

TeamAlert

jongeren met **impact**

Jongeren met auto's

als hobby

Observatie, participatie en
focusgroepen onderzoek

Stichting TeamAlert

Jongeren met impact

Nijverheidsweg 25
3534 AM Utrecht
Tel: 030-2232893
info@teamalert.nl
www.teamalert.nl

Onderzoek en rapportage: Gaby Dijkstra, hoofdonderzoeker. Bijdragen van Benthe Schuurman en Sanne Haanen.

Oktober 2024

© Deze rapportage is eigendom van stichting TeamAlert te Utrecht. Niets uit dit rapport mag worden gereproduceerd, publicitair worden vrijgegeven of worden uitgevoerd zonder de schriftelijke toestemmingen of de actieve medewerking van stichting TeamAlert.

Samenvatting

Aanleiding van het onderzoek

In Nederland is er een grote groep autoliefhebbers, waaronder veel jongeren, wat zich uit in de vele autoshow's die maandelijks worden georganiseerd. Het beoefenen van de auto als hobby lijkt soms gepaard te gaan met risicogedrag, zoals te hard rijden en risicovol rijgedrag, blijkt uit toenemende overlast in steden en op industrieterreinen. Er is echter nog onvoldoende wetenschappelijk inzicht in de specifieke jongeren die naar autoshow's gaan, hun ervaringen met auto's als hobby, en de relatie tussen deze hobby en risicogedrag in het verkeer. Dit onderzoek heeft als doel om meer inzicht te krijgen in de motivaties en gedragingen van jongeren met een passie voor auto's en hun houding ten opzichte van verkeersveiligheid.

Het onderzoek

Dit onderzoek richt zich op jongeren van 12 tot 24 jaar die autoshow's bezoeken en hun auto als hobby beschouwen. Het doel is om inzicht te krijgen in de motivatie van deze jongeren voor het bezoeken van autoshow's en deelname aan straatraces, en om te onderzoeken hoe deze activiteiten samenhangen met hun risicogedrag in het verkeer. De onderzoeksmethoden omvatten een doelgroepenanalyse, observatie- en participatieonderzoek tijdens twee autoshow's en focusgroepen. Hierbij worden jongeren in twee leeftijdscategorieën (12-17 en 18-24 jaar) betrokken om te begrijpen wat hen aantrekt in autoshow's en de perceptie van risicogedrag. In totaal is met 57 jongeren gesproken verspreid over participatieonderzoek en focusgroepen in juni, juli en augustus van 2024.

Resultaten

Jongeren die autoshow's bezoeken hebben een sterke passie voor auto's en besteden veel geld, tijd en moeite aan zowel tuning van hun eigen voertuig als deelname aan evenementen. Hun motivatie varieert van het bewonderen van unieke auto's tot het zoeken naar sensatie en adrenaline. Hoewel autoshow's een onderdeel van hun hobby zijn, nemen jongeren vaker deel aan car meetings en straatraces, waar ze gelijkgestemden ontmoeten en hun vaardigheden en voertuig testen. Ze beschouwen zichzelf als competente bestuurders en ervaren dat zelf sleutelen aan hun auto hun rijvaardigheid versterkt. Ondanks een beperkte bewustheid van de risico's van deelnemen aan dergelijke activiteiten, zijn velen op zoek naar veilige, gereguleerde alternatieven, terwijl de negatieve media-aandacht voor straatraces hen vaak eerder aantrekt dan afschrikt.

Conclusies en aanbevelingen

Autoshow's zijn belangrijke sociale evenementen voor jongeren die daar inspiratie opdoen en er voertuigexpertise vergaren. Opvallend is het gebrek aan verkeersveiligheidsvoorlichting tijdens autoshow's, ondanks de potentieel risicovolle context. Jongeren gaan vaker naar alternatieve, meer toegankelijke evenementen om hun hobby uit te oefenen, zoals car meetings en straatraces. Dit zijn ongereguleerde ontmoetingen met een hoger risiconiveau, wat geregeld uitloopt in gevaarlijk rijgedrag, zoals tijdens take overs en straatraces. Hoewel deelname aan straatraces risicovol is, worden ze door jongeren beschouwd als een natuurlijke verlenging van hun hobby, gedreven door adrenaline en de behoefte om grenzen op te zoeken en hun voertuig te testen.

De jongeren overschatten vaak hun rijvaardigheid en zien ongelukken tijdens straatraces als incidenten veroorzaakt door individuen, niet door de activiteit zelf. Een belangrijke conclusie is dat er een kloof is tussen de hobbybeleving van jongeren en bewustzijn van verkeersveiligheid, wat kansen biedt voor preventieve campagnes.

De aanbevelingen richten zich op het integreren van verkeersveiligheidsvoorlichting tijdens autoshow's en het opzetten van gerichte campagnes die aansluiten bij de drijfveren van jongeren, zoals status en zelfperceptie. Daarnaast wordt onderzoek naar strengere handhaving en verhoogde zichtbaarheid van verkeersmaatregelen op risicolocaties aanbevolen. Eveneens wordt verder onderzoek voorgesteld naar de overgang van legale auto-evenementen tot deelname aan illegale straatraces, vooral onder jongeren die nu nog geen rijbewijs hebben maar wel met grote regelmaat worden blootgesteld aan snelheid en risicovol rijgedrag.

INHOUD

Hoofdstuk 1: Aanleiding	6
Onderzoeksvraag	6
Over TeamAlert	6
Hoofdstuk 2: Achtergrondinformatie	9
De cijfers van straatraces in Nederland	10
Hoofdstuk 3: Onderzoeksopzet	12
Doelgroep	12
Onderzoeksvragen	12
Werving deelnemers focusgroep	12
Onderzoeksmethode observatie en participatieonderzoek	13
Onderzoeksmethode focusgroep	13
Analysemethode	14
Hoofdstuk 4: Resultaten observatie- en participatieonderzoek	16
Observatie moment 1: Autoshow Breda	16
Observatiemoment 2: Autoshow Den Bosch	18
Conclusie observatie- en participatieonderzoek	20
Hoofdstuk 5: Resultaten focusgroep	21
Beïnvloeding van het eigen gedrag	22
Betere bestuurder door zelf te sleutelen	22
Motieven straatraces	22
Weerstand straatraces	23
Media schetst verkeerd beeld	23
Hoe te beperken	24
Conclusie focusgroepen	24
Hoofdstuk 6: Conclusie en aanbevelingen	26
Alomvattende hobby	26
Adrenaline	26
Media motiveert	26
Doelgroep inzichtelijker	27
Aanbevelingen	27
Bronnen	30
Mediaberichtgeving geraadpleegd, gesorteerd op chronologische volgorde	30
Bijlage 1: Deelnemers focusgroepen	33
Bijlage 2: Gespreksstarter	34
Bijlage 3: Topiclijst focusgroep	35

Tabel 1: Definitielijst

Tabel 2: Aangevulde definitielijst



Aanleiding



TeamAlert

jongeren met **Impact**

Hoofdstuk 1: Aanleiding

Autoliefhebbers zijn er volop in Nederland, zo ook onder jongeren. Dit is terug te zien in het hoge aantal autoshow's dat door het land wordt georganiseerd waarvoor het publiek kaarten koopt. Verspreid over Nederland zijn er maandelijks meerdere shows te bezoeken (Autoblog; Hartvoorauto's; Carnews, z.d.). Autoshow's worden georganiseerd door verschillende organisaties en zijn doorgaans commerciële evenementen die toegankelijk zijn voor iedereen met een kaartje.

In sommige gevallen lijkt de passie voor auto's gepaard te gaan met risicogedrag in het verkeer, zoals te hard rijden, bezoeken van *car meetings* en het meedoen aan straatraces. Het toegenomen risicogedrag naar aanleiding van groepen autoliefhebbers die elkaar ontmoeten is in de afgelopen jaren toegenomen. Dit blijkt uit de vele meldingen van overlast in grote steden, op industrieterreinen en landwegen waarin het aantal straatraces met vaak flinke bezoekersaantallen is toegenomen (Gemeente Rotterdam, 2024). Of het beoefenen van de auto als hobby een aanleiding is om risicogedrag te vertonen in het dagelijkse verkeer, is nog niet vastgesteld.

Welke jongeren er precies naar autoshow's gaan, alsook interesse hebben in *car meetings* en deelnemen aan straatraces, is op dit moment niet bekend. Op wetenschappelijk gebied is evenmin bekend hoe jongeren hun auto beleven, en welke jongeren hun auto beschouwen als hobby. Literatuur over straatraces, de herkomst hiervan en motieven van jongeren om hieraan mee te doen, is in de Nederlandse context niet paraat.

TeamAlert wil meer zicht op deze specifieke doelgroep omdat het aantal straatraces lijkt toe te nemen in Nederland (NOS, augustus 2024). Wanneer straatraces in het nieuws komen is dat vaak omdat ze de verkeersveiligheid beïnvloeden, er veel overlast door is, of er veel bekeuringen zijn uitgedeeld. Ook zijn er straatraces waarbij dodelijke ongevallen zijn voorgekomen. Het is urgent om hier meer over te weten te komen, inzichtelijk te maken welke risico's er zijn bij straatraces, en of jongeren hierbij betrokken zijn. Daarnaast is er meer kennis nodig over de link tussen het hebben van een autohobby en gevaarlijk rijgedrag.

Het voornaamste doel van dit onderzoek is om meer inzicht te krijgen in de motivatie van jongeren met auto's als hobby, het gedrag dat daarbij hoort en de houding van jongeren die risicogedrag vertonen tijdens het uitoefenen van hun autohobby.

Onderzoeksvraag

Deze rapportage geeft antwoord op de volgende onderzoeksvraag:

- ▶ **Wat motiveert jongeren om autoshow's te bezoeken en aan straatraces mee te doen, en in hoeverre hangt dit samen met hun risicogedrag in het verkeer?**

Over TeamAlert

Jongeren hebben een grotere kans op een verkeersongeluk dan andere weggebruikers in Nederland. TeamAlert zet zich daarom dagelijks in om het aantal jongeren dat betrokken is bij een verkeersongeval te verminderen. Dit doet TeamAlert door ze uit te dagen om slimme keuzes in het verkeer te maken, zodat zij altijd veilig onderweg zijn. Vanuit die visie doen we onderzoek en ontwikkelen we projecten en sociale media-acties. Met Young Influence, ons jongerenpanel, zijn we in staat om continue in te spelen op de veranderende behoeften van jongeren. Meer dan 8000 leden tussen de 12 en 24 jaar worden zo actief bij onze onderzoeken en interventies betrokken.

Met een groeiend team van zo'n dertig *young professionals* en ruim veertig jongerenvoorlichters op locatie, realiseert TeamAlert jaarlijks ruim duizend interventies op o.a. scholen en festivals. Daar spreken we leeftijdsgenoten aan vanuit hun eigen beleveniswereld. Een originele en positieve boodschap is hierbij essentieel. Dankzij de wetenschappelijke onderbouwing binnen onze projecten motiveert TeamAlert jaarlijks meer dan 100.000 jongeren en weten we positieve gedragsverandering teweeg te brengen.

Leeswijzer

Dit rapport bestaat uit zes hoofdstukken. Hoofdstuk twee geeft informatie over autoshow's, wat het zijn en waar deze plaatsvinden. Ook gaat dit hoofdstuk in op *car meetings*, *take overs* en straatraces en wordt met een definitielijst duidelijk gemaakt wat dit allemaal behelst.

