

**Wie ik ben en waar ik ga
Over demografie, leefstijlen en mobiliteit in de toekomst**

**Gerard Tertoolen (XTNT)
Gertjan Hulster (Nieuw & Verbeterd)**

**Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk
25 en 26 november 2010, Roermond**

Samenvatting

In de komende jaren zijn verschuivingen in bevolkingsomvang en -samenstelling en in leefstijlen te verwachten die van invloed zijn op de mobiliteit. Zo zal de bevolkingsgroei in sommige delen van het land omslaan in krimp en krijgen we te maken met vergrijzing en verschuivingen in omvang en samenstelling van allochtone bevolkingsgroepen. De jongeren van nu verschillen van hun ouders. Verwacht wordt een toenemende oriëntatie op technologie en media- en beeldcultuur. Tevens wordt een verschuiving voorzien in leefstijlen, waarbij moderne waarden als bezitten en verwennen sterker worden, terwijl traditionele waarden als behouden en gezagsgetrouwheid aan belang inboeten.

In deze paper wordt op al deze ontwikkelingen vooruit gekeken. Door middel van een uitgebreide literatuurstudie en aanvullend onderzoek zijn scenario's vormgegeven met betrekking tot het auto-, fiets- en openbaar vervoer gebruik in de wereld van morgen. Uit de beschreven autonome ontwikkelingen komt 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. Kenmerken als status, gemak, snelheid, flexibiliteit en onafhankelijkheid nemen in belang toe. Waargenomen trends lijken het tegenovergestelde te bewerkstelligen van wat in het kader van de duurzaamheid wordt nagestreefd.

Alle reden dus om stil te staan bij de vraag of deze trends kunnen worden omgebogen, of dat er met de fiets en openbaar vervoer beter kan worden ingespeeld op deze ontwikkelingen. Daarbij wordt ingegaan op verantwoordelijkheden van reizigers en overheden, op het bieden van keuzemogelijkheden, op het bevorderen van (reis)gemak, de toepassing van nieuwe media en het betrekken van (verschillende) bevolkingsgroepen bij het vormgeven van beleid.

Deze paper is gebaseerd op een advies dat is uitgebracht door de Raad voor Verkeer en Waterstaat. De Raad heeft hiermee niet de ambitie gehad om definitieve antwoorden te geven, maar om een brede discussie te starten. Hiertoe zijn een aantal discussiemiddagen georganiseerd met prominenten uit de wereld van Verkeer en Vervoer en beleidsmakers. Ook is het advies aan (demissionair) minister Eurlings aangeboden en zijn via een persbericht en directe contacten met succes de media gezocht.

Aangezien mensen steeds meer visueel ingesteld zijn, is er naast een adviesrapport ook een korte film gemaakt. Deze film is gekoppeld aan diverse websites en zal ook vooraf aan de presentatie van deze paper vertoond worden. Daarmee is ook deze bijdrage aan het CVS-congres onderdeel van de (maatschappelijke) discussie over mobiliteitsontwikkelingen die ons te wachten staan.

1. Inleiding¹

Mensen zijn letterlijk en figuurlijk in beweging. De techniek stelt de mens in staat zich steeds sneller en dus in dezelfde tijd over langere afstand te bewegen en sneller te communiceren. Daarnaast verandert de omvang en samenstelling van de bevolking. Ook de motivaties, behoeften, attitudes en normen en waarden van mensen zijn in beweging. In opdracht van de Raad voor Verkeer en Waterstaat zijn demografische ontwikkelingen, veranderingen in leefstijlen en sociaaleconomische veranderingen in relatie tot de mobiliteit in beeld gebracht. Centrale vraagstelling hierbij is:

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

In dit paper wordt in het bijzonder gekeken naar de positie van het openbaar vervoer in het Nederland van morgen. Vaak wordt daarbij alleen naar demografische of – meer recent – ontwikkelingen in leefstijlen gekeken. In dit onderzoek zijn beide typen ontwikkelingen geanalyseerd.

