

4 oktober 2024

Mobiliteitssturing met slimme ‘arrangementen’, die conflicten in de stad voorkomen

[Daan van Egeraat](#) en [Friso de Zeeuw](#)

Automobiliteit en steden, het is een relatie die flink onder spanning staat. We kennen nog de beelden uit Amsterdam van de afgesloten Weesperstraat in de zomer van 2023: volop gedoe. Kan het slimmer? Daan van Egeraat en Friso de Zeeuw presenteren een methode om mobiliteitsgedrag effectiever te beïnvloeden. Dwingen helpt niet, verleiden wel.

Het sturen op automobiliteit geeft vaak gedonder, zeker in de stad. Het autobezit en -gebruik groeit in ons land nog steeds. Alleen al tussen 2019 en 2024 is het aantal personenauto's met ruim zeven procent gegroeid. Gemeentebesturen van steden willen het auto bezit en -gebruik in hun (binnen-)steden juist terugdringen. En stedelijke gebiedsonwikkelingsplannen kennen steeds vaker een 'mobiliteitsconcept', met minder parkeerplaatsen dan tot nu toe gebruikelijk en meer deelfietsen en deelauto's. De meeste mensen hechten echter aan hun auto en aan een ('gratis') parkeerplaats dicht bij huis. Gemeentelijke voorstellen tot parkeerregulering wezen de kiezers in referenda in [Amersfoort](#) en [Haarlem](#) met overweldigende meerderheid af.

Het spanningsveld tussen de voorkeur van de meeste stadsbewoners en de stedelijke beleidsambities is – als het om de auto gaat – dus evident. In dit artikel reiken wij een methodiek ('arrangement') aan, waarmee het individueel en collectief mobiliteitsgedrag kan worden beïnvloed zonder dat dit conflicten oplevert.

Verleiden tot ander gedrag

Het gaat hier duidelijk om gedragsbeïnvloeding. Dwingen werkt niet – bewonerscomités zijn tegen, of de Ondernemingsraad. Een appèl aan 'goed gedrag' werkt vaak hooguit maar even. Tegelijk is er een sluimerend besef dat mensen vaak wel op de hoogte zijn van declaratie- of vergoedingsregelingen die op hen van toepassing zijn. Mensen calculeren. Kijk naar regelingen rond de aanschaf van elektrische auto's. Op dit punt introduceren we het concept 'arrangement'. Met 'strategische arrangementen' kunnen we (weg)gebruikers verleiden tot beleidsmatig gewenst gedrag. Wat houdt dit concreet in? Met vijf *best practices* laten we zien hoe toepassing van arrangementen soelaas kunnen bieden als bereikbaarheid onder druk staat.

ASML: 40 procent fietsers in woon-werk verkeer op piekuren

ASML in Veldhoven heeft een sterk groeiend medewerkersbestand. De bereikbaarheid staat sterk onder druk. Investeren in meer asfalt zien bedrijfsleven en overheid niet als enige

oplossing. Een gedragsgericht beleid voor de medewerkers heeft geleid tot 40 procent fietsers op de piekuren. Drie jaar eerder dan gepland zijn de beoogde resultaten al bereikt.



ASML is niet alleen bezig met woningen voor de werknemers maar ook met het geleiden van de mobiliteit.

'Luchtfoto van het ASML-hoofdkantoor, een Nederlands hightechbedrijf en een van de belangrijkste leveranciers van machines voor de halfgeleiderindustrie om computerchips te maken.' door Aerovista Luchtfotografie (bron: [Shutterstock](#))

Gemeente Den Haag: online Park&Ride: 1.300 procent groei 2018-2022

De vertrouwde P&R-automaat in de parkeergarages is kostbaar en een beetje ouderwets. De klant reserveert in de hofstad online vooraf een parkeerplaats al dan niet met openbaar vervoer of deelvervoer (of zelfs bakfiets). Deze online service ontsluit niet alleen parkeerplaatsen van Q-Park, maar ook die van bijvoorbeeld World Forum.

