



STRATEGIE VERPLAATSINGSGEDRAG



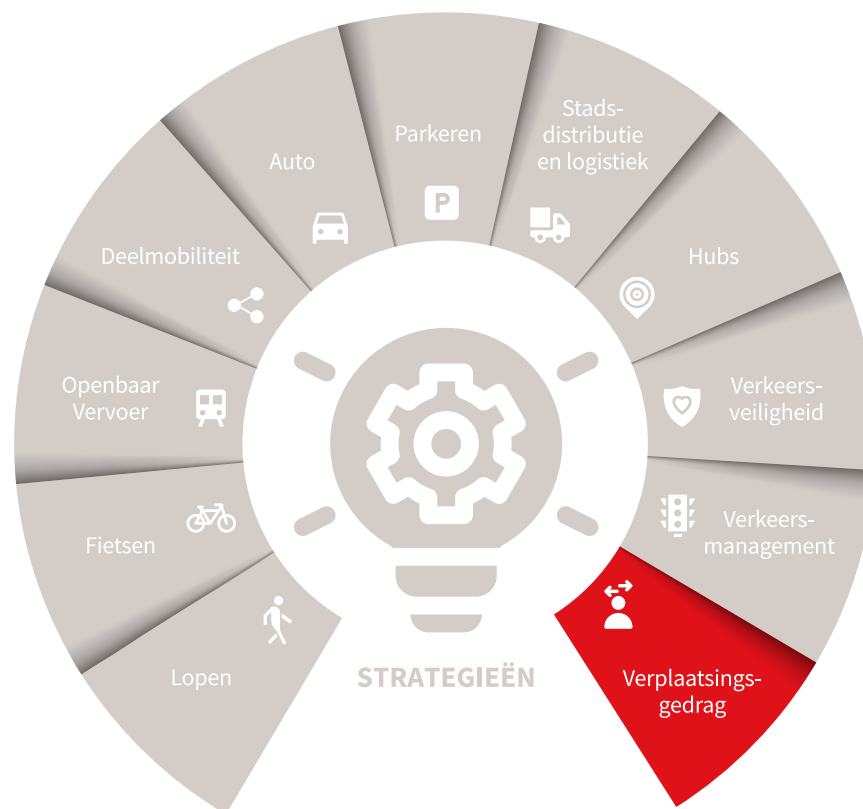
Gemeente Helmond



Voor u ligt de Strategie Verplaatsingsgedrag

In de Mobiliteitsvisie Helmond 2040 is het toekomstbeeld geschetst voor een mobiliteitssysteem dat past bij de ambities van Helmond. Voor de verschillende onderdelen van het mobiliteitssysteem is op hoofdlijnen aangegeven welke doelen ze dienen en waar we naar toe willen. De visie wordt uitgewerkt in een aantal strategieën (zie afbeelding hieronder). In een strategie wordt het toekomstbeeld aangescherpt, waarin wordt aangegeven langs welke weg het toekomstbeeld bereikt gaat worden, worden keuzes gemaakt wat wel en niet te doen, worden kwaliteitsprofielen en typologieën benoemd, en worden prioriteiten aangegeven. Ook worden raakvlakken benoemd met andere strategieën van de mobiliteitsvisie en met andere beleidsontwikkelingen in de regio. Tot slot worden de vervolgstappen benoemd om te komen tot een agenda voor de realisatie van concrete producten die uitgevoerd gaan worden om te komen tot een uitwerking van de visie. Voor de strategieën die onderdeel vormen van het totale mobiliteitsnetwerk wordt daarnaast een kaartbeeld gemaakt.

De strategieën geven richting en ordening aan in de vele keuzes en producten die gemaakt moeten worden. Ze laten daarmee ruimte voor maatwerk, maar geen vrij spel!



Inhoudsopgave

Strategie Deelmobiliteit

1. Achtergrond	4	6. Monitoring en evaluatie	15
2. Wat we verstaan onder verplaatsingsgedrag	7		
3. Hoofdpijnen van de Strategie Verplaatsingsgedrag	9		
4. Hoe de hoofdpijnen uitgewerkt worden in concrete acties	11		
5. Ondersteunende maatregelen	13		

1. Achtergrond: Ambitie Helmond 2040 en Mobiliteitsvisie Helmond 2040

Ambitie Helmond 2040

In oktober 2023 is de Mobiliteitsvisie Helmond 2040 vastgesteld door de gemeenteraad van Helmond. Aan de basis van de mobiliteitsvisie liggen de ambities die in 2022 voor de stad zijn geformuleerd:

- Zorgen voor een veerkrachtige en inclusieve stad;
- Toewerken naar een klimaatneutrale en klimaatbestendige stad;
- Zorgen voor economisch vitale stad.



