

De ene jongere is de andere niet:

Naar een segmentering van jongeren op basis van hun waarden en attitudes ten aanzien van mobiliteit

Thomas Straatemeier- Goudappel Coffeng – tstraatemeier@goudappel.nl

Sander van Eijk – Goudappel Coffeng – svdeijk@goudappel.nl

Joris Schuurman – Youngworks – joris@youngworks.nl

Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 19 en 20 november 2015, Antwerpen

Samenvatting

Dé jongere bestaat niet. Ook niet als het gaat over mobiliteit. De verschillen binnen de leeftijdsrange van 15 tot en met 24 jaar zijn enorm. Dat heeft bijvoorbeeld te maken met mogelijkheden. Heb je wel of geen rijbewijs? Beschik je over een scooter of auto? Dan zijn er ook verschillen in omgeving; bijvoorbeeld tussen de stad en het platteland. Maar ook de invloed van de ouders is van belang. Die neemt met de jaren af. En dan zijn er ook nog de belangrijke life events, zoals gaan studeren, uit huis gaan en de eerste baan.

Elk van deze segmenten jongere verkeersdeelnemers heeft eigen motivaties, eigen gedragsintenties, en communiceert op een eigen manier. Een betere aansluiting daarop geeft professionals in mobiliteit meer grip; op de keuzes voor vandaag en morgen. Bovendien zijn er juist nu heel veel vragen. Welke kansen biedt de deeleconomie voor mobiliteit? Hoe ontwikkelen de voorkeuren voor de auto zich? Is de afname van het autogebruik onder jongeren tussen 18 en 29 jaar een hype of juist een groeiende trend? Geldt die hype of trend voor het gros van de jongeren of zijn er grote verschillen onderling? En in hoeverre is culturele afkomst een factor om rekening mee te houden?

We maken allerlei beleidskeuzes en nemen investeringsbeslissingen op het gebied van infrastructuur, vervoer, verkeersveiligheid en mobiliteitsdiensten, die tot ver in de toekomst hun uitwerking hebben. Daarbij zijn jongeren als verkeersdeelnemers niet of nauwelijks in beeld. Zowel onze planningscultuur als de politiek worden in elk geval niet gedomineerd door de jongere generaties. Hooguit door planners en bestuurders die vroeger ook jong zijn geweest. En hoe scherp wij trends ook zien - bijvoorbeeld de afname van autogebruik en de verschuivende balans tussen leven, werken en reizen - we hebben de behoefte om de doelgroepen van de toekomst beter te leren kennen. Dit onderzoek, een initiatief van Goudappel Coffeng en Youngworks in opdracht van diverse betrokken opdrachtgevers - geeft daar invulling aan.

Het resultaat van een landelijk onderzoek - waaraan ruim 2000 jongeren hebben bijgedragen - geeft inzicht in wie jongeren zijn als het gaat om hun mobiliteitsvoorkeuren, -waarden en -gedrag. We onderscheiden vijf segmenten jongeren. Deze segmenten bieden nieuwe handvaten voor beleidsontwikkeling en de manier waarop we jongeren betrekken en benaderen.

1. Waarom een jongeren perspectief op mobiliteit?

Jongeren zijn als verkeersdeelnemer niet of nauwelijks in beeld. Dat is vreemd; want zij zijn niet alleen de huidige maar vooral ook de toekomstige gebruikers van de diensten en de infrastructuur waar we in investeren. Dat geldt ook voor de hele breedte aan beleidskeuzes die we maken op het gebied van verkeer en vervoer. Jonge verkeersdeelnemers hebben eigen motivaties en gedragsintenties, en natuurlijk communiceren ze op hun eigen manier. Juist zij kunnen ons een inkijk geven in keuzes voor de toekomst. Jongeren zijn onderdeel van een global community. In grote delen van de wereld zijn delen (*sharification*) en aandacht voor geluk en balans (*mindfulness*) *trending*. Beleving wint aan status in verhouding tot materieel bezit. Dat zien we ook terug in mobiliteitsgedrag: autodelen wordt streetfashion en *bikesharing* is wereldwijd de snelst groeiende modaliteit. En de auto zelf? Die ontwikkelt zich steeds meer van status-object tot gebruiksvoorwerp. Ook hier lijken we dat al te kunnen zien. Cijfers wijzen op een afname van autogebruik onder jongeren tussen 18 en 29 jaar (KIM, 2013). Dat roept natuurlijk allerlei vragen op: Gaat het hier om een hype of is het een blijvende of zelfs groeiende trend? Geldt dit voor het gros van de jongeren, of zijn er grote verschillen tussen jongeren onderling? Is culturele afkomst een factor? Is opvoeding een factor? Welke rol speelt de toegenomen keuzevrijheid? Is er verschil tussen nieuwe en geboren stedelingen of tussen studerende en werkende jongeren? Hoe zit het met stad en platteland? En wat bepaalt eigenlijk wie koplopers zijn?

Onze planningscultuur en politiek werd en wordt in elk geval nog steeds bepaald door babyboomers. Hoewel planners en beslissers natuurlijk ook mee bewegen. Zij zien steeds scherper hoe autogebruik afneemt en hoe de balans tussen leven, werken en reizen blijvend veranderd. Maar we willen vooruit zien! Hoe vertalen ontwikkelingen zich naar professionele keuzes waarvoor wij verantwoordelijk zijn? Goudappel Coffeng en YoungWorks hebben de handen ineengeslagen om een jongerenperspectief op mobiliteit uit te werken. Voor het onderzoek 'Jongeren en Mobiliteit' hebben wij in het onderwerp geïnteresseerde overheidspartijen bij elkaar gebracht en op deze manier de benodigde financiering tot stand laten komen. Elke aangesloten partij krijgt dankzij deze 'crowd funding' meer inzicht voor een lager budget. De volgende organisaties participeren in het onderzoek: de G4¹, de B5², provincies Noord-Brabant, Limburg, Overijssel, Gelderland, Utrecht en Zuid-Holland, Stadsregio Amsterdam en de gemeenten Amersfoort en Enschede.

2. Hoe hebben we het onderzoek aangepakt?

Het doel is drieledig: (1) verkennen welke waarden en motivaties jongeren hebben met betrekking tot mobiliteit. (2) Inzicht krijgen in het mobiliteitsgedrag van verschillende typen jongeren (segmenten) en (3) op zoek gaan naar aanknopingspunten voor het activeren van jongeren ten behoeve van beleid of concrete interventies. Aan de betrokken overheden hebben we ook gevraagd waar men dan graag inzicht in wil

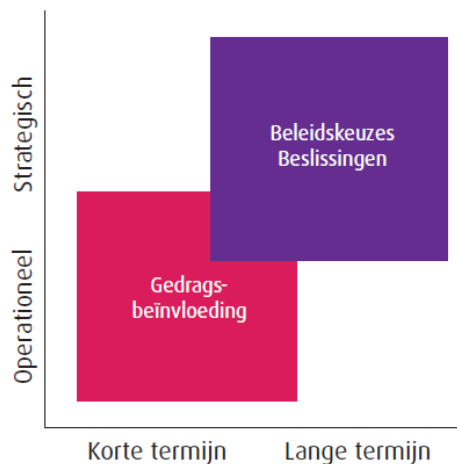
¹ Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht

² Eindhoven, Tilburg, Breda, Helmond, 's-Hertogenbosch

hebben. Dit leverde een veelheid aan vragen op dat we hebben teruggebracht tot vijf kernvragen.