Daarna volgt hoofdstuk drie waarin de onderzoekopzet uiteen wordt gezet, zodat duidelijk is met welk doel en hoe dit onderzoek is uitgevoerd, welke methodes zijn gebruikt en wie eraan meegedaan hebben. In hoofdstuk vier worden de resultaten van het observatie- en participatieonderzoek uiteengezet. In hoofdstuk vijf zijn de resultaten van de focusgroepen te lezen.

Vervolgens is in hoofdstuk zes de eindconclusie van dit onderzoek beschreven, wat antwoord geeft op de deelvragen en de hoofdvraag en aanbevelingen voor de toekomst weergeeft.



Achtergrondinformatie



TeamAlert

jongeren met **Impact**

Hoofdstuk 2: Achtergrondinformatie

De auto is in Nederland onverminderd populair. Bijna de helft van alle jongeren van 16 tot en met 24 jaar heeft een autorijbewijs (TeamAlert, 2024). Daarnaast is het aantal particuliere autobezitters tussen de 18 en 25 jaar in de afgelopen 4 jaar flink toegenomen (CBS, 2024). In 2020 ging het nog om 247.805 auto's, in 2024 is dit toegenomen tot 289.129 auto's (CBS, 2024). Hoeveel van deze jongeren de auto ook beschouwen als hun hobby, en welke gedragen daarbij horen, is niet bekend.

Naast dat er veel autobezitters zijn in Nederland is er ook een groot scala aan autoshow's. De shows zijn er in allerlei soorten en maten: zowel binnen als buiten, van heel groot tot kleine exclusieve evenementen en van middagen tot meerdaagse activiteiten. Soms georganiseerd rondom een bepaald automerk, soms voor auto's specifiek uit een land en andere weer gericht op unieke auto's. Op de shows komen mensen met elkaar in contact, kunnen ze testritjes maken, leren ze over unieke uitvoeringen en kunnen ze sfeer proeven van de activiteiten die worden aangeboden zoals *drag races*, *burn outs* en *rev battles*. Kortom; een autoliefhebber kan zijn hobby goed uitoefenen in Nederland.

Ook jongeren zijn op autoshow's graag geziene gasten, ze doen veelvuldig mee aan activiteiten tijdens de shows en brengen hun eigen auto's mee om te showen op de *paddock* (402 Automotive, 2022). Naast het bezoeken van commerciële evenementen gaan jongeren ook naar *car meetings* waar ze zelf aan auto's sleutelen en elkaar hun auto laten zien. Soms eindigen *car meetings* in straatraces, deze zijn illegaal in Nederland en zorgen vaak voor onveilige verkeerssituaties. Grote steden ondervinden hinder van straatraces (Gemeente Rotterdam, 2024) en er zijn gevallen bekend waarbij jongeren om het leven zijn gekomen (Regionale dagbladen in 2022; 2023; 2024).

Het hoge aantal autoshow's gericht op snelheid, de toegenomen meldingen van overlast door straatraces en de mogelijke link tussen jongeren met auto's als hun hobby en specifiek risicogedrag, wordt verder uitgediept in dit rapport. Door dit rapport heen zullen enkele woorden voorbijkomen die in de 'wereld van straatraces' heel gangbaar zijn, maar wellicht bij anderen niet bekend. In tabel 1 is een overzicht te zien van veelgebruikte termen binnen dit thema met de bijbehorende definities.

Tabel 1: Definitielijst

Benaming	Betekenis	Context
Car meeting	Openbare bijeenkomst van mensen die graag hun passie voor auto's delen. Deze vinden door heel het land plaats, in allerlei verschillende vormen. Vaak op parkeerterreinen en soms specifiek voor bepaalde automerken. Bekendmaking van bijeenkomsten geschiedt via sociale media, maar ook laagdrempeliger onder kleine groepjes vrienden. Tijdens car meetings vinden geen races plaats en car meetings zijn op zichzelf niet strafbaar. Het verschilt in welke mate en grootte deze plaatsvinden.	Bepaald gedrag tijdens een car meeting kan leiden tot een overtreding. Denk bijvoorbeeld aan geluidsoverlast, vernieling, roekeloos rijgedrag en samenscholing. Er zijn gevallen van car meetings die zo groot worden dat deze niet meer gecontroleerd veilig kunnen plaatsvinden op de daarvoor gekozen plek en politie ingrijpt.
Straatrace	Illegale activiteit waarbij twee of meerdere auto's hard optrekken en tegen elkaar gaan racen over tenminste 400 meter. Vaak drukbezocht, met allerlei soorten auto's, op vooraf afgesproken plekken. Er wordt ruim boven de toegestane snelheid gereden, met naast gevaarlijke situaties ook geluidsoverlast. Wanneer we van straatraces spreken in dit rapport gaat het per definitie om een illegale activiteit.	Veelal op industrieterreinen, landwegen en afgelegen gebieden. Vaak 's nachts. Racen op de openbare weg is in Nederland strafbaar, het samenkomen van mensen niet. Alleen op heterdaad betrappen van het actieve racen, kan tot straffen leiden.
Drag race	Activiteit waarbij voertuigen tegen elkaar racen op een afgezet gebied over een afstand van 400 meter	Dit wordt op autoshow's aangeboden als activiteit om met

	waarbij het de bedoeling is dat je als eerste de eindstreep haalt. Gaat meestal om een afstand over een rechte lijn.	je eigen voertuig aan mee te doen, waarbij het een georganiseerde variant is en er veiligheidsmaatregelen gelden.
Burn Outs	Expres rookontwikkeling opwekken met je achterbanden, door deze te laten draaien zonder dat de auto van zijn plek komt.	Tijdens shows wordt dit aangeboden als activiteit, gepaard met veel rook en hard geluid.
Rev Battle	Auto's die tegen elkaar de motor vol laten draaien voor een bepaalde tijd, om het meeste geluid op te wekken.	Tijdens shows wordt dit aangeboden als activiteit, gepaard met veel knallende motoren tegelijkertijd.
Paddock (club of show)	Onderdeel van een autoshow waar auto's tentoongesteld worden. Hier kan men zich voor opgeven of in geval van exclusieve shows worden ze ervoor uitgenodigd. Paddocks kunnen ook in clubverband georganiseerd zijn, dan zijn mensen lid en mogen ze op basis daarvan op een show staan.	Bij dit onderdeel ontmoeten veel mensen elkaar en kunnen ze in gesprek raken met de eigenaar van de auto. Vaak gaat dit om unieke auto's, of zeer kostbare auto's.

De cijfers van straatraces in Nederland

Om een eerste indruk te krijgen van wat straatraces zijn en waar deze plaatsvinden zijn mediaberichten geraadpleegd in de periode van 2021 tot en met de zomer van 2024. Een lijst met berichtgevingen is te vinden in de bronnenlijst.

Afgaande op de berichtgeving in nationale media, waarin voornamelijk gevallen waarbij de politie heeft ingegrepen aan bod komen, lijkt het aantal straatraces in Nederland toe te nemen. In de afgelopen zes maanden was er iedere maand tenminste één bericht in een lokale krant of op nationale media (zie bronnenlijst). De car meetings en straatraces die de media niet haalden, zijn hierin niet meegenomen omdat daar geen overzicht van bekend is.

Via sociale media is goed te zien dat de interesse in car meetings, straatraces en autoshow's lijkt toe te nemen. Dit blijkt bijvoorbeeld uit het hoge aantal *likes* en volgers op accounts van de grootste organisatie in Nederland, 402 Automotive, en de hoeveelheid reacties die deze accounts ontvangen wanneer de nationale media aandacht besteden aan straatraces.

Ondanks dat vanuit de verschillende media blijkt dat straatraces mogelijk zijn toegenomen, is het precieze aantal straatraces momenteel niet vast te stellen. Hoeveel het er zijn, waar ze plaatsvinden en in hoeverre ze voor onveilige verkeerssituaties zorgen, is onbekend. Politiecijfers over straatraces bestaan niet, en de berichtgeving die er is, is niet eenduidig. Dit komt onder andere omdat het lastig vast te stellen is wat een straatrace is en welke consequenties (zoals boetes) hieraan verbonden zijn. Uit berichtgeving van politie en lokale media is te lezen dat de boetes die worden uitgedeeld bij straatraces voornamelijk gaan om snelheidsovertredingen, verstoring van de openbare orde en samenscholing. In mindere mate kan het ook gaan om inbeslagname van voertuigen of invordering van het rijbewijs met in sommige gevallen tot gevolg het opleggen van een Educatieve Maatregel Gedrag (CBR, 2022).

In een artikel op Omroep Flevoland (2024) wordt omschreven waarom het lastig blijkt voor de politie om in te grijpen bij straatraces. Zij beschrijven dat het op heterdaad betrappen noodzakelijk is terwijl in veel gevallen dat de politie op de hoogte is van een straatrace, bij aankomst ter plaatse geen overtredingen meer vaststelt.

Het CBS rapporteert over oproepen tot straatraces in hun rapportage over online veiligheid en criminaliteit. Hierbij valt te denken aan oproepen op social media en websites om deel te nemen aan car meetings op daarvoor ongeschikte plekken. Deze activiteiten vallen onder oproepen tot openbare-ordeverstoring en worden soms beboet. Ook jongeren van 15 tot 25 jaar bevinden zich onder de groep die deelneemt aan deze oproepen (CBS, 2024). In 2022 viel 1,4% van alle online oproepen tot openbare ordeverstoring onder de noemer straatrace en werd deze oproep gedaan door jongeren. In 2022 ging 5% van alle openbare ordeverstoringen die gemeld zijn over straatraces (CBS, 2024).



Onderzoeksopzet



TeamAlert

jongeren met **impact**

Hoofdstuk 3: Onderzoeksopzet

Het doel van dit onderzoek is om in kaart te brengen welke jongeren autoshows bezoeken, hoe zij hun auto-hobby beleven en of dit invloed heeft op hun eigen risicogedrag in het verkeer, wat weer de vraag oplevert in hoeverre straatraces aantrekkelijk worden gevonden door jongeren. Door middel van een doelgroepenanalyse krijgen we inzicht in wat jongeren motiveert om veel met auto's bezig te zijn, te sleutelen aan auto's en waarom zij autoshows bezoeken. Daarnaast willen we achterhalen hoe jongeren snelheid en risicogedrag in het verkeer beleven.

Doelgroep

Dit onderzoek richt zich op de doelgroep jongeren van 12 t/m 24 jaar die georganiseerde autoshows bezoeken in Nederland en aangeven de auto als hun hobby te beschouwen. Specifiek wordt gekeken naar autoshows waar elementen van snelheid (bijv. drag racen) als activiteit worden aangeboden, voor jongeren om naar te kijken en/of aan mee te doen en waar showelementen in zitten om je eigen voertuig te kunnen etaleren. Op diverse autoshows geldt dat motoren deel uitmaken van het aanbod, en dus worden deze ook meegenomen in dit onderzoek.

Onderzoeksvragen

Tijdens de focusgroepen en het participatieonderzoek staat het beantwoorden van de onderzoeksvragen centraal. Hieronder worden de hoofdvraag en deelvragen verder toegelicht.

Hoofdvraag

- Wat motiveert jongeren om autoshows te bezoeken en aan straatraces mee te doen, en in hoeverre hangt dit samen met hun risicogedrag in het verkeer?

Om de hoofdvraag te beantwoorden maken we gebruik van een aantal deelvragen.

Deelvragen

- Met welk doel bezoeken jongeren autoshows?
- Wat kenmerkt de groep jongeren die autoshows bezoeken?
- In hoeverre beïnvloedt het bezoek aan autoshows het gedrag van jongeren in het verkeer?
- Wat is de huidige stand van zaken wat betreft straatraces, waar vinden deze plaats en wie doen er aan mee?
- Wat maakt straatraces aantrekkelijk voor jongeren?
- Hoe kan deze doelgroep impactvol bereikt worden?

