

## **Genoeg crisis, wordt energiek!**

Sander van der Eijk  
Goudappel Coffeng BV  
[svdeijk@goudappel.nl](mailto:svdeijk@goudappel.nl)

Maarten van Biezen  
Natuur en Milieu  
[m.vanbiezen@natuurenmilieu.nl](mailto:m.vanbiezen@natuurenmilieu.nl)

Arjen Kapteijns  
Ministerie van Infrastructuur & Milieu  
[arjen.kapteijns@minienm.nl](mailto:arjen.kapteijns@minienm.nl)

**Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk  
21 en 22 november 2013, Rotterdam**

## Samenvatting

*Genoeg crisis, wordt energiek!*

Al meer dan veertig jaar houden vervoersplanologen de samenleving een spiegel voor: *Hoe ontwikkelen we ons? Wat betekent dat voor ruimtelijke organisatie, netwerken en vervoersoplossingen? En vooral: hoe gaan we daar wijs mee om?* Crisis is verandering en schreeuwt om reflectie. Zeker in Nederland; omdat crisis in ons kleine open land doorgaans langer duurt dan elders. Onze wereld verandert sterk: We zijn welvarender; tot op het niveau 'genoeg'. We wonen steeds langer -al dan niet vrijwillig- op één plek. We denken steeds meer digitaal en staan vrijwel continu met elkaar in verbinding via mobiele en sociale netwerken. En wie herkent niet: hard werken, hard spelen, omgaan met opwaartse sociale druk en groeiende behoefte aan vrijheid en flexibiliteit? Jongeren gaan daar op eigen manieren mee om. Autoriteit is uit. Bezit is uit. Zij verkiezen toegang; vrij en niets te verliezen.

Het zijn deze trends die de energieke samenleving aanwakkeren: lekker samen *niet zeuren maar doen*. Energieke samen-levers ontwijken liever overheden en instituten. Dat we zo connectief zijn, maakt overheden als verbindende partij bovendien steeds vaker overbodig; zo zijn zelforganisatie en sharification ook in mobiliteit trending geworden. Overheden lopen daarmee wel veel positieve energie en aangrijpingspunten voor beleid mis. Tegelijkertijd hebben energieke samen-levers nog wel eens moeite met opschalen van hun ideeën. Overheden doen er dan ook verstandig aan op onderdelen accenten te verschuiven van *plannen-voor* naar *mee-doen*.

Geldt dat ook voor de vervoersplanoloog? Waarom niet? De wereld is complexer geworden; ze is steeds minder te vangen in modellen en plannen. De vervoersplanoloog van de toekomst is als de community-worker; die met vakkennis en inzicht helpt omschakelen en omgaan met onzekerheden.

De vraag is hoe vervoersplanologen de energieke samenleving kunnen helpen om *zelf* het tij te keren? In een beknopt discussiepaper schetsen we twee mogelijke antwoorden. Allereerst moeten we de spiegel vooral niet alleen meer voorhouden aan beleidsmakers en bestuurders. Professionals maken onderdeel uit van de samenleving en kunnen zelf prikkelende beelden naar buiten brengen. Beelden over de onderkant van de OV-markt bijvoorbeeld, of over onze ongekende mobiliteitswelvaart en de ruimte daarbinnen voor *vrijreizigers*. Als professionals kunnen we uitdagen en ondersteunen. Uitdagen met slimme (prijs)vragen. Niet alleen maar zelf studeren; maar energieke samen-levers betrekken bij problemen en oplossingen. Om dat te ondersteunen kunnen we gebruik maken van vernieuwende digitale platforms, waarop gebruikers, aanbieders en uitdagers samen komen. Op het CVS presenteren we graag *-nu nog work-in-progress-* een concrete uitwerking daarvan.

# 1. Ontwikkelingen in de samenleving

## 1.1 De energieke samen-levers halen passieven en reactieven in

Onze overheid is al decennia georganiseerd op het omgaan met burgers via inspraak en participatie. Mensen die je ontmoet in participatietrajecten, staan doorgaans sceptisch tegenover veranderingen. Vaak is er sprake van persoonlijke weerstand, en geregeld ontmoet je wantrouwen naar overheden en overheidsinitiatieven. Insprekers hebben niet zelden een beeld dat het 'alleen maar slechter kan'; een sterke behoefte om de status quo te bewaken. Als we het hebben over participanten die uitsluitend kijken naar de overheid als verantwoordelijke partij om maatschappelijke vraagstukken op te lossen, spreken we daarom ook wel over de *passieve of de reactieve samenleving*. In verkeer en vervoer zijn we op allerlei manieren gewend om dit deel van de samenleving te ontmoeten; met name als het gaat om inspraak rond infrastructurele projecten.