MUMC+ / Academisch Ziekenhuis Maastricht: 40 procent minder parkerende medewerkers

Een model voor het belonen van gewenst gedrag bij het Academisch Ziekenhuis Maastricht leidde binnen een jaar tot 37 procent minder parkerende medewerkers tijdens de piekuren en 20 procent minder parkeertransacties in het eerste halfjaar.

Gemeente Den Haag: 90 procent van deelnemers bereid tot parkeren op afstand

Den Haag introduceerde ook het 'Groen Parkeren': parkeren op afstand ('Blik van Straat') voor bewoners met een parkeervergunning. In de wijk woonachtige vergunninghouders parkeren hun auto elders wanneer er een beloning tegenover staat. De parkeergarage was vol.

Brightlands Maastricht Health Campus: 1.400 procent groei 'parkeren op afstand' 2016-2022.

De BI-MHC-partners (UM, MUMC+, Gemeente Maastricht, Provincie Limburg, MECC

Maastricht) gebruiken elkaars parkeerplekken via een online platform. Dit gebeurt in combinatie met belonen van gewenst gedrag en afspraken daarover met de fiscus.

Vijf lessen

Uit deze voorbeelden, aangevuld met andere praktijkervaringen, kunnen wij vijf lessen destilleren voor succesvolle gedragsbeïnvloeding:

Les 1: Vast gewoontegedrag blijkt in allerlei situaties te beïnvloeden

In het beleid rond parkeren en mobiliteit is vaak sprake van gewoontegedrag. Beelden van de verstokte autorijder die voor de deur wil parkeren doemen op. Maar vaste gewoonten worden heroverwogen wanneer gewenst gedrag wordt beloond. Dan gaan mensen zich anders gedragen. De mens calculeert, ook de gebruiker met verstokte gewoonten. Wanneer dat zo is, ligt daar een kans.

Les 2: Mensen passen hun gedrag aan wanneer dat financieel aantrekkelijk is

Je zou denken: die beloning moet dan wel heel hoog zijn. Bij de start van Spitsmijden in 2006 was de beloning eerst 7 euro per dag. Dat was uiteindelijk ook voor Rijkswaterstaat onbetaalbaar. Maar inmiddels zijn we uitgekomen op 9 cent per dag. En ook die beloning blijkt effectief, zelfs in het voorname Haagse Statenkwartier. “*Poor people need low prices, rich people like low prices.*”

Les 3: Gedrag is beheersbaar te maken

Je kunt nog verder gaan met gedragsbeïnvloeding. Via reserveren, gamificeren, informeren. Ook dat werkt. Dat hele pakket steunt op het zogenaamde EasyJet-model, met dynamische prijsvorming. EasyJet ‘laat de gebruikers helpen om de logistiek te optimaliseren’. Tegenwoordig vliegen we midden in de nacht omdat EasyJet dat aantrekkelijk heeft gemaakt. EasyJet heeft de logistieke pieken en dalen beheersbaar gemaakt. Er zijn compleet nieuwe gewoonten ontstaan: midden in de nacht met het hele gezin naar Schiphol. We laten in het midden of dit resultaat ook maatschappelijk wenselijk is; het gaat ons om de effectiviteit van de methode.



Drukke op de nationale luchthaven kan worden voorkomen door creatief om te gaan met de pieken en dalen.

‘Ingang van Schiphol.’ door Nancy Beijersbergen (bron: [Shutterstock](#))

Les 4: Veel kleine gedragsverandering leiden samen tot een grote

Een gedragsverandering van 37 procent bij MUMC+, dat betekent niet dat 37 procent van de medewerkers nooit meer met de auto komt. Wél dat heel veel medewerkers hebben besloten

een paar dagen per maand minder de auto te gebruiken. De optelsom van kleine veranderingen leidt tot een groot effect. In het online *dashboard* is het profiel van de veranderingen precies te volgen.