Werving deelnemers focusgroep

De werving voor het onderzoek heeft plaatsgevonden tussen 21 juli en 13 augustus 2024, via sociale media, via het jongerenpanel van TeamAlert genaamd Young Influence. Daarnaast was er een speciale wervingsactie op zondag 21 juli in Den Bosch, ten tijde van AutoMadness in de Brabanthallen. De onderzoeker en campagnemedewerker waren beide op dit evenement aanwezig, deels voor participatieonderzoek en deels voor het werven van deelnemers voor de focusgroepen. Dit bleek een succesvolle formule want enkele deelnemers zijn hier geworven die later op de focusgroepen aanwezig waren.

Via sociale media is een oproep verspreid voor jongeren van 12 t/m 24 jaar. Hierbij moet worden aangegeven dat de specifieke werving voornamelijk gericht was op jongeren tussen de 18 en 24 jaar in verband met regelgeving hieromtrent. Na de selectie zijn de jongeren persoonlijk benaderd via WhatsApp. In de wervingstekst is vermeld dat jongeren met het deelnemen aan het interview een cadeaubon ter waarde van €30,- ontvangen, boven op de eventuele reiskosten.

Jongeren die aangaven wel eens een autoshow te bezoeken zijn benaderd, gaven ze daarbij aan ook nog aan straatraces mee te doen, zijn ze specifiek geselecteerd voor deelname aan de focusgroep.

Onder de jongeren tussen 12 en 17 jaar werd ook de voorkeur gegeven aan bezoekers van autoshow, maar indien dit niet kon werd geselecteerd op jongeren die aangaven “auto’s als hobby te hebben”. Hierdoor is een poule gecreëerd van jongeren met actieve en passieve deelname aan autoshow, waarvan sommige ook aan straatraces meedoen en een enkeling met alleen auto’s als hobby. Tot slot werd er rekening gehouden met leeftijd, gender en is er een verscheidenheid aan opleidingsniveau en regio’s terug te zien onder de deelnemers. Een overzicht van deelnemers is te zien in Bijlage 1.

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van observatie en participatieonderzoek en focusgroepen. Hieronder wordt elke methode in meer detail toegelicht.

Onderzoeksmethode observatie en participatieonderzoek

Het doel van het participatieonderzoek is om te observeren en verkennen welke activiteiten en gedragingen tijdens autoshow plaatsvinden en wie de bezoekers zijn. Daarnaast is participatieonderzoek ook een vorm om ter plaatse met jongeren in gesprek te gaan en ze specifiek te bevragen naar hun ervaringen over het bezoek aan de autoshow. Door zelf actief autoshow te bezoeken verzekert TeamAlert zich ervan met de juiste groep in contact te komen en ter plaatse onderzoek uit te kunnen voeren door middel van gesprekken te voeren en via korte vragenlijsten meerdere jongeren te bevragen die aanwezig zijn, op een laagdrempelige manier.

Participatieonderzoek is tevens een manier om een beter beeld te krijgen van autoshow in het algemeen en met organisaties in contact te komen voor achtergrondinformatie en vervolgonderzoek, of om eventuele gedragsinterventies op maat te kunnen ontwikkelen voor tijdens deze shows.

De uitvoerende onderzoeker is naar twee autoshow van gelijkwaardige categorie gegaan. Beiden via de organisatie 402 Automotive: één binnen en overdag, de ander buiten en in de avond. Hier heeft zij data verzameld voor het observatie en participatieonderdeel van deze onderzoeksopzet. Er is voor deze onderzoeksmethode gekozen omdat dit thema dermate nieuw is voor TeamAlert en er nog weinig bekend is uit de literatuur over autoshow, en dus achtte we het noodzakelijk en relevant hier zelf naartoe te gaan, om te weten waar het over gaat als er over autoshow gesproken wordt. Ook relevant is dat tijdens het tweede bezoek TeamAlert aanwezig was met een voorlichtingsinterventie gerund door onze jongerenvoorlichters, en twee medewerkers: een medewerker van marketing en communicatie om jongeren te werven voor de focusgroepen van dit onderzoek en content te maken, en de hoofdonderzoeker van dit project. De onderzoeker was op geen enkele manier betrokken bij de wervingsgesprekken van de marketing en communicatiemedewerker om zo de jongeren niet van tevoren al te beïnvloeden over het onderwerp van de focusgroep. De jongeren die gesproken zijn als onderdeel van het participatieonderzoek op deze dag, hebben niet deelgenomen aan de focusgroepen.

Naast de observaties die ter plekke gemaakt zijn, bood participatieonderzoek ook uitkomst om gericht voor te bereiden op de focusgroepen later in het onderzoekstraject en zo beter aansluiting te vinden bij de jongeren die we daarvoor uitnodigden. Hiervoor is een specifieke vragenlijst opgesteld (Bijlage 2), die tijdens de show afgenomen werd om een eerste beeld te schetsen van de demografische kenmerken van de doelgroep die deze shows bezoekt.

Onderzoeksmethode focusgroep

In de focusgroepen haalden we informatie op over wat jongeren motiveert om autoshow te bezoeken en aan straatraces mee te doen, en hoe dit samenhangt met hun perceptie op hun eigen risicogedrag in het verkeer in het algemeen.

Er zijn drie focusgroepen georganiseerd, verdeeld over twee leeftijdscategorieën. Eén groep van 12-17 jarigen en twee groepen van 18-24 jarigen. De jongste groep heeft zelf nog geen ervaring met autorijden en dus zijn we geïnteresseerd in wat de ervaring van een autoshow met hen doet en het mogelijk normaliseren van risicogedrag door naar dit soort shows te gaan.

De groepen van 18-24 jaar nodigden we uit met als voorwaarde dat ze ooit een autoshow bezocht hebben en indien mogelijk ook aan onderdelen tijdens een show meedoen. Daarnaast heeft deze doelgroep mogelijk al een rijbewijs en ervaring met voertuigen die (te) hard rijden of andere motieven hebben om naar een autoshow te gaan.

Uiteindelijk hebben er 23 participanten deelgenomen aan de focusgroepen waarvan drie vrouwen en 20 mannen. Er is ook een dubbelinterview gehouden met twee deelnemers die niet tijdens de reguliere focusgroepen aanwezig konden zijn, maar wel bereid waren met de onderzoeker in gesprek te gaan. Om de anonimiteit te waarborgen zijn deze opgenomen in het totaaloverzicht van deelnemers. In totaal zijn er 25 jongeren betrokken geweest bij de focusgroepen en gesprekken, naast de 32 jongeren die gesproken zijn tijdens de twee bezochte autoshows als onderdeel van het participatieonderzoek.

In de focusgroepen is er gebruik gemaakt van projectieve technieken. Dit zijn onderzoeks- en gesprekstechnieken die stimuleren dat de deelnemer antwoorden kan geven zonder belemmeringen. Voorbeelden van deze technieken zijn hypothetische vragen die starten met 'stel je voor dat...' en vragen waarin de deelnemers op een 10-puntsschaal aangeven hoe ze over een onderwerp denken. Daarnaast wordt er in de focusgroep gebruik gemaakt van gespreksstarters. Dit is een korte vragenlijst die de deelnemers voorafgaand aan de focusgroep invullen en waarover vervolgens een groepsgesprek gestart wordt (zie Bijlage 2). Dit voorkomt sociaal wenselijke antwoorden en bevordert dat alle deelnemers hun mening en ervaring kunnen delen. De topiclijst gebruikt tijdens de focusgroepen is te vinden in Bijlage 3.

Analysemethode

Om de focusgroepen te analyseren is gebruik gemaakt van automatische transcripties via Amberscript en coderen gebeurt via Maxqda. Daarnaast zijn voor triangulatie de notulen van de focusgroepen toegevoegd aan de analyse, notities van de onderzoekers en ook de uitwerking van de werkvormen die gebruikt zijn tijdens de focusgroepen zijn meegenomen in de analyse. Alle analyses samen vormen de resultatensectie.

Voor het observatieonderzoek is naast de notities gebruik gemaakt van foto's en videomateriaal dat gemaakt is tijdens de shows. Deze beelden zijn onherkenbaar gemaakt en alleen voor onderzoeksdoeleinden bestemd. Ook is gedurende het onderzoeksproces continue het nieuws in de gaten gehouden via openbare bronnen om recente berichtgeving over straatraces in Nederland, mee te kunnen nemen.



Resultaten



TeamAlert

jongeren met **impact**

Hoofdstuk 4: Resultaten observatie- en participatieonderzoek

Dit hoofdstuk bevat de resultaten van het observatie- en participatieonderzoek en omvat observaties van twee autoshow's bezocht in de zomer van 2024 en gesprekken met in totaal 32 jongeren aanwezig tijdens deze shows. Deze shows zijn van gelijkwaardige categorie, georganiseerd door dezelfde organisatie. Hiervoor is gekozen om zo te kunnen vergelijken tussen de shows en observaties later te kunnen toetsen bij de jongeren in de focusgroepen.

Hieronder volgt een samenvatting van de observaties per autoshow beschreven op basis van de subjectieve waarnemingen van de onderzoeker.

Observatie moment 1: Autoshow Breda

- Datum: zaterdag 22 juni 2024
- Locatie: Breda
- Terrein: Breda airport – onoverdekt buitenterrein.
- Naam show: Hart voor Auto's Show Time!
- Organisatie: 402 Automotive

Bij aankomst is er sprake van lange files om het terrein op te komen, ruim anderhalf uur vanaf de afslag van de snelweg naar het terrein. Tijdens deze file werd er veelvuldig ronkende motoren gehoord, geroken en gezien, waarbij mensen elkaar gingen nadoen. Ondanks de aanloopfile was de sfeer gemoedelijk, vriendelijk en was het een drukbezocht evenement op een zonnige dag. Bezoekersaantallen zijn niet bekend, maar naar schatting zal dit tussen de 1500 en 3000 zijn geweest.

De autoshow in Breda heeft een grootschalige en levendige atmosfeer, mede doordat dit zich in de buitenlucht afspeelt. Bij aankomst valt de setting op, die doet denken aan een festival, met veel mensen en een diverse verzameling voertuigen, horeca en activiteiten. Het is druk, met overal hoorbare muziek en motorgeluiden, terwijl rookvorming rond enkele voertuigen een dynamische omgeving creëert bij de diverse activiteiten zoals Rev Battle, Burn Out en Drag Race. Ook valt op dat mensen veel eigen materiaal mee hebben om zitplekken te creëren, zoals campingstoelen en partytenten en materiaal om te barbecueën. Met een hele uitrusting klaar voor een avondje uit, vormden groepjes mensen zich rondom bepaalde plekken. Het leek of veel mensen elkaar al kenden en opzochten tijdens dit evenement, alsof groepen vrienden weer bij elkaar kwamen.

De organisatie is informeel opgezet, met weinig zichtbare bewegwijzering of aanwijzingen voor het publiek over veiligheidsvoorzieningen. Bezoekers bewegen zich vrij tussen de verschillende voertuigen en activiteiten, wat resulteert in een energieke sfeer. De georganiseerde horeca bestaat uit foodtrucks en het aanbod beslaat voornamelijk frituur, frisdrank, energydranken en bier. Merchandise stands bieden gepersonaliseerde nummerplaten en auto gerelateerde accessoires aan en ook autobladen zijn aanwezig om hun magazine te verkopen.

Vrienden, koppels en kleine groepen, veelal afkomstig uit België, Duitsland en de regio Brabant en Limburg, maken deel uit van het publiek. Opvallend is de aanwezigheid van professionele en hobbyfotografen, die elk moment vastleggen en online delen.

