

Horen, zien en begrijpen

Ontwikkeling van een buslijn voor en met ouderen en mensen met een functiebeperking



[Aafke Kauffman]

[Muzus]

[aafke@muzus.nl]

[Evelien Fleskens]

[inno-V]

[ef@inno-v.nl]

[Wilko Mol]

[inno-V]

[wm@inno-V.nl]

**Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk
24 en 25 november 2011, Antwerpen**

Samenvatting

Lijn 100 – Ontwikkeling van een buslijn voor en met ouderen en mensen met een functiebeperking

Binnen het Europese project 'Boosting Advanced Public Transport Systems' (BAPTS) vanuit de gemeente Eindhoven is een pilot project uitgevoerd om het gebruik van regulier openbaar vervoer onder ouderen en mensen met een functiebeperking te stimuleren. Uit het eerder onderzoek is gebleken dat met name binnen deze doelgroepen potentieel ligt om het gebruik van openbaar vervoer te stimuleren. In de huidige situatie maken mensen die moeilijk ter been zijn vaak gebruik van WMO-vervoer. Regulier busvervoer is voor hen minder geschikt. Met deze pilot wilden we leren hoe het openbaar vervoer in Eindhoven aantrekkelijker en toegankelijker gemaakt kan worden voor deze speciale doelgroep. Daarnaast was het doel te bekijken in hoeverre co-creatie, het betrekken van de doelgroep bij de ontwikkeling van de buslijn, kan bijdragen in het optimaal afstemmen van de vervoersdienst op de specifieke wensen en behoeften. Voor de uitvoering van de pilot is gekozen voor stadsdeel Woensel omdat de doelgroep hier goed vertegenwoordigd is.



Tijdens het project zijn senioren en mensen in een rolstoel uit het stadsdeel Woensel intensief betrokken. Voor en samen met hen hebben we de verschillende elementen van de vervoersdienst gezamenlijk vormgegeven en is er gewerkt aan een oplossing die écht is afgestemd op de doelgroep. Het resultaat: lijn 100 - rondje Woensel, een bijzondere en unieke buslijn waarin het sociale karakter en mobiliteit elkaar versterken. Kenmerkend voor de bus zijn de extra voorzieningen zoals een elektrische oprijplaat, een vaste steward die helpt bij in- en uitstappen en een route

waarbij de bus een rondje maakt langs alle voor de doelgroep belangrijke locaties in de wijk. Ook is bewust gekozen voor een route die niet het centraal station van Eindhoven aandoet om grote drukte door forensen en scholieren te mijden.

Om het succes van de bus tijdens het gebruik te meten is gebruik gemaakt van verschillende instrumenten waaronder reizigerstellingen, interviews, enquêtes in de wijk en in de bus. Hieruit kwam een zeer positieve attitude van gebruikers en niet-gebruikers van Lijn 100 naar voren. Dit heeft ons veel geleerd over wat het openbaar vervoer toegankelijker maakt voor ouderen en mensen met een functiebeperking. Zo blijkt snelheid en frequentie voor deze doelgroep minder belangrijk. Wel belangrijk bleken betrouwbaarheid, voldoende tijd voor in- en uitstappen, hulp bij in- en uitstappen en de sociale factoren. Met name dit laatste was een verrassend leerpunt. Zo maakten mensen gebruik van de bus enkel voor de gezelligheid of om een gevoel van eenzaamheid te verminderen. De bus biedt voor hen een combinatie van ontmoeten, ontspannen, een lokaal karakter en mobiliteit.

De co-creatie aanpak heeft er voor gezorgd dat de bus in zijn huidige vorm goed aansluit bij de behoeften van de doelgroep. Daarnaast heeft het ertoe geleid dat de deelnemers van de co-creatie zich ambassadeurs voelden van de bus die zij mede hebben ontwikkeld. Het pilotproject van lijn 100 heeft geleid tot een aantal leerpunten voor verbeteringen van het openbaar vervoer in Eindhoven.

1. Inleiding

1.1 Achtergrond



De gemeente Eindhoven is één van de negen partners in het EU Interregproject genaamd 'Boosting Advanced Public Transport Systems' (BAPTS). Het BAPTS-project staat voor het implementeren en integreren van hoogwaardig openbaar vervoer in termen van schone, efficiënte, toegankelijke en duurzame mobiliteit. Binnen het BAPTS-project is een 'verkenning

doelgroepgerichte benadering openbaar vervoer' [0] uitgevoerd wat heeft geleid tot de uitvoering van een concrete pilot van februari tot en met augustus 2011 in de wijk Woensel in de gemeente Eindhoven, om het gebruik van het reguliere openbaar vervoer onder de doelgroepen ouderen en mensen met een functiebeperking te stimuleren.

In deze pilot is intensief samengewerkt door o.a. de volgende partijen: Gemeente Eindhoven, Samenwerkingsverband Regio Eindhoven (SRE), Hermes, Muzus en inno-V.

