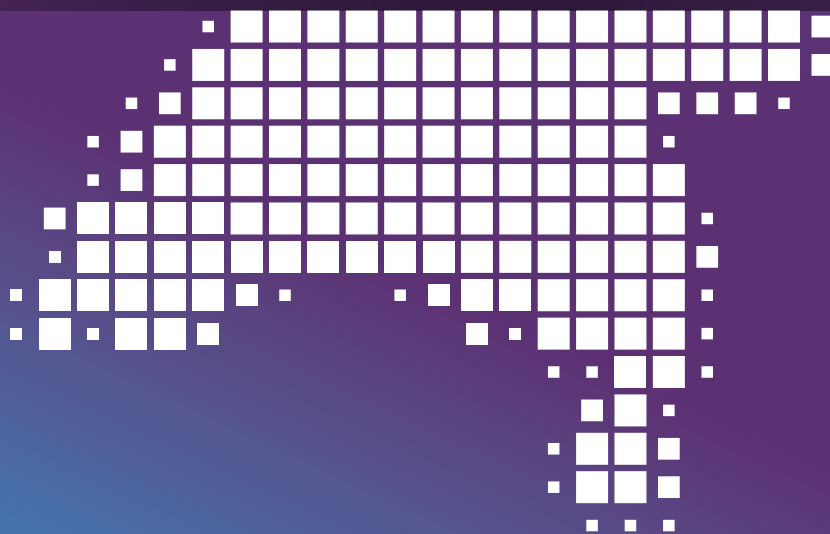

smart
wayz.nl



Aanvalsplan
Smart Mobility
Zuid Nederland

– Onderdeel van SmartwayZ.NL –



smart
wayz.nl

“The future belongs to those
who believe in the beauty of
their dreams”

– Eleanor Roosevelt –

Inhoudsopgave

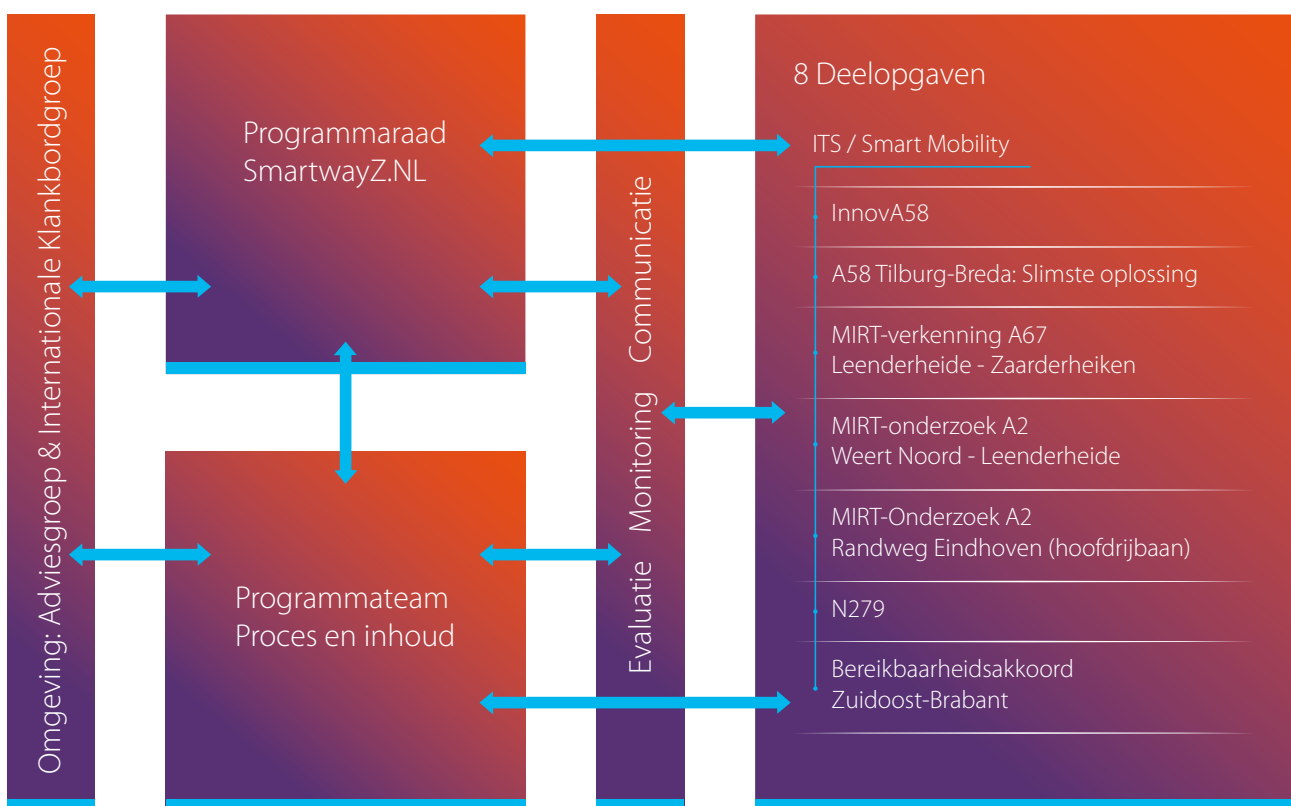
1: Inleiding en leeswijzer	4
2: Wat zien we gebeuren?	6
3: Wat willen we bereiken?	11
4: Wat is onze aanvalsstrategie?	18
5: Van strategie naar Smart Mobility programma	20
6: Aanpak met concrete stappen	26
7: Programmaorganisatie Smart Mobility	29

Bijlagen

Startfoto's (met overzichten van al beschikbare pre-, on- en post-trip toepassingen)	32
Doelenboom	34
Design Thinking methodiek	36
Testproject Social Design InnovA58 inpassingsvisie Oirschot	38

1: Inleiding en leeswijzer

Voor u ligt het aanvalsplan voor de opgave Smart Mobility/ITS, onderdeel van het Bereikbaarheidsprogramma Zuid-Nederland. In dit Bereikbaarheidsprogramma zijn eind 2015 afspraken gemaakt met de minister van Infrastructuur en Milieu over het aanpakken van de bereikbaarheid in Zuid-Nederland. Leidraad in dit programma is Smart Mobility waar het kan, verbreding van infrastructuur waar nodig. Het programma bestaat uit acht deelopgaven, allemaal met een uiteenlopende tijdshorizon. De governance is als volgt:



▼ Figuur 1: Governance SmartwayZ.NL

Als uitwerking van het bovenstaande overzicht is de opgave van Smart Mobility als volgt neergezet: 'het is zowel een zelfstandige opgave als een aan de andere zeven deelopgaven gerelateerde opgave'. Juist in de Smart Mobility en ITS-deelopgave vindt vernieuwing plaats en zoeken we naar het stimuleren van kennisontwikkeling door combinaties van marktpartijen, overheden en kennisinstellingen. Het is een zelfstandige opgave om bovenop de bestaande programma's Spookfiles, Beter Benutten Vervolg ITS (inclusief, een hybride testomgeving) een nieuw programma te creëren op de schaal van Zuid-Nederland, met de uitdaging om dat met internationale uitstraling te doen en tot opschaling te komen van oplossingen die impact hebben op de dagelijkse mobiliteit. Daarvoor is nodig een combinatie van een snelle en soepele organisatie van overheden en samenwerking met kennisinstellingen en markt, een infrastructuur die state of the art is en klaarstaat om de nieuwste toepassingen in de praktijk te laten werken en een benadering/aanpak die inspeelt op een continu veranderende omgeving. Dit vergt een gebruikersomgeving van voldoende omvang en variëteit. De koers van de andere zeven deelopgaven is afhankelijk van de toepassing van Smart Mobility/ITS. Enerzijds door standaarden en mogelijkheden aan te bieden aan de deelopgaven, anderzijds door de lessen en Smart Mobility/ITS toepassingen uit de ene deelopgave te vertalen naar mogelijkheden voor andere deelopgaven.

Dit plan start vanuit de technologische en sociologische ontwikkelingen die de komende jaren bepalend zijn voor de wijze waarop we invulling geven aan het Smart Mobility programma. Vervolgens zoomen we in op de Zuid-Nederlandse regio die vanuit het perspectief van Smart Mobility volop kansen biedt. Het daarop volgende hoofdstuk zet de ambitie van de opgave neer. De strategie om deze ambitie te kunnen realiseren staat in hoofdstuk 4. Hoe we vervolgens invulling geven aan de strategie is beschreven in de hoofdstukken daarna. In hoofdstuk 5 is de strategie uitgewerkt in drie programmalijnen. En hoofdstuk 6 ten slotte bevat de eerste concrete stappen voor de uitvoering in de tweede helft van 2016 en 2017.

Het plan is tot stand gekomen met de input en denkkraft van velen. In lijn met één van de strategische uitgangspunten van dit programma: samenwerking met stakeholders en een centrale rol voor de gebruiker. Er hebben verschillende co-creatie sessies plaatsgevonden met overheden, marktpartijen, kennisinstellingen en consumenten, er zijn gebruikers insights opgehaald en het plan is aangescherpt en verrijkt door een groep experts.

Namens de Kwartiermakers vanuit het Ministerie van Infrastructuur en Milieu, Provincie Noord-Brabant en DITCM.

2: Wat zien we gebeuren?

De perspectieven voor de mobiliteitsector, en meer specifiek voor Smart Mobility, zijn onlosmakelijk verbonden met maatschappelijke ontwikkelingen. Milieu, veiligheid, ruimtelijke ordening, nationale en Europese wetgeving, technologische, culturele en sociale ontwikkelingen zorgen voor een dynamisch speelveld. Ontwikkelingen die onze wereld de afgelopen jaren in snel tempo hebben veranderd en hebben geleid tot andere sociale verhoudingen, en een andere verhouding tussen overheid, bedrijfsleven en burger. We zoomen hieronder in op twee van die ontwikkelingen, die vanuit het perspectief van Smart Mobility het meest relevant zijn: 1) de exponentiële technologische ontwikkelingen en 2) de veranderende rol van de gebruiker; de reiziger, ofwel de consument.

Technologische ontwikkelingen steeds sneller en meer bepalend

Technologie is overal om ons heen. We hebben via social media contact met mensen over de hele wereld, we doen boodschappen vanuit huis en een navigatie-app leidt ons naar onze bestemming. Technologische ontwikkelingen volgen elkaar steeds sneller op en verspreiden zich steeds sneller over de wereld. In de toenemende complexiteit van onze samenleving hangen toepassingen van technologieën bovendien steeds meer met elkaar samen. Van veel technologieën die de komende dertig jaar belangrijk worden, bestaan nu al prototypes of ze zijn zelfs al te koop. Autonome voertuigen, het intelligente huis als onderdeel van het Internet of things, 3D geprinte voertuigen of onderdelen naar onze persoonlijke voorkeur, kunstmatige intelligentie, bacteriën als biobrandstoffabriek: het is geen theorie meer. De mogelijkheden en toepassingen die voortkomen uit deze nieuwe technologieën lijken eindeloos.

Het gaat grote impact krijgen, maar welke? En wanneer?

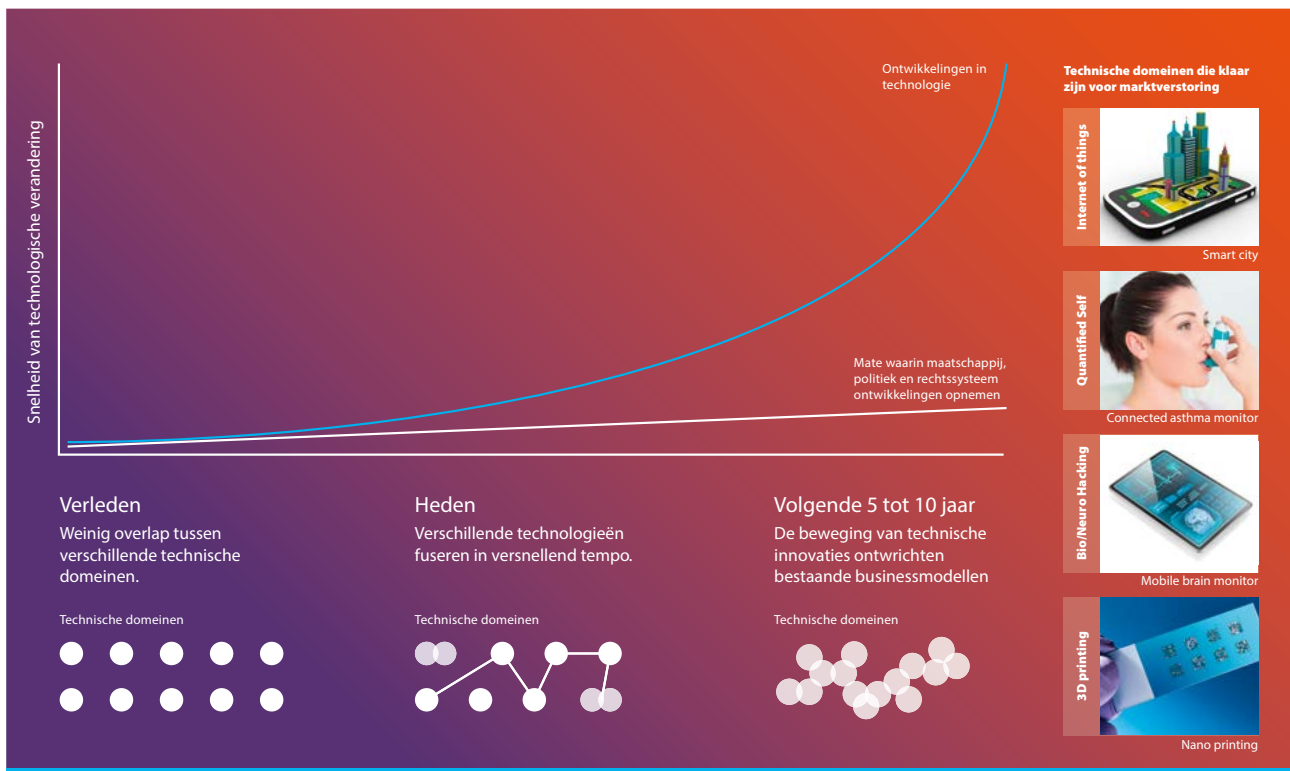
Welke technologieën de komende tien, vijftien jaar grootschalig worden toegepast en wanneer, valt niet met zekerheid te zeggen. Het is immers niet zeker welke nieuwe mondiale of regionale ontwikkelingen zich gaan voordoen of hoe maatschappelijke, demografische en sociaal-economische veranderingen onze wensen en keuzes voor technologieën gaan beïnvloeden. De periode tussen de beschikbaarheid van een prototype, de marktintroductie (time-to-market) en het grootschalig gebruik (time-to-value) kan sterk uiteenlopen per technologie. De effecten van technologische innovaties zijn meestal ook niet op voorhand te voorzien. De wisselwerking met de manier waarop wij allen leven, werken en recreëren en met bijvoorbeeld de ruimtelijke omgeving is een vraagstuk dat sterk in opkomst is. 'Mobility as a Service' (MaaS) is hier een sprekend voorbeeld van. Er komt een periode aan waarin de pluriformiteit aan diensten (informatie, rijtaakondersteuning, services, etc.) en modaliteiten (vormen van zelfrijdende auto's en busjes, e-bikes, speed-pedelecs, snelle voetgangers, etc.) groeit, met alle kansen en onzekerheden van dien.

Dan is er nog de trend naar meer delen: 'I need, you have'. In de deeleconomie gaat het er niet om wat je hebt maar om wat je eraan hebt. In deze nieuwe economische vorm worden ego en status niet langer bepaald door wat we bezitten maar door hoe slim we zijn om dingen niet te bezitten. Ondanks het grote succes van bekende organisaties zoals Uber en Air-BNB, staat de deeleconomie nog in de kinderschoenen. Andere platformen die actief zijn op het gebied van de deeleconomie zijn onder andere Peerby (spullen lenen van mensen in de buurt), Artsy (kunst), Fashionhire (huren van tassen), Floop2 (bedrijfsmaterieel en diensten) en kledingbibliotheek (lenen van kleding).



▼ Figuur 2: 'I need, you have'

De mate waarin overheden belemmeringen opwerpen of wegnemen en de acceptatie van nieuwe diensten, zijn ook medebepalend voor snelheid en impact van deze innovaties (zie ook de onderstaande grafiek). Zeker is dat in de komende jaren grote verschillen zijn en blijven in verwachtingen en opvattingen over gevolgen van technologische innovaties.



