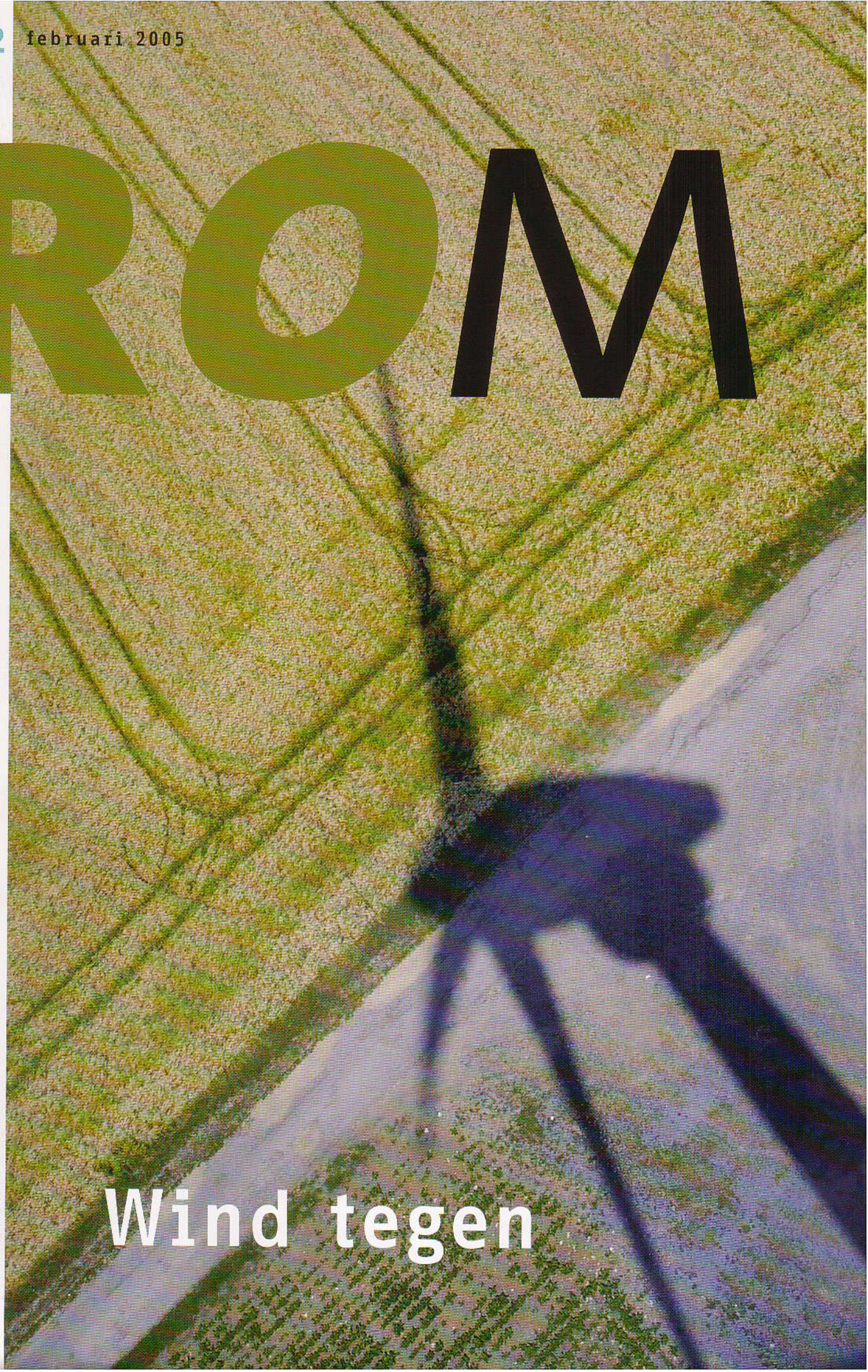
1/2 februari 2005

ROM

MAANDBLAD VOOR RUIMTELIJKE ONTWIKKELING



Wind tegen

FORUM

In de rubriek Forum geven redacteuren en lezers hun visie op actuele gebeurtenissen en ontwikkelingen op het gebied van ruimtelijke ordening, verkeer en vervoer, duurzame ontwikkeling en milieubeheer. Bijdragen het liefst tot 700 woorden.

