8 naar 2,8 miljoen. In dezelfde periode neemt het aantal westerse allochtonen toe van 1,5 naar 1,9 miljoen. De toename van het aantal niet-westerse allochtonen wordt met name veroorzaakt door een toename van 'de tweede generatie': kinderen die in Nederland zijn geboren en ten minste één niet-westerse ouder hebben. Ook wordt een groei verwacht van studie- en arbeidsmigranten zoals Amerikanen, Europeanen uit het voormalige Oostblok en Aziaten.

²² CBS Statline, 2008.

Allochtone bevolkingsgroepen steeds meer divers

Daarnaast worden allochtone bevolkingsgroepen steeds meer divers. Bij de niet-westerse allochtonen binnen Nederland vormen Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen nog altijd de grootste groepen. De grootste groei zit echter in andere niet-westerse groepen. Ook is er een toename van migranten uit het voormalige Oostblok, met name Polen, Roemenen en Bulgaren. Deze toename heeft vooral een economische oorzaak: veel mensen uit deze gebieden komen naar Nederland voor (tijdelijk) werk.

De allochtone bevolking is jong

De demografische opbouw van allochtonen wordt in vergelijking met die van de autochtonen gekenmerkt door een hoog aandeel jongeren. Slechts één op de tien allochtonen is op dit moment ouder dan vijftig jaar, terwijl dit bij autochtonen één op de drie is. Vooral de derde generatie allochtonen²³ vormt op dit moment een heel jonge groep. Een groot deel van hen zal in de komende tien jaar onderwijs volgen.

Allochtonen wonen in de grote steden

Ook in de komende decennia zullen niet-westerse allochtonen voornamelijk in de drie grote steden wonen: Amsterdam, Rotterdam en Den Haag. In deze steden zullen zij vooral in de minst welvarende wijken wonen. Rotterdam en Amsterdam verwachten dat in 2020 de helft van alle inwoners bestaat uit niet-westerse allochtonen. Inmiddels is er sprake van een allochtone middenklasse, met name onder Surinamers. Deze allochtone middenklasse vertoont grotendeels hetzelfde gedrag als de autochtone middenklasse: ze trekken weg uit de binnensteden en vestigen zich in de randgemeenten van de grote steden²⁴.

Wel met de bus, niet met de fiets

Met betrekking tot mobiliteitsgedrag is vooral informatie beschikbaar over niet-westerse allochtonen. Van westerse allochtonen uit bijvoorbeeld de Verenigde Staten, Australië en West-Europa, en recent ook uit het voormalig Oostblok wordt vaak verondersteld dat hun gedrag min of meer het midden houdt tussen dat

²³ In formele zin wordt er bij de derde generatie niet meer over allochtonen gesproken. Voor sommige toepassing worden ook van deze groep gegevens bijgehouden, onder ander door Forum.

²⁴ Burgers, J.P.L. (2005) De veronachtzaamde stedelijke middenklasse. *Stedebouw en Ruimtelijke ordening*, 85(5), 30-32; Burgers, J.P.L. en Lugt, H. van der(2004). Black flight, de geografische mobiliteit van middenklasse migranten. *Vitale stad*, 7, 18-20; Groot, C. de (2004). Zwarte vlucht, de (sub)urbane locatiekeuze van klassieke allochtonen in Amsterdam; Zwaard, J. van der (2005). De Nederlanders achterna? Twijfels van allochtonen sociale stijgers over verhuizen naar een 'betere buurt', *Sociologie* 1(4), 462-475.

van de niet-westerse allochtonen en de autochtonen. De uitspraken hieronder hebben betrekking op niet-westerse allochtonen, met name de groepen Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen.

Ten opzichte van de autochtone bevolking:

- Verplaatst deze groep zich minder vaak en minder ver;
- Is autobezit lager;
- Is het gebruik van openbaar vervoer relatief hoog;
- Is het fietsgebruik nog niet de helft is van dat van de autochtone Nederlander²⁵.

De verschillen kunnen voor een deel verklaard worden uit de sociaaleconomische en demografische verschillen en uit de ruimtelijke verdeling (relatief veel jongeren, concentratie in de grote steden). Maar er zijn ook culturele kenmerken. De fiets heeft een bijzonder lage status en wordt beschouwd als onveilig. Met name oudere allochtone vrouwen hebben onvoldoende vertrouwen in de fiets en missen fietsvaardigheden. Het openbaar vervoer wordt als een veilig, praktisch en snel alternatief beschouwd, zeker in de grote steden. Het autobezit onder allochtonen is laag, maar aan een auto wordt wel een hoge status toegekend, met name onder Turkse en Marokkaanse mannen. Wanneer de economische situatie het toelaat wordt een auto aangeschaft en wordt deze ook veelvuldig gebruikt, onder meer om samen met familie en vrienden te reizen. Er heerst een sterke haal- en brengcultuur bij deze bevolkingsgroepen.

Of de verschillen tussen allochtonen en autochtonen in de toekomst minder worden is de vraag. Door verdere integratie en sociaaleconomische participatie zal het autobezit onder allochtonen toenemen en dat van de autochtone bevolking gaan benaderen. Als de auto daarbij zijn status behoudt, zal deze in de toekomst een nog dominantere positie innemen²⁶. Omdat meer allochtonen van de tweede generatie opgroeien met de fiets zou het negatieve beeld van de fiets kunnen verdwijnen. Er zijn echter geen signalen dat de tweede generatie allochtonen meer fietst dan de eerste. Ook een hogere mate van integratie gaat (nog) niet gepaard met meer fietsgebruik²⁷. Kennelijk is de lage status van de fiets onder deze groepen diep geworteld. Een kanttekening hierbij is dat er nauwelijks onderzoekgegevens zijn naar de houding ten opzichte van vervoerwijzen bij allochtone kinderen, waaruit een veranderende waardering van de fiets zou kunnen blijken. Wel is er onlangs op beperkte schaal onderzoek gedaan naar motieven bij de keuze van

²⁵ Anders onderweg, SCP, 2006.

²⁶ Blijvend anders onderweg, Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2008.

²⁷ Fietsberaad, Publicatie 11B, 2007.

vervoerwijze onder allochtonen in Den Haag, waarin het belang van status wordt gerelativeerd²⁸. Daarin wordt onder andere aanbevolen het fietsgebruik te bevorderen door enerzijds de verkeersveiligheid voor fietsers te verbeteren en anderzijds bij stimuleringsactiviteiten de nadruk te leggen op gezondheidsaspecten. Waar het voorbeeldgedrag in de eigen omgeving ontbreekt, kunnen fietscampagnes gericht op allochtone moeders en fietslessen op scholen bijdragen aan een hoger fietsgebruik.

Conclusies met betrekking tot allochtonen

In mobiliteitsbehoefte en -gedrag is er betrekkelijk weinig verschil tussen allochtone en autochtone groepen. Samen reizen komt nu nog veel voor bij allochtonen, maar de kans bestaat dat dit minder wordt naarmate de sociaaleconomische positie van allochtonen sterker wordt en het autobezit en -gebruik toenemen. Het openbaar vervoergebruik dat nu nog vrij hoog is bij deze groep, zal dan waarschijnlijk minder worden. Maatregelen om aan de wensen en behoeften van (jonge) allochtonen tegemoet te komen, zijn niet anders dan bij andere bevolkingsgroepen. Een uitzondering vormt de houding van allochtonen ten aanzien van de fiets. Het stimuleren van fietsgebruik onder allochtonen vraagt aandacht voor verkeersveiligheid en het stimuleren van voorbeeldgedrag.

²⁸ Allochtonen onderweg, Afstudeerstudie TU Delft, Verhoeven 2009.



3 De nieuwe generatie en mobiliteit

Bij een studie naar mogelijke mobiliteitsontwikkelingen in de toekomst mag een blik op de hedendaagse jeugd niet ontbreken. Zij zijn de volwassenen van straks. Enerzijds zullen veel van de toekomstige innovaties binnen verkeer en vervoer worden bedacht en vormgegeven door jongeren van nu, anderzijds dient de kwaliteit van vervoersystemen aan te sluiten bij hun wensen en behoeften, willen zij er gebruik van (blijven) maken. Daarom in dit hoofdstuk een beschouwing van de hedendaagse jeugd en een impressie van mogelijke implicaties voor mobiliteit in de toekomst.²⁹ Doel is aan te geven, hoe toekomstig verkeers- en vervoerbeleid op een positieve manier kan aanhaken bij de kenmerken en trends van de nieuwe generatie.

3.1 De nieuwe generatie is divers en heeft regels nodig

De huidige jeugd is heterogeen, de uitersten liggen ver uit elkaar. De gemiddelde jongere bestaat niet. Dat maakt het lastig om in algemene zin uitspraken te doen over hoe de nieuwe generatie zich precies gedraagt en wat de gevolgen hiervan zullen zijn voor de toekomst.

Verkopers en marketeers die ontdekt hebben dat de jeugd voor hen een interessante groep is, hebben de opkomende generatie diverse etiketten opgeplakt, zoals:

- *de achterbankgeneratie*: wordt door de ouders overal gebracht, alles wordt voor hen geregeld;
- *de knip-en-plakgeneratie*: is creatief door snelle combinaties te maken van wat er zoal te vinden is op internet;
- *de mediageneratie of digitale generatie*: communiceert digitaal via communities als Hyves, MySpace en Facebook;
- *Generatie Einstein*: is slim, sterk en sociaal; een totaal positieve generatie;
- *Generatie Y*: de opvolger van generatie X, vertroeteld, zelfverzekerd en opgegroeid met grote technologische mogelijkheden.

Geen van deze etiketten geeft een adequate beschrijving van alle jongeren. Op basis van dergelijke typering is dan ook geen beleidstrategie te formuleren.

²⁹ Er wordt bewust gesproken van een *mogelijk* toekomstbeeld. Andere visies op dit vraagstuk blijven uiteraard denkbaar. Trends en kenmerken benoemen is immers niet hetzelfde als voorspellingen doen.

Niet alleen verkopers en marketeers hebben de nieuwe generatie ontdekt, zij mag zich ook verheugen op de belangstelling van onderzoekers en wetenschappers. Zo zijn er diverse boeken verschenen over eigenschappen van en ontwikkelingen binnen de hedendaagse jeugd(cultuur)³⁰.

Volgens Groen en Boschma (2006) is de huidige generatie jongeren slimmer, sneller en socialer dan de generaties vóór hen. In dit boek wordt een zeer positieve kijk op de jeugd geboden. Zo is er sprake van een verantwoordelijke generatie, die zeer behendig is in het verzamelen en combineren van informatie en waarin respect voor elkaar en hechte familie- en vriendenbanden het beeld bepalen.

Een veel kritischer kijk op dezelfde generatie vinden we (onder andere) in een boek van Spangenberg en Lampert uit 2009. Daarin wordt gesteld dat de huidige jeugd voor een groot deel individualistisch, hedonistisch en materialistisch is ingesteld. Jongeren bekommeren zich minder om het leveren van een actieve bijdrage aan de gemeenschap dan oudere generaties. Milieu en maatschappelijke betrokkenheid scoren laag onder jongeren; ze verwachten meer van materiële welvaart en hebben een hang naar uiterlijk vertoon. Ze genieten een ongekende vrijheid om het eigen geluk na te streven en hebben nooit een maatschappij meegemaakt waarin plichtsbesef, gehoorzaamheid en maatschappelijk idealisme zwaarder wogen dan eigenbelang.

Over één ding zijn de boeken het eens: jongeren leven in een wereld die hun ouders voor ze hebben vormgegeven. Dat de nieuwe generatie onhandig en suboptimaal rijp wordt in een wereld die niet goed bij hen lijkt te passen, ligt dan ook voor een belangrijk deel aan hun ouders. 'De Generatie Einstein' stelt dat het feit dat de nieuwe generatie zoveel positieve kenmerken bezit, niet mag betekenen dat ze gewoon maar losgelaten kunnen worden. De jeugd heeft liefdevolle begeleiding nodig van ouders, verzorgers en docenten. Ze hebben regels nodig, kaders, structuur, persoonlijke aandacht en begeleiding. Helaas ontbreekt het hier nogal eens aan. De boodschap van de 'Grenzeloze Generatie' is dat de veertigers en vijftigers van nu weigeren volwassen te worden. Hierdoor verzuimen ze vaak grenzen voor hun pubers te stellen, omdat ze het graag gezellig en leuk in huis willen houden. Hierdoor worden de jongeren niet snel volwassen. Bovendien wordt hen niet geleerd om zich te beheersen, maar wel om voor zichzelf op te komen.

³⁰ Deze paragraaf is met name gebaseerd op 'Generatie Einstein: slimmer, sneller en socialer. Communiceren met jongeren van de 21ste eeuw', Boschma en Groen, 2006 en op 'De Grenzeloze Generatie en de eeuwige jeugd van hun opvoeders', Spangenberg en Lampert, 2009.

De auteurs pleiten derhalve voor hernieuwde autoriteit, regie en gezag. Ook zij pleiten voor het duidelijk stellen van regels, die overzichtelijk en simpel dienen te zijn.

3.2 Veranderende burgerschapstijlen; meer gericht op eigen leven

Op grond van hun onderzoek onderscheiden Spangenberg en Lampert (2009) vier 'burgerschapstijlen.' Dit zijn manieren van denken over hoe een ieder behoort te leven in de samenleving. De procentuele vertegenwoordiging van deze vier stijlen in de totale bevolking verandert met elke volgende generatie.

De eerste burgerschapstijl is die van de 'plichtsgetrouwen'. De mensen die deel uitmaken van deze groep, laten zich vooral leiden door plichtsgevoel, dat zij grotendeels hebben meegekregen met hun opvoeding en dat bepaalt hoe zij vinden dat zijzelf en anderen zich behoren te gedragen.

De tweede burgerschapstijl is die van de 'verantwoordelijken'. Zaken worden beoordeeld op basis van het eigen vermogen en in het licht van het eigen intellect. Zij ervaren een groot verantwoordelijkheidsbesef ten opzichte van de wereld als geheel.

De derde burgerschapstijl is die van de 'pragmatici'. Dit zijn mensen die erg gedreven zijn en genieten van het leven. Zij werken om plezier te kunnen maken, hebben minder interesse in politiek en mondiale kwesties en zijn op zoek naar spanning en sensatie.

De vierde burgerschapstijl is die van de 'buitenstaanders'. Zij zijn meestal relatief laag opgeleid, spelen een bijrol in het professionele leven en zijn sterk gericht op directe behoeftebevrediging. Hun vooruitzichten zijn relatief minder goed, omdat ze niet in staat zijn de blijvende inspanning te leveren die nodig is om succesvol carrière te maken.

Het percentage van mensen dat zich vooral concentreert op het eigen leven – de optelsom van pragmatici en buitenstaanders – stijgt momenteel sterk. Het aandeel mensen dat als plichtsgetrouwen en verantwoordelijken is te omschrijven, neemt af. Dit komt onder meer door de hoge welvaart waarin ze opgroeien, het enorme aantal keuzemogelijkheden dat hen wordt geboden en de voortdurende stroom aan informatie die van alle kanten op hen afgevuurd wordt. In dit 'te veel' aan alles

dreigen veel jongeren verloren te raken en zijn ze geneigd, in een poging om toch houvast te vinden, zich sterk op zichzelf en hun eigen subcultuur te richten.

De concentratie op het eigen leven en op vluchtige contacten leidt er onder meer toe dat de jongste generatie, in vergelijking met oudere generaties, meer gericht is op netwerken, uiterlijkheden en kicks en niet zo op het eigen welzijn (gezondheid) of op maatschappij en milieu. Geld, status en competitie lijken zwaarder te wegen en zelfredzaamheid wordt belangrijker geacht dan plichtsgetrouw handelen.³¹

In de volgende paragraaf wordt ingegaan op een aantal trends die samenhangen met deze overdaad en met een veranderende kijk op de wereld.

3.3 Wat beweegt de nieuwe generatie? Trends onder jongeren

In de Nederlandse samenleving doen zich tal van sociaalculturele veranderingen voor. Als belangrijke beeldbepalende ontwikkelingen (trends³²) noemt Schnabel³³ de 'vijf i's':

- *Individualisering*: de combinatie van toegenomen persoonlijke vrijheid in de vormgeving van het leven bij gelijktijdig toenemende afhankelijkheid van structurele sociale verplichtingen;
- *Informalising*: onthiërarchisering en democratisering van de samenleving leiden tot een overgang van een door stabiele organisaties bepaalde maatschappij naar een veel flexibelere netwerksamenleving.
- *Informatisering*: ontwikkeling in de richting van toenemende onzichtbaarheid en tegelijkertijd groeiende anticipatie. Kennis wordt in hoge mate gedemocratiseerd in termen van bezit en beschikbaarheid (denk aan Wikipedia).
- *Internationalisering*: in de economie, bevolkingsamenstelling, cultuur en politiek is te zien hoe weinig ontwikkelingen nog aan nationale grenzen gebonden zijn. Global players bepalen het beeld van de nationale en internationale economie. Internationalisering is ook zichtbaar in de vorm van grote stromen migranten.
- *Intensivering*: Meer dan ooit staat het leven in het teken van het verlangen het leven ook ten volle te kunnen beleven. Het leven is een project geworden,

³¹ 'De Grenzeloze Generatie en de eeuwige jeugd van hun opvoeders', Spangenberg en Lampert, 2009.

³² Onder trends verstaan we ontwikkelingen die al enige tijd gaande zijn en waarvan het vermoeden bestaat dat zij in de (nabije) toekomst weinig aan kracht zullen inboeten. Dit in tegenstelling tot hypes, waarbij iets gedurende hele korte tijd bovenmatige (media)aandacht krijgt.

³³ Trends, dilemma's en beleid, SCP, 2000.

een opdracht om eruit te halen wat erin zit, met name door de ontplooiing van de eigen wensen, gevoelens en mogelijkheden.

