

SmartwayZ.NL: Geen “boze burger”, maar betrokken stakeholders!

Social design bij de Probleemanalyse A2 Randweg Eindhoven

Stéphan Suiker – Gemeente Eindhoven – s.suiker@eindhoven.nl

Tim van Veelen – AT Osborne – tim.vanveelen@atosborne.nl

Enzo Bronzwaer – Movares – enzo.bronzwaer@movares.nl

Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 21 en 22 november 2019, Leuven

Samenvatting

Burgers zijn dé ervaringsdeskundigen. Dit paper gaat over het betrekken van burgers in de probleemanalyse van een infrastructureel vraagstuk; de A2 Randweg Eindhoven. Dit traject valt onder het mobiliteitsprogramma SmartwayZ.NL. Een programma waar overheden, bedrijven en kennisinstellingen samenwerken om Zuid-Nederland bereikbaar te houden nu en in de toekomst. De Leidraad Social Design van SmartwayZ.NL heeft het doorlopen participatieproces van de probleemanalyse A2 Randweg Eindhoven handvatten gegeven om een duurzame relatie op te bouwen met stakeholders vanaf de vroege planfase.

Door de traditionele aanpak, het uitvoeren van een verkeersanalyse op basis van het Nederlands Regionaal Model (NRM), te verrekenen met social design heeft geresulteerd in inzicht in de (latente) behoefte en knelpunten vanuit de maatschappij. Een grootschalig reizigersonderzoek onder weggebruikers van de A2/N2/A50, het voeren van verdiepende needfinding-gesprekken met een selecte groep weggebruikers en het in gesprek gaan met (grote) werkgevers en belangenverenigingen over hún reis en de knelpunten die zij allen ervaren, hebben gezorgd dat de probleemdefinitie scherper gedefinieerd is en dat de uiteindelijke oplossingsrichtingen aansluiten bij hun behoefte van reizigers.

Door het combineren van de resultaten van het reizigersonderzoek en de needfinding-gesprekken zijn ‘persona’s’ opgesteld. Deze persona’s zijn fictieve personen met persoonlijke eigenschappen die gelden voor een doelgroep. In deze probleemanalyse zijn 5 persona’s opgesteld. Het creëren van een profiel bij deze persona’s op basis van gemeenschappelijke kenmerken en drijfveren maakt het mogelijk om oplossingsrichtingen specifiek te definiëren. Door strategisch om te gaan deze persona’s kunnen oplossingsrichtingen worden voorgesteld op kenmerken waar deze doelgroep vatbaar voor is. Uit de probleemanalyse voor de A2 Randweg Eindhoven blijkt dat de werkgever een belangrijke rol speelt in de vervoerskeuze voor het woon-werkverkeer van de werknemers.

“What’s in it for me” is een veel gestelde vraag vanuit de burger. Zij investeren nu tijd door het participeren in dit onderzoek en zien pas over jaren resultaat. Door als projectteam in te zetten op een duurzame relatie met stakeholders blijven zij betrokken waarmee kracht wordt bijgezet aan de strategie en oplossingsrichtingen. Daarbij is direct aan verwachtingsmanagement gedaan. Het resultaat is niet volgend jaar zichtbaar, maar vraagt een uitvoerige analyse en voorbereidingstraject. Doel is om ook bij deze analyse en voorbereiding de reizigers te betrekken, zodat een duurzame relatie ontstaat en in samenwerking maatregelen realiseren voor een optimale reis.

1. Vernieuwende aanpak SmartwayZ.NL

De regio Eindhoven groeit. De economie trekt aan, de werkgelegenheid neemt toe en de woningmarkt beweegt hierin mee. Dit alles heeft ook effect op de mobiliteit in de regio. Meer mensen betekent meer mobiliteit.

