

Bijlage E

De praktijkcases

De praktijkcases

Een deel van de voorbeelden in deze rapportage is gebaseerd op een analyse van tien praktijkcases. De praktijkcases zijn samen met KpVV geselecteerd uit een groot aantal mobiliteitsprojecten, onder andere de SUMO-database van het KpVV. Belangrijke criteria voor de selectie van de projecten waren dat er sprake moest zijn van (impliciete) gedragsbeïnvloeding en dat er nog projectleiders beschikbaar moesten zijn om de details van het project toe te kunnen lichten. Verschillende projectleiders zijn dan ook geïnterviewd om inzicht te krijgen in de sterke en zwakke punten van de projecten. Daarnaast is er bij de selectie van de cases naar diversiteit (zowel auto, fiets als openbaar vervoer, zowel tijdelijk als permanent en zowel zakelijk als recreatief) gestreefd om verschillende soorten mobiliteitsprojecten in het onderzoek mee te kunnen nemen.

De cases zijn geanalyseerd met behulp van het bouwstenenkader en, indien aanwezig, aangevuld met overige *key-factors* van het project. Voor elke case is een schematisch overzicht van deze analyse gemaakt.

De volgende cases zijn geanalyseerd:

- Spitsmijden (werkzaamheden A12);
- Fietstransferium Harderwijk;
- Transferium Veluwe Posbank en Nunspeet;
- Fietsfilevrij;
- Mobiliteitswinkel;
- Goedkoop OV Noord-Brabant;
- Mobility Mixx;
- Oosteind Continu Bereikbaar;
- Erasmus MC en Bronovo;
- Medelbus;

E.1 Spitsmijden (werkzaamheden A12)

Probleem

Verstoring in het verkeersnetwerk en afnemende bereikbaarheid rond of in de spits als gevolg van werkzaamheden.

Project

Het idee achter het project is dat een deel van het verkeer dat zich in de spits begeeft niet per se op dat tijdstip zou hoeven reizen. Bovendien zou een deel van het verkeer relatief eenvoudig van alternatieve vervoerswijzen gebruik kunnen maken. De vraag is echter hoe je deze groep kunt beïnvloeden om hun spitsgedrag te wijzigen. Geprobeerd werd de automobilist te verleiden de spits te mijden door dat te belonen. Het doel van de eerste spitsmijden-proef was onderzoeken of een beloning een sturingsmiddel is om mobiliteitsgedrag te beïnvloeden.

Aanpak

- 340 Frequente spitsautomobilisten werden gevraagd deel te nemen.
- Deze groep kreeg een kastje in de auto dat registreerde of men op het spitsmijden-traject reed.
- Voor het mijden van de spits kon men een beloning in geld (achteraf) of in de vorm van een smartphone (vooraf) krijgen.
- Bijna alle deelnemers hebben een beloning verdiend. Het toegekende geldbedrag was afhankelijk van de hoeveelheid gemeden spitsritten, gerelateerd aan het aantal spitsritten dat men gebruikelijk maakt.

Resultaat (effectiviteit)

- De proef heeft aangetoond dat spitsmijden een effectief middel kan zijn om automobilisten te verleiden. De proef heeft navolging gekregen.
- Sommige vervolgprojecten zijn goed toegepast (integrale aanpak, voldoende alternatieven). Het komt ook voor dat enkel het beloningsinstrument 'lukraak' wordt ingezet om bijvoorbeeld op een klein wegvak minder verkeer te hebben (in verband met werkzaamheden). Hierdoor verplaatst het probleem zich, zonder dat automobilisten de spits mijden.

Key-factors

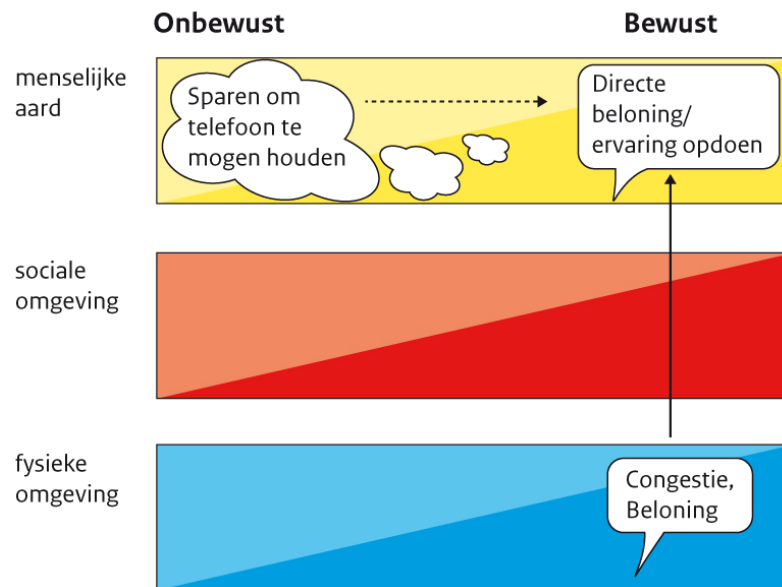
- Individueel: belonen om niet in de spits te gaan rijden. Voor veel mensen is het makkelijker om een andere route of vertrektijdstip te kiezen, voor anderen is een andere vervoerswijze mogelijk.
- Individueel: bewustwording bij automobilist dat zij met een kleine (tijds)verandering een gedeelte van het probleem kunnen oplossen
- Individueel: ervaring opdoen, alternatieven beter leren kennen (zowel andere tijdstippen, andere vervoerswijzen of thuiswerken).
- Individueel: gebruikmaken van een discontinuïteit (minder capaciteit).
- Sociaal: bijdragen in het verminderen van de file als je een andere keus hebt.
- Fysiek: tijdelijke verkeershinder (congestie).