2. Methode

Er is een uitgebreide literatuurstudie naar demografische veranderingen in Nederland verricht. Belangrijkste bronnen met betrekking tot demografische ontwikkelingen en mobiliteit zijn het Sociaal Cultureel Planbureau en het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid. Voor de kenmerken van de nieuwe generatie is vooral gebruik gemaakt van twee toonaangevende boeken; *Generatie Einstein* (2007) en *De nieuwe generatie* (2009). Een beknopte lijst van de belangrijkste geraadpleegde literatuur en websites is in bijlage 1 opgenomen.

Daarnaast is een onderzoek verricht naar leefstijlen in relatie tot mobiliteit. Dit onderzoek is in onze opdracht uitgevoerd door Motivaction. Met behulp van een sociaal-culturele segmentatie van de Nederlandse bevolking is een inschatting gemaakt van toekomstige 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. Er is gebruik gemaakt van 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 achttal consistente sociale milieus met overeenkomstige basiswaarden, oriëntaties en esthetische identiteit. Deze sociale milieus zijn niet gedefinieerd op basis van sociale klassen of socio-economische 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. Om de ontwikkelingen van leefstijlen in de toekomst te voorspellen, zijn een aantal aannames gedaan over levensverwachting, waardeoriëntaties van cohorten en over het aandeel van bepaalde leeftijdsgroepen in de samenleving.

3. Resultaten en conclusies

3.1. Vergrijzing

De term vergrijzing 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 naoorlogse generatie, de babyboomgeneratie, tot de 65-plussers behoren. Daardoor neemt het aantal 65-plussers snel toe. Uit gegevens van het CBS 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 mln 65-plussers nu tot een maximum van 4,5 mln in 2040. 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.

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 % af (SCP, 2008). 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 openbaar vervoerverplaatsingen 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 dat 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. Dat leiden we af ondermeer af uit:

- Tussen 1997 en 2007 is het rijbewijsbezit en het autobezit van ouderen sterk gestegen.
- Toekomstige ouderen hebben in veel gevallen meer geld (zowel een redelijk inkomen als een aanzienlijk vrij besteedbaar bedrag);
- Toekomstige ouderen hebben meer tijd tot hun beschikking (die ze ook actiever en uithuiziger invullen);
- Toekomstige ouderen zijn hoger opgeleid en blijven vaker langer werken;
- Toekomstige ouderen wonen vaker zelfstandig;
- Zij behoren tot de generatie waarvoor reizen en verplaatsen 'normaal' is;
- Zij hebben vaker de beschikking over een rijbewijs en auto;
- Zij stellen een actief leven als voorwaarde voor een goede gezondheid.

De gevolgen voor de vergrijzing voor de totale mobiliteit zijn uitgezocht voor het WLO-Global Economy scenario (GE). Dit voorspelt een totale mobiliteitsgroei tot 2020 van 18,5%. Ongeveer de helft van deze groei komt voor rekening van ouderen: 4% is toe te schrijven aan de groei van groep 65-plussers, 4,6% aan verandering in kenmerken van de ouderen als arbeidsparticipatie, inkomen en autobezit. Deze toename betreft vrijwel uitsluitend automobilititeit. De verwachting is dat het fietsgebruik onder ouderen zal afnemen, al is weinig te zeggen over de mate waarin dit gebeurt. Het openbaarvervoergebruik blijft ongeveer gelijk, daar compenseert de toename van het aantal ouderen het effect van de afnemende populariteit.

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. 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. Beter belichting van en grotere lettertypes op bebording kan in verband met de vergrijzing wenselijk zijn.

Auto populair

Ouderen zullen méér en tot op hogere leeftijd actief en mobiel zijn. Vooral de auto is populair; fiets- en openbaar vervoer gebruik dreigen te gaan dalen. 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. Om het fietsgebruik te stimuleren dient dit vooral veilig te zijn (aparte infrastructuur en veilige oversteken) en kan ingespeeld worden op gezondheidsmotieven. Voor het openbaar vervoer ligt er dan ook de opgave om het materieel 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.

