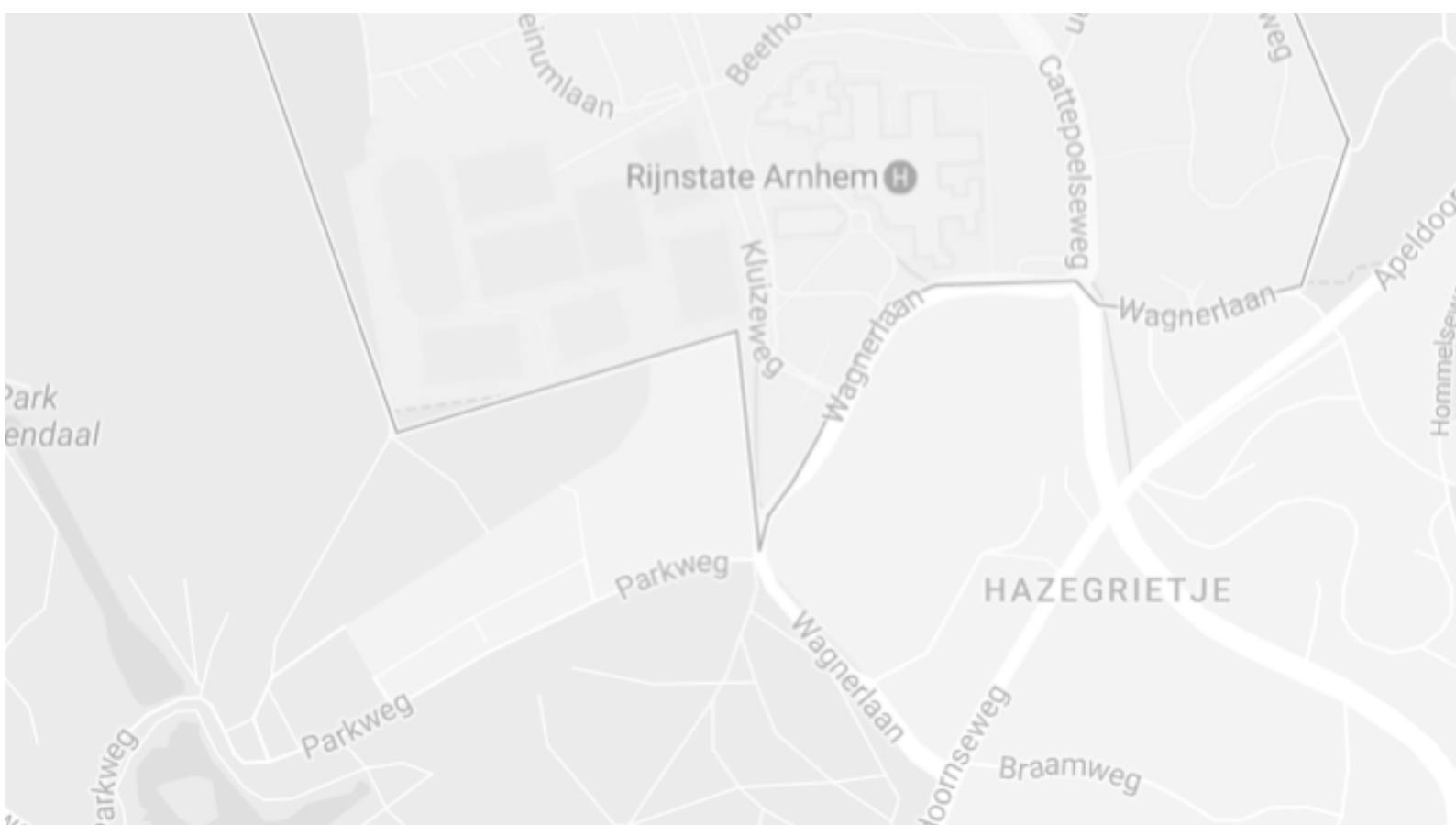


## **Slim op weg in Alteveer/'t Cranevelt**

### **Rapportage fase 1**



# Inhoud

1. Inleiding.....	3
2. Opzet.....	4
a. Doelstelling, doelgroepen, partijen .....	4
b. Aanbod (SUMO stap A) .....	5
3. Uitkomsten.....	9
a. Persoonskenmerken (Sumo stap P) .....	9
b. SUMO-stappen B-I.....	13
Structurele gedragsverandering? .....	17
Rijden in de spits.....	17
Autogebruik.....	18
4. Samenvatting.....	19

# 1. Inleiding

De gemeente Arnhem heeft Advier gevraagd om 50 spitsmijdingen te realiseren op de Apeldoornseweg vanuit de wijk Alteveer/'t Cranevelt. Gebleken is dat op deze belangrijke verkeersader in de stad het meeste autoverkeer uit deze wijk afkomstig is. Advier is gevraagd de gemeente Arnhem en de bewoners te faciliteren bij het stimuleren, onder de aandacht brengen en bewust maken van hun medebewoners over hun reisgedrag. Bovendien om daarbij nauw samen te werken met een groep gemotiveerde bewoners verbonden aan de wijkraad. Achterliggend doel is om te onderzoeken of zo'n wijkaanpak werkt.

Deze rapportage gaat in op de opzet van het project en de uitkomsten hiervan. De resultaten worden weergegeven met behulp van de SUMO-aanpak.

