

De effectiviteit van mobiliteitsmanagement: waar een wil is, is een effect

J.F. Metz, KpVV, j.f.metz@avv.rws.minvenw.nl

M. Martens, ECORYS-AVM, m.martens@ecorys.com

W.O. Hazelhorst, AVV, w.o.hazelhorst@avv.rws.minvenw.nl

Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 2005,

24 en 25 november 2004, Antwerpen

Inhoudsopgave

1. Inleiding

2. Dagdromen, frustaties en resultaten

3. Succesvoorbeelden in de praktijk en oorzaken van het succes

4. Projecten toegesneden op het probleem

4.1 Projecten toegewerkt naar een resultaat

4.2 Projecten die logisch zijn ingebed

4.3 Projecten met scherpe ambities

4.4 Lessen uit de praktijk

5. Vier manieren om de effectiviteit van mobiliteitsmanagement te laten toenemen

5.1 Duidelijke aanleiding is nodig

5.2 Kies welke doelen behaald moeten worden

5.3 Werk projectmatig

5.4 Waar een wil is, is een effect!

6 Niet verleiden, maar managen

7 Conclusies

Samenvatting

De effectiviteit van mobiliteitsmanagement: waar een wil is, is een effect

De afgelopen tien jaar is er veel gebeurd op het gebied van beïnvloeding van mobiliteitskeuzes. Vaak leidde dit niet tot de gewenste resultaten. Onderzoek naar een groot aantal cases laat zien dat mobiliteitsmanagement veel mogelijkheden biedt om de bereikbaarheid van bedrijventerreinen, kantorengedebieden, publiekstrekkingen en recreatieve bestemmingen te verbeteren. Een viertal factoren is van belang om tot succes te komen:

- 1) een duidelijke aanleiding is nodig. Vaak zijn er meerdere betrokkenen. Een duidelijke aanleiding is dan essentieel om tot een gedeeld probleembesef te komen;
- 2) het is essentieel een doel te kiezen. Met mobiliteitsmanagement kunnen heel verschillende doelen worden gehaald. In ieder project zal een specifiek doel moeten worden vastgesteld, om tot een goede focus te kunnen komen.
- 3) Projectmatig werken is nodig. Vaak wordt te snel naar maatregelen gegrepen, terwijl het van belang is om veel gestructureerder te werk te gaan.
- 4) Waar een wil is, is een effect. Zowel bij overheden als bedrijven is een "wil" nodig om wat te kunnen bereiken. Wanneer deze wil er is, zijn de mogelijkheden oneindig!

Summary

Where there is a will, there will be an effect

In the Netherlands there has been interest for influencing the mobility choice for more than ten years. Nevertheless this didn't give the desired results. Research on a large number of cases shows that mobility management provides a range of possibilities to improve the accessibility of business areas, recreational sites, inner cities, hospitals and events. There are four important factors to take account with:

- 1) a clear cause is essential. Often there are many partners. A clear cause then is required in order to obtain a shared understanding on what the problem is;
- 2) A clear goal is required. Mobility management can serve many goals. In every project a specific goal has to be chosen in order to get a good focus.
- 3) Work thematically. Very often a measure is taken without working this out structurally in a project proposal.
- 4) Where there is a will, there will be an effect. For governments as well as companies willingness is required in order to get results. When this willingness exists, the sky is the limit!

1. Inleiding

Al meer dan tien jaar is er in Nederland belangstelling voor beïnvloeding van de mobiliteitskeuze. Vervoermanagement en mobiliteitsmanagement hadden echter vaak niet het gewenste resultaat waardoor het draagvlak matig is. Onderzoek naar groot aantal cases laat zien dat er wel degelijk veel mogelijk is. Mits er rekening wordt gehouden met een aantal essentiële zaken. Dit artikel geeft de resultaten van dit onderzoek weer.

De opbouw van dit artikel is als volgt:

- Paragraaf 2 gaat in op de context van mobiliteitsmanagement;
- Paragraaf 3 laat aan de hand van onderzochte cases zien in welke situaties er succes mogelijk is;
- In paragraaf 4 worden hier lessen uit getrokken;
- Vervolgens behandelt paragraaf 5 vier factoren die van belang zijn om tot een effectieve aanpak te komen;
- Paragraaf 6 behandelt de rollen en taken van overheden en bedrijfsleven en
- in Paragraaf 7 wordt ten slotte aan de hand van de conclusies een perspectief geschetst.