Key-factors overig

- Het project is gedeeltelijk bedoeld voor het genereren van kennis.
- In deze vorm is geen structurele langetermijntoepassing mogelijk. Enerzijds omdat het ongewenste gedrag beloond wordt (wat te doen met de forenzen die al treinen?). Anderzijds omdat het mijden van de spits nadat de situatie waarin sprake is van ernstige verstoringen is afgelopen minder aantrekkelijk is. Immers: de beloning is weggefallen en de infrastructuur is (sterk) verbeterd ten opzichte van de oude situatie.

Figuur E.1
Spitsmijden

Spitsmijden (werkzaamheden A12)



E.2 Fietstransferium Harderwijk

Probleem

Tijdens de werkzaamheden aan de N302 is de bereikbaarheid van Harderwijk 1,5 jaar problematisch.

Project

Eén van de oplossingen voor het probleem is een tijdelijk fietstransferium op 10 minuten afstand van het centrum. De provincie Gelderland heeft daar parkeerplaatsen en een afsluitbare fietsenstalling aangelegd. Deelnemers aan het project kunnen daar overstappen van auto naar fiets en vice versa. De deelnemers krijgen een fiets naar keuze in bruikleen en bij voldoende gebruik wordt deze na afloop van het project hun eigendom. Bij een werkweek van 5 dagen moeten zij de fiets gemiddeld 3 dagen per week gebruiken. Voor deelname aan het fietsproject is een deelnemersovereenkomst ondertekend.

Aanpak

- Met belanghebbenden (ziekenhuis, Dolfinarium, bedrijventerrein) is gezamenlijk gewerkt aan de oplossingen (probleembesef en gedragen oplossingen). Er is een actieve werving van deelnemers geweest.
- Fysiek: ontwikkelen van het transferium met voldoende parkeerplaatsen en een fietsenstalling en de aanschaf van fietsen (beloning).
- Groepsgevoel creëren: nieuwsbrieven, competitie-element, herkenbaarheid aan fiets, medeverantwoordelijk maken en houden (tips: fietspomp, sociale veiligheid (ook cameratoezicht), gebreken fietsenstalling melden).
- De busfrequentie naar bedrijventerrein Lorenz is verdubbeld.

Resultaat (effectiviteit)

- De tijdelijke oplossing is een permanente geworden. Plan was het transferium af te breken. De helft (circa 75) van de deelnemers wilde echter doorgaan. Zonder verdere beloning want de fiets was al eigendom geworden. Gewoonte was gezet.
- Van de extra bussen maakten echter geen nieuwe reizigers gebruik omdat dit niet was gecommuniceerd. Niemand wist ervan, je hoefde je niet in te schrijven en was ook geen beloning. Een groot verschil met de fietstransferium.

Key-factors gedrag

- Individueel: ervaring opdoen en belonen (fiets) vooraf, waardoor er commitment ontstond. De deelnemers mochten zelf de fiets met vastgestelde maximum bijdrage samenstellen (verliesaversie).
- Individueel: mensen die affiniteit met fietsen hadden, het wel eens wilden proberen maar er nooit aan toe kwamen of nooit de stap namen werden door deze actie *getriggerd*.
- Individueel: lange termijn van pilot (beklijven).

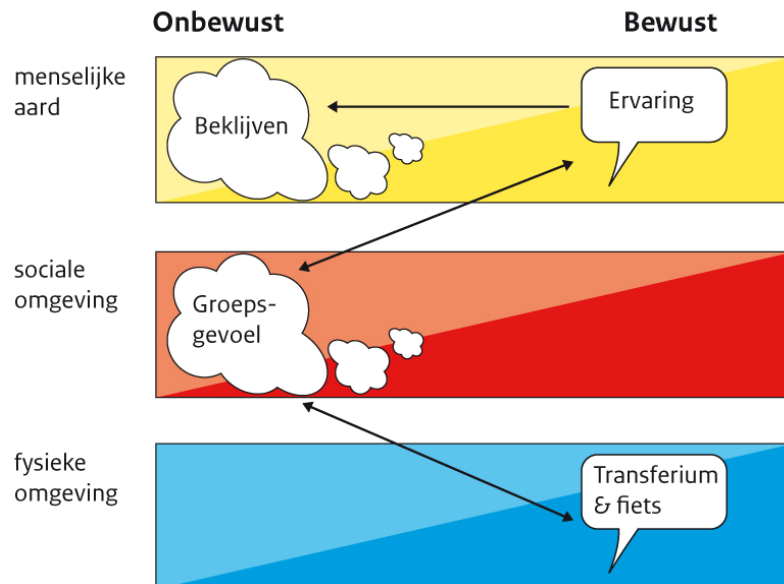
- Sociaal: groepsgevoel creëren (deel was onbewust, bijvoorbeeld sociale veiligheid, competitie, et cetera). De goede communicatie versterkte dit.
- Fysiek: een goed ingericht transferium en een beschikbaar gestelde fiets.

Key-factors overig

- Gezamenlijk probleembesef en gedeelde noodzaak van oplossing voor alle belanghebbenden.

Figuur E.2
Fietstransferium

Fietstransferium Harderwijk



E.3 Transferium Veluwe Posbank en Nunspeet

Probleem

Autoverkeer binnen het natuurgebied de Posbank.

Project

Nadat eerdere plannen om de toegangsweg naar de Posbank geheel af te sluiten op verzet stuitte van een groep belanghebbenden, is nu niet vanuit de 'overheid' maar gezamenlijk met de belanghebbenden naar oplossingen gezocht. Daarbij was volledige afsluiting ook niet meer primair het doel. Bij de Posbank is een transferium aangelegd, inclusief voorzieningen als een bezoekerscentrum, speeltoestellen en startpunten van wandel- en fietsroutes. Het transferium is goed bewegwijzerd zodat ook spontaan bezoek kan ontstaan. Weginrichting stuurt richting transferium en de toegangsweg naar de Posbank is niet afgesloten.

