

2

# Kijk op de toekomst

Jaarverslag  
2016

# Inhoudsopgave

<b>2 Kijk op de toekomst</b> .....	3
2.1 Rol van de fiets en fietsgebruik .....	3
2.2 Ambitie en strategie .....	6
2.3 Kerncompetenties .....	10
2.4 Financiële prestatie-indicatoren en doelstellingen .....	12
Stakeholderinterview European Cyclists Federation .....	13

# Kijk op de toekomst

## 2.1 Rol van de fiets en fietsgebruik

### De toekomst van mobiliteit, sport en recreatie

De wereld van mobiliteit, sport en recreatie zal de komende jaren sterk veranderen en daarin zullen de fiets en het fietsgebruik een prominentere rol spelen. De consument en technologie zijn belangrijke drijvende krachten achter deze verschuiving.

- **Veranderingen in consumentengedrag.** Consumenten zijn kritischer en maken bewustere keuzes. Ze hechten meer waarde aan een gezonde balans tussen werk en vrije tijd. Ze willen ook meer en langer vitaal blijven en hun vrije tijd gebruiken om te bewegen, sporten en er vaker op uit te trekken. Prijs is belangrijk, maar ze willen vooral dat merken, producten en diensten passen bij hun persoonlijke en sociale identiteit. Gezond, groen en verantwoord wegen zwaarder mee bij de invulling van hun behoeften op het gebied van mobiliteit, sport en recreatie. Mobiele technologie en de smartphone geven consumenten mogelijkheden om hun koopgedrag makkelijk daarop aan te passen. Ze zoeken naar meer inspiratie, beleving en vooral (koop)gemak.

*Mobiliteit als dienstverlening,  
een nieuw model voor  
consumptie en bezit*

- **Nieuwe technologische mogelijkheden.** Technologische progressie zorgt continu voor nieuwe mogelijkheden om de functionaliteit van de fiets en de fietsbeleving te vergroten. De fiets wordt steeds complexer en zal zich in meer hoedanigheden en vormen manifesteren. Gebruik van nieuwe materialen en technologische toepassingen zullen fietsen lichter maken, het comfort vergroten en de fiets veiliger maken. Binnen de fietswereld is de e-bike de belangrijkste innovatie van het afgelopen decennium. De e-bike heeft voor veel mensen hun wereld vergroot door middellange fietsafstanden, heuvel- en bergachtige gebieden binnen bereik te brengen, of het nu gaat om woon-werkverkeer, woon-schoolverkeer, bezorging of om sport en actieve recreatie. De connected bike zal meer ingebouwde functionaliteit bieden. Datatechnologie en connectiviteit zullen leiden tot nieuwe geïntegreerde mobiliteitsoplossingen, waarin het gebruik van auto, openbaar vervoer en fiets samenkomen om drukke stedelijke gebieden beter te ontsluiten. Daarnaast zijn er diverse onderliggende trends die de rol van fietsen en fietsgebruik in het dagelijks leven van consumenten in de komende jaren naar verwachting verder zullen versterken.
- **Groeiende welvaart.** De wereldbevolking blijft groeien en het welvaartsniveau in veel opkomende regio's stijgt snel. Voor een groeiende middenklasse met meer koopkracht komen meer geavanceerde fietsen en fiets-gerelateerde producten en diensten binnen handbereik.
- **Snelle urbanisatie.** Steeds meer mensen trekken naar de steden. De verwachting is dat in 2030 wereldwijd drie op de vijf mensen in een stad wonen <sup>1)</sup>. De mobiliteit in de verstedelijkte gebieden zal hierdoor toenemen, wat leidt tot meer problemen op het gebied van verkeersveiligheid en verkeerscongestie. Regelgeving en infrastructuur zullen daar beter op worden ingericht en het bezit en gebruik van de auto in metropolen ontmoedigen ten gunste van het gebruik van de fiets.
- **Toenemende vergrijzing.** Lage geboortecijfers en een langere levensduur zorgen er met name in Europa voor dat het percentage ouderen snel groeit. De verwachting is dat rond het jaar 2050 meer dan 22% van de wereldbevolking ouder is dan 60 jaar <sup>2)</sup>. Ouderen blijven langer gezond, langer actief en meer mobiel en zijn daarmee ook een belangrijke drijver achter de groei van fietsmobiliteit.
- **Meer aandacht voor een gezonde leefomgeving.** Wegtransport is verantwoordelijk voor een groot deel van de wereldwijde uitstoot van broeikasgassen en de toename van luchtverontreiniging. De CO<sub>2</sub> uitstoot

is het hoogst in verstedelijkte gebieden. Verhoogde concentraties fijnstof leiden tot extra risico's voor de volksgezondheid. Beleidmakers zoals overheden en gemeenten zullen het gebruik van vervuillende vervoersmiddelen terugdringen en tegelijkertijd schonere, groene alternatieven, zoals de fiets promoten.

