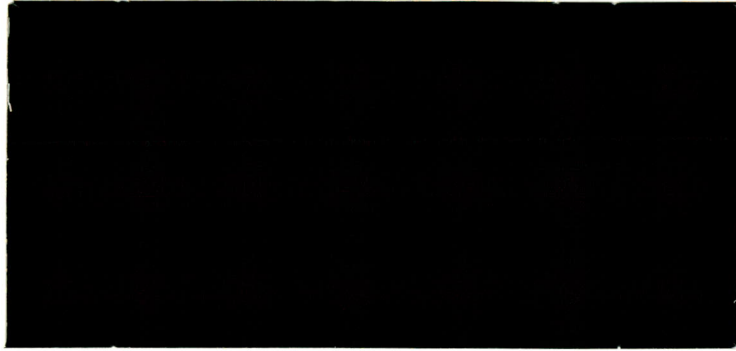


**K**ROONE **C***marketing & communicatie*  
**CONSULTANTS BV**



INFORMATIEVOORZIENING  
WEGGEBRUIKERS

bij files door  
wegwerkzaamheden

## *Management Samenvatting*

### *Inleiding*

KC is gevraagd te onderzoeken of Rijkswaterstaat een optimale bijdrage levert aan betrouwbare en goed beschikbare informatie over wegwerkzaamheden en files ten gevolge van wegwerkzaamheden. Daarnaast is KC gevraagd een advies te formuleren over verbeteringen in de informatievoorziening die op korte termijn aangebracht kunnen worden.

Om beter inzicht te verwerven is gekozen voor een analyse van enerzijds de vraagzijde (wat wenst de weggebruiker) en anderzijds de aanbodzijde (wat wordt er op dit moment aan informatie aangeboden).

### *De vraagzijde*

Analyse van de vraagzijde leert dat de behoefte aan informatie tweeledig is. Enerzijds is er behoefte aan pre-trip informatie, anderzijds aan in-car informatie. Inhoudelijk is er vooral behoefte aan actualiteit en betrouwbaarheid van de informatie. Door de invoering van Meldwerk, medio '97, zal Rijkswaterstaat grotendeels in deze behoefte voorzien.

Onderzoeken op dit terrein kwantificeren bovengenoemde behoeften, maar geven opvallend verschillende uitkomsten. Het UNEVA-onderzoek wijst uit dat er grote behoefte bestaat aan pre-trip informatie (75%). Daarnaast geeft 66% van de respondenten aan in enige mate behoefte te hebben aan in-car informatie. In-car informatie is met name zeer gewenst bij de groep zakelijke weggebruikers.

### *De aanbodzijde*

Uit analyse van de aanbodzijde blijkt dat Rijkswaterstaat in meer- of mindere mate voorziet in alle hierboven beschreven behoeften.

### *Advies*

Op korte termijn zijn extra inspanningen op het gebied van in-car informatie niet opportuun. Rijkswaterstaat is reeds intensief betrokken bij de ontwikkeling van dergelijke systemen.

Op het gebied van pre-trip informatie wordt door een vrij aanzienlijk aantal media informatie gegeven. De bekendheid van de middelen laat echter te wensen over. Het advies van KC luidt dan ook: een impuls geven aan de bekendheid van de bestaande middelen (bijv. middels een Postbus 51 campagne of middels het uitbrengen van een geplastificeerde informatiekaart).

Een tweede advies is: het extensiveren van de informatieverbreiding. Hoe meer media informatie verstrekken, hoe groter de trefkans wordt. Meerdere partijen, te weten: RTL, NOS, OV-Reisinformatie, diverse dagbladen, tijdschriften en regionale zenders hebben concrete belangstelling getoond. De KLPD lijkt bereid te zijn om de informatie te verschaffen; de rol van RWS kan zich daardoor beperken tot het leveren van expertise over de wijze van presentatie van deze informatie. Waar grote investeringen nodig zijn zoals bij samenwerking met OVR, de Forenzenkrant en de televisie, adviseren wij per geval de prijs/prestatieverhouding te beoordelen.

*Rapportage Informatievoorziening weggebruikers  
bij files door wegwerkzaamheden*

*uitgevoerd door Kroone Consultants  
in opdracht van de Hoofddirectie van de Waterstaat*

*Amsterdam, februari 1997*

## 1. *Inleiding*

### 1.1 *Achtergrond*

Informatievoorziening speelt in de congestieproblematiek een belangrijke rol.

Ten eerste draagt informatie bij aan het beperken van het ongemak door opstopping: de weggebruiker wordt door betrouwbare en goed beschikbare informatie in staat gesteld te kiezen voor een andere route, een ander vertrektijdstip of voor alternatief vervoer.

Ten tweede kan informatie wellicht een bijdrage leveren aan de bereikbaarheid: kiest een deel van de weggebruikers op filegevoelige routes voor een ander reistijdstip, een andere route of een ander vervoermiddel, dan komt dat de doorstroming ten goede.

### 1.2 *Vraagstelling*

De vraagstelling voor dit onderzoek luidt: levert RWS een optimale bijdrage aan betrouwbare en goed beschikbare informatie over files door wegwerkzaamheden?

Voor de goede orde: optimaal is niet hetzelfde als ideaal. Optimaal wil in dit geval zeggen: de verantwoordelijkheden en taken van RWS op het vlak van bereikbaarheid in acht nemend, binnen de mogelijkheden van geaccepteerd beleid en met de RWS ter beschikking staande middelen.