Aanpak

- Fysiek: het transferium is goed zichtbaar en daarnaast aantrekkelijk gemaakt door de faciliteiten, goede bewegwijzering en sturende infra.
- Sociale omgeving: mond-tot-mond-reclame en sociaal bewijs (automobilisten volgen de verkeersstroom).
- Individuele factoren zoals het comfort van transferium en keuzevrijheid is behouden.

Resultaat (effectiviteit)

- Reductie van auto's op de parkeerplaatsen in Posbank, toename van gebruik van het transferium.

Key-factors

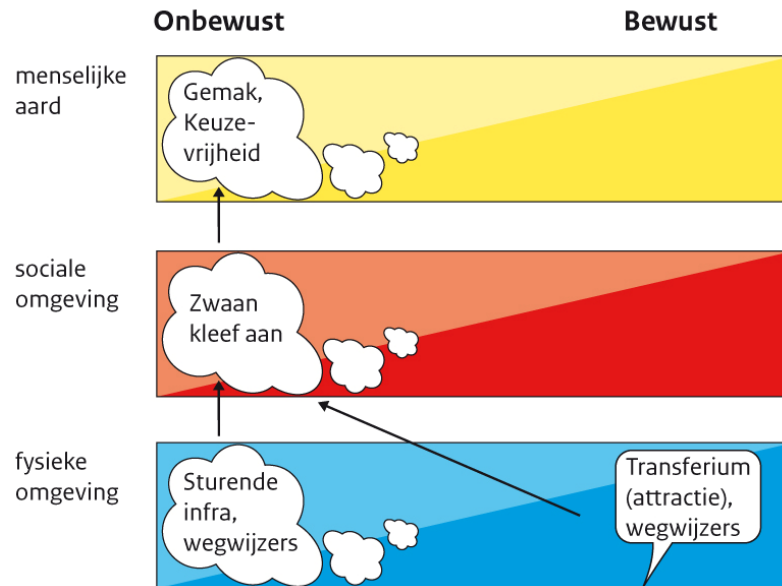
- Individueel: gemak, comfort en faciliteiten van het transferium (verleiden in plaats van verbieden).
- Individueel: keuzevrijheid voor huidige gebruikers.
- Sociaal: groepsgevoel door parkeren op transferium en het volgen van de verkeersstroom
- Fysiek: inrichten van transferium met faciliteiten, goede bewegwijzering en 'sturende' wegroute. Het direct zichtbaar zijn van het transferium.

Key-factors overig

- Gedeelde probleemstelling en oplossing door het betrekken van belanghebbenden en het in stand houden van de keuzevrijheid van huidige gebruikers.

Figuur E.3
Veluwe
Transferium

Transferium Veluwe Posbank en Nunspeet



E.4 Fietsfilevrij

Probleem

Er is veel file. Fietsgebruik stimuleren voor woon-werkverkeer kan dit probleem oplossen.

Project

Tijdens de Milieuweek (een week in september 2008) is de fietsactieweek gehouden. In die week is aandacht gevraagd voor vernieuwde fietspaden en de nieuwe 'fietsnelweg'. Automobilisten op de trajecten Zaanstad - Amsterdam en Amsterdam Centrum - Havengebied zijn benaderd deel te nemen aan de campagne 'fietsfilevrij'. Elke fietsdag leverde 5 euro op. Aan deze proef konden ook mensen die altijd al fietsten deelnemen. Benadering gebeurde met name door fietsende collega's, *free publicity* en werkgevers. Doel van het project was ook het onderzoeken in hoeverre automobilisten bereid zijn kennis te maken met het fietsen als daar een beloning tegenover staat. De insteek was dus niet een persbericht over een nieuw fietspad maar meer het laten ervaren van de nieuwe fietspaden door de doelgroep.

Aanpak

- Automobilisten en fietsers verleiden via beloning (5 euro per dag) met de fiets van en naar hun werk te gaan.
- Hen laten kennismaken met de nieuwe fietsinfrastructuur waardoor ze een positiever beeld krijgen van het fietsen.

Resultaat (effectiviteit)

- Slechts 10% van de deelnemers (circa 800) was automobilist, 15% was afkomstig uit het openbaar vervoer. De rest fietste al vaker. Bijna 25% gaf aan meer dan voorheen gefietst te hebben. 50% van de deelnemers gaf aan meer te gaan fietsen. De kennismaking heeft dus geleid tot een positieve attitude. Door de korte tijd van het project was er echter nog geen sprake van verandering van gewoontegedrag.

Key-factors

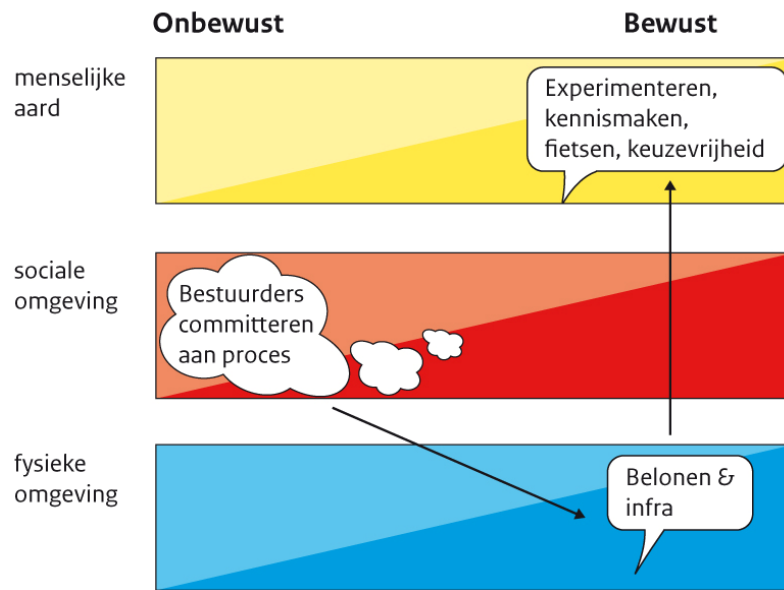
- Individueel: belonen als basis voor kennismaken met en ervaren van fietsgebruik voor woon-werkverkeer. De beloning was niet alleen voor automobilisten maar ook voor reeds fietsende mensen. Hiermee werd de groep die al fietste erkend en uitgedaagd (nog) meer te gaan fietsen.
- Individueel: keuzevrijheid bij de pilot: je hoeft niet elke dag te fietsen voor de beloning.
- Individueel: korte periode leidt alleen tot kennismaking met en ervaring van de nieuwe fietspaden. Dit leidt misschien wel tot attitudeverandering maar nog niet tot een nieuwe gewoonte.
- Sociaal: beperkt groepsgevoel op de pont, waar de registratie plaatsvond.
- Fysiek: een nieuwe fietsinfrastructuur (hoewel nog niet alles klaar was) en een financiële beloning per fietsdag.

