

De eerste dialogen met reizigers gesignaleerd...

...een onderzoekstocht langs de regio's

Introductie

De Amsterdam School of Management (ASOM) heeft onderzoek gedaan naar de mate waarin de reiziger een stem heeft in het regionaal mobiliteitsbeleid. Dit onderzoek vond plaats binnen het ASOM-innovatieprogramma FileProeftuin. Dit programma richt zich aan de hand van interactieve en creatieve interventies op gedragsverandering van de reizigers. Voorwaarde voor gedragsverandering is dat ruimte gegeven wordt aan de stem van de reiziger. Inmiddels zijn op basis van het FileProeftuinprogramma rondetafels en denktanksessies gehouden in Maastricht en Wageningen. Om een beter inzicht te krijgen in de wijze waarop mobiliteitsregio's aan de stem van de reizigers invulling geven is het hierboven genoemde onderzoek opgezet. Het onderzoek is uitgevoerd door drs. Luc Veeger, verkeerspsycholoog, oud-directielid VVN, thans onafhankelijk onderzoeker en mede-ontwerper van de ASOM-FileProeftuin.

De belangrijkste conclusie van het onderzoek is dat regionale initiatieven op het gebied van slim werken en slim reizen sporadisch de directe dialoog met de reiziger aangaan om tot gedragsverandering te komen. We trekken deze conclusie op basis van informatie die de regio's geven op hun websites die we hebben getest.

Dat regio's weinig met reizigers de dialoog aangaan, heeft ons verbaasd. Niet alleen vanwege de algemene oproep van de Raad voor Verkeer en Waterstaat de burger meer te betrekken bij het mobiliteitsbeleid, een oproep die maatschappelijk onderschreven wordt. Maar ook en vooral omdat dialoogmarketing waarbij de mobilist persoonlijk wordt benaderd een belangrijke werkzame weg blijkt te zijn om mobiliteitsgedragingen te veranderen.

Deze test is gepresenteerd en besproken als een interne paper tijdens het ASOM-Spitsseminar van 20 juni 2011. Vervolgens is het resultaat per email voorgelegd aan de regio's met het verzoek om zowel feitelijk als inhoudelijk te reageren. Van de 15 regio's hebben 8 regio's gereageerd. Van de reacties nemen we de tekst zoveel mogelijk letterlijk over om recht te doen aan de commentaren op de test. In een aantal gevallen was een regio van mening dat het moet gaan om de werkgever-werknemersrelatie en niet om reizigers in het algemeen. De reacties geven geen aanleiding om de scores uit de test te herzien. Maar het beeld op basis van het onderzoek naar de websites



is niet geheel conform de werkelijkheid zoals uit de reacties blijkt. Echter van een dialoog met de reizigers met het oog op gedragsverandering is evenwel in de meeste regio's nog geen sprake. Ook over de noodzaak om tot een dialoog te komen wordt zeer verschillend gedacht. Via vervolgonderzoek (o.a. naar verantwoordelijkheden in de regio wat interactieve communicatie betreft) kan bereikt worden dat de gewenste dialogen daadwerkelijk van de grond komen.

Mens centraal

Op 18 mei 2011 heeft de Raad voor Verkeer en Waterstaat de publicatie 'Over belangen beleid en burgers' aangeboden aan de minister van Infrastructuur en Milieu. In deze laatste zelfstandige publicatie geeft de raad zes inzichten die de bestuurlijke organisatie rond, mobiliteit, water en infrastructuur verbeteren. Een van de inzichten is dat de raad de burger een prominentere positie bij overheidsaansturing wil geven. De positie van 'de burger' zou meer aandacht moeten krijgen, als 'gebruiker' van publieke diensten, als 'inspiratiebron' voor overheidsbeleid en als 'medebestuurder'. De raad adviseert de publieke diensten (zoals wegen en openbaar vervoer) beter af te stemmen op de wensen en behoeften van reizigers. Beleidsmakers en uitvoerders kunnen zich meer verdiepen in sociaal-culturele ontwikkelingen en in gedrag en motieven van gebruikers. Draagvlak is volgens de raad erbij gebaat wanneer niet de techniek of de infrastructuur, maar de mens centraal staat in de beleidsontwikkeling en wanneer sociale netwerken en lokale gemeenschappen sterker betrokken worden bij mobiliteitsmanagement en het beheer van de openbare ruimte. (Bron: www.rli.nl/de-raden/raad-venw).