### 1.3 *Randvoorwaarden*

Randvoorwaarden waarbinnen dit onderzoek is uitgevoerd, zijn:

- De rol van RWS bestaat uit het, om niet, beschikbaar stellen van betrouwbare informatie aan een ieder.  
Toelichting: Commercialiseren van informatie of informatie kostendekkend verschaffen is niet het uitgangspunt. Voorts is het niet het beleid dusdanige afspraken met een verspreider van informatie te maken dat andere verspreiders uitgesloten worden.
- Het beleid van RWS is niet om zelf via de massamedia te communiceren, maar om beschikbare informatie aan te leveren aan media of intermediaire partijen ten behoeve van verdere verspreiding.  
Toelichting: Profileren van RWS (in de zin van imago of naambekendheid) speelt geen rol. Enig uitgangspunt is het leveren van een bijdrage aan de bestrijding van de files.
- Betalen voor mediatijd of -ruimte is vooralsnog niet het uitgangspunt. Door de interesse voor verkeersinformatie bij het publiek hebben media belang bij het verstrekken van dergelijke informatie.

#### *1.4 Reikwijdte van het onderzoek*

De vraagstelling impliceert reeds dat het onderzoek beperkt is tot informatie over files. Campagnes ter beïnvloeding van het rijgedrag en bebording in het algemeen zijn buiten beschouwing gelaten. Dat neemt niet weg dat dergelijke onderzoeken zinvol zijn. De intentie van dergelijke communicatie is evenwel anders dan informatie over filevorming door wegwerkzaamheden.

Een tweede beperking is dat informatievoorziening door of vanwege RWS hier is gerelateerd aan congestie door wegwerkzaamheden. Informatie over structurele files of files door ongevallen ligt per traditie meer op de weg van de KLPD.

#### *1.5 Doelstelling*

Het onderzoek is uitgevoerd met de volgende doelen voor ogen:

- Inzicht verkrijgen in de manier waarop de weggebruiker zijn informatie wenst te ontvangen (vraagzijde)
- Inventarisatie van de rol van RWS in informatievoorziening (aanbodzijde)
- Evaluatie: doet RWS het goede? Wordt voldoende ingespeeld op de behoefte van de weggebruikers? Doet RWS het goed: zijn er lacunes die door toedoen van RWS ingevuld kunnen worden?
- Aanbevelingen: mogelijkheden voor verbetering of aanvulling

#### *1.6 Aard van het onderzoek*

Het onderzoek is pragmatisch van aard. Er is niet gezocht naar de beste manier hoe dan ook om met weggebruikers te communiceren, maar naar mogelijkheden tot verbetering op korte termijn. De snel voortschrijdende technologie (met mogelijkheden tot interactief communiceren, zoals persoonlijke routeplanning) maakt lange termijnoplossingen minder zinvol.

#### *1.7 Werkwijzen*

De informatie die de basis heeft gelegd voor de aanbevelingen naar aanleiding van dit onderzoek is op verschillende manieren verzameld:

- Desk-research: onderzoeken, plannen, studies naar gebruikerswensen
- Field-research: inventarisatie activiteiten van de diverse informatieverschaffers
- Interviews met actoren in de informatievoorziening (Delsing, Verhagen, Berrevoets, Stoelhorst, Kusters) (zie bijlage 1)

Daarnaast is vooronderzoek gedaan naar mogelijke samenwerkingsverbanden met diverse media. Dit onderzoek was puur oriënterend van aard.

- Verkennende gesprekken met de NOS, RTL4/5, RTL Teletext, Regionale televisie, OV-Reisinformatie en dagbladen

## 2. *Wensen van de weggebruikers*

Vier onderzoeken die in de afgelopen jaren zijn uitgevoerd onder weggebruikers zijn aan een nadere beschouwing onderworpen. Een samenvatting van de belangrijkste conclusies van deze onderzoeken is in bijlage 2 te vinden.

### 2.1 *Soorten informatie*

De informatie valt (onder meer) te verdelen naar plaats van perceptie: in-car informatie en pre-trip informatie.

Met in-car informatie wordt de informatie bedoeld die de weggebruiker tot zich neemt terwijl hij rijdt. Hieronder valt de bewegwijzering op en langs de weg, de DRIP's, informatie via de autotelefoon, de radio en in de toekomst wellicht de boordcomputer.

Pre-trip informatie is de informatie die wordt geraadpleegd voorafgaande aan de rit. Dat wil zeggen de informatie waarop men een beroep doet via kranten, teletekst, radio, televisie en telefonische informatienummers.

### 2.2 *In-car informatie*

Uit het in 1996 uitgevoerde en gepubliceerde UNEVA-onderzoek blijkt dat 66% van de weggebruikers in enige mate behoefte heeft aan in-car informatie. Bij de zakelijke weggebruikers met een hoge kilometrage is de behoefte het sterkst.

#### *Aanbod in-car informatie*

De volgende voorzieningen op het gebied van in-car informatie staan nu ter beschikking:

- Radio 1, 2, 3, 4 en 5, regionale en commerciële radiozenders
- Informatie op borden langs de weg en DRIP's
- Telefonische informatienummers KLPD en ANWB (via de autotelefoon)

In ontwikkeling zijn:

- RDS (implementatiefase)
- Nieuwe voorzieningen als boordcomputer

#### *Conclusie in-car informatie*

RWS is intensief betrokken bij de ontwikkeling van in-car informatie (Socrates, RDS). Korte termijn acties zijn op dit moment niet opportuun.

