

# Nationaal verkeerskundecongres 2017

## Als je mensen centraal zet, gaat het om hun geluk

Hans Stevens  
(De Verkeersonderneming)

### Samenvatting

We spreken doorgaans alleen over de economische kant van mobiliteit. Over het oplossen van files, over de aanleg van wegen of spoor met bijbehorende kosten-batenanalyses. Het gaat alleen over efficiency. Een *mea culpa* is op zijn plaats: Het gevolg hiervan is immers dat vijf tot tien procent van de bevolking nauwelijks toegang heeft tot mobiliteit. Met grote gevolgen. Deze mensen hebben minder kansen om zich te ontwikkelen, minder toegang tot werk, zorg, onderwijs, sport, recreatie én hun sociale netwerk. Wanneer we de mens centraal zetten in het mobiliteitsbeleid, dan gaat het niet alleen over economische mobiliteit, maar ook over culturele én sociale mobiliteit. Dan reizen we allemaal van A naar B, we ervaren en beleven mobiliteit, én gebrek aan mobiliteit staat 'gelukkig zijn' niet in de weg. We spreken dan van mobiliteitsgeluk. De Mobiliteitsgeluk Index geeft inzicht of en hoe dit geluk wordt ervaren en waar interventies nodig zijn.

### Trefwoorden

Mobiliteit voor iedereen, Social MaaS, mobiliteitsgeluk, toegang tot werk, zorg en onderwijs

ORGANISATIE 2017



## De beschrijving van het probleem

Bij mobiliteit denken we vaak het eerste aan het oplossen van files en vertragingen op de weg en binnen het OV. Zoveel mogelijk reizigers van A naar B tegen zo laag mogelijke kosten. Het gaat om de efficiency en dus om de dikke vervoersstromen. Visies hierop worden ontworpen en er wordt jaarlijks veel geld voor gereserveerd.

Door deze werkwijze valt echter een grote groep mensen (5 à 10%<sup>1</sup>) buiten de boot. Zij behoren tot de dunne, niet-interessante, vervoersstromen. Zij hebben geen eigen vervoer en het OV biedt niet altijd een oplossing. Bij de dunne vervoersstromen is geen positieve kosten-batenanalyse (KBA) te behalen. Gevolg: de buslijn komt er niet. Voor de mensen die buiten de boot vallen zijn de gevolgen veel groter dan alleen 'ergens niet kunnen komen'. De vraag luidt: Hoe kunnen we ervoor zorgen dat gebrekkige mobiliteit een minder grote impact krijgt op hun leven en op hun participatie in de maatschappij? Hoe zorgen we dan mensen met minder kansen zich toch kunnen ontwikkelen, toegang krijgen tot werk, tot zorg, onderwijs, sport, recreatie én tot het sociale netwerk. Zo niet dan blijven zij buiten de maatschappij staan.

*Anne van der Veen (Technische Planologie) in de Correspondent: "Hoe hoger je inkomen, hoe waardevoller je tijd, dus hoe zwaarder een paar minuten reistijdwinst. Het gevolg is dat een nieuwe weg die een welgestelde wijk met het stadscentrum verbindt altijd beter uit zo'n kosten-batenanalyse komt dan eenzelfde weg voor een achtergestelde wijk."*

Wij pleiten ervoor om verder te kijken dan de dikke vervoersstromen. We willen de mens daadwerkelijk centraal stellen in het mobiliteitsbeleid. In onze optiek kent mobiliteit daarom verschillende kanten: een economische, culturele én een sociale kant. Als overheid en als verkeerskundige moet je werken aan alle drie de facetten van mobiliteit. Pas dan zet je de mens centraal, sluit je niemand uit, werk je aan de beleving van de reis en daarmee uiteindelijk aan (mobiliteits)geluk.