Nee dan de *energieke samenleving*. Daarmee duiden we op een haast tegenovergestelde groep. Het gaat hier om autonome burgers, ondernemers en vernieuwende bedrijven die willen handelen en veranderen. Vanuit maatschappelijke betrokkenheid doen zij dat zelf. Dat initiatief is vooral ook een reactie op vastlopende systemen die zijn blootgelegd door de crisis; rond instituties als overheden, banken en verzekeraars. Soms hebben we het over de doe-economie, dan weer over de deel-economie. De energieke samenleving is in elk geval verfrissend; en houdt bij voorkeur die 'oude wereld' zo lang mogelijk buiten spel. Zij werken liever samen met andere energieke partners. De moderne tijd maakt het mogelijk om allerlei connecties te maken en te houden en gelegenhedencoalities aan te gaan. Niet institutioneel, maar persoonlijk en betrokken. In verkeer en vervoer ontmoeten we deze ondernemende types steeds vaker; zij starten sociale innovaties rond autodelen, promoten van fietsgebruik, de onderkant van de OV-markt en buurtprojecten. De onderstaande matrix geeft een overzicht van typen energieke samen-levers die we tegen komen in verkeer en vervoer; geïllustreerd met een paar voorbeelden.

	Directe wederkerigheid (in-crowd)	Indirecte wederkerigheid (out-crowd)
Sterke banden (persoonlijk)	<p><b>- BUURT -</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Buurtmobiliteit</li> <li>▪ Private workspace</li> <li>▪ Loopbus</li> <li>▪ Buurt-pakket-service</li> <li>▪ Ringring</li> <li>▪ ...</li> </ul>	<p><b>- GOEDE DOELEN -</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Betaald parkeren op het werk t.b.v. goed doel</li> <li>▪ Academie van de Stad</li> <li>▪ Burn Fat not Fuel</li> <li>▪ ...</li> </ul>
Zwakke banden (zakelijk / ideëel)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Seatz Network</li> <li>▪ Peerby</li> <li>▪ Toogethr</li> <li>▪ Fix 't in de file</li> <li>▪ Share Lease</li> <li>▪ Glimp een Seat</li> </ul> <p><b>- COMMUNITY -</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ OV-fiets, BikeShare</li> <li>▪ Seats2Meet</li> <li>▪ Energiesnelweg</li> <li>▪ ForenZo</li> <li>▪ Mywheels, Car2Go, Snappcar, etc.</li> <li>▪ ...</li> </ul> <p><b>- ORGANISATIES -</b></p>

Figuur 1: energieke initiatieven in mobiliteit<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Bron indeling: vrije bewerking uit Wibaut-lezing (Hilhorst, 2012)

## 1.2 *Volgers worden steeds belangrijker dan leiders; we beginnen het te snappen*

Connectiviteit -internet, smartphones, Facebook, Twitter- maakt de macht van volgers steeds groter. We vragen ons niet meer af wie de leider van de Occupy-beweging was. Van oudsher maken we de rol van onze leiders groot, en die van volgers klein; alsof het allemaal makke schapen zijn. Onderzoek toont aan dat CEO's aanzienlijk minder invloed hebben dan hun waardering doet vermoeden. We denken graag in leiders; maar ondertussen vinden we het heel moeilijk om te verklaren waarom allerlei bewegingen plaatsvinden. Omdat de tijd er rijp voor was? Iets met druppers en emmers? Adriaan Wagenaar koppelt het aan *vindingrijkheid, verbondenheid en veranderdrang* van volgers. (Wagenaar, 2012)

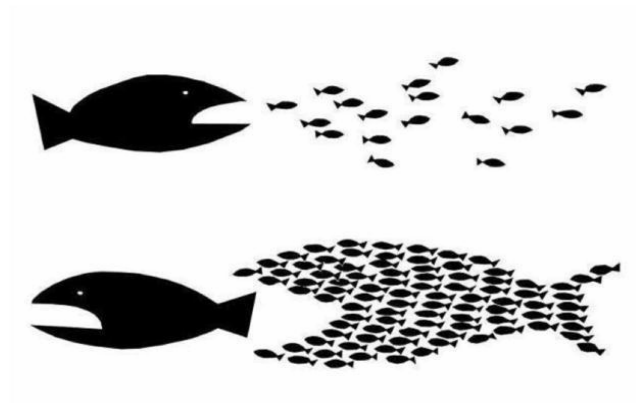
Als we naar de geschiedenis kijken, had succes vaak even veel te maken met *vindingrijke volgers*; naast de charismatische leiders die we kennen uit media en geschiedenisboeken. Wat Ghandi zijn volgers vooral gaf, was een gezamenlijke blik op de werkelijkheid en een beeld van een vrij India. Ondertussen waren zij -ondanks een minimum aan geld, tijd en opleiding- geweldig vindingrijk in het samen laten werken van ideeën, talenten en achtergronden. Zo organiseerden ze zelf de Zoutmars; een geweldloze mars die de aandacht van de wereld wist te trekken. De geschiedenisboeken leren ons weinig over de kracht van volgers. Dat bezorgt ons een blinde vlek.