### *Beleidmakers zetten in op duurzame mobiliteit*

- **Meer aandacht voor duurzaamheid.** Materialen en producten worden in toenemende mate hergebruikt om waardevernietiging te minimaliseren. Binnen de circulaire economie zijn er allerlei initiatieven genomen. Zowel in het breder kader van mobiliteit als specifiek op fietsgebied. Zo zijn er diverse, veelal nog kleinschalige initiatieven die inzetten op het maken van nieuwe fietsen uit gebruikte fietsen, op verantwoord recyclen en op hergebruik van batterijen van elektrische fietsen voor andere doeleinden. Goede initiatieven die kunnen leiden tot economisch rendement en tegelijk bijdragen aan een groenere wereld.
- **Opkomst van de deeleconomie.** Snel opkomende techbedrijven met app-enabled toepassingen zijn de drijvende kracht achter de deeleconomie. Delen wordt met name in de verstedelijkte gebieden steeds populairder. Bezit wordt minder belangrijk, gebruik wint terrein. Ook mobiliteit schuift daarmee verder op richting gebruik. Dat betreft niet alleen de auto, maar in de toekomst ook de fiets.

### *Auto, ov, fiets en e-bike komen samen in nieuwe mobiliteitsconcepten*

#### **Kort samengevat**

Of het nu gaat om mobiliteit of sport en recreatie of een combinatie, alles wijst erop dat er in de toekomst meer gebruik zal worden gemaakt van de fiets. Consumenten zullen bewuster kiezen voor de fiets als schoon alternatief vervoermiddel of gebruiken voor een gezonde levensstijl en ook bewuster kiezen tussen bezit of gebruik. Het gaat om meer dan alleen innovatieve en mooie producten. Het draait om fietsbeleving, om keuze, gemak van aanschaf en gebruik. Klantgerichtheid en service zijn daarbij belangrijker dan ooit.

Al deze ontwikkelingen zorgen voor een verschuiving in de vraag naar type fietsen en de wijze van distributie van fietsen. Met name de e-bike, e-performance bike en de connected bike spelen daarin vanwege hun ontwikkelpotentie een heel belangrijke rol. Ze zullen bijdragen aan een sterke toename van multi-functionaliteit van de fiets en voor velen steeds nieuwe mogelijkheden creëren voor toepassing en gebruik van de fiets op het gebied van vervoer en transport en voor sport en recreatie. Al deze ontwikkelingen bieden veel kansen voor de fietsindustrie, mits spelers daarop ook daadwerkelijk anticiperen.

<sup>1)2)</sup> Bron: World Health Organization



Diavelo/Pininfarina Evoluzione: Eurobike Award 2016 & German Design Award Special  
De E-voluzione is een samenwerking tussen Diavelo en het beroemde ontwerpbureau Pininfarina. Ontwikkeld vanuit een holistische designfilosofie zijn alle belangrijke onderdelen, zoals de middenmotor, de accu (gepatenteerde technologie), het stuur, de handgrepen, de cockpit, de kabels en het verlichtingssysteem perfect in de fiets geïntegreerd. De E-voluzione werd dan ook geprezen om het innovatieniveau, de functionaliteit en het design. Winnaar van de Eurobike Award 2016 en de German Design Award Special en niet voor niets een van de meest besproken e-bikes van 2016.

## 2.2 Ambitie en strategie

### Ambitie

We staan als onderneming aan het begin van een volgende fase van ontwikkeling. Een fase die primair wordt gekenmerkt door verandering in lifestyle en aankoopgedrag van consumenten en wordt gevoed door nieuwe technologische mogelijkheden. We kiezen voor een duidelijke focus op (e-)mobiliteit en (e-)sport en recreatie. We stellen de consument meer nadrukkelijk centraal. Onze fietsen en fiets-gerelateerde producten en diensten zullen we in toenemende mate en in nauwe samenwerking met de vakhandel in meerdere verkoopkanalen (omnichannel) gaan aanbieden. Als het product via meerdere kanalen door Accell wordt aangeboden, spreken we van omnichannel aankoopmogelijkheden. Op deze wijze wil Accell Group zo goed mogelijk inspelen op de aankoop- en gebruiksvoorkeuren van de individuele consument. De ambitie is om in de fietsindustrie permanent voorop te lopen op het gebied van consumentgerichtheid. Zo willen we in de komende jaren blijven groeien en meer waarde creëren voor klanten, voor aandeelhouders en voor onze medewerkers.