*Mobiliteitsgeluk betekent efficiënt kunnen reizen, niet enkel voor de 'lucky majority' maar voor iedereen, waarbij het plezier van de reis niet per se slechts spin-off is van kosten-batenanalyses.*

## Onderbouwing

Hier gaan we nader in op de drie kanten van mobiliteit: de economische, de culturele en de sociale kant van mobiliteit. We beweren dat de economische kant van mobiliteit al jarenlang het sterkst ontwikkeld is: dit is de manier waarop we denken en werken. Aan de culturele kant van mobiliteit wordt mondjesmaat aandacht besteed. En dan komt het meestal vanuit een andere hoek dan mobiliteit. Het denken over de sociale kant van mobiliteit begint langzaam vorm te krijgen. Vanuit verschillende invalshoeken wordt er over nagedacht. Een mooie uitdaging om de komende jaren op te pakken en te ontwikkelen?

### 1. De economische kant van mobiliteit

Verkeerskundigen krijgen in hun opleiding de economische kant van mobiliteit met de paplepel ingegoten: mobiliteit gaat om files en die moeten we oplossen. Om die files te bestrijden, hebben we de afgelopen jaren verschillende zaken bedacht en ingezet. Steeds vaker gebruikmakend van gedragswetenschappelijke inzichten. Denk aan Beter Benutten, dat in de Rotterdamse regio het vliegwieltje was voor:

- beloningsprojecten
- de Marktplaats voor Mobiliteit
- de doorontwikkeling van de Marktplaats voor Mobiliteit naar Mobility as a Service.

**Beloningsprojecten:** Het monetair belonen van reizigers als ze niet met de auto in de spits reizen (terwijl ze dat voorheen wel deden).

Kenmerken:

- (snel) kosteneffectief
- wordt toegepast tijdens werkzaamheden of als prikkel voor duurzame gedragsverandering
- (klassieke) aanbesteding door de overheid; 100% dekking uit publieke middelen

---

<sup>1</sup> Bron: K. Martens, Radboud Universiteit, 2017

- blijft politiek gevoelig, ondanks fraude- en privacyprotocollen bij de aanbestedingen; met de motie Visser en Hoogland, juli 2016, zijn er beperkingen ingesteld (redenen en duur van de beloningen).
- Uit analyses van De Verkeersonderneming blijkt dat een grote groep inwoners van Rotterdam en omgeving met een migratieachtergrond nauwelijks profiteert van beloningen en kortingen omdat ze bijna niet (slechts 7%) deelnemen aan mobiliteitscampagnes en beloningsprojecten. Het economisch perspectief is dus slechts deels toepasbaar. Het blijkt dat andere prikkels een rol spelen. De Marokkaanse groep is sneller te beïnvloeden met financiële prikkels, maar voor de Turkse gemeenschap speelt de status van de auto een belangrijke rol en de Surinaamse gemeenschap gebruikt in verhouding met de andere gemeenschappen de auto veel minder en reist liever met het openbaar vervoer. Ook heeft elke gemeenschap andere ontmoetingsplaatsen, kanalen en media waarmee we meer rekening moeten houden.

**Marktplaats voor Mobiliteit:** Marktpartijen bieden mobiliteitsdiensten op maat om reizigers tegen betaling van en naar woon-werklocaties te vervoeren. Marktpartijen maken gebruik van marketing, doelgroepprofielen en gedragswetenschap.

Kenmerken:

- faciliteert duurzame gedragsverandering
- (innovatieve) aanbesteding door de overheid op basis van maximaal 50% cofinanciering in de exploitatie van de dienst gedurende maximaal drie jaar
- 'no cure, no pay'
- minder gevoelig voor fraude en privacyproblematiek want de 'keymanager' voor de klant is de marktpartij.

**Mobility as a Service:** MaaS combineert alle soorten van vervoer in een app zodat de consument zijn reis kan plannen, boeken en betalen. Onderweg wordt hij desgewenst ondersteund bij onvoorziene omstandigheden en kan hij zijn reis aanpassen.