2. Dagdromen, frustraties en resultaten

Mobiliteitsmanagement is een onderwerp dat zich uitstekend leent voor dagdromen. Tegen relatief geringe kosten lijken er voor de maatschappij, individuele burgers en bedrijven grote voordelen te behalen: door een betere benutting van wat er al ligt en door duidelijke grenzen te stellen aan wat overlast geeft. Een duurzame en goed bereikbare woon-, werk- en verblijfsomgeving is nog steeds een wenkend perspectief. De prachtige dromen hebben echter in de loop der tijd soms flinke butsen opgelopen:

- Van de 20% autokilometerreductie bij vervoermanagement is weinig terechtgekomen, noch van de eis om 50% van de bedrijven te interesseren voor het onderwerp;
- De people mover op Rivium heeft niet kunnen voorkomen dat inmiddels 80% van de medewerkers dagelijks met de auto komt;
- De meeste enthousiast begonnen carpoolcentrales zijn inmiddels gesneuveld;
- Er zijn weinig voorbeelden van een gebiedsgewijze aanpak waar alle betrokkenen enthousiast over zijn;

- Door een geringe wil om resultaten te bereiken, zijn veel zaken halfslachtig, vrijblijvend of amateuristisch aangepakt.

3. Succesvoorbeelden uit de praktijk en oorzaken van het succes

Niet alle ervaringen zijn negatief: er zijn wel degelijk successen geboekt. Deze zijn in het kader van het onderzoek beschreven. Daarbij is gekeken naar uiteenlopende locaties als bedrijvengebieden en kantoorparken, ziekenhuizen, megawinkelcentra en grote publiekstrekkers als binnensteden en woongebieden, recreatiebestemmingen en corridors.

Op de onderzochte locaties komen veel partijen en veel belangen samen. Aan de ene kant een ideale context voor een op samenwerking gerichte aanpak, aan de andere kant een moeilijke opgave door de complexe rolverdeling. Het succes van de projecten is meestal toe te schrijven aan een duidelijk aanwijsbaar kenmerk:

	Locatie	Aanleiding	Aanpak
Bedrijventerrein	Bedrijventerrein Soestdijk	Reconstructie	Oplossen parkeerproblematiek
Bedrijventerrein	Bedrijventerrein Oosteind Papendrecht	Dijkverzwaring en afsluiting van wegen	Maatregelen ter vermindering autogebruik
Bedrijventerrein	Havengebied Westpoort Amsterdam	Slechte bereikbaarheid voor werknemers	Instellen nieuw collectief vervoer i.p.v. eigen bedrijfsvervoer
Kantorengebied	Kantoorgebied Rijnsweerd Utrecht	Parkeerproblemen	Parkmanagement
Publiekstrekker	Amsterdam ArenA	MER-procedure	Medegebruik parkeerplaatsen bij bedrijven, verkeersmanagement en extra openbaar vervoer
Publiekstrekker	Gelreziekenhuis Apeldoorn	Fusie ziekenhuizen	Voldoen aan krappe parkeernorm
Woonwijk	VINEX-locatie Meerhoven	Tegengaan tweede autobezit	Mobiliteitswinkel
Evenement	Marathon Rotterdam	Bereikbaarheid marathon voor het publiek	Gedeeltelijke afsluiting centrum, communicatie

Tabel 1: voorbeelden van een succesvolle aanpak van mobiliteitsmanagement

3.1. Projecten toegesneden op het probleem

Parkeeroverlast was klacht nummer één op het verouderde bedrijventerrein Soestdijk in Soest. Toch bleek uit onderzoek dat de helft van de parkeerplekken onbenut bleef. Een betere inrichting van de openbare ruimte was dan ook noodzakelijk. De oplossing is gevonden in een

wegontwerp met duidelijk gemarkeerde parkeerplaatsen en parkeerverboden. Rond garagebedrijven en andere overlastgevers werd een verdergaande oplossing uitgewerkt.