### 2.3 *Pre-trip informatie*

#### *Behoeftte aan pre-trip informatie*

- Het in 1996 uitgevoerde en gepubliceerde UNEVA-onderzoek laat zien dat 75% van de weggebruikers (ongeacht de aard van het weggebruik: zakelijk, woon-werk of recreatief) in enige mate behoefte heeft aan pre-trip informatie. Een (ook door de verantwoordelijke onderzoekers gesignaleerde) opmerkelijke uitkomst, omdat eerdere onderzoeken vooral wezen in de richting van behoefte aan in-car informatie, terwijl de weggebruiker te kennen gaf zich niet de moeite te willen getroosten van zich voorafgaand te informeren.
- De verklaring voor de onderling verschillende onderzoeksuitkomsten kan liggen in de onderzoeken zelf. Herhaling van de onderzoeken zou dat moeten uitwijzen. Een aannemelijke verklaring zou kunnen zijn dat de behoefte verschuift als gevolg van de toenemende complexiteit van het verkeer.

#### *Aard gewenste pre-trip informatie*

- De aard van de pre-trip informatie waaraan behoefte bestaat, wijst in de richting van, zoals hierboven al even genoemd, netwerkinformatie: informatie over mogelijke routes. Wilde men aanvankelijk weten *of* men in de file kwam en hoe lang de vertraging zou duren, kennelijk heeft men er in toenemende mate behoefte aan te weten hoe men de file kan vermijden.
- Er zijn ook meer aanwijzingen dat de behoefte aan informatie geen statisch gegeven is, maar aan verandering onderhevig. Zagen respondenten in het UNEVA-onderzoek aanvankelijk weinig in informatie op de werkplek of bij klanten, na enig nadenken realiseerde men zich de voordelen daarvan.

#### *Gedragseffecten pre-trip informatie*

- Van belang is dat de pre-trip informatie van invloed is op het gedrag. Respondenten uit het UNEVA-onderzoek merken op dat de informatie hun intentie tot gedrag zal beïnvloeden (bijvoorbeeld voor een andere route of een andere vervoersmodaliteit kiezen). Intentie tot gedrag is weliswaar niet hetzelfde als gedrag, maar bekend is dat de intentie een belangrijke graadmeter is voor gedrag.

#### *Voorkeur mediavormen pre-trip informatie*

- De voorkeur voor mediavormen waarlangs men pre-trip informatie wenst te ontvangen, is niet gemeten in het UNEVA-onderzoek (hetgeen verklaarbaar is uit het feit dat de insteek van het onderzoek in-car informatie was, terwijl de behoefte aan pre-trip informatie niet het eigenlijke onderzoeksveld vormde).



### *Aanbod pre-trip informatie*

Ter beschikking staan:

- TV: RTL5, KRO OntbijtTV, NOS Teletekst
- Radio: Radio 1, 2, 3, 4 en 5, regionale en commerciële radiozenders
- Telefoon: informatienummers KLPD en ANWB
- Dagbladen: AD, Telegraaf, Haarlems Dagblad, Utrechts Nieuwsblad (1 x per week)
- Advertenties bij afsluitingen
- Output resultaten voorlichtingsacties Regionale Directies, waaronder folders bij afsluitingen en redactionele aandacht

### *Systematiek aanbod pre-trip informatie*

RWS is de bron van alle informatieverspreiding over files naar aanleiding van wegwerkzaamheden. RWS informeert de KLPD, waarna de KLPD de informatie weer verder doorgeeft aan de media en andere intermediaire partijen. In bijlage 3 zijn deze informatiestromen in beeld gebracht.

Zowel bij de in-car informatie als bij de pre-trip informatie bestaat op dit moment het probleem dat de informatie de weggebruiker vaak te laat bereikt. De radio en teletekst lopen vaak achter de feiten aan. Hierdoor kan de weggebruiker niet op tijd kiezen voor een andere route of met eventuele vertraging rekening houden. De weggebruiker wil dus eerder op de hoogte worden gebracht van zeer actuele en betrouwbare gegevens. Het operationeel worden van Meldwerk zal hier zeker een belangrijke bijdrage aan leveren.

### *Conclusies pre-trip informatie*

- Er is vrij veel aanbod, maar is het ook voldoende? Het is tijdens dit onderzoek (in indicatieve zin) duidelijk geworden dat de ingezette informatiemiddelen niet voldoende bekendheid genieten. Navraag leert bijvoorbeeld hoe slecht de telefonische informatienummers en Teletekst bekend zijn.

• Kwantitatief lijkt het adagium: hoe meer hoe beter. Hoe meer media informatie verstrekt, hoe groter de trefkans wordt. Daarmee is zowel de serviceverlening aan de weggebruiker als een economisch belang gediend.

- Er zijn voldoende uitbreidingsmogelijkheden aanwezig:

### Televisie

#### Verkeersinformatie NOS

Besprekingen met de NOS leidden tot de conclusie dat verkeersinformatie door de NOS wordt gezien als een taak van de publieke omroep. Er wordt serieus nagedacht over hoe hier het beste vorm aan kan worden gegeven. Men overweegt, bij monde van adjunct-hoofdredacteur Roodenburg, een pilot.