## 2. Opzet

Op een mooie zomerse avond vond de start van het project plaats tijdens een bijeenkomst van de wijkraad Craneveer. Samen met Nicole Voestermans en Gerda Dreise van de gemeente Arnhem zijn Friso Metz en Mariet de Haas van Advier hier aanwezig om het project af te trappen en de aanpak van Advier te presenteren. Er is een groep van vijf bewoners te zijn die zich graag wil inzetten voor het project. Met deze 'Slim-op-weg'-groep vindt daarna de samenwerking plaats. De naam is afgeleid van de naam die gegeven wordt aan het project: Slim op weg in Alteveer/'t Cranevelt. De groep helpt met hun ideeën en kennis van de wijk het project vormgeven. Daarnaast steken zij veel energie in het promoten van de verschillende acties.

### a. Doelstelling, doelgroepen, partijen

#### Doelgroepen

Het project Slim op weg in Alteveer/'t Cranevelt is een gedragsveranderingsproject. Op wie is het project gericht geweest? Er kunnen twee groepen worden onderscheiden:

- bewoners van de Arnhemse wijk Alteveer en 't Cranevelt die met de auto in de spits op de Apeldoornseweg reizen
- bewoners van de wijk Alteveer en 't Cranevelt die niet in de spits maar wel met de auto reizen, al of niet op de Apeldoornseweg

De eerste groep is de belangrijkste groep. Immers, bij hen kunnen spitsmijdingen worden gerealiseerd. De tweede groep is ook gedefinieerd, omdat samen met de Slim-op-weggroep ook besloten is het 'anders reizen' te stimuleren, niet met de auto.

#### Doelstelling

Minder met de auto in de spits te reizen: dat is de gedragsverandering die beoogd wordt bij de eerste groep. Bij de tweede groep is dat *überhaupt* minder met de auto te reizen. Samengevat luidt de doelstelling:

de doelgroepen ertoe bewegen buiten de spits en/of met een andere modaliteit te reizen.

#### Partijen

Het project is opgezet vanuit de SUMO-aanpak. Deze methode helpt bij het vormgeven, volgen en beoordelen van gedragsprojecten. Daarbinnen worden ook 'partijen' onderscheiden. Van hen is medewerking vereist om het project succesvol te laten verlopen. Bij Slim op weg in Alteveer/'t Cranevelt gaat het om deze partijen:

- a. Slim op Weg groep van de wijk Alteveer/'t Cranevelt – dit zijn de gemotiveerde bewoners met wie is samengewerkt. De werkgroep Duurzaam Craneveer is hierin vertegenwoordigd
- b. Winkeliers in de wijk en Burgers' Zoo
- c. Deelauto-organisaties, SnappCar. Greenwheels en MyWheels

De Slim-op-Weggroep is gevraagd om de campagne te helpen vormgeven, promotie te verzorgen, de rol van ambassadeur te vervullen en 'het goede voorbeeld' te geven door met zoveel mogelijk acties mee te doen.

De winkeliers en Burgers' Zoo zijn gevraagd om korting te bieden bij inlevering van vouchers, verdiend door bewoners. (De korting kunnen zij vervolgens terugvragen bij Advier.)

De deelauto-organisaties is gevraagd de proefrit aan te bieden, betaald uit het project. Ook is hen gevraagd extra korting te bieden om de actie nog aantrekkelijker te maken, een verzoek waar zij allen aan hebben voldaan.

## **b. Aanbod (SUMO stap A)**

Samen met de Slim-op-weggroep is een menukaart van acties samengesteld waaruit wijkbewoners een keuze kunnen maken (zie bijlage 1). Dit is het 'aanbod' dat de doelgroep moet aanzetten om het gewenste gedrag te vertonen.

De volgende acties staan op het menu:

- a. Fietsen tijdens spitsuren voor korting bij winkels Burgers' Zoo, en fietsen in de wijk voor een collectieve wijkbeloning
- b. 1 week een e-bike uitproberen. Hiervoor zijn 5 fietsen tegelijkertijd beschikbaar
- c. Deelnemers zoeken in principe zelf een opvolger, het is een estafette
- d. 1 week een e-bakfiets uitproberen. 1 fiets beschikbaar, ook dit is een estafette
- e. een proefrit maken met een deelauto; ook sparen voor de collectieve wijkbeloning
- f. meedoen aan internationale Park(ing) Day – een dag een parkeerplaats tot parkje omtoveren. Een grasmattje werd geleverd
- g. je eigen auto aanbieden op een deelauto platform
- h. opgeven voor We Drive Solar in de eigen wijk
- i. opgeven voor een buurtavond over autodelen, om hierover te vertellen of te horen.  
Hiervoor is geen belangstelling getoond, dus deze is niet georganiseerd

De acties op het gebied van autodelen zijn geïnspireerd op projecten van onze Vlaamse partner in het SHARE-North project Autodelen.net. Daarmee is er in dit project sprake van transnationale cooperatie.

### **Promotie**

Behalve uit de probeeracties bestaat het aanbod uit een promotiecampagne. Hiermee worden de acties onder de aandacht gebracht waar de bewoners aan kunnen deelnemen. Daarnaast wordt de boodschap gegeven dat minder auto's in de spits en überhaupt meer autoverkeer leidt tot een meer duurzame en leefbare wijk. Dit is waar het uiteindelijk om gaat!



Tijdens het buurtfestival op 11 september vindt de start plaats. De Slim-op-Weggroep brengt Slim op Weg in Alteveer/'t Cranevelt actief onder de aandacht. Buurtgenoten kunnen alvast een van de 5 e-bikes uitproberen, de e-bakfiets, en een 'We Drive Solar' auto uit Utrecht. Voor deze laatste actie kunnen zij zich ook opgeven. Een auto van Greenwheels staat prominent naast de kraam van waaruit campagne wordt gevoerd. Voor kinderen is er de mogelijkheid een 'gekke fiets' uit te proberen zoals een minifiets of hobbelende fiets, om de actie luister bij te zetten. De 5 fietsen vinden gretig aftrek!

