

# Veilig op de fiets in Amsterdam

*De campagne 'Veilig op de fiets': effecten, proces en motivatie*

R-93-56

Drs. D.A.M. Twisk

Leidschendam, 1993

Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid SWOV

Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid SWOV  
Postbus 170  
2260 AD Leidschendam  
Telefoon 070-3209323  
Telefax 070-3201261

## Samenvatting

Ten einde de fietsveiligheid in Amsterdam te vergroten is een campagne uitgevoerd - gebaseerd op social marketingprincipes -, waarbij de behoefte van fietsers aan veiligheid en comfort centraal stond. De nadruk lag op infrastructurele aanpassingen en toezicht. Toezicht richtte zich op overtredingen van *snelverkeer* ten opzichte van fietsers waarvan gebleken is dat deze zowel aanleiding kunnen zijn voor ongevallen, maar ook dat deze door fietsers als onveilig en hinderlijk ervaren worden. Ook de infrastructurele aanpassingen waren er op gericht om tegemoet te komen aan de wensen en behoeften van fietsers. Door middel van voorlichting werd aan de fietser duidelijk gemaakt welke activiteiten verricht werden in het belang van de fietser.

Omdat de onveiligheid ook veroorzaakt blijkt te worden door afwijkend gedrag van fietsers, werd ook toezicht gehouden op fietsers. Het toezicht concentreerde zich hier op het rijden door rood licht en op de afwezigheid van voldoende verlichting. In de voorlichting werd deze activiteit gemotiveerd vanuit de stelling 'Voor wat, hoort wat!'. Het toezicht had een sterk preventief karakter voor zover het het voeren van fietsverlichting betrof. Als een fietser binnen een week na aanhouding kon aantonen dat hij daadwerkelijk zijn verlichting gerepareerd had, dan verviel de boete.

In het evaluatie-onderzoek van de campagne kwamen de volgende vragen aan de orde:

1. In hoeverre is de campagne volgens plan uitgevoerd?
2. In welke mate is de bevolking bekend geraakt met de campagne, en hoe is deze gewaardeerd?
3. Hoe is de campagne geaccepteerd in de politie-organisatie?
4. In welke mate heeft de campagne het gedrag van fietsers en automobilisten daadwerkelijk veranderd?

De belangrijkste bevindingen zijn dat er weliswaar geen verandering in het gedrag van fietsers heeft plaatsgevonden, maar wel dat opzet van de campagne sterk blijkt aan te sluiten bij de behoefte van fietsers. De 'ruilgedachte' werd echter onvoldoende zichtbaar gemaakt, en wellicht mede daardoor heeft geen gedragsverandering plaatsgevonden. In de politie-organisatie bleek de campagne een beperkt draagvlak te hebben, omdat bij de uitvoerenden de indruk bestond dat het fietsgedrag niet relevant is voor de veiligheid, en geheel in het niet valt bij alle andere maatschappelijke misstanden. Daarnaast betekende de aanpak dat de vrijheid van handelen van dienstdoenden ingeperkt werd. Deze inperking werd als negatief ervaren.

Op grond van het onderzoek zijn aanbevelingen geformuleerd, over een aangepaste opzet van de campagne, waarbij de geformuleerde uitgangspunten behouden blijven.

# Summary

## **'Safe Cycling' in Amsterdam**

### *The Safe Cycling campaign: Effects, process and motivation*

A campaign was organised to increase cycling safety in Amsterdam. Called 'Safe Cycling', the campaign was based on marketing principles and centred on cyclists' needs in safety and comfort. The emphasis was on infrastructure improvements and police enforcement. Police enforcement targeted speeding offenses by motor vehicles, which can not only objectively cause accidents, but are also subjectively experienced as unsafe and a nuisance by cyclists. The infrastructure improvements also aimed to meet the wishes and needs of cyclists. An information campaign told cyclists about the activities being carried out in their interests.

Deviant behaviour by cyclists is also a source of danger and therefore police enforcement was also directed at traffic offenses committed by cyclists. The activities concentrated on riding through red lights and the absence of adequate cycle lights. The information campaign justified this activity by the slogan "You can't have something for nothing!" As regards the use of cycle lights, the police activities were strongly preventative in character. Fines were dropped if cyclists could show within one week after being stopped that they had actually repaired their lights.

The following questions were asked during the campaign's assessment phase:

1. How far did the campaign run according to plan?
2. What was public awareness of the campaign and how was it judged?
3. How did the police accept the campaign?
4. Did the campaign change the actual behaviour of cyclists and drivers, and if so to what degree?

The most important finding was that although cyclist behaviour did not change, the campaign tied in closely with cyclists' needs. However, the idea of giving something to get something was not sufficiently visible, and this is probably one of the reasons why behaviour did not change. The campaign had limited support in the police, because officers felt that cycling behaviour is not a relevant safety issue, and that it shrinks into nothingness compared with all other social evils. In addition, the approach used meant that police officers had limited operational freedom, which was experienced negatively.

On the basis of the assessment, some changes in the campaign's organisation were recommended, while maintaining its original points of departure.

# Inhoud

## *Voorwoord*

## *Inleiding*

1. *Uitgangspunten en achtergronden van de campagne*
  - 1.1. Een geïntegreerde campagne
  - 1.2. De boodschap
    - 1.2.1. Infrastructurele maatregelen
    - 1.2.2. Handhaving en (alternatieve) straf
    - 1.2.3. Voorlichting
  - 1.3. Waarom zou deze campagne leiden tot gedragsverandering?
    - 1.3.1. Middelen tot gedragsverandering
  - 1.4. Van theorie naar praktijk: voetangels en klemmen bij de uitvoering
    - 1.4.1. Externe voorlichting
    - 1.4.2. Interne voorlichting
  - 1.5. Aandachtspunten
  
2. *De organisatie van de Gemeentepolitie Amsterdam*
  - 2.1. Algemeen
  - 2.2. De relatie tussen korpsleiding, districten, wijkteams en de Dienst Verkeerspolitie
  - 2.3. De Dienst Verkeerspolitie
  - 2.4. De uniformdienst
  - 2.5. Uitvoering van het verkeersveiligheidsbeleid
  - 2.6. Overleg tussen de Dienst Verkeerspolitie en de uniformdienst
  - 2.7. Uitvoering van de campagne 'Veilig op de fiets'
  - 2.8. Conclusies
  
3. *Feitelijke uitvoering van actie: proces en organisatie*
  - 3.1. Uitvoering: start
  - 3.2. De fietsroutes
  - 3.3. Toezichtsinspanning
    - 3.3.1. Controles gericht op door rood licht rijden en verlichting
    - 3.3.2. Geverbaliseerde overtredingen
    - 3.3.3. Alternatieve straf
    - 3.3.4. Controles gericht op het parkeren op fietsstroken
  - 3.4. Infrastructurele maatregelen
  - 3.5. Voorlichting
    - 3.5.1. Externe voorlichting
    - 3.5.2. Interne voorlichting
  - 3.6. Wie werkten mee?
  
4. *Effecten op het gedrag van verkeersdeelnemers*
  - 4.1. Onderzoekmethode
  - 4.2. Steekproef, locatie, campagne-activiteiten
  - 4.3. Door rood licht rijden
    - 4.3.1. Methode
    - 4.3.2. Bevindingen
    - 4.3.3. Conclusies

- 4.4. Parkeren op fietsstroken
  - 4.4.1. Methode
  - 4.4.2. Bevindingen
- 4.5. Overwegingen voor het afgelasten van een tweede nameting
  
- 5. *Meningen van verkeersdeelnemers en bekendheid van de actie*
  - 5.1. Algemeen
  - 5.2. Enquête onder de Amsterdamse burgerij
  - 5.3. Enquête onder passanten
    - 5.3.1. Werkwijze
    - 5.3.2. Response
    - 5.3.3. Resultaten
  - 5.4. Enquête onder overtreders
    - 5.4.1. Werkwijze
    - 5.4.2. Onderzoekpopulatie en response
    - 5.4.3. Resultaten
  - 5.5. Conclusies
  
- 6. *Relatie tussen inhoud en vorm van de campagne op de motivatie in de politie-organisatie*
  - 6.1. Doel van het onderzoek
  - 6.2. Opzet van het onderzoek
  - 6.3. Resultaten
    - 6.3.1. Motivatie voor verkeersveiligheidstaken
    - 6.3.2. Inhoud van de campagne en de motivatie
    - 6.3.3. De projectmatige aanpak en de motivatie
    - 6.3.4. Succes- en faalfactoren
  - 6.4. Conclusies
  
- 7. *Discussie en aanbevelingen*
  - 7.1. De theorie aan de praktijk getoetst: uitvoerbaarheid
    - 7.1.1. De ruilconstructie
    - 7.1.2. Inhoud van de campagne
    - 7.1.3. Geïntegreerd en gefaseerd
  - 7.2. De feitelijke uitvoering
    - 7.2.1. Wie heeft uitgevoerd?
    - 7.2.2. Handhaving, voorlichting en infrastructurele maatregelen
    - 7.2.3. Conclusie
  - 7.3. Effecten op gedrag
  - 7.4. Motivatie en organisatie
  - 7.5. Interne communicatie
  - 7.6. Conclusies

#### *Literatuur*

## Voorwoord

Dit rapport bevat een samenvatting en integratie van de onderzoeken die uitgevoerd zijn naar de effectiviteit van de campagne 'Veilig op de fiets' in Amsterdam. Op basis van de uitkomsten kan dan worden vastgesteld in welke mate de gestelde doelen ook gehaald zijn, welke bijstellingen bij een vervolg van de actie gewenst zijn, en of en hoe deze actie in het bijzonder of in meer algemene vorm ook toegepast kan worden in andere steden in Nederland.

Vanwege het innoverende karakter van de campagne is de campagne mede gefinancierd door de projectgroep Masterplan Fiets van het Ministerie van Verkeer en Waterstaat en het Platform Verkeersveiligheid Amsterdam. Het onderzoek werd begeleid door drs. R. Smaak (HWV), drs. P.G.M. Miltenburg (AVV) en de heer P. Ter Meulen, Dienst Verkeerspolitie Amsterdam.

De inhoud van de rapportage berust op gegevens verkregen in het kader van een aantal deelprojecten, elk met eigen opdrachtgevers.

### *Uitgangspuntenbeschrijving*

- Een beschrijving van uitgangspunten en theoretisch kader van de campagne uitgevoerd in opdracht van de Dienst Verkeerspolitie Amsterdam.

### *Effectevaluatie*

- Het onderzoek naar de invloed van de campagne op het verkeersgedrag van fietsers en automobilisten werd uitgevoerd in opdracht van de Hoofdafdeling Verkeersveiligheid van Rijkswaterstaat.

### *Bekendheidsonderzoek*

- Een onderzoek naar de bekendheid van de campagne onder fietsers en automobilisten werd uitgevoerd in opdracht van de Hoofdafdeling Verkeersveiligheid van Rijkswaterstaat.
- Een onderzoek naar de bekendheid onder de Amsterdamse burgerij werd door de Dienst Verkeerspolitie Amsterdam in eigen beheer uitgevoerd.

### *Motivatie-onderzoek*

- Het onderzoek naar het effect op de motivatie van politiemensen om aan verkeersveiligheidstaken te werken werd uitgevoerd in opdracht van de Adviesdienst Verkeer en Vervoer (AVV) van het Ministerie van Verkeer en Waterstaat.

### *Procesevaluatie*

- Het onderzoek naar de feitelijke uitvoering van de campagne werd gesubsidieerd door het Ministerie van Binnenlandse Zaken en werd door de Dienst Verkeerspolitie Amsterdam in eigen beheer uitgevoerd, daarbij geadviseerd door de SWOV.

### *Waardering van de campagne door overtreders*

- Het onderzoek naar de waardering van de campagne door overtreders betrof een samenwerking tussen SWOV en de Dienst Verkeerspolitie Amsterdam. Opdracht voor het onderzoek werd gezamenlijk gegeven door

de Adviesdienst Verkeer en Vervoer (AVV) van het Ministerie van Verkeer en Waterstaat en de Dienst Verkeerspolitie Amsterdam.

Tevens werkten verscheidene onderzoeksinstituten mee aan het onderzoek:

- Het Bureau Goudappel en Coffeng bv te Deventer onderzocht de effectiviteit van de campagne met betrekking tot foutparkeren door automobilisten op fietsstroken *en* ook de bekendheid van de campagne bij de Amsterdamse bevolking.
- De Werkgroep Veiligheid van de Rijksuniversiteit Leiden onderzocht de effectiviteit van de campagne met betrekking tot roodlichtnegatie door fietsers en automobilisten.
- De Vakgroep Politicologie en Bestuurskunde van de Vrije Universiteit Amsterdam voerde het 'motivatie'-onderzoek uit.

In het voorliggende rapport worden de gegevens uit de volgende notities samengevat en geïntegreerd:

#### *Uitgangspunten*

- Twisk, D.A.M. (1992). Veilig op de fiets in Amsterdam; Uitgangspunten. R-92-45. SWOV, Leidschendam.

#### *Effect onderzoek*

- BGC (1992). Parkeren op fietsstroken (Werknotitie 1).
- BGC (1992). Enkele uitslagen eerste meting parkeren op fietsstroken (Werknotitie 2).
- BGC (1993). Parkeren op fietsstroken: Veranderingen tussen voormeting en eerste nametingen (Werknotitie 3).
- Sprenkels, G.J.C.M. (1993). Fietsen door rood in Amsterdam: Stageonderzoek Werkgroep Veiligheid, Faculteit der Sociale Wetenschappen, Rijksuniversiteit Leiden.
- Verschuur, W.L.G. (1992). Voormeting ten behoeve van de evaluatie van de campagne 'Veilig op de fiets' in Amsterdam. Werkgroep Veiligheid, Faculteit der Sociale Wetenschappen, Rijksuniversiteit Leiden.
- Verschuur, W.L.G. (1993). De vergelijking tussen voor- en nameting ten behoeve de evaluatie van de campagne 'Veilig op de fiets' in Amsterdam. Werkgroep Veiligheid, Faculteit der Sociale Wetenschappen, Rijksuniversiteit Leiden.
- Twisk, D.A.M. (1993). Doorgaan of afgelasten. SWOV, Leidschendam (Niet openbaar).

#### *Enquête onder overtreeders*

- Goldenbeld, Ch. & Twisk, D.A.M. (1993). Evaluatie van de campagne 'Veilig op de fiets'; Verslag van de enquête over de politiecampagne veilig op de fiets in Amsterdam, afgenomen onder staandegehouden verkeersdeelnemers in najaar 1992. R-93-34. SWOV, Leidschendam.

#### *Bekendheid*

- BGC (1993). Bekendheid met de actie 'Veilig op de fiets' (Werknotitie 4).
- Schoot, B. (1993). Interne notitie. Dienst Verkeerspolitie, Amsterdam.

#### *Motivatie-onderzoek*

- Propper, I.M.A.M. & Eversdijk, J.J.C. (1993). Beleidsinhoud en projectmatig werken als motivatie voor deelname aan de verkeersveiligheids-



campagne 'Veilig op de Fiets'. Vrije Universiteit Amsterdam.

- Dekker, M. (1993). Fietsen door rood licht, dekseltje dicht; De Dienst Verkeerspolitie Amsterdam en verkeersveiligheidsprojecten; Een onderzoek naar de motivatie voor het projectmatig werken. Scriptie gemaakt in het kader van de studierichting Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam.

*Procesevaluatie*

- Niet gepubliceerde notities opgesteld in opdracht van de Dienst Verkeerspolitie Amsterdam.

- Schoot, B. Scriptie over informatievoorziening (In voorbereiding).

## Inleiding

Fietsen is gezond, het is goed voor het milieu, en het fietsverkeer leidt in veel mindere mate dan het autoverkeer tot opstoppingen en vertragingen. Om die reden wordt het fietsen door de overheid steeds meer gestimuleerd en wordt het gezien als een van de bijdragen voor het oplossen van de bereikbaarheids- en milieuvraagstukken (Masterplan Fiets).

Fietsers zijn echter zeer kwetsbaar in het verkeer. Deze onveiligheid wordt door drie factoren veroorzaakt:

- fietser overtreden zeer frequent verkeersregels;
- bestuurders van motorvoertuigen houden te weinig rekening met fietsers, en overtreden verkeersregels die in belangrijke mate de veiligheid van fietsers garanderen (bijv. door rood licht rijden en snelheidsovertredingen);
- de verkeersinfrastructuur is voornamelijk bedoeld om het snelverkeer vrij baan te geven en is er slechts in beperkte mate is de infrastructuur erop gericht om de kwetsbare verkeersdeelnemers, waaronder fietsers, te beschermen tegen het snelverkeer.

Nu het tij keert en de fiets een belangrijker plaats in het verkeerssysteem wordt toegedacht, wordt het ook belangrijker dat het fietsen ook veiliger wordt. En wil het gebruik gestimuleerd worden dan zal daarnaast ook aan andere eisen voldaan moeten worden. Immers, een veilig fietsverkeer zou in principe gerealiseerd kunnen worden door het fietsen onmogelijk te maken. Wanneer er geen fietsers zijn dan kunnen er ook geen ongevallen gebeuren waarbij fietsers betrokken zijn.

Elders wordt veiligheid dan ook beschreven als één van de vijf hoofdeisen die gesteld kunnen worden aan de fietsinfrastructuur. De andere zijn:

- een samenhangend netwerk van fietsvoorzieningen;
- directheid, d.w.z. zo min mogelijk omwegen;
- aantrekkelijkheid;
- comfort (Ploeger, 1993).

De infrastructuur is echter één van de drie genoemde factoren die bijdragen aan de onveiligheid. De gedragingen van fietsers en bestuurders zijn de twee overige te beïnvloeden factoren. Zolang fietsers en het snelverkeer van dezelfde verkeersvoorzieningen gebruik maken, zal het gedrag van beide groepen verkeersdeelnemers zo moeten zijn dat ze zichzelf of anderen niet in gevaar brengen. Dit betekent onder meer dat beide groepen zich aan de verkeersregels moeten houden.

Tot nu toe heeft de handhaving van deze verkeersregels zich voornamelijk gericht op het snelverkeer, en slechts in zeer beperkte mate op het fietsverkeer. Met name in Amsterdam lijkt er sprake te zijn van een massaal overtreden van verkeersregels door fietsers. Dit leidt tot onveiligheid, maar ook tot hinder en ergernis.

Fietsers legitimeren hun afwijkende gedrag door te verwijzen naar de 'fietsonvriendelijkheid' van de huidige verkeersinfrastructuur. Zij voelen zich dermate achtergesteld en ervaren zo sterk dat er met hen geen rekening wordt gehouden dat zij nu hun eigen plaats op de weg opeisen en bevechten (Lindeijer, 1988).

De politie trad tot voor kort zelden op tegen fietsers, om reden van het

geringe belang dat gehecht werd aan fietsovertredingen, de vrees dat fietsers valse namen op zouden geven, en de massaliteit van de overtredingen. Toezicht houden op overtredingen door fietsers lijkt op dweilen met de kraan open.

Automobilisten lijken zich niet bewust van de specifieke gevaren voor het fietsverkeer die kleven aan bepaalde overtredingen. In een studie naar de relatie tussen ongevallen en overtredingen geeft Noordzij (1989) aan dat vooral snelheidsovertredingen op gemengde wegen en het rijden door rood licht gevaar met zich mee brengen voor het fietsverkeer. Ongevallenanalyses voor Amsterdam laten zien dat een groot deel van de fietsongevallen te maken hebben met geparkeerde auto's en dan vooral die auto's die (illegaal) op fietsstroken geparkeerd staan.

De Dienst Verkeerspolitie Amsterdam heeft het Amsterdamse beleidsvoornemen om het fietsverkeer te stimuleren in de stad aangegrepen om in de uitvoering van de politietaken in grotere mate dan voorheen de veiligheid en de belangen van het fietsverkeer te behartigen. Met dit doel is een campagne opgezet in samenwerking met andere stedelijke organisaties. Kenmerk van de campagne is dat op een geïntegreerde wijze instrumenten gericht op gedragsverandering worden ingezet. De instrumenten zijn:

- infrastructurele maatregelen
- handhaving
- publieksvoorlichting

De campagne had binnen de politie-organisatie een tweeledige doelstelling, namelijk een interne en een externe doelstelling:

- de externe doelstelling betreft het bevorderen van de veiligheid en de belangen van het fietsverkeer;
- de interne doelstelling betreft het bevorderen van de motivatie van politiefunctiearissen om in het algemeen verkeersveiligheidsstaken uit te voeren, en meer in het bijzonder om taken te verrichten in het kader van de veiligheid van fietsers.

In het kader van deze campagne is onderzoek uitgevoerd naar de effecten van de campagne, zowel naar de interne doelstelling als naar de externe doelstelling. Het uiteindelijke doel was vast te stellen of deze vorm van campagne navolging verdiend, en op welke wijze een groter effect bewerkstelligd kan worden. In dit rapport worden de resultaten uit het onderzoek gepresenteerd, conclusies getrokken en aanbevelingen geformuleerd.

In Hoofdstuk 1 wordt een theoretisch kader voor de campagne gegeven, de innoverende aspecten beschreven en de factoren voor falen en succes vastgesteld. Daardoor is dit hoofdstuk een middel om de voortgang en inhoud van de campagne te toetsen. Delen van dit hoofdstuk komen uit een reeds gepubliceerde notitie, die werd opgesteld in opdracht van de Dienst Verkeerspolitie Amsterdam bij de start van de campagne.

Hoewel de campagne in overleg met andere stedelijke organisaties is vormgegeven heeft de uitvoering grotendeels in handen gelegen van de Gemeentepolitie Amsterdam. Om te begrijpen hoe de campagne uiteindelijk is uitgevoerd is in Hoofdstuk 2 in grote lijnen een schets gegeven van de organisatie van de Gemeentepolitie Amsterdam. Vervolgens is in Hoofdstuk 3 de feitelijke uitvoering van de campagne beschreven. De

vraag welke veranderingen de campagne heeft teweeg gebracht in het feitelijke verkeersgedrag van de verkeersdeelnemers en in welke mate de Amsterdamse bevolking de campagne kende en positief waardeerde komt respectievelijk aan de orde in de Hoofdstukken 4 en 5. De invloed van de inhoud en vormgeving van de campagne op de motivatie van politiefunctionarissen om verkeersveiligheidstaken uit te voeren en/of zich in te zetten voor de belangen van het fietsverkeer komt aan de orde in Hoofdstuk 6. Het rapport wordt afgesloten met Hoofdstuk 7: Discussie en aanbevelingen.

# 1. Uitgangspunten en achtergronden van de campagne

In dit hoofdstuk worden de uitgangspunten van de campagne weergegeven en wordt beargumenteerd waarom een campagne gebaseerd op deze uitgangspunten een positief effect op het gedrag van verkeersdeelnemers kan hebben. Dit hoofdstuk beperkt zich tot deze theoretische inzichten, terwijl in de volgende hoofdstukken de feitelijke uitvoering aan de orde komt. Daar waar nodig zal via verwijzingen al vooruitgelopen worden op de behandeling van de feitelijke uitvoering

## 1.1. Een geïntegreerde campagne

Voor de veiligheid van fietsers zelf is het van belang dat de fietser en de automobilist zich aan een aantal - gezien de veiligheid - belangrijke verkeersregels houden. Bovendien is het - zowel voor de fietser als voor het snelverkeer - *hinderlijk* wanneer bepaalde regels overtreden worden. Nu lijkt een patstelling te ontstaan die er uit bestaat dat automobilisten weinig begrip kunnen opbrengen voor fietsers in het verkeer, en derhalve in beperkte mate bereid zijn om de fietser te zien als een 'zwakke' verkeersdeelnemer die extra bescherming nodig heeft. Terwijl fietsers het snelverkeer als een bedreiging zien, in een fietsonvriendelijke infrastructuur.