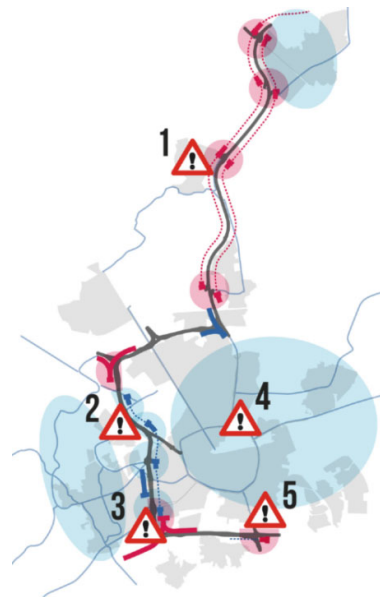
Uit de Nationale Markt- en Capaciteitsanalyse van 2017 blijkt dat er in de periode 2025-2030 een bereikbaarheidsopgave ontstaat in de regio Eindhoven. Deze opgave ontstaat niet alleen door de florerende economische toplocaties in en rondom Eindhoven, maar ook door de realisatie van infraopgaven zoals InnovA58, A67 en de N279. Hierdoor neemt de capaciteit van het wegennet naar Eindhoven toe, wat tot grotere capaciteitsproblemen op de A2 Randweg leidt.

In september 2017 heeft de SmartwayZ.NL Programmaraad besloten een probleemanalyse te starten om de knelpunten op de A2/N2/A50 in kaart te brengen. Het betreft het traject tussen de A50 bij Veghel tot aan de A2 bij knooppunt Leenderheide inclusief de N2.

Geen "boze burger", maar betrokken stakeholders!

Bij de start van de probleemanalyse A2 Randweg Eindhoven was er nog veel onduidelijkheid over de mogelijke verkeerskundige problemen op dat traject. Om gezamenlijk te zoeken naar een betere bereikbaarheid, met oog voor de verkeers- én de menselijke opgave, stelt SmartwayZ.NL de reiziger al in de probleemanalyse centraal.

De methode die SmartwayZ.NL hierbij toepast is social design. Social design biedt handvatten om complexe, open en dynamische uitdagingen aan te pakken en samen met stakeholders stap voor stap te werken aan gezamenlijke oplossingen. Oplossingen die blijven meegroeien met de uitdaging.



Figuur 1: Projectgebied en knelpunten A2 Randweg Eindhoven.

SmartwayZ.NL

SmartwayZ.NL is een innovatief mobiliteitsprogramma waarin het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, Rijkswaterstaat, de provincies Noord-Brabant en Limburg, diverse gemeenten, bedrijven en kennisinstellingen samen werken aan het vlotste, veiligste, slimste en meest robuuste mobiliteitsnetwerk van Nederland. Voor de reis van vandaag en de wereld van morgen. Het project voor de A2 Randweg Eindhoven is één van de acht samenhangende deelopgave van dit programma.

Het adagium van SmartwayZ.NL is: Smart mobility waar het kan, asfalt waar moet. Naast smart mobility is social design een focusgebied van SmartwayZ.NL. Medio 2018 is gestart met de probleemanalyse voor de A2 Randweg Eindhoven. In juni 2019 heeft de SmartwayZ.NL Programmaraad het eindrapport ontvangen.

1.1 Additioneel spoor in traditionele probleemanalyse

Social design maakt het mogelijk om, samen met de stakeholders, de (daadwerkelijk) ervaren knelpunten op een traject in kaart te brengen. In het onderzoek zijn twee werksporen doorlopen: de (traditionele) verkeersanalyse en het social design-traject. De regio, weggebruiker en werkgever zijn al vroeg in het traject betrokken.

Verkeersanalyse naar knelpunten in het onderzoeksgebied

In de verkeersanalyse, de traditionele aanpak, zijn met behulp van onder meer verkeersmodellen, floating car data en ongevallengegevens de knelpunten in het onderzoeksgebied bepaald voor de huidige situatie, het jaar 2030 en 2040.