Key-factors overig

- Op een vroeg moment committeren van regionale bestuurders aan project. Zij konden daardoor niet terugstappen.

Figuur E.4
Fietsfilevrij

Fietsfilevrij



E.5 Mobiliteitswinkel

Probleem

Groei van het vermijdbare autogebruik en bezit in de nieuwe Vinex-locatie Meerhoven.

Project

De mobiliteitswinkel is een centrale plek in de wijk waar verschillende producten en informatie met betrekking tot vervoersmogelijkheden zijn samengebracht. De 'winkel' is een intermediair waar de vraagzijde (bewoners Meerhoven) en de aanbodzijde (aanbieders van vervoersproducten en -diensten) samenkomen. Uitgangspunt is bewonersgerichte mobiliteit. Dit door het aanbod en de informatie over mobiliteitskeuzes zo dicht mogelijk bij de gebruikers te brengen op het moment dat dit het meeste effect kan hebben. In dit geval, het moment van de verhuizing naar Meerhoven en het invullen van nieuwe mobiliteitsbehoeften.

Het uitgangspunt daarbij was gebruikers niet in hun mobiliteit te belemmeren. De mobiliteitswinkel maakt hun verplaatsing alleen handiger, goedkoper, liefst sneller en milieuvriendelijker.

Aanpak

- De verschillende reismogelijkheden aanbieden al voordat een nieuwe gewoonte is ontstaan en zo inspringen op de verplaatsingsbehoeften vanaf het nieuwe woonadres.
- Laagdrempelig aanbieden van informatie en producten onder 1 dak.
- Klantgericht mobiliteitsproducten aanbieden gericht op alle bewoners van Meerhoven; van kinderen tot ouderen, en dus: van huurauto tot en met kaartjes voor openbaar vervoer.
- Groot assortiment vervoermiddelen, voor zowel kinderen als volwassenen, als hulpmiddelen (kinderzitjes) beschikbaar (kopen, huren, korting).

Resultaat (effectiviteit)

- In toenemende mate werd gebruik gemaakt van de producten en diensten.
- De naamsbekendheid was zo'n 90%.
- Als experiment was het project geslaagd, maar bedrijfseconomisch onrendabel, onder meer door achtergebleven woningbouw.
- Gebruik van deelauto's was 2 keer zo hoog als geraamd in businessplan.
- Verhuur van kinderproducten bleek een interessante markt en een manier om volwassenen te benaderen.
- Na het station is de mobiliteitswinkel het best verkopende verkooppunt van OV-bewijzen.
- In Meerhoven zijn geen parkeerproblemen gemeten ondanks de lage parkeernorm van 1,3 parkeerplaats per huishouden (in plaats van 1,5 normaal). Mogelijk speelt de aanwezigheid van de mobiliteitswinkel hierbij een rol.

Key-factors

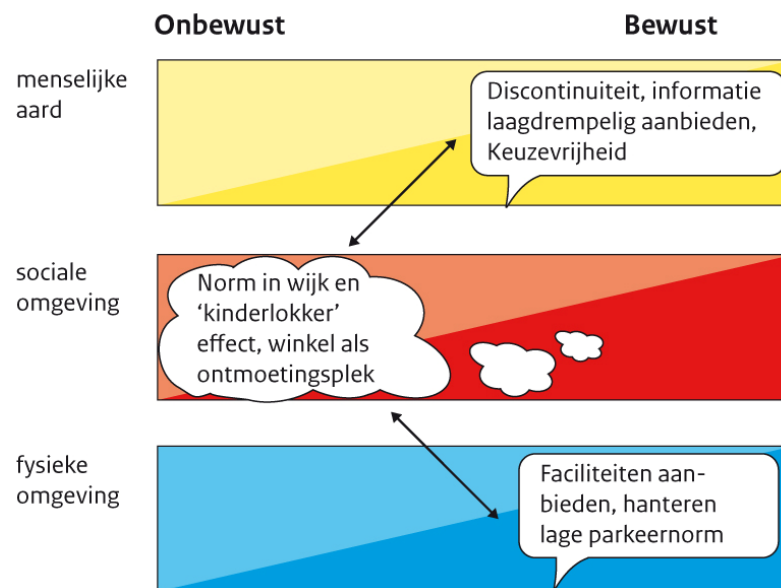
- Individueel: aanhaken op het moment van discontinuïteit (verhuizing) in gewoontegedrag.
- Individueel: laagdrempelig en gemakkelijk aanbieden van persoonlijk relevante informatie en producten (onder meer via kinderen en alles onder 1 dak).
- Individueel: de keuzevrijheid blijft intact.
- Sociaal: de (parkeer)norm in wijk veroorzaakt selectie en versterkt groepsgedrag.
- Fysiek: de mobiliteitswinkel zelf en minder parkeerplekken in de wijk dan de norm is.

Key-factors overig

- Proces: belangrijk was dat de mobiliteitswinkel en de eerste openbare voorzieningen er al waren bij de oplevering van de eerste woningen.