▼ Figuur 3: Snelheid en impact van technologische ontwikkeling

Versnelling en complexiteit stellen adaptief vermogen op de proef

De impact van innovaties, inclusief een eventuele verandering in de betekenis en het belang van waarden, is steeds vaker voelbaar, meestal nog voordat we er met elkaar over hebben nagedacht. Zo hebben smartphones onze sociale contacten sterk veranderd en is het inmiddels gewoonged dat de overheid digitale middelen op grote schaal inzet om bijvoorbeeld fraude op te sporen. Ongewenste gevolgen kunnen ons bovendien harder raken door de groeiende verwevenheid van mens en technologie. De versnelling en de complexiteit rondom technologische innovaties stellen ons adaptief vermogen op de proef. Dat geldt zowel voor de overheid als voor burgers, bedrijven en kennisinstellingen.

De veranderende rol van de reiziger

De reiziger krijgt een centrale plek in verbetering van de bereikbaarheid

Mobiliteit is een afgeleide. Een gevolg van de mens die werkt, woont en recreëert. Technologische ontwikkelingen maken het in toenemende mate mogelijk dat door privaat aangeboden diensten passend bij de behoeftes en wensen van reizigers, individueel gedrag voor én tijdens de reis wordt beïnvloed. Denk aan het vertrektijdstip, de vervoerskeuze, de gekozen route of een goed alternatief daarvoor, snelheden, adviezen over in- of uitvoegen en tijdige waarschuwingen voor gevaren. Het belang en het gebruik van deze intelligente diensten is voor iedere doelgroep anders. Voor forenzen die gewend zijn een vaste route te rijden, bieden ITS-diensten vooral gemak, brandstof- en tijdbesparing. Voor zakelijke reizigers scheelt het twee of drie afspraken op een dag. Ze krijgen gerichte adviezen over de snelste opties bij incidenten, evenementen, tijdens de 'last mile' in het stedelijk gebied, rondom beschikbare parkeergelegenheden of over laad- en losplekken voor vrachtverkeer. Maar ITS biedt ook comfort door zekere en actuele aankomsttijden te tonen. Bovendien maakt ITS het mogelijk om voertuigen en kruispunten met elkaar te laten communiceren en zo gericht voorrang te verlenen aan specifieke doelgroepen als OV, fietsers of zwaar vrachtverkeer.

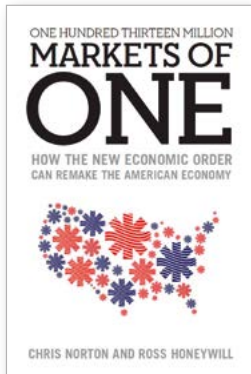
De burger wordt zelfstandiger en mondiger, en organiseert steeds vaker eigen netwerken om zaken te regelen. Denk aan 'peer to peer' muziekwisseling, het organiseren van zorgverzekeringen op wijkniveau, banking op kleinere schaal zonder banken, etc. Het tijdperk van individualisering lijkt voorbij en communities staan meer en meer centraal. Geen enkel mens is hetzelfde en ook communities hebben verschillende behoeftes. Op het gebied van mobiliteit speelt dat ook; maatwerkoplossingen hebben de toekomst, zodat burgers steeds meer keuzereizigers worden. 51% van de Nederlanders staat positief tegenover flexibel reizen. Een kwart van alle Nederlanders zou de auto wel vaker willen laten staan. Tegelijkertijd reist 64% het liefst met de auto en is eigen autobezit voor 70% van de Nederlanders vanzelfsprekend.

De reiziger speelt een steeds actievere en centralere rol in het verbeteren van bereikbaarheid en doorstroming, iets wat tot nog toe vooral behoorde tot het publiek domein. De reiziger draait daarbij zelf aan de knoppen van zijn/haar reis: voor, tijdens en achteraf. De rol van overheden verandert daarmee ook: naast mede richting geven en handhaving van wet- en regelgeving, vooral ook stimuleren van ontwikkelingen en nieuwe samenwerkingsvormen en het wegnemen van belemmeringen.

Van gebruiker naar consument

Hoewel de reiziger in onderzoek en projecten ter verbetering van de bereikbaarheid een steeds prominentere plek krijgt (zie bijvoorbeeld Beter Benutten), wordt deze nog vaak beschouwd als 'gebruiker' van het vervoerssysteem. Met de rappe ontwikkeling van allerlei mobiliteitsdiensten en MaaS concepten verandert de rol van de reiziger van gebruiker naar consument; de reiziger consumeert mobiliteit door zelf de gelegenheid te hebben om te plannen, te boeken, onderweg bij te sturen en zelf af te rekenen voor de gehele reis.

De consument laat zich in de zoektocht naar mobiliteitsoplossingen via internet en social media uitgebreid voorlichten over de ontwikkelingen en alternatieven in de markt. Productprestaties en klantvriendelijkheid van aanbieders zijn online inzichtelijk. Hierdoor wordt continue klantgerichtheid steeds belangrijker. Daarbij zoekt de consument 'gemak' en 'ontzorging'. Inspelen op deze consumententrend betekent vooral de klant kennen en doelgroepen kiezen.



Het boek '113 Million markets of one' van Chris Norton en Ross Honeywill beschrijft op basis van 10 jaar onderzoek onder 800.000 mensen hoe keuzepatronen veranderd zijn, en voor de groep die economisch het meeste spendeert, complexer zijn geworden.

We leven in een tijd waarin behoeften en verwachtingen zo gedifferentieerd zijn, dat we niet meer in gebruikersgroepen kunnen denken. Alleen als we tot het niveau van één kijken, de behoeften van de individuele consument, kunnen we producten en oplossingen ontwikkelen die daadwerkelijk geadopteerd/gebruikt worden.

Zuid-Nederland rijp voor een Smart Mobility Region

Ook de regio Zuid-Nederland heeft de laatste jaren niet stilgestaan en zich ontwikkeld tot kennis- en innovatiecentrum op het gebied van mobiliteit. Om voorop te blijven lopen is het van belang het Zuid-Nederlandse innovatiebeleid op het gebied van mobiliteit te richten op de opgaven die hier spelen op het gebied van bereikbaarheid en in relatie tot leefbaarheid en veiligheid.

Het geografische gebied kenmerkt zich door een gevarieerd landschap van steden, dorpen, natuur en snelwegen. We noemen dat ook wel de 'Mozaïekmetropool'. Het samenspel van (middel) grote steden en dorpen, waarbij het buitengebied altijd binnen handbereik is voor de stad en andersom. Een verspreid patroon van wonen en werken, met opgeteld de mogelijkheden van een hoogstedelijk gebied en de kwaliteiten van het ommeland. Juist voor nieuwe mobiliteitsconcepten biedt dit uitgangspunt bijzondere kansen: het daily urban system biedt bijzondere kansen, meer concreet is de fiets bijzonder kansrijk in deze Mozaïekmetropool (Cahier #03: Mobiliteit in Brabant. de weg vooruit!, Brabantkennis.).

Ook kruisen hier EU Corridors elkaar (Rotterdam-Wenen en Amsterdam-Luxemburg-Lyon). Een groot gedeelte van de automotive industrie is in onze regio gevestigd. In een omtrek van 10 kilometer zit de grootste concentratie van high tech bedrijven van Nederland die zich bezig houden met 'smart solutions'. Helmond biedt een ideale uitvalsbasis met de Automotive Campus, waar o.a. de Innovatiecentrale is gevestigd. De grote hoeveelheid technisch georiënteerde industrie zorgt voor inwoners die van nature nieuwsgierig zijn en bereid zijn deel te nemen aan experimenten. Daarmee biedt de regio de ideale voedingsbodem voor experimenten. De projecten Brabant in-car I, II en III, Freilot en het Spitsproject A270 zijn hiervan het bewijs. De experimenten hebben ook geleid tot internationale schaalvergroting van de Smart Mobility toepassingen en hebben geresulteerd in meer economische activiteit in de regio. Het gebied behoort tot de slimste regio's van Europa en is zelfs de slimste regio ter wereld geweest, die positie willen we bestendigen. De regio draagt bij aan het imago van Nederland als 'voorloper' en heeft aantrekkingskracht op nieuwe bedrijven en studenten van o.a. de Technische Universiteit Eindhoven, Universiteit van Tilburg en Fontys Hogeschool, waarmee de innovatiekracht van de regio verder wordt versterkt.

Kortom, de regio biedt door de schaalgrootte, de opgaven, het type inwoners, de aanwezige bedrijven en onderwijsinstellingen de ideale voedingsbodem om uit te groeien tot 'DE regio voor Smart Mobility' waar slimme – zo niet de slimste – oplossingen voor mobiliteit worden ontwikkeld en toegepast.

Innovaties zullen de
mobiliteitssector sterk doen
veranderen en de consument zal
steeds meer zelf de regie nemen
over zijn eigen mobiliteit.

3: Wat willen we bereiken?

Hoe mobiliteit er over 10 jaar uitziet weet niemand. Maar een paar dingen weten we wel. Innovaties gaan de mobiliteitssector sterk doen veranderen en de consument gaat steeds meer zelf de regie nemen over zijn eigen mobiliteit. En wat te denken van het feit dat in de toekomst meer dan 70% van de bevolking in de grote steden woont? Hoe zorgen we ervoor dat al die mensen mobiel blijven, zodanig dat de bereikbaarheid, leefbaarheid en verkeersveiligheid gewaarborgd zijn? Dat kan alleen als we gaan voor een integrale benadering van mobiliteit, waarin alle vervoersmodaliteiten met elkaar verbonden zijn en waarin de consument maximaal gefaciliteerd wordt in zijn mobiliteitsbehoefte.

Dat brengt ons bij de volgende ambitie voor het Smart Mobility programma in de regio Zuid-Nederland:

De mobiliteitsconsument als centrale spil in een netwerk van slimme mobiliteitssystemen in Zuid-Nederland en als afnemer van een veelheid aan slimme mobiliteitsoplossingen en -diensten. Een netwerk dat een optimale bereikbaarheid, met daaraan gekoppeld leefbaarheid en veiligheid biedt. Zuid-Nederland als zogenaamde Smart Mobility Region waarin kansen worden gecreëerd en verzilverd: succesvolle deployment van nieuwe Smart Mobility/ITS diensten en een regio die nog aantrekkelijker wordt om te vestigen, te werken en te leven.

Vanuit het perspectief van de reiziger als consument en vervoerder: een breed palet aan complete mobiliteitsconcepten dat een sluitende vervoersketen van deur tot deur biedt; de beste keuze voorafgaand aan de reis, bijstuurmogelijkheden bij disrupties (bijvoorbeeld incidenten) onderweg, rijkstuurbegeleiding en de mogelijkheid om achteraf via reflectie en evaluatie te kunnen aanpassen en bijsturen.

Vanuit het perspectief van de aanbieders van mobiliteitsdiensten: mogelijkheden om (nieuwe) oplossingen en gebruikerstoepassingen op de markt te zetten, waaraan de consument behoefte heeft én die bijdragen aan de doelstellingen van een betere bereikbaarheid, een veilige reis en betere leefomgeving. Voldoende schaal (geografisch én potentiële klanten) en perspectief is nodig om tot sluitende businesscases te komen en het aantrekkelijk te maken mede-investeerder te zijn van nieuwe technieken en toepassingen.

Vanuit het perspectief van de gezamenlijke partners: op een innovatieve en slimme manier werken aan een betere doorstroming en een versterking van de leefomgeving, waarbij gebruik wordt gemaakt van alle kennis en kunde van partijen op dit gebied (in de regio). Brabant en Limburg willen DE regio's zijn voor innovaties in Smart Mobility/ITS; een Smart Mobility Region. Hieraan gelinkt willen zij een economische toplocatie zijn, hun concurrentiekracht behouden en kansen die zich voordoen als gevolg van internationalisering verzilveren. Ook willen Brabant en Limburg een logistieke hotspot zijn en een aantrekkelijke vestigingsplaats.

Deze ambitie past in de overall doelstellingen van het programma SmartwayZ.NL, die in een doelenboom zijn uitgewerkt (zie bijlage 2). Het spreekt voor zich dat de deelopgave Smart Mobility moet bijdragen aan de realisatie van deze doelstellingen op programmaniveau. De maatregelen en projecten uit Smart Mobility dragen dan ook bij aan een betere doorstroming, leefbaarheid, (verkeers)veiligheid en het stimuleren van innovaties. Om Smart Mobility ook werkelijk bij te laten dragen aan effecten op de weg zoals verbetering van de doorstroming, is een substantiële verhoging van het gebruik en opvolging van smart mobility diensten essentieel. Zoals reeds benoemd richten we ons op zowel personen- als goederenvervoer. Voor wat betreft het personenvervoer heeft de opgave Smart Mobility als ambitie dat 50% van de inwoners in deze regio nieuwe mobiliteitsdiensten en -services de komende jaren ook echt gaat gebruiken. Voor de transport- en logistieke sectoren streven we een gebruikerspercentage van 10-20% na voor doorgaand vrachtverkeer (veelal internationaal) en 30-40% voor bestemmingsverkeer.*



▼ Figuur 4: Ambitie deelopgave Smart Mobility

* De na te streven percentages voor de transportsector berusten op een eerste schatting. Dit behoeft nadere uitwerking en aanscherping in de aanpak 2016-2017.

Inhoudelijke ambitie: knelpunten oplossen en kansen pakken

De zeven weg- en gebiedsgerelateerde deelopgaven hebben allemaal een eigen dynamiek en volgen een verschillend tijdsplan. Onderstaande tabel geeft op hoofdlijnen een overzicht van de ambitie per deelopgave, evenals een eerste beeld van de mogelijkheden vanuit Smart Mobility.

	Opgave & Ambitie	Beoogd voor Smart Mobility	Planning en fase
InnovA58	<p>Doorstroming en aansluiting regionaal en onderliggend wegennet</p> <p>Verbreiding A58 van 2x2 naar 2x3 op trajecten Eindhoven-Tilburg en St. Annabosch-Galder inclusief integraal beheer en onderhoud voor hele traject Eindhoven-Galder</p> <p>Raakvlakken met andere deelopgaven: slimste oplossing A58 Tilburg-Breda en CIITS/SmartMob in kader BBV-ITS</p>	<p>Voorbereiding opzet en inrichting Living Lab (gereed medio 2016)</p> <p>Definitie startprogramma innovatie InnovA58 (gereed medio 2016)</p> <p>Ontwikkelen flexibiliteit in basiscontract t.b.v. inbreng innovaties gedurende realisatie en B&O InnovA58 (doel 20% kostenreductie B&O)</p> <p>Innovatieve diensten verzorgingsplaatsen</p>	Realisatiefase
N279 Veghel-Asten	<p>Knelpunten door veelheid aan gelijkvloerse kruisingen en overlast in de kernen</p> <p>Weg van de toekomst; slim asfalt. Slimme snelweg i.r.t. slim netwerk</p>	Toepassing in de 7 deelprojecten die voor de N279 zijn benoemd	<p>Uitvoering deelprojecten 2020/30</p> <p>Realisatiefase</p>
Slimste oplossing A58 Tilburg-Breda	<p>Vooralsnog geen verbreding naar 2x3, maar een verkenning naar innovatieve vormgeving A58 Breda-Tilburg met ITS voor gebruikstoepassingen en mobiliteitsdiensten</p> <p>Flexibele verkeersoplossingen door andere rijstrookindeling</p> <p>Economische meerwaarde</p> <p>Oplossingen die internationaal opschaalbaar zijn</p>	<p>Living Lab A58/A67</p> <p>Oplossingen in hardware, software en orgware en/of combinaties daarvan mogelijk.</p> <p>Ruimtelijke innovaties, gebruikerstoepassingen en marktwerking.</p> <p>Interactie met onderliggende regionale en stedelijke netwerken.</p> <p>Real-time en flexibel inzetbaar. Testomgeving voor prototypes.</p>	<p>Marktverkenning rond de zomer 2016 gereed</p> <p>Verkenningfase</p>
Bereikbaarheidsakkoord ZO-Brabant	Resterende problemen door niet doorgaan Ring oostzijde. Om de regio ZO Brabant bereikbaar en leefbaar te houden wil de regio investeren in een verkeerssysteem met co-modale knooppunten, het verbeteren van het openbaar vervoer, smart bike roads, het verplaatsen van het verkeer naar de randen van het gebied en het verkeer bundelen naar enkele prioritaire wegen.	<p>Landingsplaats voor SmartMob-initiatieven – een beperkt aantal – die gericht zijn op Beter Benutten (i.s.m. ITS Bureau, Brabants Mobiliteits Netwerk)</p> <p>Het benutten van de mogelijkheden van de slimste snelweg in en voor het gebied</p> <p>Ondersteunen en versnellen co-modaliteit bij gebruikers</p> <p>Verbeteren van de informatievoorziening en data handling</p>	<p>Bereikbaarheidsagenda voor 1 juli gereed</p> <p>Verkenningfase</p>