Maar ook tegenwoordig denken we nog te vaak dat leiders bepalen. Sterker nog; leiders willen nog wel eens veranderbewegingen frustreren. Veranderen gaat traag. Als we hard lopen -zoals we meestal gewend zijn- gaat alle aandacht uit naar de snelste loper. Tijdens het lopen zijn we gericht op onze eigen kracht en op de finishlijn. Maar als we een wedstrijdje langzaam lopen zouden doen -veel beter vergelijkbaar met een veranderproces- dan wint degene die de beweging van de groep het beste volgt. De winnaar is degene die de anderen succesvol voor zich kan houden. Bij een beweging gaat het niet om de baas die iets doet of zegt, maar om de *verbondenheid*. Waar bazigheid overheerst lekt vroeg of laat de bezieling weg. In een maatschappelijke beweging inspireren leden elkaar en dagen uit tot groei. Volgers pakken het stokje op hun eigen manier over en geven het door. Daardoor is er ruimte voor verrassing en ontwikkeling die veel verder gaat dan het oorspronkelijke idee; zelforganiserend leiderschap.

Tenslotte hebben leiders vaak een positie die aantrekkelijk is en gebaseerd op een verleden. Terwijl bewegingen vooral stromen naar een nieuwe werkelijkheid. Filosofen maken het onderscheid tussen een rups-plan of een vlinder-plan. Veel klassieke leiders zijn bezig met verbeter-bewegingen; rupsplannen om hetzelfde te doen, maar dan beter, sneller en goedkoper. Echte bewegingen zijn vlinderplannen; je kunt het je voorstellen maar het bestaat nog niet. Daar ontstaat ook weerstand; want als je vlinder wordt kun je niet meer terug naar de veilige cocon of het rups-zijn. *Bewegingen willen niet terug; ze willen anders*. Ondernemers met vlinderplannen maken zich minder druk over het 'hoe' of de businesscase. Vlinderplannen ontwikkelen zichzelf -onderweg- met anderen.

Ook in mobiliteit zien we sociale ondernemers vanuit de energieke samenleving veranderen; terwijl meer gevestigde bedrijven gedreven door de crisis meer van hetzelfde tegen lagere kosten proberen te organiseren. Wie zou jij volgen?

De TED-talk van Derek Sivers -*Leadership Lessons from Dancing Guy*- legt in drie minuten uit hoe volgers zowel de leider als de beweging maken: 'It was the first follower who transformed a lone-nut into a leader' (Sivers, 2010) En ook het denken in zwermen is actueel. Als vogels plotseling een zwerm vormen en in één richting wegvliegen, is het alsof ze een beweging vormen. Het is niet te verklaren vanuit het gedrag van de individuele dieren. Een zwerm heeft eigenschappen die vogels individueel niet bezitten. Dat noemen we zwermintelligentie (Fisher, 2010). Ook mensen gedragen zich als zwermen. In deze connectieve tijd zijn individuen en volgers meer dan ooit in staat om de beweging te organiseren.



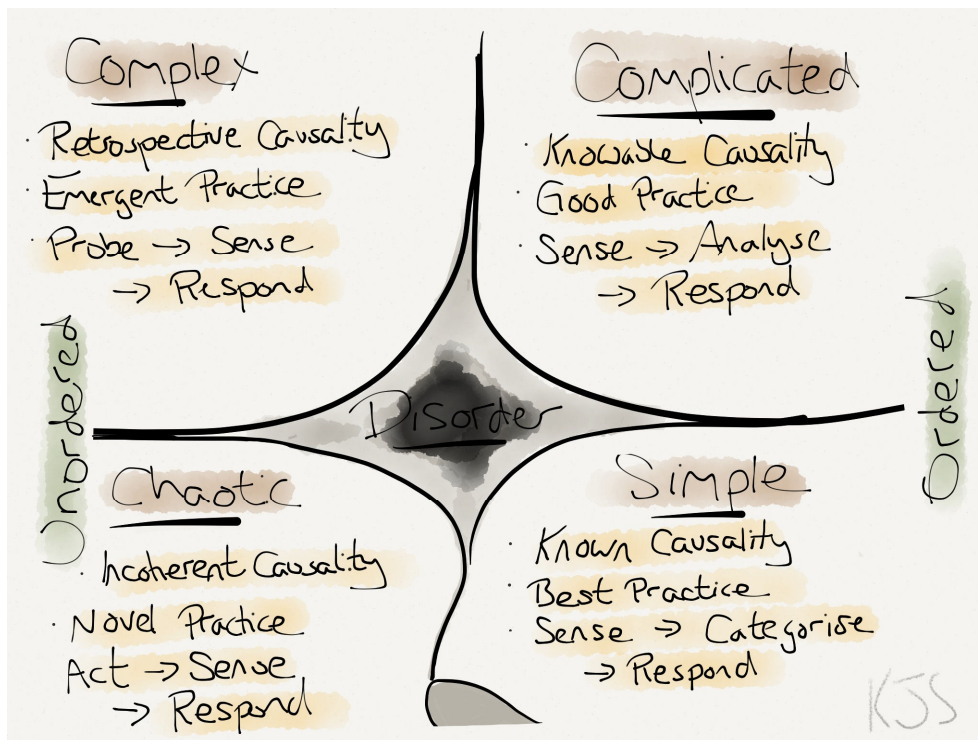
Figuur 2: 'don't panic, organize' (bron: i.politicomments.com)