Figuur E.5
Mobiliteitswinkel

Mobiliteitswinkel



E.6 Goedkoop OV Noord-Brabant

Probleem

Leerervaringen opdoen met prijsdifferentiatie met het oog op strategische visie OV. Deze kennis ontbreekt nu nog.

Project

Op 1 februari 2008 is door de Provinciale Staten besloten om 2 proeven voor goedkoop OV Brabant te starten. Dit met het oog op de doelen uit de 'strategische visie OV'.

Pilot 1: personen tot 12 jaar en ouder dan 65 (doelgroep 10% van totale aantalreizigers) kunnen maximaal een uur reizen, inclusief overstap, voor 0,30 euro. De proef liep van 1 mei 2008 tot 1 november 2009 en is uiteindelijk verlengd tot 1 juli 2010.

Pilot 2: personen van 12 tot 64 (doelgroep 90%) kunnen buiten spitsuren en in het weekend en feestdagen maximaal een uur reizen voor 0,60 euro en tijdens spitsuren voor 0,90 euro. De pilot liep van 1 januari 2009 tot 1 juli 2010.

Voor beide pilots was het mogelijk om een goedkope dagkaart te kopen van 3 euro. Voor pilot 2 bestond ook de mogelijkheid om een goedkoop maandabonnement aan te schaffen (spits: 27 euro, dal: 20 euro).

Doelstelling van de pilots was om door middel van lage tarieven het aantal reizigers te laten groeien. Dit heeft positieve effecten voor het milieu, de economische ontwikkeling (minder files, betere bereikbaarheid) en maatschappelijke participatie.

Aanpak

- Met speciale kaartjes die te koop waren bij chauffeurs en verkooppunten van de reguliere strippenkaart konden reizigers goedkoper gebruik maken van bussen van het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven (SRE) en Hermes.
- Promotie op en rond stations, OV-verkooppunten, via persberichten, folders, abri's, folders en evenementen zorgde voor aandacht voor het project.

Resultaat (effectiviteit)

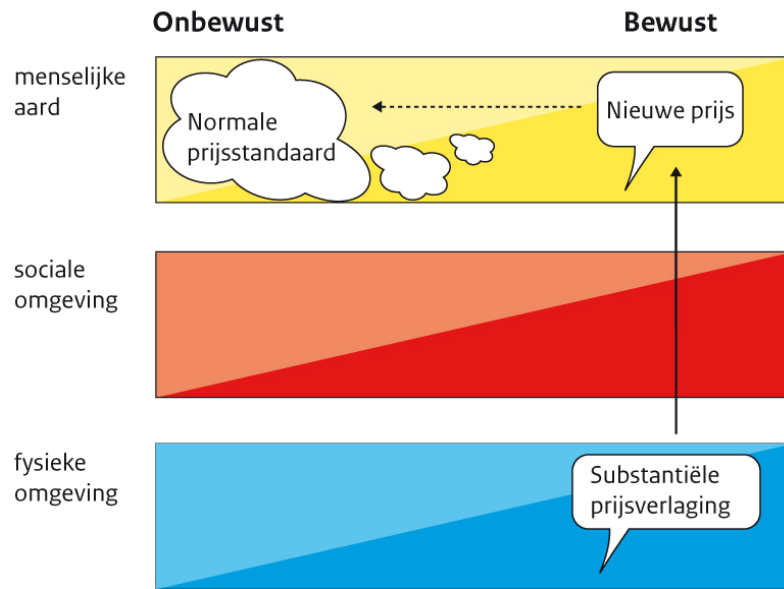
- Toename in gebruik van de bus waarbij het zwaartepunt voornamelijk ligt bij de huidige gebruikers. Die reizen vaker en langer dan voorheen. Er is een beperkte groep die geheel nieuw is.

Key-factors

- Individueel: prijsprikkel
- Individueel: tijdsduur van de pilot is lang. Reizigers zijn gewend aan het goedkope kaartje en beschouwen het inmiddels beschouwen als de 'normale' prijs. Daardoor leverde het tarief zonder de korting (de 'reële' prijs) een negatieve beleving op.

Figuur E.6
Goedkoop OV

Goedkoop OV Noord-Brabant



E.7 Mobility Mixx

Probleem

Administratieve lasten bij werkgevers als het gaat om de zakelijke reisvergoedingen. Geen keuzevrijheid bij een deel van de werknemers die bijvoorbeeld over een lease-auto beschikken. Er is geen prikkel de auto te laten staan: werknemers die de auto af en toe voor een dienstreis gebruiken hebben de neiging de auto iedere dag te gebruiken om naar hun werk te gaan.

Project

Werknemers kregen de beschikking over een *mobilitycard* waarmee ze reizen konden boeken. De financiële afhandeling wordt verzorgd door *Mobility Mixx*. Door de *mobilitycard* ontstaat een ontkoppeling tussen het woon-werk verkeer en het zakelijke verkeer.

Werknemers kunnen vooraf een reis boeken. Hierdoor ontstaat tijdig een beslismoment waarop zij bewuster hun keuze voor vervoerswijze kunnen maken.

Bij toekenning van een mobiliteitsbudget levert het zelfs een beloning op.

Aanpak

- Werknemers krijgen een kaart (account) waarmee ze digitaal reizen kunnen boeken. Ze hoeven dan geen geld voor te schieten.
- Werknemers hebben keuzevrijheid (huurauto, openbaar vervoer, taxi, et cetera) en kunnen, afhankelijk van het door de werkgever gekozen pakket, soms zelfs geen eigen kilometers meer declareren.
- Door het beschikken over een mobiliteitsbudget reizen medewerkers bewuster of ze reizen op een andere vervoerswijze (belonen).
- Door alle reisopties (van auto tot openbaar vervoer) voor zakelijke ritten aan te bieden, kunnen medewerkers met eigen vervoerswijze naar het werk komen. Dat hoeft dan niet de auto te zijn.
- Let op perverse effecten: gebruik van de 'OV Chipkaart' was niet mogelijk waardoor gebruik van bus, tram en metro niet ondersteund werd. Hierdoor was het gemak minder en maakte de werknemer toch kosten, tenzij die alsnog gedeclareerd worden.