De campagne is in twee opzichten geïntegreerd:

- zowel het gedrag van het snelverkeer als ook dat van de fietser wordt in ogenschouw genomen;
- er wordt gebruik gemaakt van diverse gedragsbeïnvloedingsmethoden en instrumenten.

De instrumenten zijn:

- infrastructurele maatregelen;
- gericht politietoezicht;
- alternatieve straf bij overtredingen;
- voorlichting.

In de volgende paragraaf wordt beschreven hoe deze instrumenten worden ingezet en vormgegeven.

## 1.2. De boodschap

Tussen de in de voorgaande paragraaf genoemde instrumenten bestaat in deze campagne een hechte samenhang. Ze worden niet als geïsoleerde instrumenten ingezet om daarmee per instrument een gedragsverandering te bewerkstelligen. Ze worden door middel van de boodschap aaneengesmeed.

Wat is die boodschap? De boodschap houdt in grote lijnen in dat de politie (binnen hun taken, mogelijkheden en bevoegdheden) zich opstelt als de 'vriend van de fietser'. Dit betekent dat de politie zich daadwerkelijk en herkenbaar als zodanig zal profileren. De tegenprestatie van de fietsers zou moeten inhouden dat zij zich aan een aantal 'belangrijke' verkeersregels zullen houden.

Er wordt dus een 'sociaal contract' aangegaan tussen toezichthouder (de politie) en de fietser. Dit contract zou niet eenzijdig moeten zijn, maar

beide partijen zouden daadwerkelijk een dergelijke overeenkomst moeten aangaan.

Hoe worden nu de verschillende instrumenten ingezet?

### 1.2.1. *Infrastructurele maatregelen*

De infrastructuur voor fietsers wordt verbeterd. Gestreefd wordt naar een fietsersvriendelijke afstelling van verkeersregelingsinstallaties (VRI's) en het uitvoeren van achterstallig onderhoud. In het kader van dit project zullen geen grootschalige veranderingen mogelijk zijn. Gezocht wordt naar realiseerbare, eenvoudige, maar wel belangrijke verbeteringen.

De politie is 'voorspreker' voor de fietser binnen haar taken als adviseur van verschillende gemeentelijke voorzieningen.

De gemeentelijke voorzieningen die relevante taken uitvoeren met betrekking tot de veiligheid van het fietsverkeer in Amsterdam participeren actief in de campagne, zoals Dienst Ruimtelijke Ordening, gemeentelijke voorlichtingsorganen, de fietscoördinator.

### 1.2.2. *Handhaving en (alternatieve) straf*

#### *Handhaving*

De politie voert een gericht verkeerstoezicht uit op overtredingen van snelverkeer ten opzichte van fietsers. Specifieke overtredingen waarop de nadruk wordt gelegd:

- het parkeren op fietsstroken;
- het rijden door rood licht.

Tevens voert de politie een gericht verkeerstoezicht uit op:

- het door rood licht rijden van fietsers;
- het voeren van geen of ondeugdelijke verlichting door fietsers.

#### *(Alternatieve) straf*

De geverbaliseerde fietser krijgt de keuze uit een 'gewone' geldboete of de mogelijkheid om deze geldboete om te zetten in een aanpassing van zijn voertuig (fiets) zodat deze beter aan de veiligheidseisen voldoet. Op locatie kan de fiets voorzien worden van verlichting, reflectie etc.

In geldbedragen komt de straf neer op f 40,- per rood-lichtovertreding door fietsers, en in het geval van een ondeugdelijke verlichting 80,- of herstel voor een bedrag van f 40,-<sup>1</sup>. Daarnaast wordt tevens aangeboden om ter plekke in de fiets postcode en huisadres te graveren.

#### *Voorlichting aan overtreder*

Aan de fietser of automobilist wordt een videofilm van ongeveer vijf minuten getoond. In deze videofilm worden de gevolgen van onveilig gedrag zichtbaar gemaakt (zie ook par 3.5.1).

---

<sup>1</sup> In het begin van de campagne werd de verlichting van de fiets ter plekke hersteld. Dit bleek een te arbeidsintensieve procedure te zijn. Daarna (vanaf half januari) werd een bekeuring gegeven met het aanbod dat de bon verscheurd zou worden wanneer de fietser kon aantonen dat zijn fiets binnen een bepaalde tijd van deugdelijke verlichting was voorzien.

### 2.3. Voorlichting

Voorlichting heeft in dit project een aantal gezichten:

- voorlichting over de gevolgen van onveilig gedrag;
- voorlichting over de gerealiseerde infrastructurele verandering;
- voorlichting over de positie van de fiets:
  - in het verkeer
  - in het milieu
  - in de bereikbaarheid.

Voorlichting kent niet alleen vele gezichten, ook zal zij anders zijn afhankelijk van de fase waarin de campagne zich bevindt. Deze fasering en 'gezichten' van voorlichting worden bepaald door de wijze waarop de instrumenten kunnen leiden tot een gedragsverandering bij de doelgroepen. Immers die gedragsverandering is het uiteindelijke doel van de campagne. In de volgende paragraaf wordt nader ingegaan op de aard van de campagne en hoe, en onder welke condities deze campagne kan leiden tot een duurzame gedragsverandering. Hierbij ligt de nadruk op de 'boodschap' die in het contact met de doelgroep - met name via voorlichting - gecommuniceerd zou moeten worden.

#### 1.3. Waarom zou deze campagne leiden tot gedragsverandering?

Het zou getuigen van een ongegrond optimisme wanneer we er van zouden uitgaan dat elke campagne, dus ook deze, leidt tot een gedragsverandering bij de doelgroep. Verkeersveiligheids campagnes hebben vaak minder succes dan gehoopt werd (zie ook Elliott, 1987). Deze tegenvallende resultaten tonen aan dat een folder of tv-spotje niet voldoende is om die gewenste veranderingen te realiseren.

De vraag is dan ook waarom de actie 'Veilig op de fiets' wel succesvol zou kunnen zijn. Deze actie is mogelijk wel succesvol omdat:

- betrokkenheid met de actie wordt nagestreefd;
- een ruilverhouding wordt aangegaan.

In de volgende paragrafen wordt nader ingegaan op de relatie tussen betrokkenheid, ruilverhouding en effectiviteit.

##### *Algemeen*

In onze moderne 'media'-maatschappij wordt de mens gebombardeerd met boodschappen die hem proberen te bewegen zijn gedrag te veranderen. De reclames willen hem er toe overhalen een produkt te kopen, de Postbus 51-spotjes zoals die op de tv worden uitgezonden wijzen ons op gewenst gedrag met betrekking tot scholing, sekse-rollen, energiebesparing, milieuvervuiling, kindermishandeling etc.

En zo is ook de actie 'Veilig op de fiets' één van de vele items waarmee het algemene publiek bestookt wordt.

Verkeersveiligheid onderscheidt zich van de eerder genoemde onderwerpen, doordat met de wet in de hand het gewenste gedrag afgedwongen kan worden *en* zichtbaar is of gemaakt kan worden dat een persoon in overtreding is. De combinatie van de kans om gepakt te worden en de daaraan verbonden straf heeft een afschrikkende werking. Dat wil zeggen dat verkeersdeelnemers bepaalde overtredingen niet zullen maken uit vrees dat zij betrapt en gestraft zullen worden (zie Goldenbeld, 1993).

Politietoezicht is ook in de Amsterdamse campagne een belangrijk aspect.

Het is dan ook te verwachten dat als gevolg van een verhoogde pakkans (zie Goldenbeld, 1993) gedurende de periode van verhoogd politietoezicht het gedrag van fietsers en automobilisten in positieve zin zal veranderen. Veelal neemt het ongewenste gedrag weer toe naarmate het toezicht afneemt. Het is dan ook niet te verwachten dat enkel de toepassing van politietoezicht tot een blijvende gedragsverandering zal leiden.

Meer duurzame gedragsveranderingen worden bewerkstelligd wanneer de doelgroep zelf overtuigd raakt van de wenselijkheid van het gedrag, in staat is dit gedrag uit te voeren, en het gewenste gedrag minder barrières in de weg gelegd wordt.

Het voordeel van dit type gedragsveranderingen is dat het zichzelf in stand houdt en onderdeel wordt van het normale gedragsrepertoire en dat dit gedrag niet afgedwongen behoeft te worden via toezicht.

Om dergelijke blijvende gedragsveranderingen te bewerkstelligen dienen campagnes zich te richten op de volgende elementen (gebaseerd op Kok & Sandfort, 1991):

- de doelgroep moet het probleem herkennen, en het zelf ook als een probleem ervaren (betrokkenheid);
- de personen in de doelgroep moeten hun eigen rol of aandeel in het probleem zien en weten, hoe en waarom bepaald gedrag ongewenst is;
- de doelgroep zal overtuigd moeten worden van de wenselijkheid van het gedrag;
- de doelgroep moet het 'voordeel' zien;
- de doelgroep moet 'geleerd' worden hoe het gewenste gedrag uitgevoerd kan worden;
- de eventuele barrières moeten opgeheven worden;
- de doelgroep moet zien dat het 'nieuwe gedrag' echt 'werkt', d.w.z. leidt tot de gewenste resultaten.

#### *Betrokkenheid en overtuigen*

Hoe kan de doelgroep overtuigd worden? Onderzoek heeft uitgewezen dat alvorens de doelgroep overtuigd kan worden, het allereerst nodig is dat de 'doelgroep' (dat wil zeggen de groep mensen waarop de campagne zich richt), het probleem herkent, onderschrijft en zich betrokken gaat voelen bij het probleem (OECD, 1993).

Voor de campagne 'Veilig op de fiets' houdt dit dus in dat zowel de fietsers als automobilisten, maar ook de politie zich bewust zijn van het probleem. Dit is een kritiek moment in de campagne.

Er is geen sprake van één probleem. Hier is sprake van drie groepen met deels tegenstrijdige belangen en problemen. Fietsers en automobilisten strijden om de beperkte verkeersruimte en hebben voornamelijk last van elkaar.

Het is de taak van de politie die overlast te beteugelen en vooral de veiligheid van fietsers te bevorderen. In termen van onveiligheid blijken fietsers meer last te hebben van de auto dan andersom. Tevens is het verkeerssysteem zodanig ingericht dat de fietser zeer beperkte rechten heeft. De politie wenst het fietsklimaat te verbeteren. Dit kan de politie nastreven binnen haar bevoegdheden (zoals het repressief optreden tegen het snelverkeer), maar zij heeft voor een maximaal effect de medewerking van de fietser nodig. Immers, een deel van de onveiligheid komt voort uit het afwijkende gedrag van de fietser, zoals het rijden door rood licht, de afwezigheid van verlichting en reflectie etc.



Fietsers hebben last van overtredingen van het snelverkeer, zoals het veelvuldig parkeren op fietsstroken, het door rood licht rijden etc. Tevens worden de fietsers gehinderd door een fietsersonvriendelijke infrastructuur. Voor een verbetering van dit fietsklimaat heeft de fietser de politie nodig die zowel in haar repressief optreden als ook in haar adviserende rol naar de gemeentelijke overheid als pleitbezorger kan optreden. Zo uitgewerkt blijkt dat fietsers en politie een gezamenlijk probleem hebben, waarin zij diensten van elkaar nodig hebben.

De automobilisten en de fietsers hebben in mindere mate een gezamenlijk probleem. De auto vormt een bedreiging van de veiligheid van fietsers, de fietsers hinderen de auto in de doorstroming. Er lijken alleen maar tegenstrijdige belangen te zijn.

Toch zijn er wel twee aspecten van een gezamenlijk probleem te veronderstellen, namelijk:

- vele automobilisten zijn op zijn tijd ook fietsers;
- vele automobilisten zullen 'dierbaren' hebben die wel op de fiets zijn aangewezen.

Bovenstaande probleemanalyse is op theoretische gronden uitgevoerd, als een soort gedachtenexperiment. Het is dan ook onjuist te veronderstellen dat de doelgroepen *ook* op deze manier tegen het probleem aan kijken, laat staan dat zij het eens zijn over de oplossingen en hun wederzijdse afhankelijkheid voor het realiseren van de oplossingen zouden herkennen. Een belangrijke eerste stap in de campagne is dan ook de problemen die de groepen hebben aan te kaarten en herkenbaar te maken en de betrokkenheid te realiseren.

#### *Een ruilovereenkomst*

Het streven is dat in de volgende fase fietsers en politie een soort overeenkomst aangaan waarin diensten worden geruild: 'Jij doet iets voor mij, dan doe ik iets voor jou'.

Waarom is in deze actie gekozen voor een dergelijke ruilovereenkomst? Deze benadering is voor de verkeersveiligheid nieuw, maar is zeer vruchtbaar gebleken in het reclamewezen en de sociale marketing.

Het is mogelijk zo vruchtbaar omdat het zo 'mens'-eigen is. De basis voor het uitwisselen of ruilen van diensten en goederen wordt reeds in de kindertijd gelegd, en is een wezenlijk onderdeel van de sociale structuur. Kenmerk van deze uitwisseling is dat het ruilen op basis van vrijheid en gelijkheid plaatsvindt, en de betrokken partijen er alle 'beter' van worden. In dit geval (zo is de theorie) worden zowel de fietsers als de politie beter van de ruil.

De belangrijkste elementen van het project zijn nu als volgt te vertalen: *Doel* van het project is door middel van een '*ruil*' tussen politie en fietsers te bewerkstelligen dat het comfort en de veiligheid van de verplaatsing per fiets vergroot wordt doordat de *politie* zorg draagt voor:

- a. de naleving door het snelverkeer van verkeersregels die van belang zijn voor de comfort en veiligheid van de fietser;
- b. een verbetering van de infrastructuur en regelgeving.

De *fietser* dient zich dan aan de verkeersregels te houden.

Het aanbieden van activiteiten (dienst en wederdiensten) is op zich niet voldoende om zo'n gewenste ruil te bewerkstelligen. Beide partijen (mogelijk drie partijen: fietser, automobilist en politie) moeten ook behoefte hebben aan de te leveren diensten.

De doelstelling van het project is gebaseerd op de *aanname* dat bij de fietsers behoefte bestaat aan een veiliger en meer comfortabel fietsklimaat (infrastructuur, regelgeving, gedrag).

Bij de politie bestaat de behoefte dat er een *veiliger* verkeer gerealiseerd wordt, waarin zij *minder vaak* door het verbaliseren van overtredingen behoeven op de treden, maar verkeersdeelnemers *uit eigen beweging* zich aan de regels houden.

Liefst zou nog meer precies geanalyseerd moeten worden hoe de behoeften van beide partijen eruit zien, en ook welke concurrerende (mogelijk tegenstrijdige) behoeften er zijn die mogelijk prioriteit hebben. Daarnaast kunnen behoeften ook op verschillende wijzen gerealiseerd worden.

De vraag is of en onder welke condities de partijen tot een ruil zouden willen overgaan. Het is mogelijk dat fietsers helemaal niet wensen dat de politie iets doet ten behoeve van hun veiligheid (vijanddenken, ze horen niet bij ons, laten ze eerst zelf maar eens gaan fietsen!).

Onderzoek heeft uitgewezen dat eerder tot een ruil wordt overgegaan als over de ruil en de bijbehorende randvoorwaarden bij beide partijen voldoende informatie aanwezig is. Het moet dan duidelijk zijn wat precies geruild wordt, wat het inhoudt, hoe het er uitziet, wat er wel onder valt en wat niet, dat de geruilde diensten 'van gelijk gewicht en belang zijn' in de mate dat de behoeften van de partijen bevredigd worden. Deze informatie dient naar beide partijen en niet alleen naar de vertegenwoordigers van de partijen, maar naar alle relevante leden van die partijen te worden overgebracht.

Daarnaast is een *algemeen begrip* over elkaars specifieke rol in het verkeer in deze van belang. Dit betekent dat inzicht bestaat over elkaars belevingen, motieven, mogelijkheden en beperkingen, en dat deze 'herkend en aanvaard' worden.

#### *Barrières*

Het opheffen van barrières zal de effectiviteit van de campagne vergroten. Belangrijke barrières voor fietsers zijn gelegen in de infrastructuur. Deze barrières zijn zo overheersend dat het voor fietsers zeer nadelig is (bijv. door tijdverlies, wachten, omrijden e.d.) om zich aan de regels te houden. In deze campagne wordt nagestreefd barrières te verkleinen. Bijvoorbeeld door de groenfase bij verkeersregelingsinstallaties (VRI's) voor fietsers te verlengen, wachttijden te verkorten etc. Hierdoor staan fietsers minder lang te wachten. Als onderdeel van de campagnes zullen ook barrières geïnventariseerd worden. Niet alle barrières kunnen geslecht worden gedurende de campagne. De belangrijkste functie is dat deze op de agenda geplaatst kunnen worden van verantwoordelijke diensten.

#### *Effecten zichtbaar maken*

Fietsers en automobilisten zullen zich beter en langer aan de regels houden wanneer ze merken dat het dit gedrag iets positiefs oplevert. Wanneer we dit weer in termen van ruilen bekijken dan weten we het volgende. De

ruil van de diensten zal eerder voortgezet worden, wanneer er voor beide partijen een hoge bevredigingswaarde is, zowel rationeel als gevoelsmatig. Deze bevredigingswaarde is mede afhankelijk van de prijs/opbrengstverhouding. In dit concrete geval kan dit betekenen dat voor de fietser de prijs (niet door rood rijden) te hoog is, als hij amper merkt dat de verkeerslichten meer 'fietsvriendelijk' zijn afgesteld.

Daarom is het in deze campagne van belang dat op de locatie waar infrastructurele veranderingen ten behoeve van de fietser uitgevoerd worden of zijn, dit zichtbaar wordt gemaakt. Bijvoorbeeld door een mottobordje. Evenzo voor de locatie waarop een strikte handhaving geldt voor parkeren op fietsstroken. Maar ook kunnen de kraanwagens voorzien worden met mottoborden: bijv. 'Veilig op de fiets: Niet parkeren op fietsstroken'. Hierdoor zien fietsers dat er echt iets gebeurt.

#### 1.4. Van theorie naar praktijk: voetangels en klemmen bij de uitvoering

Uit het voorgaande is een aantal conclusies te trekken ten aanzien van de uitvoering van de campagne. De activiteiten als infrastructurele maatregelen, alternatieve straffen, en politietoezicht zijn éénduidig en behoeven geen nadere uitwerking of toelichting. De voorgenomen activiteiten passen in de visies zoals die in voorgaande hoofdstukken zijn weergegeven. Heel anders is het gesteld met de activiteit 'Voorlichting'. Voorlichting heeft in de campagne de betekenis van het contact met de doelgroep via een of ander medium. Maar niet is vastgesteld welke boodschap, en op welke wijze die in welk stadium wordt overgebracht.

##### 1.4.1. Externe voorlichting

Duidelijk is dat voorlichting het publiek moet informeren over het hoe en waarom van de actie. Zowel in het algemeen als op locatie. Als er verkeersregelingsinstallatie (VRI's) zijn omgebouwd zou aan de gebruikers van die route duidelijk gemaakt moeten worden dat deze specifieke VRI in het kader van de campagne is omgebouwd tot een fietsvriendelijke VRI.

Dit alles gaat over het overdragen van informatiefeitelikheden. Dat is vrij simpel en het is voldoende als alleen even de aandacht van de gebruiker wordt getrokken en kort wordt vastgehouden.

Complexer ligt het met betrekking tot het onderkennen van het probleem en het realiseren van de betrokkenheid. Uit het voorgaande blijkt reeds dat er een gebrek is aan kennis over de wensen, behoeften en problemen van de betrokken doelgroepen. Door dit gebrek aan kennis is het dus niet mogelijk de informatie in het gedrukte materiaal op de feitelijke behoeften van de doelgroep. Die is onvoldoende bekend.

Anders ligt het met de contacten via de media als kranten, radio en tv. Hierin kan gestreefd worden naar een dialoog tussen de betrokken partijen waardoor behoeften en problemen verduidelijkt kunnen worden en geïnventariseerd. Hierdoor bestaat er een grotere kans op het ontstaan van betrokkenheid, bijvoorbeeld door interviews met en discussies tussen alle partijen. Mogelijk zijn aan dit soort dialogen risico's verbonden in de zin dat 'het de verkeerde kant' kan opgaan. Wat betreft de tijdplanning lijkt het gewenst dit soort dialogen te initiëren in de beginfase van de campagne. Terwijl in de latere fasen meer de aandacht gericht kan worden op het verloop van de campagne en de feitelijke ervaringen.

#### 1.4.2. *Interne voorlichting*

Een belangrijk aspect van het succes van de actie is de inzet en motivatie van de agent op straat. Zijn daden zijn mede bepalend.

Het is vooral van belang aandacht te besteden aan de manier waarop de agent op straat optreedt tegen overtredingen van de doelgroepen.

Te denken valt aan:

- wat zegt de agent bij overtredingen om het repressieve optreden te motiveren;
- hoe wordt het toepassen van 'de alternatieve straf' toegelicht.

De interne voorlichting in relatie tot motivatie was onderwerp van studie binnen het motivatie-onderzoek (zie Hoofdstuk 6) en interne voorlichting in relatie tot de inhoud van de campagne was onderwerp van studie in de procesevaluatie van deze campagne (zie Hoofdstuk 3).

#### 1.5. **Aandachtspunten**

Aandachtspunten voorzover ze af te leiden zijn uit het voorgaande zijn:

1. Neem niet aan dat het probleem zoals dat in het kader van de campagne is geformuleerd, op dezelfde wijze herkend, gewaardeerd en beleefd wordt door de doelgroepen.

2. Bevorder in de beginfase van de campagne de dialoog tussen de doelgroepen. Streef daarom naar contacten met de media waarin de gezichtspunten van de verschillende doelgroepen aan bod komen. Zoals discussiepanels, programma's waarop telefonisch gereageerd kan worden; kranteartikelen met ingezonden brieven etc.

Draag in deze fase ook 'de sociaal contract'- en 'ruil'-gedachte uit.

3. Verval in de beginfase niet in een nadrukkelijke toezichtscampagne op overtredingen gemaakt door fietsers. Maak zichtbaar welke tegenprestatie door de politie geleverd wordt: Het terugdringen van fietsonvriendelijke overtrdingen. Concentreer daarom in de beginfase repressief optreden op het snelverkeer en geef hieraan bekendheid.

4. In een later stadium (plusminus november) wordt repressief optreden tegen fietsers frequenter.

5. Maak op de straat zelf zichtbaar aan de verkeersdeelnemers welke infrastructuurle verbetering uitgevoerd zijn in het kader van de campagne.

6. Maak de achtergrond van de alternatieve straf in het politietoezicht duidelijk aan de doelgroepen.

7. Besteed aandacht aan de manier waarop de agenten contact maken op straat met de doelgroepen. Hoe motiveren zij hun optreden ten opzichte van de verschillende doelgroepen?

## 2. De organisatie van de Gemeentepolitie Amsterdam

### 2.1. Algemeen

De campagne is voornamelijk uitgevoerd door de Gemeentepolitie Amsterdam. Maar deze werd hierin ondersteund door diverse stedelijke organisaties. Deze ondersteuning betrof onder meer het aanleveren van verkeers-technische gegevens, het financieren van verschillende onderdelen van het project, het onderschrijven van de campagne etc. Deze organisaties hebben echter geen rol gespeeld in de uitvoering van het project.

