Duurzaam vervoer Radboud

Een routekaart naar CO2 neutraal* vervoer in 2030

- *Mobiliteitsvraag: fiets_e-fiets_OV_e-auto_auto_vliegen*
- *Compensatie mogelijkheden*
- *Een campus, een aanpak!*
- *In verbinding mebt alle stakeholders!*
- *Doorstroming is ook belangrijk!*

Carlo Buise/januari 2019

* CO2 neutraal gaat er vanuit dat electriciteit dan duurzaam is

Radboudumc Radboud Universiteit

De CO2 emmissie

Opnemen hoeveelheden en relevantie van de susbstromen doelgroepen

Duurzaam bereikbaar Heijendaal

Je komt er makkelijk met comfort
Met een kleine CO2 footprint



& Duurzame logistiek en Hubs Vliegreizen

Radboudumc Radboud Universiteit

C02 neutraal vervoer van:

A. Woon-werkverkeer

(e)Fiets- OV- (e)Auto

B. Zakelijk verkeer

(e)Fiets- OV – (e)auto – vliegen

C. Studenten

(e)Fiets – OV - (e)Auto

D. Patiënten en bezoekers

(e)Fiets – OV - (e)Auto

E. Logistiek

Bouw - facilitair

Mobili-teits-portaal

Radboudumc Radboud Universiteit

A. Woon-werkverkeer

Regelingen en voorzieningen ter stimulering CO2 neutraal

Fiets

-Bevordering gebruik en aanschaf en onderhoud (e)bike (financiële regelingen)

-Lokale infrastructuur (stallingen, laadpunten, fietsenmaker)

-Beschikbaar stellen deel e-auto/e-fiets/OV voorziening tbv zakelijke reis

OV

-Substantiële bijdrage aan OV vergoeding woon-werkverkeer (evt in combinatie zakelijk abonnement)

Vervolg A. Woon-werkverkeer

Regelingen en voorzieningen ter stimulering CO2 neutraal

Auto

-Bevordering gebruik en aanschaf e-auto (financiële bijdrage werkgever?)

-Lokale infrastructuur , laadpalen

-Ondersteuning Carpoolen

-Betaald parkeren, revenuen gebruiken voor compensatie bos (HOE bij e-car)

-Aanbieden deel-e-auto systeem (medewerker hoeft geen eigen of tweede auto)

B. Zakelijk verkeer

Regelingen en voorzieningen ter stimulering CO2 neutraal

Deelsysteem voor E-Fiets en E-auta

-Via eenvoudig bookingsysteem te reserveren en te lasten te brengen van een kostenplaats (systeem evt gecombineerd met OV, ook voor privé gebruik)

-Geen vergoeding meer voor privé autogebruik

OV

- Zakelijk reizenkaart (evt. gecombineerd met auto en andere voorzieningen, en privé abonnement)

Vliegen

- Verbod tot X uur auto/trein, compensatie

C. Studenten

Regelingen en voorzieningen ter stimulering CO2 neutraal

Fiets

-Lokale infrastructuur (stallingen, fietsenmaker)

-Beschikbaar stellen deel e-auto/e-fiets/OV voorziening tbv zakelijke/studiereis

OV

-Flexibele reiskaart

Auto

-Ondersteuning Carpoolen

-Betaald parkeren, revenuen gebruiken voor compensatie bos

D. Patiënten en bezoekers

Regelingen en voorzieningen ter stimulering CO2 neutraal

Wayfinding

-Route advies over reismodaliteit met voorkeursvariant OV/fiets

-Zowel analoog als digitale verwijzing naar P- en ingang gebouwen

-Betaald parkeren, revenuen gebruiken voor compensatie bos

-E-consulting waar gewenst

E. Logistiek bouw en facilitair

Facilitair

-Centrale Hub aan de rand van de stad
-Elektrische naar centrale Hub op de campus
-Elektrische of fietskar naar gebouw

Bouw

-Afspraken in projecten,

Mobiliteitsportaal Heijendaal

De bereikbaarheid van Heijendaal

-De entiteit is Heijendaal
-Een centrale plek over de bereikbaarheid van Heijendaal
-Regelingen/vindbaarheid/voorzieningen
-Communicatie vanuit Heijendaal (en niet vanuit de losse instellingen)
-Pilot HUBS???
-Verder ontwikkellen way-finding

De tom-tom

Acties voor 2019-20

- Opstarten pilot voor zakelijke reizen met e-deelsysteem en OV met als doel eind 2020 volledig ingevoerd

-Analyse woon-werkregelingen Radboudumc /universiteit (en HAN?) komen tot een voorstel ook relatie tot betaald parkeren. Invoering in 2021

-Uitwerken voorstel voor vliegreizen invoeren in 2020

-Ontwikkelen mobiliteitsportaal

-Pilot HUBS???

-Verder ontwikkellen way-finding

-…….

Gedragsverandering mobiliteit; hoe pak ik dit aan?