1.2 De pilot

Het vooronderzoek [0] heeft geleid tot een pilot die gericht is op:

- het vormgeven van een buslijn waar de doelgroep zich op haar gemak voelt en serieus genomen voelt;
- het voor de doelgroep toegankelijk en aantrekkelijk maken van een buslijn;
- het laten meebeslissen van de doelgroep over uitvoering en service op deze buslijn;
- het bedienen van de doelgroep met een bus die naar bestemmingen gaat die voor hen in het bijzonder interessant zijn.

Er is dus sprake van een openbare buslijn die is afgestemd op de wensen en behoeften van de doelgroep; uiteraard binnen een aantal financiële en functionele randvoorwaarden.

1.3 Leeswijzer

In dit paper gaan we in op de doelstellingen van de pilot, de aanpak door middel van co-creatie, de monitoring en de resultaten en eerste conclusies tot nu toe. Deze pilot met de buslijn is op het moment van schrijven zeer kort geleden afgerond en op dit moment is de evaluatie in volle gang.

2. Doelstelling pilot

2.1 Doel van de pilot

Het overkoepelende doel is een beter toegankelijk OV in Eindhoven voor een specifieke doelgroep, door middel van een pilot met een lijnbus die door middel van co-creatie met de doelgroep van ouderen en mensen met een functiebeperking is ontwikkeld. De Gemeente Eindhoven wil met deze specifieke pilot het volgende te weten komen:

- testen of met co-creatie een lijnbus goed vormgegeven kan worden voor de doelgroep ouderen en mensen met een functiebeperking;
- testen of ouderen en mensen met een functiebeperking gebruik willen maken van een lijnbus die speciaal op hun wensen is ingericht;
- inzicht krijgen in hoeverre een co-creatie-lijnbus-concept kan bijdragen aan een verbetering van het openbaar vervoer netwerk in Eindhoven.

Het leren van de pilot staat centraal. Het succes van het project zal dan ook worden uitgedrukt in termen van leerpunten waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen de succes- en faalfactoren. Deze leerpunten zijn belangrijk voor het toepassen en gebruiken van de succesfactoren in het OV-netwerk van Eindhoven. Het al dan niet voortzetten van

de speciale buslijn (evt. in gewijzigde vorm) is een weliswaar relevante, maar andere vraag. De leerpunten uit de pilot vormen uiteraard belangrijke input bij het beantwoorden van die laatste vraag.

2.2 Keuze voor de doelgroep en locatie voor de pilot

Uit het vooronderzoek [0] is gebleken dat met name binnen de doelgroepen WMO en Witte Raaf (ouderen en mensen met een functiebeperking) potentieel ligt om het gebruik van het reguliere openbaar vervoer te stimuleren. Deze doelgroep is goed vertegenwoordigd in het stadsdeel Woensel in Eindhoven, wat reden was om deze wijk te kiezen als locatie voor de pilot.

3. Luisteren naar de doelgroep

3.1 Co-creatie aanpak

Voor het ontwikkelen van de nieuwe buslijn in de wijk Woensel zijn mensen uit de doelgroep en uit de wijk intensief betrokken. Door middel van co-creatie zijn verschillende elementen van de vervoersdienst gezamenlijk vormgegeven. Hierdoor was het mogelijk het vervoerproduct optimaal af te stemmen op de specifieke behoeftes van ouderen en mensen met een functiebeperking. Er is gekozen voor een opzet van vijf sessies met de doelgroep, ieder met een eigen focus. De contactmomenten vonden plaats op de cruciale punten in het proces:

1. inventariseren - in kaart brengen van behoeftes;
2. creëren - ontwerpen samen met de doelgroep;
3. reflecteren – feedback op de route en communicatie;
4. observeren - de bus in de praktijk;
5. evalueren – bespreken resultaten.

3.2 Waarom eindgebruikers betrekken?

Co-creatie is een methode die kan worden ingezet voor het bereiken van verschillende doelen. Aan de ene kant is het een methode die het mogelijk maakt om kwalitatieve informatie te verkrijgen over de beleving, ervaringen en behoeftes van de doelgroep. Dit is zinvol wanneer het gaat om het ontwikkelen van nieuwe producten en/of diensten waarbij emotionele factoren, perceptie en context een belangrijke rol spelen voor het succes van het product. Anderzijds creëert het betrokkenheid en een goede communicatie tussen alle stakeholders, waaronder de doelgroep [3]. Zij voelen zich gehoord, gezien en begrepen en worden daardoor mede-eigenaar van het product.

Latente behoeftes in kaart brengen

Voor het ontwikkelen van een nieuw product of dienst is het noodzakelijk inzicht in de gebruiker te verkrijgen op behoefteniveau om ervoor te zorgen dat het product aansluit bij zijn verwachtingen en beleving. Naast het verkrijgen van deze informatie is het belangrijk dat er empathie is voor de doelgroep bij de ontwerpers. Dit kan bereikt worden door ze deel te laten uitmaken van het ontwikkelteam. Het in kaart brengen van latente behoeftes, behoeftes waar de doelgroep zich niet altijd bewust is, kan door middel van generatieve technieken. Hierbij wordt de eindgebruiker beschouwd als expert van zijn eigen ervaringen [1] en biedt hij informatie en inspiratie, zonder zelf te ontwerpen. Co-creatie verschilt hiermee van de traditionele onderzoeks- en ontwerpmethodes zoals gebruiks studies, interviews of focusgroepen. De methode gaat dieper en is meer creërend dan reflecterend. Het biedt daarmee aanknopingspunten voor

innovatie aan het begin van een ontwikkelproces in plaats van feedback te geven op bestaande producten of ideeën.