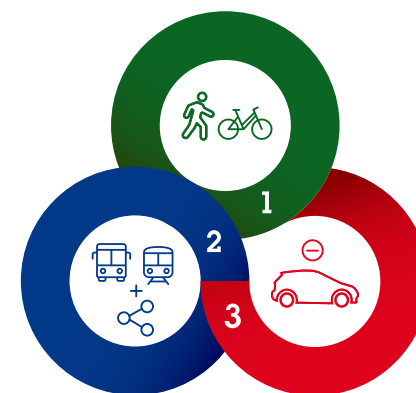
Figuur 1 - Ambitie Helmond 2040

Daarnaast ligt er voor de stad een vierde omvangrijke (groei)ambitie, de schaa sprong, die aansluit op de verstedelijkingsopgave voor de Brainportregio. Helmond krijgt een flink deel van die opgave toebedeeld. Het gaat daarbij niet alleen om groei in kwantitatief opzicht – circa 15.000 woningen en dito arbeidsplaatsen tot 2040, de hele stad moet ook kwalitatief profiteren van deze groei, als bijdrage aan de hierboven genoemde stedelijke ambities. De schaa sprong biedt daartoe volop kansen.

Mobiliteitsvisie Helmond 2040

Het gemeentelijk mobiliteitsbeleid tot 2040 moet bijdragen aan het behalen van bovenstaande ambities. De Mobiliteitsvisie Helmond 2040 geeft op hoofdlijnen aan wat er moet veranderen om het gewenste mobiliteitsgedrag te kunnen realiseren én ruimte te creëren voor de schaa sprong. Ten behoeve hiervan zijn in de Mobiliteitsvisie drie hoofddoelen geformuleerd, te weten:

- 1 Leidend maken van actieve mobiliteit** (lopen en fietsen) in het dagelijkse verplaatsingsgedrag en in de inrichting van de buitenruimte;
- 2 Openbaar Vervoer en Deelmobiliteit als krachtige ondersteuning** zodanig dat het een geloofwaardig alternatief wordt voor de eigen auto en als lopen en fietsen (een keer) niet kan;
- 3 Terugdringen van de dominante positie van de auto**



Figuur 2 - Doelen Mobiliteitsvisie Helmond 2040

Alle drie dragen bij aan een betere leefkwaliteit in de stad. Ze dragen immers bij aan het verkleinen van het ruimtebeslag van mobiliteitsfuncties en het gebruiken van modaliteiten met een kleinere ecologische foodprint dan nu het geval is. Het een schept ruimte voor andere functies, het andere maakt de omgeving letterlijk gezonder. Ook de individuele gezondheid van de Helmonder wordt positief beïnvloed, omdat actieve mobiliteit lichaamsbeweging stimuleert. Voorwaarde hierbij is steeds dat de functionaliteit van het mobiliteitssysteem behouden blijft. Het 'basisrecht' voor eenieder om zich verplaatsen als onderdeel van leefkwaliteit vereist dat immers. Een goede bereikbaarheid blijft daarom ook in de toekomst een essentiële voorwaarde.

Het mobiliteitssysteem van de toekomst is dus gebaseerd op een combinatie van actieve mobiliteit, openbaar vervoer en deelmobiliteit. Maar ook de (eigen) auto behoudt in de toekomst een rol en blijft daarom zijn eigen ruimte vragen. Met name buiten de stedelijke gebieden is de resterende rol van de auto groot. In de stad kan de rol van de auto echter aanzienlijk kleiner, hoewel alles bereikbaar blijft. Vooral in de stad is het mogelijk goede alternatieven voor de auto te bieden. Wie om wat voor reden ook toch kiest (of moet kiezen) voor de auto gaat zoveel mogelijk buiten de stad om.

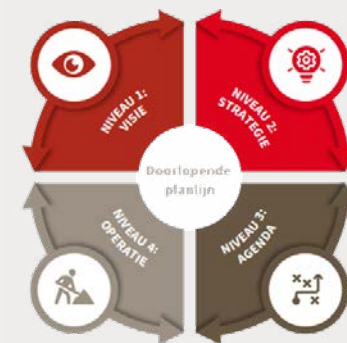
Nu is het nodig de doelen van de Mobiliteitsvisie te vertalen naar concreet beleid en plannen, die vervolgens worden uitgewerkt in uiteenlopende uitvoeringsprojecten. Dat gebeurt met het Meerjaren Uitvoeringsprogramma Mobiliteit (MUM). Het MUM geeft aan hoe de vertaling van visie naar operatie stapsgewijs plaats vindt, hoe de beleidsaspecten zich tot elkaar verhouden en hoe dat georganiseerd wordt. Uiteindelijk ontstaat een uitvoeringsprogramma voor de kort, middellange en lange termijn. De combinatie van programma en organisatie maakt een effectieve en efficiënte werkwijze mogelijk, in lijn met de visie, van groot naar klein, van globaal naar gedetailleerd en gebaseerd op de actuele situatie en laatste inzichten. Voor dit alles hanteert het MUM de 'doorlopende planlijn' als werkwijzen (zie kader hiernaast).

