

Singelmijden Breda – een nieuwe weg...

Pierre van Veggel – van Veggel Mobiliteitsadvies – pierre@vanveggelmobiliteitsadvies.nl

Rob Temme – gemeente Breda– r.temme@breda.nl

Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 19 en 20 november 2015, Antwerpen

Samenvatting

De gemeente Breda start met een innovatief en sterk gedragsgericht maatregelenprogramma. Doel is om de sterk vertraagde ritten in de stad te verminderen met ca. 10%. Met name de binnensingel, de ring direct rond de oude binnenstad, is zwaar belast en moet worden ontlast. Op basis van keuzes in de Structuurvisie 2030, met de daarin opgenomen Mobiliteitsaanpak Breda, is voor Beter Benutten 2.0 een samenhangend pakket met maatregelen samengesteld. Met Corridor-Zuid kiest Breda voor een programmabenedering met een nadrukkelijke plaats voor de gedragscomponent. Kern van dit programma is het project Singelmijden. Singelmijden is een stedelijk spitsmijdingsprogramma. In het concept zijn zowel de positieve als negatieve leerervaringen van eerdere spitsmijdprojecten verwerkt. Het concept borduurt voort op eerdere ervaringen met Positive Drive. Daarnaast maakt het project volop gebruik van (deels experimentele) gedrags- en marketingtechnieken. Zo wordt inzicht in leefstijlen gebruikt om doelgroepen te targetten en op een specifieke manier te benaderen. Ook wordt al vooraf op basis van het mobiliteitsgedrag getracht een inschatting te maken van de wijze waarop iemand de spits kan mijden en wordt de werving daarop aangepast. Eenmaal aangemeld, wordt de deelnemer op verschillende manieren gestimuleerd en gecoacht om ook daadwerkelijk de singel te (blijven) mijden. Ook hier wordt gebruik gemaakt van leefstijlen en gedragspsychologische technieken. Op basis daarvan wordt een gepersonaliseerde aanpak ontwikkeld.

Dit paper is een samenvatting van het projectvoorstel. Het bevat nog geen volledige beschrijving van het concept, maar gaat vooral in op de achterliggende analyses, gedachtes en keuzes. Het jaar 2015 wordt benut om het project voor te bereiden, aan te besteden en verder uit te werken. In de presentatie op het CVS-congres kan naar verwachting de uitwerking van het plan worden gepresenteerd. In 2016 en 2017 moeten de resultaten behaald worden. Eind 2017 ligt er een evaluatie van het project.

1. De context van Mobiliteitsbeleid 2.0

1.1 Structuurvisie Breda 2030

Breda is een historische stad. De binnenstad is van groot belang voor het economisch functioneren van de stad. Dit genereert veel binnenstedelijk verkeer. De singelring om de binnenstad vormt de draaischijf voor veel binnenstedelijke korte autoritten. Ruim 70% van deze ritten wordt gemaakt door de inwoners zelf; het zijn interne autoritten. Enerzijds komt dit door het ontoereikend autonetwerk, anderzijds door ingesleten gedrag dat is gebaseerd op de mental-map van de stedelijke mobilist. Daarmee is het verminderen van de verkeersdruk in de binnenstad een belangrijke stedelijke opgave. De Structuurvisie 2030 voorziet daarom in een opgave gebaseerd op twee gedachtes: het bundelen van economisch noodzakelijk autoverkeer op twee dominante stedelijke assen en het in de ontstane contramal stimuleren en faciliteren van alternatieven voor de auto.

In de mobiliteitsaanpak Breda is de aanpak verder onderbouwd en gekwantificeerd. Een deel van de opgave is uitgewerkt binnen het programma Beter Benutten 2.0 in het programma Corridor-zuid (zie paragraaf 1.4).

1.2 Mobiliteitsaanpak Breda

Breda staat voor de grote uitdaging om het verkeer in de stad voor de komende decennia in goede banen te blijven leiden. Want de stad moet een aangename plek blijven om te wonen, te werken en te ontspannen. Tegelijkertijd zal de stad verder groeien en wordt de mens steeds mobieler en zullen we ons op meer momenten van de dag gaan verplaatsen. Mobiliteit verbindt dit alles en is daarmee het smeermiddel voor de stad. Dit smeermiddel dreigt in Breda de komende jaren snel op te drogen. De huidige infrastructuur is niet in staat om de ontwikkelingen op te vangen. Alleen met goede en stevige keuzes die passen bij de uitdagingen van de 21e eeuw is de opgave van een bereikbare stad te realiseren. Een belangrijke keuze is dat niet alle vertraging meer wordt opgelost. Voor een deel hoort dit bij een grote stad. Deze keuzes zijn vastgelegd in de mobiliteitsaanpak Breda. De aanpak richt zich op de periode van vandaag tot aan een perspectief voor 2040. De compacte stad is daarbij het leidende ordeningsprincipe.

Oude aanpak werkt niet meer.

Uit de evaluatie van het oude verkeersplan uit 2004 bleek dat dit de afgelopen 10 jaar niet tot een trendbreuk heeft geleid. Alle vervoerswijzen worden wel meer gebruikt, maar de verhouding ten opzichte van elkaar is nauwelijks veranderd. De inzet was nu juist een transitie naar fiets en openbaar vervoer met groeiambities van respectievelijk 40% en 50%. Infrastructurele maatregelen hebben het stedelijk autoverkeer gefaciliteerd, waardoor de binnenstad en de singelring steeds meer de cruciale en gevoelige plekken in het verkeerssysteem van de stad vormen. Het fietsverkeer stabiliseert de laatste jaren en het aantal binnenstedelijk bus gebruikers neemt zelfs licht af. Er is dus een andere aanpak nodig! Een verdiepende analyse van de mobiliteitsontwikkeling laat zien dat in 2020 de maximale opvangcapaciteit wordt bereikt voor het stedelijk autoverkeer, deels door de autonome ontwikkeling en deels door nieuw geprogrammeerde ruimtelijke ontwikkelingen. Maar ook het haperende verkeerssysteem met diagonale routes dwars

door de stad dragen aan dit beeld bij. De consequenties voor bezoekers die met de auto van buiten Breda komen, liegen er niet om. De wachtrijen vanaf de stadsrand nemen met 50 meter per jaar toe, wat overeenkomt met een gemiddelde wachttijd van 10 minuten extra reistijd. Doordat de snelheid op de stedelijke assen terug loopt, is de verwachting dat mensen uitwijken naar andere routes door de wijken. Hierdoor worden kwetsbare gebieden extra belast. Dit heeft weer gevolgen voor de geluidsemissies, milieunormen en andere verkeersoverlast, waardoor naast het economisch functioneren ook de stadsleefbaarheid verder onder druk komt te staan.