3.2. Groei en krimp

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 mln inwoners (CBS, 2009). Daarna wordt voor het eerst in de recente geschiedenis een daling van de bevolking verwacht, die niet samenhangt met oorlogen of natuurgeweld. 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.

De stedelijke gebieden houden hun aantrekkingskracht, voornamelijk 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 mln 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. In sommige delen van Nederland (Limburg, Groningen en Zeeland) is de krimp al een feit.

Mobiliteit in groeiende regio's: slimme openbaar vervoeroplossingen nodig

De mobiliteitsontwikkeling in de groeiende regio's is niet eenduidig. 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 autobezit toe (Maat, 2009).

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 openbaarvervoer-voorzieningen op de middellange termijn nog verder toenemen.

Meer dan nu gebeurt moet verstedelijking afgestemd worden op de capaciteit en kwaliteit van mobiliteitsnetwerken en vice versa (VROM-Raad, 2009). Daarbij zijn stations die ook met de auto goed bereikbaar zijn, van groot belang. Door op deze plekken nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen mogelijk te maken ontstaat niet alleen betere bereikbaarheid, maar wordt ook aan individuen keuzevrijheid geboden voor wat betreft de vervoerwijze. In Amsterdam is dit redelijk goed gelukt, met intercitystations op verschillende plekken aan de ringweg die allen 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 verhalen. Met relatief kleine ingrepen op strategische plekken kunnen stedelijke en nationale netwerken als geheel beter gaan functioneren.

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 bevolkingsgroei (KiM, 2009). 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.

Wat betreft de regionaal-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 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 (Van Dam, De Groot, & Verwest, 2006).

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 volgen hun kinderen daarin. 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 gemeentee overstijgende problematiek. Zo kunnen er ook kansen ontstaan voor sterkere regionale kernen, wanneer regionale voorzieningen daar worden geconcentreerd.

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

Groei, krimp en verkeersveiligheid

Uit onderzoek blijkt dat de mortaliteit afneemt bij een toenemende bevolkingsdichtheid (SWOV, 2009). Groei in de steden zou dus kunnen leiden tot een lagere mortaliteit, als die groei wordt opgevangen door verder 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) autowegen in die regio's. Duurzaam Veilig (het preventief veiliger maken van wegen vanuit de menselijke maat) blijft dus ook zeker in de krimpende regio's bijzonder actueel.

3.3. Meer allochtonen in Nederland

Uit prognoses van het CBS 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.

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. De demografische opbouw van allochtonen wordt in vergelijking met die van de autochtonen gekenmerkt door een hoog aandeel jongeren. Slechts een op de tien allochtonen is op dit moment ouder dan vijftig jaar, terwijl dit bij autochtonen één op de drie is.

Allochtonen wonen in de grote steden

Ook in de komende decennia wonen niet-westerse allochtonen voornamelijk in de drie grote steden. 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 steden (Burgers, 2005).

Wel met de bus, niet met de fiets

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 van de niet-westerse allochtonen en de autochtonen. Wat betreft niet-westerse allochtonen (met name Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen) geldt dat, ten opzichte van de autochtone bevolking, zij:

- zich minder vaak en minder ver verplaatsen;
- het autobezit lager is;
- het gebruik van openbaar vervoer relatief hoog is;
- het fietsgebruik nog niet de helft is van dat van de autochtone Nederlander (SCP, 2006).

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. 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 mobiliteitsgedrag 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 innemen (KIM, 2008). Omdat meer allochtonen van de tweede generatie opgroeien met de fiets zou het negatieve beeld van de fiets kunnen afnemen. Er zijn echter geen signalen dat de tweede generatie allochtone meer fietst dan de eerste. Ook een hogere mate van integratie gaat (nog) niet gepaard met meer fietsgebruik. Kennelijk is de lage status van de fiets onder deze groepen diep geworteld. Het fietsgebruik onder deze bevolkingsgroepen is alleen 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.