	Opgave & Ambitie	Beoogd voor Smart Mobility	Planning en fase
MIRT Verkenning A67 Leenderheide-Zaarderheiken	<p>Verbeteren regionale bereikbaarheid oostkant van Eindhoven</p> <p>Verbeteren bovenregionale bereikbaarheid als onderdeel van de transportcorridor (o.a. veiligheid)</p>	<p>ITS/SmartMob waar mogelijk en capaciteitsvergroting waar nodig</p> <p>SmartMob-oplossingen met betrekking tot doorstroming (platooning zelfrijdende vrachtwagens), veiligheid (adaptive cruise control systemen), real time verwijzingsstelsel naar truckstops, slimme toeritdoseringen t.b.v. invoegen in peloton vrachtverkeer, slimme uitvoegstroken ten behoeve van Uitvoegend Vrachtverkeer (UV-filter). Truckstops met voorportaal functie voor terminals (aansturing time-slots bij terminal).</p>	<p>Startbeslissing verkenning eind 2016 (uitvoering na realisatie InnovA58)</p> <p>Verkenningfase</p>
MIRT Onderzoek A2 Randweg Eindhoven	<p>Met name knooppunt Leenderheide is in de toekomst een knelpunt door toenemend verkeer</p>		<p>Eerst monitoren en evalueren van recent uitgevoerde maatregelen. Indien aanleiding, dan een onderzoek starten</p> <p>Verkenningfase</p>
MIRT Onderzoek A2 Weert-Eindhoven	<p>Files in noordelijke richting gedurende de ochtendspits. Grote drukte verwacht in de komende jaren, mede door opening tunnel A2 en tol in België.</p> <p>Ambitie verkenningfase is te komen tot een door rijk en regio gedragen probleemanalyse en urgentiebesef van de files op de A2 Weert-Eindhoven (en het sluipverkeer in de omgeving)</p> <p>Onderzoek naar oplossingen: effect 3e rijstrook, effecten van verschillende SmartMob-maatregelen. Ambitie is om de oplossing te zoeken in slimme maatregelen die de verkeershoeveelheid meer in overeenstemming brengen met de beschikbare wegcapaciteit, o.a. door smart bike roads, verbetering OV en overstappunten/co-modale oplossingen, maar ook door SmartMob-toepassingen als spookfiles e.d. Daarnaast betere afstemming tussen A2 en regionaal wegennet door slimme verkeerlichten e.d.</p>	<p>Wat kun je al op korte termijn aan SmartMob-maatregelen inzetten om de files te verkleinen?</p> <p>Er loopt al een spitsmijden-project voor dit wegvak. Afhankelijk van de probleemanalyse en de besluitvorming daarover wordt in de oplossingsfase gezocht naar andere/aanvullende ITS/SmartMob-oplossingen voor de korte termijn.</p>	<p>MIRT onderzoek juni 2017 gereed</p> <p>Verkenningfase</p>

▼ Tabel 1: Smart Mobility i.r.t. de deelopgaven

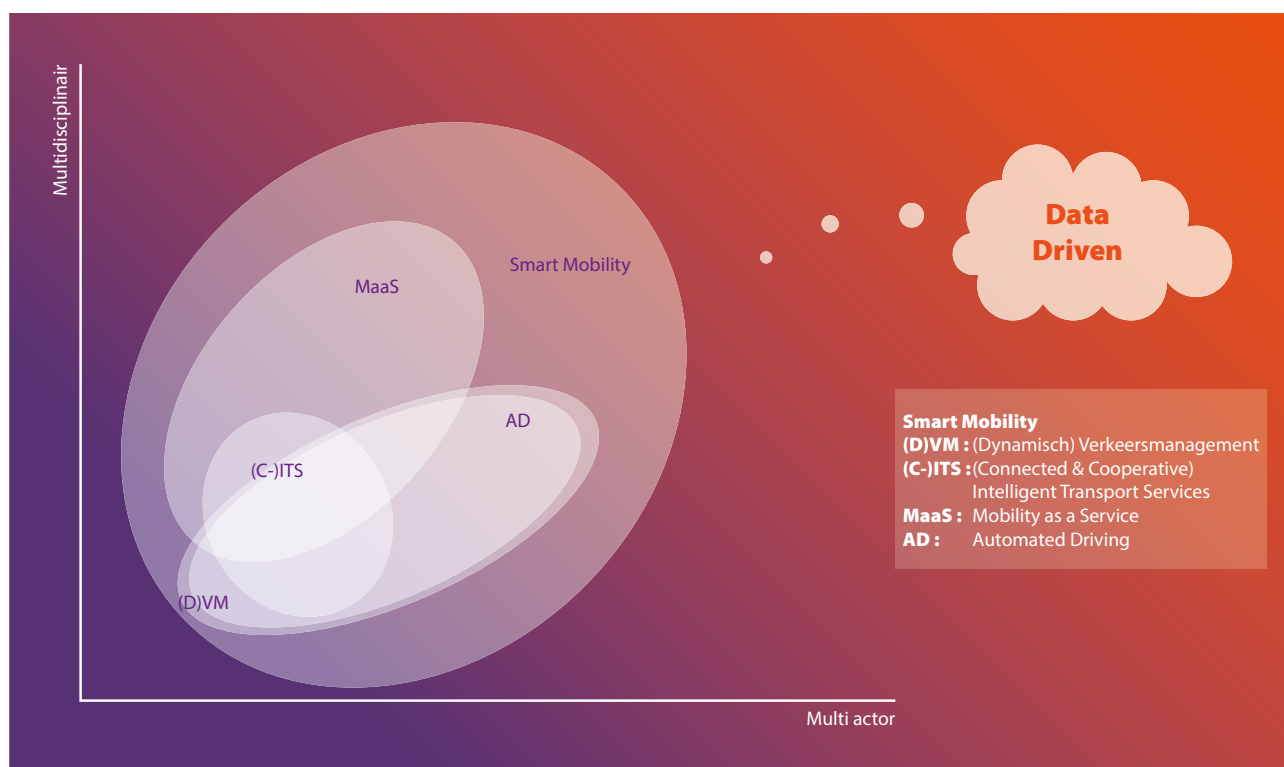
Uit dit overzicht zijn een aantal inhoudelijke thema's te destilleren die vrijwel in alle deelopgaven terugkomen:

- Bereikbaarheid voor transport over de weg, mogelijk met optimalisaties in de logistieke ketens, zowel voor goederenvervoer als stadsdistributie.
- Doorgaande (inter)nationale stromen.
- Stedelijke toegankelijkheid voor lokaal en regionaal verkeer (bewegingen stad in en uit).
- De (verkeers)veiligheid, zowel op het hoofdwegennet (met op- en afritten en weefbewegingen op relatief korte afstand), als in relatie tot het direct verbonden onderliggend wegennet, als op belangrijke doorgaande wegen als de N279.

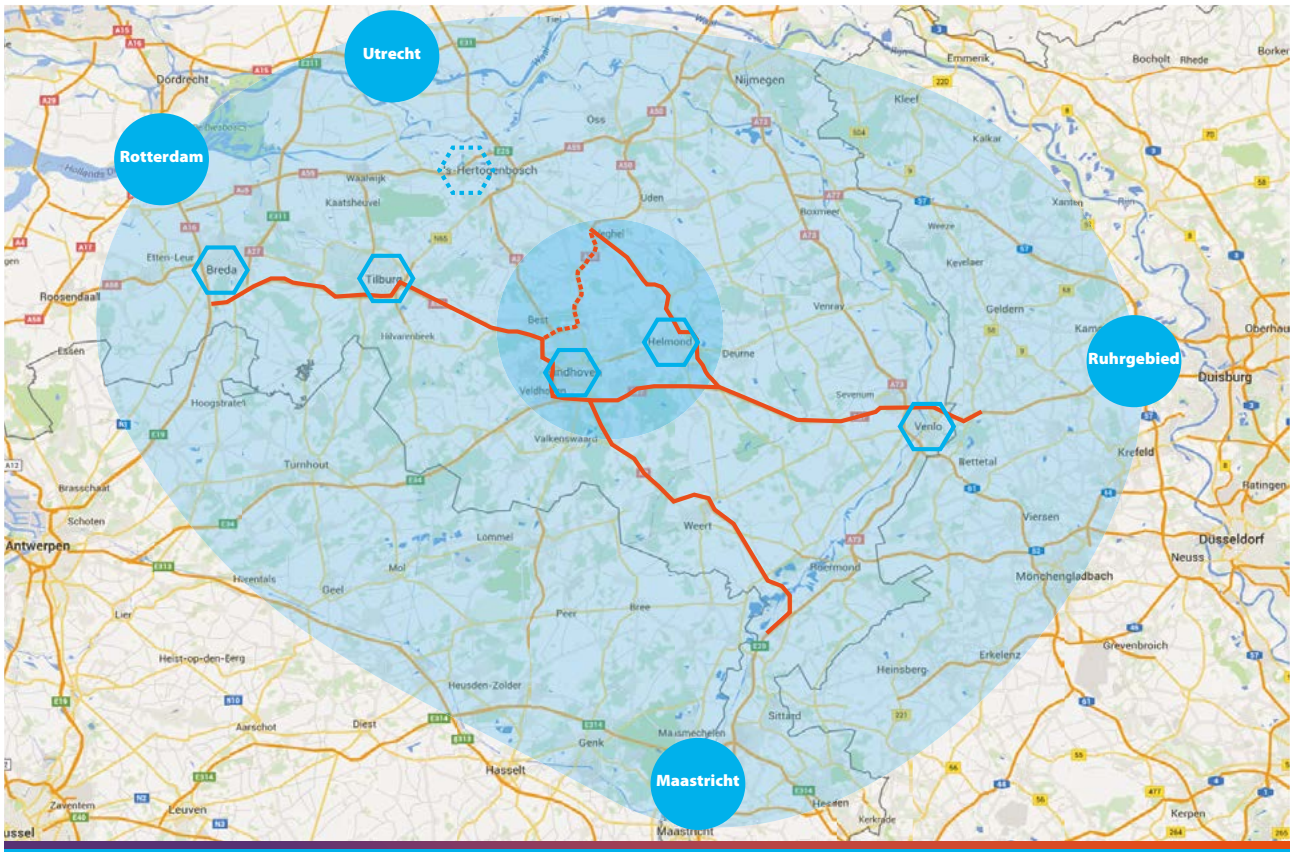
Scope Smart Mobility

Behalve het leveren van een (oplossende) bijdrage aan de deelopgaven van het programma Bereikbaarheid Zuid-Nederland, heeft Smart Mobility een eigenstandige opgave binnen het programma. Met als doel te bouwen aan een omgeving die innovatie en economische activiteit stimuleert.

Hierbij definiëren wij Smart Mobility in de meest brede zin van het woord; het kan gaan over slimme toepassingen voor verkeersmanagement, coöperatieve en zelfrijdende oplossingen. Het gaat ook over oplossingen die de consument in staat stelt om op een andere wijze van A naar B te komen dan met de auto. Mobility as a Service of seamless reizen is een toekomstperspectief dat hierbij past.



▼ Figuur 5: Inhoudelijke scope Smart Mobility



▼ Figuur 6: Geografische scope Smart Mobility

Geografische scope

De Smart Mobility strategie richt zich primair op verbetering van de bereikbaarheid, leefbaarheid en veiligheid in de hierboven genoemde deelopgaven. Het succes van het programma is voor een groot deel aan die verbetering af te lezen. De zeven deelopgaven bepalen dan ook de scope van het Smart Mobility deelprogramma, dat zijn de wegen zelf en de aanliggende stedelijke gebieden. Daarmee is echter nog geen exacte geografische afbakening gemaakt. Het is immers denkbaar dat de inzet van Smart Mobility maatregelen buiten de geografische scope van de deelopgaven direct effect heeft op de doorstroming en bereikbaarheid in de zeven gebieden.

Tegelijkertijd is te verwachten dat het effect van in te zetten interventies en maatregelen in het gebied van de deelopgaven niet sec beperkt blijft tot de gebiedsgrenzen van de deelopgaven. Er spelen overigens andere opgaven, die geen onderdeel zijn van de gemaakte afspraken over programma SmartwayZ.NL, zoals het MIRT-onderzoek A2 's-Hertogenbosch – Deil. Dit valt buiten de scope van deze opgave, waarbij er wel afstemming plaatsvindt en uitwisseling van kennis.

Zuid Nederland als zogenaamde Smart
Mobility Region waarin kansen worden
gecreëerd en verzilverd: succesvolle
deployment van nieuwe Smart Mobility / ITS
diensten en een regio die nog aantrekkelijker
wordt om te vestigen, te werken en te leven

4: Wat is onze aanvalsstrategie?

Om de ambitie van Smart Mobility in Zuid-Nederland 'De mobiliteitsconsument als centrale spil in een netwerk van slimme mobiliteitssystemen in Zuid-Nederland, een netwerk dat een optimale bereikbaarheid, leefbaarheid en veiligheid biedt, Zuid-Nederland als Smart Mobility Region waarin een veelheid aan kansen wordt gecreëerd en verzilverd, succesvolle deployment van nieuwe Smart Mobility diensten en een regio die nog aantrekkelijker wordt om te vestigen, te werken en te leven' echt gestalte te kunnen geven, is een strategie nodig waarmee enerzijds het goede van de afgelopen jaren wordt behouden en waarmee anderzijds een transitie op meerdere fronten mogelijk wordt; met onze gevulde rugzak de reis voortzetten.

Strategie: deployment en opschalen van gebruik van mobiliteitsoplossingen met en door consumenten en aanbieders van mobiliteitsdiensten

De strategie is erop gericht de drie onderdelen van de ambitie Smart Mobility: 'centrale spil consument en een veelheid aan afnemers van mobiliteitsdiensten', 'deployment van succesvolle diensten' en 'kansen creëren en verzilveren', in een integrale aanpak te realiseren. Hiermee stappen we dus af van een technology-push benadering (puur gericht op innovatie) en gaan we voor grootschalige uitrol. Onderstaand is de kern van de strategie nader beschreven.

1. **Het realiseren van een significante groep afnemers van diensten en toepassingen.** Smart mobility zonder klanten bestaat niet. Het succes van toepassingen en diensten wordt bepaald door een naadloze aansluiting bij de gebruikers en de hoeveelheid gebruikers! Enkele kenmerken zijn:
 - Gebruikers insights in beeld brengen via Design Thinking aanpak voor (h)erkenning van bereikbaarheidsopgaven, maar vooral ook voor inzicht in waarom consumenten bepaalde diensten wel/niet kunnen of willen gebruiken.
 - Verhogen awareness via een slimme communicatie- en marketingstrategie om 'bekend maakt bemind' te stimuleren. Instrumenten (marketing, communicatie, etc.) zijn nodig om massa te maken. Daarnaast kunnen ook bundeling en uniformering (of tegengaan versnippering) van bestaand aanbod helpen.
 - In continue wisselwerking met de consument; feedback loops zijn nodig om producten, technologieën, diensten en daarmee 'reizen' beter te maken.
 - In deze wisselwerking moeten vraag en aanbod goed matchen, en waar nodig worden gematcht.
2. **Opschaling als sturend element in de samenwerking met de markt**
De markt zodanig in positie brengen dat werkelijke opschaling van gebruik van diensten ontstaat, met zichtbare en meetbare effecten op de weg. Door:
 - de noodzakelijke randvoorwaarden te creëren, zoals het mogelijk maken van betrouwbare, accurate en snelle communicatie tussen voertuigen;
 - informatie bijeen te brengen om inzicht in effecten van nieuwe diensten te krijgen, om te kunnen sturen en om wensen/behoefte/gedragingen van gebruikers in lijn te kunnen brengen met mobiliteitsdiensten. Daarbij is belangrijk aandachtspunt het op orde krijgen van data; eenduidig, betrouwbaar, 'verwerkbaar', en
 - diensten en toepassingen te koppelen aan een significante groep consumenten en goederenvervoerders.

3. Versterken van de unieke assets van Zuid-Nederland als Smart Mobility Region

Lopende (test)projecten bundelen en uitrollen. Om economisch en op kennisgebied voorloper te blijven, is de succesvolle opzet en deployment van Smart Mobility diensten en technologieën cruciaal. Om die stap te kunnen maken is schaalgrootte nodig. Daarbij wordt zoveel als mogelijk doorgebouwd op al in gang gezette initiatieven en energie.