Kenmerken:

- faciliteert duurzame gedragsverandering, beïnvloedt autogebruik en naar wordt aangenomen autobezit
- marktregulering is nog onderwerp van studie; lijkt een sterk marktpotentieel te hebben, maar betrokken(heid) overheid lijkt noodzakelijk ten behoeve van een open systeem/backbone/dataplatform
- van concept naar eerste toepassingen.

De definitieve businesscase achter Mobility as a Service moet zich nog vormen. Uit onderzoek van Decisio<sup>2</sup> blijkt dat met name een groei van de deelautomarkt verwacht mag worden ten koste van het eigen autobezit. Logischerwijs zal ook hier eerst een economische vorm van Mobility as a Service ontstaan: 'Economic MaaS'. Dit geldt zeker als Mobility as a Service zijn intrede doet in de wereld van OV-concessies. Nu nog voorzichtig (zie de 'last mile'-samenwerking van Connexxion met MaaS Global in de gegunde concessie Amstelland Meerlanden, 2017), straks meer en meer bepalend. Hiermee komen publieke OV-budgetten in zicht voor aanbieders van Mobility as a Service. Indien de overheid niet intervenueert zoeken deze aanbieders vooral kansen bij de meest interessante doelgroepen voor de eigen businesscase ('cherry picking'/dikke vervoersstromen).

We stellen bij de economische kant van mobiliteit 'de mens' niet centraal. We kijken naar cijfers, uitkomsten van kosten-batenanalyses en businesscases, naar de 'dikke vervoersstromen'. Op basis daarvan bepalen we waar nieuwe wegen aangelegd worden of waar wordt geïnvesteerd in het OV en straks in Mobility as a Service. Wanneer we blijven denken in economische mobiliteit zal niemand zich ontfemen over de groep die vanwege gebrek aan koopkracht, het ontbreken van bepaalde vaardigheden en/of bijvoorbeeld door het wonen in landelijk gebied nu al geen onderdeel uitmaakt van de dikke vervoersstromen. Deze groep participeert dan niet meer of veel minder in de maatschappij.

## 2. De culturele kant van mobiliteit

Mobiliteit heeft ook een culturele kant, we hebben het dan over de beleving van infrastructuur en de mogelijkheid daarmee een bijdrage te leveren aan de stad en de omgeving waarop we als bewoners

---

<sup>2</sup> Bron: Schetsmatige Business Case en Value Case MaaS, Decisio, mei 2017

trots zijn en als bezoeker benieuwd naar zijn. Trots en benieuwdheid, dat zijn hele andersoortige woorden dan sober en doelmatig, de woorden waar de overheid vaak voor kiest uit oogpunt van een verantwoorde besteding van gemeenschapsgeld. Het resultaat is dan een 'plank over het water'. Maar... het kan ook een Erasmusbrug zijn. Een herkenbaar punt in de stad, een brug waarmee de Rotterdammer verbonden is, waar hij trots op is en waar toeristen voor naar Rotterdam komen. Dat is ook zelfbewust omgaan met gemeenschapsgeld. We hebben het ook over het nieuwe Centraal Station in Rotterdam, de wind door je haren op de Watertaxi, rijden met de Parkshuttle, de eerste zelfrijdende bus in het Rivium waar nog altijd veel vakmensen naar komen kijken. We hebben het over het fietspad dat op ooghoogte ligt met de ernaast gelegen vijver zodat fietsen een geheel nieuwe dimensie krijgt<sup>3</sup>. Lef in de aanleg van infrastructuur zet het land, de stad en het landschap op de kaart. We moeten niet alleen spreken over 'ergens komen', maar ook over de ervaring van het 'er zijn', over trots en benieuwdheid, over vernieuwing, over lef, over een verbinding met kunst en over de iconische waarde van infrastructuur. Door mobiliteit zo op te vatten, reizen we niet alleen van A naar B. We ervaren en beleven de reis. We genieten ervan. We voelen dat het vervoer voor ons gemaakt is. We voelen geluk.

