

Internationaal potentieel van fietsen: Identificatie van focuslanden voor kennisuitwisseling en handel

November 2024

Klant	Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat
Titel rapport	Internationaal potentieel van fietsen: Identificatie van focuslanden voor kennisuitwisseling en handel
Publicatiedatum	29 November 2024
Projectleider	Emily Roach
Status	Definitief

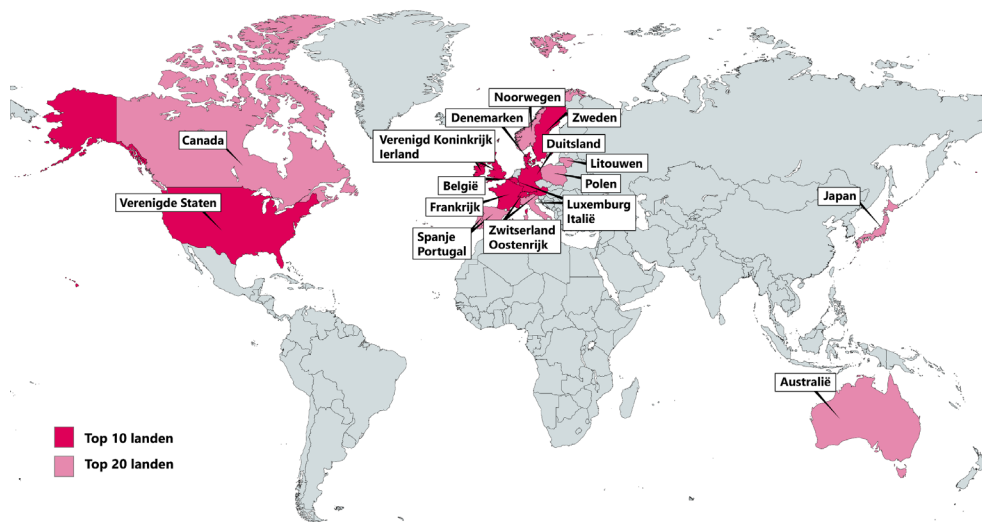
Alle foto's uit Mediatheek Rijksoverheid

Samenvatting

De Nederlandse fietssector, die productie, verkoop, verhuur, advies en infrastructuur omvat, is uitgegroeid tot een belangrijke speler op de wereldmarkt met een productiewaarde van € 3,24 miljard in 2022, grotendeels aangedreven door e-bikes en een door pandemie aangewakkerde toename op fietsgebied. De sector erkent zijn potentieel als topsector voor de Nederlandse economie en zoekt steeds meer internationale kansen. Een onderzoek uit 2020 identificeerde de top 10 landen met het hoogste exportpotentieel voor de Nederlandse fietsenmarkt, maar recente wereldwijde verschuivingen, politieke veranderingen en aanpassingen in het personeelsbestand van Nederlandse ambassades hebben het landschap veranderd.

Deze nieuwe studie heeft als doel de lijst met prioriteitslanden voor het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (I&W) en de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) te actualiseren, zodat een geactualiseerde, gerichte aanpak van internationale kennisuitwisseling, handel en economische groei in de Nederlandse fietssector mogelijk wordt. De studie maakt gebruik van een kwantitatieve indicatoranalyse om een set van top 10 en top 20 focuslanden te identificeren (Figuur 1). Door middel van interviews worden meer diepgaande inzichten verzameld over de nuances van hoe het beste kan worden samengewerkt met deze toplanden, waarbij aanbevelingen worden gedaan over hoe de verschillende culturele en zakelijke belemmeringen kunnen worden overwonnen en waar potentiële kansen liggen binnen elk land.

Figuur 1: Top 10 en 20 landen



Door de meest veelbelovende landen voor exportpotentieel te identificeren, biedt dit rapport I&W en RVO gerichte inzichten om de handel te versterken, internationale partnerschappen te bevorderen en de blijvende bijdrage van de Nederlandse fietssector aan de economie te ondersteunen.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	1
1.1 Achtergrond en doel	1
1.2 Overzicht aanpak	3
2. Review vorig onderzoek	4
3. Indicatoranalyse	6
3.1 Doel	6
3.2 Methodologie	6
3.3 Indicatoren	8
3.4 Resultaten	10
4. Interviews	16
4.1 Doel	16
4.2 Methodologie	16
4.3 Resultaten	17
5. Conclusie	28
5.1 Conclusie en discussie	28
5.2 Aanbevelingen	29
Bijlage A: Factsheets	31
Bijlage B: Data bronnen	42
Bijlage C: Gewogen vs. ongewogen resultaten	44
Bijlage D: Interviewgids	46

1. Inleiding

1.1 Achtergrond en doel

In de afgelopen jaren is er wereldwijd een aanzienlijke toename geweest in de belangstelling voor fietsen vanwege de algemeen erkende voordelen voor leefbaarheid, gezondheid, duurzaamheid en economische groei. Landen over de hele wereld omarmen steeds meer de voordelen van fietsen. Nederland heeft een hoog niveau van expertise in fietsen ontwikkeld, van innovatieve infrastructuur en mobiliteitsdiensten tot productie, waardoor de fietssector een belangrijke speler op de wereldmarkt is geworden. Volgens het 2024 rapport over het internationale verdienpotentieel van de Nederlandse fietssector¹ is deze sector klaar om een potentiële topsector binnen de Nederlandse economie te worden, met de capaciteit om raakvlakken te hebben met sectoren als logistiek, energie en gezondheidszorg.

Het rapport *International verdienpotentieel Nederlandse fietsensector* laat zien dat de groei van de Nederlandse fietssector recentelijk is afgevlakt, maar dat de sterke basis nog steeds intact is. In het rapport wordt de fiets onderverdeeld in zes subsectoren: productie; verkoop en onderhoud; verhuur, gedeelde en geleasede fietsen; advies; infrastructuur en bouw; en non-profits. In 2022 bereikte de totale sector een productiewaarde van €3,24 miljard, een stijging van 79 procent ten opzichte van 2015, grotendeels gedreven door de opkomst van e-bikes en een door pandemie geïnduceerde fietstoename. De groei in exportwaarde nam ook aanzienlijk toe, van €1,1 miljard in 2015 tot €2,37 miljard in 2022. Het aantal Nederlandse bedrijven dat actief is in fietsproductie, -verkoop, -verhuur/lease, fietsdelen en -markering is ook toegenomen (13,4 procent) tussen 2015 en 2022, tot een totaal van 3.495 bedrijven.²

Het rapport *Internationale verdienpotentieel van de Nederlandse fietssector* beschrijft hoe fietsen kan worden beschouwd als een ecosysteem, met drie belangrijke fietssystemen die de basis vormen: (1) het utilitaire fietssysteem, (2) de stedelijke logistieke vrachtfiets, en (3) het recreatieve fietssysteem. Als onderdeel van dit bredere ecosysteem benadrukt het rapport ook dat de Nederlandse fietsindustrie niet alleen de productie van fietsen omvat, maar ook uitgebreide stedelijke planning, beleidskaders en duurzaamheidspraktijken, elementen die kunnen worden aangepast en geëxporteerd naar andere markten. Initiatieven zoals de Dutch Cycling Embassy spelen een centrale rol in deze internationalisering, het faciliteren van kennisdeling en het promoten van Nederlandse expertise in fietsinfrastructuur en -beleid wereldwijd.

Nederlandse bedrijven zoeken steeds vaker internationale mogelijkheden om hun bedrijf te laten groeien en hun fietsexpertise te delen. De internationaliseringstrend biedt aanzienlijke kansen voor zowel economische groei als grensoverschrijdende kennisuitwisseling. Het rapport *Internationaal verdienpotentieel van de Nederlandse fietssector* benadrukt dat voortdurende samenwerking tussen Nederlandse bedrijven, onderzoeksinstituten en overheden, in combinatie met een focus op innovatie, duurzaamheid en internationale samenwerking, essentieel is voor Nederland om haar leiderschap in de wereldwijde fietsindustrie te behouden. In het licht van het feit dat fietsen wordt gezien als een potentiële topsector in de Nederlandse economie en de voortdurende trend van internationalisering, voerde het ministerie in 2020 een

¹RVO, *Internationaal verdienpotentieel Nederlandse fietsensector* (juli 2024)

² Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, *Fietsen: aanjager van positieve verandering* (mei 2024)

onderzoek uit waarin het internationale exportpotentieel voor de Nederlandse fietsindustrie werd geëvalueerd. De studie³ concludeerde een top 10 van landen waarop het ministerie zich moet richten voor fietsexportpotentieel.

Sinds de 2020-studie is uitgevoerd, zijn er:

- ontwikkelingen over de hele wereld, waaronder politieke verschuivingen en innovaties, die van invloed zijn geweest op de interesse in fietsen in bepaalde landen, en;
- personeelwisselingen op Nederlandse ambassades, die ook van invloed kunnen zijn geweest op de prioriteit die aan fietsen wordt gegeven.

Daarom is het belangrijk om na te gaan of, en ook hoe, de lijst van toptanden waarop we ons moeten richten de afgelopen vier jaar is verschoven.

Het doel van deze studie is om, met de meest recente beschikbare gegevens, te identificeren welke landen het meeste exportpotentieel hebben voor de Nederlandse fietsenmarkt, zodat het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat haar inspanningen beter kan richten en kennisuitwisseling en meer handel mogelijk kan maken die bijdraagt aan de Nederlandse economie. Door middel van een geactualiseerde analyse identificeert deze studie een opgefriste lijst van landen waarop het ministerie en andere belanghebbenden zich kunnen richten gezien de huidige omstandigheden.

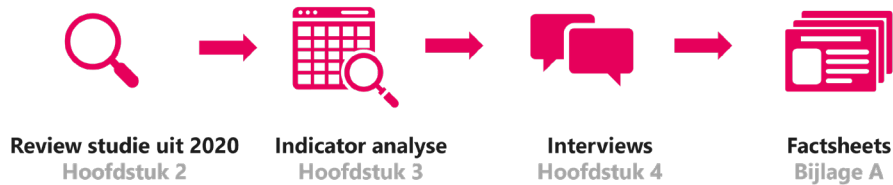


³ Mobycon, *Landen Potentieonderzoek - Internationalisering Fiets* (mei 2020)

1.2 Overzicht aanpak

Het proces voor dit onderzoek is verlopen in vier stappen (Figuur 2). Eerst is een grondige evaluatie van de vorige studie uitgevoerd om een fundamenteel inzicht te krijgen in het bestaande onderzoek en om eventuele hiaten of gebieden voor verder onderzoek te identificeren. Vervolgens is de kwantitatieve analyse bijgewerkt om de meest recente gegevens weer te geven, nieuwe indicatoren op te nemen en een bijgewerkte lijst van de top 10-landen op te stellen. Verdiepende interviews met belangrijke belanghebbenden zijn gehouden om kwalitatieve inzichten te verzamelen die de data-gedreven bevindingen aanvullen. Deze inzichten onderzoeken menselijke en culturele factoren die de internationale samenwerking beïnvloeden en identificeren regio's of steden in de toptanden waar het fietspotentieel bijzonder hoog is en prioriteit zou kunnen krijgen. Belangrijke informatie over de top 10 landen is opgenomen in een reeks factsheets in Bijlage A, één per land uit de resulterende top 10 van de analyse.

Figuur 2: Overzicht aanpak



Elk van deze stappen wordt in meer detail besproken in de volgende hoofdstukken, zodat er een uitgebreid overzicht ontstaat van de aanpak.

2. Review vorig onderzoek

Om te bepalen of een update van het vorige onderzoek⁴ nodig was, is een drie-stappen aanpak gebruikt om aanbevelingen te doen voor het bijwerken en verder verbeteren van het onderzoek dat vier jaar geleden werd uitgebracht (Figuur 3). De drie stappen omvatten: (1) het kritisch lezen en beoordelen van de 2020-studie, (2) het interviewen van belanghebbenden over hun ervaringen met het gebruik van de studie of wensen voor wat er nog meer onderzocht zou kunnen worden in een nieuwe versie, en (3) het gebruik van expert judgement.

Figuur 3: Gebruikte benadering om eerder onderzoek te beoordelen



De herziening begon met een uitgebreide evaluatie van het onderzoek dat in 2020 werd afgerond, waarbij de nadruk lag op een diepgaande beoordeling van de methodologie om zowel sterke punten als potentiële beperkingen te identificeren. Deze evaluatie zorgde voor een duidelijker begrip van de analytische kaders en instrumenten die in het oorspronkelijke onderzoek werden gebruikt.

Tegelijkertijd zijn interviews gehouden met belangrijke stakeholders die actief gebruik hebben gemaakt van de 2020-studie of voor wie de 2020-studie en de update daarvan relevant zouden kunnen zijn. Onder de geïnterviewden bevonden zich contactpersonen van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (I&W), waaronder medewerkers van Directoraat-generaal Mobiliteit (DGMo) en Directoraat-generaal Milieu en Internationaal (DGMI), de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) en de Dutch Cycling Embassy (DCE). Deze gesprekken leverden waardevolle inzichten op in hoe het onderzoek in de praktijk wordt toegepast en welke aspecten van de bevindingen het meest bruikbaar zijn. Stakeholders wezen ook op gebieden waar de studie tekort is geschoten of belangrijke elementen heeft gemist, en gaven suggesties voor wat zou kunnen worden opgenomen in deze huidige update en uitbreiding van de studie.

Volgens de geïnterviewden komen de resultaten van het vorige onderzoek over het algemeen in grote lijnen overeen met de werkelijkheid. De geïnterviewden deelden echter dat sommige ranglijsten van landen niet overeenkomen met de huidige situatie. De belangrijkste conclusies van deze gesprekken waren:

- Sommige landen met veel potentieel (hoog op de top 10 lijst) zijn niet zo ontvankelijk voor alle soorten activiteiten (overheid tot overheid, publieke diplomatie, handel)
- Het politieke klimaat in sommige landen (en daarmee hun belangstelling voor fietsen) is veranderd sinds de 2020-studie
- De fietsmarkten in de meeste landen verschillen per regio/stad

⁴ Mobycon, *Landen Potentieonderzoek – Internationalisering Fiets* (Mei 2020)

Deze feedback speelde een cruciale rol bij het vormgeven van de richting van de bijgewerkte analyse en zorgde ervoor dat deze aansluit bij de huidige behoeften van I&W en RVO.

Over het algemeen heeft de vorige studie een sterke methodologie gebruikt en is het een nuttige referentie om het werk van I&W en RVO in de internationale fietsmarkt te sturen en te prioriteren. Een bijgewerkte studie biedt de mogelijkheid om (1) de gegevens te actualiseren om de huidige situatie weer te geven en (2) de vorige studie te verbeteren door nieuwe indicatoren op te nemen en de resultaten aan te vullen met kwalitatieve gegevens om aanvullende vragen te beantwoorden waarvan relevante belanghebbenden aangaven dat ze nuttig zouden zijn voor hun werk.



3. Indicatoranalyse

Dit hoofdstuk beschrijft waarom en hoe een indicatoranalyse is uitgevoerd en presenteert de resultaten van deze analyse aan de hand van een stapsgewijze uitleg.

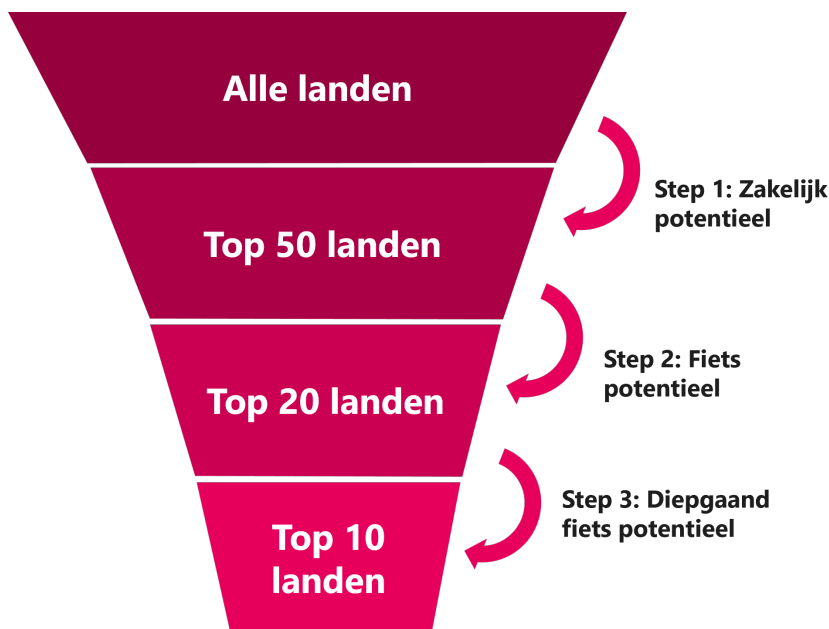
3.1 Doel

Het doel van de indicatoranalyse is om een evaluatie uit te voeren die de top 10 landen identificeert op basis van verschillende sets van indicatoren. Voor deze analyse worden de meest recente beschikbare gegevens gebruikt om ervoor te zorgen dat de gegevens de huidige omstandigheden en trends weerspiegelen. Bovendien breidt de studie de vorige analyse uit door een aantal nieuwe indicatoren op te nemen die trends in de tijd weergeven. Deze analyse zorgt voor een actueel resultaat van de uiteindelijke top 10 van landen die een groot potentieel hebben voor de Nederlandse fietsexportmarkt om zich op te richten.