Foto: Roel Dijkstra

BiosciencePark in Leiden. De komende jaren groeit het park verder met unieke en hoogwaardige werkgelegenheid. Maar de bereikbaarheid van het BiosciencePark staat op termijn onder druk. De cijfers zijn ontmoedigend. In 2020 is de filedruk drie keer hoger dan in 1995. De wachttijd per verreden kilometer verdubbelt. Het aantal verplaatsingen groeit met 50%. Om deze groei op te vangen, zou een verdubbeling van het openbaar vervoer nodig zijn. Maar nu al wordt becijferd dat de auto zijn positie ten opzichte van het openbaar vervoer versterkt met 50%. Kan een hoogwaardig park met hoogwaardige kenniswerkers zonder hoogwaardige bereikbaarheid? Op het BiosciencePark is een enquête gehouden onder bedrijven. Dit artikel is mede gebaseerd op de bevindingen daarbij.

De paradox van het mobiliteitsbeleid

Het autobezit groeit, de mobiliteit groeit, de files groeien. Maar het Rijk heeft met de 'beleidsarme' Nota Mobiliteit de handdoek in de ring geworpen. Er is visie noch geld. Naarmate overheden er minder in slagen het filevraagstuk op te lossen, ontstaan er kansen voor ondernemerschap. Wel vergt dit een vernieuwing in het denken over bereikbaarheid. Aan die vernieuwing wil dit artikel bijdragen met vijf praktische handreikingen.

Bereikbaarheid is niet alleen een zaak van de overheid, maar steeds meer ook van bedrijven. Met bereikbaarheid is geld te verdienen. Wanneer sprake is van schaarste, en de goede marktcondities zijn gecreëerd, zal ook de creativiteit van het ondernemerschap tot bloei komen. Het lijkt een paradox: naarmate de overheid er minder in slaagt het congestievraagstuk aan te pakken, nemen de kansen voor ondernemers alleen maar toe. Vooralsnog heeft zowel de publieke als de private sector geen besef van de mogelijkheden.

De beoogde transitie naar ondernemerschap is in wezen simpel; het is eigenlijk niet meer dan het bijeenbrengen van gescheiden geldstromen en disciplines. Het verbinden van marketing, dienstverlening en gebruikersoriëntatie aan werelden als die van

verkeer, infrastructuur, stedenbouw, ruimtelijke ordening, en de werelden van HRM en facilitair management. Het gaat om een nieuwe markt, een nieuw elan, ondernemerschap, innovatie en kennisontwikkeling – en een gezonde basis voor duurzaamheid en economische vitaliteit.

HANDREIKING 1

Verleg de discussie: kijk niet naar de kleinste, maar naar de grootste markt. Private partijen roepen dat de bereikbaarheid steeds meer te wensen overlaat. Ze kijken daarbij vooral naar de overheid – en hoe harder ze roepen, hoe hoger de politieke prioriteit, hoe meer budget. De markt voor mobiliteit en bereikbaarheid is immers een overheidsmarkt. Deze gang van zaken overschaduwt het feit dat de private uitgaven voor mobiliteit vele malen groter zijn. Zo omvatte in 2002 de overheidsmarkt in de provincie *Noord-Brabant* voor aanleg, beheer en onderhoud van infrastructuur en openbaar vervoer ca € 400 mln. De private markt was maar liefst tien keer groter.[1] Alleen al op de bedrijventerreinen op de Noordflank van de Randstad (Hoofddorp, Haarlem, Almere) zijn de private bestedingen bijna twee keer zo hoog als die van de overheid in het Meerjarenprogramma Infrastructuur: € 9 miljard versus 4 miljard van 2002-2010. Daarbij zijn de overige private bestedingen niet meegerekend.[2] Het wordt tijd om in discussies over regionale en lokale bereikbaarheid de bijbehorende private geldstromen te betrekken. Immers, werken aan een andere inrichting van de grootste geldstroom is effectiever dan inzetten op groei van het relatief kleine budget van de overheid.

