

Slim reizen in het buitenland: is het gras bij de burens groener?

Friso Metz
KpVV

Ook in het buitenland is mobiliteitsmanagement in opkomst. Wij kunnen veel leren van de landen om ons heen. Het KpVV heeft een groot aantal cases geanalyseerd en heeft hier lessen uit getrokken. Deze zijn gebundeld in de publicatie & website 'slim reizen, hoe Europese landen, steden en regio's gedrag veranderen'.

Aanleiding

Niet alleen in Nederland staat mobiliteitsmanagement in de belangstelling: ook in de landen om ons heen is het in opkomst. Wij kunnen veel leren van landen als Groot-Brittannië, Duitsland, Oostenrijk, Zweden, België en Frankrijk.

Het KpVV treedt al sinds de oprichting in 2004 op als National Focal Point voor het European Platform on Mobility Management (EPOMM). Dit is hét platform voor internationale kennisuitwisseling voor mobiliteitsmanagement. Het KpVV vindt die uitwisseling belangrijk: mobiliteitsmanagement is een jong vakgebied dat zich in ieder land op zijn eigen manier ontwikkelt. Tegelijkertijd zijn er vraagstukken die in alle landen spelen. Door te leren van elkaar en uit te wisselen is het mogelijk om de eigen positie in mobiliteitsmanagement te versterken.

Tegelijkertijd bestaat het gevoel dat we in Nederland ver vooruitlopen op andere landen. Heeft die uitwisseling dan wel zin?

Onderzoek

Om de buitenlandse kennis en ervaringen te delen, heeft het KpVV een publicatie uitgebracht met daaraan gekoppeld een website. De publicatie gaat in op de context en ontwikkeling van mobiliteitsmanagement in Europa en bevat de meest inspirerende cases. Op basis van die cases en interviews met Nederlandse en buitenlandse experts trekt het KpVV lessen voor de verdere ontwikkeling van het vakgebied. Aan de publicatie is een [website](#) gekoppeld met meer cases, foto's, video's en verwijzingen.



Lessen en cases

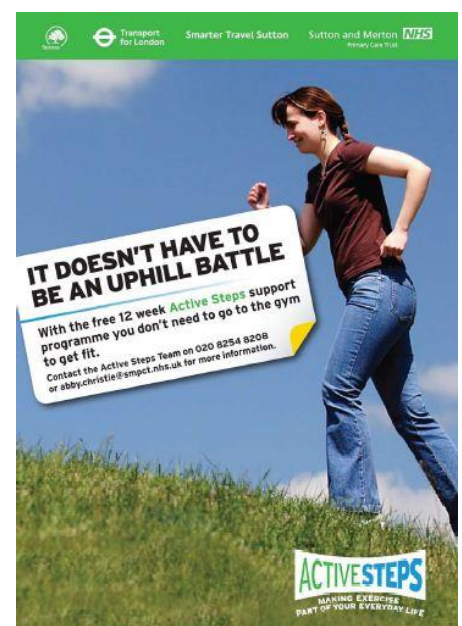
1: MM is meer dan files bestrijden op de rijkswegen

In Engeland is de gezondheidszorg een belangrijke pleitbezorger voor 'active travel'. Lopen en fietsen zijn effectieve bestrijders van overgewicht. Het ministerie van Transport stelt eerder geld beschikbaar voor loop- en fietsprojecten, als aangetoond wordt dat dit positieve gezondheidseffecten heeft.

2: MM is meer dan werkgevers en werknemers

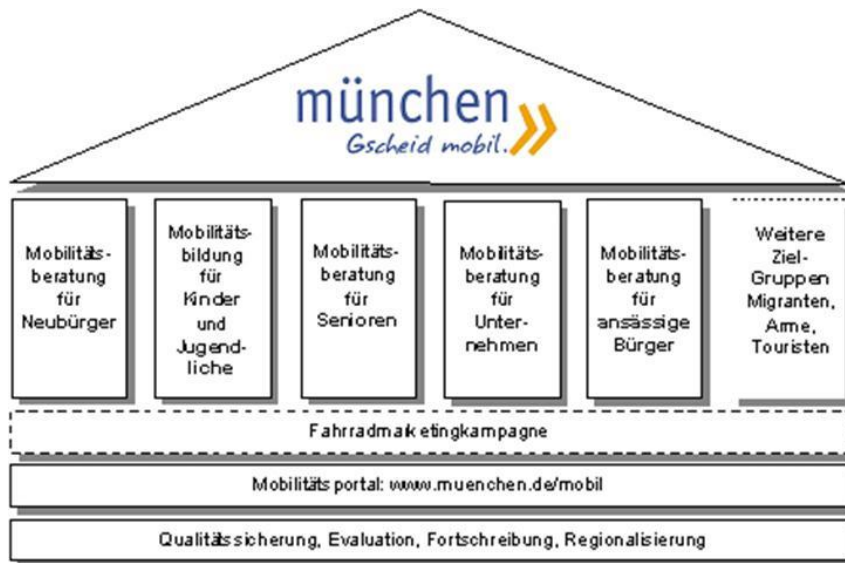
München zet naast werkgevers en werknemers ook in op gedragsverandering bij de volgende doelgroepen:

- ▲ scholieren
- ▲ (nieuwe) inwoners
- ▲ migranten
- ▲ ouderen



De Londense deelgemeente Sutton en National Health Service stimuleren 'active travel': lopen en fietsen

Per doelgroep verschilt de aanpak: het draait niet om het promoten van één vervoerwijze, maar om het zo goed mogelijk bedienen van de doelgroepen met verschillende oplossingen.



Doelgroepen binnen: Gscheid Mobil, het mobiliteitsmanagementprogramma van München



De individuele marketing in Worcester droeg bij aan minder autoverkeer in de stad.

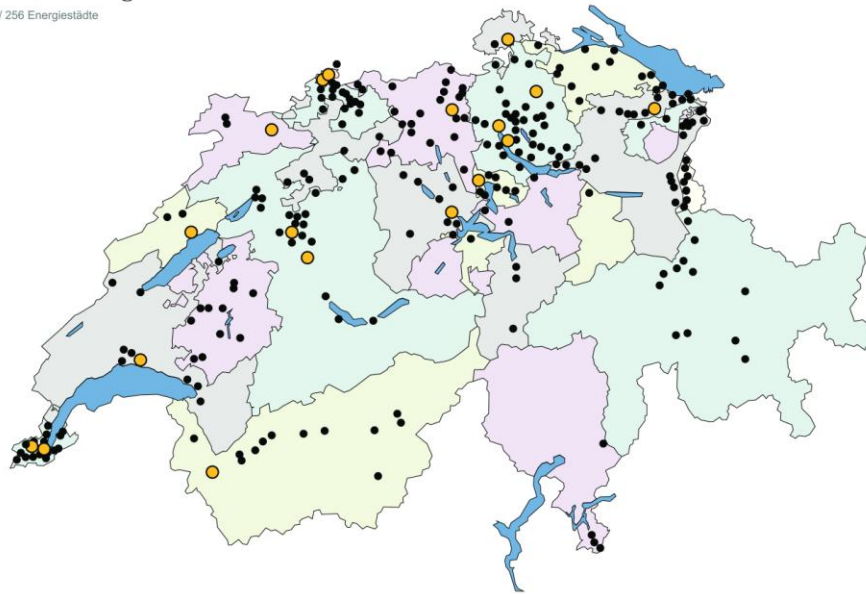
Ook Lund (Zweden) en Worcester (GB) zetten in op persoonlijk contact met bewoners. Dat is arbeidsintensief, maar zorgt voor significante gedragseffecten. Het draagt bij aan minder autoverkeer in de stad.

3: sluit slimme allianties

Nederland boekte succes met het koppelen van mobiliteitsmanagement aan het Nieuwe Werken. Er zijn veel meer van dergelijke allianties mogelijk. In Zwitserland stimuleert de energiesector duurzame mobiliteit via het Energiestadt-certificaat. Gemeenten die *Energiestadt* willen worden, moeten zelf mobiliteitsmanagement toepassen en moeten fietsen en autodelen stimuleren.

Die Schweizer Energiestädte

Stand Juni 2011 / 256 Energiestädte



energieschweiz

Energiestadt
european energy award

Veel Zwitserse gemeenten mogen het label 'Energiestadt' voeren

4: zet in op marketing, cultuur- en gedragsverandering

In Malmö lieten 12.000 bewoners voor korte ritten in de stad de auto staan ten gevolge van de uitdagende campagne 'no ridiculous car trips'. Göteborg coachte bewoners bij het aanleren van ander reisgedrag in kleine groepjes met namen als 'daag me uit', 'zet me onder druk' en 'lui en gemakzuchtig'. Via een mediacampagne enthousiasmeerden ze andere mensen om ook vaker de auto te laten staan.