Resultaat (effectiviteit)

- 5% van de deelnemers laat de auto vaker thuis staan.
- Er vonden meer zakelijke ritten met het openbaar vervoer plaats.

Key-factors

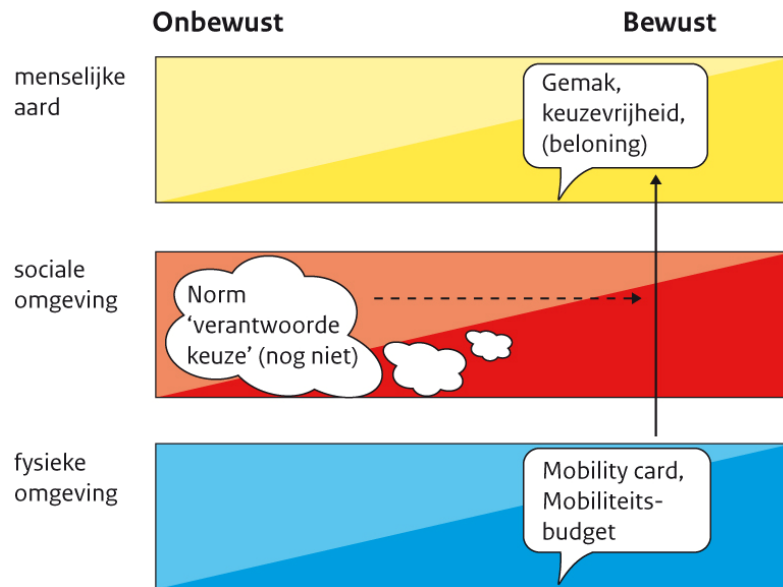
- Individueel: gemak voor werknemer die niets hoeft voor te schieten.
- Individueel: keuzevrijheid en mogelijk beloning voor 'goed gedrag'.
- Individueel: indirect belonen voor autogebruik valt weg.
- Individueel: langere periode van gebruik (gewoontevorming).
- Sociaal: *push* ('norm') vanuit werkgever.
- Fysiek: ondersteuning van een website, *mobilitycard* en *account*. In sommige gevallen gecombineerd met mobiliteitsbudget, waardoor beloningsstructuur ontstaat.

Key-factors overig

- Samenwerking met vervoersbedrijven.

Figuur E.7
Mobility Mixx

Mobility Mixx



E.8 Oosteind Continu Bereikbaar

Probleem

Door een dijkverzwaring en herinrichting van het gebied in en om het bedrijventerrein Oosteind zou het gebied van april 2006 tot oktober 2007 nauwelijks bereikbaar zijn. De bereikbaarheidsproblemen zouden zelfs zo groot zijn dat ze een (groot) effect zouden hebben op de nabijgelegen N3.

Project

VCC Zuid-Holland-Zuid onderzocht de verkeerskundige situatie. Het beeld werd bevestigd: zonder maatregelen zou een fors probleem ontstaan. Het grootste knelpunt was het verkeer dat vanuit Papendrecht het bedrijventerrein opgaat. Er was 30% minder verkeer in de ochtendspits nodig om te voorkomen dat er files op de nabije N3 zouden ontstaan. Een omleidingsroute alleen was daarvoor niet voldoende. Maar er waren ook kansen, bijvoorbeeld omdat veel werknemers op fietsafstand wonen en de waterbus Sliedrecht-Dordrecht langs het terrein vaart. Ook konden bedrijven het verkeersaanbod spreiden door werkprocessen anders in te plannen.

Na het nodige duw- en trekwerk drong bij de benodigde partijen het besef door van de noodzaak tot ingrijpen. In 2003 organiseerde het VCC een vervoersmarkt om de ondernemers bij de problematiek te betrekken. Daar lag een direct belang: continuïteit tijdens de werkzaamheden en geen schadeclaims van de bedrijven. De aanleiding was glashelder, evenals de forse uitdaging. Daarom werd een samenwerkingsverband opgericht dat de noodzaak vaststelde en acties in gang zette.

Aanpak

Het vraagstuk en de aanpak van het mobiliteitsprobleem hing nauw samen met het civieltechnische werk. De volgende maatregelen werden voorgesteld:

- Aanpassing van het civieltechnische werk om de verkeershinder zoveel mogelijk te beperken.
- Instellen van een omleidingsroute en bord 'doorgaand verkeer gestremd'.
- Stimuleren van het fietsgebruik.
- Aanleg van een waterbushalte.
- Aanleg van een parkeerterrein voor vrachtwagens.
- Afspraken met individuele bedrijven over de te nemen maatregelen.
- Communicatie naar werknemers, omwonenden en weggebruikers.
- De discontinuïteit gebruiken.

Resultaat (effectiviteit)

- Tijdens de werkzaamheden was er minder verkeer in de ochtendspits.
- Door de goede samenwerking verliepen de werkzaamheden van de aannemer snel en zonder problemen.
- Na het project bleek het fietsverkeer nog steeds toegenomen met 82% (aandeel van alle voertuigbewegingen van 5% naar 11%).

- Tevens bleek het doorgaande of sluipverkeer sterk verminderd te zijn, onder meer door inrichting van deel van traject als 30 kilometerzone.