Behalve op het buurtfestival is de actie nog op de volgende wijzen onder de aandacht gebracht:

- 2x is de menukaart mee geleverd bij de wijkkrant – bezorgd bij alle huishoudens
- een persbericht is verstuurd naar lokale en regionale media – dit heeft geleid tot berichten op de website van de Arnhemse Koerier en in De Gelderlander
- 2x heeft een team van de Slim-op-Weggroep op zaterdag bij de Coop geflyerd en uitleg gegeven
- met regelmaat zijn berichten op de buurtapp 'Nextdoor' geplaatst
- in 2 wijkkranten zijn artikelen verschenen (zie bijlage 2)
- op de website van Hé Komaan is een bericht verschenen en later een filmpje geplaatst

Op de speciale actiewebsite [www.probeeraanbod.nl](http://www.probeeraanbod.nl) kunnen wijkbewoners alle informatie over de actie vinden en zich opgeven. Daarnaast kunnen zij extra informatie vinden over onder meer e-bikes.

## Beloningsactie

Wijkbewoners kunnen zelf een beloning verdienen door te gaan fietsen in de spits. Om de actie uitdagend te houden wordt gewerkt met verschillende levels:

Wat	Beloning
Eerste vragenlijst invullen, aanmelden Ring-Ring® en app installeren, toevoegen fietsgroep, 5x fietsen in de spits	€5
Fiets nogmaals 20x	€10
Fiets nogmaals 20x	€10
Fiets nog een keer 30x	€15
Vul de eindvragenlijst in	€10

De kortingsbonnen kunnen worden ingediend bij de plaatselijke Coop, woonwinkel Te Gek Wonen en Burgers' Zoo. De actieperiode loopt van 11 september t/m 31 december 2017. Alleen het invullen van de eindvragenlijst kan nog gebeuren t/m 12 januari 2018. Ook kunnen de bonnen nog tot eind januari worden ingeleverd.

Om na te gaan of de ritten gemaakt zijn wordt gebruikgemaakt van de app Ring-Ring®.

## Collectieve beloning

De collectieve wijkbeloning die bij elkaar gespaard kan worden bestaat uit een mobiele vervoerservice voor minder mobiele buurtgenoten, zoals ouderen. Hoe deze precies vorm gaat krijgen staat op dit moment nog niet vast. In eerste instantie is aan een elektrisch golfkarretje gedacht.

Omdat eind december het bedrag dat met het fietsen behaald kan worden nog nét niet verkregen is, wordt in overleg met de gemeente dit deel van de actie met een maand verlengd.

## Deelnemers

Om tot 50 structurele gedragsveranderingen te komen is volgens de SUMO-benadering een viervoud aan deelnemers nodig: 200. Om tot dat aantal te komen is wederom een viervoud nodig van mensen die ermee bekend zijn, te weten 800.

## Opzet monitoring en evaluatie

Om deel te kunnen nemen aan de acties a t/m e is het noodzakelijk eerst een vragenlijst in te vullen. Pas daarna wordt de inlogcode voor de spitsgroep in de Ring-Ring® app gestuurd, de kortingscode voor de proefrit met de deelauto of contact opgenomen voor de e-bike of e-bakfietsproef. Voor de acties f t/m h gold dit niet, maar dit betreft maar een klein aantal deelnemers, dat bovendien grotendeels aan de andere acties heeft deelgenomen. Daarom wordt onder deelnemers verstaan iedereen die de eerste vragenlijst heeft ingevuld. Mensen die niet reageerden is nog een aantal maal benaderd om de vragenlijst in te vullen. Starten met een actie kon tot half december.

De ingevulde vragenlijst geldt als de nul-meting. Meteen na de kerstdagen, op 27 december, is een mail gestuurd aan alle deelnemers met de vraag om een eindvragenlijst in te vullen. Deze geldt als de een-meting.

## Respons

104 mensen hebben aan Slim op weg in Alteveer/'t Cranevelt deelgenomen. 2 mensen die te jong waren hadden zich bovendien ook nog opgegeven, zij zijn afgewezen.

Van de 104 deelnemers hebben 63 mensen de eindvragenlijst ingevuld. Dit komt neer op een prima respons van 61%.

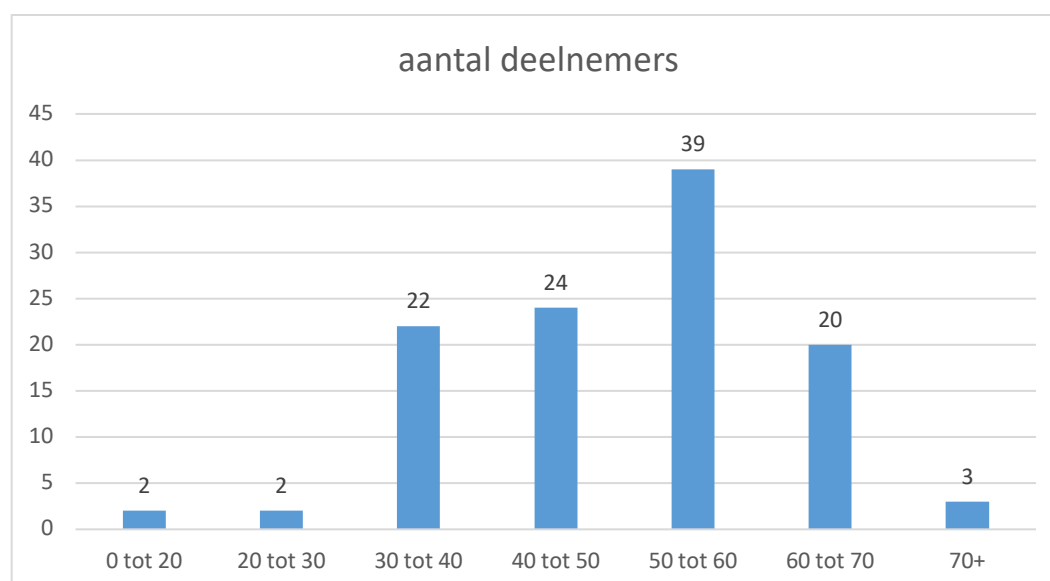


### 3. Uitkomsten

#### a. Persoonskenmerken (Sumo stap P)

Wie zijn de deelnemers aan Slim op weg in Alteveer/t Cranevelt? Uit de antwoorden komt het volgende beeld naar voren:

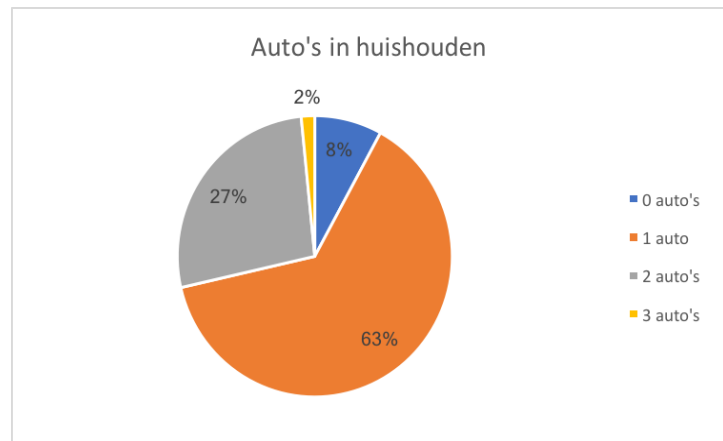
- Vrouwen hebben meer aan de acties meegedaan dan mannen: 62 vrouwen tegenover 42 mannen
- Op 5 deelnemers na bevinden allen zich in de leeftijd tussen 20 en 70 jaar, vooral de werkzame leeftijd
- Van de deelnemers heeft 84% een baan of is zelfstandig ondernemer



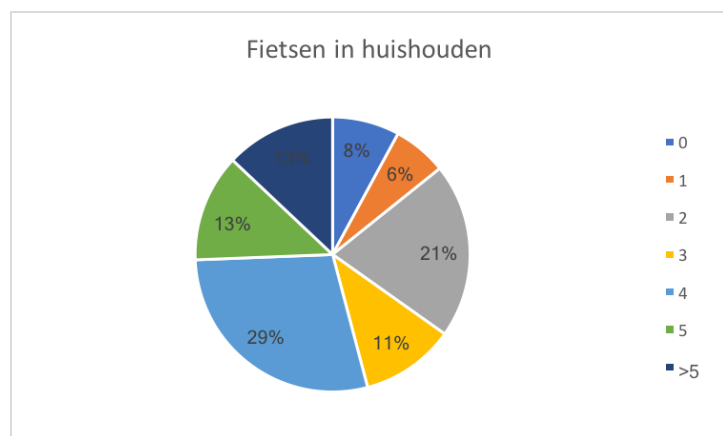
zelfstandig ondernemer	22%
werkzoekend	2%
werk in deeltijd	24%
volledige baan	38%
student	3%
huisvrouw/man	2%
gepensioneerd	6%
arbeidsongeschikt	3%

## Vervoersmiddelen

Hoe gaan zij naar hun werk? Op een persoon na hebben alle deelnemers een rijbewijs. Dat hoeft dus geen belemmering te vormen. Dat geldt ook voor autobezit: bij 92% staan een of meer auto's voor de deur.



Maar fietsen zijn ook ruim aanwezig. Ook hier is slechts bij 8% (5 deelnemers) geen fiets beschikbaar. Bij 86% zijn meer fietsen in het huishouden en bij 8% zelfs meer dan 5. Een deelnemer meldt zelfs over 12 fietsen te beschikken! Bij 38% staan er een of twee e-bikes in huis.

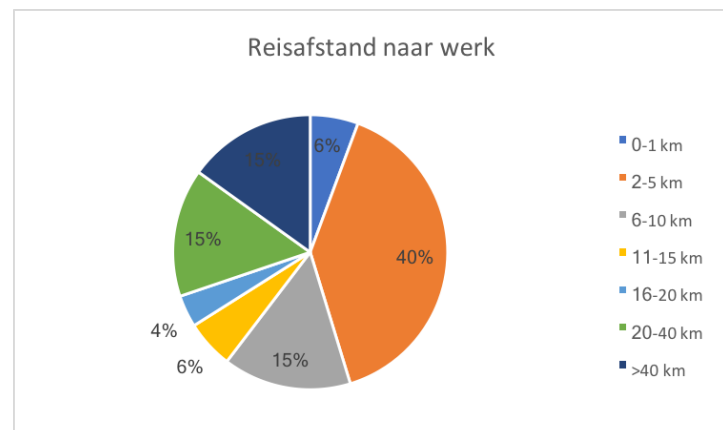


## Reisafstand

De afstand tot het werk maakt het voor de meerderheid in principe mogelijk om hiernaartoe te fietsen.