Andere aanpak noodzakelijk.

We leven in een tijd van transitie waarin ontwikkelingen elkaar snel opvolgen. Het mobiliteitssysteem moet daarom het vermogen hebben om hierop te kunnen anticiperen en moet daarom een groter adaptief vermogen hebben. Tegelijkertijd moet het bijdragen aan de stedelijke doelen. Ideaal gezien versterken ruimtelijk-economische keuzes enerzijds en het adaptieve vermogen anderzijds elkaar. Zie hier dan ook de uitdaging voor Breda:

- Breda is in 2014 CO₂ neutraal
- Breda versterkt haar regionale positie
- Breda maakt werk van klimaatadaptie
- Breda kent geen mobiliteitsarmoede

In vergelijking met andere steden is Breda een autostad, zo blijkt uit een benchmark uit 2009. Dit laat zien dat er nog ruimte is in de verdeling van de vervoerswijzen. De huidige mobiliteitsbalans in vergelijkbare steden als Groningen, Apeldoorn, Tilburg en Nijmegen is voor Breda een reële ambitie voor de komende 15 jaar. De transitie van auto naar fiets en OV richt zich zowel op bestaande als nieuwe verplaatsingen van zowel stedelijke als regionale verplaatsingen. Omdat fiets en OV moeten verdubbelen, zal er een combinatie van infrastructurele en gedragsaanpassingen nodig zijn.

Doelgroepenbenadering

Mobiliteitsbeleid is overwegend generiek, taakstellend en aanbodgericht van aard. De mobilist is dit echter niet. Mobiliteitsbeleid richt zich voornamelijk op de outcome van keuzes, namelijk op de modal-split. Er is echter een verscheidenheid aan leefstijlen en motieven die deze outcome bepalen en daar doen we binnen het vakgebied bitter weinig mee. Bovendien maken processen als de individualisering de noodzaak tot verdere keuzevrijheid alleen maar groter. De mobilist zal verleid moeten worden. Het ontbreekt echter vaak aan inzicht aan de vraagkant: waarom maakt wie welke keuzes en hoe kan hij/zij verleid worden tot andere keuzes? Als maatregelen aansluiten bij de beweegredenen van de mobilist is de kans op succes groter en zal de kosteneffectiviteit van maatregelen toenemen. Daarom wordt door de gemeente Breda de komende jaren geïnvesteerd in lifestyle georiënteerde marketing en marktsegmentatie. Het is een beleidsrichting met een meer bedrijfsmatige insteek. Weten wat de mobilist beweegt en hier nadrukkelijker de maatregelen op afstemmen.

1.3 Een robuust en duurzaam mobiel Breda in de 21e eeuw

Mobiliteit draagt bij aan de stedelijke ambities, maar stelt ook grenzen aan keuzes om te voorkomen dat de leefbaarheid en het economische functioneren terug lopen. Een optimale bereikbaarheid voor alle vervoerswijzen is onontbeerlijk. Tegelijkertijd moet ruimte gecreëerd worden om duurzame transitie in het mobiliteitssysteem van de stad mogelijk te maken: een schaa sprong voor de fiets en het openbaar vervoer. Tegelijkertijd moeten de economische toplocaties bereikbaar blijven voor het noodzakelijke autoverkeer. Deze twee sporen vormen de basis voor de compacte stad.

Schaalsprong fiets

Het fietsgebruik in Breda stijgt jaarlijks; er wordt meer en vaker gefietst. Het fietsaandeel daarentegen is al 10 jaar constant, namelijk 27% van het totaal aantal verplaatsingen. Dit komt omdat het autoverkeer jaarlijks ook toeneemt. Het fietsbeleid leidt tot nu toe dus nog niet tot een trendbreuk. Een groot gedeelte van de verplaatsingen in de stad is korter dan 5 kilometer. Toch kiest de Bredenaar momenteel vooral de auto om deze verplaatsingen binnen de stad te maken. Hier liggen dus volop kansen voor de fiets. Belangrijke drager van deze schaa sprong, vormt het verder uitbouwen van de stedelijke snelfietsroutes. Dit zijn speciale fietsroutes die een hogere rijnsnelheid goed en veilig mogelijk maken. Het ankerpunt van deze routes is de binnenstad. Van hieruit worden in alle windrichtingen de wijken, de belangrijkste economische toplocaties en de nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen bediend. De fiets wordt daarmee het vanzelfsprekende vervoermiddel voor verplaatsingen binnen de stad. De routes sluiten vervolgens aan op regionale fietsroutes, wat kansen biedt voor de verwachte toename van de elektrische fiets binnen het woon-werkverkeer. Maar haken ook aan op het tangentiële onderliggende netwerk van bestaande fietsvoorzieningen. Het directe resultaat is enerzijds een modal-shift van circa 13% en zeker in de binnenstad, meer ruimte op het parallelle autonetwerk (bron: mobiliteitsscan Breda 2013).