Met onze kennis van duurzame mobiliteit willen we ook in bredere sociaal-maatschappelijk zin een voortrekkersrol spelen als het gaat om verbetering van de leefomgeving en het stimuleren van een gezondere levensstijl van mensen. We willen bijdragen aan de reductie van CO<sub>2</sub> uitstoot en het verbeteren van de luchtkwaliteit in steden. We willen actief meedenken en meewerken aan oplossingen voor dichtslibbende steden en de verbetering van de verkeersveiligheid. En we willen optreden als pleitbezorgers van de gezondheidsvoordelen van meer bewegen en sporten. Het zijn allemaal thema's die van nature dicht bij ons staan en als zodanig ook positief bijdragen aan het sociale en vriendelijke imago van de fiets, de fietsbeleving en ons succes als onderneming.

### Strategie

De focus op (e-)mobiliteit en (e-)sport en recreatie betekent dat we ons steeds nadrukkelijker zullen richten op de bovenkant van de markt. Daar zien we in de komende jaren het meeste groei- en waardepotentieel en daar kunnen we ons bovendien het beste onderscheiden.

Met name de doorontwikkeling van de e-bike en de e-performance bike bieden veel mogelijkheden waarmee we deuren kunnen openen voor consumenten als het gaat om nieuwe toepassing en het gebruik van de fiets. Steeds meer mensen van jong tot oud ontdekken de voordelen van de e-bike, waarmee het mogelijk is om op een milieubewuste manier langere afstanden en bergen te overbruggen of off road te gaan en waarbij ze zichzelf tegelijkertijd ook fysiek kunnen uitdagen en werken aan hun conditie. In het verlengde daarvan biedt de connected bike tal van nieuwe mogelijkheden als het gaat om het meten van prestaties en gezondheid, navigatie, onderhoud en veiligheid. Met innovaties die consumenten verrassen gaan we ons marktleiderschap verder versterken en ons producten- en dienstenaanbod voor (e-)mobiliteit en (e-)sport en recreatie aanscherpen en uitbouwen. Dit doen we zowel autonoom als door middel van acquisities en in samenwerking met partners.

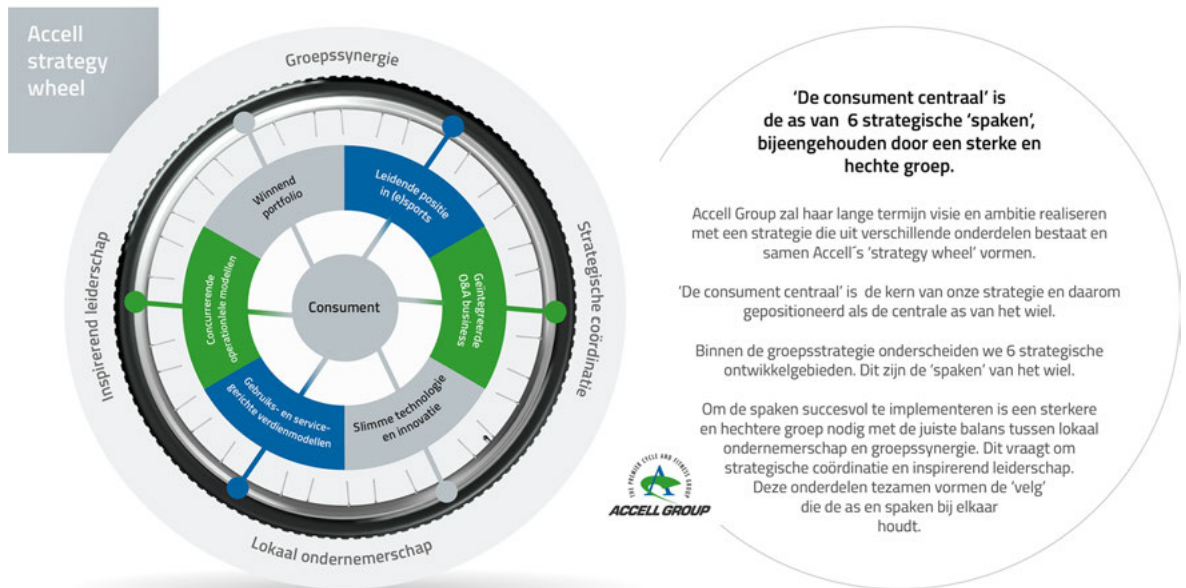
Dat doen we ook door de consument meer centraal te stellen en de band verder te versterken door middel van een propositie waarmee we de potentiële kracht van onze merken, de supply chain en ons vakhandelnwark beter benutten. Zo willen we optimaal kunnen inspelen op de aankoop- en gebruiksvoorkeuren van de individuele consument.