3.2 Methodologie

Om een focuslijst van landen op te stellen, gebruikt deze studie een trechtermethode (dezelfde methode die in het vorige rapport werd gebruikt). De trechtermethode bestaat uit drie stappen, elk met een reeks indicatoren die worden gecombineerd en gebruikt om landen te rangschikken. Figuur 4 geeft een overzicht van de methode.

Figuur 4: Methodologie Overzicht



Stap 1 omvat een reeks indicatoren die het bedrijfspotentieel evalueren. Alle landen worden in deze stap geëvalueerd en de resulterende top 50-landen gaan door naar stap 2; alle andere landen worden uit de analyse gefilterd. Stap 2 omvat een reeks indicatoren die het fietspotentieel evalueren. De top 50 landen worden in deze stap geëvalueerd door de gemiddelde scores van stap 1 en 2 te combineren en de resulterende top 20 landen gaan door naar stap 3. Ten slotte

bevat stap 3 een reeks meer diepgaande indicatoren die zowel fiets- als bedrijfspotentieel evalueren. De top 20 landen worden in deze stap geëvalueerd door de gemiddelde scores van stap 1, 2 en 3 te combineren. Deze stap resulteert in een uiteindelijke lijst van top 10 landen. De volgende sectie gaat dieper in op de indicatoren die in elke stap zijn opgenomen.

Als laatste stap hebben zijn er gewichten toegepast op bepaalde indicatoren. De toegepaste gewichten zijn bepaald in samenwerking met medewerkers van I&W en RVO die werkzaam zijn binnen de internationale fietssector. Gebaseerd op ervaring en expert judgement, deelden de belangrijkste stakeholders dat fietsspecifieke indicatoren het belangrijkste zijn bij het bepalen van fietsspecifieke relaties tussen landen. Daarom kregen de volgende indicatoren een gewicht van 2, waardoor hun belang in de totale analyse werd verdubbeld:⁵

- diplomatieke vertegenwoordiging van NL met betrekking tot fietsen
- inkomende delegatie naar DCE
- inkomende verzoeken naar DCE
- verandering in verzoeken aan DCE
- fiets omzet

Diepgaande methodologie

Om de set indicatoren te evalueren, wordt een proces toegepast om ze te standaardiseren, waardoor een eerlijkere vergelijking van verschillende soorten gegevens mogelijk wordt. Eerst wordt een functie genaamd "PERCENTRANK" gebruikt voor elke indicator. Deze methode zet de ruwe waarden om in een procentuele rang, die aangeeft waar elke waarde staat ten opzichte van andere waarden in de dataset. Bijvoorbeeld, een score van 90% betekent dat de waarde hoger is dan 90% van de andere datapunten. Deze standaardisatie maakt het eenvoudiger om verschillende indicatoren te combineren, die anders moeilijk direct te vergelijken zouden zijn vanwege uiteenlopende schalen. Door deze procentuele rangen te combineren, wordt een algehele evaluatiescore gegenereerd voor elk item, die de relatieve prestaties over alle indicatoren weerspiegelt. De algehele evaluatiescores voor elke indicator worden vervolgens gemiddeld op stapniveau, zodat elke stap even belangrijk is, ongeacht het aantal opgenomen indicatoren. Deze aanpak zorgt voor consistentie en eerlijkheid in de analyse en vereenvoudigt diverse soorten gegevens tot betekenisvolle resultaten.

⁵ Fiets modal split aandeel is de enige fietsspecifieke indicator die geen gewicht van 2 kreeg. Hoewel deze indicator belangrijk is om mee te nemen in de analyse, is het ook belangrijk om rekening te houden met de beperkingen ervan. Modal split geeft het huidige gebruik aan en hoewel het iets kan zeggen over het potentieel in een bepaalde markt, is het vaak moeilijk om nauwkeurig te meten op landelijk niveau vanwege regionale variatie en problemen met de kwaliteit van de gegevens. Daarom weegt het niet zwaar mee in de totaalscore.

3.3 Indicatoren

Om de reeks indicatoren te bepalen, zijn de indicatoren die in de vorige studie werden gebruikt opnieuw bekeken. Een lijst van andere indicatoren is samengesteld op basis van de behoeften van belanghebbenden en het oordeel van deskundigen, en is de lijst verfijnd op basis van de analysebehoeften en de beschikbaarheid van gegevens.

De lijst met indicatoren uit de vorige studie diende als een solide basis en alle eerder gebruikte indicatoren zijn in deze analyse opgenomen. Sommige aanpassingen van gegevensbronnen waren nodig als gevolg van veranderingen in de beschikbaarheid van gegevens en de onmogelijkheid om toegang te krijgen tot bepaalde bronnen die eerder werden gebruikt. In deze update werd prioriteit gegeven aan openbaar beschikbare gegevensbronnen om de duurzaamheid van toekomstige versies van deze studie te verbeteren.

Er werd ook gekeken naar aanvullende indicatoren die de analyse verder zouden kunnen verfijnen, en uiteindelijk werden er drie toegevoegd: 1) EU vs. niet-EU; 2) veranderingen in de import van Nederland (2015-2023); en 3) veranderingen in verzoeken aan de DCE (2019-2023). De eerste indicator geeft aan dat handel binnen de EU over het algemeen gemakkelijker is dan handel buiten de EU. Terwijl andere indicatoren voor het handelspotentieel rekening houden met de handelsvrijheid, werd de positie van Nederland binnen de EU niet eerder in aanmerking genomen. De laatste twee indicatoren zijn opgenomen om trends vast te leggen en inzicht te geven in waar groeipotentieel bestaat (of niet). Hoewel deze studie een momentopname in de tijd weergeeft, helpt het opnemen van trendgegevens om dynamische veranderingen in context te plaatsen. De mogelijkheid om aanvullende indicatoren op te nemen werd onderzocht, met name indicatoren die specifiek zijn voor fietsen, zoals klimaat, regenval, terrein en de hoeveelheid fietsinfrastructuur. Dergelijke gegevens bleken echter moeilijk weer te geven op landelijke schaal of waren niet direct beschikbaar.

Uiteindelijk omvat de analyse een set van 21 indicatoren die het zakelijk potentieel, het fietspotentieel en meer diepgaande omstandigheden gerelateerd aan het fiets- en zakelijk potentieel weergeven. Tabel 1 geeft een overzicht van de indicatoren. Voor alle indicatoren zijn de meest recente gegevens gebruikt. De gegevensbronnen van elke indicator zijn opgenomen in Bijlage B.

Tabel 1: Lijst van indicatoren

Indicator	Beschrijving
Stap 1: Zakelijk potentieel	
Koopkrachtpariteit (index)	Vergelijkt de levensstandaard en economische productiviteit tussen landen door de kosten van een gemeenschappelijk pakket goederen tussen verschillende landen te vergelijken. Het corrigeert voor verschillen in prijsniveaus en geeft een duidelijker beeld van de reële waarde van geld in verschillende economieën.
Afstand (km)	Geografische afstand tussen Amsterdam en de hoofdstad van dit land.
Corruptie (score)	Deze enquête geeft de gevoelens weer van bedrijfseigenaren over de mate van corruptie die ze ervaren van overheidsfunctionarissen en politici.
Globalisering (index)	De mate van mondiale integratie op alle gebieden (economisch, politiek, cultureel, milieu, communicatie, enz.). Wereldwijde relaties van individuen, bedrijven, instellingen en staten worden gemeten. Indicatoren van economische globalisering: 1) Groei van de wereldhandel; 2) Groei van directe buitenlandse investeringen; 3) Toename van mondiale zakelijke partnerschappen; 4) Toename van mondiale spelers (transnationale groepen); 5) Globalisering van financiële markten; 6) Ongelijke verdeling van mondiale hulpbronnen (als een van de oorzaken van mondiale handel).

Indicator	Beschrijving
Index van economische vrijheid (index)	Beschouwt 12 vrijheden, gegroepeerd in vier brede categorieën (rechtsstaat, omvang van de overheid, efficiëntie van regelgeving en open markten).
Bedrijfsvrijheid (index)	Meet de mate waarin het regelgevings- en infrastructuurklimaat van een land de efficiënte werking van bedrijven belemmert.
Financiële vrijheid (index)	Zowel een indicator van bancaire efficiëntie als een maatstaf voor onafhankelijkheid van overheidscontrole en inmenging in de financiële sector.
Gerechtigde doeltreffendheid (index)	Omvat drie gelijk gewogen subfactoren: onafhankelijkheid van de rechterlijke macht, kwaliteit van de rechtsgang en perceptie van de kwaliteit van de overheidsdiensten en de onafhankelijkheid van het ambtenarenapparaat.
Invoer uit Nederland (€ miljoen)	De waarde van de invoer uit Nederland.
Verandering in de invoer uit Nederland, 2015-2023	De absolute waardegroei van de invoer uit Nederland tussen 2015 en 2023, gecorrigeerd voor inflatie.
EU vs. niet-EU (binair)	Een binaire variabele (1 = land maakt deel uit van de Europese Unie; 0 = land maakt geen deel uit van de Europese Unie).
Menselijke ontwikkeling (index)	Een samenvattende maatstaf voor de gemiddelde prestaties in de belangrijkste dimensies van menselijke ontwikkeling: een lang en gezond leven, goed geïnformeerd zijn en een fatsoenlijke levensstandaard hebben. De HDI werd in het leven geroepen om te benadrukken dat mensen en hun capaciteiten de uiteindelijke criteria moeten zijn om de ontwikkeling van een land te beoordelen, en niet alleen economische groei.
Engelse taalvaardigheid (index)	Rangschikt landen op basis van het gemiddelde niveau van Engelse taalvaardigheid onder volwassenen die de Education First (EF)-test hebben gedaan.
Stap 2: Fietspotentieel	
Diplomatieke vertegenwoordiging van Nederland inzake fietsen (score)	Deze score geeft de diplomatieke betrokkenheid en interesse in de fietssector weer, gebaseerd op een beoordeling van missies uitgevoerd door DCE en het initiatief Missie Duurzaam van het ministerie van Buitenlandse Zaken.
Inkomende delegaties bij DCE, 2019-2023	Aantal studiebezoeken van delegaties georganiseerd door DCE.
Inkomende aanvragen bij DCE, 2019-2023	Aantal verzoeken ontvangen door DCE.
Verandering in verzoeken aan DCE, 2019-2023	De gemiddelde procentuele verandering in verzoeken die DCE per jaar ontvangt (telkens vergeleken met het voorgaande jaar) van 2019 tot 2023.
Stap 3: Diepgaand fietspotentieel	
Fietsomzet (€ duizend)	Geschatte inkomsten uit de fietsmarkt in 2024.
Fietsaandeel (%)	Percentage verplaatsingen per fiets.
Deelname aan internationale klimaatakkoorden (score)	Deze score geeft een beoordeling van de individuele broeikasgasemissiereductiedoelstellingen van landen en of landen op schema liggen om hun verplichtingen na te komen met het huidige geïmplementeerde beleid.
Veiligheid in het verkeer (aantal slachtoffers per hoofd van de bevolking)	Het aantal verkeersdoden per hoofd van de bevolking.

3.4 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de analyse stap voor stap gepresenteerd. Bijlage C bevat een discussie over of en hoe de gewichten de resultaten van de analyse beïnvloeden.

3.4.1 Stap 1: Top 50 Landen

De resultaten van stap 1 bevatten een top 50 van landen waar het zakelijk potentieel het grootst is. Er kan aangenomen worden dat alle top 50-landen plaatsen zijn waar het goed zakendoen is.

De resultaten van de indicatoranalyse werden in samenwerking met I&W en RVO beoordeeld om er zeker van te zijn dat er geen landen met veel fietspotentieel uit de analyse vielen vanwege zakelijk potentieel. Deze beoordeling door deskundigen resulteerde in het toevoegen van zes landen aan deze lijst: Mexico, Thailand, Vietnam, Colombia, India en Oeganda. Deze landen zijn toegevoegd omdat ze interessant zijn voor het ACTIVE-programma en het is interessant om te zien hoe ze het in de rest van de analyse doen in vergelijking met andere landen.

De volledige lijst van landen in volgorde van belangrijkheid is te vinden in Tabel 2.

Tabel 2: Resultaten van stap 1 - top 56 landen

Rang	Land	Rang	Land
1	Denemarken	29	Nieuw-Zeeland
2	Zweden	30	Malta
3	Ierland	31	Israël
4	Duitsland	32	Zuid-Korea
5	Luxemburg	33	Roemenië
6	België	34	Griekenland
7	Finland	35	Bulgarije
8	Oostenrijk	36	Verenigde Arabische Emiraten
9	Zwitserland	37	Hongarije
10	Frankrijk	38	Singapore
11	Tsjechië	39	Japan
12	Noorwegen	40	Chili
13	Spanje	41	Qatar
14	Estland	42	Liechtenstein
15	Portugal	43	Servië
16	Verenigd Koninkrijk	44	Uruguay
17	Canada	45	Costa Rica
18	Litouwen	46	Bahrein
19	Italië	47	Saoedi-Arabië
20	Polen	48	Mauritius
21	Slowakije	49	Georgië
22	Australië	50	Barbados
23	Verenigde Staten	51	Mexico
24	Letland	52	Colombia
25	Slovenië	53	Vietnam
26	Cyprus	54	Thailand

Rang	Land	Rang	Land
27	IJsland	55	India
28	Kroatië	56	Oeganda

Opmerking: Alle landen hoger dan 50 werden aan de lijst toegevoegd op basis van expert judgement.

Alle 27 landen in de EU staan in de top 50. Landen die deel uitmaken van Europese economische allianties maar geen deel uitmaken van de EU, zoals Noorwegen, Zwitserland en het Verenigd Koninkrijk, zijn ook aanwezig en staan relatief hoog op de lijst (in de top 20). Andere opkomende Europese markten, zoals Georgië, staan op de lijst. Ook Canada en de Verenigde Staten zijn aanwezig en staan relatief hoog (respectievelijk 17 en 23). Daarnaast staan er enkele landen in Azië, Oceanië en Latijns-Amerika op de lijst, maar deze landen bevinden zich over het algemeen in de onderste helft van de lijst. In het algemeen zijn de algemene conclusies van deze stap relatief vergelijkbaar met de resultaten van het vorige onderzoek.



3.4.2 Stap 2: Top 20 Landen

De resultaten van stap 2 omvatten de top 20 landen die zowel een hoog zakelijk potentieel als een hoog fietspotentieel hebben. Deze groep landen wordt gepresenteerd in Tabel 3.

Tabel 3: Resultaten van stap 2 - Top 20 Landen

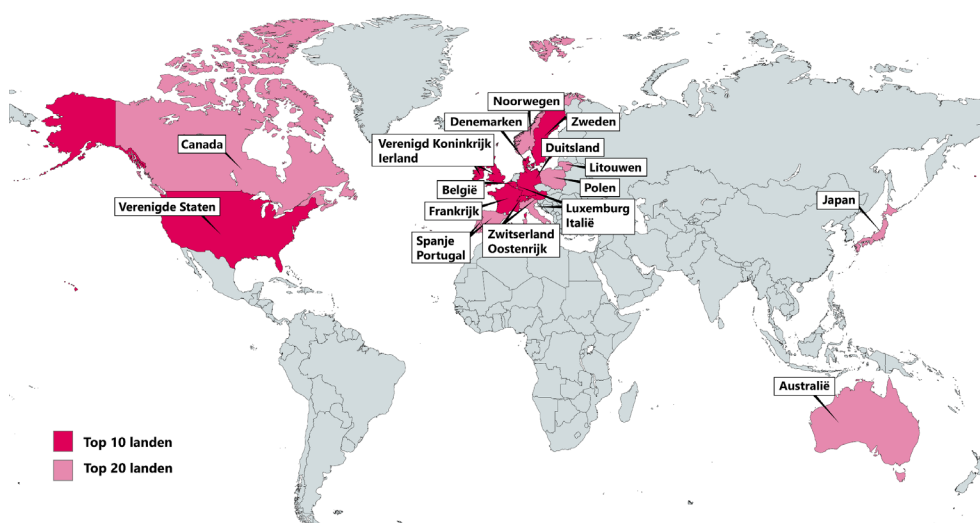
Rang	Land
1	Duitsland
2	Ierland
3	Verenigde Staten
4	Verenigd Koninkrijk
5	België
6	Frankrijk
7	Zwitserland
8	Denemarken
9	Zweden
10	Oostenrijk
11	Italië
12	Canada
13	Noorwegen
14	Japan
15	Spanje
16	Polen
17	Luxemburg
18	Australië
19	Portugal
20	Litouwen

Een meerderheid van de landen in de top 20-lijst is Europees, zowel EU-lidstaten zoals Duitsland, Ierland, België, Frankrijk, Zweden en Oostenrijk (allemaal in de top 10) als niet-EU-landen zoals het Verenigd Koninkrijk en Zwitserland (ook in de top 10). Noord-Amerikaanse landen, waaronder de Verenigde Staten en Canada, die lager op de lijst stonden in stap 1, stijgen verder naar de top wanneer fietsspecifieke indicatoren in stap 2 worden bekeken. Bovendien stijgt de ranglijst van Japan ook aanzienlijk tussen stap 1 en 2.