### 1.3 De complexiteit neemt steeds verder toe; beter samen langzaam dan snel alleen

De complexiteit van onze samenleving neemt steeds verder toe. Waren we vroeger nog simpelweg verzuimd; nu zijn we veel verder gesegmenteerd. Een ook de vakwereld is complexer geworden. We kunnen steeds minder verwachten dat een en dezelfde maatregel op drie plekken drie keer hetzelfde effect heeft. We kunnen de werkelijkheid niet langer vereenvoudigen.

Als je luistert naar bestuurders, politici, wetenschappers, ondernemers en media, dan komt het woord *complex* geregeld voorbij. Het Cynefin raamwerk (Snowden, 2005) in figuur 3 leert ons dat in veel gevallen *ingewikkeld* wordt bedoeld. Iets is ingewikkeld als je een expert nodig hebt om het probleem te analyseren en tot een oplossing te komen. Zo hebben we dat als vervoersplanologen veelal gedaan. Iets is complex als analyse niet helpt en experts het probleem niet via analyse kunnen oplossen. Ook in mobiliteit zijn we steeds vaker met complexe vraagstukken bezig. Als het gaat om mobiliteitsgedrag bijvoorbeeld; kiezen we steeds vaker voor een experiment-aanpak in plaats van een uitgewerkt plan. Ook zijn we ons bewust dat uitkomsten van gedragsexperimenten niet zomaar van toepassing zijn op andere cases.

Wat die complexiteit ons vooral leert is dat standaardoplossingen niet meer bestaan en we veel vaker van aanvoelen en snel reageren afhankelijk zijn om te kunnen schakelen. Dat zijn nu net kwaliteiten waar energieke samen-levers -kampioenen langzaam lopen-zich op kunnen laten voorstaan.



Figuur 3: Cynefin Raamwerk (Snowden)

## 2. Energieke ontwikkelingen in mobiliteit

### 2.1 Zelforganisatie en bottom up initiatief brengen zwermen in beweging

Ook in mobiliteit zijn steeds meer energieke-samenlevers bezig met *business as unusual*; alternatieve oplossingen vanuit een inspirerend ideaal. Of het nu zorginstellingen zijn die vervoerdiensten verkennen en ontwikkelen met vrijwilligers, of ondernemende bewoners die iets nieuws uitproberen; in steeds meer gevallen richt initiatief zich op ondersteunen van zelforganiserend vermogen van mensen of groepen mensen. Een paar voorbeelden:

- **Buurtmobiliteit:** Bewoners organiseren met elkaar hun vervoer. Door gezamenlijk gebruik van auto's, bakfietsen, e-bikes, etcetera, wordt kosten en ruimte bespaard. *Natuur en Milieufederatie Utrecht* organiseert en faciliteert drie pilots. ([www.nmu.nl](http://www.nmu.nl))
- **RingRing:** In dit burgerinitiatief -een pilot op IJburg met Stadsdeel-Oost- wordt fietsgebruik via een App en beloningen door lokale ondernemers gestimuleerd. Ook zorgverzekeraars worden uitgedaagd te participeren. ([www.ring-ring.nu](http://www.ring-ring.nu))
- **Zorg-voor-elkaar:** dit internetplatform brengt vrijwilligers en zorgbehoevenden in contact; bijvoorbeeld rond vervoersvragen ([www.zorgvoorelkaar.com](http://www.zorgvoorelkaar.com))
- **Project A15:** Als het aan Natuur en Milieu en Milieudefensie ligt, wordt de A15 de komende 3 jaar de meest duurzame snelweg ter wereld. In het gebied langs de A15 komen zonnepanelen en windmolens die schone stroom opwekken voor elektrisch rijden. Project A15 laat mensen en bedrijven uit de omgeving van de A15 meedoen; mede-eigenaar worden of zelf initiatief toevoegen. ([www.projectA15.nl](http://www.projectA15.nl))
- **Slow-biking:** Slow-food, slow-travel, slow-biking? In de VS wordt fietsen nog veel met sport en roekeloze fietskoeriers geassocieerd. Fietsers die voor de laatste plek racen, dagen elkaar uit om de fiets zo veel mogelijk in te zetten voor dagelijks gebruik (Levitz, 2013).