1. Welk vervoermiddel heeft de voorkeur en waarom?
2. Wat verklaart verschil in mobiliteitsgedrag?
3. Wat leren we over toekomstig gedrag?
4. Waar liggen jongeren wakker van als het gaat om mobiliteit?
5. Hoe zit het met jongeren en verkeersveiligheid?

Een deel van de vragen heeft betrekking op langere termijnkeuzes, als ruimtelijke ontwikkeling en mobiliteitsbeleid. Dat past in een context van steden die infrastructuur 'af zijn' en aandacht vragen voor slim beheer en gebruik van de ruimte en de voorzieningen. Anderzijds gaat het om korte termijnkeuzes, die vragen opwerpen over gedragsbeïnvloeding, campagnevorming en verkeersveiligheid. Dat past in een context van 'Maak van de nul een punt!'; de groeiende beweging in Nederland die niet als vanzelfsprekend ervaart dat er slachtoffers vallen in het verkeer. In alle gevallen hebben we echter behoefte aan meer kennis van jongeren als doelgroep en de context waarbinnen jongeren zich bewegen.



Figuur 1: typen keuzes voor mobiliteit rond mobiliteit van jongeren

In het onderzoek wordt een viertal stappen doorlopen. Die stappen worden hieronder kort toegelicht.

Stap 1: Trendanalyse

We vormden ons allereerst in de trendanalyse een aangescherpt beeld van de trends die jongeren bezig houden. Hoe ziet de belevingswereld van jongeren eruit en wat zijn de ontwikkelingen daarin? Wat is de invloed van trends als participatie (het zelf opzetten van evenementen, zelf deelnemen in co-creatie), sharification (het delen van diensten en producten) en het altijd-online-zijn? Welke ontwikkelingen zien we rond jongeren en deelautomobiliteit (wel een rijbewijs maar geen auto), toename van (e-)fietsgebruik en digitale mobiliteit (sociale netwerken als vervanging voor fysieke ontmoetingen)?

De trendanalyse bestaat uit een verkenning van relevante wetenschappelijke publicaties en recente artikelen en gesprekken met toonaangevende experts in Nederland, zowel gericht op jongerencultuur als op mobiliteit.

Stap 2: Focusgroepen (kwalitatief onderzoek)

De trendanalyse geeft grip op die ontwikkelingen die de belevingswereld van jongeren bepalen en inzicht in trends en trendbreuken voor mobiliteit. Dat was een belangrijke basis voor onze verkennende gesprekken met jongeren. In deze kwalitatieve fase achterhaalden we in 14 verkennende gesprekken met jongeren welke motivaties zij hebben ten opzichte van mobiliteit. De twee hoofddoelen waren:

1. Inzicht krijgen in mobiliteitsgedrag, zoals welke vervoermiddelen gebruiken jongeren en waarom? Vanuit welke motivaties maken zij keuzes?
2. Input voor kwantitatief onderzoek. Uitkomsten uit deze kwalitatieve fase geven concrete input om de waardenoriëntaties scherp te kunnen formuleren, zodat we de best denkbare segmentatie kunnen opbouwen.

Op 7, 10, 14 en 15 juli 2014 voerden we kwalitatief onderzoek uit onder 56 jongeren tussen de 12 en 25 jaar. De acht groepsgesprekken duurden elk twee uur en de vier duo-interviews een uur per gesprek. Drie gesprekken vonden plaats in Den Bosch, drie in Amersfoort en zes bij Youngworks in Amsterdam. De interviews zijn live vanuit de meekijkruimte gevolgd door betrokken organisaties. Alle jongeren zijn geworven door CG Selecties. Zij kregen een vergoeding voor hun deelname.

Stap 3: Segmentering (kwantitatief onderzoek)

De focusgroepen hebben ons geleerd welke aspecten en eigenschappen (dimensies) een rol spelen. Kwantitatief onderzoek resulteerde daarop volgend in een segmentatiemodel dat jongeren indeelt naar hun houding ten aanzien van mobiliteit. Het model is geconstrueerd aan de hand van waardenstellingen, waarmee de houding van jongeren ten aanzien van mobiliteit is bepaald. De vragenlijst bestond uit:

Waardenstellingen: bedoeld om de houding van jongeren ten aanzien van mobiliteit vast te stellen. Bij elk van de aspecten die van belang zijn, is een aantal stellingen geformuleerd. Dat heeft geresulteerd in een set van 47 stellingen, die door alle respondenten - onafhankelijk van leeftijd en opleidingsniveau - te beantwoorden zijn.

Vragen m.b.t. achtergrond en mobiliteitsgedrag: bedoeld om de segmenten zo goed mogelijk te kunnen beschrijven. Deze vragen gaan bijvoorbeeld in op sociaal-demografische variabelen, maar ook op kennis, voorkeuren, associaties, concreet mobiliteitsgedrag, vrijetijdsbesteding, mediagedrag en leefstijl.

Leeftijdsafhankelijke stellingen: bedoeld om specifieke leeftijdsgroepen te bevragen; bijvoorbeeld over scooterbezit en -gebruik, autobezit en -gebruik en rijden onder invloed.

In totaal zijn 1.581 jongeren bevroegd in de leeftijd van 15 tot en met 24 jaar. De leeftijdsgroep van 12 tot en met 14 jaar is niet langer meegenomen in dit deel van het onderzoek. Uit kwalitatief onderzoek bleek dat jongeren uit deze leeftijdsgroep nog te weinig eigen waardenpatronen hebben ontwikkeld als het gaat om verkeer en vervoer. Bij de steekproef is rekening gehouden met de 'Gouden Standaard'. Dit houdt in dat de spreiding statistisch correct is over geslacht, opleidingsniveau, leeftijd, etniciteit, woonsituatie, stedelijkheid en provincies. Op basis van de enquêteresultaten is een segmentatiemodel opgesteld, waarbij de belangrijkste verschillen tussen jongeren

(segmentering) en overeenkomsten (clustering binnen één segment) geanalyseerd zijn. Aan de hand van de achterliggende kenmerken van respondenten, kunnen we een goede inkleuring geven van de jongerensegmenten. Dat heeft geresulteerd in een levendige en persoonlijke beschrijving van elk van de segmenten.