Key-factors

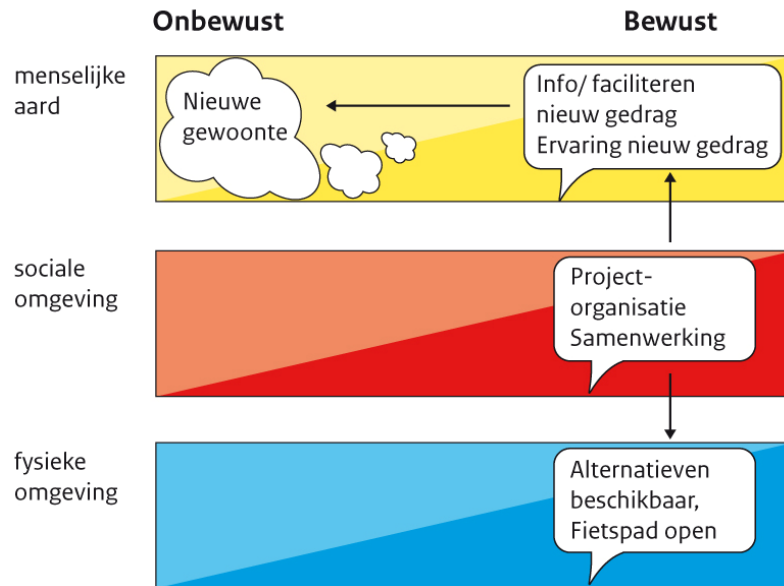
- Individueel: lange periode voor ontstaan nieuwe gewoonte (inslijpen).
- Individueel: het continu betrokken houden van de belanghebbenden was belangrijk zeker nadat het project vertraging opliep.
- Individueel: de communicatie; nieuwsbrieven, posters van 'Loesje', et cetera.
- Individueel: de discontinuïteit gebruiken.
- Sociaal: de werkgevers faciliteerden het fietsgebruik van de medewerkers, onder andere door fietsregeling (norm).
- Fysiek: hinder door werkzaamheden. Het fietspad is gedurende de werkzaamheden continu beschikbaar gebleven (was voorwaarde).

Key-factors overig

- Goed probleembesef, onder meer door een gedegen verkeerskundige studie.
- Samenwerken met belanghebbenden in werkgroep (gemeente Papendrecht, het waterschap, ondernemers, VCC en bewoners). Problemen inzichtelijk maken en oplossingen zoeken. Hierdoor liepen klachten richting gemeente terug en werd ook meegedacht in de oplossingen.
- Door betrokkenheid van VCC en belanghebbenden werd goed gebruik gemaakt van regionale kennis en kwamen ook nuttige tips binnen. Hier kon de stap van vervoersmanagement naar mobiliteitsmanagement gemaakt worden en werd het mogelijk om niet alleen bedrijfsgericht maar ook gebiedsgericht te werken aan oplossingen.

Figuur E.8
Oosteind Continue
Bereikbaar

Oosteind Continue Bereikbaar



E.9 Erasmus MC en Bronovo

Probleem

Er zijn te weinig parkeerplaatsen voor de bezoekers en patiënten van het Erasmus MC en het Bronovo omdat veel plekken door werknemers worden gebruikt.

Project

Uitgangspunt van het project was dat bezoekers altijd bij het ziekenhuis moeten kunnen parkeren. Daartoe werd in Rotterdam en Den Haag specifiek ingezet op het verkleinen van de vraag. Vooraf was er onder de medewerkers weerstand tegen de veranderingen, maar door voorlichting en samenwerking tussen management en werknemersorganen ontstond draagvlak. De ziekenhuizen pakten het verschillend aan.

Bronovo

Invoeren van een mobiliteitsregeling waarbij medewerkers worden gestimuleerd hun auto te laten staan. Medewerkers betalen om te parkeren of krijgen een beloning als zij niet met de auto naar het werk komen:

- Gedifferentieerde parkeertarieven: wie dichtbij woont betaalt per dag meer, dan diegene die van ver komt.
- Boven op de oude reiskostenvergoeding ontvangen de werknemers die niet met de auto gaan een extra kilometervergoeding.

Via een speciale website hebben medewerkers inzicht in hun persoonlijke parkeerkosten en vergoedingen van de lopende maand.

Erasmus MC

Medewerkers kunnen kiezen uit 2 regelingen.

- De autoregeling waarbij de medewerker geen reiskostenvergoeding krijgt, maar wel mogen parkeren. Om te parkeren gelden gedifferentieerde tarieven: hoger tijdens piekuren en voor werknemers die binnen een straal van 6 kilometer wonen.
- Het individuele reisbudget voorziet in een kilometervergoeding voor diegene die niet met de auto komt. Medewerkers krijgen de mogelijkheid om maximaal 12 keer per jaar te parkeren tijdens de piekuren. Na 12 keer betalen zij 12,50 euro in plaats van 1,50 euro per dag. De regeling ontmoedigt individueel autogebruik tijdens piekuren.

Aanpak

- Medewerkers betalen om te parkeren of krijgen een beloning als zij niet met de auto naar het werk komen.
- Medewerkers moeten een bewuste keuze maken voor een bepaalde regeling.
- Aangepaste tarieven, bijvoorbeeld een lager tarief op tijden zonder parkeerdruk. Dit zorgt voor betere spreiding maar ook voor sociale veiligheid tijdens late diensten.

Resultaat (effectiviteit)

- Voldoende parkeergelegenheid voor bezoekers en patiënten tegen aanvaardbare kosten. Zeker in vergelijking met de investering die nodig is om extra parkeerplaatsen te realiseren.

