



MAASTRICHT-BEREIKBAAR.nl



VEEL VAN GELEERD

Eindverslag Creatieve FileRondetafels

Opdrachtgever:

Programmabureau Maastricht-Bereikbaar

In de kern:

In het voorjaar van 2010 zijn in Maastricht drie bijzondere Creatieve FileRondetafels gehouden. Deze tafels zijn in opdracht van Maastricht-Bereikbaar georganiseerd door de Amsterdam School of Management. De rondetafels gaven een stem aan de reizigers in dialoog met bedrijven, deskundigen en verkeersorganisaties.

Kunstenaars zorgden voor een creatieve omgeving. Zonder uitzondering hebben de 40 deelnemers zich positief uitgelaten over de rondetafels. Eén van de reizigers merkte op: "Ik word verantwoordelijk gemaakt voor het welslagen van de filetafel." Een andere reiziger gaf aan dat de tafels je op een andere (oplossingsgerichte) en actieve manier laten denken over mobiliteit.

In totaal zijn 50 praktische tips en adviezen opgesteld om de mobiliteit in en rondom Maastricht te bevorderen. Ook zijn aanbevelingen geformuleerd waaronder het aanbrenge van een structurele basis voor de inbreng van de reizigers en het benadrukken van onderzoek naar specifieke reizigersprofielen. Tenslotte wordt gepleit voor een creatief vervolg van de tafels, bijvoorbeeld in de vorm van een FileReizigersDenkTank en speciale evenementen voor junior- en seniorforensen.

Dit eindverslag informeert de lezer over de aanleiding en de start van de rondetafels en geeft tevens een inkijkje in de wijze waarop de tafels zijn opgezet binnen de context van Maastricht-Bereikbaar. De opbrengsten van de Creatieve FileRondetafels in de vorm van thematische uitkomsten inclusief de eerder genoemde aanbevelingen en creatieve ideeën voor een vervolg, vormen de kern van het verslag.

November 2010

Inhoudsopgave

1. Hoe het begon, en verder	3
2. Programma Maastricht-Bereikbaar	4
3. Creatieve FileRondetafels	6
4. De opbrengst	9
5. Thematische uitkomsten	13
6. Aanbevelingen voor Maastricht-Bereikbaar	15
7. Naar een creatief vervolg	15

Bijlagen

1. Reizigersprofielen: van houtskoolstrepen naar beelden	19
2. Tips & Suggesties Creatieve FileRondetafels	20
3. Samenvattingen Creatieve FileRondetafels	22
Tafel A Woon-werkverkeer binnen de stadsgrenzen van Maastricht	22
Tafel B Verkeer tijdens evenementen en topdagen	23
Tafel C Regionaal forensenverkeer	24
4. Samengevoegde deelnemerslijst Creatieve FileRondetafels	27
Colofon	28



1. Hoe het begon, en verder

Samen met de reizigers?

Voor het mobiliteitsprogramma Maastricht-Bereikbaar (MB) heeft de Amsterdam School of Management (ASOM) in het eerste halfjaar van 2010 drie Creatieve FileRondetafels georganiseerd. De titel *Veel van geleerd* drukt de algemene indruk uit dat directe communicatie met reizigers van groot belang is maar dat deze aanpak nog maar aan het begin staat. Maastricht-Bereikbaar loopt landelijk gezien voorop in het ontwikkelen van deze communicatie. Ook voor ASOM is het een leerzame periode geweest en kon zij haar interactieve aanpak op het gebied van mobiliteit verder uitdiepen (zie: ONT-warren, Luc Veeger, ASOM-boek ONT, 2010). In deze eindrapportage informeren we de lezer over het waarom en hoe van deze tafels en welke opbrengsten deze tafels hebben gehad.

In april 2010 verscheen een advies van de Raad voor Verkeer en Waterstaat over de effecten van veranderingen in demografie en leefstijlen op het gebied van mobiliteit. In dit advies wordt een pleidooi gehouden voor een directere communicatie met de reizigers, onderzoek te doen naar hun ervaringen en zoveel mogelijk samen met de reizigers op te trekken. Maastricht-Bereikbaar en ASOM hebben het advies als een belangrijke steun in de rug ervaren. Daarnaast heeft de provincie Limburg vanuit haar programma Duurzame Ontwikkeling (financiële) steun aan de rondetafels gegeven.

Voor beide organisaties, MB en ASOM, is de focus op het gedrag van de reizigers van cruciaal belang. De strategienota's van MB spreken in dat verband van een structurele verandering van het reis- en werkgedrag om de hoofddoelstelling, 10% verwachte groei in autogebruik op een andere manier opvangen, te kunnen realiseren. ASOM benadrukt vooral de culturele verandering in het reis- en werkgedrag teneinde een duurzame aanpak van de files te kunnen realiseren. De ideeën daarover legde ASOM samen met een zeventiental burgers vast in de FileAgenda (2007) en de FileProeftuin (2009), te raadplegen via de website www.asom.org.

Aan de slag

De twee organisaties spraken af dat de rondetafels vooral een stem aan de reizigers moeten geven en dat deze reizigers in dialoog kunnen treden met verkeersdeskundigen en betrokkenen bij het programma MB. Een drietal tafels zijn vervolgens door ASOM uitgewerkt, in nauw overleg met de programmaleiding van MB.

1. Een tafel over woon-werkverkeer binnen de stadsgrenzen van Maastricht.
2. Een tafel over het verkeer tijdens evenementen en topdagen
3. Een tafel over het regionale forensenverkeer.

Deze slotrapportage sluit formeel deze fase af. Inmiddels heeft de programmaleiding ASOM gevraagd enkele creatieve suggesties voor de toekomst te doen op basis van de opgedane leerervaringen. De suggesties zijn opgenomen in deze rapportage (paragraaf 7).

Over deze rapportage

Hierna, in paragraaf 2, gaan we iets dieper in op het Programma Maastricht-Bereikbaar. De meeste bronnen zijn te vinden op de website www.maastrichtbereikbaar.nl. Op deze wijze krijgt de lezer een concreet beeld van het decor waartegen de rondetafels zijn gehouden. Op de aanpak van de ASOM-creatieve Filerondetafels wordt nader ingegaan in paragraaf 3. Hierin komt ook de relatie met de eerder genoemde FileAgenda en de FileProeftuin aan bod. Vervolgens, in paragraaf 4, komt de opdracht als zodanig aan de orde en worden de tafels meer in detail aangegeven inclusief de behaalde resultaten. In het verlengde van deze opbrengsten formuleren we in paragraaf 5 een tiental uitkomsten op een wat algemener niveau - te onderscheiden naar *inhoud* en *proces* - en doen we in paragraaf 6 aanbevelingen voor het te verschijnen nieuwe document voor de periode 2010-2016. *Bij het verschijnen van dit verslag in inmiddels het definitieve kader voor het programma vastgesteld onder de titel Programma Maastricht-Bereikbaar 2010-2016 (september 2010) en te raadplegen op de website van MB. Dit document geeft de meest actuele informatie over ambities, doelen en activiteiten.*

Dankzegging

Aan de tafels hebben verschillende mensen een actieve bijdrage geleverd. Hun namen hebben we uit dank en waardering opgenomen in de lijst in bijlage 4. Voor één persoon maken we graag een uitzondering en willen we speciaal naar voren halen. Het betreft Paul Veelenturf, programmamanager MB en ingehuurd als mobiliteitsmanager vanuit het bureau p2managers. Zijn kritische maar bovenal positieve aandeel in onze samenspraak hebben we zeer op prijs gesteld.

Enkele reacties van reizigers over de Creatieve FileRondetafels:

Opzet van de tafel en de locatie waren buitengewoon prettig, Veel van geleerd, positief.

Dit was verrassend interessant. Ik word verantwoordelijk gemaakt voor het welslagen van de filetafel.

Samenstelling van de groep is prettig, Tempo is goed. Ik heb zelf wel meer tijd nodig in het gesprek Ik kom er achter dat de informatievoorziening van wat er allemaal al loopt zeer beperkt is. Ik stel het op prijs om daarover meer geïnformeerd te worden.

Het stimuleert burgers tot anders denken ten aanzien van mobiliteit

Grootste valkuil van deze FileRondetafel is dat we alleen met verkeerssymptomen bezig zijn.

Voor MB is het waardevol dat de individuele reiziger hier aan het woord komt, je krijgt of een bevestiging of kritiek. Je hoort altijd nieuwe dingen.

2. Programma Maastricht-Bereikbaar

Samen houden we “Maastricht-Bereikbaar”

In september 2009 publiceert de Stuurgroep Mobiliteitsmanagement Maastricht de contourennota Samen houden we Maastricht-Bereikbaar. De populariteit van de regio Maastricht heeft zo ook een keerzijde: de bereikbaarheid staat onder druk met een wegennet waarvan de capaciteit al vol is en waarbij de verwachting is dat het autoverkeer tot 2016 met 10% nog zal groeien. Om dit gegeven aan te pakken start in het najaar van 2008 de gemeente Maastricht met mobiliteitsmanagement. Samen met de provincie en vertegenwoordigers van het bedrijfsleven en vervoerswezen worden principeafspraken gemaakt om tot slimmer reizen en werken te komen. De focus ligt daarbij op het forensenverkeer (met name in de ochtend- en avondspits), het goederenvervoer en de reizigersstromen op topdagen en naar evenementen. Ruim 40 organisaties tekenen op 4 september 2009 een convenant om uitdrukking te geven aan hun betrokkenheid bij Maastricht-Bereikbaar. De afspraak wordt gemaakt om medio 2010 een gericht uitvoeringsprogramma vast te stellen voor de periode 2010-2016. Inmiddels krijgt de regio Maastricht vanuit de landelijke Task Force Mobiliteitsmanagement de status van ‘convenantregio’ hetgeen de actieradius in de regio Maastricht doet toenemen.



Aanpak mobiliteitsmanagement

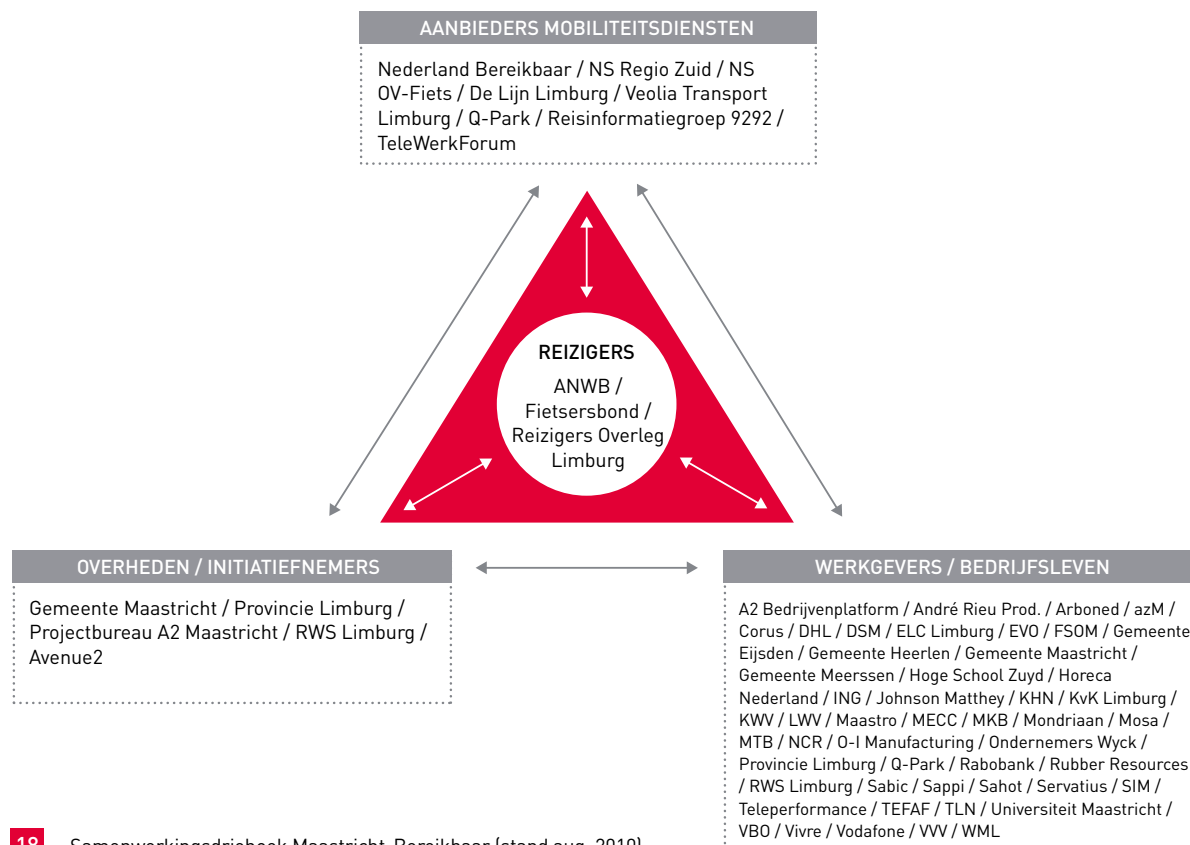
MB kiest in de zogenaamde Contourennota voor 'Slim Reizen en Slim Werken' en ziet daartoe de volgende vier mogelijkheden:

1. Op een andere manier reizen (keuze voor andere vervoersvormen dan de auto);
2. Op een ander tijdstip reizen (vermijden van de spits);
3. Via een andere route reizen (optimaal gebruik wegennet);
4. Niet reizen (opkomst E-werk).

Het opvangen van de 10%-toename van het autogebruik in de periode 2010-2016 is een complexe opdracht aangezien ook grote infrastructurele werken worden uitgevoerd, bijvoorbeeld de aanleg van een tunnel onder de huidige A2, waarbij de capaciteit niet kan worden vergroot. Dit is dan ook de reden dat MB inzet op een structurele verandering van het reizigersgedrag in de richting van de vier genoemde punten en daarnaast het reisgedrag van en naar topdagen en evenementen wil beïnvloeden. Om te komen tot een mobiliteitsbeleid dat echt werkt wordt een twaalfal maatregelenpakketten voorbereid waarvoor projectleiders mede uit de betrokken organisaties de verantwoordelijkheid dragen. De dagelijkse coördinatie en regie berusten bij een zelfstandig programmabureau onder leiding van een manager van buiten. Voorbeelden van maatregelen zijn: opbouwen van een abonneebestand; E-werken; Arbeidsvoorwaarden, Parkeren; Stimuleren fietsgebruik, Topdagen en evenementen; Mobiliteitspas; en Reisinformatie. Een speciale website www.maastrichtbereikbaar.nl onderhoudt de informatiecontacten naar buiten.