Transitie van het openbaar vervoersysteem

Het huidige openbaar vervoersysteem sluit steeds minder aan op de steeds groter wordende diversiteit aan mobiliteitsbehoeften. Het bussysteem in de stad is traditioneel van aard en vooral geënt op de lokale vervoersmarkt. Het openbaar vervoersysteem zal een wezenlijke transitie moeten ondergaan. Enerzijds moet het meer aansluiten bij aanwezige vervoersbehoeften in de stad (vraaggericht en maatwerk). Anderzijds moet er een optimale integratie komen van het (inter)lokaal vervoer en de regionale en nationale netwerken. Het lokale en regionale vervoer in en rond Breda moet meegroeien met de kwaliteitsimpulsen en samenhangende reizigersgroei op het spoor. Een belangrijke ontwikkeling hierin is een optimale koppeling bij de OV-terminal tussen het lokaal-regionaal openbaar vervoer en een nieuwe spoorlijn tussen Breda en Utrecht. Het effect van het deze schaa sprong is dat de autobereikbaarheid naar de belangrijkste economische toplocaties niet noemenswaardig verslechterd.

Faciliteren van noodzakelijk autoverkeer

Een schaa sprong voor de fiets en een transitie van het openbaar vervoer kunnen ervoor zorgen dat de hoeveelheid autoverkeer in de stad rond 2030 vergelijkbaar is met nu. Veel slechter of beter zal het dus niet worden. Daarmee kan op een aantal corridors het aantal vertraagde autoritten worden verminderd. Niet op alle plekken in de stad kan het

autoverkeer goed afgewikkeld blijven. Daarom is het van belang dat juist op de assen waar een goede autobereikbaarheid essentieel is, het verwachtingspatroon van de automobilist wordt waargemaakt. Door het autoverkeer te bundelen op enkele assen in de stad, die samenhangen met de economische toplocaties in de stad, kunnen ook investeringen gebundeld worden. Op die manier kunnen ook echte sterke autoassen gemaakt worden. Deze assen zijn de Noordelijke Rondweg, de Zuidelijke Rondweg, de ontsluiting van het Stationskwartier en de drie inprickers naar de binnenstad (Lunetstraat, Graag Hendrik III Laan en Claudius Prinsenlaan) .

De Noordelijke Rondweg is verreweg de belangrijkste auto-as van Breda. Temeer omdat hier de meeste en belangrijkste economische locaties liggen. Daarnaast blijkt deze as op regionaal niveau een groot potentieel te hebben qua bereikbaarheid. Op lange termijn (2040) wordt voor deze as een vrijwel volledig ongelijkvloerse situatie voorzien die op een goede wijze is ingepast in de omgeving. zodat dit niet zorgt voor doorsnijding van de stad of andere onwenselijke effecten. Daarnaast dienen de aansluitingen op de snelwegen A16 en A27 geoptimaliseerd te worden. De regionale autobereikbaarheid van de hoofdassen prevaleert dus boven de lokale autobereikbaarheid; de automobilist van buiten Breda moet gastvrij ontvangen worden.

Er komen minder autoroutes die dwars door de stad heen snijden. De singelring is straks niet meer bedoeld voor de afwikkeling van stedelijk autoverkeer. Vanuit de binnenstad en de singelring moet ruimte komen voor lopen, fiets en openbaar vervoer. Autoverkeer kan vanaf de hoofdstructuur via inprickers van en naar de binnenstad komen. Een luwere binnenstad kan samenhangen met de introductie van transferpunten aan de rand van de stad, zodat ook ten aanzien van parkeren een keuzemogelijkheid wordt geboden aan de bezoeker van Breda. De sleutel hiervoor ligt in de binnenstad.

Bundelen en ontvlechten als strategie

Hoe houden we alle plekken in de stad bereikbaar en kunnen we tegelijkertijd zorgen voor een verduurzaming van de mobiliteit en het bieden van keuzemogelijkheden voor de mobilist? Hoe zorgen we ervoor dat de bouwstenen voor fiets, openbaar vervoer en auto goed in elkaar passen en daar waar mogelijk elkaar versterken? Om dit te realiseren, worden de verschillende verkeerssoorten elk gebundeld op enkele hoofdassen en worden die hoofdassen vervolgens zoveel mogelijk van elkaar ontvlochten. Zo wordt de auto op slechts een beperkt aantal strategische plekken en assen optimaal gefaciliteerd door de vertragingen te minimaliseren. Deze assen zijn gerelateerd aan belangrijke economische toplocaties in de stad, zoals de binnenstad, de Spoorzone, het nieuwe station en de bedrijventerreinen. Dit model heeft grote overeenkomsten met het inmiddels beproefde Groningse model. In hoofdzaak gaat het hierbij om de Noordelijke Rondweg, de Zuidelijke Rondweg, het Stationskwartier en enkele inprickers naar de binnenstad zoals de Lunetstraat, de Claudius Prinsenlaan en de Graaf Hendrik III laan. Vooral autoverkeer van buiten de stad heeft hier letterlijk voorrang. Maar ook binnenstedelijk autoverkeer maakt van deze assen gebruik. Bundelen betekent dat het verkeer ergens vandaan komt. Op deze plekken ontstaat nu de ruimte. Deze ruimte is nodig om de fiets en het openbaar vervoer hier te stimuleren. Zij hebben hier prioriteit boven de auto en worden erg aantrekkelijk voor verplaatsingen binnen de stad. Dit heeft ook positieve effecten op lucht, geluid, verkeersveiligheid en klimaatadaptatie in de stad. De verduurzaming van

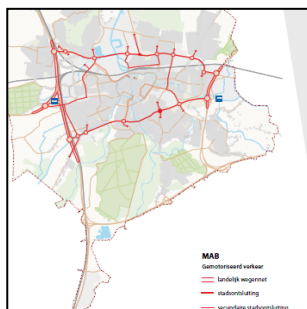
de mobiliteit wordt zodoende mogelijk gemaakt en de stadsleefbaarheid krijgt een verdere impuls.