Methodiek en Afbakening Onderzoek met Test

Volgens Artikel 13 van de Planwet verkeer en vervoer (wetten.overheid.nl) heeft elke provincie of regio een of andere vorm van verkeers- en vervoerberaad. Via advies- en of werkgroepen is de reiziger – niet direct maar veelal indirect via maatschappelijke organisaties - bij de toekomstige planvorming betrokken. Regionale samenwerking ligt voor de hand. Verkeer is grensoverschrijdend en de automobilist, treinreiziger of fietser heeft onderweg geen boodschap aan bestuurlijke grenzen. De test in dit onderzoek kijkt of de reiziger een stem heeft bij de uitvoering van het regionaal mobiliteitsbeleid. Daarvoor zijn in deze test de sites voor regionaal mobiliteitsmanagement gescreend op de communicatie met de reiziger en onderverdeeld in een zestal waarden met bijbehorende indicatoren die alle zijn ontleend aan de communicatiepraktijk in de regio's. De weergegeven informatie komt als regel overeen met de (letterlijke) tekst van de website. In deze test zijn inspraakprocedures niet onder de loep genomen. Peiling vond plaats in de eerste twee weken van juni 2011.



Test-indicatoren

Bij de beoordelingen zijn de volgende indicatoren gebruikt:

	Waarde	Indicator
1	Informerend: éénrichting	voorlichting, brochures, etc.
2	Digitale community-vorming	Gebruik van Social Media Strategies
3	Reacties reizigers doch geen dialoog	Klantenpanels, Enquetes, E-faciliteit via website
4	Dialoog / duurzaam communiceren	Gebruik van rondetafels, brainstormsessies, denktanks met reizigers
5	Contact met werknemers	Contact met ondernemingsraden, werknemers- en consumentenorganisaties
6	Individuele ideeën van reizigers	Ideeënbus (digitaal of analoog)

Landelijke afstemming met regionale accenten.

Volgens het Platform Slim Werken Slim Reizen (SWSR), de opvolger van de TaskForce MobiliteitsManagement (TFMM), zijn binnen het platform vijftien regio's actief. Deze regio's zijn allemaal op een andere manier georganiseerd. Eind 2012 zijn er één miljoen medewerkers die slim kunnen werken en reizen. Eind 2015 moeten dit er twee miljoen zijn. Dat is de ambitie van vijftig Nederlandse CEO's (de B50) en het Platform Slim Werken Slim Reizen. SWSR wordt door het ministerie van Infrastructuur en Milieu gefinancierd. Door slim werken en reizen is het mogelijk de bereikbaarheid van Nederland te verbeteren. De kans op succes en resultaat neemt toe als werknemers óók via bijvoorbeeld campagnes worden aangesproken en hun *empowerment* toeneemt. De medewerker centraal is een van de 3 pijlers van het platform SWSR.

Een groot aantal partijen richt zich actief op het inspireren en activeren van werknemers op het gebied van slim werken en reizen. Dit zijn bijvoorbeeld belangenbehartigers zoals vakorganisaties (met het kenniscentrum Werk & Vervoer), de Fietzersbond en informatiemakelaars (zoals Milieu Centraal en Natuur en Milieu). Ook is er bijvoorbeeld het Platform Wonen en Werken In (WWI) en richten specifieke regio's en (de)centrale overheden zich op de werknemer. Het Platform ondersteunt een aantal van deze initiatieven financieel. (bron: www.slimwerkenlimreizen.nl)



Het Ministerie van Infrastructuur en Milieu (IenM) en de reiziger: www.rijksoverheid.nl/ministeries/ienm/