De reizigers in het centrum

De Contourennota geeft aan dat de eisen en wensen van de reizigers centraal staan in het Maastrichtse mobiliteitsmanagement, dat vooral vraag- in plaats van aanbodgericht zal zijn. De nota bepleit rond de centrale positie van de reizigers een samenstel van afspraken tussen drie partijen (zie ook onderstaande figuur uit de Contourennota MB): 1. Werkgevers en publiekstrekkers, 2. Aanbieders mobiliteitsdiensten, 3. Overheden.



Het is de ambitie om in de periode 2010-2016 een structureel ander reisgedrag en een optimaal bereikbaar Maastricht te realiseren.

Programmadoelen 2010-2016

Voor de periode 2010-2016 formuleert de Contourennota een tweeledige opgave:

1. Gefaseerde opvang van de verwachte autonome verkeersgroei van 10% in het plangebied van het project A2 Maastricht.
2. Gefaseerde opvang van de verwachte groei van 10% aan Maaskruisend Verkeer

Voor de langere termijn worden de volgende hoofdlijnen geschetst.

- De keuze voor andere routes als alternatief voor de routes van het bestaande goederenverkeer. Dit geldt ook voor het vakantieverkeer naar en van het zuiden.
- De keuze voor andere tijdstippen buiten de spitsen (ochtend en avond) om.
- De keuze voor E-werken voor het bestaande woon-werkverkeer (geldt niet voor vrijetijdsverkeer en het goederenvervoer).
- De keuze voor OV-voorzieningen in combinatie met het versterken van de totale verkeersketen waarin opgenomen het gebruik van de fiets.

Communicatie

De website www.maastrichtbereikbaar.nl informeert niet alleen de reizigers over het in gang gezette mobiliteitsbeleid maar ook over de tunnelbouw op de A2 (consortium Avenue2) en over actuele zaken en situaties. De communicatie zal zijn gebaseerd op een 'verleidingsstrategie' op weg naar een ander reizigersgedrag. Naamsbekendheid zal worden verkregen via publiekscampagnes, digitaal en in print. Het te vormen digitaal abonneebestand moet ertoe leiden dat de communicatie op basis van maatwerk kan worden vormgegeven. De website zal ook het digitale loket van MB zijn voor allerlei vragen, suggesties en reacties. Bedrijven kunnen een toolkit met hulpmiddelen en best practices raadplegen om binnen de eigen organisatie mobiliteitsmanagement te ontwikkelen.

Voor de communicatie en de website gaat het om een positieve insteek hoe gedragsverandering kan leiden tot een beter bereikbaarheid van Maastricht. Geen lange files in beeld, geen rood-witte afzettingen en verkeersborden. Maar daarentegen met reizigers in beeld.

ASOM ontvangt eind 2009 de opdracht om een eerste rondetafel te organiseren (en later nog twee). Over het waarom en hoe gaat de volgende paragraaf.

Paul Veelenturf, mobiliteitsmanager Maastricht-Bereikbaar bij de opening van de derde rondetafel

De bereikbaarheid van Maastricht staat onder druk. De A2 zit aan haar maximum capaciteit en binnen Maastricht lopen tijdens de spits ook de bruggen vol. Alternatieven worden nog niet allemaal maximaal benut en geven nog kansen. De hinder op de A2 tijdens de bouw van de tunnel zal meevallen omdat met de aannemers is afgesproken dat de doorstroming blijft gegarandeerd. Daarnaast groeit het autoverkeer tot 2010 met 10% die opgevangen moet worden met een structurele aanpak.

Er zijn verschillende groepen van gebruikers die van en naar Maastricht gaan. Opvallend is het vele autoverkeer dat binnen de gemeentegrenzen van Maastricht blijft en ook niet de bruggen overgaat. Dit heeft te maken met mentaliteit en cultuur en anderzijds met praktische zaken dat het niet anders kan. Voor deze groep is het moeilijk een alternatief aan te bieden.

Maatregelen vanaf september 2010 zijn: elektronisch thuiswerken, OV in combinatie met fiets, maatregelen voor topdagen, parkeren. Eind dit jaar of begin volgend jaar volgt een maatwerkpas voor Maastricht. Dit is een OV-chipkaart, waarmee je vervolgens de hele mobiliteitsketen kunt gebruiken, te weten auto/trein/fiets/OV/P+R. Ook komt op de website www.maastrichtbereikbaar.nl persoonlijke reizigerspagina's, waar je individueel je reiservaringen kwijt kunt, maar individueel ook informatie krijgt over belemmeringen op je traject. Keuzereizigers bestaan, alleen je moet ze opzoeken en naar je toe halen.

Als er tijdens de rondetafels goede dingen uitkomen, waar we snel mee kunnen starten, gaan we er wat mee doen. Dus tips en trucs zijn welkom, ook op het gebied van de uitvoering gedurende het komend jaar 2011.

3. Creatieve FileRondetafels

Files: een culturele benadering

Creatieve FileRondetafels van ASOM zijn gericht op het aandragen van tips voor een culturele omslag rond leef-, werk-, woon- en reiswijze ter vermindering van filedruk.

De aandacht van burgers, overheden, bedrijven en maatschappelijke organisaties voor het bestrijden van de files is groot. Daarbij groeit het besef dat de oplossingen óók in de culturele hoek gezocht moeten worden, omdat de barrières voor verandering van gedrag vooral daar liggen. Toch is deze aanpak op regionale schaal en op het niveau van de automobilist zelf nog weinig uitgediept. Door de regionale opzet van FileRondetafels in de regio Maastricht wordt hierin verandering gebracht. ASOM heeft goede ervaringen met deze aanpak bij andere maatschappelijke problemen en wil zich vanuit haar maatschappelijke verantwoordelijkheid graag inzetten voor het optimaliseren van optimale mobiliteit.

De aanpak

Concreet: Een groep forensen uit stad en regio komt bij elkaar en werkt via een dialoog-in-actie een culturele aanpak uit. De groep werkt tezamen met kunstenaars/ontwerpers, vervoersdeskundigen, personen uit het bedrijfsleven en beleidsmakers. Wat de kunstenaars/ontwerpers betreft wordt gebruik gemaakt van hun creatieve competentie tot uiting komend in onafhankelijkheid, oorspronkelijkheid en creatieve oplossingsgerichtheid. Ook de kunstenaars/vormgevers zijn afkomstig uit de eigen regio. De plek van de bijeenkomst heeft een relatie met het thema van de tafel.

De beoogde deelnemers worden persoonlijk uitgenodigd en bij verhindering kunnen zij eventueel een vervanger voordragen.

Met de opdrachtgever wordt het welslagen van een FileRondetafel verkend op basis van beschikbare informatie over het onderwerp, met o.a. als bron de documentatie van de landelijke Task Force Mobiliteitsmanagement. Bij de culturele benadering van de vermindering van filedruk kan men denken aan:

- Kennis omtrent de filedruk in de regio;
- Culturele, economische, sociale en ICT kernprofielen van filerijders;
- De concrete aanpak van files zoals geformuleerd in de betrokken regio;
- De werkomstandigheden en de daaraan verbonden arbeidspatronen;
- De life style van de filerijders op het gebied van gezin, wijk, stad, werk en milieu;
- Toekomstbeelden en trends die cultureel gedrag rond mobiliteit illustreren.

De resultaten

Op basis van een eerste verkenning wordt een 'Strategisch Motief' vastgelegd in een reader, in samenhang met de gewenste samenstelling van de tafel.

Op basis van het Strategisch Motief en de resultaten van de tafel krijgt de opdrachtgever een slotdocument aangeboden. Dit slotdocument bevat een agenda met praktijkgerichte aanbevelingen hoe een verandering in cultureel gedrag moet leiden tot vermindering van de filedruk. Er komen concrete acties in te staan, die opgepakt en uitgewerkt kunnen worden door betrokken bedrijven, overheden, mobiliteitsaanbieders en met name automobilisten.



Achtergronden van de aanpak

ASOM-Rondetafels hebben de volgende uitgangspunten.

1. De samenstelling van de tafels weerspiegelt de invalshoeken en de belangen van de direct betrokkenen. De deelnemers zijn inhoudelijk en oplossingsgericht en vertegenwoordigen niet hun achterban; de inzet van de eigen expertise en ervaring staat centraal.

2. Tijdens de dialoog van de tafels vindt een actief combineren plaats van ervaringskennis en academische kennis. Aan de hand van een vooraf opgestelde (compacte) reader worden de belangrijkste thema's onder woorden gebracht.
3. De tafels worden begeleid door twee moderators die in staat zijn via interactiviteit alle deelnemers te laten participeren en de dialoog te doen afronden met een concreet resultaat.
4. De groeps grootte is maximaal 20 personen per rondetafel. De duur van een rondetafel bedraagt 2 tot 3 uur. Tijdens de tafel kan een lunch of buffet worden geserveerd met een extra tijd van een half uur.

Creatieve FileRondetafels voor Maastricht-Bereikbaar in 2010

Met de programmaleiding Maastricht-Bereikbaar zijn voor het eerste halfjaar 2010 afspraken gemaakt om via drie rondetafels stem te geven aan de reizigers uit de regio Maastricht. Uit het betreffende voorstel nemen we de volgende punten over.

1. Drie Creatieve FileRondetafels brengen kennis over het culturele gedrag van reizigers per auto in beeld en leveren een set van ideeën op om de groei in het toenemend autogebruik te remmen in en rondom Maastricht conform Maastricht-Bereikbaar 2010-2016. Onder cultureel gedrag wordt hier verstaan het reisgedrag dat uiting geeft aan een samengaan van waarden/normen betreffende werk, privé (gezin), omgeving (milieu) en mobiliteit. Binnen deze tafels spelen de reizigers een belangrijke rol, in dialoog met experts, kunstenaars en beleidsmakers. De drie, samenhangende rondetafels zijn:
 - A. Reizigers binnenstad Maastricht (februari 2010)
 - B. Bezoekers – stedelijk, regionaal, (inter)nationaal - van evenementen topdagen (maart 2010)
 - C. Forensen A2/A79 (april 2010).De tafels worden bij voorkeur tijdens 'spitstijd' gehouden (tussen 17.00-20.30 uur) waarbij een lichte maaltijd wordt geserveerd ter versterking van het culturele klimaat waarbinnen de tafels plaatsvinden.
2. Maastricht-Bereikbaar heeft onder andere als speerpunt structurele gedragsverandering van de automobilist. Deze verandering is noodzakelijk omdat een toenemende groei van de automobilititeit niet wenselijk is. Noch in de periode 2010-2016 (bouw tunnel A2), noch daarna. Succesvolle veranderingen zijn mogelijk indien de automobilist zelf deze veranderingen mede vormgeeft. Mede door toedoen van de inzet van kunstenaars wordt bereikt dat de interactieve rondetafels in de opzet van ASOM op een creatieve manier bijdragen aan het gewenste klimaat van veranderingen.
3. Maastricht-Bereikbaar en ASOM zien het belang in van een innovatieve aanpak wat betreft de gewenste culturele verandering van reizigers. Zij zien in dat het gaat om een complex samenspel van factoren die te maken hebben met werk, privé, sociale, economische en ruimtelijke omgevingen, en met waarden en normen die bepaalde gedragingen veroorzaken dan wel hinderen. Door de reiziger in een hoofdrol te plaatsen wordt al een eerste stap in het culturele veranderingsproces gemaakt.
4. De rondetafels moeten niet alleen toepassingsgerichte kennis opleveren met betrekking tot het onderwerp van de tafel zelf maar moeten ook bijdrage aan het specifieke inzicht hoe culturele gedragsveranderingen binnen en buiten Maastricht-Bereikbaar kunnen worden aangepakt.
5. Maastricht-Bereikbaar heeft 12 maatregelenpakketten in voorbereiding, in combinatie te zien met de eerste testpilots. In overleg met de programmaleiding is een concretisering aangebracht voor de opzet van drie Creatieve FileRondetafels die binnen vier maanden tot resultaten kunnen leiden die van belang zijn bij het opstellen van het Programma Maastricht-Bereikbaar 2010-2016 dat medio 2010 gereed zal zijn.
6. Te verwachten resultaat: een set van uitspraken en bevindingen over de culturele gedragsverandering van reizigers; de uitspraken en bevindingen betreffen:
 - a. Het eigen mobiliteitsgedrag in veranderingsperspectief waarbij de deelnemer-reiziger voor zichzelf duurzame veranderingsmogelijkheden aangeeft, gekoppeld aan het inzicht op welke wijze omgevingsfactoren bijdragen aan het structureel verankeren van de veranderingen. Te denken valt aan:
 - Combinaties van individueel vervoer (OV, fiets, lopen)
 - Combinaties, te delen met anderen (Auto, OV)
 - Wijziging van zorgtaken en gezinsmobiliteit
 - Wijziging van werktijden en mobiliteit
 - Wijziging van week/dagindeling en van mobiliteit
 - Wijziging van gezinsmobiliteit binnen vrije tijdDit alles mogelijkwerijs ondersteund door nieuwe vormen van ICT aan de hand van een forum op de website van Maastricht-Bereikbaar.
 - b. De wijze waarop Maastricht-Bereikbaar dit gedrag op een wat grotere schaal kan stimuleren (bewerkstelligen)
 - c. Reflectie op de wijze waarop Maastricht-Bereikbaar wordt georganiseerd.
 - d. Rapportage: per tafel en een afronding die samenhang laat zien

- e. Evaluatie: Reflectief procesverslag
- f. Perspectief: Aanbevelingen over een vervolg m.b.t. culturele gedragsverandering

Positionering van de FileRondetafels

A. Reizigers binnenstad Maastricht

Uit onderzoek blijkt dat druk vanwege het autoverkeer mede veroorzaakt wordt doordat relatief veel reizigers wonen en werken binnen de stadsgrenzen. De tafel levert een nader inzicht op in de gedragingen, motieven en mogelijkheden om tot vermindering van het autogebruik te komen van bewoners die wonen binnen de stadsgrenzen maar binnen die grenzen de auto gebruiken voor het woon-werkverkeer. Naast een selectie van reizigers, kunstenaars en deskundigen nemen ook stakeholders deel aan de tafel: werkgevers, binnenstadsondernemers, leefbaarheidsgroepen, consumentenorganisaties, overheden, gemeenteraadsleden, etc.