HANDREIKING 2

Stel een marktdossier op: kijk niet alleen naar problemen maar ook naar markten.
Discussies over mobiliteit zijn sterk probleemgestuurd. De overheid grijpt in waar de filekans te hoog of trajectsnelheden te laag worden. Daarnaast is het denken bij locatieontwikkeling sterk georiënteerd op verkeerskundige en ruimtelijke aspecten; op het streek- en bestemmingsplan, op de parkeerbalans, de parkeernorm, op het stedenbouwkundig, ruimtelijk en verkeerskundig ontwerp. Gegeven de omvang van de private bestedingen zou het verstandig zijn om bij locatie(her)ontwikkeling ook een lokaal 'marktdossier' op te stellen.
Op het bedrijventerrein Amsterdam Zuidoost, het grootste van Nederland, bedragen de jaarlijkse bestedingen van werkgevers en werknemers voor mobiliteit en werkplekken ca € 360 mln. Wanneer 20 procent van de leaserijders zou kiezen voor een 'mobiliteitsbudget' is daarmee jaarlijks een bedrag van ruim € 20 mln. gemoeid. Ruim voldoende om een hoogwaardig voor- en natransportsysteem te financieren, dat is begroot op € 1,4 mln. per jaar.[3] Dankzij een digitale bedrijfsenquête op het, veel kleinere, Leidse BiosciencePark – de respons was 100 procent! – is er nu een compleet marktdossier beschikbaar. Hierin is behoefte aan en het overschot van parkeerplaatsen berekend, de behoefte aan allerlei soorten mobiliteitsdiensten, is de voortgang beschreven van de invoering van een zogenaamd cafetariasysteem en is een mobiliteitsbudget gemaakt (zie hieronder). De bedrijven spenderen jaarlijks € 22 mln. aan mobiliteit. Met slechts een fractie daarvan zijn lokale bereikbaarheidsdiensten op te zetten.[4]

HANDREIKING 3

Voer het gesprek in andere termen: omzet, kosten, concurrentiepositie. Om de ontwikkeling van nieuwe, lokale bereikbaarheidsmarkten mogelijk te maken, is extra geld op voorhand niet nodig. Sterker, met het zichtbaar maken van de geldstromen zullen bedrijven inzien dat anders omgaan met die enorme uitgaven voor mobiliteit, parkeren en werkplekken geld oplevert. Om dit te stimuleren, zouden lokale en regionale overheden het gesprek met private partijen over mobiliteit moeten voeren in termen van omzet, kostenreductie en concurrentiepositie. Dat zijn immers de grootheden die ondernemers aanspreken.[5] Hoe belangrijk het is hierop in te spelen, bleek onder andere bij eerdere plannen (het Utrechts Centrum Project/UCP) voor de herontwikkeling van Hoog Catharijne in Utrecht. Uit een berekening van de relatie tussen omzet en bereikbaarheid bleek dat er een gat van 240 mln. gulden per jaar zat tussen de verwachte en noodzakelijke omzet. Deze uitkomst was mede aanleiding tot het stranden van het ambitieuze UCP-project.[6] Om een idee te geven van de kansen die er liggen, de volgende rekensom. Hoog Catharijne telt jaarlijks ruim 30 miljoen bezoeken. Daarvan komt 62 procent met het openbaar vervoer en 26 procent met de auto. Uitgaande van gemiddelde reisafstanden belopen de mobiliteitskosten jaarlijks naar schatting € 50 mln. Een enorm bedrag. Maar de omzet op de bestemming is veel groter: € 500 mln. jaarlijks. Uit berekeningen

bleek verder dat reductie van de beleving van de reistijd naar Hoog Catharijne met vijf minuten de winkels in 2010 € 100 mln. op jaarbasis kan opleveren.[7]

HANDREIKING 4

Leg onverwachte relaties: flexibele arbeidsvoorwaarden en locatiemarketing. Anders omgaan met mobiliteit, parkeren en werkplekken zal naar mijn oordeel gestalte krijgen in het kader van flexibele arbeidsvoorwaarden. Die maken inmiddels deel uit van alle CAO's. Meestal zijn cafetariasystemen opgebouwd rond onderwerpen als tijd voor geld en verstrekking van fietsen. Hierbij zouden aanvullende mobiliteits'bronnen' en -'doelen' kunnen worden opgehangen, zoals parkeerplaats, lease-auto, km-vergoeding, werkplek, voor-/natransport, *VanPooling* enzovoorts. De werknemer betaalt zélf voor de diensten die hij afneemt en spaart wat hij niet besteedt, de werkgever verschaft slechts toegang. Uit de enquête in Leiden blijkt dat bijna de helft van de bedrijven op BiosciencePark al flexibele arbeidsvoorwaarden hanteert. Invoering van mobiliteitsbudget en flexibele arbeidsvoorwaarden kost per bedrijf € 25.000-50.000. Voor de 25 leden gezamenlijk betekent dat een investering van tussen € 625.000 en € 1.250.000. Bij afschrijving over vijf jaar betekent dat een last van € 125.000-250.000 per jaar, 0,5-1‰ van de jaarlijkse mobiliteitskosten, en 3-6 honderdste promille van de jaarlijkse loonkosten. Het is verder slechts 6-11% van de jaarlijkse parkeerkosten. Indien de parkeerbehoefte met 5-10% afneemt, verdient deze investering zichzelf in vijf jaar terug.