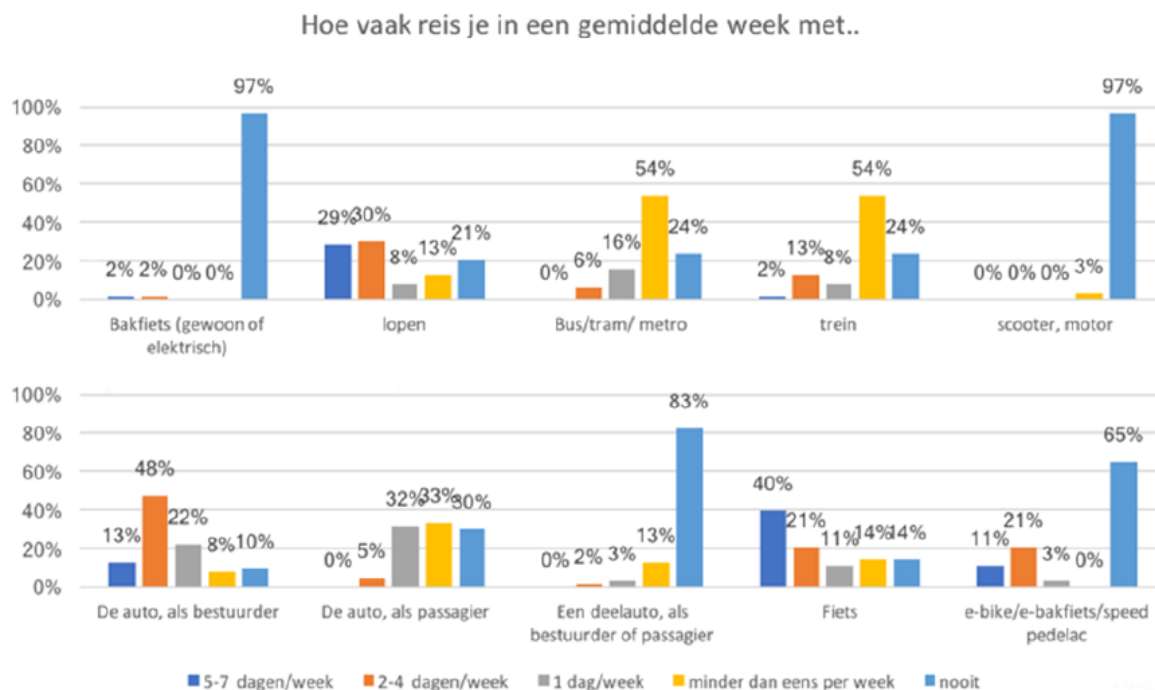
6 op de 10 van hen woont binnen een straal van 0 tot 10 kilometer van het werk.

10% woont op een afstand van 11-20 km, goed te forenzen met een e-bike. Slechts 30% woont op een afstand die in principe moeilijk met de fiets of e-bike te doen is.



## Reisgedrag

Toch betekent dit niet dat zij ook allen de fiets pakken. In zijn algemeenheid is gekeken naar hoe de deelnemers reizen. Hieruit komt het volgende beeld naar voren:



De auto, fiets en lopen springen eruit. Openbaar vervoer wordt gebruikt, maar door de meesten minder dan eens per week. Met de auto wordt ook vaak samen gereisd.

## Autoritten

Specifiek is gekeken naar het reizen met de auto in de spits. Daaruit blijkt dat 68% een of meer keer per week met de auto in de spits rijdt. Je mag verwachten dat dit grotendeels voor het werk is.

Aantal dagen	ochtendspits	Avondspits
0	32%	33%
1	24%	27%
2	17%	14%
3	8%	8%
4	10%	8%
5	10%	10%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Bij deze deelnemers is dus winst te behalen als het gaat om spitsmijden.

De deelnemers is ook gevraagd hoe hun dagelijks autogebruik het beste valt te omschrijven:

Op dit moment gebruik ik de auto voor de meeste ritten.	44%
Voor de meeste ritten gebruik ik andere vervoermiddelen dan de auto. Een auto gebruik ik vrij weinig en dat zal de komende tijd zo blijven.	52%
Ik maak nooit gebruik van een auto.	3

Hieruit blijkt dat er ook veelvuldig met andere vervoersmiddelen wordt gereisd.

Hen is daarna gevraagd of zij plannen hebben om deze autoritten (of een deel daarvan) te verminderen. Hierop is door maar liefst 43% bevestigend geantwoord. Hieruit blijkt dat er ook zeker winst valt te behalen als het gaat om het laten staan van de auto.

## b. SUMO-stappen B-I

### Bekendheid (SUMO-stap B)

De actie is twee keer bij álle huishoudens onder de aandacht gebracht. Immers, de menukaart is met de wijkkrant bij alle huizen in de wijk in de bus gedaan.