B. Bezoekers – stedelijk, regionaal, (inter)nationaal - van evenementen en topdagen (rond kerst, deels in combinatie met evenementen bijvoorbeeld Winterland)

Jaarlijks heeft Maastricht gedurende 20 tot 25 dagen veel bezoekers van en naar de stad. Gemeente, middenstand, evenementenorganisatoren en vervoersorganisaties als NS en Veolia hebben een eigen inzicht in de bezoekers en hun reisgedrag. De tafel richt zich op het daadwerkelijk kunnen beïnvloeden van het reisgedrag in nauwe samenhang met de door de bezoekers gewenste culturele belevingen. Deelnemers aan de tafel zijn: topdagenbezoekers, kunstenaars, cultureel antropologen, vervoersexperts, werkgroepsleden evenementen (bedrijven/festivals/exposities, etc.) en leefbaarheidsgroepen.

C. Reizigers A2/A79

Alle projectleiders richten zich op het verminderen van het autogebruik van forensen tijdens de spitsuren. De dialoog tussen (8) projectleiders en een selectie van reizigers A2/A79 corridor met een actieve inbreng van kunstenaars, reizigersoverleg Limburg en ANWB gaat over in gang te zetten maatregelen.

Reizigers over hun auto

Mijn auto is belangrijk omdat ik als vrouw veilig alleen in mijn auto ben.

Mijn auto is mijn partner.

Liever vals meezingen in de auto dan in de trein zitten en met andere mensen rekening houden.

Een dieseltje rijdt goedkoper dan het OV.

Na één maand autogebruik is het NS/fiets-gevoel helemaal weg.

Ik carpool. In eerste plaats uit milieu-overwegingen.

Veel mensen calculeren het fileprobleem in de berekening van de reistijd.

Er zijn dagen dat je Maastricht beter niet met de auto in wil rijden.

4. De opbrengst

Verantwoording

Van de drie rondetafels zijn uitvoerige verslagen gemaakt die ter beschikking zijn gesteld aan de programmaleiding. In deze eindrapportage nemen we de belangrijkste bevindingen op. Allereerst de *headlines* in deze paragraaf en vervolgens in de bijlagen de lijst Tips & Suggesties (bijlage 2) en de samenvattingen van de verslagen (in bijlage 3). In de volgende paragraaf (paragraaf 5) worden de algemene, meer thematische uitkomsten van de tafel geformuleerd. De lijst van deelnemers is opgenomen in bijlage 4.

Achtereenvolgens komen in deze paragraaf aan bod:

Tafel A Woon-werkverkeer binnen de stad Maastricht (11 maart 2010)

Tafel B Autoverkeer en Topdagen (13 april 2010)

Tafel C Forensen regio Maastricht (19 juli 2010).

Creatieve File Rondetafel A: Woon-werkverkeer binnen de stad Maastricht

Inleiding

Doel van deze Rondetafel was om op een interactieve, creatieve en praktische wijze een bijdrage te leveren aan een variëteit in verplaatsingen in het woon-werkverkeer binnen de stadsgrenzen van Maastricht. De stem van de reiziger en die van buurtbewoner zijn hierbij essentieel.

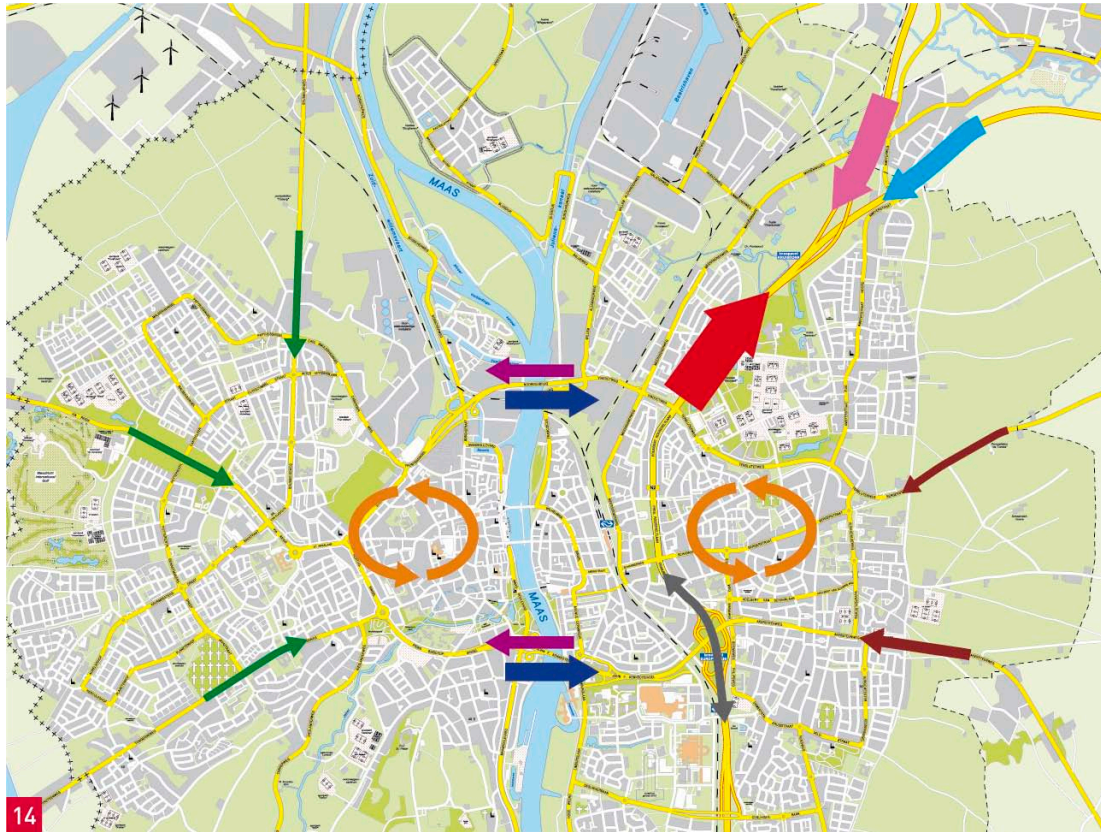
Over de locatie

De Bisschopsmolen is een van de 24 watermolens van Maastricht. Het is de oudste nog werkende molen in Nederland en heeft een eigen bakkerij in hartje Maastricht. Door het gebruik van regionale

producten draagt het bedrijf bij aan de CO² reductie.

Probleemstelling

Maastricht-Bereikbaar illustreert met onderstaande plaatje de reizigersstromen voor het woon-werkverkeer in 2016. De rondetafel moet een bijdrage leveren aan het streven de toename in autogebruik terug te dringen.



Overzicht reizigersstromen Maastricht 2016. Woon-werkverkeer ochtendspits, 7-10 uur.

Reizigersstromen

3.300	A2-noord ingaand	5.000	intern niet-Maaskruisend	2.500	België ingaand
2.300	A79 ingaand	2.900	intern Maaskruisend oost-west	2.200	Aken-Heuvelland-Maastricht
5.300	A2 / A79 uitgaand	4.200	intern Maaskruisend west-oost	1.000	doorgaand

Bevindingen Creatieve FileRondetafel A

Arbeidsorganisaties

- Een positieve houding van de werkgevers richting meer flexibel werken is een belangrijke succesfactor voor Maastricht-Bereikbaar. Zo'n houding is van groot belang omdat de prognose is dat de komende zes jaar het woon-werkverkeer binnen de stad blijft groeien.
- Begin E-werklocatie's

Reizigers

- Leeftijd blijkt een belangrijke factor. Bij twintigers leeft automobilititeit niet, dat begint pas bij dertigers. Wanneer studenten auto's bezitten worden deze vaak klakkeloos gebruikt. Voor ouderen ontstaat een nieuw mobiliteitsgedrag na het stoppen met werken waarover we nog nauwelijks iets weten.
- Beelden, ook als ze niet juist zijn, hebben bij reizigers een hardnekkig karakter. 'Parkeergarages zijn altijd vol en te duur', 'Op feestdagen kun je Maastricht niet in' zijn daarvan voorbeelden terwijl de werkelijkheid gunstiger is.
- Zet in op een kleinschalige manier van structurele gedragsverandering, dé reiziger bestaat niet, spreek die reizigers aan die de opvang van het toegenomen autogebruik daadwerkelijk kunnen realiseren (uitwerking aan de hand van profielen). Ga uit van 'olievlekwerking'.

- Reizigers willen aangesproken worden op hun reisgedrag waarbij eerlijke informatie over gevolgen van autogebruik gegeven moet worden. Een dergelijk bewustzijn kan ander reizigersgedrag bewerkstelligen in combinatie met infrastructurele maatregelen (parkeren buiten de stad, schrappen parkeervoorziening op straat en schep E-werkplekken).
- Technologisch kunnen we de communicatie op een hoogstaand niveau inzetten maar dat leidt niet automatisch tot een ander reisgedrag. Over dit te veranderen reisgedrag weten we bijna niets, de techniek overheerst teveel het beeld.

Varianten

- De fiets is voor het woon-werkverkeer een goed alternatief voor de auto. Bij slecht weer en regen stapt men echter snel in de auto, het OV wordt daarbij nauwelijks overwogen. Fietsen op de (natte) kasseien in de binnenstad geeft gevaarlijke situaties. Ook is er een gebrek aan goede standplaatsen voor de te stallen fietsen. Fiets en OV hebben een laag profiel ('iets voor losers').
- Waarom praten we binnen het Maastrichtse niet over het lopen als een alternatief voor het autogebruik. Dit lopen kun je 'sexy' maken door het te verbinden met 'beweging' en 'gezond bewegen'.

Website

1. Geef 3 x S-informatie: Strak, Simpel en Snel
2. Zet alleen dingen op de site die mensen lokken
3. Maak koppelingen met bestaande sites en informatiekanalen.

Over personeelsbeleid gemeente en provincie (suggesties van een subgroep)

*Fietsen stimuleren voor het interne woon-werkverkeer;
Voor verplaatsingen binnen Maastricht van personeel dat (van buiten de stad) met de auto naar het werk is gekomen leenfietsen beschikbaar stellen;
Eigen autoparkeermogelijkheden schrappen;
Reisvergoedingen alleen voor gebruik fiets en OV;
Indien mogelijk telewerken stimuleren;
Sturing op output (opbrengst door alternatief mobiliteitsgedrag van medewerkers.*

Creatieve FileRondetafel B: Autoverkeer evenementen en TOP-dagen

Inleiding

Doel van deze Rondetafel was om op een interactieve, creatieve en praktische wijze een bijdrage te leveren aan een variëteit in verplaatsingen naar en van Topdagen en evenementen in Maastricht. De stem van de reiziger en die van buurtbewoner zijn hierbij essentieel.

Over de locatie

Fameuse, hartje Maastricht, aan het Vrijthof, te Maastricht.

Bevindingen Creatieve FileRondetafel B

De stad

- Bij de bewoners van de binnenstad is er een behoefte om de ambitie van de stad te koppelen aan het aantrekken van bezoekers van evenementen. Wat voor stad willen we zijn als Maastricht? Kunnen we bijvoorbeeld zeggen: over 10 jaar alle auto's uit de binnenstad? Hoe verhoudt zich dit met de ambitie van Europese Culturele Hoofdstad in 2018?
- Leefbaarheidseisen moeten worden afgezet tegen mobiliteitseisen om een aantrekkelijke stad voor zowel Maastrichtenaren als niet-Maastrichtenaren te zijn. Dit is van cultureel en economisch belang. Maastricht heeft bezoekers nodig om een sterke stadsregio te zijn.
- Wees kritisch binnen het mobiliteitsmanagement van evenementen en topdagen: maak een onderscheid tussen de stad Maastricht en de binnenstad. De stad is goed bereikbaar maar op sommige momenten is de binnenstad niet goed bereikbaar. Dit moet goed worden gecommuniceerd om bijvoorbeeld het lopen naar de binnenstad te promoten.
- De zichtbare frustratie van leefbaarheidsgroepen over de drukte tijdens de topdagen moet omgezet worden in een creatief meedenken hoe Maastricht-Bereikbaar nu en in de toekomst opgepakt moet worden. 'Oud zeer' moet verdwijnen.

Reizigers

- Weten we het profiel van reizigers die de stad mijden wanneer er topdagen zijn? Hoe kunnen we deze reizigers bereiken met een positieve boodschap: Maastricht is bereikbaar (bijvoorbeeld via het OV)! Welke plaats nemen jonge reizigers in tijdens de topdrukten?
- Bij evenementen met een landelijke bekendheid begint het aspect van bereikbaarheid al ver voor Maastricht (zoals de A2 bij Echt). Hierop moet worden ingespeeld in de informatievoorziening.

- Positieve mobiliteit (de relatie leggen tussen het positief ervaren van een evenement en de eigen mobiliteit) bij evenementen en topdagen benadrukken waarbij mythes bestreden moeten worden. Hoe je komt (en gaat) als bezoeker staat centraal en niet de bezoeker met een parkeerprobleem. De mentaliteit kan binnen het mobiliteitsmanagement wel wat harder: Wir machen das!

OV en evenementen

- Maak een combi van OV en evenementen. Nu combineert Winterland dit evenement met parkeren in de Vrijthofgarage. Laat dit niet gebeuren. Geef vergunningen voor evenementen alleen af onder de voorwaarde dat het OV gepromoot moet worden.
- Buiten werktijden de bestaande parkeerplaatsen van bedrijven en kantoren aan de rand van de stad (bijvoorbeeld AZM, Universiteit en Beatrixhaven) beter en efficiënt gebruiken en ontsluiten. Gebruik hiervandaan iedere 5 minuten busjes om mensen naar en van de binnenstad te vervoeren.