In dit hoofdstuk zal dan ook beschreven worden hoe de Gemeentepolitie Amsterdam georganiseerd is. Dit hoofdstuk is van betekenis als achtergrond informatie om de volgende hoofdstukken in een organisatorische context te kunnen plaatsen. Bijvoorbeeld om te begrijpen waarom de campagne voornamelijk door de Dienst Verkeerspolitie, is uitgevoerd is het nodig de plaats van deze dienst te kennen in de totale politie-organisatie. Het hoofdstuk is grotendeels gebaseerd op de studie die verricht werd in het kader van het motivatie-onderzoek (Propper & Eversdijk, 1993). Omdat de Gemeentepolitie Amsterdam tijdens de campagne een proces van reorganisatie onderging, zal de beschreven structuur zoals die tijdens de campagne bestond, bij het verschijnen van deze notitie al weer wijzigingen hebben ondergaan.

De beschrijving van de organisatie zal zich beperken tot die organisatie-onderdelen die betrokken zijn geweest bij de uitvoering, dan wel bij de planvorming van de campagne.

Bij de uitvoering van de campagne zijn verschillende onderdelen van de politie betrokken geweest:

- de korpsleiding
- de Dienst Verkeerspolitie
- de uniformdienst bestaande uit acht districten, per district twee tot vier wijkteams.

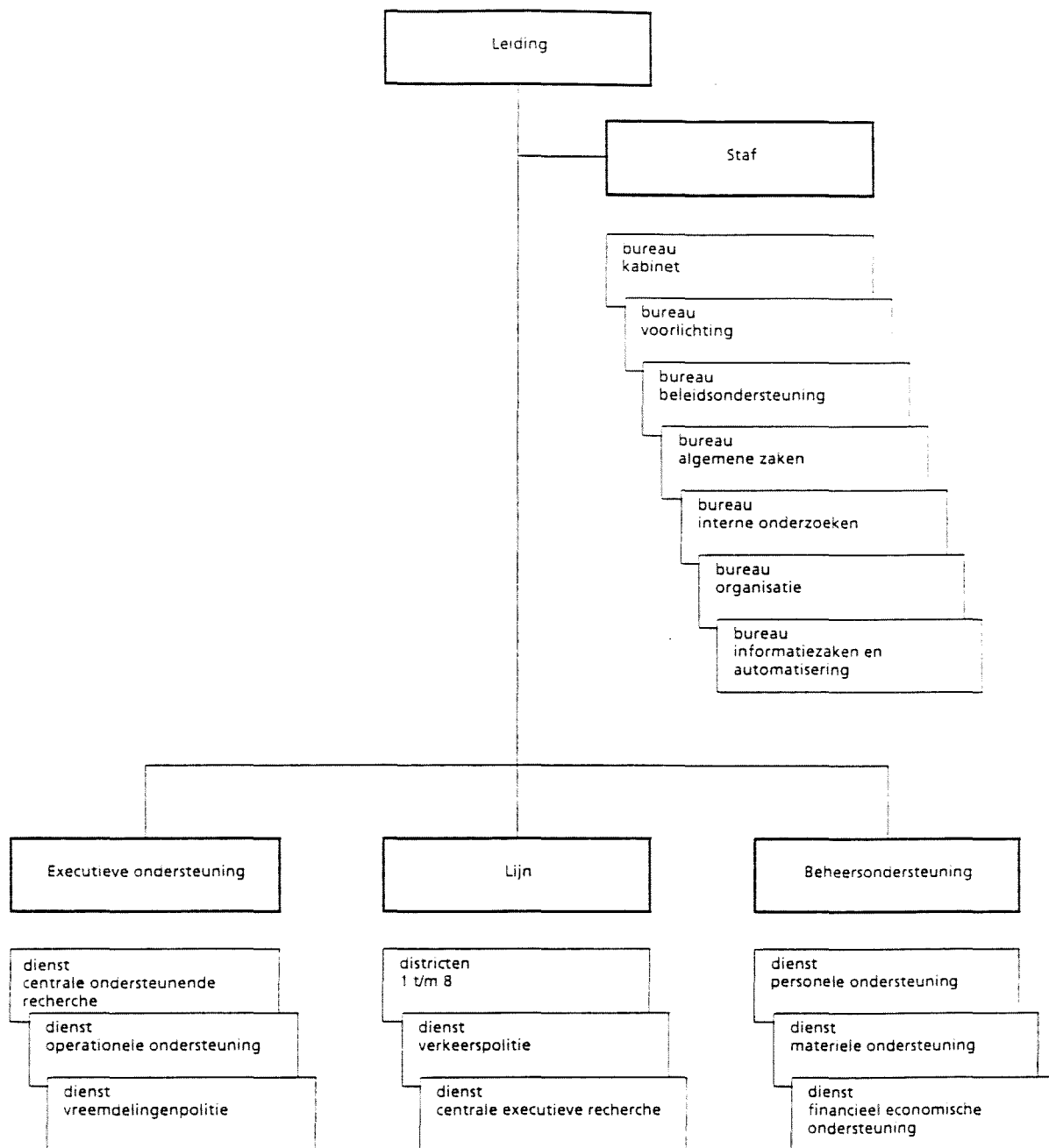
(Voor de plaats van deze organisaties wordt verwezen naar de organisatiestructuur; zie Afbeelding 1).

### 2.2. De relatie tussen korpsleiding, districten, wijkteams en de Dienst Verkeerspolitie

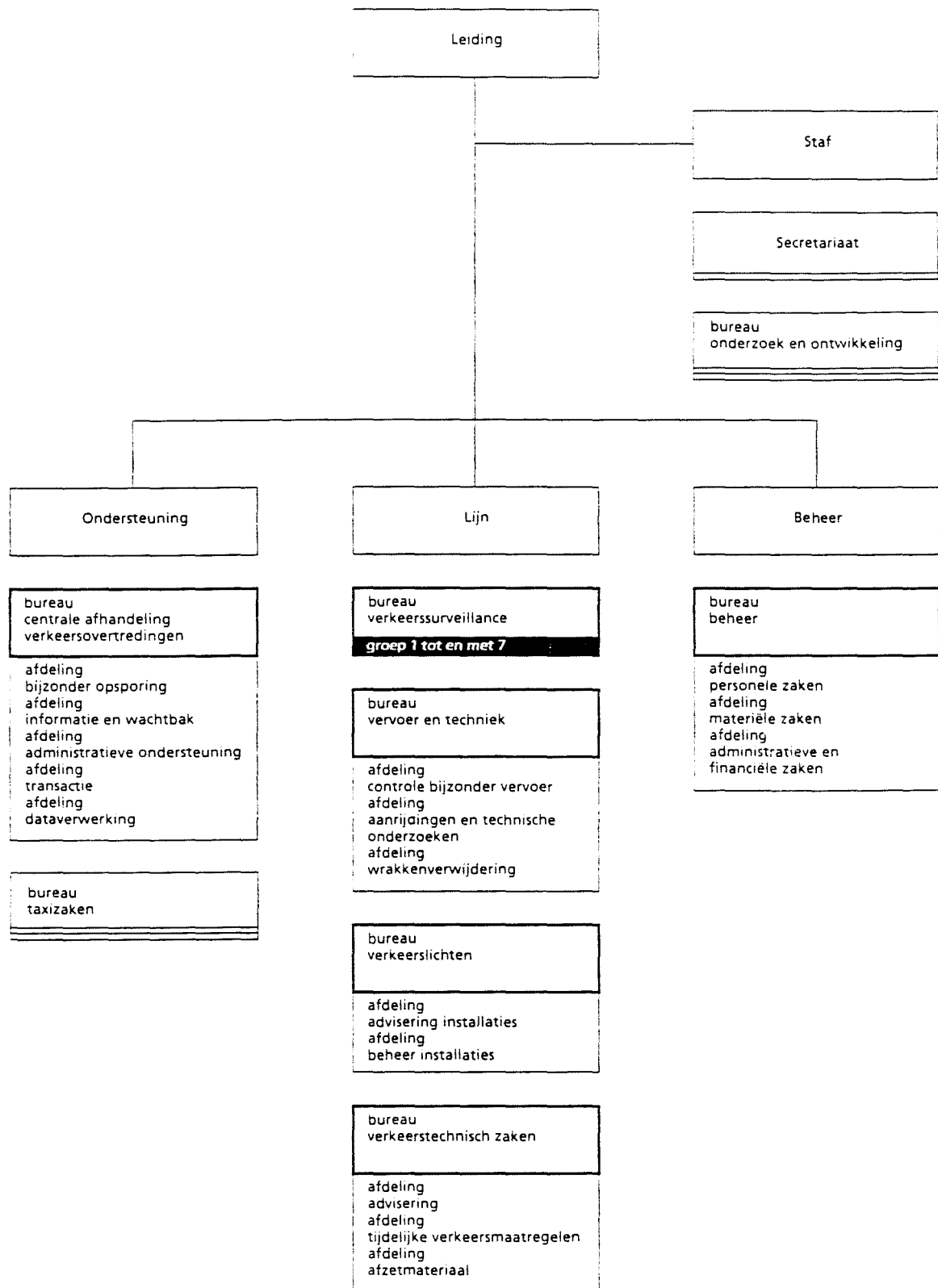
De korpsleiding bepaalt samen met het bevoegde gezag (Burgemeester en Hoofdofficier van Justitie) de inhoud van het te voeren beleid. In dit overleg is vastgesteld dat verkeersveiligheid één van de beleidsprioriteiten is.

Door de lijnorganisaties van de politie wordt aan dit beleid inhoud en uitvoering gegeven. Tot de lijn behoren de acht districten (de Uniform dienst), de Dienst Verkeerspolitie en de Dienst Centrale Executieve Recherche. De eerste twee lijnorganisaties hebben een rol gespeeld in de uitvoering van de campagne, de laatste organisatie op grond van de aard van haar taken niet.

Het overleg tussen deze lijnorganisaties onderling en de korpsleiding vindt wekelijks plaats in het Managementteam. Dit is het enige formele contact tussen de lijnorganisaties, welke op grond van bevoegdheden en verant



Afbeelding 1. *Organisatieschema Gemeentepolitie Amsterdam (Handboek Organisatie, augustus 1990).*



Afbeelding 2. Organisatieschema Dienst Verkeerspolitie Amsterdam (Handboek Organisatie, augustus 1990).

woordelijkheden volledig nevensgeschikt zijn. Het overleg wordt niet gebruikt voor de coördinatie van de uitvoering van stedelijk verkeersveiligheidsbeleid.

### 2.3. De Dienst Verkeerspolitie

De verkeerspolitie voert taken uit op het gebied van verkeerssurveillance, juridische en technische taken op het gebied van vervoer, beheer en advisering inzake verkeersinstallaties en verkeerstechnische zaken (zie Afbeelding 2).

'In 1991 is de Dienst Verkeerspolitie van start gegaan met een geïntegreerde en planmatige aanpak van de terugdringing van de verkeersonveiligheid. Het onderzoekplan Reorganisatie Dienst Verkeerspolitie omschrijft deze aanpak als volgt:

- Geïntegreerd wil zeggen enerzijds het in samenhang bekijken van handhaving, advisering en voorlichting/educatie, anderzijds het in samenhang kijken naar mens, omgeving en voertuig. Het wil ook zeggen het betrekken van bij werkzaamheden van alle mogelijkheden en belanghebbende personen en/of instanties (bondgenoten maken).
- Planmatig wil zeggen het werken via de lijn van: inventarisatie - probleemdefiniering - maatregelen kiezen - uitvoeren - effectmeting - evaluatie.

Binnen die visie is de taakstelling voor de Dienst Verkeerspolitie ten aanzien van het regiokorps de volgende:

- de totale politiezorg op de autosnelweg in de regio (Wijkteam Snelweg);
- een ondersteunende functie voor de wijkteams;
- de coördinatie, vanuit de ondersteunende filosofie van activiteiten met betrekking tot het terugdringen van de verkeersonveiligheid en het bevorderen van de doorstroming;
- een bewakings- en informatiefunctie met betrekking tot de verkeersproblematiek in de regio en de eventuele consequenties daarvan ten aanzien van de openbare orde en de criminaliteitsproblematiek;
- een beleidsbepalende taak ten aanzien van de verkeersadviesing van de (verkeers)infrastructuur' (Propper & Eversdijk, 1993).

Het projectmatig werken kent bij de Dienst Verkeerspolitie een driedelige doelstelling.

- het geïsoleerd aanpakken van een gesignaleerd probleem;
- een stimulerende functie binnen de Dienst Verkeerspolitie;
- een stimulerende en educatieve functie naar de wijkteams.

### 2.4. De uniformdienst

De uniformdienst wordt gevormd door acht districten waaronder 24 wijkteams vallen. In de districten wordt het beleid dat op korpsniveau is vastgesteld, verder uitgewerkt, maar het beleid krijgt zijn uiteindelijke vorm en inhoud in de wijkteams zelf. Zij bepalen zelf de uiteindelijke prioriteitstelling (zij het binnen het kader van het voorgeschreven beleid).

De wijkteams hebben algemene politietaken, waaronder een verkeerstaak. Met betrekking tot het verkeer voert het wijkteam taken uit op het gebied van:



- verkeersadvisering;
- verkeersopleiding;
- verhooractiviteiten;
- verkeerstoezicht.

Het wijkteam is dus in zijn eigen wijk geheel verantwoordelijk voor de activiteiten in het kader van verkeersveiligheid. Hoe dit ingevuld wordt is sterk afhankelijk van de problemen waarmee men in de wijk geconfronteerd wordt. Daar waar nodig kan men hulp in roepen van de Dienst Verkeerspolitie. Maar er bestaat verder geen formele relatie tussen de Dienst Verkeerspolitie en de wijkteams. Zo blijft het te allen tijde de verantwoording van de wijkteams of zij menskracht beschikbaar zullen stellen voor de uitvoering van campagnes. De Dienst Verkeerspolitie heeft formeel geen zeggenschap over het door de wijkteams gevoerde verkeersveiligheidsbeleid, en heeft ook geen zeggenschap over inzet van menskracht.

## 2.5. Uitvoering van het verkeersveiligheidsbeleid

De meeste wijkteams hebben verkeersveiligheidsplannen. Alleen zijn ze veelal geheel verschillend uitgewerkt. En bij sommige wijkteams zijn deze marginaal. Het valt buiten het kader van de uitgevoerde analyses na te gaan hoe dit komt en hoe adequaat deze plannen zijn. Wel valt te constateren dat er op korpsniveau niet sprake is van een soort Meerjarenbeleidsplan voor de Verkeersveiligheid, welke richtinggevend zou kunnen zijn voor de plannen op wijkteamniveau. Tevens ontbreken taakstellingen op korpsniveau, welke taakstellend zouden kunnen zijn naar activiteiten van wijkteams.

## 2.6. Overleg tussen de Dienst Verkeerspolitie en de uniformdienst

Naast het eerder genoemde overleg in het Managementteam is er verder geen formeel overleg tussen de Dienst Verkeerspolitie en de districten of wijkteams. Wel is er sprake van informeel overleg.

- IPV: Intern Politie Overleg. In dit overleg zijn de meeste districten, verschillende diensten van de Dienst Verkeerspolitie, en de Verkeersschout van het Openbaar Ministerie vertegenwoordigd.
- Adoptie. Elk van de zes dienstgroepen van de Motordienst hebben ieder een wijkteam geadopteerd.
- Ad hoc overleg over wijkgrensoverschrijdende activiteiten.

## 2.7. Uitvoering van de campagne 'Veilig op de fiets'

De campagne 'Veilig op de fiets' is uitgevoerd onder goedkeuring van de korpsleiding. De Dienst Verkeerspolitie heeft de campagne opgezet en heeft daarnaast een actieve rol van de wijkteams mogelijk gemaakt. De bijdrage van de wijkteams, met name het beschikbaar stellen van menskracht voor toezichtactiviteiten, is essentieel en is ook genoemd in het door de Dienst Verkeerspolitie opgestelde projectplan.

Binnen de Dienst Verkeerspolitie werd een 'projectkamer' ingesteld, samengesteld uit medewerkers die voor het uitvoeren van taken voor de campagne 'Veilig op de fiets' werden ingezet. De projectkamer bestond uit een projectleider, 3 politiefunctionarissen en 2 stagiaires van de vakgroep Communicatie Wetenschappen van de Universiteit van Amsterdam. Voorzover de medewerkers politiefunctionarissen waren, werden zij orga-

nisatorisch onttrokken aan de surveillancedienst (motordienst). De op deze wijze ontstane personele onderbezetting in de surveillancedienst werd niet opgevuld.

De projectkamer is op een spontane wijze ontstaan, en heeft (nog) geen officiële status binnen de Dienst Verkeerspolitie. Daarmee is de plaats binnen de hiërarchie, alsmede de relatie tot de overige onderdelen van de Dienst Verkeerspolitie (nog) niet beschreven.

De projectkamer heeft onder meer zorg gedragen voor de financiering, de planning, de voortgang, de interne informatievoorziening, de bemanning van het project.

## 2.8. Conclusies

De Dienst Verkeerspolitie heeft geen mogelijkheden om rechtstreeks wijkteams aan te sturen. Alleen via het Managementoverleg (het overleg tussen de chefs van de lijnorganisaties) kunnen wellicht afspraken gemaakt worden over de menskracht die aan de wijkteams is toegewezen. Voor zover bekend zijn dit soort afspraken in het verleden zelden gemaakt. Alleen via overleg en overtuigen kan de Dienst Verkeerspolitie iets gedaan krijgen bij de wijkteams. Daarbij moet in ogenschouw genomen worden dat de wijkteams zelf ook uitvoer geven aan verkeerstaken. In feite lijkt de Dienst Verkeerspolitie geen noodzakelijke rol te vervullen, als de wijkteams voldoende, adequate en efficiënt inhoud weten te geven aan de hun toegewezen verkeersaak. Het is niet duidelijk of dit inderdaad het geval is. Dit komt mede door het ontbreken van taakstellingen op korpsniveau en algemene verkeersveiligheidsplannen.

De inzet van wijkteams waarvan in de opzet van de campagne 'Veilig op de fiets' melding wordt gemaakt, kan alleen gebeuren op grond van bereidwilligheid van de wijkteams.

### 3. Feitelijke uitvoering van actie: proces en organisatie

#### 3.1. Uitvoering: start

De campagne bestond uit twee perioden. Een periode waarin intensief campagne werd gevoerd en een periode waarin alleen op onderhoudsniveau gewerkt werd. De intensieve periode begon op 1 oktober 1992 met een presentatie voor de pers en eindigde op 31 januari 1993. De onderhoudsperiode startte op 1 februari 1993 en liep door tot 1 juni 1993. In deze periode werd gedurende één dag per week toezicht gehouden. De hier gepresenteerde onderzoekresultaten hebben betrekking op de intensieve periode. Naar de onderhoudsperiode is geen onderzoek gedaan.

De feitelijke startdatum van de intensieve campagne was 15 oktober 1992. Dit kwam door het vliegtuigongeval in de Bijlmer op 4 oktober 1992. Vele politiemensen zijn toen ingezet bij het bestrijden en opvangen van de gevolgen van de ramp. Daarbij hebben zij veel overuren gemaakt, maar - belangrijker nog - ook hebben zij schokkende gebeurtenissen meegemaakt die een diepe indruk hebben achtergelaten. Hierdoor is in de eerste helft van oktober het personeel zwaar belast geweest.

#### 3.2. De fietsroutes

De campagne richtte zich op acht fietsroutes in de stad. Deze zijn:

1. Jan Evertsenstraat - De Clerqstraat - Rozengracht - Raadhuisstraat
2. Marnixstraat - Leidseplein - Weteringschans - Sarphatistraat
3. Frederik Hendrikstraat - Bilderdijkstraat - Iste Constantijn Huygensstraat - Van Baerlestraat - Centuurbaan - Sarphatipark - Centuurbaan.
4. Damrak - Dam - Rokin - Munt - Vijzelstraat - Weteringcircuit - Ferdinand Bolstraat - Scheldestraat - Europaplein.
5. Rijksmuseum - Museumplein - De Lairesestraat - Cornelis Crusemanstraat - Haarlemmermeercircuit.
6. Mr. Visserplein - Mauritskade - Linnaeusstraat - Middenweg.
7. Postjesweg - Kinkerstraat - Elandsgracht.
8. Overtoom.

#### 3.3. Toezichtsinspanning

De gegevens over de toezichtsinspanning zijn verzameld door de Dienst Verkeerspolitie en vastgelegd in interne notities. Op dit materiaal zijn door de SWOV aanvullende analyses uitgevoerd.

##### 3.3.1. *Controles gericht op door rood licht rijden en voertuigverlichting*

Gedurende 14 weken werden controles uitgevoerd op 20 kruisingen. In Tabel 1 is aangegeven voor elke kruising hoe vaak controles zijn uitgevoerd, of dit controles betroffen in de avond en de ochtendspits en hoeveel verbalen er in totaal zijn uitgeschreven. In totaal werden 54 fietscontroles uitgevoerd: 43 in de ochtendspits (tussen 7.00 en 10.00) en 11 in de avondspits (tussen 16.00 en 19.00).

Er is een opmerkelijk verschil in het aantal ochtend- en avondcontroles.

Naam route	Controle		Verbalen	
	ochtend	avond	ochtend	avond
F. Bolstr./Stadh.kade	12	1	466	30
F. Bolstr./Ceintuurbaan	1	2	90	27
Ceintuurbaan/Hobbemakade	-	1	-	7
Rozengr./Marnixstr.	7	1	186	27
Marnixstr./Haarlem.pl.	2	-	60	-
Stadh.kade/Museumbrug	3	-	98	-
Stadh.kade/Van Woustr.	1	-	18	-
Overtoom/ 1-Huygensstr.	3	-	85	-
R. Hartstr./Hobbemakade	1	-	-	3
Concertgeb.pl./v. Baerlestr.	2	-	53	-
Mercatorplein	2	-	15	54
Weteringsch./Nwe Vijzelstr.	3	-	118	-
Westeinde/Weteringschans	1	-	59	-
Scheldestr.	-	1	-	26
Linnaeusstr./Oosterpark	2	-	41	-
v.Baerlestr./P. Potterstr.	1	-	48	-
v.Baerlestr./Willemsprkweg	1	-	46	-
Kinkerstr./Bilderdijkstr.	1	2	65	39
Muiderstr./Visserpl.	1	-	9	-
Pr. Hendrikk./Damrak	1	-	15	-

Tabel 1.

Ongeveer 80% viel in de ochtendspits en 20% in de avondspits. Dit wordt weerspiegeld in het aantal verbalen per verkeersspits. Van de 1691 verbalen werd het merendeel geschreven in de ochtendspits. Om roostertechnische redenen was het voor de Dienst Verkeerspolitie gemakkelijker in de ochtend dan in de avonduren te controleren. Dit toezichtrooster leidde echter tot problemen bij de deelnemende wijkteams. Een ochtendcontrole viel niet te combineren met de overige werkzaamheden. Ook op grond van verkeersveiligheidsoverwegingen zouden controles in de avondspits te preferen zijn, omdat meer fietsers slachtoffer worden in de avondspits dan in de ochtendspits (Noordzij, 1991).

Wat tevens opvalt is dat op sommige kruisingen zeer veelvuldig is gecontroleerd en op anderen zelden. Met name op de Ferdinand Bolstraat/Stadhouderskade is extreem vaak gecontroleerd, gevolgd door de Rozengracht/Marnixstraat.

### 3.3.2. Geverbaliseerde overtredingen

*Naar vervoerswijze*

In totaal werden 1691 processen-verbaal geschreven. Tabel 2 laat zien dat

vooral fietsers zijn staande gehouden (94% van alle staande houdingen) en dat bij de ene helft van de staandegehouden fietsers geen goede verlichting werd geconstateerd en bij de andere helft door rood licht rijden (plus eventueel ontbreken van goede verlichting). De staande gehouden automobilisten vallen onder de categorie 'overigen'. Van de staande gehouden verkeersdeelnemers zijn de automobilisten slechts een zeer kleine groep, minder dan 4%.