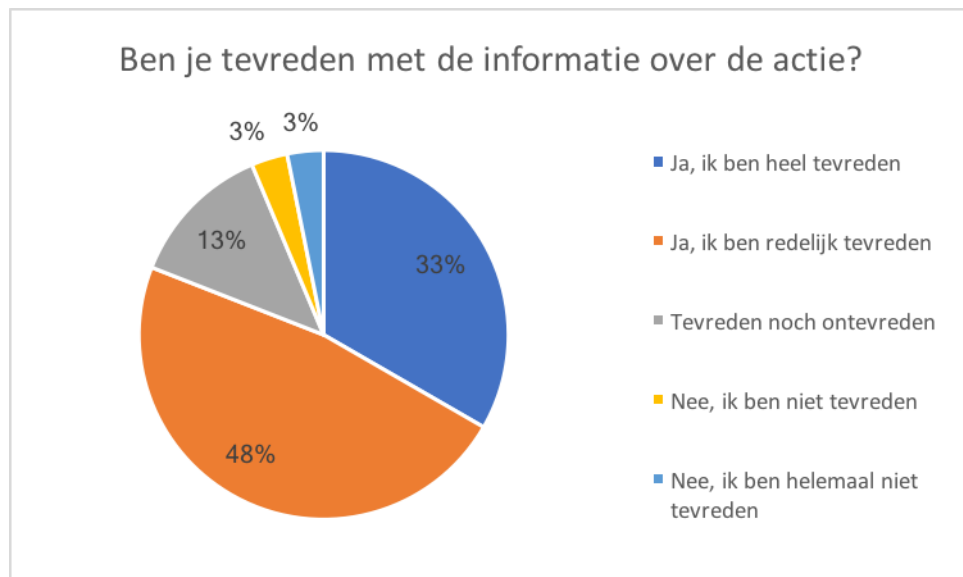
Toch kun je niet veronderstellen dat iedereen dan bekend is met de het project. Flyers eindigen regelmatig in een prullenbak. Om daar nog wat over te kunnen zeggen hebben we bij elke actie in de eindvragenlijst gevraagd met hoeveel mensen hierover is gesproken. Die aantallen van de verschillende acties zijn niet zomaar op te tellen, want het zal veel om dezelfde mensen gaan. Uitgegaan wordt van het grootste aantal, dat is de fietsactie met Ring-Ring®. In totaal hebben zij 520 mensen gesproken. De aanname wordt nu gedaan dat een kwart hiervan unieke personen zijn: 130 mensen. Zij vormen 51% van de groep deelnemers. Ervan uitgaande dat ook de overige 49% met net zoveel mensen gesproken heeft,  $0,49 \times 130 = 64$ , kan een bekendheid verwacht worden bij  $130 + 64 =$  afgerond zo'n 195 mensen.

### Interesse (stap C)

Op de website [Probeeraanbod.nl](http://Probeeraanbod.nl) hebben zich 335 unieke bezoekers gemeld.

### Tevredenheid (stap D)

81% van de deelnemers is (heel) tevreden over de informatie met betrekking tot de actie. 6% is (heel) ontevreden.



### Meedoen (stap E)

Er hebben 104 mensen zich aangemeld voor een of meer acties.

## Gedragsverandering tijdens de actie (stap F)

Deelnemers hebben zich voor verschillende acties opgegeven, ook vaak voor meer dan 1. Dat wil nog niet altijd zeggen dat ze ook daadwerkelijk hebben deelgenomen. In de kolom rechts hieronder hoeveel mensen daadwerkelijk hebben gefietst, de e-bike of e-bakfiets hebben uitprobeerde, etc.

<b>actie</b>	<b>aanmeldingen</b>	<b>deelname</b>
<b>fietsen in de spits en/of in de wijk</b>	80	(83/) <sup>64</sup>
<b>e-bike uitproberen</b>	37	37
<b>e-bakfiets uitproberen</b>	9	9
<b>proefrit deelauto</b>	10	5
<b>Buurtavond over autodelen</b>	1	0 – niet plaatsgevonden
<b>eigen auto als deelauto inzetten</b>	3	3
<b>We Drive Solar</b>	9	9
<b>Park(ing) Day</b>	3	3
<b>Totaal</b>	<b>152</b>	<b>130</b>

## Fietsactie

Voor wat betreft de fietsactie, hoeft u om in de wijk te fietsen niet te hebben aangemeld bij deze actie. Als u de app al had gedownload en u fietst door de wijk, fiets u vanzelf mee voor de collectieve beloning. Dat zijn in de app 83 deelnemers.

Van degenen die de enquête heeft ingevuld, heeft 8 op de 10 de Ring-Ring® app gedownload. Voer u dat percentage door op het gehele aantal, dan komt u op 64 deelnemers. U kunt ervan uitgaan dat zoveel wijkbewoners bewust aan de actie hebben deelgenomen.

Als ze dat niet hebben gedaan is dat omdat ze het vergeten zijn (3), het niet lukte (3) en om de volgende reden:

- Ik heb me wel gedownload maar vond de app bijzonder onaantrekkelijk
- Ik heb geen smartphone

### Deelauto proefrit

De helft van degenen die zich hebben aangemeld voor een proefrit met de deelauto heeft deze ook daadwerkelijk rit gemaakt. Degenen die dat nog niet hebben gedaan, geven onderstaande redenen daarvoor op:

- Gedoe rondom aanmelden.
- Er was geen kleinere, zuinigere auto beschikbaar dan mijn huidige auto
- niet nodig gehad
- Nog nvt geweest

### Totaal acties

In totaal zijn er **130 acties** door de wijkbewoners uitgevoerd.

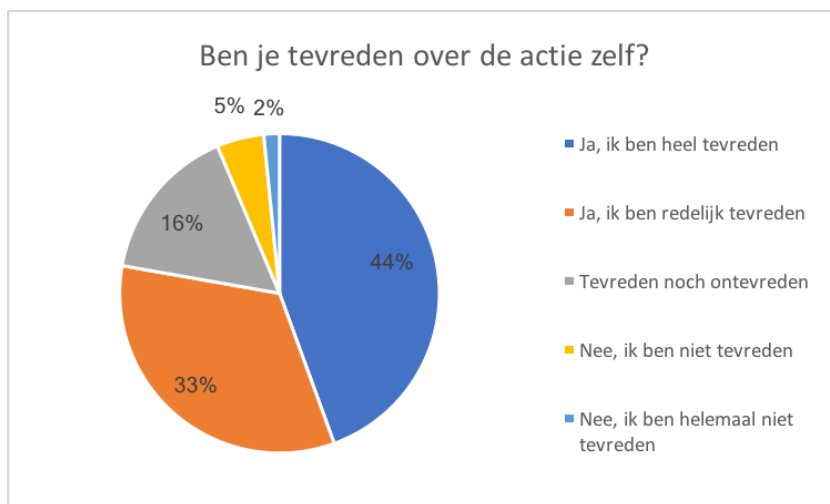
### Hoeveel is er gefietst?