Creatieve FileRondetafel C: Woon-werkverkeer in de regio

Inleiding

Doel van deze Rondetafel was om op een interactieve, creatieve en praktische wijze bijdragen leveren aan een hoogwaardige bereikbaarheid van de stad Maastricht met een accent op communicatie ten behoeve van een structurele gedragsverandering in het woon-werkverkeer. De stem van de reiziger is hierbij essentieel. Tijdens deze FileRondetafel werd de forens op de A2/A79 van en naar Maastricht gehoord.

Over de locatie

Tulip Inn, Maastricht Aachen Airport aan de A2 ten noorden van Maastricht.

Bevindingen Creatieve FileRondetafel C

Autogebruik en alternatieven

- Het gemak, het veilig voelen, doen wat je wilt zonder dat anderen er last van hebben gecombineerd met het relatieve goedkope gebruik en het gewoontegedrag laten de meeste deelnemers voor de auto kiezen. Autorijden markeert het begin en het einde van de werkdag. Files worden ingecalculeerd en niet erg gevonden.
- Alternatieven voor de auto zijn qua reistijd, financiën en comfort niet aantrekkelijk. Bij de forens is een gebrek aan urgentie om het reisgedrag te veranderen. Beeldvorming over het OV bij de automobilisten is gefixeerd negatief. Fietsen is niet fijn en wordt ook niet gefaciliteerd. Buiten de auto is het onveilig.
- 'Zelfregulering' heeft al plaatsgevonden bij mensen die last hadden van de files. Dit door te verhuizen en bij het station te gaan wonen.

Bedrijven

- Buiten de spits reizen en op een andere manier reizen zoals fietsen wordt door veel werkgevers niet actief gestimuleerd. Bedrijven geven auto-kilometervergoedingen en zorgen voor gratis parkeerplaatsen. Het ontbreken van bedrijfsfietsen en -auto's laat werknemers met de eigen auto komen.
- Flexibel en thuiswerken gebeurt weinig. Belemmeringen zijn starre bedrijfsculturen en gewoonten en anderzijds niet anders kunnen bij volcontinu bedrijven, scholen en door gebrek aan financiële middelen.

Communicatie

- Forensen vinden dat verkeersspecialisten niet altijd weten wat de werkelijke behoefte voor reizigers zijn. Bedrijf creatieve marketing en kom beloftes na die je maakt. Niets is erger dan je iets verwacht en je het niet krijgt.
- Geef service met diensten op maat. Zoals filevrije tips via SMS op maat. Veel mensen werken met iCal of Outlook en koppel deze agenda's met een digitale service voor optimaal reisadvies
- Maastricht-Bereikbaar moet zich meer bij bedrijven promoten en bekend maken zoals Bedrijven Contactdagen. Zorg voor een vervolg. Ludieke acties bij tankstations en stoplichten helpen.

Een vergaand idee van een reiziger tijdens het laatste rondje van de tafel

"Bouw een gigaparkeerdek op het spoorwegemplacement met rechtstreekse aansluitingen op de A2. Maak daar een halte voor tram en lightrail, die over de spoorbrug naar de markt rijdt, heen en weer, en roostervrij. Voordeel is de enorme capaciteit. Auto's komen niet meer de stad".

5. Thematische uitkomsten

Op basis van de opbrengsten van de drie tafels, aangevuld met suggesties van deelnemers aan de tafels die na afloop nog zijn binnengekomen, kunnen de volgende thematische uitkomsten, onderverdeeld naar inhoud en proces, geformuleerd worden.

Inhoudelijke uitkomsten

1. Reizigersprofielen

Gedurende de drie rondetafels zijn in steeds duidelijker bewoordingen reizigersprofielen ontstaan. Met name de inbreng van de reizigers die aan de tafels hebben deelgenomen is daarbij van belang geweest. Is er een concreet profiel dan kan de communicatie ook gericht plaatsvinden. Daarbij gaan we niet uit van 'de' reizigers maar vooralsnog van vijf unieke profielen die een hoge mate van waarschijnlijkheid bezitten. Het is van belang ook in de toekomst aandacht aan reizigersprofielen te besteden. Een waarschuwing is op zijn plaats: het gaat in de rapportage niet om wetenschappelijk geteste beelden. Een dergelijke test verlangt een meer diepgaand onderzoek met een dienovereenkomstig budget.

In totaal zijn vijf profielen ontstaan die in bijlage 1 in conceptvorm zijn opgenomen. Het gaat om de volgende vijf reizigerstypen:

- A. 'IK RIJ, IK KAN NIET ANDERS'
M, 45 jaar, Heerlen, dienstverlening, co-ouderschap.
- B. VERSTOKTE AUTOMOBILIST
M, 50 jaar, wijk St Pieter, Maastricht, operationeel medewerker, getrouwd.
- C. BEWUSTE FORENS
M, 30 jaar, Sittard, onderwijs, gezin.
- D. VRIJHEID, BLIJHEID
V, 35 jaar, Kerkrade, single.
- E. DE ONWETENDE FORENS
M, 45 jaar, samenwonend, uitvoerende functie non-profit.

2. Accent op cultureel gedrag

Tijdens de rondetafels is het inzicht verder toegenomen dat een structurele verandering van het reizigersgedrag veel te maken heeft met een bewustwording van de eigen opvattingen en vooronderstelling omtrent Slim Reizen, Slim Werken. Veel kan worden bereikt indien een directie communicatie over het eigen reisgedrag ontstaat met de vraag hoe dit reisgedrag te veranderen is gezien de eigen werk- en thuissituatie. Soms werd opgemerkt 'n file niet tussen de wielen zit maar tussen de oren.

3. Hybride 'Gevoel van Urgentie'

Bijna alle gesprekken lieten zien dat er in zeer globale zin wel er een urgentie bestaat (zeker expliciet bij drie van de vijf profielen) in de zin van 'goed dat er aandacht aan wordt besteed' maar dat van een diepergaand gevoel van urgentie nog niet sprake is. Met behulp van de hierboven genoemde profielen zal het gevoel van urgentie nader kunnen worden geconcretiseerd hetgeen moet leiden tot een meer gerichte aanpak van Slim reizen en Slim werken in samenwerking met de medewerkende bedrijven en organisaties.

4. Topdagen en Evenementen

Tijdens de rondetafel over topdagen en evenementen was er een afstand merkbaar van de beleving van topdrukte bij Maastrichtenaren die in het centrum wonen en bezoekers van buiten. De eerste groep vindt Maastricht (hun woning) onbereikbaar terwijl de tweede groep veel minder klachten heeft. Dit doet de vraag reizen naar een drukte die past bij Maastricht. Centrale vraag is dan: welke drukte past bij Maastricht? Misschien moet een creatief plan antwoord geven op deze vraag. Zo'n plan kan dan gelijk beelden over onbereikbaarheid corrigeren die niet stroken met de werkelijkheid. Van belang is wel om in het plan in te gaan op de 'gevoelstemperatuur' ('wat ervaren mensen?') rondom de bereikbaarheid van Maastricht.

5. Gevarieerdheid reizigersgedrag

Meerdere malen is in onderzoeksdocumenten bepleit dat mobiliteitsmanagement moet inzetten op een zo gevarieerd mogelijk, onderling samenhangend set van activiteiten. Structurele wijziging in het reizigersgedrag komt tot stand door een mix van betrokkenheid, faciliteiten als OV en fietsen, informatie, stimuleren maar ook controle wanneer iets verboden is en duidelijke richtlijnen inzake parkeerbeleid. Deze aanpak is ook herhaalde malen aan bod gekomen tijdens de rondetafels en ook bepleit door de deelnemers.

Procesmatige uitkomsten

6. *Werkorganisaties uitdagen*

Tussen het ondertekenen van convenanten door sociale partners en het daadwerkelijk slim (kunnen) werken in het bedrijfsleven, organisaties en overheden ligt nog een lange weg te gaan. Op de werkvloer gaat het soms om tegenstrijdige zaken, bijvoorbeeld: de vrijheid van de medewerkers om de eigen tijd in te delen versus de behoefte van de managers controle uit te oefenen op het daadwerkelijk aanwezig zijn van hun ondergeschikten tussen 9 en 5. Hoe maak je Slim Werken Slim Reizen vanaf de werkvloer een 'sexy' item? Door binnen de in gang gezette processen van mobiliteit interessant nieuws op de site te brengen, *best practices* uit de eigen branche te presenteren, positieve ervaringen van individuele medewerkers te benadrukken (*Human Touch*). Ook op brede schaal ICT-social media inschakelen om communicatie tot stand te brengen. Indien nodig de bestaande overleggen in en van werkorganisaties 'ont-polderen' en ruimte maken voor eigentijdse praktijken en opvallend voorbeeldgedrag.

7. *Betrokken burgers uit de binnenstad*

Tijdens de verschillende rondetafels hebben actieve burgers uit de binnenstad een constructieve inbreng gehad met name op het punt van leefbaarheid in de binnenstad. In een aantal gevallen moesten zij terugvallen op 'oud zeer' daarbij suggererend dat hun geluid niet serieus werd genomen. Voor het optimaliseren van de communicatie met deze groep zou meer aandacht moeten worden besteed aan de geschiedenis van deze groepen burgers, welke punten zij naar voren brengen en hoe daar in het verleden mee is omgegaan. Op deze manier kan respect worden getoond voor hun geschiedenis en kan tevens van hen worden verwacht vooral ook naar de toekomst van Maastricht-Bereikbaar te kijken en daarover pro-actief van gedachten te wisselen.

8. *Directe en creatieve communicatie met reizigers*

Door de deelnemers aan de rondetafels is waardering geuit voor de directe vorm van communicatie, het serieus worden genomen en voor de manier waarop met elkaar nieuwe inzichten zijn verzameld, en konden worden doorgegeven. Ook de inzet van de kunstenaars – met hun onverwachte interventies, hun verbeelding van de eerste zinnen en het versterken van het creatieve proces – is op prijs gesteld. De vooraf verstrekte readers hebben de deelnemers aan de tafel op een constructieve wijze kunnen informeren. Ook het maken van 'huiswerk' heeft een positief effect gehad op het resultaat. Bij praktisch alle deelnemers leefde het idee dat deze vorm van communicatie moet worden voorgezet.

9. *Relatie met programmaorganisatie*

Een belangrijk neveneffect van interactieve rondetafels in het algemeen is de invloed die uitgaat naar de lopende organisatie van MB. De wijze waarop betrokkenen met elkaar omgaan heeft zijn neerslag op het gehele organisatieklimaat. Tijdens de tafels hebben enkele projectleiders van MB actief meegedaan maar hun aantal (3 à 4) was te gering ten opzichte van hun totale aantal (12). Daardoor kan een sfeer van vrijblijvendheid ontstaan, iets dat beslist niet gold voor de leiding van MB. Om het bedoelde effect daadwerkelijk te kunnen realiseren wordt aangeraden vooraf duidelijke afspraken te maken over deze vorm van participatie.

10. *Maatschappelijke organisaties*

Van het MB-netwerk is dankbaar gebruik gemaakt om ook actieve leden van maatschappelijke reisorganisaties (ANWB, Fietzersbond, ROVER) bij de tafels te betrekken. Van deze leden werd niet zozeer een traditionele vertegenwoordigersrol verwacht maar een strategisch georiënteerde, creatieve inbreng om gezamenlijk greep te krijgen op de structurele gedragsverandering van de reiziger. Regionaal mobiliteitsbeleid wordt steeds belangrijker en daar zouden de maatschappelijke organisaties een belangrijke ondersteuningsfunctie in kunnen vervullen.

Reizigers en het Openbaar Vervoer (OV)

Ik vind het eng om 's avonds een half uur op een bus te wachten of onder een tunneltje door te gaan.

Mijn ochtendploeg begint om 7 uur. Met de eerste trein komt ik om 07.05 uur aan op mijn werk.

Werken in de trein wordt overdreven geromantiseerd.

Rondom Heerlen is het OV slecht en het is er onveilig.

Ik ben bij het station gaan wonen om met de trein te kunnen reizen.

Als de trein in mijn woonplaats vaker zou gaan, zou ik vaker de trein nemen.

De keten van het OV moet op elkaar aansluiten én werken;

In de schoolvakanties heb ik te maken met een aangepaste dienstregeling waardoor de aansluiting van de bus op de trein vervalst;

In Brabant is een OV-project geflopt doordat reizigers er niet bij waren betrokken.

5. Aanbevelingen voor Maastricht-Bereikbaar

Met het oog op de totstandkoming van het nieuwe programma Maastricht-Bereikbaar zijn samenvattend de volgende aanbevelingen gedaan

1. Geef aan de directe communicatie en betrokkenheid van de reizigers een **structurele basis**: breng lijn aan in de huidige actiegerichte aanpak en blijf een accent leggen op de inbreng van kunstenaars en ontwerpers. De opbrengst is effectieve communicatie over beleid en informatie m.b.t. bereikbaarheid van Maastricht inclusief de opvang van de 10% groei van het autoverkeer door alternatief gedrag.
2. Investeer in het bijeenbrengen van verschillende **mobilitétsdisciplines**. Mobiliteit is meer dan verkeerskunde. Gedragsdeskundigheid met betrekking tot wonen en werken en het centraal stellen van de verwachtingen van reizigers met behulp van marketing en communicatie speelt ook een belangrijke rol, naast creatieve city planning (met Hogeschool Zuyd als expertisecentrum).
3. Diep **reizigersprofielen** uit en geef ze een plek in het marketing- en communicatiebeleid. Is er meer zicht op deze profielen dan kan ook optimaal over het Gevoel van Urgentie gecommuniceerd worden. Het uitdiepen van de profielen is bij uitstek een zaak van samenwerking met Universiteit Maastricht.
4. Zet de gestarte dialoog voort op basis van de **Tips & Suggesties** die tijdens de rondetafels naar voren gekomen zijn (bijlage 2). Geef aan waar vanuit MB de prioriteiten liggen op weg naar een aantrekkelijk en bereikbaar Maastricht.
5. Met het **centraal stellen van de stem van de reizigers** binnen de afspraken tussen overheden, aanbieders en ondernemingen kan Maastricht-Bereikbaar unieke kennis ontwikkelen die ook binnen andere regio's aangewend kan worden. Dit geeft een positieve uitstraling naar zowel de eigen bevolking als het landelijk mobiliteitsbeleid. Met gerichte, creatieve projecten kan deze voorsprong ook in de toekomst behouden blijven.