De Marathon in Rotterdam is een topevenement waar veel mensen op af komen. Door een zorgvuldige aanpak is het gelukt de stad toch bereikbaar en leefbaar te houden. Het gebruik van openbaar vervoer is gestimuleerd met als gevolg dat 71% i.p.v. 44% van de bezoekers met trein, bus of metro komen. Het autogebruik daalde van 42% naar 26%. De basis voor de aanpak lag in een goede samenwerking tussen de gemeente Rotterdam, de RET en de Marathonorganisatie. Een zelfde aanpak werd gehanteerd rond Rotterdam Culturele hoofdstad. De stad bleef verschoond van congestie ondanks een groot evenement. Tijdens de culturele hoofdstad werd gewerkt met combinatiekaarten voor Hotel+OV en met Evenement+OV. Dit resulteerde in 28% meer bezoekers en een OV-aandeel van 40%.

3.2 Projecten toegewerkt naar een resultaat

In de Eindhovense VINEX-wijk Meerhoven is vanaf het begin ingezet op beperking van de automobilititeit. De aandacht ging met name uit naar het tegengaan van de tweede auto.

Aanleiding: ondanks het aanbod van hoogwaardig openbaar vervoer en een goede ontsluiting voor auto en fiets bleven de leefbaarheid en de bereikbaarheid van de wijk een zorgpunt. In de aanpak stond een mobiliteitswinkel centraal, waarin diverse diensten worden aangeboden:

- Verstrekken van strippenkaarten en abonnementen;
- Advies en klachten over het openbaar vervoer;
- Het aanbieden van deelauto's;
- De verhuur van fietsen en accessoires: bakfietsen, driewielers, aanhangkarren voor kinderen.

Inmiddels is het initiatief stopgezet. In andere VINEX-wijken, worden vergelijkbare initiatieven genomen, zij het in een meer sobere uitvoering. De mobiliteitsdesk in Schuytgraaf (Arnhem) wordt een onderdeel van het wijkinfocentrum. Verder wordt gebruik gemaakt van de mogelijkheden die het internet biedt.

In het Amsterdamse havengebied Westpoort was er een heel ander probleem: er was behoefte aan goed openbaar vervoer, maar dit was door de structuur van het gebied (insteekhavens)

vrijwel onmogelijk exploitabel te krijgen. Meerdere bedrijven beschikten al wel over eigen bedrijfsvervoer. Om de bereikbaarheid te verbeteren is de Westpoortbus opgezet, die het voormalige bedrijfsvervoer combineert. Resultaat: een 24 uren busdienst (besloten vervoer), waar inmiddels tien bedrijven en ca. 800 passagiers per dag gebruik van maken.

3.3 Projecten die logisch zijn ingebed

De Gelreziekenhuizen in Apeldoorn en Zutphen gaan drie vestigingen concentreren op één van de bestaande locaties. Omdat een wijziging in het bestemmingsplan nodig was kon de provincie aandacht vragen voor een betere bereikbaarheid en het parkeren. Een integrale aanpak heeft geleid tot een maatregelenpakket dat voor medewerkers, bezoekers en patiënten interessant is. Deze aanpak bestond uit de volgende onderdelen:

De keuze voor een locatie die optimaal met fiets en openbaar vervoer bereikbaar is;

De aandacht voor mobiliteit vertalen in de arbeidsvoorwaarden en organisatie van het ziekenhuis;

De aanleg van een sterk gereduceerd aantal parkeerplaatsen en dus minder ruimtebeslag;

Het instellen van prikposten op andere locaties, waardoor patiënten niet meer naar het ziekenhuis hoeven te komen. Dit is gunstig voor de patiënt én het beperkt het aantal verplaatsingen naar het ziekenhuis.

