

# Co-eigenaarschap van startup Bike Concept Store



## Probleem

"De Amerikaanse nieuwsorganisatie CNN heeft Utrecht uitgeroepen tot de beste fietsstad van de wereld. Als reactie op dit bericht vindt Landschaps-architectuurbureau Copenhagenize dat Utrecht wel wat meer ambitie mag tonen: "De stad moet nu de volgende stap zetten en aantonen dat ze de daadwerkelijk de leider is van fietssteden, niet alleen nu, maar ook in de toekomst." (RTV Utrecht 2014)

Willen we dit beeld behouden en verder uitwerken dan is het belangrijk dat alle inwoners van de stad en regio deel willen nemen aan dit plan. Dat dat nu nog niet zo is ...blijkt uit verschillende onderzoeken. Uit het onderzoek van Merlijn Michon komt onder andere naar voren dat MBO'ers de fiets niet "cool" vinden, het past niet bij hun levensstijl, heeft geen status, is niet streetsmart, kinderachtig, de MBO'ers hebben geen binding hebben met fietscultuur en vallen buiten de doelgroep van fietsmerken. Toch zijn veel MBO'ers fanatieke sporters en bezoeken zij ook de sportschool, dat betekent dat actief bezig zijn wel binnen hun levensstijl behoort.

## Wens ontwikkeling

Dit alles geeft aan dat het wenselijk is dat er een gedachtegoed verandering plaatsvindt. De MBO'ers moeten "het fietsen" anders gaan ervaren. Belangrijk is dat we inzien dat wij dat willen, en niet dat zij ( de MBO'ers) dat willen. Wij dienen er dus voor te zorgen dat de MBO'er moet willen fietsen.

Veel regelingen of acties ( oa. de e-bike roadshow, harten voor sport) zijn er op gericht om de activiteit: het fietsen zelf onder de aandacht te brengen. Om de doelgroep over te halen om op de "wenselijke" manier de dingen te bekijken. Jongeren worden bekend gemaakt met de e-bike of leren in het donker fietsen. Hierdoor blijft het beeld wat de jongeren hebben van het fietsen hetzelfde er wordt alleen informatie, welke de organisatie belangrijk acht, aan toegevoegd. De doelgroep weet wat fietsen is en hoe dat te doen maar wil vooralsnog niet fietsen

## WENS ONTWIKKELING

**Hoe kunnen wij bij de MBO'er de wens creëren om te gaan fietsen?**

Wat MBO'ers wel willen is het volgende:  
Status, stoer, veiligheid, "onjatbaar", zelfstandigheid, sporten en snelheid.  
Ik wil daar de elementen: community, co-eigenaarschap en verantwoordelijkheid aan toe voegen.  
Ik wil de MBO'ers dan ook mede eigenaar te laten worden van de Bike Concept Store.



## Doelgroep MBO"ers

De MBO student moet de wens gaan ontwikkelen. Hierbij richt ik mij op een groep creatieve MBO'ers van zowel mannelijk als vrouwelijke studenten van rond de 17-18 jaar, die zeer gemotiveerd zijn binnen hun studie en die in een straal van 5 kilometer rond hun school wonen. De wens om te gaan fietsen moet aangewakkerd worden, studenten, die gemotiveerd zijn in hun studie, begrijpen dat je als je iets wilt dat je er moeite voor moet doen en deze studenten zijn een goede doelgroep om hiermee aan de slag te gaan. De eerste groep die meedoet moet zelf al willen meedoen, dat dient als voorbeeld voor de volgers.

Het concept moet gaan werken als een olie vlek, zodat "de wens" zich gaat verspreiden ook buiten de groep. De fietsende MBO-ers moeten anderen gaan inspireren om ook tot de fietsende groep te behoren. **De wens om te behoren tot de groep is hierin van groot belang!**

# Startup: Bike Concept Store

## Fietsen is hip, start nu een Bike repair shop.

De MBO'ers gaan zelf een eigen fietscultuur ontwerpen en de fiets startup opzetten. De MBO'ers worden aangemoedigd om co-eigenaarschap te kopen door middel van de aanschaf van een fiets en zo mede eigenaar te worden van de Bike Concept Store. Hier kunnen fietsen gerepareerd worden (wellicht uiteindelijk ook verkocht) maar ook andere dingen georganiseerd worden die met hun fietscultuur te maken heeft. Hiermee maken ze niet alleen een toekomst die voor hen zelf positief is maar uiteindelijk ook voor de stad. De jongeren kunnen op deze manier een plek creëren waar de zij zelf gaan ondernemen en mogelijk hun carrière kunnen starten. Zij zijn letterlijk zelf aan het stuur.

Er kan worden samen gewerkt met bv. mentoren van bekende Nederlandse fietsmerken en fietstechnici van andere MBO's (bv ROC fietstechnici) Op deze manier ontdekken de MBO'ers dat zij zelf geld kunnen verdienen met het promoten van hun fiets en hun nieuwe fietscultuur. Er is een wens gecreëerd.

**Wat:** Bike Concept Store en inspiratie plek.

**Waar:** Locatie op MBO naar keuze

**Wie:** 50 ondernemende MBO'ers die willen doen.

**Hoe:** Eenmalige steun, aanschaf fietsen en creatieve mentoren.

**DOEL:** Re-branding zodat een fiets net als de smartphone een "must have" wordt.



# Startup: Bike Concept Store

## Actie

- Concept Store, is een (reparatie) winkel met een fiets thema
- 50 MBO'ers gaan zelf aan de slag
- Locatie op de school zelf
- Veilig parkeren op school
- Nieuwe fiets-lifestyle ontwikkelen
- Mede eigenaarschap
- Niet top-down maar samen.
- Visueel aantrekkelijk maken.
- Events organiseren: wedstrijden ed. Snelheid, on-steelbaar, styling.

## MBO'ers

- Respect voor hun wensen
- Ontwikkelen van liefde voor de fiets.
- Aanspreken op hun eigen verantwoordelijkheid
- Eigenaarschap
- Ondernemerschap ontwikkelen
- Eigen waarde wordt verhoogd.
- MBO'er voelt zich verbonden met zijn of haar fiets.
- Community gevoel
- Samenwerking ondersteunen
- Fiets onderhoud en daardoor kennis ontwikkeling
- Samenwerking met andere MBO's
- Eigen startup op hun MBO
- Steun: Mentoren vanuit de Fiets industrie, creatieve mensen die willen helpen.
- Inspiratie
- Ambitie ontwikkelen
- Start van carrière
- Branding van de fiets
- Gezonde MBO'ers
- Veel fietsende MBO'ers!

## Impact

- Doel re-branden van fietscultuur, ontwerpen en reparatie van de fiets tevens hang-out en community.
- Nieuwe fiets-lifestyle ontwikkelen.
- Langdurig resultaat - eigen inzet.
- Peer to peer.
- Olie vlek
- Carriere mogelijkheden creëren
- Ondernemerschap ontwikkelen
- Zelf voorzienend systeem