Hieruit volgt dat er ergens in de periode 2025-2030 rondom de A2 Randweg Eindhoven vijf probleemclusters (Figuur 1) ontstaan. Het betreft de probleemclusters:

1. Spitspendel Veghel – Eindhoven op de A50;
2. Congestie op de Hoofdrijbaan A2 Randweg – West;
3. Congestie op de aansluitingen van de Parallelrijbaan N2 Randweg – West;
4. Effecten van het mobiliteitsbeleid binnenstad Eindhoven en aanleg van bundelroutes;
5. Knooppunt Leenderheide.

Social design-traject voor maatschappelijke inzichten

Parallel aan de verkeersanalyse is een social design-traject doorlopen. Social design is kort gezegd: ontwerpen met de (behoefte van) stakeholders in het middelpunt. Voor de A2 Randweg Eindhoven betekent dit dat de opgave als een infrastructureel- en als gedragsvraagstuk is benaderd. Immers, als weggebruikers hun reis beter afstemmen, dan zou er geen of een kleiner bereikbaarheidsprobleem zijn in de regio Eindhoven. Doel is om in een zo vroeg mogelijke planfase inzicht te krijgen in de knelpunten die de gebruikers ervaren rondom het vraagstuk. Met dat inzicht kunnen in latere stadia oplossingen worden gezocht die aansluiten bij de ervaren en de te verwachten knelpunten.

Leeswijzer

Geen "boze burger", maar betrokken stakeholders. Mooie woorden, maar hoe kan een stakeholder worden betrokken bij een infrastructurele probleemanalyse? Dit paper beschrijft op welke wijze social design wordt toegepast bij SmartwayZ.NL als programma en de deelopgave A2 Randweg Eindhoven in het bijzonder. Naast een beschrijving van de Leidraad Social Design (paragraaf 2.1) is uiteengezet welke social design stappen zijn gezet bij de probleemanalyse A2 Randweg (paragraaf 2.2 – 2.6).

Geconcludeerd wordt dat een integer betrokken inwoner zelden een boze burger wordt, mits een zorgvuldig verwachtingsmanagement wordt gevoerd (hoofdstuk 3). Het paper besluit met de discussie (hoofdstuk 4).

2. Social design binnen SmartwayZ.NL en de A2 Randweg Eindhoven

De basis voor social design is een open en transparant proces. Alle partijen, inclusief de weggebruikers, worden in de gelegenheid gesteld om mee te werken, mee te denken en

mee te vernieuwen. Binnen het SmartwayZ.NL programma neemt de niet-georganiseerde stakeholdersdeel in community's. Een community bestaat uit enthousiaste deelnemers met een gemeenschappelijk belang of interesse. Iedere deelnemer kan voor zichzelf bepalen hoeveel tijd hij investeert en dus in welke mate zijn stem meeweegt in het debat. Zo ontstaat gaandeweg een levendige community, die actief en gericht bijdraagt en concrete oplossingen aandraagt en realiseert. Dit levert het programma kennis, inzicht in behoeftes van gebruikers en meningen en concrete ideeën op.

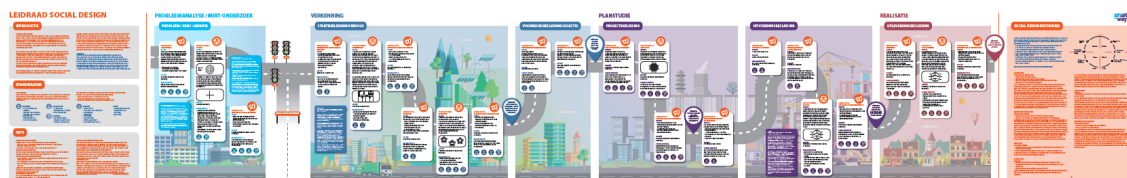
Ook bij de probleemanalyse van de A2 Randweg staat de weggebruiker centraal: deze kiest namelijk niet alleen de meest geëigende wijze van vervoer, maar kan deze ook zelf creëren door mee te denken in gewenste en bruikbare oplossingsrichtingen. Actief betrokken burgers zijn daarmee van groot belang voor het ontwikkelen van een optimaal gedragen en efficiënt mobiliteitssysteem. Vervoerders en overheden moeten zich dus verdiepen in de wensen van de weggebruiker en vanuit haar publieke rol inspelen op en voorwaarden creëren voor een slim vervoerssysteem.

