

Factsheet Collectief Vervoer

Er zijn vele Ways2go om duurzaam en met zo min mogelijk files en vertragingen te reizen. Een daarvan is het aanbieden van collectief vervoer voor medewerkers. Zeker wanneer bedrijventerreinen niet of nauwelijks bereikbaar zijn met het openbaar vervoer en de parkeerdruk hoog is, biedt collectief vervoer uitkomst. Daarnaast heeft het een positief effect op de klimaatdoelstellingen, collectief vervoer vervangt gemiddeld 6-8 auto's. Collectief vervoer per bedrijf is geen nieuwe innovatieve oplossing, maar wordt dit wel wanneer het collectief vervoer 'collectief' wordt ingezet.

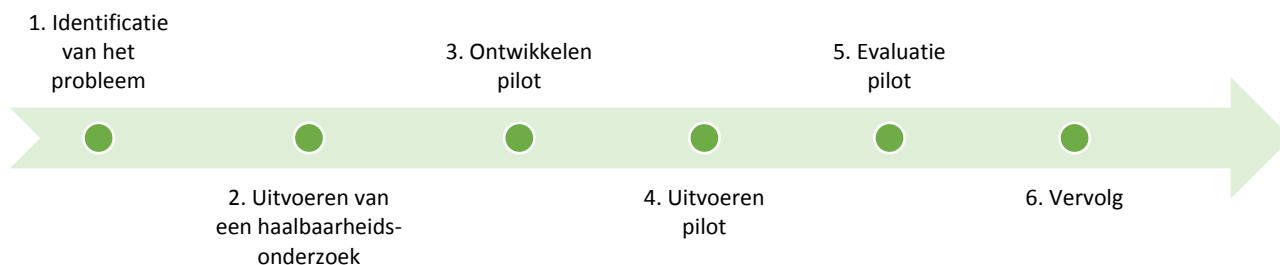
Randvoorwaarden

Collectief vervoer is een middel en geen doel op zichzelf. Onderstaand worden een aantal randvoorwaarden gegeven die essentieel zijn voor het succes van een collectief vervoer oplossing.

- **Probleem**
Er dient een duidelijk probleem geïdentificeerd te worden die bij het merendeel van de bedrijven speelt. Bijvoorbeeld een bereikbaarheidsprobleem of een parkeerprobleem. Het openbaar vervoer dient ontoereikend te zijn voor het bedrijventerrein op afstand en/of frequentie;
- **Organisatie**
Het is belangrijk dat het bedrijventerrein georganiseerd is. Dan hoeven bedrijven niet individueel aangesproken te worden en is er één contactpersoon. Een voorbeeld van een georganiseerd bedrijventerrein is een BIZ (Bedrijven Investeringszone) of een vereniging;
- **Draagvlak voor de oplossing**
Er moet draagvlak zijn voor collectief vervoer als oplossing voor het probleem. Indien het bedrijventerrein alleen maar denkt in 'méér parkeerplekken', is er voor deze oplossing geen draagvlak. Voor de start van een pilot dienen bedrijven commitment af te geven, daarnaast is het goed om enkele ambassadeurs te identificeren;
- **Financiën**
Een collectief vervoer oplossing kost geld. Vooraf dient de business case duidelijk gecommuniceerd te worden en ook wat daarbij de financiële consequenties zijn per individueel bedrijf. Om de business case rond te krijgen kan er tevens bij de start/pilot gekeken worden of de desbetreffende gemeente een (financiële) bijdrage zou willen leveren.
 - **Hub**
Er moet een hub vastgesteld worden vanwaar de collectief vervoer oplossing ingezet gaat worden. Dit kan een busstation of treinstation zijn of een andere centrale plek. Collectief vervoer moet voordeel voor de reizigers opleveren om hiermee te reizen.

Proces

Onderstaand worden de processtappen beschreven, deze zijn opgesteld aan de hand van de eerder uitgevoerde praktijkcases. Ook de learnings zijn meegenomen.