Reizigers over het woon-werkverkeer.

Ik zit in mijn patroon gevangen, het woon-werkreisgedrag gaat op de automatische piloot.

Ons bedrijf heeft flexibele werktijden en medewerkers mogen thuiswerken. Toch is er geen animo om na de spits te gaan rijden.

Ik werk in de zorgsector en krijg geen beschikking over een laptop om thuis te werken.

Vervelend genoeg worden de vergaderingen op het hoofdkantoor om 9 uur gepland waardoor je midden in de drukte terecht komt.

Collega's waarschuwen elkaar om niet thuis te werken. De cultuur is dat je zichtbaar aanwezig moet zijn.

Bij ons productiebedrijf is het een gemeenschappelijk komen en gaan, daar kan helaas niets aan veranderend worden.

Het bedrijf heeft een fietsplan. Van tevoren was iedereen laaiend enthousiast, maar als je zegt dat je gebruik moet gaan maken van de fiets en hiervoor een contract moet ondertekenen, dan loopt het plan in het honderd.

Als ik verder weg woon betaalt mijn werkgever de km's en krijg ik een gratis parkeerplaats.

Er wordt gewerkt om een docent tijdens het eerste uur te vervangen door een robot.

Werkgevers komen pas in actie als dat verlangd wordt.

De enquête van MB via het werk was perfect.

Alles valt en staat met flexibiliteit, we moeten starheid laten gaan.

Weg met de softi-regelingen voor persoonlijke voorkeuren. De werkgevers moeten toezien of afgesproken (fiets-)regelingen worden nagekomen.

Het onmogelijk maken om met de auto naar het werk te komen werkt wel.

Lease-auto's blijven rondrijden. Voor deze leaserijders is rijden kosteloos en deze rijders nemen voor iedere meter de auto.

6. Naar een creatief vervolg

Vijf creatieve voorstellen

Op basis van de opgedane ervaringen is de afspraak gemaakt dat ASOM een aantal creatieve voorstellen zal doen om de in gang gezette directe communicatie met de reizigers een vervolg te geven. Inmiddels is duidelijk geworden dat deze vorm van communicatie uniek is voor Nederlands mobiliteitsmanagement en dat deze vooruitgeschoven positie een uitdaging vormt om al lerende en al

doende de eigen kennis verder te ontwikkelen. Vanuit het ASOM-FileProeftuinprogramma is een vijftal voorstellen uitgewerkt.

1. De MB FileKaravaan

In de voorbije projectperiode heeft Maastricht-Bereikbaar (MB) samen met de Amsterdam School of Management (ASOM) een drietal rondetafels georganiseerd om in gesprek te raken met reizigers uit de regio. Deze gesprekken maken het mogelijk om direct feedback te krijgen op het mobiliteitsbeleid. Het gaat dan niet alleen om het toetsen van nieuwe ideeën aan de ervaringen van de reizigers maar ook om de reizigers zelf naar acties en maatregelen te vragen die een gevarieerdheid in bewegingen kunnen bewerkstelligen. Als vertrekpunt van de gesprekken vormde één van de doelen van MB: structurele gedragsverandering in het forensenverkeer ter vermindering van een oplopende filedruk in de komende jaren. Tijdens de rondetafels droegen verkeersexperts van MB actuele informatie aan en zorgden Maastrichtse kunstenaars – via Hogeschool Zuyd - ervoor dat de gesprekken scherp en creatief bleven.

Maastricht-Bereikbaar loopt in deze vorm van communicatie landelijk voorop en wil gezien de resultaten deze aanpak ook in de nabije toekomst voortzetten.

Concreet gaat het om het plan/voorstel om in het voorjaar van 2011 met een mobiele FileKaravaan van start te gaan. Deze FileKaravaan met als basis een speciaal ingerichte caravan bezoekt niet alleen belangwekkende plekken en bedrijven in de stad Maastricht maar ook belangrijke andere locaties, bijvoorbeeld in Heerlen, Kerkrade en Sittard. Bij evenementen zal de FileKaravaan selectief worden ingezet om met bezoekers over hun mobiliteitsgedrag te communiceren. De gesprekken zullen op allerlei vormen plaatsvinden: naast rondetafels ook kintetafels in bedrijven, buurttafels in wijken en regio's. Waar mogelijk geeft de FileKaravaan acte de présence bij manifestaties van MB. Juni 2011 wordt de FileKaravaan afgesloten met een presentatie tijdens een manifestatie van Hogeschool Zuyd en de Amsterdam School of Management over innovaties van en vanwege de creatieve industrie. De leiding van de FileKaravaan zal in handen zijn van een kunstenaar en een expert van ASOM.

Opbrengst: de belofte dat MB continuïteit geeft aan haar communicatie wordt op creatieve en eigentijdse wijze ingelost en verwerft tegelijkertijd feedback van reizigers vanuit verschillende plaatsen in de regio.

Nevenopbrengst: ervaringen worden opgedaan in het direct contact leggen met forensen in de regio.

2. De MB FileReizigersDenkTank

MB onderscheidt zich door van de fysieke communicatie met reizigers een strategisch speerpunt te maken. Deze communicatie levert voor beide partijen nuttige en bruikbare informatie op. In de afgelopen periode is het gegaan om de inzet van website en emailcontacten en - aanvullend - om drie rondetafels met reizigers in een sleutelrol. Het komend jaar wil MB deze directe communicatie voortzetten ondermeer via een creatieve denktank, op te zetten als een gezamenlijk initiatief van MB en ASOM en waarbij ook hier kunstenaars worden ingeschakeld. *Binnen deze denktank buigen reizigers zich over de effecten van de genomen en te nemen maatregelen, de wijze waarop communicatie met forensen verloopt en over directe acties die binnen de bedrijven genomen kunnen worden om een gevarieerd autogebruik te realiseren ter vermindering van de filedruk tijdens de spits.* De denktank zal in eerste instantie het komend jaar een viertal keren bijeenkomen. De deelnemers van de denktank worden als eerste stap gemobiliseerd uit de deelnemers aan de eerder gehouden rondetafels. Resultaten van de denktank worden geplaatst op de website met het doel om het meedenken van andere reizigers te bevorderen.

Opbrengst: Kennis aanwenden van groep forensen om gedurende een aantal maanden het beleid en de maatregelen van MB van feedback te voorzien

Nevenopbrengst: MB laat met denktank zien dat op duurzame wijze de kennis van de reizigers wordt aangewend.

3. FileExcursie naar Berlijn voor jonge forensen

Jonge forensen (tot 30 jaar) houden van hun individuele mobiliteit en zien hun auto als vriend. Dit opvallende gegeven bleek uit één van de rondetafels. Deze vriend in de steek laten om de filedruk te verminderen, is een brug te ver. Vaste momenten die je dagelijks met je vriend beleeft moet je inleveren voor onduidelijke wachttijden en vochtige perrons van het openbaar vervoer. Maastricht-Bereikbaar? "Ok, maar val mij er niet mee lastig." *MB gaat de uitdaging aan om jonge forensen bij de bereikbaarheid van Maastricht blijvend te betrekken!*

MB nodigt samen met ASOM 10 jonge forensen in de regio Maastricht uit om collectief één autoloos weekend te hebben en deze - in het voorjaar van 2011 - te besteden aan een bezoek aan Berlijn. We vertrekken per trein uit Maastricht en gedurende de treinreis en bezoek houden we ons intensief bezig met de verkeerssituatie rond en in de steden. De groep zal aan het eind van het weekend haar indrukken delen met de verkeerssenator in Berlijn.

Na drie maanden houdt MB een *terugkomsessie* waarin de inzichten en ervaringen met betrekking tot mobiliteit opnieuw de revue passeren. Wat geven zij MB mee om slim reizen en slim werken onder jonge forensen in de regio te bevorderen.

De (trein)reis begint donderdagavond. Vrijdag wordt de mobiliteit in Berlijn verkend. Op de avond vindt de presentatie van het resultaat plaats. Zaterdag is er een vrije dag en zondag keren we terug naar Maastricht. De reis en een nacht worden vergoed door MB.

Opbrengst: vanuit de jonge, verstokte automobilist aan de hand van ervaringen in Berlijn adviezen geven inzake slim werken en slim reizen.

Nevenopbrengst: intensieve communicatie tot stand brengen met de jonge verstokte forens.

4. Senioren FileDag

Senioren die gepensioneerd zijn vinden het autogebruik prettig vanwege gemak en veiligheid. Belangrijk is dat deze automobilisten zoveel mogelijk de spitsen mijden en zodoende de (groei van de) filedruk verminderen. MB en ASOM zijn benieuwd hoe deze groep reageert op het idee om naast de auto ook gebruik te maken van fiets en openbaar vervoer. Uitgaande van de eisen gemak en veiligheid zal met de senioren gedurende een speciale FileDag onder het motto *Vermijd de Spitsen* van gedachten gewisseld worden. Maar het blijft niet bij praten. MB zal de senioren een aantal knelpunten voorleggen dat in kleine groepjes tot een goed einde moet worden gebracht. Daarbij gaat het om het gebruik maken van kennis en ervaringen die senioren over het autogebruik hebben. Aan de dag kunnen uitsluitend senioren meedoen die in een volledige bezette auto de lokatie (AirPort Maastricht-Aachen) bereiken. De dag begint om 10.30 uur en duurt tot 15.00 uur. Koffie, thee en lunch worden aangeboden door MB.

Opbrengst: adviezen hoe senioren de spits kunnen vermijden.

Nevenopbrengst: intensieve communicatie tot stand brengen met een steeds omvangrijker worden groep.

5. Het Nieuwe Werken FileFestival: theater en beeldende kunst

Bedrijven en organisaties besteden enorme bedragen aan parkeerplaatsen, woon-werkvergoedingen, leasecontracten en werkplekken (gemiddeld 18.000 euro per medewerker per jaar). Dit geldt nog in versterkte mate voor publiekstreckende bedrijven en organisaties, zoals attractieparken en ziekenhuizen. Een goede bereikbaarheid geeft minder reiskosten voor het bedrijf en geeft minder reistijd voor medewerkers en klanten. Steeds meer bedrijven kiezen met MB voor het *Nieuwe Werken* om hun werknemers slim, gemakkelijk en plezierig te laten werken en reizen waarbij geld en tijd bespaard wordt. Wel zijn urgentiebeleving en de durf tot verandering noodzakelijk. Ook organisaties waar medewerkers niet flexibel inzetbaar zijn, zoals in de productie en het onderwijs, hebben belang bij een goede bereikbaarheid van de regio. De komende jaren neemt de personenmobiliteit in de regio, ondanks de krimp van de bevolking, toe.

In Maastricht gaat het merendeel van 25 koploperbedrijven vanaf sept. 2010 meedoen aan het regioconvenant MB. Dit wordt gestart met herziening van arbeidsvoorwaarden en afname van mobiliteitspassen. Dit resultaat legt een goede basis voor een entertainetaanpak van het Nieuwe Werken die ertoe doet wat gevarieerdheid in mobiliteit betreft: *Het Nieuwe Werken FileFestival*. Om meer bedrijven over de streep te trekken wordt een directeur van een groot bedrijf, bv. Rabo, IBM, Vodafone uitgenodigd om binnen een interactieve theatersetting een performance te houden over de gerealiseerde winst van het Nieuwe Werken voor zijn/haar bedrijf (en wat daarvoor nodig is). Dit gebeurt onder het motto 'Maastricht blijft bereikbaar' in het Theater aan het Vrijthof.

Tijdens deze theaterontmoeting wordt ook aandacht besteed aan de vestiging van internationale topmerken als Hermès en Paul Smith in Maastricht. Een van de motieven om naar Maastricht te komen is de goede bereikbaarheid van Maastricht. Rolex, Gucci en Louis Vuitton overwegen dit voorbeeld te volgen. Economisch blijft een goed bereikbare regio van het allergrootste belang. Daarom wordt jaarlijks dit FileFestival op basis van entertainment herhaald om te toetsen of de bereikbaarheid op peil blijft en welke acties in het nieuwe jaar moet worden ondernomen. Met deze aanpak wordt het thema mobiliteit definitief uit de bureaucratische beleidsomgeving getrokken en worden vele medewerkers op een plezierige manier aangesproken.

Onder het motto 'plezier is de makkelijkste weg naar gedragsverandering' is de start van de dag in het theater tevens de start van een FileKunstroute die door kunstenaars langs een filegevoelige route wordt aangelegd.

Opbrengst: Op een entertainende manier bijdragen aan het streven dat de regio via het Nieuwe Werken goed bereikbaar blijft en waarbij steeds meer bedrijven betrokken raken. Jaarlijkse vindt toetsing van het effect van het festival plaats.

Nevenopbrengsten: In de stad is door het jaar heen creatief zichtbaar dat de bereikbaarheid van Maastricht prioriteit heeft.

De uitwerking

In een eerste verkenning met de programmaleiding MB is naar voren gekomen dat op korte termijn de voorstellen 2 (denktank) en 4 (senioren) prioriteit krijgen. Voorstel 2 om reden dat de in gang gezette

communicatie met de inmiddels actief getoonde reizigers een concreet gevolg krijgt en de inzet van MB op deze wijze een geloofwaardig vervolg krijgt. Voorstel 4 voegt een nieuwe dimensie aan de interactieve ontmoetingen toe. Nog nimmer is de stem van de oudere reiziger gehoord in het streven om de filedruk in de regio Maastricht te verminderen.

Het is de intentie om de voorstellen uiterlijk 2011 te realiseren waarbij de communicatie geheel in handen zal zijn van MB. Op de wat langere termijn kunnen de andere voorstellen een rol spelen, mede afhankelijk van het cultureel ondernemerschap dat getoond moet worden om deze creatieve plannen te realiseren, met name in samenwerking met Hogeschool Zuyd, Expertisecentrum Creatieve Stad.