3.4.3 Stap 3: Landen centraal stellen

Stap 3 prioriteert de top 20 landen van stap 2 op basis van meer diepgaande indicatoren met betrekking tot fietsen en zakelijk potentieel. De resultaten van deze stap omvatten een top 10 en top 20 van focuslanden. Deze focuslanden worden gepresenteerd in Figuur 5. Bijna alle top 10 focuslanden bevinden zich in Europa met één uitzondering, de Verenigde Staten, in Noord-Amerika. Van de landen in Europa liggen er zeven in de EU en de overige twee (Zwitserland en het Verenigd Koninkrijk) buiten de EU.

Figuur 5: Resultaten van stap 3 - Top 10 en 20 landen



Tabel 4 presenteert de top 10 en top 20 focuslanden in volgorde van belangrijkheid. Het is echter belangrijk om te erkennen dat binnen de lijst van focuslanden, elk land verschillende niveaus van potentieel heeft voor verschillende typen activiteiten (overheid tot overheid, publieke diplomatie of handel). Belangrijke inzichten uit de indicatoranalyse over het potentieel van de Nederlandse fietsmarkt in elk van de top 10 landen worden beschreven na de tabel; als een land een top 3 score heeft voor een indicator, is die indicator gemarkeerd als een "sleutelindicator" voor dat land.

Tabel 4: Resultaten van stap 3 - Top 10 en 20 landen

Rang	Land
1	Duitsland
2	België
3	Frankrijk
4	Verenigde Staten
5	Verenigd Koninkrijk
6	Zweden
7	Oostenrijk
8	Denemarken
9	Ierland
10	Zwitserland
11	Noorwegen
12	Italië
13	Japan
14	Canada
15	Spanje
16	Polen
17	Australië
18	Luxemburg
19	Litouwen
20	Portugal

Duitsland: De sterke importactiviteit van Duitsland in combinatie met hoge fietsinkomsten duidt op een gevestigde markt met een groot potentieel voor Nederlandse fietsproducten. Bovendien suggereert de hoge diplomatieke betrokkenheid van Duitsland als het gaat om fietsen en de betrokkenheid bij DCE sterke relaties van overheid tot overheid en publieke diplomatie.

[Sleutelindicatoren: Afstand, EU, Import uit Nederland, Verandering in Import uit Nederland, Diplomatieke Vertegenwoordiging, Inkomende Delegaties en Verzoeken aan DCE, Verandering in Verzoeken aan DCE, en Fietsinkomsten].

België: Met de op één na hoogste waarde van import uit Nederland, is België een belangrijke handelspartner voor Nederland. Het heeft ook een sterke diplomatieke vertegenwoordiging in het fietsen; de lage prestaties met betrekking tot DCE-verzoeken en -delegaties tonen echter beperkte belangstelling voor publieksdiplomatieke inspanningen. *[Sleutelindicatoren: Afstand, Globalisering, Import uit Nederland, Verandering in Import uit Nederland, EU, Diplomatieke Vertegenwoordiging in Wielrennen].*

Frankrijk: De betrokkenheid van Frankrijk door middel van binnenkomende verzoeken aan het DCE, en vooral een grote positieve verandering in verzoeken suggereert een groeiende belangstelling voor Nederlandse fietsexpertise. Relaties met de overheid zouden samenwerking op het gebied van stedelijke fietsinfrastructuur kunnen ondersteunen en handelsinspanningen zouden zich kunnen richten op groeiende fietsmarkten. *[Sleutelindicatoren: EU, verandering in verzoeken in DCE, fietsinkomsten].*

Verenigde Staten: De Verenigde Staten scoren hoog in betrokkenheid bij DCE, fietsinkomsten en diplomatieke vertegenwoordiging. Stedelijke centra met opkomende fietstrends zijn ideale doelwitten voor Nederlandse fietsproducten en kennis. Publieke diplomatie zou het Nederlandse fietsen kunnen promoten als onderdeel van een duurzame levensstijl en als middel om klimaatdoelen te bereiken. *[Sleutelindicatoren: Inkomende delegaties en verzoeken aan DCE, Verandering in verzoeken aan DCE, Diplomatieke vertegenwoordiging, Fietsinkomsten, Engelse taalvaardigheid].*

Verenigd Koninkrijk: Het hoge aantal inkomende delegaties en verzoeken van het Verenigd Koninkrijk bij de DCE suggereert interesse in Nederlandse fietsexpertise. Publieke diplomatie kan de Nederlandse fietscultuur promoten. Post-Brexit overheidsrelaties kunnen zich richten op het ondersteunen van gunstige handelsvoorwaarden specifiek voor fietsproducten. *[Sleutelindicatoren: Financiële Vrijheid, Import uit Nederland, Inkomende delegaties en verzoeken bij DCE, Engelse taalvaardigheid]*

Zweden: Zwedens hoge fietsaandeel en diplomatieke vertegenwoordiging in fietsen tonen potentieel voor publieke diplomatie. Culturele verschillen kunnen echter het succes van publieke diplomatie belemmeren; dit wordt verder onderzocht in de interviews. *[Sleutelindicatoren: Globalisering, Financiële Vrijheid, Diplomatieke Vertegenwoordiging van Fietsen, Fietsaandeel, Verkeersveiligheid].*

Oostenrijk: Hoewel Oostenrijk niet bijzonder sterk scoort op specifieke indicatoren ten opzichte van de top 10-landen, scoort het goed als het gaat om inkomende delegaties bij de DCE en fietsinkomsten. Het lidmaatschap van de EU en gedeelde milieuprioriteiten maken het een stabiele markt voor Nederlandse fietsproducten. *[Sleutelindicatoren: EU].*

Denemarken: Met zijn sterke fietscultuur is Denemarken een natuurlijke partner voor coöperatieve overheidsinitiatieven. De concurrentie tussen deze twee markten kan samenwerking echter belemmeren. Hoge prestaties in sommige indicatoren van zakelijk potentieel tonen aan dat er handelspotentieel is. *[Sleutelindicatoren: Corruptie, Zakelijke Vrijheid, Financiële Vrijheid, EU, Diplomatieke Vertegenwoordiging in Fietsen, Fietsaandeel, Verkeersveiligheid].*

Ierland: Het hoge niveau van economische en zakelijke vrijheid in Ierland creëert een ondersteunende omgeving voor handel en investeringen in fietsproducten, en het EU-lidmaatschap verbetert de toegankelijkheid van de markt en de integratie. Goede beheersing van het Engels vergemakkelijkt naadloze communicatie en samenwerking. Consistente inkomende delegaties naar DCE benadrukken actieve interesse en betrokkenheid in Nederlandse fietsexpertise. *[Sleutelindicatoren: Economische Vrijheid, Zakelijke Vrijheid, EU, Inkomende Delegaties naar DCE, Engelse Vaardigheid].*

Zwitserland: De hoge koopkracht en juridische stabiliteit van Zwitserland maken het een goed doelwit voor Nederlandse fietsproducten. De handel kan zich richten op hoogwaardige kwaliteitsfietsen voor een welvarende markt, terwijl diplomatieke betrokkenheid de zakelijke relaties kan ondersteunen. *[Sleutelindicatoren: Koopkracht, Globalisering, Economische Vrijheid, Financiële Vrijheid, Human Development Index, Rechtmatigheid van Contracten, Diplomatieke Vertegenwoordiging in Fietsen].*

Het potentieel van de top 10 landen wordt verder onderzocht met kwalitatieve informatie via interviews (Hoofdstuk 4: Interviews), en aanbevelingen over aandachtsgebieden voor elk land worden gepresenteerd in Hoofdstuk 5: Conclusie. Belangrijke informatie en aanvullende inzichten over elk topland zijn samengevat in factsheets (Bijlage A).



4. Interviews

Dit hoofdstuk beschrijft waarom en hoe de interviews met de belangrijkste landen zijn gevoerd en vat de belangrijkste bevindingen van deze interviews samen.

4.1 Doel

Er zijn enkele aspecten van het potentieel voor de export van het Nederlandse fietsen die niet in een set kwantitatieve indicatoren zijn te vangen. Tijdens de interviews beschreven in hoofdstuk 2, benadrukten belangrijke stakeholders die gebruik maken van de vorige studie het belang dat menselijke en culturele aspecten een rol spelen bij het bepalen hoe en waarover verschillende landen bereid zijn om samen te werken. Bovendien, terwijl een land als geheel goed kan scoren in termen van potentieel, is het onvermijdelijk dat de bereidheid tot fietsen en Nederlandse samenwerking varieert over grote geografische gebieden.

Met dit in gedachten hebben zijn er interviews gehouden die zich richten op 1) culturele verschillen en hoe deze verschillen te overbruggen, en 2) hoe het potentieel voor fietsen verschilt tussen regio's en steden binnen verschillende landen. Het doel van de interviews is het vastleggen van lokale perspectieven die cruciaal zijn voor het werken in internationale markten. Deze inzichten kunnen I&W helpen hun strategieën aan te passen en de export van de Nederlandse fietsmarkt te verbeteren.

4.2 Methodologie

Een reeks semigestructureerde interviews is gehouden met contactpersonen in acht landen. Deze landen werden geselecteerd op basis van de waarschijnlijkheid dat ze in de top 10 van de indicatoranalyse zouden staan. Hoewel een paar van deze landen niet in de top 10 terecht zijn gekomen, namelijk Noorwegen, Italië en Japan, is ervoor gekozen om deze landen toch te interviewen vanwege hun relatief hoge positie (respectievelijk 11, 12 en 13) en vanwege de interesse in het verschil in cultuur tussen Nederland en deze landen en in het overbruggen van bestaande barrières. Contacten in België en Denemarken zijn benaderd, maar een interview plannen met medewerkers in deze landen was niet mogelijk vanwege beperkte beschikbaarheid binnen de onderzoeksperiode.

De geïnterviewden waren voornamelijk medewerkers van Nederlandse ambassades, geselecteerd op hun kennis en expertise van de Nederlandse buitenlandse betrekkingen (Tabel 5). De kennis van de geïnterviewden over de fietssector varieerde, wat van invloed was op het soort informatie dat we uit elk gesprek konden halen. De meeste interviews werden online afgenomen en duurden elk ongeveer een uur.

De DCE is eveneens geraadpleegd vanwege hun ervaring met samenwerken met veel landen in de fietssector. Zij konden op een hoger niveau inzichten delen over het overbruggen van cultuurverschillen en hoe internationaal te werken in deze sector.

Tabel 5: Contacten voor interview

Land	Organisatie en afdeling
Duitsland	VeloKonzept
Frankrijk	Ambassade van Koninkrijk der Nederlanden in Parijs, Milieu en Transport
Italië	Consulaat-Generaal der Nederlanden in Milaan, Economie en Handel
Japan	Ambassade van Koninkrijk der Nederlanden in Tokio, Handel en Klimaat
Noorwegen	Ambassade van Koninkrijk der Nederlanden in Oslo, zaakgelastigde a.i.
Zweden	Ambassade van Koninkrijk der Nederlanden in Göteborg, Economie en Handel
Verenigd Koninkrijk	Ambassade van Koninkrijk der Nederlanden in Londen, Handelsattaché
Verenigde Staten	Ambassade van Koninkrijk der Nederlanden in Washington DC, Afdeling Infrastructuur en Waterstaat
-	Dutch Cycling Embassy

De semigestructureerde interviewopzet bood ruimte voor flexibiliteit terwijl de focus op belangrijke thema's behouden bleef. Er werd een interviewleidraad ontwikkeld met vragen op maat, aangepast aan het specifieke doel van elk interview (zie Bijlage D). In het algemeen hadden de meeste interviews betrekking op de volgende vijf vragen:

1. Welke culturele verschillen hebben invloed op fietsgerelateerde relaties?
2. Hoe kan Nederland culturele verschillen overbruggen om zijn relaties verder te verbeteren?
3. Waar moet Nederland zijn inspanningen op richten?
4. Welke mogelijkheden zijn er om samen te werken?
5. Wat kan Nederland leren van het andere land?

Opmerking: Niet alle vragen werden in elk gesprek behandeld, vanwege de kennis van de geïnterviewde en/of de beschikbare tijd.

4.3 Resultaten

In de volgende secties worden de belangrijkste punten uit elk interview gepresenteerd, zoals ze betrekking hebben op de vijf vragen in het hoofdstuk Methodologie. Het is belangrijk op te merken dat de bevindingen niet allesomvattend zijn; ze weerspiegelen het perspectief van slechts één geïnterviewde en zijn daarom beperkt tot hun expertise en ervaring.

Hoewel de acht geïnterviewde landen elk hun eigen unieke cultuur en bedrijfspraktijken hebben, kwamen uit deze gesprekken enkele gemeenschappelijke punten naar voren:

- In de meeste landen zijn de processen om fietsbeleid en infrastructuurveranderingen te implementeren veel uitdagender dan in Nederland vanwege verschillende regelgevende en culturele praktijken. Vaak is er vooraf meer werk nodig dan bij de Nederlandse experimenteeraanpak.
- Alle ambassademedewerkers waren het erover eens dat Nederlanders de context (cultureel, politiek, regelgeving) in andere landen moeten proberen te begrijpen en hun aanpak voor samenwerking daarop moeten afstemmen.
- In veel landen is een aanzienlijke investering in tijd en geld nodig om relaties en vertrouwen op te bouwen; deze investering vooraf is nodig om nieuwe markten te betreden en daarna relaties te onderhouden.

- In de meeste landen wordt aanbevolen om de inspanningen op het gebied van overheid-tot-overheid en publieke diplomatie te richten op kleinere/middelgrote steden; grotere steden hebben meestal al genoeg middelen en ondersteuning voor fietsen.
- Veel ambassades werken aan uitgebreide, meerjarige inspanningen om de kansen voor de Nederlandse fietsmarkt in hun land in kaart te brengen.



4.3.1 Frankrijk

Welke culturele verschillen hebben invloed op fietsgerelateerde relaties?

De geïnterviewde deelde de volgende culturele verschillen:

- Fransen geven er de voorkeur aan om eerst een grondig onderzoek uit te voeren en dan aanbevelingen te implementeren; Nederlanders staan er meer voor open om ergens aan te beginnen, te experimenteren en gaandeweg bij te sturen.
- Taal kan een barrière vormen, aangezien Frans essentieel is voor effectieve regionale samenwerking.

Hoe kan Nederland culturele verschillen overbruggen om zijn relaties verder te ontwikkelen?

Ondanks deze verschillen bevorderen gedeelde motivaties en wederzijdse belangen, zoals het werken aan Europese richtlijnen en klimaatadaptatie, de verbondenheid en samenwerking. De geïnterviewde deelde geen verdere informatie of perspectieven over dit onderwerp.

Waar moet Nederland zijn inspanningen op richten?

In Frankrijk is de belangstelling voor fietsen groot in grote steden, zoals Parijs. Deze grote steden hebben echter vaak genoeg middelen om hun eigen oplossingen te ontwikkelen, waarbij ze zich laten inspireren door Nederland en Denemarken. Dit maakt kleinere of middelgrote steden met minder expertise aantrekkelijker voor Nederlandse bedrijven die samenwerking zoeken.

Welke mogelijkheden zijn er om samen te werken?

- *Publieke diplomatie:* Kennisuitwisseling, die helpt om beste praktijken te delen en het publieke bewustzijn over fietsen te vergroten, kan vooral nuttig zijn om de groei van fietsen in kleinere of middelgrote steden te ondersteunen.
- *Handel:* Handelsinspanningen kunnen de groei van het fietsen in Frankrijk ondersteunen, vooral gericht op infrastructuuroplossingen zoals fietsparkeren.

Wat kan Nederland leren van Frankrijk?

Nederland kan leren van Frankrijks effectieve regelgeving voor micromobiliteit, zoals elektrische scooters. Nederland zou ook kunnen leren van de Parijse aanpak om fietsen buiten de stoepen te houden en zo te zorgen voor duidelijkere voetgangersruimtes.

4.3.2 Duitsland

Welke culturele verschillen hebben invloed op fietsgerelateerde relaties?

Een belangrijk praktisch verschil tussen Nederland en Duitsland is dat beleidsverandering in Duitsland strikt in lijn moet zijn met wettelijke parameters, het uitzetten van een visie is niet voldoende. Dit betekent dat leiders binnen de wet moeten werken en het nemen van risico's moeten vermijden. Juridische argumenten - niet bredere rechtvaardigingen zoals klimaat of gezondheid - zijn essentieel voor beleidsveranderingen die het fietsen ondersteunen, zoals het verlagen van snelheidslimieten.