Stap 4: Koppeling met MobiliteitsPanel Nederland (gedrag)

De enquêteresultaten worden op dit moment gekoppeld aan het Mobiliteitspanel Nederland, opgezet door Goudappel Coffeng, de Universiteit Twente en het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid van het Ministerie van Infrastructuur & Milieu. De jongeren uit het MPN zijn door middel van een segmenterings-vragenlijst gekoppeld aan de verschillende segmenten. Zo ontstaat een schat aan extra informatie over het concrete mobiliteitsgedrag van elk van de verschillende segmenten. De jongeren in het MPN hebben dagboekjes bijgehouden waarin ze hun reisgedrag beschrijven.

Het resultaat van het onderzoek is een segmentering in vijf subgroepen. Voor elk van deze groepen kunnen we uitspraken doen over de wijze waarop zij kunnen worden betrokken en benaderd. Daarnaast hebben we een stappenplan ontwikkeld voor het betrekken c.q. benaderen van de verschillende groepen en types. Stap vier van het onderzoek vindt zoals gezegd op dit moment nog plaats. We gaan in dit paper vooral in op de segmentering van jongeren op basis van het kwalitatief onderzoek in stap 2 en de enquête in stap 3.

3. Wat komt er uit?

Uit de kwalitatieve fase (trendanalyse en focusgroepen) destilleerden we acht relevante factoren of dimensies die een rol spelen bij mobiliteit van jongeren, die we hebben vertaald naar 47 stellingen over mobiliteit. Het kader hieronder geeft de dimensies weer, met steeds één of twee voorbeeldstellingen uit de vragenlijst.

1. Voorkeur fietsen

'Ik vind het meestal heerlijk op de fiets.'

'Van ergens naartoe fietsen kan ik echt genieten.'

2. OV vermijden

'Ik wil niet afhankelijk zijn van het OV voor mijn dagelijkse vervoer.'

3. Status/uiterlijk

'Bij de aankoop van een auto of scooter vind ik het imago van het merk belangrijk.'

4. Voorkeur auto

'Als ik 30 jaar ben, heb ik zeker een eigen auto.'

'Een eigen auto hebben staat voor vrijheid.'

5. Aandacht veiligheid

'Als ik onderweg ben, vind ik veiligheid belangrijker dan snelheid.'

6. Persoonlijke ruimte en controle

'Ik vind het vervelend als je in het OV dicht op andere mensen staat of zit en geen eigen ruimte hebt.'

7. Milieubewustzijn

'Ik vind het belangrijk dat auto's van de toekomst veel minder vervuילend worden.'

'Ik vind het niet erg om meer geld uit te geven aan vervoer als dat beter is voor het milieu.'

8. Voorkeur samen reizen

'Als het even kan reis ik samen met vrienden.'

'Ook als het wat extra tijd kost reis ik liever samen met iemand anders.'

Met behulp van een factor- en clusteranalyse kwam vervolgens naar voren dat de jongeren, op basis van hun scores op de dimensies, zijn onder te verdelen in vijf segmenten. Deze vijf groepen kijken allemaal op een andere manier naar mobiliteit. Voordat we deze vijf typen jongeren introduceren, delen we de meest opvallende algemene uitkomsten.

3.1 Algemene uitkomsten

Dé jongere bestaat niet als het gaat over verkeer en vervoer. We zien grote onderlinge verschillen. Het beeld dat jongeren hebben van verkeer en vervoer wordt voor een groot deel ook gevormd door persoonlijke ervaringen in het verkeer. Een jongen die dagelijks de reis van en naar school met de fiets aflegt, denkt anders over verkeer en vervoer dan een meisje dat ook regelmatig kiest voor tram of bus. Maar ook negatieve ervaringen, zoals een ongeluk met de fiets of een onveilige situatie in het OV, kunnen sterk van invloed zijn op beelden die jongeren hebben bij verkeer en vervoer. Naast persoonlijke ervaringen is de levensfase ook sterk van invloed. Met de leeftijd nemen de mogelijkheden toe. Een twintigjarige student in de stad heeft veel meer mobiliteitskeuzes dan een vijftienjarige die nog thuis woont en meer afhankelijk is van zijn ouders.

Jongeren zijn vrij doelmatig of praktisch in de mobiliteitskeuzes die ze maken.

Belangrijke factoren bij de keuze voor een vervoermiddel zijn reistijd, kosten en gemak. Bijna alle jongeren (90%) vinden het bijvoorbeeld zeer belangrijk om altijd op tijd te komen. Daarom gaat hun voorkeur uit naar een vervoermiddel dat snel, goedkoop en gemakkelijk is. Naast deze praktische factoren spelen uiteenlopende waarden een rol bij de mobiliteitskeuzes van jongeren. De voornaamste waarden zijn: aandacht voor veiligheid, status/uiterlijk, persoonlijke ruimte en comfort, voorkeur voor samen reizen en milieubewustzijn. Het verschilt sterk per jongere welke waarden dominant zijn. De een vindt het uiterlijk en imago van een scooter of auto belangrijker dan de ander. Evengoed zijn er waarden die de meerderheid van de jongeren tussen de 15 en 24 jaar belangrijk vindt, zoals aandacht voor veiligheid en persoonlijke ruimte. Uit het onderzoek blijkt dat 70% van de jongeren veiligheid belangrijker vindt dan snelheid. Bijna 75% vindt het vervelend als andere mensen in het OV te dichtbij staan en in hun persoonlijke ruimte komen. Een grote meerderheid (64%) kan zich verder behoorlijk irriteren aan de roekeloosheid van andere weggebruikers.

De fiets is het meest populaire en gebruikte vervoermiddel onder jongeren. Fietsen is praktisch en goedkoop. Daarnaast staat de fiets ook symbool voor vrijheid. Lichaamsbeweging en frisse lucht zorgen voor een goed gevoel. Bovendien is het een sociaal vervoermiddel; jongeren fietsen vaak samen.

Vanuit de behoefte aan vrijheid zijn jongeren verder ook heel positief over reizen met de auto. Zo wil 75% graag op zijn of haar dertigste een eigen auto en is 82% zeer positief

over zelf auto rijden. De auto staat voor onafhankelijkheid en biedt de flexibiliteit om overall heen te gaan. De mate waarin het uiterlijk van het vervoermiddel belangrijk is, verschilt dan weer sterk. De helft koopt het liefst een auto of scooter met een mooi uiterlijk. De andere helft hecht minder waarde aan status en uiterlijk en ziet de auto of scooter vooral als een praktisch middel om van A naar B te komen. Een derde van de jongeren vindt het imago van het automerk belangrijk bij de aankoop.