Het beschrijven van trends geeft inzicht in sociologische en culturele ontwikkelingen, waarin symbolen, waarden en betekenissen een grote rol spelen. Omdat de 'jeugd van tegenwoordig' de volwassenen van straks zijn en jongeren in sterke mate trends initiëren, volgen en verder vormgeven, worden in dit advies enkele trends benoemd die in het bijzonder op jongeren van toepassing zijn.³⁴ Daarbij zijn de hierboven beschreven 5 i's vertaald naar de concrete betekenis die zij hebben voor de opgroeiende generatie. Achtereenvolgens komen aan de orde³⁵:

- De jeugd is gewend haar zin te krijgen. Onder meer door de gestegen welvaart en het vroeg volwassen (willen) zijn, eist de jeugd haar plaats op. Dit sluit aan bij de trends individualisering, informalisering en intensivering van Schnabel.
- De jeugd is visueel en digitaal georiënteerd. Dit sluit aan bij de trends internationalisering (internet, media, verre reizen), informatisering en intensivering.
- De jeugd is oplossingsgericht. Jongeren zijn minder in staat en bereid lang stil te staan bij de oorzaak van het probleem, maar gaan liever snel over naar het vinden van oplossingen. Er liggen hierbij met name raakvlakken met de trend intensivering ("Er is zoveel te doen en keus genoeg, dus actie!").
- De jeugd combineert snel. Door de informatisering, internationalisering en intensivering gebeurt er altijd wat en is er een overvloed aan prikkels. Daar kun je alleen mee omgaan door snel te kiezen en te combineren.
- De jeugd is dualistisch. Omdat er veel is en veel gebeurt, is het niet doenlijk of wenselijk alles te middelen of te wegen. Daarom kunnen verschillende opvattingen of oplossingen voor een probleem bij een individu naast elkaar bestaan met hun eigen waarde, zelfs als ze soms tegenstrijdige elementen in zich hebben. Hier is een relatie met de trends individualisering, informalisering en intensivering.

Hieronder worden deze trends onder jongeren toegelicht en vertaald naar een mogelijk effectieve beleidstrategie op het gebied van mobiliteit. Speciale aandacht gaat daarbij uit naar nieuwe vormen van communiceren en samenwerken. Een andere benadering in communicatie is essentieel, want de nieuwe generatie communiceert heel anders dan de huidige volwassenen. Doorgaan met uitsluitend

<?> Daarbij is zeker niet iedere genoemde trend ook op iedere jongere van vandaag van toepassing. We willen voorkomen stereotypen neer te zetten. In de literatuur worden ook andere trends genoemd en worden soortgelijke trends op een andere wijze geïnterpreteerd.

³⁵ Met name gebaseerd op Boschma en Groen, 2006 en Planken, M., 2009.

overheidscommunicatie op de manier zoals dat nu geschiedt, kan de kloof tussen overheid en burger in de toekomst (ernstig) vergroten.³⁶

De jeugd is gewend haar zin te krijgen

Veel jongeren vandaag de dag zijn in zeker opzicht 'verwend.' Dit geldt zowel in materieel opzicht als in de vorm van (te) veel aandacht. Ze zijn geboren in een decennium waarin de welvaart alleen maar is gestegen en de meeste jongeren hebben dus geen 'slechte tijden' gekend. In tijden van economische recessie blijven ze dan ook hetzelfde besteden. En de ouders van nu zijn eerder geneigd op zichzelf te bezuinigen dan dat ze hun kinderen iets moeten ontzeggen. Door de materiële welvaart is er ook erg veel keus. Jongeren gaan daardoor meer letten op kwaliteit, functionaliteit en belevingswaarde.

Voor veel jongeren is het zich uiten via Hyves, Youtube of Twitter een manier om hun leven kortstondig te mengen met dat van anderen. Zo zijn ze even de ster in hun eigen show en worden ze (kortstondig) serieus genomen. Ook worden jonge kinderen steeds vaker betrokken bij belangrijke beslissingen van hun ouders: er zijn zesjarigen die mee praten over de keuze van de gezinsauto. Opgegroeid in een wereld waarin ze in hun eigen opvoeding een volwaardige gesprekspartner zijn, hebben ze dan ook echt het gevoel centraal te staan. Vaak echter zijn ze daar in het geheel nog niet rijp voor. Eén van de gevolgen is wel dat ze zich belangrijk voelen en ze willen dan ook graag dat er dingen specifiek voor hen worden gedaan.

De consumptie van goederen en luxeartikelen is sterk gestegen. Jongeren houden zich sterk bezig met het uitdragen van de individuele identiteit via consumptie. In de hedendaagse cultuur identificeren en onderscheiden mensen zich minder via klasse, familie of afkomst. Er heeft, mede onder invloed van technologische ontwikkeling en mondialisering van economie en cultuur, een 'onttraditionalisering' van de leefwereld plaatsgevonden³⁷.

Vertaling naar toekomstige mobiliteitseisen

Bovenstaande trend vraagt steeds meer om een persoonlijke benadering ook in het verkeer en vervoer. Technische ontwikkelingen zoals internet en de mobiele

³⁶ Naar: 'Communicatieplein, communicatie met jongeren', Rijksvoorlichtingsdienst, Ministerie van Algemene Zaken, 2008.

³⁷ Lash, S, Beck, U. & Giddens, A. (1996) *Reflexive Modernization*, Cambridge: Polity Press 1994 (2nd printing); Lash, S. & Urry, J. (1998), *The End of Organized Capitalism*, Cambridge: Polity Books, (5th printing).

telefoonmarkt maken het mogelijk om reizigers actuele informatie aan te bieden die op maat is gesneden. Navigatiesystemen en reisinformatie via bijvoorbeeld 9292OV zijn voorbeelden van stappen in de goede richting. Uiteindelijk zal de reiziger van straks geïnformeerd worden over actuele gebeurtenissen op de route die hij (regelmatig) aflegt en zal hij suggesties ontvangen om het plezier tijdens de reis te vergroten op een manier die bij hem past en informatie ontvangen over alternatieve routes, indien noodzakelijk.

De voor- en nadelen van vervoerwijzen dienen inzichtelijk te zijn. Informatie zal minder dan nu voetstoots worden aangenomen, maar kritisch worden bekeken. Veel reizigers van de toekomst zullen willen samenwerken aan verbetering van diensten en producten. Iemand die gewend is zijn zin te krijgen, is het best tevreden te stellen door hem zelf mee te laten denken en praten. Co-creatie lijkt een geschikte manier om toegevoegde waarde te leveren in samenspel tussen producent en consument.

Het lijkt er op dat bij een gelijkblijvend of toenemend welvaartsniveau kosten minder geschikt worden als sturingselement. Dit zou kunnen betekenen dat prijsmaatregelen minder effect zullen hebben in de toekomst, al is het moeilijk om daar harde uitspraken over te doen. Zeker is dat 'beleving' en 'positieve ervaringen' steeds belangrijker worden. Ervaringen worden sneller gedeeld bijvoorbeeld via internet, met name met gelijkgestemden. Het is dan ook zaak om meer nog dan nu, het vervoer een positieve beleving mee te geven. Stimuleren van een vervoerwijze voor jongeren betekent ook reizigers aangenaam verrassen met leuke aanbiedingen of gadgets, die niet altijd gekoppeld hoeven te zijn aan het vervoer zelf. Doel is dat mensen er enthousiast over gaan praten met anderen en 'de buzz' op gang komt zowel in persoonlijke contacten als via digitale media.

De jeugd is visueel en digitaal georiënteerd

De opgroeiende generatie denkt, leert en consumeert visueel en digitaal. *"This is the first generation born with a mouse in their hands and a computer screen as their window on the world"*, schreef marketingexpert Martin Lindstrom in 2003. Beeldschermen en ICT spelen een grote rol in hun leven en de visuele prikkels zijn overal. Jongeren leren het best in een documentaire stijl: een aaneenschakeling van beelden en verhalen. Lesuren van vijftig minuten zijn te lang en te weinig visueel om de aandacht vast te houden of een boodschap effectief te communiceren. Zelf maken ze ook veel 'visuals' zoals hyvespagina's, persoonlijke profielen en video's voor Youtube.

De huidige jongeren worden daarom wel aangeduid als de digitale generatie³⁸. Vrijwel alle jongeren beschikken over e-mail, internet en een mobiele telefoon. Niet het *bezit* van de technologie onderscheidt hen van hun ouders, maar *hoe* ze die gebruiken. Jongeren richten zich vooral op communicatietoepassingen als MSN, Twitter, het downloaden van muziek en het spelen van games. Jongeren van dertien tot vijftien jaar gebruiken internet gemiddeld tien tot vijftien uur per week. Zoveel mogelijk namen in 'de persoonlijke contactenlijst' wordt gezien als een statussymbool. De vorige generatie (hun ouders) gebruikt internet meer functioneel met name om informatie op te zoeken.

Tegelijk met de toename van het gebruik van digitale media, neemt het meer traditionele lezen van boeken onder de nieuwe generatie iets af. Veel jongeren beschrijven lezen als saai. Aan de andere kant toont het succes van Harry Potter aan dat er nog genoeg animo voor is, mits de onderwerpen aansluiten bij een meer moderne, jonge en meer op sensatiegerichte smaak. Traditionele podiumkunsten (met uitzondering van musicals) en traditionele musea verliezen terrein onder jongeren.³⁹ Een mix van cultuur en uitgaan zoals 'museum- of filmnachten' sluit beter aan bij de belevingswereld van de jeugd. Zij willen er een beleving aan koppelen en een ontmoeting met gelijkgestemden.

Vertaling naar toekomstige mobiliteitseisen

Er is een verdere integratie van informatie- en communicatietechnologie (ICT) in alle geledingen van de maatschappij te verwachten. Dit uit zich zowel in de wijze waarop bedrijven zich organiseren, goederen produceren en distribueren, alsook in wijze waarop mensen zich organiseren en sociale contacten onderhouden. Enerzijds biedt ICT de mogelijkheid fysieke verplaatsingen te vervangen door virtuele reizen. Anderzijds kan gebruik van ICT er toe leiden dat transport en afstanden toenemen, doordat consumenten en bedrijven goederen en diensten bestellen van over de hele wereld. Tot nu toe lijkt de introductie van ICT-voorzieningen niet tot een demping van de mobiliteit te leiden. Een onderzoek van het Ruimtelijk Planbureau⁴⁰ toont aan dat de 'e-handel' in een toename van de mobiliteit resulteert, doordat bijvoorbeeld de online aankopen een substitutie van personenverplaatsingen naar goederenverplaatsingen veroorzaken. Ook doen jongeren via internet contacten op over de hele wereld en halen zij verre landen via de computer in huis. Indien

³⁸ Zie onder meer 'De Digitale Generatie. Een blik op de toekomst van de informatiesamenleving via de eerste generatie die is opgegroeid met ICT', het Rathenau Instituut en het Sociaal Cultureel Planbureau, 2005 en 'Jaarboek ICT & samenleving : de digitale generatie', Haan, J. de & C. van 't Hof (red.), 2006, Boom, Amsterdam.

³⁹ Dit stelt prof.dr. Jos de Haan in zijn oratie 'Van oude en nieuwe iconen' in 2007.

⁴⁰ Weltevreden J., (2007). *Winkelen in het internettijdperk*, Ruimtelijk Planbureau, Rapport, 200704044.

men het kan veroorloven, kan dit vroeg of laat leiden tot de wens hier zelf heen te gaan. Niettemin biedt ICT heel wat potentieel om mobiliteit en transport en logistiek in het bijzonder, efficiënter, veiliger en comfortabeler te laten verlopen.⁴¹ Ook kan – mits bedrijven en overheden hier serieus ruimte aan geven – bij de nieuwe generatie veel animo zijn voor thuiswerken via computer en mobiele telefoon.

De sterke focus op virtuele en digitale media zal er voor zorgen dat traditionele busboekjes nog meer terrein verliezen. Visuele compacte en actuele informatie is waar men behoefte aan heeft. Dit betekent onder andere een voorkeur voor pictogrammen in plaats van lange ingewikkelde teksten. Ook betekent het een verschuiving van analoge communicatie naar online communicatie.

Reizigers zullen in de toekomst ook steeds meer onderling communiceren. Dat betekent dat reisinformatie niet alleen van vervoerders hoeft te komen. De vervoerder zou bijvoorbeeld ook een netwerk kunnen aanbieden waarin reizigers elkaar verder helpen.

Daarnaast dienen reizigers hun eigen reiservaringen te kunnen vastleggen en deze te kunnen delen met anderen. Ook moeten zij persoonlijke databases kunnen opbouwen waar ze gemakkelijk uit kunnen putten: “Hier ben ik al eens geweest! Hoe zat dat ook al weer?” Met een paar drukken op de toetsen wordt de vorige ervaring opgeroepen en voorzien van eventuele actuele wijzigingen en nuttige of leuke tips van dat moment.

De jeugd is oplossingsgericht

In bepaalde segmenten van deze generatie is men zich bewust van wat er speelt en worden problemen in de wereld (zoals opwarming van de aarde) belangrijk gevonden. Deze mensen zijn veelal oplossingsgericht. Liever nadenken over hoe een probleem kan worden opgelost dan lange tijd navelstaren over hoe het zo ver heeft kunnen komen. Het grote succes van hulpacties als *Serious Request*⁴² geeft aan dat er onder delen van de jeugd wel degelijk aandacht is voor grote internationale problemen, mits het maar oplossingsgericht wordt ingezet en met sterke belevingscomponenten wordt verrijkt.

⁴¹ Gebaseerd op Mobiliteitsrapport van Vlaanderen, 2009, Secretariaat van de Mobiliteitsraad van Vlaanderen, Daan Schalck, Brussel.

⁴² *Serious Request* is een jaarlijks terugkerende actie van de Nederlandse radiozender 3FM waarbij geld wordt ingezameld voor projecten van het Rode Kruis.

Daarnaast bestaan er grote groepen jongeren die zich als buitenstaanders gedragen ten opzichte van de samenleving. Zij achten zich nergens aan gebonden, wantrouwen de overheid en medeburgers en zien geen perspectieven. Zij zijn primair gericht op het eigenbelang. Mondiale zaken of internationale problemen houden hen niet bezig⁴³

Vertaling naar toekomstige mobiliteitseisen

Voor de 'bewuste jeugd' is eerlijke en transparante communicatie – fouten snel toegeven en verbetering beloven – van belang. Daarbij horen positieve verhalen en oplossingsrichtingen (niet: “*het milieu gaat eraan*”, wel: “*Change? Yes, we can!*”). Er dient een focus te komen op actie en oplossingen. Overheden en vervoerders moeten zich uitspreken in plaats van zich verschuilen achter gecompliceerde redeneringen en bureaucratie. Abstracte verhalen en het blijven zoeken naar compromissen die aan iedereen een beetje tegemoet komen (polderen) slaan steeds minder aan. Sta ervoor en ga ervoor lijkt het devies van de pragmatici.

Echter, de 'buitenstaanders' worden zo niet bereikt. Zij veranderen hun gedrag sowieso nauwelijks voor het nut van het algemeen. Hier is een meer klassieke oplossing van het sociale dilemma op haar plaats: maak het collectieve belang congruent met het individuele belang. Indien keuzes voor het eigen belang ook de keuzes voor het collectief worden, bereikt de overheid haar doel. Dit vereist echter wel een overheid die keuzes durft te maken in het belang van het collectief en deze op individueel niveau stuurt via voor- en nadelen. Met andere woorden: maak het collectief gewenste gedrag veel aantrekkelijker (vaak goedkoper) dan het gedrag dat in eerste instantie vanuit individuele voordelen wordt gekozen. Om bijvoorbeeld het autogebruik in de spits – ondanks de files vaak toch een individuele keuze – af te remmen en alternatieven te bevorderen, kan onder meer het prijsmechanisme ingezet worden. De gevoeligheid voor het prijsmechanisme moet echter niet overschat worden. Met het oog op het stimuleren van een keuze voor openbaar vervoer dient prijsvoordeel daarom gepaard te gaan met optimale service, transparante reis- en prijsinformatie en extra's als internet in de trein.

De jeugd combineert snel

Jongeren weten niet meer dan vroeger, maar zijn wel slimmer in het gemakkelijk verkrijgen van informatie en het inzetten van hun eigen netwerk. Het ontwikkelen van een talent is voor deze generatie erg belangrijk, want het geeft ze status binnen hun eigen netwerk. Ook wordt beweerd dat de huidige jeugd goed is in

⁴³ 'De Grenzeloze Generatie en de eeuwige jeugd van hun opvoeders', Spangenberg en Lampert, 2009.

'multitasking' (veel dingen tegelijk doen).⁴⁴ Bovendien blijft de jeugd niet lang hangen bij één stijl, kenmerk of voorkeur: ze 'zapt' er op los. Dat moet ook wel, want de huidige jongerengeneratie gaat gebukt onder een overvloed aan prikkels, afkomstig van talloze actualiteitenprogramma's, opiniepeilingen, infotainment, games, I-pods en reality-tv. Deze informatie-overload leidt enerzijds tot de noodzaak om snel te kunnen selecteren en combineren en anderzijds bij een deel van de jeugd tot passiviteit en apathie ten opzichte van de samenleving. Voor die laatste groep is het simpelweg genoeg; zij trekt zich terug uit de samenleving en wordt buitenstaander. Ook vervagen de grenzen tussen nieuws en entertainment steeds meer, hetgeen ook niet bijdraagt aan een grotere betrokkenheid bij echte problemen.⁴⁵

Vertaling naar toekomstige mobiliteitseisen

Veel jongeren gaan anders om met autoriteit en verantwoordelijkheid. Het aantal 'gezagsgetrouwe' burgers neemt af. Het is daarom van belang om in overheidscommunicatie de burger niet belerend tegemoet te treden. Denk niet 'voor' de burger, maar 'met' de burger. Uit onderzoek uit 2008⁴⁶ naar de invoering van de kilometerprijs voor auto's blijkt al dat mensen het belangrijker vinden hoe bepaalde beslissingen tot stand komen dan wat de uiteindelijke uitkomsten zijn. Indien men het gevoel heeft dat men heeft kunnen meepraten en een inbreng heeft kunnen leveren, worden negatieve uitkomsten gemakkelijker geaccepteerd. Dit betekent dat de dialoog moet worden aangegaan. Tot nu toe treden vooral belangenorganisaties op als gesprekspartner; in de toekomst bieden de technologische ontwikkelingen (ICT) steeds meer mogelijkheden om rechtstreeks met de samenleving in discussie te gaan (eParticipatie).