3.4. De nieuwe generatie

Enerzijds zullen veel van de toekomstige innovaties binnen verkeer en vervoer worden bedacht en vormgegeven door jongeren van nu, anderzijds dient de kwaliteit van vervoerssystemen aan te sluiten bij hun wensen en behoeften, willen zij er gebruik van (blijven) maken. Hoe kan toekomstig verkeer- en vervoerbeleid op een positieve manier aanhaken bij de kenmerken en trends van de nieuwe generatie?

Volgens Groen en Boschma (2006) is de huidige generatie jongeren slimmer, sneller en socialer dan de generaties vóór hen. Zij beschrijven 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 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.

Het percentage jongeren dat zich vooral concentreert op het eigen leven stijgt momenteel sterk. Het aandeel dat als plichtsgetrouwen en verantwoordelijken is te omschrijven, neemt af. Dit komt onder meer door de hoge welvaart waar ze in 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.

Dit 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.

Vertaling naar toekomstige mobiliteitseisen

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

Hoewel intensief gebruik van ICT en internet niet zondermeer tot minder mobiliteit leidt, heeft dit toch heel wat potentieel om mobiliteit en transport en logistiek in het bijzonder, efficiënter, veiliger en comfortabeler te laten verlopen. 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. 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 makkelijk uit kunnen putten.

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.

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. Jongeren kunnen bijvoorbeeld benaderd worden door gemotiveerde mensen, die deel uitmaken van netwerken en daardoor vertrouwd worden. Dit kan in de toekomst wel

eens veel effectiever blijken dan massamediacampagnes. Daarbij 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.

In de toekomst worden producten nog meer dan nu gekozen op basis van design, sfeer, merknaam of op het gevoel dat ze oproepen. Hogere belevingswaarde resulteert vaker in enthousiasme en dat resulteert weer in frequenter gebruik. Dualisme biedt ruimte om enthousiasme over de auto, fiets en openbaar vervoer te verenigen 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 (XTNT, 2008). 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 vervoerswijze gemakkelijk maken en vooral ook leuk.

Diversiteit en grenzen stellen

Een kanttekening is op zijn plaats: *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. Toch geldt voor de meeste jongeren dat regels en sturing belangrijk zijn. Veel volwassenen van straks zijn nu erg op zichzelf gericht en uit op gemak en plezier. Effectief (verkeer- en vervoer)beleid dient hier op in te spelen. Dat betekent onder andere ruimte geven en dat kan alleen als ook de grenzen duidelijk zijn.

3.5 Leefstijlen

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 waardeoriëntaties ('postmaterialisme'). Door de consumptie van specifieke producten of door specifieke handelingen presenteren mensen zich in het dagelijkse sociale verkeer. Leden van een zelfde sociale groep hebben overeenkomstige smaken, normen en overtuigingen. Op basis van een leefstijlenonderzoek (zie hoofdstuk 2) is inzicht verkregen in toekomstige ontwikkelingen in leefstijlen. Daaruit blijkt 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. Vervolgens is op basis van gegevens uit een valide database, representatief voor de Nederlandse bevolking, gekeken welke verwachtingen hieruit volgen met betrekking tot mobiliteitsgedrag. Dit levert het volgende beeld op:

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. Dit wordt ondersteund door een studie van Verkeer en Waterstaat (KiM, 2009), waaruit blijkt dat de laatste jaren de aandacht voor statuselementen in autoreclames toeneemt. 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.

2. De auto wordt bij ongewijzigd beleid steeds meer gebruikt

De populariteit en het gebruik van de auto neemt toe. De factor 'gemak' speelt hierbij een belangrijke rol. Dit komt overeen met bevindingen van het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM, 2008).

3. Fiets wordt minder populair

Fietsen wordt minder als een aantrekkelijke vrijetijdsbesteding gezien. Ook dreigt het fietsen om naar het werk te gaan in populariteit af te nemen. Om dit tij te keren zal veel energie gestoken dienen te worden in het blijvend promoten en aantrekkelijk houden van de fiets. Hierbij kan ook de elektrische fiets een rol spelen. 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. 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.

