

Nederland in 2030: een toekomstvisie op mobiliteit

Rogier Groenewegen

(Auteur is werkzaam bij Royal HaskoningDHV)

Mirjam van de Wege

(Auteur 2 is werkzaam bij Royal HaskoningDHV)

Samenvatting

Wij geven een visie om te komen tot het gewenste mobiliteitssysteem van Nederland in 2030. Deze visie is een reactie op een aantal actuele ontwikkelingen die wij zien. De visie dient als inspiratie van onszelf en onze partners. De visie biedt concrete perspectieven voor het benaderen van mobiliteitsvraagstukken.

Trefwoorden

Visie, mobiliteit, duurzaamheid, mobilist, ruimte

1. Een toekomstvisie op mobiliteit

Mobiliteit stelt mensen in staat om in hun materiële en immateriële behoeften te voorzien, en vergroot keuzevrijheid. Mobiliteit voegt waarde toe aan goederen. Mobiliteit is echter geen doel op zich, en geen indicator voor het welzijn van mensen.

Daarnaast manifesteert mobiliteit zich ruimtelijk, en draagt zo bij aan stedenbouwkundige/landschappelijke kwaliteit en aan verblijfskwaliteit. Mobiliteit wordt bepaald door ruimtelijke structuren, en mobiliteit structureert ruimtelijk. Mobiliteit concurreert echter ook om ruimte met andere functies. Kortom: het directe belang van mobiliteit is bescheiden, maar breed in zijn samenhang...

Wij zijn ons als Royal HaskoningDHV bewust van onze maatschappelijke verantwoordelijkheid, door onze bijdrage aan de maatschappij en de leefomgeving. Vanuit onze betrokkenheid leveren wij graag deze bijdrage op een duurzame en proactieve manier.

Wij zien dat

- de discussie over duurzame mobiliteit zich nog teveel beperkt tot voertuigen, energie en vermindering van de automobilititeit,
- dat de kansen die de samenhang van ruimte en mobiliteit biedt nog onvoldoende worden verzilverd,
- dat het speelveld voor mobiliteit verandert. De overheid trekt zich steeds meer terug als initiatiefnemer voor mobiliteitsmaatregelen, en andere organisaties manifesteren zich juist sterker.

Wij voelen ons uitgedaagd om een visie te geven op het gewenste toekomstige mobiliteitssysteem van Nederland in het licht.

Wij hebben deze visie op mobiliteit opgesteld ter inspiratie van onszelf en onze partners. Deze visie is bedoeld om bewust om te gaan met mobiliteit, en om onze rol als mobiliteitsdeskundige in ruimtelijke opgaven bewust uit te oefenen. De visie raakt ook aan de positie van mobiliteitsdeskundigen. Mobiliteitsdeskundigen hebben een belangrijke sleutel in handen tot oplossingen voor duurzaamheid of ruimtelijke kwaliteit, vaak ook een mening over deze onderwerpen. Mobiliteitsdeskundigen stellen zich veelal echter bescheiden op in discussies over deze onderwerpen, en hebben eerder een positie als specialist dan als generalist.

Deze visie bestaat uit een aantal bouwstenen die helpen bij het benaderen van ruimtelijke en mobiliteitsvraagstukken. Deze bouwstenen kunnen zorgen voor nieuwe perspectieven op deze vraagstukken, en daarmee voor meer duurzame oplossingen. Deze bouwstenen luiden:

- duurzaamheid: drie P's en oriëntatie op de toekomst;
- de consument centraal: verplaats je in de mobilist en maak onderscheid naar persoonlijkheidskenmerken;
- oog voor verschillende 'marktpartijen', hun rollen, belangen en invloed;
- mobiliteit levert een bijdrage aan integrale ruimtelijke kwaliteit.

Daarnaast zijn in dit paper ter illustratie en inspiratie een aantal kaders opgenomen met concrete voorbeelden en uitwerkingen.

2. Duurzaamheid: drie P's en oriëntatie op de toekomst

De visie op duurzaamheid van Royal HaskoningDHV is gestoeld op de definitie van Brundtland en op de drie P's: people, planet, profit.