Om de latente behoeftes van ouderen en mensen met een functiebeperking in kaart te brengen op het gebied van mobiliteit en openbaar vervoer, hebben we gebruik gemaakt van de aan de TU Delft ontwikkelde aanpak voor co-creatie [1,2,3,4]. Door middel van verschillende co-creatiesessies is er gewerkt aan een oplossing die écht is afgestemd op de doelgroep. Daarin zijn generatieve technieken toegepast om de deelnemers te helpen kennis te delen, in het bijzonder kennis die moeilijk te verwoorden is.

Ambassadeurs creëren

Een effect dat wordt bereikt door co-creatie is dat de participanten ambassadeurs worden van het product of dienst die zij mede hebben ontwikkeld. Zij zullen zich ook op die manier voor dit product inzetten. Bij de ontwikkeling van de buslijn is hier ook gebruik van gemaakt. Door te kiezen voor de juiste aanpak en door de co-creatie deelnemers hierin een grote rol te geven hebben we ervoor gezorgd dat de bus ook echt door hen wordt gedragen. Hierdoor hebben zij mede zorg gedragen voor de communicatie en promotie van de buslijn. Echter, ambassadeur worden doe je niet zomaar: een echte ambassadeur verwacht ook iets terug. Belangrijk is het serieus en gelijkwaardig behandelen van de doelgroep. Denk daarbij niet in stereotypen, maar behandel de doelgroep als een echte stakeholder, net als alle andere stakeholders in het proces. Geef bovendien de credits die ze verdienen voor het mede-ontwikkelen van het product. Door dit te doen hebben we ervoor gezorgd dat de bus een vliegende start kreeg.

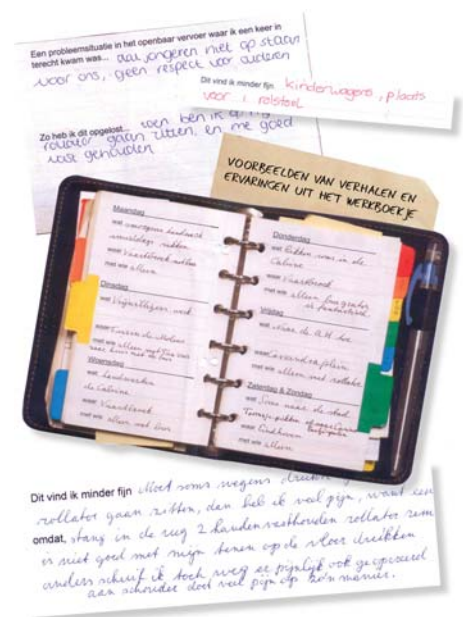
3.3 Impressie van het co-creatieproces

Om een beeld te geven hoe een co-creatieproces in zijn werk gaat en wat er allemaal bij komt kijken, laten we door middel van een aantal voorbeelden zien wat er tijdens de sessies met de doelgroep is gedaan, wat de resultaten waren en hoe deze verder zijn gebruikt in het proces.

Werven van participanten en voorbereiding

Voorafgaand aan de co-creatie sessies is een groep van 8 participanten geworven. Daarbij waren er 3 in de leeftijdscategorie 75+, 3 in de leeftijdscategorie tussen de 65 en 75 jaar, en 2 jongeren met een functiebeperking. De gemene deler voor alle participanten was dat zij woonden in de wijk Woensel en minder mobiel waren.

Een week voorafgaand aan de sessies zijn alle participanten persoonlijk bezocht en voorbereid op de focus en het doel van de sessies. Daarnaast kregen zij een sensitizing pakketje met daarin een aantal voorbereidende opdrachten. Door middel van deze opdrachten werden de participanten geprikkeld om vast na te denken over een aantal onderwerpen op het gebied van mobiliteit, en te reflecteren op hun eigen ervaringen. Door veel aandacht te geven aan de voorbereiding zorg je voor een hoge betrokkenheid en opkomst bij de sessies.



Figuur 1 - Voorbeeld van een aantal ingevulde sensitizing opdrachten



Figuur 3 - Twee knelpunten uit tweede co-creatie sessie

Implementatie

Op basis van de tweede sessie is het ontwerp van de bus en de route definitief gemaakt. Ook is er een personeelsteam, bestaande uit een vaste chauffeur, een vaste steward en een reserve steward. Daarnaast is er gewerkt aan de communicatie van de buslijn naar het publiek. Om bekendheid te genereren voor de bus onder mensen van de doelgroep en in de wijk zijn posters verspreid op locaties langs de route, waaronder ouderencomplexen, winkelcentra en ziekenhuizen. Daarnaast hebben de participanten zich ingezet om mensen bewust te maken van de voordelen van de bus. Ook is er media aandacht geweest bij de start van de buslijn door middel van een feestelijk opening. Daarmee is de bus voor een pilot periode van een half jaar in gebruik genomen.