De bezoekers zijn grotendeels jong, met veel tieners, jongvolwassenen en ook gezinnen met jonge kinderen. De diversiteit in achtergronden is gematigd zichtbaar; het publiek is overwegend wit, zowel mannen als vrouwen, waaronder opvallend veel zwangere vrouwen zijn aanwezig.

Op het terrein is harde muziek te horen, variërend van hardcore tot rock, en het geluid van verschillende activiteiten vult de omgeving. Er zijn lange rijen voor de muntautomaten, eetkraampjes en toiletten, wat de gelegenheid bood rustig met bezoekers in gesprek te raken.

Participatie onderzoek

De interviews tijdens het participatieonderzoek waren open, semigestructureerd en informeel, met vooraf opgestelde vragen als leidraad (zie Bijlage 2). Om beïnvloeding te voorkomen, werd aan de deelnemers enkel vermeld dat de gesprekken voor onderzoeksdoeleinden waren, zonder expliciet te benoemen waar TeamAlert

voor staat. Er zijn geen opnames gemaakt; wel zijn direct na elk gesprek notities uitgeschreven. In totaal zijn 18 jongeren geïnterviewd, voornamelijk in de rijen voor de toiletten, bij de muntverkoop en bij de eetkraampjes. Bij de show paddock, waar bezoekers in hun eigen tempo tussen de auto's konden lopen, ontstonden eveneens gesprekken, voornamelijk bij voertuigen waar mensen langer bleven staan, zoals met de hobbyfotografen. De drag race bood, dankzij de wachttijden tussen de races door, een goede gelegenheid om deelnemers aan te spreken en hun motivatie voor deze activiteit van de autoshow te onderzoeken.

Tijdens het participatieonderzoek kwamen verschillende motieven en achtergronden naar voren bij jongeren die de autoshow bezochten. Voor veel bezoekers vormden indrukwekkende voertuigen een belangrijke trekpleister, zoals bij een broer en zus van 12 en 16 jaar die enthousiast waren om auto's te zien die ze normaal niet tegenkomen. Dit soort unieke ervaringen trok ook een groep jongens tussen de 18 en 21 jaar aan, allen met rijbewijs, die graag naar de bijzondere en kostbare auto's kijken, hoewel ze zelf nog geen dure, snelle voertuigen kunnen veroorloven. Ondanks de hoge kosten voor een kaartje vinden zij in deze evenementen een plek om hun fascinatie voor snelheid te voeden. Ze gaven ook te kennen dat dit soms tot risicovol rijgedrag leidt, zoals bleek uit het verhaal van één van de jongens die eerder dit jaar een ongeluk heeft gehad door te hard rijden.

Voor anderen ging de autoshow vooral om het sociale aspect. Een vrouw van 23 jaar bezocht de show voor het eerst, om aan te sluiten bij haar partner die hier geregeld heen gaat met zijn vrienden, vooral voor de gezelligheid. Voor haar was het niet enkel een interesse in auto's, maar een manier om een activiteit met haar sociale kring te delen. Dit sociale motief werd ook genoemd door twee vrouwen van 18 en 19 jaar, die zonder eigen rijbewijs en zonder specifieke interesse in auto's met hun partners meegingen voor een leuk avondje uit. Ze waardeerden vooral de sfeer en kwamen uit de directe omgeving van de show.

Naast de aantrekkingskracht van de voertuigen zelf, was er een groep bezoekers met een duidelijke technische interesse. Een stel uit Brabant bezocht de show met het oog op motoren en technische onderdelen, ze sleutelen zelf graag aan auto's, wat zij uitlegden als 'tuning'. Voor hen is de autoshow een verlengstuk van hun hobby; ze genieten van het zien van auto's met speciale specificaties en het uitwisselen van kennis met anderen die hun auto ook tunen. Een groep jongens tussen de 15 en 17 jaar, zonder rijbewijs, sleutelt ook aan auto's en bezoekt een show af en toe, wanneer deze niet te ver weg of te duur is. Voor hen zijn car meetings vaak een toegankelijker alternatief.

Voor sommige jongeren staat het verlangen naar snelheid en spektakel centraal. Een jongen van 14 bezocht de show samen met zijn vader, gefascineerd door snelle auto's en de adrenaline van activiteiten zoals de drag race. Hij is hier daarnaast om alles live te delen op Snapchat, wat liet zien hoe de show niet alleen een fysieke ervaring was, maar ook een digitale gebeurtenis die gedeeld werd met zijn sociale omgeving. Bij het drag racen vertelden drie jongens tussen de 16 en 19 jaar, dat zij hun auto's opvoeren voor het versterkende geluidseffect en graag 's nachts door de buurt rijden om knallende geluiden te laten horen. Met enthousiasme vertelden zij hoeveel geld en tijd ze in hun auto's steken. Voor hen was het plezier niet alleen verbonden aan snelheid, maar ook aan het creëren van sensatie.

De diversiteit in motivaties om de autoshow te bezoeken laat zien dat deze evenementen verschillende behoeften aanspreken: van bewondering voor auto's en de kennis opdoen over de technische aspecten tot een sociale ervaring of avondje uit. Het versterken van sociale banden, het delen van een passie, of het zoeken naar de sensatie van snelheid; voor alle jongeren vormde de show een belangrijk platform voor zelfexpressie en beleving.

- Wat opviel is dat alle gesprekken heel gemoedelijk en toegankelijk waren, jongeren vertelden met veel enthousiasme over hun ervaringen en lieten in sommige gevallen foto's en filmpjes zien. Ook bij ervaringen met te hard rijden en andere vormen van risicogedrag, werden openlijk anekdotes gedeeld. Er werd gedeeld welke andere shows de moeite waard zijn en welke online kanalen gevolgd kunnen worden voor nieuws over straatraces.

Om meer over het evenement zelf te weten te komen is ook gesproken met mensen boven de 24 jaar, waarvan er veel meerdere keren per jaar een show bezoeken, en daar met hun gezin of een vriendengroep heen gaan.

Deze mensen konden achtergrondinformatie over het soort autoshow en de inhoud van de activiteiten delen. Verder is gesproken met kraamhouders. De heel jonge kinderen (onder de twaalf) en de ouders, vallen buiten de doelgroep van dit specifieke rapport en worden niet in detail behandeld. Deze gesprekken hebben wel geholpen om een beter beeld te vormen van wat autoshow's zijn, welke soorten er bestaan en welke bronnen verder geraadpleegd kunnen worden om de volgende fase van het onderzoek in te gaan.

Een aantal andere opvallende observaties, die niet per se aan de doelgroep gelinkt kunnen worden maar wel van belang zijn voor een beeld van deze autoshow, zijn:

- Er was **weinig zichtbare gehoorbescherming** te zien bij het publiek. Wel is er sprake van heel luid geluid, met name bij de decibellen-wedstrijd, harde knallen bij races en burn-outs, en diverse muziekinstallaties in de auto's op het showdeck, zorgen ervoor dat er het gehele evenement overal geluid was.
- Er waren **weinig duidelijke verkeersveiligheidsmaatregelen** of aanwijzingen voor het publiek om op te volgen, het publiek kon overal vrijelijk rondlopen, fietsen en enkele elektrische-steps zijn gezien. Dit ging allemaal door elkaar heen. Specifieke aandacht voor verkeersveiligheid is niet opgemerkt, behalve dat door de microfoon bij het drag racen er af en toe opgeroepen werd om achter de dranghekken te blijven voor en tijdens de race.
- Op een grasveld naast het showdeck werd herhaaldelijk een 'donut' manoeuvre uitgevoerd door een auto. Dit was een **gevaarlijke situatie**, daar er op dit grasveld ook veel groepjes mensen zaten. Of hierop werd aangesproken door de organisatie is niet duidelijk geworden.
- Een **sterke wietlucht** suggereerde dat er rijkelijk geblowd werd op het terrein.
- Ook het **alcoholgebruik** was hoog, zowel onder consumptie van de commerciële stands als door zelf meegebrachte dranken. Dit was opvallend omdat veel bezoekers, zeker de meerderheid, met een eigen voertuig naar het evenement zijn gekomen. Oproepen om verantwoord om te gaan en rijden onder invloed te vermijden, zijn niet gesignaleerd.

Observatiemoment 2: Autoshow Den Bosch

- Datum: zondag 21 juli 2024
- Locatie: Den Bosch
- Terrein: In de Brabanthallen
- Naam show: AutoMadness
- Organisatie: 402 Events

De tweede autoshow die bezocht werd was in enkele opzichten gelijk aan de eerste, maar had ook diverse andere kenmerken. Een paar belangrijke verschillen zullen hieronder gedeeld worden.

Aan het begin van de dag, op het punt van opening van het event, stond er een lange rij mensen buiten te wachten. Tijdens dit moment is kort gesproken met iemand van de organisatie van 402 Automotive en konden zo enkele gegevens verzameld worden. Qua bezoekers was dit drukker dan het vorige event, en in totaal ging het om 15.000 bezoekers verspreid over twee dagen. Op deze zondag waren ze nadrukkelijk een uur eerder begonnen en zelfs nu stond er een rij voor de deur, wat de organisatie opmerkelijk vond, maar waar ze zeer tevreden over was. Dit geeft de populariteit van dit soort shows aan.

Het eerste kenmerkende verschil was de locatie. Dit evenement vond binnen plaats, verspreid over enkele zalen. Dit gaf een andere sfeer en meer structuur aan de indeling en tijdsverloop van verschillende activiteiten. Daarnaast waren er andere activiteiten, gericht op het zelf meedoen, juist ook gericht op jongeren. Hierbij valt te denken aan game spellen, testritjes in luxe exclusieve auto's (ook zonder rijbewijs, dus als bijrijder mogelijk) en waren er simulators aanwezig. Een ander belangrijk verschil; tijdens dit evenement kwam 'snelheid' naar voren door de verschillende voertuigen die tentoongesteld stonden maar kon men niet zelf racen. Activiteiten als burn out of drag racen, werd hier niet aangeboden. De activiteiten tijdens deze show waren vooral gericht op het showelement van bijzondere auto's, auto's in bepaald thema en auto's bekend uit films, op de zogenoemde 'car catwalk'. Deze show liep de gehele dag en werd aan elkaar gepraat door diverse presentatoren. Deze presentatoren ondervraagden de bestuurders van de bijzondere auto's en er werden geregeld anekdotes uitgevraagd over snelheid, te hard rijden, en de overschrijding van de toegestane limiet

van de auto. Wat opviel is dat dit genormaliseerd leek en dat ook waar jongeren bij waren er veel in positieve termen gesproken werd over te hard rijden en gevaarlijk rijgedrag.

Een grote gelijkenis was de opzet van kraampjes, het aanbod van merchandise, en enkele kraampjes waren gelijk aan de vorige show. Een kraameigenaar wist te vertellen dat veel van deze stands rondtrekken en op iedere show weer staan, het is als het ware een *community* van kraamhouders, te vergelijken met een kermisorganisatie- en aanbod. Het aanbod van kraampjes was op dit event hoger en meer divers dan op het vorige event.

Het soort bezoekers was enigszins gelijk: er waren veel gezinnen, groepjes vrienden, stelletjes en ook veel bezoekers uit de regio en net over de grens vanuit Duitsland en België. Wel leek het publiek iets gevarieerder, ook meer heel jonge kinderen in kinderwagens, tot aan juist meer ouderen zoals opa's en oma's die met hun kleinkinderen deze show bezochten. Er was weer veel enthousiasme en er heerste een gemoedelijke sfeer.