2.1 SmartwayZ.NL en social design: De Leidraad Social Design

In SmartwayZ.NL vonden verschillende (deel)projecten elk het wiel uit wat betreft Social design. Men bedacht opnieuw wanneer en op welke manier contact met de omgeving plaats moest vinden. Daarnaast was participatie/omgevingsmanagement onvoldoende geborgd in de faseovergang tussen de projectfasen waaruit (infra)projecten zijn opgebouwd¹.

Om de deelopgaven binnen SmartwayZ.NL te ondersteunen bij de inzet van social design heeft SmartwayZ.NL eind 2018 de opgebouwde kennis en ervaring met omgevingsmanagement en social design gevat in een leidraad: de **Leidraad Social Design**.

Deze leidraad gidst projectteams bij het inrichten van het participatieproces met reizigers, inwoners en ondernemers. Het geeft gedegen advies om te bepalen wie op welke manier en moment betrokken kan worden. Daarnaast helpt het de projectteams participatie en haar effecten te borgen tijdens en na de overgang van projectfasen. Een aandachtspunt is daarbij dat social design een open en dynamisch proces is. Het is geen kant-en-klaar stappenplan. Voor iedere opgave, klein of groot, kan een projectteam relevante elementen uit de Leidraad halen en deze toepassen binnen het project.



Figuur 2: Overview Leidraad Social Design SmartwayZ.NL.

¹ De projectfasen van (infra)projecten zijn: (1) probleemanalyse/MIRT, (2) onderzoek, (3) verkenning, (4) planstudie en (5) realisatie.

De eerste ervaringen met de Leidraad zijn opgedaan. De deelopgave A2 Randweg Eindhoven heeft bijvoorbeeld een intensief social design-traject doorlopen. Om maatschappelijk kennis toe te voegen is er binnen deze deelopgave vanaf het allereerste moment gestart met het betrekken van de stakeholders. Het social design-traject voor de A2 Randweg maakte gebruik van kennisdeling door stakeholderbijeenkomsten, kwalitatief empathisch onderzoek door middel van needfinding en kwantitatief gebruikersonderzoek (enquête). Hiermee is de regio, de weggebruiker (werknemer) en werkgever betrokken en is geanalyseerd welke problemen zij nu tegenkomen en in de toekomst verwachten.

In de volgende paragrafen zijn de stappen van het traject beschreven. Alle resultaten van het traject zijn ook terug te vinden op de community pagina² van de A2 Randweg Eindhoven: a2randweg.smartwayz.nl. De lessons learned uit dit traject voor de Leidraad zijn in de Leidraad opgenomen³.

2.2 Op zoek naar knelpunten met stakeholderbijeenkomsten

Het social design-traject is gestart met het organiseren van drie stakeholderbijeenkomsten met (grote) werkgevers en belangenverenigingen. Hiermee is stapsgewijs gezocht naar knelpunten op de A2 Randweg en daarbuiten. Vervolgens zijn kansrijke oplossingsrichtingen verkend.

Tijdens de bijeenkomsten werd duidelijk dat werkgevers en belangenverenigingen de 'sense of urgency' misten over welke bereikbaarheidsproblematiek in 2025-2030 verwacht kan worden. De tijdshorizon waar het bedrijfsleven zich op richt is beperkter dan bij een verkeersanalyse gehanteerd wordt. Daarom zijn voor deze partijen de problemen van nu belangrijker dan de problemen in de toekomst.