Op alle voorbeelden zijn de eerder genoemde principes van Wagenaar van toepassing: Initiatiefnemers wakkeren *veranderdrang* aan door een nieuwe optie of een ander venster op de werkelijkheid. In het vervolg is er alle ruimte en aandacht voor wat ontstaat uit de *vindrijkheid* en *verbondenheid* van volgers.

Zelforganisatie en bottom up initiatief in mobiliteit past in een trend. Door de eerder genoemde toegenomen complexiteit werkt centrale sturing steeds minder. Nieuwe initiatieven gericht op zelfsturing en het bottom up ontwikkeling passen veel beter in een nieuwe complexe werkelijkheid. Daartoe houdt elk van de genoemde initiatieven zich -in meerdere of mindere mate- aan een aantal simpele spelregels<sup>2</sup>:

1. Initiatiefnemers zijn uitgesproken, geven hun 'blik op de werkelijkheid' en dagen anderen uit dat ook te doen. *Ze wakkeren opinie en veranderdrang aan.*
2. Feedback wordt gegeven en gebruikt. *Bazig gedrag neemt vooral bezieling weg.*
3. Plannen zijn flexibel en aanpasbaar. *Te veel planning remt afstemming en initiatief.*
4. Beslissingen worden lokaal genomen; betrokkenheid wordt lokaal georganiseerd. *In een zwerm let je alleen op de paar vogels om je heen.*
5. De initiatieven zijn in de kern heel simpel en begrijpelijk. *Te veel analyse vooraf maakt nodeloos bedachtzaam.*
6. Het gaat uiteindelijk om doen. *Toekijken of becommentariëren brengt te weinig.*

## 2.2 Gedeelde mobiliteit is bijna 'business as usual' en groeit enorm snel

Na verloop van tijd wordt business as unusual weer vertrouwd. Dat geldt in mobiliteit vooral voor het delen van voorzieningen. Nederland heeft een ongekende mobiliteitswelvaart (Van der Eijk, 2012). Nergens op de wereld - misschien met uitzondering van Japan - kun je dat vinden. We lijken ons te beseffen dat ook voor mobiliteit geldt dat we het niveau 'genoeg' bereiken. Niet delen, dat is pas armoede!

Afgelopen jaar is het aantal deelauto's in Nederland verdubbeld. Die groei is vooral het gevolg van peer-2-peer carsharing. Particulieren delen hun auto met anderen via online communities. Autodelen is daardoor niet alleen meer iets van de steden; maar ook voor het landelijk gebied. Uit een recente editie van KpVV Dashboard duurzame en slimme mobiliteit<sup>3</sup> blijkt dat in driekwart van de Nederlandse gemeenten deelauto's zijn te vinden. Peer-2-peer carsharing, zoals Mywheels, maakt gebruik van bestaande auto's. Wat nodig is, is dat mensen besluiten hun auto te delen met anderen. De groei van het aantal deelauto's is het sterkst in de grote steden. Amsterdam is de gemeente met de meeste deelauto's. Het autobezit onder jongeren daalt.

Overigens zien we -gedreven door crisis- ook op het werk deelauto-initiatief ontstaan. Rabobank, Snappcar en Athlon zijn bezig met het delen van leaseauto's. Zij breken langzaam met de op zichzelf wonderlijke ontwikkeling dat de 'auto van de zaak' tot persoonlijke verworvenheid is geworden.

---

<sup>2</sup> [www.ruimtevoorzelfsturing.nl](http://www.ruimtevoorzelfsturing.nl) (g.d.)

<sup>3</sup> [www.kpVV.nl](http://www.kpVV.nl) (g.d.)

En dan is er natuurlijk fietsdelen, inmiddels haast beter bekend onder de internationale noemer 'BikeShare'. Het is *booming*. De OV-fiets is de snelst groeiende vorm van openbaar vervoer<sup>4</sup>. We zijn inmiddels bijna toe aan de vierde generatie van BikeShare. Wat begon met witte fietsen in Amsterdam is inmiddels op het niveau van Velib in Parijs. De volgende generatie zal zich nog meer richten op het aanbieden van fietsen op de meest waardevolle plekken in de keten, en op slimme her distributie van fietsen. En ondertussen kunnen we -ook als het om BikeSharing en Park&Bike gaat- bijna wachten op peer-2-peer initiatieven. Op zichzelf een spannende ontwikkeling; omdat we zien dat ondernemers in de BikeSharing sector bijna gevestigde bedrijven met gevestigde belangen zijn geworden.