Door de typische productkenmerken en de toenemende complexiteit van de fiets en e-bike in het bijzonder zal de vakhandel ook in de toekomst een belangrijke schakel zijn om consumenten optimaal te kunnen bedienen. De rol van advies-, onderhoud- en servicepunt is vakspecialisten op het lijf geschreven. Hun locatie in de regio biedt zowel ons als de consument substantiële voordelen als het gaat om zaken als verkopen, afmonteren, ophalen, leveren en retourneren van fietsproducten.

De functie van de vakhandel zal op een aantal fronten veranderen. De combinatie van een fysieke showroom met online het ontsluiten van het volledige assortiment biedt de ondernemers een goede basis

om hun conversie structureel te verbeteren. Daarin ondersteunen wij ze. We zullen hen intensief begeleiden bij het vergroten van de winkelbeleving, bij de opbouw van kennis over nieuwe technologie-gedreven functionaliteit en het aanbieden van serviceconcepten met een doorlopende stroom van inkomsten. We zullen hen ook ondersteunen bij het ontwikkelen en uitbouwen van online activiteiten en de slimme uitwisseling van data. Zo kunnen we samen voorkeuren ten aanzien van het koopgedrag van consumenten beter volgen en op basis daarvan zowel de customer journey als onze producten en services meer toesnijden naar hun individuele wensen.

Onze nieuwe strategie is als zodanig visueel weergegeven in het Accell strategy wheel.



- **Winnend portfolio van merken.** De moderne consument wil een breed assortiment en veel keuze. Daarbij past een multi-merken strategie goed. We willen de concurrentiepositie van onze merken in de belangrijkste landen versterken en streven naar behoud van onze #1 positie in de markt van elektrische fietsen voor mobiliteit, sport en recreatie. Dit doen we door binnen de portefeuille onze merkposities te optimaliseren en meer samenhang te creëren, waarbij we ons intellectueel eigendom beschermen en optreden bij misbruik door derden. We zetten in op slimme en selectieve groei, waarbij we kiezen voor product/marktcombinaties met een potentieel hoog rendement. We kijken daarbij naar het uitbouwen van onze positie in het midden- en hogere segment van de markt met producten die inspelen op de voorkeuren van lokale consumenten. We zijn continu bezig nieuwe producten te ontwikkelen die bestaande en potentieel nieuwe klanten verleiden en richten we ons op groei in aantrekkelijke exportmarkten.
- **Uitbouw leidende positie in (e-)sport.** Met een uitgekiende merkpositionering en voortdurende ontwikkeling van vernieuwende producten zullen we onze sterke positie in (e-)sport verder uitbouwen. Sportmerken zoals Haibike, Ghost, Lapierre en Diamondback bieden op internationale schaal veel potentie voor groei aan de bovenkant van de markt. Een groei die extra wordt aangejaagd door de snelle opmars en populariteit van onze e-performance fietsen, zoals e-MTB's.
- **Verhoging toegevoegde waarde onderdelen & accessoires.** We gaan meer toegevoegde waarde bieden als leverancier aan de vakhandel en webshops. We zullen nieuwe distributiekanaalen ontwikkelen voor een slimme kruisbestuiving tussen online en offline en in combinatie met fietsen. Daarbij zetten we in op versterking van de positionering en groei van ons eigen populaire onderdelenmerk XLC en zullen we de kracht van ons Europese netwerk van lokale distributeurs beter gaan benutten door intensivering van de samenwerking door Accell Group ondernemingen en integratie van activiteiten.
- **Ontwikkeling nieuwe verdienmodellen gericht op gebruik en service.** Samen met commerciële

partners, overheden en gemeenten werken we op verschillende fronten aan nieuwe mobility-as-a-service oplossingen. Bijvoorbeeld voor het leasen van fietsen, het huren en delen van fietsen, maar ook voor het beter ontsluiten van dichtslibbende steden met oog voor een betere leefomgeving. Daar kan worden gedacht aan complete concepten voor het leveren van de benodigde fietsen en het management van de fietsvloot. Op deze wijze kunnen we nieuwe verdienmodellen ontwikkelen met doorlopende inkomstenstromen. Het nieuwe partnership met Beeline Bikes in de Verenigde Staten gebruiken we om het potentieel van mobiele dienstverlening op gebieden als onderhoud en reparatie op locatie verder te onderzoeken.