1.4 Beter Benutten vervolg

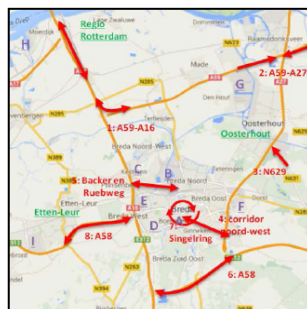
Beter Benutten Vervolg heeft als doel de meest vertraagde ritten terug te dringen. Voor de B5-steden binnen Brabant is afgesproken dat zij een opgave hebben om de meest vertraagde ritten met 10% te verminderen. Voor Breda betekent dit een opgave van minimaal 876 ritten voor de avondspits; een afname van 288 meest vertraagde ritten. Verder inzoomend op de mobiliteit blijkt er een duidelijk verschil tussen ochtend- en avondspits. Wat ook opvalt is dat de opgave voornamelijk binnenstedelijk ligt tot 7.5 km. De binnenstad als bronpunt van zwaar vertraagde ritten is hiermee verklaarbaar. Wat ook onderstreept wordt, is dat de aansluitingen op het externe netwerk en de routes naar de binnenstad een belangrijke plaats innemen in deze vertragingen. De binnenstad, de noord- en zuidzijde van binnenstad via de A16 en A27 zijn hiermee gedefinieerd tot prioritaire corridors.

De meeste 'winst' op corridorniveau is te halen op de Singelring om de binnenstad. Ook in de binnenstad is het aandeel vertraagde ritten in de avondspits verhoudingsgewijs het grootst. Het blijkt duidelijk dat de binnenstad zelf (kleiner dan 7.5 km) de grootste problemen oplevert. De probleemrichtingen zijn voornamelijk zuid en noord georiënteerd. Oftewel, de routes via de zuidelijk en noordelijke rondweg incl. de inprikkers. Het overgrote deel van de doelgroep komt uit de directe agglomeratie van Breda (tot 7.5 km) en is forens of bezoeker. Dit sluit aan bij de analyses die uitgevoerd zijn ten behoeve van de Structuurvisie 2030. De plek en potentie zijn duidelijk (de binnenstad), de routes zijn duidelijk (koppelingen aan de Ruit), de doelgroep is in kwantitatieve zin gedefinieerd (forens en bezoeker). Nu is het zaak om tot een effectief programma te komen. Binnen Beter Benutten 2.0 wordt daarom gefocust op de corridor-zuid, een samenhangend programma van maatregelen met als gemeenschappelijke focus het verluwen of ontlasten van de Singelring.

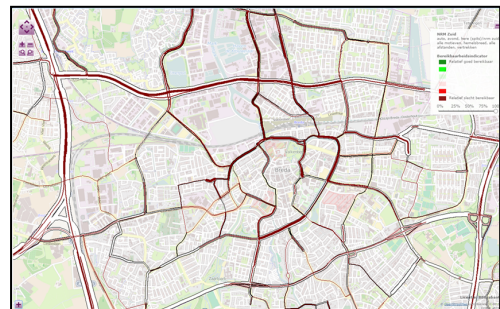
benadering vanuit de MAB >



naar prioritaire corridors >



naar gerichte BB 2.0 vertraagde corridors



Het Plan van Aanpak corridor-zuid bestaat uit een mix van routealternatieven, alternatieve in modaliteit, aangevuld met en sterke gedragscomponent. De redeneerlijn is als volgt:

- dat het midden van de Singelring staan centraal. Dit is conform de verschillende verkeersanalyses van Rijk en gemeente de hotspot van de meest vertraagde ritten en

vormt daarmee 70% van de stedelijke opgave. Methoden en technieken hiervoor zijn ontleed vanuit landelijke spitsmijdprojecten en vanuit nieuwe mogelijkheden zoals gaming & tracking. Uitgangspunt is dat circa 65% een andere route zal nemen en circa 15% een andere modaliteit kiest. Het gaat hier om een combinatie van route- en gedragsmaatregelen;

- uit onderzoek blijkt dat mijden voornamelijk werkt als er een alternatieve route voorhanden is (65% van de opgave) en/of een alternatieve modaliteit (15% van de opgave). Beide opties worden geboden in de vorm van een aansluitende stedelijke snelfietsroute en een HOV- as (gedragseffect) maar ook door het upgraden en optimaliseren van een parallelle hoofdwegenstructuur in de vorm van DVM maatregelen (route-effect);
- bovenstaande specifieke maatregelen worden met een stads brede ondersteunende gedragscampagne versterkt waarbij fors ingezet wordt op het verleiden van de reiziger om meer rendement te halen uit het gedragseffect. Nieuwe technieken worden vervolgens ingezet om het gewenste gedrag te bestendigen (belonen) en te kunnen monitoren (bewijslast). Via leefstijlen wordt nadrukkelijk gestuurd op maatwerk in plaats van confectie;
- de verbindende factor vormt de community-aanpak waar nadrukkelijk met partijen die 'ertoe doen' wordt gestuurd op een modal-shift voor werknemers en mogelijk ook voor bezoekers en leerlingen. Dus meer effect halen uit de gedragscomponent maar ook generiek aanvullend het mobiliteitsgedrag veranderen wat leidt tot een 2e orde effect.

2. Gedragsverandering in de dagelijkse praktijk

2.1 De aanleiding

Het huidige gedrag van de mobilist laat zich vooral typeren als "Onvoorbereid reizen in de spits", waarbij veelal gebruik wordt gemaakt van de auto". Terwijl de mobilist juist goed voorbereid en geïnformeerd op weg moet gaan, waarbij hij/zij open staat voor multimodale verplaatsingen en bij zijn/haar reis gebruik maakt van de op dat moment beste (beschikbare) modaliteit. Dit betekent onder andere dat de mobilist op allerlei manieren voordat hij/zij op reis gaat informatie moet kunnen krijgen over de actuele verkeerssituatie bij de diverse modaliteiten. Dit is echter niet genoeg, want de situatie kan ook tijdens de reis veranderen en dus moet de best beschikbare informatie ook tijdens de reis goed zichtbaar zijn. Kortom, complex, lastig maar uitdagend.