Een op de vier jongeren vermijdt het OV het liefst. Driekwart is daarentegen redelijk positief over reizen met de bus, metro en/of trein. De grootste nadelen die jongeren noemen, zijn: de hoge kosten, te kleine persoonlijke ruimte, de afhankelijkheid van dienstregelingen en vertragingen. Drie op de vier jongeren vindt het OV in Nederland te duur en wil graag dat de overheid de tarieven verlaagt. Opvallend is dat jongeren die weinig met het OV reizen, wat kritischer zijn over het OV dan jongeren die hier wel veel gebruik van maken.

Milieubewustzijn en duurzaamheid spelen slechts bij een kleine, wat oudere groep jongeren (22 - 24 jaar) een rol bij de mobiliteitskeuze. Slechts een op de vijf jongeren is bereid meer geld uit te geven aan vervoer dat beter is voor het milieu. Zij kiezen bijvoorbeeld liever voor de fiets dan voor de scooter. Hoewel het thema duurzaamheid dus weinig lijkt te leven bij huidige mobiliteitskeuzes, vindt een grote groep (73%) het wel belangrijk dat auto's in de toekomst veel minder vervuilend worden. Minder dan een derde (31%) van alle jongeren verwacht dat er - als gevolg van digitalisering in de vorm van online shoppen en online studeren - minder gereisd wordt. Ook denkt 25% van de jongeren dat mobiliteit toeneemt als gevolg van intensiever contact met hun vrienden op social media. Elektrische vervoermiddelen zoals de E-bike of elektrische auto worden nog weinig gebruikt onder jongeren, maar hebben wel degelijk potentieel. Ongeveer een op de twee jongeren vindt de elektrische fiets zowel iets voor jongeren als voor ouderen en staat er voor open.

We vroegen jongeren tot slot aan welke thema's de overheid meer aandacht moet besteden. Hier volgen hun antwoorden. Openbaar vervoer is een thema wat erg leeft onder jongeren. Ze maken er veel gebruik van, maar hebben er nog wel wat op aan te merken.

Wat is het belangrijkste thema waar de overheid (volgens jongeren) meer aandacht aan moet besteden?	
1. Goedkoper OV	39%
2. Beter OV: vaker op tijd en meer ruimte onderweg	16%
3. Aanpak van asociale medeweggebruikers	13%
4. Verkeersveiligheid & veilige inrichting van de ruimte	10%
5. Duurzaamheid: meer elektrische auto's en fietsen	7%
6. Meer autowegen en minder files	6%
7. Meer ruimte voor de fiets en betere fietspaden	4%
8. Hogere maximumsnelheden op autowegen	3%

Figuur 2: typen keuzes voor mobiliteit rond mobiliteit van jongeren

3.2 Vijf Typen

In het model onderscheiden we vijf typen: Statusgerichte levensgenieters, Onbevangen verkeersdeelnemers, Behoedzame soloreizigers, Pragmatische bewegers en Onafhankelijke idealisten. We geven hier een korte beschrijving van de vijf typen jongeren en de dimensies die hen onderscheiden. In het rapport dat we in het najaar uitbrengen komen de vijf typen veel uitgebreider aan bod en geven we een beschrijving van bijbehorende kenmerken en bijzonderheden en hun feitelijk mobiliteitsgedrag. Jongeren zelf aan het woord.

Statusgerichte levensgenieters (28%)³

Goedkeuring vanuit de omgeving is voor Statusgerichte levensgenieters erg belangrijk. Daarom hechten ze bij de aankoop van een vervoermiddel veel waarde aan het merk en het uiterlijk. Daarbij houdt dit type geen rekening met de meest milieuvriendelijke keuze. Ze staan zeer positief tegenover autorijden en vinden het gezellig om samen te reizen. Zo nu en dan is snelheid even belangrijker dan verkeersveiligheid en trappen ze het gaspedaal in. Het OV wordt liever vermeden, omdat Statusgerichte levensgenieters behoefte hebben aan persoonlijke ruimte. Onder dit type jongeren vallen vooral veel jonge jongeren (15-18 jaar) die nog thuis wonen.

Onbevangen verkeersdeelnemers (14%)

Onbevangen verkeersdeelnemers hebben geen uitgesproken positieve of negatieve mening ten opzichte van verkeer en vervoer. Reizen beschouwen ze vooral als een noodzakelijke activiteit. Alleen reizen of samen met een vriend; het maakt ze niet echt uit. Als ze maar aankomen op hun bestemming. Ze staan relatief positief tegenover reizen met het OV en ervaren in de bus of trein weinig stress. Bij hun vervoermiddelkeuze speelt veiligheid of milieubewustzijn geen grote rol. Het uiterlijk en imago van een scooter of auto vinden ze wel belangrijk; deze moet er mooi uitzien. Ook onder dit type jongeren vallen vooral jonge jongeren (15-18 jaar) die nog thuis wonen bij hun ouders.

Behoedzame soloreizigers (26%)

Behoedzame soloreizigers vinden het prettiger om alleen te reizen dan met anderen. Ze willen graag controle hebben over hun reis en vinden onafhankelijkheid en betrouwbaarheid belangrijke waarden. Daarom heeft de auto vaak hun voorkeur. Deze jongeren zijn niet uitgesproken negatief over het OV, maar als het even kan vermijden ze het OV vanwege de grote afhankelijkheid en dienstregeling. Deze jongeren houden zich meestal aan de verkeersregels. Ze kunnen zich irriteren aan roekeloze weggebruikers. Status en uiterlijk van een vervoermiddel zijn voor dit type minder van belang bij de keuze voor een vervoermiddel. Ze staan verder neutraal tegenover het duurzaamheidsaspect van vervoermiddelen.

³ Het percentage betreft het aandeel van het segment onder Nederlandse jongeren van 15 t/m 24.

Pragmatische bewegers (21%)