HANDREIKING 5

Kies een andere rol: bied een proces aan in plaats van te onderhandelen. Het lijkt simpel, maar feitelijk is sprake van een complex transitieproces. Het gaat om vernieuwing van processen, criteria en prestatie-indicatoren, van rekenmodellen, businessplannen en dienstverlening, van samenwerking en concurrentie, van praktijkervaring en lessons learned. In zijn advies over locatiebereikbaarheid heeft de Raad van Verkeer en Waterstaat aandacht voor die transitie gevraagd.[8] De overheid zou wel de regierol moeten vervullen, maar de nadruk dient te liggen op het uitbuiten van de kansen op de private markt. Zo'n transitie begint met een oriëntatiefase en een implementatie. Eerst heroverwegen werkgevers hun omgang met arbeidsvoorwaarden, kostenreductie en bereikbaarheid. Zij beslissen hierover op basis van 'scenario's', die zijn opgesteld op basis van rekenmodellen die uitgaan van hun concrete bedrijfssituatie. Hun besluitvorming is bepalend voor hun vraag naar nieuwe, locatiegebonden dienstverlening. Die bedrijfsgegeven kunnen desgewenst worden geïnventariseerd met digitale enquêtes. Dit leidt tot een marktdossier, waarop serviceproviders hun businessplan voor locatiegebonden dienstverlening baseren. Wanneer er voldoende vraag en aanbod op de markt blijkt te zijn, kan de implementatie starten. In 2004 is een marktdossier gemaakt voor het bedrijventerrein Forepark in Leidschendam. Hieruit bleek dat – gezien de specifieke bedrijfssamenstelling en omvang van het park – de marktomvang te klein was voor Forepark als introductiemarkt voor mobiliteitsdiensten.[9] Op de bedrijventerreinen in Rijswijk start dit jaar langs deze lijnen een proces met de naam 'Modern vervoermanagement'. Aan het proces hebben zich gecommitteerd de gemeente Rijswijk, de bedrijvenvereniging, SWINGH (het samenwerkingsverband voor bereikbaarheid Groot Haaglanden), werkgeversorganisatie VNO-NCW West en het Privaat Netwerk Mobiliteitsmarkt.

Daan van Egeraat
directeur van adviesbureau Montefeltro.
Voor meer informatie: www.montefeltro.nl.

Noten

1 Raming gemaakt met RWS Noord-Brabant en de Provincie Noord-Brabant in het kader van het project Bereikbaarheid A16, 2001.
2 Cijfers samengesteld in samenwerking met het kenniscentrum Connekt en gepresenteerd op het congres Is de economische groei nog bereikbaar?, Amsterdam, april 2002.
3 D.H. van Egeraat, Van Mobiliteitsjaar naar Mobiliteitsmarkt, februari 2000.
4 Idem, Mobiliteitsmarkt BiosciencePark Leiden, maart 2003.
5 D.H. van Egeraat ea., Toetsing van marktconform vervoermanagement, rapport in opdracht van het ministerie van Verkeer en Waterstaat, 2003.
6 Idem, Zoeken naar bereikbaarheidsoplossingen; een klantgericht Utrecht Centrum Project, in: Verkeerskunde, 6 2001.
7 Idem, Bereikbaarheidsnormering UCP, juli 2000. Zie ook: Locatiebereikbaarheid, essay voor de Raad voor Verkeer en Waterstaat, november 2003.
8 Ieder zijn deel, advies van de Raad voor Verkeer en Waterstaat, juni 2004.
9 D.H. van Egeraat ea., Modern vervoermanagement met aanpak vanuit de markt, Rapportage van een haalbaarheidsstudie, september 2004.