Doorlopende planlijn:

Het MUM werkt op basis van de 'doorlopende planlijn'. Dit levert een zo eenduidig mogelijke vertaling op van de visie via de strategie en de agenda naar concrete projectuitwerkingen. Daarmee wordt het gemakkelijker het MUM te ordenen en zo efficiënt mogelijk te werken.

Het komt ten goede aan de kwaliteit van de plannen en draagt bij aan een kortere doorlooptijd van de producten. Binnen de 'doorlopende planlijn' worden vier niveaus onderscheiden:

- 1. Visie.** Op dit niveau is er de Mobiliteitsvisie Helmond 2040. Deze geeft op hoofdlijnen de richting aan die Helmond in de komende periode wil volgen op het gebied van mobiliteit.
- 2. Strategie.** Dit niveau heeft tot doel per onderwerp de hoofdlijnen uit de Mobiliteitsvisie uit te werken in concrete beleids- en ontwerpprincipes. Deze geven antwoord op de vraag hoe de doelen uit de visie kunnen worden gerealiseerd in concrete producten en hoe strategieën zich tot elkaar verhouden.
- 3. Agenda.** De agenda vertaalt de strategie naar (pakketten van) concrete projecten. De agenda behandelt welke concrete projecten het zijn en welke specifieke afspraken met betrekking tot taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden daarbij horen. Tevens komen aan de orde welke prioritering geldt en hoe de financiering wordt geregeld.
- 4. Operatie.** De operatie is rechtstreeks gekoppeld aan de bovenliggende strategie en komt voort uit de agenda. De producten kunnen projecten op straat zijn – bijvoorbeeld de herinrichting van straten en pleinen – maar ook beleidsstukken, ontwerpen of gedragsinterventies.



Figuur 3 - Doorlopende planlijn

Verplaatsingsgedrag in de Mobiliteitsvisie Helmond 2040

De nieuwe focus in het Helmondse mobiliteitsbeleid wordt uitgewerkt in een groot aantal maatregelen aan het vervoersnetwerk in de stad en de regio: netwerken voor de fiets worden uitgebreid en kwalitatief verbeterd, er wordt meer ruimte gecreëerd voor een prettig verblijf in de stad, verbeteringen aan het openbaar vervoernetwerk en meer mogelijkheden voor deelmobiliteit bieden meer kansen om te verplaatsen zonder daarbij gebruik te hoeven maken van de eigen auto. Allemaal fysieke en infrastructurele ingrepen, die voor iedereen op straat waarneembaar zijn. Daarmee is de mobiliteitstransitie echter nog niet gelukt. Het bieden van faciliteiten is één, maar dat zegt nog niets over de mate waarin die faciliteiten gebruikt worden. Daarvoor is het nodig dat de gebruikers – de inwoners en bezoekers van Helmond – bereid zijn andere keuzes te maken in hun verplaatsingsgedrag.

Gedrag wordt daarom, naast infrastructuur en vervoermiddel, in de Mobiliteitsvisie Helmond 2040 als één van de drie knoppen genoemd waaraan kan worden gedraaid om de mobiliteitstransitie te laten slagen (zie onderstaand figuur). Gedrag wordt hier als de grootste draaiknop weergegeven omdat dit de belangrijkste factor is voor het slagen van de mobiliteitstransitie. Tegelijkertijd is dit van de drie knoppen ook de lastigst te beïnvloeden factor.

Dit komt doordat menselijk gedrag door tal van factoren, zoals gewoonten, normen en waarden, persoonlijkheid, en omgevingsfactoren tot stand komt. Dat maakt gedrag uitermate complex. Niet voor niets is het onderwerp van onderzoek op wereldwijde schaal. Schijnbaar onwillekeurige (onbewuste) keuzes van individuen blijken bij nader inzien gebaseerd op irrationele afwegingen, die vaak op de automatische piloot plaatsvinden. Daarmee is meteen duidelijk dat iets ingrijpends als een mobiliteitstransitie vraagt om meer inzicht in de redenen waarom een individu kiest voor een bepaalde verplaatsingsvorm. Met die kennis moet het vervolgens mogelijk zijn om dat individu in zijn keuze te sturen of te beïnvloeden, hem als het ware te verleiden om de gewenste keuze te maken. In de praktijk blijkt dit een grote opgave, niet in de laatste plaats omdat alle mensen anders zijn en dus ook gevoelig voor andere signalen.