De hier beschreven trend biedt nog een andere interessante mogelijkheid voor vernieuwing van het beleid. Netwerken worden steeds belangrijker. Consumenten staan niet meer alleen in het leven, gesteund door gezin en vaste vrienden. Er wordt in korte tijd gecommuniceerd met 'de hele wereld'. In combinatie met een sterke behoefte aan leuke ervaringen opdoen en meer ontzag voor 'coole' leeftijdgenoten dan voor hooggeleerde heren, vraagt dit om een andere benadering. (Jeugd)groeperingen kunnen bijvoorbeeld benaderd worden door mensen die

⁴⁴ Volgens sommige deskundigen berust dit echter op een misverstand. Zij stellen dat het – ogenschijnlijk – uitvoeren van meerdere taken tegelijk in feite betekent dat er dingen áchter elkaar worden gedaan. Het gevolg is dan dat taken óf oppervlakkig worden gedaan, óf dat er veel langer over wordt gedaan dan nodig. ⁴⁵ Vrij naar 'Boeiuh, het stille protest van de jeugd', Wijnberg, R., 2007.

⁴⁶ 'Geen geruisloze Invoering. De mening van gebruikers over Anders Betalen voor Mobiliteit', Tertoolen, G. en Moret, M., Verkeer in Beeld, nr 1, 2009.

intrinsiek gemotiveerd zijn, deel uitmaken van een netwerk en daardoor vertrouwd worden. Dit kan in de toekomst wel eens veel effectiever blijken dan massamedia-campagnes. Met andere woorden: maak gebruik van 'ambassadeurs' van je boodschap. Doe dit niet via mensen die betaald (lijken te) worden voor het brengen van hun boodschap, maar via oprecht enthousiaste vertegenwoordigers ('gewone mensen').⁴⁷

Eenzijds lijkt het verstandig om de grens tussen serieuze informatie en entertainment te bewaken. Door deze zaken sterk te mengen ontstaat het risico dat zaken die het wel verdienen, niet meer serieus worden genomen. Anderzijds biedt de combinatie van informatie en entertainment wel de mogelijkheid om serieuze zaken onder de aandacht te brengen en belevingswaarde mee te geven. Het is op dit punt dus zoeken naar het juiste evenwicht. Ook kunnen wachttijden op overstappunten subjectief sterk worden verkort door het aanbieden van 'infotainment.' Dit is een combinatie van nuttige informatie, bijvoorbeeld high-lights van het laatste nieuws of reisinformatie, afgewisseld met luchtige items uit bijvoorbeeld de showbizz op grote schermen.⁴⁸

5. De jeugd is dualistisch

Eén stijl is voor jongeren niet genoeg; dat accentueert maar één kant van je persoonlijkheid. Extremiteiten kunnen worden gecombineerd, zelfs al zijn de combinaties onlogisch of in schijnbaar conflict. Merkkleding van Gucci wordt gecombineerd met kleding van Zeeman. Men kan geloven in 'echte liefde' maar ook in 'vrije seks'. Deze generatie leeft 'global', maar hangt erg aan zijn eigen gemeenschap. Evenals op internet bestaan er in het dagelijkse leven verschillende 'threads' ('draadjes') die parallel lopen. Mogelijk houdt dit ook verband met de grote welvaart waarin de jongeren zijn opgevoed: het is niet 'of-of', maar 'en-en'.

Vertaling naar toekomstige mobiliteitseisen

Concurrentie tussen bedrijven, producten en diensten vindt niet (meer) alleen plaats op basis van prijs en kwaliteit. In de toekomst worden producten nog meer dan nu gekozen op basis van design, sfeer, merknaam of op het gevoel dat ze oproepen. Kortom: op de belevingswaarde. Hogere belevingswaarde resulteert vaker in enthousiasme en dat resulteert weer in frequenter gebruik. Het dualisme biedt ruimte om enthousiasme over auto, fiets en openbaar vervoer te verenigen

⁴⁷ 'De Superpromoter', Rijn Vogelaar, 2009.

⁴⁸ 'Waiting is becoming fun! The influence of advertising and infotainment on the waiting experience', M van Hagen, J Kramer, M Galetzka, A T H Pruyn, paper presented at the European Transport Conference 2009, Noordwijkerhout.

in één persoon. Daartoe dient het beleid optimaal geënt te worden op het naast elkaar laten bestaan van voorkeuren, afhankelijk van plaats, tijd en omstandigheden. Dat betekent ook dat het voor sommige locaties, bijvoorbeeld in de stad, veel aantrekkelijker moet zijn om zich per fiets en openbaar vervoer te verplaatsen dan met de auto.⁴⁹ Het hebben van variabele reispatronen met verschillende vervoerwijzen zou op den duur meer status moeten genieten dan uniformiteit ('altijd maar weer die auto'). Het bevorderen van het 'nieuwe reizen' betekent vooroordelen wegnemen en het overstappen van vervoerwijze gemakkelijk maken en vooral ook leuk. Informatie van de overheid dient ook uit te stralen dat er serieuze keuzes mogelijk zijn en dat voor- en nadelen verschillen, afhankelijk van de omstandigheden en plaatsen. Dit in plaats van het ogenschijnlijk op willekeurige trajecten en tijden opvoeren van het openbaar vervoer als alternatief van de auto. Daar prikken mensen nu al doorheen en dit draagt niet bij aan het serieus nemen van alternatieven voor de auto op de momenten dat deze werkelijk meerwaarde hebben.

Gebruikerswaarde en belevingswaarde gaan hand in hand. Ook dat is een vorm van dualisme. De openbare ruimte, bijvoorbeeld het station, moet functioneel, veilig én mooi zijn. En dan niet volgens de maatstaf van deskundigen, maar volgens de maatstaf van de gebruiker.⁵⁰ Vreemde, maar functionele combinaties tussen merken, diensten en producten hoeven niet te worden uitgesloten. Dit vereist een overheid die wel de regie houdt, maar open staat voor meer complexe samenwerkingsverbanden en oplossingsrichtingen. Automatisch houdt dit ook in dat bepaalde taken moeten worden losgelaten. Samenwerken betekent immers open staan voor andere ideeën zonder altijd via polderen uit te komen op een grijs gemiddelde. Initiatieven als 'Nederland Bereikbaar' (een samenwerkingsverband tussen de NS, de Rabobank en de ANWB) kunnen als voorbeeld worden gezien. Nederland Bereikbaar organiseert activiteiten en vervoermanagement en is de spreekbuis naar de consument/werknemer. De overheid faciliteert, maar treedt niet op als organisator of afzender.

⁴⁹ Gebaseerd op 'Van flirt naar vervoering, uitvoeringsstrategie voor een bereikbare Haagse binnenstad', XTNT, 2008.

⁵⁰ Een interessante opstap naar deze denk- en handelwijze is 'Het station van de Toekomst', een initiatief van ProRail. Op een website kunnen geïnteresseerden meedenken over hoe het ideale station er uitziet. Ideeën die aan bepaalde voorwaarden voldoen worden ook toegepast.

3.4 Concluderend: sterke sturing en eigen inbreng

Uitgangspunt van dit hoofdstuk was dat *dé jongere* niet bestaat. Er zijn veel subgroepen, stijlen en houdingen die elkaar beïnvloeden. Muziek, TV-programma's, kleding, haardracht, voorbeelden (modellen) en gadgets bepalen de identiteit. Media en marketing hebben grote invloed. Hypes en rages wisselen elkaar af. Daardoor lijken veel dingen belangrijker dan ze zijn. Dit maakt het ook moeilijk om vast te stellen wat deze generatie nu echt typeert. Bovendien is de invloed van de nieuwe generatie op de huidige samenleving nog relatief klein. Deze generatie is simpelweg nog te jong om veel invloed te kunnen uitoefenen. Toch gunt hun houding ons een blik in de toekomst. Welke waarden de komende jaren belangrijk zullen gaan worden, is voor een deel aan het gedrag van de jongeren van nu al af te leiden.⁵¹

Er is een groeiende groep jongeren die zich laat karakteriseren als pragmatisch, zelfredzaam en assertief. Deze groep belichaamt de 'grenzeloosheid.' Grenzen verleggen en 'the sky is the limit' zijn voor hen belangrijke drijfveren. Ze plukken de vruchten van de globalisering, zijn reislustig en informatievaardig en weten hoe ze zich moeten 'opwerken'. Negatieve aspecten van deze groep zijn narcisme, uiterlijke gerichtheid en acceptatie van geweld. Zij geloven in het recht van de sterkste. Indien deze mentaliteit zich kan blijven ontwikkelen, kan dit ook nadelige consequenties hebben voor de verkeersveiligheid. Competitief gedrag in combinatie met zelfoverschatting en de mentaliteit dat je nooit over je heen moet laten lopen, kan de verkeersveiligheid ernstig in gevaar brengen. Voor deze groep is het bieden van een heldere structuur en straffen bij overtreding van groot belang. Het bieden van zinvolle structuur en overzicht aan deze groep is de uitdaging van deze tijd voor opvoeders, onderwijzers, ontwerpers, elites en bestuurders.

Daarnaast is er een bijna even grote groep jongeren die zich laat karakteriseren als buitenstaander. Deze groep heeft minder respect voor mensen op hoge posities, is minder betrokken bij politiek en milieu, minder informatievaardig en heeft een sterke behoefte aan orde en regelmaat. Deze groep vertoont impulsief koopgedrag en doet minder aan beweging, dus ook aan fietsen. Ook hecht deze groep veel minder aan regels voor omgangsvormen. Deze groep heeft ook behoefte aan duiding, leiding, regelmaat en orde. Voor (verkeers)regels geldt voor deze groep: maak er niet te veel, want dat pakt contraproductief uit. Houd regels bovendien simpel en begrijpelijk.

⁵¹ 'Trenddossier Generaties', Trendslator, 2008.

Voor beide groeiende groepen jongeren geldt dat regels en sturing belangrijk zijn. Deze volwassenen van straks zijn op zichzelf gericht en uit op gemak en plezier. Effectief (verkeers- en vervoer)beleid dient hier optimaal op in te spelen. Maar ruimte geven kan alleen, als ook de grenzen duidelijk zijn. In het volgende hoofdstuk bezien wij de leefstijlen van de gehele Nederlandse bevolking en maken op basis hiervan een doorkijk naar het mobiliteitsbeleid van straks. De balans tussen noodzakelijke sturing van de overheid en tegelijk ruimte bieden waarbinnen burgers individuele keuzes kunnen maken, komt daar terug.

Conclusies voor de nieuwe generatie

Voor de nieuwe generatie is communicatie heel belangrijk en dankzij digitale media staat zij in verbinding met vrijwel iedereen. Sociale netwerken zijn een bron van status naast materiële zaken. Gemak, snelheid en flexibiliteit worden steeds belangrijker. De nieuwe generatie is zelfstandig en vaak individualistisch en pragmatisch ingesteld. Zij hecht eraan haar tijd zoveel mogelijk op een prettige en nuttige manier te besteden en heeft het niet voorzien op gezag en autoriteit. Ook is er een groep die afstand neemt van (mondiale) maatschappelijke ontwikkelingen.

Om aansluiting te vinden bij deze groepen moeten openbaar vervoer en fiets zich zo ontwikkelen dat aan die behoeften worden voldaan en dat het imago van deze vervoerwijzen navenant verbetert. Daarbij dient met name geïnvesteerd te worden in (onderlinge) communicatie, gemak en een eigen identiteit.

Burgerschapstijlen en sociale milieus toegelicht

In hoofdstuk 3 is gesproken over vier verschillende burgerschapstijlen, die de houding weergeven ten opzichte van overheid en politiek. Deze burgerschapstijlen zijn ontwikkeld door Motivaction in samenwerking met de Commissie Toekomst Overheidscommunicatie en de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. In het volgende hoofdstuk worden leefstijlen besproken aan de hand van acht sociale milieus, waarvan de burgerschapstijlen zijn afgeleid. In bijlage 2 zijn de acht sociale milieus en de daarmee verbonden mobiliteitsvoorkeuren beschreven. De samenhang tussen de vier burgerschapstijlen uit dit hoofdstuk en de acht sociale milieus uit hoofdstuk 4 is als volgt:

Burgerschapstijl (hoofdstuk 3)	Sociale milieus (hoofdstuk 4)
Plichtsgetrouwen	Traditionele burgerij
Buitenstaanders	Moderne burgerij + gemakgeoriënteerden
Pragmatici	Opwaarts mobilen + postmoderne hedonisten
Verantwoordelijken	Nieuwe conservatieven + kosmopolieten + postmaterialisten



4 Leefstijlen en mobiliteit

Waar demografische kenmerken een beeld van de bevolking van een land (omvang en samenstelling) geven, geeft een benadering in leefstijlen inzicht in de motiva-ties, behoeften, attitudes, normen en waarden van mensen. Met andere woorden: demografische kenmerken helpen bepalen hoeveel mensen er van een bepaalde leeftijd of achtergrond over tien tot twintig jaar zullen zijn, leefstijlen geven inzicht in hoe mensen zich over tien tot twintig jaar willen verplaatsen of hoe zij hun vrije tijd wensen door te brengen. Deze invalshoeken kunnen elkaar dus aanvullen. In dit advies gaan we op zoek naar de meerwaarde van een leefstijlbenadering als aanvulling op een demografische benadering om inzicht te krijgen in toekomstige mobiliteitspatronen en de mogelijkheden om daar via het beleid op in te spelen. Waar in de eerdere hoofdstukken demografische ontwikkelingen centraal stonden, wordt in dit hoofdstuk een kijkje genomen in ontwikkelingen op het gebied van leefstijlen en het belang hiervan voor onze toekomstige mobiliteit.

In dit hoofdstuk wordt eerst de toepassing van het leefstijlenbegrip in het algemeen toegelicht. Daarna volgt een beschrijving van de indeling in sociale milieus en typerend vervoersgedrag op basis van het Mentality™⁵² model. Die indeling is voor dit advies gebruikt als voorbeeld voor de toepassing van leefstijlen op het mobiliteitsvraagstuk. Vervolgens wordt ingegaan op de verwachte ontwikkeling in de toekomst van deze sociale milieus en hun vervoersgedrag. Tenslotte wordt aangegeven hoe het mobiliteitsbeleid rekening zou kunnen houden met deze ontwikkelingen.⁵³

4.1 Wat zijn leefstijlen en wat voegen ze toe?

Leefstijlen zijn kenmerkende gedragspatronen waarmee mensen laten zien wie zij zijn, tot welke groep zij behoren of willen behoren. Leefstijlen zijn gebaseerd op het verlangen ergens bij te horen (status, inclusief culturele status), maar ook op waardenoriëntaties ('postmaterialisme'). Door de consumptie van specifieke producten of door specifieke handelingen presenteren mensen zich in het dage-

⁵² Het Mentality™-model is ontwikkeld door Motivation.

⁵³ De conclusies die in dit hoofdstuk worden gepresenteerd over mobiliteitsgedrag in de toekomst zijn bereikt met behulp van een specifiek leefstijlenmodel en onder bepaalde aannamen over toekomstige ontwikkelingen. Of toepassing van andere modellen en andere scenario's tot vergelijkbare conclusies zou leiden is in het kader van dit advies niet onderzocht. De Raad acht de uitkomsten echter wel degelijk plausibel en relevant voor toekomstige beleidsontwikkeling.

lijkse sociale verkeer. Leden van een zelfde sociale groep hebben overeenkomstige smaken, normen en overtuigingen. Door leefstijlen als uitgangspunt te nemen wordt het mogelijk andere groepen mensen te onderscheiden dan wanneer uitsluitend gekeken wordt naar bijvoorbeeld leeftijd en geslacht.

Door stijgende welvaart, een toenemende individualisering en een afnemende sociale controle (zie vorig hoofdstuk) kan het individuele gedrag van mensen niet langer op een relatief eenvoudige manier onderzocht worden. Mensen hebben immers meer keuzevrijheid wat betreft wonen en mobiliteit. Gevolg is dat mensen met dezelfde sociaaleconomische achtergrond niet langer geneigd zijn gelijke keuzes te maken. Daarom kunnen doelstellingen van het beleid pas gerealiseerd worden, als er meer aandacht wordt besteed aan subjectieve factoren als leefstijlen.⁵⁴

Ontwikkelingen in de benadering van leefstijlen

Van een symbolische, stilistische en communicatieve dimensie van waarneembaar sociaal gedrag ontwikkelt het begrip leefstijl zich steeds meer naar iets dat in verband gebracht wordt met waarden- en normenpatronen en culturele oriëntaties. Wetenschappers merken op dat binnen sociaaleconomisch homogene bevolkingsgroepen toch verschillen bestaan.⁵⁵ Tegenwoordig laten mensen met precies dezelfde demografische kenmerken een keur aan leefstijlen, waarden, normen, opvattingen en keuzes zien. Mede hierdoor heeft het begrip 'leefstijl' zich van een academisch begrip ontwikkeld tot een instrument om gedrag te voorspellen en te beïnvloeden.⁵⁶ Een benadering vanuit leefstijlen wordt als gevolg hiervan tegenwoordig breder toegepast dan – zoals vroeger – voornamelijk vanuit marketingperspectief. Het besef is doorgedrongen dat personen met dezelfde sociaaleconomische achtergrond zich ook op een heel verschillende manier kunnen verplaatsen. Bij het oplossen van mobiliteitsvraagstukken doen leefstijlen dan ook aarzelend hun intrede.⁵⁷ Als we beter begrijpen hoe verkeersdeelnemers in het leven staan, kunnen we mobiliteit ook beter organiseren en wellicht beïnvloeden.

⁵⁴ 'Leefstijlen en impact naar wonen en mobiliteit, G. Allaert, A. Pisman, V. van Acker en F. Witlox, 2008, In: Allaert, G. en Witlox, F. (eds), *Duurzame Mobiliteit Vlaanderen, de Leefbare Stad*, Gent.