#### Informatierubriek Weer & Verkeer RTL5

Er bestaat bij RTL 5 warme belangstelling voor een intensivering van de informatievoorziening. Zinvol is de besprekingen met RTL5 te continueren om de informatie in Weer & Verkeer te complementeren en in het geheugen van de weggebruiker tot vaste informatiebron te maken.

Relevante items als verkeer en mist en spookrijden kunnen via dit kanaal bewust onder de aandacht van een groot publiek gebracht worden.

### Teletekst

#### RTL Teletekst

De belangstelling bij RTL Teletekst voor veel en inzichtelijk gepresenteerde verkeersinformatie is zeer groot. De KLPD levert inmiddels tekst aan. Behoeftes bestaat aan het ontwikkelen van een dusdanige manier van presenteren dat de weggebruiker zo snel en gemakkelijk mogelijk de voor hem relevante pre-trip informatie kan vinden in de ter beschikking staande hoeveelheid van 20 of meer pagina's.

### Dagbladen

#### Het Parool

Men is zeker bereid om structurele aandacht te besteden aan verkeersinformatie.

#### Trouw

Het dagblad is zeer geïnteresseerd, denken aan in het leven roepen van rubriek 'Verkeersberichten' in de buurt van het weerbericht.

#### Volkskrant

Bij structurele aanlevering van gegevens is de Volkskrant bereid een nieuwe rubriek in te stellen.

### Informatienummers (telefonisch)

OV-Reisinformatienummer 06-9292

Bij het informatienummer bestaat grote belangstelling voor het opnemen van informatie over filegevoelige wegwerkzaamheden. Een belangrijk voordeel voor de reiziger is dat hij een multimodaal reisadvies kan krijgen en zo nodig kan kiezen voor openbaar vervoer in plaats van reizen per auto.

Over de mogelijke implementatie en financiële consequenties zijn besprekingen gaande.

### Forenzenkrant

Er zijn mogelijkheden voor een landelijke verspreiding met wissels per regio. Besprekingen zijn gaande over een garantstelling door RWS en de daaraan te verbinden voorwaarden, waaronder een onderzoek naar de mate van behoefte aan informatie over wegwerkzaamheden via dat medium

### Special interestbladen

Truckstar (blad voor vrachtwagenchauffeurs)

Bereid een halve pagina gratis ter beschikking te stellen voor informatie over wegwerkzaamheden.

### Radio

Radio Noordzee

Wil op zoveel mogelijk tijdstippen zoveel mogelijk informatie over files geven. Heeft bovendien plannen voor een maandelijks kaart met informatie over wegwerkzaamheden, gratis te verspreiden bij onder meer benzinestations en wegrestaurants. Financiering door adverteerders.

### Regionale dagbladen

Mobipers

Recentelijk opgericht persbureau voor regionale dagbladen, die in tegenstelling tot landelijke dagbladen geen eigen redacteurs verkeer in dienst hebben. Regionale dagbladen willen graag redactionele artikelen van Mobipers afnemen. Mobipers is zeer geïnteresseerd in samenwerking met RWS.

### Regionale televisie

Volledigheidshalve zij opgemerkt dat de belangstelling bij de regionale televisie om iets te doen met Weer & Verkeer thans nihil is.

### 3. *Aanbevelingen*

#### 3.1 *Extensiveren informatieverspreiding*

Er zijn, zoals op voorgaande pagina's vermeld, vele mogelijkheden tot het uitbreiden van het informatie-aanbod. Er is voldoende belangstelling van de kant van zendgemachtigden en uitgevers: verkeer is een populair onderwerp. Het zou goed zijn om zowel bij de dagbladen als bij de radio- en televisiestations te komen tot een Weer en Verkeerrubriek. Hiermee krijgt de aandacht voor verkeersinformatie een geïntegreerde plaats in de nieuwsvoorziening.

De resultaten van Meldwerk met ingang van medio '97 maken de informatie completer, actueler en toegankelijker en daardoor voor de media alleen maar interessanter. De uitkomsten van het UNEVA-onderzoek dat 75% van de weggebruikers behoefte heeft aan pre-trip informatie geeft bovendien een goede motivatie om mee te werken aan dergelijke nieuwe ontwikkelingen.

→ Het advies is in principe alle mogelijkheden tot extensivering van de informatievoorziening te benutten.

#### 3.2 *Investeringen*

Uitgangspunt is dat RWS niet betaalt voor het uitzenden/publiceren van informatie. Wel kan het nodig/zinvol zijn te investeren om optimale en adequate verspreiding van informatie mogelijk te maken en ook op deze manier invulling te geven aan de (mede)verantwoordelijkheid voor de bereikbaarheid. Een goede afstemming en taakverdeling met de KLPD ligt daarbij voor de hand om de kosten te beperken en lacunes en overlappingsen te voorkomen.

Bij RTL-teletekst is men bereid tot verspreiding van een royale hoeveelheid informatie (20 of 25 pagina's is geen probleem). Voorwaarde is dat de informatie kant en klaar wordt aangeleverd. Dit betekent dat het materiaal gestructureerd en geredigeerd wordt aangeboden aan RTL Teletekst. Bovendien ontvangt men graag voorstellen voor een presentatiewijze die optimaal aansluit bij de wensen van de weggebruiker.

Ook diverse special interestbladen willen de verkeersinformatie graag opnemen en stellen daar een halve of hele pagina voor ter beschikking als de informatie op de juiste manier wordt aangeleverd (veelal kant-en-klaar, digitaal).

