

Kleine stapjes brengen ons vooruit...

In de huidige maatschappij volgen ontwikkelingen elkaar in hoog tempo op. Ontwikkelingen waar wij als verkeerskundigen dagelijks mee te maken krijgen. Denk bijvoorbeeld aan de talloze nieuwe mogelijkheden die we nu hebben dankzij de smartphone. We kunnen ons geen wereld zonder smartphones voorstellen, terwijl de eerste iPhone bijvoorbeeld pas in 2007 werd gelanceerd.

Als we naar de wereld van het openbaar vervoer kijken zien we een andere wereld. Als we hier 8 jaar teruggaan in de tijd, zien we dat er niet veel is veranderd. We zitten nog steeds in dezelfde bus en dezelfde trein, we doen er in de meeste gevallen nog steeds even lang over en we blijven maar dromen over super snelle treinen en het betalen in het OV met je smartphone. Natuurlijk zijn er ook dingen veranderd, maar echte revolutionaire veranderingen blijven achterwege. Dit terwijl we wel als verkeerskundigen of andere belanghebbenden ontzettend veel ideeën hebben over de meest flitsende concepten. Waarom zien we deze ideeën dan vaak niet terug in de praktijk? Ideeën die buiten de lijntjes werken kunnen namelijk een grote potentie hebben, daarbij kun je weer denken aan de relatief "nieuwe" smartphone maar ook aan de opmars van de dienst Uber.

Het stranden van ideeën heeft naar mijn mening te maken met het toenemen van het aantal partijen aan de vergadertafel. Aan de ene kant een goede ontwikkeling omdat er meer wordt samengewerkt, aan de andere kant belemmert het vaak de ontwikkeling van creatieve ideeën. Dat belemmeren komt vaak doordat de ene partij niet overtuigd is door de onzekerheden die een idee met zich brengt. Als zij dan ook nog het project financieel moeten steunen, wordt het helemaal een lastig verhaal. Nu kun je die partijen uit je overleg weren maar je hebt ze in veel gevallen toch nodig voor de realisatie van een idee.

Het alleen maar bedenken van een oplossing die buiten de lijntjes valt is dus niet voldoende om daadwerkelijk een vraagstuk op te lossen. Belanghebbenden willen graag zekerheid hebben wanneer zij beslissingen nemen over een bepaald project, zekerheid die je bij ideeën die buiten de lijntjes vallen vaak nog niet kunt geven. Wanneer we het creatieve idee nu meer kunnen onderbouwen, kunnen we meer mensen overtuigen van het eventuele succes van een idee. Door in stapjes te werken naar het uiteindelijke doel (de "buiten de lijntjes" oplossing) staan we ten eerste niet stil en zien de belanghebbenden resultaten.

Mijn eerste stage in Zuid-Limburg bevestigt dit principe, de vraag vanuit de toeristische sector was om meer toeristen te verleiden tot het reizen met de bus. Het ultieme doel voor alle partijen was een toeristenpas waarmee je zowel attracties kunt bezoeken en waarmee je goedkoop of gratis met het OV kan reizen. Als toerist zou je zo'n product hoog waarderen. Echter, er worden door de partijen te veel onzekerheden gezien waardoor de realisatie op korte termijn een utopie wordt. Binnen mijn onderzoek is daarom gekozen voor een andere aanpak: eerst beginnen met een deel van het idee (het reisproduct) en vervolgens dit product uitbouwen wanneer er positieve resultaten verschijnen. Wij zijn nu een jaar verder en het principe lijkt te werken, de eerste positieve resultaten leiden tot het aansluiten van ondernemers bij het project.

Dit voorbeeld laat dus zien dat het werken in stapjes zijn voordelen laat zien, zeker bij ideeën die buiten de lijntjes plaatsvinden. We moeten dus niet alleen maar blijven dromen over de meest geweldige oplossingen maar we moeten ook denken aan de daadwerkelijke realisatie. Anders blijven we alleen maar praten en dromen aan de vergadertafel en zitten we over 8 jaar nog steeds in dezelfde OV wereld.