4. Samen reizen wordt minder populair.

Mensen maken ook steeds vaker deel uit van tijdelijke (vaak digitale) communities waar kortstondig interesses gedeeld wordt. 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. Hierdoor zal het samen met anderen reizen steeds minder aantrekkelijk worden gevonden. Ongeacht of je bijvoorbeeld de auto neemt of de trein zal de motivatie om samen te zijn tijdens het reizen afnemen. Dat betekent overigens niet automatisch dat openbaar vervoer gebruik in de verdrinking komt. 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, coupes die meer privacy bieden en ketenmobiliteit.

5. Gemak wordt steeds belangrijker

De techniek is misschien wel de sterkste kracht die de toekomst bepaalt. Er ontstaan technisch steeds sneller 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, waarbij het minimaliseren van 'moeite' een hele belangrijke is.

3.6 Conclusies en discussiepunten

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.

Zelfsturing staat centraal

De geschetste demografische ontwikkelingen en veranderingen in leefstijlen overziende concluderen we dat de groeiende behoefte aan zelfsturing een centraal staande ontwikkeling in het mobiliteitsgedrag is. 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. Wij geven daarvoor de volgende aanbevelingen:

- 1. Bied keuzemogelijkheden voor mobiliteit;*
- 2. Bevorder (keuze)gemak;*
- 3. Bewaak de grenzen waarbinnen vrijheid gegeven kan worden;*
- 4. Betrek burgers bij oplossingen;*
- 5. Houd daarbij rekening met verschillende bevolkingsgroepen.*

De discussie dient zich toe te spitsen op hoe deze aanbevelingen vorm kunnen worden gegeven. Daarbij dienen zowel (ervarings)deskundigen, beleidsmakers als burgers te worden betrokken. Speciale aandacht verdient het dilemma dat er enerzijds een steeds grotere behoefte ontstaat aan zelfsturing en keuzevrijheid, maar dat het anderzijds een sterke noodzaak zal zijn op kaders te stellen. Belerende boodschappen zijn uit den boze, beleving wordt belangrijker en verschillende oplossingen kunnen naast elkaar bestaan, zonder dat er eindeloos polderen nodig is. De bouwstenen van de toekomst tekenen zich af; de invulling en uitwerking moet nog vorm krijgen.

4. Marketing, promotie en het op gang brengen van de discussie

De uitkomsten van dit rapport hebben vrijwel allemaal een communicatieve exponent. Kort gezegd komt die er op neer dat de wereld om ons heen steeds interactiever wordt, en dat de bijbehorende informatie steeds compacter en visueller wordt. De mobiliteitswereld kan hier niet in achterblijven.

De belangrijkste drivers hierachter zijn:

- Verwachtingen zijn groter: we willen steeds meer van het leven.

- Complexiteit wordt groter: We moeten steeds meer weten om te kunnen doen wat we moeten doen. Laat staan om te kunnen doen wat we willen doen. En we krijgen steeds meer informatie te verwerken.
- We zijn van een bevelshuishouding naar een onderhandelingshuishouding gegaan (De Swaan 1981): We accepteren dingen niet meer klakkeloos, van geboden worden we recalcitrant.

Deze ontwikkelingen stellen nieuwe eisen aan de manier waarop informatie wordt aangeboden. Informatie moet kort en bondig zijn, interessant en prikkelend en tenslotte in hoge mate reflexief: open voor interactie, interpretatie of discussie. Daarom hebben we de uitkomsten in een toepasselijke vorm gepresenteerd en die vorm nog voor de publicatie voorgelegd aan een panel van experts.

Medium is the message

Het rapport bestaat uit tekst en illustraties. De boodschap in het rapport biedt speelruimte. Dwingende informatie leidt tot cognitieve dissonantie: we zijn het dan wel eens met wat er gezegd wordt maar willen niet zonder slag of stoot ons oude gedrag opgeven (Brewer, 1994). Door de lezer ruimte te geven om zelf met de informatie aan de slag te gaan, wordt de follow up groter.

