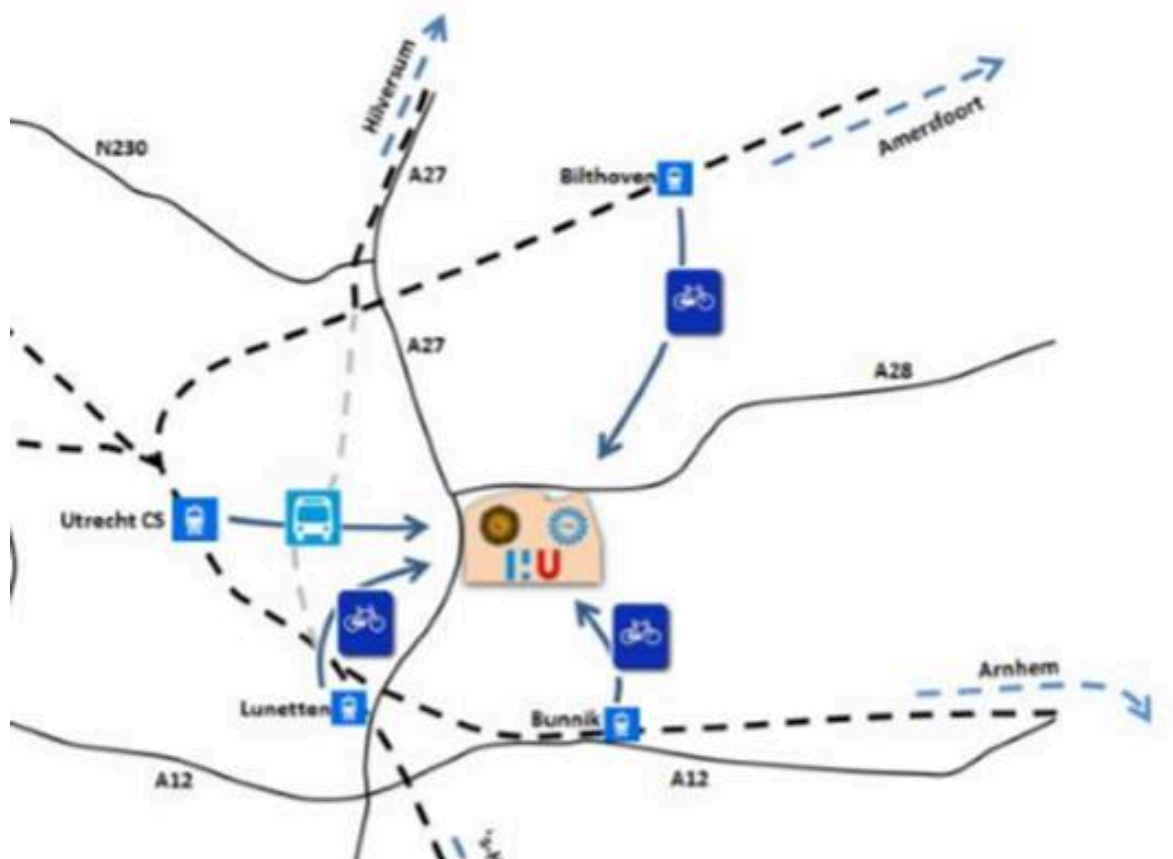


Van randstation naar kansstation

Een strategisch rapport over de mogelijkheden van de randstation voor de bereikbaarheid van de Uithof.



Maatschappelijke Innovatie
Universiteit van Utrecht
30 juni 2016

Anniek van Wezel
Berend Mutsears
Dirk Wijkstra
Lars Ramaker
Emilie Brenninkmeyer

Inhoudsopgave

1. Inleiding

- 1.1 Mobiliteitsvraagstuk
- 1.2 Doelstelling, perspectieven en visie
- 1.3 Vraagstelling
- 1.4 Structuur

2. Plan

- 2.1 Brainstormsessie
- 2.2 Verbinding randstations en fiets & openbaarvervoer mogelijkheden
 - 2.2.1 Verandering status quo
 - 2.2.2 Onderbouwing plan
 - 2.2.3 Belangenpartijen
 - 2.2.4 Gedeeld eigenaarschap

3. Product

- 3.1 Framing promotievideo
- 3.2 Timing en doelgroep promotievideo
- 3.3 Uitvoering op korte termijn

4. Proces

- 4.1 Stakeholders
- 4.2 Belangen en posities stakeholders
- 4.3 Strategic Triangle
- 4.4 Barriere model
- 4.5 Strategie

5. Aanbeveling

1. Inleiding

1.1 Mobiliteitsvraagstuk

De Uithof groeit! Dit is een interessante ontwikkeling die naast veel positieve effecten ook een knelpunt met zich mee brengt. Dit knelpunt, of anders gezegd vraagstuk, is een mobiliteitsvraagstuk en gaat over de bereikbaarheid van de Uithof. Het bereikbaar maken en houden van de Uithof is belangrijk om studenten, medewerkers, ziekenhuispatiënten, personeel en andere forenzen een goede doorstroom te bieden naar hun bestemming. Uit het Osborne rapport is gebleken dat het verkeer van de Uithof zal gaan groeien van circa 70.000 personen/dag van en naar de Uithof in 2015, naar circa 225.000 personen/dag van en naar de Uithof in 2030. dit zou een verdrievoudiging van het dagelijks verkeer betekenen binnen 15 jaar.¹ Het is dus van publiek belang dat de Uithof goed bereikbaar is. Problemen die gepaard gaan met het mobiliteitsvraagstuk en nu zichtbaar zijn, zijn overvolle bussen en auto- en fietsfiles in de spits. In 2018 zal de nieuwe tramlijn naar de Uithof veel reizigers kunnen vervoeren, maar zal naar verwachting in 2020 de maximale capaciteit bereikt hebben.²

1.2 Doelstelling, perspectieven en visie

In dit rapport wordt ontwerp-gericht gekeken naar alternatieve oplossingen voor het bereikbaar houden van de Uithof. Dit doen wij in opdracht van de Kracht van Utrecht. Dit is een groep Utrechtse bewoners en experts die *out of the box* denken over wat de kracht van Utrecht kan zijn op het gebied van leefomgeving, gezondheid, mobiliteit en bereikbaarheid.³