Volgens Brundtland (Our Common Future, 1987) is duurzame ontwikkeling de ontwikkeling die aansluit op de behoeften van het heden zonder de behoeften van toekomstige generaties in gevaar te brengen. In deze definitie staat dus het begrip 'behoefte' centraal, en de oriëntatie op de toekomst.



In de visie van Brundtland is er sprake van evenwicht tussen sociale, ecologische en economische belangen, de drie P's. Onderstaande tabel geeft voorbeelden om de drie P's concreet te maken voor mobiliteit. Duurzame mobiliteit is dus méér dan milieuvriendelijke mobiliteit, en meer dan modal split, voertuig en brandstof...

People	Planet	Profit
<ul style="list-style-type: none"> - de consument centraal - faciliteer behoeftes van mensen - verblijfskwaliteit - landschap - barrièrewerking - de nieuwe normmens - nieuwe voertuigen - betrek belangen van stakeholders - beschikbaarheid van mobiliteit 	<ul style="list-style-type: none"> - milieuthema's: lucht, geluid, CO2, bodem, water, natuur - stimuleren fiets en OV - ICT/Het Nieuwe Werken - schone voertuigen, schone energie - materiaal- en energieverbruik van infra 	<ul style="list-style-type: none"> - faciliteer economische ontwikkeling - oplossen van capaciteitsknelpunten - efficiëntie - life cycle costs - benut restcapaciteit - waardevermeerdering - innovatie

Het mobiliteitssysteem van de toekomst moet faciliteren dat in 2030 mensen in Nederland goed in staat zijn om in hun (materiële en immateriële) behoeften te voorzien. Als mobiliteitsdeskundigen moeten we in ons werk dus rekening houden met toekomstige ontwikkelingen en hun onzekerheden. Door ons te richten op de situatie in 2030 maken we nu de juiste keuzes, en zullen we hier in 2020 tevreden op kunnen terugkijken.

Een mobiliteitsdeskundige moet kunnen omgaan met onzekerheid over de toekomst. Hij moet oplossingen kunnen bedenken die van waarde kunnen zijn in verschillende scenario's, bijvoorbeeld op het gebied van verkeersintensiteiten, de mobilisten en voertuigen van de toekomst, en aan ruimtegebruik. Flexibiliteit is duurzaam.

3. De consument centraal: verplaats je in de mobilist en maak onderscheid naar persoonlijkheidskenmerken

Wij stellen in onze visie de mobilist met zijn behoefte en gedrag centraal. Verkeer en vervoer zijn immers de resultante van individueel gedrag, wat weer het gevolg is van individuele behoeften en keuzes. De mobilist bepaalt – niet altijd op rationele gronden – zoveel mogelijk zelf zijn mobiliteitsgedrag, onder invloed van persoonlijke behoeften en voorkeuren. De rol van de mobiliteitskundige is om de mobilist zoveel mogelijk te faciliteren in zijn gewenste verplaatsingsgedrag.

Bij ontwerp van infrastructuur is er nog veel verbetering mogelijk bij het centraal stellen van de mobilist als consument. Is de mobilist als ‘klant’ van infrastructuur, parkeergarage of openbaar vervoer inderdaad ‘koning’, of ervaart hij onveiligheid en stress? Krijgt de mobilist daadwerkelijk het gevoel dat hij wordt gestimuleerd tot maatschappelijk wenselijk gedrag zoals fiets-, OV- of P+R-gebruik? Kwaliteitskenmerken als ‘comfort’, ‘aantrekkelijkheid’ en ‘self-explaining’ zijn gemeengoed, maar in de praktijk sneeuwen zij vaak onder door financiële druk, prioriteit voor de auto of te rigide toepassing van ontwerprichtlijnen.