4. Innoveren door te doen

Een flexibele en adaptieve aanpak. De komende 2 tot 3 jaar zijn redelijk te overzien qua nieuwe toepasbare technologieën en diensten. De periode daarna is diffuus. Dat is spannend en tegelijkertijd lastig in relatie tot de opgaven in Zuid-Nederland. Onderzoek naar verbetering van bereikbaarheid en leefomgeving duurt soms jaren, zeker als een afweging van wel/niet nieuwe infrastructuur aan de orde is. En in hoeverre toekomstige Smart Mobility oplossingen – die we nu nog niet kennen – de opgaven kunnen oplossen of de ‘pijn’ kunnen verzachten. Naast de eerder genoemde de feedbackloops vanuit stakeholders/consument is ook nodig:

- Ruimte voor experimenten en initiatieven (fysiek/geografisch/wettelijk). Ruimte en budget voor oplossingen die we nu nog niet kunnen overzien en die wel bijdragen aan de realisatie van de doelen.
- Werken met een fasering of tranches, waarbij aan de hand van een brede M&E bijsturing naar een volgende fase/tranche mogelijk is.

5. Optimaal publiek-private krachten inzetten

Lopende Smart Mobility en ITS projecten laten al zien dat de rolverhoudingen tussen overheid, markt en gebruiker anders zijn geworden; de rol en belangen van markt, kennisinstellingen en consument groeien. Om Smart Mobility de komende jaren echt verder te brengen, is een transitie van traditionele rollen als ‘opdrachtgever-opdrachtnemer’ en ‘de overheid bepaalt en stuurt’ nodig naar een nieuwe invulling van:

- Organisatie en aansturing: in Triple Helix-verband, zodat kennis vanuit de verschillende perspectieven maximaal benut kan worden.
- Aanbodzijde en marktbenadering: mogelijkheden bieden voor de markt om business te maken en hen maximaal prikkelen om met duurzame oplossingen te komen. Continue dialoog tussen overheid en markt: open, nieuwsgierig en gericht op verbinding en samen beter worden.
- Rol van de overheid: faciliteren, stimuleren en dereguleren waar nuttig en nodig, en inzetten eigen (wettelijk) instrumentarium waar nodig.
- Samenwerking en participatie: via de design thinking methodiek worden de reiziger, vervoerder, aanbieders van diensten en andere stakeholders meer onderdeel van bereikbaarheid en het verbeteren daarvan.

Het prikkelen en verleiden van zowel consumenten als aanbieders heeft een wederzijds versterkend effect. Daarmee ontstaat een veelheid, diversiteit en dichtheid aan diensten die aansluit bij de behoefte van een grote (en evenzo diverse) gebruikersgroep. Diensten die in samenhang aan waarde winnen voor de consument en daarmee ook voor de aanbieders, omdat ze op deze manier tot levensvatbare businesscases kunnen uitgroeien. Met deze strategie moet het mogelijk zijn om – na de afgelopen jaren van testen op kleine schaal – op te schalen. Daarmee worden effecten meetbaar, krijgen we meer inzicht in wat werkt en niet werkt, zijn we steeds beter in staat accurate voorspellingen te doen en daar op te sturen én kunnen we betekenisvolle maatschappelijke effecten bereiken.

5: Van strategie naar Smart Mobility programma

Zoals in het voorgaande hoofdstuk betoogd, is opschaling essentieel om via Smart Mobility een serieuze bijdrage te kunnen leveren aan de bereikbaarheid van de Zuid-Nederlandse regio. Opschaling aan de kant van gebruikers om een grote 'userbase' van gebruikers van mobiliteitsdiensten te kweken en opschaling van kwalitatief hoogwaardige diensten en services die sluitende netwerken en mobiliteitsketens vormen. De strategie voor de komende jaren heeft hiermee één dominante pijler, die gepaard gaat met twee essentiële randvoorwaarden:

Matchen van consumenten en aanbieders, en opschalen van (echt) gebruik van mobiliteitsoplossingen waarbij twee randvoorwaarden essentieel zijn die leiden tot de volgende twee programmalijnen:

1. Een regiobreed real-time C-ITS netwerk
2. Een centraal data dashboard Zuid-Nederland

Ad 1. Matchen van consumenten en aanbieders en opschalen van gebruik van mobiliteitsoplossingen

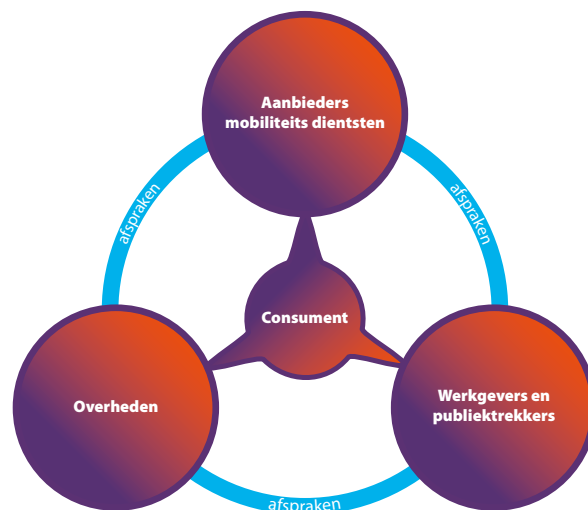
De centrale programmalijn voor Smart Mobility is gericht op 'matching'; het bij elkaar brengen van mobiliteitsoplossingen, consumenten en de daarvoor benodigde (kwaliteit van) data. De consument als reiziger staat hierbij centraal, vooral de automobilist, maar ook de OV-reiziger, de fietser en de goederenvervoerder. We willen bereiken dat de reiziger zich meer bewust wordt van zijn/haar eigen mobiliteitsgedrag, weet wat zijn/haar mogelijkheden zijn en daar verantwoord mee omgaat. Uiteindelijk is het succes afhankelijk van de mate waarin de automobilist zijn/haar reisgedrag weet aan te passen. Een gedragsverandering vanuit intrinsieke motivatie is het meest toekomstvast. Bij vervoerders kan de crux zitten in het zoeken van slimme koppelingen met (efficiency in) de logistieke ketens. Prikkelers uit de omgeving (zoals verleiding, stimulering en soms 'zachte dwang') kunnen daarbij helpen. Evenals een set aan mobiliteitsdiensten die maximaal aansluit bij de behoefte van de consument.

Doel is het inrichten van een 'omgeving' voor het creëren van awareness aan zowel vraag- als aanbodzijde, het ontmoeten, het bij elkaar brengen van de vraag naar en het aanbod van mobiliteitsoplossingen. Ofwel:

- Het mobiliseren en vergroten van de (veel latente) vraag, de consument van mobiliteit
- Het mobiliseren van het aanbod, de mobiliteitsoplossingen (vergroten, diversiteit en kwaliteit)
- Matchen van vraag en aanbod

Deze 'omgeving' kan uitmonden in MaaS, of een platform voor seamless reizen, of in een community voor C-ITS toepassingen; de uiteindelijke vorm is minder belangrijk dan de transitie.

Scope van de data-omgeving betreft de gehele keten van voor, tijdens tot na de reis. Er is hierbij behoefte aan een intermediair of zogenaamde 'matchmaker' tussen vragers en aanbieders van mobiliteitsoplossingen. Omdat behoeftes bij de consument nog (te) latent zijn is er nog weinig drive bij aanbieders om hier tijd in te stoppen en omdat het aanbod weinig concreet is hebben afnemers moeite hun behoefte te laten blijken. Kortom: zonder aanjager komt geen van beide partijen in beweging. Het is een spel tussen meerdere partijen (zie figuur).



▼ Figuur 7: Interactie tussen meerdere partijen

De werkwijze die hierbij hoort kent een integraal en iteratief karakter. We voorzien in ieder geval de volgende stappen of acties:

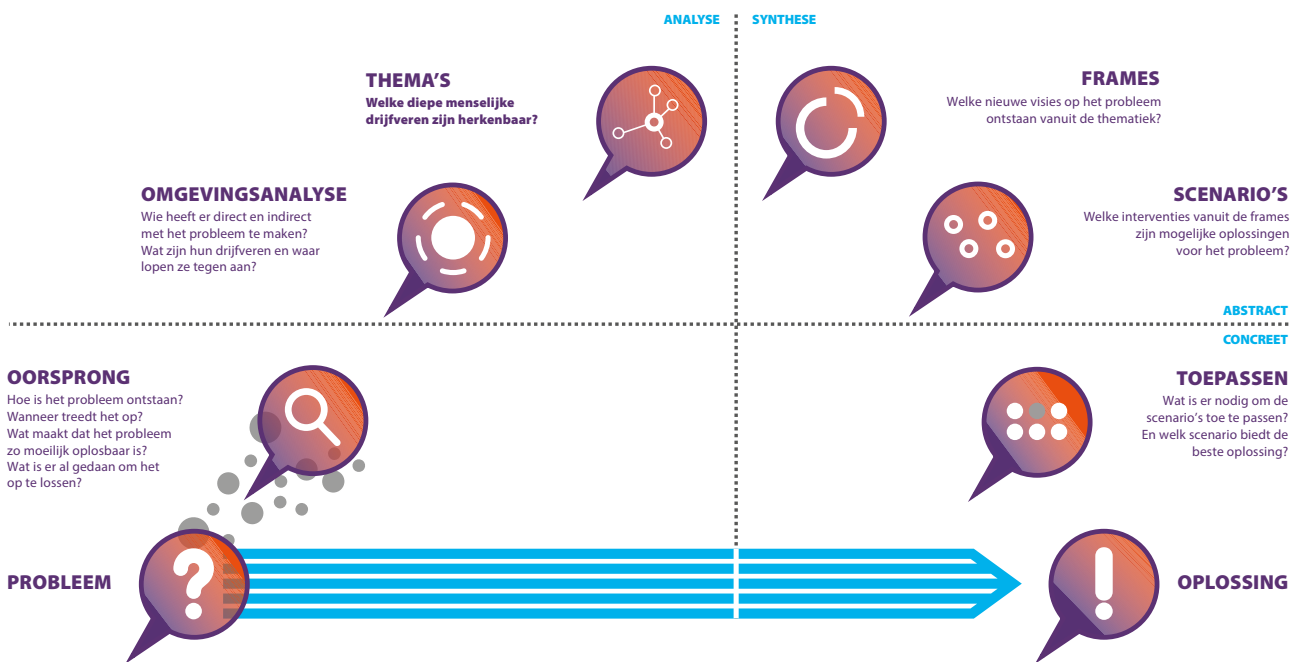
- Dataverzameling/analyse over aard opgave, herkomst/bestemmingsrelaties, doelgroepen, etc. Dit wordt regiobreed (lees: Zuid-Nederland) gedaan (zie ook data dashboard).
- Testen bij geïdentificeerde doelgroepen of de gevonden opgave wordt herkend en zo nodig bijgesteld. Hierbij wordt ook bekeken of en zo ja welke 'insights' bruikbaar zijn voor Smart Mobility oplossingen.
- Ontwikkelen van mobiliteitsoplossingen (prototypes, diensten, toepassingen) passend bij de opgaven en doelgroepen. Dit kan betekenen dat een marktbenadering nodig is om oplossingen uit te vragen, zeker als daar publieke middelen mee gemoeid zijn. Dit kunnen oplossingen zijn op het gebied van:
 - Reisalternatieven
 - C-ITS toepassingen en diensten
- Deze oplossingen worden uitgetest en waar nodig bijgesteld.
- Blijvend verifiëren bij consument (feedback loops). Hiervoor zijn inmiddels vele tools (focus- en testgroepen, social media, enquêtes, etc.) voorhanden.
- Aanpassen en opschalen mobiliteitsoplossingen.
- Het inrichten van een platform waar data gebundeld worden en waar vraag en aanbod gematcht worden. Meer concreet; het inrichten van een centrale (digitale) omgeving waar de nieuwste diensten en toepassingen op een grotere schaal (wel binnen de scope van SmartwayZ.NL) en in een real life omgeving worden uitgerold. Waar gebruikers terecht kunnen om hun reis samen te stellen en in te kopen of gerichte aanbiedingen te ontvangen voor hun gehele reis. In deze digitale omgeving komen vraag naar en aanbod van mobiliteit samen.
- Creëren van bewustzijn; mobiliseren van vraag en aanbod via een stevige communicatie- en marketingstrategie.
- Zo snel mogelijk een userbase opbouwen door bestaande kanalen naar potentiële gebruikers te benutten. Daarbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan de werknemers van alle bij dit programma betrokken organisaties en aan de gebruikersgroep van de Brabantse werkgeversaanpak.
- Ontwikkelen van een kennisbank om het lerend vermogen van alle betrokken partijen te vergroten; waar mogelijk onderbrengen bij een bestaand kenniscentrum.

Om de centrale rol van consument en data te borgen, gebruiken wij de Design Thinking methode.

Kern van deze aanpak is om terugkerend data en consument (en overige relevante stakeholders) te betrekken bij het vinden van de juiste oplossing en de opschaling van mobiliteitsoplossingen en oplossingen te baseren op gebruikersinzichten en werkelijke behoeften. Het ontwerpdenken kenmerkt zich door een integrale benadering die tegelijkertijd zowel het vraagstuk als de toekomstige oplossing verkent. Daarnaast biedt deze methodiek de mogelijkheid om voortdurend terug te koppelen (vanuit data, consument en aanbieders van oplossingen) en bij te sturen (zowel inhoudelijk als op doelstellingen).

Zie in de bijlage een toelichting op de Design Thinking methodiek en een toelichting op de meerwaarde van deze aanpak voor de opgaven in Zuid-Nederland.

De opgedane kennis en ervaringen uit deze vernieuwende aanpak worden ondergebracht in

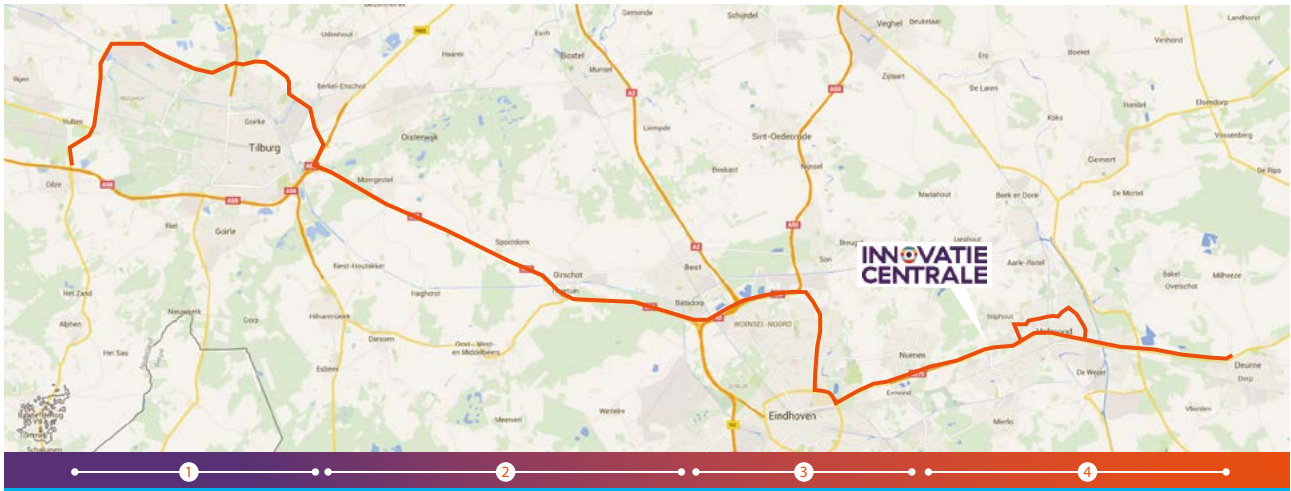


▼ Figuur 8: Design Thinking stappenplan

een kennisbank. De veelheid aan data die op een centrale plek gebundeld wordt geeft een rijk inzicht in zowel het proces als in het resultaat van de aanpak. Zo kunnen we ons voorstellen dat handreikingen over de procesaanpak en de inzet van design thinking, evenals allerlei voorbeelden van Smart Mobility oplossingen, ter beschikking worden gesteld aan de overige deelprogramma's, zodat deze direct in het gebied van de deelopgave kunnen worden ingezet om te kijken of reizigers en vervoerders van goederen alternatieven kunnen worden geboden ten einde de doorstroming te verbeteren.