Op de site van het ministerie kunnen bedrijven, kennisinstellingen, andere overheden en ook burgers bij 'Idee IenM' ideeën en initiatieven indienen. De indiener moet deze ideeën en initiatieven zelf hebben ontwikkeld. Elk voldoende uitgewerkt idee of initiatief dat maatschappelijke meerwaarde heeft en het werkveld van het ministerie raakt, neemt IenM in behandeling. 'Idee IenM' is alleen bedoeld voor ideeën waar IenM niet specifiek om heeft gevraagd. Niet duidelijk wordt of reizigers ideeën hebben ingediend en of er wat met de ideeën gebeurt. Naast inspraakprocedures en Idee IenM zijn er soms mogelijkheden op de site gevonden om aan internetconsultatie als reiziger mee te praten. Tijdens de consultatieronde over reisinformatie deden in de periode 11-03-2010 tot 08-04-2010 2 personen mee. Eén daarvan was een reiziger. Onlangs heeft de minister haar structuurvisie Infrastructuur en Ruimte gepresenteerd die de reiziger centraal stelt. 'Beslisruimte zo dicht mogelijk bij de burger' is haar uitgangspunt.

Rijkswaterstaat en de reiziger: www.rijkswaterstaat.nl

Rijkswaterstaat is de uitvoeringsorganisatie van I&M en laat reizigers op de site in beperkte mate meedenken. Dit kan door opgave aan een online panel, een testje doen of 'gewoon' een e-card versturen. Ook kan men maximaal zes keer per jaar per e-mail deelnemen aan het Digitaal Klantenpanel. Een vragenlijst die niet langer dan 5 minuten in beslag neemt. De vragen gaan over de verkeersmaatregelen of bijvoorbeeld Noord-Brabant: verkeersborden, verlichting, veiligheid, staat van het wegdek, informatie over onze wegen, ervaringen met verzorgingsplaatsen e.d. Na afloop van iedere enquête worden drie VVV Irischeques van 25 euro onder de deelnemers verloot. De reiziger krijgt een terugkoppeling van de enquête-uitslag en krijgt te horen wat er gedaan wordt met de uitkomsten. Naast de website is er de Landelijke Informatielijn van Rijkswaterstaat voor weg- en vaarweggebruikers. Voor vragen, klachten, ideeën en meldingen kan men 0800 - 80 02 (gratis) bellen op zeven dagen per week of het e-mailformulier van Rijkswaterstaat gebruiken. De Landelijke Informatielijn van Rijkswaterstaat krijgt dagelijks vele vragen binnen. De meest gestelde vragen van de afgelopen periode staan op de site. Op de site hebben we niets kunnen vinden over uitslagen en omvang van het gebruik.

Regionale bereikbaarheidsinitiatieven en de stem van de reiziger.

15 regio's zijn verenigd in het platform Slim Werken Slim Reizen en zijn actief om de bereikbaarheid in de regio te verbeteren. Meestal is er een convenant gesloten tussen overheden en bedrijfsleven. Hieronder op een rij hoe de 15 regio's via het websites de reiziger communicatief betreft bij de tot stand koming en uitvoering van het regionaal mobiliteitsbeleid.

1. Amsterdam: Ontspits (www.ontspits.nl)

Het bedrijfsleven en de overheden van Metropoolregio Amsterdam hebben de Taskforce Ontspits opgericht. Doel van de Taskforce: in 2012 5% minder files in de spits.

In de LinkedIngroep van Ontspits kan de reiziger meediscussiëren, oplossingen delen en vertellen over Ontspitswinsten die de reiziger heeft behaald. Verder hebben we bij Ontspits geen dialoogpogingen op de website kunnen vinden.

2. Arnhem-Nijmegen: Offensief Bereikbaarheid: (www.offensiefbereikbaarheid.nl en www.slimopweg.info)

Het offensief Bereikbaarheid wil bekendheid geven aan en uitdragen van landelijke en regionale initiatieven (zoals 'Fietsen Scoort', 'Slim Reizen', 'Spitsmenu'). Dit door onder andere het ontwikkelen van een digitaal informatiepunt (www.offensiefbereikbaarheid.nl) en het verbeteren van communicatie binnen en tussen organisaties en weggebruikers. Overleg is er met werknemers/ondernemingsraden over het opnemen van maatregelen op het gebied van mobiliteitsmanagement in de arbeidsvoorwaarden. Via de site hebben we geen uitnodiging kunnen vinden om direct met de reiziger te communiceren.