Eén zaak is in ieder geval duidelijk: gedragsbeïnvloeding is een belangrijk, en zelfs cruciaal onderdeel van de aanpak om tot een geslaagde mobiliteitstransitie te komen. Zonder dat gaat het niet lukken. Welke strategie de gemeente Helmond wil volgen voor het beïnvloeden van het verplaatsingsgedrag van de Helmonders wordt in dit beleidsstuk nader toegelicht.



2. Wat we verstaan onder deelmobiliteit

Het is niet voor niets dat gedrag een belangrijke plaats inneemt in onze mobiliteitsvisie. Hoe de infrastructuur en de voertuigen worden gebruikt, wordt bepaald door degene die er gebruik van maakt¹. Als we het hebben over verplaatsingsgedrag bedoelen we: de keuzes die mensen maken als het gaat om wanneer en met welk vervoermiddel een verkeersdeelnemer zich verplaatst.

Hoe menselijk gedrag tot stand komt

Onder gedrag wordt verstaan: alles wat we, bewust of onbewust, waarneembaar doen. Hierbij vinden allerlei processen plaats in ons hoofd voordat we daadwerkelijk tot uitvoering overgaan. Maar wat mensen denken is géén gedrag. Echt gedrag is waarneembaar, kun je fotograferen. Vaak wordt gedacht dat de mens een rationeel wezen is, maar veel van ons gedrag (maar liefst 95%) komt voort uit tal van factoren waar we ons niet direct van bewust zijn, zoals:

- **Gewoonten.** Wanneer gedrag automatisch (onbewust) wordt uitgevoerd zonder er bij na te denken spreken we van een gewoonte. Gewoonten ontstaan wanneer je gedragingen meerdere keren uitvoert in een bepaalde context. Hierbij kan gedacht worden aan de route die je elke dag aflegt naar je werk en of je hiervoor de fiets of de auto neemt.
- **Motieven.** Er zijn oneindig veel motieven die een rol spelen bij het beïnvloeden van gedrag. Deze motieven verschillen per doelgroep en context. Hierbij kan onderscheid worden gemaakt tussen rationele en irrationele motieven. Rationele motieven om de fiets in plaats van de auto te nemen zijn bijvoorbeeld: gezond-

heid, milieu en geld. Irrationele motieven om niet met het OV te reizen zijn bijvoorbeeld: omdat al je collega's een leaseauto rijden of omdat je je altijd negatief hebt uitgelaten over het OV. Daarnaast kiest men ook vaak voor winst op de korte termijn (nu de auto nemen vanwege comfort en gemak) in plaats van een grotere beloning op de langere termijn (gezondheidswinst door de fiets te nemen).

- **Context.** De omgeving waarin gedrag een rol speelt is ook van belang. De context kan gedrag bevorderen of juist afremmen. Een voorbeeld hiervan is het vergoedingenbeleid van een werkgever. Kun je als werknemer je reiskosten van het OV declareren? Ook zaken als de bereikbaarheid van een werkplek met andere modaliteiten dan de auto en de aanwezigheid van veilige stallingsmogelijkheden voor de fiets spelen een rol. Dit geeft aan dat de context een belangrijke rol speelt in gedragsverandering. Je zou kunnen zeggen dat dit in sommige gevallen de randvoorwaarden zijn waaraan eerst moet worden voldaan voordat je met een gedragsinterventie probeert in te spelen op motieven en weerstanden.

Mensen zijn geneigd alleen een bewuste afweging te maken als ze veel tijd, zin en cognitieve capaciteit hebben. Ook moet men het belang er van inzien.

Vuistregels

Vuistregels – denk bijvoorbeeld aan instinctieve gedragingen – spelen vaak een belangrijke rol in het veranderen van gedrag. Verschillende, maar een zeer beperkt aantal voorbeelden hiervan zijn:

¹ In het dagelijks verkeer zie je menselijk gedrag constant terug. Zeker als iemand zich anders gedraagt dan verwacht door andere verkeersdeelnemers valt dat op en kan dat leiden tot onveilige verkeerssituaties. Dat is echter niet het domein van deze strategie Verplaatsingsgedrag, maar maakt onderdeel uit van de Strategie Verkeersveiligheid.