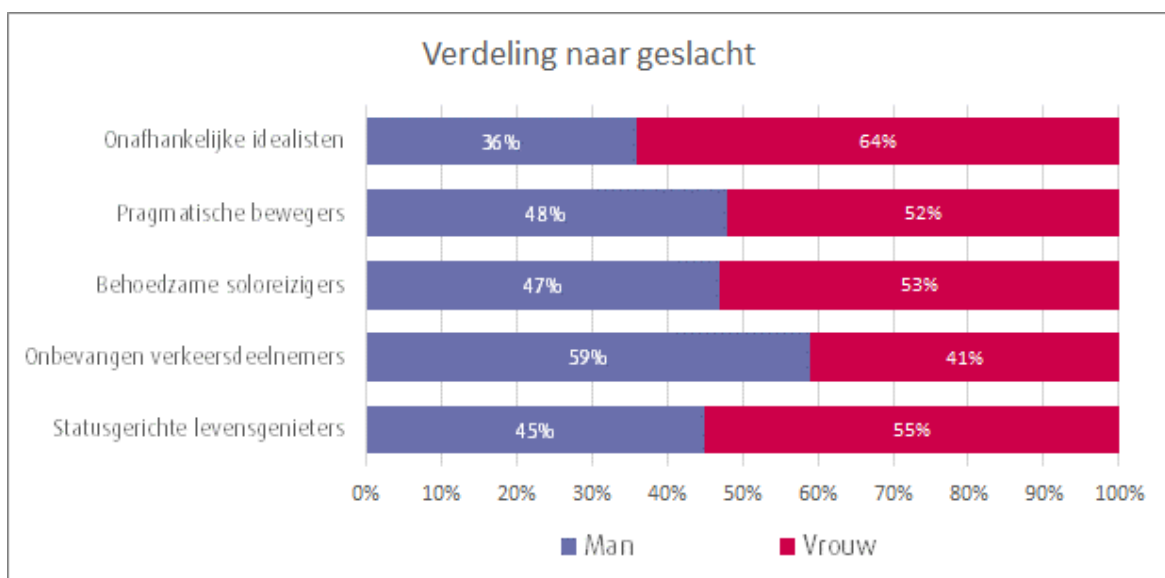
Pragmatische bewegers reizen graag in het gezelschap van vrienden, en dan het liefst op de fiets. Want ze sporten en bewegen graag. Het OV wordt liever vermeden doordat het stressvol is. Het uiterlijk of het imago van een vervoermiddel is niet belangrijk voor dit type. Als het hen maar van A naar B brengt. Ze zijn niet alleen praktisch ingesteld, maar ook enigszins roekeloos en onveilig in het verkeer. Snelheid is voor hen vaak belangrijker dan veiligheid. Ze staan wel wat meer open en voor milieuvriendelijke oplossingen rond verkeer vervoer. Ze geven niet snel meer geld uit aan vervoer als dat beter is voor het milieu, maar vinden het wel belangrijk dat toekomstige auto's minder vervuילend worden. Onder dit type jongeren vallen vaker stedelijke jongeren.

Onafhankelijke idealisten (11%)

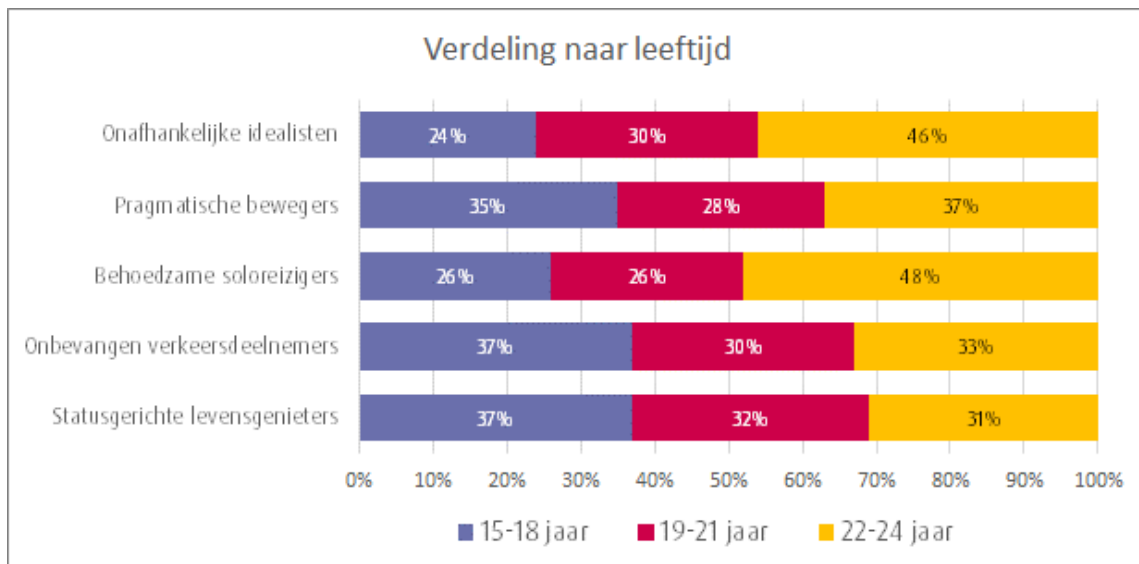
Een milieubewuste houding ten opzichte van verkeer en vervoer kenmerkt dit type jongere. Onafhankelijke idealisten kiezen dan ook graag voor het meest duurzame vervoersmiddel, ook al kost dit hen soms wat extra inspanning. De fiets is favoriet, maar ook met het OV wordt gereisd. Het liefst vermijden ze de auto. Onafhankelijke idealisten hebben een voorkeur voor alleen reizen. Dit komt onder andere doordat ze graag controle hebben over de reis en de route die ze afleggen. Deze jongeren kunnen zich snel irriteren aan roekeloos rijgedrag van andere verkeersdeelnemers. Ook voelen ze zich wel eens kwetsbaar. Daarom verkiezen ze veiligheid boven snelheid. Onder dit type jongeren vallen vaker hoogopgeleide (wo) vrouwelijke studenten (22 - 24 jaar).

Verdelingen op kenmerken

De figuren hieronder geven een overzicht van de verdeling van de segmenten, voor de kenmerken geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, autochtoon versus allochtoon en stedelijk versus landelijk. De groep statusgerichten en de groep idealisten is bij vrouwen groter dan bij mannen. Mannen zijn juist wat vaker onbevangen verkeersdeelnemer.