- **Toepassing van slimme technologie.** Onze innovatiekracht richten we met name op de e-bike, de connected fiets en de sportfiets. Inzet van slimme technologie zorgt daarbij niet alleen voor extra functionaliteit voor de fietser, maar geeft ons ook waardevolle informatie voor verdere productontwikkeling. Technologische progressie op het gebied van nieuwe materialen en productieprocessen, ICT en connectiviteit heeft daarbij onze speciale aandacht. We profiteren daarbij van de kracht en expertise van onze organisaties en toeleveranciers voor het maken van keuzes en het op effectieve wijze inzetten van nieuwe toepassingen.
- **Efficiëntere inrichting operationele processen.** Slim ingerichte bedrijfsprocessen zijn een voorwaarde om de kracht van de groep beter te kunnen benutten en omnichannel vorm te geven. We sturen primair op optimalisatie van de leverbetrouwbaarheid en reductie van levertijden. Daarnaast streven we naar realisatie van inkoopvoordelen en een structurele verlaging van het werkkapitaal onder andere door betere samenwerking in de keten op basis waarvan we planningen en voorraadniveaus gedurende het jaar beter kunnen managen. Een meer centrale aansturing maakt het daarnaast mogelijk om de wendbaarheid te vergroten en structurele kostenbesparingen te realiseren die onze concurrentiepositie verder versterken. Daarbij kan worden gedacht aan het combineren van activiteiten, het beter integreren van landenorganisaties, meer flexibilisering en relocatie van productie en assemblage.
- **Synergie** is een centraal thema binnen de aangescherpte strategie en alle genoemde pijlers. Op holding niveau zal een sterkere organisatie worden ontwikkeld om de strategie-implementatie te managen en het lokaal ondernemerschap beter te ondersteunen zodat de kracht daarvan nog meer tot zijn recht komt.