Manage de verwachting en behoud betrokkenheid tijdens langdurig traject

Daarnaast is geconstateerd dat stakeholders graag denken vanuit oplossingen, niet vanuit problemen. Dit maakt verwachttingsmanagement belangrijk. Door open en transparant te zijn richting de stakeholders wordt voorgesorteerd op begrip voor het – lange – proces. De uitbreiding van infrastructuur heeft immers een lange voorbereidingstijd en vraagt om gedegen onderzoek naar nut, noodzaak en alternatieven. Waar een private onderneming snel kan schakelen en daarmee vlot oplossingen en maatregelen kan doorvoeren, is dat bij een infraproject als de A2 Randweg Eindhoven niet mogelijk en kent het proces stappen met lange doorlooptijden. Het behouden van betrokkenheid van de community vraagt aandacht. Helder communiceren over de stappen en (sub)doelen van het social design traject is essentieel.

Kansen voor publiek-private samenwerking

² Deze community pagina is opgesteld door het bureau Afdeling Buitengewone Zaken die het projectteam heeft gefaciliteerd tijdens het social design-traject.

³ Deze zijn in de Leidraad Social Design terug te vinden in de participatieprocessen voor de vroege planfase ((pre-)MIRT-Onderzoek of vergelijkbaar). Optimalisaties zijn terug te vinden in (1) te betrekken stakeholders, (2) manier van communicatie en/of participatie en (3) het moment van interacties.

Met publiek-private samenwerking komt het onderzoek verder en kan 'laaghangend fruit' eenvoudiger worden benut. Waar werkgevers direct aan de slag willen met (pilots voor) oplossingen houdt de overheid zich aan de vastgestelde (bestuurlijke) opdrachten en procedures vanuit wet- en regelgeving. Toch liggen er kansen om de samenwerking tussen publiek en privaat te versterken. Kansen zijn te vinden in cofinanciering, draagvlak en uitvoering van deze pilots. Bij verkrijgen van financiering vanuit een private onderneming wordt direct gerekend op draagvlak vanuit het bedrijfsleven. Bedrijven financieren immers alleen als zij meerwaarde zien in het uitvoeren van het project of de pilot. Tot slot wordt de doorlooptijd van het project of de pilot versneld door de uitvoering te alloceren bij de private onderneming. Vanzelfsprekend worden er vooraf afspraken gemaakt over inkoop, verantwoording en prestatieverplichtingen et cetera.

2.3 Needfinding; diepte interviews om de behoeftes te begrijpen

Het tweede onderdeel binnen het social design-traject is needfinding. Met needfinding worden weggebruikers tijdens hun rit (bijv. naar het werk) geïnterviewd in hun eigen vertrouwde omgeving. Deze methodiek vergroot het inzicht in de behoefte van de (weg)gebruiker. Door het stellen van – de juiste – vragen wordt niet alleen de expliciete behoefte maar ook de latente behoefte duidelijk.

Voor de A2 Randweg Eindhoven hebben ruim twintig weggebruikers deelgenomen aan deze needfinding-gesprekken. Deze gesprekken hebben een grote hoeveelheid detailinformatie opgeleverd over de ritmes, beweegredenen en gewoontes van deze weggebruikers. De data zijn later gevalideerd met behulp van het reizigersonderzoek om tot persona's te komen (zie paragraaf 2.5).

2.4 Het kwantitatieve beeld: Wie is de reiziger en waar ervaart deze knelpunten?

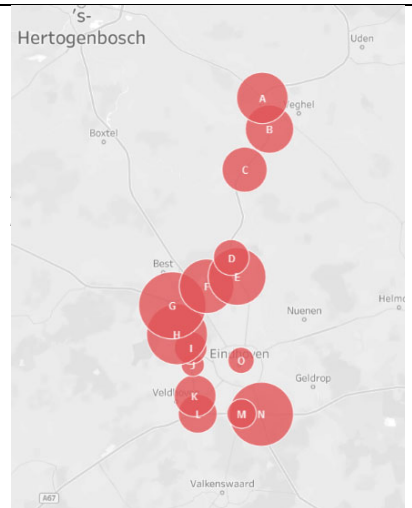
Voor het kwantitatieve gedeelte van de social design-werkstroom is in 2018 met behulp van de SmartwayZ.NL Reizigersaanpak een enquête uitgezet onder reizigers in de regio Eindhoven. Doel van dit gebruikersonderzoek was om op het onderzoekstraject tussen de A50 bij Veghel en knooppunt Leenderheide zo veel mogelijk kwantitatieve informatie te verzamelen van reizigers, hun reisgedrag, beweegredenen en knelpunten.