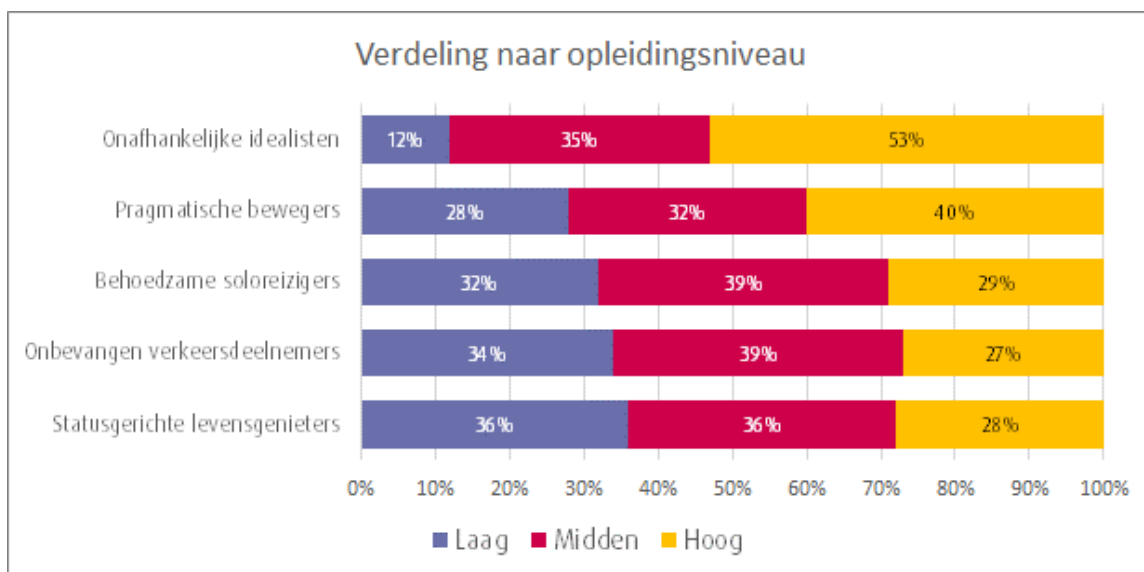


Figuur 3: Verdeling van de segmenten naar geslacht



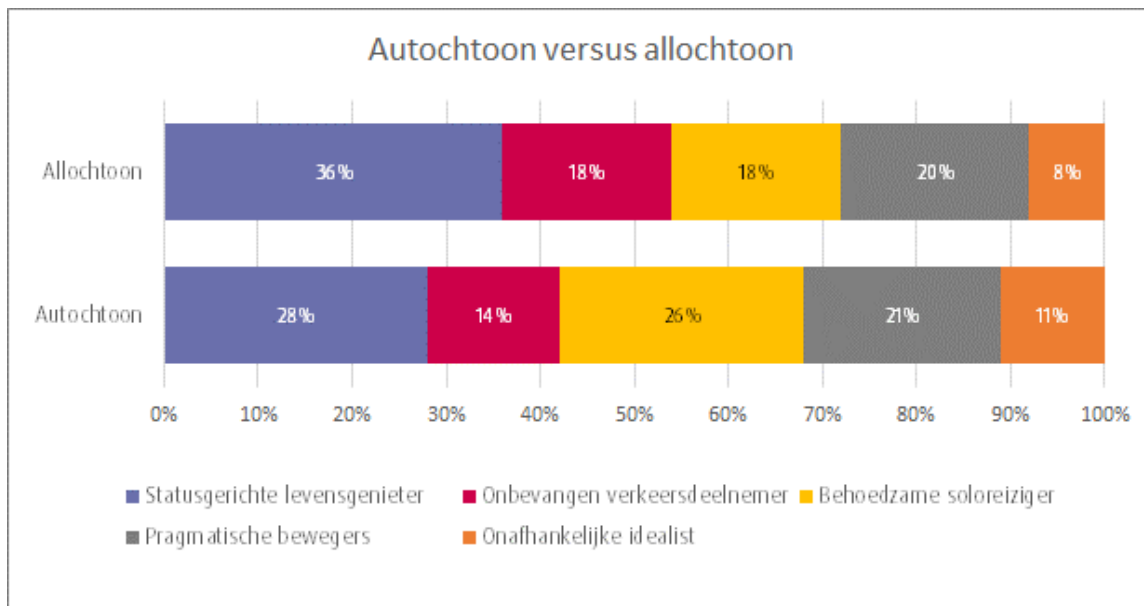
Figuur 4: Verdeling van de segmenten naar leeftijd

Hoe jonger hoe meer statusgericht jongeren zijn ten aanzien van mobiliteit. Hoe ouder hoe meer idealistischer en hoe behoedzamer. Als jongeren ouder worden reizen ze ook meer alleen.



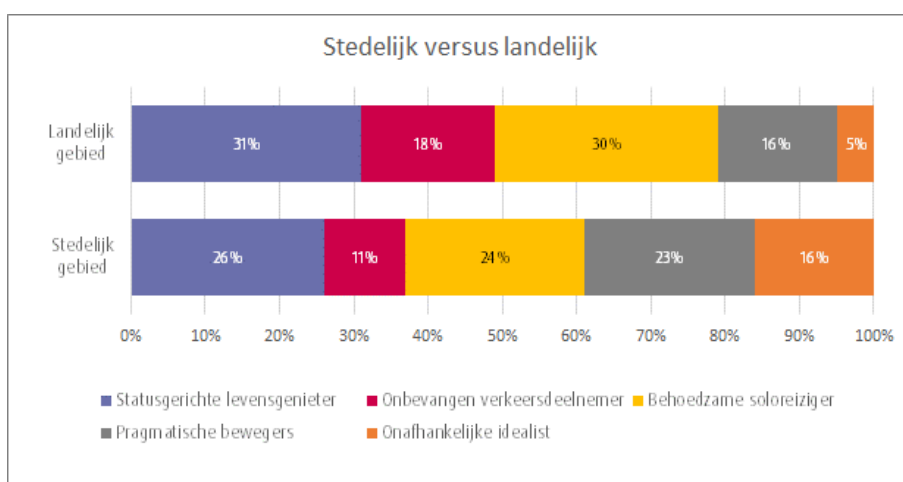
Figuur 5: Verdeling van de segmenten naar opleidingsniveau

Hoog opgeleide jongeren zijn wat idealistischer als het gaat om mobiliteit dan laagopgeleide jongeren. Al bleek uit de focusgroepen ook dat er tussen zeggen dat je milieubewust bent en het ook mee laten wegen in je daadwerkelijke reisgedrag ook bij hoogopgeleide jongeren nog wel eens een verschil zit. In figuur 6 is te zien dat allochtone jongeren veel vaker statusgericht zijn dan autochtone jongeren. Het aandeel allochtone jongeren in de steden groeit nog steeds harder dan autochtone en dat zegt dus ook iets over hoe jongeren in de steden naar mobiliteit kijken. Autochtone jongeren zijn wat behoedzamer in het verkeer en ook wat idealistischer.



Figuur 6: Verdeling over de segmenten voor respectievelijk allochtone en autochtone achtergrond

In de steden zijn jongeren wat minder behoedzaam als het gaat om mobiliteit en is de groep idealistische jongeren groter. Buiten de stad wonen meer statusgerichte levensgenieters.



Figuur 7: Verdeling over de segmenten voor stedelijke en landelijke gebieden

4. Conclusies en beleidsimplicaties

In dit paper hebben we een stukje laten zien van de uitkomsten van ons onderzoek naar jongeren en mobiliteit. Voor onze opdrachtgevers werken we een aanpak uit gericht op de vijf segmenten. Hoe kun je deze segmenten beïnvloeden en hoe kun je ze betrekken bij mobiliteitsbeleid. We kijken er naar uit om deze inzichten verder in de praktijk te brengen. Zo verrijken we het mobiliteitsbeleid gericht op jongeren. Aan het begin van dit onderzoek hebben we onszelf vijf kernvragen gesteld. Welke antwoorden heeft het onderzoek tot nu toe op deze vragen opgeleverd?