In de wijk is naar verwachting eind januari 2018 20.000 km gefietst. In de spits is 780 km gefietst, zoals blijkt uit de uitgedeelde vouchers:

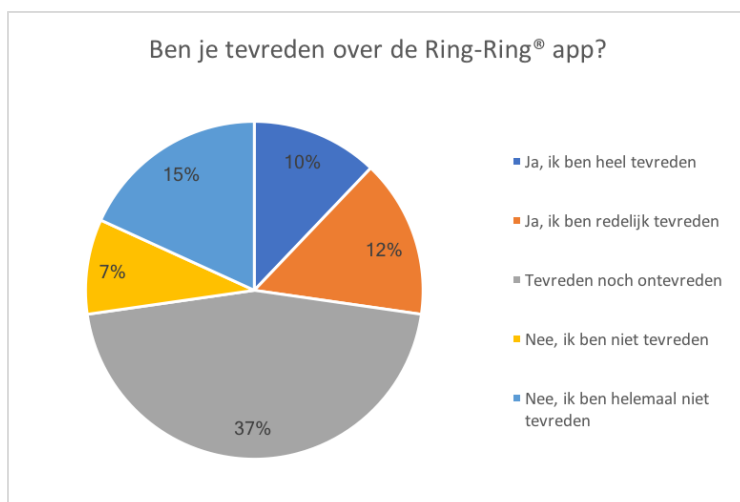
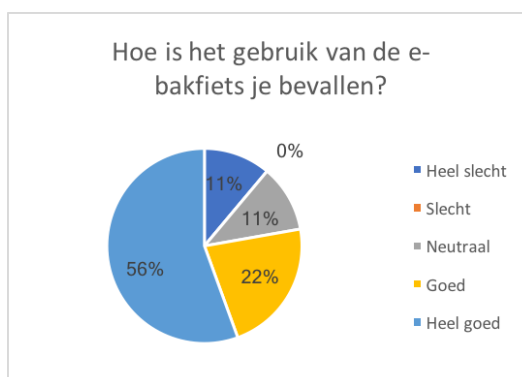
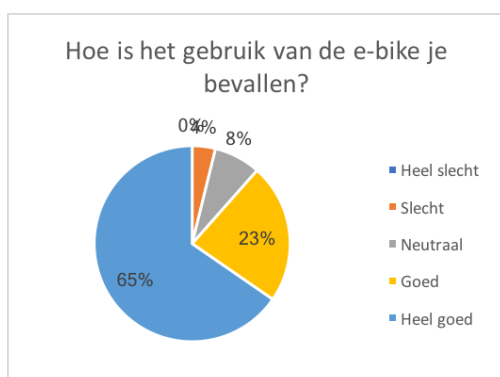
	<b>Wat</b>	<b>Aantal uitgedeeld</b>	<b>Gefietste kilometers</b>	<b>Aantal verzilverd (tot 22/1, bij Coop)</b>
A	Eerste vragenlijst invullen, aanmelden Ring-Ring® en app installeren, toevoegen fietsgroep, 5x fietsen in de spits	28	140	16
B	Fiets nogmaals 20x	18	360	10
C	Fiets nogmaals 20x	11	220	6
D	Fiets nog een keer 30x	2	60	1
E	Vul de eindvragenlijst in	65		27
<b>Totaal gefietste km's in de spits</b>			<b>780 km</b>	

## Tevredenheid met aanbod (stap G)

Van de deelnemers die de een-meting hebben ingevuld, is 77% (heel) tevreden over de actie. 7% is (helemaal) niet tevreden.



Ook bij de verschillende acties is gevraagd naar de tevredenheid. Opvallend is dat het uitproberen van de e-bike en e-bakfiets heel erg goed is bevallen:



Aan de deelnemers van de fietsactie is gevraagd naar de tevredenheid over de Ring-Ring® app.

Meer dan een derde is tevreden noch ontevreden. 22% is (heel) tevreden, 22% (heel) ontevreden.

Over het algemeen dus een heel 'neutraal' beeld. In totaal gaat het hier overigens om de mening van 33 mensen (vragenlijst ingevuld en app daadwerkelijk gebruikt).



## Structurele gedragsverandering?

Waar hebben de acties toe geleid? Is er sprake van een structurele gedragsverandering? In SUMO gaat het hier om de stappen H – ander gedrag – en I – de effecten. In de eenmeting is een aantal vragen herhaald uit de nulmeting. Uit de verschillen hiertussen maken wordt opgemaakt wat het resultaat is van het project.

Terugkomend op de doelstelling van het project, wordt gekeken naar veranderingen in **rijden in de spits** en veranderingen in **autogebruik**. Aanvullend wordt gekeken of deelnemers aan de fietsactie meer zijn gaan fietsen.