Het doel van dit rapport is alternatieve oplossingen vinden en uitwerken om de verbinding Utrecht Centraal naar de Uithof te bevorderen. Hierbij spelen de randstations (Bilthoven, Bunnik, Lunetten en Vaartsche Rijn) een belangrijke rol. In het vinden van alternatieve oplossingen zijn drie perspectieven belangrijk: duurzaamheid, gezondheid en veiligheid. Ten eerste moet de oplossing een duurzame oplossing zijn die naast de bestaande vervoersmiddelen kan bestaan, milieu-vriendelijk is en toekomstbestendig is. Ten tweede moet de oplossing gezond zijn voor de reiziger. Dit houdt in dat de oplossing niet schadelijk voor de gezondheid mag zijn maar juist moet verbeteren. Tenslotte moet de oplossing bijdragen aan de veiligheid van de stad. Dit is belangrijk omdat Utrecht Centraal een druk en daardoor kwetsbaar knooppunt is. Het ontlasten van Utrecht Centraal is dus belangrijk wat betreft veiligheid. De drie perspectieven liggen in lijn met het idee van de 'dubbele schaalsprong' van de Kracht van Utrecht. De dubbele schaalsprong is het idee dat enerzijds gewerkt moet worden aan een viersporig spoornetwerk met een regionaal stadstramnetwerk naar economische hotspots en anderzijds aan de koppeling openbaar vervoer en een goed fietsnetwerk met stallingen en voorzieningen.⁴ In dit rapport willen wij een bijdrage leveren aan het tweede aspect van de dubbele schaalsprong: de fiets. In hoofdstuk 2 is hier verder op ingegaan.

¹ AT Osborne & Grontmij. (2015). *Utrecht Science Park. analyse bereikbaarheid en maatregelen*. p. 3

² <https://www.ovmagazine.nl/2015/05/utrecht-onderzoekt-station-de-uithof-1318/>

³ <http://www.krachtvanutrecht-initiatief.nl/joomla/wie-we-zijn>

⁴ <http://www.krachtvanutrecht-initiatief.nl/joomla/dubbele-schaalsprong-fietsover>

In dit ontwerp-gerichte rapport ligt de nadruk op de praktijkgerichtheid. Wij hebben hiervoor gekozen omdat het mobiliteitsvraagstuk van de Uithof al een aantal jaren speelt en onderzocht is door deskundigen. In onze ogen missen echter praktische voorbeelden die uitgevoerd zijn om daadwerkelijk gericht zijn op het oplossen van het vraagstuk. Daarom is de insteek van dit rapport ontwerp-gericht. Dit is terug te zien in een product. Met de combinatie van praktische producten én theoretische inzichten willen wij een bijdragen leveren aan het mobiliteitsvraagstuk van de Uithof en daarna de Kracht van Utrecht helpen.

1.3 Vraagstelling

Samenvattend speelt er een mobiliteitsvraagstuk tussen de verbinding Utrecht Centraal en de Uithof. Vanuit drie perspectieven wordt gekeken welke kansen de randstations hebben in het bevorderen van de bereikbaarheid. De leidende vraag in dit ontwerp-gerichte onderzoek is zo ook:

Welke rol kunnen de buitenstations hebben voor het bereikbaar houden van de Uithof? En hoe dit idee te realiseren?

Deelvragen die hieruit voortvloeien zijn:

- *Welke ideeën zijn er voor het gebruik van deze randstations om de bereikbaarheid van de Uithof te vergroten?*
- *Hoe kan awareness gecreëerd worden voor de mogelijkheden van randstations?*
- *Welke strategieën zijn nodig om samenwerking tussen stakeholders door middel van innovatieve ideeën te kunnen realiseren?*

1.4 Structuur

De structuur van dit rapport bestaat uit drie lijnen: Plan, Product en Proces. In het hoofdstuk Plan worden, in antwoord op de eerste deelvraag, verschillende ideeën genoemd. Vervolgens wordt het uiteindelijke idee verder uitgewerkt en onderbouwd. De tweede deelvraag staat centraal in het hoofdstuk Product. Hier wordt het product gepresenteerd en is een strategie gemaakt om het meeste *awareness* te creëren. Deze strategie kan op korte termijn gevolgd worden. In het hoofdstuk Proces is een stakeholders-analyse gemaakt. Deze analyse vormt, gelinkt aan relevante literatuur, een goede basis voor een samenwerking in de toekomst. Posities en belangen van actoren worden in dit hoofdstuk besproken om vervolgens een lange-termijn strategie voor samenwerking te creëren. Tenslotte worden in hoofdstuk 5 aanbevelingen gedaan aan de Kracht van Utrecht.

2. Plan

De bereikbaarheid van de Uithof en ontlasten van Utrecht Centraal staat centraal in ons document. In deze doelstelling hebben wij tijdens brainstormsessies verschillende oplossingen bedacht. Deze worden besproken waarna het uiteindelijke idee verder uitgewerkt wordt. Hierbij is aandacht geschonken aan de drie perspectieven, belanghebbenden en de potentiële impact van het plan.

2.1 Brainstormsessie

- **Intercity's stoppen op randstations**

Allereerst kwam de optie naar voren om meer intercity's te laten stoppen op de randstations. Op deze manier kan het vervoer vanaf de randstations gestimuleerd worden omdat er simpelweg meer reizigers kunnen uitstappen op de stations Bunnik, Bilthoven of Lunetten. De kern van het idee zou zijn om de intercity's op piekmomenten (spits) te laten stoppen op deze randstations. Reizigers kunnen zo overstappen op een bus of een ov-fiets richting de Uithof. Dit zou voor de reizigers zelfs ook nog tijdswinst opleveren (bijlage 1 & 2).

- **Communicatie in de trein**

Het tweede plan dat naar voren kwam was de communicatie in de trein, door de reizigers in de sprinters op de mogelijkheid te wijzen om uit te stappen op één van de randstations, zou als het ware *awareness* gecreëerd kunnen worden onder de reizigers die naar de Uithof willen. Op deze manier zouden mensen deze keuze ook kunnen overwegen tijdens hun reis. De communicatie had plaats kunnen vinden via teksten op de schermen in de trein of door bijvoorbeeld het uitdelen/ophangen van flyers in de trein en op de stations.