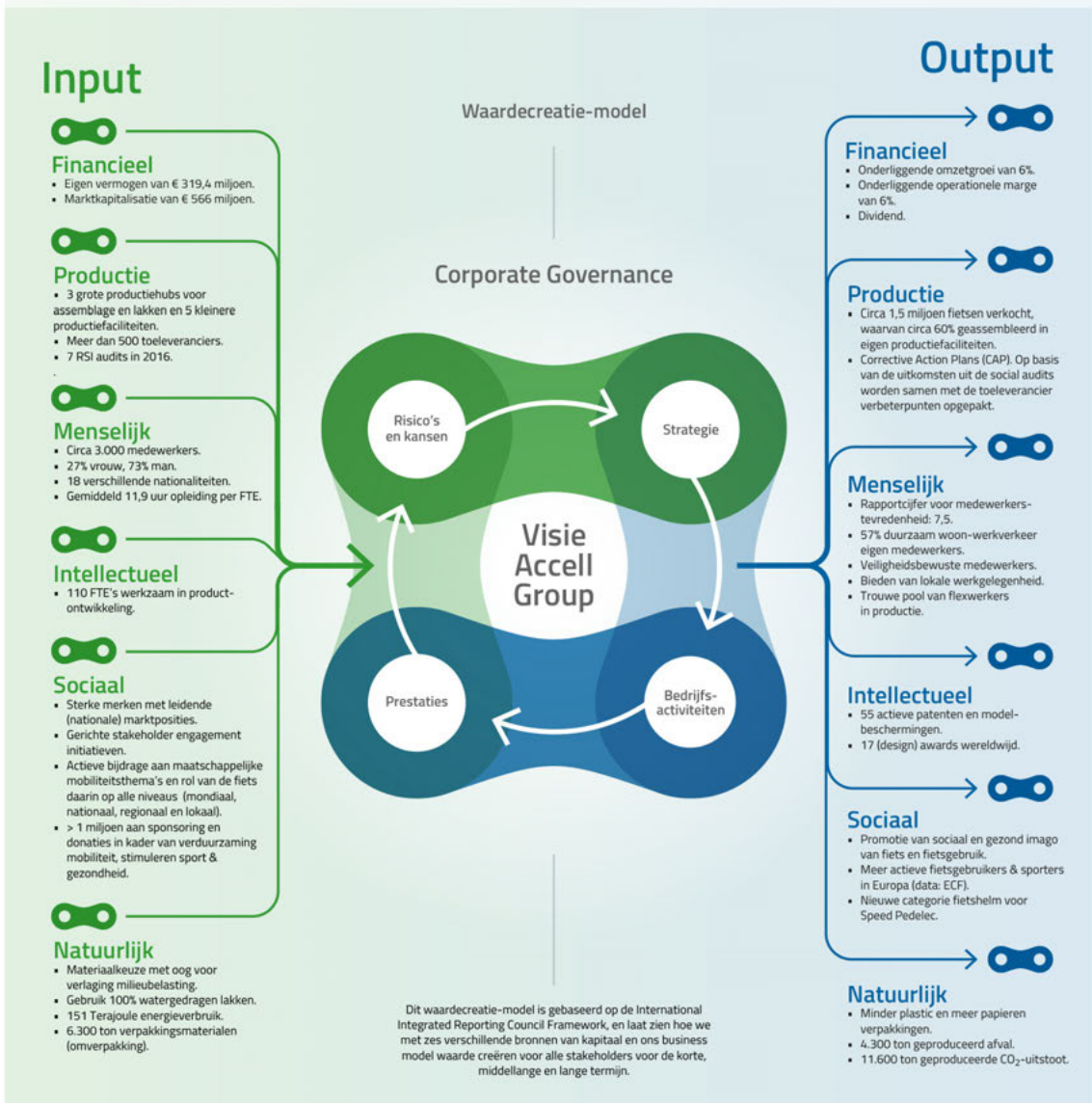
### Duurzame invulling van de strategie

We zullen de duurzame voordelen van onze fietsproducten en diensten versterken door onze organisatie en operaties zo verantwoord mogelijk in te richten. De belangrijkste speerpunten die in dit kader zijn vastgesteld zijn ten eerste een leidende rol innemen binnen de fietsindustrie op het gebied van duurzame producten en operationele processen. Ten tweede het creëren van een stimulerende werkomgeving met gemotiveerde en betrokken medewerkers. En als derde het borgen van onze normen en waarden en het werken aan een verantwoorde toeleveringsketen.

Het integraal opnemen van duurzaam ondernemen in onze strategie stelt ons in staat om onze waardecreatie op zowel financieel als op sociaal en milieuvlak te vergroten. We kunnen zo ook bewuster rekening houden met de effecten van onze bedrijfsvoering op mens, milieu en maatschappij en ons beter richten op nieuwe marktkansen, groei en innovatie.



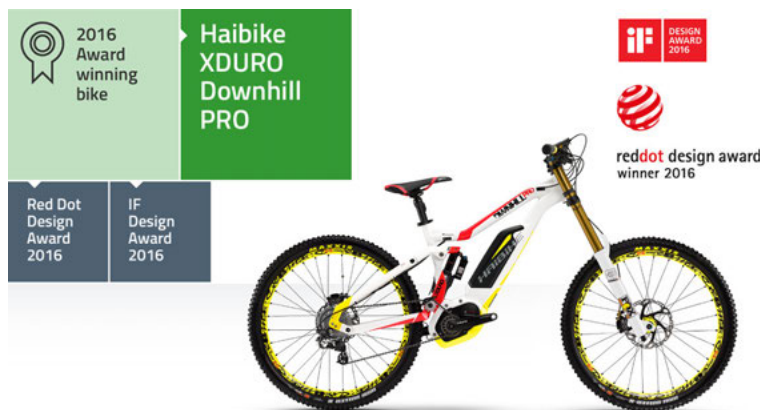
## Waardecreatie



## 2.3 Kerncompetenties

De punten die doorslaggevend zijn in het realiseren van de strategie in de komende jaren hebben we samengevat in een aantal kerncompetenties.

- **Sterke merken.** We bezitten een portefeuille van nationale en internationale (sport)fietsmerken met leidende marktposities die staan voor herkenbaarheid en kwaliteit en die ons een voorsprong geven bij de uitrol van nieuwe innovatieve producten en mobiliteitsconcepten. Met onze merken richten we ons uitsluitend op het midden- en hogere segment van de markt en daarbinnen in toenemende mate op groeicategorieën, zoals e-bikes, e-performance bikes en sportfietsen, waarin we ons duidelijk kunnen onderscheiden door toegevoegde waarde te bieden.
- **Schaalgrootte.** In Europa zijn we de grootste fietsproducent en zijn we marktleider in e-bikes. Schaalgrootte zorgt voor invloed, biedt inkoopkracht en brengt de financiële slagkracht met zich mee die nodig is om te kunnen investeren in een steeds complexer wordend product en in de ontwikkeling van geïntegreerde mobiliteitsoplossingen die meer omvatten dan alleen de fiets.
- **Diversificatie.** We beschikken over goed gespreide inkomstenstromen door onze diversificatie naar merken, landen, klanten, collecties en assortimenten. Dat maakt ons weerbaar. Fietsen en fietsonderdelen en -accessoires zijn bovendien complementair en zullen onze klantpropositie verder versterken.
- **Innovatiekracht.** Met onze revolutionaire ION-technologie hebben we in het vorig decennium gezorgd voor de grote doorbraak van elektrische fietsen. In de afgelopen jaren hebben we dat opnieuw gedaan met de introductie van e-performance fietsen. Vanuit de kracht van onze organisatie introduceren we elk jaar weer tal van nieuwe technologische toepassingen voor fietsen en fietsgebruik. Innovatie zit in onze genen.