⁵⁵ 'Land use and transport: Research and policy challenges', Van Wee, G.P., 2002, *Journal of Transport Geography*. 10: 259-271 en 'Examining the impacts of residential self-selection on travel behaviour: A focus on methodologies', Mokhtarian, P.L., Cao, X.Y., 2008. *Transportation Research B*. 42: 204-228.

⁵⁶ 'Wat zijn leefstijlen?', ONOR, Jaargang 2, Nummer 3, september 2004.

⁵⁷ Zie onder meer: 'Mensen over de weg', maart 2005, Rijkswaterstaat; 'Leefstijlen en impact naar wonen en mobiliteit', G. Allaert, A. Pisman, V. van Acker en F. Witlox, 2008, In: Allaert, G. en Witlox, F. (eds), *Duurzame Mobiliteit Vlaanderen, de Leefbare Stad*, Gent; Anders kijken naar bereikbaarheid, 2009, CROW, Ede.

Kanttekeningen en kansen van een leefstijlbenadering voor mobiliteit

Het is echter moeilijk om één definitie van het begrip leefstijl te geven. Zo worden er leefstijlindelingen gemaakt op basis van concrete gedragingen van mensen, maar ook op basis van dieper liggende waarden en motieven achter dat gedrag. Een ander lastig aspect is dat moeilijk is in te schatten, in hoeverre leefstijlen veranderen in de loop van de tijd, al geldt dit voor iedere manier waarop geprobeerd wordt toekomstig gedrag inzichtelijk te maken.⁵⁸

Ook hebben middellangetermijngedragingen (voornamelijk keuze woon- of werklocatie) invloed op verplaatsingsgedrag: modale keuze, verplaatsingsafstanden en activiteitenpatronen. Deze veranderen onder meer na het verhuizen naar een nieuwe woon- of werklocatie. Leefstijlen verwijzen naar iemands oriëntatie tegenover algemene thema's zoals vrijetijdsbesteding en de afweging gezin versus werk. Dergelijke algemene overwegingen beïnvloeden op hun beurt beslissingen zoals woonplaatskeuze en dagelijkse activiteitenpatronen. Verplaatsingsgedrag wordt dus zowel direct als indirect door leefstijlen beïnvloed.⁵⁹

Tegelijk biedt een aanpak op basis van leefstijlen nieuwe kansen. In het advies Demografie en Leefstijlen van de RMNO⁶⁰ wordt de conclusie getrokken dat meer aandacht schenken aan de sociaalculturele aspecten (via onder meer leefstijlen) in het VROM-beleid een verrijking van inzichten kan opleveren. De Raad komt in dit advies tot dezelfde conclusie ten aanzien van het mobiliteitsbeleid.

Acht sociale milieus als basis voor toekomstig mobiliteitsgedrag

Bij het bepalen van de meerwaarde van leefstijlen om toekomstig mobiliteitsgedrag in te schatten, is gebruik gemaakt van een onderzoek dat adviesbureau Motivaction heeft uitgevoerd. Daarin is met behulp van een sociaalculturele segmentatie van de Nederlandse bevolking een inschatting gemaakt van toekomstig mobiliteitsgedrag. Mobiliteitsgedrag is breed gedefinieerd: het gaat niet alleen om de verplaatsingen zelf, maar juist ook om de motieven die daarbij een rol spelen en mentale aspecten als status en keuzevrijheid. Het sociaalwetenschappelijke mentality-onderzoek⁶¹ is een waarden- en leefstijlonderzoek dat uitgaat van een onderverdeling van de maatschappij in traditionele waarden (Behouden), moderne waarden (Bezitten, Verwennen) en postmoderne waarden (Ontplooien, Beleven). De Nederlandse samenleving bestaat in dit model uit een

⁵⁸ 'Wat zijn leefstijlen?', ONOR, Jaargang 2, Nummer 3, september 2004.

⁵⁹ Vrij naar: 'Leefstijlen en impact naar wonen en mobiliteit', G. Allaert, A. Pisman, V. van Acker en F. Witlox, 2008, In: Allaert, G. en Witlox, F. (eds), Duurzame Mobiliteit Vlaanderen, de Leefbare Stad, Gent.

⁶⁰ 'Advies Demografie en Leefstijlen over Migratie, Segregatie en Leefstijlen', RMNO, 2004.

⁶¹ Het Mentality™-model is ontwikkeld door Motivaction.

achtmaal consistente sociale milieus met overeenkomstige basiswaarden, oriëntaties en esthetische identiteit. Deze sociale milieus zijn niet gedefinieerd op basis van sociale klassen of sociaaleconomische variabelen, maar op basis van persoonlijke opvattingen en waarden. Elk milieu kent een eigen leefstijl en leefpatroon. De waardepatronen van elk sociaal milieu komen tot uiting in concreet gedrag. Een nadere beschrijving van deze milieus (waaronder hun omvang, hun samenstelling, regionale spreiding en mobiliteitsgedrag) staat beschreven in bijlage 2. De methode van onderzoek is verantwoord in bijlage 3.

Acht sociale milieus

In het MentalityTM-model worden voor Nederland acht sociale milieus onderscheiden:

De traditionele burgerij: de moralistische, plichtsgetrouwe en op de statusquo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities en materiële bezittingen.

De gemaksgewoonten: de impulsieve en passieve consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven.

De moderne burgerij: de conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten.

De nieuwe conservatieven: de liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die alle ruimte wil geven aan technologische ontwikkeling, maar zich verzet tegen sociale en culturele vernieuwing.

De kosmopolieten: de open en kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als maatschappelijk succes, materialisme en genieten.

De opwaarts mobielen: de carrièregerichte individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning.

De post-materialisten: de maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.

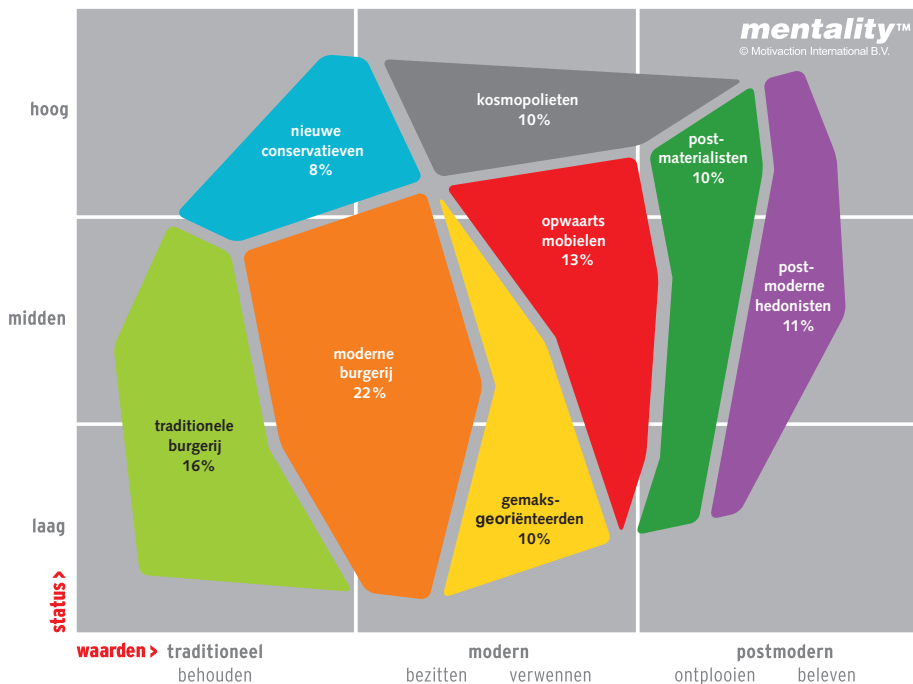
De postmoderne hedonisten: de pioniers van de beleveniscultuur, waarin experimenteren en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.

In figuur 5 zijn de verschillende sociale milieus met hun eigen karakteristieke waardeprofielen geïllustreerd aan de hand van hun sociaaleconomische status (de verticale as) en drie waardenoriëntaties (horizontale as). Van links naar rechts in de figuur neemt de mate van veranderingsgezindheid toe:

- Links in het model zijn de milieus terug te vinden met een behoudende instelling (traditionele burgerij, nieuwe conservatieven, deel moderne burgerij). Deze

milieus hechten aan hiërarchie in de samenleving, aan het collectieve en zijn overwegend conservatief ingesteld.

- In het midden de milieus met een meer 'moderne' instelling (moderne burgerij, gemaksgoerienteerden, opwaarts mobilen, deel kosmopolieten). Zij zijn meer materieel ingesteld, zijn consumptiegericht en hebben traditionele leefpatronen deels achter zich gelaten. Kenmerkende waarden zijn 'bezitten' en 'verwennen';.
- Rechts in het model zijn de meer 'postmoderne' milieus terug te vinden (deel kosmopolieten, postmaterialisten en postmoderne hedonisten), waarin individuele ontplooiing en beleving een belangrijke rol spelen. De leefwereld van deze milieus staat mijlen ver af van die van de behoudende 'traditionele burgerij'.



Figuur 5 – Maturity-model: acht sociale milieus verdeeld naar waarden en status

Bron: Motivaction International

4.2 Mobiliteitsgedrag van de milieus in de toekomst

Het onderzoek van Motivaction leidt tot de prognose dat tot 2040 de opwaarts mobiele en de gemaksgereïenteerden sterk in aantal toenemen en de traditionele burgerij sterk afneemt.

De overige groepen blijven ongeveer gelijk in omvang. Gezien deze ontwikkelingen van de milieus is te verwachten dat de Nederlandse bevolking steeds hedonistischer, pragmatischer, assertiever en zelfgerichter zal worden. Men zal meer gericht zijn op het eigen persoonlijke leven, op het hier en nu en op het opdoen van nieuwe ervaringen. Waarden als volgzzaamheid, gehoorzaamheid, solidariteit, reflectie en maatschappelijke betrokkenheid zullen minder vanzelfsprekend worden. Ook is een toenemende oriëntatie op nieuwe technologie en media- en beeldcultuur te voorzien.

Voorspellingen van mobiliteitsgedrag op basis van deze leefstijlbenadering

Met betrekking tot mobiliteit in het bijzonder zijn de onderstaande ontwikkelingen te verwachten.

1. De auto zal niet inboeten als statussymbool

In 2040 zullen meer Nederlanders de auto zien als meer dan alleen een vervoermiddel. De emotionele band met de auto neemt toe. De milieus die groter worden (met name opwaarts mobiele en in minder mate de gemaksgereïenteerden) zien de auto vaker als statussymbool, terwijl de milieus die een meer instrumentele of functionele relatie met de auto hebben (met name traditionele burgerij en in mindere mate postmaterialisten) kleiner worden.

Dat de status van de auto groeiende is, wordt ondersteund door een studie van Verkeer en Waterstaat uit 2009⁶². Daaruit blijkt dat de laatste jaren de aandacht voor statuselementen in autoreclames toeneemt. Het belangrijkste statuselement van de auto is de waarde; een dure auto geeft meer status dan een goedkopere. De aandacht richt zich met name op bepaalde merken, soorten of categorieën auto's, waaraan status wordt ontleend. Daarbij geldt vooral: status staat gelijk aan groot, mooi, krachtig en sexy of aan schaars: zeldzame modellen die alleen voor een toplaag in de samenleving betaalbaar zijn of hele bijzondere oldtimers. Statussymbolen kunnen echter veranderen. Zo was een Mercedes vroeger echt een

⁶² 'Gelukkig onderweg: de auto als bron van status en reisplezier', Van der Werff, E. van der, Harms, L. & Berveling, J., CVS, 2007.

auto om te laten zien dat je rijk was; tegenwoordig rijdt de gemiddelde taxichauffeur in een dergelijke wagen. De kans dat dit met een Bentley dezelfde kant op gaat, is groot.⁶³ Veel moeilijker is het om de statuswaarde van producten bewust te sturen. Soms lukt dat en leidt het tot kort of langer durende 'hypes'. Feit hierbij is dat consumenten steeds mondiger, handiger en eigenwijzer worden en dat zij behalve voor een goede prijs/kwaliteit verhouding steeds vaker kiezen voor de beleving die iets oproept. Waar overheden veelal het accent leggen op prijs/kwaliteitverhoudingen, verschuift het accent voor de consument steeds meer naar emotie, beleving en gemak.⁶⁴ Kansen voor duurzaam beleid zijn er, als bijvoorbeeld het bezitten van een 'hybride voertuig' of energiezuinige auto meer status krijgt. Of als een gevarieerd reispatroon (met verschillende vervoerwijzen) meer status krijgt dan op gewoonte gebaseerde uniforme patronen. Echter, dat gebeurt niet alleen door subsidies en rationele boodschappen. Aanvullend zal veel aandacht besteed moeten worden aan de positionering van dergelijke producten en reispatronen in de markt. 'Marketing op basis van innovatie en toegevoegde waarde' zal consumenten daadwerkelijk moeten overtuigen en naast een financieel voordeel zal ook een positief gevoel moeten ontstaan. Het is de vraag of overheden hier altijd als afzender moeten fungeren.⁶⁵

2. In 2040 gebruiken meer mensen een auto (ook privé) en wordt de auto meer gebruikt

We weten dat de milieus die nu soms bewust de auto laten staan (postmaterialisten en traditionele burgers) kleiner worden. De milieus die minder bewust omgaan met mobiliteit en meer voor gemak kiezen (opwaarts mobilen en gemaksgoerienteerden) worden juist groter. Dat het autoverkeer blijft toenemen, komt overeen met bevindingen van het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM)⁶⁶. Wellicht zullen maatregelen als Anders Betalen voor Mobiliteit (Kilometerheffing) enige invloed uit gaan oefenen op de tijden en plaatsen van autogebruik. Uit het door de Raad geïnitieerde onderzoek is dat lastig op te maken, aangezien één van de meest prijsgevoelige milieus (traditionele burgerij) in dit onderzoek sterk zal afnemen en een ander prijsgevoelig milieu (gemaksgoerienteerden) juist sterk zal groeien. Welke van deze effecten netto groter is, laat zich op basis hiervan niet voorspellen. Het andere, in de toekomst in omvang toenemende milieu (opwaarts mobilen) vindt kosten bij autogebruik overigens significant minder belangrijk.

⁶³ Vrij naar 'Arme Rijken', Schlikker, R., Revu, november 2008.

⁶⁴ Zie onder meer 'De emotiemarkt, de toekomst van de belevingseconomie', S. Piët, 2003, Speakers Academy, Rotterdam.

⁶⁵ 'There is no bus like showbus', G. Tertoolen & J. van Uum, CVS, 2003.

⁶⁶ 'Verkenning autoverkeer 2012', Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2008.

3. Fiets wordt minder populair

De milieus die groter worden, fietsen over het algemeen minder. De sociale milieus postmaterialisten en traditionele burgers die meer fietsgericht zijn, worden drastisch kleiner in de toekomst. Beide milieus zien fietsen als een aantrekkelijke vrijetijdsbesteding en fietsen privé vaak. Postmaterialisten fietsen daarnaast ook vaak om naar hun werk te gaan. Beide krimpende milieus vinden gezondheid en lichaamsbeweging belangrijk.

Een ontwikkeling die dit tijds iets kan keren is de elektrische fiets. Momenteel wordt de elektrische fiets vooral door ouderen en forensen gebruikt om vaker en verder te fietsen. Hoewel het effect op de files nihil is, kan de elektrische fiets een positieve bijdrage leveren als het gaat om stedelijke mobiliteitsproblemen, gezondheid en milieu. Een deel van de gemaksgeoriënteerden kan voor de korte afstand wellicht verleid worden de elektrische fiets te gebruiken. Het is dan wel van belang dat de elektrische fiets een imagoverbetering ondergaat. Het dient niet geassocieerd te worden met fysieke/conditionele beperking of luiheid.

Ook is het noodzakelijk het fietsgebruik onder de aandacht te blijven brengen en het ook te blijven stimuleren. Daarbij is de brief van de staatssecretaris van Verkeer en Waterstaat (september 2009) aan de Tweede Kamer om het fietsgebruik prioriteit te geven in de landelijke politiek een goede eerste stap.

4. Er zal meer gereisd worden met motief 'uitgaan' en minder voor cultuurbezoek

Uitgaan lijkt in de toekomst een steeds belangrijkere reden te worden om te reizen. De sociale milieus die groeien, zijn het meest gericht op uitgaan. Uiteraard is aannemelijk dat als mensen ouder worden, hun gedrag op dit punt zal veranderen. Toch is uitgaan een typisch kenmerk van de huidige jongere generaties en valt te verwachten dat zij ook op oudere leeftijd meer uitgaansgedrag zullen vertonen dan de ouderen van nu.

Kunst- en cultuurbezoek zal minder vaak een motief zijn om te reizen. Voor de postmaterialisten die in aantal af zullen nemen in de toekomst, is dit het vaakst een reismotief. Voor de opwaarts mobielen en de gemaksgeoriënteerden die in aantal toenemen, juist minder vaak. Ook hier kan het gedrag bij het ouder worden natuurlijk veranderen, maar de Raad verwacht dat het netto resultaat toch negatief zal zijn. Toneel, klassieke muziek of musea hebben nauwelijks een plaats in de beleevingswereld van de jongeren van nu. Onderzoek toont aan dat mensen die

op jongere leeftijd niet in contact zijn gebracht met cultuurbezoek, hier op latere leeftijd nauwelijks nog belangstelling voor ontwikkelen.⁶⁷ Cultuurbezoek lijkt deels ingewisseld voor vrijetijdsindustrie met een almaar uitdijend aanbod aan populaire proposities (bioscoop, sport, popmuziek e.d.). Combinaties van cultuur en uitgaan, zoals de Museumnacht of de Uitmarkt trekken daarentegen veel bezoekers uit alle leeftijdsgroepen.

Voor het verkeers- en vervoerbeleid betekent dit dat er meer aandacht dient uit te gaan naar nachttreinen en -bussen, hogere frequenties in de avonduren in uitgaansgebieden en strenge controles op alcohol- en drugsgebruik in combinatie met autorijden.