Rond de ArenA in Amsterdam is een gebied ontwikkeld met grootschalige detailhandel en uitgaansvoorzieningen, waaronder Heineken Music Hall, een Pathé Bioscoop en Villa Arena. In het kader van de MER was er al aandacht voor de mobiliteit. Om voor een redelijke verkeersafwikkeling te zorgen is gezorgd voor extra fietsenstallingen bij het stadion, zijn er afspraken met bedrijven over medegebruik van parkeerplaatsen, is er een systeem met dynamische route- en parkeerinformatie en is er rondom evenementen extra openbaar vervoer. Maandelijks is er overleg tussen de gebruikers in het gebied. Evenementenorganisatoren maken inmiddels zelf afspraken met de vervoerders zonder tussenkomst van de overheid.

3.4 Projecten met scherpe ambities

Op het bedrijventerrein Oosteind in Papendrecht is het mobiliteitsprobleem acuut. In verband met herinrichting én een dijkverzwaring is de bereikbaarheid in het geding. Het Hoogheemraadschap was daarnaast bang voor schadeclaims wanneer er geen goede regeling

voor de mobiliteit kwam. Berekend werd dat een reductie van het verkeersaanbod in de spits van 30% nodig was om het gebied bereikbaar te houden. Er is overeenstemming bereikt over een breed maatregelenpakket met o.a. een waterbushalte, vrachtwagenparkeerplaatsen en een basispakket plus voor vervoermanagement voor de bedrijven. Een en ander moet worden vastgelegd in een contract of een convenant.

4. Lessen uit de praktijk

De onderzochte voorbeelden zijn zeer verschillend. Ze leveren wel een aantal interessante conclusies op:

- Mobiliteitsmanagement kan worden ingezet ten behoeve van verschillende doelen; reductie van het autogebruik is niet overal een praktisch werkdoel gebleken.
- De behaalde of te behalen resultaten zijn niet onder één noemer te vatten. Als er doelstellingen benoemd zijn liggen ze op velden als: leefbaarheid, bereikbaarheid, duurzaamheid, enzovoort;
- In alle succesvoorbeelden is sprake van maatwerk: aanleiding – aanpak – partners zijn steeds op elkaar afgestemd;
- Het gaat nooit om zelfstandige maatregelen, altijd zijn de maatregelen ingebed in een breder doel. Bedrijven worden niet meer enkel gestimuleerd om vervoermanagement te gaan doen of een carpoolauto te proberen. De noodzaak tot vervoermanagement vloeit logisch voort uit de aanpak van bijvoorbeeld het parkeerprobleem;
- Er komt weinig sturing vanuit de voor mobiliteit verantwoordelijke overheden. Soms grijpen Adviespunten zelf een kans om zich nuttig te maken, soms zijn er partijen vanuit ruimtelijke of economische hoek die sturend zijn.

Deze conclusies leiden tot de vaststelling dat op dit moment over de effectiviteit van mobiliteitsmanagement niet veel te zeggen valt. Cijfers over resultaten ontbreken vaak, en al helemaal in relatie tot de geleverde inspanningen. Belangrijker nog is dat steeds op een geheel ander resultaat gemikt wordt.

5. Vier manieren om de effectiviteit van mobiliteitsmanagement te laten toenemen

Het eigenlijke doel van het onderzoek was om het niet bij conclusies te laten maar deze om te zetten in aanbevelingen die kunnen helpen bij het waarmaken van de terecht nog steeds hoge

ambities van mobiliteitsmanagement. De aandacht spitst zich daarbij toe op de gebiedsgewijze aanpak.

5.1. Duidelijke aanleiding is nodig

Een gebiedsgewijze aanpak kan alleen van de grond komen als er een duidelijke aanleiding is. Zonder een door alle betrokkenen onderkende aanleiding is het niet zinvol een gebiedsgewijs project te starten.