- **Communicatie via mail en promotie op de Uithof**

Tot slot zou er ook gecommuniceerd kunnen worden op andere plekken en manieren. Een belangrijke manier waarop studenten en docenten bijvoorbeeld op de hoogte gesteld kunnen worden van de alternatieve routes is via het e-mailadres van de universiteit. Op deze manier is het makkelijk om veel studenten en docenten tegelijkertijd te bereiken. Door middel van een overzichtelijke mail kunnen de alternatieve routes, met de betreffende tijdswinst weergegeven worden. Daarnaast kan ook op de uithof zelf gepromoot worden door middel van flyers en banners bij bushokjes bijvoorbeeld.

Uiteindelijk hebben we gekozen voor één specifiek plan om ons op te focussen. Daarmee is niet gezegd dat bovenstaande voorbeelden geen toevoeging zouden zijn voor het benutten van de randstations. Alle drie genoemde plannen zouden het geheel nog sterker kunnen maken.

2.2 Verbinding randstations en fiets & openbaar vervoer mogelijkheden

Na de brainstormsessie is uiteindelijk gekozen voor het idee dat in lijn ligt met het de opdracht van de Kracht van Utrecht. Het plan is namelijk om de randstations beter te benutten met fiets- en ov-verbindingen. Deze oplossing is voor de reiziger prettiger, sneller, veiliger en duurzamer.

De randstations van Utrecht kunnen dus meer gebruikt worden gebruiken voor een snellere doorstroom naar de Uithof. De Uithof wordt hiermee beter bereikbaar. Het gaat daarbij om de volgende randstations: Bilthoven, Bunnik, Lunetten en (binnenkort) Vaartsche-Rijn.

Reizigers die naar de Uithof gaan, stappen op de buitenstations uit en reizen verder met de fiets of de bus. Op deze buitenstations zijn vervolgens fietsmogelijkheden aanwezig. Er is stallingsruimte beschikbaar voor eigen fietsen en mensen zouden een OV-fiets kunnen huren.

- *Waarom maken forenzen hier dan toch weinig gebruik van?* -

Het antwoord op deze vraag is divers. Zo hebben reizigers bepaalde patronen, voorkeuren en gedragseigenschappen die er voor zorgen dat ze een bepaald reisgedrag hebben. Volgens ons is het belangrijkste reden dat reizigers niet weten welke mogelijkheden de randstations bieden. Dit kennisargument is een prominente rol in de insteek van dit rapport.

2.2.1 Verandering status quo

Het gebruiken van de randstations en reizigers laten beseffen dat er snellere mogelijkheden zijn dan doorreizen naar Utrecht Centraal Station vergt enige overtuigingskracht. Cels, de Jong en Nauta⁵ halen aan dat de *Status Quo* hiervoor verandert dient te worden. Aan ons zou het dus de taak zijn om mensen in te laten zien dat oude gewoontes verlaten dienen te worden aangezien deze simpelweg niet meer werken. Doorreizen naar Utrecht Centraal en het gebruiken van buslijn 12 zou dus naar voren moeten komen als een slechte optie en het gebruiken van de randstations zou daarentegen moeten worden neergezet als betere optie voor de reiziger. Deze opzet zou dan ook tweeledig zijn: de mindere/verouderde manier tegenover het gebruiken van de randstations.

Deze negatievere delen aan de oude manier van reizen aan de ene kant en de positievere delen van het gebruiken van de randstations hebben wij uiteindelijk proberen te ondervangen in een promotie-video. Uit het rapport van Hopmans & Honders⁶ hebben wij veel voordelen kunnen halen uit het gebruik van de randstations ten opzichte van de huidige manier van reizen naar de Uithof. Hier ontbrak echter, mede aangegeven door de Kracht van Utrecht, nog enige daadkracht achter het plan. Er was tot dusver nog niet daadwerkelijk veel gedaan aan het plan. Door middel van een korte video als promotie-video willen wij nu wel de aandacht te trekken van medewerkers, studenten en organisaties op de Uithof.

2.2.2 Onderbouwing plan

Het plan om de randstations te gebruiken zal ook daadwerkelijk voordelen opleveren voor de reiziger. Het reizen op de randstations levert tijdswinst op, onafhankelijk van of vervolgens bus of fiets wordt gekozen als tweede vervoersmiddel. Bijlage 1 van Hopmans & Honders laat immers zien dat bij alle verbindingen (op één na) waarbij de fiets wordt gebruikt als vervoersmiddel, er tijdswinst wordt geboekt bij het uitstappen op de randstations en verder reizen met deze fiets.

Ook bij het gebruiken van de bus vanaf de randstations wordt tijdswinst geboekt, ook al geldt dat voornamelijk voor station Bilthoven. Vanaf station Bilthoven is een bus te pakken die binnen 10 minuten op de uithof is, dit is vele malen sneller dan dat de trein wordt doorgepakt

⁵ Cels, S., de Jong, J., Nauta, F. (2012). *Agents of Change. Strategy and tactics for social innovation*. Washington, D.C. Brooking Institution Press, p. 25

⁶ Honders, S. G. S., J. A. J. Hopmans. (2013). *De gratis leenfiets naar De Uithof, Serieus Alternatief of illusie? een onderzoek naar de mogelijkheden van een gedecentraliseerd leenfietsensysteem voor studenten van de Universiteit Utrecht*. Urban Geography, Universiteit Utrecht

naar Utrecht Centraal Station en vanaf daar de bus wordt gepakt. Ook het dit plan gezond voor de reiziger omdat fietsen gestimuleerd wordt. Ook valt het plan binnen het eerst perspectief (duurzaamheid) omdat reizigers minder ver hoeven te reizen en de binnenstad mijden (wat goed is voor de luchtkwaliteit en de veiligheid).