5. Mobiliteit wordt steeds meer een 'uitdaging'

Onder 'mobiliteit als 'uitdaging' wordt hier verstaan de houding er een uitdaging in te zien zo snel mogelijk aan te komen op de plek van bestemming, liefst ook sneller dan anderen. De milieus die het sterkst groeien (met name de opwaarts mobiele), zijn daar sterk op gericht in tegenstelling tot de milieus die krimpen. De krimpende milieus kiezen relatief vaak voor een leuke in plaats van een snelle route.

Korte reistijd, soepele aansluitingen en transparante informatie, zodat men niet lang hoeft te zoeken, zullen dus in het openbaar vervoer alleen maar aan belang winnen. Wellicht zijn er ook competitieve elementen in te bouwen in het reizen met het openbaar vervoer; bijvoorbeeld wie het binnen een bepaalde tijd lukt zijn bestemming te bereiken, krijgt een kleine attentie. De OV-chipcard helpt wellicht zoiets vorm te geven.

6. Minder mensen zullen het aantrekkelijk vinden om samen te reizen.

Het samen met anderen reizen zal steeds minder aantrekkelijk worden gevonden. Ongeacht of je de auto neemt of de trein zal de motivatie om samen te zijn tijdens het reizen afnemen. Het milieu dat het sterkst groeit in de komende decennia, de opwaarts mobiele, reist liever alleen. Zo kunnen ze snel en flexibel zijn. Voor openbaar vervoer en carpoolen lijkt dit geen gunstige ontwikkeling. Mensen maken ook steeds vaker deel uit van tijdelijke (vaak digitale) communities waar kortstondig interesses worden gedeeld. Heeft men zich losgemaakt uit een dergelijke community, dan domineert het individualisme. De jongeren van nu zijn minder sociaal ingesteld dan de ouderen van nu, omdat ze in een meer individualistische samenleving zijn opgegroeid (zie hoofdstuk 3). Sociale waarden-

⁶⁷ 'Cultuurdeelname in de levensloop', Nagel, F.A., 2004, Universiteit Utrecht.

oriëntaties (altruïsme of coöperatie) zijn het product van sociale omstandigheden in de jeugd. Uit onderzoek⁶⁸ blijkt dat hoe moderner en sterker gesecculariseerd de omgeving is waarin men opgroeide, hoe minder sociaal de waardenoriëntatie. Levensloopgebeurtenissen later in het leven veranderen nauwelijks nog iets aan deze basale instelling. Dit is geen goed nieuws: modernisering en secularisering zijn brede maatschappelijke veranderingen die zich onverminderd doorzetten en de sociale waardenoriëntaties van toekomstige generaties nog minder prosociaal⁶⁹ zullen maken. Dit heeft tot gevolg dat men niet afhankelijk wil zijn van anderen⁷⁰.

Het lijkt er dan ook op dat dit gegeven meer aanknopingspunten biedt voor de fiets en de auto dan voor het openbaar vervoer. Toch is het te eenvoudig om individualisme gelijk te schakelen aan fiets- en autogebruik en onverenigbaar te laten zijn met openbaar vervoer. Men kan immers ook op een individualistische manier met openbaar vervoer reizen. In wereldsteden als New York en Moskou is het openbaar vervoergebruik hoog en viert het individualisme hoogtij. Vanuit het beleid zou aandacht uit kunnen gaan naar de ontwikkeling van bus-, tram- en treinvervoer in de richting van mengvormen die het onderscheid tussen collectief (openbaar) vervoer en individueel vervoer doen vervagen. Hierbij kan gedacht worden aan geïndividualiseerd vervoeradvies (suggereert autonomie), flexibele abonnementsformules, coupés die meer privacy bieden en ketenmobiliteit.⁷¹ Daarnaast kunnen systemen van particulier vervoerverhuur, zoals nu reeds voor de OV-fiets en OV-scooter bestaan, worden aangevuld met bijvoorbeeld de OV-auto, de OV-motor of de segway.

7. Gemak wordt steeds belangrijker bij mobiliteit

Steeds minder mensen gaan in de toekomst bewust om met mobiliteit. De groeiende milieus (opwaarts mobielen en gemaksegeoriënteerden) kiezen vaker voor gemak en minder vaak voor lichamelijke beweging bij het reizen. De krimpende milieus (postmaterialisten en traditionele burgers) kiezen juist minder vaak voor gemak en vaker voor een reis die lichamelijke beweging biedt of milieuvoordelen zoals (deels) te voet of per fiets. Vanwege 'tijdsarmoede' neemt de behoefte aan gemak steeds grotere vormen aan.

⁶⁸ Beschreven in 'De race tegen het afval, Een onderzoek naar intentie en gedrag van mensen bij het scheiden van afval', B. Berends, Dienst Communicatie Wetenschapswinkel, 2003.

⁶⁹ Prosociaal gedrag is een helpende actie die een ander voordeel oplevert zonder dat het de helpende direct voordeel oplevert. Het kan in sommige gevallen zelfs een risico opleveren voor de helpende.

⁷⁰ 'De ontwikkeling van sociale waardeoriëntaties', Bekkers, R., 2003. Pp. 15-23 in: Van Dijk, E., Kluwer, E. & D. Wigboldus (Eds.). Jaarboek Sociale Psychologie 2002. Delft: Eburon.

⁷¹ 'Het vooruitperspectief. Wegen van het impliciete autodenken', K.Peeters, Garant, 2000.

De techniek is misschien wel de sterkste kracht die de toekomst bepaalt. Er ontstaan technisch steeds snellere mogelijkheden, die kort daarvoor nog niet eens bestonden of toekomstmuziek leken. Het is echter niet de techniek op zich die de meeste impact op ons leven heeft, maar de mogelijkheden die deze techniek ons biedt: aspecten als veiligheid, snelheid, gemak en inzichtelijkheid worden steeds belangrijker. Technische mogelijkheden faciliteren de invulling van deze behoeften.

Dit is in overeenstemming met bevindingen van de Nederlandse Spoorwegen. Zij onderscheiden groene en rode tijd⁷². Onder rode tijd wordt tijd verstaan die mensen moeten besteden aan voorwaardescheppende, noodzakelijke handelingen (denk aan 'een kaartje kopen', 'tanken', 'een band plakken'). Binnen rode tijd is een mens nauwelijks in staat andere activiteiten te ondernemen; hersens en lichaam zijn druk met de taak die noodzakelijk is om daarna gewenste handelingen te kunnen verrichten. Rode tijd is per definitie nooit plezierig, wordt als ongemakkelijk ervaren en men bevindt zich in de 'stress-mode'. Groene tijd daarentegen kan worden ingevuld met nuttige, prettige of gedenkwaardige activiteiten. Men schakelt over naar de 'relax-mode'. De verwachting is dat de behoefte aan groene tijd steeds verder zal toenemen en dat de neiging om rode tijd tot een minimum te beperken zal toenemen. Bij de inrichting van vervoermogelijkheden dient hiermee rekening te worden gehouden. Hierin ligt een belangrijke waarschuwing voor het openbaar vervoer besloten. Op dit moment kent het plannen en mogelijk maken van een reis per openbaar vervoer veel meer rode tijd dan het plannen en mogelijk maken van een reis per auto. Maar juist de treinreis zelf biedt veel groene tijd, die vrij ingevuld kan worden. De mogelijkheid van internet in de trein die nu wordt geboden, is één manier om van die groene reistijd gebruik te maken. Autorijden zelf biedt weinig ruimte voor andere activiteiten, alleen telefoneren en radio/muziek luisteren is te combineren met de rijtaak. Dat verandert overigens naarmate autorijden meer geautomatiseerd wordt.

⁷² 'Eén verbinding is géén verbinding, Van harde en zachte bereikbaarheid', Peek, G & Van Hagen, M, CVS, 2004.

4.3 Wat betekent dit voor het mobiliteitsbeleid van morgen?

Als gevolg van demografische ontwikkelingen en mogelijke veranderingen in leefstijlen in de Nederlandse bevolking gaan burgers in de toekomst vermoedelijk anders aankijken tegen mobiliteit. Dit kan consequenties hebben voor de wijze waarop het mobiliteitsgedrag het beste kan worden beïnvloed en gefaciliteerd.

Behoefte aan zelfsturing centraal

Doordat de Nederlandse bevolking hedonistischer, pragmatischer, zelfgerichter, zelfsturender en assertiever zal worden, zal men meer gericht zijn op het eigen persoonlijke leven, op het hier en nu en op het opdoen van nieuwe ervaringen. Waarden als fatsoen, volgzzaamheid, gehoorzaamheid, solidariteit, reflectie en maatschappelijke betrokkenheid zullen minder vanzelfsprekend worden. Ook is een toenemende oriëntatie op nieuwe technologie en media- en beeldcultuur te verwachten. De behoefte aan zelfsturing op individueel niveau neemt hand over hand toe. In alles willen we zelf kunnen bepalen wat we doen en met wie. De basis van zelfsturing is persoonlijk verantwoordelijkheid nemen en één van de belangrijkste dingen daarbij is 'kiezen'. Dat is voor veel mensen moeilijk; soms omdat ze niet weten wat ze willen, soms omdat de gevolgen van keuzes moeilijk zijn in te schatten en omdat de keuzes in een steeds groter maatschappelijk geheel plaatsvinden. Voorwaarden voor zelfsturing zijn dan ook: keuzes bieden, transparantie bieden over gevolgen van die keuzes en betrouwbaarheid bieden, zodat gemaakte keuzes bekrachtigd worden. Ook mobiliteitsystemen dienen in de toekomst tegemoet te komen aan een zeer sterk ontwikkelde behoefte aan zelfsturing. Systemen moeten in extreme mate snelheid, flexibiliteit, gemak, transparantie, keuzevrijheid en voorspelbaarheid bieden. Verder dient, waar de sturende hand uit beeld verdwijnt, de sociale veiligheid te worden gewaarborgd. Ook wordt het gebruik van beelden, media en visuele informatie nog belangrijker dan het nu al is.

In deze lijn passen toepassingen als:

- Transparantie in de (vergelijking van) prijsverhoudingen van verschillende vervoerwijzen. Hieronder valt ook de vergelijkbaarheid van (eerlijke) openbaar vervoer-, taxi en autokosten. Dit vereist een goed functionerende en inzichtelijke OV-chipkaart en vergelijkingsmogelijkheden met de prijs per kilometer bij de auto, ook nadat bijvoorbeeld een kilometerprijs is ingevoerd;
- Individuele real-time informatievoorziening over verstoringen in het openbaar vervoer en het aanreiken van alternatieven;
- Oproepbare taxi's via mobiele internettoepassingen;
- Goed functionerende wifi-voorzieningen;

- Witte fietsen of gemakkelijk verkrijgbare OV-fietsen en OV-scooters die ook op andere plaatsen dan het afhaalstation zijn in te leveren;
- Geavanceerde rotondes met voorsorteerbanen ('turborotonde');
- 'Aftellende' stoplichten (wachtijd zichtbaar);
- Tramhaltes met een dynamische informatie over wanneer volgende tram komt;
- Navigatiesystemen op de mobiele telefoon die inzicht geven in de eigen positie en in die van aansluitende vervoermiddelen;
- Veilige, beschutte wachtruimtes, goed onderhouden en 'hufferproof' voorzieningen.

Zelfsturing, maar binnen strak gereguleerde kaders

Ondanks de behoefte aan zelfsturing zal strakke regulering meer dan voorheen noodzakelijk zijn. In mobiliteitsystemen zal namelijk minder uitgegaan moeten worden van fatsoen, gehoorzaamheid en volgzzaamheid. Hier lijkt dus een spanningsveld te bestaan: vrijheid geven, maar tegelijk de grenzen strak bewaken. Strak reguleren, banen/paden duidelijk scheiden, minder gedogen ('lik op stuk'-beleid), doseersystemen (zoals bij invoegen op snelweg) die duidelijkheid geven in het verkeer en zorgen voor een goede doorstroming worden belangrijker. De reeds genoemde turborotonde kan als metafoor dienen voor het mobiliteitsstelsel van de toekomst. Deze komt niet alleen tegemoet aan de wens tot zelfsturing en efficiency, maar biedt tegelijk een strakke regulering van de verkeersstromen.

Ontwikkelingen die passen binnen het spanningsveld van zelfregulering en strak reguleren door de overheid zijn:

- Dynamische maximum snelheden op snelwegen;
- Co-creatie binnen het openbaar vervoer: enthousiaste klanten gaan samen met de aanbieders verbeteringen van producten en diensten vormgeven, waarbij de aanbieders wel vooraf de bandbreedte van wat mogelijk is helder formuleren en vervolgens toezeggen de verbeteringen ook door te voeren;
- Het raadplegen en betrekken van burgers bij besluitvorming, waarbij het laatste woord wel aan bestuurders en politiek is;
- Het betrekken van intermediaire organisaties en het bedrijfsleven bij het initiëren, organiseren en communiceren van beleidsplannen en –maatregelen.

Gedragsregels, toezicht en handhaving worden urgenter

Zelfgerichtheid en assertiviteit nemen toe, respect neemt af en mensen gaan minder rekening houden met elkaar. Asociaal gedrag in het verkeer is nu al een van de grootste irritaties in de omgang tussen mensen en dit zal waarschijnlijk nog verder toenemen. De (sociale) veiligheid in het verkeer zal daarmee een steeds groter probleem worden. Het duidelijk communiceren van gedragsregels in het

verkeer zal aan belang winnen. 'Self explaining' principes worden steeds belangrijker. Dat wil zeggen dat de autoweg of het station zo vormgegeven dient te worden dat het als het ware vanzelf het gewenste gedrag oplevert. Hoe minder uitleg en regeltjes, hoe beter. Dit is echter niet voldoende. Daarnaast zal investeren in toezicht en consequente handhaving steeds urgenter worden.

Conclusies voor leefstijlen

Vanuit de invalshoek leefstijlen is er een toenemende oriëntatie op snelheid, gemak, flexibiliteit en onafhankelijkheid. Net als bij de nieuwe generatie geldt dat de mobiliteitsystemen en –voorzieningen zich hierop moeten aanpassen. In het beleid zal nog meer het accent moeten worden gelegd op het ondersteunen van ketenverplaatsingen, het toepassen van digitale ontwikkelingen in de mobiliteit en het stimuleren van het gebruik van de fiets door dit onder andere heel gemakkelijk te maken. Ook het stimuleren van een andere manier van werken (thuiswerken) en het bevorderen van een prettige en nuttige tijdsbesteding tijdens het reizen sluiten aan op de leefstijl van de potentiële reiziger.

Zelfsturing betekent verantwoordelijkheid nemen. Niet alleen in het belang van het individu en de directe omgeving, maar ook voor het collectief (de stad, de regio, het land, de wereld). Daarvoor is nodig dat mensen weten wat van hen verwacht wordt, er voldoende mogelijkheden en kaders zijn waarbinnen aan zelfsturing invulling kan worden gegeven, mensen feedback krijgen over hun gedrag oftewel inzicht in de gevolgen van hun keuzes. De overheid zal daarbij regulerend moeten op treden door kaders aan te geven en te handhaven. Dit dient te zoveel mogelijk te gebeuren zonder dat het betuttelend of bemoeizuchtig overkomt. Een belangrijke weg hiertoe is meer samenwerken met burgers en intermediaire partijen in de beleidsvorming.



Summary

Background: Developments demand a different take on mobility

Over the next couple of decades we are expecting shifts in the size and composition of the Dutch population and in its lifestyles, which will affect mobility. For instance, the 'babyboom' generation will retire and the people of that generation will be considerably more mobile than their parents are today. In some parts of the country the population will continue to grow, but this growth will be more and more reduced and may even turn into shrinkage. After 2040 the population of the Netherlands as a whole will start to decline. We will also see changes in the size and composition of population groups of immigrant origin (*allochtonen*). As the socioeconomic position of these groups improves, their mobility behaviour will change as well.

Another group that deserves attention are young people – referred to here as 'the new generation'. Today's youngsters are the adults of the future. The way in which they live their lives and deal with mobility will set the trend for the future. It is beyond dispute that the lifestyle of this new generation differs from that of their modernist parents and their traditional grandparents. As a result, the requirements imposed on mobility in the future will not be the same.

Another notable development is the changing lifestyles of the various social segments. Over the coming years a shift is expected whereby modern values such as 'possessing' and 'pampering' will become more important, while traditional values such as 'preserving' will be considered less relevant. It is also likely that there will be an increasing focus on technology, media and image culture. These changes in social segments and the accompanying value attitudes will affect people's mobility behaviour as well. This has prompted the Advisory Council for Public Works, Transport and Water Management to view the effects of these developments on mobility from a different perspective.

Objective: Focusing more on demographic developments and lifestyles

The objective of this advisory memorandum is to provide guidance on how to focus more on developments in the size and composition of the population, on socio-economic factors and on lifestyles when devising mobility policy. By means of the present advice the Council wants to kickstart a discussion about the added value of a lifestyle approach for mobility policy.

Analysis: Wishes and requirements insufficiently taken into account

From the autonomous developments described above it appears that the popularity of the car will increase in the future, while the popularity of public transport and cycling is in danger of declining.

The elderly of the future will make more use of cars than those of today, and they will also continue to use cars for longer. The popularity of public transport will decrease among this group. In regions where the population is expected to decrease, the use of public transport will come under pressure due to reduced density, while car use will gain more ground. In regions with a growing population, the pressure on roads and public transport will continue to grow due to increased mobility between city centres and suburbs. People of immigrant origin who use public transport relatively frequently at the moment will transfer to car use as their prosperity increases. Moreover, it is expected that the use of bicycles by people of immigrant origin will move towards the level of the native (i.e. ethnic) Dutch population (*autochtonen*), but will continue to lag behind. Young people of today, the so-called new generation, make heavy demands on information and on experiential value. Public transport in its current form seems to be poorly geared to their requirements. If we look at lifestyles, we particularly see an increase in the size and number of social groups that attach great value to factors such as status, convenience, speed, flexibility and independence. These are characteristics that are mainly attributed to the car.

The growing popularity of the car and the declining popularity of public transport and bicycles as a result of the autonomous development described above may have consequences for the accessibility of urban areas in particular, for the degree of CO₂ emissions reduction, the accessibility of the countryside by public transport and the costs of mobility, to name but a few, and may endanger landscape values due to the realisation of even more infrastructure. The outcomes of these trends seem to be contrary to the current sustainability goals. Therefore, the Council sees plenty of reasons why policy makers must take these trends into account.