Een zinvolle taakverdeling is dat de KLPD de selectie, redactie en aanlevering van de informatie over files door wegwerkzaamheden ten behoeve van onder andere Teletekst en diverse bladen voor haar rekening neemt. Dat betekent een forse investering in personele capaciteit. Het ziet er echter naar uit dat de KLPD bereid is die investering te doen. Men acht dat een onderdeel van de taakstelling. Het voordeel van het aanbieden van informatie via de KLPD is dat men daar de expertise in huis heeft en bovendien geïntegreerde verkeersinformatie kan verstrekken.

De KLPD heeft, mede omdat men niet enthousiast is over de mogelijkheden die NOS Teletekst biedt, zeer recentelijk reeds een voorzichtig begin gemaakt met het aanleveren van informatie aan RTL Teletekst. Men heeft echter geen expertise op het gebied van gebruiksvriendelijke presentatie op Teletekst. Een mogelijk aandeel van RWS zou de verbetering van de gebruiksvriendelijkheid van de informatie op Teletekst kunnen zijn. Met een dergelijk detailonderzoek is naar schatting een bedrag van circa f 15.000,- gemoeid.

→ Het advies is de KLPD de informatie aan bladen en omroepen kant-en-klaar te laten aanleveren en als RWS zorg te dragen voor het onderzoek naar de meest gebruiksvriendelijke presentatiewijze. Anders dan RWS wil de KLPD kennelijk graag een duidelijk zichtbare rol spelen in de informatievoorziening. Formele besluitvorming bij de KLPD daarover moet nog plaats vinden. Kan of wil men de benodigde personele en geldelijke investering niet dragen, dan ligt het voor de hand dat RWS die taak ter hand neemt. Het ligt in de rede dat dan een kostencalculatie wordt gemaakt, op grond waarvan besluitvorming plaats kan vinden.

Van vrij forse investeringen is sprake bij de landelijke verspreiding van de Forenzenkrant, opname van informatie over wegwerkzaamheden op OVR en bij de ontwikkeling van een verkeersrubriek op de NOS-televisie. De uitgever van de Forenzenkrant vraagt een financiële garantie van RWS (in de orde van grootte van miljoenen). OVR moet voor het opnemen en integreren van verkeersinformatie enkele tonnen investeren in software. Ook de NOS denkt dat enkele tonnen gemoeid zullen zijn met het vinden van een aantrekkelijke en adequate presentatiewijze voor verkeersinformatie.

→ Het advies is deze investeringen per geval te beoordelen op prijs/prestatie. Enerzijds gaat het in vergelijking met andere maatregelen in het kader van bereikbaarheid en in vergelijking met de kosten van files, om geringe bedragen. Bovendien gaat het om lange termijn-investeringen die zeker een bijdrage kunnen leveren aan de bestrijding van de files en het ongemak door files reduceren. In de personele sfeer hoeven geen voorzieningen getroffen te worden. Anderzijds zijn de te investeren bedragen substantieel genoeg om per geval af te wegen of de toevoeging aan de bestaande en in ontwikkeling zijnde informatievoorziening de investering waard is.

### 3.3 *Verantwoordelijkheid voor de informatie*

Een punt van discussie kan de verantwoordelijkheid voor de informatie vormen: gegevens kunnen worden gemanipuleerd, uit hun verband gerukt en in een ongewenste context geplaatst.

→ Wij adviseren daar als volgt mee om te gaan:

- De verantwoordelijkheid voor de juistheid van de aangeleverde informatie berust bij RWS.
- De verantwoordelijkheid voor de gepubliceerde/uitgezonden informatie is voor rekening van de media. RWS aanvaardt daarvoor geen enkele aansprakelijkheid.
- Ook het aantrekkelijk maken van de informatie komt voor rekening en verantwoordelijkheid van de media. Er is sprake van een gedeeld belang: RWS dient het algemeen belang door het aanreiken van informatie, de media maken commercieel gebruik van het gegeven dat de informatie voor velen interessant is.
- Nadere beschouwing dient de vraag of RWS videobeelden (bijvoorbeeld van ongevallen) ter beschikking kan stellen. De kijkdichtheid zal daardoor toenemen; de vraag is echter of dat het type kijkdichtheid is dat RWS nastreeft. Misschien dat de serieus geïnteresseerde door reality tv-achtige invulling van een programma juist afhaakt, in plaats van afstemt.

### 3.4 *Advertenties*

Advertenties in de landelijke dagbladen scoren laag als informatiebron. Advertenties in regionale dagbladen nog lager. Opmerkelijk is dat uit het door het NIPO verricht onderzoek in het kader van de afsluiting van de A20 advertenties in de dagbladen lager bleken te scoren als bron waaruit men de informatie daadwerkelijk gehaald had, dan als gewenste informatiebron.

Redactionele artikelen scoorden goed als gebruikte informatiebron, nauwelijks als gewenste bron. Een plausibele verklaring is dat respondenten de gebaande paden bewandelen bij de beantwoording. Bij een vraag naar manieren om bekendheid te geven aan een voorval, denkt men al snel aan een advertentie. De attentiewaarde van advertenties blijkt echter tegen te vallen door de overweldigende hoeveelheid van advertentie-aanbod.

De conclusie die daaruit getrokken kan worden, is dat het zeer de vraag is, of de advertentiekosten opwegen tegen de -baten. Mediagegevens als contactkans en bereik lijken in dat verband interessanter dan ze zijn: immers de kans dat iemand geconfronteerd wordt met een advertentie, wil nog niet zeggen dat hij hem ook daadwerkelijk percipieert.