Sessie 3: Reflecteren

Ruim een maand na de ingebruikname van de bus zijn alle participanten uitgenodigd om weer bij elkaar te komen om te vertellen over hun ervaringen met de bus. Hiermee konden we reflecteren op de dingen die als positief dan wel negatief werden ervaren, waarbij er nog kleine aanpassingen gemaakt konden worden. Zo is er in de route een extra halte bijgekomen en waren er verbeteringen voor het communiceren van de route informatie.

Sessie 4: Observeren

Na ruim de helft van de pilotperiode zijn er in de bus interviews gehouden om te kijken wat de reacties waren van de reizigers. Naast de mensen van de co-creatiegroep is er ook gesproken met toevallige reizigers in de bus. Hierdoor konden we horen wat hun ervaringen waren en of deze zouden verschillen van die van de vaste groep co-creatie mensen. Wat uit de gesprekken naar voren kwam was dat vooral sociale factoren zoals een vaste steward met tijd heeft om te helpen en met wie je een praatje kan maken, een grote rol speelde voor de mensen. "Normaal neem ik altijd iets tegen de zenuwen als ik de bus neem, maar bij deze bus hoeft dat niet." Ook bleek dat ouderen soms weleens de bus pakten, niet met het doel om ergens naartoe te gaan, maar om er even uit te zijn. "Dan kom ik nog eens ergens... dan ben ik er even uit". Alle interviews zijn opgenomen en een aantal zijn gebruikt in een promotiefilm om de doelgroep te informeren.

Sessie 5: Evalueren

De pilot fase is afgesloten met een evaluatie op de laatste dag dat de bus reed. Aan het einde van de bijeenkomst hebben de participanten gezamenlijk het laatste rondje meegereden. Tijdens de evaluatie is gesproken over het de leerpunten en succesfactoren van de bus zelf, maar ook over het proces. Hoe vonden de participanten het om betrokken te worden bij het ontwikkelproces? Was er voor hun gevoel voldoende gedaan met de dingen die gezegd waren? En is co-creatie iets om in de toekomst vaker toe te passen? Hierover waren alle participanten het eens. Ze waren positief over hun rol in het project en zien het nut van het betrekken van de doelgroep bij toekomstige openbaar vervoer projecten.

4. Lijn 100 – ‘Rondje Woensel’

Het co-creatie proces heeft geleid tot lijn 100 - Rondje Woensel. Een bus voor iedereen maar met een aantal extra faciliteiten voor reizigers met een fysieke beperking. Onder deze faciliteiten een vaste steward die de reizigers helpt met in- en uitstappen, een elektrische oprijplaat die de bus toegankelijker maakt voor rolstoelen, rollators en kinderwagens, en een extra rolstoelplek.



De bus heeft een half jaar lang gereden van dinsdag t/m zaterdag tussen 09.00 en 17.00 uur. Daarbij reed hij ieder uur een rondje door Woensel. Enkele haltes op de route: Maxima medisch centrum, Catharina ziekenhuis, winkelcentrum Woensel, Ir. Ottenbad, Henri Dunantpark, winkelcentrum Vaartbroek en zorgcentrum Kronehoef. Er is bewust gekozen voor een route met een eenvoudige dienstregeling (exact om het uur) en die drukke plekken zoals het centraal station mijdt.