Conclusions and recommendations

It can be derived from the analysis of demographic developments and lifestyles that the popularity of the car will increase in the future, while public transport and bicycles are in danger of falling out of favour. Mobility patterns are not set in stone, however. By taking the wishes, motives and experiential values of mobile individuals into account as much as possible and by providing the right incentives at the right time, people can be induced to adjust their mobility patterns. In other words, there is no need for desperation. However, extra efforts will need to be made to respond to trends and to turn them around if necessary. The Council

considers it essential in this regard that policy focuses more specifically on potential users' wishes, needs and experiential values which result from their lifestyles. What are the motives of the various social segments? What mobility preferences do these result in? And what needs to be done to meet those needs or influence those preferences?

Recommendations with regard to demographic developments

1 Gear modes of transport more specifically towards the wishes and requirements of the elderly

For elderly people, independence, safety (both socially and in terms of traffic safety) and easy accessibility (both physically and in terms of complexity) are important reasons for opting for a specific mode of transport. In the opinion of the Council, it will be essential for public transport to make buses, trains etc. accessible to the elderly, and to organise timetables in such a way that the departure and transfer times are feasible for elderly people. At the same time we must prevent a shift in the image of public transport towards 'transport that is only meant for old people'. On the roads the position of the elderly can be improved through education and provision of information to both the elderly and other traffic participants, by technological support in vehicles and by creating a wellstructured, selfevident traffic environment including clear signage.

2 Anticipate population shrinkage in regional traffic and transport policy

In regions where the population is decreasing, we must take account of a decreasing demand for a finely meshed public transport network and of reduced means for investments. Close regional collaboration will be required to retain or strengthen the functions of regional centres and thus provide a basis for a viable transport system. Here we need to focus more on customised solutions, such as demandoriented, oncall public transport and madetomeasure ICT applications. The Council advises the regions to anticipate these developments rather than to ignore them.

3 In regions with a growing population, tackle the pressure on roads and public transport by means of robust networks and entrepreneurial public transport. Beware of overinvestment in view of declining growth in the long term.

In regions with a growing population, increasing pressure on roads and public transport must be taken into account for the medium term. The Council refers to its advisory memorandum entitled *De Randstad altijd bereikbaar* ('Guaranteed accessibility for the Randstad region'), in which we advocate robust transport networks in order to reduce traffic jams, including incidental ones. The Council

furthermore refers to its advisory memorandum entitled *Ondernemend regionaal openbaar vervoer voor meer reizigers* ('Entrepreneurial regional public transport for more travellers'), in which we make recommendations for inducing public transport providers to gear their services more towards the wishes and requirements of travellers. In the long term (after 2040) population growth in these regions will also turn into shrinkage, resulting in reduced congestion of the roads network. The Council recommends keeping a close eye on these developments in order to prevent possible overinvestment in infrastructure in the future.

4 Promote the use of bicycles among people of immigrant origin

When it comes to mobility needs and behaviour, there are relatively few differences between people of immigrant origin and native Dutch. People of immigrant origin currently often travel together, but this is likely to diminish as their socioeconomic position improves and their car ownership and usage levels increase. The use of public transport among this group, which is currently still relatively extensive, will then probably decline. Measures to meet the wishes and requirements of (young) people of immigrant origin do not differ from those for other population segments. An exception is the attitude of people of immigrant origin to bicycles. The Council recommends getting groups of immigrant origin more used to cycling. Attention will then also need to be paid to traffic safety and promoting good traffic behaviour.

5 When developing modes of transport, gear them towards the wishes and requirements of the new generation and ensure image improvement

Young people communicate differently from their parents. Thanks to digital media they have extensive social networks. Like their parents, they derive status from material things and social standing, but they do not value the same things. For instance, an important status indicator for young people is the number of friends on the social networking website Hyves. Convenience, speed and flexibility are becoming increasingly important. The new generation is independent, wants to spend its time in a comfortable and useful way whenever possible, and does not like being subjected to power and authority. If public transport and cycling are to gain ground among young people, these modes of transport will need to develop in such a way that the aforementioned needs are met and that their image is significantly improved. In order for these goals to be achieved, transport providers must invest in communication, convenience and a clear identity. The recommendations below elaborate on this.

Recommendations with regard to lifestyle

Looking at the lifestyle aspect, the Council also notices an increasing focus on speed, convenience, flexibility and independence among the growing population segments. Mobility systems will need to adapt to this as well. Policy will need to focus even more on supporting 'transport chains', the application of new digital technologies to mobility and the promotion of bicycle use. Promoting different ways of working (working from home) and enabling travellers to use their travel time in pleasant and useful ways are also in line with the lifestyles of potential travellers. The Council makes the following recommendations in this regard:

6 Support selfdirection

In view of the demographic developments and lifestyle changes outlined above, the Council concludes that the growing need for selfdirection is a central development in mobility behaviour. This is a logical consequence of the attitudes of the various social segments mentioned above. Selfdirection means taking personal responsibility. This requires that people know what is expected of them, that there are sufficient options and frameworks within which selfdirection can be realised, and that people receive feedback on their behaviour or insight into the consequences of their choices. Government bodies and public transport companies must support this trend through their policy if they want to stay in touch with the coming generations. To achieve this, the Council makes the following recommendations:

7 Ensure that people have a choice in terms of mobility

General: In order to enable people to take personal responsibility and apply selfdirection, it is necessary that people have sufficient options. This ends the monotony of having more of the same everywhere. The following is asked of government bodies, businesses and service providers: to offer freedom of choice rather than fixed arrangements, in combination with financial rewards for the choices which are (collectively) desirable. Government must facilitate various modalities, making the most desirable alternatives (from a collective point of view) most attractive. At the same time businesses must stop offering only uniform transport options, such as only a company car, but must instead offer multimodal options, such as a mobility card for car plus public transport. For transport service providers it will be essential to provide good service, transparent information and attractive special offers. Collaboration between all parties involved will be of crucial importance in this regard. The result must be improvement of the status of multimodal travel behaviour. Specifically for the various modes of transport, this entails the following:

Car: In view of the experiential value of the car for various social segments, the Council feels that it is realistic to assume that the popularity of the car will continue to rise. The Council does consider it desirable to promote efficient use of the car by:

- improving the status of clean and economical cars;
- approaching the car as a link in the transport chain and facilitating quick transfer to other modes of transport, e.g. by means of park & ride facilities and transfer locations on the outskirts of cities.

Taxi: Transport by taxi could become a valid mobility option and play a greater role in transport chains than is currently the case. In order for this to be achieved, the following conditions must be met:

- taxi services must be better aligned to travellers' needs and requirements with regard to quality, price and flexibility;
- the provision and transparency of information must be improved, e.g. by means of modern ICT applications;
- the image of the taxi must be improved. Taxis must come to be associated with qualities such as speed, convenience, affordability and safety.

Public transport: The subdivision of potential travellers according to lifestyle has been part of the marketing strategy of the Dutch national railway company NS for a number of years. It seems that NS is now starting to reap the benefits of this strategy. When it comes to regional public transport, marketing strategy is not a self-evident part of operational management. This is connected with the way regional public transport is put out to tender. In its advisory memorandum entitled *Ondernemend regionaal openbaar vervoer voor meer reizigers* ('Entrepreneurial regional public transport for more travellers'), the Council made a number of recommendations to change this situation. The Council argues in favour of extra efforts to improve the quality of public transport by:

- setting up a task force to investigate in what way regional public transport can be better geared towards future developments in terms of demography and lifestyles of potential travellers.

Bicycle: The Council is of the opinion that the use of this typically Dutch means of transport must be cherished and promoted, in view of its advantages for the environment and our quality of life. This can be done by:

- improving the status of the bicycle;
- getting people of immigrant origin more used to bicycles and continuing to emphasise the health benefits of cycling;

- appointing a 'cycling ambassador' who can be deployed to promote cycling among people of all ages;
- making more financial resources available for the realisation of safe routes and bicycle parking facilities, both in the city and in the countryside, and for targeted marketing campaigns directed at people with specific lifestyles.

8 Promoting convenience and making choosing easy

Consumers, including travellers, are fed up with needlessly complex products and services. They no longer have the patience to deal with unreadable manuals, bureaucratic procedures and inconvenient travel times. Preconditions for selfdirection are therefore: enabling people to choose, being transparent about the consequences of choices, and offering reliability, so that choices can be made with confidence. Certain choices can be rendered (temporarily) more attractive in the interest of the community as a whole. In order to meet the need for selfdirection, mobility systems must be characterised by speed, convenience, flexibility, transparency, freedom of choice and predictability. In this regard, the use of images, media and visual information will become increasingly important. Mobility systems can take a leap forward in quality by making the best possible use of digital elements (GPS systems, images and visual information). Communication, also between travellers, will gain importance. Customerfocused action and (where possible) a personal and uptodate approach are central aspects.

9 Uphold the restrictions

The need for selfdirection is increasing, while at the same time values like decency, obedience and compliance are on the decline. This combination of factors can endanger (social) safety in traffic and transport. A tension seems to be developing between offering freedom on the one hand and applying restrictions on the other. The Council recommends the following:

- laying down clear rules and standards that demarcate the boundaries of individual freedom. In this regard the government must apply itself more to the role of coach and less to that of educator;
- promoting developments that are relevant to the tension between selfdirection on the one hand and strict regulation by the government on the other. This can be achieved, among other things, by strengthening the role of intermediary organisations, by developing solutions supported by these parties as well, by means of intensive communication and feedback providing insight into the consequences of behaviour, and by meeting the need for flexibility, for instance by means of variable speed limits on motorways;
- making additional investments in communication on rules of conduct in traffic, in selfexplanatory principles and in supervision and enforcement.

10 Involve citizens in solutions

The Council considers it advisable to regard mobility from the perspectives of the various social segments, particularly the new generation. We must look for opportunities for innovation. After all, young people have the future. To increase citizen involvement and satisfaction, the Council recommends the following:

- intensively involving citizens in the discussion. This fits in with the new generation's need for dialogue and participation in the development of solutions. A good example is cocreation in public transport;
- making (government) discussions more accessible and giving them more attention. Keywords in this context are openness and communication. This may be facilitated by the development of standards and the establishment of a central portal;
- increasing citizen involvement by means of 'eParticipation', such as citizen initiatives via the Internet, a 'web antenna' for policymakers, and making better use of existing applications like Google Maps, Wikipedia, Hyves and Twitter.



Aanzet tot een discussie over demografie, leefstijlen en mobiliteit

Inleiding

Het advies 'Wie ik ben en waar ik ga' is niet bedoeld als blauwdruk voor toekomstig beleid, maar als een discussiestuk over demografie, leefstijlen en mobiliteit. Op 19 maart 2010 is het startsein voor deze discussie gegeven in het Mediaplaza te Utrecht. Daar zijn in een bijeenkomst met prominenten op het gebied van verkeer en vervoer de belangrijkste conclusies van het advies 'Wie ik ben en waar ik ga' besproken (zie de lijst van deelnemers onderaan deze bijlage).

De discussie vond plaats aan de hand van de volgende thema's, corresponderend met de besproken thema's in dit advies:

1. jongeren en ICT;
2. allochtonen;
3. krimp;
4. vergrijzing;
5. leefstijlen.

Hieronder wordt per thema de essentie van de discussie weergegeven.

1. Thema jongeren en ICT

Jongeren (in de leeftijdscategorie tussen de tien en twintig jaar) vormen een relatief onbekende groep. Tegelijkertijd is het wel de groep die de komende jaren steeds meer invloed in de maatschappij zal krijgen. Momenteel reizen veel studenten met het openbaar vervoer, maar zij hebben daarin weinig keuze. Pas als jongeren geld gaan verdienen, kunnen zij werkelijk de keuze gaan maken tussen openbaar vervoer en auto.

Om iets met jongeren te kunnen doen, moet je ze leren kennen vóórdat je beleid maakt. Jongeren actief in het beleid betrekken kan bijvoorbeeld via co-creatie. Co-creatie is een ver doorgevoerde vorm van samenwerking tussen overheid, bedrijven en klanten (eindgebruikers). Het ontwikkelen van producten, diensten en beleid wordt hierdoor een gezamenlijke activiteit. Zo krijgen organisaties meer inzicht in de wensen en behoeften van eindgebruikers (in dit geval jongeren) en daarmee wordt de kans op succes vergroot. Co-creatie vraagt echter ook van overheid en bedrijven een andere insteek dan nu gangbaar is: de input die zo geleverd wordt

moet ook daadwerkelijk terug te vinden zijn in het eindproduct, anders haakt de gebruiker af.

De stelling dat co-creatie door bewuste jongeren, overheid en markt nu prioriteit moet krijgen, werd op de bijeenkomst door een grote meerderheid onderschreven. Jongeren actief betrekken in beleidsprocessen zorgt voor bewustwording bij deze groepen en sluit aan bij de trends zoals in hoofdstuk 3 van dit advies beschreven. Een minderheid van de aanwezigen op de bijeenkomst vond dat jongeren in de leeftijdscategorie tot twintig jaar – op wandelen en fietsen na - nauwelijks mobiliteitsbehoefte hebben. Jongeren kiezen, conform de bevindingen uit dit advies, steeds meer voor gemak. Dit leidt er toe dat zij bijvoorbeeld dichter bij huis gaan werken in plaats van ver te reizen. Pas op latere leeftijd komt de echte behoefte aan mobiliteit. Om die reden zijn zij minder geschikt als partij in een co-creatieproces.

De rol van nieuwe media in relatie tot mobiliteit onder jongeren geeft veel stof discussie. Zullen nieuwe media en nieuwe technologieën substantieel effect hebben op toekomstig mobiliteitsgedrag? Neemt de mobiliteitsbehoefte hierdoor toe of af? Daar lopen de meningen over uiteen. Enerzijds bestaat de gedachte dat online zijn de behoefte aan feitelijke mobiliteit vermindert. Zo wordt er bijvoorbeeld gerichter de deur uitgegaan, met andere woorden: mobiliteit vindt bewuster plaats. Als men de deur niet uit hoeft, kiest men het digitale pad. Anderzijds is er het idee dat de actieradius van jongeren steeds groter wordt. De wereld die de huiskamer ingehaald wordt via internet, roept regelmatig de behoefte op om ook fysiek verkend te worden. Eenmaal onderweg kunnen bestemmingen wijzigen of nieuwe mobiliteitsbehoeften ontstaan, omdat het netwerken doorgaat.

Het aantal afgelegde kilometers hoeft niet toe of af te nemen door nieuwe media en technologieën, maar dergelijke ontwikkelingen (zoals toepassing van GPS voor voetgangers, persoonlijke navigatie) kunnen wél effect hebben op de keuze voor bepaalde vervoerwijzen (modal shift). Welke vervoerwijze daarvan het meest zal profiteren, is nu nog niet te zeggen. Zo zijn er aanwijzingen dat de auto onderurbane jongeren in Azië minder populair aan het worden is. Toepassing van nieuwe technologie maakt een overstap naar alternatieve modaliteiten mogelijk of gemakkelijker. In Europa wordt die ontwikkeling nog niet gesignaleerd. Vermoedelijk speelt het verschil in bevolkingsdichtheid hier een doorslaggevende rol.

In het openbaar vervoer worden nieuwe media steeds meer toegepast. Mensen kunnen steeds meer 'multi-tasks' in de trein. Dit heeft de trein duidelijk voor op de auto, waar bestuurders altijd hun ogen en aandacht nodig hebben voor de weg. De kans bestaat dat er hierdoor een grotere groep komt die bewust van openbaar vervoer gebruik gaat maken. Co-creatie kan meer zicht geven op de specifieke wensen en behoeften van reizigers op dit punt.

Het gebruik van nieuwe media en technologieën kan negatieve effecten voor de verkeersveiligheid met zich meebrengen. Activiteiten, zoals het opzoeken van reisinformatie of entertainment tijdens het autorijden, kunnen te veel de aandacht gaan afleiden. Gelukkig heeft het bedrijfsleven hier volop aandacht voor, maar de vraag blijft in hoeverre de markt ruimte moet krijgen hier zelf oplossingen voor te bedenken. Wellicht is hier ook een rol voor de overheid weggelegd.

Een kanttekening bij deze discussie over jongeren is dat zij over het algemeen slechte voorspellers zijn voor hun eigen toekomstig gedrag. Naar mate zij ouder worden gaan zij andere denkbare beelden en gedrag vertonen.

2. Thema allochtonen

Zoals gesteld in dit advies zal het aantal allochtonen in de Nederlandse samenleving de komende jaren verder toenemen. De grootste groei is te verwachten bij inwoners uit het voormalig Oostblok. Qua mobiliteitsgedrag lijkt deze groep veel op de gemiddelde Nederlander.

Het mobiliteitsgedrag van niet-westerse allochtonen verschilt wel op een aantal punten van autochtone Nederlanders; met name vertonen niet-westerse allochtonen een groter openbaar vervoergebruik en een lager fietsgebruik. Dit verschil is het grootst voor allochtonen van de eerste generatie.

Een meerderheid van de aanwezigen bij de discussiebijeenkomst vond dat specifiek verkeersbeleid voor allochtonen niet noodzakelijk is. Wel werd gesteld dat het belangrijk is om bepaalde cultureel bepaalde beelden ter discussie te stellen. Als bijvoorbeeld de fiets geassocieerd wordt met armoede, omdat dit in het land van herkomst zo is, kan getracht worden zichtbaar te maken dat dit in Nederland niet geldt. Dit kan echter evenzeer voor bepaalde autochtone groepen gelden (bijvoorbeeld ouderen). Bij het bevorderen van fietsgebruik onder autochtone bevolkingsgroepen rijst de vraag of het wenselijk is om een groep die nu meer van het openbaar vervoer gebruik maakt tot ander gedrag aan te sporen.

Onder allochtonen is een verhuisbeweging te zien van de stad naar de omliggende suburb. Dit kan dan gepaard gaan met een groeiend autobezit. Voor de oude stadsdelen wordt verwacht dat – mochten er veel auto's bijkomen bij inkomensgroei – de wal het schip zal keren: in stadswijken waar veel allochtonen wonen is nu al grote parkeerproblematiek.