De meerwaarde van dit kwantitatieve onderzoek is de gedetailleerde achtergrondinformatie van de doelgroep (de reiziger). In totaal zijn bijna 1.000 vragenlijsten volledig ingevuld. Het geeft meer inzicht in en begrip van de knelpunten en uitdagingen, waardoor het projectteam effectievere keuzes kan maken in oplossingsrichtingen.

Achtergrond: enkele interessante resultaten enquête

Het kwantitatieve onderzoek laat zien dat de auto het meest favoriete vervoermiddel is. De fiets/e-bike is het tweede favoriete vervoermiddel. Deze wordt echter door respondenten niet veel gebruikt voor woon-werkverkeer. Eén derde van de reizigers ervaart de reistijd over de Randweg Eindhoven als onbetrouwbaar. Bij problemen op de weg overweegt men een andere route in plaats van een ander vervoermiddel. Hoofdredeenen om te kiezen voor de auto zijn: (1) reistijd, (2) reisafstand of het feit dat men (3) meerdere afspraken op verschillende locaties heeft. Voor de fiets zijn deze beweegredenen: (1) gezondheid, (2) reistijd en (3) reisafstand.

Andere interessante resultaten uit het reizigers onderzoek zijn: ruim 30% van de reizigers vindt een vertraging van 26 minuten of meer acceptabel. 57% van respondenten laat weten dat hij/zij overweegt om bij een vertraging van 15 minuten een ander vervoermiddel te kiezen. Het merendeel van de respondenten heeft flexibele werktijden, maar geeft aan alsnog niet de spits te kunnen mijden. Klaarblijkelijk zijn flexibele werktijden niet de enige factor in het vermijden van de spits. Een oplossing voor de bereikbaarheidsproblematiek op de A2 en A50 moet volgens respondenten komen uit een samenwerking van partijen. Daarbij spelen de werkgevers en de randvoorwaarden die zij bieden (zoals werktijden, secundaire arbeidsvoorwaarden en beschikbare middelen) een cruciale rol bij de mobiliteitskeuzes van werknemers. Respondenten ervaren veelal dezelfde infrastructurele probleemclusters als de probleemclusters die in de verkeersanalyse zijn geconstateerd. De grootste knelpunten van reizigers worden ervaren op de A50, rond knooppunt Batadorp en knooppunt Leenderheide (Figuur 3).



2.5 Geef de reiziger een gezicht met persona's

Het reizigersonderzoek en de needfinding-gesprekken vormen de input voor de opgestelde persona's. Een persona is een fictief persoon met eigenschappen die gelden voor een gehele doelgroep; het zijn stereotypen. Een respondent kan binnen 1 persona vallen, maar ook binnen geen of meerdere persona's.

Met de persona's als boegbeeld voor een doelgroep gaan knelpunten en eventuele oplossingen 'leven' en komt tot uitdrukking of een oplossingsrichting voor veel of weinig gebruikers wordt ondersteund of gevraagd. Een gezicht maakt zichtbaar voor wie de oplossingsrichtingen relevant zijn en welke persoonlijke drijfveren daaraan te grondslag liggen.

Hoe werkt dat dan met die persona's?

Voor de A2 Randweg Eindhoven zijn vijf persona's (zie Figuur 4) opgesteld. Op grond van de enquêteresultaten zijn gemeenschappelijke kenmerken gezocht, op basis waarvan groepen zijn samengesteld. Deze groepen vormen de persona's, die zijn samengevat in een aantal kernwoorden met een gezicht dat zo goed mogelijk past bij deze kenmerken. Door persona's fictief een naam en gezicht te geven, kan het projectteam zich eenvoudiger verplaatsen in de reiziger. Op grond van de persoonlijke drijfveren en kernwaarden van de persona's zijn toekomstige oplossingsrichtingen gedefinieerd ten behoeve van een groter oplossend vermogen. Voor de onderstaande persona's speelt de werkgever een belangrijke rol in de vervoerskeuze en tijdstip van het woon-werkverkeer.