- **Bevestigingsheuristiek.** Men is geneigd sneller informatie te geloven of over te nemen als deze past bij zijn of haar eigen overtuigingen. Je zoekt naar bevestiging en probeert argumenten te ontkrachten die niet passen bij je eigen mening.
- **Beschikbaarheidsheuristiek.** We denken dat zaken die gemakkelijker in onze gedachten opkomen ook meer voorkomen. Statistisch gezien is dat vaak niet zo.
- **Onzekerheidsreductie.** Het onbekende vinden we vaak eng en levert spanning op. Men sluit zich af van informatie die niet aansluit bij onze eigen opvattingen.

Bij het opstellen van een strategie voor gedragsbeïnvloeding is het belangrijk om rekening te houden met dit soort patronen, omdat ze in hoge mate het succes van een ingreep (gedragsinterventie) bepalen.

Weerstand tegen gedragsverandering

Een gedragsverandering is niet makkelijk teweeg te brengen. Verandering roept bij mensen namelijk vaak weerstand op. Het verschilt van persoon tot persoon of en welke vormen van weerstand een rol spelen als je gedrag probeert te veranderen. Er zijn drie soorten weerstand:

1. **Reactance.** Deze weerstand staat los van de inhoud van de boodschap of de boodschapper. Wanneer mensen doorhebben dat hun autonomie wordt ingeperkt, ontstaat een tegenreactie in de vorm van verzet.
2. **Inertia.** Deze vorm van weerstand wordt gekenmerkt door passiviteit. Mensen kunnen het al dan niet eens zijn met de boodschap, maar komen simpelweg niet in actie. Veranderen kost immers moeite en energie, die we het liefste besparen.
3. **Scepticisme.** Deze weerstandsvorm is gericht op de inhoud van de boodschap. Mensen geloven je argumenten niet óf geloven de boodschapper niet.

Elk van deze vormen van weerstand is met verschillende technieken te voorkomen of verminderen. Een aantal van deze technieken worden later in deze strategie kort besproken.

3. Hoofdpijnen van Strategie Verplaatsingsgedrag

Menselijke maat is het uitgangspunt

Om te komen tot een beleid dat écht bijdraagt aan het veranderen van verplaatsingsgedrag stellen we in het Helmondse beleid de reiziger – de verplaatsingsconsument – centraal. Het gaat niet alleen om de infrastructurele ingreep, maar vooral ook om de gebruiker daarvan. Door ons te verplaatsen in zijn gedachten proberen we te doorgronden op basis van welke argumenten hij zijn keuze bepaalt: of hij zich verplaatst (of bijvoorbeeld thuis werkt of zijn inkopen thuis laat bezorgen), als hij zich verplaatst wanneer op de dag, hoe vaak en uiteraard op welke manier. We houden dus rekening met de behoeften, houding, en weerstanden van de reiziger.

Werken met doelgroepen

Door te redeneren vanuit de specifieke doelgroep, dus ons in te leven in de gedachten van de leden van doelgroep, kunnen we erachter komen wat hun motieven, weerstanden en verandermogelijkheden precies zijn. Het uitzetten van bijvoorbeeld enquêtes kan zeer behulpzaam zijn om doelgroepen beter in kaart te brengen en meer inzicht te verkrijgen in de aspecten die die doelgroepen ‘triggeren’ in hun verplaatsingsgedrag. Op die manier kan, bij voorkeur, vanaf de voorkant beleid zo effectief mogelijk worden ontwikkeld om te voorkomen dat achteraf mensen moeten worden overtuigd of verleid. Zo kan verplaatsingsbeleid rekenen op draagvlak en verkleint dat de afstand tussen overheid en burger.

Geïntegreerde aanpak

Maatregelen op het gebied van gedragsbeïnvloeding staan liefst niet op zich, maar maken onderdeel uit van een breder maatregelenpakket. Door dit pakket samen te stellen met ingrepen in de infrastructuur (fysiek of virtueel), educatie en voorlichting, beloning en eventueel bijbehorende sancties (handhaving) ontstaan er veel meer aan-

knopingspunten voor de reiziger om zijn gedrag aan te passen. Er moet immers worden voorkomen dat de reiziger met gedragsinterventies wordt verleid meer gebruik te maken van het openbaar vervoer, terwijl tegelijkertijd de buslijn in zijn buurt vanwege bezuinigingen wordt opgeheven. Dat maakt de interventie ongeloofwaardig en is er eerder kans op een averechts effect.