Er zal in de toekomst veel meer differentiatie onder allochtonen ontstaan. Daarbij zullen sociale stijgers (met een hoger opleidingsniveau) steeds meer mobiliteitsgedrag vertonen dat vergelijkbaar is met de rest van Nederland. Het is daarbij de vraag of allochtonen alle in het verleden doorlopen stappen die autochtone Nederlanders gemaakt hebben, op dezelfde wijze zullen overdoen. Het is goed mogelijk dat dit proces sneller of anders zal verlopen.

De ruimtelijke component is heel belangrijk. Het is wellicht zinvol om niet zozeer naar allochtonen versus autochtonen te kijken, maar meer naar patronen van verdichting en verstedelijking. Dit is in belangrijke mate bepalend voor het mobiliteitsgedrag. De verwachting is dat door de groeiende populariteit van steden en de grotere trek van het platteland daar naar toe de fiets en het openbaar vervoer de wind hier steeds meer mee gaan krijgen. Dit laat onverlet dat de individuele behoefte aan de auto blijft bestaan. Daarbij kunnen wel verschuivingen optreden in de verkeersstromen. Zo kan het bijvoorbeeld aantrekkelijker (gemaakt) worden met de auto naar subcentra van steden toe te gaan om daar over te stappen op openbaar vervoer of fiets. Hoe de vervoerbalans in en naar de steden precies zal uitslaan, is moeilijk te voorspellen. Dit hangt ook in sterke mate af van het beleid dat hier gevoerd gaat worden.

3. Thema krimp

Krimp wordt in eerste instantie vaak geassocieerd met gebrek en problemen. Daarna komt de ontkenning. In de regio Parkstad (Limburg) is inmiddels duidelijk geworden dat krimp ook als kans kan worden gezien. Het biedt immers ook een mogelijke uitweg uit de drukte van de (Rand)stad: wonen in het groen.

Niet alle krimp is hetzelfde. In Zuid Limburg bijvoorbeeld manifesteert krimp zich in een verstedelijkt gebied, in Groningen en Zeeland uit het zich op het platteland. Voor de mobiliteit heeft dit onderscheid grote effecten: als in Noordoost Groningen een school moet sluiten, moeten kinderen gelijk veel meer kilometers reizen. Dat is in Parkstad Limburg niet het geval.

Rekening houden met krimp is een zaak van lange adem. Een groot probleem is dat er nauwelijks verdien capaciteit is in de woningbouw, terwijl tegelijkertijd herstructurering nodig is. Om krimpgebieden vitaal te laten zijn, is investeren in kwaliteit nodig, vond een meerderheid van de aanwezigen. Bevolkingskrimp leidt tot nieuwe ruimte, die benut kan worden voor het verkeersnetwerk.

Speciale aandacht vraagt de discussie over het openbaar vervoer in krimpgebieden. Wanneer de kwaliteit (onder andere de frequentie) van het openbaar vervoer in krimpgebieden teruggebracht wordt, kan dit leiden tot een neergaande spiraal. Wellicht is het beter om in deze gebieden in te zetten op ander openbaar vervoer (vraaggestuurd) of om hier juist op andere modaliteiten (auto, fiets) te focussen.

Over het algemeen floreert het openbaar vervoer daar waar de auto onder druk staat. Naarmate het rustiger op de weg wordt, neemt het autogebruik weer toe. Het verdient aanbeveling te zoeken naar juiste combinaties om de uitwisseling tussen auto en openbaar vervoer mogelijk te maken. Denk aan slimmere Park&Ride voorzieningen die vanaf de snelweg aansluiting op collectief vervoer bieden. Het is nog onduidelijk of er een relatie bestaat tussen krimp en fietsgebruik. Dit dient nader onderzocht te worden.

Naast krimpregio's zullen er groeiregio's blijven bestaan. Voor dergelijke regio's vormt het investeren in hogere frequenties een no-regret maatregel. In dichtbevolkte regio's is een hoge frequentie van het openbaar vervoer onontbeerlijk.

De discussie over de gevolgen van bevolkingskrimp op de mobiliteit dient niet alleen over vervoerssystemen te gaan. Hier zijn leefstijlen ook interessant. Het is aan te raden de krimpregio's te gebruiken als proeftuin om meer kennis te verzamelen over onder andere vervoerpatronen en – systemen in relatie tot leefstijlen. Krimpgebieden kunnen ook als proeftuin worden ingericht om nieuwe vormen van mobiliteit te onderzoeken.

Het is niet zonder meer vanzelfsprekend dat de mobiliteitsbehoefte in krimpgebieden afneemt; een toename behoort ook zeker tot de mogelijkheden.

Thema 4: Vergrijzing

Het aantal ouderen in de samenleving zal de komende jaren fors toenemen. Deze toekomstige ouderen beschikken over meer geld, meer vrije tijd en zijn langer in staat om zelfstandig te leven. Daarnaast is men meer gewend aan reizen dan de huidige ouderen, wat onder andere tot uiting komt in het feit dat toekomstige ouderen vaker beschikken over een rijbewijs en een auto en daar ook erg aan

gehecht zijn. Daarnaast is het openbaar vervoer in de huidige staat als alternatief onvoldoende toegankelijk, waardoor toekomstige ouderen langer gebruik zullen blijven maken van hun auto. Dit roept vragen op omtrent de noodzaak voor apart beleid, bijvoorbeeld ten aanzien van veiligheid of openbaar vervoer. Een meerderheid van de aanwezigen op de bijeenkomst van mening dat het niet nodig is apart beleid te maken voor ouderen, aangezien de (moderne) oudere mans genoeg is. Wel wordt gesteld dat specifieke problemen vragen om specifieke maatregelen. Daarbij dient aandacht uit te gaan naar toegankelijkheid en veiligheid met betrekking tot oudere verkeersdeelnemers.

De oudere van straks is niet te vergelijken met de oudere van nu. Hoewel er nu nog een groep ouderen bestaat die louter gebruik maakt van klassieke media (telefoon en loket), zullen de toekomstige (moderne) ouderen als gevolg van gewening steeds meer met de 'nieuwe' media overweg kunnen. Voorlopig moeten echter naast moderne media ook de klassieke media gehandhaafd blijven. En dit principe blijft bestaan, aangezien er zich telkens nieuwe ontwikkelingen voordoen die door jongeren worden gebruikt, maar niet of onvoldoende door ouderen worden opgepikt.

In de huidige situatie zijn zichtnormen op de weg gericht op jonge mannen van 18-25 jaar. Wanneer vanuit seniore weggebruikers wordt geredeneerd en de zichtnormen afgesteld worden op die doelgroep, voldoen de normen ook voor de overige weggebruikers. Dit zou ook tegemoet komen aan de wens tot meer aandacht in de uitvoering van beleid voor minder validen.

Educatie voor ouderen is belangrijk. Veilig Verkeer Nederland biedt nu al de zogenaamde 'Broem-cursus' aan, waarin ouderen hun verkeerskennis kunnen opfrissen. Uit cijfers blijkt dat deze cursus goed scoort; ouderen worden zich bewust van de veranderingen in het verkeer en de daardoor veranderende eisen die aan verkeersdeelnemers worden gesteld. Voor veel ouderen rust er een taboe op het toegeven dat je minder mobiel en minder geschikt voor het besturen van een auto geworden bent. Dit kan tot gevolg hebben dat mensen langer blijven rijden dan goed voor hen en hun omgeving is. Er liggen kansen om dit taboe te doorbreken door middel van bewustwording en maatschappelijke discussie. Zo kunnen bepaalde stappen, als bijvoorbeeld het wegdoen van de auto, gemakkelijker worden gemaakt.

Op het gebied van telewerken door ouderen valt nog veel te winnen. Hier hebben werkgevers een belangrijke rol. Waar jongeren in een sollicitatieprocedure bijna standaard de vraag stellen of ze wel iedere dag op kantoor moeten zijn, is dit bij

oudere werknemers nog zelden het geval. Door als werkgever meer aandacht te besteden aan 'het nieuwe werken' (flexibele werktijden en sturing op output) kan bijgedragen worden aan een ander mobiliteitsgedrag. Juist bij ouderen kan deze flexibiliteit goed uitpakken, bijvoorbeeld als ze liever niet meer in het donker willen autorijden.

Uit een proef met gratis openbaar vervoer voor ouderen is gebleken dat de files hierdoor weliswaar niet verminderd worden, maar dat ouderen wel meer gebruik zijn gaan maken van het openbaar vervoer. Gratis vervoer kan ouderen dus stimuleren mobiel te blijven en meer sociale contacten te blijven onderhouden. Prijsbeleid kan dus bijdragen aan het verhogen van de kwaliteit van het sociale leven van ouderen.

De discussie over ouderen dient niet over één groep te gaan. Er is grofweg sprake van een tweedeling in enerzijds de vitale en anderzijds de meer behoeftige ouderen.

5. Thema leefstijlen

Mobiliteit is eigenlijk in alle leefstijlen van belang. Misschien is mobiliteit wel een leefstijl op zich. Uiteindelijk is het belangrijk dat de leefstijlen van mensen niet worden aangepast aan het beleid, maar dat het beleid wordt afgestemd op de leefstijlen met zo min mogelijk nadelige effecten voor de leefomgeving.

Er is een sterke relatie tussen mobiliteit en informatica. Deze twee horen bij elkaar: als mensen van huis weggaan, wordt de behoefte aan gebruik van nieuwe media onderweg groter. Men wil in contact blijven met de thuisbasis en ICT biedt die mogelijkheid.

Het is van belang onderscheid te maken in leefsituatie en leeftijdsfase. De leeftijdsfase kan invloed hebben op de leefsituatie. Zo wordt bijvoorbeeld het nachtrijden minder op hogere leeftijd, hetgeen weer invloed heeft op de leefsituatie.

Er bestaat een aantal hardnekkige denkbeelden in de terugkerende mobiliteitsdiscussie die eigenlijk niet meer kloppen. Neem bijvoorbeeld het beeld van de oudere die al schutterend een loket zoekt. Dit is niet in overeenstemming met de verwachtingen over de volgende generatie ouderen, die immers veel vitaler is en veel meer 'gewend' is aan nieuwe technologieën. Het verdient aanbeveling om veel van deze 'verouderde' denkbeelden te herzien, om beter de discussie te kunnen voeren.

Een meerderheid van de aanwezigen op de bijeenkomst vond dat leefstijlen en mobiliteit wel degelijk met elkaar te maken hebben. In de commerciële wereld wordt veel aandacht besteed aan leefstijlen om producten te verkopen. Hoewel mobiliteitsbeleid niet commercieel van aard is, moet het wel degelijk op een bepaalde manier 'verkocht' worden. Er moet dan ook rekening worden gehouden met de mogelijke invloed van leefstijlen op de voorkeuren voor mobiliteitsgedrag. Wellicht zijn leefstijlen niet van invloed op de mate van mobiliteit, maar kunnen zij wel degelijk wat zeggen over de manier waarop invulling wordt gegeven aan mobiliteitsbehoeften. Zo vinden jongeren in Azië het hebben van een auto ouderwets ('a car is so 20th century') en geven ze prioriteit aan andere behoeften, zoals ICT. Dit heeft als vanzelfsprekend invloed op het mobiliteitsgedrag. In Azië is het heel normaal om constant online te zijn en veel meer gebruik te maken van GPS. In het westen (Nederland) loopt men achter op deze ontwikkeling, al getuigt de toename in het aantal applicaties van een inhaalslag.

De invloed van leefstijlen moet echter ook niet worden overschat. Niet leefstijlen maar praktische argumenten zijn vaak doorslaggevend. Wanneer je in Amsterdam woont, heeft het weinig zin om met de auto te reizen en dus ga je eerder met de fiets of het openbaar vervoer. Een kanttekening bij deze redenering is echter dat praktische overwegingen altijd samen gaan met leefstijlen. Als je in de stad woont, zegt dat impliciet al iets over je leefstijl. Tegelijkertijd is het niet zo dat gezinnen in buitenwijken geen behoefte kunnen hebben aan meer mogelijkheden met de fiets of het openbaar vervoer. Onderzoek laat zien dat bij bepaalde leefstijlen een voorkeur leeft voor een bepaald type woning of wijk. Daar kan bij de inrichting van een wijk rekening mee worden gehouden.

De NS maakt geen gebruik van leefstijlen, maar deelt gebruikers in naar mobiliteitstijlen. Iemand die voornamelijk gebruik maakt van de trein om van zijn woonplaats naar zijn werk te gaan, heeft andere behoeften dan iemand die voor privédoeleinden bezoeken aflegt. Vaak is één mobiliteitstijl dominant. De conducteur kan deze stijlen herkennen en de dienstverlening vervolgens aanpassen op de specifieke behoeften die behoren bij de mobiliteitstijl.

Multimodaal reizen heeft momenteel een lage status. Hoewel de markt daar met het concept van 'car sharing' (o.a. GreenWheels) op in springt, lijken de effecten nog niet erg groot, aangezien het slechts 2.000 auto's betreft op een totaal wagenpark van 7.000.000. De taxi vormt in Nederland een ontbrekende schakel. Waar de positie van de taxi in andere landen over het algemeen sterk is, betreft het in Nederland een product met een slechte prijs-kwaliteitverhouding waardoor slechts

een beperkte groep gebruik maakt van de diensten. Wellicht kan het invoeren van meer prijsklassen - een goedkope en een dure variant - een (deel van de) oplossing zijn.

Deelnemers Discussiemiddag Demografie, leefstijlen en mobiliteit, 19 maart 2010

Discussieleider

Marc Maartens

Discussieleider

Panelleden

Sebastiaan van Kooij.

Paul Schnabel

Lex Smeets

Ruud Vreeman

Jonge Veranderaar

Sociaal Cultureel Planbureau

Gemeente Heerlen

Raad voor Verkeer en Waterstaat

Deelnemers

Arjan de Bakker

Kees-Jan Diepstraten

Ellemieke van Doorn

Marijke Feenstra

Mark van Hagen

Lucas Harms

Arnold Helfrich

Ron Hillebrand

Marleen Hovens

Gertjan Hulster

Esther de Kler

Marjolijn van der Klis

Kirsten Knol

Kees Maat

Vera Marinelli

August Mesker

Sjef Moerdijk

Tinha Oehl

Hans Rat

Frits Spangenberg

Gert Staal

Hugo van der Steenhoven

Frank Steijn

Daniël Tijink

Wim van Tilburg

Bert Verkooijen

Michael van der Vlis

ANWB

Presis Informatiemanagement

Rijkswaterstaat

Ministerie van Verkeer en Waterstaat

NS

Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid

Mijn OV

Raden voor leefomgeving en infrastructuur

CROW

Nieuw en Verbeterd

Bureau OV-ambassadeur

Sociaal Cultureel Planbureau

Veilig Verkeer Nederland

TU Delft

Forum

VNO-NCW

Rijkswaterstaat

Stichting Teamalert

UITP

Motivaction

Reisinformatiegroep 9292

Fietzersbond

VNM

Ministerie van Economische Zaken

KPVV

Ministerie van Verkeer en Waterstaat

Rover

Fred Wegman

SWOV

Projectteam

Grieta Mensing

Secretariaat Raden voor de leefomgeving

Gerard Tertoolen

XTNT

Bart Thorborg

Secretariaat Raden voor de leefomgeving

Lianne van Duinen

Secretariaat Raden voor de leefomgeving

Maarten Huisman

Secretariaat Raden voor de leefomgeving



Bijlagen

Bijlage 1 Literatuurlijst

- *Acupunctuur in de hoofdstructuur*, VROM-raad, 2009
- *Advies Migratie, Segregatie en Leefstijlen*, RMNO, 2004
- *Allochtonen onderweg*, Afstudeerstudie TU Delft, Verhoeven 2009
- *Anders kijken naar bereikbaarheid*, CROW, 2009
- *Anders onderweg*, SCP, 2006
- *Assisting the older driver*, R. Davidse, SWOV, 2007
- *Black flight, de geografische mobiliteit van middenklasse migranten*, J.P.L. Burgers en H. van der Lugt, 2004
- *Blijvend anders onderweg*, Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2008
- *Boeiuuh, het stille protest van de jeugd*, Wijnberg, R., 2007
- *Built environment and car travel*, Maat, 2009
- *Communicatieplein, communicatie met jongeren*, Ministerie van Algemene Zaken, 2008
- *Cultuurdeelname in de levensloop*, F.A. Nagel, 2004
- *De Digitale Generatie. Een blik op de toekomst van de informatiesamenleving via de eerste generatie die is opgegroeid met ICT*, Rathenau Instituut en Sociaal Cultureel Planbureau, 2005
- *Eén verbinding is géén verbinding. Van harde èn zachte bereikbaarheid'*, G. Peek en M. van Hagen, 2004
- *De emotiemarkt, de toekomst van de belevingseconomie*, S. Piët, 2003
- *The End of Organized Capitalism*, S. Lash en J. Urry, 1998
- *Examining the impacts of residential self-selection on travel behaviour: A focus on methodologies*, P.L. Mokhtarian en X.Y. Cao, 2008
- *Van flirt naar vervoering, uitvoeringsstrategie voor een bereikbare Haagse binnenstad*, XTNT, 2008
- *Geen geruisloze Invoering. De mening van gebruikers over Anders Betalen voor Mobiliteit*, G. Tertoolen en M. Moret, 2009
- *Gelukkig onderweg: de auto als bron van status en reisplezier*, E. van der Werff, L. Harms en J. Berveling, 2007
- *Generatie Einstein: slimmer, sneller en socialer. Communiceren met jongeren van de 21ste eeuw'*, J. Boschma en I. Groen, 2006
- *De Grenzeloze Generatie en de eeuwige jeugd van hun opvoeders*, Spangenberg en Lampert, 2009
- *Grijs op reis*, Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2008
- *Jaarboek ICT & samenleving: de digitale generatie*, J. de Haan en C. van 't Hof 2006
- *Krimp en Ruimte*, F. van Dam, C. de Groot, en F. Verwest, 2006