2.2.3 Belangenpartijen

Uiteindelijk zijn er meerdere partijen die kunnen profiteren van deze verbinding voor hun reizigers. Het houdt de uithof bereikbaar en zo liggen er ook nieuwe kansen weer voor andere ondernemingen en plannen. Denk bijvoorbeeld aan nieuwe mogelijkheden voor gemeente de Bilt om zich te profileren als vergadercentrum en partner van de Uithof. Daarnaast zijn er natuurlijk de 'standaard-partijen' die belang zouden hebben bij een goed werkend systeem zoals de Universiteit Utrecht, de Hogeschool Utrecht, het Universitair Medische Centrum en andere private ondernemingen die aanwezig zijn op en rond het Utrecht Science Park. Daarnaast zijn er natuurlijk de nieuwere instituten die zich vestigen in deze omgeving zoals het RIVM en het PrincesMaximaCentrum. Al deze en mogelijke nieuwe partijen zouden allemaal baat hebben bij een goede en constante bereikbaarheid van de Uithof.

2.2.4 Gedeeld eigenaarschap

Uiteindelijk is het belangrijk al deze verschillende partijen te betrekken bij de innovatie. Op deze manier kan er een 'gedeeld eigenaarschap' ontstaan. Zo is het niet alleen zo dat wij, als studenten van buitenaf, dit idee van promotie naar voren willen brengen. Het idee moet ook gedeeld worden door verschillende andere partijen. Om dit gedeeld eigenaarschap te bewerkstelligen is er dan ook met een veelheid aan actoren gesproken omtrent de bereikbaarheid van de uithof. Zo zijn bijna alle betrokkenen gesproken: de drie gemeenten (De Bilt, Bunnik & Utrecht), de provincie, een raadslid in Utrecht (GroenLinks), reizigersorganisatie Rover, studentenorganisatie Vidius, Universiteit Utrecht, Utrecht Science Park en natuurlijk belangengroep de Kracht van Utrecht.

2.3 Impact

In deze paragraaf wordt een schatting gemaakt van de impact die dit plan kan hebben. Dit is belangrijk omdat het inzicht geeft in de schaalgrootte van het plan. Op basis van verschillende data⁷ kan een schatting gemaakt worden van het aantal reizigers dat gebruik gaat maken van het plan. Alle relevante data is overzichtelijk gemaakt in de onderstaande tabel. Belangrijk is te melden dat de prognose is dat de Uithof groeit in de toekomst! De aantallen van forenzen, studenten en medewerkers zullen hierdoor stijgen.⁸

Hoeveel?	Wat?	Waar?	Organisatie
↑70.000 (2013)	forens-bewegingen	Naar & uit de Uithof	-
60.000 (2018)	Tramreizigers	UC → Uithof	Tramlijn

⁷ http://www.treinreiziger.nl/kennisnet/reizigersaantallen/cijfers/aantal_in- en uitstappers_per_station-147203

⁸ Honders, S. G. S., J. A. J. Hopmans. (2013). *De gratis leenfiets naar De Uithof, Serieus Alternatief of illusie? een onderzoek naar de mogelijkheden van een gedecentraliseerd leenfietsensysteem voor studenten van de Universiteit Utrecht*. Urban Geography, Universiteit Utrecht

↑19.000 (2011)	UU studenten	studerend op Uithof	Universiteit Utrecht
↑7560 (2011)	UU medewerkers	werkend op Uithof	Universiteit Utrecht
↑13.149 (2011)	UMC medewerkers	werkend op Uithof	UMC Utrecht
↑ 170.000 (2014)	In- en uitstappers	Utrecht Centraal	NS
3400 (2014)	In- en uitstappers	Station Lunetten	NS
2000 (2014)	In- en uitstappers	Station Bunnik	NS
4400 (2014)	In- en uitstappers	Station Bilthoven	NS

Nu de context in cijfers is uitgedrukt, kan een schatting worden gemaakt van de potentie van de randstations. In studie van Honders en Hopman is berekend dat Bunnik, Utrecht Lunetten en Bilthoven respectievelijk 499, 222 en 337 reizigers kunnen vervoeren die richting de Uithof gaan. In totaal zou de potentie van het gebruik maken van de randstations dus rond de 1000 reizigers omvatten. De randstations zouden op deze manier dan ook een significante bijdrage kunnen leveren aan het ontlasten van de drukte op Utrecht Centraal en de drukte rondom het busverkeer richting de Uithof.

3. Product

De Uithof wordt beter bereikbaar door de inzet van de randstations Bilthoven, Bunnik, Lunetten en Vaartsche-Rijn. Hoewel deze alternatieve routes veel tijdwinst opleveren, zijn deze nog erg onbekend onder werknemers, docenten en studenten op Utrecht Science Park. Het product richt zich daarom op de bekendheid en bewustmaking van deze alternatieve routes. In een pakkende promotievideo van circa twee minuten worden de alternatieve routes positief afgezet tegenover de 'grauwe' reis met bus 12 vanaf Utrecht Centraal naar de Uithof.

3.1 Framing promotievideo

Door middel van *framing* zijn de positieve aspecten van het reizen via de randstations uitgelicht. Volgens Cels, de Jong en Nauta⁹ wordt framing gebruikt door innovatoren om, bijvoorbeeld een gesprek, op een strategische wijze te structureren zodat stakeholders overtuigd kunnen worden. In de promotievideo komt naar voren dat de route vanaf station Bunnik naar de Uithof een erg aangename fietsroute is door een mooie groene en rustige omgeving. Ook kent deze fietsroute door de aanleg van de tunnel onder station Bunnik in 2016 geen hinder meer van ander verkeer zoals auto's in Bunnik. Helaas kent Nederland niet alleen maar zonnige dagen. Er valt af en toe ook een nodige regenbui. Ook in dit geval is er een goed alternatief voor bus 12. Vanaf de verschillende randstations rijden er namelijk bussen richting de Uithof. In de video is de bus vanaf station Bilthoven naar de Uithof gebruikt. Deze bus is veel rustiger dan de overvolle bussen die reizigers vanaf Utrecht Centraal naar de Uithof brengt. Naast deze twee duurzame en rustige routes komt bus 12 ook in de video voor. Bus 12 wordt neergezet als een drukke bus waar men liever niet in zit. Met de promotievideo wordt de status quo van reizen met bus 12 bekritiseerd en worden de routes via de randstations naar de Uithof aanbevolen.