Figuur 4 – Route van lijn 100

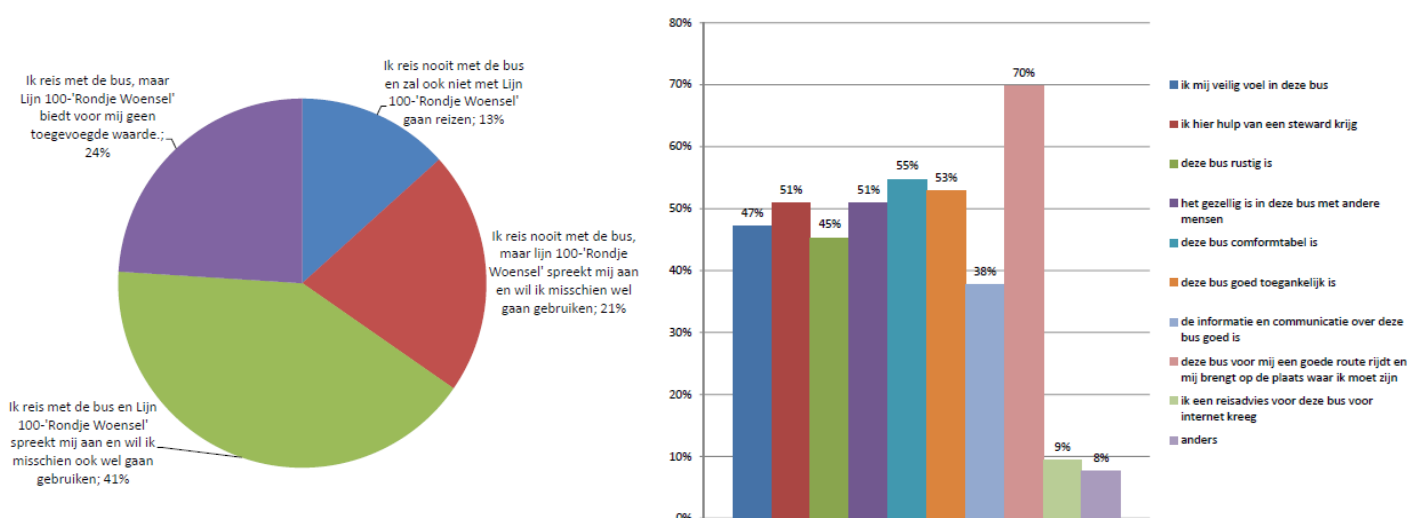
5. Meetbaar maken

5.1 Meetinstrumenten

Metten is natuurlijk weten, dus om het succes van het gebruik van de bus mede te bepalen, zijn naast het co-creatieproces meerdere bronnen ontwikkeld en gebruikt om het gebruik en waardering van Lijn 100 inzichtelijk te maken:

1. Reizigerstellingen, uitgevoerd door Hermes (2 meetweken, daarnaast reguliere tellingen);
2. Enquêtes in de bus (begin en einde van de pilot);
3. Enquêtes in Woensel naar de doelgroep (steekproef = 1500, respons gemiddeld 63%) (voormeting, tussentijdse meting en evaluatiemeting);
4. Input van reizigers via “wenskaarten” en e-mail.

Met deze instrumenten kan o.a. worden bekeken wat het aantal reizigers is en de trends hierin, de klanttevredenheid en de belangrijkste verbeter suggesties en ideeën.



Figuur 4 - Zeer positieve attitude t.o.v. Lijn 100, óók door niet-busgebruikers

Deze monitoring leverde opvallende resultaten op die de positieve attitude van de co-creatiegroep bevestigen en ook bekrachtigt. Een korte opsomming:

1. Reizigerstellingen: zo'n 90 unieke reizigers in totaal, met een ruime vaste kern die meerdere keren per week reist. Bezettingsgraad is circa 8-10 per rit, waarbij middag iets drukker dan ochtend;
2. Enquêtes in de bus: goed gebruik door de doelgroep (gemiddelde leeftijd is 75), vrijwel iedereen raadt de bus aan aan anderen. Redenen om Lijn 100 te gebruiken komen sterk overeen met de wensen van de co-creatiegroep die mede de inrichting en service van de bus hebben bepaald (zie staafdiagram in figuur 4). Gemiddeld cijfer waardering is een 9,5;
3. Enquêtes in Woensel naar de doelgroep:
 - Voormeting: Positieve attitude tegenover de *reguliere* OV in Eindhoven;
 - Tussenmeting: Zeer positieve attitude tegenover Lijn 100 (zie fig.4);
 - Nameting: is ten tijde van dit schrijven net uitgezet;
4. Input van reizigers via “wenskaarten” en e-mail: een aantal quotes; “graag een halte bij de Airbornelaan” (is er ook gekomen halverwege de pilot), “Ik neem het liefst deze bus, ook moet ik een half uur langer wachten. Want met deze bus weet ik zeker dat ik er kom en het is er altijd gezellig.”

6. Resultaten en evaluatie

Nu de pilot is gestopt wordt gekeken hoe succesvol het project geweest is. Het antwoord op de vraag of het project/de pilot geslaagd is, is genuanceerd. Er spelen immers verschillende doelen een rol en een simpel “wel geslaagd” of “niet geslaagd” is te kort door de bocht. Het **leren** van de pilot staat centraal. Dit betekent dat we het succes van het project moeten uitdrukken in termen van **leerpunten** waarbij we onderscheid maken tussen de succes- en faalfactoren. Deze leerpunten zijn belangrijk voor het toepassen en gebruiken van de succesfactoren in het OV-netwerk van Eindhoven. Het al dan niet voorzetten van Lijn 100 (evt. in gewijzigde vorm) was een weliswaar relevante, maar andere vraag.

6.1 Categorieën leeraspecten en meetinstrumenten

De leerpunten van het project zijn onderverdeeld in vier categorieën, waarmee de doelstellingen zijn afgedekt.