### 3. De sociale kant van mobiliteit

Het ontbreken van vervoer is geen luxe probleem, het heeft een negatieve impact op het gehele leven. Mobiliteit draagt bij aan het welzijn en persoonlijk geluk van mensen en aan de benutting van hun talenten. Zonder voldoende of zonder betaalbare mobiliteit nemen deze mensen niet deel aan de samenleving, kunnen zij zich niet ontwikkelen, zijn zij niet in staat een baan te vinden en hebben zij geen toegang tot zorg, onderwijs en het eigen sociale netwerk als sport en recreatie. Ook geldt dat mensen met minder geld vaak langer onderweg zijn dan meer vermogende reizigers.<sup>4</sup> Deze 'vervoersarmoede' heeft een impact die verder reikt dan 'even ergens niet bij aanwezig zijn'. Twee voorbeelden:

#### Werkgelegenheid in de haven

*De Rotterdamse haven biedt, zelfs tijdens de economische crisis, volop werkgelegenheid. Onder andere de gemeente Nissewaard en wijken in Rotterdam Zuid kennen een groot aantal mensen die op zoek zijn naar werk. De Tweede Maasvlakte is echter zo'n 50 kilometer verderop, er rijdt geen openbaar vervoer, fietsen is onmogelijk. De situatie komt dus veelvuldig voor dat mensen op zoek zijn naar werk, er in de haven een match mogelijk kan zijn, maar dat zij nooit op het sollicitatiegesprek kunnen komen van de baan die zij dus nooit zullen krijgen, door gebrek aan OV of een auto. Daarnaast zitten zij vaak in een omgeving waar anderen ook niet in staat zijn om hen naar een afspraak te rijden.*

#### Kledingbank

*In Hellevoetsluis is De Kledingbank gevestigd die een functie heeft voor een groter gebied (Voorne-Putten, Goeree-Overflakkee, Hoeksche Waard). De Kledingbank stelt kleding, speelgoed en een ontmoetingsruimte beschikbaar voor mensen die doorverwezen zijn door tussenorganisaties. Vanuit Hellevoetsluis komen mensen op de fiets of te voet naar de kledingbank. Mensen die op een grotere afstand wonen, moeten verder reizen en dat is vaak een probleem. Er is geen auto beschikbaar, fietsen is te ver en het OV is vaak te duur. Het gevolg: Mensen hebben behoefte aan de diensten van de Kledingbank maar kunnen er gewoonweg niet komen.*

### De uitwerking

Hierboven hebben we laten zien dat het werken aan en denken in economische mobiliteit niet voldoende is. We moeten ook de mouwen opstropen voor de culturele en sociale kant van mobiliteit.

We pleiten voor het onderkennen van de noodzaak van een 'Social MaaS' (naast de 'Economic MaaS'). Hiervoor moeten we ons denken over mobiliteit veranderen, of liever verbreden. We denken aan experimenten, onderzoeken of pilots in drie vormen:

#### 1. Experiment: Social Return

*Kenmerken: Veel impact, veel stakeholders, lange doorlooptijd:*

<sup>3</sup> <https://youtu.be/YBPuLx33J38>

<sup>4</sup> Bron: (Martens, K. (2017, 12 april). Waarom moeten armen altijd langer reizen? Trouw).

We willen onderzoeken of we de financieringsstromen voor OV en infrastructuur anders kunnen inrichten zodat de financierbaarheid van dunne vervoersstromen (Social MaaS) wordt verbonden met de financiering van dikke vervoersstromen (Economic MaaS). We gaan op zoek naar marktpartijen die geld verdienen aan de dikke vervoersstromen en die bereid zijn een deel van dit geld te investeren in de sociale kanten van mobiliteit (social return). Het gecombineerd aanbesteden van OV en WMO, nu financieel en organisatorisch twee gescheiden werelden, zou daar een eerste stap in zijn. We pleiten voor een experiment, het liefst in een voor deze gelegenheid regelarm gemaakt gebied.

