Delft doet een strik om het fietsbeleid

Bereik je met een leuze dat mensen vaker de fiets pakken? Bij de gemeente Delft zijn ze ervan overtuigd dat voorlichting en promotie belangrijke onderdelen zijn van fietsbeleid. De nieuwste fietsnota kreeg een communicatieplan. Centrale slogan: Delft Fietst!

Karin Broer

Mirjam van Oers, senior beleidsmedewerker Verkeer en vervoer van de gemeente Delft, hoorde vorig jaar iemand in haar directe omgeving een opmerking maken: “Delft wil wel een fietsstad zijn, maar wat doet de gemeente eigenlijk?” Juist op dat moment was de bewegwijzering voor fietsers geheel vernieuwd en lagen er een paar splinternieuwe fietspaden. De resultaten van je fietsbeleid moet je blijkbaar ook uitventen, was haar conclusie. Van Oers nodigde de pers, de wethouder en de Fietsersbond uit voor een fietstocht langs een aantal net gerealiseerde projecten. En in de nieuwe fietsnota, het Fietsactieplan II, kwam een hoofdstuk Communicatie en educatie, dat uitgewerkt werd in een communicatieplan.

Eerder beginnen, later stoppen

In dat plan staat de slogan ‘Delft Fietst!’ centraal. Een leus die de Delftenaren zullen terugvinden in folders, huis-aan-huisbladen, op de website (www.gemeente delft.info /delftfietst) en andere uitingen. Daarnaast zijn er acties gericht op verschillende doelgroepen. De gemeente wil kinderen eerder laten beginnen met fietsen en ouderen later laten stoppen. Uit het fietsbudget wordt een bijdrage geleverd aan de verkeersleerkracht, die speciale aandacht schenkt aan fietsen. Ook komt de fiets terug in de verkeersquiz, waarin kinderen vragen moeten beantwoorden over plekken bij hen in de buurt. De kosten zijn beperkt: 25.000 euro op het totale budget van het Fietsactieplan van iets meer dan 3 miljoen.

“De boodschap die we willen overbrengen is dat Delft een fietsstad ís”, vertelt communicatieadviseur Frances van Heijst: “‘Delft Fietst!’ is actief: we doen het al. We bevestigen dat het heel goed fietsen is in Delft.” Het communicatieplan heeft twee doelstellingen: behalve mensen informeren over allerlei fietszaken (openingstijden van stallingen, hoe je aan een fietstrommel kan komen, wat de gemeente aan fietsbeleid doet) ook mensen overhalen de fiets vaker te gebruiken. Kan voorlichting dat laatste? “Communicatie is geen wondermiddel’ zegt Van Heijst onmiddellijk. “De ervaring die mensen hebben is altijd leidend. Iemand moet zelf ervaren dat fietsen gezond, praktisch, handig is. Communicatie is ondersteunend: wij doen een strik om het fietsbeleid en presenteren het.”

Verkeerskundige Van Oers: “Waardoor mensen meer gaan fietsen, is moeilijk te zeggen. Er moet een knopje om. We hebben bijvoorbeeld een actie gehad waarbij kinderen die met de fiets naar school werden gebracht een groen stickertje kregen en kinderen die met de auto werden gebracht een rood stickertje. Je hoopt dat zo’n sticker of het tegenkomen van de boodschap ‘Delft Fietst!’ ervoor zorgt dat het knopje omgaat, maar dat zal zeker niet bij iedereen gebeuren.” Zelf kreeg Van Oers dochters thuis met een rood stickertje. “Net die dag moest ik na het brengen ergens met de auto naartoe.”

Ook Van Oers weet dat communicatie alléén nooit voor de omslag kan zorgen. “Je hebt een basis aan infrastructuur en stallingsvoorzieningen nodig. Als je iemand hebt overgehaald te gaan fietsen, moet er wel een goede kans zijn dat hij het leuk gaat vinden.”

Op orde houden

De vraag is of alle inspanningen om een positief beeld te creëren niet teniet worden gedaan door het wegsleepbeleid dat Delft bij het station en op drie plekken in de binnenstad heeft ingezet. “We hebben er wel eerst voor gezorgd dat de parkeercapaciteit voldoende is”, zegt Van Oers. Van Heijst: “Het is de toon die de muziek maakt. In een van de huis-aan-huisbladen hebben we uitgelegd waarom we het doen. We willen zeggen: help even mee de boel op orde houden.” Zij geeft toe dat de andere boodschap - dat fietsen leuk en handig is - zo wel even buiten beeld is. “Er gaat nu veel aandacht naar het handhaven, maar ik ben niet bang

Mirjan van Oers (l) en Frances van Heijst

dat dat het enige is dat op de langere termijn zal blijven hangen."
Delft gaat het fietsbeleid nauwkeurig monitoren. Afgelopen jaar is er een nulmeting gehouden, over vijf jaar wordt er opnieuw uitgebreid geteld. Doelstelling van het *Fietsactie-plan II* is het aandeel fietsverplaatsingen binnen Delft te vergroten van 48 naar 53%. De exacte invloed van communicatie zal niet in beeld kunnen worden gebracht.

Amsterdam Fietst! eerder
Delft is niet de enige gemeente die met een slogan, een beeldmerk en een website een positief fietsimago de wereld in wil sturen. Amsterdam hanteert al jaren de slogan 'Amsterdam Fietst!'. Ook is er een eigen fiets-website, onderdeel van de site van de dienst Infrastructuur Verkeer en Vervoer. Volgens fietsambtenaar Ria Hilhorst zijn het vooral collega-ambtenaren en fietsdeskundigen die gebruikmaken van de site. Daarnaast heeft de gemeente een website over fietsendiefstal en over stallingen, die specifiek gericht zijn op het informeren van burgers. Hilhorst ziet de communicatie-inspanningen 'puur ondersteunend'. "Als je infrastructuur niet in orde is, werkt het echt niet."