### Haibike XDURO Downhill PRO: Red Dot Design Award & IF Design Award

De XDURO DWNHLL is speciaal ontworpen om aan de strenge eisen van het bergafwaarts racen te voldoen en heeft fans over de hele wereld. Dankzij het Step-In concept kon de 500 Wh accu direct in de onderste framebuis worden geïntegreerd. De krachtige Bosch Performance CX motor is direct op het frame bevestigd en maakt het gebruik van bergliften overbodig. Het design geeft de fiets een grote stabiliteit en een perfect zwaartepunt. Deze e-performance bike van Haibike sleepte zowel Red Dot Design Award als een IF Design Award in de wacht.

- **Actieve dialoog.** We zitten in het hart van de discussie over de toekomst van (fiets)mobilititeit. We overleggen op alle niveaus met betrokken partijen, zoals beleidsmakers, overheden, belangengroepen, mobility service providers, technologiepartners, de vakhandel en toeleveranciers over belangrijke maatschappelijke mobiliteitsvraagstukken, over betere regelgeving en over innovatieve oplossingen waarin de fiets een prominente rol kan spelen.
- **Lange termijn relaties.** We beschikken over zorgvuldig opgebouwde netwerken met aan de ene kant de vakhandel en aan de andere kant leveranciers. Deze relaties zijn voor een belangrijk deel gestoeld op een jarenlang wederzijds vertrouwen en respect. Een prima basis om de samenwerking in de komende jaren verder inhoud te geven, intensiveren en professionaliseren.
- **Cultuur en lokale aanwezigheid.** Ondernemerschap is sterk ingebed binnen de groep. We zijn ervan overtuigd dat talentvolle, gemotiveerde mensen in een veilige en stimulerende werkomgeving het verschil maken. We zien hier keer op keer bewijzen van, bijvoorbeeld in de medewerkersproductiviteit en –tevredenheid. Daar blijven we dan ook in investeren. Onze ondernemingen bieden werk aan een breed spectrum, van hoogopgeleiden tot mensen met afstand tot de arbeidsmarkt. Als organisatie hebben we daarmee ook diepe wortels in de regio, wat ons in staat stelt om op lokaal niveau mee te praten, draagvlak te creëren voor nieuwe mobiliteitsinitiatieven en tegelijkertijd de regionale en lokale vakhandel goed te kunnen ondersteunen.

Als een van de grootste spelers in de fietsindustrie beschikken we over veel competenties die ons positief onderscheiden van kleinere spelers en die bijdragen aan onze slagkracht om onze plannen uit te rollen en zo onze leidende positie in de industrie verder te versterken.



#### Batavus Quip: Fiets van het Jaar (Nederland)

De Batavus Quip is in Nederland uitgeroepen tot Fiets van het Jaar 2016. De Quip is een trendy stadsfiets met een concurrerende prijsstelling. Een extra smalle voordrager maakt het makkelijk om de fiets te parkeren in een fietsenrek. Volgens de jury heeft Batavus met dit opvallende design voor het urban segment wederom een statement gemaakt. Ook de goede rijeigenschappen en het materiaalgebruik worden genoemd.

## 2.4 Financiële prestatie-indicatoren en doelstellingen

Onze ambitie en strategie zijn gericht op winstgevende groei en waardecreatie voor al onze stakeholders en de samenleving als geheel.

Met de aanscherping van de strategie willen we ons rendement op kapitaal verhogen. We sturen hierop aan de hand van de volgende middellange termijn doelstellingen (5 jaar):

- Netto-omzet naar € 1,5 miljard;
- EBIT-marge naar een niveau van 8%;
- Werkkapitaal van maximaal 25% van de netto-omzet;
- ROCE van meer dan 15%.

Voor de uitrol van de aangescherpte strategie zullen de extra kosten in de komende jaren 2 tot 3 jaar in totaal € 20 - € 30 miljoen bedragen. Dit komt met name door extra investeringen in de supply chain, human resources, innovatie en ICT. Daarnaast zullen de commerciële en (online) marketinginspanningen toenemen, waarmee naar verwachting ook de marketingkosten zullen stijgen naar een niveau van 3% - 4% van de omzet (2016: 2,5%).