Stap 1: Identificatie van het probleem

Er kan pas gestart worden wanneer er op het bedrijventerrein een probleem wordt ervaren door een groep ondernemers. Met het bestuur van bijvoorbeeld de BIZ wordt goed doorgesproken wat het probleem is en hoeveel ondernemers hebben aangegeven dit als probleem te ervaren. Learnings: Wanneer het probleem is geïdentificeerd, en er draagvlak is, gaat de BIZ naar de leden: informeert hen over het haalbaarheidsonderzoek en vraagt hen om medewerking (stap 2).

Stap 2: Uitvoeren van een haalbaarheidsonderzoek

Indien er in stap 1 draagvlak is voor een slimme en duurzame oplossing in de vorm van collectief vervoer, kan er een haalbaarheidsonderzoek worden uitgevoerd dat antwoord geeft op de volgende vragen:

- Hoe wordt het probleem ervaren door de bedrijven?
- Wat zien de bedrijven als mogelijke oplossingen?
- Wat is de ov-score (welk cijfer geeft men het ov)?
- Wat zijn de werktijden?
- Wat is de model split? (Indien mogelijk met postcodes (van medewerkers) en potentie fietsgebruik en ov-score in kaart brengen).

Bovenstaande vragen kunnen met een herkomst-bestemmingsanalyse en een online enquête inzichtelijk worden gemaakt.

Een tweede onderdeel van het haalbaarheidsonderzoek, na analyse van bovenstaande, is het in kaart brengen wat de business case is en welke aanbieders er in de markt zijn. Onderzoek tevens of de concessiehouder van het gebied interesse heeft in 'last-mile'-oplossingen en betrokkenheid bij dit onderzoek.

De resultaten worden teruggekoppeld aan het BIZ-bestuur en de gemeente (indien betrokken). Bij een positief onderzoek naar een collectief vervoer oplossing, gaat stap 3 van start.

Learnings:

- Betrek het bestuur van de BIZ bij de totstandkoming van de enquête;
- Verstuur de enquête vanuit het BIZ-bestuur;
- Communiceer een duidelijke tijdslimiet in de enquête en spreek af hoeveel bedrijven minimaal dienen te reageren;
- Onderzoek de mogelijkheden van een subsidie voor het uitvoeren van het haalbaarheidsonderzoek;
- Meestal wordt ingezet op een spitsbus in de ochtend en avond rond 06.30-9.00 en 15.30-18.00 uur;
- Identificeer de HUB van de collectief vervoer oplossing.

Stap 3: Ontwikkelen pilot

Het haalbaarheidsonderzoek is uitgevoerd en de resultaten zijn bekend. Bij een positieve uitkomst wordt bij een bedrijf op het bedrijventerrein een korte bijeenkomst (ochtend- of lunchsessie van maximaal twee uur) georganiseerd. Tijdens de bijeenkomst worden de resultaten besproken met alle bedrijven. Doel van de bijeenkomst is draagvlak en commitment voor een pilot genereren. Ook de business case wordt gepresenteerd. Wanneer er draagvlak is, wordt er met het BIZ-bestuur een pilot van 3-6 maanden opgestart.

Learnings:

- Betrek voor draagvlak lokale partijen zoals verhuurbedrijven in de business case;
- Zorg dat er tijdens de bijeenkomst getekend kan worden voor commitment (opzet intentieverklaring pilot: inleiding | betrokken partijen | gemaakte afspraken bereikbaarheid, bus tijden en route, inzet van communicatie);

- Vooraf dient de business case financieel kloppend te zijn, aan de voorkant moet de investering geregeld zijn. De pilot kan niet afhankelijk zijn van het aantal betalende instappers. Bedrijven dienen vooraf commitment af te geven;
- Bepaal op de bijeenkomst de duur van de pilot, de route van de bus en de frequentie per uur;
- Denk goed na over de betaling van instappers. Vooraf kan om commitment aan bedrijven worden gevraagd en vervolgens kan met pasjes worden geweekt wanneer een organisatie betaald heeft. Maar let op dat de rol van het openbaar vervoer niet wordt overgenomen;
- Om nieuwe reizigers te 'verleiden' kan men daarnaast probeerkaarten afgeven voor de duur van drie maanden;
- Let op dat het niet te ingewikkeld wordt gemaakt en de administratieve lasten te hoog, bedrijven betalen voor commitment voor de pilot, voor de totale duur en refunds zijn niet mogelijk.