Hoe kan Nederland culturele verschillen overbruggen om zijn relaties verder te ontwikkelen?

De geïnterviewde stelde verschillende verbeteringen voor die de Nederlanders zouden moeten overwegen:

- De Duitse wet- en regelgeving beter begrijpen, en dat de implementatie niet zo eenvoudig is als in Nederland.
- Benader Duitsers met een coöperatieve, luisterende houding in plaats van een verkoopgerichte houding.

- Erken dat er ook aspecten zijn die je van Duitsland kunt leren; dit zal helpen om uitwisselingen op meer gelijkwaardig niveau te bevorderen.
- Deel succesvolle fietsvoorbeelden die passen bij de Duitse context (in plaats van grote fietssteden zoals Utrecht en Groningen te presenteren; in deze gevallen is het algehele systeem niet toepasbaar op de Duitse context, maar bepaalde elementen van het systeem kunnen worden benadrukt als best practices).

Waar moet Nederland zijn inspanningen op richten?

De bestaande Nederlandse strategie is effectief, omdat deze zich al richt op economisch sterke regio's (zoals het westen en zuiden); gezien het grote aantal gemeenten is het beter om te focussen op regionaal niveau dan op gemeenteniveau. Voor een optimale uitbreiding van de markt moet de focus liggen op gebieden met een matig maar groeiend fietspotentieel.

Welke mogelijkheden zijn er om samen te werken?

- *Van overheid tot overheid:* In Duitsland is fietsen een gepolitiseerd onderwerp, waarbij actieve mobiliteit - in het bijzonder fietsen - vaak wordt geassocieerd met links georiënteerde politiek, waardoor het een verdeeld en vluchtig onderwerp is. De geïnterviewde suggereerde dat kennisuitwisseling tussen Nederlandse en Duitse conservatieve politici zou kunnen helpen bij het depolitiseren van fietsen.
- *Handel:* Internationale partnerschappen in de productie zijn al sterk. Bovendien werken Nederlandse adviesbureaus al samen met Duitse instellingen, maar dit zou meer kunnen zijn.

4.3.3 Italië

Welke culturele verschillen hebben invloed op fietsgerelateerde relaties?

Enkele culturele verschillen zijn:

- Italianen hechten waarde aan persoonlijke relaties met professionele partners (versus meer transactionele relaties), wat meer investering in sociale interacties vereist.
- Interacties op de Italiaanse werkvloer zijn doorgaans formeler en hiërarchischer.

Het is echter belangrijk om op te merken dat er binnen Italië zelf ook culturele verschillen zijn, waardoor het lastig is om algemene uitspraken te doen over de Italiaanse werkcultuur.

Hoe kan Nederland culturele verschillen overbruggen om zijn relaties verder te ontwikkelen?

Enkele oplossingen om uitdagingen te overwinnen:

- Aanwezigheid opbouwen in meerdere regio's, te beginnen in het noorden (de economische motor van het land). Dit zal helpen bij het vaststellen van best practices in het noorden, die vervolgens kunnen worden toegepast om te helpen navigeren door het gefragmenteerde landschap van Italië.
- Herken de hiërarchische context en bouw relaties op met contactpersonen op de juiste niveaus om je doel te bereiken.
- Investeer in het opbouwen van persoonlijke relaties buiten formele vergaderingen om.
- De lokale context begrijpen, zoals regionale en culturele verschillen.

Waar moet Nederland zijn inspanningen op richten?

Zoals hierboven vermeld, is het noorden de economische motor van het land. Daarom moeten de inspanningen zich richten op steden in het noorden, zoals Reggio Emilia, Ferrara en Bologna, en als ze succesvol zijn kunnen ze worden uitgebreid naar het zuiden. Steden in het zuiden hebben

echter te maken met uitdagingen voor fietsen vanwege beperkte ruimte, een warmer klimaat en heuvelachtig terrein.

Welke mogelijkheden zijn er om samen te werken?

- *Publieke diplomatie*: Doorgaan met initiatieven op het gebied van publieke diplomatie die al bijdragen aan bewustwording, zoals samenwerking met DCE en vertoningen van *Together We Cycle*.
- *Handel*: uitbreiden van de Nederlandse B2C-aanwezigheid in het Noorden, waar de inkomens hoger zijn (Gazelle heeft deze markt al betreden). Raadplegen van Sustainable Urban Mobility Plans (SUMP's), die lokale overheden moeten invullen.

Wat kan Nederland leren van Italië?

Italië produceert meer fietsen dan Nederland, wat waardevolle inzichten biedt in de industriële en productiekant van de fietssector. Nederland is om deze reden al een belangrijke exportpartner voor Italië; het zou ook kunnen profiteren van de expertise van Italië op het gebied van grootschalige productie om zijn eigen fietsfabricagecapaciteiten te verbeteren.

4.3.4 Japan

Welke culturele verschillen hebben invloed op fietsgerelateerde relaties?

Enkele verschillen zijn:

- Taalbarrière beperkt uitwisseling.
- Het opbouwen van relaties kost veel tijd en investeringen.
- De detailgerichte aanpak van Japan staat in contrast met de Nederlandse voorkeur voor visiegedreven, adaptieve strategieën; in Japan zorgt uitgebreide planning vooraf voor een soepele implementatie.
- Belanghebbenden in Japan, zoals lokale overheden en de politie, hebben veel invloed en kunnen moeilijk te overtuigen zijn, waardoor projecten zoals fietsinspanningen mogelijk worden belemmerd.

Hoe kan Nederland culturele verschillen overbruggen om zijn relaties verder te verbeteren?

Om verschillen in samenwerking met Japan te overbruggen, kan Nederland overwegen:

- Identificeer gedeelde doelen, erken verschillende benaderingen en vind een gemeenschappelijke basis voor open discussies.
- Vertrouwen opbouwen, wat een investering in tijd, middelen en consistente betrokkenheid vereist. Door meerdere bezoeken af te leggen, vragen grondig te beantwoorden en betrokkenheid te tonen, kunnen buitenlandse bedrijven sterke relaties opbouwen en culturele barrières effectief overwinnen.

Waar moet Nederland zijn inspanningen op richten?

Hoewel het fietsbezit hoog is, is infrastructuur zoals speciale fietspaden en fietsspecifieke parkeergelegenheid schaars. Verschillende steden en regio's in Japan proberen zich actief te positioneren als fietsvriendelijke bestemmingen. Met name het gebied net ten noorden van Tokio en Kyoto zijn belangrijke aandachtsgebieden. Kyoto in het bijzonder moedigt fietsen aan om overtoerisme tegen te gaan en de toegankelijkheid te verbeteren, omdat het openbaar vervoer momenteel overvol is.

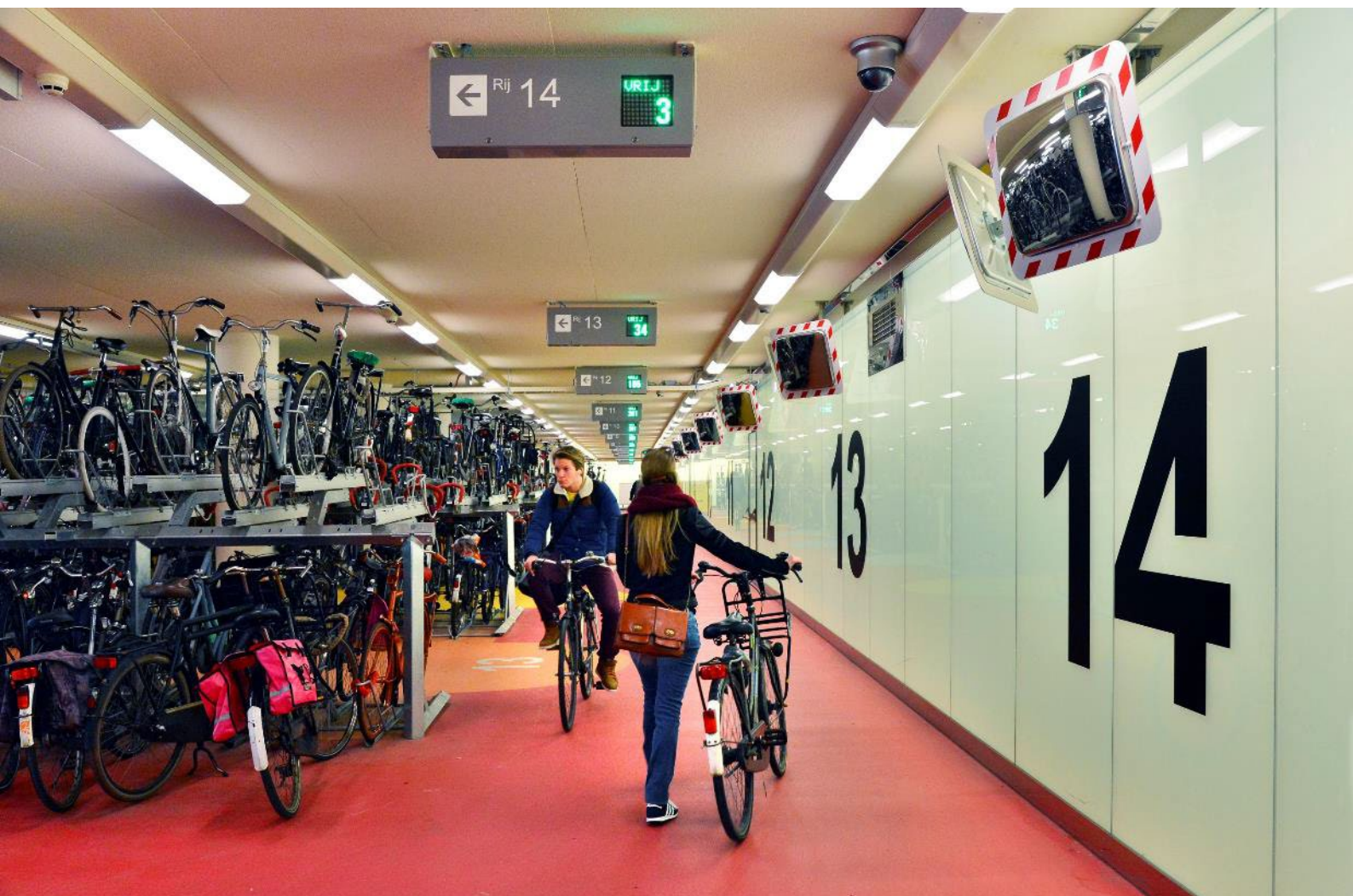
Welke mogelijkheden zijn er om samen te werken?

- *Overheid tot overheid:* Het ministerie van Land, Infrastructuur, Transport en Toerisme (MLIT) wil begrijpen hoe fietsen kan worden geïntegreerd in de bestaande infrastructuur om zowel de mobiliteit als de gezondheid te bevorderen. Bovendien zijn ze geïnteresseerd in de Nederlandse aanpak van de budgettoewijzing voor fietsen op lokaal en nationaal niveau.

Het DCE voerde in 2022 een verkennende missie uit in Japan, waarbij meer specifieke kansen werden geïdentificeerd.

Wat kan Nederland leren van Japan?

Nederland zou kunnen leren van een aantal Japanse innovaties en ontwerpen op het gebied van fietsen. Japanse fietsontwerpen leggen bijvoorbeeld sterk de nadruk op veiligheid, met functies als geïntegreerde kinderzitjes, mandjes en compacte frames. Bovendien innoveren Japanse merken zoals Shimano met nieuwe technologieën, zoals AI-geïntegreerde versnellingen.



4.3.5 Noorwegen

Welke culturele verschillen hebben invloed op fietsgerelateerde relaties?

Hoewel Noorse en Nederlandse mensen vergelijkbare werkstijlen hebben, zijn er ook enkele verschillen:

- Beide culturen hechten waarde aan open communicatie, maar Nederlanders zijn directer in hun interacties.
- Noren geven voorrang aan het opbouwen van relaties, wat tijd kan kosten.
- Noren hebben liever een duidelijke vergaderagenda dan informele vergaderingen zonder duidelijke agenda.
- Noren waarderen punctualiteit en een gestructureerde aanpak van zaken doen.

Over het algemeen is het echter relatief gemakkelijk om zaken te doen. Taalbarrières hebben een minimale invloed op de samenwerking, omdat zowel Nederlanders als Noorse mensen de Engelse taal goed beheersen.

Hoe kan Nederland culturele verschillen overwinnen om zijn relaties verder te ontwikkelen?

De geïnterviewde deelde geen substantiële informatie of perspectieven over dit onderwerp.

Waar moet Nederland zijn inspanningen op richten?

De nationale overheid erkent via het Ministerie van Milieu het belang van fietsen en openbaar vervoer. Op gemeentelijk niveau zijn er aanmoedigingscampagnes om fietsen, lopen en het nemen van het openbaar vervoer naar het werk actief te promoten. De winterse omstandigheden en het bergachtige terrein van het land vormen echter een uitdaging voor fietsen, omdat er in die omstandigheden speciale uitrusting nodig is, zoals spikes en sterke banden; als gevolg daarvan is fietsen (vooral in de minder stedelijke gebieden) meer een seizoensgebonden vorm van actief vervoer. Daarom moeten Nederlandse inspanningen zich richten op stedelijke gebieden.

Welke mogelijkheden zijn er om samen te werken?

In het algemeen wendt Noorwegen zich meer tot Denemarken voor fietsgerelateerde uitwisseling, omdat het ook wordt gezien als een topfietsland en de culturele barrières nog minder aanwezig zijn in vergelijking met de samenwerking met Nederland. Echter, een gebied waarvan Noorwegen heeft aangegeven dat het er graag in wil investeren zijn fietssnelwegen, vergelijkbaar met de Nederlandse 'doorfietsroutes'; dit zou een specifiek onderwerp voor kennisuitwisseling kunnen zijn.

Wat kan Nederland leren van Noorwegen?

Nederland zou kunnen leren van de Noorse aanpak van fietsveiligheid en zichtbaarheid, met name het gebruik van helmen en kledingreflectoren is in Noorwegen veel normaler.

4.3.6 Zweden

Welke culturele verschillen hebben invloed op fietsgerelateerde relaties?

Zweden en Nederland hebben veel gemeenschappelijke waarden op het gebied van leven en werken, maar genuanceerde culturele verschillen kunnen samenwerking tot een uitdaging maken. Enkele verschillen zijn:

- Zweden zijn collectief, bescheiden en conflictvermijdend en leggen de nadruk op een op vertrouwen gebaseerde, geduldige benadering die loyaliteit op lange termijn opbouwt (in tegenstelling tot Nederlanders die relatief individualistisch en direct zijn).
- Zweden geven de voorkeur aan gedetailleerde strategieontwikkeling vooraf (in tegenstelling tot Nederlanders die vaak experimenteren met proefprojecten).

- Zweden zijn regelgericht en grondig (Nederlanders zijn flexibel met regels).

Over het algemeen vergen de processen voor het opbouwen van relaties en samenwerken in Zweden meer investeringen (tijd en geld) dan Nederlanders gewend zijn en wellicht kunnen/willen doen. Bovendien is het praktisch gezien ook complex om de Zweedse markt te betreden, omdat gemeenten strikte aanbestedingsprocedures hebben, wat een uitdaging vormt voor buitenlandse leveranciers.

Hoe kan Nederland culturele verschillen overwinnen om zijn relaties verder te ontwikkelen?

Over het algemeen vergt het succesvol betreden van de Zweedse markt een aanzienlijke investering in tijd en middelen om lokale kennis, netwerken en partnerschappen op te bouwen.

Enkele oplossingen om deze uitdagingen te overwinnen:

- Geef prioriteit aan het opbouwen van vertrouwen door te luisteren en de Zweedse context te begrijpen in plaats van vooraf Nederlandse oplossingen op te dringen.
- Het is essentieel om samen te werken met lokale Zweedse experts, vooral om aanbestedingsprocessen in goede banen te leiden.
- Ga bij aanbestedingsprocessen in een vroeg stadium in gesprek met gemeenten om hen te helpen de waarde van Nederlandse oplossingen te begrijpen; zo kunnen ze hun aanbesteding waar mogelijk afstemmen op het aanbod van leveranciers.
- Focus op specifieke steden in plaats van een brede aanpak op hoog niveau.

Waar moet Nederland zijn inspanningen op richten?

De geïnterviewden deelden geen specifieke aandachtsgebieden, maar lieten wel meer licht schijnen op hoe de verschillende overheidsniveaus opereren binnen de regelgevende kaders voor fietsen. In Zweden wordt fietsen steeds meer gestimuleerd om te voldoen aan nieuwe CO₂-reductiedoelstellingen en doelstellingen op het gebied van gezondheid en welzijn. De grote omvang van het land, de lange afstanden en de sterke autolobby zorgen echter voor uitdagingen en de auto blijft voor velen onmisbaar. Op nationaal niveau houdt de wegbeheerder toezicht op een nationale fietsstrategie, maar heeft geen praktische invloed op de lokale infrastructuur. Gemeenten zijn verantwoordelijk voor hun wegen, wat leidt tot verschillende fietsinfrastructuurnormen in de steden.