Meenemen vanaf de start

Een geïntegreerde aanpak van de beïnvloeding van het verplaatsingsgedrag vraagt er niet alleen om dat dit onderwerp in de verschillende onderdelen van het mobiliteitsbeleid expliciet wordt meegenomen, maar ook dat dit op tijd gebeurt: al bij de start van het opstellen van nieuw beleid moet de gedragsaspecten die met dat beleid samenhangen of kunnen samenhangen in beeld worden gebracht. Door op dat moment al te bepalen welke gedragsinterventies mogelijk zijn wordt het mogelijk gedragsmaatregelen veel doelgerichter in te richten en hier eventueel de andere, aanpalende maatregelen op af te stemmen. Gedragsbeïnvloeding is dus geen ‘sausje’ achteraf, maar een essentieel element van het beleid dat vanaf de voorkant meedoet.

Actuele kennis is alles

Net als voor alle beleidsterreinen is het voor het beleid op het gebied van verplaatsingsgedrag essentieel dat voldoende actuele kennis aanwezig is van de reizigers waarmee wordt gewerkt. Daaronder vallen onder meer het opdoen van gedragskennis vanuit bijvoorbeeld de literatuur, het uitzetten van onderzoeken zoals de Fietsenquête Helmond 2024, het doen van interviews of het organiseren van focusgroepen. Door de uitkomsten te analyseren kunnen profielen worden samengesteld van specifieke doelgroepen, waar vervolgens doelgericht gedragsinterventies op worden afgestemd. De voorkeur ligt op een afgekaderde context, specifieke doelgroepen, huidig en gewenst

gedrag, belemmeringen, motieven en weerstanden. Op die manier is een gedragsvraagstuk zo effectief mogelijk te onderzoeken, wat de kans op doelmatig en effectief beleid zo veel mogelijk vergroot.

Ingebed in de organisatie

Hoewel het bestuderen en beïnvloeden van het menselijk gedrag al oud is, is het doelbewust en structureel inzetten van gedragsbeïnvloeding als middel om het verplaatsingsgedrag van burgers te veranderen relatief nieuw. Hier en daar verschijnen in de vooral vakinhoudelijk georiënteerde beleidsafdelingen ook gedragsdeskundigen, die invulling kunnen helpen geven aan gerichte gedragscampagnes of beleidsontwikkeling. In het kader van de mobiliteitstransitie moet het gedragsperspectief en de daarbij behorende menselijke maat worden geborgd in de organisatie en beleidsprocessen en daarin een volwaardige plek krijgen. Dat betekent het ontwikkelen van een integrale aanpak van mobiliteitsvraagstukken in relatie tot ruimtelijke planning. Het beste is om al in een zo vroeg mogelijk stadium gedragsinzichten mee te nemen in een nieuwe stedelijke ontwikkeling. In die fase is er vaak nog veel meer flexibiliteit en sturingsmogelijkheid om te komen tot een zo goed mogelijk samenspel tussen mobiliteit, veranderopgaven en ruimtelijke planning. Dat vraagt om bewustwording binnen de organisatie, waarbij medewerkers en collega's enthousiasmeren voor en begeleiden in het toepassen van gedragsinzichten in hun eigen werk centraal staat. Binnen de organisatiestructuur werken we toe naar het meenemen van de mobiliteitsuitwerking aan de voorkant van een ruimtelijk plan in plaats van dat we het zien of behandelen als een restopgave.

Kortom, verplaatsingsgedrag moet een integraal onderdeel worden van programma's, agenda's, projecten en maatregelen binnen het mobiliteitsdomein.

4. Hoe de hoofdlijnen uitgewerkt worden in concrete acties

Het inrichten van maatregelen op het gebied van gedragsbeïnvloeding is werk voor specialisten. Zoals aangegeven is dit werk complex en vraagt het om veel kennis en kunde. Nog te vaak wordt verondersteld dat gedragsinterventies kunnen worden gebaseerd op standaard aanpakken, terwijl de ervaring leert dat juist maatwerk het verschil kan maken. Daarom is er binnen de gemeentelijke organisatie een gedragsadviseur beschikbaar, die aanspreekbaar is op de volgende onderwerpen:

1. Kennis op orde

Kennis en ontwikkelingen op het gebied van verplaatsingsgedrag verzamelen, analyseren en verbinding maken en onderhouden van netwerken gerelateerd aan gedragsinzichten en Helmond daarin vertegenwoordigen

2. Vertalen naar veranderstrategieën, kansen en maatregelen

Ontwikkelen, evalueren en verbeteren van gedragsmaatregelen, -methoden en -instrumenten. Een voorbeeld hiervan is het Behaviour Change Model (BCM). Dit model bestaat uit zes stappen om te achterhalen wat de relevante drijfveren zijn en welke technieken je kunt gebruiken om deze drijfveren te beïnvloeden:

- a. **Doelanalyse.** Van een hoger doel naar concrete gedraging(en). In deze stap beschrijf je de probleemdefinitie en specificeer je het huidige en het gewenste gedrag.
- b. **Landschapsanalyse.** In deze stap breng je in kaart welke motieven, weerstanden en omgevingsfactoren een rol spelen bij de doelgroep van de gedragsverandering.
- c. **Landschapscheck.** In deze stap verifieer je of de gevonden factoren in de landschapsanalyse in deze context ook echt de juiste zijn. Vervolgens toets je

op welke van deze gevonden factoren je je het best kan richten om de gedragsverandering teweeg te brengen. Dit zijn de knoppen waaraan je draait om het gedrag te veranderen.

d. **Techniekselectie.** Na het in kaart brengen van alle motieven, weerstanden en omgevingsfactoren ga je in deze stap één of meerdere technieken kiezen die worden ingezet om het gedrag te veranderen. De ideale mix bestaat uit technieken die inspelen op motieven, weerstanden voorkomen, en de context aantrekkelijk maken.

e. **Interventiedesign.** In deze stap integreer je alle inzichten uit de vorige stappen. Dit levert een concrete interventie op. Deze kan allerlei vormen aannemen: van een communicatiecampagne tot het vergemakkelijken van een online reserveringssysteem.

f. **Borging.** In deze stap evalueer je de interventie, interpreteer je de resultaten en formuleer je een advies. Mocht de ontwikkelde interventie effectief zijn, dan is het zaak deze te borgen.

3. Vertaling naar de Helmondse situatie

Onderzoekskansen identificeren en onderzoek initiëren en coördineren met betrekking tot mobiliteitsgedrag. Geven van gevraagd en ongevraagd gedragsadvies over veranderopgaven op het gebied van mobiliteit. Bij de uitvoering van concrete maatregelen geven we prioriteit aan bewezen effectieve maatregelen door het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid.

4. Kennis en kunde verspreiden en afstemmen binnen de organisatie

Hierbij kan worden gedacht aan de volgende concrete acties:

- Meedenken en meewerken aan het opzetten van interventies met betrekking

- tot een concreet gedragsvraagstuk op het gebied van mobiliteit.
- Ontwikkeling van instrumenten om collega's te ondersteunen in het toepassen van gedragsinzichten in hun project.
- Medewerkers binnen de afdeling Stedelijk Beleid en vervolgens de afdeling Stedelijke Ontwikkeling enthousiasmeren over gedragsinzichten en motiveren om dit toe te passen in hun eigen werk. Bewustwording over het onderwerp en de menselijke maat staan hierbij centraal.

5. Monitoring en evaluatie effectiviteit maatregelen

Aan de ene kant het monitoren van de houding, behoeften en het gedrag van reizigers in Helmond ten opzichte van mobiliteitsonderwerpen en de gewenste verandering in het verplaatsingsgedrag. Op die manier kan de effectiviteit van de maatregelen worden gemeten en kan, indien noodzakelijk, worden bijgestuurd.

Als overkoepelende doelstelling streven we ernaar in 2040 een duidelijke verschuiving in de modal split gerealiseerd te hebben van de auto naar andere vervoerwijzen, zoals lopen, fiets en OV.

5. Ondersteunende maatregelen

Voordat er een poging kan worden gedaan om het verplaatsingsgedrag van mensen te veranderen dienen er een aantal ondersteunende maatregelen op het gebied van de andere strategieën gerealiseerd te worden. Hierbij kan worden gedacht aan:



Actieve mobiliteit

- Fietsnetwerk op orde (hieronder valt zowel aanleg fietspaden als kwaliteitsniveau).
- Zorgen voor voldoende en veilige stallingsmogelijkheden voor de fiets op strategische locaties (bij vervoersknooppunten, belangrijke bestemmingen en aan de rand van het centrum).
- Voldoende kwalitatieve voetgangersvoorzieningen.



Deelmobiliteit

- Voldoende aanbod van deelmobiliteit.
- Een betaalbaar aanbod van deelmobiliteit.
- Het bereikbaar maken van deelmobiliteit, dat wil zeggen het creëren van aanbod nabij de gebruikers.
- Vergroten zichtbaarheid deelmobiliteit in woonomgeving.
- Inzetten op een uniform systeem voor registreren, reserveren en betalen deelmobiliteit (MaaS).



Hubs

- Goede herkenbaarheid hubs.
- Zorgen voor een dekkend netwerk aan hubs.

- Aanwezigheid aanvullende voorzieningen bij hubs.
- Uniforme en actuele reisinformatie op hubs.
- Voldoende sociale veiligheid op de hubs.