## 2. Pilots: Niet lullen maar testen!

*Kenmerken: Minder impact maar belangrijke verhalen, minder stakeholders, snel uitvoerbaar*

Rotterdam Mobility Lab heeft een aantal startups succesvol de mogelijkheid geboden hun nieuwe mobiliteitsdiensten uit te proberen. Niet door een startup incubator te zijn, noch een startup accelerator. Maar door startups de gelegenheid te geven hun prototype te testen met echte klanten met echte behoeftes: 'Niet lullen maar testen!' We trekken dit initiatief door naar een Socio Mobility Lab, met bovenstaande verhalen als inspiratie. We weten al het een en ander:

- Startups willen niet per se geld van de overheid. Ze hebben behoefte aan contacten in het doolhof van de overheid, aan hulp bij vergunningen, een plek om te mogen testen, aan inzicht in wensen en behoeftes van bewoners. Kortom: ze hebben de overheid nodig als 'enabler'.
- Startups kijken uit zichzelf al naar 'dunne vervoersstromen'. Ze zetten de mens centraal en hebben oog voor de sociale kant van mobiliteit. Zo heeft de startup Scoozy een scootmobiel ontworpen die niet stigmatiserend is maar mooi, stoer en vooral veilig. Startup ViaTim bestrijdt de eenzaamheid in de wijk door mensen te betrekken bij het ontvangen van pakjes voor de burens. Het aantal bezorgritten vermindert en mensen met weinig sociale contacten leren mensen uit de buurt kennen, én ze verdienen wat bij.

## 3. Onderzoek: De Mobiliteitsgeluk Index

Wie heeft mobiliteitsgeluk of juist niet? Wat is er nodig om het wel te krijgen? Allemaal vragen waar we graag antwoord op willen. Daarom is door De Verkeersonderneming de Mobiliteitsgeluk Index ontworpen. Een index die is geïnspireerd op de Index van het Bruto Nationaal Geluk van Bhutan<sup>5</sup>. Op basis van vragen en indicatoren willen we voor verschillende leeftijdscategorieën vaststellen of mensen mobiliteitsgeluk hebben of nog niet. En zo niet, wat is er dan nodig om mobiliteitsgeluk te ervaren? Wat helpt om het geluk te vergroten? [www.mobiliteitsgelukindex.nl](http://www.mobiliteitsgelukindex.nl)

De mobiliteitstransitie waar ons land voor staat, kan niet meer gaan over de economische kant van mobiliteit alleen. Mobiliteitsgeluk is voor iedereen. Met bovengenoemde ideeën willen we onderzoeken of deze kunnen leiden tot het doorbreken van geldende mobiliteitsregimes. Als je wilt deelnemen aan de maatschappij of ergens wilt komen, mag een gebrek aan mobiliteit je niet in de weg staan. Daar moet de overheid voor in de bres springen. Zonder overigens de verantwoordelijkheid voor het eigen geluk weg te willen halen bij de mens zelf!

## **Discussie en stellingen**

Op het Verkeerskundecongres 2017 gaan we de discussie aan op basis van de volgende stellingen:

1. *Verkeerskundigen en beleidsmedewerkers focussen enkel op groepen mensen die zich al goed kunnen verplaatsen.*
2. *'De mens staat centraal' houdt in dat maatschappelijke participatie ook in mobiliteit topprioriteit moet krijgen.*
3. *Alle overheden moeten een Mobiliteitsgeluk Index gebruiken bij het opstellen van korte termijnplannen voor de periode 2018-2021.*
4. *Regulier OV en WMO-vervoer moeten standaard gezamenlijk aanbesteed worden.*
5. *De woorden 'Sober en doelmatig' doen ons vak tekort en staan verkeerskundig lef in de weg. Trots en benieuwdheid zijn de nieuwe kernwoorden in het ontwerpen van infrastructuur.*

---

<sup>5</sup> Alkire, S. (2008)