Categorie	Toelichting	Beschikbare meetinstrumenten
Vervoerkundig	Antwoord op de vraag in hoeverre co-creatie én het concept Lijn 100 kunnen bijdragen aan het verbeteren van het OV-netwerk in Eindhoven. Hiervoor moeten we vaststellen in hoeverre het OV-netwerk verbeterd is	<ul style="list-style-type: none"> • Vooronderzoek [0] • Wijkenquête 1 t/m 3 • Busenquêtes • Wenskaarten + e-mails • Plaatsing in het netwerk (snelheid, aansluitingen, ontsluiting) • Concept (herkenbaar & eenvoudig) • Tellingen
Sociaal	Antwoord op de vraag in hoeverre het concept Lijn 100 de actieradius en het sociale netwerk van de doelgroepen vergroot heeft. Wil de doelgroep (meer) van een bus gebruik maken die beter aansluit bij hun wensen?	<ul style="list-style-type: none"> • Wijkenquête 1 t/m 3 (attitudevragen) • Busenquêtes • Wenskaarten + mails • Evaluatie door co-creatiegroep • Reactie betrokken instanties langs de route • Interview steward
Commercieel	Antwoord op de vraag wat de potentiële kosten en opbrengsten zijn	<ul style="list-style-type: none"> • Wijkenquête 1 t/m 3 (vragen over gebruik en attitude) • Tellingen • Overzicht kosten (exploitatie, communicatie, organisatie, infra) • Overzicht gebruikte vervoerbewijzen
Proces	Antwoord op de vraag in hoeverre door co-creatie het/een concept vormgegeven kan worden en wat de rol van het co-creatieproces daarbij geweest is in deze specifieke situatie van het ontwikkelen van een speciale bus met en voor een speciale doelgroep	<ul style="list-style-type: none"> • Co-creatiebijekomsten • Notulen projectgroep • Wijkenquête 1 t/m 3 (als test voor representativiteit van co-creatiedeelnemers) • Wenskaarten + mails • Samenwerking tussen alle betrokken partijen

6.2 Leeraspecten tot nu toe

Het project en de evaluatie van de pilot is ten tijde van het schrijven van deze paper nog in volle gang. Op dit moment kunnen de volgende leerervaringen voor de 4 categorieën worden benoemd.

Vervoerkundig

De positieve attitude van gebruikers en niet-gebruikers van Lijn 100, wat uit zowel de wijkenquête als de busenquête blijkt, toont aan dat Lijn 100 een meerwaarde heeft op het huidige OV-aanbod in Eindhoven. Dit blijkt ook uit een groot aantal reizigers van lijn 100 dat het erg jammer zouden vinden als de pilot zou eindigen. Mensen worden door Lijn 100 in staat gesteld om op een plezierige manier te kunnen reizen met een lijnbus (wat voor sommigen eerst niet mogelijk was). Dit komt door o.a.:

- **De service** van de vaste steward en chauffeur (angst wegnemen zodat de ouderen zich thuis voelen in het openbaar vervoer, enthousiasmeren, hulp bij in- én uitstappen (rollator/rolstoel/zware tassen), herkenbaarheid, de steward helpt, geeft antwoord op vragen / overstapinformatie en zorgt echt voor entertainment, maakt de bus extra aantrekkelijk en toegankelijk voor ouderen en mensen met een functiebeperking. Uit reacties van reizigers is gebleken dat zij de bus dan ook beschouwen als een goed alternatief voor Taxibus. De bus rijdt weliswaar niet van deur tot deur, maar kent wel een vaste en betrouwbare dienstregeling)
- **De elektrische rolstoelplank** voor (zelfstandig) inrijden voor rolstoelgebruikers, maar vooral gebruikt voor makkelijker in- en uitstappen met rollator of kinderwagen etc.
- **De extra rolstoelplek** (ruimte voor 2 rolstoelers en veel ruimte voor rollators en kinderwagens)
- **Gegarandeerde zitplaats** (geen overvolle bus)
- **De rij- en optreksnelheid** (langzaam t.o.v. standaard lijnbus, dus rustig in- en uitstappen)
- **De route** (o.a. dankzij nieuwe haltes en het niet aandoen van het station wat de bus minder druk maakt)
- **De dienstregeling** (dinsdag t/m zaterdag, 1x per uur en 7x per dag). Ook al rijdt de bus maar 1 x per uur, men is zeer tevreden. De middag is wel drukker (zowel qua verkeersdrukte als qua aantal passagiers), maar nog steeds goed haalbaar binnen het uur
- **De bezettingsgraad** (circa 8-10 per rit, waarbij middag iets drukker dan ochtend vanuit een totaal klantenbestand van 80-100 unieke reizigers) is in relatieve zin positief te noemen, omdat met minimale communicatie-inspanningen en een zeer korte doorlooptijd van de pilot toch een vaste kern reizigers is bereikt. Deze vaste kern van reizigers zijn promotors van de bus en trekken nieuwe reizigers de bus in. Daarnaast is er sprake geweest van continu, doch gestage groei van nieuwe reizigers. Vooral flinke groei ten opzichte van de eerste maand



In absolute zin is het aantal reizigers beperkt. De lijn kan daardoor in de huidige opzet niet in stand worden gehouden. De vervoerder of vervoerautoriteit is niet in staat om de huidige, onevenredig hoge exploitatielasten te dragen. Ook vanwege de al op handen zijnde bezuinigingen op de OV-exploitatie in het SRE-gebied.