De mobilist
Sociaal-economische kenmerken
- leeftijd, geslacht
- inkomen, autobezit
Persoonlijkheidskenmerken
- leefstijl
- overtuiging
Omstandigheden
- werksituatie
- relaties

Begrip voor de individuele keuzes van de mobilist vormt de basis voor gedragsbeïnvloeding. Wanneer gedragsbeïnvloeding om maatschappelijke redenen gewenst is laat iedere mobilist zich op een andere wijze overtuigen. Elke mobilist heeft andere persoonlijkheidskenmerken, en andere motieven die zijn gedrag bepalen. Bijvoorbeeld persoonlijke leefstijl en overtuiging maken dat elke mobilist andere voorkeuren heeft, naast ‘harde’ sociaal-economische individuele kenmerken. Zaken als maatschappelijke overtuiging, statusgevoeligheid, bij een groep willen horen of mode zijn soms belangrijker gedragsfactoren dan tijd of geld. Niet iedere mobilist is dus even gevoelig voor vervoersalternatieven, prijzen, flexibel autobezit, Het Nieuwe Werken. Ook op gebiedsniveau kunnen voorkeuren verschillen; in sommige woonwijken zal goed openbaar vervoer goed aansluiten bij de behoeften van de bewoners, in andere juist goede parkeermogelijkheden.

Wellicht helpt het bij gedragsbeïnvloeding om onderscheid te maken naar een aantal hoofdgroepen van persoonlijkheidskenmerken, eventueel in combinatie met sociaal-economische kenmerken en de omstandigheden. Vergelijk bijvoorbeeld de modellen voor (woning)marketing van Motivaction en SmartAgent, maar bijvoorbeeld ook de behoeftengroepen van NS. CROW-publicatie 278 geeft inzicht in verschillen in voorkeuren van mobilisten, mede op basis van persoonlijkheidskenmerken.

Weerstand tegen beprijzen

Voor veel mobiliteitsdeskundigen is beprijzen een logische en effectieve aanpak om het filevraagstuk op te lossen. Betalen voor mobiliteit naar gebruik in plaats van bezit stimuleert immers om bewust om te gaan met het eigen verplaatsingsgedrag en om alternatieven te gebruiken; beprijzen zorgt voor een efficiënte en eerlijke verdeling van de schaarse capaciteit. Waarom is Anders Betalen voor Mobiliteit dan toch mislukt?

De maatschappelijke weerstand tegen ABvM laat zich deels door niet-verkeerskundige argumenten verklaren. Bijvoorbeeld vanuit het gebrek aan vertrouwen dat de overheid dergelijke megaprojecten succesvol kan uitvoeren of vanuit een algemeen sentiment tegen de overheid vergelijkbaar met het 'nee' tegen de Europese Grondwet. Daarnaast verliest de mobilist de vrijheid om te gebruiken wat altijd openbaar en gratis beschikbaar is geweest; de openbare ruimte wordt geprivatiseerd, letterlijk afgeschermd. En waarom bouwt de overheid niet gewoon meer wegen bij? Probeer als mobiliteitsdeskundige maar eens een tegenstander met technische argumenten te overtuigen van beprijzen...

Persoonlijk mobiliteitsbudget

Een werkgever kan zijn medewerkers de beschikking geven over een persoonlijk mobiliteitsbudget. Hiermee krijgt de werknemer meer vrijheid om keuzes te maken voor zijn woonwerk-, zakelijke en privéverplaatsingen dan met een traditionele leaseconstructie of OV-abonnement. Bovendien kan de werkgever prikkels uitdelen om het collectieve of bedrijfsbelang te verwezenlijken, zoals kostenreductie, maatschappelijk verantwoordelijk ondernemen of beheersen van de parkeercapaciteit. Royal HaskoningDHV heeft de mobiliteitsdienst AnnaWays, waarmee we persoonlijke mobiliteitsbudgetten implementeren en beheersen Deze dienst wordt ook door andere werkgevers gebruikt.

4. Oog voor verschillende ‘marktpartijen’, hun rollen, belangen en invloed

We zijn als individu meer dan alleen mobilist. We zijn ook bewoner, werknemer, belanghebbende, soms ondernemer, hebben een maatschappelijk overtuiging... Ook organisaties zoals overheden en bedrijven hebben belangen en verschillende rollen. Zie ter illustratie onderstaand overzicht.