Qua sfeer was het rustiger en meer georganiseerd. Dit komt enerzijds door de indeling van het terrein, het duidelijkere verloop van de bezoekersstromen en het feit dat dit een dag-evenement was en niet in de avond, wat mogelijk ook verklaarden dat er minder alcohol werd gesignaleerd. Binnen werd er niet gerookt. Een andere mogelijke verklaring voor de sfeer is dat de snelheidselementen waar de bezoeker zelf aan mee kan doen, niet werden aangeboden en een stuk adrenaline die met racen gepaard gaat, ontbrak. Dit trekt mogelijk een ander publiek aan, of weerhoudt een deel van het publiek van de vorige show, om hierheen te gaan.

Media bekendheid

Een belangrijk verschil wat duidelijk te merken was, was dat één specifieke doelgroep met name op dit evenement af kwam: de mensen die voor een speciale auto van een bekende Nederlander kwamen. Enzo Knol was aanwezig, zijn auto stond tentoon en deed mee op de car catwalk. Hier is een groot gedeelte van de show omheen gemaakt, wat veel publiek trok en met name heel veel jonge kinderen en jongeren. Om een beeld te schetsen kan je op van het YouTube kanaal van deze bekende Nederlander een verslag zien vanuit zijn perspectief. Dit begint bij minuut 11.51 in de video.



Dit geeft mogelijk weer waarom er tijdens dit event nog meer hobbyfotografen en influencers aanwezig waren, waarvan er veel live verslag deden van Knol en andere onderdelen van de show. Ook waren er op de paddocks auto's te zien die veel stickers opgeplakt hadden met de naam van hun eigen sociale media kanaal, waarop ze aangeven waar deze auto te volgen is en waar ze hun foto's te koop aanbieden. Dit gaat om kanalen waar specifieke tuning te zien is, alsook waarop car meetings en straatraces worden gedeeld.

- ▶ TeamAlert heeft zelf sfeerbeelden gemaakt van deze show waarop we in gesprek zijn met jongeren. Deze kun je hieronder zien. Andere filmpjes van TeamAlert zijn te vinden op Instagram en TikTok [via deze link](#).



Hieronder volgt een samenvatting van de opvallendste zaken uit de gesprekken met de jongeren tijdens AutoMadness. In totaal is met 14 jongeren gesproken, tussen de 13 en 24 jaar. Daarvan waren er 4 vrouw en 10 man. De jongste deelnemers waren mee met hun familie, de ouderen vanaf ongeveer 16 jaar, waren er voornamelijk samen met vrienden of als stel.

De jongeren die hun auto op de paddock tentoonstelden waren vooral geïnteresseerd in tuning, hadden kennis over specifieke onderdelen en gaven veel geld uit aan hun hobby. Bedragen rond de 1500 euro per maand werden genoemd. Daarbij werd gezegd dat je een auto goedkoop kunt kopen en daarna veel investeert om deze naar jouw stijl te maken. Belangrijk voor jongeren was dat de auto hard kan rijden, opvallend is en vooral veel geluid kan maken. Daarnaast gaven ze aan dat snel rijden leuk is, voornamelijk als je echt kan laten zien dat je de auto onder controle hebt, zoals in bochten waarbij je jouw stuurtechniek kan tonen. Alleen hard gaan om het hard gaan, dat was minder in trek. Enkele van deze jongeren, degene die ouder waren dan 16, gaven aan ook geregeld naar car meetings te gaan om daar vriendschappen te sluiten en samen aan auto's te sleutelen. Als werd gevraagd hoe ze dit event beleefde was dat positief, voornamelijk omdat ze veel andere jongeren zagen. Al waren de jongeren die buiten stonden hier niet vanwege de auto van de bekende Nederlander. Ook werd aangegeven dat het jammer is dat in het algemeen car meetings afnemen, dat straatraces het overnemen of ervoor in de plaats komen, maar ook dat door nieuwe regelgeving vanwege milieuvoorschriften het rijden in dit soort getunde auto's steeds minder kan.

Conclusie observatie- en participatieonderzoek

Het observatieonderzoek op twee autoshow's, in Breda en Den Bosch, toont dat beide evenementen druk bezocht waren en een gemoedelijke sfeer hadden waar veel mensen met enthousiasme voor auto's samenkwamen om mee te doen of kennis te delen. De autoshow in Breda had een festivalachtige setting, waarin bezoekers hun eigen voorzieningen meebrachten, gepaard met veel harde muziek, motorgeluiden en rookontwikkeling, wat een eigen dynamiek creëerde. Den Bosch bood andere activiteiten, meer gereguleerd en afgebakend binnen en vooral rondom exclusieve auto's en bekende personen, wat veel hobbyfotografen en influencers trok. Daarnaast viel op dat autoshow's, car meetings en tuning en in sommige gevallen ook straatraces niet op zichzelf staan, maar voor veel jongeren onderdeel zijn van de gehele hobbybeleving.

Tijdens de shows was er weinig tot geen aandacht voor verkeersveiligheid of alert zijn op risicogedrag. Niet in bewegwijzering of instructies, evenmin in voorlichting op het evenement.

Hoofdstuk 5: Resultaten focusgroep

Hieronder volgt een overzicht van de resultaten van de drie focusgroepen en het dubbelinterview met in totaal 25 jongeren. In geval van uitzonderlijke verschillende of opmerkelijke bevindingen wordt dat specifiek benoemd. De resultaten zijn onderverdeeld in thema's die overeenkomen met de topiclijst.

Kenmerken van jongeren die autoshow's bezoeken

De jongeren die autoshow's bezoeken, zijn divers in achtergrond, maar delen enkele kenmerken. Jongeren gaan vaak met hun ouders of andere familieleden naar autoshow's, en zijn er zo ingerold van jongs af aan. Anderen jongeren gaven aan dat zij er zelf mee begonnen zijn en hierdoor vrienden hebben gemaakt waarmee ze nu regelmatig shows bezoeken. Stellen gaven aan samen autoshow's te bezoeken en de hobby gemeen te hebben en hier veel tijd in door te brengen.

De groep van zowel mannen als vrouwen varieerde in opleidingsniveau van middelbare school tot en met hbo/universiteit. Jongeren kwamen uit heel het land en de jongeren van 18 jaar en ouder hadden allemaal een rijbewijs en beschikten over een eigen auto of motor. De meeste jongeren met een eigen voertuig hebben deze aangepast naar hun eigen stijl en smaak, opgevoerd, of andere maatregelen genomen om er sneller mee te kunnen rijden.

- ▶ Jongeren geven aan veel tijd en geld te besteden aan hun auto, met bedragen tussen de 500 en 2500 euro per maand.

Daarnaast is het bezoeken van autoshow's een sporadische activiteit, de autohobby komt vaker naar voren in andere uitingen zoals online delen van content en foto's maken en verkopen, meedoen aan car meetings, zelf sleutelen aan een auto of het bezoeken van straatraces. Autoshow's worden relatief het minst vaak gebruikt als uiting van de hobby omdat ze duur zijn en niet altijd even toegankelijk.

Motieven bezoeken autoshow's

Jongeren bezoeken autoshow's vooral om unieke auto's te zien en het geluid en de sfeer van het evenement te ervaren. Voor sommigen is het een kans om inspiratie op te doen voor de toekomst, zoals het bezitten van een eigen bijzondere auto, terwijl anderen vooral voor de getunede auto's komen en de expertise van de eigenaar van die auto. Jongeren waarderen de moeite die eigenaren in hun auto's steken en de combinatie van geluid, bijzondere auto's en de sociale setting maakt het voor hen een aantrekkelijke ervaring. Ook gaan jongeren erheen om foto's te maken en dit te kunnen delen op hun eigen sociale media kanalen.

Het motief van jongeren om autoshow's te bezoeken is de kans om unieke auto's te zien en met anderen in contact te komen. Een van de zaken die zij als niet aantrekkelijk aangeven is de toenemende aanwezigheid van bekende Nederlanders en influencers, omdat die volgens hen vaak geen kennis van auto's met zich meebrengen, en slechts dure auto's bezitten. Ook kunnen door de aanwezigheid van bekende Nederlanders en het grote publiek wat daarmee gemoeid is, sommige activiteiten niet meer aangeboden worden, zoals driften en burn outs. Autoliefhebbers met fascinatie voor snelheid knappen af op het ontbreken daarvan. De jongeren gaven aan dat autoshow's steeds groter en commerciëler worden en dat daarmee de motivatie voor hen afneemt. Wat eerder bezocht werd door de echte autoliefhebber, trekt nu breder publiek en maakt het voor deze jongeren minder relevant voor hun hobby.

De leukste onderdelen aan autoshow's volgens de jongeren zijn:

- ▶ Hard en veel geluid
- ▶ Rook en vuur
- ▶ Meedoen aan drag races
- ▶ Exclusieve, getunede, en dure auto's bekijken
- ▶ Vrienden ontmoeten
- ▶ Euforie, een goed gevoel hebben daar te zijn

Beïnvloeding van het eigen gedrag

De jongeren zijn gevraagd naar hun belevenis van te hard rijden en er is specifiek gevraagd naar wat het bezoeken van autoshow's met hen doet, als ze daarna zelf weer deelnemen aan het verkeer.

De jongeren hebben allereerst onderscheid aangebracht in verschillende categorieën van de autohobby en waar je als liefhebber aan mee kan doen. Zo werd er gesproken over autoshow's, de meest onschuldige en gereuleerde vorm waar de minste echte autoliefhebbers te vinden zijn. Daarna zijn er de car meetings, waar veel van onze participanten maandelijks of soms wel wekelijks naartoe gaan. Dit zijn meetings waar in principe geen trucjes of manoeuvres uitgehaald worden en er wordt niet geracet, er zijn geen illegale activiteiten tijdens een car meeting. Iedere jongere heeft zo z'n voorkeur voor car meetings, afhankelijk van zijn of haar eigen voertuig, woonplaats of interesses. De laatste in de categorie is de straatrace, waar enkele participanten zelf ook regelmatig aan meedoen. Iedereen is zich ervan bewust dat deze illegaal zijn.

Als tussencategorie zijn er nog de *take overs*; want deze zijn niet georganiseerd en kunnen spontaan plaatsvinden, door één voertuig of door meerdere tegelijk. Take overs vinden wel regelmatig plaats voorafgaand of na afloop van een car meeting of straatrace. Dit laatste, het risicovolle gedrag voor of na het bezoeken van een event, sluit aan bij de deelvraag over de invloed van deelname aan deze events op het eigen gedrag van de jongeren.

Het bezoek aan autoshow's, car meetings en straatraces beïnvloedt jongeren op verschillende manieren in hun rijgedrag. De meeste jongeren geven aan dat ze zichzelf als vaardige bestuurders zien, omdat ze inzicht hebben in de technische aspecten van hun eigen auto en daardoor hun rijgedrag beter kunnen aanpassen aan de capaciteiten van het voertuig.

Betere bestuurder door zelf te sleutelen

Jongeren beschouwen zichzelf als betere bestuurders dan mensen die weinig kennis hebben van de technische aspecten van hun voertuig. Ze gebruiken hun auto dan ook om hun eigen vaardigheden te testen, door snelle bochten te nemen, op hoge snelheid te vertrekken of op rotondes af te snijden.

"Je wilt testen en laten zien dat het gewerkt heeft, al dat tunen aan je auto."

Een ander vulde daarop aan dat hij wel degelijk vaak bewust veel risico neemt op dagelijkse ritjes, zeker als hij al lang niet naar een show of straatrace is geweest en die adrenaline mist. Het risicogedrag gaat wel gepaard met angst, want bij thuiskomst merkte hij op dat hij dan denkt

"Poeh, weer veilig thuis, het is weer goed gegaan, ik leef nog."