Welke mogelijkheden zijn er om samen te werken?

In de zomer van 2023 hield de DCE een fact finding missie in Zweden. Op dit moment wordt de laatste hand gelegd aan een rapport waarin de belangrijkste bevindingen van deze missie en mogelijke kansen worden samengevat.

Wat kan Nederland leren van Zweden?

Hoewel niet specifiek fietsgerelateerd, kan Nederland leren van het Zweedse ontwerp van openbaar vervoer dat geschikt is voor alle gebruikers, inclusief gehandicapten en ouders met kinderen.

4.3.7 Verenigd Koninkrijk

Welke culturele verschillen hebben invloed op fietsgerelateerde relaties?

Het Verenigd Koninkrijk en Nederland hebben, ondanks culturele verschillen, een sterke handelsrelatie en begrijpen over het algemeen elkaars handelspraktijken. Een belangrijk verschil is de communicatiestijl: waar Nederlanders directer zijn, vermijden Britten vaak om expliciet "nee" te zeggen, wat soms tot misverstanden kan leiden.

Hoe kan Nederland culturele verschillen overwinnen om zijn relaties verder te ontwikkelen?
De geïnterviewde deelde geen substantiële informatie of perspectieven over dit onderwerp.

Waar moet Nederland zijn inspanningen op richten?

Sinds de laatste twee decennia is er een opmerkelijk verschil in de voortgang van de fietsinfrastructuur in Londen, en daarom zijn Nederlandse inzichten misschien niet meer nodig. Plaatsen die mogelijk meer geïnteresseerd zijn, zijn gebieden waar de vooruitgang beperkt was, zoals Wales en Schotland. De Nederlandse ambassade voert de komende maanden een tour uit om concreter in kaart te brengen waar kansen liggen voor de Nederlandse fietsmarkt.

Welke mogelijkheden zijn er om samen te werken?

- *Overheid tot overheid:* Het VK kan leren van de Nederlandse aanpak voor geïntegreerde langetermijnplanning. Door onderfinanciering en een gebrek aan langetermijnvisie en -planning heeft het Verenigd Koninkrijk jarenlang geworsteld met onvoldoende investeringen in fietsinfrastructuur. Nederland integreert fietsen in de bredere financiering van vervoer. Deze integrale aanpak zou als model kunnen dienen voor het Verenigd Koninkrijk.

Wat kan Nederland leren van het Verenigd Koninkrijk?

Er is weinig inzicht te verkrijgen uit het fietsen in het Verenigd Koninkrijk. Nederland zou echter kunnen leren van de focus van het VK op lopen en initiatieven om voetgangersactiviteiten te ondersteunen.

4.3.8 Verenigde Staten

Welke culturele verschillen hebben invloed op fietsgerelateerde relaties?

Hoewel sommige Amerikaanse steden een op Nederland geïnspireerde infrastructuur hebben overgenomen, nemen Nederlandse bedrijven vaak niet deel aan deze initiatieven. Samenwerking tussen Nederland en de VS in de fietssector heeft te maken met verschillende culturele en structurele uitdagingen:

- Hoewel er vraag is naar Nederlandse expertise, kan het moeilijk zijn om de juiste manieren te vinden voor betrokkenheid, vooral vanwege complexe financieringsstructuren met federale fondsen, die het inhuren van buitenlandse bedrijven voor projecten bemoeilijken.
- Het gebrek aan diversiteit onder Nederlandse consultants kan hun effectiviteit belemmeren omdat Amerikaanse bedrijven meer diverse teams zoeken.
- Nederlandse directheid kan soms overkomen als onbeleefdheid en een gebrek aan professionaliteit kan contracten in gevaar brengen.
- Amerikaanse bedrijven blinken uit in beknopt pitchen en zelfpromotie, en geven in het begin vaak de voorkeur aan zakelijke discussies boven sociale betrokkenheid.
- Door de uitgestrektheid van de VS zijn er zelfs binnen het land aanzienlijke culturele verschillen, waardoor een dieper bewustzijn van deze verschillen nodig is, met name in processen die te maken hebben met financiën en contracten.

Hoe kan Nederland culturele verschillen overwinnen om zijn relaties verder te ontwikkelen?

Enkele oplossingen zijn:

- Toon een duidelijk begrip van het publiek - erken de verschillen tussen staten en tussen de V.S. en het V.K. Haal bijvoorbeeld Brits Engels en Amerikaans Engels niet door elkaar.

- Politieke steun op zowel staats- als gemeentelijk niveau is essentieel voor effectieve samenwerking. Het organiseren van intergouvernementele evenementen en studiebezoeken kan deze relaties opbouwen.
- De Amerikaanse financiële en contracteringsprocessen begrijpen.

Waar moet Nederland zijn inspanningen op richten?

Kleinere steden (10-50k inwoners) bieden misschien wel de meest veelbelovende mogelijkheden voor internationale samenwerking. Kleinere steden hebben een toegankelijker leiderschap en flexibelere financieringsmogelijkheden in vergelijking met grote stedelijke gebieden, die vaak politiek en financieel complex zijn. Extra aandacht kan gegeven worden bij grote evenementen, zoals de Olympische Spelen in Los Angeles.

Welke mogelijkheden zijn er om samen te werken?

Hoewel de Nederlandse Cycling Embassy de afgelopen 15 jaar sterk aanwezig is geweest in de VS, is er een uitdaging geweest in de overgang van publieke diplomatie naar economische betrokkenheid. Nederlandse bedrijven hebben verschillende mogelijkheden om hun aanwezigheid op de Amerikaanse markt uit te breiden, met name door middel van consulting; succes in consulting is echter waarschijnlijker voor bedrijven die een Amerikaans kantoor hebben en lokale vertegenwoordigers hebben om contracten binnen te halen.

De Nederlandse ambassade werkt momenteel aan een beoordeling om te begrijpen welke soorten kansen er in de VS zijn en waarom. Deze meerjarige inspanning zal resulteren in meer concrete suggesties.

4.3.9 Dutch Cycling Embassy

Het interview met de DCE volgde een andere opzet gezien hun expertise en ervaring. In het bijzonder wilden we 1) hun inzichten begrijpen over of de lijst van focuslanden overeenkomt met wat zij zouden verwachten gezien hun ervaring in publieke diplomatie in deze ruimte, en 2) tactieken om culturele barrières in de focuslanden te overwinnen.

Inzichten in focuslanden

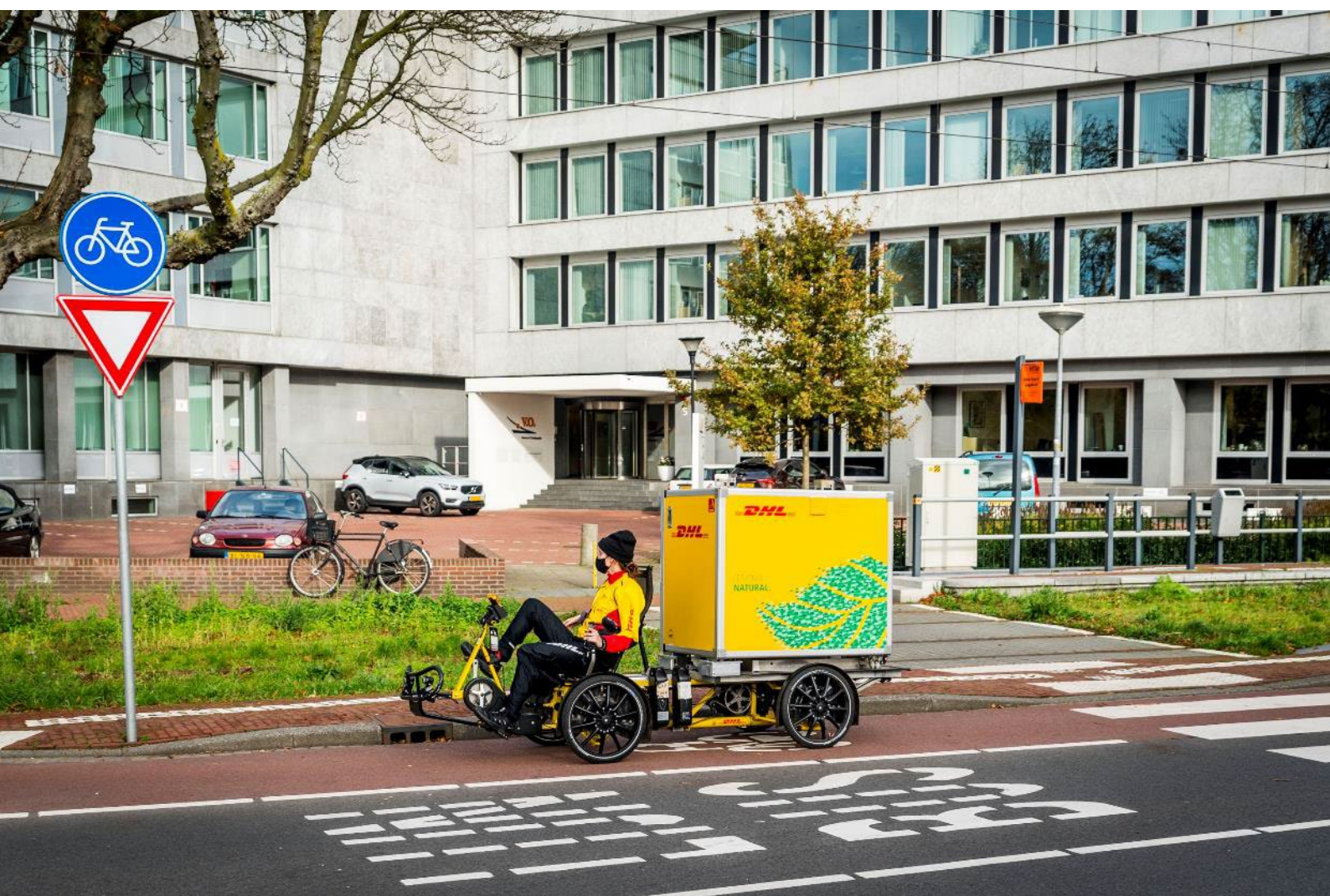
In het algemeen deelde de DCE-medewerker mee dat de lijst van focuslanden overeenkomt met wat zij zouden verwachten. Uit hun ervaring blijkt dat landen als Oostenrijk, Duitsland, Ierland, Zwitserland, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten zeer betrokken zijn bij kennisuitwisseling over fietsen en ze hebben recentelijk toenemende belangstelling van Zweden gezien. Landen als België en Denemarken zijn veel verder in hun fietsontwikkeling en doen daarom meestal niet zoveel aan kennisuitwisseling met de DCE; het is echter logisch dat ze hoog op de lijst staan gezien hun sterke fietsmarkten.

De DCE-medewerker benadrukte ook dat Polen niet op de focuslijst staat, hoewel het de laatste tijd behoorlijk actief is. In Polen zijn er politici die een sterke interesse in fietsen hebben en dit heeft een dorst naar kennisuitwisseling gecreëerd. Deze gevallen laten zien hoe betrokkenheid in de fietssector vaak afhangt van de politiek en de betrokken individuen, en hoe daarom betrokkenheid in deze ruimte vluchtig kan zijn en vrij snel kan veranderen.

Tactieken om culturele barrières te overwinnen

In het algemeen treedt de DCE op als tussenpersoon tussen Nederlandse bedrijven en agentschappen en het buitenland. Op basis van deze ervaring hebben ze de volgende suggesties gedaan om de uitwisseling tussen landen vlotter te laten verlopen:

- Blijf nederig en sta open om te leren over en van het andere land.
- Geef praktische voorbeelden en haalbare strategieën, afgestemd op de context van het andere land; vaak hebben andere landen geen relatie met grootschalige fietsoplossingen zoals die in grote steden als Utrecht en Amsterdam.
- Probeer de context in andere landen te begrijpen; processen om fietsoplossingen te implementeren zijn in andere landen vaak uitdagender dan in Nederland.
- Maak contact met de juiste mensen gezien de context/processen in een bepaald land; de aanspreekpunten kunnen anders zijn dan de gebruikelijke aanspreekpunten in Nederland.

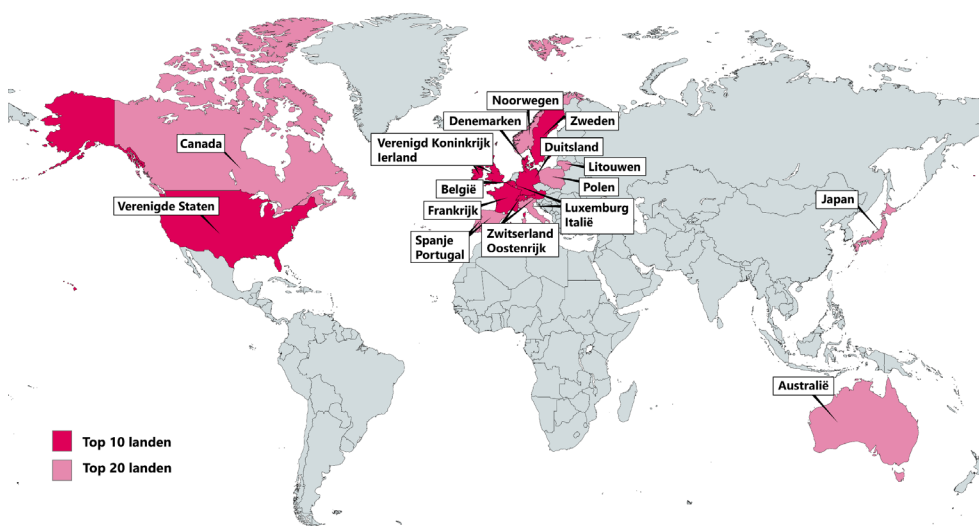


5. Conclusie

5.1 Conclusie en discussie

Concluderend identificeert deze geactualiseerde analyse de zich ontwikkelende kansen voor de Nederlandse fietssector in belangrijke internationale markten. De indicatoranalyse biedt een basis voor het identificeren van de meest veelbelovende landen voor het exporteren van Nederlandse fietskennis, -producten en -diensten. Figuur 6 geeft een overzicht van de top 10 en top 20 landen. De ranglijsten zijn niet opgenomen op deze kaart, aangezien de prioriteit van elk land kan variëren afhankelijk van het type activiteit dat van belang is.

Figuur 6: Top 10 en 20 landen



Op basis van een combinatie van de indicatoranalyse en de input die via interviews is gedeeld, is het mogelijk om enig inzicht te krijgen in welke soorten activiteiten het belangrijkst zijn in elk focusland. Figuur 7 geeft een overzicht van het belang van elk van deze activiteitstypes in elk top 10 focusland. De beschouwde activiteitstypes zijn: overheid-tot-overheid, publieke diplomatie of handel. Deze activiteitstypes werden gekozen op basis van de relevante stakeholders voor dit onderzoek. RVO zou zich bijvoorbeeld kunnen richten op handelsbevordering, terwijl I&W zich zou kunnen concentreren op de relaties van overheid tot overheid om te pleiten voor fietsbeleid en infrastructuur, en DCE prioriteit zou kunnen geven aan publieke diplomatie en initiatieven voor kennisdeling.

Figuur 7: Belang van activiteiten van overheid tot overheid, publieke diplomatie en handel in de focuslanden

	 Overheid tot overheid	 Publieke diplomatie	 Handel
Focusland			
(1) Duitsland	Hoog	Hoog	Hoog
(2) België	Medium	Laag	Hoog
(3) Frankrijk	Hoog	Hoog	Medium
(4) Verenigde Staten	Hoog	Hoog	Medium
(5) Verenigd Koninkrijk	Hoog	Hoog	Medium
(6) Zweden	Laag	Laag	Hoog
(7) Oostenrijk	Laag	Medium	Hoog
(8) Denemarken	Laag	Laag	Hoog
(9) Ierland	Hoog	Hoog	Medium
(10) Zwitserland	Medium	Medium	Medium

5.2 Aanbevelingen

Op basis van de bevindingen uit dit onderzoek kunnen de volgende aanbevelingen worden gebruikt om richting te geven aan de activiteiten van I&W en RVO bij het internationaal exporteren van de Nederlandse fietsmarkt.

Geef flexibel prioriteit aan markten met een hoog potentieel: Gebruik de top 10 en top 20 landenlijsten als basis voor de toewijzing van middelen, maar blijf flexibel. Aangezien de fietssector dynamisch is en beïnvloed wordt door factoren zoals politieke verschuivingen en personeelwisselingen op ambassades, zal een regelmatige herziening van de focuslanden ervoor zorgen dat de strategie relevant blijft en inspeelt op veranderende omstandigheden. Bovendien, aangezien de doelen van verschillende organisaties verschillen, pas prioritaire landen en strategieën aan op basis van het potentieel voor verschillende soorten activiteiten.

Hanteer een mentaliteit van samenwerking en open uitwisseling: Let er bij het promoten van de Nederlandse fietsexpertise op dat men deelneemt aan echte kennisuitwisseling in plaats van alleen de Nederlandse prestaties te laten zien. Erken de unieke uitdagingen van andere landen, luister naar lokale zorgen en bied praktische, contextgevoelige oplossingen die passen bij de specifieke regelgeving, cultuur en infrastructuur van elk land.