3. Den Haag: Bereik! (www.bereiknu.nl)

In de netwerkorganisatie BEREIK! wordt gewerkt met zogenaamde tafels: gebiedstafels, thematafels en een innovatieve tafel. Samen met overheden, consumentenorganisaties en het bedrijfsleven werkt BEREIK! aan de verbetering van de bereikbaarheid in Haaglanden en de Rotterdamse regio. Per gebied of thema nodigt BEREIK! vertegenwoordigers van deze partijen uit om met elkaar om de tafel plaats te nemen en de dialoog aan te gaan over de problemen van vandaag en de oplossingen voor morgen. Deze dialoog vindt niet direct met de reizigers plaats maar getrapt via belangenorganisaties. Aan de tafels komen onderwerpen die op een grotere schaal spelen, zoals verkeersmanagement of recreatieverkeer, aan de orde. Wanneer alle betrokken partijen op een bereikbaarheidsknelpunt focussen en hun krachten bundelen, kunnen knelpunten versneld worden aangepakt. We hebben geen directe initiatieven voor een directe dialoog met reizigers op de site kunnen vinden.

'Het betrekken van weggebruikers bij mobiliteitsvraagstukken is slecht georganiseerd. Hierdoor blijven ideeën uit de samenleving links liggen en gaat kennis verloren.'
Paul Vonk, voormalig mobiliteitsmanager Nexus, maart 2011

4. Drechtsteden: Zakelijk Slim Mobiel (www.zakelijkslimmobiel.nl)

De gemeenten Alblasterdam, Dordrecht, Hendrik-Ido-Ambacht, Papendrecht, Sliedrecht en Zwijndrecht vormen samen de regio Drechtsteden. Met Zakelijk Slim Mobiel richt de regio zich met name op maatregelen binnen de regio Drechtsteden. Op de site hebben we niets over een dialoog met reizigers gevonden.

5. Groningen - Assen: ga slimmer reizen&werken (www.gaslimmerreizen.nl)

Dit regionaal initiatief is het startpunt voor mobiliteitsmanagement voor werkgevers. Er zijn verschillende LinkedIn Groepen. De reiziger wordt geprikkeld om alternatieven te gebruiken als fiets, openbaar vervoer, P+R of telewerken. Eisen en wensen van mensen die zich verplaatsen staan centraal, en het draait om oplossingen op maat. Overheden, werkgevers, publiekstrekkingen en aanbieders van mobiliteitsdiensten organiseren samen de voorwaarden waarbinnen reizigers slimme keuzes kunnen maken. We hebben verder geen initiatieven voor directe dialoog met reizigers op de website gevonden.

6. Leeuwarden: Leeuwarden Vrij Baan: (www.vrij-baan.nl)

Deze regio doet onderzoek naar reisgedrag in Leeuwarden: Wat vinden werknemers belangrijk in het reizen naar of voor het werk? Waarover zijn ze te spreken en wat moet anders? Hoe komen ze naar het werk en wat is ervoor nodig om dat te verbeteren? Allemaal vragen die dit mobiliteitsonderzoek in de regio Leeuwarden moet beantwoorden. In het belang van werknemers, maar ook voor werkgevers en de overheid om gezamenlijk te kijken wat er beter kan. We hebben geen initiatieven tot directe dialoog met reizigers gevonden.

7. Noord-Brabant: BRAMM (BRAbants MobiliteitsManagement) (www.bramm.nl)

Stichting BRAMM is een initiatief van provincie Noord-Brabant, Samenwerkingsverband Regio Eindhoven, Kamer van Koophandel Brabant, Brabants Zeeuwse Werkgeversvereniging en BrabantStad en voert projecten uit in opdracht van het Platform Mobiliteitsmanagement Brabant. BRAMM fungeert als de schakel tussen het bedrijfsleven en de overheid. Daarmee is BRAMM hét aanspreekpunt voor bedrijven die mobiliteitsmanagement

in willen voeren of verbeteren. Een belangrijk onderdeel voor het uitvoeren van beleid is monitoring en evaluatie. Hiermee wordt in de gaten gehouden of de doelstelling gehaald wordt. Reizigers kunnen meepraten over het project 'Probeer een E-bike' in de groepen op Facebook en LinkedIn. Verder wordt geen uitnodiging aan reizigers tot directe dialoog vermeld.