Les 5: Gedrag is weerbarstig wanneer in arrangementen de juiste prikkels ontbreken
Terugkijkend kun je zeggen: bij ‘gewoontegedrag’ is vaak sprake van arrangementen zonder of met verkeerde gedragsprikkel, die gewenst gedrag niet belonen of waarin gewenst gedrag niet eens is gedefinieerd.

Pieken en dalen

Het arrangement bepaalt (mede) de maatschappelijke uitkomsten. Micro: het individu calculeert en optimaliseert gedrag (mede) op basis van arrangementen. Meso: stakeholders sturen gedrag via hun arrangementen. Macro: zo worden de maatschappelijke uitkomsten beïnvloed door arrangementen. En die uitkomst vormt weer input voor de calculerende gebruiker. En voor de stakeholders die hun arrangementen kunnen aanpassen.

Een strategisch arrangement laat gebruikers helpen doelen van de (semi-)overheid, bedrijven en publiek-private samenwerkingsverbanden te bereiken. EasyJet is hier de referentie. Stap één is de analyse van de bezetting van schaarse middelen. Of het nu gaat om vliegtuigstoelen, parkeerplekken of werkplekken, een winkelcentrum of wegvakken. Het gaat om pieken en dalen, en dus om gedrag. Stap twee behelst de definitie van gewenst gedrag. Dat kan verschillen per gebruikerssegment en scenario (bijvoorbeeld niet met de auto naar het werk op donderdagochtend). Stap drie staat voor het bepalen van de inhoud van het arrangement: verleiden tot gewenst gedrag – en daarmee tot de gewenste bezetting.

Een effectief arrangement is gebaseerd op vijf pijlers voor gedragsbeïnvloeding. Arrangementen kunnen gedrag beïnvloeden. Er is een menukaart met allerlei keuzes en combinaties. Deze lopen op van licht naar zwaarder, van het *informer* (feedback geven aan de gebruiker over gedrag) en *gamificeren* (introduceren van het wedstrijdelement) via het *incentiveren* (belonen/beprijzen) tot *alloceren* (bijvoorbeeld toewijzen van x parkeerplaatsen op zaterdag aan segment y) en *autoriseren* (gebruik van die parkeerplaatsen via knipkaart, abonnement, dagprijs, reservering, et cetera).

Gebiedsontwikkeling biedt stakeholders de kans hun arrangementen af te stemmen. Allerlei stakeholders bieden arrangementen aan: werkgevers en ziekenhuis, de gemeente met parkeervergunningen en -normen. Gebiedsontwikkeling biedt hen de kans hun primaire processen (en arrangementen) op elkaar af te stemmen. Het kan gaan om gedeeld gebruik van voorzieningen, afstemming van pieken en dalen, benutten in plaats van bouwen. Via elkaars gebruikers en arrangementen kunnen ze hun eigen primair proces verder optimaliseren.

Online instrumenten maken arrangementen datagestuurd, dynamisch en gebiedsgericht. Met data, dashboards en draaiknoppen operationaliseren we datagestuurd beleid. Met dashboards volgen we de ontwikkeling. Met draaiknoppen beheersen we scenario's, allocatie, incentives. Zo volgen arrangementen de dynamiek van gedrag. Bij gebiedsontwikkeling maken clearinghouse-modellen het mogelijk dat gebruikers van de ene organisatie kunnen parkeren bij de andere (informer, reserveren, betalen, *clearing* van informatie- en geldstromen).

De relevantie van dit type slimme oplossingen neemt toe. Denk bijvoorbeeld ook aan voorrang voor medewerkers in vitale sectoren, zoals zorg, onderwijs en politie. De hoge

woningprijzen drijven deze medewerkers de steden uit. Ze kunnen met voorrang parkeren op de P&R en vervolgens met reserveerbaar vervoer naar het werk. Overheden maken afspraken over deelname met de werkgever (*'onboarding'*). Online arrangementen maken dit mogelijk.

De mogelijkheden zijn legio; laten we die vaker benutten.