Een deel van de jongeren past hun snelheid en rijgedrag aan naar de situatie, bijvoorbeeld door alleen te hard te rijden wanneer ze denken dat het veilig is en anderen er geen hinder van ondervinden. Er zijn ook jongeren die aangeven meer risico's te nemen in hun eigen auto, waar ze bekend mee zijn en voorzichtiger te rijden in een auto van iemand anders.

Niet alle jongeren passen hun gedrag bewust aan. Sommigen beschouwen hard rijden als vanzelfsprekend en tonen weinig reflectie op de risico's ervan. Daarnaast speelt het gedrag van ouders een rol in hoe jongeren zelf rijden. Jongeren uit de jongste focusgroep, waarvan de meesten nog zonder rijbewijs, geven aan dat ze regelmatig zien dat hun ouders te hard rijden of andere verkeersovertredingen begaan, wat het idee versterkt dat dit normaal gedrag is in het verkeer.

Een enkeling was weinig bereid terughoudendheid te tonen en vond risicovol rijgedrag acceptabel, door te antwoorden op de vraag: waarom zou je te hard rijden? Met:

"Waarom niet?"

Motieven straatraces

Straatraces zijn voor jongeren aantrekkelijk vanwege meerdere factoren. Ten eerste dienen ze als sociale bijeenkomsten waar jongeren elkaar ontmoeten, ervaringen uitwisselen en kennis opdoen over auto's. Voor velen is het een kans om zich te omringen met gelijkgestemden die dezelfde passie delen.

Straatraces bieden ook de mogelijkheid om hun auto en eigen vaardigheden te testen in een minder gereguleerde omgeving, wat hen een gevoel van controle en zelfvertrouwen geeft. Ze geven aan dat juist je getunede auto die je tot in elk onderdeel kent, veiliger is en je er daarom ook goed mee zou moeten kunnen racen. Sommige hebben zelfs expres 'veiligheidsmechanismen' in hun auto gebouwd, zoals een kooi of specifieke racebanden, waardoor ze naar hun mening juist veel beter hard kunnen rijden en dat dan ook bewust opzoeken.

"In een kooi voel je je echt onsterfelijk."

- Adrenaline speelt een grote rol in de aantrekkelijkheid; de snelheid van de races zorgt voor een kick.
- Als jongeren aan snelheid denken, denken ze aan bewust opzoeken van hun eigen grenzen.

Volgens de deelnemers waaien er steeds meer snelheid gerelateerde trends over uit de Verenigde Staten van Amerika en die worden via sociale media gedeeld, waarbij straatraces steeds groter worden op bijzondere terreinen en je sneller in contact komt met anderen met dezelfde hobby.

Weerstand straatraces

Er zijn ook zaken die straatraces minder aantrekkelijker maken voor de jongeren. Een belangrijk punt is de illegaliteit; jongeren zien dit niet als een spannende uitdaging, maar eerder als een belemmering die hen beperkt en betuttelt. Straatraces die gedoogd zouden zijn, hebben de voorkeur. Daarnaast zijn er de risico's van boetes en de kans om hun rijbewijs kwijt te raken, wat hen ontmoedigt om deel te nemen. Bovendien zijn straatraces financieel belastend, omdat ze veel vragen van hun auto, zoals aanpassingen en onderhoud, wat voor sommige jongeren te duur is.

De negatieve media-aandacht rondom straatraces kan ook een impact hebben op hun reputatie of die van je omgeving, je ouders of werkgever, wat enkele jongeren aangaven als reden om niet mee te doen.

De bekendheid van straatraces door onder andere aandacht vanuit de Verenigde Staten van Amerika, maakt dat het toegankelijker wordt en dat er ook mensen op afkomen die hun auto niet onder controle hebben of geen geschikte auto hebben voor het racen. Er werd door de jongeren vooral negatief uitgelaten over auto's met automatische transmissies en dure Tesla's en BMW's zonder dat die getuned waren. Daarin zouden rijke mensen rijden, volgens de jongeren, maar niet per se mensen die weten hoe met hun auto om te gaan. Hierdoor ontstaan er laatste tijd meer ongelukken en zo verpesten deze mensen het voor de rest.

Wanneer jongeren gevraagd worden om advies te geven aan iemand in hun naaste omgeving om mee te doen aan een straatrace of niet, zijn ze allemaal vrij stellig: dat moeten die mensen zelf weten. Er lijkt geen duidelijke risicoherkenning of -erkenning en het veiligheidsaspect wordt niet als belemmering gezien voor het meedoen aan of het adviseren van anderen om mee te doen.

Media schetst verkeerd beeld

Ten tijde van het onderzoek zijn er diverse nationale mediakanalen items gaan maken over straatraces, waaronder de NOS. Op de vooravond van de tweede focusgroep was dit groot in het nieuws, en vandaar dat hier extra aandacht aan besteed is. Het nieuwsitem werd getoond tijdens de focusgroep en werd over het algemeen onder luid gejuich en veel gelach ontvangen. Eén deelnemer gaf aan er zelf bij te zijn geweest die bewuste avond.

Jongeren hebben een gemengd beeld van de berichtgeving in de media over straatraces. Ze maken onderscheid tussen straatraces en car meetings, waarbij ze car meetings vaak als een positiever en sociaal evenement beschouwen. Hierbij werd ook aangegeven dat de media vaker bericht over uit de hand gelopen car meetings en niet over echte straatraces. Ze voelen echter dat "rotte appels" binnen de gemeenschap van autoliefhebbers de negatieve aandacht trekken, wat leidt tot een eenzijdige en negatieve belichting van de bijeenkomsten. Hierdoor krijgen jongeren de indruk dat alleen de risicovolle aspecten van straatraces worden belicht, terwijl de positieve ervaringen en de sociale samenkomst vaak worden genegeerd. Ook geven ze aan dat informatie vaak niet klopt, dat het tegenstrijdig is met wat er in de praktijk gebeurt, met name als het gaat om de rol van de politie. Die is volgens jongeren vaak positiever.

Jongeren beschouwen het gedrag van individuele bezoekers tijdens of vlak voor of na een bijeenkomst, niet als onderdeel van het geheel maar als iemand die “dom doet”.

Opvallend is dat sommige jongeren, met name uit de jongere groep van 12 tot en met 16 jaar, juist aangetrokken worden door spectaculair gepresenteerde video's, zoals die van de NOS. Dit soort media-aandacht kan hen motiveren om de volgende keer zelf aanwezig te zijn, omdat het de opwinding en aantrekkingskracht van dergelijke evenementen benadrukt. Dit laat zien dat de berichtgeving, hoewel vaak negatief, ook een onbedoelde aantrekkingskracht kan hebben op jongeren, wat hen soms zelfs aanzet tot deelname.

Hoe te beperken

Jongeren denken dat gedogen en het aanwijzen van specifieke plekken voor straatraces effectieve manieren zijn om de verkeersveiligheid te bevorderen. Ze geloven dat als er duidelijke en veilige locaties zijn waar ze hun passie voor auto's kunnen uitoefenen, dit hen zou aanmoedigen om zich aan de regels te houden en gevaarlijke situaties in het verkeer te vermijden. Door een omgeving te creëren waar ze kunnen racen zonder de openbare veiligheid in gevaar te brengen, zouden ze zich verantwoordelijker voelen en de risico's van illegaal racen verminderen.

Als het op bestraffen aankomt vinden jongeren het zinvol om strenger en hoger te straffen en meer maatregelen zichtbaar te maken, zoals flitspalen en stoplichten. Met name meer maatregelen rondom uitvalswegen waar vaak straatraces en car meetings plaatsvinden. Dit zijn precies de plekken, aldus de jongeren, waar veel asociaal rijgedrag voorkomt. Qua consequenties helpt het eerder afpakken van je rijbewijs bij te hoge snelheden.

Een deelnemer, oorspronkelijk uit België, gaf aan dat daar de eisen voor het rijbewijs anders zijn en dat na enkele maanden rijervaring, iedere bestuurder verplicht een slipcursus moet volgen. Dit soort maatregelen, om wel de handelingen uit te voeren die “je toch wel wilt doen”, zoals driften, maar dan eerst in een gecontroleerde setting, zou kunnen helpen bij het verminderen van ongelukken volgens de deelnemer.

Conclusie focusgroepen

De jongeren die autoshows bezoeken delen een passie voor auto's en het sleutelen aan auto's om deze sneller of mooier te maken, ook wel 'tuning' genoemd en besteden hier een substantieel deel van hun geld aan uit per maand. Hoewel sommigen deze hobby via hun familie hebben ontwikkeld en al jaren uit gewoonte meegaan, bezoeken anderen bewust deze autoshows met vrienden of partners. De motivatie voor deelname aan autoshows varieert van bewondering voor unieke en getuned auto's tot het zoeken naar sensatie en adrenaline.

Het bezoeken van een autoshow is één van de minst gebezigde activiteiten bij het uitvoeren van de hobby, jongeren bezoeken vaker car meetings en doen ook mee aan straatraces, omdat ze daar meer gelijkgestemden vinden en hun auto en hun eigen grenzen kunnen testen. Een enkeling geeft aan ook af en toe aan take over activiteiten te doen. Jongeren beschouwen zichzelf als competente bestuurders en geven aan dat het zelf sleutelen aan hun eigen auto juist bijdraagt aan hun perceptie op de eigen vaardigheid, ze zoeken hierdoor ook vaker de grens op.

Hoewel jongeren zich slechts ten dele bewust zijn van de risico's van illegaal racen blijven velen de spanning opzoeken, waarbij ze de wens uitspreken voor veiligere, gereguleerde alternatieven om hun passie te beoefenen. De negatieve media-aandacht rond straatraces wordt deze door jongeren vaak als sensationeel ervaren en trekt het juist meer jongeren aan om een volgende keer ook bij een straatrace aanwezig te zijn.



Conclusie



TeamAlert

jongeren met **impact**

Hoofdstuk 6: Conclusie en aanbevelingen

Dit onderzoek heeft inzicht verschaft in de motivaties van jongeren om autoshow's te bezoeken en deel te nemen aan straatraces, en heeft de relatie onderzocht tussen deze activiteiten en hun risicogedrag in het verkeer. Door middel van observatie- en participatieonderzoek tijdens twee autoshow's en gesprekken met 32 jongeren, en drie focusgroepen met in totaal 25 jongeren tussen de 12 en 24 jaar, is een duidelijk beeld ontstaan van de complexe dynamiek tussen hun auto-gerelateerde hobby's en verkeersveiligheid. De deelnemers aan de focusgroepen bleken binnen de doelpopulatie te behoren, daar er veelal jongeren deelnamen die naar dezelfde autoshow's zijn geweest en aanvullend car meetings bezoeken en een aantal jongeren ook regelmatig aan straatraces meedoet en hier veel over kon vertellen.

Alomvattende hobby

Het bezoeken van een autoshow is één van de minst gebezigde activiteiten bij het uitvoeren van de hobby, jongeren bezoeken vaker car meetings en doen ook mee aan straatraces. Dit is een belangrijke uitkomst die inzicht geeft in de belevingswereld van jongeren die hun auto als hobby beschouwen. Daarnaast heeft het onderzoek kennis opgeleverd over de huidige stand van zaken, waar eerder nog geen informatie over beschikbaar was.

Uit het onderzoek blijkt dat autoshow's en car meetings voor veel jongeren een integraal onderdeel zijn van hun passie voor auto's, waarbij het gezamenlijk met gelijkgestemden sleutelen en tunen van voertuigen en zien van exclusieve auto's, centraal staat. Autoshow's fungeren als platform voor het tentoonstellen van technische vaardigheden en voertuiginnovaties, en ook als een sociaal netwerk waar jongeren met een gedeelde interesse samenkomen. Kenmerkend voor jongeren die hun auto als hobby beschouwen is de hoeveel tijd, geld en moeite zij op regelmatige basis aan hun voertuig besteden, en die veelal ook delen op hun sociale mediakanalen.