Om aanbieders te prikkelen nieuwe diensten te ontwikkelen en om consumenten te verleiden gebruik te maken van deze diensten is accurate en actuele informatie een vereiste. Informatie over reizigersgedrag, over de toestand van het vervoersysteem, over reistijden en dergelijke. Dat vraagt dat een kwalitatief hoogwaardig regiobreed C-ITS netwerk voorhanden is met betrouwbare en bewerkbare data (voor onderzoek naar doelgroepen, voor het kunnen bieden van diensten en voor het kunnen sturen door weg- en OV-beheerders).

Kern van de Design Thinking
methode in Smart Mobility
is om terugkerend
data en consument te
betrekken bij het vinden
van de juiste oplossing



▼ Figuur 9: Ontwikkeling C-ITS netwerk

Ad 2 . Een regiobreed real-time C-ITS netwerk

Voor een grootschalige uitrol van (ITS)diensten voor coöperatief, connected en in de toekomst autonoom rijden én voor diensten/services voor allerlei pre-trip oplossingen is een communicatienetwerk als ‘drager’ nodig. Dus, een real-time communicatienetwerk van enabling infrastructuur waarop allerlei innovatieve diensten en concepten kunnen worden ‘geplot’ en waarlangs alle communicatie kan lopen. De basis hiervoor wordt reeds gelegd in Beter Benutten Vervolg door het realiseren van het project hybride testomgeving tussen Tilburg en Helmond). In deze testomgeving is qua communicatietechnologie expliciet gekozen voor technologieneutraliteit, zodat het potentieel van zowel (1) 3G/4G (mogelijk op termijn ook 5G) cellulaire technologie (via telecom) als (2) WIFI-p (speciale automotieve wifi met wegkantbakens) optimaal ingezet wordt. Vanuit de hybride testomgeving kunnen waardevolle inzichten geleverd worden over de toepassingsmogelijkheden van beide technologieën.

Het doel is om in de komende jaren een dekkend netwerk te realiseren op de schaal van het programma SmartwayZ.NL. Dit betreft zowel het hoofdwegennet (A58, A67, A2, deel van de A50 en A270), de stedelijke inprickers aan het hoofdwegennet, de ringwegen, de relevante delen van het onderliggend weggennet als de steden zelf. Tevens wordt het verband gelegd met lopende initiatieven zoals ITS corridor Rotterdam – Helmond- Wenen en Europees project, etc. De regio biedt daarmee een unieke en ideale geografie om integraal naar oplossingen te kijken.

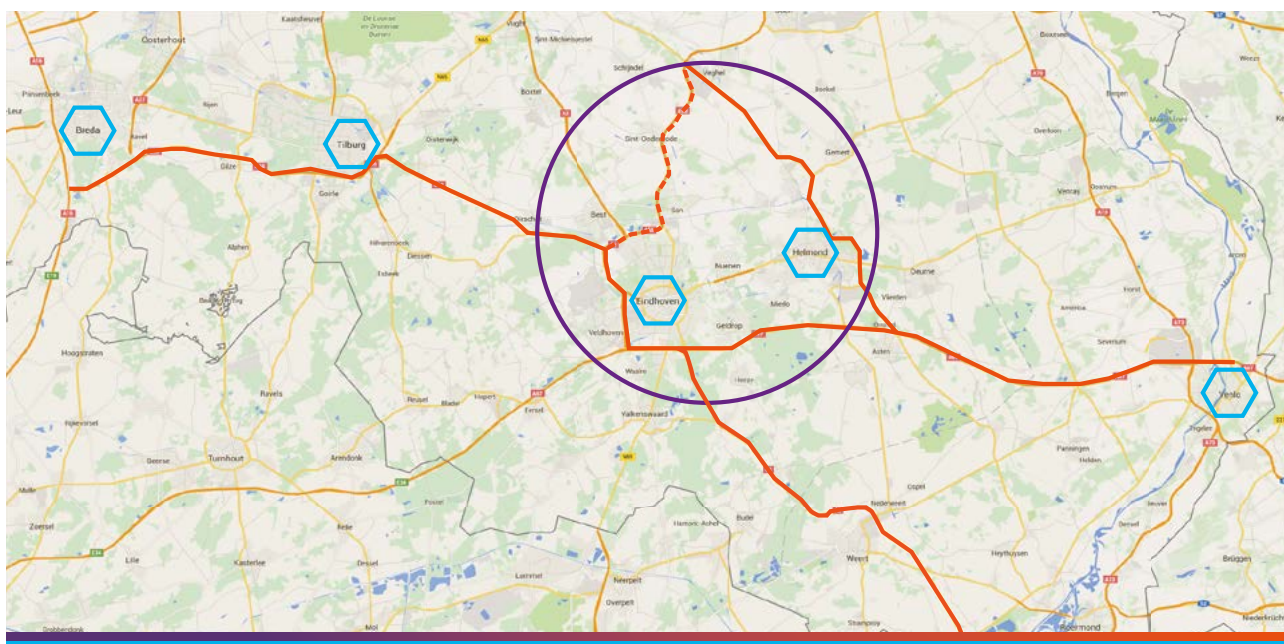
Door deze basisvoorziening om snelle communicatie te realiseren willen de partners in Zuid-Nederland maximaal de voorwaarden scheppen voor het bieden van connected, coöperatieve en zelfrijdende toepassingen voor consumenten. De wijze waarop dat in samenspraak met de markt gedaan kan worden en de wijze waarop voortschrijdende inzichten in technologie en toepassingen hierin een plek krijgen, zijn verderop in dit aanvalsplan uitgewerkt. Zogenaamde strategisch gekozen business cases zijn hiervoor het uitgangspunt.

Ad 3. Het ontwikkelen van een (deels real-time) data-omgeving, het data-dashboard Zuid-Nederland; Er lopen initiatieven waarbij overheden en private partijen eigen verkeersgegevens en floating car data met gegevens van andere bronnen, bijvoorbeeld van wegbeheerders en social media combineren. Door deze combinatie van gegevens ontstaat een beter en actueler beeld van de verkeersdrukke, waardoor het mogelijk is betere en actuelere verkeersinformatie te geven.

Het data dashboard is een voorbeeldapplicatie waar datastromen bij elkaar komen en op een toegankelijke wijze worden gevisualiseerd voor een breed publiek. Het laat zien welke data nu in samenhang beschikbaar zijn en jaagt verder gebruik door markt en overheden aan. In Nederland zijn verschillende experimenten (zie: <http://www.ams-institute.org/news/uniek-onderzoek-verkeerstromen/>) rond dit onderwerp uitgevoerd en zijn regionale implementaties gedaan (zie: Praktijkproef Amsterdam). Hier willen wij voor het eerst een regio brede scope hanteren en komen tot een continueerbare oplossing samen met de markt.

In het data dashboard komen verschillende databronnen samen. Daarbij kan gedacht worden aan VRI, data hybride testomgeving, data spookfiles, regionale data, externe data, data van dienstverleners, consumentendata, etc. Het dashboard geeft inzicht in de daadwerkelijke opgave en in gebruikersinsights waarmee kansrijke oplossingsrichtingen in beeld worden gebracht. Het dashboard biedt tevens de mogelijkheid om op basis van real-time gegevens simulaties uit te voeren. Op deze manier kunnen vooraf effecten worden ingeschat en wordt het mogelijk in de loop van het programma steeds accuratere voorspellingen te doen. Via monitoring en continue feedbackloops ontstaat een steeds rijker beeld over wat wel en niet werkt en aan welke knoppen gedraaid kan worden om bij te sturen en de programma-doelstellingen te realiseren.

Wij gebruiken natuurlijk alleen GEANONIMISEERDE data met respect voor de privacy van alle weggebruikers.



▼ Figuur 10: Naar een dekkend regionaal C-ITS netwerk

6: Aanpak met concrete stappen

Het realiseren van de ambitie voor Smart Mobility in Zuid-Nederland is een langjarig ontwikkeltraject (3-5-7 jaar). Tegelijkertijd is de verwachting dat de wereld van de mobiliteit in rap tempo aan het veranderen is. Dit vraagt om een gefaseerde aanpak van de strategie met ruimte voor leren, aanpassen en opschalen bij succes. De strategie is vertaald naar een aanpak en voorzien van eerste concrete stappen voor de tweede helft van 2016 en 2017.

Het programma Smart Mobility gaat samen met de zeven deelopgaven aan de slag om in die gebieden tot concrete maatregelen te komen. Zo werken we conform de strategie om de unieke assets in Zuid-Nederland te versterken en te leren door te doen. Vanuit de zeven deelopgaven zijn de meest urgente en kansrijke voorstellen geselecteerd:

Logistiek

Logistiek is van grote invloed op de doorstroming en bereikbaarheid op het Zuid-Nederlandse hoofdwegennet en in de aanliggende steden. Daarbij heeft deze doelgroep hele eigen karakteristieken, die een specifieke aanpak vragen. Focus ligt daarbij op het realiseren van meer efficiency in de logistieke keten, gericht op beter doorstroming op de hoofdwegen en onderliggend wegennet. De reiskeuze is al besloten, maar hoe kunnen we er middels Smart Mobility voor zorgen dat die reis zo efficiënt mogelijk verloopt? Het thema logistiek geldt voor alle deelopgaven, in ieder geval voor InnovA58, A58 Tilburg-Breda en A67. Komende periode wordt een en ander in samenspraak met onder andere partners uit de transport en logistiek verder geconcretiseerd in een plan van aanpak voorzien van eerste stappen, planning, organisatie en een begroting op hoofdlijnen.

N279

Voor de N279 zal een integrale procesaanpak richting gebruikers opgezet worden, met als eerste stappen een uitwerking van de design thinking methode en het inzichtelijk maken van herkomst- en bestemmingsverkeer. Op basis van die inzichten kan gezocht worden naar Smart Mobility maatregelen die een oplossing en/of alternatieven bieden die aansluiten bij wensen van gebruikers en tegelijkertijd bijdragen aan de ambities van deze deelopgave.

MaaS

Voor het thema Mobility as a Service gaan we aan de slag vanuit de regio Zuidoost Brabant. In het Bereikbaarheidsakkoord voor Zuidoost Brabant (juli 2016), heeft de regio de aanpak van Smart Mobility een centrale plek gegeven. Onderdeel van deze aanpak is het opzetten van een landingsplaats voor Smart Mobility diensten (Mobility as a Service, MaaS) gericht op het daily urban system van de regio. Daarmee is dit een belangrijke stap in het opzetten van een organisatie/structuur die het matchen van consument en aanbieders op

Ambitie



Consument centraal in een slim mobiliteitssysteem



door het matchen van vraag en aanbod van mobiliteitsdiensten en -services



met een optimale bereikbaarheid, leefbaarheid en veiligheid

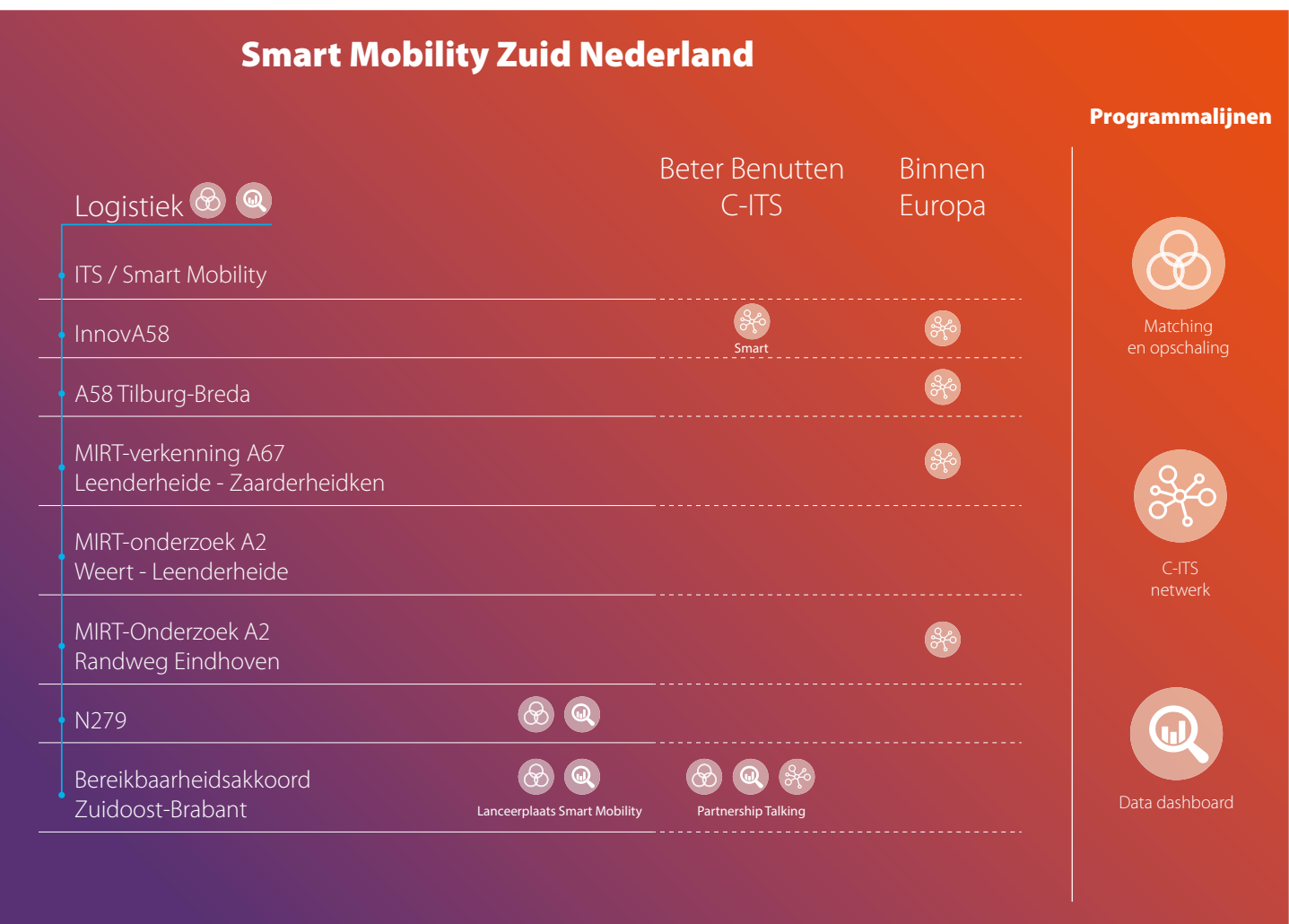


en Zuid-Nederland als 'Smart Mobility Region'

de schaal van Zuid Nederland mogelijk moet gaan maken. De landingsplaats wordt ontwikkeld vanuit de regio Eindhoven-Helmond, waarbij direct de verbinding wordt gezocht met onder andere regionale OV-partijen en ruimte wordt gelaten voor de ontwikkeling van initiatieven vanuit andere steden. Het perspectief is om uiteindelijk de landingsplaats op te kunnen schalen naar totale opgave in Zuid Nederland.

Om snel zichtbaar eerste resultaten te boeken (en daarmee het vuurtje voor het programma verder op te stoken), haken we aan op bestaande initiatieven en vraagstukken en kiezen we dus voor locaties waar de basisvoorwaarden aanwezig zijn c.q. randvoorwaarden al grotendeels ingevuld zijn. Daarmee is het mogelijk een succesvolle start met de Smart Mobility aanpak te maken. Deze eerste stappen bieden daarnaast input om de drie programmalijnen verder te concretiseren en op te werken tot een (middel)lange termijn aanpak.

Dat laat zich vertalen in onderstaand schema:



▼ Tabel 2: Toepassing strategie Smart Mobility 2017: de eerste stappen

“The greatest danger in times of turbulence is not the turbulence: it is to act with yesterday’s logic.”

– Peter Drucker –

7: Programmaorganisatie Smart Mobility

'We blijven in Brabant nog te veel hangen in op zichzelf interessante en succesvolle pilots. Het vertalen en opschalen van lokale ervaringen naar elders is nog te weinig vanzelfsprekend', zo wordt gesteld in het Nieuwste Cahier 3 van Brabantkennis over de Toekomst van de Mobiliteit.