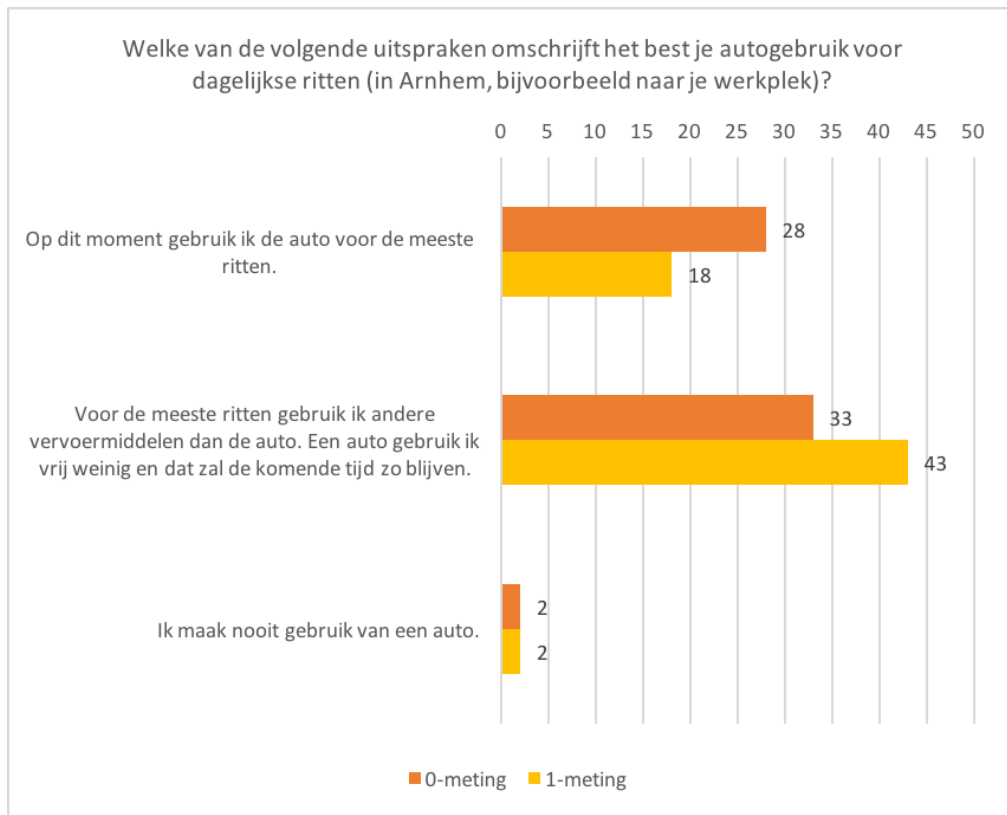
## Rijden in de spits

Uit de vergelijking blijkt dat beduidend *minder* mensen met de auto in de spits rijden! Dit zal niet aan het weer liggen.. de actie heeft in het najaar plaatsgevonden. Waar bij de start de deelnemers (die beide vragenlijsten hebben ingevuld) in totaal 206 autoritten in de spits maken, daar maken zij er aan het eind 143. Dit betekent dat  $206 - 143 = 63$  **structurele wekelijkse spitsmijdingen** gemaakt zijn.

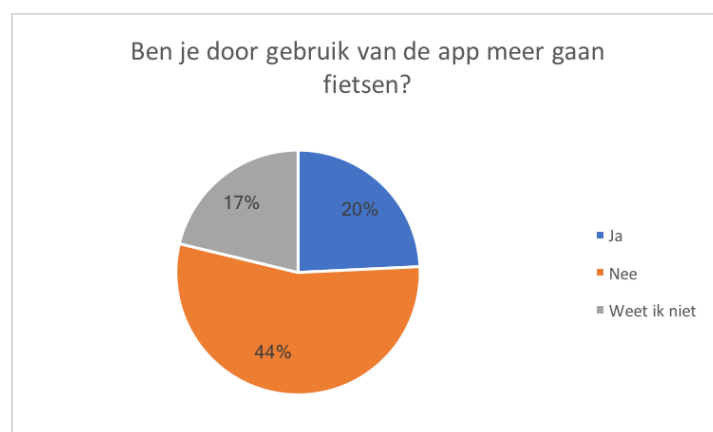
	1-meting			0-meting		
aantal dagen	bewoners in ochtendspits	bewoners in avondspits	totaal	bewoners in ochtendspits	bewoners in avondspits	totaal
0	27	30	0	20	21	0
1	16	15	31	15	17	32
2	10	9	38	11	9	40
3	3	3	18	5	5	30
4	5	4	36	6	5	44
5	2	2	20	6	6	60
			<b>143</b>			<b>206</b>

## Autogebruik

Ook het autogebruik is duidelijk afgenomen. **Tien autorijders zijn in plaats van de auto een ander vervoermiddel gaan gebruiken voor de meeste ritten:**



Ook de fietsactie heeft tot resultaat geleid. **8 mensen zijn door de app meer gaan fietsen.** Zij geven bovendien **allen** aan dit te willen volhouden.



## 4. Samenvatting

In onderstaande Sumo-tabel zijn de resultaten van Slim op weg in Alteveer/'t Cranevelt samengevat.

stap		resultaat
aanbod	A activiteiten	Alle activiteiten vermeld in de menukaart
	B bekendheid	Zo'n 195 mensen zijn bekend geraakt met de actie
	C interesse	335 unieke bezoeker zijn gemeld op de actiesite
	D tevreden over informatie	81% van de deelnemers is (heel) tevreden over de informatie
Gewenst gedrag	E meedoen	Er zijn 104 goedgekeurde aanmeldingen
	F proberen	64 deelnemers aan de fietsactie; 37 deelnemers aan de e-bikeactie; 9 aan de e-bakfiets; 5 aan de deelautoproefrit; 3 hebben hun auto tot deelauto gemaakt; 9 hebben een proefrit gemaakt met een WeDrive Solar auto; 3 hebben deelgenomen aan Park(ing) Day
	G tevreden met aanbod	77% is (heel) tevreden met het aanbod
resultaat	H ander gedrag	10 mensen zijn structureel een ander vervoermiddel dan de auto gaan gebruiken voor dagelijkse ritten. 8 mensen zijn meer gaan fietsen (mogelijk deels dezelfde).
	I effecten	Er zijn 63 wekelijkse spitsmijdingen gerealiseerd