Welk vervoermiddel heeft hun voorkeur en waarom?

Ook voor jongeren is mobiliteit vrij praktisch. Reistijd, kosten en gemak zijn factoren die hoog scoren onder jongeren in de keuze die ze maken voor een bepaald vervoermiddel. De fiets en de auto zijn met afstand de meest populaire vervoermiddelen. Meer dan 80% van de jongeren heeft een positief beeld van deze vervoerwijzen. Op nummer drie komt de trein, maar die wordt door maar 47% positief gewaardeerd. Naast praktische overwegingen maken vooral autonomie en vrijheid de fiets en de auto aantrekkelijk. Voor de auto - maar ook de scooter - geldt dat de helft van de jongeren het zeker belangrijk vindt dat de auto of scooter er goed uit ziet. De andere helft ziet het vooral als een praktisch vervoermiddel. De auto heeft als statussymbool misschien iets ingeboet, maar is als heilige koe zeker nog niet begraven; ook al is het gebruik van de auto door jongeren nog laag. Ze hebben soms een verwarrend beeld van de kosten van de auto, doordat ze nu vaak gemakkelijk gebruik maken van de auto van ouders. Alleen de onafhankelijke idealisten hebben een duidelijke afkeer van de auto. Zij zijn de enige groep voor wie duurzaamheid een rol speelt in hun mobiliteitskeuze.

Een deel van de jongeren kan écht genieten van het fietsen. Vooral van de meisjes horen we: "Het is fijn om buiten te zijn en goed voor je gezondheid." Het openbaar vervoer staat er zoals gezegd minder goed op. Een op de vier jongeren vermijdt het liefst het openbaar vervoer (te druk, te duur, te vies en te onbetrouwbaar). Driekwart van de jongeren staat neutraal of redelijk positief tegenover reizen met het openbaar vervoer, maar ook zij vinden wel dat de huidige kwaliteit - en vooral ook de prijs - te wensen over laat. Tegelijk maken veel jongeren gebruik van het openbaar vervoer. Er lijkt sprake van een gedwongen huwelijk. De scooter is een splijtzwam. Een kleine groep jongeren - de meer statusgerichte groep - is erg positief over de scooter, terwijl de rest van de van de jongeren eigenlijk niks van de scooter moet hebben. En dan is er nog samen reizen. Meer dan de helft van de jongeren vindt dat fijn. Terwijl er ook een grote groep jongeren belang hecht aan voldoende persoonlijke ruimte tijdens het reizen.

Wat verklaart verschil in gedrag?

Er is niet één verklaring waarom iemand reist zoals hij of zij reist. Dat geldt ook voor jongeren. Verschillende factoren spelen een rol. In de eerste plaats zijn dat sociaal-demografische factoren, zoals inkomen, opleiding, huishoudensamenstelling, etniciteit, enzovoort. Voor jongeren is vooral het verschil tussen werken en niet-werken groot; zeker als je kijkt naar het autobezit en gebruik. Een jongeren die werkt, maakt gemiddeld vijf keer zoveel autokilometers dan een jongeren die niet werkt. Jongeren maken zich ook druk over de kosten van mobiliteit, met name van het openbaar vervoer. Naast sociaal-demografische factoren speelt ook de context een rol. In de stad heb je nu eenmaal de keuze uit meer vervoermiddelen en liggen bestemmingen dicht bij elkaar. En als een jongere op het platteland een sterke voorkeur heeft voor de trein, dan houdt het toch echt op als die niet beschikbaar is. Waar je woont en waar je naar toe moet, bepaalt de keuzes die je hebt. In de stad neemt het autogebruik onder jongeren af, terwijl het buiten de stad juist nog toeneemt. Tot slot spelen de waarden en attitudes, die we in dit onderzoek centraal hebben gesteld, een belangrijke rol. Jongeren die status, duurzaamheid of gezondheid belangrijk vinden, laten dit doorwerken in hun mobiliteitskeuzen. Van de vijf groepen zijn sommige heel uitgesproken in hun waarden en attitudes over mobiliteit (statusgericht levensgenieter, onafhankelijke idealisten en behoedzame soloreizigers), terwijl anderen pragmatischer zijn. De groepen met sterke

voorkeuren zijn moeilijk te bewegen iets te doen wat indruist tegen hun waarden. Aan de andere kant is het juist voor deze groepen duidelijker waarmee je ze kunt verleiden of waar je ze op kunt aanspreken.

Je kunt niet zeggen welke van de drie elementen belangrijker is. Ze werken ook op elkaar in. Als een jongeren naar stad gaat om te studeren, dan wordt die jongere geconfronteerd met allerlei nieuwe mobiliteitsopties en nieuwe vrienden. Dat kan goed van invloed zijn op zijn of haar waarden en attitudes. Aangezien je in de stad meer keuze hebt, zou het kunnen zijn dat het daar makkelijker is om te reizen op basis van je voorkeuren. In tegenstelling tot het platteland, waar je misschien vaker geconfronteerd wordt met ingeperkte keuzes. Voor beleid is het belang om altijd te kijken naar een combinatie van context en waardengebonden oplossingen. De elektrische fiets is in dit verband een interessante case. Dit lijkt voor jongeren in het landelijk gebied een ideale oplossing, maar alleen met fietssnelwegen en een aantrekkelijke verkoopprijs zal je het niet redden. De elektrische fiets heeft nogal een stoffig imago onder jongeren. Zo kan het zijn dat ze - zelfs als het in hun context een hele praktische oplossing is - die e-bike toch liever links laten liggen.

Wat leren we over toekomstig gedrag?

De toekomst is niet te voorspellen en toch is er niets leukers dan er over na te denken. Jongeren doen dat ook. Daar komt trouwens best een traditioneel beeld uit naar voren; ook als het gaat mobiliteit. Jongeren vinden de auto nog steeds aantrekkelijk. Driekwart van de jongeren denkt dat ze een eigen auto hebben als ze dertig zijn. Ze beginnen wel steeds later aan de auto, vooral als gevolg van langer studeren en later settelen. Cruciaal lijkt ook de trek naar de stad. Als jongeren in de stad blijven wonen - wat op dit moment de verwachting is - dan zullen ze waarschijnlijk vasthouden aan een mobiliteitspatroon met meer openbaar vervoer en fiets en minder auto. Zelf geven ze ook aan dat de auto in de stad zeker niet altijd praktisch is. Life-events, zoals verhuizen, kinderen krijgen en de eerste baan, zijn cruciale momenten waarop jongeren hun mobiliteitsgedrag opnieuw afwegen. Hier spelen we beleidsmatig nog steeds te weinig op in, terwijl jongeren dan veel beïnvloedbaarder zijn. Er is dan immers even geen gewoontegedrag.