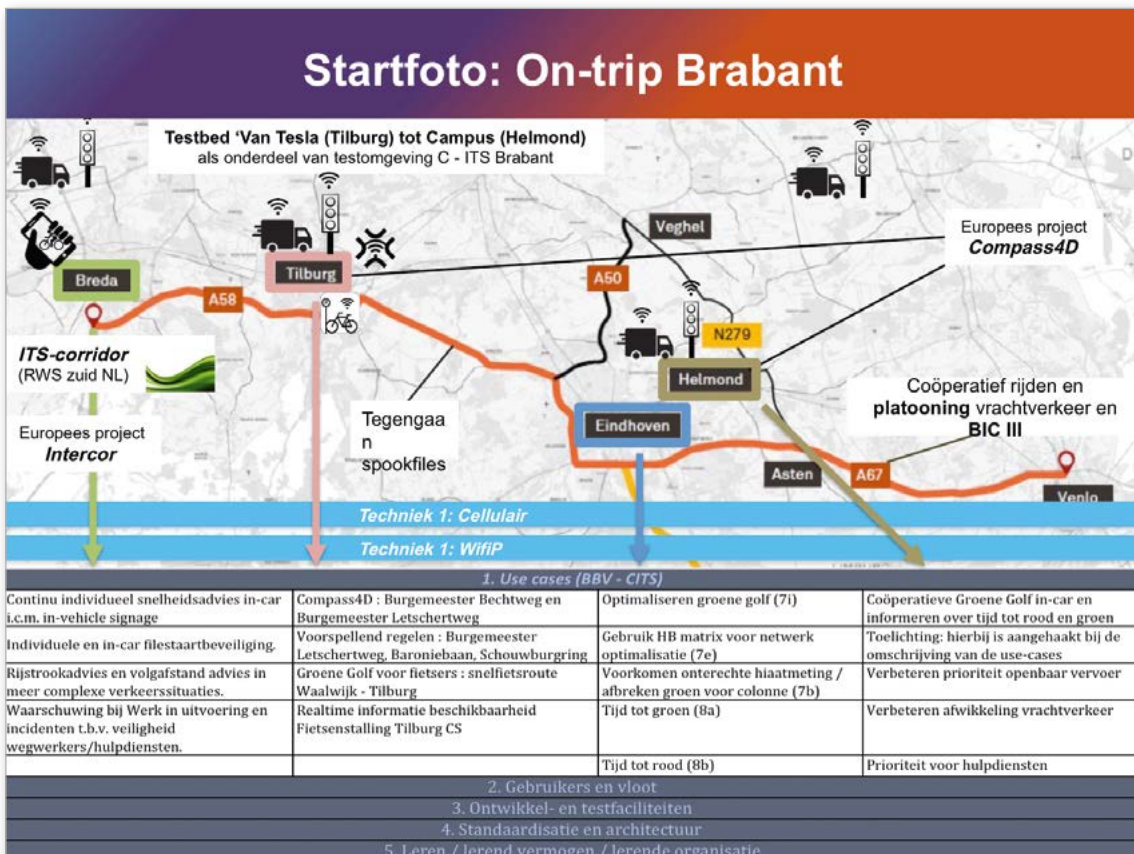
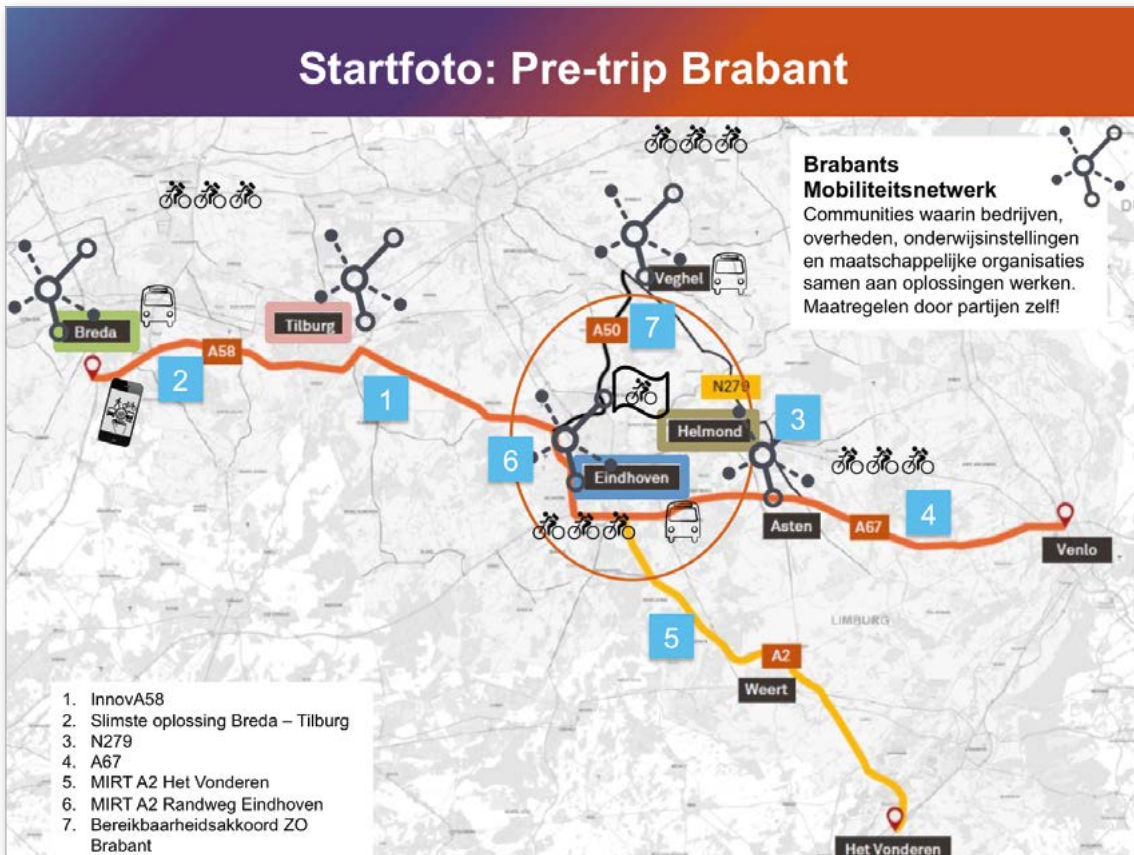
In een verlengde kwartiermakersfase en toewerkend naar een programmaorganisatie voor de opgave Smart Mobility Zuid-Nederland, heeft het kernteam tot eind 2016 de volgende taken:

1. In gang zetten en (samen met betrokken deelopgaven) uitvoeren van de aanpak voor 2016-2017 zoals beschreven in de vorige paragraaf;
2. Uitwerken van de drie programmalijnen tot een (middel)lange termijn aanpak;
3. Voorstel maken voor een publiek-privaat model voor Zuid-Nederland om tot opschaling van nieuwe mobiliteitsdiensten te komen;
4. Onderzoeken en agenderen van de waardepatronen die ten grondslag liggen aan de transitie die met dit plan in gang worden gezet.
5. Inrichten van een programmaorganisatie Smart Mobility en bijpassend governance-model, dat tevens de besluitvorming in de eerste programmaraad van 2017 voorbereidt.

Idealiter werken wij toe naar een publiek-private uitvoeringsorganisatie waar de drie programmalijnen in worden ondergebracht, en waar De Innovatiecentrale en het ITS Bureau een centrale plek in krijgen. Kijkend naar de uitdagingen waar het Smart Mobility programma voor staat: opschaling naar echt gebruik en het slim verknopen en verbinden van bestaande initiatieven om tot sluitende mobiliteitsketens te komen, is een stevige organisatie nodig. Dat vraagt om een 'ketenregisseur' die deze vertaalslag kan maken, de samenhang tussen de programmalijnen kan borgen en waar nodig uniformiteit en standaardisering kan afdwingen.

Aanvalsplan
Bijlagen

Startfoto's



Pre-trip Landelijk

Beter Benutten Vervolg (2014-2017)

IMMA - mini-competities voor aanbieders van mobiliteitsdiensten

Werkgeversaanpak in diverse regio's

Meestal aanpak gericht op maken van afspraken met werkgevers om medewerkers de spits te laten mijden. Andere werktijden, mobiliteitsbudgetten, vormen van collectief vervoer, zijn veel gebruikt. In vervolg 2 smaken dominant: 1) intermediaire aanpak om zodoende bij werknemers zelf te komen en 2) afspraken om tegen vergoeding werkgevers zelf programma voor werknemers te laten opzetten



Onderwijsaanpak Groningen – Assen.

Samenwerking onderwijsinstellingen, studenten, overheid en bedrijven. Maatregelen: fiets, alternatieve locaties les (ism bedrijven) en andere tijden



Bewustwordingscampagnes zoals Filedier, Slim uit de Spits,



Spitsmijden in regio Rotterdam, Midden Nederland en Arnhem-Nijmegen

Automobilisten worden betaald om de spits te mijden



Marktplaats voor mobiliteit in Rotterdam.

Aanbieders van mobiliteitsdiensten kunnen inschrijven op pakketjes spitsmijdingen en worden (max. 50% over max. 3 jr) betaald zodra ze met hun dienst klanten hebben die de spits mijden. Vraagkant wordt met intensieve werkgevers- en bewonersaanpak bewerkt, gebruikmakend van marketingtools en filedier-campagne



OV-stimuleringsprojecten



Logistiek. Projecten mbt stadsdistributie (stop en drop, night shifts, groupage), ontkoppelpunten of multimodale overslag buiten centra en bouwlogistiek

On-trip Landelijk

Praktijkproef Amsterdam. Test systemen langs de weg en in de auto waarmee files in regio Amsterdam kunnen worden verminderd. Het wegkantsysteem zorgt dat files later beginnen of helemaal niet ontstaan. Zo wordt de capaciteit van de snelweg zo goed mogelijk benut. Dat gebeurt door de werking van doseerlichten op de toerit naar de snelweg, toeritdoseerinstallaties, en de reguliere verkeerslichten, de verkeersregelinstallaties, op elkaar af te stemmen



Verkeersvoorspeller Rotterdam. Automobilisten kunnen binnenkort meldingen op de borden boven de weg verwachten over files die kort daarop zullen ontstaan. Alternatieve routes die op tijd op de borden verschijnen, kunnen helpen deze files te voorkomen



Binnenvaart ligplaats informatie systeem. Beter benutting ligplaatsen door realtime informatie aan schippers. Hierdoor minder zoeken naar een ligplaats en besparing brandstofverbruik, uitstoot en kosten



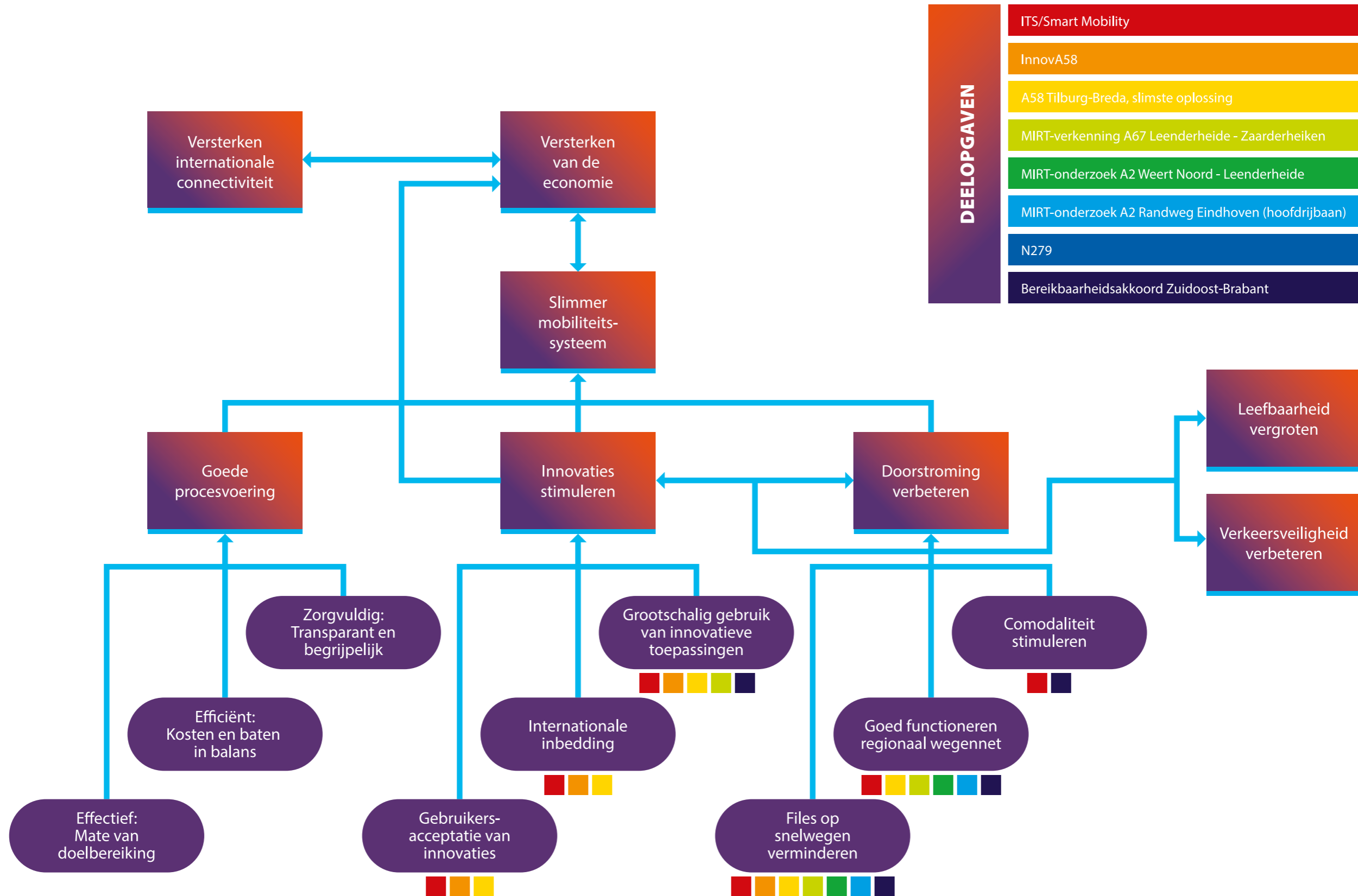
Reiswijzer voor wegwerkzaamheden. Algemene én persoonlijke informatie op dagelijkse routes met alternatieven



Open parkeerdata (landelijk). Statische (waar zijn de parkeerplekken?) en dynamische (welke parkeerplekken zijn nog vrij?) parkeerdata. Diverse app's, zoals TimesUpp en VID, gebruiken parkeerdata, zodat automobilisten met real-time data een actueel overzicht krijgen van beschikbare parkeerplaatsen



Doelenboom



Design Thinking methodiek

Design Thinking: Een nieuw perspectief voor complexe innovatievraagstukken

De laatste jaren zien we dat social design (design thinking voor vraagstukken in het sociaal-maatschappelijke domein) een steeds belangrijker instrument voor verandering en innovatie is geworden. De conventionele aanpak, waarbij eerst een uitgebreide analyse wordt gedaan, vervolgens het vraagstuk wordt opgedeeld in kleine stukjes en direct naar die ene juiste oplossing wordt gezocht werkt niet meer. De vraagstukken van nu zijn open (moeilijk af te bakenen), complex (alles heeft invloed op elkaar), dynamisch (voortdurend in beweging) en genetwerkt (veel organisaties en perspectieven betrokken) en vragen om een ander kijk- en handelingsperspectief dan voorheen. Het ontwerpendenken kenmerkt zich door een integrale benadering die zowel het vraagstuk als de toekomstige oplossing tegelijkertijd verkent. Ontwerpers kijken holistisch, opbouwend en positief naar een vraagstuk waardoor andere oplossingen ontstaan.

De belangrijkste elementen

Binnen de social design aanpak staan de drijfveren en behoeften van de diverse stakeholders centraal. Met een centrale rol voor de (eind)consumenten in het ontwerpproces, maar ook met oog voor de belangen van overige stakeholders. Het gaat er om keuzes te maken die van toegevoegde waarde zijn voor alle belanghebbenden.

Gestart wordt met empathisch onderzoek: kwalitatieve interviews met de directe en indirecte stakeholders alsmede het observeren van diverse situaties. Na het empathisch onderzoek blijkt vaak dat wat er werkelijk speelt afwijkt van de oorspronkelijke probleemstelling. Er ontstaat een nieuw perspectief op basis waarvan ontwerpers ideeën genereren en/of keuzes maken. Typisch voor de social design aanpak is dat ontwerpers, in co-creatie met stakeholders, ideeën snel vertalen in een tastbare vorm, in beelden of in prototypes. Vervolgens ontstaat een iteratief proces van testen en doorontwikkelen. Hierdoor wordt veel informatie over de context waarin gewerkt wordt in een vroeg stadium duidelijk, en krijgt men inzicht in welke interventies kansrijk zijn om een situatie te veranderen. Door slim te ontwerpen kan het gedrag van de stakeholders positief beïnvloed worden.