- **De eenvoudige volger:** ijverig, stabiel, eenvoudig, spitsrijder, vaak ingepland door werkgever. Beïnvloedingsstrategie: via de werkgever met focus op financiële prikkel en spits mijden.
- **Het gebonden gewoontedier:** traditioneel, wil controle en comfort, woont vaak 'niet-stedelijk' en heeft (onbewust) eenduidige woon-werk routes. Beïnvloedingsstrategie: via de werkgever, controle over eigen reis laten houden, alternatieven (wellicht carpoolen) financieel aantrekkelijk maken.

- **De bewuste campagnevoerder:** verantwoordelijk, autonoom, succesvol, natuurliefhebber, gebruikt al veel de fiets (of OV). Beïnvloedingsstrategie: aanspreken op duurzaamheid en anderen laten beïnvloeden.
- **De haastige hopper:** ondernemend, familiemens, onsportief, gericht op gemak, werkt vaak parttime. Beïnvloedingsstrategie: fiets en OV stimuleren voor korte afstanden: echt comfortabel maken en gezondheid benadrukken. Belonen van goed gedrag, spitsmijden.
- **De relaxte nomade:** flexibele 'veelgebruiker' van de auto. Grote reisafstanden naar werklocaties (klanten bijvoorbeeld) door geheel Nederland. Reistijd is werktijd.



Figuur 4: Fictieve personen voor de 5 Persona's.

2.6 Het belang van verwachtingsmanagement in een social design-traject

Als projectteam wil je alle belangen behartigen van de opdrachtgever (in dit geval de bestuurders binnen SmartwayZ.NL) en die van de doelgroep (de weggebruikers). Iedereen heeft een verwachting op het moment dat zij gevraagd worden om te participeren. Voorafgaand aan het doorlopen van het social design-traject is veel aandacht besteed aan verwachtingsmanagement. Aan de hand van de Leidraad Social Design hebben we de stakeholders (dus ook de bestuurlijke opdrachtgever) open en transparant geïnformeerd over het feit dat het om een probleemanalyse ging en er geen toezeggingen (konden) worden gedaan over oplossingen voor de knelpunten.

Bij veel stakeholders speelt de vraag wat de meerwaarde is voor henzelf om bij te dragen aan een dergelijke analyse. Infrastructurele projecten als de Randweg A2 zijn langdurig. De oplossing laat nog op zich wachten. Het moet voor de stakeholders duidelijk zijn dat hun bijdragen van groot belang zijn voor verdieping van de problematiek. De gedetailleerde vragen van de needfinding-gesprekken en het reizigersonderzoek leveren achtergrondinformatie, zodat het probleem scherp(er) in kaart gebracht kan worden. Maar ook het denken in oplossingen draagt bij aan het verdiepen van die knelpunten. Door de uitdagingen bij mogelijke oplossingsrichtingen in kaart te brengen, wordt het knelpunt scherper gedefinieerd en worden ook mogelijke beperkingen van oplossingsrichtingen inzichtelijk.

Het is essentieel om aan het eind van het proces een terugkoppeling te geven aan de stakeholders. Dit geeft hen inzicht in wat er is gedaan met de aangeleverde informatie. Hierbij hoort ook het geven van een doorkijk naar de toekomst met ontwikkelingen die de betrokkenen kunnen verwachten. Dit draagt bij aan een duurzame community met bereidheid tot participatie in het vervolgproces, waarbij het gaat om halen en brengen en uitleggen welke stappen in het proces nodig zijn, zodat de stakeholders en het projectteam gelijkwaardige gesprekspartners zijn. Dit zorgt voor begrip groter draagvlak.