	Rood licht	Verlichting	Totaal
Bromfiets	36 ( 2%)	23 ( 1%)	59 (3%)
Fiets	794 (47%)	781 (46%)	1575 (94%)
Auto	41 ( 2%)	16 ( 1%)	57 (3%)
Totaal	871 (51%)	820 (48%)	1691 (100%)

Tabel 2. Aantallen geverbaliseerde overtreeders uitgesplitst naar overtreding en vervoerswijze.

Opmerkelijk is het geringe aantal verbalen voor rood-lichtovertredingen door automobilisten. Toen tijdens de voormeting rood-lichtovertredingen werden geregistreerd bleek dat in 1 op de 3 rood-lichtfasen automobilisten door rood rijden. Weliswaar is de overtredingsfrequentie veel geringer dan die van fietsers, maar toch voldoende hoog om daar tegen op te treden. De politie meldt op dit punt dat zodra sprake is van een 'zichtbare' verkeerscontrole automobilisten meteen hun gedrag blijken aan te passen, en bijna niet meer door rood licht wordt gereden. Fietsers blijken dat niet te doen.

#### Naar leeftijd en sexe

Mannen werden vaker geverbaliseerd dan vrouwen, zowel voor het rijden door rood licht, als ook voor het niet voeren van verlichting (Tabel 3).

Voertuig/Overtreding	Man	Vrouw	Onbekend	Totaal
Fiets/Roodlichtnegatie	387 (23%)	334 (20%)	73 (4%)	794 (47%)
Fiets/Verlichting	382 (22%)	286 (17%)	113 (7%)	781 (46%)
Bromfiets + Snorfiets/ Roodlichtnegatie	28 (2%)	4	4	36 (2%)
Bromfiets + Snorfiets/ Verlichting	18 (1%)	2	3	23 (1%)
Overig/Roodlichtnegatie	22 (1%)	4	15	41 (2%)
Overig/Verlichting	11	4	1	16 (1%)
Totaal	848 (50%)	634 (37%)	209 (12%)	1691 (100%)

Tabel 3. Aantallen en percentages geverbaliseerde overtreeders uitgesplitst naar sekse, voertuig en overtreding (Bron: Politie Amsterdam. N.B. Percentages berekend over het totale aantal overtreeders; percentages kleiner dan 1% niet vermeld).

### *Naar kruising*

De geverbaliseerde overtredingen verschillen nogal tussen kruisingen (Tabel 4). Op sommige kruisingen ligt de nadruk vooral op verlichting, terwijl op andere kruisingen weer vaak is opgetreden tegen roodlicht negatie. Het is niet waarschijnlijk dat dit grillige beeld wordt door grote verschuivingen in het soort van overtredingen die gemaakt worden. Het is meer waarschijnlijk dat dit grillige beeld wordt veroorzaakt door de keuzen die door agenten zijn gemaakt over het soort overtredingen waar die dag tegen zal worden opgetreden. Dit wordt ook zichtbaar in de verschillen op de zelfde kruisingen op verschillende controledagen. Het is niet aannemelijk dat de fietsers de ene week op dezelfde kruising keurig licht voeren, en een paar week later - onder dezelfde lichtomstandigheden - dit niet meer doen.

Locatie	Fiets		Auto		Totaal
	roodl	licht	roodl	licht	
Concertgeb.pl/v.Baerlestr.	21	24	1	1	47
Ferd. Bolstr./Stadh.kade	235	234	2	3	474
Ferd.Bolstr./Ceintuurbaan	43	50	0	0	93
Kinkerstr./Bilderdijkstr.	29	66	0	0	95
Linnaeusstr./Oosterpark	31	9	1	0	41
Marnixstr./Haarlem.pl.	56	43	1	1	101
Mercatorplein	24	42	0	0	66
Overtoom/C. Huygensstr.	24	79	1	1	105
Rozengr./Marnixstr.	77	75	2	4	158
Stadh.kade/Museumbrug	17	77	1	3	98
Weteringsch./Nw. Vijzelstr.	66	21	25	0	112

Tabel 4. *Geverbaliseerde overtredingen naar type, vervoerswijze en kruising (N.B. alleen voor kruisingen met meer dan 40 geverbaliseerde overtredingen).*

Maand	Controle	Fiets		Auto		Totaal
		roodl	licht	roodl	licht	
oktober	11	62	349	4	10	425
november	15	129	396	25	2	552
december	10	222	9	2	0	233
januari	18	384	27	8	1	420
Totaal	54	797	781	39	13	1630

Tabel 5. *Het aantal geverbaliseerde overtredingen naar type, vervoerswijze en controlemaand*

Ook uit Tabel 5 blijkt dat geverbaliseerde overtredingen niet als maat genomen kunnen worden voor de frequentie waarin een overtreding feitelijk voorkomt. Zo is het aantal verbalen voor slechte verlichting tussen november en december sterk gedaald. Zo sterk dat het niet aannemelijk is dat wat in november nog een groot probleem was, ineens in december is opgelost. Uit de interne notities van de Dienst Verkeerspolitie is niet op te maken waardoor deze verschuivingen in de wijze van toezichthouden veroorzaakt zijn.

### 3.3.3. Alternatieve straf

In het onderzoek is niet bijgehouden hoe vaak een verbalisant gebruik heeft gemaakt van de alternatieve straf, om een bekeuring om te zetten in de aanschaf en montage van verlichtingsset, of aanschaf van andere fietsuitrustingsonderdelen. De indruk is dat vrijwel alle verbalisanten op dit aanbod zijn ingegaan. Helaas ontbreken op dit punt de objectieve gegevens.

### 3.3.4. Controles gericht op het parkeren op fietsstroken

Van deze controles is minder gedetailleerd informatie verzameld. Gedurende de intensieve campagne is het dubbelparkeren van auto's op fietsstroken en -paden aangepakt door enerzijds de Dienst Materiële ondersteuning (Bureau Vervoer) en anderzijds de Dienst Parkeer Beheer. Dit zijn twee zelfstandige diensten van de Gemeentepolitie Amsterdam en vallen niet onder de Dienst Verkeerspolitie. De resultaten zijn vermeld in Tabel 6.

	Dienst Materiële ondersteuning	Dienst Parkeer beheer	Totaal
Verslepingen	190	1351	1541
Processen-verbaal	497	5140	5637
Totaal	687	6491	7178

Tabel 6. Geverbaliseerde fout-parkeerovertradingen naar afhandeling.

Uitgaande van een campagneperiode van vier maanden (dus 4 maal 20 werkdagen) betekent dit dat in deze periode in het kader van de campagne zo'n 20 auto's per dag versleept zijn, en dagelijks 80 processen-verbaal werden uitgeschreven. Naar opgave van de Dienst Verkeerspolitie betrof dit allemaal auto's op fietsstroken (Ter Meulen, persoonlijke communicatie).

### 3.4. Infrastructurele maatregelen

Een belangrijk element in de campagne was het realiseren van infrastructurale aanpassingen ten behoeve van het comfort en de veiligheid van de fietsers. Tabel 7 laat zien welke aanpassingen gerealiseerd zijn, of zijn voorgesteld.

Opschilderen (bestaande) fietsstroken	9
Aanleggen fietsstroken	1
Opruimen zichtbelemmering	1
Voorstel:	
Aanpassen fietsvoorziening	1

Tabel 7. Uitgevoerde infrastructurale aanpassingen.

Het is van meet af aan duidelijk geweest dat in een periode van vier maanden grote infrastructurele aanpassingen niet realiseerbaar zouden zijn. Het overzicht laat zien dat in een aantal gevallen toch 'kleinere' aanpassingen zijn gerealiseerd. Vooral het opschilderen van markering en symbolen van (bestaande) fietsstroken is goed mogelijk gebleken.

Anders ligt het met het afstellen van de VRI's. Een commissie van de Dienst Verkeerspolitie heeft de VRI's op de routes beoordeeld op de mogelijkheid tot een fietsvriendelijker afstelling te komen. Voor een aantal van deze VRI's is inderdaad vastgesteld dat een fietsvriendelijker afstelling tot de mogelijkheden zou behoren. Hoe dit voorstel een vervolg krijgt is niet gedocumenteerd.

### 3.5. Voorlichting

Voorlichting is onder te verdelen in interne voorlichting en externe voorlichting. Interne voorlichting betreft de voorlichting binnen de Gemeente-politie Amsterdam en externe voorlichting betreft voorlichting aan de verkeersdeelnemers.

#### 3.5.1. Externe voorlichting

##### *Materialen*

In dit project werden 3000 folders en 1000 stickers uitgedeeld aan het publiek en op scholen. Daarnaast werden vier mottoborden geplaatst. De affiches voor dubbelparkeren (motto: dubbel link, aantal 500) en voor door rood licht rijden door fietsers (motto: dekseltje dicht, aantal 300).

Tevens is voor de fietsers een zes minuten durende videofilm geproduceerd, getiteld 'Fietsen voor je leven'. In dit filmpje wordt de nadruk gelegd op verkeersonveilige situaties die ontstaan doordat fietsers door rood licht rijden en/of zonder goede verlichting fietsen. Vooral de emotionele gevolgen van letsel of dood worden op een zo realistisch mogelijke wijze in beeld gebracht. Van deze film is ook in een langere versie (14 minuten) gemaakt.

De korte versie was bedoeld om getoond te worden aan fietsers die geverbaliseerd werden voor door rood licht rijden of het rijden zonder verlichting. De lange versie was bedoeld om op scholen getoond te worden.

##### *Toepassing van de materialen*

De videofilm werd getoond tijdens een grote publieksactie op de Dam. Daarnaast werd de korte versie enige tijd in het Mobiele Commandocentrum gedraaid. Echter, uit de enquête onder overtreders bleek dat nagenoeg geen van de overtredende fietsers in het Mobiele Commandocentrum zijn geweest (Goldenbeld & Twisk, 1993). Uit de toelichting van de politie op dit gegeven bleek dat het niet praktisch mogelijk was fietsers zolang 'vast te houden'; men had gewoon veel haast. Ook bleek de ruimte in het Mobiele Coördinatiecentrum aan de kleine kant met het gevolg dat de overtredingen voornamelijk op straat zijn afgehandeld. De consequentie is wel dat weinig overtreders de videofilm gezien hebben.

De lange versie is en zal in de toekomst ook op scholen vertoond worden, een project hiertoe verkeert in een voorbereidend stadium, en heeft betrekking op de ontwikkeling van een educatief pakket ten behoeve van de



fietsende scholier (zie projectvoorstel 'Fietsende leerlingen' opgesteld door de Dienst Verkeerspolitie, 1993).

#### *Folders en ander informatiemateriaal*

De folders zijn onder meer uitgedeeld op scholen en tijdens de publieksmanifestatie op de Dam. Daarnaast zijn folders verstuurd naar geïnteresseerde instanties.

Het aantal folders bleek al snel te klein te zijn om vooral ook overtreders op de hoogte stellen van de inhoud van de campagne. Het was sterk in het belang geweest van de publieksvoorlichting als overtreders *wel* ondersteunend schriftelijk materiaal hadden ontvangen. Uit de enquête onder overtreders (Goldenbeld & Twisk, 1993) bleek dat overtreders onvoldoende op de hoogte waren over de achtergronden van de campagne. Vooral het feit dat de politie zich daadwerkelijk inspande voor de veiligheid van fietsers ook middels andere activiteiten, zoals het pleiten voor infrastructurele aanpassingen en het verbaliseren van fiets onvriendelijke/onveilige overtredingen door het snelverkeer was slechts in geringe mate tot hen doorgedrongen.

#### *Media*

Gedurende de campagne is - ook middels een persbericht - actief contact gezocht met de media. Dit persbericht bevatte een beschrijving en toelichting van *alle* elementen van de campagne.

Er zijn publicitair drie fasen te onderscheiden:

- begin oktober, toen aandacht is besteed aan de campagne naar aanleiding van de start van de campagne,
- half november, met aandacht voor de campagne naar aanleiding van het werkbezoek van de Minister van V&W aan Amsterdam.
- oktober, november, waarin aandacht wordt besteed aan het verloop van de uitvoering van de campagne.

In Tabel 8 is voor wat betreft de schrijvende pers een overzicht gegeven van de persreacties per onderdeel van de campagne, en de 'waardering' die gegeven werd. Ook is aangegeven of van een element melding werd gemaakt.

In de drie onderscheiden fasen lijkt de inhoud van de berichtgeving te verschuiven. Tijdens de start wordt in een groot aantal bladen een vrij compleet beeld gegeven van de inhoud en achtergronden van de campagne in de zin dat alle drie de elementen fietsgedrag, autogedrag en infrastructuur wordt genoemd. Geen van de bladen noemt de voor wat hoort wat gedachte.

Naarmate de campagne vordert wordt vooral het resultaat van de campagne genoemd; het aantal processen verbaal, het aantal verkochte verlichtingssetjes etc. De nadruk ligt daarbij meer en meer op het gedrag van de fietser.

De automobilist wordt zelden nog genoemd. De infrastructurele aanpassingen komen in het geheel niet meer in beeld, niet als element van de campagne en ook niet wordt er geen melding gemaakt van plannen op dat terrein.

Datum	Krant	Fiets rood	verlicht	Auto rood	park	Infrastructuur
Start						
02/10	Alg.dagbl.	o	+/-	+/-	+/-	o
02/10	Nieuws/dag	+/-	+/-	o	o	o
02/10	NH-dagbl.	+/-	+/-	+/-	+/-	o
02/10	NRC	o	+/-	o	o	o
02/10	Parool	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-
02/10	Telegrf	+/-	+/-	o	o	o
02/10	Volkskrant	+/-	+/-	o	+/-	+/-
03/10	Volkskrant	+	+	+	+	+
03/10	Stad/str	+	+	o	+	o
03/10	Trouw	+	o	o	o	o
09/10	NRC	o	+/-	o	o	o
Totaal	11 artikelen					
Vervolg						
16/10	Parool	+/-	+/-	o	o	o
16/10	Telegrf	+/-	o	o	o	o
29/10	NH dagblad	o	-	o	o	o
31/10	Dagbl. Zaan.	+	+	+	+	o
22/10	Nieuws dag	+/-	o	o	o	o
16/12	De Echo	+	+	+	+	+
24/10	Nieuws dag	o	-	o	o	o
29/11	Primeur	+	+	o	o	o
Totaal	8 artikelen					
Bezoek minister						
10/11	Nieuws/dag	+/-	+/-	o	o	o
10/11	NRC	o	+/-	o	o	o
10/11	Parool	+	+	o	+	+
10/11	Telegraaf	+/-	+/-	o	o	o
totaal	4 artikelen					

Tabel 8. Weergave en waardering van onderdelen van de campagne in de verschenen krantenartikelen. (+) positief; (-) negatief; +/- neutraal; (o) ontbreekt.

Deze geconstateerde leemten in de berichtgeving lijken ook van invloed te zijn op de beeldvorming van het publiek. Zo wordt in het Nieuws van de Dag (een regionale krant, welke regelmatig publiceerde over de campagne een ingezonden brief van een politicus (lid provinciale staten Noord Holland) geplaatst. Deze politicus uitte kritiek dat de actie te veel gericht zou zijn op fietsovertredingen (24 oktober), terwijl de infrastructuur van de stad zeer fietsonvriendelijk zou zijn. Hij lijkt niet op de hoogte zijn van de infrastructurele doelstelling van de campagne. Het onderzoek naar de waardering van de campagne door overtreeders laat een soortgelijk beeld zien (Goldenbeld & Twisk, 1993).

Van de overige media die bericht hebben over de campagne 'Veilig op de fiets' (televisie en radio), heeft het Bureau Voorlichting van de Amster-

damse politie geen opnamen bewaard. Wel is bekend in welke televisie- en radioprogramma's aandacht is besteed aan het van start gaan van de campagne, en de toonzetting van deze programma's.

Medium	Landelijk			Regionaal			Totaal
	pos.	neg.	neutraal	pos.	neg.	neutraal	
Televisie	1	-	2	1	-	2	6
Radio	1	-	-	3	-	-	4
Totaal	2	-	2	4	-	2	10

Tabel 9. *Overzicht van uitzendingen en de waardering van de campagne.*

Uit het overzicht in Tabel 9 blijkt dat er geen negatief getinte uitzendingen zijn geweest. Opmerkelijk is ook dat in een relatief groot aantal landelijke bladen aandacht is besteed aan de campagne. Deels komt dit door dat een aantal van deze bladen in Amsterdam gevestigd zijn (Parool en Volkskrant).

### 3.5.2. *Interne voorlichting*

#### *Interne printmedia*

Ook in de interne printmedia zijn de eerder genoemde stadia te onderscheiden; de start van de campagne, het bezoek van de minister, en het vervolg. Tabel 10 geeft een overzicht van de berichtgeving per element van de campagne.

Datum	Medium	Fiets		Auto		Infrastructuur
		rood	verlicht	rood	park	
<b>Start</b>						
01/10	korpsbericht	+/-	+/-	o	+/-	+/-
16/10	korpsbericht	+	+	+	+	o
<b>Bezoek minister</b>						
10/11	korpsbericht	+/-	+/-	o	+/-	o
<b>Vervolg</b>						
22/10	act-pers	o	+/-	o	+/-	o
13/11	richtaanwijz	+/-	+/-	o	+/-	o

Tabel 10. *Weergave en waardering van onderdelen van de campagne in de verschenen interne artikelen. (+) positief; (-) negatief; (+/-) neutraal; (o) ontbreekt.*

Deze tabel laat zien dat twee elementen bij de start van de campagne in de interne voorlichting zwak vertegenwoordigd zijn, nl. de rood-licht-discipline van automobilisten en de aanpassing van de fietsinfrastructuur. Deze elementen verdwijnen in het geheel in de berichtgeving over het vervolg van de actie en bij het rapporteren over het bezoek van de minister. De conclusie is dat ook in de interne voorlichting de nadruk vooral heeft gelegen op de overtredingen door fietsers en de alternatieve straf.

Blijkbaar heeft dit sterk aangesproken, mogelijk doordat handhaving natuurlijk een zeer belangrijke taak is van de politie. In de rapportage is niet aangegeven hoe veelvuldig deze interne bladen gelezen worden en welke status zij hebben in de informatie-overdracht. In Hoofdstuk 6 wordt nader ingegaan op de informatie-overdracht binnen de politie-organisatie zelf. Op basis van de analyses van de interne printmedia kan geconcludeerd worden dat de informatie-overdracht verre van volledig is geweest in deze media. Om te spreken in de woorden van één van de politiemedewerkers: 'Buiten de politie zijn wij zeer sterk in het presenteren en promoten, maar binnen de politie gaan wij ervan uit dat iedereen het wel weet. De realiteit is dat datgene wat het overgrote deel van de politie weet, zij die informatie krijgen uit dezelfde bronnen als de burgers, nl. de krant en de televisie. Mijn ervaring naar aanleiding van de bezoeken aan de wijkteams is namelijk dat de gemiddelde fietser meer van het fietsproject af wist dan de Amsterdamse politie. Dit houdt volgens mij in dat een grote groep politiemensen, waar je projectmatig afhankelijk van bent, qua inzet en produktiviteit, niet geïnformeerd en dus zonder de motivatie die wij graag zouden zien, aan het werk gezet wordt'.

#### *Motiveren wijkteams*

Om toch een meer gerichte voorlichting mogelijk te maken en ook om te bewerkstelligen dat wijkteams feitelijk zouden participeren in het project, is een aantal wijkteams door een medewerker van de Dienst Verkeerspolitie bezocht. In totaal werden 13 van de 24 wijkteams in Amsterdam bezocht en daarbij werden in totaal 129 personeelsleden bereikt en 21 kaderleden. Elk wijkteam bestaat uit 8 dienstgroepen. Bij de Gemeentepolitie Amsterdam zijn dus 192 dienstgroepen werkzaam, ieder weer bestaand uit 8 personeelsleden. Dit betekent dat slechts 8% van alle personeelsleden direct geïnformeerd werd over de inhoud van de campagne. Dit betekent dat met een toch wel tijdrovende methode een zeer gering aantal personeelsleden bereikt werd en van informatie werd voorzien. Tegen de achtergrond van het feit dat vooral individuele motivatie bepaalt of een agent zal meedoen aan de campagne (zie Hoofdstuk 6) is het informeren en motiveren het een essentieel onderdeel van de voorbereiding en de uitvoering van de campagne.

### **3.6. Wie werkten mee?**

Aan de campagnes hebben slechts 23 personen van de wijkteams meegewerkt. Als reden wordt onder meer genoemd dat de controles niet inpasbaar zijn in dagelijkse activiteiten, zoals het in de ochtend dienen te verhoren van 's nachts aangehouden verdachten.

Voor de handhaving van de rood-lichtdiscipline en verlichting zijn door de Gemeentepolitie Amsterdam 560 personen ingezet om de campagne uit te voeren. Als gekeken wordt naar het aantal ingezette uren, komt dit neer op 1109,8 uren. Dit betekent dat elke deelnemende persoon gemiddeld 2 uur in het kader van de campagne heeft gewerkt.

Voor het toezicht op 'Parkeren' werden in totaal 3322,80 uren ingezet.

Verder werd aan de uitvoering van de campagne actief meegewerkt door onder meer de Bereden Politie, het Bureau Opleidingen en het Bureau Externe Voorlichting.

## 4. Effecten op het gedrag van verkeersdeelnemers

Het uiteindelijke doel van de campagne is het verkeersgedrag van fietsers en automobilisten te veranderen. Omdat de campagne zich richt op een duidelijk omschreven set van gedragingen, is het onderzoek er op gericht om na te gaan of dit gedrag inderdaad veranderd is. Deze gedragingen zijn: door rood licht rijden door fietsers en automobilisten en het parkeren op fietsstroken. Het rood-lichtonderzoek wordt besproken in par 4.3, het parkeeronderzoek wordt besproken in par 4.4.

### 4.1. Onderzoekmethode

Het onderzoek is uitgevoerd door op locatie het gedrag van fietsers en automobilisten te observeren.

De metingen zijn op twee momenten gedaan, te weten:

1. Voormeting: vooraf aan de campagne (september 1992)
2. Vlak na het beëindigen van de intensieve campagne (eerste nameting: februari 1993 )

In de onderzoekopzet is geen controleconditie opgenomen. Het is namelijk niet mogelijk controlelocaties te vinden die in alle opzichten te vergelijken zijn met de 'behandelde' locatie. Daarnaast is te verwachten dat er een uitstralingseffect van de actie is naar alle fietslocaties in Amsterdam, omdat er naast lokale acties ook voorlichting plaatsvindt op stedelijk niveau. Hierdoor zal het niet mogelijk zijn geconstateerde veranderingen alleen toe te schrijven aan de campagne.

Omdat de resultaten in een eerste nameting in februari sterk beïnvloed zullen zijn door seizoensinvloeden bestond het voornemen om in september 1993 een tweede nameting uit te voeren. Tevens zou daarmee ook vastgesteld kunnen worden of er ook sprake was van een effect op langere termijn. Deze nameting is niet doorgegaan, de overwegingen die tot dit besluit hebben geleid worden weergegeven in par. 4.5.

### 4.2. Steekproef, locatie, campagne-activiteiten

De campagne richt zich op negen routes in de stad Amsterdam (binnen de ring); elk van ongeveer acht kilometer lengte. De campagne houdt onder meer in dat op deze routes verhoogd politietoezicht plaatsvindt, alsmede voorlichting in de vorm van het plaatsen van affiches en bill-boards. Daarnaast zouden op deze route infrastructurele aanpassingen in het belang van fietsers uitgevoerd worden. Op deze routes zijn door de politie de ongevallen geïnventariseerd.