Er zijn vier denkbare redenen waarom het aantal reizigers achterbleef:

1. De looptijd van de pilot is slechts een half jaar. Dit is te kort voor reizigers om bekend te raken met het initiatief en de mogelijkheden / praktische voordelen van deze buslijn in hun verplaatsingspatroon / activiteitenpatroon. Aanpassing van verplaatsingsgedrag vergt nu eenmaal tijd
2. De lijn is door een lage frequentie en geen route via het station beperkt zichtbaar
3. De lijn is aanvullend op de al bestaande dienstregeling. Voor veel reizigers is deze bus dan ook geen noodzakelijk alternatief (voor wat betreft de verplaatsing van A naar B). Daardoor kan er in zo'n korte tijd nauwelijks sprake zijn van een substitutie van bestaande lijnen naar deze lijn
4. In het begin was er veel onduidelijkheid of bus wel voor iedereen toegankelijk was, dus niet alleen voor mensen met functiebeperking en rolstoelers. Dat is later wel redelijk tot goed bekend geworden

Sociaal

We hebben (onverwacht) kunnen concluderen dat de sociale functie van de bus door de reizigers op grote waarde wordt geschat, wat bijdraagt aan de positieve waardering van Lijn 100. Mensen maken gebruik van de bus om o.a. de volgende sociale redenen:

- “dan kom ik nog eens ergens”; voor sommigen uit een sociaal isolement komen;
- “als ik het even niet meer zie zitten, dan maak ik een rondje met de bus”; voor mensen die zich eenzaam voelen;
- “voor de gezelligheid”; anderen ontmoeten, contact met de steward. Er is een zeer groot enthousiasme bij chauffeur en steward en ook veel plezier en enthousiasme bij meereizende passagiers;
- “mijn vaste rondje”; als dagbesteding/tijdverdrijf;
- “ik neem deze bus liever ook al duurt het een half uur langer”; vanwege de goede service en het vertrouwde karakter (“hiermee kom ik er zeker”). Sommige passagiers kiezen echt bewust voor deze bus en laten andere lijnen links liggen;
- Voor de doelgroepen heeft een vaste lijndienst bepaalde voordelen boven een flexibele dienst zoals Taxibus. De doelgroep voelt zich flexibeler op de lijndienst dan de Taxibus waar ze vaak lang moeten wachten. Met de lijnbus hebben ze het zelf in de hand en weten ze wat ze kunnen verwachten;
- Het “rijdende buurthuis” als nieuw concept. In feite is er een nieuw, goed openbaar vervoer product ontstaan wat voorziet in de latente behoefte van een combinatie van ontmoeten, ontspanning, lokaal karakter en mobiliteit. Er hangt echt een gemoedelijke sfeer, een bus die echt de tijd neemt voor haar passagiers.

Commercieel

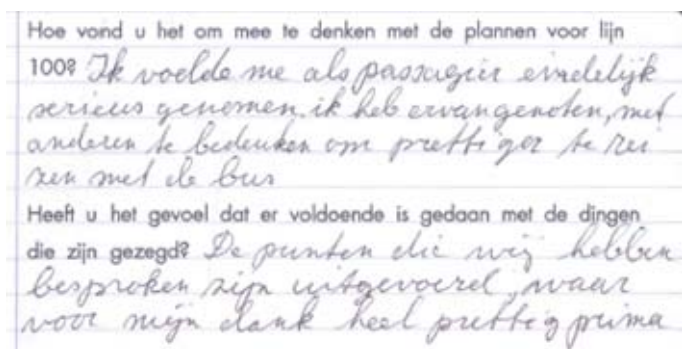
De reizigersopbrengsten zijn laag, mede gezien het feit dat 65+ers met gebruik van de Stadspas gratis gebruik maken van het OV in Eindhoven. Er is op dit moment geen sluitende business case te definiëren met de huidige reizigersaantallen en groei prognose van (betalende) reizigers. Door niet naar het centrum en het station te rijden blijft het

potentieel aan gebruikers laag. Dit staat tegelijk in contrast met het sociale aspect dat dit door de doelgroep juist erg wordt gewaardeerd. De kosten die met een dergelijke voorziening gemoeid zijn, staan niet in verhouding tot de reizigeropbrengsten. Financiering alleen vanuit de pot openbaar vervoer zal snel leiden tot het voorstel om deze verbinding op te heffen. De beperkte communicatie-inzet en de beperkte vaste kern reizigers voor mond-op-mond reclame heeft er voor gezorgd dat er een noemenswaardig aantal mensen is die nog niet gehoord hebben van deze bus.