2.2 Mobiliteit als product

De gemeente Breda is mobiliteit productmatiger gaan benaderen. Breda kiest nadrukkelijk voor mobiliteitsmarketing. Mensen kunnen iets om twee redenen doen: omdat ze het echt zelf willen of omdat ze er door anderen toe worden aangezet. In de psychologie heet dat respectievelijk intrinsieke en extrinsieke motivatie. Op het eerste gezicht lijkt intrinsieke motivatie krachtiger te zijn en langduriger gedrag te kunnen sturen dan extrinsieke motivatie. Als je iets doet omdat het uit jezelf komt, zal je dat dus

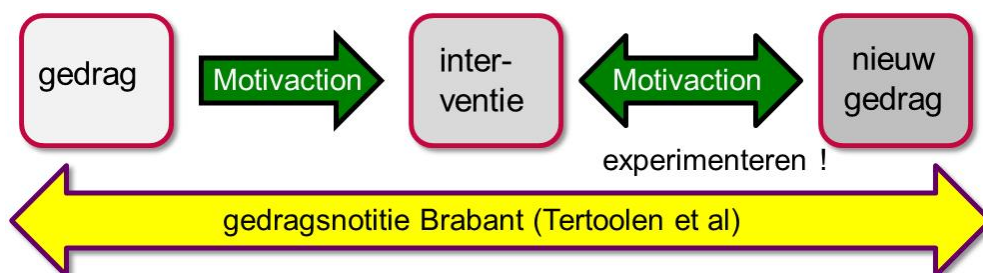
ook wel leuk vinden en vaker of langer blijven doen. Mobiliteitsmarketing is in Nederland voornamelijk motief- of doelgroepgericht en daarmee extrinsiek gestuurd. Per motief zoek je een oplossing en gebiedsgericht werk je deze uit. Maar dan ben je er nog niet. We sturen hiermee alleen op gedrag en dat is output. Het gaat erom waarom de mobilist een keuze maakt. De intrinsieke motivatie wordt hiermee belangrijker. Bedrijven sturen hiermee ook de verkoop van hun producten. Breda experimenteert sinds een jaar met marktsegmentatie of sociale marketing binnen de fietsprojecten. De eerste resultaten zijn hoopvol. Motivaction-data staat aan de basis van onze doelgroepenanalyse en bepaalt in grote mate de vorm, de boodschap en de inhoud van maatregelen en marketingacties. Deze lijn wordt binnen de projecten van Beter Benutten 2.0 voortgezet en verbreed naar de andere modaliteiten.

2.3 Twee gedragsrichtingen

Voor structurele verandering moet de tijd worden genomen. Binnen de projecten zal nadrukkelijk gestuurd worden op die structurele verandering. Dit is een belangrijk onderdeel van de evaluatie van de projecten in 2017. Het lange termijn effect kan alleen bestendigen als het gericht is op en aansluit bij de juiste doelgroep. Maar ook alleen als er gestuurd wordt op een duurzame inbedding van communicatie en marketing voor, tijdens en na het project. Hiermee zijn twee gedragscomponenten onderscheiden:

1. de maatregelen moet passen: hiervoor maken we gebruik van motivaction data. Oftewel, van generieke maatregelen naar leefstijl segmentatie (de juiste intrinsieke motivatie);
2. het effect moet beklijven: hiervoor maken we gebruik van aansluitende communicatie en marketing (van projecteffect sturen op een lange termijn effect).

In onderstaande figuur is de samenhang tussen beide aanvliegrichting weergegeven:



De gedragscomponent van Corridor-Zuid omvat grotendeels innovatieve nieuwe maatregelen. Binnen Beter Benutten wordt hiermee geëxperimenteerd, met de bedoeling om bij gebleken succes deze maatregelen te prolongeren, generiek te maken voor de hele stad en op te schalen naar de provincie Noord-Brabant en de rest van Nederland.

2.4 Leefstijlen als uitgangspunt

De uitwerking van leefstijldata is als volgt opgenomen binnen Corridor Zuid:

Eerste fase is een analyse waarin Motivaction vanuit haar continue trendonderzoek per Mentality-milieu alle relevante inzichten ten aanzien van automobilititeit en openbaar vervoer bundelt. Deze inzichten worden verwoord in acht mobiliteitsprofielen, één voor elk van de acht Mentality-milieus;

De middels de mobiliteitsprofielen verkregen inzichten worden vervolgens ingezet bij specifieke projecten op het gebied van verandering van het huidige mobiliteitsgedrag. Door per project aanvullend onderzoek te verrichten, wordt relevante specifieke insights verkregen die samen met de in de eerste fase opgedane kennis een zeer compleet beeld geven van de waarden, wensen en weerstanden van de mobilisten die bij een project betrokken zijn. Op basis van dit complete beeld kan Motivaction vervolgens adviseren hoe binnen het project is te komen tot de gewenste gedragsverandering.

Motivaction verzamelt uit haar trenddatabase relevante inzichten ten aanzien van mobiliteit. Hierin ligt de nadruk op de attitude ten opzichte van en het gebruik van de auto, fiets en het openbaar vervoer. Op basis van deze inzichten wordt voor de acht Mentality-milieus een mobiliteitsprofiel opgebouwd. Deze mobiliteitsprofielen maken inzichtelijk hoe de kernwaarden van de acht segmenten binnen het Mentality-milieu zich vertalen naar hun houding en gedrag ten aanzien van mobiliteit. Daarmee zijn vragen te beantwoorden als:

- welke van de Mentality-milieus kunnen gelden als 'heavy users' van de auto en welke als bovengemiddelde OV-gebruikers? welke kernwaarden liggen hieraan ten grondslag?
- wat vinden bepaalde Mentality-milieus (bovengemiddeld) belangrijk t.a.v. de auto, OV en mobiliteit in het algemeen? Wie gaat voor snelheid en wie voor gemak?
- wat zijn vaker gereden automerken per Mentality-milieu die typerend zijn voor hun kijk op de wereld en op mobiliteit?