Investeer in het opbouwen van relaties en langdurige betrokkenheid: Op veel markten zijn aanzienlijke investeringen in tijd en middelen essentieel om vertrouwen en geloofwaardigheid op te bouwen. Langdurige relaties zullen duurzame toegang tot de markt ondersteunen en sterkere internationale partnerschappen bevorderen.

Focus op kleinere en middelgrote steden voor publieke diplomatieke inspanningen: Grotere steden in doellanden hebben vaak al middelen en ondersteuning voor fietsinfrastructuur, terwijl

kleinere en middelgrote steden meer hulp nodig kunnen hebben. Het richten van de inspanningen van overheid tot overheid en publieke diplomatie op deze kleinere markten kan de impact maximaliseren door hen te helpen fietscapaciteit op te bouwen vanaf de basis, wat mogelijk leidt tot bredere nationale adoptie in de toekomst.

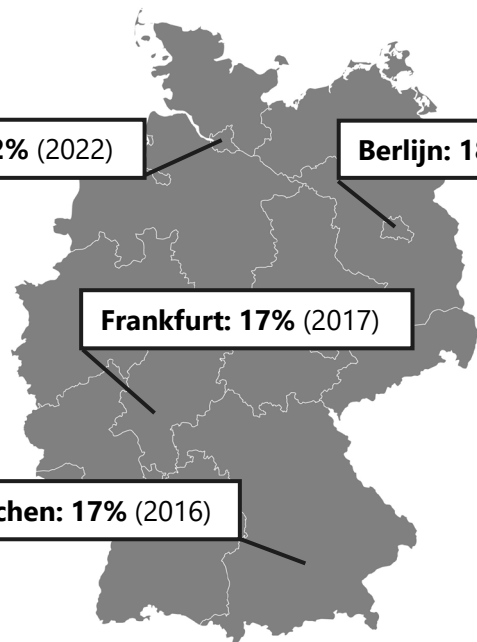
Voortdurend monitoren en aanpassen aan het politieke landschap: Het groeipotentieel in de fietssector wordt sterk beïnvloed door politieke veranderingen, zowel in Nederland als daarbuiten. Ontwikkel een systeem voor het regelmatig bijstellen van strategieën op basis van politieke ontwikkelingen, waaronder verschuivingen in ambassadepersoneel en veranderingen in lokale overheidsprioriteiten, om het momentum in de meest veelbelovende markten te behouden.

Over het geheel genomen zullen deze aanbevelingen I&W en RVO in staat stellen om effectief middelen in te zetten en zinvolle samenwerkingsverbanden op te bouwen om de Nederlandse fietsmarkt op wereldwijde schaal te promoten.



Bijlage A: Factsheets

DUITSLAND



Sociaal-economische indicatoren:

Bevolking (mln.): 84,5

Oppervlakte (1.000 km²): 357,6

BNP/hoofd (\$): 53.967

Bevolkingsdichtheid (p/km²): 243

Economische vrijheid (wereldwijde positie): #18

Praktisch:

Taal: De hoofdtal is Duits.

Afstand tot Nederland (km): 350



Focusactiviteiten

*Belang van activiteiten:
laag, gemiddeld of hoog*

Overheid tot overheid



Publieke diplomatie



Handel



De sterke importactiviteit van Duitsland in combinatie met hoge Fiets omzet duidt op een gevestigde markt met een hoog potentieel voor Nederlandse fietsproducten. Bovendien suggereert de hoge diplomatieke betrokkenheid met betrekking tot fietsen en de betrokkenheid bij de Dutch Cycling Embassy sterke relaties van overheid tot overheid en publieke diplomatie.



Fiets omzet

(€1.000/jaar): 7610



Verkeersveiligheid

Verkeersdoden per 100.000 inwoners: 3,3



Nationaal en regionaal fietsbeleid

Duitsland's *Nationale Fietsplan 3.0*, gelanceerd in 2021, streeft naar een verdubbeling van het aantal fietskilometers in 2030 ten opzichte van 2017, met aanzienlijk meer en langere ritten. De belangrijkste aandachtsgebieden in dit plan zijn infrastructuur, veiligheid en toegankelijkheid, innovatie en promotie.



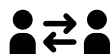
Belangenbehartiging

ADFC is de grootste en meest invloedrijke fietsorganisatie in Duitsland, met meer dan 200.000 leden. Er zijn ook lokale belangengroepen die fietstochten organiseren, fietsworkshops aanbieden en pleiten voor maatregelen van de lokale overheid op het gebied van fietsinfrastructuur.



Klimaatdoelen

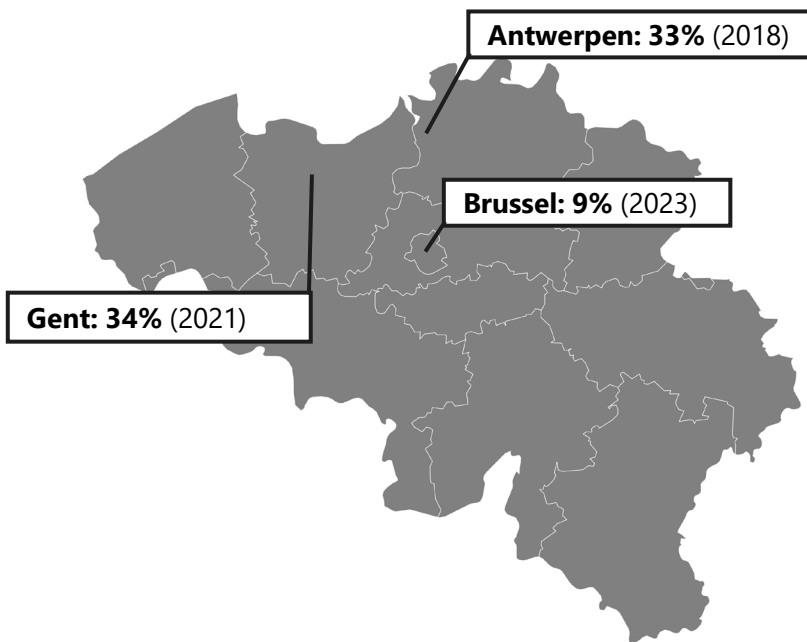
De Duitse doelstellingen voor het terugdringen van broeikasgassen zijn vastgelegd in de federale klimaatbeschermingswet van 2024. Hierin worden bindende doelen gesteld voor de reductie van broeikasgasemissies ten opzichte van 1990, met een reductie van 65% in 2030, 88% in 2040 en klimaatneutraliteit in 2045.



Culturele verschillen overbruggen

Veranderingen in Duitsland moeten strikt in overeenstemming zijn met wettelijke parameters, wat handig is om in gedachten te houden bij het aanbevelen van nieuw fietsbeleid en visies. Duitse gemeenten benaderen met een coöperatieve, luistergerichte houding - in plaats van een verkoopgerichte - leidt tot meer respectvolle uitwisselingen op gelijkwaardig niveau.

BELGIË



Sociaal-economische indicatoren:

Bevolking (mln.): 11,8

Oppervlakte (1.000 km²): 30,7

BNP/hoofd (\$): 54.542

Bevolkingsdichtheid (p/km²): 388

Economische vrijheid (wereldwijde positie): 46

Praktisch:

Taal: Nederlands, Frans en Duits zijn officiële talen; ze worden resp. gesproken in Vlaanderen, Wallonië en in een kleine oostelijke regio.

Afstand tot Nederland (km): 190



Focusactiviteiten

*Belang van activiteiten:
laag, gemiddeld of hoog*

Overheid tot overheid



Publieke diplomatie



Handel



Met de op een na hoogste waarde van de import uit Nederland, is België een belangrijke handelspartner voor Nederland. Het heeft ook een sterke diplomatieke vertegenwoordiging in de wielersport; het relatief lagere aantal verzoeken aan de Dutch Cycling Embassy en delegaties toont echter minder interesse in inspanningen van overheid tot overheid.



Fiets omzet

(€1.000/jaar): 1560



Verkeersveiligheid

Verkeersdoden per 100.000 inwoners: 4,6



Nationaal en regionaal fietsbeleid

In 2021 werd het allereerste Belgische fietsactieplan op federaal niveau goedgekeurd. Het overkoepelende doel is om meer fietsverplaatsingen mogelijk te maken. De regering verbindt zich ertoe een ambitieuze modal shift te realiseren om de uitstoot van broeikasgassen tegen 2030 met 55% te verminderen.



Belangenbehartiging

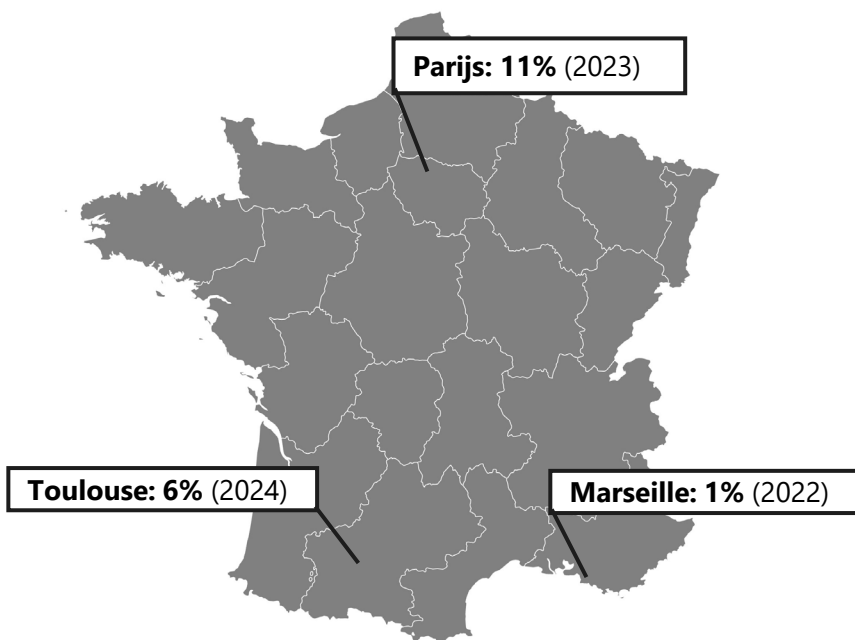
België heeft een sterk netwerk van belangengroepen voor fietsers die zowel op nationaal als regionaal niveau werken om het fietsen te promoten en de infrastructuur en het beleid te verbeteren. GRACQ vertegenwoordigt Franstalige fietsers in Wallonië en Brussel, terwijl de Fietsersbond opkomt voor de rechten van fietsers en een betere infrastructuur in Vlaanderen.



Klimaatdoelen

België streeft naar klimaatneutraliteit tegen 2050, door zich aan te sluiten bij de doelstellingen van de Europese Unie en tegelijkertijd zijn eigen ambitieuze nationale doelstellingen na te streven. Het land heeft zich ertoe verbonden om de uitstoot van broeikasgassen tegen 2030 met minstens 55% te verminderen ten opzichte van 1990. België is van plan om het aandeel van hernieuwbare energie te verhogen tot 30% tegen 2030, met de nadruk op de ontwikkeling van wind- en zonne-energie.

FRANKRIJK



Sociaal-economische indicatoren:

Bevolking (mln.): 68,2

Oppervlakte (1.000km²): 551,7

BNP/hoofd (\$): 45.071

Bevolkingsdichtheid (p/km²): 118

Economische vrijheid (wereldwijde positie): #61

Praktisch:

Taal: De belangrijkste taal is Frans, met regionale talen zoals Bretons, Occitaans en Baskisch gesproken door kleinere gemeenschappen.

Afstand van Nederland (km): 680



Focusactiviteiten

*Belang van activiteiten:
laag, gemiddeld of hoog*

Overheid tot overheid



Publieke diplomatie



Handel



De betrokkenheid van Frankrijk door middel van binnenkomende verzoeken aan de Dutch Cycling Embassy, en vooral een grote positieve verandering in verzoeken, suggereert een groeiende belangstelling voor Nederlandse fietsexpertise. Relaties met de overheid zouden samenwerking op het gebied van stedelijke fietsinfrastructuur kunnen ondersteunen en handelsinspanningen zouden zich kunnen richten op groeiende fietsmarkten.



Fiets omzet

(€1.000/jaar): 2610



Verkeersveiligheid

Verkeersdoden per 100.000 inwoners: 4,7



Nationaal en regionaal fietsbeleid

De nationale fietsstrategie van de Franse overheid, bekend als het Plan Vélo, werd gelanceerd in 2018 en bevat ambitieuze doelstellingen om het aantal verplaatsingen per fiets te verdrievoudigen tegen 2024 en om een modaal aandeel van 9% fietsen te bereiken tegen 2024.



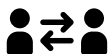
Belangenbehartiging

Fédération des Usagers de la Bicyclette (FUB), de belangrijkste nationale organisatie, vertegenwoordigt de belangen van fietsers, voert studies uit en pleit voor veilige, toegankelijke fietsinfrastructuur. Regionale groepen, zoals Paris en Selle in Parijs en Vélo Utile in Nantes, vullen het werk van de FUB aan door lokale problemen aan te pakken, campagne te voeren voor fietspaden en gemeenschappen te betrekken bij evenementen en educatieve programma's.



Klimaatdoelen

Frankrijk streeft naar klimaatneutraliteit tegen 2050, met een doelstelling om de uitstoot van broeikasgassen tegen 2030 met 40% te verminderen ten opzichte van 1990. Het land richt zich op het verhogen van het aandeel hernieuwbare energie tot 33% van het totale energieverbruik in 2030.



Culturele verschillen overbruggen

Nederlanders zijn over het algemeen direct en flexibel en passen projecten gaandeweg aan, terwijl Fransen de voorkeur geven aan grondige studies voordat ze beginnen. Taal kan een barrière vormen, aangezien Frans essentieel is voor effectieve samenwerking. Het verschil in communicatiestijlen begrijpen en de taal spreken als je aan lokale projecten werkt, kan de samenwerking bevorderen.

VERENIGDE STATEN



Focusactiviteiten

Belang van activiteiten:
laag, gemiddeld of hoog

Overheid tot overheid



Publieke diplomatie



Handel



De Verenigde Staten tonen een grote betrokkenheid bij de Dutch Cycling Embassy, Fiets omzet en diplomatieke vertegenwoordiging. Stedelijke centra met opkomende fietstrends vormen ideale markten voor Nederlandse fietsproducten en kennis. Publieke diplomatie zou het Nederlandse fietsen kunnen promoten als onderdeel van een duurzame levensstijl en een middel om klimaatdoelen te bereiken.



Fiets omzet

(€1.000/jaar): 8684



Verkeersveiligheid

Verkeersdoden per 100.000 inwoners: 14,2



Nationaal en regionaal fietsbeleid

De Verenigde Staten promoot fietsen door middel van beleid zoals het *Bicycle and Pedestrian Program* onder de *Fixing America's Surface Transportation (FAST) Act*. De federale overheid ondersteunt ook lokale en regionale fietsvriendelijke initiatieven door middel van subsidies en planningsinstrumenten. Het fietsbeleid blijft echter gefragmenteerd, waarbij staats- en lokale overheden een belangrijke rol spelen bij de implementatie en uitbreiding van fietsinfrastructuur.



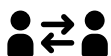
Belangenbehartiging

PeopleForBikes is de belangrijkste nationale belangenorganisatie in de VS, die zich inzet voor uitbreiding van fietspaden, verbetering van de veiligheid en beïnvloeding van het beleid. De League of American Bicyclists promoot fietsen als een duurzame manier van transport, biedt educatieve middelen en pleitbezorging. Lokale groepen richten zich op het verbeteren van de infrastructuur en het betrekken van gemeenschappen in specifieke steden.



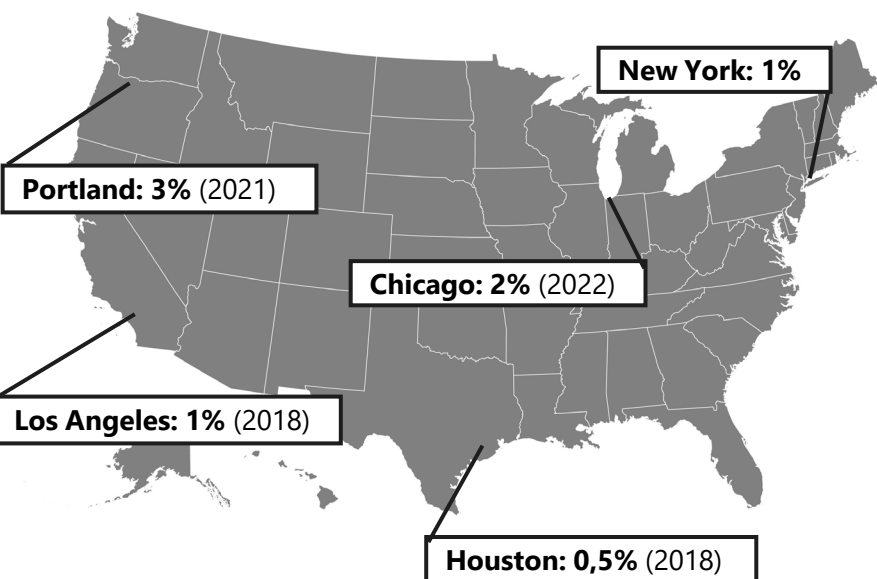
Klimaatdoelen

De VS wil de uitstoot van broeikasgassen tegen 2030 met 50-52% verminderen ten opzichte van 2005, met als doel om tegen 2035 100% koolstofvrije elektriciteit te produceren. Daarnaast streeft het land naar een economie met netto nuluitstoot in 2050.