→ Het advies is de effecten van advertenties nog wat uitvoeriger te testen (trackingstudies) en op basis daarvan te beslissen op de advertentiegelden niet beter anders aangewend kunnen worden.

### 3.6 *Bekendheid genereren*

Het advies is gerichte actie te ondernemen om de geringe bekendheid van veel informatiebronnen op te vijzelen. Hierbij wordt gedacht aan de volgende middelen:

- een Postbus 51-campagne
- een kaartje met de diverse informatiebronnen (telefoonnummers, radiozenders, dagbladen en teletekstpagina's etc). Verspreiding via benzinstations en op andere centrale punten
- een radio-campagne ter bekendmaking van dit kaartje

## 4. *Vervolgtraject*

### 4.1 *Strategische keuze*

- Er is ruime vraag naar pre-trip-info (75% weggebruikers).
- Mogelijkheden tot uitbreiding kanalen/intensivering kanalen aanwezig
- Voorstel is alle mogelijkheden in principe te benutten omwille van irritatie-reductie en wellicht filereductie
- Beslissing: eens met voorstel?

### 4.2 *Implementatievragen*

In een aantal gevallen is financiële investering nodig:

- Kleinere investeringen: redigeren/aanleveren kant en klare materialen (RTL Teletekst, landelijke dagbladen, Truckstar, Radio Noordzee, andere zich aandienende gegadigden).

Voorstel: KLPD zorgt voor redactie en kant-en-klare aanlevering aan de media; RWS draagt bij aan onderzoek naar meest gebruikersvriendelijke presentatiewijze. Indien KLPD onverhoopt toch geen capaciteit heeft, dan als RWS vorm voor ontwikkelen, begroten en uitvoeren.

- Grotere investeringen (tonnen, miljoenen) per geval te beoordelen op prijs/prestatie: is de toevoeging aan de bestaande informatie de investering waard. Geldt voor:
  - Forenzenkrant: besprekingen lopen; onderzoek/pilot naar prijs/prestatie ingebouwd.
  - OVR: besprekingen lopen.
  - NOS: komen binnen enkele maanden met verzoek om nadere bespreking. Voorstel: op basis van uitkomsten bespreking beslissen om al dan niet door te gaan.



#### 4.3 *Samenwerking en afstemming met KLPD*

- Afstemming RWS - KLPD: wie doet wat en waarom niet (capaciteitsvraag)?  
Conflicterende situaties voorkomen/oplossen (NOS Teletekst - RTL Teletekst)
- Lopende (constructieve) besprekingen daarover continueren
- Meest actuele stand van zaken: behoefte bij KLPD om zichtbare rol te spelen in informatieverstrekking aan media. Formele besluitvorming moet nog plaats vinden. RWS heeft minder behoefte aan zichtbaarheid, is meer op faciliteren gericht. Sluit dus goed aan

#### 4.4 *Voortgang project*

- Voortgang project: wie gaan de kar trekken na deze fase en de vervolgbesprekingen met de geïnteresseerde media voeren?

## ***Bijlagen***

- 1. Bronnenlijst*
- 2. Inventarisatie vraagzijde*
- 3. Systematiek aanbodzijde*

***Bijlage 1      Bronnenlijst***

*Interviews*

- Petra Delsing, Programmanager Fileplan Rotterdam, dir. Zuid-Holland
- Sijke Verhagen, Consultant bij Kroone Consultants
- Simon Berrevoet, Hoofd Dienstkring Delft, dir. Zuid-Holland
- Henk Stoelhorst, projectleider Uneva, Enterprice en Socrates-3
- Michel Kusters, Meldwerk

*Telefonische interviews*

- 5 regionale televisiestations
- landelijke dagbladen
- special interestbladen
- Radio Noordzee

*Literatuur*

- Blik op de A-20, NIPO, oktober 1996
- EuroDelta Wegverkeersinformatie, Min. v. V&W, 1996
- Beleidsnota Reisinformatie, Min. v. V&W - DGV/ IP, november 1996
- UNEVA, Min. v. V&W, AVV en AGV, juli 1996
- Drukke tijden, anders rijden. De gebruiker gehoord., Kroone Consultants, september 1996
- De Grote Stem, Berenschot, februari 1996

***Bijlage 2 Inventarisatie vraagzijde***

Hoe wil de weggebruiker informatie ontvangen ?

Samenvattingen en belangrijkste conclusies uit de onderzoeken:

1. *Infralab Drukke tijden, anders rijden. De gebruiker gehoord*
2. *Infralab 'De Grote Stem'*
3. *Onderzoek automobilistenkrant*
4. *UNEVA-onderzoek*

Van elk onderzoek zijn achtereenvolgens doelstelling en opzet, uitkomsten op het gebied van informatievoorziening richting weggebruikers en is een conclusie voor 'Informatievoorziening weggebruiker bij files door wegwerkzaamheden' geschreven.

## 1. *Drukke tijden, anders rijden. De gebruiker gehoord. (Ruit Rotterdam)*

Dit onderzoek heeft gelopen van eind mei 1996 tot en met september 1996. Gedurende het onderzoek is aan weggebruikers gevraagd mee te denken over mogelijke oplossingen voor verkeersproblemen op de Rotterdamse Ruit. Het onderzoek was opgezet volgens de interactieve planvormingsmethodiek, InfraLab.