3.2 Timing en doelgroep promotievideo

Het is binnen de uitvoering van het product belangrijk om rekening te houden met het *commitment-consistency mechanism*.¹⁰ Dit houdt in dat wanneer mensen eenmaal een besluit hebben genomen om een bepaald soort gedrag te vertonen, hier niet snel van af zullen stappen. Dit mechanisme pakt voor de uitvoering van het product op twee manieren uit. Aan de ene kant levert dit een obstakel op voor het idee van het gebruik van de randstations, aangezien veel mensen gewend zijn om vanaf Utrecht Centraal buslijn 12 te nemen als vervoersmiddel naar de Uithof. Mensen zijn gewend geraakt aan hun reisroute en zullen hier niet snel verandering in brengen, zelfs als alternatieve routes bewijzen sneller en prettiger te zijn.

Aan de andere kant heeft dit mechanisme ook een voordeel. Groepen reizigers die voor het eerst structureel naar de Uithof gaan reizen, zoals eerstejaarsstudenten aan het begin van het studiejaar, kennen nog geen vaste reispatronen en zijn makkelijker te stimuleren om de alternatieve reisroutes te nemen. Daarbij komt dat, wanneer deze reizigers eenmaal

⁹ Cels, S., de Jong, J., Nauta, F. (2012). *Agents of Change. Strategy and tactics for social innovation*. Washington, D.C. Brooking Institution Press, p. 45-48

¹⁰ Seethaler, R. (2003) *Using the six principles of persuasion to promote travel behavior change – Preliminary findings of a TravelSmart pilot test*. Department of Civil Engineering, Monash University, p. 4

besloten hebben via de randstations te reizen, zij hier ook minder snel van af zullen stappen aangezien zij zich dit reisgedrag eigen zullen maken.

Timing is dus zeer belangrijk om een dergelijke promotievideo aan te laten slaan. In principe zijn alle reizigers die momenteel via Utrecht Centraal met bussen naar de Uithof reizen onze doelgroep. Dit zijn twee groepen. De eerste groep bestaat uit mensen die (dagelijks) een vaste route naar de Uithof afleggen zoals bijvoorbeeld gevestigde studenten en medewerkers van de Universiteit, Hogeschool, onderzoeksbureaus of ziekenhuizen. Voor deze mensen is de door hen gekozen route naar de Uithof zo normaal geworden dat dit moeilijk aan te passen is. De tweede groep bestaat uit studenten en medewerkers voor wie de Uithof een nieuwe omgeving is of in de toekomst zal worden. Hierbij valt te denken aan studenten die net gaan beginnen met hun studie of aan medewerkers van een bedrijf met een nieuwe vestiging op de Uithof. Deze mensen hebben nog geen vaste route die bij hen zit ingebakken. Zij zijn dus makkelijker te overtuigen van de alternatieve routes.

Er zijn verschillende momenten waarop deze tweede doelgroep bereikt kan worden. Een eerste is tijdens de Utrechtse Introductie Tijd. Dit wordt ook wel de UIT genoemd. De UIT vindt ieder jaar midden augustus plaats. Tijdens de UIT komen 4000 eerstejaarsstudenten kennis maken met Utrecht en haar onderwijsinstellingen en studentenverenigingen.¹¹ Op de eerste dag van de UIT komen alle eerstejaarsstudenten op het University College Utrecht bijeen. Hier wordt het programma van de UIT geïntroduceerd. Dit is een uitgelezen kans om de promotievideo met de alternatieve routes bekend te maken bij de eerstejaars studenten. Op een grote beamer kan de video worden afgespeeld.

Een tweede manier waarop de video bekendheid kan krijgen is via de Universiteit Utrecht (UU). De UU beschikt over een Facebookpagina waarmee zij een groot bereik heeft. Het plaatsen van de video op Facebook vergroot de bekendheid van de routes bij studenten en medewerkers van de UU. Niet alleen heeft de UU een groot bereik, zij is ook een belangrijke factor in de overtuigingskracht van de promotievideo. Het is voor mensen namelijk belangrijk dat de boodschap die verkondigd wordt, gesteund wordt door een partij met expertise op dat gebied. Onze verwachting is dat de UU als een autoriteit zal worden gezien op het gebied van reizen naar de Uithof, en de steun van de UU voor de promotievideo zal daardoor bijdragen aan de overtuigingskracht hiervan.¹²

Ook Vidijs is een belangrijke stakeholder die kan bijdragen aan de bewustwording van de alternatieve routes onder studenten. Vidijs is de studentenunie in Utrecht en heeft een groot bereik bij studenten. Vidijs kan dit promotiefimpje ook op Facebook of op hun website

¹¹ <http://www.utrechtseintroductietijd.nl>

¹² Seethaler, R. (2003) *Using the six principles of persuasion to promote travel behavior change – Preliminary findings of a TravelSmart pilot test*. Department of Civil Engineering, Monash University, p. 5

plaatsen. Hierdoor worden de voordelen van het gebruik van de randstations bij de studenten bekend. Vidijs heeft reeds aangegeven ons te willen helpen bij het promoten van het project. Zij staan volledig achter dit plan om zo de Uithof bereikbaar te houden.

3.3 Uitvoering op korte termijn

Het product wat hier wordt voorgelegd valt onder het korte termijn plan. Het verkondigen van de genoemde boodschappen om daarmee *awareness* te creëren kan relatief snel geïmplementeerd worden en daardoor, mits effectief uitgevoerd, vrijwel direct effect hebben op de mobiliteit van de Uithof. Dat er een korte termijn plan wordt uitgevoerd is belangrijk voor het mobiliteitsprobleem, aangezien langere termijn plannen zoals de bouw van een treinstation op de Uithof alleen een oplossing zijn voor de toekomst en voor de komende vijf jaar nog geen bijdrage kunnen leveren.