8. Maastricht Bereikbaar: slim werken slim reizen (www.maastricht-bereikbaar.nl)

Slim werken en slim reizen. Dat is de kern van het programma Maastricht-Bereikbaar 2010-2016, waarmee overheden, werkgevers en aanbieders van mobiliteitsdiensten de stad en de regio blijvend bereikbaar willen houden. Maastricht-Bereikbaar stelt de reiziger centraal. Het programma bevat een breed pakket maatregelen, producten en diensten waarvan de reiziger gebruik kunt maken.

De FileDenktank is bij Maastricht Bereikbaar een tijdelijke dialoogorganisatie van reizigers die vanuit eigen kennis en ervaring op onafhankelijke wijze aanbevelingen doen over het welslagen van Maastricht Bereikbaar. De FileDenktank borduurt voort op de ervaringen die in 2010 in Maastricht zijn opgedaan met de creatieve ASOM-FileRondetafels. Naast een kern van vaste leden kan de denktank worden uitgebreid met deelnemers die eenmalig hun bijdrage leveren. De agenda van de denktank is afgeleid van de thema's die aangegeven zijn in het programma Maastricht Bereikbaar 2010-2016.

9. Rotterdam: verkeersonderneming en slim bereikbaar (www.verkeersonderneming.nl en www.slimbereikbaar.nl)

Een goed idee hoe de bereikbaarheid van de haven verbeterd kan worden voor het woon-werkverkeer en goedertransport kan men laten weten via de ideeënbus.

Deze regio roept reizigers op om te reageren als ze hulp nodig hebben of dat de reiziger wil dat de werkgever zich gaat inzetten. Reizigers kunnen hiervoor contact opnemen met De Verkeersonderneming. Rotterdam Vooruit heeft samen met inwoners, belangenorganisaties, bedrijfsleven en overheden onderzocht wat nodig is om de Rotterdamse regio bereikbaar te maken én te houden. (www.rotterdamvooruit.nl). Zaterdag 29 augustus en zaterdag 5 september 2009 hebben twee burgerpanels een waardevolle bijdrage geleverd aan het project Rotterdam Vooruit. De burgerpanels waren het vervolg op de brede raadpleging onder inwoners in de regio in de maanden februari en maart eerder dat jaar. In deze raadpleging werd gevraagd naar de knelpunten die inwoners ervaren in de bereikbaarheid van de Rotterdamse regio en welke thema's ze daarbij belangrijk vinden. Op het moment van de meting vonden geen directe dialogen met reizigers plaats en er waren ook geen plannen.

10. Stedendriehoek (www.mobiliteit.stedendriehoekopdekaart.nl)

De provincies Gelderland en Overijssel, de gemeenten Apeldoorn, Brummen, Deventer, Epe, Lochem, Voorst en Zutphen, de KvK, VNO NCW-Midden, TLN en EVO tekenden een convenant om het aantal autokilometers in de regio terug te dringen. Inmiddels zijn er 16 partners uit het bedrijfsleven met ruim 9000 werknemers aangesloten. Er zijn probeerweken voor e-fietsen. Medewerkers kunnen zich via internet inschrijven voor een proefrit van en naar huis. Verder wordt geen uitnodiging vermeld aan de reiziger om een dialoog aan te gaan.

11. Twente (www.twentemobiel.nl)

Interactie met reizigers bestaat uit het gratis uitproberen van andere vervoermiddelen dan de auto voor het woon-werkverkeer zoals de elektrische fiets en -scooter en het OV. Ook kon men een persoonlijk reisadvies krijgen en werden VIP-plekken voor carpoolers onthuld. Rondetafelgesprekken zijn er met werkgevers. We hebben geen initiatieven tot directe dialoog met reizigers gevonden.