Tenslotte wordt er steeds meer gedeeld in de buurt. Eerder noemde we al het initiatief Buurtmobiliteit; waarin bewoners samen eigen vervoer organiseren. En eerder was er al *Peerby: leen spullen van mensen in je buurt*. Door spullen te lenen in de buurt ontmoet je elkaar, bespaar je kosten, bespaar je mobiliteit en spaar je het milieu. Het succes van delen in de buurt leunt niet meer op idealisme, maar vooral ook op pragmatisme en de behoefte aan ontmoeting en samen doen. Daarmee is *sharification* een trend geworden.

### 2.3 Maar energieke initiatieven zijn nog vaak versnipperd of blijven hangen

In figuur 1 noemden we voorbeelden van energieke initiatieven in mobiliteit. Met name in de linkerkant van het figuur, waar sprake is van directe wederkerigheid -mensen iets doen voor elkaar- ontstaan veel initiatieven die niet lang blijven bestaan. Dat zegt niet altijd iets over de kwaliteit of de opschaalbaarheid van een initiatief. Als je een probleem in een buurt oplost met elkaar, dan zit daar immers niet altijd de ambitie achter om die oplossing ook aan te gaan reiken aan andere buurten.

Een belangrijke makke van bottom up initiatieven is dat er vaak sprake is van sterke versnippering. Ook stranden veel mooie ideeën vroegtijdig. Tegelijkertijd zijn er veel ideeën; elke dag weer. Aan vindrijkheid en veranderdrang geen gebrek, maar ondanks onze enorme connectiviteit ontbreekt het aan verbondenheid. In de zwerm letten we vooral op de paar vogels om ons heen; we zijn niet altijd bezig met de problemen en oplossingen van anderen dan onze directe peers.

De energieke samenleving kenmerkt zich door een veelheid aan initiatieven die komen en gaan. Daar hebben we lang niet altijd zicht op hebben; via social media pikken we echt niet alles op. Er ligt een grote uitdaging om mee te gaan doen en te ondersteunen bij het aanjagen, doorvertellen en opschalen van helpende ideeën en initiatieven uit de energieke samenleving.

Een goed functionerende energieke samenleving 'doet' en zorgt daarmee voor deel positieve energie, beweging en verandering. Overheid en bedrijfsleven doen er goed aan daar alle ruimte aan te geven en energieke ontwikkeling waar mogelijk zelfs te faciliteren. Tegelijk houdt de overheid een verantwoordelijkheid om collectief de 'pijn te verdelen'. Dat maakt het juist voor overheden moeilijk om aansluiting te vinden bij de energieke samenleving; laat staan daar onderdeel van uit te maken.

---

<sup>4</sup> [www.bikesharing.eu](http://www.bikesharing.eu) (g.d.)



### 3. Wat kunnen we doen?

#### 3.1 *Minder sturen, meer vragen, vaker vertragen en proberen*

Zowel overheden als -in het kader van CVS- vervoersplanologen, zijn gewend om aan het stuur te zitten. Als het gaat om bijsturen op ontwikkelingen of het voorbereiden op een veranderende toekomst. Dat zit in onze genen en past traditionele overheidsrollen. Maar wat als energieke-samenlevers juist dat ontwijken? Wat als we weten dat zelforganisatie en sharification ook in mobiliteit trending zijn? En wat als we weten dat de wereld zo complex en onzeker is geworden dat onze planningsinstrumenten steeds vaker zelfs de randen van het speelveld zullen missen? Zou de vervoersplanoloog van de toekomst -aansluitend bij het Cynefin raamwerk- geen community-worker moeten willen zijn, die met vakkennis en inzicht energieke partners helpt omschakelen?

Dat begint ons inziens bij *minder rigide sturen*. Als we accepteren dat ons puberbrein de complexiteit niet meer kan overzien, laten we dan vooral onze kennis en ervaring inzetten om waar te nemen en snel te reageren op wat gebeurt. Van daaruit kunnen we agenderen. Meer *vragen en halen*; voordat we brengen.