	Aanleidingen voor aanpak
Bedrijven-gebieden	Reconstructie wegens veroudering of andere ingreep
	Parkeerproblemen / stalling voor vrachtauto's
	Onbereikbaarheid (geen CV aanwezig)
	Duurzame ontwikkeling van terrein
	Aanleidingen voor aanpak
Kantoren-gebieden	Verdichting of snelle groei (duurzame ontwikkeling)
	Parkeerproblemen / aanzicht gebied
	Ontbrekende vervoersvoorzieningen (vnl. B-locaties)
	Verkeer- en parkeeroverlast in omliggende wijken / wegennet
	Aanleidingen voor aanpak
(mega) Winkelcentra	Te weinig klanten door onbereikbaarheid (parkeren, files)
	Te groot verkeersaanbod op pieken
	Nieuwbouw of verplaatsing
	Aanzicht gebied te veel op auto gericht, parkeeroverlast
	Aanleidingen voor aanpak
Binnensteden	Duurzame op vitaliteiten leefbaarheid gerichte inrichting
	Aanleidingen voor aanpak
Woongebieden	Oude wijken met weinig ruimte voor de auto
	Wijken met slechte structuur (mobiliteit is niet het probleem)
	Nieuwe wijken met lage dichtheden zonder goed OV
	Duurzame opzet van woongebieden
	Algemene verkeersoverlast
	Aanleidingen voor aanpak
Recreatie en evenementen	Onleefbare gebieden wegens recreatieverkeer
	Alleen met de auto bereikbare attracties
	Eenmalige evenementen
	Aanleidingen voor aanpak
Corridor aanpakken	Groot onderhoud (incidenteel)
	Structurele fileproblemen in de regio

Tabel 2: belangrijkste aanleidingen voor een aanpak met mobiliteitsmanagement

Je bent vrijwel zeker van resultaat als je kan aansluiten op een acuut probleem: grote parkeeroverlast, bezoekers die de locatie niet meer kunnen bereiken. Acute bereikbaarheidsproblemen spelen bijvoorbeeld rond grote evenementen, denk aan de chaos rond Dance Valley in 2001 of de strandfiles op zomerse dagen. Minder urgente problemen kunnen ook een goede aanleiding zijn om mobiliteitsmanagement in te zetten: een herstructurering van het gebied, verkeers- of milieuoverlast in de omgeving, onbenutte kansen om mobiliteit beter te organiseren. Naarmate een aanleiding minder urgent is zal de overheid meer moeite moeten doen om anderen te overtuigen. Iedereen zal dan zijn eigen afweging maken. Tabel 2 biedt een overzicht van het type gebied met de veel voorkomende aanleidingen.

5.2. Kies welke doelen behaald moeten worden

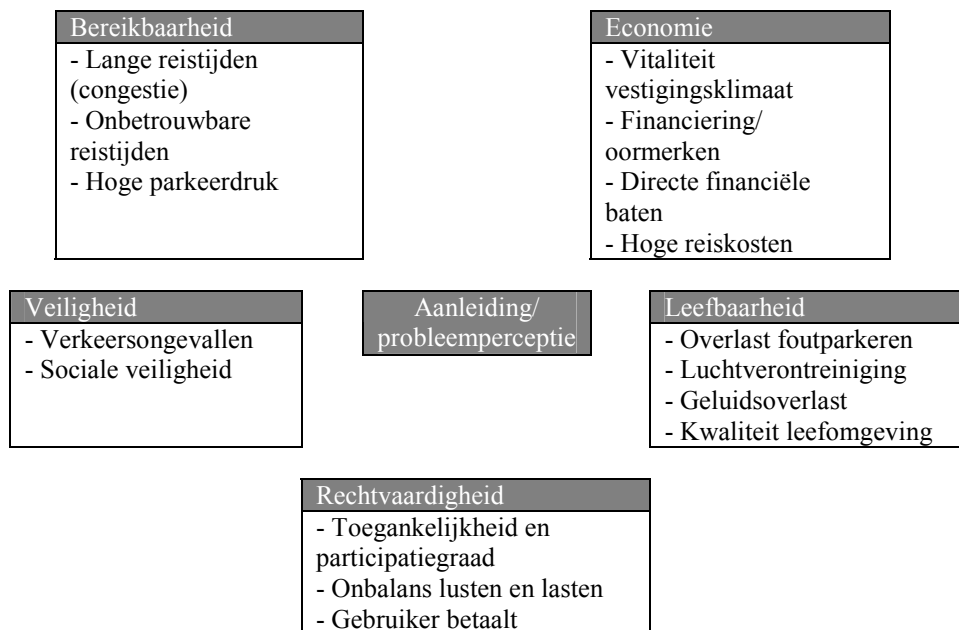
Met mobiliteitsmanagement zijn resultaten op veel terreinen te behalen; kies per geval zorgvuldig of het gaat om minder autogebruik of iets anders. Laat ruimte voor ook voor andere partijen interessante effecten: betere bereikbaarheid, meer reizigers, lagere kosten. Mobiliteitsmanagement heeft niet te maken met slechts één doel of type gewenst effect dat nationaal is vastgelegd¹. Elk project zal zijn eigen keuze moeten maken. De effecten zitten elkaar ook vaak in de weg. Het verbeteren van de bereikbaarheid zal soms ten koste gaan van de leefbaarheid. Wat voor de één een belangrijk doel is hoeft dat niet te zijn voor de ander. Bedrijven zijn geïnteresseerd in een goede bereikbaarheid, bewoners in leefbaarheid en de milieuverantwoordelijken in een CO2 reductie. Het is aan de overheid om bij te dragen aan de juiste balans. In geslaagde projecten is het gelukt om deze win-win situatie te bereiken. In praktijk zijn vijf effectvelden te onderscheiden. Zie hiervoor figuur 1.

