

Campagne: Amsterdam houdt van fietsen

Fietsberaad, 3 maart 2010

1 Inleiding

In deze notitie is een korte beschrijving gegeven van de campagne: Amsterdam houdt van fietsen. Aan het eind van dit document staan het [campagnemateriaal](#) en campagne activiteiten.

1.1 Omschrijving

De gemeente Amsterdam gebruikt de afzender 'Fietspunt' als paraplu voor alle fietsactiviteiten. Bij deze naam hoort ook een nieuwe huisstijl en een nieuwe campagne. De naam 'Locker' voor alle fietsenstallingen is vervallen, omdat de term niet heeft geleid tot grotere bekendheid van de fietsenstallingen. De gemeente Amsterdam verwacht dat de herkenbaarheid groter wordt wanneer duidelijk is dat de stallingen deel uitmaken van het brede fietsbeleid, waartoe ook het Fietsdepot (voorheen AFAC), de aanleg van fietspaden (Hoofdnet Fiets) en de aanpak van fietsdiefstal behoren. Zowel de fietsenstallingen als het Fietsdepot worden daarom volledig aangepast aan de nieuwe huisstijl, met een duidelijke afzender: gemeente Amsterdam, Fietspunt. De naamsbekendheid van Fietspunt is echter geen doel op zich. Het laten zien van de voordelen van fietsen en het uitstralen van het belang dat de gemeente daaraan hecht zijn veel belangrijker. Daarom is de centrale boodschap van het Amsterdamse fietsbeleid en de bijbehorende campagne: Amsterdam houdt van fietsen.

1.2 Wanneer

17 juni 2009 werd de nieuwe huisstijl gelanceerd. De fietsenstalling van station RAI kreeg als eerste 'Locker' de nieuwe huisstijl. Ook opende de wethouder van Vervoer en Infrastructuur die dag de fototentoonstelling van Marcel van der Meer in de fietsenstalling bij station RAI. De campagne 'Amsterdam houdt van fietsen' zal de komende jaren gebruikt worden om alle facetten van het fietsen en het fietsbeleid onder de aandacht te brengen.

1.3 Betrokken partijen

Gemeente Amsterdam.

1.4 Doel(en)

Algemeen:

- Het stimuleren van fietsen-imago van Amsterdam als fietsstad vergroten

Secundair:

- Meer fietsen in de fietsenstallingen
- Minder verkeerd geparkeerde fietsen die naar het Fietsdepot moeten worden gebracht
- Meer gegraveerde fietsen met een unieke code

1.5 Doelgroep(en)

- Alle inwoners van Amsterdam
- Bezoekers van Amsterdam

1.6 Personele inzet gemeente Amsterdam

Onbekend.

1.7 Campagnematerialen

Er is een overkoepelende campagne met als algemene boodschap 'Amsterdam houdt van fietsen'. Hiervoor zijn posters, banieren (voor bij presentaties), tassen, pennen, stickers, folders e.d. gemaakt. De website www.amsterdam.nl/fiets staat centraal in de campagne. De verschillende onderdelen van het fietsbeleid worden daar in 2010 verder in geïntegreerd. Dit gebeurt veelal lokaal (bij de stallingen, op plekken waar veel fietsen verkeer geparkeerd staan of bij evenementen). Zo zijn er bij de stallingen stewards ingezet die fietsers wezen op de stallingen en worden het graveerteam (graveren van unieke codes) en de mobiele fietsenstallingen ingezet bij evenementen.

Het [volgende drukwerk](#) is gebruikt in de campagne 'Amsterdam houdt van fietsen'.

- uitvouwbare kaart op creditcardformaat met een overzicht van alle gratis bewaakte stallingen
- een sticker met het logo
- een uitklapbare folder van AFAC waarin informatie staat over het voorkomen van fietsendiefstal, aangifte doen en het fietsdepot.
- een uitklapbare folder voor toeristen waarin zij lezen over de verkeersregels, veilig deelnemen aan het verkeer en fietsparkeermogelijkheden ([zie scan bijlage](#))
- een stadsplattegrond voor fietsers met informatie over fietsroutes, fietsenmakers, verhuur, openbaar vervoer, stallingen en de OV-fiets.
- een bundel met 6 ansichtkaarten met daarop fietsende Amsterdammers met in de rechterbovenhoek het logo ([zie scan bijlage](#))
- een brochure van de Dienst Infrastructuur Verkeer en Vervoer van de gemeente Amsterdam met daarin alle initiatieven die de gemeente heeft genomen en neemt om het fietsgebruik te stimuleren, variërend van veilige fietsroutes tot meer en betere stallingen en van diefstalpreventie tot groene golven voor fietsers. De tekst is aangekleed met quotes en foto's van fietsende Amsterdammers. Het boekje is zowel in het Engels als Nederlands uitgegeven.

1.8 Kosten

Het omzetten van de huisstijl van de Lockers en AFAC naar Fietspunt (ontwerp, schilderen stallingen, bebording etc.) kostte ongeveer € 75.000.

1.9 Effecten

Naamsbekendheid van het Fietspunt is geen garantie voor het betere gebruik van de stallingen. Door de stallingen gratis te maken en acties ter plekke is de bezetting van de stallingen toegenomen. Daarnaast heeft de nieuwe (professionelere) uitstraling van graveerteam en mobiele stalling geleid tot veel meer klandizie.

Het aantal gestolen fietsen is de afgelopen jaren sterk afgenomen. Het risico dat je fiets in Amsterdam wordt gestolen is gedaald van 16% in 2001 naar 8% in 2007.

2 Campagnemateriaal



Logo



Schoudertas



Fietsveiligheidsfolder in zes talen voor toeristen (ligt bij alle fietsverhuurders)



Fietsveiligheidsfolder in het Engels voor toeristen (ligt bij alle fietsverhuurders)



De mobiele stalling bij evenementen



Ansichtkaarten voor toeristen voorzien van het logo



Actiedag Fietzers bedankt (september 2009)



Opening stalling Timorplein (oktober 2009)