Daarnaast kunnen we omgaan met onzekerheid door beleidstermijnen te verkorten; *vertragen* omdat we snappen dat we grote stappen niet meer kunnen overzien. Wie kan nog voorspellen hoe de werkelijkheid zich ontwikkelt tot 2050 en hoe we daar mee moeten omgaan? De disclaimer zou langer worden dan de voorspelling zelf. Dat wil niet zeggen dat we geen toekomstvisie willen hebben; maar horizon mag dichterbij. Zo sluiten we bovendien beter aan bij de belevingswereld van allerlei groepen in de samenleving. Ook wil vertragen vooral niet zeggen dat we stil moeten gaan zitten. Het betekent wel kleinere stappen zetten -voelen wat gebeurt- en van daaruit snel bewegen. Kleine stappen zetten in de zin van *experimenteren*. En snel bewegen in de zin van lering trekken en samen verder gaan.

Hoe kunnen we dat concreter maken? Dat leggen we in de volgende paragrafen graag voor aan de hand van een concreet voorbeeld. De belangrijkste ingrediënten zijn een campagne (paragraaf 3.2) en een platform (paragraaf 3.3). Het platform is erop gericht om aanbieders van vernieuwende mobiliteitsgerelateerde initiatieven een podium te bieden en in contact te brengen met vragers. De campagne ondersteunt dat. Het platform ondersteunt het opschalen van initiatieven en het doorbeken van de versnippering van energieke initiatieven rond het thema mobiliteit. Dit is overigens work-in-progress. Op het jubileumcongres in november 2013 presenteren we graag nieuwe inzichten.

#### 3.2 *Vooral verhalen vertellen en met beelden spiegelen*

Binnen het platform Slim Werken, Slim Reizen hebben bedrijven, overheden en maatschappelijke organisaties de afgelopen jaren slim werken en slim reizen bevorderd met regionale en landelijke activiteiten en campagnes: Het Nieuwe Werken doe je zelf, 52 filevrije dagen en Rij 2 op 5. Daar is aantoonbaar winst geboekt; maar een wezenlijk ander mobiliteitsgedrag bij grote groepen automobilisten is nog onvoldoende behaald.

Op andere terreinen, zoals op het gebied van vleesconsumptie, blijkt dat het gedrag van consumenten goed te beïnvloeden is via positieve verleiding. Zo voerde Natuur en Milieu in 2012 en 2013 een campagne 'Flexitariër' waarbij minder vlees eten normaal, lekker en leuk werd gemaakt. Maar ook praktisch, doordat 2 miljoen Nederlanders gratis smakelijke vleesvervangers konden proeven.

Belangrijke succesfactoren van deze campagne zijn:

- Er is een nieuwe positieve norm geïntroduceerd: de meeste consumenten zijn al flexitariër (iemand die bewust 1 of meer dagen per week geen vlees eet);
- De boodschap is aantrekkelijk gebracht (optimistische media- en PR-campagne);
- Er worden simpele, voordelige en aantrekkelijke handelingsperspectieven aangereikt;
- Mensen kunnen kennis maken, proberen, ervaringen delen en aanvullen.

Analoog aan de Flexitariër campagne werken Natuur en Milieu en Goudappel Coffeng, deels in opdracht van Beter Benutten aan een campagne voor de 'vrijreiziger'. Een slimme campagne en PR-strategie vertellen het verhaal; een online serviceplatform (zie paragraaf 3.3) ondersteunt handelingsperspectieven.

Story-telling, campagnes, PR-strategieën; ze mikken allemaal op hetzelfde. Wat we willen bereiken is dat we -vanuit een scherpe, meestal frisse blik op de werkelijkheid- in dit geval reizigers een spiegel voorhouden. De techniek van story-telling heeft alles te maken met het ophalen van verhalen onder gebruikers, het filteren van helpende narratieven en het gericht en verrijkt doorvertellen van die narratieven om een boodschap te brengen. Campagnes of story-telling rond een thema als 'de vrijreiziger', of eigenlijk elk ander maatschappelijke relevant mobiliteitsthema, kunnen meerdere doelen dienen. Denk dan vooral aan:

- Maatschappelijke stakeholders bewust maken van issues en opties;
- Eindgebruikers van het mobiliteitssysteem autonoom bewegen tot ander gedrag;
- Energieke partijen aanmoedigen c.q. uitdagen om issues op te pakken;
- Eindgebruikers aanmoedigen c.q. uitdagen om energieke initiatieven op te volgen.

Overheidsprofessionals, vervoersplanologen en andere betrokken professionals; ze kunnen maatschappelijke trends ondersteunen en energieke initiatieven aanwakkeren door zich veel bewuster te richten op het met de samenleving delen van hun 'blik op de werkelijkheid'. In de kennis van experts zit veel meer gebruikswaarde dan wordt benut.