Ten behoeve van het onderzoek werden twee routes geschouwd. Deze informatie werd gebruikt om locatie te kiezen waarop de observaties uitgevoerd zouden worden.

Bij de selectie bleken de volgende criteria van belang:

1. Worden infrastructurele aanpassingen op de locatie uitgevoerd, of zijn infrastructurele aanpassingen bijna niet mogelijk?

2. Zijn er voldoende fietsers en/of automobilisten te verwachten?
3. Zijn de kruispunten overzichtelijk om met twee observatoren rood-lichtnegatie te kunnen waarnemen.
4. Is te verwachten dat op de route door automobilisten geparkeerd zal worden?
5. De onderzoeklocaties voor rood-lichtdiscipline en parkeerovertradingen dienen bij elkaar in de buurt te liggen. Dit omdat fietsers en automobilisten aan den lijve zouden moeten kunnen ervaren dat in het belang van de fietsveiligheid zowel de gedragingen van het snelverkeer als ook van het fietsverkeer zullen dienen te veranderen.
6. Locatie dienen redelijk gespreid te liggen om ook ruimtelijk een overzicht te kunnen krijgen over de werkzaamheid van de campagne (dus bijvoorbeeld niet alleen de 'oude stad').

Op grond van deze criteria zijn de volgende locaties gekozen voor het parkeeronderzoek:

1. Ferdinand Bolstraat, tussen Europaplein en Stadhouderskade.

Op dit route-onderdeel vond na 1 september reconstructie plaats, met het door de politie vermelde doel een betere en veilige fietsverbinding te creëren.

2. Overtoom/Nassaukade, tussen Amstelveense weg en Leidseplein, lengte 2 km.

Op dit route-onderdeel was gepland met betrekking tot de fietsstrook achterstallig onderhoud uit te voeren, zoals het herstellen van de markering en het renoveren van het fietssymbool. Daarnaast zou door de politie toegezien worden op het oneigenlijk gebruik van de laad- en loshavens zodat bedienend verkeer niet genoodzaakt zou zijn de fietsstrook voor laden en lossen te gebruiken, terwijl de toegewezen laad- en losruimtes door 'normaal' parkeren gebruikt werd.

3. Rozengracht, tussen Marnixstraat en Singel, lengte 1 km.

Dit route-onderdeel is gelegen in de oude binnenstad. Het is niet waarschijnlijk dat op deze locatie infrastructurele aanpassingen in het belang van de fietsers gerealiseerd kunnen worden. Gedragsveranderingen kunnen dan ook niet via infrastructurele aanpassingen gerealiseerd, worden maar moeten dus tot stand komen via voorlichting en handhaving.

Wat betreft het onderzoek naar door *rood licht rijden* werden - op grond van de eerder genoemde criteria - de volgende locaties gekozen:

1. Raadhuisstraat - Herengracht (2 gewonde fietsers)

Over de VRI-installatie heeft het Bureau Verkeerslichten van de Dienst Verkeerspolitie het volgende advies uitgebracht: 'Kruising waarbij de fietsers met het overige verkeer meerijden. Redelijk korte cyclustijden van de regelingen, waardoor de wachttijden, ook op de dwarsrichtingen, niet te hoog zijn; starre regeling. Advies: Geen wijzigingen aanbrengen.

2. Rozengracht - Prinsengracht (0 gewonde fietsers)

Over de VRI-installatie heeft het Bureau Verkeerslichten van de Dienst Verkeerspolitie het volgende advies uitgebracht: 'Kruising waarbij de fietsers met het overige verkeer meerijden. Redelijk korte cyclustijden van de regelingen waardoor de wachttijden, ook op de dwarsrichtingen, niet te hoog zijn; starre regeling. Advies: Geen wijzigingen aanbrengen.

Deze kruispunten (1 en 2) zijn beide gelegen in de oude binnenstad. Het is niet waarschijnlijk dat op deze locaties infrastructurele aanpassingen in het belang van de fietsers gerealiseerd kunnen worden. Gedragsveranderingen kunnen dan ook niet via infrastructurele aanpassingen gerealiseerd worden, maar moeten dus tot stand komen via voorlichting en handhaving.

### 3. Ceintuurbaan - Ferdinand Bolstraat (1 gewonde fietser)

Dit kruispunt is gelegen op een kruispunt van twee fietsroutes, namelijk de fietsroute over de Ceintuurbaan en de route over de Ferdinand Bolstraat. Dit kruispunt is in september 1992 geherstructureerd mede met het doel de fietsveiligheid en het fietscomfort te vergroten. De vergelijking tussen voor- en nameting kan indicaties geven of deze doelstelling gerealiseerd is. Het betreft een kruispunt met een verkeersafhankelijke VRI. Het Bureau Verkeerslichten beschreef dit kruispunt als volgt: 'Starre regeling: De fietsers rijden op deze zeer onoverzichtelijke kruising met het overige verkeer mee. De maximale wachttijd varieert van 15 tot 77 seconden. Ook hier bepaalt de cyclustijd de lengte van de wachttijd. Advies: Politie meldt het probleem van de lange wachttijd in de fietsgroep. Een kortere cyclustijd, en daarmee kortere wachttijden, moet tot de mogelijkheden behoren'.

### 4. Overtoom - 2de Constantijn Huygensstraat

Dit kruispunt ligt op de Overtoom en sluit aan op de wegvakken waar parkeerovertredingen geregistreerd worden. Ook deze VRI-regeling is verkeersafhankelijk. Het Bureau Verkeerslichten zegt hierover: 'Verkeersafhankelijke regeling. Kruising waarbij de fietsers met het overige verkeer meerijden. De cyclustijd en daarmee de wachttijden op de Overtoom zijn acceptabel, die van de 2de Constantijn Huygensstraat kunnen hoog oplopen door de ingrepen van het openbaar vervoer en de koppelsignalen van het kruispunt Overtoom -1ste Constantijn Huygensstraat. Advies: Gezien de complexiteit van de regeling geen wijzigingen aanbrengen maar wachten op een nieuw te ontwerpen verkeersafhankelijke regeling.'

## 4.3. Door rood licht rijden

Dit deelonderzoek werd uitgevoerd en gerapporteerd door de DSWO-Werkgroep Veiligheid van de Rijksuniversiteit Leiden (Verschuur, 1993a; Verschuur, 1993b; Sprenkels, 1993).

### 4.3.1. Methode

Op de vier eerder genoemde kruispunten zijn de gedragingen van snelverkeer en langzaam verkeer door observatoren geregistreerd.

Het aantal observaties werd zo gekozen dat een 10% afname van het door rood licht rijden van fietsers in principe statistisch significant kan worden aangetoond. Een 10% reductie in door rood licht rijden door automobilisten kan alleen statistisch significant worden aangetoond als er sprake is van 30% overtredingen in de voormeting. Indien dit minder zou blijken te zijn, zou kunnen worden teruggevallen op kwalitatieve analyses waarin beschreven wordt in welke mate automobilisten ten gevolge van door rood licht rijden daadwerkelijk fietsers blijken te hinderen en hen in gevaar te brengen.

Bij de observaties is zowel gelet op door rood licht rijden van auto's als van fietsers. In de groenfase van de fietsers is er ook nog op gelet of

fietsers ook tijdens groen ontmoetingen hadden met auto's en of die ontmoetingen tot hinder dan wel tot gevaarlijke situaties leidden.

Elk kruispunt is twee dagdelen geobserveerd, zowel in de voormeting als in de eerste nameting. Deze observaties werden in de voor- en nameting uitgevoerd op overeenkomstige weekdays, en tijdstippen van de dag.

Gedurende de metingen zijn geen bijzondere omstandigheden opgetreden die verstorend zouden kunnen zijn, en zodoende de betrouwbaarheid van de observaties zouden beïnvloeden.

Belangrijke verschillen tussen voor- en nameting waren het weer en het seizoen. Deze verschillen zullen van invloed zijn geweest op de resultaten, vooral die met betrekking tot fietsers, aangezien zij dit letterlijk aan den lijve ondervinden:

*Voormeting*: zomers weer; tijdens de metingen was het licht.

*Nameting*: droog maar koud weer; de metingen vonden gedeeltelijk plaats bij duisternis.

Naast de gegevens die verzameld zijn door middel van menselijke observatoren, zijn alleen in de voormeting ook gegevens verzameld door middel van videoregistratie. Deze zijn uitgevoerd in het kader van een stage van een universitair student Functieer en worden gebruikt voor een nadere bestudering van het verschijnsel door rood licht rijden (Sprenkels, 1993). De conclusies uit dit onderzoek worden in de volgende paragraaf besproken. Inhoudelijk maakt dit onderzoek dus deel uit van dit project; organisatorisch en financieel valt het buiten dit project.

#### 4.3.2. Bevindingen

##### *Auto's door rood licht*

In de *voormeting* reden auto's redelijk vaak door rood licht. De volgende conclusies kunnen getrokken worden:

- In één van de drie rood-lichtfasen rijdt één of meer auto's door rood.
- Gemiddeld zijn dat zo'n 20 auto's per uur per VRI.
- Niet op alle kruisingen wordt even vaak door rood gereden. Op de kruising Ferdinand Bolstraat/Ceintuurbaan komt dit het meest voor.

Uit de *nameting* blijkt:

- Auto's rijden nu minder door rood. Uitgaande van het absolute aantal door-rood-licht-rijders werd een reductie van 24% berekend. Deze afname is statistisch significant. Dit betekent dat met grote zekerheid gesteld kan worden dat de geconstateerde reductie geen toevalligheid is.
- Gemiddeld zijn dat zo'n 16 rood-negerende automobilisten per uur per VRI.
- De auto-intensiteit is een fractie lager dan in de voormeting (- 5%)
- Niet op alle kruispunten is de reductie even groot: Op het kruispunt Raadhuisstraat-Herengracht is de afname het grootst, gevolgd door de Ceintuurbaan-Ferdinand Bolstraat. Deze laatste kan mede het gevolg zijn van de infrastructurele wijzigingen (afsluiten van één arm voor snelverkeer) op de kruising Ceintuurbaan/Ferdinand Bolstraat.
- De afname in door rood licht rijden heeft *niet* geleid tot een reductie in als gevaarlijk beoordeelde ontmoetingen met fietsers.



### *Fietsers door rood licht*

In de *voormeting* bleken fietsers zeer vaak door rood licht te rijden:

- Per uur rijden per VRI gemiddeld 129 fietsers door rood.
- 27% van het totale aantal passerende fietsers wacht niet voor rood.
- Rood-lichtnegatie treedt in mindere mate op wanneer het regelingen met een hoge frequentie betreft.
- Rood-lichtnegatie blijkt afhankelijk te zijn van de fietsintensiteit. Naarmate het drukker is, wordt het rode licht vaker genegeerd.

- In de *nameting* werden minder door-rood-rijdende fietsers aangetroffen dan in de voormeting (reductie 29%).
- Per uur rijden er 76 fietsers per VRI door rood.
- In de nameting is de fietsintensiteit aanzienlijk lager dan in de voormeting (-34%).
- Als rood-lichtnegatie uitgedrukt wordt als aandeel van het totale aantal aanwezige fietsers blijkt er geen sprake te zijn van een daling. Alleen op de Raadhuisstraat-Herengracht is minder door rood gereden (statistisch niet significant. De overige drie kruisingen laten zelfs een ongunstiger beeld zien dan bij de voormeting.
- Er wordt meer door rood gereden bij lichten met een starre regeling (Rozengracht-Prinsengracht en Raadhuisstraat-Herengracht) dan bij lichten met een 'flexibele regeling' (Ceintuurbaan-Ferdinand Bolstraat en Overtoom-2de Constantijn Huygensstraat).

### *Groenfase voor fietsers*

- Hinder tijdens groen treedt het meest op de Ceintuurbaan-Ferdinand Bolstraat en op het kruispunt Rozengracht-Prinsengracht (voormeting). Tijdens de groenfase voor fietsers, is tijdens de nameting minder vaak sprake van hinder en ook daar waar hinder optrad werd deze minder vaak als gevaarlijk beoordeeld dan in de voormeting. Echter dit verschil kan veroorzaakt worden door de lagere fietsintensiteiten tijdens de nameting.

### *Video-opnamen (alleen voormeting)*

Deze opnamen zijn alleen gemaakt van het kruispunt Rozengracht-Prinsengracht. Uit deze opnamen blijkt:

- Fietsers rijden op elk moment in de rood-lichtfase door rood. Dus niet alleen op het moment dat het licht voor de potentiële ontmoeters nog op rood staat, maar ook als het kruisende verkeer al groen gekregen heeft.
- Automobilisten rijden voornamelijk alleen de eerste drie seconden door rood. Dit betekent dat bij bepaalde afstellingen ook dat automobilisten door rood rijden terwijl het kruisende verkeer reeds groen heeft gekregen. Aangezien beide partijen door rood rijden kunnen ontmoetingen en/of conflicten optreden.

### *Gevaarlijke ontmoetingen*

Als gekeken wordt naar de mate waarin de ontmoetingen tussen fietsers en automobilisten door observatoren als gevaarlijk werden beoordeeld dan valt op de gevaarlijkste situaties zich voordoen op het kruispunt Raadhuisstraat - Prinsengracht. Ook op het kruispunt Rozengracht- Prinsengracht doen zich gevaarlijke ontmoetingen voor, zij het in mindere mate dan het eerder genoemde kruispunt.

Op de overige kruisingen doen zich in het geheel geen gevaarlijke ontmoetingen voor.

### 4.3.3. Conclusies

#### *Fietsers*

De voormeting toonde aan dat fietsers in grote aantallen door rood licht rijden. Dit is conform de verwachtingen zoals die door de politie reeds verwoord zijn. Op grond van de verschillen tussen voor- en nameting zou geconcludeerd kunnen worden dat er sprake is van een behoorlijke afname, ware het niet dat er ook sprake is van een afname in het totale fietsaanbod. Er is *geen* afname in door rood licht rijden door fietsers als het wordt uitgedrukt als aandeel van de totale fietsintensiteit.

#### *Automobilisten*

Een opmerkelijk gegeven uit de voormeting is het relatief grote aantal rood-lichtnegaties door automobilisten. Gezien de ernstige consequenties die dit gedrag kan hebben voor de meer kwetsbare verkeersdeelnemers, is het uitermate belangrijk dat ook het toezicht op deze overtreding voortgezet wordt. Als de gelegenheid zich voordoet (bijvoorbeeld in perscontacten) dienen automobilisten nogmaals gewezen worden op de ernst van deze overtreding, vooral voor de veiligheid van fietser en voetganger. In de nameting blijkt dat er een behoorlijke afname is van het door rood licht rijden van automobilisten. Omdat er geen grote verandering in verkeersaanbod is geconstateerd, lijkt hier sprake te zijn van een 'echte' verandering.

## 4.4. Parkeren op fietsstroken

Dit deelonderzoek werd uitgevoerd en gerapporteerd door Bureau Goudappel en Coffeng (BGC, Eindrapportage, 1993).

### 4.4.1. Methode

Ook bij parkeerovertredingen op fietsstroken is het aantal observaties zo gekozen dat een reductie van 10% significant aan te tonen zou zijn. Bij de registratie van het parkeergedrag werd de hinder van de parkeerovertreding voor de fietsdoorstroming vastgesteld. Een langdurige parkeerovertreding woog dan ook zwaarder dan een kortere.

De uitvoering is conform de opzet. In voor- en nameting werd per locatie elk uur het aantal foutgeparkeerde voertuigen geteld. Daarbij werd onderscheid gemaakt tussen type voertuig (personenauto, vrachtauto) en het type overtreding:

- foutparkeren op wel/niet fietsstrook
- laden/lossen
- dubbel parkeren
- dubbel laden en lossen

Op de Ferdinand Bolstraat is zowel in de voormeting als in de nameting slechts één dag geteld, terwijl op de overige routes gedurende drie dagen 8 tellingen per dag zijn uitgevoerd (tussen 9.00 en 16.30).

### 4.4.2. Bevindingen

In de *voormeting* bleek op alle wegvakken op de Overtoom en Rozengracht foutparkeren plaats te vinden. In totaal werden 1082 foutgeparkeer-

de voertuigen aangetroffen. Het meest werd foutgeparkeerd door personenauto's. Vrachtwagens stonden veelal foutgeparkeerd om te laden en te lossen.

Wanneer onderscheiden wordt naar routes dan blijkt dat op de Overtoom het vaakst foutgeparkeerd wordt, veelal door personenauto's op de fietsstroken.

Bij vergelijking binnen de routes is het opmerkelijk dat op beide routes staduitgaand vaker foutparkeren door vrachtwagens voorkomt.

Het grootste aantal foutparkerders wordt aangetroffen op de Rozengracht tussen de Prinsengracht en de Eerste Rozengracht.

Het vaakst wordt foutgeparkeerd op vrijdag, mede ten gevolge van laden en lossen van personenauto's en vrachtauto's.

In de *nameting* is een statistisch significante afname te constateren van foutparkeren op alle drie routes, voor zover het personenauto's betreft. Deze afname ligt in de orde van 25 tot 35%. Deze afname beperkt zich niet tot de fietsstroken, maar betreft ook andere locatie (zonder fietsstroken) op de routes.

Er is een minder grote verandering in het gedrag van vrachtwagenbestuurders. Alleen op de Rozengracht is een significante afname van foutparkeren op fietsstroken. Op de Ferdinand Bolstraat is zelfs een toename in foutparkeren geconstateerd, zij het op locatie zonder fietsvoorzieningen.

De onderzoekers stellen dat niet geconcludeerd mag worden dat de actie van de politie specifiek het foutparkeren op de fietsstroken heeft vermindert: het foutparkeren op wegvakken zonder fietsvoorzieningen is in gelijke mate afgenomen.

De wijzigingen op de Ferdinand Bolstraat (in combinatie met de toezichtscampagne) lijken minder gevoelig voor foutparkeren te zijn geworden (statistisch grensgeval mede vanwege de betrekkelijk kleine aantallen).

#### 4.5. Overwegingen voor het afgelasten van een tweede nameting

In het projectplan was voorzien in een uitvoering van een tweede nameting in september 1993. Hierover is het volgende vastgelegd:

Indien blijkt dat de actie geen effect sorteerde op de eerste nameting en er onvoldoende onderhoud plaatsvindt gedurende het jaar na het afronden van de actie, kan de tweede nameting vervallen.

Een beslissing over het al dan niet doorgaan van de tweede nameting werd derhalve pas juni 1993 genomen.

##### *Effect*

De eerste resultaten uit de rood-licht- en parkeer-campagne laten veranderingen zien tussen het verkeersgedrag in september 1992 en het verkeersgedrag in februari 1993. Met betrekking tot het parkeergedrag en het door rood licht rijden van automobilisten is er sprake van een statistisch significante daling.

Het aandeel fietsers dat door rood licht rijdt is niet gedaald (wel het totale aanbod van fietsers, waarschijnlijk onder invloed van het seizoen en weer). Hoewel het niet rechtstreeks uit de resultaten is af te leiden - het veranderde fietsaanbod maakt het immers onmogelijk op basis van onderzoek conclusies te trekken - doet de omvang van het door rood licht rijden van fietsers vermoeden dat de fietsers zich *niet* hebben laten beïnvloeden

door de campagne. De verwachting is dan ook dat een tweede nameting een onveranderd fietsgedrag zal aantonen.

*Uitvoering van de campagne in de periode februari 1993 - mei 1993.*

Er is geen overzicht beschikbaar van de wijze waarop het toezicht in de periode februari-mei 1993 heeft plaatsgevonden. De Dienst Verkeerspolitie heeft meegedeeld dat zij in deze periode een dagdeel per week in het kader van de campagne heeft gecontroleerd. In deze periode is zonder 'Mobiel Informatiecentrum' gewerkt, en is de alternatieve straf niet toegepast. Dit laatste omdat het Openbaar Ministerie het vernietigen van proces-verbalen formeel niet toestaat, maar deze handelswijze alleen gedoogd heeft in het kader de periode van de intensieve periode.

Gedurende de zomermaanden juni, juli en augustus zijn in het kader van de campagne geen inspanningen geleverd. Dit vanwege de marginale bezetting van de Gemeentepolitie in de vakantieperiode.

De begeleidingscommissie oordeelde dat er sprake was van een voldoende onderhoud.

*Verstorende omstandigheden*

Voor een waardevolle tweede nameting dient onderzoektechnisch aan drie voorwaarden gelijktijdig te worden voldaan:

1. De tweede nameting wordt in dezelfde periode uitgevoerd als de voormeting.
2. De tweede nameting vindt plaats buiten de schoolvakanties.
3. Er zijn geen nieuwe ontwikkelingen - zoals acties, campagnes, etc. die gelijksoortige gedragsbeïnvloedingsdoelen nastreven als de campagne 'Veilig op de fiets' en die in de voormeting niet aan de orde waren.

Bij de nadere invulling van de planning van de tweede nameting bleek dat het onmogelijk was aan alle drie voorwaarden te voldoen. Door het begin september van start gaan van een nieuwe campagne van de Dienst Verkeerspolitie gericht op rood-licht- en snelheidsovertredingen van het snelverkeer, zou bij een nameting in deze periode zeker de effecten van deze campagne 'mee gemeten' worden. Het verschuiven van de voormeting naar een eerdere week, zou de meting in de schoolvakanties laten vallen. Het beperken van de nameting tot het gedrag van fietsers, zou betekenen dat de meest grote veranderingen (die in het gedrag van het snelverkeer) niet op hun duurzaamheid beoordeeld zouden worden, en juist die veranderingen die *niet* opgetreden waren (namelijk door rood licht rijden door fietsers) *wel* op hun duurzaamheid geëvalueerd zouden worden. Dit afgezet tegen de afwezigheid van toezicht op dit gedrag in de drie voorliggende maanden, leek een dergelijke evaluatie niet een extra bijdrage te leveren. Op deze gronden werd besloten de tweede nameting niet door te laten gaan.

## 5. Meningen van verkeersdeelnemers en bekendheid van de actie

### 5.1. Algemeen

In het kader van de campagne zijn in totaal drie enquêtes uitgevoerd naar de bekendheid en de waardering van de campagne.

De eerste enquête werd uitgevoerd na twee maanden campagne in december 1992. Doelgroep was de 'Amsterdamse burgerij'. De enquête werd opgesteld en uitgevoerd door de Dienst Verkeerspolitie, en de resultaten zijn vastgelegd in interne notities. Doel, methode en resultaten worden gerapporteerd in par. 5.2. Daarna werd na het afsluiten van de intensieve campagne een enquête gehouden onder verkeersdeelnemers (fietsers en automobilisten) die woonachtig waren in Amsterdam en daadwerkelijke regelmatig gebruik maakten van de twee onderzoekroutes. Doel, methode en resultaten van deze enquête worden gepresenteerd in paragraaf 5.3.

Een derde enquête werd gehouden onder verkeersdeelnemers die in het kader van de campagne geverbaliseerd waren. Doel, methode en resultaten worden gepresenteerd in par. 5.4.

### 5.2. Enquête onder de Amsterdamse burgerij

De enquête werd afgenomen in de week van 30 november tot 5 december 1992. In totaal werden 213 personen geïnterviewd, gedurende dagen en op drie tijdstippen (ochtend, middag en avond (tussen 10.00 in de ochtend en 9 uur in de avond)). De indruk bestaat dat vrijwel elke aangesproken persoon bereid was aan de enquête deel te nemen, maar een objectieve telling van weigeraars werd niet uitgevoerd. Ook is niet duidelijk in welke mate gesproken kan worden van een a-selecte steekproef.