4. Proces

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op het proces van de afgelopen paar weken. Allereerst zal toegelicht worden met welke stakeholders wij in gesprek zijn gegaan. Vervolgens zal aan de hand van een tabel inzichtelijk worden gemaakt hoe deze stakeholders tegen ons innovatieve idee aankijken. Daarna zal het driehoeksmodel van Moore¹³ toegepast worden op onze casus. Tot slot zullen de barrières genoemd worden waar de betrokken stakeholders tegenaan zullen lopen. Aan de hand van deze barrières zal een samenwerkingsstrategie worden bepaald.

4.1 Introductie stakeholders

Om een beter beeld te krijgen van het probleem omtrent de bereikbaarheid van de Uithof zijn verschillende actoren benaderd. Deze actoren zijn onder te verdelen in verschillende groepen. Allereerst, de gemeenten. Meerdere gemeenten spelen een belangrijke rol in de uitvoering van deze innovatie. Gemeente Utrecht omdat de mobiliteit in Utrecht belangrijk is voor de gemeente. De gemeente Utrecht is hier al jaren mee bezig en heeft, zoals bleek uit de interviews, meerdere opties in beraad genomen omtrent de bereikbaarheid van de Uithof. Gemeente Bunnik en gemeente de Bilt zijn ook van belang, omdat het gebruik van de randstations Bunnik en Bilthoven een belangrijke factor is voor deze innovatie. Deze partijen waren er met name geïnteresseerd in om te kijken wat er voor hen 'inzat'. Gemeente de Bilt haalde zo bijvoorbeeld aan dat elke reiziger die via De Bilt reist de lokale economie stimuleert met 0,30 cent per week. Dezelfde respondent vertelde dat er in februari 2016 bijvoorbeeld 25.000 mensen hebben gereisd met een overstap in Bilthoven. Het gaat daarbij dus uiteindelijk om een serieuze impuls voor de economie.

Naast het benaderen van de gemeenten, was het ook van belang om een aantal belangengroepen te spreken. Zo zijn we terechtgekomen bij 'Rover', de algemene belangenvereniging voor reizigers. Zij behartigen in de provincie Utrecht de belangen van alle reizigers en hebben zo een relevante positie in deze *challenge*. Zelf is Rover in gesprek met Vidius, de belangenvereniging voor studenten. Samen met Rover doen zij nu onderzoek naar de mogelijkheden omtrent mobiliteit in Utrecht en de Uithof in het speciaal.

Naast deze belangenorganisaties is gesproken met het Railforum en het Utrecht Science Park (USP). Met name het Railforum kwam naar voren als partij die al langer kijkt naar het gebruik van randstations voor vervoer richting de Uithof. Het Utrecht Science Park ondersteunde deze gedachte ook en voornamelijk een aantal organisaties op de Uithof bleken dit al te promoten, of te willen promoten. Zo kunnen medewerkers van het UMC en de HU een fiets aanschaffen zonder dat er over dit bedrag loonheffing wordt verrekend.

Tot slot is er nog met twee andere partijen gesproken: een raadslid van Groenlinks in de gemeente Utrecht en iemand van de provincie. GroenLinks presenteert zich in de gemeente als de fietspartij en zag dus zeker heil in het plan. De provincie zag het meer als *side-project*. Zij willen zich de komende jaren richten op het realiseren van een duurzame oplossing die een veel grotere capaciteit heeft. Als secundaire oplossing zagen ze het wel zitten.

¹³ Cels, S., de Jong, J., Nauta, F. (2012). *Agents of Change. Strategy and tactics for social innovation*. Washington, D.C. Brooking Institution Press, p. 13-16

4.2 Belangen en posities stakeholders

Onderstaand schema geeft een overzicht van de verschillende meningen van de partijen die wij hebben gesproken. De partijen zijn onderverdeeld in: overheidsniveau, belangenorganisaties en overkoepelend.

<i>Overheidsniveau</i>	Mening
Gemeente Utrecht	Verschillende oplossingen voor het probleem, maar voorkeur gaat uit naar een meer duurzame oplossing (extra tram bijvoorbeeld)
Gemeente De Bilt	Fiets goed om erbij te doen, maar pleiten vooral voor een goede bus verbinding met Uithof
Gemeente Bunnik	Actief bezig met verbeteren van fietsroutes en in en om gemeente Bunnik --> aanleg tunnel
Provincie Utrecht	Interessant alternatief, ook leuk voor 'erbij', maar zijn meer op zoek naar een grootschalige oplossing
Groenlinks Utrecht	Als fietspartij leuk idee, pleit voor een pilot om na te gaan of plan omtrent randstations werkt

Overheidsniveau: Redelijk positief tegenover het plan. Het wordt echter meer gezien als een oplossing voor 'erbij'.

<i>Belangenorganisatie</i>	Mening
Vidius	Veel klachten van studenten over slechte bereikbaarheid Uithof, voorstander van dit idee
Rover	Bezig met onderzoek over bereikbaarheid, vraagstuk staat hoog op agenda. Ook veel signalen nu van slechte verbinding

Belangenorganisaties: Positief tegenover het plan. Partijen hebben veel zicht op het probleem en de klachten, andere partijen hebben dit ook minder.

<i>Overkoepelend</i>	Mening
USP	Uithof gaat uitbreiden, nieuwe toestroom mensen motiveren om op een andere manier te reizen. Daarnaast voor ketenversterking.
Railforum	Voorstander van het idee, alleen zitten er nog haken en ogen aan. Wie gaat bijvoorbeeld de extra fietsenstallingen bij de randstations onderhouden.

Overkoepelend: Neutraal tegenover het plan. Kaarten ook veel vragen aan over de negatieve aspecten aan het idee: kostenplaatje, ruimtegebrek, motivatie, etc.

4.3 Strategic Triangle

Een verandering in een reizigersstroom gebeurt niet zomaar. Om reizigers via de randstations naar de Uithof te laten reizen zijn twee zaken vooral belangrijk. Allereerst moeten er de juiste middelen zijn om dit te kunnen bewerkstelligen. In de strategische driehoek van Moore worden dit de *operational capabilities* genoemd. In onze casus moeten de randstations beschikken over de juiste voorzieningen om een groter aantal reizigers via de stations te laten reizen. Voldoende fietsenstallingen zijn hierin onder andere belangrijk. Op dit moment hebben de randstations nog onvoldoende capaciteit om grote aantallen reizigers vanaf hun stations met de fiets naar de Uithof te laten reizen.