5.3. Werk projectmatig

Mobiliteitsmanagement zal veel meer projectmatig moeten worden opgesteld met een duidelijke keuze voor doelen en aanpak en met de mogelijkheid tot verantwoording achteraf. Momenteel worden nog nauwelijks eisen gesteld of verantwoording gevraagd. Officiële evaluaties of zelfs projectplannen zijn van de meeste projecten niet beschikbaar. Dat maakt het moeilijk om harde conclusies te trekken over de effectiviteit van mobiliteitsmanagement. De vele gesprekken die gevoerd zijn maken wel het belang van een

¹ Daarin verschilt het met bijvoorbeeld verkeersmanagement of duurzaam veilig waar de gewenste effecten veel eenduidiger zijn

projectmatige aanpak duidelijk. Dat is nog niet vanzelfsprekend. In een meer projectmatige benadering van mobiliteitsmanagement ontstaat meer oog voor de effectiviteit en zal die uiteindelijk ook kunnen toenemen. Als er geen overeenstemming bereikt kan worden over het project is het af te raden verder te gaan. Liever een stopgezet project dan een kansloos resultaat. Zakelijker opgezette projecten maken het mogelijk eenvoudiger van elkaar te leren. Emotie en ideologie horen in de uitvoering geen rol te spelen.



Figuur 1. De effectvelden van mobiliteitsmanagement

5.4. Waar een wil is, is een effect!

Resultaat of het gebrek aan resultaat heeft vooral te maken met de wil bij de overheid om keuzes te maken. Wat wil ze precies bereiken in het gebied? Hoeveel heeft ze daar voor over? Algemene projectdoelen als ‘de introductie van mobiliteitsmanagement’ of zelfs ‘een reductie in het autogebruik’ werken niet. De verschillen in type project zijn te groot tussen de aanpak van fout geparkeerde auto’s of het terugdringen van te hoge verkeersbelasting om aan milieunormen te voldoen. De overheid zal een duidelijke keuze moeten maken, zowel in algemene zin als per project. Het is vervolgens aan de uitvoerders om het gewenste resultaat ook te behalen.

Dit is de theorie. In praktijk worden Adviespunten niet op 'output' aangestuurd, hoogstens hoeveel bezoeken ze afleggen en of aan alle administratieve verplichtingen wordt voldaan.

Over de output van gebiedsgewijze projecten achteraf is nog weinig bekend. Met terugwerkende kracht concluderen de betrokkenen dan ook dat vooraf blijkbaar ook weinig druk op het resultaat stond. Harde keuzes ontbraken. Aan de andere kant is het ook moeilijk voorstelbaar dat mobiliteitsmanagement met prestatiecontracten en bonus/malus regelingen gaat werken. Wel verdient de effectiviteit van mobiliteitsmanagement de komende tijd meer aandacht.

6. Niet verleiden maar managen

De vraag is of ‘verleiden’ nog zoveel aandacht moet krijgen bij mobiliteitsmanagement. Goed managen lijkt veel relevanter. Bovendien kan de vraag gesteld worden of verleiden wel een taak van de overheid is. De markt kan dat veel beter.