### *3.3 Minder zelf studeren, meer anderen uitdagen en faciliteren*

Bij de campagne hoort wat we noemen een 'Living Lab Duurzame Mobiliteit'. Het Ministerie van Infrastructuur & Milieu is sinds enige tijd in gesprek met Goudappel Coffeng en Natuur en Milieu over de energieke samenleving en *wat zij kan doen* voor het beleidsveld duurzame mobiliteit. Samen met initiatiefnemers uit de energieke samenleving hebben we verkend tegen welke barrières zij aanlopen en welke rol zij zien voor overheden als het gaat om het faciliteren en versnellen van hun projecten.

Het begint bij minder zelf studeren. Overheden, onderzoeksbureaus, de advieswereld; we zijn in belangrijke mate gewend om onze kennis zelf te ontwikkelen en bij ons te houden.

In de vorige paragraaf betoogden we al dat we die kennis maatschappelijk kunnen delen en onderdeel van verhalen kunnen maken.

De volgende stap is dat we *minder zelf studeren*, en steeds vaker de samenleving gaan uitdagen om met oplossingen te komen. Dat gaat verder dan crowdfunding die we al zien aan de aanbod- en ontwikkelkant. Het Ministerie experimenteert al met 'battles'; via de zogeheten *Battle of Concepts*<sup>5</sup>. Met een battle daagt het Ministerie gewone mensen uit om na te denken over slimme oplossingen om -bijvoorbeeld- minder autokilometers te maken. De battle wordt via social media onder de aandacht gebracht. Onder de inzendingen wordt prijzengeld verdeeld. Daarnaast zijn er steeds meer voorbeelden van regionale co-creatieprocessen, waarin stakeholders in *battles* of in *challenges* worden uitgedaagd om met oplossingen te komen.

Toch blijft het nog gefragmenteerd; een terugkerend kenmerk van de energieke samenleving. Als we het hebben over energieke mobiliteitsinitiatieven, dan ontbreekt het voorsnog aan:

- Een herkenbaar podium waar energieke mobiliteitsinitiatieven vindbaar en herkenbaar voor de eindgebruiker samen komen.
- Een plek waar gebruikers de initiatieven kunnen uitproberen, beoordelen, inkopen en schaal kunnen geven.
- Een plek waar energieke initiatiefnemers in de mobiliteitssector elkaar kunnen vinden en inspireren c.q. partners kunnen vinden.
- Een plek waar professionals<sup>6</sup> de energieke samenleving kunnen uitdagen, via hun inkooprol bijvoorbeeld. Een plek wij zij hun blik op de werkelijkheid met een breder energiek publiek kunnen delen.

Een dergelijk platform kan -mits goed gepositioneerd en breed ondersteund- nieuwe handelingsperspectieven bieden voor zowel gebruikers als initiatiefnemers.

In algemene zin kunnen professionals energieke samen-levers ondersteunen door hen te bevragen, uit te dagen en een podium te bieden. Als community-workers kunnen we, met kennis van de problematiek en in verbinding met het energieke deel van de samenleving, doorpakken op de veranderingen die door de crisis zijn geagendeerd.

*Op het CVS later dit jaar presenteren we -naast de outline van een campagne voor de vrijreiziger- een houtskoolschets voor een digitaal platform voor mobiliteitsinitiatieven.*

---

<sup>5</sup> [www.battleofconcepts.nl](http://www.battleofconcepts.nl) (g.d.)

<sup>6</sup> adviesbureaus, overheden, kennisinstituten

## Literatuuroverzicht

Fisher, Len (2010), 'The Perfect Swarm: The Science Of Complexity In Everyday Life'

Hilhorst, Pieter (2012), 'Wij doen het zelf!', *Wibaut-lezing*

Levitz, Jennifer (2013), 'These Bikers Race for last place', *Wall Street Journal*

Silver, Derek (2010), 'How to start a movement?', *TED-Talk*

Snowden, David (2005), 'Multi-ontology sense making: a new simplicity in decision making'

Van der Eijk, Sander (2012), 'Verder met onze mobiliteitswelvaart',  
[www.verkeerskunde.nl/rddw/](http://www.verkeerskunde.nl/rddw/)

Van der Eijk, Sander (2013), 'Duurzame Mobiliteit: petje af voor de energieke samenleving', rapportage door Goudappel Coffeng in opdracht van het Ministerie van Infrastructuur & Milieu

Wagenaar, Adriaan (2012), 'De Corporate Zoutmars': de 5 principes van een succesvolle veranderbeweging'

[www.battleofconcepts.nl](http://www.battleofconcepts.nl) (g.d.), Battle of concepts achtergronden

[www.bikesharing.eu](http://www.bikesharing.eu) (g.d.), Bikesharing achtergronden

[www.kpvv.nl](http://www.kpvv.nl) (g.d.), Dashboard Duurzame en slimme mobiliteit over autodelen

[www.ruimtevoorzelfsturing.nl](http://www.ruimtevoorzelfsturing.nl) (g.d.), Spelregels voor zelfsturing