Verzuchting van een oudere OV-reiziger

Stomverbaasd was ik echter om tijdens de rondetafel met eigen ogen en oren vast te stellen hoe jonge automobilisten niet meer in staat blijken te zijn om verder te kijken naar wat er allemaal nog veel meer mogelijk is in het mini-mobiele wereldje rond de NL-snelwegen. En dat anno 2010! Hé Jongeren, wakker worden, wat een ingeslapen boel bij jullie (zeg ik als oudere en kenner van het OV maar wel heel betweterig)



Bijlage 1

Reizigersprofielen: van houtskoolstreden naar beelden

(behorend bij paragraaf 5. Thematische uitkomsten)

1. HET KAN NIET ANDERS

“Ik (M, 45 jaar, Heerlen, dienstverlening) heb de auto echt nodig om naar mijn werk in Maastricht te gaan (industrieterrein de Beatrixhaven N) en daar op tijd te beginnen en ook tegen vijven weer weg te gaan. Soms zijn er onverwachte situaties en dan moet ik met de auto snel ter plaatse zijn. Op vaste momenten ga ik later vanwege de crèche en school van mijn kinderen. Het heeft geen zin om te kijken naar alternatieven via websites en zo. Veranderen van werk is misschien de enige oplossing maar daar voel ik niets voor omdat ik namelijk leuk werk heb. Uiteindelijk als de kinderen groot zijn neem ik misschien de fiets vanwege het milieu en de opstoppingen, maar nu zeker niet. Het openbaar vervoer is geen oplossing. Op een tochtige plek wachten tot een overvolle bus stopt? Nee toch?”

2. VERSTOKTE AUTOMOBILIST

“Voor mijn deur staat mijn auto en dat is precies waarom het gaat: ik (M, 50 jaar, wijk St Pieter, Maastricht, operationeel medewerker) wil met de auto weg kunnen wanneer ik dat wil. Tijdig naar mijn werk (Roermond), naar mijn kinderen met mijn vrouw en ook voor de boodschappen. Dat je met het OV kan gaan, interesseert me niet want dat is op mijn leeftijd niet zo gemakkelijk. Ook premies vanuit mijn werk om de auto te laten staan, zijn aan mij niet besteed. Als de anderen hun auto willen staan is dat hun zaak, maar daarmee moeten ze mij niet lastig vallen. Vergeet niet dat mijn baas wil dat ik stipt om acht uur begin. Er zijn vaak flinke opstoppingen in het verkeer en dan zitten de wegen naar en van de snelwegen dicht en daar kan ik me flink aan ergeren. De politiek moet dit natuurlijk oppakken maar die doen dat niet. Zo'n auto kost privé een paar centen maar dan wil ik er ook ten volle van genieten. Ja toch?”

3. BEWUSTE FORENS

“Ik (M, 30 jaar, Sittard) vind het heel goed dat het autogebruik heel kritisch wordt bekeken. De steden raken steeds voller en voller met auto's en vervuilen de lucht. Zelf gebruik ik de auto als het echt niet anders kan, bijvoorbeeld om mijn ouders van mijn partner te halen of te brengen, of om ze naar het ziekenhuis te brengen. Met mijn partner stippelen we mede aan de hand van websites het wekelijkse autogebruik heel nauwkeurig uit. Er is altijd wel een alternatief mogelijk, bijvoorbeeld met de bus. Naar mijn parttime onderwijsjob (Randwijck-Zuid), voor 3-4 dagen in de week met veel gereis in de regio ga ik soms met de trein en heel zelden met de bus, eventueel loop ik dan een stuk met behulp van mijn iPhone. Dat is geen probleem waarbij telt dat ik flexibel mijn werk kan indelen en ook kan telewerken. Soms denken we erover om toch ook een tweede zuinige stadsauto aan te schaffen als we allebei wat ouder worden. Ik moet dit alles vaak wel uitleggen aan mijn collega's en vrienden die vinden dat ik de auto voor het gemak moet nemen maar het is onze bijdrage aan een duurzame regio. Moet ik me aantrekken wat de mensen zeggen?”

4. VRIJHEID, BLIJHEID

“Het allerbelangrijkste is mijn vrijheid. Ik laat me als ZZP'er niet dwingen en kies wat makkelijk en comfortabel is. Daarom reis ik (V, 35 jaar, Kerkrade) zoals het mij uitkomt. Mijn klantrelaties doe ik met de auto waarbij het niet uitmaakt of het in Maastricht is of daarbuiten. Spitsen in de stad doen mij niet zo veel, dan duurt het maar wat langer. Ik heb goede muziek in de auto en ik kan veel bellen voor mijn werk. Als ik stilsta kan ik zelfs sms-en, actielijstjes maken en iets aan mijn persoonlijke verzorging doen. De fiets en de bus? Ja vooral de fiets als het zo uitkomt. Ik plan dat niet zo al merk ik wel dat ik de auto het meeste neem. De auto zie ik als mijn partner. Ik heb door de weeks ook vrije dagen en dan vind ik het heerlijk om met de auto naar Maastricht te gaan en te winkelen. Kom je iets tegen dat moeilijk te dragen is dan heb je je auto zo bij de hand. En er is altijd wel een parkeerplek ook al wordt het soms echt moeilijk. Heb jij dat dan niet?”

5. DE ONWETENDE FORENS

“Ja (M, 45 jaar, uitvoerende functie non-profit, samenwonend), ik merk de laatste tijd wel meer van files en zo. En er schijnt ook een website Maastricht Onbereikbaar te zijn of zo. Vanuit mijn dorp rijd ik binnen 5 minuten naar de A2 en moet dan wel wachten. Maar ja files horen er bij en we moeten ons niet zo druk maken. Ik heb het wel eens uitgeprobeerd. 'sAvonds kan ik tijdens rustig verkeer binnen 15 minuten thuis zijn en nu doe ik er heen bijna een uur over voordat ik in Maastricht op mijn werk ben. Nou dat weet je dan ook. Zonde van die tijd? Ik zou niet weten hoe het anders moet. Carpoolen? Hoe kom je daar dan achter? Kranten en zo lees ik niet en op Internet kom je het denk ik niet tegen. Dan ben je toch gauw uitgepraat?”

Bijlage 2: Tips & Suggesties Creatieve FileRondetafels

Bron: Creatieve FileRondetafels

Tafel A Woon-werkverkeer intern Maastricht
1. Gedragsverandering vraagt om maatwerk en begin klein
2. Benut overgang in levensfasen om gedrag te veranderen
3. Faciliteer gedragsverandering met name in gebruik van de fiets en verbeter infrastructuur
4. Maak gebruik van fiets 'sexier': beter onderhoud wegen, meer parkeergelegenheid, fiets-telpalen
5. Maak binnenstad autoluw
6. Geef reizigers feed back op hun gedrag (oorzaak/gevolg) en spreek aan op verantwoordelijkheid
7. Alleen experimenteren als reizigers erbij betrokken zijn
8. Minder Maasverkeer door strategische positionering van parkeerplekken
9. Informatie via de website: Strak, Simpel, Snel ('3 x S')
10. Website: informatie moet lokken en gekoppeld worden aan informatie elders
11. Combineer mobiliteit met andere urgenties: gezondheid, fit zijn, bewegen.
12. Grote parkeergelegenheden langs invalswegen bevat aanvullende reisvoorzieningen (OV-aansluiting, fietsgebruik, looproutes)
13. Parkeren in de werkomgeving bemoeilijken

Tafel B Evenementen en TOP dagen
14. Verleid automobilisten met goede en betaalbare alternatieven zoals OV en fiets
15. Faciliteer parkeren buiten het centrum en vervolgens lopen naar de stad en maak verwijzingen naar P-plaatsen en looproutes
16. Geef Vrijthofgarage een andere bestemming
17. Verbeter aan- en afvoer van mensen bij de Mediamarkt
18. Maak dienstregelingen van het OV gebruiksvriendelijker
19. Laat de bussen vanuit de dorpen rechtstreeks naar de stad rijden.
20. Geef vergunningen voor evenementen alleen af als OV-gebruik mede wordt gepromoot
21. Spreid vertrek bezoekers door combi te maken met drankje of dinerbon
22. Maak wachtende rijen auto's zichtbaar voor automobilisten richting Maastricht
23. Stop het propageren van parkeren in garages in de binnenstad
24. Gebruik buiten werktijden de parkeerplaatsen van bedrijven en kantoren en laat hiervandaan busjes naar de stad rijden
25. Bouw een gigaparkerdek op het spoorwegemplacement met rechtstreekse aansluiting op de A2 en laat een tram over de spoorbrug naar de Markt rijden
26. Zorg voor P&R bij treinstations op 15 minuten reistijd van Maastricht
27. Maak een nieuwe internet-tool die laat zien wat jouw manier van reizen naar Maastricht kost aan tijd en geld
28. Geef ver voor Maastricht (SMS-) informatie over de kwaliteit van de bereikbaarheid van Maastricht
29. Gebruik Groningen als voorbeeld van goede marketing hoe de stad te bereiken
30. Versplinter de problemen en geef elke doelgroep een andere oplossing. Maak hierbij gebruik van reizigersprofielen en verwen mensen als ze het gewenste gedrag vertonen
31. Geef de continuïteit van maatregelen niet te gauw op

Tafel C Woon-werkverkeer in de regio
32. Onderschat de zelfregulering niet dat mensen zelf oplossingen vinden en stimuleer dit
33. De keten van bus-trein kan beter m.n. rondom Heerlen
34. Goedkoper OV en P&R uitbreiden en kosteloos maken
35. Maak vergaderlocaties bij treinstations
36. Fietsen en auto's bij bedrijven plaatsen zodat mensen met trein en fiets kunnen komen
37. Km-vergoedingen voor woon-werkverkeer afschaffen
38. Voer betaald parkeren voor werknemers bij alle bedrijven gelijktijdig in. Voorkom concurrentie in arbeidsvoorwaarden
39. Verzand niet teveel in de visies van grote bedrijven/instellingen en sluit je aan bij actieve mensen
40. Verdeel Maastricht in 4 blokken met verschillende werktijden, zo wordt het autoverbruik verspreid
41. Houd rondetafelgesprekken met managers
42. Leer verkeersspecialisten op een creatieve manier 'marketing' bedrijven om het autogebruik terug te dringen
43. Kom beloftes die Maastricht-Bereikbaar aan de reizigers maakt na
44. Maastricht-Bereikbaar moet zich meer promoten en zichzelf bekend maken zoals op Bedrijven Contactdagen. Ludieke acties op de weg bij benzinstations/stoplichten e.d. helpen
45. Geef service door diensten waarbij je op maat filevrije (SMS-)tips krijgt
46. Veel mensen werken met iCal of Outlook en koppel deze agenda's met een digitale service voor optimaal reisadvies
47. Zend email-nieuwsbrieven, met korte kleine opdrachten voor reizigers
48. Kijk ook naar het buitenland. Daar is geïnvesteerd om mensen op de fiets te krijgen
49. Betrek de baas bij een open dag van MB en zorg dat zo'n dag een vervolg heeft
50. Geef een vervolg aan de Filerondetafels. Éénmaal werkt niet. Doe wat met de uitkomsten en reik ons de informatie weer aan. Het stimuleert tot anders denken over mobiliteit

Bijlage 3 Samenvattingen verslagen Creatieve FileRondetafels

Creatieve FileRondetafel A: Woon-werkverkeer binnen de stadsgrenzen van Maastricht.

Samenvatting Creatieve FileRondetafel
(11 maart 2010 in de Bisschopsmolen)

Introductie

Doel van deze eerste Rondetafel is om op een interactieve, creatieve en praktische wijze een bijdrage te leveren aan een variëteit in verplaatsingen in het woon-werkverkeer binnen de stadsgrenzen van Maastricht. De stem van de reiziger en die van de buurtbewoner zijn hierbij essentieel. Een groot deel van de dagelijkse autoverkeer blijft binnen de gemeentegrenzen van Maastricht. Tot 2016 groeit het autoverkeer met 10% met als gevolg een toenemende congestie op de Maasbruggen. De centrale vraag tijdens deze tafel was hoe verminderen we het interne woon-werkverkeer in 2016?

De deelnemers aan de FileRondetafel verbaasden zich dat er zoveel autoverkeer binnen de stad blijft. De tafel onderschreef de urgentie dat er iets gedaan moet worden om het verkeer niet vast te laten lopen. Deze urgentie wordt niet altijd door iedereen bewust begrepen. Maatwerk is nodig om het gedrag te veranderen. Er is niet één oplossing.

Reizigersprofielen

De deelnemers herkenden zich in een of meerdere reizigersprofielen. De gepresenteerde profielen waren 'het kan niet anders', de 'verstokte automobilist', de 'bewuste forens' en de laatste was 'Vrijheid, blijheid'. Eén en dezelfde persoon kan verschillende reizigersprofielen hebben. De ene keer is iemand een 'bewuste forens' die fietst naar het werk. De andere keer is dezelfde persoon de automobilist die kinderen haalt of brengt en vervolgens doorrijdt naar het werk omdat het 'niet anders kan'. De rondetafel voegde de 'onwetende forens' als vijfde reizigersprofiel toe. Kenmerken van deze reiziger zijn naast pure onwetendheid het gewoontegedrag en het onbewust hanteren van feitelijke onjuistheden. Voorbeeld van een onjuistheid is dat de taxi gebruiken duurder is dan de aanschaf en het gebruik van een eigen auto.

Gezinsleden zijn veelal onbewuste forensen. De keuze om de auto te gebruiken gaat op de automatische piloot. Bespreken oké, veranderen nee! Harde maatregelen zijn nodig al dan niet onder begeleiding van Fiets-coach of E-werk makelaar.

Overgangen in levensfasen zijn te benutten om gedrag te veranderen. Bij twintigers en begin dertigers is het thema mobiliteit geen onderwerp van gesprek. Tijdens de studie hebben ze geen auto. Daarna schaffen ze een auto aan die vervolgens teveel wordt gebruikt. Bij ouderen is het stoppen met werken een moment om te kiezen voor een ander mobiliteitspatroon. Advies: inventariseer deze momenten en focus op specifieke groepen dus niet op iedereen en begin klein.