De rol van de markt is in het onderzoek nader bekeken. Mobiliteitsmanagement brengt vraag en aanbod dicht bij elkaar en hier ligt een commerciële verantwoordelijkheid. Commerciële bedrijven beschikken ook over het sterkste instrumentarium om gedragsbeïnvloeding (verleiding) tot stand te brengen en hebben daar direct belang bij! Toch blijkt dat de financiële prikkels voor de markt om actief in mobiliteitsmanagement te investeren beperkt zijn. Er zijn nog weinig thema’s te vinden waar de markt elke vorm van overheidsbemoeienis overbodig maakt; autodate is een voorbeeld van een nieuwe vervoerswijze dat bijna zo ver is. Aangezien de verantwoordelijkheid voor mobiliteitsmanagement bij decentrale overheden ligt is het ook moeilijk op dat niveau die prikkels te organiseren.

Om goed te kunnen managen zal de overheid zich daarom per onderwerp goed moeten bezinnen op haar mogelijke rol. Ook daar zal ze bewust voor moeten kiezen:

- Communicatie (bijv. campagnes)
- Organisatorisch (participeren in projecten of trekken)
- Bieden faciliteiten (bijv. aanleg autodate parkeerplaatsen, een fietsbrug, (medegebruik) vrije busbanen, enzovoort)
- Financieel (in opstartfase of blijvende exploitatiesubsidie)
- Taakuitvoering: Opleggen of uitvoering van maatregelen (parkeerverordening, afsluiten weg, concessieverlening)

Met name die laatste rol illustreert waarom de overheid met mobiliteitsmanagement meer resultaat kan halen dan ze misschien denkt. Ze beschikt over instrumenten om de gewenste effecten af te dwingen of om de druk op betrokkenen te vergroten om maatregelen te nemen. Met deze instrumenten is gedrag afdwingbaar: een weg afsluiten, een vervoerplan eisen. Als stok achter de deur zouden die instrumenten beter benut kunnen worden. Wel is het zo dat te snel gebruik van het juridisch instrumentarium ten koste zal gaan van draagvlak en mogelijk contraproductief werken richting partners.

7. Conclusies

Er is een groeiend inzicht dat met mobiliteitsmanagement – vooral in een gebiedsgewijze setting – goede resultaten zijn te behalen. Inmiddels is ook duidelijk geworden aan welke voorwaarden dan moet worden voldaan. Mobiliteitsmanagement biedt kansen om een breed scala aan doelen te verwezenlijken. Vooral als antwoord op locatiegebonden problemen. Op lokaal niveau lijkt de gemeente de aangewezen trekker vanuit de overheid. Provincies en/ of kaderwetgebieden kunnen een belangrijke rol spelen. Het is nodig om deze rollen en taken scherper af te bakenen. Daarnaast is er nog steeds verwarring over de inhoud van begrippen als mobiliteitsmanagement, vervoermanagement en locatiebereikbaarheid. De Kennisalliantie Mobiliteitsmanagement werkt aan een eenduidige afbakening en begripsbepaling. Bij het indienen van deze paper kon hier nog geen duidelijkheid over worden gegeven. In de presentatie wordt hier nader op in gegaan. Tot slot is het nodig om aan de hand van de bevindingen uit het onderzoek te komen tot een goede methode te komen voor mobiliteitsmanagement. De methodiek van het gebiedsgericht benutten geeft hiervoor inspiratie.

Referenties

KpVV, Waar een wil is, is een effect. Effectiviteit van mobiliteitsmanagement onderzocht en toegankelijk gemaakt. Rapport, 2005, 34 pagina's.

KpVV, Waar een wil is, is een effect. Effectiviteit van mobiliteitsmanagement onderzocht en toegankelijk gemaakt. Voorbeeldenboek, 2005, 30 pagina's.

Ligtermoet + Louwse, Gebiedsgewijs of Onwijs, 2001, 122 pagina's.

Ministerie van Verkeer en Waterstaat, Nota Mobiliteitsmanagement, 2002, 38 pagina's.

Raad voor Verkeer en Waterstaat, Ieder zijn deel. Locatiebereikbaarheid anders aanpakken, 2004, 73 pagina's.