

Routekeuze beïnvloeding studenten



Doelgroep

Studenten van en naar de campus

Doel

Het spreiden van stromen fietsende studenten omdat de hoofdfietsroute te druk is en er zich verkeersonveilige situatie voordoen

Interventie

Routegeleiding met bebording, uitingen op de weg en een campagne

Locatie

Binnenstad van Groningen

Looptijd

5 jaar

Contactpersoon

Erwin de Jager, verkeerskundige gemeente Groningen



Aanleiding

Aan de noordzijde van de stad Groningen ligt de Zernike Campus van de Rijksuniversiteit Groningen. De hoofdfietsroute vanaf het station, via de binnenstad, naar de campus werd door duizenden studenten gebruikt en zorgde door de jaren heen voor de nodige problemen. Zo ontstond onder andere de capaciteit van de verkeerslichten onder druk door het vele gemotoriseerde- en fietsverkeer en waren er verkeersveiligheidsproblemen. De fietsroute kruist één van de afritten van de ring van Groningen (N370), vlak voordat fietsers de campus bereiken. Door de grote stroom fietsers konden automobilisten de afrit niet direct verlaten, met opstoppingen en irritatie tot gevolg. Dit leverde vaak gevaarlijke situaties op als automobilisten met haast toch snel door de stroom fietsers wilden oversteken.

Genoeg redenen voor de Gemeente Groningen om op zoek te gaan naar een oplossing. Die vonden zij in het stimuleren van alternatieve routes voor fietsers:

- Een westelijke route: een vrijliggend fietspad langs de N370, omgeven door groen;
- Een oostelijke route die vertrekt vanuit het Noorderplantsoen en via het Wilgenpad bij de ring noord uitkomt.

Beide routes hebben een fietstunnel onder de noordelijke ring door en kruisen andere verkeersstromen nauwelijks, waardoor ze een veiliger alternatief vormen.



Interventie

Om studenten te stimuleren daadwerkelijk gebruik te maken van de alternatieve routes, is een langetermijn interventie bedacht, gericht op eerstejaarsstudenten. Want, studenten die al jaren dezelfde route fietsen hebben inmiddels al een sterke gewoonte gevormd welke lastig te doorbreken is. Eerstejaars studenten zijn vaak nog niet bekend in de stad en staan nog open voor routeadvies. Daarom is de doelgroep eerstejaars kansrijk!

Bij het ontwikkelen van de interventie wilde de gemeente wegblijven bij het belerende “wij willen niet meer dat je deze route fietst, want dat is gevaarlijk”. Daarom is er gekozen voor een positieve en informerende insteek: de gewenste routes werden helder aangeduid met felgele bordes langs, en logo's op, het wegdek. Daarnaast werd de doelgroep tijdens de introductieweek van de universiteit veelvuldig geïnformeerd over de nieuwe routes, bijvoorbeeld door middel van een informatiekraam op de sportmarkt. Ook werden op de gewenste routes gratis blikjes drinken uitgedeeld en op de ongewenste routes flyers met informatie over de alternatieve routes, met de tekst: “Lekker doorfietsen? Pak de Zernikeroute!”. Deze fysieke campagne werd ondersteund met een online campagne. Daarin werden gebruikers onder andere betrokken door hen te vragen naar tips om de nieuwe routes te verbeteren.

Door deze campagne jaarlijks te herhalen tijdens de introductieweek werden geleidelijk steeds meer studenten verleid om de Zernikeroutes te gaan gebruiken. Een traject van de lange adem, want pas na vier jaar zijn ongeveer alle studenten bereikt. Maar, de aanhouder wint!



Resultaten en evaluatie

Doordat de gemeente Groningen heeft ingezet op gedragsverandering op de langere termijn en de interventies jaarlijks heeft herhaald, zijn de resultaten erg succesvol te noemen. Het bijgevoegde kaartje toont de fietsroutes en daarop de intensiteiten van voor de campagne en na 5 jaar campagne voeren. Dit laat overduidelijk zien dat het aantal fietsers op beide Zernike routes met ruim 60% is toegenomen. Ook het aantal fietsers op de hoofdroute (Zonnelaan) is toegenomen, maar dat komt ook doordat het aantal studenten de afgelopen jaren flink is gegroeid en gaat het hier om een relatief kleine stijging ten opzichte van de Zernike routes. Daarmee is het probleem op de Zonnelaan niet helemaal opgelost. Echter kan wel vastgesteld worden dat de problemen daar veel groter zouden zijn geworden als er geen interventies hadden plaatsgevonden. De oostelijke route was uiteindelijk zo succesvol dat deze in de communicatie achterwege werd gelaten, omdat deze route te druk werd. De campagne was dus bijna té succesvol, zou je dus kunnen zeggen. Toch liep de gemeente Groningen ook tegen een aantal zaken aan, die ze niet hadden voorzien. Zo trok de campagne aandacht van de media, maar bleek het soms lastig om de media de juiste, wenselijke boodschap over de alternatieve routes uit te laten dragen. Onjuist geformuleerde krantenkoppen leidde zo helaas tot kritiek van omwonenden, die zij via sociale media uitten. Het is dus verstandig om met dit soort campagnes rekening te houden met de pers, bijvoorbeeld door het nieuws hier actief op te monitoren en waar mogelijk in te grijpen.