3. Conclusie - De meerwaarde van social design in de vroege planfase

Boze burgers? Een betrokken stakeholder! Dat is het resultaat van deze vernieuwende aanpak. Door kwalitatief empathisch onderzoek met behulp van needfinding is de latente behoefte/bewegredenen van een selecte groep weggebruikers op de A2/ A50 achterhaald. Met een uitgebreid reizigersonderzoek in samenwerking met de SmartwayZ.NL Reizigersaanpak is een kwantitatief onderzoek uitgevoerd om met behulp van persona's de diverse gebruikersgroepen op de A2 Randweg te bepalen. Kennisdeling was het doel van de stakeholdersessies met (grote) werkgevers en belangenverenigingen. De reiziger is de ervaringsdeskundige, geen boze burger! Door het vormen van een duurzame community komen deze deskundigen samen.

Het toepassen van social design heeft de resultaten van de probleemanalyse verrijkt. Tegelijkertijd zijn de resultaten van de verkeersanalyse gevalideerd door de reacties van de reiziger: zij ervaren vrijwel dezelfde knelpunten als verkeersmodellen doen voorspellen.

Met behulp van de needfinding-gesprekken en het reizigersonderzoek zijn persona's opgesteld voor belangrijke doelgroepen en is een gezicht gegeven aan de verkeersanalyse. Hierdoor is het mogelijk om, met de juiste strategie, oplossingen aan te laten sluiten aan bij de (latente) behoefte van de doelgroep. Zo blijkt dat voor de A2 Randweg Eindhoven de werkgever een belangrijke stakeholder is in het verbeteren van de bereikbaarheid van de regio, omdat zij invloed hebben op de mobiliteitskeuze van hun werknemers. Door samen met de werkgever het reisgedrag van werknemers 'slim' te beïnvloeden is het mogelijk zowel de filedruk te beperken als kostenbesparing te realiseren voor de werkgever.

Tot slot is voor interactie met de betrokken burger verwachtingsmanagement essentieel. Door open en transparant te zijn, schep je de juiste verwachting bij zowel de burger als opdrachtgever. Ondanks dat het om een probleemanalyse gaat en het proces er een is van de lange adem, wordt de weggebruiker wel degelijk iets geboden: door hun ervaring te delen is het probleem scherper gedefinieerd en sluit de uiteindelijke oplossing beter aan bij de behoefte van de weggebruiker.

De Leidraad Social Design van SmartwayZ.NL geeft het participatieproces voor deze probleemanalyse voldoende handvatten om een duurzame relatie te creëren met de stakeholders uit de omgeving. De leermomenten opgedaan tijdens deze probleemanalyse dragen weer bij aan het optimaliseren van de Leidraad. Zo blijft de ervaring met social design in het SmartwayZ.NL programma groeien. Meebewegen blijft essentieel. Mensenwerk is immers maatwerk.

4. Discussie - Nuttig voor het project maar voor de stakeholder de investering waard?

Dat het voor het projectteam nuttig is om weggebruikers te betrekken is evident. Voor de weggebruiker is, mede door de lange doorlooptijd, de '*What's in it for me?*' een stuk onduidelijker.

De SmartwayZ.NL deelopgave 'A2 Randweg Eindhoven' is in essentie een infrastructureel vraagstuk. Het toepassen van social design geeft inzicht in de ervaring en knelpunten

van gebruikers inclusief hun achterliggende beweegredenen. Door dit proces in de vroege planfase te starten, kan bij de planuitwerkingen gericht gezocht worden naar passende en gedragen oplossingen/oplossingsrichtingen.

Wat is de toegevoegde waarde voor de weggebruiker en waarom zou deze om in de vroege planfase te participeren aan een dergelijk langlopend (infrastructuur)project? Schep je als overheid misschien verkeerde verwachtingen door nu al te vragen naar kansrijke oplossingen wetende dat er nog jaren aan onderzoek en besluitvorming gaan plaatsvinden? En daarbij blijft het nog lange tijd de vraag of de aangedragen oplossing(en) überhaupt worden gerealiseerd.