Een ander relevant middel zal vanuit de Universiteit Utrecht, UMC of Hogescholen moeten komen. Het gaat hier om de financiële vergoeding van het gebruik van ov-fietsen. Mochten medewerkers en of studenten van Utrecht Science Park geen fiets beschikbaar hebben in Utrecht om via de randstations te reizen, dan hebben zij ov-fietsen nodig. Voor deze ov-fietsen zou extra betaald moeten worden. Voor een alternatieve route moeten reizigers dus extra kosten maken. Hierdoor zullen zij niet snel geneigd zijn om om te schakelen. Door vanuit Utrecht Science Park een vergoeding te geven voor het gebruik van een ov-fiets zullen deze fietsen sneller gebruikt worden. Het vergoeden van de kosten voor het gebruik van een ov-fiets, is dus een belangrijk middel voor het bewerkstelligen van de verandering in de reizigersstroom.

Bovenstaande middelen zijn nog niet voldoende om het doel te bereiken. Steun vanuit de omgeving is ook noodzakelijk voor het bereiken van een verandering in de reizigersstroom. In de strategische driehoek van Moore wordt dit ook wel de *authorizing environment* genoemd waar *legitimiteit en steun* van ontvangen kan worden. Zoals in de stakeholdersanalyse is weergegeven zijn er veel verschillende partijen die belangen hebben omtrent dit thema. Deze belangen behoeven een goede afstemming. Door met alle stakeholders een gezamenlijk doel te formuleren kan er steun vanuit de omgeving komen.

De middelen en steun vanuit de omgeving kunnen een verandering bewerkstelligen als ook het doel helder geformuleerd wordt. Ons doel: het vergroten van de impact van de randstations in de bereikbaarheid van de Uithof. Deze publieke waarde zal uiteindelijk zorgen voor een snellere, duurzamere en veiligere verbinding naar de Uithof.

4.4 Barrière model

In de werkgroep van 19 mei van Albert Meijer werd het barrièremodel gepresenteerd aan de hand van de innovatie van het burgernet. Dit model gaat over samenwerking tussen verschillende partijen (politie en burgers) en welke struikelblokken deze partijen tegenkomen. Deze struikelblokken focussen zich globaal gezien op de cultuur en structuur. Uiteindelijk is het als volgt in een kwadrant uiteen te zetten:

<i>Barrièremodel (burgernet)</i>	Government	Citizens
Structure	Technology, legal, framework, finances, human resources	Technology available to use citizens net

Culture	Willingness to collaborate with citizens	Willingness to collaborate with the police
----------------	--	--

De structuur barrières kunnen zich zo dus zowel bij de politie als bij de burgers voordoen, waarbij het gaat om afspraken, beschikbare middelen en technologie. De cultuur barrières kunnen ook op zowel overheids- als burgerniveau plaatsvinden, waarbij vooral gekeken wordt naar de 'bereidheid' onder deze partijen om samen te werken. Voor deze innovatie hebben wij ook gekeken naar barrières en hoe die naar voren komen. Als gevolg hiervan kwamen we tot het volgende schema:

<i>Barrièremodel</i>	Overheid	Burgers
Structuur	Geld, vergunningen, tijden	Kennis van alternatief
Cultuur	Bereidheid tot steun (tram wordt inmiddels opgestart)	Bereidheid (geld, weer, overstap)

Uiteindelijk is het doel van het barrièremodel om de weerstand in kaart te brengen, maar ook om te kijken hoe je de barrières kan gaan aanpakken. Dit hebben wij grotendeels gedaan door te kijken of partijen bereid waren om ons plan te ondersteunen. Zo kwam onder andere naar voren dat verschillende overheids-partijen best wel heil zien in ons plan, maar dat er een goede afstemming moet komen met andere vervoersmiddelen. De tram bijvoorbeeld is niet geheel dekkend, dus zou ons plan een aanvulling kunnen zijn op het bestaande plan van de tram.

Reizigers zouden aan de andere kant door de promotievideo bewust worden gemaakt over de mogelijkheid tot het gebruik van de randstations. Daarbij moeten juist ook de negatievere kanten van het huidige systeem naar voren komen en wat allemaal de voordelen zijn van het gebruik van de randstations. Op deze manier moet bereidheid worden gecreëerd voor ons plan. Het plan zou daarnaast zo soepel mogelijk moeten verlopen. Zo moet er ook ruimte worden gecreëerd voor het stallen van eigen fietsen, wat zal schelen in kosten. Daarnaast kan de bus of tram alsnog worden gepakt vanaf een randstation indien het regent.

4.5 Samenwerkingsstrategie

Nu de belangrijke actoren en barrières in kaart zijn gebracht, is de volgende stap om te kijken naar hoe deze barrières gezamenlijk op lange termijn overwonnen kunnen worden. Op die manier kunnen kansen voor samenwerking gecreëerd en benut worden. Uit de gesprekken met de stakeholders is naar voren gekomen dat alle partijen het probleem erkennen, maar dat niemand het als zijn eigen verantwoordelijkheid ziet om dit vraagstuk aan te pakken. Hierbij willen we ons richten op het creëren van gedeeld eigenaarschap: alle betrokken actoren in laten zien dat zij gezamenlijk tot een oplossing moeten komen.

Het doel is uiteindelijk dat alle actoren het probleem 'eigen' maken en zich betrokken voelen. Bij dergelijke projecten zijn immers vaak 'vele handen' aanwezig die allen onderdeel zijn van het project, maar ook onderdeel van het probleem. Bij dergelijke grote groepen waarbinnen samengewerkt dient te worden, kijken de actoren vooral naar elkaar. Thompson stelt dat veel verschillende partijen samenwerken en ook daadwerkelijk actie ondernemen, maar dat

het uiteindelijk lastig is om de echte leider er uit te pakken.¹⁴ Zoals te zien was in de stakeholder-analyse is er een veelheid aan actoren betrokken bij dit plan. Deze diverse groepssamenstelling zorgt ervoor dat het probleem van de vele handen binnen dit vraagstuk mee kan gaan spelen. Om te voorkomen dat dit probleem de overhand krijgt, is het van belang een actor aan te wijzen als innovatieve leider van dit probleem.