Opvallend is het gebrek aan aandacht voor verkeersveiligheid tijdens de bezochte autoshow's. Ondanks de potentieel risicovolle context waarin jongeren actief zijn, was er geen zichtbare aanwezigheid van voorlichting of bewustwordingscampagnes gericht op veilig verkeersgedrag. Dit wijst op een gemiste kans om deze doelgroep te bereiken met preventieve maatregelen en genormaliseerd gedrag.

Adrenaline

De behoefte aan sensatie, adrenaline en het verleggen van eigen grenzen en het testen van je eigen voertuig, is een terugkerend motief onder de deelnemers. Dit verklaart deels waarom deze jongeren zich aangetrokken voelen tot straatraces, die, ondanks de risico's, worden gezien als een verlengstuk van hun hobby, waarin hun zelfvertrouwen als bestuurder en het opzoeken van grenzen een belangrijke rol speelt.

Uit het onderzoek blijkt dat jongeren die betrokken zijn bij car meetings en straatraces hun eigen rijvaardigheden vaak overschatten, waarbij zij hun technische kennis en ervaring met voertuigen als doorslaggevend beschouwen voor hun competentie in het verkeer. Tegelijkertijd hebben zij de neiging om andere weggebruikers, die niet dezelfde affiniteit met of expertise van auto's delen, te wantrouwen, wat kan leiden tot een vertekend beeld van hun eigen rijgedrag en dat van anderen op de weg. De hoeveelheid ongelukken die gepaard gaan met take overs en straatraces, vinden de jongeren overtrokken en schrijven dit toe aan het gedrag van een enkel individu, niet aan de activiteit als zodanig.

De jongeren geven zelf aan dat zij hun deelname aan straatraces deels toeschrijven aan een gebrek aan gereguleerde, veilige alternatieven die hen dezelfde spanning en voldoening bieden. De aantrekkingskracht van straatraces is niet alleen de snelheid, maar ook het gevoel van exclusiviteit en de mogelijkheid om deel uit te maken van een subcultuur die hen identiteit en status verleent.

Media motiveert

De mediaberichtgeving rondom straatraces enerzijds en de opkomende populariteit van auto-hobby gerelateerde fotografen en influencers anderzijds, zorgen ervoor dat informatie en beeldmateriaal over car meetings, straatraces en take overs ruimschoots aanwezig is en dat jongeren hier dagelijks aan kunnen worden

blootgesteld. Hiermee is de kans op het normaliseren van te hard, risicovol en asociaal rijgedrag sterk toegenomen en in sommige gevallen motiveert dit jongeren om zelf mee te doen aan deze activiteiten.

Doelgroep inzichtelijker

Doordat dit onderzoek zich deels gericht heeft op het bezoeken van shows waar de doelgroep aanwezig is, deels aangevuld met focusgroepen, is er een compleet beeld verkregen over het onderwerp autoshow's en hoe jongeren hun autohobby beleven. De bevindingen en observaties bij jongeren tijdens de autoshow's sluiten aan bij de beleving van jongeren uit de focusgroepen. Naast de definities benoemd in hoofdstuk twee kan geconcludeerd worden dat de taal en beleving rondom straatraces meer behelst en kan de definitielijst aangevuld worden met de thema's die geduid zijn in de focusgroepen door de jongeren zelf. Deze aangevulde lijst is hieronder te zien in tabel 2.

Tot slot biedt dit onderzoek waardevolle inzichten voor beleidsmakers en organisaties die zich richten op verkeersveiligheid. Het toont de noodzaak aan van een aanpak die niet alleen gericht is op het beperken van risicogedrag, maar die tevens inspeelt op de behoefte van jongeren aan spanning en uiting van hun kennis op het gebied van exclusieve auto's. De uitkomsten van dit onderzoek benadrukken de samenhang tussen het uitoefenen van een hobby in een bredere context van identiteit, sociale netwerken en kennis, en de zoektocht naar sensatie en het verleggen van grenzen die voor veel jongeren onlosmakelijk verbonden is met hun passie voor auto's.

Tabel 2: aangevulde definitielijst

Benaming	Betekenis	Context
Take over	Kortstondige activiteiten waarin een automobilist spontaan besluit "de weg over te nemen", dat kan zijn doormiddel van een gevaarlijke manoeuvre, inhalen, of zigzaggend door het verkeer te gaan. Vaak op hoge snelheid.	Dit is een manoeuvre, of meerdere manoeuvres achter elkaar, die vaak voor gevaarlijke situaties zorgen. Anderen in het verkeer hebben hier geen weet van. Dit gebeurt op de openbare weg, voornamelijk overdag wanneer er ook veel ander verkeer actief is.
Tuning	Je auto aanpassen met speciale materialen, om deze uniek te maken en naar jouw smaak. Het gaat hier om interieur, alsmede de buitenkant, unieke onderdelen, kleuren, nummerplaten en stickers.	Jongeren spreken elkaar veel over tuning, om zo te leren hoe je je eigen auto kunt inrichten naar je eigen smaak. Hierbij is kennis van jouw auto en allerlei onderdelen van essentieel belang.
Driften	Manoeuvre waarbij bestuurder expres dwars over de weg stuurt, veelal door een bocht. Vaak gepaard met hoge snelheid.	Het is de bedoeling om deze gecontroleerde slippende beweging zo lang mogelijk op hoge snelheid vast te houden. Wanneer de bestuurder de controle verliest kan dit zeer gevaarlijke situaties veroorzaken.
Donuts	Een manoeuvre waarbij een auto cirkels draait op hoge snelheid en op een plek, als het ware de vorm van een donut.	Dit gebeurt op shows, maar ook tijdens car meetings en straatraces. Een gevaarlijke manoeuvre die vaak tot onveilige situaties leidt.

Aanbevelingen

Er kan op basis van dit onderzoek geen uitspraak gedaan worden over een feitelijke link tussen het bezoeken van autoshow's en het vertonen van risicovol rijgedrag en het per definitie meedoen aan straatraces of andere

verkeersonveilige activiteiten. Wel zijn er enkele aanbevelingen uit voort gekomen en de noodzaak tot vervolgonderzoek is versterkt.

Integratie van verkeersveiligheidsvoorlichting tijdens autoshow's

Er kan vastgesteld worden dat er qua voorlichting en richtlijnen omtrent verkeersveiligheid tijdens deze autoshow's geen expliciete ruimte was. Er werd daarnaast in uitingen omtrent risicovolgedrag of het normaliseren van te hard rijden tijdens deze shows geen rekening gehouden met de aanwezigheid van jongeren op deze evenementen.

Integratie van verkeersveiligheidsnormen en voorlichting tijdens deze shows bieden een uitgelezen kans om jongeren bewust te maken van de gevaren van risicogedrag in het verkeer. De eerste aanbeveling luidt dat het gesprek hierover aangegaan moet worden met organisatoren van dergelijke evenementen.

Doelgerichte voorlichtingscampagnes

Het onderzoek toont aan dat deelname aan straatraces en car meetings vaak wordt gedreven door sociale netwerken en identiteit. Voorlichtingscampagnes moeten daarom aansluiten bij deze drijfveren en gebruik maken van influencers of rolmodellen uit de auto- en tuningcultuur. Het richten van boodschappen op status en zelfperceptie, in plaats van uitsluitend op risico's, kan effectief zijn in het aanspreken van deze doelgroep. Campagnes van hoe je expertise op kunt bouwen door op een risicovrije manier je auto te tunen, zou daar een voorbeeld van kunnen zijn.

Verhoogde handhaving en zichtbare maatregelen op risicolocaties

Op basis van de input van jongeren wordt aanbevolen om strengere handhaving en verhoogde zichtbaarheid van verkeersmaatregelen, zoals flitspalen en stoplichten, te implementeren specifiek op uitvalswegen en locaties waar vaak straatraces en car meetings plaatsvinden. Deze plekken worden door de jongeren zelf aangeduid als locaties waar asociaal rijgedrag veel voorkomt. Daarnaast kan het vroegtijdig intrekken van rijbewijzen bij overtredingen, zoals extreem hoge snelheden, een effectieve maatregel zijn om het risicogedrag te ontmoedigen en de verkeersveiligheid te bevorderen. Of dit daadwerkelijk zo is, dient nader onderzocht te worden.

Van legaal naar illegaal

Dit onderzoek heeft geen directe samenhang kunnen vaststellen tussen het bezoeken van autoshow's en het participeren in straatraces of ander illegaal verkeer gerelateerd gedrag. Wel is er een verhoogd risico vastgesteld doordat deze jongeren in grote mate blootgesteld worden aan snelheid en het normaliseren van te hard rijden. Daarnaast kan spectaculaire mediaberichtgeving hier op negatieve wijze aan bijdragen. Vandaar strekt het de aanbeveling om een vervolgonderzoek in te richten specifiek op de scheidslijn van het bezoeken van reguliere, legale, autoshow's tot het overgaan tot deelname aan straatraces. Met name onder de doelgroep 12 tot 16 jaar, die nu nog geen rijbewijs bezitten, is het interessant om te onderzoeken in hoeverre en wanneer zij mogelijkerwijs overgaan tot het daadwerkelijk meedoen aan straatraces of hoe hen hiervan te kunnen weerhouden.



Bronnen



Bronnen

AutoBlog. (2023, september 18). *Kalender: De auto-evenementen van 2024*. AutoBlog.

<https://www.autoblog.nl/nieuws/kalender-de-auto-evenementen-van-2024-6856898>

Automotive Online. (2022, november 4). *DCDW podcast #285: Ronald van den Broek over World of Cars*.

Automotive Online. <https://www.automotive-online.nl/management/brandstory/2022/11/04/dcdw-podcast-285-ronald-van-den-broek-over-world-of-cars/?gdpr=accept>

CBS. (2021). *Autobezit personen naar leeftijd 2020 en 2016*. CBS. <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2021/14/autobezit-personen-naar-leeftijd-2020-en-2016>

CBS. (2024). *Personenauto's in Nederland*. CBS. <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/verkeer-en-vervoer/vervoermiddelen-en-infrastructuur/personenautos#:~:text=Op%201%20januari%202024%20waren,is%20eigendom%20van%20een%20bedrijf>

CBR. (2022). *Factsheet educatieve maatregelen*. CBR. <https://www.cbr.nl/nl/service/nl/artikel/factsheet-educatieve-maatregelen-cbr>

CarNews. (2023, oktober 7). *Auto evenementen: De vetste events in 2024*. CarNews. <https://carnews.nl/auto-evenementen/auto-evenementen-de-vetste-events-in-2024/>

Hart voor Auto's. (2023, augustus 28). *De eventkalender voor autoshow's in Nederland & België van 2024*. Hart voor Auto's. <https://www.hartvoorautos.nl/de-eventkalender-voor-autoshow's-in-nederland-belgie-van-2024/>

Omroep Flevoland. (2024, juni). *Waarom wordt er al jarenlang niet ingegrepen bij illegale straatraces?*. Omroep Flevoland. <https://www.omroepflevoland.nl/nieuws/383848/waarom-wordt-er-al-jarenlang-niet-ingegrepen-bij-illegale-sstraatraces>

Racexpress. (2024, september 30). *Dit is waarom straatraces écht geen goed idee is*. RaceXpress. <https://www.racexpress.nl/Dit+is+waarom+straatraces+cht+geen+goed+idee+is/n/133650>

Swiffer Dusters. (2023). *Carlendar 2024*. Swiffer Dusters. <https://swifferdusterrr.com/carlendar-2024/>

YouTube. (2024, juli 21). *Enzo Knol aanwezig op AutoMadness 21 juli 2024* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0i0RrXwICTo>

402 Online. (2024). *Events*. 402 Online. <https://www.402online.com/events>

Mediaberichtgeving geraadpleegd, gesorteerd op chronologische volgorde

Hart van Nederland. (2021, augustus 26). *Zwaargewonde na illegale straatrace op industrieterrein Groningen*.