Openbaar Vervoer

- OV-netwerk op orde.
- Voldoende frequentie.
- Betrouwbare dienstregeling.
- Actuele reisinformatie.
- Comfort van vervoer.
- Aantrekkelijke tarieven.
- Uitstraling en comfort van stations.



Stadsdistributie en logistiek

- Het beperken van de toegang voor bepaalde categorieën voertuigen in bepaalde gebieden.
- Het realiseren van laad-loslocaties die kunnen dienen als alternatief voor gebieden met beperkte toegang voor (bepaalde categorieën) voertuigen.
- Aanbieden van pakketkluzen of alternatieve ophaallocaties dichtbij de gebruiker of op een logische plek in hun (keten)reis.



Auto

- Autonetwerk op orde volgens principe uit de visie.
- Autobeperkende maatregelen: minder aantrekkelijk maken t.o.v. andere modaliteiten.

- Verkeersmanagement
- Het verbeteren van de reistijden met actieve modaliteiten ten opzichte van de auto: idealiter bijvoorbeeld sneller met de fiets of het OV dan met de auto.



Verkeersveiligheid

- Zorgen voor randvoorwaarden verkeersveiligheid voor alle modaliteiten. Voor de fietser bevordert bijvoorbeeld het scheiden van auto- en fietsverkeer de subjectieve verkeersveiligheid.



Parkeren

- Strenger parkeerbeleid op bestemmingen.
- Strenger parkeerbeleid in woongebieden om autobezit te ontmoedigen en gebruik van deelmobiliteit en actieve mobiliteit als alternatief te stimuleren.

6. Monitoring en evaluatie

Wanneer een interventie ontwikkeld is, is het belangrijk om te meten wat het effect daarvan is op gedrag. De vraag die daarbij gesteld moet worden is wat haalbaar is, afhankelijk van tijd en/of budget. Bij voorkeur test je de interventie vóóraf bij de doelgroep waar de interventie op gericht is. De uitkomsten van dat onderzoek kunnen worden gebruikt om te bepalen of je doorgaat met de uitrol van de interventie of niet, of dat deze moet worden bijgesteld. Bij minder tijd of geld is een kleine test vooraf, bijvoorbeeld enkele interviews met de doelgroep, vrijwel altijd aan te bevelen boven niet testen. Heb daarbij niet alleen oog voor de beoogde effecten, maar ook voor gewenste en ongewenste neveneffecten.

Kies voor een evaluatie achteraf uit een experiment of een effectmeting. In een experimentele opzet krijgt één groep de interventie (de interventiegroep) en een andere groep niet (de controlegroep). In een effectmeting vergelijk je resultaten uit een meting vóór en een meting ná de interventie. Een experiment is het meest geschikt om een oorzakelijk verband aan te tonen: treedt het effect op door de interventie, of kan het ook door iets anders komen? In de praktijk kun je niet altijd voor zo'n experiment kiezen. Sommige interventies, zoals massamediale campagnes, zijn niet te testen in een experimentele opzet, omdat de hele doelgroep potentieel de interventie heeft ontvangen zodra de campagne live gaat.

Soms wordt gedrag getest in een laboratoriumsituatie, een gecontroleerde omgeving, en soms in een praktijksituatie, een natuurlijke omgeving. Die laatste situatie heet een veldexperiment. Effecten in het lab komen onder gecontroleerde condities tot stand en zijn daarmee slechts een benadering van de werkelijkheid. Effecten in het veld zijn realistischer, maar ook gevoeliger voor (niet te controleren) externe factoren. Verder kost een veldexperiment vaak meer capaciteit.

Bij experimenten zoals een Randomised Controlled Trial (RCT) wijs je mensen willekeurig toe aan de interventiegroep en de controlegroep. Door dit random te doen is het vrij zeker dat verschillen in gedrag tussen groepen ook echt het gevolg zijn van de interventie. Als deze toewijzing niet-willekeurig is of kan, kun je met een quasi-experimenteel onderzoek soms een controlegroep construeren die zo veel mogelijk lijkt op de interventiegroep. Of je hebt als onderzoeker geen controle over de al bestaande groepen die verschillende condities ondergaan, zoals rokers versus niet-rokers.

Colofon

‘Meerjaren Uitvoeringsprogramma Mobiliteit’
is een uitgave van de gemeente Helmond.

Inhoud en tekst

Thomas Bast

Contact

Adres Huis voor de Stad, Weg op den Heuvel 35
Postbus 950, 5701 MR Helmond
Telefoon 14 0492 (algemeen)
Internet www.helmond.nl
E-mail gemeente@helmond.nl



Juni 2025

Gemeente Helmond