De resultaten zijn alleen in 'rechte tellingen' weergegeven (Tabel 11).

Campagne	Fiets	Brom/snorfiets
Niet bekend	43%	76%
Bekend	57%	24%

Tabel 11. *De bekendheid van de fietscampagne en de brom/snor-campagne*

Op basis van rechte tellingen (kruistabellen werden niet gemaakt), blijkt dat 57% op de hoogte was van de fietscampagne (Tabel 11). Wanneer dat vergeleken wordt met de bekendheid van de bromfietscampagne (24%), lijkt het dat de bekendheid van de fietscampagne groter is, en de voorlichting van het fietsproject meer succesvol is geweest. Daar tegenover staat dat de bekendheid van de fietscampagne is gemeten ten tijde van de intensieve campagne, terwijl de bromfietscampagne in mei 1992 al afgerond was. Omdat het menselijk geheugen (bij gelijkblijvende soort en inhoud van de informatie) beter presteert naarmate informatie korter geleden is verwerkt, is alleen al op basis van de timing van de beide acties te verwachten dat de fietscampagne meer bekend is dan de bromfietscampagne, en hoeft dit verschil niets te maken te hebben met de publiciteit rondom de campagne.

	Fiets		Bromfiets	
	aant.	%	aant.	%
Krant	63	52	20	39
TV	46	38	27	53
Radio	14	11	4	7
Prints	4	3	2	4
Controle	15	12	6	12
Via/via	25	20	4	8
N=	122		51	

Tabel 12. *De wijze waarop men bekend is geraakt met de campagne 'Veilig op de fiets' en de Bromlsnor-campagne. N.B. meerdere antwoorden zijn mogelijk*

De respondenten is ook gevraagd op welke wijze men bekend raakte met de fietscampagne (Tabel 12). Hierbij valt op dat voorzover het de fietscampagne betreft, de meerderheid krant en tv noemen als bronnen. De radio blijkt geen rol gespeeld te hebben in de bekendheid. Slechts 11% meldt via de radio over de campagne gehoord te hebben.

Ook is het aantal mensen gering dat door fietscontroles met de campagne bekend is geraakt (12%). Uit de vraagstelling is niet duidelijk op te maken of het hier het daadwerkelijk 'zien' van een controle betreft, of dat het hier ook gaat over berichtgeving over de controles.

Folders en affiches lijken amper iets bijgedragen te hebben aan de bekendheid van de campagne. Slechts 4 personen (3%) melden dat zij (ook) hierdoor bekend geraakt zijn met de fietscampagne.

Opmerkelijk is dat 20% via/via bekend is geraakt met de campagne. Aannemende dat hiermee is weergegeven het percentage personen dat in het 'dagelijkse contact met anderen' (vrienden, kennissen, familie, collega's) van de campagne hoorden, dan betekent dat in ieder geval dat de campagne met redelijke frequentie onderwerp van gesprek is geweest.

Een vergelijking met de bromfietscampagne leert dat er grote overeenkomsten zijn in de frequentie waarmee bepaalde bronnen worden genoemd. TV en krant spelen in beide campagnes de belangrijkste rol. Terwijl in beide campagnes de bekendheid via folders en affiches zeer gering is. In gelijke mate wordt politietoezicht genoemd als bron.

Het grootste verschil is gelegen in de frequentie waarmee de bron via/via genoemd wordt. Bij de fietscampagne is dat veel vaker dan bij de bromfietscampagne. Mogelijk betekent dat dat bij de fietscampagne in onderlinge contacten gesproken is over de campagne.

Toch moeten dit soort verschillen - om dezelfde reeds genoemde eigenschappen van het geheugen - met de nodige voorzichtigheid worden beschouwd. Aangenomen moet worden dat ten aanzien van de bromfietscampagne de herinneringen minder betrouwbaar zijn.

#### *Waardering*

Een aantal vragen gingen over de waardering van enige elementen van de fietscampagne namelijk:

- extra controle op rood licht overtredingen door fietsers;
- extra controle op het ontbreken van een goede fietsverlichting bij fietsers.
- het herstellen van verlichting in plaats van bekeuren.

Mening	Rood licht fiets	Verlichting fiets	Herstellen
Eens	85%	86%	89%
Oneens	15%	14%	11%

Tabel 13. *De waardering voor een aantal elementen uit campagne*

Tabel 13 werd samengesteld door de antwoorden die op een 5-punts schaal (eens-oneens) werden gegeven, in twee categorieën onder te brengen (1 t/m 2 eens en 3 t/m 5 oneens).

Het blijkt dan dat er over deze elementen een positieve mening bestaat. Ook is er amper onderscheid tussen de waarderingsscore op deze drie elementen.

Hoewel in de vraag gesproken wordt over 'extra toezicht' is in de toelichting op de vraag niet aangegeven of dit extra toezicht ook leidt tot een vermindering van toezicht op andere gebieden. Hierdoor wordt van de burger niet gevraagd of ze de keuze die de politie heeft gemaakt positief waarderen. De burger wordt gevraagd of ze de extra inspanning onderschrijven. Zo geformuleerd vindt de burgerij het al met al een 'nobele' zaak, voor zover zij niet gevraagd is naar het belang van deze activiteiten in het totale pakket van politietaken (zoals criminaliteitsbestrijding etc).

#### *Verkeersveiligheid*

Een aantal vragen hadden betrekking op meningen over verkeersveiligheid in het algemeen. 86% bleek van mening dat verkeersveiligheid een hoge prioriteit heeft, en men vindt het dan ook een goede zaak dat de politie hieraan aandacht besteedt in de vorm van campagnes (94%).

Maar uit Tabel 14 blijkt dat volgens het publiek vooral 'de ander' moet worden 'aangepakt' en dat men veelal zelf buiten schot kan blijven. Het eigen gedrag wordt maar zelden als onverantwoord aangemerkt, terwijl het gedrag van de 'ander' relatief vaak onverantwoord is.

Gedrag	Verantwoord	2	3	4	Onverantwoord
eigen	43%	29%	22%	4%	2%
anderen	4%	11%	37%	28%	20%

Tabel 14. *De mate waarin verkeersgedrag als onverantwoord wordt aangemerkt*

Wanneer naar verkeerssoort wordt gekeken blijkt dat men van mening is dat bepaalde categorie verkeersdeelnemers vaker onverantwoord gedrag vertonen.

In volgorde van meest genoemde verkeersdeelnemers met onverantwoord gedrag: (Tabel 15)

---

Verkeersdeelnemers met onverantwoord verkeersgedrag

automobilisten	46%
brom/snorfietsers	40%
fietsers	39%
taxichauffeurs	14%
voetgangers	7%
motorrijders	6%
koeriers	6%

---

Tabel 15. *Genoemde percentages verkeersdeelnemers met onverantwoord gedrag*

Er werd niet expliciet naar een ordening gevraagd. In de tabel is alleen aangegeven de frequentie waarmee elke verkeerssoort als 'onverantwoord' genoemd werd. Hierbij waren meerdere antwoorden mogelijk. Uit deze rangorde blijkt dat vooral het gedrag van automobilisten, bromfietsers en fietsers als zijnde onverantwoordelijk wordt beoordeeld.

### 5.3. Enquête onder passanten

Werd de voorgaande enquête begin december 1992 afgenomen; de hier gerapporteerde enquête werd afgenomen in maart 1993, een maand na het beëindigen van de intensieve campagne, dus zo'n vier maanden na het afnemen van de enquête onder de Amsterdamse burgerij. De enquête onder passanten werd afgenomen bij verkeersdeelnemers die daadwerkelijk in de campagneperiode regelmatig gebruik hadden gemaakt van de routes waarop de campagne betrekking had. Het onderzoek werd uitgevoerd door Bureau Goudappel en Coffeng (BGC, 1993)

#### 5.3.1. *Werkwijze*

Door het stellen van korte vragen is nagegaan of deze fietsers en automobilisten bekend waren met de actie. De enquêtes onder fietsers werden op straat afgenomen door enquêteurs. Automobilisten zijn geïnterviewd via het uitdelen van enquêteformulieren aan bestuurders die voor het rode licht wachten.

Het bevragen en het uitdelen van de kaarten vond plaats op de routes zelf. Gestreefd werd naar een netto respons van 500 fietsers en 500 automobilisten.

In de enquête is ingegaan op de volgende punten:

- is bekend waarop door de politie, op de fietsroute, extra gelet wordt?
- is men bekend met de specifieke actie van de politie?
- de wijze van bekend raken met de actie
- mening omtrent de actie
- frequentie van de verkeersdeelname
- achtergrondkenmerken: geslacht, leeftijd en werkzaamheid.

#### 5.3.2. *Response*

Automobilisten kregen enquêteformulieren uitgedeeld, met de vraag deze ingevuld terug te sturen. Dit resulteerde in 18% ingevulde reacties (netto



response 835). Fietsers en bromfietsers werden veelal face-to-face geïnterviewd (netto response 1062).

Door tellingen te verrichten van het verkeersaanbod en een aantal kenmerken ervan (leeftijd, geslacht en verkeersdeelname) is nagegaan in welke mate de verdeling in de response afweek van de verdeling in het verkeersaanbod. Afwijkingen werden gecorrigeerd door wegingen uit te voeren op de ontvangen reacties.

### 5.3.3. Resultaten

- 42% is bekend met de actie.
- Fietsers zijn vaker op de hoogte dan automobilisten.
- Op de Rozengracht is men het vaakst bekend met de actie (49% fietser en 39% automobilist).
- Het maakt niet uit voor de bekendheid of men vaak of minder vaak de route 'gebruikt'.
- Het 'letten op zonder licht rijden en door rood licht rijden door fietsers' wordt het vaakst genoemd als element van de campagne (door automobilisten en door fietsers die bekend zijn met de campagne).
- Controle op foutparkeren is zeer bekend bij automobilisten, maar amper bekend bij fietsers. Maar dat is niet het gevolg van de bekendheid met de campagne. Alle automobilisten, ook zij die niet bekend zijn met de campagne, menen dat de politie meer let op foutparkeren.
- Men heeft veelal via, kranten en tijdschriften over de actie gehoord.
- De beoordeling van de actie is overwegend positief. Fietsers zijn veelal nog positiever dan automobilisten. Jongeren tot 18 jaar zijn het meest positief. Vrouwen zijn meer positief dan mannen.

## 5.4. Enquête onder overtreeders

### 5.4.1. Werkwijze

In de oorspronkelijke opzet van de campagne, was het plan de het Mobiele Coördinatiecentrum te gebruiken voor het afhandelen van overtredingen. Daarbij zou niet alleen het proces-verbaal worden opgesteld en indien dat de wens was van de verbalisant de fiets ter plekke worden gerepareerd, maar ook voorlichting worden gegeven over de achtergronden van de campagne. Ook de eerder genoemde videofilm zou daar vertoond worden. Gegeven die omstandigheden leek dit een goede mogelijkheid te bieden de verbalisant te bevragen over zijn meningen over de actie (nadat hij dus al die informatie had ontvangen). Voorwaarde was dan wel, dat de enquête zeer beknopt was. De praktijk bleek anders. Het Mobiele Coördinatiecentrum bleek te klein, de verbalisanten hadden te veel haast, en het repareren van de fietsen ter plekke te tijd rovend. De afhandeling ter plekke is dan ook beperkt gebleven tot het schrijven van een proces-verbaal. Gebruikmakend van de persoonsgegevens op het proces-verbaal is hen een dag na de bekeuring het beknopte vragenformulier toegezonden.

Voor zover overzien kan worden heeft de wijziging in de manier van afnemen geen belangrijke consequenties, behalve dan dat wellicht voor een postale enquête de vragenlijst wat minder beknopt had mogen zijn, waardoor meer gedetailleerd ondervraagd had kunnen worden.

#### 5.4.2. Onderzoekpopulatie en response

Alle personen die door de politie zijn geverbaliseerd hebben een vragenformulier toegezonden gekregen, met uitzondering van die personen die geverbaliseerd zijn voor foutparkeren op fietsstroken. Dit onderscheid is alleen op praktische d.w.z. organisatorische gronden gemaakt. Het was wenselijk geweest - in het streven naar volledigheid - wanneer ook deze laatste groep geparticipeerd had in dit onderzoek.

Als gevolg van de verkeerscontroles op de kruispunten zijn 1691 processen-verbaal opgemaakt. Van deze 1691 geverbaliseerde overtreeders ontvingen zij die geverbaliseerd waren in de maanden november, december en januari (959 personen) een korte schriftelijke enquête.

In totaal hebben 416 personen, voor het merendeel geverbaliseerde fietsers, de vragenlijst geretourneerd: de response is dus 43%. Wanneer in het vervolg van de samenvatting gesproken wordt over 'respondenten' of 'overtreders' dient men zich te realiseren dat deze groep grotendeels uit geverbaliseerde fietsers bestaat.

De onderzoeksvragen

Een schriftelijke enquête werd opgezet om de volgende vragen te beantwoorden:

1. Hoe wordt de campagne gewaardeerd door de tijdens de campagne geverbaliseerde overtreeders?
2. Met welke factoren hangt de waardering van de campagne samen?
3. Welke factoren hangen samen met de mate waarin overtreeders hun overtrekking als ernstig beschouwen?
4. Hoe groot is het aandeel overtreeders dat vóór hun aanhouding al iets van de campagne heeft gemerkt?

#### 5.4.3. Resultaten

De resultaten van dit onderzoek zijn als volgt samen te vatten.

*De eerste onderzoeksvraag luidde hoe de campagne wordt beoordeeld door tijdens de campagne geverbaliseerde overtreeders.*

- De actie 'Veilig op de fiets' wordt door tweederde deel van de respondenten als positief beoordeeld en door een kwart van de respondenten als negatief.
- Van de 269 respondenten met een positief oordeel over de campagne heeft 31% kritische kanttekeningen op uiteenlopende punten (actie te eenzijdig, boete te hoog, actie zou structureel moeten zijn, de aanpak is pietluttig etc.), vindt 10% dat de politie meer aandacht zou moeten besteden aan het gedrag van automobilisten en vindt 8% dat de politie meer zou moeten aan de bestrijding van fietsendiefstal en (fiets-)vandalisme.
- Van de 111 respondenten met een negatief oordeel over de campagne, vindt 65% dat andere zaken belangrijker zijn dan de actie, meent 18% dat de actie geen enkel effect zal hebben en geeft 17% een negatief oordeel zonder verdere toelichting.

*De tweede onderzoeksvraag was welke (persoons)factoren samenhangen met de waardering van de campagne. De volgende verbanden konden worden geconstateerd:*

- Vrouwelijke respondenten denken positiever over de actie dan mannelijke respondenten. Mannelijke respondenten zien hun eigen overtrekking ook als minder ernstig dan vrouwelijke respondenten. Verdere sekseverschillen

zijn dat meer mannelijke dan vrouwelijke respondenten menen dat aan automobilisten te veel vrijheid en te veel bescherming wordt toegekend en dat aan fietsers te weinig vrijheid wordt toegekend.

- Zowel voor mannelijke als vrouwelijke respondenten geldt dat de waardering voor de campagne in belangrijke mate wordt bepaald door de mening die men heeft over de risico-ernst van de overtreding waarvoor men is staandegehouden. Respondenten die de overtreding voor hun veiligheid niet als ernstig beschouwen, hebben vaker een negatief oordeel over de campagne dan respondenten die de overtreding wel als ernstig, of als beetje ernstig beschouwen of die geen mening hierover hebben.
- De campagne wordt positiever beoordeeld door respondenten die zijn staandegehouden wegens het *rijden zonder verlichting* dan door personen die zijn staandegehouden wegens het negeren van rood licht.

*De derde vraag was hoe ernstig men de overtreding inschat.*

- De aard van de overtreding bepaalt vooral bij de vrouwelijke respondenten de mening over de ernst van overtreding. De respondenten die zijn aangehouden voor het door rood licht rijden geven vaker aan dat de eigen overtreding niet ernstig is dan de personen die zijn aangehouden voor het rijden zonder deugdelijke verlichting. Het is belangrijk om erop te wijzen dat onze groep respondenten in twee opzichten afwijkt van de totale populatie van geverbaliseerde overtreeders:

1. Vrouwen zijn relatief oververtegenwoordigd in de responsegroep, dat wil zeggen dat verhoudingsgewijs meer vrouwen die bekeurd zijn hun vragenformulier hebben teruggestuurd dan mannen die bekeurd zijn.
2. Personen die bekeurd zijn voor door rood licht rijden hebben verhoudingsgewijs vaker hun vragenformulier teruggestuurd dan personen die bekeurd zijn voor het niet voeren van adequate verlichting.

Voor de consequentie van deze scheve verdelingen wordt verwezen naar het hoofdje 'Representativiteit van de responsegroep'.

*De laatste onderzoeksvraag betrof de bekendheid van de campagne.*

- Van de staandegehouden respondenten had 64% al eerder vóór de staandehouding iets gemerkt van de actie. Dit percentage verschilde niet voor personen die in het begin of later tijdens de campagne werden staandegehouden. Hierbij dient te worden opgemerkt dat pas vanaf de eerste helft van november verbalisanten zijn geënquêteerd. Dus wanneer gesproken wordt over het begin van de campagne hebben de gegevens betrekking op de maand november en niet op de maand oktober.

*Representativiteit van de responsegroep*

In hoeverre zijn de gevonden resultaten nu generaliseerbaar over de totale populatie van tijdens de campagne geverbaliseerde fietsers? Een aantal overwegingen zijn van belang. Gerekend naar de samenstelling van deze populatie van overtreeders, zijn de vrouwelijke respondenten die positiever denken over de actie dan mannen, *oververtegenwoordigd* in onze groep respondenten. Aan de andere kant zijn verkeersdeelnemers die zijn staandegehouden voor het rijden zonder verlichting en die positiever denken over de actie dan verkeersdeelnemers die zijn staandegehouden voor door rood licht rijden, *ondervertegenwoordigd* in de groep respondenten. Omdat vooral de ondervertegenwoordiging van deze laatste groep nogal groot is, zou een meer evenredige vertegenwoordiging van alle categorieën overtreeders in de groep respondenten per saldo waarschijnlijk een gunstiger beeld hebben opgeleverd wat betreft de waardering van de campagne. Dit is een

aanwijzing ervoor dat de huidige steekproef eerder een wat te ongunstig beeld zou kunnen geven van de waardering voor de campagne dan een te gunstig beeld. Tegenover deze aanwijzing staat echter het eerder toegelichte idee dat positieve meningen over de campagne waarschijnlijk zijn oververtegenwoordigd in onze groep respondenten. Het argument was dat in het algemeen gesproken een positieve betrokkenheid bij de campagne meer motiverend zou werken om de vragenlijst te beantwoorden en op te sturen, dan een onverschillige houding of een negatieve opstelling ten opzichte van de campagne. Al met al is het niet mogelijk een 'harde' conclusie te trekken over de generaliseerbaarheid van de resultaten.

#### *Betekenis van de uitkomsten*

Wat is nu de mogelijke betekenis van deze enquête voor de inschatting van de campagne? De uitgevoerde enquête is in ieder geval in een aantal opzichten duidelijk beperkt. Het gaat in feite om een momentopname van een publieke opinie die voornamelijk heeft plaatsgevonden onder fietsers, en die alleen meningen en niet gedragingen of gedragsintenties vaststelt. Wanneer we spreken over een momentopname moeten we bedenken dat de lokale publieke opinie van het fietserspubliek geen stabiel gegeven is, maar eerder een veranderlijke uitkomst van een continu proces van sociale interactie en communicatie dat deels in het verkeer, deels buiten het verkeer plaatsvindt.

In Hoofdstuk 1 werd het hoofddoel van de actie omschreven als het verhogen van de veiligheid en het comfort voor fietsers. Het belangrijkste middel om dit doel te bereiken is dan een 'ruil' tussen politie en fietsers waarbij de politie zorg draagt voor de naleving van de verkeersregels door het snelverkeer en een verbetering van de infrastructuur, waarvoor de fietsers zich dan beter aan de regels houden. De vraag in hoeverre deze ruil in werkelijkheid ook gestalte zal krijgen is met deze enquête natuurlijk niet beantwoord. Daarvoor ontbreken gegevens over regelnaleving bij fietsers. Of de ruil werkelijk zal slagen zal voor een deel afhangen van de nog steeds voortgaande beeldvorming over de gedragingen en de intenties van de politie. Als het publiek kan waarnemen dat de actie over langere tijd wordt voortgezet, dat ook het gedrag van automobilisten verhoogde aandacht van de politie krijgt en dat infrastructurele verbeteringen worden aangebracht, zal de goodwill van het publiek of de instemming met de actie ongetwijfeld toenemen. Het feit dat bijna 1 op 9 respondenten expliciet het punt 'meer aandacht voor het gedrag van automobilisten' noemt, roept in concreto de volgende vraag op: Is het wegslepen van dubbelgeparkeerde auto's in de publieke waarneming ook duidelijk zichtbaar is geweest als een onderdeel van de campagne? Helaas werd hierover geen vraag opgenomen in de enquête.

De momentopname maakt in ieder geval duidelijk dat het fietserspubliek grotendeels gunstig is gestemd over de actie, maar dat het publiek tegelijkertijd ook de actie met een kritische blik volgt. Het aanbieden van activiteiten is op zich niet voldoende om de beoogde ruil te bewerkstelligen. Beide partijen (fietsers en politie) moeten ook behoefte hebben aan de te leveren diensten. Deze evaluatie maakt duidelijk dat deze behoefte wel aanwezig is bij een grote groep fietsers in Amsterdam.

Het is gebleken dat de fietsers die werden geverbaliseerd voor door rood licht rijden, de actie wat minder positief evalueerden dan de fietsers die

werden geverbaliseerd voor het rijden zonder verlichting. Het feit dat de verlichtingsovertreders nog de keuze hadden tussen boete of reparatie aan de fiets, terwijl de rood-lichtovertreders deze keuze niet hadden, zou dit resultaat kunnen verklaren. Wellicht is te overwegen om bij een mogelijk vervolg op deze actie de keuze tussen boete of alternatieve straf ook toe te passen voor de overtreding van rood-lichtovertredingen. Het bieden van de mogelijkheid van een alternatieve straf voor alle overtredingen is zeker consequenter, en lijkt bovendien meer in overeenstemming met de gedachte van een ruil tussen politie en fietsers dan het zonder meer beboeten van een overtreding.

De bevinding dat de rood-lichtovertreders iets minder positief waren over de actie heeft vermoedelijk ook te maken met het feit dat de normen van politie en fietsers ten aanzien van door rood licht rijden op dit moment nog ver uiteenliggen. In plaats van een ruil kunnen we op dit punt misschien beter spreken over een onderhandeling waarbij de fietsers misschien meer verlangen dan de politie op dit moment kan geven of kan waarmaken. Wil de beoogde ruil tussen politie en fietsers werkelijk plaatsvinden, dan zal in ieder geval gestreefd moeten worden naar een evenwicht tussen strengheid van handhaving en een goede relatie met het publiek.

## 5.5. Conclusies

Tussen de 40 en 45% van de verkeersdeelnemers is op de hoogte van de campagne. Hierbij valt op dat men vooral via kranten en tijdschriften heeft gehoord over de campagne. Er bestaat echter geen volledig beeld over de inhoud van de campagne. Het letten op door rood licht rijden van fietsers heeft de meeste bekendheid. Controle op foutparkeren is wel bekend bij automobilisten, maar *niet* bij fietsers.

Er bestaat (zelfs bij deze onvolledige kennis) een positieve mening over de campagne, ook bij degene (vooral fietsers) die in het kader van de campagne geverbaliseerd werden.