Hart van Nederland. <https://www.hartvannederland.nl/112/artikelen/zwaargewonde-na-illegale-sstraatrace-op-industrieterrein-groningen>

Hart van Nederland. (2022, januari 6). *Verdachte straatrace opgepakt na ongeval: Jonge zwangere vrouw ernstig gewond*. Hart van Nederland. <https://www.hartvannederland.nl/112/artikelen/verdachte-sstraatrace-opgepakt-na-ongeval-jonge-zwangere-vrouw-ernstig-gewond>

RTL Nieuws. (2022, maart 25). *Michael doet mee aan straatraces in Zevenbergschen Hoek, politie grijpt niet in*. RTL Nieuws. <https://www.rtl.nl/editie-nl/artikel/5298050/michael-doet-mee-sstraatraces-zevenbergschen-hoek-politie>

RTV Dordrecht. (2022, juni 12). *Motorrijder verongelukt tijdens mogelijke straatrace in Zuid-Holland*. RTV Dordrecht. <https://www.rtvddordrecht.nl/nieuws/motorrijder-verongelukt-tijdens-mogelijke-sstraatrace>

Omroep Gelderland. (2023, maart 14). *Illegaal racen zorgt voor overlast, fataal ongeluk is nieuw dieptepunt*. Omroep Gelderland. <https://www.gld.nl/nieuws/8113548/illegaal-racen-zorgt-voor-overlast-fataal-ongeluk-nieuw-dieptepunt>

Algemeen Dagblad. (2023, augustus 7). *Illegale straatraces rond A12 houden bewoners al jaren wakker: "Klinkt net als de Formule 1 naast je bed"*. Algemeen Dagblad. <https://www.ad.nl/zoetermeer/illegale-sstraatraces-rond-a12-houden-bewoners-al-jaren-wakker-klinkt-net-als-de-formule-1-naast-je-bed~a426d6b8/>

VVD Zoetermeer. (2023, augustus 12). *Zoetermeerse VVD wil actie tegen illegale straatraces op Prisma Bedrijvenpark*. VVD Zoetermeer. <https://vvdzoetermeer.nl/2023/08/zoetermeerse-vvd-wil-actie-tegen-illegale-sstraatraces-prisma-bedrijvenpark/>

Zoetermeer Actief. (2023, augustus 15). *Illegale straatraces zorgen voor veel overlast in Zoetermeer*. Zoetermeer Actief. <https://www.zoetermeeractief.nl/nieuwshome/actueel/25568-illegale-sstraatraces-zorgen-voor-veel-overlast>

Zoetermeers Dagblad. (2024, april 18). *Discussie over straatraces op Prisma Park laait op na ernstig ongeval*. Zoetermeers Dagblad. <https://zoetermeersdagblad.nl/lokaal/discussie-over-sstraatraces-op-prisma-park-laait-op-na-ernstig-ongeval>

Nieuws op Beeld. (2024, mei 28). *Auto in sloot na vermoedelijke straatrace: Inzittende komt om het leven op de Middelweg, Vierpolders*. Nieuws op Beeld. <https://nieuwsopbeeld.nl/2024/05/28/auto-in-sloot-na-vermoedelijke-sstraatrace-inzittende-komt-om-het-leven-middelweg-vierpolders/>

Algemeen Dagblad. (2024, juni 10). *Man (18) overleden na ongeval tijdens straatrace in Lelystad*. Algemeen Dagblad. <https://www.ad.nl/video/productie/man-18-overleden-na-ongeval-tijdens-sstraatrace-in-lelystad-447683>

RTL Nieuws. (2024, juni 12). *Beeld: Illegale straatrace Turnhout met deelnemers die eigen plek willen*. RTL Nieuws. <https://www.rtl.nl/nieuws/video/video/1366c0e9-d610-438d-8744-ad802b453674/beeld-illegale-sstraatrace-turnhout-met-deelnemers-willen-eigen-plek>

Het Laatste Nieuws. (2024, juni 14). *Mede-organisator illegale straatrace: "Er zullen nog veel volgen, politie kan niets doen"*. Het Laatste Nieuws. <https://www.hln.be/binnenland/mede-organisator-illegale-sstraatrace-zegt-dat-er-nog-veel-zullen-volgen-als-we-met-honderden-tegelijk-opduiken-kan-de-politie-niets-doen~a5d92bb3/>

Brabants Dagblad. (2024, juni 18). *Man (18) overlijdt als gevolg van straatrace*. Brabants Dagblad. <https://www.bd.nl/binnenland/man-18-overlijdt-als-gevolg-van-sstraatrace~acc9cd1d/>

Hart van Nederland. (2024, juni 21). *Chaos en ravage in Helmond bij vermoedelijke straatrace: Meerdere gewonden*. Hart van Nederland. <https://www.hartvannederland.nl/112/artikelen/chaos-en-ravage-in-helmond-bij-vermoedelijke-sstraatrace-meerdere-gewonden>

Oldambt Nu. (2024, juni 21). *Gemeente Oldambt kondigt noodbevel af wegens aanhoudende illegale straatraces*. Oldambt Nu. <https://www.oldambtnu.nl/2024/06/21/gemeente-oldambt-kondigt-noodbevel-af-wegens-aanhoudende-illegale-sstraatraces/>

NOS. (2024, juni 22). *Gemeente Rotterdam onderneemt actie tegen straatraces: "Alsof ik op Zandvoort moet slapen"*. NOS. <https://nos.nl/artikel/2525677-rotterdam-sluit-kade-voor-sstraatracers-alsof-ik-op-zandvoort-moet-slapen>

NOS. (2024, augustus 20). *Honderden mensen bij illegaal auto-evenement in 's-Heerenberg*. NOS. <https://nos.nl/video/2533701-honderden-mensen-bij-illegaal-auto-evenement-in-s-heerenberg>

Hart van Nederland. (2024, september 3). *Ravage na mogelijke straatrace in Tilburg: Vier personen naar ziekenhuis*. Hart van Nederland. <https://www.hartvannederland.nl/112/ongeluk/artikelen/ravage-na-mogelijke-sstraatrace-tilburg-vier-personen-naar-ziekenhuis>

Kijk.nl. (2024, september 5). *Hart van Nederland - Late Editie*. Kijk.nl. <https://www.kijk.nl/programmas/hart-van-nederland-late-editie/cXctqBRsmgyJGN>



Bijlagen



TeamAlert

jongeren met **impact**

Bijlage 1: Deelnemers focusgroepen

Leeftijd	Geslacht	Woonplaats	Rijbewijs	Opleiding
19	M	Hoogvliet	Nee	MBO
21	M	Rotterdam	Nee, lessen	MBO
24	M	Hoeven	Ja	Havo
20	V	Roosendaal	Ja	MBO
23	M	Oss	Ja	Havo
24	M	Woudenberg	Ja	MBO
21	M	De Wijk	Ja	MBO
22	M	Helmond	Nee	Basisschool
19	V		Ja	MBO
20	M	Ede	Ja	HBO/Uni
17	M	Zetten	Ja	Havo
22	M	Hendrik Ido Ambacht	Ja	HBO/Uni
20	M	Utrecht	Ja	Mbo
21	M	Utrecht	Ja	MBO
22	M	Breda	Ja	VWO
20	V	Breda	Ja	MBO
20	M	Leiderdorp	Nee, lessen	MBO
22	M	Waddinxveen	Ja	HBO/Uni
19	M	Deventer	Nee, lessen	Havo
21	M	Renkum	Ja	Mbo
18	M	Ewijk	Ja	Mbo
16	M	Hoogeveen	Nee, lessen	Vmbo
14	M	Hollandsche Rading	Nee	VWO/Gymnasium
15	M	Drunen	Nee	Havo
13	M	Rosmalen	Nee	Vmbo

Bijlage 2: Gespreksstarter

In boekvorm is deze aan de jongeren voorgelegd voorafgaand aan de focusgroep, direct bij binnenkomst. Deze hebben ze individueel ingevuld. Deze vragen zijn ook gebruikt ter voorbereiding op het participatieonderzoek voor de semigestructureerde gesprekken.

GESPREKSTARTER

Vraag 1: Wie ben jij (leeftijd/geslacht/woonplaats/opleiding) + Rijbewijs / bezoek show / Meedoen straatrace

Vraag 2: Wat voor type bestuurder ben jij? (keuzes)

Vraag 3: Ik ga naar autoshow omdat (open vraag – motieven verzamelen)

Vraag 4: Met wie ga je naar autoshow (info over aanleiding en socialisatie verzamelen)

Vraag 5: Welk onderdeel van het programma vind je het leukst? (Aantrekking autoshow input)

Vraag 6: Auto's zijn mijn hobby, je kunt mij alles vragen over (keuze) – kernmerken verzamelen en inspelen jongeren als expert over het onderwerp

Bijlage 3: Topiclijst focusgroep

Blok	Doel
0: Opstarten	Inloop, controle informed consent en gespreksstarter invullen. Pizza eten.
1: Introductie en ijsbreker	Voorstellen en doel sessie uitleggen. Daarnaast gebruiken we dit blok om kennis te maken. Werkvorm 1 plenaire ice-breaker. Als jij jezelf mocht omschrijven aan de hand van een auto-onderdeel, welke zou dat zijn? Waarom?
2: Motieven bezoeken shows Kennis / feitelijk	DV: Met welk doel bezoeken jongeren autoshow's? Werkvorm: autoshow ervaring plenair: per persoon – Gaby vult in op papier Werkvorm: - Wat maakt autoshow leuk (print) – tweetallen (10min) - kort plenair ophalen voor verdieping (5min)
3: Attitude: hard geluid, snelheid, racen	DV: Hoe beleven jongeren te hard rijden? Werkvorm: mindmap “als ik aan snel rijden denk, denk ik aan” - in tweetallen invullen. Plenair ophalen adhv opvallende voorbeelden – mee eens op rij staan van yes naar helemaal niet. (5min)
Pauze	
4: Attitude tegenover te hard rijden / straat races Sociale norm Gedrag	DV: Wat maakt straatraces aantrekkelijk voor jongeren? Hoe kijken ze aan tegen straatraces? Of waarom doen ze niet mee? Werkvorm: 2x positief/negatief – open bladen in tweetallen met post its (10) in groepjes (5 om 5 min) Werkvorm: filmpje NOS: Welke 3 gedachtes komen in je op? + wat comments laten zien. Herkenbaar? (15). En hoe zou jouw omgeving hierop reageren (familie, werkgever). Verdiepende vragen (5) 1) Stel, jij en je vrienden rijden in jullie eigen auto's naast elkaar op de openbare weg en gaan naar hetzelfde punt toe. Je ziet dat jouw vriend harder gaat en je uitdaagt om een stukje te racen. Hoe zou jij reageren? 2) Stel, je hebt een jong zusje, en die is gevraagd om aan een illegale straatrace mee te doen, ze vraagt jou om advies om mee te doen of niet. Wat zou jij tegen haar zeggen?
5: Oplossingen / preventie risicogedrag	DV: Hoe kan deze doelgroep impactvol bereikt worden? Werkvorm: dobbelsteen met 6 verschillende vragen. (10) 2 vragen behandelen plenair en iedereen laten reageren.
Afsluiting	Afronding