Wil je je medewerkers stimuleren om op andere manieren te reizen, dan is het nemen van maatregelen – zoals fietsstimulering, het verstrekken van een mobiliteitskaart en het invoeren van moderne arbeidsvoorwaarden – pas het begin. Vervolgens het ingesleten reisgedrag van je medewerkers veranderen, kost tijd en moeite. Om mensen blijvend andere keuzes in hun reisgedrag te laten maken, is gedragsbeïnvloeding nodig. Maar: hoe doe je dat? Er zijn verschillende mogelijkheden. Zo blijkt dat wanneer je automobilisten wilt stimuleren om te gaan fietsen, het beter is om hen te belonen voor het gebruik van de fiets, dan voor de aanschaf ervan. Wat werkt wel en wat juist niet? We geven je graag een aantal tips voor succesvolle gedragsverandering in mobiliteit.

1: Wie doet wat en waarom doen ze dat?

Probeer eerst te begrijpen en dan pas aan de slag te gaan. Ken je doelgroep en weet wat hen beweegt.

2: Verandermomenten!

De juiste timing is een niet te onderschatten factor voor het succes van gedragsbeïnvloeding! Je slaagt er makkelijker in om oude routines blijvend te veranderen als er bij de doelgroep urgentie is om over hun reisgedrag na te denken. Denk bijvoorbeeld aan wegwerkzaamheden, verhuizing of fusie, invoering van tijd- en plaatsonafhankelijk werken of nieuw (parkeer)beleid.

3: Weg met die drempels

Hoe makkelijker het is om te kiezen voor het nieuwe gedrag, hoe meer mensen dit (vrijwel) automatisch zullen doen. Hoe meer moeite jeervoor moet doen, hoe minder snel mensen hun gedrag zullen aanpassen.

4: We kunnen niet tegen ons verlies

Weerstanden zijn vaak voorspelbaar en zijn, als je ze tijdig signaleert, met de juiste interventies te beperken. Dit verhoogt de effectiviteit van maatregelen aanzienlijk. Zo heeft – psychologisch gezien – iets kwijtraken wat je bezit, veel meer impact dan iets winnen wat je nog niet had.

5: De juiste prikkel

Motiveren van mensen is belangrijk, maar ook motiveren kan op vele manieren. Belonen met een financiële prikkel is er één van: denk hierbij aan het bonus-malus leasebudget (mobiliteitsbudget), een beloning indien de werknemer afziet van een parkeerplaats, een renteloze lening als men op de fiets naar het werk komt enzovoorts. Maar: overschat het effect hiervan niet.

6: Ons kent ons

Kleinschaligheid is ook van belang. Over het algemeen blijken kleinschalige beloningsprogramma's onder min of meer homogene groepen (zoals afdelingen, leaserijders, studenten) tot betere resultaten te leiden dan grootschaliger programma's zoals die waar alle automobilisten in een bepaalde regio de doelgroep vormen.

7: Goed gedaan, jochie!

Als je oude gewoontes opgeeft, is het heel belangrijk dat je gesterkt wordt in het gevoel dat je op de goede weg zit. Feedback is daarvoor onmisbaar. Laat je waardering blijken, laat weten wat er voor positieve resultaten bereikt zijn die relevant zijn voor jouw medewerkers.

8: Wat denk je ervan?

De manier waarop je maatregelen introduceert en een stapsgewijze invoering zijn cruciaal, evenals begrip van het management voor wat er werkelijk op de werkvloer leeft. Denk bij facilitering van het gewenste gedrag en de communicatie erover vanuit de doelgroepen en hun gedrag, en niet vanuit de maatregel of organisatie.

9: Sociale beïnvloeding: gedrag is besmettelijk

Mensen doen graag wat anderen doen, en helemaal wat anderen doen die op hen lijken. Dat zijn geen weloverwogen beslissingen, maar is grotendeels een onbewust proces. Daar kun je op inspelen door bijvoorbeeld te laten zien dat een grote meerderheid van de medewerkers al meedoet, of door superpromotors/ ambassadeurs in te zetten.

10: Voorkom groepsdenken

Groepsdenken vormt altijd een gevaar voor het proces van geslaagde gedragsverandering. Daarom is het belangrijk om dit waar mogelijk actief tegen te gaan. Zorg dat de leden van de groep een kritische houding aan (blijven) nemen.

11: Begrijpen – uitvoeren – meten

Welke doelgroep(en) kies je? Steek je energie in doelgroepen die in staat en bereid zijn om hun reisgedrag aan te passen. Je moet inzicht hebben in hun huidige gedrag en bepalen welk gedrag gewenst is, welk resultaat of doel je specifiek nastreeft. Op basis van de verzamelde informatie kun je onderbouwd maatregelen kiezen. Voor, tijdens en na afloop meet en evalueer je en stuur je indien nodig bij.

12: Een goed begin is het halve werk

Bepaal bij de start wat je wilt bereiken (doelen)
Bepaal je doelgroep(en) en de belangrijke kenmerken van deze doelgroepen
Bepaal welke partijen/ stakeholders je nodig hebt om je doelen te bereiken en betrek hen erbij
Bepaal waar mogelijk ook op welke gedragstheorie/uitgangspunten je maatregelen gebaseerd zijn
Bepaal hoe je de voortgang en resultaten meet en evalueert (nulmeting, test, leer ervan, pas aan)
Bepaal het juiste moment om met de maatregel te starten (verandermomenten

Radboudumc Radboud Universiteit