De vernieuwde strategie heeft geen consequenties voor onze financiële positie en slagkracht, die voldoende flexibiliteit bieden om de benodigde investeringen te doen en extra kosten te dragen. Met het oog op de implementatie van de groepsstrategie is de financiering verlengd en verruimd. Daarnaast kan extra cash worden vrijgemaakt door het terugbrengen van ons werkkapitaalbeslag.

# Stakeholderinterview European Cyclists Federation

'ACCELL GEEFT ONS EEN KRACHTIGE STEM IN BRUSSEL.'

De European Cyclists' Federation (ECF) behartigt de belangen van fietsers en fietsersbonden uit meer dan 40 landen en lobbyt internationaal voor gunstig beleid. Zo probeert ze te bereiken dat meer mensen gaan fietsen en dit vaker doen. Accell Group is sinds 2011 als industriepartner aan ECF verbonden en steunt de organisatie bij de promotie van de fiets als duurzaam en aantrekkelijk vervoersmiddel. Kevin Mayne, Development Director van ECF in Brussel, legt uit hoe beide partijen van deze samenwerking profiteren.



*Waarom moet de fietser in Brussel worden vertegenwoordigd?*

"Bij de Europese Commissie wordt veel beleid en wetgeving gemaakt over zaken als stedelijke ontwikkeling en verkeer. Het is belangrijk dat niet alleen de auto-industrie en de ov-sector dan aan tafel zitten, maar dat ook de belangen van de fietser goed worden vertegenwoordigd. De fiets biedt ongekende mogelijkheden in de strijd tegen dichtslibbende steden en stijgende gezondheidskosten en moet worden meegenomen in elke vorm van vervoersbeleid. Wij werken overigens niet alleen in Brussel, maar helpen ook landenorganisaties om zich te professionaliseren en ondersteunen hen bij het aanvragen van EU-fondsen voor nationale en regionale fietsprojecten.

*Welke rol is weggelegd voor Accell Group en de fietsindustrie?*

"ECF is 35 jaar geleden begonnen als consumentenorganisatie. In de loop der jaren hebben ook andere partijen die dezelfde doelen nastreven zich bij ons aangesloten. Accell is een van de oprichters van de Cycling Industry Club en zo als sponsor aan ECF verbonden. Dat Accell Group als een van de grootste fietsproducenten ter wereld achter ons staat, legt veel gewicht in de schaal. Ze versterken onze stem in Brussel en zetten onze argumenten kracht bij. Weinig mensen weten dat de fietssector in Europa voor 600 duizend banen zorgt, meer nog dan de staalindustrie. Politici en beleidsmakers zijn gevoelig voor dat soort economische argumenten en dat helpt ons om ook thema's als veiligheid en duurzaamheid op de agenda te krijgen. Een ander voorbeeld van onze samenwerking is de expertise die zij leveren: informatie over technologische ontwikkelingen als de speed pedelec, maar ook het beschikbaar stellen van specialisten voor workshops."

'200 miljoen  
volwassenen  
in Europa  
fietsen nooit.'



#### *Hoe draagt ECF bij aan de ontwikkeling van de fietsindustrie?*

"Ik denk dat de fietsindustrie enorm profiteert van onze aanwezigheid in Brussel en ver daarbuiten. Wij zijn hun oren en ogen, weten welke thema's actueel zijn en aan welke beleidsstukken wordt gewerkt. Om een stevige plaats voor de fiets op te eisen in de mobiliteitsmix van de toekomst, moeten we nu aan tafel zitten. Het belangrijkste resultaat dat wij in de afgelopen jaren hebben geboekt is een ruime verdrievoudiging van het Europese budget voor fietsbeleid. Dat vertegenwoordigt een waarde van meer van een miljard euro voor de fietsindustrie."

#### *Welke toekomst ziet u voor de fiets in Europa?*

"In gidslanden als Nederland en Denemarken fietst 80% van de bevolking regelmatig, maar we vergeten wel eens dat er ook 200 miljoen volwassenen in Europa zijn die nooit fietsen! Momenteel heeft de fiets een aandeel van 8% in het totale Europese vervoer. Als we dit weten te verdubbelen dan heeft dat enorme positieve effecten op gezondheid, milieu en de economie. De verkopen in de fietssector kunnen toenemen met tien miljoen fietsen per jaar. De potentie is enorm."





Accell Group N.V.  
Postbus 435, 8440 AK Heerenveen  
Industrieweg 4, 8444 AR Heerenveen  
Nederland  
T 051 3 638 703  
F 051 3 638 709  
[www.accell-group.com](http://www.accell-group.com)