Naast inzichten die specifiek betrekking hebben op mobiliteit zullen de vervoersprofielen voor elk Mentality-milieu ook een up to date overzicht van de waarden en attitudes van dat segment bieden. Zo heeft Motivaction sinds het fietsmarketing project in Breda uit 2013 meer inzicht gekregen in de wijze waarop verschillende sociale beïnvloedingsstijlen kunnen worden ingezet om de Mentality-milieus te overtuigen. Hiernaast wordt per Mentality-milieu aangegeven hoe groot het segment is binnen de Gemeente Breda en wat de gemiddelde leeftijd en inkomenspositie van het segment is. Bijvoorbeeld specifiek voor Singelmijden richt het advies op basis van de leefstijlaanpak zich op:

- wat is vanuit de waarden en behoeften van de Singelmijders zelf de meest geëigende manier om de Singels – met name – tijdens de spits te rijden? Omrijden via een andere route, een ander vervoersmiddel gebruiken of op een ander moment gebruik maken van de singels?
- welke kernboodschap en tone of voice sluit aan bij de belangrijkste Mentality-milieus binnen de groep Singelmijders? Welke argumenten en beïnvloedingstechnieken zijn voor hen het meest overtuigend?
- met welke strategie is de tijdelijke gedragsverandering vanuit de proef op lange termijn te bestendigen? En hoe kan gedragsverandering niet alleen bij de deelnemers aan de proef worden gerealiseerd maar – hopelijk – ook bij andere autogebruikers van de Singels?

Bij aanmelding ontvangt de deelnemer een vragenlijst waarmee de leefstijl bepaald wordt. Hiermee kan specifiek de doelgroep per project in beeld worden gebracht.

2.5 Gedragsbeïnvloeding als middel

De gemeente Breda heeft enkele jaren gewerkt met Positive Drive. Dit is een mobile App die ontwikkeld is om verkeersgedrag te veranderen en die gratis op iedere Smart Phone geïnstalleerd kan worden. Kern van de App is belonen voor goed gedrag in het verkeer. Als je de voorkeursroute neemt, of als je 30 rijdt in een schoolomgeving, of 50 waar je 50 mag of als je simpelweg de fiets pakt en niet de auto maak je kans op prijzen. De prijzen worden door het bedrijfsleven beschikbaar gesteld. De App maakt daarbij gebruik van het gegeven dat mensen graag beloond worden voor goed gedrag en dat dit belonen aanzienlijk beter werkt dan straffen (diverse onderzoeken). Door dit gegeven te combineren met nieuwe technieken wordt het mogelijk om (gewoonte)gedrag te doorbreken en (blijvend) te veranderen. Binnen Corridor Zuid gaat de gemeente verder. Er wordt een vraag in de markt gezet waarbij een breder bruikbare dienst wordt gevraagd.

Door verplaatsingen multimodaal te tracken, is herleidbaar wat de herkomst of bestemming van de mobilist is en hoe er verplaatst wordt. Door een bestemmingen te koppelen aan een actie kan het verplaatsingsgedrag gestuurd en gecontroleerd worden. Bijvoorbeeld: door tijdens piekmomenten te sturen op parkeren aan de rand kan eenvoudig door een parkeerroute te belonen door na het parkeren in de desbetreffende garage punten te winnen of een specifieke prijs te ontvangen. Zo kan het zijn dat bij de 4^e keer parkeren de auto ter plaatse gewassen wordt, of in het geval van een fietsenstalling, de fiets door een fietsmaker onder handen wordt genomen. Dit soort bereikbaarheidsarrangementen is eenvoudig maakbaar en deze worden dan ook geïncorporeerd binnen de gedragskant van Corridor-Zuid. Het andere voordeel is dat met de analyse van trackingdata het effect van de maatregel gemonitord kan worden.

2.6 Stakeholders en communities

Corridor-Zuid is geografisch geduid en kent daardoor een heldere potentiële doelgroep. Daarnaast is er bij de totstandkoming van de Structuurvisie en Mobiliteitsaanpak Breda al veel 'gesproken' met de stad. De stakeholdersanalyse hiervoor wordt als verrijking hergebruikt voor Corridor-Zuid. Onderwijs, bedrijfsleven binnen het bereik van Corridor-Zuid en de binnenstad zijn goed vertegenwoordigd. Dit zijn tevens de economische toplocaties waar het om gaat binnen het maatregelenpakket.

Gedrag speelt een belangrijke rol binnen de community-vorming van Corridor-Zuid. Het gewenste gedrag is minder autoritten tijdens de spitsperiode. Specifiek voor Breda gaat het om het erkennen aan de werkgeverskant dat er een opgave of een kans ligt en voor de werknemers, bezoekers en studenten gaat het om het herkennen van nieuwe mogelijkheden. Hiervoor zijn twee tegengestelde communities benoemd. Enerzijds is er de community Claudius Prinsenlaan die met name probleemgestuurd de samenwerking aangaat. Mobiliteitsmanagement kan voor het Amphia Ziekenhuis, Avans Hogescholen en de NHTV mogelijkheden bieden voor verder uitbreiding van activiteiten. De intrinsieke motivatie om te veranderen vormt de intrinsieke motivatie tot ontwikkeling. Anderzijds is er de community Binnenstad waar juist vanuit de kans om de omgevingskwaliteit van de binnenstad en daarmee de aantrekkelijkheid te vergroten aanleiding vormt om minder

autoverkeer in de binnenstad toe te staan. Dit sluit overigens nauwlettend aan op de ambities die de gemeente heeft met de binnenstad. De extrinsieke motivatie om te veranderen vormt een mooie en gastvrijere binnenstad. Dit is gelijk het afbreukrisico van deze community. Voor een verdieping van de mogelijkheden worden diverse interviews gehouden met werknemers van een bepaalde leefstijl. De stakeholders zijn daarom als volgt gedefinieerd en gespecificeerd:

- Project specifiek staan de werkgevers aan de gecombineerde corridor Claudius Prinsenlaan, Singelring en binnenstad centraal. Het gaat specifiek om het zorg en onderwijs en om bezoekers en werknemers in de binnenstad. Binnen de Corridoraanpak gaat het om circa 20.000 werknemers, 20.000 studenten en 1,4 miljoen bezoekers.
- Generiek staan de mobilist en de bezoeker in en aan Breda centraal. Hierbij wordt onderscheid gemaakt naar tijdstip, modaliteit, herkomst, bestemming en route. Het gaat hier om circa 220.000.000 verplaatsingen per jaar met een ambitie om de komende 20 jaar 50.000.000 nieuwe autoverplaatsingen om te buigen naar openbaar en fiets.
- Vanuit de aanbodkant zijn de diverse mobiliteitsaanbieders, lokale retail en bedrijfsleven relevante stakeholders. Zeker omdat deze partijen een nadrukkelijk rol moeten krijgen binnen de Bereikbaarheidsaanbiedingen.

3. Het project Singelmijden

3.1 Het concept

Singelmijden vormt de basis voor het totale effect van Corridor Zuid! Uit de verkeersanalyse blijkt zoals gezegd dat de Singelring in Breda de draaischijf vormt korte interne autoritten maar ook diagonale verplaatsingen van het externe verkeer faciliteert. De verkeersdruk op Wilhelminasingel is hoger dan bijvoorbeeld de Westtangent in Breda. Binnen de verkeersanalyse voor Brabant blijkt deze as de "hotspot" van meest vertraagde ritten. Naast negatieve neveneffecten leidt dit tot een forse inbreuk op de verkeersafwikkeling van de Claudius Prinsenlaan. Deze planologische ontwikkelas krijgt hierdoor niet de ruimte om het grootste niet academische ziekenhuis van Nederland in te passen en een groot Evenemententerrein aan te sluiten. Deze inprikker bedient daarnaast het noodzakelijk economische autoverkeer van en naar Breda maar kan vanwege de toegenomen vertraging haar rol niet naar behoren vervullen. Daarnaast vervult de Claudius Prinsenlaan de belangrijke werkgeversas van de stad met minimaal 13.000 arbeidsplaatsen (onder andere de binnenstad met 10.000 arbeidsplaatsen, het Amphia Ziekenhuis met circa 2.000 arbeidsplaatsen en de onderwijsinstellingen met ca. 1.000 arbeidsplaatsen). Deze vertraging en drukte past niet bij de stedelijke ambities van een luwere stadboulevard. Het terugdringen van het verkeer wordt een combinatie van infrastructuur (goede alternatieven aanbieden), het onmogelijk maken (gecompartimenteerde binnenstad: model Groningen) en het verleiden om andere routes te kiezen ("Singelmijden"). Deze combinatie wordt zorgvuldig in de tijd gezet en er wordt gestart met het verleiden, namelijk met Singelmijden.

Singelmijden sluit ook aan bij een terugtrekkende overheid en meer verantwoordelijk voor de weggebruiker. Feitelijk wordt met Singelmijden de weggebruiker gevraagd wat

hij of zij kan betekenen voor zijn of haar stad of werkplek. De overheid faciliteert en de weggebruiker of mobilist acteert.

3.2 Methode

Singelmijden richt zich op drie mijdmethodes: tijdmijden, routemijden en een modal shift. Singelmijden is gebaseerd op de ervaringen met eerdere mijdingsprojecten in Nederland. Er wordt voortgebouwd op de positieve effecten en gebruikgemaakt van de leerpunten elders waardoor de valkuilen kunnen worden voorkomen. De insteek is dat deelnemers worden geworven via een kentekenregistratie. Deelname en ritregistratie vinden plaats via een app, aangevuld met een wegwijkstelsel. De ambitie is dat singelmijding een groeimodel is dat in drie jaar tijd uitgroeit tot een uitwisselbare methodiek met een hoge mate van kosteneffectiviteit die feitelijk opschaalbaar is naar iedere gemeente of wegbeheerder.

3.3 Uitgangspunten

Leermomenten en aandachtspunten uit eerder mijdingsprojecten waar we in Singelmijden een verbeterslag in gaan maken, zijn:

- *werving van deelnemers*
Het selecteren van de deelnemers zal via een multi-channel benadering plaatsvinden. Potentiële deelnemers worden persoonlijk benaderd op basis van een kentekenregistratie en ze zullen ook op de route zelf gewezen worden op deelname aan het project (via borden of flyers). Werkgevers worden verleid om als ambassadeurs ook via de aanbodkant deelnemers te werven. De kentekenregistratie is noodzakelijk voor een goede nulmeting en levert daarnaast specifieke NAW-gegevens.
- *het definiëren van doelgroepen*
Met de nulmeting kentekenregistratie wordt het gedrag van de mobilist op de Singelring in beeld gebracht. Op basis van ervaringsgegevens van Spitsmijden in Brabant kan relatief eenvoudig benoemd en voorspeld worden of het om potentiële route- of tijdmijders gaat. Dit is van belang voor de bepaling van de omvang van het aantal deelnemers.
Routemijders hebben over het algemeen een vast vertrektijdstip. Tijdmijders hebben een grilliger vertrektijdstip. Met name automobilisten die in het eerste halve uur van de spits rijden, zijn interessante deelnemers. De routemijder is qua omvang kleiner (ca. 20%) maar vertoont het nieuwe gedrag vaker vast (ca. 80% van zijn ritten). Door de flankerende infrastructurele maatregelen ontstaat er een alternatieve route die ook daadwerkelijk sneller is. Voor tijdmijdingen geldt juist het tegenovergestelde: ca. 80% is in staat om het vertrektijdstip aan te passen, maar doet dit slechts 20% van het aantal ritten.
Voor het bepalen van de shifters (andere modaliteit) wordt een analyse uitgevoerd op de afstand tussen herkomst en bestemming. Op basis van ervaringsgegevens kan gesteld worden dat slechts 1-2% overstapt naar het openbaar vervoer en circa 5% naar de fiets. Door hier vooraf op te analyseren, kan een richter en meer