¹⁴ Thompson, D.F. (1980) *Moral Responsibility of Public Officials: The Problem of Many Hands*. American Political Science Association, p. 905

5. Aanbevelingen

Wij willen met ons ontwerp-gerichte rapport een eerste stap te zetten in het gebruik van de randstations bij de bereikbaarheid van de Uithof. Aan de hand van dit rapport geven wij vier aanbevelingen mee richting betrokken partijen en specifiek onze opdrachtgever De Kracht van Utrecht. De aanbevelingen zijn conform het rapport opgesteld.

- Allereerst zal er slim gebruik moeten worden gemaakt van het product: het promotievideo. Deze zal op verschillende plekken vertoond moeten worden, om de eerder genoemde *awareness* te bewerkstelligen. De studentenorganisatie Vidius heeft aangegeven gebruik te willen maken van de promotievideo. Daarnaast is het plaatsen van de promotievideo de Facebook-pagina van de Universiteit van Utrecht ook een manier om snel een grote doelgroep te bereiken. Op dit moment vinden 47.654 personen deze Facebook-pagina 'leuk'.
- Daarnaast zal het gedrag moeten veranderen van de nieuwe groepen die neerstrijken op de uithof. Daarbij is het van belang om bijvoorbeeld tijdens de UIT-week het gebruik van de randstations duidelijk te promoten. Ook nieuwe bedrijven en instellingen (RIVM, PrincesMaximaCentrum) moeten proactief benaderd worden om ze bewust te maken van de mogelijkheden van de randstations.
- Ook zal er een partij moeten opstaan die het heft in handen zal nemen. In onze stakeholdersanalyse kwam een veelheid aan betrokken actoren naar voren, maar niemand pakte hierbij echt de leiding. Hierover zal dan dus ook overleg moeten plaatsvinden over hoe dit uiteindelijk vorm wordt gegeven.
- Tot slot zou het goed zijn als er een pilot uitgevoerd zou worden. Dit ziet er als volgt uit:
 - **Wie?** De pilot zal door 5 medewerkers en 5 studenten uitgevoerd worden, die vanaf het traject vanaf Arnhem of Amersfoort komen en normaal gesproken via Utrecht Centraal naar de Uithof reizen.
 - **Hoe?** De pilotgroep gaat een week lang vanaf een van de randstation naar de Uithof fietsen. De Universiteit Utrecht of Hogeschool Utrecht biedt de groep een vergoeding aan voor het gebruik van ov fietsen.
 - **Impact meten.** De impact van deze pilot is te meten door 2 keer een enquête af te nemen bij de eerder genoemde doelgroep. De eerste enquête wordt voorafgaand aan de pilot afgenomen, om zo zicht te krijgen op de verwachtingen van de nieuwe route. Op deze manier probeer je te achterhalen waarom men niet eerder met de fiets vanaf de randstations naar de Uithof fietste. De tweede enquête wordt na afloop van de pilot afgenomen. Deze laatste enquête geeft aan in hoeverre de doelgroep tevreden is over de voorzieningen, of zij deze nieuwe route aanraden en in de toekomst vaker zullen gebruiken.

Bijlagen

Bijlage 1

Tijdwinst reizen met fiets via randstations.¹⁵

Reizen over station Bunnik	Via Bunnik Trein - fiets	Via Utrecht centraal Trein - bus	Tijdwinst
Maarn	20	41	21
Rhenen	41	62	21
Ede-Wageningen	39	51	12
Arnhem	49	61	12
Nijmegen	68	80	12
Driebergen-Zeist	15	35	20

Reizen over station Bilthoven	Via Bilthoven Trein - fiets	Via Utrecht centraal Trein - bus	Tijdwinst
Den Dolder	22	40	18
Amersfoort	30	40	10
Apeldoorn	64	66	2
Soest	30	48	18
Baarn	40	53	13

Reizen over Station Utrecht Lunetten	Via Lunetten Trein - fiets	Via Utrecht Centraal Trein - bus	Tijdwinst
Culemborg	28	48	20
Geldermalsen	34	54	20
Gorinchem	64	81	17
's-Hertogenbosch	54	59	5
Tilburg	73	67	-6

¹⁵ Honders, S. G. S., J. A. J. Hopmans. (2013). *De gratis leenfiets naar De Uithof, Serieus Alternatief of illusie? een onderzoek naar de mogelijkheden van een gedecentraliseerd leenfietsensysteem voor studenten van de Universiteit Utrecht*. Urban Geography, Universiteit Utrecht

Breda	93	102	9
Tiel	51	71	20
Houten	19	39	20
Houten-Castellum	22	42	20

Bijlage 2

Tijdwinst reizen met bus via randstations

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de reistijden als men via de randstations reist.¹⁶ Uiteindelijk is het idee om deze bussen om de 10 minuten of 5 minuten te laten rijden in de spits als er veel studenten en medewerkers naar de uithof reizen. Als deze bussen vaker rijden en nog beter aansluiten op de treinen is de optie om via een van de randstations te reizen aantrekkelijker voor de studenten en medewerkers dan via Utrecht Centraal Station. Ook zullen de bussen vanaf randstations aantrekkelijker zijn als ze beter aansluiten op de treinen, aangezien de tijdwinst dan nog groter is.

Reistijd (randstation + bus)	Bunnik	Bilthoven	Lunetten
Frequentie bussen	30 minuten	30 minuten	15 minuten
Reistijd	20 minuten	10 minuten	14 minuten

Reistijd (Utrecht Centraal + bus 12)	Bunnik	Bilthoven	Lunetten
Reistijd naar Utrecht	7 minuten	10 minuten	6 minuten
Bus 12 vanaf Utrecht	14 minuten	14 minuten	14 minuten
Totale reistijd	21 minuten	24 minuten	20 minuten

Tijdwinst t.o.v. CS	1 minuut	14 minuten	6 minuten
---------------------	----------	------------	-----------

¹⁶ www.9292.nl