Inzichten voor de Smart Mobilityopgave zelf

Allereerst hebben we er in het kader van 'practice what you preach' voor gekozen veel stakeholders bij de ontwikkeling van dit aanvalsplan te betrekken. Middels diverse co-creatiesessies hebben we hen vanaf start actief mee laten denken en samen aan oplossingen gewerkt. Dit aanvalsplan is ontstaan door de samenwerking met de projectleiders van alle andere deelopgaven, diverse marktpartijen, overheden en kennisinstellingen.

Om te laten zien wat de social design methodiek concreet aan nieuwe inzichten en de daarbij behorende keuzes kan opleveren hebben we deze methode ook op één van de deelopgaven toegepast. Binnen het project InnovA58 hebben we een testproject uitgevoerd bij de gemeente Oirschot. Op basis van het centrale vraagstuk, hoe creëren we meerwaarde voor de omgeving voor, tijdens en na de realisatiefase, hebben we bij diverse stakeholders empathisch onderzoek gedaan. Samen met de Provincie, Rijkswaterstaat en de gemeente zijn we zo tot nieuwe inzichten op het vraagstuk en mogelijk nieuwe oplossingen gekomen. De uitwerking van dit testproject treft u in een separate presentatie aan.

Smart Mobility zonder klanten bestaat niet. Klanten maken persoonlijke keuzes op basis van hun wensen, behoeften en ervaren problemen. En zoveel klanten, zoveel wensen. Dat vraagt om een breed Smart Mobility aanbod dat aansluit op die wensen en behoeften, dan wel op een andere manier aanzetten tot gebruik ervan (latente behoeften). Het ophalen van gebruikersinzichten en het organiseren van consumentenfeedback via de social design methodiek kan een waardevolle bijdrage leveren aan het succes van dit programma.

Waardecreatie voor alle deelopgaven SmartwayZ.NL

Tot slot snijdt de deelopgave Smart Mobility dwars door de zeven andere deelopgaven heen. Deze deelopgaven bevinden zich in verschillende stadia; het vormgeven van de probleemanalyse (MIRT-onderzoeken), het ontwikkelen van planstudies en de realisatiefase. De social design methodiek kan in alle drie de stadia van toegevoegde waarde zijn en zo ook richting geven aan te nemen maatregelen op het vlak van Smart Mobility en ITS.

1. Social design als waardecreator in de verkenningsfase

In deze fase is het doel de problemen in kaart te brengen en op basis daarvan de doelstellingen voor de deelopgave helder te krijgen. Vaak worden de doelstellingen van bovenaf vastgelegd. Toepassing van empathisch onderzoek kan ertoe bijdragen dat deze doelstellingen geformuleerd worden op basis van de werkelijke behoeften en drijfveren van de betrokken stakeholders.

2. Social design als waardecreator in de planstudie fase

In deze fase worden keuzes voor te nemen maatregelen gemaakt. Zowel voor de aan te leggen/aan te passen infrastructuur als voor in te zetten Smart Mobility oplossingen. Om te beoordelen wat wel en wat niet gaat werken is het belangrijk inzicht te krijgen in de drijfveren en behoeften van alle stakeholders. Welke innovaties gaan werkelijk bijdragen aan de drijfveren en behoeften van de stakeholders?

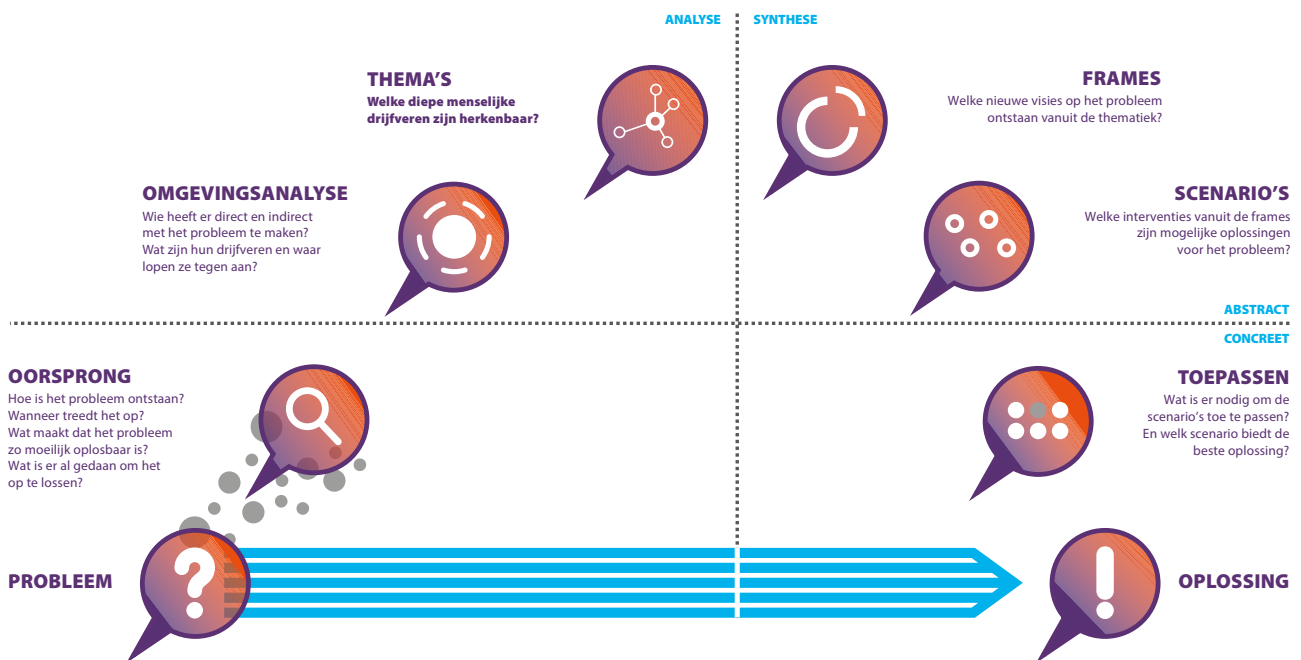
3. Social design als waardecreator in de realisatiefase

De keuzes voor wat betreft de te nemen maatregelen zijn gemaakt, maar de keuze hoe belanghebbenden te betrekken in deze fase ligt nog helemaal open. Normaal gesproken worden informatieavonden georganiseerd om stakeholders te informeren over de genomen maatregelen en wordt getracht de hinder zoveel mogelijk te beperken. De social design methodiek biedt een breder perspectief vanuit de vraag hoe we de potentie van het project ten volle kunnen benutten: hoe kan deze interventie leiden tot waardecreatie voor de omgeving? Denken in kansen in plaats van in problemen. Niet alleen waarde bij oplevering van het project, maar ook waarde tijdens de realisatiefase. Daarbij worden stakeholders primair benaderd als resource en niet als (potentiële) hindermacht.

Testproject Social Design InnovA58 | inpassingsvisie Oirschot

Binnen het kader van de ontwikkeling van dit aanvalsplan Smart Mobility, is besloten een testproject Social Design uit te voeren. Op deze manier wordt inzichtelijk wat de Social Design aanpak voor toegevoegde waarde heeft bij het ontwikkelen van nieuwe innovaties en/of het maken van keuzes binnen de bestaande oplossingen.

Een drietal deelopgaven hebben interesse getoond in het uitvoeren van het testproject. Gezien het feit dat de deelopgave InnovA58 zich in het meest vergevorderd stadium bevindt is er voor gekozen het testproject hier uit te voeren. De urgentie van de gemeente Oirschot en Rijkswaterstaat om de inpassingsvisie voor de gemeente Oirschot vorm te geven, heeft de doorslag gegeven bij de uiteindelijke keuze.



▼ Figuur 11: Design Thinking stappenplan

Vraagstuk

Ieder Design Thinking traject start met het helder omschrijven van het probleem / vraagstuk. Om op een andere manier met het vraagstuk aan de slag te gaan helpt het om de uitdaging positief te formuleren.

...en zo verliep het bij het testproject InnovA58 | Inpassingsvisie Oirschot

De minister van Infrastructuur en Milieu heeft in november 2015 besloten om de A58 te verbreden naar 2x3 rijstroken, uitgaande van de huidige hoogteligging van de weg. Dat betekent een grote ingreep in het Oirschotse, waarbij de directe omgeving van de weg aangepast moet worden. Dit biedt kansen om de kwaliteit van het gebied te verbeteren, zowel ruimtelijk als qua leefomgeving. Rijkswaterstaat en de gemeente Oirschot gaan komend half jaar werken aan een Inpassingsvisie voor de A58 bij Oirschot. De Inpassingsvisie is een kader waarbinnen de verdere uitwerking van de A58 plaatsvindt en waarbinnen afstemming met andere initiatieven (zoals onder andere de inzet van Smart Mobility oplossingen) en partijen plaatsvindt. In het plan van aanpak geven gemeente en Rijkswaterstaat aan wat hun ambities zijn. De ambities (wensen, randvoorwaarden) van de 'gebruikers' van de omgeving en van de weg zijn echter nog niet in het plan opgenomen.

Of, anders gezegd, het doel van de inpassingsvisie is dat er plannen komen die samenhangen en waar iedereen 'beter' van wordt. Wat dat 'beter' voor de omgeving in houdt willen we ook graag van de omgeving zelf horen. Dit zijn niet alleen de direct aanwonenden, maar ook bedrijven, verenigingen en mensen die op afstand de gevolgen van een (volle) snelweg ervaren.

Hoe kunnen we de potentie van het project ten volle benutten? Hoe kan dit project leiden tot waardecreatie voor de omgeving, gemeente Oirschot, Rijkswaterstaat en de provincie Noord-Brabant? En wat kunnen nieuwe en bestaande Smart Mobility oplossingen hier aan bijdragen?

Oorsprong

In deze fase willen we duidelijkheid krijgen over de huidige status van het vraagstuk, ofwel wat is de oorsprong.

Te beantwoorden vragen:

- Wat is er aan de hand? Wat is het vraagstuk? Hoe is het ontstaan?
- Waar en wanneer treedt het op? Wat gebeurt er dan precies?
- Wat maakt dat het vraagstuk zo moeilijk is op te lossen?
- Wat is er al gedaan om het op te lossen? Door wie? Waarom werkte het niet?
- Wat gebeurt er als er niks aan wordt gedaan?

...en zo verliep het bij het testproject InnovA58 | Inpassingsvisie Oirschot

In de eerste co-creatie workshop zijn provincie Noord-Brabant, Rijkswaterstaat, gemeente Oirschot en VanBerlo samen aan de slag gegaan om het vraagstuk verder uit te diepen. Met behulp van de Social Design Radar werd antwoord gegeven op vragen zoals, waarom is het vraagstuk belangrijk? Wat is er al eerder gedaan om het op te lossen? Wat gaat er mis als we de inpassingsvisie helemaal zelf vormgeven? Daarnaast waren ook de direct en indirect betrokkenen in beeld gebracht. Voor een aantal doelgroepen (ondernemers, bewoners aan Den Heuvel / Koestraat en bewoners op de Kemmer / Hei) zijn tijdens de sessie ook de drijfveren en pijnpunten ten aanzien van de verbreding van de A58 in beeld gebracht.



▲ Figuur 12: Social Design Radar 'Inpassingsvisie Oirschot'

Citaten:

"Een aantal meningen zijn bekend, maar het is fijn om ook andere perspectieven te horen."

"Hopelijk helpt dit proces om de neuzen dezelfde kant op te krijgen."

"Wat vindt zo'n zwijgende bewoner nou?"

"Dit is leuk! Een kans om via co-creatie bewoners serieus te nemen."

"Ik heb vandaag even een andere bril op gekregen."

"Dit is een kans om te kijken wat bewoners kunnen bijdragen." eihe

Omgevingsanalyse

Na de eerste analyse is het van belang inzicht te krijgen in de direct en indirect betrokkenen. Nieuw te bedenken oplossingen en te maken keuzes moeten voor hen een positief verschil maken.

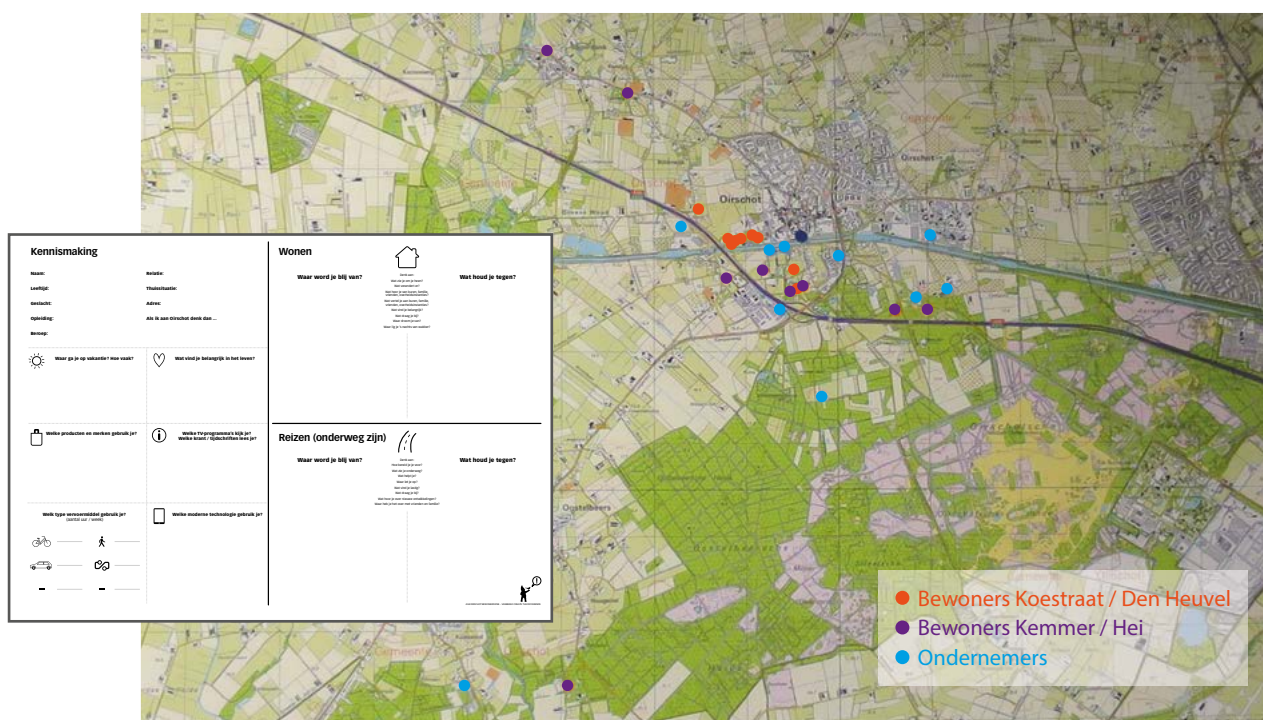
Te beantwoorden vragen:

- Wie zijn de direct betrokkenen? Wat beweegt ze? Waar lopen ze tegenaan?
- Wie zijn indirect betrokken? Wat beweegt ze? Waar lopen ze tegenaan?
- In welke andere omgeving doet het vraagstuk zich voor? Zijn er verschillen?

...en zo verliep het bij het testproject InnovA58 | Inpassingsvisie Oirschot

Tijdens de eerste co-creatie workshop hebben we de volgende stakeholders als belangrijkste benoemd: de ondernemers, de bewoners aan Den Heuvel / Koestraat en de bewoners in de Kemmer. In de vorm van focusgroepen zijn we met de verschillende doelgroepen het gesprek aangegaan. Het doel was te achterhalen wat hun drijfveren en pijnpunten zijn ten aanzien van het dagelijks leven (wat vindt je prettig en onprettig binnen je eigen leefomgeving?) en mobiliteit (wat vindt je prettig en onprettig als gebruiker van de weg?). Om te achterhalen wat de diverse stakeholders weten over smart mobility en in hoeverre ze er al gebruik van maken hebben we hier ook specifieke vragen over gesteld (in hoeverre helpt Smart Mobility jou als gebruiker van de weg en op welke manier?).

Direct na de drie focusgroep-sessies hebben we alle inzichten in een datadownload vastgelegd zodat er geen relevante informatie verloren zou gaan.



▲ Figuur 13: Omgevingsanalyse Oirschot

Thema's

Nadat de stakeholders en hun drijfveren en frustraties in kaart zijn gebracht is het tijd voor de volgende stap: het analyseren van de beweegredenen en het vervolgens boven tafel krijgen van de diepe menselijke drijfveren die er spelen.

Te beantwoorden vragen:

- Wat zijn de beweegredenen van de stakeholders, welke diepe menselijke drijfveren spelen er?
- Welke thema's zijn hieruit af te leiden?