Proces

De aanpak door middel van co-creatie met de doelgroep heeft een positief effect gehad op:

- De communicatie over de bus; enthousiaste en betrokken co-creatie deelnemers hebben als ambassadeur van deze bus anderen geënthousiasmeerd ook gebruik te gaan maken van de bus (overigens noemen de mensen de bus niet 'Rondje Woensel' of 'lijn 100', maar 'de groene bus')



Figuur 5 - Een opmerking van een deelnemer van de co-creatiegroep over het proces

- Het gebruik van de bus; de aanpak en ontstane betrokkenheid heeft ervoor gezorgd dat er een vaste kern gebruikers van de bus is ontstaan
- De co-creatie aanpak heeft er voor gezorgd dat de bus in zijn huidige vorm goed aansluit bij de behoeften van de doelgroepen (ouderen en mensen met een functiebeperking) en zeer enthousiaste reacties van reizigers
- De betrokkenheid van de stakeholders – de betrokken partijen in deze pilot hebben intensief samengewerkt om op zeer korte termijn een nieuw concept op de markt te zetten. Men wist voor wie men het deed, men bleef relatief onbevangen en de co-creatiegroep had een zeer groot aandeel in de besluitvorming

7. Conclusies en aanbevelingen

7.1 Waar staan we nu

Op het moment van schrijven zal de laatste enquête de wijk in gaan en zullen er op verschillende fronten gesprekken zijn over de kansen om elementen van dit project een vervolg te geven. Eind september is het final event van BAPTS en daar is veel belangstelling voor dit succesvolle onderdeel. Er wordt hard gewerkt om de aanpak en resultaten daar op een goede manier te presenteren.

7.2 Conclusies

De pilot heeft ons veel geleerd over wat het openbaar vervoer toegankelijker maakt voor ouderen en mensen met een functiebeperking. Zo blijkt snelheid en frequentie voor deze doelgroep minder belangrijk. Wel belangrijk bleken betrouwbaarheid, voldoende tijd voor in- en uitstappen, hulp bij in- en uitstappen en de sociale factoren. Met name dit laatste

was een verrassend leerpunt. Zo maakten mensen gebruik van de bus enkel voor de gezelligheid of om een gevoel van eenzaamheid te verminderen. De bus biedt voor hen een combinatie van ontmoeten, ontspannen, een lokaal karakter en mobiliteit.

De co-creatie aanpak heeft er voor gezorgd dat de bus in zijn huidige vorm goed aansluit bij de behoeften van de doelgroep. Daarnaast heeft het ertoe geleid dat de deelnemers van de co-creatie zich ambassadeurs voelden van de bus die zij mede hebben ontwikkeld. Het pilotproject van lijn 100 heeft geleid tot een aantal leerpunten voor verbeteringen van het openbaar vervoer in Eindhoven.

7.3 Toepassingsmogelijkheden elders

Op basis van de leerpunten tot nu toe kunnen we een aantal kansen voor verbeteringen in het OV in Eindhoven destilleren:

- Als het werkelijk een bus voor iedereen is: het mixen van doelgroepen (zowel jong en oud) door een andere communicatieaanpak, bijvoorbeeld meer wijkgericht (Woensel) of "beperkingsgericht" (lastig met de gewone bus kunnen reizen) in plaats van zeer specifiek doelgroepgericht (op ouderen en mensen met een beperking en instellingen gericht op die doelgroep)
- Een bus als rijdend wijkcentrum / buurthuis dat voorziet in de combinatie ontmoeten/ontspanning en mobiliteit, gesponsord vanuit gelden voor wijkcentra of door wijkcentra zelf. Hierbij wel de kanttekening dat een andere (bredere) insteek is dan alleen goed OV
- Vrijwillige (gepensioneerde) stewards op bussen in Eindhoven met een hoge service- en dienstbehoefte (en afspraken over continue bezetting). Koppeling leggen met (gelden voor) WMO en Witte Raaf
- Succesfactoren van deze buslijn toepassen om bestaande buslijnen met een zeer slechte bezetting, maar die wel een potentieel belangrijke ontsluitende functie hebben op wijkniveau. Start een co-creatietraject met buurt om behoeftes en wensen in kaart te brengen mbt openbaar vervoer en pas route en dienstregeling hierop aan. Leg de 'regie' neer bij de buurt en belanghebbenden zodat het hun buslijn wordt. Hiermee kun je met een beperkte exploitatie, mogelijk toch een aantrekkelijke en buslijn neerleggen. Aanbod optimaal afgestemd op de vraag.
- Relatie leggen met WMO-vervoer



8. Literatuur

[0] Verkenning doelgroepgerichte benadering OV, Gemeente Eindhoven, 18 augustus 2010

[1] F. Sleeswijk Visser, P.J. Stappers, R. van der Lugt, E.B.N. Sanders, Contextmapping: experiences from practice, *Codesign* 1 (2) (2005) 119–149.

[2] Stappers, P.J., Kistemaker, S., Sleeswijk Visser, F. (2011) Creation & co: User participation in design. *Open Design Now*, 140-148.

[3] Stappers, P.J., van Rijn, H., Kistemaker, S., Hennink, A., Sleeswijk Visser, F. (2009) Designing for other people's strengths and motivations: Three cases using context, visions, and experiential prototypes. *Advanced Engineering Informatics, Special Issue on Human-Centered Product Design and Development*, 23(2), 174-183.

[4] Stappers, P.J., Kistemaker, S.C. (2009) To Each His Own: 'Piece of Family' Connects Elderly With Family Members, Respecting Their Individual Needs, *Include* 2009
Last publication is available for free download at www.contextmapping.com