12. Utrecht (www.utrechtbereikbaar.nl en www.vnm.nu)

VNM verbindt, begeleidt en inspireert nu al ruim 250 werkgevers en hebben samen meer dan 120.000 werknemers. Themabijeenkomsten voor werkgevers worden georganiseerd. Het Programmabureau VERDER (www.ikgaverder.nl en <http://doemee.ikgaverder.nl>) organiseerde in de periode 2007 – 2008 het burgerpanel 'Bereikbaarheid Midden-Nederland 2020' dat het Utrechts Verkeer en Vervoer Beraad (het UVVB) heeft geadviseerd. Het panel, een groep gemotiveerde, geëngageerde burgers en mobilisten, heeft vanuit haar dagelijkse ervaringen met bereikbaarheid en mobiliteit het UVVB geadviseerd over de maatregelen die genomen moeten worden om in de toekomst een goede bereikbaarheid van de regio Midden-Nederland te kunnen garanderen. Op het moment van de peiling hebben we geen nieuwe uitnodigingen tot dialoog gevonden. De interactie bestaat uit het gratis uitproberen van andere vervoermiddelen dan de auto voor het woon-werkverkeer zoals de elektrische fiets en -scooter en het OV of het krijgen van een persoonlijk reisadvies.

13. Veluwe (www.verdervieluwe.nl)

Doel is om de bereikbaarheid in de 'driehoek' Barneveld, Harderwijk en Amersfoort te vergroten. Bij bestudering van de site lijken enkel de werkgevers de doelgroep te zijn. Er is geen uitnodiging op de website te vinden voor reizigers om een dialoog aan te gaan.

14. *West-Overijssel (www.overijssel.nl)*

Het bedrijfsleven, Kamer van Koophandel Zwolle, Gemeente Zwolle en Kampen en Provincie Overijssel zetten zich met Zwolle Kampen Bereikbaar samen in voor mobiliteitsmanagement. Zwolle Kampen Bereikbaar wil in samenwerking met werkgevers een structurele reductie bewerkstelligen van 5% van het aantal auto's tijdens de spits in het woon/werk- en zakelijk verkeer. Er staan geen oproepen tot directe dialoog met reizigers op de site vermeld.

15. *WERV-regio (www.debereikbarevallei.nl)*

Op de site worden gratis reisadvies op maat, probeerweken voor e-fietsen en e-scooter en een Fit Test aangeboden. Dialoog met de reizigers staat niet op de site genoemd. Nota Bene: In december 2010 vond er echter wel een Creatieve FileRondetafel in samenwerking met ASOM plaats.

De scores van de regio's op de testindicatoren

In onderstaande tabel is weergegeven hoe de verschillende regio's scoren op de test-indicatoren. De scores zijn tijdens de eerste twee weken van juni 2011 verzameld en geven de situatie op dat moment weer. De indicatoren met de verschillende communicatieve waarden vindt u op pagina 2.

Indicatoren						
	Informerend Voorlichtend	Digitale community	Reacties doch geen dialoog	Dialoog	werknemers-/ consumenten- organisaties	Individuele ideeën
Rijk						
I&M	X		X		X	X
Rijkswaterstaat	X		X		X	X
Regio's						
Amsterdam	X	X			X	
Arnhem-Nijmegen	X	X			X	
Den Haag: Bereik!	X				X	
Drechtsteden	X					
Groningen-Assen	X	X			X	
Leeuwarden	X		X		X	
Noord-Brabant BRAMM	X	X	X		X	
Maastricht- Bereikbaar	X	X	X	X	X	
Rotterdam	X		X			X
Stedendriehoek Gelderl. Overijssel	X		X			
Twente	X		X			
Utrecht	X		X		X	
Veluwe	X					
West-Overijssel	X				X	
WERV-regio	X					

Reacties op de resultaten:

1. Amsterdam: Ontspits (www.ontspits.nl)

Reactie: De primaire doelgroep van Ontspits is de werkgever (de werknemer wordt door werkgevers zelf benaderd) en werkgevers- en bedrijfslevenorganisaties. In principe is dat ook de primaire doelgroep van onze LinkedIn-group. Uitzondering op de regel is de werving van deelnemers aan collectieve maatregelen en projecten, zoals die bijvoorbeeld door de Bereikbaarheidsmakelaar Ontspits (Verkeer.advies) worden gearrangeerd, en waarvoor werknemers (reizigers) zich kunnen aanmelden. Neem de Schiphol Forenskaart en het probeerabonnement Destination Work, waarbij de reiziger direct per mail en telefoon in contact staat met het servicecenter en er dus serieus naar zijn/haar suggesties en reacties wordt geluisterd teneinde de dienstverlening te verbeteren. Het beeld van het onderzoek is dus niet helemaal compleet, maar de mobiliteitsmakelaar neemt de conclusies voor kennisgeving aan.

2. Arnhem-Nijmegen: Geen reactie ontvangen

3. Den Haag: Bereik! (www.bereiknu.nl)

Reactie: We hebben niet de juiste site onderzocht. De sites zijn bereikbaarhaaglanden.nl en mobiliteitsmakelaarhaaglanden.nl. De ontwikkeling van bedrijven staat voorop. De uitdaging om de trein op vaart te houden en er steeds meer enthousiaste passagiers bij te krijgen. Paul Vonk die in deze verkenning wordt genoemd is als mobiliteitsmakelaar vertrokken.

4. Drechtsteden: Geen reactie ontvangen.

5. Groningen - Assen/6. Leeuwarden: Leeuwarden Vrij Baan: (www.vrij-baan.nl)

Reactie: Via een panel van het OV-bureau worden reizigers betrokken. De beschrijving die de test geeft voor de regio's Groningen-Assen en Leeuwarden zijn nogal eenzijdig, zeker voor regio's die net van start zijn.

7. Noord-Brabant: BRAMM (BRAbants MobiliteitsManagement) (www.bramm.nl): Geen reactie ontvangen.

8. Maastricht Bereikbaar: slim werken slim reizen (www.maastricht-bereikbaar.nl): Geen reactie ontvangen.

9. Rotterdam: verkeersonderneming en slim bereikbaar (www.verkeersonderneming.nl en www.slimbereikbaar.nl): Geen reactie ontvangen.

10. Stedendriehoek (www.mobiliteit.stedendriehoekopdekaart.nl): Geen reactie ontvangen.

11. Twente (www.twentemobiel.nl)

Reactie: Twente Mobiel – een initiatief van VNO-NCW Twente, Kamer van Koophandel, MKB Twente, ANWB, Regio Twente en de gemeenten Enschede en Hengelo – werkt aan het verbeteren van de bereikbaarheid in de regio. Samen met 38 Twentse werkgevers wordt gestreefd naar een vermindering van het autogebruik in de spits door mobiliteitsmanagement in te zetten. De werknemers van de convenantbedrijven worden via een vragenlijst gevraagd om inzicht te geven in hun reisgedrag en hun mening te geven over verschillende bedrijfsgebonden mobiliteitsmanagementmaatregelen. Op basis van deze werknemersvragenlijst, een werkgeversvragenlijst en de uitkomsten van een postcodescan ontvangen de convenantbedrijven een mobiliteitsadvies. Het is uiteindelijk de werkgever die bepaald welke maatregelen worden ingezet. De mening van de werknemers speelt hier vaak een belangrijke rol in. Twente Mobiel ondersteunt de werkgever bij de uitrol van de maatregelen. Verschillende werknemers konden als gevolg hiervan gratis vervoersmiddelen uitproberen en/of voordelig aanschaffen (o.a. Twentse e-fiets actie). Met de werkgevers houdt Twente Mobiel een actieve kennisuitwisseling in de vorm van o.a. 1-op-1 gesprekken, plenaire bijeenkomsten, rondetafel gesprekken en werkbezoeken. Werknemers en andere geïnteresseerden kunnen op de website van Twente Mobiel informatie vinden over o.a. alternatieven voor de auto, wegwerkzaamheden en fietsroutes.