...en zo verliep het bij het testproject InnovA58 | Inpassingsvisie Oirschot

In een tweede co-creatie sessie met de Provincie Noord-Brabant, Rijkswaterstaat en Gemeente Oirschot kwamen er meer dan tien verbindende thema's op de tafel. Thema's die door de diverse stakeholders als belangrijk worden gezien, zij het soms vanuit een verschillend perspectief. Tijdens de sessie zijn de deelnemers in drie groepen aan de slag gegaan om één thema verder te verdiepen. De vraag die we aan ze stelden was om op basis van het thema door te associëren om zo tot dieper liggende menselijke thema's te komen. Deze exercitie leverde persoonlijke verhalen op waarbij de oorspronkelijke vraag naar de achtergrond verdween. Door los te komen van de context kan juist een nieuw perspectief ontwikkeld worden en op basis daarvan ontstaan ook echt vernieuwende ideeën die waarde toevoegen.

Verbindende thema's

Angst, wantrouwen, (on)wetendheid, veiligheid, zoektocht naar zekerheid, (on)menselijk, eigenbelang, rust, trots, eigenwaarde, imago, (dorps) perspectief, samen, geloof in verbetering, vrijheid, tijdbeheersing, natuur, vernieuwing, ontwikkeling, schoonheid

De thema's waarmee we verder zijn gegaan:

Vertrouwen > Hoe kun je het vertrouwen herwinnen bij de stakeholders die nu gedreven zijn door angst en wantrouwen in wat er gaat gebeuren en in hoe dit wordt gecommuniceerd?

(On)menselijk, (on)zekerheid, (on)wetendheid > Hoe kun je het vraagstuk op een menselijke manier benaderen zodat je de onwetendheid en onzekerheid die er heerst kunt wegnemen?

Vernieuwing, ontwikkeling > wat helpt om los te komen van de bestaande regels?



▲ Figuur 14: Datadownload met de groep

Frames

Om nieuwe oplossingen te bedenken is het nodig een andere bril op te zetten. Dit noemen wij het frame. Het frame is een metafoor of een omschrijving van een positieve situatie waarmee je opnieuw naar het oorspronkelijke vraagstuk gaat kijken.

Te beantwoorden vragen:

- Vanuit de thema's op een andere manier naar de probleemsituatie kijken. Het herdefiniëren van het probleem.
- Welke nieuwe visies op het probleem ontstaan vanuit de thematiek?
- Wat voor positieve situaties of metaforen kun je linken om het thema in een nieuw, fris perspectief te plaatsen.

...en zo verliep het bij het testproject InnovA58 | Inpassingsvisie Oirschot

Uitgaande van hoe dit project kan leiden tot waardecreatie voor de omgeving, gemeente Oirschot, Rijkswaterstaat en de provincie, zijn we in de sessie tot de volgende frames gekomen:

Vertrouwen > [Meedoen met een team aan de Olympische Spelen](#)

Hoe bereik je dit doel?

Sport kiezen – team samenstellen – coach aanstellen – trainen – wedstrijden spelen – doel bijstellen – je plaatsen (onzekerheid door de regels) – op niveau blijven – start toernooi – speelschema – training- en rustschema – teamgedachte ontwikkelen – tactiek bespreken – fanclub – mascotte – sponsoren – dopingcontrole – mediatraining – omgaan met teleurstelling – deelnemen / presteren – successen vieren – oppeppen na verlies – ontvangst Schiphol - huldiging

Hoe kun je het vertrouwen herwinnen bij de stakeholders die nu gedreven zijn door angst en wantrouwen in wat er gaat gebeuren en hoe dit wordt gecommuniceerd?

- Een team samenstellen (scout mensen uit de omgeving die mee willen denken) met Rijkswaterstaat en gemeente Oirschot als coach en trainer
- Teamspirit ontwikkelen, motto: meedoen is belangrijker dan winnen
- Sponsoring inrichten / opzetten
- Wet- en regelgeving inzichtelijk maken, wat betekent het praktisch?
- Speelschema maken; planning
- Fanclub motiveren: excursie voor scholen naar de bouwplaats, scholieren mee laten denken over de plannen, voetbalplaatjes van het bouwteam

(On)menselijk, (on)wetendheid > [Operatie ondergaan](#)

Wat helpt om je voor te bereiden op een operatie?

Informatie zoeken op Google – signalen van je omgeving – advies vragen bij opgeleide assistente – dokter.nl - afspraak met huisarts maken – flyers/brochures doornemen – afspraak met specialist – uitnodigingsbrief met routebeschrijving en tips vooraf – optie voor second opinion – praatgroep – samen stappen doornemen (droog oefenen) – nazorg

Hoe kun je het vraagstuk op een menselijke manier benaderen zodat je de onwetendheid en onzekerheid die er heerst kunt wegnemen?

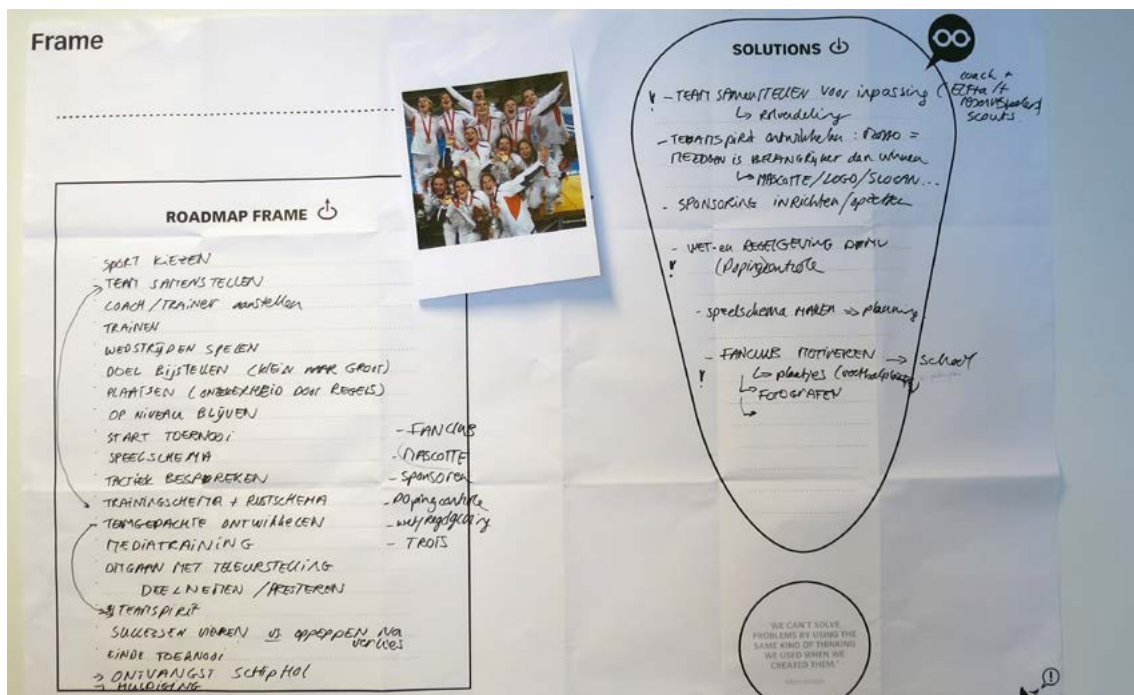
- Blijfe doos voor omwonenden met informatievoorziening en kleine verrassingen
- Contactsessies met lotgenoten organiseren
- Online forum
- Een creatieve manier van omleidingen, "volg de aapjes-route"

Vernieuwing > Expeditie naar mars

Team bouwen / gekken zoeken – raket bouwen – geld verzamelen – analyse / vooronderzoek mars omgeving – pak / uitrusting maken – terugreis uitdenken – voedsel voor onderweg – planning – verbinding / communicatie met de aarde – trainen – overleven op mars

Wat helpt bij de vernieuwing om los te komen van de bestaande regels?

- De energieke samenleving, draai het om, vraag de omgeving
- Loslaten
- Faciliteren
- Een paar randvoorwaarden opstellen



▲ Figuur 15: Frame 'meedoen met een team aan de Olympische Spelen'

Scenario's

Nadat het frame bepaald is gaan we terug naar de eigenlijke context. Door de nieuwe bril kijken we naar het oorspronkelijke probleem en bedenken we nieuwe frisse ideeën.

Te beantwoorden vragen:

- Hoe past het gekozen frame in de probleemsituatie?
- Hoe ziet het (gebruikers)scenario eruit?

...en zo verliep het bij het testproject InnovA58 | Inpassingsvisie Oirschot

Provincie Noord-Brabant, Rijkswaterstaat en gemeente Oirschot hebben voor ieder bedacht frame een (gebruikers)scenario uitgewerkt. Deze scenario's beschrijven hoe de diverse stakeholders in aanraking komen met idee en wat het toevoegt aan hun dagelijkse leven en als gebruiker van de weg. Gemeente Oirschot, de provincie Noord-Brabant en Rijkswaterstaat geven aan enthousiast te zijn over de uitkomsten en gaan hier verder mee aan de slag om het een plek te geven in de inpassingsvisie.

Welke van de maatregelen om succesvol met een team deel te nemen aan de Olympische Spelen kunnen we vertalen naar ons vraagstuk?

Hoe kun je het vertrouwen herwinnen bij de stakeholders die nu gedreven zijn door angst en wantrouwen in wat er gaat gebeuren en hoe dit wordt gecommuniceerd?

- Een team samenstellen (scout mensen uit de omgeving die mee willen denken) met Rijkswaterstaat en gemeente Oirschot als coach en trainer
- Teamspirit ontwikkelen, motto: meedoen is belangrijker dan winnen
- Sponsoring inrichten / opzetten
- Wet- en regelgeving inzichtelijk maken, wat betekent het praktisch?
- Speelschema maken; planning
- Fanclub motiveren: excursie voor scholen naar de bouwplaats, scholieren mee laten denken over de plannen, voetbalplaatjes van het bouwteam

Welke van de maatregelen om op expeditie naar Mars te gaan kunnen we vertalen naar ons vraagstuk?

Wat helpt bij de vernieuwing om los te komen van de bestaande regels?

- De energieke samenleving, draai het om, vraag de omgeving
- Loslaten
- Faciliteren
- Een paar randvoorwaarden opstellen

Welke van de maatregelen om je goed voor te bereiden op een operatie kunnen we vertalen naar ons vraagstuk?

Hoe kun je het vraagstuk op een menselijke manier benaderen zodat je de onwetendheid en onzekerheid die er heerst kunt wegnemen?

- Blijfe doos voor omwonenden met informatievoorziening en kleine verrassingen
- Contactsessies met lotgenoten organiseren
- Online forum
- Een creatieve manier van omleidingen, "volg de aapjes-route"



▲ Figuur 16: Scenario 'Team Oirschot'

Inzichten Smart Mobility

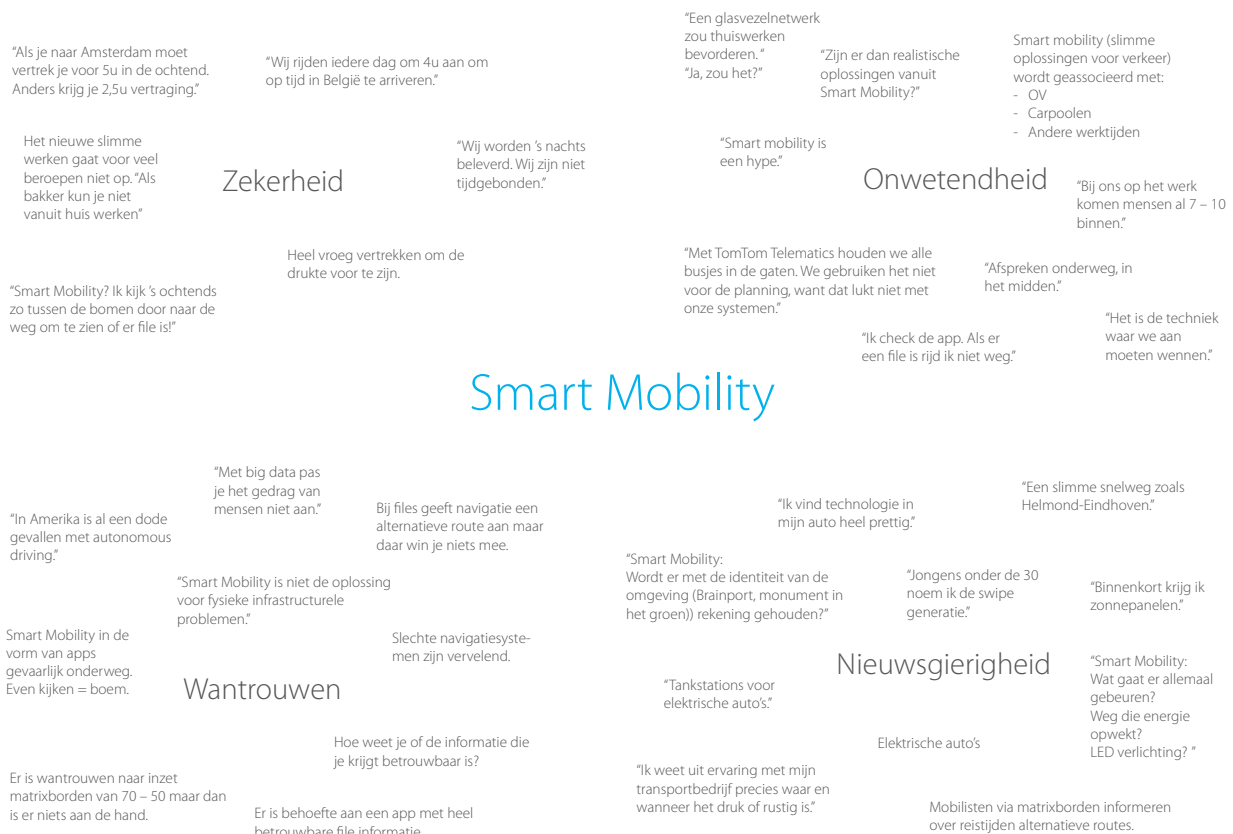
Tijdens de focusgroep sessies hebben we ook aandacht besteed aan Smart Mobility (tools die je helpen met de voorbereiding van je reis en tools die je onderweg helpen om sneller en veiliger op de plaats van bestemming te zijn). Wat betekent Smart Mobility eigenlijk? Wat gebruiken reizigers en ondernemers al aan slimme oplossingen?

In gesprek met zowel de bewoners als lokale ondernemers wordt duidelijk dat men niet of nauwelijks gebruik maakt van Smart Mobility oplossingen ter voorbereiding op hun reis. Een enkele bewoner/ondernemer geeft aan wel vooraf met behulp van Google maps of anwb.nl de files te checken.

Wat echter vooral opvalt is dat men de drukte neemt voor wat het is en hun gedrag er op aan past. Er is dus sprake van een bepaalde nuchterheid. Daarnaast speelt ook een stukje wantrouwen mee: "Hoe weet ik dat de informatie die ik op mijn smartphone krijg ook actueel is?", "Ik bepaal zelf wel wat ik doe, iemand anders hoeft voor mij niet de beslissing te nemen". Het wantrouwen wordt grotendeels gevoed door onbekendheid met en onwetendheid over de beschikbare oplossingen. De huidige mogelijkheden/toepassingen zijn voor veel mensen nog onbekend.

Smart Mobility oplossingen worden met name geassocieerd met OV, carpoolen, het nieuwe werken en de matrixborden onderweg. Deze laatste worden niet altijd begrepen: "Het gaat van 100 naar 90 naar 50 terwijl er helemaal niets aan de hand is".

Het is duidelijk dat het beter informeren van reizigers en vervoerders over de toegevoegde waarde van Smart Mobility oplossingen essentieel is voor adoptie op grotere schaal. De onderliggende emoties en drijfveren bieden daarbij houvast om hierin de juiste keuzes te maken.



▲ Figuur 17: Word cloud 'Smart Mobility'

“De snelheid waarmee je door de brainstorm (het reframen) gaat naar aanleiding van het onderzoek is erg prettig!”

“Dit proces maakt het echt persoonlijk.”

“Het proces is open. Dat is fijn omdat je zo niet dat gevoel hebt dat dingen worden achter gehouden in een black box.”

“Dit proces heeft ertoe geleid dat wij, de gemeente, provincie en Rijkswaterstaat, er samen voor gaan.”

“Ik word er blij van! Maar het geeft ook kriebels, want hoe gaan we nu door.”

“We moeten dit gewoon gaan doen!”