Culturele verschillen overbruggen

Nederlandse directheid kan soms worden gezien als onbeleefdheid. Mensen in de VS waarderen professionaliteit en het vermogen om een idee of bedrijf kort en bondig te presenteren. De cultuur in de VS verschilt echter sterk, waardoor bewustzijn vereist is en het afstemmen van presentaties op een specifiek publiek cruciaal is voor succes.



Sociaal-economische indicatoren:

Bevolking (mln.): 334,9

Oppervlakte (1.000 km²): 9.834

BNP/hoofd (\$): 80.306

Bevolkingsdichtheid (p/km²): 38

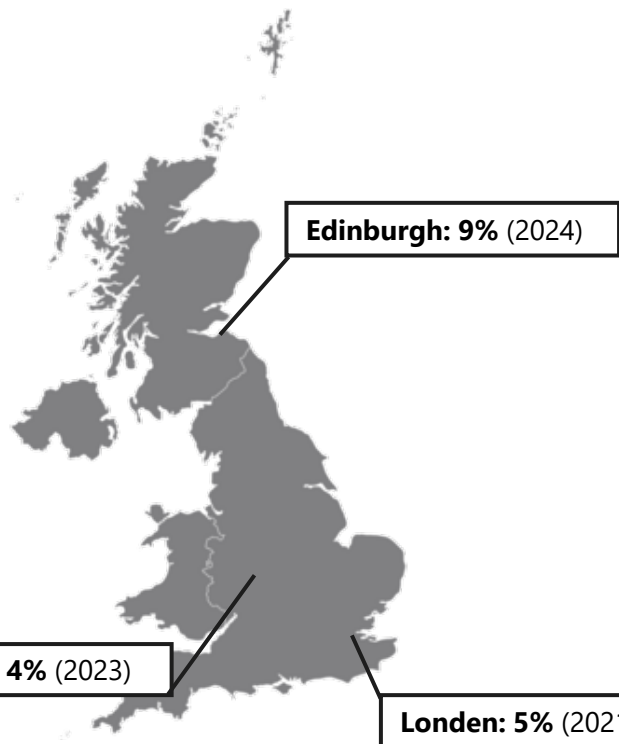
Economische vrijheid (wereldwijde positie): #25

Praktisch:

Taal: Engels als hoofdtal, Spaans wordt veel gesproken in bepaalde regio's en veel gemeenschappen die andere talen spreken.

Afstand tot Nederland (km): 7.575

VERENIGD KONINKRIJK



Sociaal-economische indicatoren:

Bevolking (mln.): 68,4

Oppervlakte (1.000 km²): 243,6

BNP/hoofd (\$): 47.798

Bevolkingsdichtheid (p/km²): 279

Economische vrijheid (wereldwijde positie): #30

Praktisch:

Taal: Engels is de hoofdtal, met Welsh, Schots Gaelic en Iers gesproken in specifieke regio's.

Afstand van Nederland (km): 650



Focusactiviteiten

*Belang van activiteiten:
laag, gemiddeld of hoog*

Overheid tot overheid



Publieke diplomatie



Handel



Het hoge aantal inkomende delegaties en verzoeken van het Verenigd Koninkrijk bij de Dutch Cycling Embassy duidt op interesse in Nederlandse fietsexpertise. Publieke diplomatie kan de Nederlandse fietscultuur promoten. Post-Brexit overheidsrelaties kunnen zich richten op het ondersteunen van gunstige handelsvoorwaarden specifiek voor fietsproducten.



Fiets omzet

(€1.000/jaar): 1314



Verkeersveiligheid

Verkeersdoden per 100.000 inwoners: 2,4



Nationaal en regionaal fietsbeleid

Het nationale fietsbeleid van het Verenigd Koninkrijk richt zich op het verhogen van fietsen als een duurzame vorm van vervoer door middel van de *Gear Change*-strategie, die tot doel heeft een veiligere, meer toegankelijke fietsomgeving te creëren. Het plan herbevestigt het doel van de mobiliteitsstrategie van het VK uit 2017 om de fietsactiviteit tegen 2025 te verdubbelen ten opzichte van 2013.



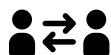
Belangenbehartiging

Cycling UK is de toonaangevende belangengroep, die werkt aan het verbeteren van de fietsinfrastructuur, het bevorderen van de veiligheid en campagne voert voor beter beleid. Een andere belangrijke organisatie, *Sustrans*, richt zich op het bouwen van fietsnetwerken en het aanmoedigen van actief reizen. Lokale belangengroepen dragen ook bij door het aanpakken van specifieke fietsbehoeften en het promoten van de fietscultuur.



Klimaatdoelen

Het Verenigd Koninkrijk streeft naar een uitstoot van nul tegen 2050, met een tussentijds doel om de uitstoot van broeikasgassen tegen 2030 met 68% te verminderen ten opzichte van het niveau van 1990.



Culturele verschillen overbruggen

Het Verenigd Koninkrijk en Nederland hebben een sterke handelsrelatie, maar verschillen in communicatiestijl. De Nederlanders zijn directer, terwijl de Britten de neiging hebben om "nee" niet expliciet te zeggen, wat soms tot misverstanden kan leiden. Het is belangrijk om duidelijke, open communicatie aan te moedigen en ervoor te zorgen dat beide partijen elkaars communicatiestijlen begrijpen.

ZWEDEN



Stockholm: 7% (2012)

Göteborg: 9% (2021)

Malmö: 22% (2019)

Sociaal-economische indicatoren:

Bevolking (mln.): 10,54

Oppervlakte (1.000 km²): 450,3

BNP/hoofd (\$): 61.634

Bevolkingsdichtheid (p/km²): 26

Economische vrijheid (wereldwijde positie): #9

Praktisch:

Taal: De hoofdtal is Zweeds.

Afstand tot Nederland (km): 990



Focusactiviteiten

Belang van activiteiten:
laag, gemiddeld of hoog

Overheid tot overheid



Publieke diplomatie



Handel



Het hoge fietsaandeel van Zweden en de diplomatieke vertegenwoordiging in fietsen tonen potentieel voor publieke diplomatie, maar culturele verschillen kunnen het succes van dergelijke inspanningen belemmeren. Een sterkere focus zou op handel moeten liggen gezien het sterke zakelijke potentieel.



Fiets omzet

(€1.000/jaar): 721



Verkeersveiligheid

Verkeersdoden per 100.000 inwoners: 2,1



Nationaal en regionaal fietsbeleid

Het nationale fietsbeleid van Zweden (*Cykel Strategi*) benadrukt dat fietsen veilig en toegankelijk moet zijn en een belangrijk onderdeel van duurzaam stedelijk vervoer. De regering streeft naar een verdubbeling van het fietsen in 2030 en ondersteunt de ontwikkeling van infrastructuur zoals speciale fietspaden, veilige kruispunten en fietsenstallingen.



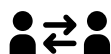
Belangenbehartiging

Cykelfrämjandet is de belangrijkste Zweedse fietsorganisatie die veiliger en duurzamer fietsen promoot door middel van campagnes en lobbywerk. Lokale afdelingen werken samen met gemeenten aan infrastructuur en organiseren evenementen zoals de Bike Week. Andere groepen, zoals *Svenska Cykelstäder*, werken samen om de fietsomstandigheden in steden te verbeteren.



Klimaatdoelen

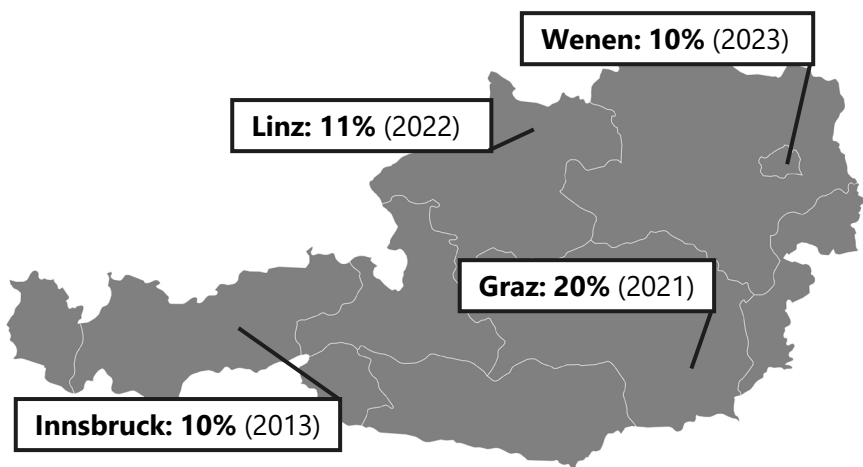
Zweden streeft naar netto-nul emissies in 2045, met een reductie van 63% in 2030 en een reductie van 75% in 2040 ten opzichte van de niveaus van 1990.



Culturele verschillen overbruggen

Zweden en Nederland hebben vergelijkbare waarden maar verschillen in werkstijlen, wat voor uitdagingen kan zorgen in de samenwerking. Nederlanders zijn individualistischer en directer, terwijl Zweden collectief, geduldig en regelgericht zijn. Nederlanders kunnen flexibeler zijn met regels, terwijl Zweden een meer strategische, grondige aanpak hanteren. Daarnaast staat de Nederlandse directheid in contrast met de Zweedse openheid, die gericht is op het sluiten van compromissen. Daarnaast bemoeilijken strenge Zweedse aanbestedingsprocedures markttoegang voor buitenlandse leveranciers.

OOSTENRIJK



Sociaal-economische indicatoren:

Bevolking (mln.): 9,1

Oppervlakte (1.000 km²): 83,9

BNP/hoofd (\$): 55.073

Bevolkingsdichtheid (p/km²): 111

Economische vrijheid (wereldwijde positie): 32

Praktisch:

Taal: De hoofdtal is Duits, gesproken door de meerderheid. Sommige gemeenschappen spreken ook Kroatisch, Hongaars en Sloveens.

Afstand tot Nederland (km): 800



Focusactiviteiten

*Belang van activiteiten:
laag, gemiddeld of hoog*

Overheid tot overheid



Publieke diplomatie



Handel



Oostenrijk is een betrouwbare markt voor Nederlandse fietsproducten, ondersteund door het EU-lidmaatschap, milieuprioriteiten en relatief hoge fiets omzet. Het heeft ook een sterke geschiedenis in delegaties en verzoeken aan de Dutch Cycling Embassy.



Fiets omzet

(€1.000/jaar): 1750



Verkeersveiligheid

Verkeersdoden per 100.000 inwoners: 4,6



Nationaal en regionaal fietsbeleid

Het Oostenrijkse "Cycling Masterplan" stelt een doelstelling om het modale aandeel van fietsen te verhogen van 7% in 2010 tot 13% in 2025. Het land werkt aan het realiseren van deze doelstelling door middel van nieuwe investeringen in kwalitatief hoogwaardige fietsinfrastructuur en door het bewustzijn over fietsen op een dagelijkse basis te vergroten.



Belangenbehartiging

Radlobby Österreich (Cycling Lobby Austria) is met meer dan 10.000 leden een van de grootste fietsbelangenorganisaties in Oostenrijk. Deze nationale overkoepelende organisatie verenigt verschillende regionale en lokale fietsbelangengroepen en vertegenwoordigt de belangen van fietsers in heel Oostenrijk.



Klimaatdoelen

Oostenrijk streeft naar klimaatneutraliteit in 2040 en richt zich daarbij op het verminderen van de uitstoot van broeikasgassen in alle sectoren. De belangrijkste doelen zijn onder andere het uitbreiden van hernieuwbare energiebronnen tot 100% van het elektriciteitsverbruik in 2030, het afstappen van fossiele brandstoffen en het bevorderen van duurzaam vervoer en energie-efficiëntie.

DENEMARKEN



Focusactiviteiten

Belang van activiteiten:
laag, gemiddeld of hoog

Overheid tot overheid



Publieke diplomatie



Handel



Met zijn sterke fietscultuur is Denemarken een natuurlijke partner voor coöperatieve overheidsinitiatieven. De concurrentie tussen deze twee markten kan samenwerking echter belemmeren. Hoge scores bij sommige indicatoren voor zakelijk potentieel tonen aan dat er handelspotentieel is.



Fiets omzet

(€1.000/jaar): 530



Verkeersveiligheid

Verkeersdoden per 100.000 inwoners: 2,3



Nationaal en regionaal fietsbeleid

Denemarken publiceerde zijn tweede nationale fietsstrategie, *Denemarken - op de fiets!*, in juli 2014. De strategie identificeerde het gestaag dalende aantal fietsers in het land in de jaren 2000 als de belangrijkste uitdaging en stelde een driepijlerstrategie voor om het fietsen te bevorderen: 'dagelijks fietsen', 'actieve vakanties en recreatie', 'nieuwe en veilige fietsers'.



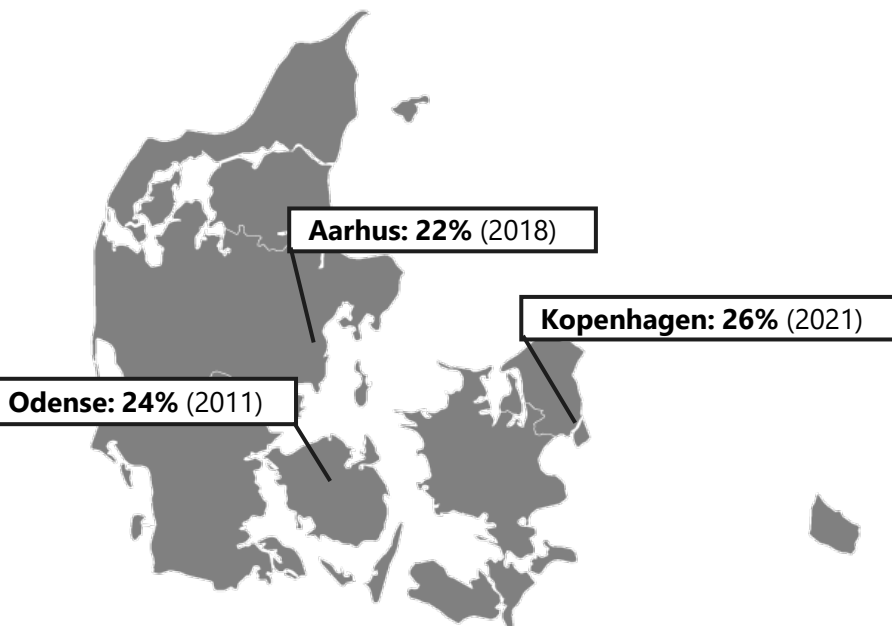
Belangenbehartiging

De Deense Fietsersbond is de belangrijkste Deense belangenorganisatie voor fietsers en promoot veiligere fietspaden, verkeerskalmerende maatregelen en verbeterde faciliteiten voor fietsers in de stad. De Cycling Embassy of Denmark, een publiek-private samenwerking, deelt Deense fietsoplossingen wereldwijd en ondersteunt lokale projecten, waardoor de positie van Denemarken als leider op het gebied van fietsinfrastructuur en -beleid wordt versterkt.



Klimaatdoelen

Denemarken heeft gezorgd voor ambitieuze klimaatmaatregelen door de Klimaatwet 2020 in wetgeving om te zetten. De klimaatwet heeft als doel de uitstoot van broeikasgassen in Denemarken in 2030 met 70% te hebben verminderd ten opzichte van 1990 en als langetermijndoelstelling uiterlijk in 2050 klimaatneutraal te zijn. De wet roept ook op om elke vijf jaar een nieuwe nationale klimaatdoelstelling met een perspectief van 10 jaar vast te stellen.