Mobility coaching in Göteborg (foto: stad Göteborg).



No ridiculous car trips in Malmö. De fietser staat voor het billboard en trekt de aandacht. Bewoners mogen opschrijven wat hun meest onzinnige autorit was. (Foto: inga löjlga bilresor)

5: stel mobiliteitseisen aan nieuwbouwprojecten

We benaderen werkgevers op bestaande locaties, maar stellen geen eisen bij nieuwe ontwikkelingen, terwijl daar juist goede mogelijkheden zijn. Het leisure- en winkelcomplex *Sihlcity* (zie ook CROW-publicatie 305) betaalde mee aan een hogere frequentie van het openbaar vervoer. De ontwikkelaar krijgt een boete als het aantal verkeersbewegingen een maximum overschrijdt. Dat is een stimulans voor de eigenaar om openbaar vervoer en de fiets te stimuleren onder bezoekers en personeel.. Soms kun je harde eisen stellen, soms kun je mobiliteitsmanagement inzetten als onderhandelingspunt. Door kaders te stellen stimuleert de overheid andere partijen tot mobiliteitsmanagement.



Het multifunctionele complex Sihlcity. De gemeente stelde harde eisen aan de ontwikkelaar (foto: Sihlcity).

Is het gras bij de buren groener?

Enkele beelden:

- ⤴ Nederland wil vooral files op hoofdwegen aanpakken. Daardoor beperkt mobiliteitsmanagement zich tot zakelijk en woon-werkverkeer en samenwerking met werkgevers. Deze benadering is effectief maar smal. Overheden moeten zelf ook meer doen.
- ⤴ In veel Europese steden gaat het er juist om het autoverkeer in de stad te verminderen. Om zo een aantrekkelijke en leefbare omgeving te creëren. En om bij te dragen aan een beter milieu, gezonde bewoners en minder energiegebruik.
- ⤴ Buitenlandse deskundigen vinden dat Nederlanders de werkgevers goed betrekken en dat die erg actief zijn. Nederlanders hebben daarentegen het gevoel dat ze door het ‘polderen’ geen grote slagen maken en er te weinig daadkracht is.
- ⤴ De koppeling aan Het Nieuwe Werken en wagenparkbeheer is een succes. Met facilitair management worden ook stappen gezet. Nederland is koploper met mobiliteitsdiensten, mobiliteitsbudgetten, communicatie en passen bij werkzaamheden en innovaties als spitsmijden. Op dit vlak kunnen we weinig leren van het buitenland.
- ⤴ Nederland heeft last van een remmende voorsprong en is weinig vernieuwend. De fiets is sterk, maar de auto blijft dominant. Het openbaar vervoer is niet innovatief en vervoerders zien zichzelf niet als mobiliteitsproviders, zoals wél in Duitsland en Frankrijk.
- ⤴ Mobiliteitsmanagement is slecht ingebed in stedelijk verkeers- en vervoerbeleid. Slechts een enkele gemeente heeft structureel mobiliteitsbeleid met het oog op energie, klimaat, leefbaarheid en *green jobs*.
- ⤴ Het buitenland is soms jaloers op onze praktische en nuchtere aanpak. Toch zijn veel projecten onvoldoende doelgericht en blijft onduidelijk wat ze opleveren.
- ⤴ Op het gebied bewustwording, communicatie, gedragsbeïnvloeding en marketing loopt Nederland achter. Andere landen boeken meer succes.
- ⤴ Rond ketenmobiliteit zijn er goede initiatieven, maar er is weinig regie en samenhang. Focus op de gebruiker ontbreekt.

Conclusies

Nederland loopt in Europa voorop bij:

- mobiliteitsmanagement bij werkgevers,
- mobiliteitsmanagement bij wegwerkzaamheden;
- mobiliteitsbudgetten
- spitsmijden.

Nederland kan veel leren op het gebied van:

- marketing en communicatie
- andere doelgroepen als bewoners, scholieren, ouderen, evenementen enz.
- mobiliteitsmanagement inzetten bij nieuwe ontwikkelingen
- mobiliteitsmanagement als onderdeel van duurzaam stedelijk mobiliteitsbeleid.