Individu:	Bedrijf:	Overheid:
- mobilist	- werkgever	- consument/investeerder
- werknemer	- investeerder	- marktordenaar, beleidsmaker
- consument	- vestiger	- werkgever
- woonconsument	- ontwikkelaar	- bevoegd gezag
- auto-/fietsconsument en -bezitter	- aannemer	- wegbeheerder
- ondernemer	- provider	- ontwikkelaar
- belanghebbende	Bank	- early adopter
- betrokken burger	Buitenland	
- recreant	Corporatie	
	Belangengroep	

Individueen en organisaties hebben belang bij mobiliteit, bij bereikbaarheid en leefbaarheid. Het verwezenlijken van deze afzonderlijke belangen leidt niet altijd tot de maatschappelijk meest gewenste situatie. Samenwerken aan ruimtelijke en mobiliteitsopgaven leidt tot optimale en efficiënte oplossingen, bijvoorbeeld tussen organisaties, tussen disciplines binnen organisaties (gemeenten) of tussen projectfasen (plan-, realisatie en onderhoudsfase).

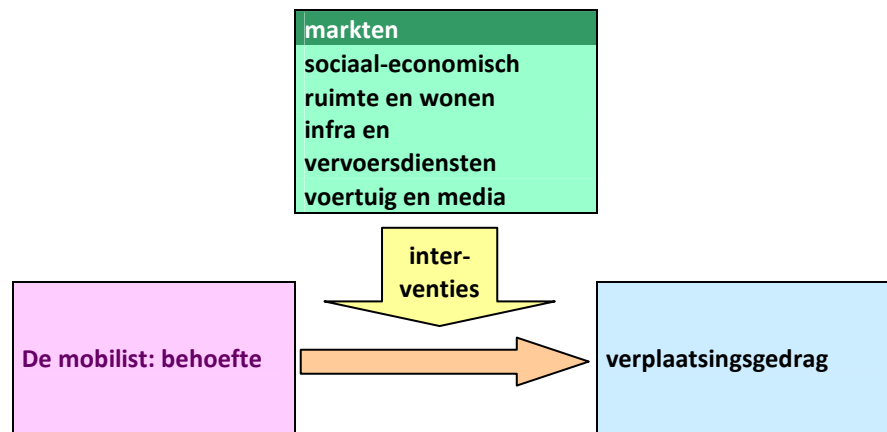
Mobiliteit is economie

Mobiliteit heeft met economie gemeen dat het vaak als exacte wetenschap wordt beschouwd, terwijl het vooral ook een gedragswetenschap is. Mobiliteit gaat over activiteiten of behoeften die mensen willen uitoefenen op verschillende locaties. Economie gaat over het gedrag van mensen om in hun materiële en immateriële behoeften te voorzien. Mobiliteit heeft dus per definitie een ruimtelijke component; economie gaat niet uitsluitend over geld. In beide disciplines staan begrippen centraal als behoefte, vraag en aanbod, keuzes, schaarste, verdeling, markt, prikkels, etc.. Er bestaan bijvoorbeeld tal van ‘mobiliteitsproducten’ waarvoor de prijs en de kosten ver uiteen liggen, zoals parkeren en openbaar vervoer. Voor een mobiliteitsdeskundige is het goed om zich hiervan bewust te zijn, van de mogelijkheden en effecten van zijn beleidsinstrumenten.

Mobiliteit en bereikbaarheid worden steeds meer een gezamenlijke verantwoordelijkheid en opgave voor individuen, bedrijven, overheden en andere organisaties. Ieder heeft belang bij mobiliteitsoplossingen, maar kan ook een bijdrage leveren aan de oplossing. De overheid trekt zich terug uit zijn monopolie op het oplossen van mobiliteitsvraagstukken, deels om budgettaire redenen en deels omdat de maatschappij hierom vraagt.