Gedragsveranderingen

Gedragsveranderingen zoals meer gaan fietsen kunnen beter gefaciliteerd worden. Als de fietsinfrastructuur in de stad niet verbeterd valt niet te verwachten dat er meer mensen op de fiets naar het centrum komen. Te weinig fietsstallingen en veel kinderkopjes maken Maastricht fietsonvriendelijk. In het centrum worden automobilisten meer gefaciliteerd. Bovendien is de auto een vervoermiddel dat status en comfort geeft. Een soort partner die altijd aanwezig is. Het gemak en comfort van de auto, zoals bij regen of bij het meenemen van kinderen, leidt tot overdadig autobedrijf. De tafel adviseert om de binnenstad autoluw te maken. De financiële kosten van deze ingreep zijn laag.

Verantwoordelijkheid

Overheden kunnen de (onwetende) burgers beter informeren. Tijdens deze rondetafel kregen de reizigers feedback over hun reisgedrag en welke problemen ze veroorzaken. Reizigers vroegen zich af waarom ze door de overheden nooit zijn aangesproken op hun mobiliteitsgedrag en nu pas aan het denken worden gezet. Ben ik degene die rondjes in de stad rijdt? Wordt er van mij een bijdrage verwacht? Dat wist ik niet! Advies: Verstrek informatie en spreek mensen aan op hun verantwoordelijkheid. Cultuurverandering betekent aanspreken op bewustzijn, het geven van keuzevrijheid en feedback geven als het gewenste gedrag niet wordt vertoond.

Politiek-inhoudelijk

Politiek-inhoudelijk zijn er teveel ambities. Daardoor is het beleid te veel en, en, en. De veranderingen gaan niet in het tempo dat noodzakelijk is. We weten veel en er verandert weinig. Experimenteer met projecten alleen als reizigers bij de opzet betrokken zijn. Het faciliteren van de fiets heeft bij de reizigers de meeste prioriteit. Maak de fiets sexier, maak de infrastructuur fietsvriendelijker, verbeter het onderhoud van de wegen en vergroot het aantal fietsparkeergelegenheden. Overheden kunnen haar wensen zichtbaar maken. Bijvoorbeeld door fietstelpalen die laten zien hoeveel fietsen er passeren.

De tafel vindt dat er minder Maasverkeer kan plaatsvinden door de parkeerplekken planologisch en strategisch zo te kiezen dat de automobilist het gewenste gedrag niet in de weg staat. Aanbieders van mobiliteit, zoals OV-bedrijven, hebben de taak een hoge kwaliteit te faciliteren en actief klanten te trekken. Dit gebeurt volgens de tafel onvoldoende. Geef informatie via de website strak, simpel en snel. Zet alleen dingen op de site die mensen lokken en koppel dit aan wat er al is.

Werkgevers

Het reisbeleid van de werkgevers vindt de tafel veel te vrijblijvend. Grote werkgevers (bv. provincie, AZM) kunnen autogebruik demotiveren en e-werken stimuleren. Ook kunnen werkgevers toezien of afgesproken (fiets-) regelingen wel worden nagekomen en gratis P-plaatsen opheffen. Andere adviezen waren zorg voor omkleedfaciliteiten en start een locatie met e-werk tussen wonen en werken. Het gedrag van de werkgever bepaalt of het reizigersprofiel 'het kan niet anders' wordt doorbroken. Gemeente en provincie kunnen als werkgever het fietsen binnen Maastricht fiscaal en met faciliteiten stimuleren door gratis autoparkeren te schrappen, door alleen het gebruik van fiets en OV te vergoeden, door telewerken te stimuleren en door te sturen op output van medewerkers.

Voor werknemers bij volcontinu bedrijven blijft de auto 's nachts een belangrijk en veilig vervoermiddel. Volcontinu bedrijf Sappi onderzoekt of het tijdstippen van een werken van invloed zijn op de vervoersmiddelenkeuze van en naar het werk. Er is al een fietsregeling. Een uitbreiding naar een scooterregeling zou kunnen helpen om een verandering in het autogebruik tot stand te brengen.

Combineren

Combineer mobiliteit met andere items zoals gezondheid. Waarom benadrukken we niet dat fietsen goed is voor je geestelijke en lichamelijke gezondheid. Waarom praten we niet over lopend of joggend naar het werk en dichter bij het werk wonen. Met de fiets heb je geen files en, indien goed geregeld, geen parkeerproblemen.

Bereikbaarheid

Andere suggesties om de bereikbaarheid van de binnenstad te bevorderen zijn de binnenstadservice een bevoorrechte positie te geven. Leg grote parkeerterreinen langs invalswegen aan waar vervolgens met (leen-) fiets, bus, tram en trein verder naar de stad gereisd kan worden. Parkeren in de werkomgeving moet duurder of onmogelijk worden gemaakt. Forensen die met het OV naar Maastricht komen kunnen gebruik maken van een extra (leen-)fiets. De eigen fiets wordt meestal in de woonplaats gebruikt.

Over de rondetafel

De deelnemers vonden de rondetafel een goed initiatief en verrassend interessant. Het proces ging met een randstedelijke snelheid. De opzet en locatie werden als buitengewoon prettig en positief ervaren. Er is veel geleerd. Het merendeel van de reizigers wilde op het eigen reizigersgedrag aangesproken worden en voelde zich verantwoordelijk voor het welslagen van Maastricht-Bereikbaar. Wel graag ons beter en sneller informeren. De samenstelling van de groep werd als prettig ervaren. Het tempo was goed al is er meer tijd nodig. De problematiek is helder, volgende keer nog meer inzoomen op de Maastrichtse situatie en houd het concreet.

Creatieve FileRondetafel B: Verkeer tijdens evenementen en topdagen

(13 april 2010 in restaurant Fameuse)

Medio 2010 wil Maastricht-Bereikbaar een maatregelenpakket opstellen voor Topdagen en Evenementen. Het doel is ander reizigersgedrag. Deze FileRondetafel had naast het geven van praktische adviezen en tips ook de functie om te inventariseren welke percepties over de bereikbaarheid van Maastricht bestaan.

Reizigersprofielen

De aanwezige reizigers herkenden zich in meerdere reizigersprofielen. Het meeste herkenbaar waren de Belgisch en Duitse Toeristen en de dagjesmensen uit de Limburgse regio die naar Maastricht komen. De tafel introduceerde een nieuw profiel van reizigers die de stad tijdens Topdagen en evenementen zo veel mogelijk mijden. Dit type reiziger is wel te verleiden om naar Maastricht te komen als de bereikbaarheid, met name van het openbaar vervoer, verbetert. Groepen Duitsers, die de Topdagen mijden, reizen op andere gekozen momenten in groepen van ± 15 personen naar Maastricht.

Mijden van de stad tijdens Topdagen is volgens de tafel ook te wijten aan de nieuwe dienstregeling waardoor de reistijd fors is toegenomen en niet meer concurreert met de auto. Ook vanuit Duitsland is het niet aantrekkelijk om met het OV naar Maastricht te komen vanwege de lange reistijd. Verder is de informatie over het grensoverschrijdend OV schaars en beginnen de bereikbaarheidsproblemen op de A2 al bij Echt. De alternatieven voor het autogebruik en de oplossingen die momenteel worden geboden worden als veel te vrijblijvend ervaren. Auto's kunnen rijden en staan waar het niet gewenst is. Het aan- en afvoeren van mensen is slecht geregeld.

Feit is dat doorgaans een klein en beperkt deel van de tijd het centrum van Maastricht niet goed bereikbaar is. Problemen met de doorstroming op de A2 bij Maastricht geven het beeld dat Maastricht zelf slecht bereikbaar is. Opvallend is dat Maastrichtenaren vinden dat Maastricht doorgaans niet bereikbaar is. Mensen uit de regio en buitenstaanders vinden dat Maastricht wel bereikbaar is. Ook het beeld in Duitsland is dat Maastricht wel met de auto bereikbaar is. De kwaliteit van de informatie laat te wensen over.

Doelgroepen

De experts hebben van het bestuur de opdracht om verschillende doelgroepen tevreden te stellen binnen de bestaande mogelijkheden. De vraag is of dit wel kan? De ervaring leert dat in Maastricht te veel wordt gepraat en te weinig wordt gedaan. Er heerst niet de mentaliteit van: "Wir machen das". Er zijn ook verschillende doelstellingen. Werken aan leefbaarheid is iets anders dan werken aan bereikbaarheid. De vraag rijst: Wat voor stad willen we in Maastricht zijn? Welke drukte in Maastricht accepteren we? De horeca leeft bij de gratie van de drukte. De leefbaarheidsgroepen vinden dat de keuze lijkt gemaakt om alles te zijn en te doen. Dit is een non-keuze. Experts geven aan dat Maastricht wel degelijk een keuze heeft gemaakt om grote aantallen bezoekers te trekken. Hierbij wordt verwezen naar 'het' Berenschot rapport. Natuurlijk kan je ontevreden zijn over de gemaakte keuze om in Maastricht veel bezoekers te trekken. Zo zijn er meer tegenstrijdigheden. Maastricht wil kennisstad

zijn en geen last van studenten hebben. Dit is onverenigbaar. Maastricht wil als culturele hoofdstad in 2018 veel mensen trekken. Laten we het dan ook vollopen met de auto's wat we niet willen?

Alternatieven

Volgens de tafel zijn reizigers te verleiden met goede en betaalbare alternatieven zoals OV en fiets. Het huidige beleid faciliteert het autogebruik. Extra stimulering om het OV te gebruiken, te fietsen en te gaan lopen is er bijna niet. Leaserijders rijden gratis rond en nemen voor iedere meter de auto. Over 18 maanden komt er een nieuwe P&R bij de Beatrixhaven met 1400 parkeerplaatsen. Dit is bij het "grote" publiek niet bekend. Hoe kan dit?

Van buiten

De aanwezige reizigers die van buiten Maastricht kwamen ervoeren geen problemen om tot een andere reisgedrag te komen en te parkeren buiten de singels om vervolgens te lopen naar de stad. Waarom wordt deze voorzieningen niet genoeg gefaciliteerd? De Vrijthofgarage kan een andere bestemming krijgen. Aan de noordkant kunnen problemen met aan- en afvoer van mensen naar de Mediamarkt verbeterd worden. Binnenstedelingen hadden wel problemen om tot ander gedrag te komen. Eigen belangen doorkruisen maatschappelijke belangen. Deze tafel maakte dit duidelijk. De leefbaarheidsgroepen, Argus en Vrienden (Binnen)stad Maastricht, steunden in eerste instantie het plan om alle auto's uit de binnenstad te weren. In tweede instantie trokken ze de steun in toen bleek dat ook de binnenstadbewoners niet meer met de eigen auto het centrum kunnen inrijden. Zonder auto zou de stad ten dode zijn opgeschreven. De lering is dat bij een dergelijk concreet besluit iedereen zijn stelling betreft en dat het berijden van stokpaardjes nergens toe leidt. Bedenk iets om de frustraties van de binnenstadbewoners te doorbreken.

OV

Maak de dienstregeling van het OV gebruiksvriendelijker en zorg voor betere informatie en optimalisatie van busroutes en dienstregelingen door bv. rechtstreeks naar de stad te rijden. Maak een combi van OV en evenementen. Nu combineert Winterland met parkeren in de Vrijthofgarage. Laat dit niet gebeuren. Geef vergunningen voor evenementen alleen af met de randvoorwaarde dat het OV gepromoot moet worden. Bied arrangementen aan met ondernemers zoals parkeren in combinatie met drankje of dinerbon. Dit laatste ook om het vertrek van bezoekers te spreiden.

Anders parkeren

Concrete suggesties voor anders parkeren. Verlaag het comfort van de auto door de auto verder van de centrum te laten parkeren. Maak verwijzingen naar P-plaatsen en looproutes. Deze ontbreken. Krik de informatie op en continueer dit. Maak een nieuw kaartje met P-plaatsen buiten de singels en maak de wachtende rijen auto's zichtbaar. Verleiden tot ander gedrag begint thuis en niet in de auto. Houd in de media op om het gebruik van parkeergarages in de binnenstad te propageren. Propageer het parkeren buiten de singels en geef verwijzingen hoe deze parkeerplaatsen te vinden. Gebruik buiten werktijden de bestaande parkeerplaatsen van bedrijven en kantoren aan de rand van de stad (v.b. AZM, Universiteit en Beatrixhaven). Laat van deze P-plaatsen iedere 5 minuten busjes vertrekken om mensen naar de binnenstad te vervoeren. Bouw een gigaparkeerdek op het spoorwegemplacement met rechtstreekse aansluitingen op de A2. Zorg dat een tram vanaf het spoorwegemplacement over de spoorbrug naar de markt heen en weer rijdt. Zorg voor P&R terreinen bij treinstations op 15 minuten reistijd van Maastricht zoals in: Bunde, Beek, Sittard, Meerssen, Houthem, Valkenburg, Schin op Geul, etc.

Marketing en communicatie.

Maak een nieuwe internet-tool die laat zien wat jouw manier van reizen naar Maastricht kost aan tijd en geld. Geef op de weg, ver voordat Maastricht wordt bereikt, informatie over de kwaliteit van de bereikbaarheid van Maastricht. Geef via SMS informatie aan reizigers. Gebruik Groningen als voorbeeld van marketing. Versplinter de problemen en geef elke doelgroep een andere oplossing. Gebruik daarvoor reizigersprofielen om het probleem op te lossen en verwen mensen als ze het gewenste gedrag vertonen. Ultieme oplossingen voor het autoprobleem bestaat niet. Geef de continuïteit van maatregelen niet te gauw op.

Creatieve FileRondetafel C: Regionaal forensenverkeer

(19 juli 2010 in Tulip Inn Maastricht Aachen Airport)

Tijdens deze FileRondetafel werd de forens op de A2/A79 van en naar Maastricht gehoord. Doel van deze tafel was inzicht te krijgen in het reizigersgedrag en mogelijkheden het reisgedrag te veranderen. De bereikbaarheid van Maastricht staat onder druk. Tot 2016 groeit het autoverkeer met 10%. De A2, de A79 en de Maasbruggen in Maastricht kunnen deze groei niet aan. Het uitgangspunt van Maastricht-Bereikbaar is goed te luisteren naar de reizigers. Deze gegevens en inzichten vormen de basis om goede alternatieven te maken.