De conservatieve blik van jongeren zien we ook terug in hoe ze kijken naar nieuwe ontwikkelingen. Het delen van auto's wordt argwanend bekeken. Onder vrienden? Ja, dat kunnen ze zich nog wel voorstellen. Maar je auto uitlenen aan een vreemde is toch echt een stap te ver. Bedenk ook: voor een groot deel zijn autodeelsystemen nog redelijk onbekend voor jongeren, en daarmee onbemind. Onder wat oudere en hoogopgeleide jongeren in de stad - die bekend zijn met de mogelijkheden en voor wie autodelen financieel aantrekkelijk is - zien we een positiever houding tegenover autodelen. Jongeren nieuwe dingen laten uitproberen om bekendheid te vergoten, is altijd een zinvolle strategie. Ook de zelfrijdende auto kan op scepsis rekenen. Jongeren denken dat dit nog lang gaat duren en maken zich zorgen over de veiligheid. Ook vindt een deel het jammer dat ze dan zelf niet meer aan het stuur zitten. Of we hiermee de conclusie moeten trekken dat deze ontwikkelingen langzamer zullen gaan, is de vraag. Tegenover de mobiele telefoon stonden we aanvankelijk ook niet positief, maar die heeft in no-time de wereld veroverd. Als nieuwe ontwikkelingen echt hun nut bewijzen, dan kan het straks toch snel gaan. Tegenover het algemene beeld van wat voorzichtige jongeren staat dan ook weer de kleine groep van "early adapters", die zich wel interesseert voor de nieuwste

ontwikkelingen. Een duurzame mobiliteitssysteem en elektrische auto's zijn elementen die de meeste jongeren absoluut zien gaan komen. Alleen lijkt de bereidheid om daar nu al aan bij te dragen (of iets voor op te geven) bij de meesten jongeren niet heel groot.

Sociale media en ICT zijn een integraal deel van het leven van jongeren, maar tegelijk denken de meeste jongeren dat dit nooit in de plaats komt van fysiek contact. Het is heel duidelijk en-en, waarbij ze nog steeds de grootste waarde toekennen aan elkaar persoonlijk ontmoeten. Maar ook voor onderwijs en voor winkelen geldt dat ze liever op pad gaan, dan het achter de PC te doen. Er ontstaan wel allerlei nieuwe wisselwerkingen. Jongeren maken via sociale media nieuwe vrienden op andere plekken in het land. Die ontmoeten ze dan later weer fysiek.

Als we kijken naar de toekomst, dan is het ook interessant om te weten of de waarden en attitudes constant zijn. We zien dat de waarden en attitudes van mensen zich vooral ontwikkelen als ze jong zijn en het brein nog in ontwikkeling is. Dat loopt ongeveer door tot het 25e jaar. Daarna zijn waarden en attitudes meer constant. Hoe deze zich uiten, hangt uiteraard weer af van de context. Iemand die sterk op duurzaamheid georiënteerd is, kiest tijdens zijn studententijd ongetwijfeld voor de fiets en het openbaar vervoer. Maar rijdt hij of zij op zijn 35e - met een drukke baan en een gezin - in een elektrische auto? Wellicht! Als de mondiale energiecrisis straks een hoogtepunt bereikt, zal dit van invloed zijn op de waarden en attitudes van een hele maatschappij.

Hoe zit het met jongeren en verkeersveiligheid?

Jongeren maken zich opvallend druk over verkeersveiligheid. Ruim 70% van de jongeren vindt veiligheid belangrijker dan snelheid. Het is een generatie die beschermd is opgevoed. Veel jongeren ergeren zich aan asociaal verkeersgedrag van anderen, al geeft een deel aan dat ze zelf ook zeker niet de braafste zijn. Er is een kleine groep die houdt van snelheid in het verkeer. Zij zoeken risico's daarom soms bewust op. Jongeren die een ongeluk hebben gehad, reageren daar verschillend op. De een past zijn gedrag structureel aan, terwijl de ander de schuld buiten zichzelf legt.

Drank en drugs zijn ook zeker een probleem onder jongeren in het verkeer, maar dat is geen thema wat uit de groep zelf komt. Veiligheid wordt overigens breed opgevat. Als we doorvragen dan blijkt het soms ook om sociale veiligheid te gaan; bijvoorbeeld in het openbaar vervoer of samen of alleen op de fiets naar huis na het uitgaan. Bevorderen van verkeersveilig gedrag van jongeren zelf houdt vooral verband met ervaring opdoen. Hoe vaker ze iets doen, hoe meer dat went en hoe minder dat mis gaat. Een rijbewijs is in dat licht zeker geen eindpunt, maar vooral het begin van leren rijden.

Waar liggen jongeren wakker van?

Mobiliteit is voor jongeren geen thema waar ze zich echt zorgen over maken. Tegelijkertijd reizen ze wel elke dag. Daarbij lopen ze - letterlijk en figuurlijk - tegen dingen aan. In de vakwereld krijgen files vaak de meeste aandacht als het gaat over bereikbaarheid. Voor jongeren zijn files echter (nog) geen thema. Ze maken nog niet zoveel gebruik van de auto en staan dus ook nog niet zo vaak in de file. Met de fiets - waar jongeren veel gebruik van maken - hoeft er wat hen betreft niet zoveel te gebeuren. En ook stimuleren van duurzame vervoerwijzen heeft voor de meeste

jongeren geen hoge prioriteit. De volgende twee opgaven maken jongeren volgens het onderzoek wél belangrijk:

1. Kwaliteit en betaalbaarheid van het OV

Jongeren maken veel gebruik van het openbaar vervoer, maar zijn er niet zo over te spreken. Een belangrijkste aspect waar jongeren over vallen, is de prijs. En dat ondanks dat een deel van de jongeren beschikt over een OV-studentenkaart. Het uitbreiden van de OV-studentkaart voor jongeren in het MBO lijkt in dit verband een interessante keuze. De onvrede over de prijs komt misschien ook voort uit het ongenoegen over de kwaliteit. Veel jongeren klagen over overvolle bussen en vertragingen. Het gevaar ligt op de loer dat vervoerders jongeren 'for granted' nemen. Als je hen niet beter aan je weet te binden, is de kans groot dat als ze later het openbaar vervoer links laten liggen. Gezien de hoge waardering voor de fiets is het promoten van de combinatie fiets en openbaar vervoer een kansrijke richting onder jongeren.

2. Verkeersveiligheid en asociaal verkeersgedrag

Ook verkeersveiligheid en asociaal verkeersgedrag scoren hoog als thema's waarvan jongeren vinden dat de overheid ze moet aanpakken. De oplossing zien zijn trouwens minder in het verbeteren van de infrastructuur, maar vooral in het beïnvloeden van het gedrag.

Referenties

Kennis Instituut voor Mobiliteitsbeleid (2014) *Niet autoloos, maar auto later*. Den Haag