## 6. Relatie tussen inhoud en vorm van de campagne op de motivatie in de politie organisatie

### 6.1. Doel van het onderzoek

Dit onderdeel van het onderzoek beoogt een relatie te leggen tussen enerzijds de organisatorische kenmerken van de politie-organisatie (met name de bereidheid van de 'agent op straat' om daadwerkelijk handelend op te treden ten behoeve van de verkeersveiligheid. Verondersteld wordt dat de manier waarop politiebeleid wordt vertaald in concrete politie taken van invloed is op de motivatie van de agent op straat. Het onderzoek werd uitgevoerd door de Vakgroep Politicologie en Bestuurskunde van de Vrije Universiteit Amsterdam. Dit hoofdstuk is grotendeels gebaseerd op dit onderzoek (Propper en Eversdijk, 1993), aangevuld met resultaten uit een onderzoek in het kader van een stage van een student Communicatie Wetenschappen (Dekker, 1993).

De Dienst Verkeerspolitie van de Gemeentepolitie Amsterdam heeft zich nadrukkelijk tot doel gesteld binnen alle lagen van de politieorganisatie een hoge prioriteit te geven aan de uitvoering van verkeersveiligheidstaken, waarbij nadrukkelijk aandacht wordt besteed aan de motivatie van betrokkenen.

Het onderzoek concentreert zich met name op de effecten van de campagne 'veilig op de fiets', en mondt uit in aanbevelingen. Een deel daarvan is in het bijzonder gericht op de Amsterdamse situatie, het andere deel is meer van algemene aard.

In het onderzoek zijn de volgende deelvragen aan de orde:

1. Hoe groot is de motivatie van de bij de uitvoering betrokken politiefunctionarissen om aan de uitvoering van de verkeersveiligheids campagne te werken?
2. In hoeverre is de motivatie van de bij de uitvoering betrokken politiefunctionarissen vergroot dankzij:
  - a: de projectmatige aanpak
  - b: de inhoud van de campagne
3. Onder welke organisatorische, persoonlijke en externe voorwaarden wordt het verkeersveiligheidsbeleid uitgevoerd?
4. In hoeverre bieden deze organisatorische, persoonlijke en externe voorwaarden een verklaring voor de mate waarin de projectmatige aanpak en/of inhoud van invloed is geweest op de motivatie van de bij de verkeersveiligheids campagne betrokken politiefunctionarissen.

### 6.2. Opzet van het onderzoek

Het onderzoek is in een aantal fasen uitgevoerd. Allereerst zijn een aantal experts (buiten de politie organisatie) en een achttal politiefunctionarissen geïnterviewd, met het doel om op grond van hun informatie vragenlijsten op te stellen voor interviews met politiefunctionarissen bij de Dienst Verkeerspolitie en de uniformpolitie.

*Verkeerspolitie:*  
Bureau Verkeerssurveillance  
12 uitvoerende functionarissen  
1 coördinator operationeel proces  
1 plaatsvervangende chef

*Geüniformeerde dienst:*

- Districten  
Algemeen niveau:  
5 (uit 8) districtchefs  
1 staffunctionaris

- Wijkteams  
Functioneel niveau:  
10 (uit 24) wijkteamchefs  
4 coördinatoren operationeel proces  
Operationeel niveau:  
15 uitvoerende politiefunctionarissen (afkomstig uit 3 wijkteams)

### 6.3. Resultaten

Om de motivatie te meten is gebruik gemaakt van de volgende indicatoren, die zijn ontleend aan Bergen (1983): Een functionaris is meer gemotiveerd om een taak uit te voeren wanneer:

- de taak als een reguliere taak ervaren, d.w.z. het is een taak waartoe geen bijzondere aansporing nodig is;
- de taak als een uitdaging wordt ervaren;
- de taak als een verplichting wordt ervaren;
- taak als zinvol wordt gezien.

Het betreft hier een kwalitatief onderzoek in de zin dat op grond van diepgaande ondervraging nagegaan werd welke verschillende factoren een rol spelen in de motivatie om aan 'verkeersveiligheidsonderwerpen' te werken en meer in het bijzonder om deel te nemen aan de campagne 'Veilig op de fiets'. De resultaten geven geen inzicht in hoe zwaarwegend een factor is, hoe vaak hij door *alle* politiefunctionarissen genoemd zal worden.

#### 6.3.1. Motivatie voor verkeersveiligheidsstaken

*A. Uniformdienst:*

Algemeen niveau (leidinggevend):  
Leidinggevende functionarissen worden niet afgerekend op verkeersveiligheidsdoelstellingen. Het werk wordt niet als uitdagend ervaren, mede omdat er weinig maatschappelijke belangstelling voor zou bestaan.

Functioneel niveau (middenkader):  
Een 'matige' motivatie op grond van maatschappelijk belang, verplichting. Zinvolheid wordt door een aantal betwijfeld, maar dan gaat het voornamelijk over toezicht en handhavingstaken (dweilen met de kraan open). De mening is dat er meer gedaan moet worden aan een goede wegeninfrastructuur. Maar dit wordt gezien als een taak van de gemeentelijke overheid.

Operationeel niveau (uitvoerenden):

Op het operationele niveau is sprake van een tweedeling. Of de uitvoerenden zien het als een zinvol en uitdagende taak. Of de uitvoerenden zien het niet als zodanig en proberen zich dan ook aan de uitvoering ervan te onttrekken. Zij ervaren dat vanuit de leiding veel vrijheid in de uitvoering wordt gegeven. Het lijkt zo te zijn dat de agent zelf bepaalt wat hij belangrijk vindt, en hoe hij dat tijdens de surveillance invult.

#### *B. Dienst Verkeerspolitie*

Operationeel niveau (uitvoerenden):

Over het algemeen zijn uitvoerenden bij de Dienst Verkeerspolitie sterk gemotiveerd om aan verkeersveiligheidstaken te werken. Dit is te verwachten gezien de aard van de werkzaamheden. Indien een persoon niet gemotiveerd zou zijn voor deze taken dan zou hij er niet voor gekozen hebben bij deze dienst te gaan werken. De belangstelling van de verkeerspolitie voor het operationele niveau van de verkeersveiligheid is mogelijk verknoopt met de algemene belangstelling die er is voor motorrijden. In het aanvullende onderzoek (Dekker, 1993) wordt dit aspect door een meerderheid van de surveillancedienst genoemd als het meest positieve aspect van hun werkzaamheden, gecombineerd met de grote vrijheid die men heeft.

#### *6.3.2. Inhoud van de campagne en de motivatie*

In het onderzoek zijn twee doelstellingen van de campagne onderscheiden, namelijk:

- een interne doelstelling van de campagne is: het motiveren van het politiepersoneel ten behoeve van een effectieve voorlichting handhaving van verkeersregels die leiden tot verkeersonveiliggedrag of verkeersonveilige situaties voor fietsers;
- een externe doelstelling van de campagne is: kortweg aan te duiden als het bevorderen van de veiligheid van het fietsverkeer.

Verder zijn in de vraaggesprekken vragen gesteld over de middelen en de tijdsvolgorde.

#### *De uniformdienst*

Bij de leiding van de districten en de wijkteams bestaat een gematigde belangstelling voor de campagne. Bij de uitvoerenden is of sprake van een sterk positieve belangstelling of juist van een sterk negatieve.

Op de doelstelling om de belangstelling voor verkeersveiligheid bij de wijkteams te vergroten wordt licht negatief te reageerd, mede omdat men veelal vindt dat de wijkteams zelf wel kunnen bepalen of de verkeersonveiligheid in hun wijk een probleem is en hoe ze dit probleem zullen oplossen. Uit het onderzoek bleek ook dat er problemen waren met de tijdschema: infrastructurele maatregelen die vooraf aan de campagne gerealiseerd hadden moeten worden, het plannen van de toezichtcampagne in de ochtend. De dagelijkse werkzaamheden van de wijkteams lieten niet toe op die tijdstippen mankracht beschikbaar te stellen voor fietscontroles.



### *Dienst Verkeerspolitie*

De Dienst Verkeerspolitie (surveillancedienst) was verdeeld in twee kampen. Zij die voor waren en zij die tegen waren. Voor de eerste groep ging een positief stimulerende werking uit van de 'doelgroep fiets', de middelen die ingezet werden (o.a. het Mobiele Coördinatiecentrum), terwijl dit juist averechts werkte voor de overigen.

Ook hier werd genoemd dat politietoezicht sluitpost diende te zijn van een algemeen beleid (onder meer infrastructurele aanpassingen).

#### 6.3.3. *De projectmatige aanpak en de motivatie*

##### *De uniformdienst*

Bij de uniformdienst wordt zowel door algemeen als ook functioneel niveau genoemd dat zij het projectmatig werken als licht negatief beoordelen. Met name noemen zij dan de taakverdeling tussen Dienst Verkeerspolitie enerzijds en de uniformdienst anderzijds.

Ook de problemen rond de timing van de controlemomenten worden hier genoemd, alsmede de vermeende korte looptijd van de campagne. De mening is dat een korte campagne amper zin heeft.

##### *Dienst Verkeerspolitie*

Volgens de onderzoekers bestaat er geen sterk verband tussen projectmatig werken en de motivatie van de uitvoerenden bij de Dienst Verkeerspolitie (Propper & Eversdijk, 1993). Deze laten zich overwegend neutraal uit over projectmatig werken. Er bestaat een negatief gevoel over de verdeling van taken.

#### 6.3.4. *Succes en faalfactoren*

Hoe komt het nu dat verkeersveiligheid, de inhoud van de campagne en de projectmatige werkwijze op deze manier doorwerkt op de motivatie in de verschillende lagen van de politie-organisatie?

##### *De uniformdienst*

Een belangrijke faalfactor is dat Dienst Verkeerspolitie te geïsoleerd heeft gewerkt. Zij heeft wel een brug geslagen naar de maatschappelijke organisaties, maar geen brug geslagen naar de eigen wijkorganisaties.

Hierbij is onvoldoende aandacht geweest voor de communicatie met de wijkteams, met name hun wensen en behoeften zijn onvoldoende in kaart gebracht.

Maar ook in de hiërarchische structuren lijkt een patroon te bestaan, in de zin dat verkeersveiligheid een lagere prioriteit lijkt te hebben in de hogere lagen van de politie-organisatie dan bij de uitvoerenden op de straat. Dit heeft onder meer te maken met de mening dat het optreden van politie bij bijvoorbeeld criminaliteitsbestrijding een hogere maatschappelijke waardering ondervindt dan bij meer preventieve activiteiten, zoals het toezien op verkeersovertredingen.

De fiets heeft binnen dit veld van belangen een nog lagere status dan de overige verkeersdeelnemers. Hoewel op korpsniveau verkeersveiligheid als een belangrijk onderdeel van de politietaken wordt gezien, wordt dit be-

leidsvoornemen niet vertaald in concrete doelstellingen.

Dit dient wel genuanceerd beoordeeld te worden. Uit het onderzoek bleek ook dat juist het 'fietsprobleem' als ook de 'verkeersveiligheid' ook door personen als sterk motiverend werd gevoeld.

#### 6.4. Conclusies

De wijkteams zien zichzelf (en zijn dat ook) als zelfstandige eenheden, die alleen via de lijn in beperkte mate aangestuurd kunnen worden. De Dienst Verkeerspolitie heeft niet de bevoegdheid om wijkteams te verplichten taken uit te voeren in het kader van verkeersveiligheidsbeleid. Die bevoegdheid ligt bij de districtchefs en daarboven bij de korpsleiding. De meningen bij de wijkteams over de rol van de Dienst Verkeerspolitie zijn verdeeld. Enerzijds wordt gemeend dat de Dienst zich moet concentreren op die taken waarvoor onvoldoende expertise aanwezig is bij de wijkteams, anderzijds wordt ook genoemd dat de Dienst Verkeerspolitie een proces op gang dient te brengen dat primair gericht is op proces van bewustwording en leren bij de wijkteams.

##### *Dienst Verkeerspolitie*

Bij de Dienst Verkeerspolitie wordt vooral de communicatie met de projectkamer als faalfactor genoemd. De uitvoerenden zouden in een te laat stadium bij het project betrokken zijn. Een succesfactor wordt de grote belangstelling van de directe leiding genoemd.

Hierbij kan vanuit de studie van Dekker (1993) nog een aantal kanttekeningen geplaatst worden. Het projectmatig werken heeft als direct gevolg een verschuiving in de soort taken voor de uitvoerenden. Enerzijds kan men betrokken worden bij de organisatorische kant van projecten en geplaatst worden op de projectkamer, anderzijds wordt in het kader van projecten de feitelijke uitvoering op straat meer van bovenaf opgelegd. Was de motoragent in het verleden vrijwel geheel vrij in zijn werkzaamheden, in projecten wordt opgelegd hoeveel uur en op welk tijdstip een bepaalde activiteit moet worden uitgevoerd. Wordt hier tegenover gesteld dat met name 'vrijheid' en 'motorrijden' de hoogst gewaardeerde kenmerken blijken te zijn van de werkzaamheden, dan wordt duidelijk dat projectmatig werken kan strijden met deze gewaardeerde kenmerken. Bij de Dienst Verkeerspolitie zijn dan ook op het uitvoerende niveau twee groepen te onderscheiden: zij die projectmatig werken waardevol vinden en een positie in de projectkamer ambiëren, en zij die projectmatig werken verwerpen en ook geen deel willen uitmaken van de projectkamer. Zij geven aan dat projectmatig werken heeft geleid tot een verhoging van de werkdruk omdat collega's aan de surveillancegroep onttrokken zijn om taken op de projectkamer uit te voeren. Het is heel wel mogelijk dat met name deze groep communicatieproblemen aanvoert als faalfactor, maar in feite projectmatig werken afwijst op grond van de gevoelde negatieve consequenties die het heeft voor hun dagelijkse werkzaamheden.

## 7. Discussie en aanbevelingen

In de voorgaande hoofdstukken zijn de resultaten uit de deelonderzoeken gepresenteerd. In dit hoofdstuk worden, het totaal overziende, deze resultaten gecombineerd en geïntegreerd.

Doel van het hier gepresenteerde evaluatie-onderzoek was vast te stellen of, en in welke vorm de door de Gemeentepolitie Amsterdam geïnitieerde campagne landelijk navolging verdient. Hierbij dient te worden opgemerkt dat het hier een eerste toepassing betrof van een bepaald type campagne (gebaseerd op een ruiltheorie) en een tot nu toe 'anarchistische' doelgroep: fietsers. In dit hoofdstuk worden aanbevelingen geformuleerd in het kader van een landelijke navolging en daar waar dit alleen relevant is voor de Amsterdamse situatie wordt dit apart vermeld.

De campagne is opgezet en uitgevoerd als onderdeel van het Masterplan Fiets. Dit plan beoogt een volwaardige positie van de fiets in het verkeerssysteem te bewerkstelligen. Enerzijds door de condities voor fietsers te verbeteren, anderzijds door fietsers te motiveren zich veiliger te gedragen.

De vraag die in dit hoofdstuk centraal staat is:

'In welke mate zijn de uitgangspunten waarop de campagne gebaseerd is:

- inhoudelijk correct;
- praktisch toepasbaar;
- feitelijk toegepast.

En in welke mate hebben zij tot het gewenste resultaat geleid?'

### 7.1. De theorie aan de praktijk getoetst: uitvoerbaarheid

De twee belangrijkste kenmerken van de campagne waren dat deze geïntegreerd was (dus zowel infrastructurele maatregelen als voorlichting en handhaving bevatte) *en* dat er een 'verbindende' boodschap was in de vorm van een sociaal contract tussen politie en fietser, gebaseerd op de norm: 'voor wat, hoort wat'.

De geïntegreerde benadering was niet nieuw en elders vaker toegepast. Het werken met deze verbindende boodschap was dat wel! De verwachting was dat fietsers en ook andere verkeersdeelnemers bereid zouden zijn hun gedrag te veranderen wanneer ze zouden zien dat dit voor hen *ook* voordelen op zou leveren. Namelijk meer veiligheid, minder hinder en meer comfort. De politie zou zich door de belangen van de fietsers te behartigen, kunnen plaatsen aan de zijde van de fietsers. In het kort wordt dit hier de ruilconstructie genoemd.

#### 7.1.1. De ruilconstructie

Dat deze aanpak zou kunnen werken werd bij de start van de campagne gebaseerd op kennis uit de sociale marketing. Voor een meer diepgaand onderzoek naar de condities waaronder fietsers bereid zouden zijn hun gedrag te veranderen was onvoldoende tijd. Nu aan het einde van de campagne moet de vraag beantwoord worden of uit het onderzoek aanwijzingen komen dat een dergelijke voorlichtingsstrategie wel aanslaat bij fietsers. Is er een basis in de beleving van fietsers en automobilisten op grond waarvan deze strategie zou kunnen werken?

Wanneer simpel naar het gedrag van fietsers wordt gekeken zou de con-

clusie moeten zijn: nee, de fietsers hebben hun gedrag niet veranderd, dus heeft deze voorlichtingsstrategie *niet* gewerkt. Natuurlijk kan de afwezigheid van een effect ook nog veroorzaakt zijn door de wijze waarop de campagne in de praktijk werd uitgevoerd. Over de feitelijke uitvoering gaat de volgende paragraaf. Deze paragraaf beperkt zich tot de theoretische uitgangspunten en de feitelijke relaties met effecten.

Toch wanneer we kijken naar de antwoorden die geverbaliseerde fietsers geven dan blijkt dat enerzijds de fietsers niet op de hoogte zeggen te zijn van de achtergronden van de campagne, maar anderzijds wel aangeven dat zij de 'handhavingskant' van de campagne - onder specifieke condities - positief waarderen. Die condities hebben specifiek betrekking op de fietsinfrastructuur die fietsonvriendelijk zou zijn, *en* het gedrag van snelverkeer. Deze reacties lijken wellicht op rechtvaardiging van regelovertrekend gedrag, maar zijn dat niet, omdat deze meeste fietsers in deze context stellen dat zij het *terecht* vinden dat zij bekeurd zijn. De conclusie is dan ook dat er aanwijzingen zijn dat fietsers bereid zijn hun gedrag te veranderen wanneer zij een meer volwaardige positie toegewezen krijgen in het verkeer. Er zou dan ook een voldoende basis kunnen zijn voor de toepassing van de ruilconstructie.

Er blijkt een groot probleem te liggen in het zichtbaar maken van de te 'ruilen' diensten. Immers, van het begin al was duidelijk dat infrastructuurele veranderingen meer tijd kosten dan de looptijd van de campagne. Hoewel er naar gestreefd zou worden zichtbare veranderingen aan te brengen aan de infrastructuur, kon op een groot resultaat op dit punt niet gerekend worden. De andere elementen: toezicht op foutparkeren en door rood licht rijden door snelverkeer, kunnen ook moeilijk zichtbaar gemaakt worden. Immers, het feit dat een automobilist geverbaliseerd wordt voor een fietsonvriendelijke overtreding, wordt veelal niet gezien door de fietser. Bijvoorbeeld via de medewerking van de pers kunnen fietsers hierover *wel* geïnformeerd worden, maar deze informatie valt onder de categorie 'vrije nieuwsgaring' en het is aan de pers of en hoe zij aandacht besteden aan de campagne. Belangrijk hierbij is of het nieuwswaarde heeft. Dit betekent dus dat in de informatieverstrekking niet gerekend moet worden op de pers, maar dit vooral in eigen hand gehouden moet worden.

### 7.1.2. *Inhoud van de campagne*

De Dienst Verkeerspolitie heeft een element aan de campagne toegevoegd welke de 'ruilconstructie' het meest zichtbaar maakt, namelijk het element verlichting van de fiets. In de campagne wordt aan fietsers met ondeugdelijke verlichting aangeboden van de bekeuring af te zien in ruil voor het tonen van een in goede staat verkerende fiets. Dit is voor de fietser direct zichtbaar, en duidelijk in zijn eigen belang. Daarnaast bleek dit element een grote 'nieuwswaarde' te bezitten.

Bij een landelijke implementatie dient te worden nagegaan welke overtredingen extra aandacht verdienen. De hier geselecteerde overtredingen waren relevant voor de Amsterdamse situatie. Het is waarschijnlijk dat deze ook relevant zijn voor andere grote steden. Op wegen buiten de bebouwde kom en in dorpen zullen deze overtredingen minder relevant zijn. Daar zal met name de rijnsnelheid van het snelverkeer een belangrijk item kunnen zijn.

Voor het selecteren van de overtredingen zijn de volgende criteria van belang:

1. Blijkt de overtreding in belangrijke mate de onveiligheid van fietsers te vergroten?
2. Is de overtreding (met name als het een overtreding is door snelverkeer) ook in de beleving van de fietsers een hinderlijke/onveilige overtreding? Als één van beide *of* beide bevestigend beantwoord kunnen worden dan is de overtreding een goede kandidaat om in de campagne op te nemen.
3. Is de handhaving van de regel zichtbaar te maken. Gezocht moet worden naar middelen waarin men niet alleen afhankelijk is van persoonlijk contact met de overtreder of de pers.

### 7.1.3. *Geïntegreerd en gefaseerd*

In de opzet is de campagne beschreven als een geïntegreerde campagne, d.w.z. dat drie instrumenten ingezet zijn: handhaving, voorlichting en infrastructurele maatregelen. Deze instrumenten zijn *gelijktijdig* ingezet. Een probleem is dat deze instrumenten niet eenzelfde 'looptijd' hebben om tot resultaat te komen. Met name infrastructurele veranderingen kosten veel tijd. Daardoor dreigt het een belofte te worden die niet blijkt te worden waargemaakt. Terwijl het een maatregel is waaraan zowel fietsers als ook de politie veel waarde hecht.

Het is gewenst om de activiteiten door middel van een boodschap te integreren, maar ze te faseren in de tijd. Het verdient aanbeveling om infrastructurele veranderingen aan de campagne vooraf te laten gaan, en in de campagne deze veranderingen te noemen als resultaat. Dan blijft het niet bij beloften, de pers neemt het wellicht dan wel op, en becommentarieert de relevantie van de veranderingen. De fietser heeft dan meer weet van de resultaten. Kortom de boodschap kan met meer overtuiging gebracht worden.

Ook in de handhaving kan door fasering de boodschap versterkt worden. Pas wanneer het snelverkeer en vooral het parkeergedrag van het snelverkeer is verbeterd, is het zinvol om fietsers te verbaliseren (in het kader van deze campagne).

Conclusie: De 'ruilconstructie' sluit aan bij de beleving van fietsers (althans in Amsterdam) en *kan* leiden tot gedragsveranderingen. Er is een principieel probleem in het zichtbaar maken van de 'ruil'. Of de maatregel komt te laat: infrastructurele maatregelen, of de activiteit wordt niet vanzelf zichtbaar: toezicht op snelverkeer. Alleen de bekeuringen die uitgeschreven worden aan fietsers voelen fietsers aan den lijve. De 'ruilconstructie' met betrekking tot de verlichting kan een gouden greep genoemd worden. Deze is zichtbaar, snel en in het voordeel van de fietsers.

Welke overtredingen opgenomen dienen te worden is afhankelijk van de kenmerken van de lokale situatie. Belangrijke kenmerken in deze zijn: binnen of buiten de bebouwde kom; gemeentegrootte, mate van mengen en scheiden van langzaam en snelverkeer. De boodschap kan versterkt worden door de activiteiten te faseren. Het communiceren van de boodschap aan de verkeersdeelnemers dient in eigen hand gehouden te worden, aangevuld met voorlichting via de pers/radio/tv.

## 7.2. **De feitelijke uitvoering**

### 7.2.1. *Wie heeft uitgevoerd?*

De uitgangspunten van de campagne werden beschreven. Maar van uit-

gangspunt naar uitvoering is een grote stap.