Sociaal-economische indicatoren:

Bevolking (mln.): 5,95

Oppervlakte (1.000 km²): 42,95

BNP/hoofd (\$): 73.362

Bevolkingsdichtheid (p/km²): 140

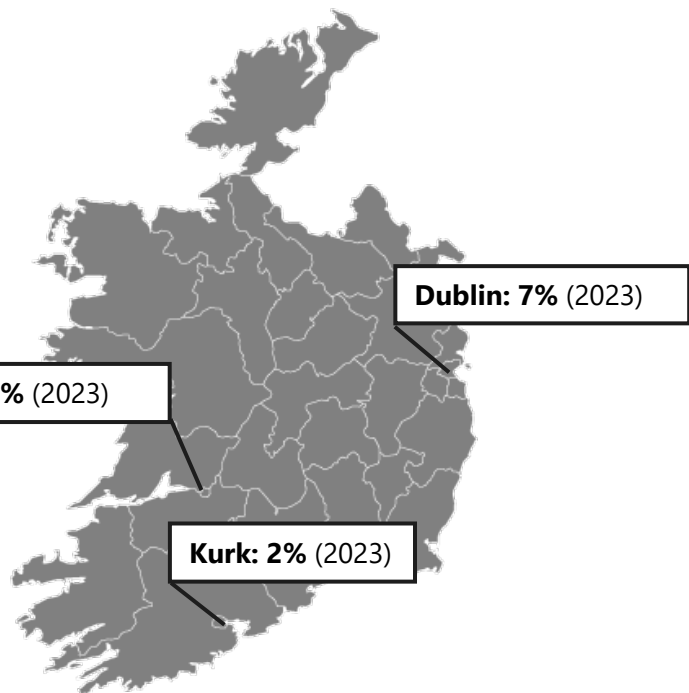
Economische vrijheid (wereldwijde positie): #6

Praktisch:

Taal: De hoofdtal is Deens.

Afstand van Nederland (km): 490

IERLAND



Sociaal-economische indicatoren:

Bevolking (mln.): 5,3

Oppervlakte (1.000 km²): 69

BNP/hoofd (\$): 19.813

Bevolkingsdichtheid (p/km²): 77

Economische vrijheid (wereldwijde positie): #3

Praktisch:

Taal: De hoofdtalen zijn Iers (Gaeilge) en Engels; Engels wordt het meest gesproken.

Afstand tot Nederland (km): 935



Focusactiviteiten

*Belang van activiteiten:
laag, gemiddeld of hoog*

Overheid tot overheid



Publieke diplomatie



Handel



Het hoge niveau van economische en zakelijke vrijheid in Ierland creëert een ondersteunende omgeving voor handel en investeringen in fietsproducten, en het EU-lidmaatschap verbetert de toegankelijkheid van de markt en de integratie. Goede beheersing van het Engels vergemakkelijkt naadloze communicatie en samenwerking. Consistente inkomende delegaties naar DCE benadrukken de actieve interesse en betrokkenheid in Nederlandse fietsexpertise.



Fiets omzet

(€1.000/jaar): 292,7



Verkeersveiligheid

Verkeersdoden per 100.000 inwoners: 2,8



Nationaal en regionaal fietsbeleid

Het Ierse National Cycle Policy Framework heeft als doel om fietsen tegen 2028 een centrale plaats te geven in het vervoer, met als doel 13% van alle verplaatsingen per fiets. De overheid investeert in fietsinfrastructuur, waaronder gescheiden fietspaden, en in de integratie van fietsen met het openbaar vervoer. Recente plannen, zoals het Klimaatactieplan, leggen de nadruk op fietsen om de uitstoot te verminderen en actief reizen te bevorderen. Daarnaast voorziet het 2023 National Cycle Network Plan in ongeveer 3.500 kilometer aan fietsroutes die steden en landelijke gebieden in het hele land met elkaar verbinden.



Belangenbehartiging

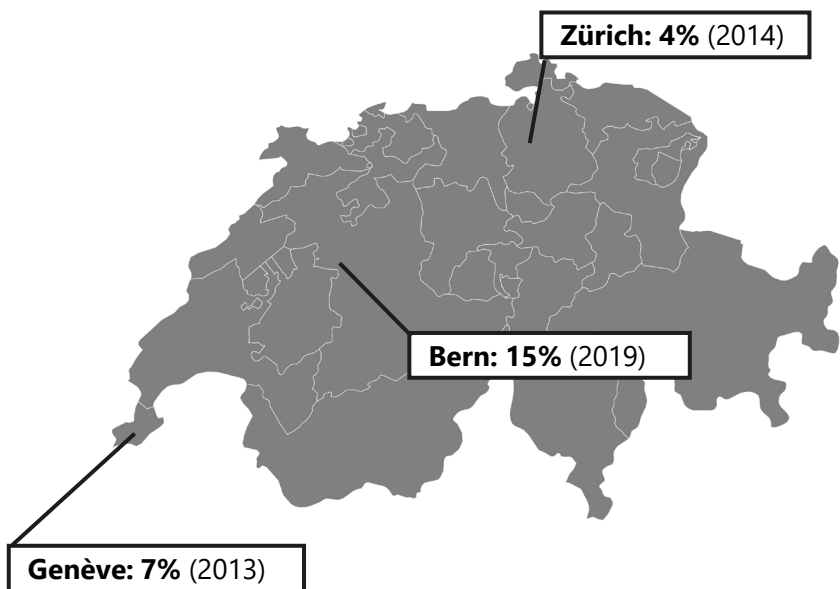
Irish Cycling Campaign is het overkoepelende orgaan voor groepen die opkomen voor de fietser, die werken aan het verbeteren van de fietsomstandigheden en het beïnvloeden van het beleid in het hele land. Lokale groepen zoals *Dublin Cycling Campaign* en *Cork Cycling Campaign* richten zich op de specifieke behoeften van een stad en promoten fietsen als een veilige en duurzame manier van transport. Deze organisaties spelen een belangrijke rol in bewustwordingscampagnes en lobbyen voor een betere fietsinfrastructuur.



Klimaatdoelen

Ierland streeft ernaar de uitstoot van broeikasgassen tegen 2030 met 51% te verminderen ten opzichte van 2018 en tegen 2050 een uitstoot van nul te bereiken. Belangrijke aandachtsgebieden zijn hernieuwbare energie, elektrificatie van het vervoer en duurzame stadsplanning.

ZWITSERLAND



Sociaal-economische indicatoren:

Bevolking (mln.): 8,9

Oppervlakte (1.000 km²): 41,3

BNP/hoofd (\$): 95.156

Bevolkingsdichtheid (p/km²): 226

Economische vrijheid (wereldwijde positie): #2

Praktisch:

Taal: Het land heeft vier officiële talen: Duits, Frans, Italiaans en Romansh, afhankelijk van de regio.

Afstand tot Nederland (km): 630



Focusactiviteiten

*Belang van activiteiten:
laag, gemiddeld of hoog*

Overheid tot overheid



Publieke diplomatie



Handel



De hoge koopkracht en juridische stabiliteit van Zwitserland maken het een aantrekkelijke markt voor Nederlandse fietsproducten. De handel kan zich richten op hoogwaardige kwaliteitsfietsen voor een welvarende markt, terwijl diplomatieke betrokkenheid de zakelijke relaties kan ondersteunen.



Fiets omzet

(€1.000/jaar): 782



Verkeersveiligheid

Verkeersdoden per 100.000 inwoners: 2,4



Nationaal en regionaal fietsbeleid

Na een referendum in 2018 voerde Zwitserland een grondwettelijke bepaling in om het fietsen te bevorderen. De federale wet op fietsroutes, van kracht vanaf 2023, geeft kantons en gemeenten de opdracht om fietspadennetwerken te plannen en te implementeren. De Federale Raad stelt voor deze maatregelen een planingsperiode van vijf jaar en een uitvoeringstermijn van 20 jaar voor.



Belangenbehartiging

Pro Velo Schweiz is de belangrijkste belangenorganisatie die zich inzet voor het verbeteren van de fietsinfrastructuur en het promoten van de fiets als een duurzame vervoersoptie. De organisatie voert campagne voor betere veiligheidsmaatregelen, verbeterde wetten en meer overheidsinvesteringen in fietsen. Lokale groepen spelen ook een actieve rol in het bevorderen van een fietscultuur en het betrekken van gemeenschappen.



Klimaatdoelen

Zwitserland streeft ernaar de uitstoot van broeikasgassen tegen 2030 met 50% te verminderen ten opzichte van 1990 en tegen 2050 een uitstoot van nul te bereiken.

Bijlage B: Data bronnen

Indicator	Gegevensbron	Jaar van de gegevens
Stap 1: Potentieel		
Koopkrachtpariteit (index)	https://databank.worldbank.org/embed/ICP-2021-Cycle/id/3a11040d?inf=n	2021
Afstand (km)		2024
Corruptie (score)	https://www.transparency.org/en/	2023
Globalisering (index)	https://kof.ethz.ch/prognosen-indikatoren/indikatoren/kof-globalisierungsindex.html	2021
Index van economische vrijheid (index)	https://www.heritage.org/index/pages/all-country-scores	2023
Bedrijfsvrijheid (index)	https://www.heritage.org/index/pages/all-country-scores	2023
Financiële vrijheid (index)	https://www.heritage.org/index/pages/all-country-scores	2023
Gerechtelijke doeltreffendheid (index)	https://www.heritage.org/index/pages/all-country-scores	2023
Invoer uit Nederland (€ miljoen)	https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/85427NED	2023
Verandering in de invoer uit Nederland, 2015-2023	https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/85427NED	2023
EU vs. niet-EU (binair)		2024
Menselijke ontwikkeling (index)	https://hdr.undp.org/data-center/human-development-index#/indicies/HDI	2022
Engelse taalvaardigheid (index)	https://worldpopulationreview.com/country-rankings/ef-english-proficiency-index-by-country	2022
Stap 2: Fietspotentieel		
Diplomatieke vertegenwoordiging van Nederland inzake fietsen (score)	Dutch Cycling Embassy	2024
Inkomende delegaties bij DCE, 2019-2023	Dutch Cycling Embassy	2024
Inkomende aanvragen bij DCE, 2019-2023	Dutch Cycling Embassy	2024

Indicator	Gegevensbron	Jaar van de gegevens
Verandering in verzoeken aan DCE, 2019-2023	Dutch Cycling Embassy	2024
Stap 3: Diepgaand fietspotentieel		
Fietsomzet (€ duizend)	https://www.statista.com	2024 (schatting)
Fietsaandeel (%)	Europese wielerbond en andere landspecifieke bronnen	Diverse
Deelname aan internationale klimaatakkoorden (score)	https://climateactiontracker.org/cat-data-explorer/country-ratings/	2024
Veiligheid in het verkeer (aantal slachtoffers per hoofd van de bevolking)	https://www.who.int/teams/social-determinants-of-health/safety-and-mobility/global-status-report-on-road-safety-2023	2023

Bijlage C: Gewogen vs. ongewogen resultaten

5.2.1 Stap 1: Top 50 Landen

De gewichten hebben geen invloed op de resultaten van stap 1 omdat ze pas in stap 2 worden geïntroduceerd.

5.2.2 Stap 2: Top 20 Landen

Zoals beschreven in de sectie Methodologie, werden gewichten geïntroduceerd in stap 2 om het belang van fietsspecifieke indicatoren weer te geven bij het bepalen van fietsspecifieke relaties tussen landen (alle indicatoren in stap 2 kregen een gewicht van 2). Ter vergelijking, Tabel 6 twee reeksen resultaten: 1) met gewichten, en 2) zonder gewichten.

Tabel 6: Resultaten van stap 2 - Top 20 Landen

Rang	Land <i>Gewogen resultaten</i>	Land <i>Ongewogen</i>
1	Duitsland	Duitsland
2	Ierland	Ierland
3	Verenigde Staten	België
4	Verenigd Koninkrijk	Denemarken
5	België	Zweden
6	Frankrijk	Frankrijk
7	Zwitserland	Verenigd Koninkrijk
8	Denemarken	Verenigde Staten
9	Zweden	Zwitserland
10	Oostenrijk	Oostenrijk
11	Italië	Italië
12	Canada	Canada
13	Noorwegen	Noorwegen
14	Japan	Spanje
15	Spanje	Luxemburg
16	Polen	Polen
17	Luxemburg	Japan
18	Australië	Australië
19	Portugal	Portugal
20	Litouwen	Tsjechië

Wanneer gewichten worden ingevoerd, is de kerngroep van best presterende landen grotendeels dezelfde als de lijst zonder gewichten, met slechts een kleine herschikking. Duitsland en Ierland staan consequent bovenaan in zowel de gewogen als de ongewogen lijst. België behoudt ook een hoge positie, hoewel de positie licht verschuift als gevolg van de weging. De Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk stijgen in hun ranglijst wanneer gewichten worden ingevoerd, gezien hun

betere prestaties in de fietsspecifieke indicatoren. Denemarken daalt op de ranglijst. Zweden staat op de vijfde plaats in de ongewogen ranglijst, maar zakt naar de negende plaats als er gewogen wordt.

5.2.3 Stap 3: Landen centraal stellen

Tabel 7 presenteert de rangorderresultaten van stap 3, inclusief de gewogen en ongewogen resultaten. Deze gewichten beïnvloeden de volgorde van prioriteit van de top 10-landen en leiden ertoe dat de Verenigde Staten in de top 10 worden opgenomen (en Noorwegen uit de top 10 wordt geschrapt). Duitsland staat consequent op nummer 1. Als er echter meer belang wordt gehecht aan fietsspecifieke indicatoren, stijgen de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk naar de top van de lijst, terwijl Zweden en Denemarken lager op de lijst komen te staan. Verder is het aantal landen in de top 20 bijna hetzelfde en de volgorde van prioriteit is relatief gelijk wanneer gewichten worden toegepast. Het belangrijkste verschil tussen deze twee lijsten is dat Litouwen op de gewogen lijst staat, terwijl Tsjechië op de ongewogen lijst staat.

Tabel 7: Resultaten van stap 3 - Top 10 en 20 landen

Rang	Land <i>Gewogen resultaten</i>	Land <i>Ongewogen</i>
1	Duitsland	Duitsland
2	België	Zweden
3	Frankrijk	België
4	Verenigde Staten	Denemarken
5	Verenigd Koninkrijk	Noorwegen
6	Zweden	Zwitserland
7	Oostenrijk	Ierland
8	Denemarken	Oostenrijk
9	Ierland	Verenigd Koninkrijk
10	Zwitserland	Frankrijk
11	Noorwegen	Verenigde Staten
12	Italië	Japan
13	Japan	Italië
14	Canada	Canada
15	Spanje	Spanje
16	Polen	Polen
17	Australië	Luxemburg
18	Luxemburg	Australië
19	Litouwen	Tsjechië
20	Portugal	Portugal

Bijlage D: Interviewgids

Inleiding

Introduceer en leg kort het project en de doelen van de interviews uit.

1. Kun je jezelf kort voorstellen en je rol binnen de organisatie of ambassade beschrijven?
2. Wat is de missie en het hoofddoel van uw organisatie/ambassade met betrekking tot internationale samenwerking?

Algemene ervaringen

3. Wat zijn uw algemene ervaringen in het werken met <een van de top 10 landen>?
4. Welke eventuele verschillen herkent u in werkstijl (communicatie, samenwerking, etc.) in <een van de top 10 landen> in vergelijking met Nederland?

Culturele en menselijke verschillen

5. Welke culturele verschillen zijn je opgevallen tussen Nederland en de betrokken landen tijdens deze samenwerkingen?
6. Welke invloed hadden deze culturele verschillen op de samenwerking en de uitvoering van projecten?
7. Zijn er best practices of lessen die je kunt delen over het effectief omgaan met culturele verschillen?
8. Waren er samenwerkingen waarbij het moeilijk of niet mogelijk was om culturele barrières te overwinnen?
9. Hoe heb je de communicatie en samenwerking verbeterd om misverstanden of conflicten te minimaliseren?

Inzoomen op regio's/steden

10. Wat is de politieke situatie in het land? Verschilt deze binnen regio's?
11. Zijn er specifieke regio's of steden waar er veel (of weinig) animo is om te fietsen? En waarom (of waarom niet)?
12. Zijn er hiaten in het beleid of gebieden waar fietsen niet goed wordt ondersteund? Wat kan er gedaan worden om deze te verhelpen? Zie je mogelijkheden om van Nederland te leren op deze gebieden?
13. Kun je specifieke succesvolle fietsprojecten (of mislukkingen) noemen waarvan we volgens jou kunnen leren?

Toekomstige samenwerkingen

14. Wat kan Nederland leren van <top land>? Zijn er innovaties in <topland> met betrekking tot de fietsindustrie (technologie/beleid) waarvan je denkt dat we in Nederland kunnen leren?
15. Wat zijn de toekomstige plannen of projecten van uw organisatie/ambassade op het gebied van internationale samenwerking in de fietssector?
16. Zijn er specifieke regio's of steden die je bij toekomstige projecten zou willen betrekken en waarom?
17. Welke aanbevelingen heeft u om de internationale samenwerking tussen Nederland en <top land> beter te faciliteren?

Afsluiting

18. Is er iets in het bijzonder dat je van Nederland zou willen leren in de fietssector?
19. Ziet u mogelijkheden voor samenwerking tussen Nederlandse overheid/bedrijven en overheid/bedrijven in <top land>?
20. Is er nog iets dat je wilt delen over het fietspotentieel in jouw regio?



Goudappel Groep BV werkt vanuit Amsterdam, Den Haag, Deventer, Eindhoven en Leeuwarden en via onze buitenlandse partners.

Snipperlingsdijk 4
7417 BJ Deventer7400
Nederland

Postbus 161
AD Deventer
Nederland

+31(0) 570 666 222
info@goudappel.nl
www.goudappel.nl

BTW NL 0071 06 798 B01
CC. 3802 3224
IBAN NL71 INGB 0701 2167 86