De InfraLab-methode is een werkwijze, waarin weggebruikers, specialisten van het ministerie en professionele deskundigen van maatschappelijke organisaties samen op zoek gaan naar oplossingsrichtingen voor geconstateerde problemen in het Nederlandse hoofdwegenet.

Het onderzoek bestond uit 2 fasen:

De dialooffase, die is onderverdeeld in een kwalitatief en een kwantitatief deel:

- In het kwalitatieve deel is gedurende 4 uur gesproken met 108 weggebruikers over knelpunten en verkeersbeheersingsmaatregelen
- In het kwantitatieve deel zijn de uitkomsten hiervan getoetst d.m.v. een telefonisch onderzoek onder 650 mensen.

De oplossingsfase

- Met 32 mensen (weggebruikers en deskundigen) is anderhalve dag in creatieve sessies gesproken over oplossingen voor twee van de problemen die uit de dialooffase naar voren waren gekomen: bewegwijzering en niet professioneel rijgedrag.

*Uitkomsten op het gebied van informatievoorziening richting weggebruikers*

Dialooffase, kwalitatief (n=108)

Aan knelpunten werd d.m.v. 'punten' de mate van belangrijkheid gekoppeld: infrastructurele problemen (528), rijgedrag (223), files (132), **informatie (6)**.

Bij het bespreken van potentiële verkeersbeheersingsmaatregelen, werd de verwachting dat meer informatie leidt tot professioneler rijgedrag niet onderschreven.

Dialooffase, kwantitatief (n=650)

Onderzocht werd hoe respondenten denken dat de volgende geformuleerde verkeersbeheersingsmaatregelen werken: op zijn beloop laten (4%), **meer informatievoorziening**, keuze aan weggebruiker laten (**26%**) en actief ingrijpen door de overheid (70%). De maatregel 'meer informatie' wordt door de respondenten niet als een echte oplossing gezien voor onprofessioneel rijgedrag, te vrijblijvend.

Oplossingsfase, kwalitatief (n=32)

Er bestaat een grote (niet gekwantificeerde) behoefte aan actuele informatie over wegwerkzaamheden en alternatieve routes. Aangedragen oplossingen: gratis kaarten bij benzinestations waarop deze informatie staat vermeld, RDS systeem uitbreiden (regionale informatie). De meeste oplossingen gaan verder over informatievoorziening op de weg, in de vorm van bebording, bewegwijzering en markering.

*Conclusie 'Informatievoorziening weggebruikers'*

Dit onderzoek was niet specifiek gericht op informatievoorziening. Er is ook niet duidelijk uit op te maken of de weggebruiker meer behoefte heeft aan informatie vooraf (pre-rit) of informatie in de auto (in-car). De bovenstaande oplossingen wijzen op het laatste. Een door een van de groepen in de oplossingsfase uitgewerkt concept (dynamisch informatiesysteem voor weggebruikers), laat echter zien dat men ook behoefte heeft aan informatie vooraf (tv, internet, fax, telefoon, radio).

## 2. 'De Grote Stem'

De Grote Stem is ook een InfraLab onderzoek. Dit onderzoek is begeleid door Berenschot. Het onderzoek bestond uit een aantal fasen en heeft plaatsgevonden van eind 1995 tot en met februari 1996. In 'De Grote Stem' stond de volgende vraagstelling centraal: 'Hoe kan asociaal en agressief rijgedrag, dat bij druk verkeer ontstaat, worden beperkt zonder nieuwe wegen aan te leggen?'

### Fase 1

Drie creatieve dialoogsessies met weggebruikers, deskundigen uit intermediaire kaders en V&W ambtenaren. Hierin zijn 31 kansrijke oplossingen geformuleerd.

### Fase 2

Telefonisch onderzoek onder groot aantal respondenten (n=?). 12 van de 31 oplossingen werden door minimaal 60% van de respondenten positief beoordeeld.

### Fase 3

Tijdens een denktankbijeenkomst met 30 deskundigen worden de 12 oplossingsrichtingen geconcretiseerd tot actieplannen.

### *Uitkomsten op het gebied van informatievoorziening richting weggebruikers*

Eén van de 12 oplossingen uit fase 2 heeft specifiek betrekking op 'informatievoorziening richting weggebruikers'.

### Oplossing nr. 4

Er wordt een systeem ingevoerd dat de weggebruiker voordat deze de weg opgaat precies informeert over de verkeerssituatie, bijvoorbeeld files, reistijd, weersgesteldheid (Geïntegreerd Verkeersinformatie Systeem). In het rapport van 'De Grote Stem' is omschreven hoe men in de creatieve sessies dit systeem ziet.

In 't kort: het is opgebouwd uit 3 systemen, die de weggebruiker in staat stellen keuzen te maken op strategisch, tactisch en operationeel niveau.

1. Vooraf (bijvoorbeeld thuis) d.m.v. radio, teletekst, weerbericht, televisie, ANWB-infolijn
2. In de auto, gekoppeld aan traject
3. Langs de weg.

### *Conclusie 'Informatievoorziening weggebruikers'*

Dit onderzoek was niet specifiek gericht op informatievoorziening. Er is ook niet duidelijk uit op te maken of de weggebruiker meer behoefte heeft aan pre-rit informatie of in-car informatie. De geformuleerde oplossing en de uitwerking ervan in de creatieve sessie geven aan dat aan beiden behoefte bestaat.