Als mobiliteitsdeskundige is het zinvol om rekenschap te nemen van de betrokken individuen en organisaties bij een bepaald vraagstuk, hun rollen en hun belangen. Er is sprake van een ‘markt’ met afzonderlijke deelmarkten. Individuen en organisaties gedragen zich als ‘marktpartijen’ en beïnvloeden de markt met interventies om de markt in een zo gunstig mogelijke richting te doen ontwikkelen. Dit resulteert in een ander verplaatsingsgedrag dan de

‘autonome’ verplaatsingsbehoefte van een mobilist die niet wordt beïnvloed door belangen en prikkels.



Daarnaast is het goed om te formuleren onder welke voorwaarde sprake is van een ‘maatschappelijk gewenste situatie’. Of andersom: welke ongewenste effecten er optreden wanneer trends zich doorzetten of wanneer iedereen zijn individuele belang zou kunnen verwezenlijken (‘marktfalen’ in economenjargon).

De gebiedsonderneming

Grootschalige gebiedsontwikkelingen met grote investeringen en de overheid als centrale initiatiefnemer worden steeds zeldzamer. Toch zijn er op gebiedsniveau nog altijd tal van partijen (bewoners, eindgebruikers, vastgoedeigenaars, overheden, werknemers) die ieder hun eigen belang hebben in een gebied. Deze partijen zijn feitelijk aandeelhouder in het gebied, van wie het aandeel meer waard wordt wanneer de kwaliteit van het gebied verbetert. Deze waardevermeerdering kan om een financiële waarde gaan, maar bijvoorbeeld ook om gebruiksmogelijkheden, woongenot, recreatiewaarde, etc.. Als partijen samen werken aan kwaliteitsverbetering wordt voor alle partijen het aandeel meer waard.

5. Mobiliteit levert een bijdrage aan integrale ruimtelijke kwaliteit

Door ruimtelijke opgaven integraal te benaderen worden de beste oplossingen bedacht. Een mobiliteitsopgave hangt altijd samen met sociale, economische, ruimtelijke of milieukundige doelstellingen. Het formuleren van een integrale doelstelling, dus voor deze thema's in samenhang, zien wij als eerste stap naar duurzame oplossingen.

Bij het analyseren van een opgave en formuleren van een doelstelling kunnen de bevindingen worden gebruikt uit de voorgaande paragrafen. Dus: wat zijn trends en ontwikkelingen? Wie is de consument en wat zijn zijn behoeften? Wat zijn de partijen en wat zijn hun belangen? Welke budgetten en interventies zijn er? Wat is het collectieve belang? De antwoorden op deze vragen zijn voor elke locatie en opgave verschillend.

Case Roermond

In Roermond zijn er ambities voor uitbreiding en versterking van het Outlet Center, de binnenstad en het station. Daarnaast is er de wens om de samenhang tussen deze gebieden te versterken. De grote verkeersstromen over de singels richting de N280 zorgen voor capaciteitsknelpunten en barrièrewerking. Wij zien als integrale opgave de kwaliteitsverbetering van het gehele stadscentrum. Mobiliteitsmaatregelen moeten bijdragen deze verbetering, dus niet alleen (sectorale) knelpunten oplossen.

Bij het ontwerpen en realiseren van oplossingen zijn instrumenten als structuurvisies en programmamanagement behulpzaam. Meer ontwerptechnisch beschouwen wij vooral concepten als functiemenging en ruimtelijk-infrastructurele corridors als kansrijk. Deze concepten leiden tot aantrekkelijke, heterogene stedelijke gebieden, efficiënte benutting van de infrastructuur en maximale flexibiliteit. Belangrijke aandachtspunten zijn barrièrewerking en milieukundige beperkingen.

6. *Nederland in 2030*

In de hierboven beschreven visie bieden wij een aantal denkrichtingen en bouwstenen die leiden tot een mobiliteitssysteem dat nu en in de toekomst mensen maximaal in staat stelt om in hun behoeften te voorzien, en dat maximaal bijdraagt aan een aantrekkelijke leefomgeving.

De visie vraagt ook iets van de attitude en werkwijze van mobiliteitsdeskundigen. Een sterke oriëntatie op de toekomst, aandacht voor thema's en perspectieven die wellicht niet tot het traditionele (technische) werkveld horen, en de bereidheid en het initiatief om over de grenzen te stappen van mobiliteit als specialisme.