Stap 4: Uitvoeren pilot

In deze stap gaat de pilot van start van gemiddeld 3-6 maanden. Commitment en de investering voor de pilot zijn geregeld. In de meeste gevallen zal de pendelbus vanaf een goed bereikbaar verzamelpunt (bijvoorbeeld een station) medewerkers naar het bedrijventerrein brengen en vice versa.

Indien mogelijk is het verstandig om een contactpersoon te identificeren vanuit de BIZ of parkmanager die de dagelijkse gang van zaken in de gaten houdt en ook vragen/opmerkingen van betrokken partijen waaronder de reizigers terugkoppelt. Gebruikelijk rijdt de pendelbus gedurende spijtstijden. Tijdens de pilot wordt geregistreerd hoe vaak er gebruik wordt gemaakt van de pendelbus en worden de aankomst- en vertrektijden eventueel aangepast wanneer dit nodig wordt geacht.

Learnings:

- Leg tellijsten klaar in de bus en tel de instappers per halte, daarmee wordt inzicht gecreëerd in de route en de drukbezochte haltes. Tegelijk ontstaat inzicht waar mensen uitstappen zodat de omliggende bedrijven kunnen worden geïnformeerd over de buslijn;
- Probeer haltes en het bustijden schema zichtbaar te maken, zie voorbeeld hiernaast. Voor instappers is dit belangrijk;
- Communiceer tijdig voordat de pilot van start gaat en communiceer over het einde van de pilot (met hopelijk reguliere doorgang, zie onderstaand communicatievoorbeeld). Werk met een persbericht en zorg dat er op het bedrijventerrein een 'Buzz' ontstaat.

Stap 5: Evaluatie pilot

Voordat de pilot eindigt, vindt er een evaluatie plaats. Wat ging er goed? Wat kan er beter? Blijkt de pendelbus daadwerkelijk de oplossing voor het bereikbaarheidsprobleem? Wordt er voldoende gebruik gemaakt van de pendelbus? Is het financieel haalbaar de pilot voort te zetten? Is er voldoende draagkracht?

Stap 6: Vervolg

Is de evaluatie van de pilot positief, dan wordt deze voortgezet mits er voldoende financiële middelen zijn. In dit gedeelte van het proces is vooral het financiële gedeelte cruciaal. Zijn er voldoende middelen beschikbaar, dan worden de stappen 4 en 5 herhaald.

Uiteindelijk wordt besloten of de pendelbus voor langere tijd kan worden ingezet.

Learnings:

- Organiseer een maand voordat de pilot stopt een korte enquête onder de busreizigers;
- In de enquête dient minimaal gevraagd te worden: cijfer pilot? wat kan er beter? Etc.

4. Conclusie

Collectief vervoer kan een oplossing zijn om de bereikbaarheid van een bedrijventerrein te vergroten. Of collectief vervoer succesvol wordt, hangt af van draagvlak en financiën. Met name commitment en financiën aan het begin van het traject zijn essentieel: wanneer er tijdens de pilot nog veel moet worden 'geleurd' verkleint dit het succespercentage. Bedrijven zullen het project (financieel) moeten steunen en hun medewerkers moeten motiveren gebruik te maken van collectief vervoer. Naast het bedrijventerrein is hier een rol voor de gemeente weggelegd, wanneer zij bereid is tot een subsidie heeft collectief vervoer een grotere kans van slagen, met name voor het weghalen van de onrendabele top.

Vragen over dit onderwerp, neem gerust contact op. info@ways2go.nl