Daarnaast hebben we een film gemaakt. Film biedt de mogelijkheid om naast de cognitieve informatie ook affectieve informatie over te brengen. Affectieve informatie bestaat uit die aspecten van informatie die inspelen op de diepere drijfveren van mensen. Deze informatie lokt emotionele reacties bij mensen uit: je goed voelen, ergens bijhoren, ertoe doen, etc. Affectieve informatie heeft in de reclamewereld allang de overhand genomen. Het is al meer dan twintig jaar geleden dat er in reclame-uitingen werd gesproken over de feitelijke voordelen van producten. Nu wordt er veel meer gezinspeeld op imago, identificatie en andere emotionele aspecten.

In onze beleidscultuur zijn we geneigd affectieve informatie te schuwen omdat het oneerlijke beïnvloeding zou zijn. Het gevolg is echter dat heel veel belangrijke inzichten in de la verdwijnen. Wij stellen ons op het standpunt dat affectieve informatie onontbeerlijk is voor een goede informatieoverdracht. Voor de beleidscontext dient die informatie dan wel feitelijk juist te zijn en open voor discussie.

De belangrijkste affectieve informatie uit de film betreft de beeldcultuur: de stortvloed aan beelden die we dagelijks te verwerken krijgen. De film bestaat uit een snelle montage van beelden van de straat, interieurs en van internet. Hoe we hier ook over denken: het is duidelijk dat het er is, dat het ons meer en meer beïnvloed en dat we er niet meer vanaf komen.

Onderhandelen

De film is naast het rapport voorgelegd aan een panel van experts. Het begrip expert moet ruim worden opgevat. Op dit gebied is iedereen expert voor zijn stuk van de werkelijkheid. Vrijwel niemand kan vanaf zijn bureau het gehele spectrum overzien. Een zo breed mogelijke discussie over de inhoud van het rapport is dan ook onmisbaar en als één van de belangrijkste conclusies in het rapport opgenomen. Film en rapport zijn als inleiding gebruikt. Omdat zowel film als rapport open van karakter zijn, leveren ze een

levendige inhoudelijke discussie op. De bevindingen van die eerste discussie zijn verwerkt in het rapport. We gaan verder met de bevindingen door ze te presenteren op congressen en de film via youtube te verspreiden onder alle betrokkenen. De resultaten van die verspreiding worden niet meer in het rapport opgenomen. In plaats daarvan komen ze terecht waar ze thuis horen: in beleid en de praktijk van vervoerders, overheden en bedrijfsleven.

Bijlage: literatuur

- Boschma, J. & I. Groen (2006) *Generatie Einstein: slimmer, sneller en socialer. Communiceren met jongeren van de 21ste eeuw*. Pearson Education Uitgeverij: Amsterdam.
- Brewer, M. B. & W. D. Crano (1994) *Social Psychology*. West Publishing Company: New York.
- CROW (2009) *Anders kijken naar bereikbaarheid*. CROW: Ede.
- Swaan, A. de (1982) *De mens is de mens een zorg: opstellen 1971-1981*. Meulenhoff: Amsterdam
- Jorritsma, P. & M.J. Olde Kater (2008) *Grijs op reis: Over de mobiliteit van ouderen*. Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid: Den Haag.
- Olde Kalter, M.B. (2008) *Blijvend anders onderweg: mobiliteit allochtonen nader bekeken*. Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid: Den Haag.
- Schnabel, P. (2000) *Trends, dilemma's en beleid: Essays over ontwikkelingen op langere termijn*. SCP: Den Haag.
- Spangenberg, F. & M. Lampert (2009) *De Grenzeloze Generatie en de eeuwige jeugd van hun opvoeders*. Uitgeverij Nieuw Amsterdam: Amsterdam.
- Verhoeven, R. (2009) *Allochtonen onderweg* (Afstudeerstudie). TU Delft: Delft.