- *Krimp of verplaatsing. Daling lokale bevolkingsomvang bij een groeiende landelijke bevolking*, P. Schnabel, Demos 2009
- *Land use and transport: Research and policy challenges*, G.P. van Wee, 2002
- *Leefstijlen en impact naar wonen en mobiliteit*, G. Allaert, A. Pisman, V. van Acker en F. Witlox, 2008
- *Mensen over de weg*, Rijkswaterstaat, 2005
- *Mobiliteitsbalans 2009*, Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid
- *De Nederlanders achterna? Twijfels van allochtone sociale stijgers over verhuizen naar een 'betere buurt'*, J. van der Zwaard, 2005
- *De ontwikkeling van sociale waardenoriëntaties*, R. Bekkers, 2003
- *Oud zijn in 2030*, M.H.H.K. Tacken, 1999
- *Overwegend overweg*, SCP, 2008
- *De Randstad altijd bereikbaar*, Raad voor Verkeer en Waterstaat, 2009
- *Reflexive Modernization*, S. Lash, U. Beck en A. Giddens, 1996
- *Regionale bevolkingsprognose 2009-2040*, Planbureau voor de Leefomgeving en Centraal Bureau voor de Statistiek
- *Structurele bevolkingsdaling: een urgente nieuwe invalshoek voor beleids-maker'*, Derks, Hovens en Klinkers, 2006, in opdracht van de Raad voor Verkeer en Waterstaat en de VROM-raad
- *De Superpromotor*, Rijn Vogelaar, 2009
- *There is no bus like showbus*, G. Tertoolen en J. van Uum, 2003
- *Trenddossier Generaties*, Trendslator, 2008
- *Trends, dilemma's en beleid*, SCP, 2000
- *De veronachtzaamde stedelijke middenklasse*, J.P.L. Burgers, 2005
- *Vlot bewegen. Veilig leven. Strategisch Plan Verkeersveiligheid 2008-2020*, Ministerie van Verkeer en Waterstaat, 2008
- *Het voorruitperspectief. Wegen van het impliciete autodenken*, K. Peeters, 2000
- *Waiting is becoming fun! The influence of advertising and infotainment on the waiting experience*, M. van Hagen, J Kramer, M Galetzka, A T H Pruyn, 2009
- *Welvaart en leefomgeving, een scenariostudie voor Nederland in 2040*, CPB, MNP en RPB, 2006
- *Zeven misverstanden over krimp en ruimte*, Van Schuppen en Dorrepaal 2008
- *Zwarte vlucht, de (sub)urbane locatiekeuze van klassieke allochtonen in Amsterdam*, C. de Groot, 2004

Bijlage 2 Sociale milieus: karakteristieken en mobiliteitsvoorkeuren

De traditionele burgerij: De moralistische, plichtsgetrouwe en op de status-quo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities en materiële bezittingen. Deze groep omvat ongeveer 2 miljoen Nederlanders, waaronder meer vrouwen dan mannen. Relatief weinig mensen onder de 45 jaar behoren tot dit milieu, de groep mensen van vijftig tot tachtig jaar is in dit milieu veel groter dan gemiddeld. Het opleidingsniveau is overwegend laag tot gemiddeld, ook het inkomensniveau is doorgaans niet hoog (meestal rond modaal). Traditionele burgers wonen vaker in Groningen, Friesland en Drenthe. Men is wat minder vaak woonachtig in de grotere steden.

Traditionele burgers zijn gedisciplineerde, nuchtere mensen met een rustige levensstijl en een kleine actieradius. Ze reizen weinig en beperken zich veelal tot de directe leefomgeving. Onderweg zijn vinden ze zonde van hun tijd en vertragingen zijn irritant. De auto is vooral een functioneel vervoermiddel. Maar mobiliteit om in beweging te blijven spreekt hen wel aan. Fietsen en wandelen zijn hun hobby.

De gemaksgoerïenteerden: De impulsieve en passieve consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven. Dit betreft 1,2 miljoen Nederlanders, meer vrouwen dan mannen. Leeftijden tussen 15 en 45 jaar zijn oververtegenwoordigd. Het opleidingsniveau is over het algemeen laag tot middelbaar, het inkomensniveau is meestal modaal of lager. Gemaksgoerïenteerden wonen vaker in de randgemeenten van grote steden, bijvoorbeeld Amstelveen, Diemen of Zoetermeer.

Gemaksgoerïenteerden willen gemakkelijk en zorgeloos leven en zijn vooral op hun eigen leven gericht. Zij kiezen liefst de snelste en gemakkelijkste weg. Ze reizen liever per scooter of bromfiets dan te fiets en als ze een auto tot hun beschikking hebben, zullen ze daar veel gebruik van maken, ook voor kleine afstanden. Gemaksgoerïenteerden zijn echter geen frequente deelnemers aan het verkeer in Nederland, omdat ze hun woonplaats niet vaak verlaten. Zij zijn lokaal georiënteerd en bewegen zich ook voornamelijk op dat niveau.

De moderne burgerij: De conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten. Deze groep bestaat uit ongeveer 2,8 miljoen Nederlanders, ongeveer evenveel mannen als vrouwen. De moderne burger heeft meestal een middelbare (beroeps)opleiding genoten of lager beroepsonderwijs. In dit milieu komen zowel lage als hoge inkomensniveaus voor. Ook de leeftijd van de mensen uit dit milieu is gespreid. Men is meestal gehuwd of samenwonend met (thuiswonende) kinderen. Moderne burgers

wonen vaker in Zeeland, Noord-Brabant en Limburg, over het algemeen buiten de grote stad.

Moderne burgers zijn gezinsgeoriënteerde mensen en gesteld op comfort. De auto is een belangrijk statussymbool. Ze kiezen eerder voor de gemakkelijke weg. Bijvoorbeeld wanneer de kinderen snel naar sport moeten worden gebracht of er boodschappen gedaan moeten worden of de familie een bezoekje verwacht, wordt snel gebruik gemaakt van de auto. Het liefst reist de moderne burger gezamenlijk met het hele gezin.

De nieuwe conservatieven: De liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die alle ruimte wil geven aan technologische ontwikkeling, maar zich verzet tegen sociale en culturele vernieuwing. Nederland kent circa één miljoen nieuwe conservatieven, waaronder meer mannen dan vrouwen. De nieuwe conservatieven hebben veelal hoger onderwijs genoten en het inkomen is over het algemeen hoog. Ook de leeftijd is in dit milieu hoger dan gemiddeld. Nieuwe conservatieven wonen vaker in het westen van Nederland, liefst buiten de drie grote steden en hun randgemeenten.

Nieuwe conservatieven zijn individualistisch en autonoom ingesteld, technologieminded en willen in controle zijn om hun doelen te bereiken. Ze reizen graag alleen en bezitten en gebruiken het vaakst een auto. Zowel privé als zakelijk is de auto vervoermiddel nummer 1. Nieuwe conservatieven gebruiken en benaderen mobiliteit op een zakelijk wijze; ze kiezen de snelste route en willen zonder veel problemen naar hun bestemming. Het openbaar vervoer gebruiken ze nauwelijks.

De kosmopolieten: Open en kritische wereldburgers die postmoderne waarden als 'ontplooiën' en 'beleven' integreren met moderne waarden als 'maatschappelijk succes', 'materialisme' en 'genieten'. De groep kosmopolieten omvat 1,3 miljoen Nederlanders, ongeveer evenveel mannen als vrouwen. Het opleidingsniveau van de kosmopolieten is relatief hoog; bijna de helft heeft hoger onderwijs genoten. Relatief veel jongeren (tot 35 jaar) behoren tot dit milieu. Het inkomensniveau is, uitgezonderd dat van de jongste kosmopolieten, hoog. Men is in vergelijking met andere milieus, minder vaak gehuwd of samenwonend en vaker alleenstaand. Dit milieu telt relatief veel nieuwe Nederlanders uit de tweede en derde generatie. Kosmopolieten wonen vaak in Amsterdam, Rotterdam en Den Haag.

Kosmopolieten zijn internationaal georiënteerd en open minded. Reizen is een verrijking van hun horizon. Ze bezitten vaker een fiets. Ze wonen en werken vaak in dezelfde (grote) stad, dus ze kunnen met een fiets uit de voeten. Tevens reizen

ze graag met het openbaar vervoer. Cultuur is belangrijk voor de kosmopoliet; voor een cultuurbezoek reist de kosmopoliet dan ook graag buiten zijn of haar woonplaats. Daarnaast hebben kosmopolieten ook veel interesse in verre reizen. Daarom vliegen ze bijna altijd, als ze op vakantie gaan.

De opwaarts mobilen: De carrièregerichte individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning. De groep opwaarts mobilen omvat 1,7 miljoen Nederlanders, meer mannen dan vrouwen. Het opleidingsniveau is gevarieerd; qua inkomen wijken ze nauwelijks af van de hele populatie, uitgezonderd een oververtegenwoordiging van topinkomens. Opwaarts mobilen zijn veelal jong; met name de groep tot 25 jaar is oververtegenwoordigd. Er behoren relatief weinig mensen van zestig jaar en ouder tot dit milieu. Dit milieu telt relatief veel nieuwe Nederlanders uit de tweede en derde generatie, vaak met een Surinaamse achtergrond. Opwaarts mobilen wonen vaker in Amsterdam, Rotterdam en Den Haag.

Opwaarts mobilen willen genieten van het leven, hogerop komen en snel hun doelen realiseren. Mobiliteit is hun belangrijkste levensdoel. Ze vinden het prettig om snel en efficiënt te reizen en zelf in controle te zijn over hun reis. Ze zouden er niet aan moeten denken om iets te laten schieten zoals een evenement, omdat het bijvoorbeeld buiten hun woonplaats plaatsvindt. Zij zijn individualistisch en zelfstandig. De opwaarts mobiele is jong en stedelijk georiënteerd en maakt daarom vaak gebruik van tram, bus en/of metro. Hij bezit zelf niet zo vaak een auto. Hij vindt auto's echter zeer interessant en veel meer dan zomaar een vervoermiddel. De auto is een statussymbool.

De postmaterialisten: De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu. De groep omvat 1,3 miljoen Nederlanders, meer vrouwen dan mannen. Jongeren zijn ondervertegenwoordigd, mensen tussen de 45 en 60 jaar zijn oververtegenwoordigd. Het opleidingsniveau binnen dit milieu is hoog, alle inkomensklassen komen voor. Postmaterialisten wonen vaker in Overijssel, Gelderland en Flevoland en vaak in kleine of middelgrote steden.

Postmaterialisten zijn kritische mensen, maar ook kritisch naar zichzelf. Zij gaan verantwoord en bewust om met hun leven en dus ook met mobiliteit. Zij zullen niet zomaar even de auto pakken, bijvoorbeeld omdat het regent of omdat de auto comfortabeler is. Postmaterialisten pakken de auto bijvoorbeeld om naar het werk te gaan, omdat het niet anders kan. Liever reizen ze met de trein of fiets.

Zo kunnen ze contact hebben met anderen en hebben ze wat meer lichamelijke beweging. Fietsen is ook een geliefde vrijetijdsbesteding van de postmaterialist.

De postmoderne hedonisten: De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experiment en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden. Deze groep bestaat uit 1,3 miljoen Nederlanders. Ongeveer evenveel mannen als vrouwen behoren tot dit milieu. Het opleidingsniveau binnen dit milieu is relatief hoog en de inkomens binnen dit milieu zijn gespreid, met zowel een piek bij zeer hoge inkomens als een piek bij zeer lage inkomens. Men is vaak alleenstaand, zonder kinderen of (nog) inwonend bij de ouders. Postmoderne hedonisten zijn in geen enkele regio oververtegenwoordigd. Ze wonen minder vaak in het Noorden van Nederland. Vaak woont men in de grotere steden.

Postmoderne hedonisten staan flexibel en zorgeloos in het leven en zijn altijd op zoek naar nieuwe ervaringen. Ze reizen veel, met name voor hun werk. Ze kiezen vaak voor het openbaar vervoer, niet voor de auto. Niet uit idealistisch oogpunt, maar ze vinden het hebben van een auto teveel gedoe en ze werken vaak in grote steden, waar de verbindingen met het openbaar vervoer prima zijn. In tegenstelling tot veel andere milieus zijn postmoderne hedonisten echte reizigers. Ze reizen, vaak zonder plan en genieten ervan.

Bijlage 3 Verantwoording onderzoeksmethode leefstijlen en mobiliteit

Ten behoeve van dit advies van de Raad voor Verkeer en Waterstaat is onderzoek uitgevoerd naar de mobiliteitswensen en –behoeften in een veranderende samenleving. Mobiliteitstijlen van Nederlanders in de toekomst vallen niet met zekerheid te voorspellen. In dit onderzoek is vooral gekeken naar sociaalculturele ontwikkelingen. Meer specifiek is onderzocht welke samenhang er bestaat tussen de beleving en het gedrag ten aanzien van mobiliteit, waardenoriëntaties van mensen en hoe deze waardenoriëntaties zich ontwikkelen.

Het onderzoek is uitgevoerd door Motivaction met behulp van de Mentality-database. Het Mentality-onderzoek is gebaseerd op de premisse dat de mentaliteit van de consument niet kan worden 'ontsloten' via sociodemografische variabelen. Mensen met een gelijk sociodemografisch profiel vertonen vaak een zeer uiteenlopende leefstijl en (media) consumptiepatroon. Het toevoegen van waardengegevens aan statistische analyses biedt een grotere 'verklaarde variantie' bij analyses van (media)consumptiegedrag dan wanneer alleen wordt uitgegaan van sociodemografische criteria.

De Mentality-database bevat gegevens uit jaarlijkse metingen sinds 1997 onder Nederlanders van 15 tot 80 jaar naar de waarden en leefstijlen in de Nederlandse bevolking. De meting wordt schriftelijk uitgevoerd met behulp van interviewers die de vragenlijst aan huis bezorgen bij een gequoteerde steekproef van jaarlijks tussen 1.250 en 2.000 respondenten. Door deze methodiek en de gehanteerde quota en weging achteraf wordt een uitermate representatieve steekproef verkregen. De database bevat onder andere gegevens over acht sociale milieus van Nederlanders, sociodemografische achtergronden en mobiliteitsbeleving en -gedrag.

Bij het vaststellen van de samenstelling van de bevolking uit sociale milieus in de toekomst zijn de volgende drie praktische uitgangspunten gehanteerd:

- Voor iedereen is uitgegaan van een zelfde vaste levensverwachting van tachtig jaar, dus Nederlanders die nu bijvoorbeeld zeventig jaar zijn, zullen in 2020 niet meer in leven zijn en iedereen die nu veertig jaar is, is in 2040 nog in leven;
- Waarden van jongeren in de toekomst (van wie we het waardeprofiel nog niet kunnen kennen) lijken sterk op die van de (jongste) jongeren van nu. Voor de afbakening van de groep (jongste) jongeren is uitgegaan van 15 tot 24 jaar;
- Er is van uitgegaan dat het aandeel jongeren (15-24 jaar) in de Nederlandse bevolking in de toekomst gelijk blijft.

Bron: Wensink, V. & Van der Lelij, B., 2009, Mobiliteitswensen en -behoeften in een veranderende samenleving, Motivaction. Uitgevoerd voor de Raad voor Verkeer en Waterstaat.

Bijlage 4 Samenstelling commissie, projectteam en lijst geïnterviewden

Dit advies is voorbereid door een commissie bestaande uit drie leden van de vaste Raad en drie leden van de zogenoemde Expertisegroep van de Raad voor Verkeer en Waterstaat en een projectteam van het secretariaat. De commissie is in de periode april 2009 – januari 2010 zes maal bijeengekomen.

Voorts zijn bijdragen verwerkt uit interviews met een aantal deskundigen.

Commissie

dr. R.L. Vreeman, commissievoorzitter, raadslid

prof. dr. M.J. Dijst, lid Expertisegroep

ir. M.E. van Lier Lels, raadslid

drs. F. Spangenberg, lid Expertisegroep

prof. dr. Th.A.J. Toonen, raadslid

prof. ir. F.C.M. Wegman, lid Expertisegroep

Projectteam

mr. G.J. Mensing, projectleider (vanaf 1 oktober 2009)

dr. G. Tertoolen, waarnemend projectleider (tot 1 oktober 2009),
projectmedewerker (vanaf 1 oktober 2009)

ir. M.H. Feenstra, projectmedewerker (tot 1 juli 2009)

ir. B.B.W. Thorborg, projectmedewerker (vanaf 1 juli 2009)

Geïnterviewden

drs. W. van Tilburg, Kennisplatform Verkeer en Vervoer

dr. V. Veldheer, Sociaal Cultureel Planbureau

dr. M. van der Klis, Sociaal Cultureel Planbureau

prof. dr. G.P. van Wee, Technische Universiteit Delft

drs. M. van Hagen, Nederlandse Spoorwegen

dr. L.W.J. Harms, Kennisinstituut voor Mobiliteit

Colofon

Wie ik ben en waar ik ga.
Advies over de effecten van veranderingen
in demografie en leefstijlen op mobiliteit

Uitgave

Raad voor Verkeer en Waterstaat, april 2010
ISBN/EAN: 978-90-77323-19-9

Ontwerp

2D3D

Druk

Drukkerij Damen

Fotografie

Cover boven	Marcel van den Bergh
Cover onder	Co de Kruijf
Achterzijde	Marcel van den Bergh
pagina 2	Hannes
pagina 12	Koen Verheijden
pagina 14	Guido Benschop
pagina 18	Marcel van den Bergh
pagina 38	Tomasz Gudzowaty
pagina 56	Martin Roemers
pagina 73	Bert Beelen
pagina 82	Klamer jaco
pagina 94	Chris Pennarts

Wie ik ben en waar ik ga

Op de dvd treft u een beeldverhaal over de effecten van veranderingen in demografie en leefstijlen op mobiliteit



Raad voor Verkeer en Waterstaat

Oranjevuitensingel 6

2511 VE Den Haag

Postbus 20906

2500 EX Den Haag

Telefoon 070 339 15 16

Fax 070 339 19 70

secretariaat@raadvenw.nl

www.raadvenw.nl