12. Utrecht (www.utrechtbereikbaar.nl en www.vnm.nu): Geen reactie ontvangen.

14. West-Overijssel (www.overijssel.nl)

Reactie: Wat in ieder geval opviel, is dat u de verkeerde naam voor de regio hanteert en dat u de verkeerde website heeft beoordeeld. De formele naam voor onze regio is "Zwolle Kampen Netwerkstad" en daarbinnen wordt het onderwerp mobiliteitsmanagement aangehaald in het project 'Zwolle Kampen Bereikbaar'. Voor dit project is ook de website www.zwollekampenbereikbaar.nl gelanceerd, waar alle informatie over dit project wordt genoemd. Overigens is ook hier geen sprake van directe interactie met de reiziger, dus op dat punt zullen we gelijk scoren.

15. WERV-regio (www.debereikbarevallei.nl) en 13. Veluwe (www.verderviaveluwe.nl)

Reactie: Inhoudelijk is weinig op te merken. Hoewel niet opzettelijk is de teneur van het stuk wat negatief. Zoals ook bij het Spitseminar in Utrecht is gebleken, is van veel sites niet het doel om die dialoog aan te gaan, althans niet online. Wij hebben er in WERV en Verder Via Veluwe voor gekozen om de websites simpel te houden, uit oogpunt van doelmatig beheer en de overweging dat een community-achtige vormgeving veel content management vergt en technisch gezien uitdagend (en daardoor duur) is.

Juist via de meer persoonlijke contacten van de mobiliteitsmakelaars met de bedrijven in de regio (en pas in de nabije toekomst via de bedrijven met de reizigers) hopen wij een solide basis voor samenwerking te creëren. De gehouden creatieve rondetafel was inhoudelijk weliswaar een goede exercitie maar was 'te vroeg gepiekt' omdat onze hele doelstelling nog niet is gericht op het genereren van oplossingen maar nog steeds veel meer op het creëren van een breed draagvlak onder bedrijven en overheden om mee te doen en de forens (ultimo onze doelgroep) zo te prikkelen om over de eigen mobiliteit na te denken. Doordat in de test niet is nagegaan wat de communicatiedoelstelling van de onderzochte website was, wekt ASOM de indruk dat een aantal sites niet goed is. Maar dan zou je ook kunnen stellen dat je hebt gekeken in hoeverre een hamer, een mixer en een schroevendraaier geschikt zijn om een schroef in te draaien. Nogal wiedes dat een hamer en mixer er dan bekaaid vanaf komen. Wat ons betreft voldoen onze sites aan ons communicatiedoel en zien we de dialoog met de reiziger liever offline plaatsvinden. Dan is er ook minder afstand.

Conclusie

De 15 regio's die zijn verenigd in het platform Slim Werken Slim Reizen betrekken volgens hun websites de reizigers sporadisch bij de vorming en uitvoering van het mobiliteitsbeleid. De algemene eerste conclusie dat de reiziger niet betrokken wordt is echter niet geheel in overeenstemming met de werkelijkheid, zie de gegeven voorbeelden in de reacties. De algemene, eerste conclusie is ontstaan doordat gegevens op de website ontbreken of doordat niet duidelijk is waar we de gegevens moeten zoeken. Veelal is ook niet duidelijk wie verantwoordelijk is voor beleid en uitvoering.

Een netwerkanalyse is per regio nodig om een helder beeld van beleidsverantwoordelijken en uitvoerders te krijgen. Het betrekken van reizigers is bij de meeste regio's niet het doel. Het doel is samenwerkingsverbanden van overheden, bedrijfsleven en vervoerders op te zetten. De werkgevers en/of werknemers worden bij projecten betrokken. Budgetten en maatregelen variëren per regio. In breder perspectief wil men van elkaar leren. Via vervolgonderzoek (o.a. naar verantwoordelijkheden in de regio wat interactieve communicatie betreft) kan bereikt worden dat het gevoel van urgentie om de reizigers actief te betrekken bij regionale mobiliteit daadwerkelijk ontstaat en interactieve dialogen van de grond komen.

Colofon

Onderzoek en test: Luc Veeger

Introductie en advisering: Giep Hagoort

Uitgave: ASOM

Datum: november 2011