Key-factors

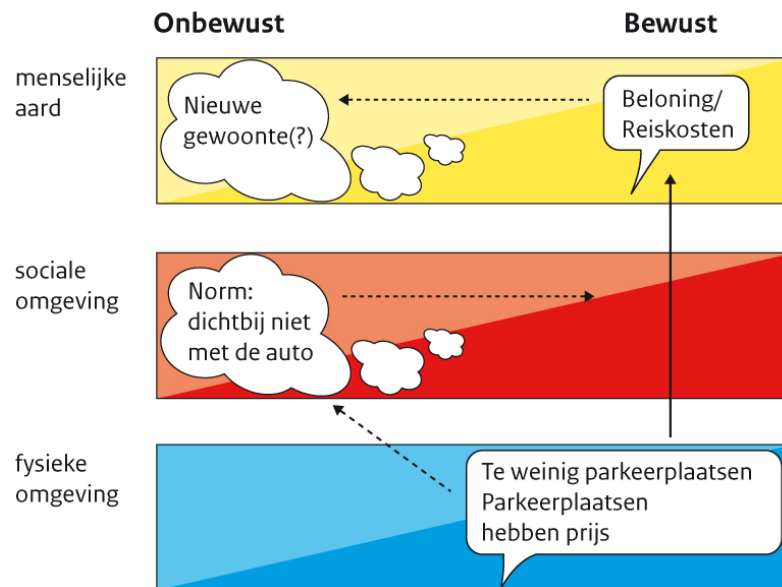
- Individueel: een beloning wanneer je niet met de auto komt. Keuzevrijheid vooral ook in speciale situaties.
- Sociaal: onbewust ontstaat een nieuwe norm. Woon je dichtbij dan zijn er goede alternatieven voor de auto.
- Fysiek: een duidelijke prijs (gedifferentieerd naar afstand) voor het parkeren.
- Fysiek: parkeerdruk.

Key-factors overig

- Weerstand is omgebogen door voorlichting en samenwerking tussen management en werknemersorganen.

Figuur E.9
Erasmus MC &
Bronovo

Erasmus MC en Bronovo



E.10 Medelbus

Probleem

Bij volledige ontwikkeling van het industrieterrein Medel in Tiel ontstaan er bereikbaarheidsproblemen bij de aansluiting op de A15.

Project

Uit een analyse onder de gebruikers van het industriepark bleek dat 82% autosolist was. Een klein aantal kwam op de fiets en 40% van de werknemers was bereid om anders te gaan reizen. Er bleek een markt voor *carpoolen*, fietsen en collectief vervoer. Daartoe werden in samenwerking met de provincie en de betrokken gemeenten de volgende maatregelen gerealiseerd:

- Een busverbinding tussen het station en bedrijvenpark Medel. De busverbinding werd samen met het CWI opgezet als werkgelegenheidsproject omdat een reguliere verbinding niet rendabel leek voor Arriva.
- Verbetering van de fietsroute tussen het centrum en het bedrijventerrein.
- Bewegwijzering van de fietsroute.
- Aanbod van een fietsplan aan werknemers via het parkmanagement.
- Goede fietsenstallingen bij de bedrijven.
- Aanbod van een *carpoolmatchingsysteem* via de website van Medel.

Aanpak

- Gedeeld probleembesef bij alle betrokken partijen (parkmanagement, gemeente, provincie). Daardoor samen op zoek naar oplossingen voor het probleem.
- Verbeteren van de bereikbaarheid door andere modaliteiten beter te ontsluiten.

Resultaat (effectiviteit)

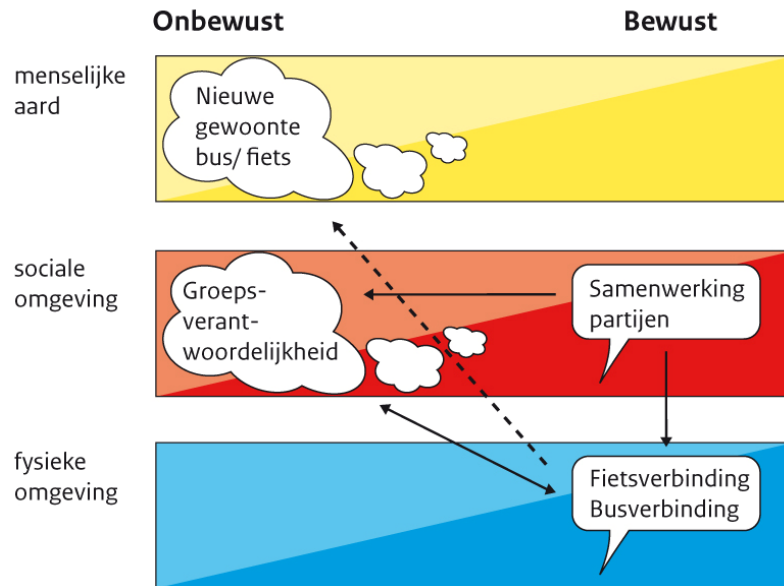
- De buslijn is een reguliere busverbinding geworden en meer mensen gaan met de fiets.

Key-factors

- Fysiek: (beter) ontsluiten van industrieterrein voor andere modaliteiten en bewegwijzering.
- Sociaal: samenwerking tussen parkmanagement en belanghebbenden; samen zoeken naar creatieve oplossingen.
- Sociaal: groepsverantwoordelijkheid voor het vinden van een oplossing voor het probleem.
- Sociaal: meer werkgelegenheid voor chauffeurs.
- Individueel: keuzevrijheid voor een vervoerswijze (openbaar vervoer, fietsen of carpoolen).

Figuur E.10
Medelbus

Medelbus



Geïnterviewden:

- Jan Kok, VCC Zuid-Holland Zuid (Oosteind Continu Bereikbaar)
- Paul Dam, Mobility Mixx (Mobility Mixx)
- Rien van der Knaap, OC Mobility Coaching (Spitsmijden)
- Harry Welles, DVS (Spitsmijden, Toekan)
- Rinus Jaarsma en Raoul Beunen van Wageningen Universiteit (Transferium Veluwe Posbank en Nunspeet)
- Ineke Spapé, Bart Christiaens, SOAB (Fietsfilevrij en Mobiliteitswinkel)
- John Swaans, XTNT (Fietstransferium Harderwijk)
- Ans van Eck- Van Herwijnen, Provincie Brabant (Goedkoop OV Noord-Brabant)