Reizigersprofielen

Reizigersprofielen en ervaringen van de deelnemende reizigers. De meeste deelnemers hadden meerdere reizigersprofielen en herkenden zich veelal in de reizigersprofielen "Vrijheid, blijheid" en "Het kan niet anders". Het profiel "Bewust anders" zoals carpoolen, fietsen of reizen met de trein uit milieu-overwegingen kwam bij slechts één reiziger voor.

Auto

Waarom met de auto naar het werk? Het gemak, het veilig voelen, doen wat je wilt zonder dat anderen er last van hebben gecombineerd met het relatieve goedkope gebruik en gewoontegedrag laten de meeste deelnemers voor de auto kiezen. Files worden ingecalculiseerd en niet erg worden gevonden. Alternatieven worden onveilig

gevonden en kosten meer geld en meer reistijd. Bedrijven geven kilometervergoeding voor de auto en laten gratis parkeren bij het werk. Het gebruik van de wegen is gratis. Bedrijfsfietsen en fietsplannen ontbreken waardoor auto's voor huisbezoeken in de stad worden ingezet terwijl fietsen efficiënter is in tijd en geld. Fietsend of lopend naar het station is geen optie en fietsen in de regen is niet fijn. Start het bedrijf een fietsplan dan willen medewerkers niet contractueel worden verplicht om met de fiets te komen. Het reizen met de trein wordt geromantiseerd. De tijd in de auto is nuttig te gebruiken door onder andere mobiel te gaan bellen. In volcontinu bedrijven, in gevallen van het oproepbaar zijn en huisbezoeken gaat het reizen niet samen met het gebruik van het OV. Ouders zitten gevangen in gedragspatronen zoals het combineren van het brengen en halen van kinderen en van naar het werk gaan.

Van een gedeeld gevoel van urgentie om de bereikbaarheid te verbeteren is volgens de reizigers aan tafel nog nauwelijks sprake.

Onderschat de zelfregulering niet. Forensen die de file vervelend vinden gaan al eerder van huis of met de trein. Individueel zijn er oplossingen te vinden door dichtbij het werk of station te gaan wonen, van werkplek te wisselen of met de motor te gaan. De forensen in de file vinden in de file staan blijkbaar niet erg.

OV

De reizigers aan tafel hebben slechte ervaringen met het openbaar vervoer. ANWB en ROVER schrikken van de gefixeerde beelden van de aanwezige automobilisten over de kwaliteit van het OV. Terwijl 90% van de treinreizen goed gaat. Op de lijn Maastricht-Kerkrade rijdt een andere vervoerder. De service, de frequentie en de ruimte op deze lijn is toegenomen en het aantal reizigers is enorm gestegen. De reistijd is bijna met 1/3 afgenomen. De keten van trein-bus kan beter, zeker rondom Heerlen.

Er kwamen veel ideeën vanuit de tafel om de bereikbaarheid te verbeteren. Goedkoper OV. Parkeren bij stations uitbreiden en kosteloos maken als je verder gaat met de trein. OV-verbindingen verbeteren en flexibeler maken. Gebruik van digitale media. Carpoolen. Vergaderlocaties bij treinstations. Thuiswerken stimuleren door de werkgever. Fietsen en bedrijfsauto's bij het werk plaatsen zodat mensen met trein en fiets kunnen komen. OV gratis maken voor woonwerk verkeer. km-vergoeding voor woon-werkverkeer afschaffen.

Flexibel werken

Van flexibel werken en thuiswerken is nog weinig sprake. Is het van toepassing dan wordt dit veelal benut om vóór de files uit te rijden en thuis te werken. Er is weinig animo om na de spits te reizen. Starre bedrijfsculturen laten je midden in de drukte terecht komen door bijvoorbeeld vergaderingen om 9 uur te blijven plannen. Gebrek aan financiën, geen laptop, geen teleconferencing maken het in de zorgsector niet mogelijk om thuis te werken. Ook oefenen collega's druk uit om blijvend zichtbaar aanwezig te zijn. Ondernemingsraden slagen er niet in om deze cultuurpatronen te doorbreken. Overheden stimuleren het flexibel werken te weinig. Thuisituaties met kinderen maakt ouders ook minder flexibel. In het onderwijs is men gebonden aan tijd en school. Gebruik van ICT is slechts beperkt tot datgene wat echt nodig is. In productiebedrijven is het gemeenschappelijk komen en gaan de basis van het bedrijf. Er zijn weinig bedrijven met een fietsplan en waar werknemers betaald parkeren. Limburg pleit voor een belasting op parkeerplaatsen voor medewerkers. Betaald parkeren is een actie die snel door *alle* bedrijven kan plaatsvinden. Dit om concurrentie in arbeidsvoorwaarden te voorkomen.

Werkgevers kunnen helpen door meer in te zetten op het thuis- en flexwerken. Meer op output gaan sturen in plaats van controle op aanwezigheid. Maatschappelijk verantwoord ondernemen haalt mensen uit de auto. Verzand niet teveel in de visies van grote bedrijven/instellingen en sluit je aan bij actieve mensen. Tip: Verdeel Maastricht in 4 blokken met verschillende werktijden, zo wordt het autoverbruik verspreid. Blijf ook zorgen voor de sociale samenhang binnen bedrijven waarbij het mogelijk blijft dat mensen elkaar ontmoeten. Balans moet bewaakt/bewaard blijven. Houd rondetafelgesprekken met managers.

Communicatie

De forensen aan tafel vinden dat verkeersspecialisten niet altijd oog hebben voor de werkelijke behoefte van reizigers. Leer verkeersspecialisten op een creatieve manier 'marketing' bedrijven om het autogebruik terug te dringen. Belangrijk in het contact met reizigers is dat beloftes die Maastricht-Bereikbaar maakt worden nagekomen. Niets ergers dan als je iets verwacht en dat je het vervolgens niet krijgt. Reizigers aan de tafel willen wel iets ontvangen en niet moeten zoeken. Maastricht-Bereikbaar moet zich meer promoten en zichzelf bekend maken zoals op Bedrijven Contactdagen. Ludieke acties op de weg bij benzinestations/stoplichten e.d. helpen. Geef service door diensten waarbij je op maat filevrije (SMS-)tips krijgt. Veel mensen werken met iCal of Outlook, koppel die agenda met een digitale service, zodat je van tevoren een optimaal reisadvies krijgt om op tijd bij een afspraak te komen. Zend email-nieuwsbrieven, met korte kleine opdrachten voor reizigers. Geen saaie lange verhalen maar kom met tips/trucs met voor- en nadelen. Laat je netwerk als een olievlek uitbreiden. Overdrijf niet en belast niet. Kijk ook naar het buitenland. Daar is geïnvesteerd om mensen op de fiets te krijgen door netwerken aan te leggen, kaarten uit te delen, persoonlijke marketing, etc. Hieraan zijn voorzieningen gekoppeld, zoals horeca/recreatie etc.

Maastricht-Bereikbaar wil graag persoonlijk met reizigers communiceren. Dit gaat oa gebeuren door de introductie van een persoonlijke pagina op de website met reisinformatie op maat over jouw traject. Maastricht-Bereikbaar stelt voor een Open Dag te organiseren, waarbij iedereen welkom is vooral de werknemers van topbedrijven. De forensen aan tafel geven aan dat de baas erbij betrokken moet worden en dat zo'n dag een vervolg moet hebben.

Over de rondetafel

Reizigers ervoerden de FileRondetafel als nuttig en voor een vervolg vatbaar. De werkelijke problematiek komt aan de orde en de tafel is een plek om ideeën en ervaringen uit te wisselen en van elkaar te leren. Deze

bijeenkomst is zeker goed. Echter éénmaal werkt niet, net als bij een filevrije dag. Doe wat met de uitkomsten en reik ons de informatie weer aan. Het stimuleert tot anders denken over mobiliteit.

Bijlage 4 Samengevoegde deelnemerslijst Creatieve FileRondetafels

Reizigers

Mw. Hetty de Bakker, Maastricht>Gulpen (Scholengemeenschap Sophianum)
Dhr. Ronald Bruynestein, reiziger Randstad
Mw. Ingrid Deuss, Sittard>Maastricht (Vodafone)
Dhr. Rob Gaastra, Landgraaf
Mw. Astrid Geraets, regioforens
Dhr. Rob Geraets, regioforens
Dhr. Gerwin Gerardu, Gemeente Maastricht
Mw. Karlijn van der Graaf, provincie Limburg
Dhr. Thomas Hansen, reiziger uit Duitsland
Dhr. Jurriaan Janssen, Maastricht
Mw. Marjo Kerkhofs, Heerlen>Vaals, Heerlen, Maastricht (hoofdkantoor Radar)
Dhr. Remy Klippert, Maastricht>Helmond (Rivez Assurantiën & Risicobeheer BV)
Dhr. André Klok, Maastricht>Heerlen (Cathode Ray Technology BV)
Dhr. Arjan Rensma, Maastricht>Heerlen (DSM)
Mw. Wilma Roosenboom – van der Lenden, Heerlen (ABN-AMRO)
Mw. Daisy Seuren, (Sappi Limburg, Maastricht)

Reizigersorganisaties

Dhr. Gustaaf Begas, Rover Reizigers
Mw. A.H. Odekerken-Holtkamp, ANWB Limburg
Dhr. Raymond Oostwegel, Fietzersbond Maastricht
Dhr. Frans Schepers, ANWB Limburg

Stad/werkgevers

Dhr. Theo Coenegracht, KHN
Dhr. Frank van Eerd, Bisschopsmolen Maastricht
Dhr. Frans van Ekert, Buurtplatform Binnenstad
Dhr. Paul ten Haaf, centrummanager Centrum Management Maastricht
Mw. Sandra Helledoorn, Sappi Limburg, afdeling HR
Mw. Ester Saris, VVV Maastricht
Dhr. H. Ulrich, Argus Buurtplatform
Dhr. Henk van der Voort, Vrienden (Binnen)Stad Maastricht

Maastricht-Bereikbaar

Dhr. Joost Beenker, verkeerskundig adviseur mobiliteitsmanagement, Maastricht-Bereikbaar
Dhr. Roy Cornelissen, projectleider TOPdagen, Accent adviseurs
Dhr. Paul Jansen, PL Knooppunt Maastricht Noord, Gemeente Maastricht
Dhr. Rik Lebouille, PL Reisinformatie, Provincie Limburg
Dhr. Rob Schaap, Mobiliteitsmakelaar, Maastricht-Bereikbaar
Dhr. Paul Veelenturf, programmamanager, p2managers
Dhr. Ferry Wahls, verkeerskundig adviseur verkeer, Gemeente Maastricht

Deskundige Creatieve Stad

Dhr. Karel Janssen, Expertisecentrum Creative City, Hogeschool Zuyd

Kunstenaars

Mw. Lotte Lohrengel, theatermaker
Dhr. Remy Kroese, architect/conceptueel kunstenaar
Mw. Romy Roelofsen, Het Geluid, teatraal performer

Amsterdam School of Management

Mw. Marijn Brummelhuis, productie/advisering
Dhr. Giep Hagoort, moderator, supervisie
Mw. Manon Thiemann, notuliste
Dhr. Luc Veeger, onderzoek, interviews, verslaglegging

Over de Amsterdam School of Management

De Amsterdam School of Management (ASOM) is een expertisenetwerk voor interactiviteit en dialoog-in-actie. Met programma's als Internoveer!, Stad zoekt Boer en FileProeftuin worden complexe maatschappelijke vraagstukken vertaald naar de werkelijkheid van alle dag. Tijdens speciale ASOM-rondetafels krijgen op deze wijze de direct betrokkenen een stem. Tijdens deze tafels zorgen kunstenaars voor creatieve impulsen. Voor bedrijven en instellingen worden interactieve programma's op maat ontworpen, samen met een dwarsdoorsnede uit de organisatie en haar omgeving. In het nieuwe ASOM-laboratorium De Maatschappij als Experiment (LabDME) worden creatieve transities getest en voor een brede groep toegankelijk gemaakt.

ASOM werkt op eigen initiatief, op verzoek of in opdracht. Bij innovatieve projecten financiert ASOM zelf 10 tot 20% van de investering. Co-creatie staat hierbij centraal.

www.asom.org

Publicaties van de Amsterdam School of Management

NIEUW: Veel van Geleerd, Eindverslag Creatieve FileRondetafels, Maastricht Bereikbaar/ASOM, 2010.

NIEUW: Boek ONT-, Je creatief ontdoen van hindernissen voor perspectiefvolle veranderingen, Giep Hagoort (red.), BookaBook/ASOM, 2010.

Strong City Strong City, John Huige, Giep Hagoort (eds.), Ministry of Agriculture, Nature and Food Quality, 2009.

Voor JOU, Ontwerp je eigen survival kit in Ideeënland, Peig Troogah, ASOM, 2009

De Fileproeftuin. Een bijdrage aan de oplossing van het fileprobleem vanuit cultureel perspectief, ASOM, 2009.

Creatieve regio's, Perspectief en aanpak, verslag van een expertmeeting 25 mei 2007.

Stad zoekt Boer. Internovatieprogramma Stad Platteland, John Huige (red.), ASOM, 2006.

Internoveer! Innovaties realiseren door interactiviteit, Giep Hagoort (red.), Reed Elsevier/ASOM, 2004.

Colofon

Opdrachtgever: Maastricht-Bereikbaar

Concept, uitwerking en verslaglegging: FileProeftuin, Amsterdam School of Management

Onderzoek, interviews, redactie: Giep Hagoort, Luc Veeger

Kunstenaars: Lotte Lohrengel, Remy Kroese, Romy Roelofsen

Feedback: Hemmo Hemmes, Topstukken, Paul Veelenturf, p2managers

Advisering: Karel Janssen, Hogeschool Zuyd

Moderatoren rondetafels: Giep Hagoort, Luc Veeger

Productie readers: Marijn Brummelhuis

Coördinatie locaties: Marian Curfs

Foto's: MB, Luc Veeger

Oktober 2010

Maastricht-Bereikbaar

www.maastricht-bereikbaar.nl

Amsterdam School of Management

www.asom.org