In het plan zou de uitvoering een gecombineerde inspanning zijn van politie en gemeente. Hoewel een taakverdeling niet duidelijk omschreven werd, ligt voor de hand dat de politie veelal de handhavingskant voor zijn rekening zou nemen en de gemeente de infrastructurele kant. In de feitelijke uitvoering heeft vooral de gemeente financieel bijgedragen aan de campagne, maar is de uitvoering geheel op de schouders komen te liggen van de Gemeentepolitie Amsterdam en van de Dienst Verkeerspolitie in het bijzonder. Hoe de taken verdeeld zijn binnen de verkeerspolitie komt aan de orde in par. 7.4.

Gezien het aanvullend takenpakket van de politie (als toezichthouder op het verkeersgedrag en de wegbeheerder (als beheerder en vormgever van de verkeersinfrastructuur) lijkt het gewenst in de toekomst een meer actieve rol van de wegbeheerder (gemeente) na te streven. Immers, een belangrijke component van de campagne had betrekking op het realiseren van een fietsvriendelijke infrastructuur. De wegbeheerder heeft hierin een belangrijke taak.

### *7.2.2. Handhaving, voorlichting en infrastructurele maatregelen*

De uitvoering laat zien dat er veel nadruk heeft gelegen op handhaving en voorlichting. De infrastructurele aanpassingen zijn in beperkte mate gerealiseerd. Uit de enquête onder overtreders-fietsers (Hoofdstuk 5) blijkt dat deze groep amper op de hoogte bleek van die geïntegreerde aanpak. Zij gaven zelf aan dat zij vonden dat zo'n geïntegreerde aanpak voor hen nodig was. Velen onderschreven het belang van veilig gedrag (ook door fietsers) en accepteerden ook dat er toezicht gehouden werd, maar melden dat er dan ook iets gedaan moest worden aan de achterstandspositie (overtredingen van het snelverkeer, parkeren op fietsstroken etc.).

Dat de op dit gebied verrichte inspanningen door de politie weinig zichtbaar zijn geworden is niet geheel op het conto van de politie te schrijven. Door het plaatsen van bill-boards is enige informatie gegeven, maar in de opzet van de campagne was een belangrijke functie in de informatie verstrekking toegedacht aan de pers. Weliswaar is er veel aandacht geweest in de pers voor de campagne, en was de pers veelal neutraal of positief gestemd, maar de berichtgeving over de inhoud van de campagne was fragmentarisch. De pers is vrij compleet geïnformeerd over de inhoud van de campagne, maar reeds vanaf het begin zijn belangrijke elementen onderbelicht geworden in de publiciteit. Met name het streven om ook iets te doen aan de infrastructuur.

Deze enigszins scheve berichtgeving bleek niet alleen in de externe pers het geval te zijn (in de landelijke en regionale pers), maar ook de berichtgeving in de interne politie-organen bleek verre van compleet te zijn. Naarmate de campagne vorderde kreeg de 'alternatieve' straf voor fietsverlichting steeds meer publiciteit en nadruk, ten koste van de infrastructurele component en het gedrag van het snelverkeer.

Deze verschuiving trad niet alleen in de pers, maar bestond ook voor een gedeelte in de beleving van de uitvoerders van het project. Zo werd er begin december 1992 door de politie een enquête gehouden onder de Amsterdamse burgerij, waarin alleen vragen gesteld werden over het regelovertreedende gedrag van fietsers en de alternatieve straf.

Dit scheve beeld werd nog versterkt door het massaal bekeuren van fietsers, terwijl de automobilisten ook wel massaal bekeurd zijn, maar dan voor het parkeren op fietsstroken en niet voor door rood licht rijden. Het massaal bekeuren was het logische gevolg van de hoge frequentie waarin beide overtredingen voorkwamen. Uit de enquête onder overtreeders bleek dat de het optreden tegen foutparkeren op fietsstroken nauwelijks gezien werd als onderdeel van de campagne. Dit beeld werd bevestigd door de enquête onder alle verkeersdeelnemers. Fietsers zijn over het algemeen bekend met het toegenomen toezicht op door rood licht rijden en verlichting, maar hebben geen weet van de andere onderdelen. Automobilisten vermoeden dat er een verhoogd toezicht is op parkeerovertradingen, maar weten hoogst waarschijnlijk niet dat hun gedrag bekeurd wordt omdat het fietsers in gevaar brengt.

De voorlichting aan overtreeders dient in een vervolg meer aandacht te krijgen. Helaas bleek de daartoe gemaakte video, op praktische gronden niet het geëigende middel te zijn. Ook was deze video toegesneden op de consequenties van regelovertrekend gedrag van een specifieke doelgroep namelijk de fietser. De consequenties van regelovertradingen door snelverkeer zijn nergens duidelijk in beeld gebracht, met uitzondering van de sterk tot de verbeeldingsprekende affiche, van een met fiets en al overparkeerde auto's heen klauterende fietser. Maar dit affiche zal slechts door een beperkt aantal automobilisten gezien zijn, gezien de beperkte oplage. Dat dit parkeergedrag ook onveilig is, lijkt slechts zeer beperkt aan de orde te zijn geweest.

Voorlichting aan overtreeders is belangrijk. De straf op zich zal (dat blijkt ook uit het hiernavolgende) een beperkt effect hebben en alleen dan wanneer de dreiging (en dus politietoezicht) vermoed wordt. Door informatie te verschaffen over de consequenties van het gedrag is het voor de verbalisant mogelijk zelf een oordeel te vormen over de wenselijkheid van zijn gedrag. Daarbij komt nog dat het onderzoek ook laat zien dat 25% van de burgerij meldt via/via van de campagne *gehoord* te hebben. Dat betekent dat in de huiselijke kring, in de vriendenkring over de campagne gesproken is. Deze tam-tam blijkt dus een belangrijk netwerk te zijn in het verspreiden van de informatie. Het wordt vaker genoemd dan bijvoorbeeld het geconfronteerd worden met een politiecontrole. Het is aannemelijk dat het op de juiste wijze voorzien van informatie aan overtreeders, juist van deze groep gebruik gemaakt kan worden om de tam-tam te roeren.

### 7.2.3. Conclusie

Het beeld dat naar voren komt is dat de elementen van de campagne wel gelijktijdig zijn ingezet, maar dat de boodschap die deze elementen als een logisch geheel aan elkaar heeft moeten smeden niet zichtbaar genoeg was en derhalve niet gewerkt heeft. In een vervolgcampagne zal het verstandig zijn niet alleen te rekenen op 'free publicity', ten behoeve van het over het voetlicht brengen van de achtergronden van de campagne. Belangrijk is ook dit in eigen hand te houden. Kortom een voorlichtingsstrategie zou een belangrijk onderdeel moeten zijn van de campagne. Niet alleen extern dient gewaakt te worden voor het behoud van het geïntegreerde karakter van de campagne, maar ook intern is dat van belang.

### 7.3. Effecten op gedrag

Het is opmerkelijk dat de campagne voornamelijk effect heeft gehad op het gedrag van automobilisten (zowel op rood-lichtovertredingen en fout parkeren). Blijkbaar zijn automobilisten zeer goed in staat zelf vast te stellen dat de pakkans vergroot is en veranderen zij hun gedrag op grond van de afschrikkende werking van de dreiging. Op grond van de resultaten uit het bekendheidsonderzoek is ook aan te nemen dat deze verandering niet is te weeg gebracht door 'een begrip' over de consequenties van hun gedrag voor anderen met name de fietsers. Het vermoeden is dan ook dat er geen vergroting van het veiligheidsbewustzijn heeft plaatsgevonden, maar alleen een gedragsverandering op grond voor de angst voor straf.

Bij fietsers ligt dit anders. Angst voor straf blijkt bij hen amper een rol te spelen, een vergrote pakkans lijkt niet simpelweg tot een gedragsverandering te leiden. Gezien het aantal uitgeschreven processen-verbaal is er zeker sprake van een verhoogde pakkans. Het is teleurstellend dat gegeven de enorme toezichtinspanning die de politie geleverd heeft er geen verandering in gedrag is. Het verhogen van een pakkans blijkt voor fietsers gewoon niet te helpen, terwijl dit middel voor automobilisten wel blijkt te werken. Hoe kan dat? In het onderzoek is dit niet expliciet onderzocht, en verder zijn er in de resultaten van het onderzoek ook geen indirecte aanwijzingen te vinden voor een verklaring.

Een mogelijke verklaring is het leerproces. Fietsers in Amsterdam (en vermoedelijk ook in de rest van Nederland) hebben jarenlang ervaren dat de aanwezigheid van politie op straat voor hen geen enkele betekenis had. Deze agenten letten op snelverkeer, en vrijwel nooit op langzaam verkeer. Dus je kon door rood rijden - zelfs in de aanwezigheid van politie - zonder dat dat gedrag enige consequentie had. Als gevolg gaat er voor de fietser geen enkele dreiging uit van de aanwezigheid van agenten. Tegen deze achtergrond is het niet te verwachten dat gedrag dat jaren lang geen strobreed in de weg is gelegd door een drie maanden durende campagne veranderd kan worden.

De fietser moet ervaren dat hij niet boven de wet staat, en dat er goede redenen zijn waarom ook de fietser zich aan (bepaalde) verkeersregels - zoals wachten voor rood licht - moet houden.

Hiervoor is nodig dat de fietser ervaart:

- dat ook op het gedrag van de fietser gelet wordt: herhaalde campagnes kunnen dat gedeeltelijk bewerkstelligen;
- waarom in specifieke omstandigheden bepaalde overtredingen gevaarlijk zijn; voor dit laatste is verkeerseducatie op scholen mogelijk een middel.

Maar deze middelen kunnen alleen zinvol toegepast worden in een verkeerssysteem waarin de fietser een 'volwaardige' plaats heeft.

De indruk bestaat wel (mening van agenten) dat wellicht het rood-lichtgedrag niet veranderd is, maar dat er een zichtbare toename is in het voeren van verlichting (dit werd niet onderzocht). Enerzijds kan dit verklaard worden uit de overdadige publiciteit waarin dit onderdeel zich mocht verheugen, anderzijds wordt juist deze overtreding door de fietser zelf gezien als een relatief gevaarlijke (enquête overtreeders). Daarnaast is natuurlijk in het kader van de campagne een groot aantal fietsen van licht voorzien, als gevolg van de 'alternatieve straf'. Dat door rood licht rijden



gevaarlijk zou zijn, blijkt minder te leven. De gemaakte video kan in dit opzicht goede diensten bewijzen, omdat hierin levensecht schetsen worden gegeven van het soort gedrag dat kan leiden tot door rood licht rijden en de gevolgen die dat kan hebben. De beperking is wel dat deze video toegesneden is op de leeftijd van de hoogste klassen van de basisschool en alle klassen van het vervolgonderwijs. Hoe deze video film aanslaat bij deze doelgroepen is onderwerp van studie in een ander onderzoek (zie voorstel 'Fietsende leerlingen').

#### *Conclusie*

Een enkele campagne lijkt het gedrag van fietsers niet te veranderen. Een enkele campagne verandert wel het gedrag van automobilisten, maar biedt deze groep niet het inzicht waarom het gedrag 'gevaarlijk' is. Het gedrag van fietsers is mogelijk zo hardnekkig omdat zij de ervaring hebben dat er op hen niet gelet wordt. Automobilisten reageren op verhogen van pak-kans door de afschrikkende werking, maar hen ontbreekt het inzicht waarom een handeling gevaarlijk is, en dat het fietsers van hun rechtmatige plek in het verkeerssysteem berooft. Het gedrag van fietsers kan dan alleen veranderen wanneer zij volwaardig in het systeem meedraaien, ook in toe-zichtcampagnes.

Automobilisten zullen reeds in de rij-opleiding moeten leren over de achtergronden van verkeersregels en met name de positie van de fiets. In de campagne 'Veilig op de fiets' dient ook informatiemateriaal ontwikkeld te worden ten behoeve van de overtredende automobilist, in aanvulling op het bestaande materiaal voor fietsers.

#### **7.4. Motivatie en organisatie**

Dat de campagne nog zo'n groot bereik heeft gehad is grotendeels te danken aan de inzet van de Dienst Verkeerspolitie. Zij hebben voornamelijk met inzet van eigen menskracht de campagne opgezet en uitgevoerd. Het is echter niet gelukt de personele steun van de wijkteams te verkrijgen. Slechts 24 personen uit in totaal 24 wijkteams hebben aan de campagne meegewerkt. In het motivatie-onderzoek is nagegaan waardoor dit wordt veroorzaakt. In grote lijnen blijkt het volgende.

- Op korpsniveau is verkeersveiligheid wel een prioriteit, maar er zijn geen streefdoelen, en de werkzaamheden van de lijnorganisaties worden niet expliciet beoordeeld op het punt verkeersveiligheid.
- De Dienst Verkeerspolitie kan niet sturend zijn in uitvoering van verkeersveiligheidsstaken. Daartoe mist zij de noodzakelijke bevoegdheden. Verkeersveiligheid is gedelegeerd aan de uniformdienst met name de wijkteams, die als zij dat wensen de hulp kunnen inroepen van de Dienst Verkeerspolitie.
- De surveillancedienst van de verkeerspolitie ervaart een sterke inperking van de eigen keuzevrijheden als gevolg van projectmatig werken, en minder tijd voor reguleren surveillancewerkzaamheden.
- De uniformpolitie heeft geen behoefte aan de campagne, want fietsveiligheid wordt niet als een belangrijk probleem gezien. Dit heeft geleid tot een neutrale, enigszins afwerende opstelling
- Het project is ontwikkeld los van de uniformpolitie. Zij hebben geen inbreng gehad, zijn er niet in een vroeg stadium bij de ontwikkeling betrokken. Dit heeft geleid tot praktische samenwerkingsproblemen.
- De wijkteams willen autonoom zijn in de taakuitvoering. Ze bepalen dus zelf wie ze waarvoor inzetten.

### *Conclusies*

In die situaties waarin het project wordt opgezet door een organisatie die voornamelijk dienstverlenend van aard is, en medewerking gewenst wordt door anderen, is het wenselijk bij de vormgeving van de campagne na te gaan onder welke condities 'deze anderen' die bereid zijn een bijdrage te leveren aan de uitvoering van de campagne, zo vroeg mogelijk in de vormgeving van de campagne betrekken en bij overeenstemming gezamenlijk taakstellingen af te spreken.

## 7.5. Interne communicatie

Daarnaast blijkt (zoals al eerder gemeld) de interne informatieverstrekking onvolledig. Zowel tussen als binnen organisaties. Zowel in de verkeerspolitie- als in de uniform-politie-organisatie is sprake van communicatieproblemen. Tevens zijn er problemen in de communicatie tussen Dienst Verkeerspolitie en de uniformdienst.

Dit betekent dat er bij een vervolg meer aandacht moet zijn voor de wijkteams, en met name het realiseren van hun betrokkenheid. De stappen zoals die reeds beschreven zijn voor de verschillende groepen verkeersdeelnemers zullen ook genomen dienen te worden voor de wijkteams. In feite hebben we dus te maken met interne en externe doelgroepen. De externe doelgroepen (de verkeersdeelnemers) en de aanpak daarvan is reeds beschreven. De interne doelgroepen zijn de verschillende organisaties binnen de Gemeentepolitie Amsterdam, met name de wijkteams. Ook bij deze doelgroep blijkt de aanbeveling relevant: Neem niet aan dat het probleem zoals dat elders (bij de Dienst Verkeerspolitie) is geformuleerd, op dezelfde wijze wordt gezien en beleefd door de anderen (de wijkteams).

Als inderdaad in projecten de medewerking van wijkteams wordt gezocht of er produkten (campagnes) worden ontwikkeld die door wijkteams gebruikt kunnen worden, is het belangrijk dat voorafgaande aan de campagne een (intern) communicatieplan wordt opgezet en uitgevoerd. Het resultaat van dit plan zou inzicht moeten bieden wat door wijkteams als oorzaak van het probleem wordt gezien, welke oplossingen volgens hen effectief zijn, hoe zij de oplossingen toegepast zien, wat zij zien als hun eigen rol en welke rol zij zien weggelegd voor de verkeerspolitie. Op grond van de resultaten uit dit communicatieplan kan dan een strategie worden vastgesteld hoe het produkt ontwikkeld wordt en hoe de wijkteams daarin een rol kunnen spelen. Praktische problemen van toezichtactiviteiten in de ochtend (door de Dienst Verkeerspolitie gepland), op een tijdstip waarop het wijkteam andere meer urgente werkzaamheden moet uitvoeren zijn schoonheidsfouten die dan voorkomen kunnen worden. Maar belangrijker is wel dat het op die manier mogelijk is gericht te werken aan de betrokkenheid van de wijkteams bij het probleemveld 'verkeersveiligheid'. Het motivatie-onderzoek heeft een aantal inzichten opgeleverd die gebruikt kunnen worden juist in de communicatie tussen de verschillende onderdelen van de politie-organisaties onderling en en niet minder belangrijk tussen de verschillende hiërarchische lagen.

## 7.6. Conclusies

Het is niet zo dat een praktische toepassing van de uitgangspunten zomaar mogelijk is. Vooral de 'ruil'-gedachte is zeer moeilijk in concrete hande-

lingen op straat te vertalen. Toch moet dit geen reden zijn om dan maar de uitgangspunten te verlaten. Immers, er zijn indicaties dat fietsers bereid zijn hun gedrag te veranderen, mits er ook iets tegenover staat. Dus er is zeker een voedingsbodem. Alleen toezicht houden zal momenteel weinig resultaat hebben. Het verdient dan ook aanbeveling de uitgangspunten vast te houden en te blijven zoeken naar zinvolle invullingen.

Heel belangrijk hierbij blijft om activiteiten zichtbaar te maken. Wanneer men er niet in slaagt of kan slagen de activiteiten zichtbaar te maken voor de doelgroep, en men er ook niet in slaagt aan te tonen dat deze activiteiten in het belang zijn van de doelgroep, dan is het *niet* zinvol een campagne te baseren op het idee 'ruilen van diensten/gunsten'. Ook in de huidige opzet van de campagne 'Veilig op de fiets' bestaat er nog veel ruimte voor het informeren van de doelgroepen, in het bijzonder van de overtreders over de achtergronden en uitgangspunten van de campagne.

Het is van belang een 'bijgestelde campagne' regelmatig uit te voeren. Het lijkt niet zinvol om op korte termijn de vervolgcampagnes op het effect op het gedrag van verkeersdeelnemers te evalueren. Vooral het gedrag van fietsers is hiervoor te hardnekkig gebleken. Wel is het van belang te 'monitoren' wat de meningen van de verkeersdeelnemers zijn over verkeersveiligheid en onveilige gedragingen. Immers de aangevoerde argumenten kunnen dan gebruikt worden in de contacten met de verkeersdeelnemers. Gezien het hardnekkige 'fietsanarchisme' is deze drie maanden durende campagne slechts een begin. Dit gedrag zal alleen veranderen met een langdurige inzet en een volledige toepassing van de actie 'Veilig op de fiets'.

Aanbevolen wordt het project 'Veilig op de fiets' in de huidige vorm voort te zetten. Om een ruil aantrekkelijk te maken, dient meer op een zichtbare wijze gedaan worden aan een fietsvriendelijke infrastructuur, gekoppeld aan een 'volledige' voorlichting. Daarnaast zal aandacht besteed dienen te worden aan de consequenties van projectmatig werken voor de individuele agent op straat. Met name bij de verkeerspolitie lijkt deze vorm van werken er toe te leiden dat taken van motoragenten ingekaderd worden in projecten waardoor er minder vrijheid overblijft. Dit leidt tot weerstand en een lage acceptatie van projectmatig werken. Interne voorlichting dient er mede op gericht te zijn, dat 'verlies' te compenseren, bijvoorbeeld door zichtbaar te maken dat projectmatig werken leidt tot een positief resultaat (d.w.z. minder overtredingen).

## Literatuur

BGC (1993). *Parkeren op fietsstroken*. Eindrapport.

BGC (1993). *Bekendheid met de actie 'Veilig op de fiets'* (Werknotitie 4).

Dekker, M. (1993). *Fietsen door rood licht, dekseltje dicht; De Dienst Verkeerspolitie Amsterdam en verkeersveiligheidsprojecten; Een onderzoek naar de motivatie voor het projectmatig werken*. Scriptie gemaakt in het kader van de studierichting Communicatie-wetenschap aan de Universiteit van Amsterdam.

Dienst Verkeerspolitie (1993). *Projectvoorstel 'Fietsende leerlingen'*.

Elliott, B. J. (1987). *Effective mass communication campaigns; A source book of guidelines*. Elliott & Shanahan Research, North Sidney, Australia.

Goldenbeld, Ch. & Twisk, D.A.M. (1993). *Evaluatie van de campagne 'Veilig op de fiets'*; Verslag van de enquête over de politiecampagne Veilig op de fiets' in Amsterdam, afgenomen onder staandegehouden verkeersdeelnemers in najaar 1992. R-93-34. SWOV, Leidschendam.

Goldenbeld, Ch. (1993). *Een aanzet tot modelontwikkeling over de invloed van pakkans en straf op verkeersovertredingen; Een inventarisatie van onderzoek en modellen over de mogelijke relaties tussen bestraffing, pakkans, beslissen en verkeersovertredingen*. (In voorbereiding).

Kok, G. J. & Sandfort, Th. G. M. (1991). *Aids-preventie, voorlichting en gedragsverandering*. Nederlands Tijdschrift voor de Psychologie 46: 238-251

Lindeijer, J.E. (1988). *Wet en werkelijkheid; Onderzoek naar motieven en rechtvaardiging die fietsers aanvoeren voor beweerd gedrag*. R-88-37. SWOV, Leidschendam.

Noordzij, P.C. (1991). *Nederland Fietsland; Overzicht van kennis over de veiligheid van fietsers*. R-91-32. SWOV, Leidschendam.

Noordzij, P.C. (1989). *Rangordenen van problemen met het gedrag van weggebruikers*. R-89-21. SWOV, Leidschendam

OECD (1993). *Marketing of traffic safety*. Report prepared by an OECD Scientific Expert Group. OECD, Paris.

Propper, I.M.A.M. & Eversdijk, J.J.C. (1993). *Beleidsinhoud en projectmatig werken als motivatie voor deelname aan de verkeersveiligheids campagne 'Veilig op de Fiets'*. Vrije Universiteit Amsterdam.

Ploeger, J. (1993). *Tekenen voor de fiets*. Verkeerskunde 44 (1993) 11: 22 t/m 25.

Schoot, B. (1993). Interne notitie. Dienst Verkeerspolitie Amsterdam.

Schoot, B. Scriptie over informatievoorziening (In voorbereiding).

Sprenkels, G.J.C.M. (1993). *Fietsen door rood in Amsterdam*. Stageonderzoek Werkgroep Veiligheid, Faculteit der Sociale Wetenschappen, Rijksuniversiteit Leiden.

Twisk, D.A.M. (1992). *Veilig op de fiets in Amsterdam; Uitgangspunten*. R-92-45. SWOV, Leidschendam

Twisk, D.A.M. (1993). *Doorgaan of afgelasten?* SWOV, Leidschendam, (Niet openbaar).

Verschuur, W.L.G. (1992). *Voormeting ten behoeve van de evaluatie van de campagne 'Veilig op de fiets' in Amsterdam*. Werkgroep Veiligheid, Faculteit der Sociale Wetenschappen, Rijksuniversiteit Leiden.

Verschuur, W.L.G. (1993). *De vergelijking tussen voor- en nameting ten behoeve de evaluatie van de campagne 'Veilig op de fiets' in Amsterdam*. Werkgroep Veiligheid, Faculteit der Sociale Wetenschappen, Rijksuniversiteit Leiden.