persoonlijk aanbod worden gedaan waardoor de kans op deelname naar verwachting sterk wordt vergroot.

- *het (blijvend) binden van deelnemers*

Gewoontegedrag moet doorbroken worden. De eerste verandering is het meest moeilijk. Daarom stuurt Singelmijden in eerste instantie op directe financiële prikkels. Het blijkt echter dat monetaire beloning slechts een tijdelijke houdbaarheid kent. Daarom wordt na zes maanden de financiële prikkel (geleidelijk) omgezet naar een andere beloningsvorm die meer stuurt op de intrinsieke motivatie. Denk hierbij aan een basisbeloning aangevuld met de kans op een prijs. Daarnaast wordt de deelnemer vanaf het eerste moment middels interventies en coaching geactiveerd. Elementen uit Winnen van de File, B-Riders en Spitsmijden in Brabant worden toegepast binnen Singelmijden. Denk hierbij aan "the wall of Fame", het maken van "prestatieafspraken", het maken van een mijdplan, het gebruik van gepersonaliseerde berichten en seizoen acties. Juist onverwachte beloningen, kleine schouderklopjes en/of kleine competities zorgen dat deelnemers langdurig gemotiveerd blijven én dat ze hun eigen intrinsieke motivatie gaan ontwikkelen. Daarmee wordt gewerkt aan een structurele duurzame gedragsverandering.

- *Leefstijlen als basis: online onderzoek onder deelnemers Singelmijden*

Motivaction brengt via een online vragenlijst de procentuele verdeling tussen de acht Mentality milieus binnen de deelnemers aan het Singelmijden project in beeld. Dit gebeurt door middel van een adaptieve versie van de Mentality-test. Dit betekent dat de deelnemers aan het onderzoek om vast te stellen wat hun Mentality-milieu is niet langer de volledige 60 stellingen van de Mentality-test hoeven in te vullen, maar slechts circa 30 stellingen. Zeker gezien het kleinere aantal stellingen dat dient te worden ingevuld leent dit onderzoek zich dus goed voor het tevens voorleggen van een aantal voor dit project relevante vragen aan de Singelmijders. Voorbeelden van mogelijke vragen zijn:

- Op welke wijze is men van plan om de Singels de komende tijd tijdens de spits te gaan mijden?
- Welke vormen van niet-financiële prikkels kunnen hen ertoe aanzetten om voor andere routes te blijven kiezen dan wel op een andere manier de Singels te ontzien?
- Wat is het motief om over de Singels te rijden? Met name woon/werk, op weg naar het centrum van Breda? Familiebezoek?

- *"there is an app for that"*

Het laten downloaden van een App is eenvoudig. Het dagelijks gebruiken en aan laten staan van een App kost echter veel moeite. Daarom wordt gezocht naar een app die zichzelf reeds heeft bewezen. Het voordeel is dat er gewerkt wordt met light ICT en dat er een hoge mate van flexibiliteit is. Uit Winnen van de file zijn tekortkomingen van App-gebruik duidelijk geworden. Leerpunten waren onder andere het hoge batterijgebruik en het uitzetten van locatievoorzieningen. Uit technische analyses blijkt het schermgebruik by far de grootste stroomverbruiker te zijn (en niet de GPS-functie, zoals vaak wordt gedacht). Dat soort fouten gaan we hier voorkomen.

- *Backoffice als backbone*

Het werven van deelnemers is belangrijk maar het bedienen van de deelnemers is belangrijker. Vandaar dat er gewerkt wordt met een backoffice die het project faciliteert, de coaching, de prijzen en het klantcontact verzorgt. Hier worden de gepersonifieerde berichten bedacht en verstuurd en kunnen deelnemers terecht met vragen en opmerkingen.

3.4 Effect

Op basis van ervaringen met Spitsmijden in Brabant is becijferd dat met effectievere werving en binding, circa 1.000 mijdingen per dag mogelijk moeten zijn in Breda. Uitgaande van een nulmeting gedurende drie weken, is de verwachting dat er ca. 200.000 kentekens worden geregistreerd. De aanname is dat dit ca. 20% unieke kentekens zijn (40.000). Ervan uitgaande dat 10% deelnemer wordt, zijn er ca. 4.000 deelnemers. De ervaring laat zien dat ca. 50% van de aanmelders ook actieve deelnemers zijn: 2000 actieve deelnemers. Eerdere ervaringen in een vergelijkbare setting (spitsmijden in Brabant) laten zien dat een mijdingspercentage per spits van 50% onder actieve deelnemers reëel is.

Spitsmijden in Brabant heeft onder routemijders zelfs mijdingspercentages van 80-100% laten zien. Voor de veiligheid wordt hier uit gegaan van 50% mijdingen. Dit leidt tot 500 mijdingen per spits, oftewel 1000 mijdingen per dag. Eerste verkenningen met de mobiliteitsscan laten zien dat het effect van 1.000 mijdingen gelijk staat aan 700 sterk vertraagde ritten minder. Dit is het effect van een geïsoleerde maatregel. Per vertrekkende mvr in de spits leidt dit uiteindelijk tot een afname van 175 mvr.