Het antwoord van de aanbodkant (Van Toorenburg) op deze oplossing geeft aan dat V&W intensief werkt aan deze problematiek, maar voorlopig nog niet zover is. Naar mening van de heer Van Toorenburg moet tot die tijd de informatievoorziening aan de weggebruiker afhangen van het eigen initiatief van de weggebruiker (moet bellen naar speciaal informatienummer).

### 3. *Onderzoek automobilistenkrant*

Om te achterhalen welke informatiebehoefte automobilisten hebben **over wegwerkzaamheden** is er door KC in samenwerking met MarketResponse en NIPO zowel een kwalitatief als een kwantitatief onderzoek uitgevoerd in de maand juli 1996.

#### Fase 1

Een kwalitatief onderzoek onder 19 respondenten, die deelnamen aan 4 groepsdiscussies. Er werd gesproken over hun informatiebehoefte, de huidige en de gewenste informatiekkanalen en de vorm waarin informatie het meest aanspreekt. Er werd gevraagd naar hun mening over een nieuw middel: een krant voor weggebruikers, waarvan een dummy aanwezig was.

#### Fase 2

Aan het telefonisch onderzoek deden 621 respondenten mee. De vragen die werden gesteld waren gemaakt op basis van de conclusies van het kwalitatieve onderzoek.

#### *Uitkomsten op het gebied van informatievoorziening richting weggebruikers:*

1. 25% van de automobilisten geeft expliciet aan behoefte te hebben aan informatie om te voorkomen dat hij in files terecht komt\*;
2. vooral de zakelijke rijders oriënteren zich op informatie (28% vaak, 19% soms);
3. men is redelijk tevreden over de verschaft informatie, alhoewel de informatie actueler en vollediger zou kunnen (van de 25% die informatiebehoefte heeft maakt 79% voornamelijk gebruik van de radio en 23% van Teletekst);
4. de radio beschouwt men als betrouwbaarder, actueler en vollediger dan teletekst;
5. het kwalitatieve onderzoek leverde vooral op dat het niet gaat om de kwantiteit maar om de kwaliteit van de informatie
6. uit beide onderzoeken komt duidelijk naar voren dat aan een specifieke krant over wegwerkzaamheden een lage behoefte bestaat, 36% zou dit zinvol vinden (zakelijk 30%);
7. de weggebruiker wil volledige en actuele informatie. Met name voor dat laatste ziet men een krant niet als oplossing. Een vaste radiatorubriek of een item direct na het 8 uur journaal scoren als alternatieven beter dan de krant.

\* Deze onderzoeksuitkomst kan ook als volgt geïnterpreteerd worden:

De informatie over files wordt eigenlijk alleen door de weggebruiker wordt geraadpleegd op het moment dat hij in de auto zit. Het verkrijgen van de informatie moet namelijk passen in de dagelijkse routine. Over het algemeen gaat men onvoorbereid en niet-geïnformeerd in de auto zitten en ziet men wel.

#### *Conclusie 'Informatievoorziening weggebruikers'*

25% van de weggebruikers die deel hebben genomen aan dit onderzoek heeft behoefte aan informatie vooraf. 75% heeft hieraan dus (nog) geen behoefte.



#### 4. UNEVA- onderzoek

Het UNEVA-onderzoek is uitgevoerd door AVV en het Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen. Het onderzoek bestond uit 5 fasen. Doelstelling van het onderzoek was: duidelijkheid krijgen over de wensen die automobilisten hebben t.a.v. informatievoorziening via in-car systemen.

##### Fase 1

Literatuuronderzoek

##### Fase 2

Telefonische enquête onder 591 weggebruikers. Hieruit kwam een breed beeld van wensen en behoeften die weggebruikers hebben t.a.v. informatie die via in-car systemen zou kunnen worden geboden.

##### Fase 3

Twee groepssessies en 20 individuele interviews. Gezocht werd naar argumenten achter de uitkomsten van fase 2. Daarna zijn een drietal productconcepten gedefinieerd.

##### Fase 4

Telefonische enquête onder 285 van de eerder benaderde weggebruikers. Gevraagd is naar de behoefte aan de gedefinieerde productconcepten en de marktpotentie van deze concepten.

##### Fase 5

Conclusies en verdere uitwerking productconcepten.

##### *Uitkomsten op het gebied van informatievoorziening richting weggebruikers:*

De behoefte aan informatie over de actuele situatie op het hoofdwegennet (HWN) is groot. Van de HWN-gebruikers die minstens elke maand in de file staan, gaf bij de eerste benadering 75% te kennen, **in de auto** over verkeersinformatie te willen beschikken (34%: wel behoefte en 41% in enige mate behoefte). Bij de tweede benadering bleek 9% toch niet geïnteresseerd. In totaal heeft dus 66% van de HWN-gebruikers met file-ervaring in enige mate behoefte aan in-car informatie.

Hoewel het UNEVA-onderzoek zich primair richtte op de behoefte aan in-car informatie, is ook onderzocht in hoeverre er behoefte is aan actuele dynamische informatie **buiten de auto**. Zowel in de eerste als de tweede telefonische enquête werd een duidelijke behoefte uitgesproken om actuele/dynamische informatie over het HWN ook buiten de auto te verkrijgen (75% van de respondenten). 'Buiten de auto' wordt zeer breed geïnterpreteerd. Thuis, op kantoor, op het werk en mobiel.

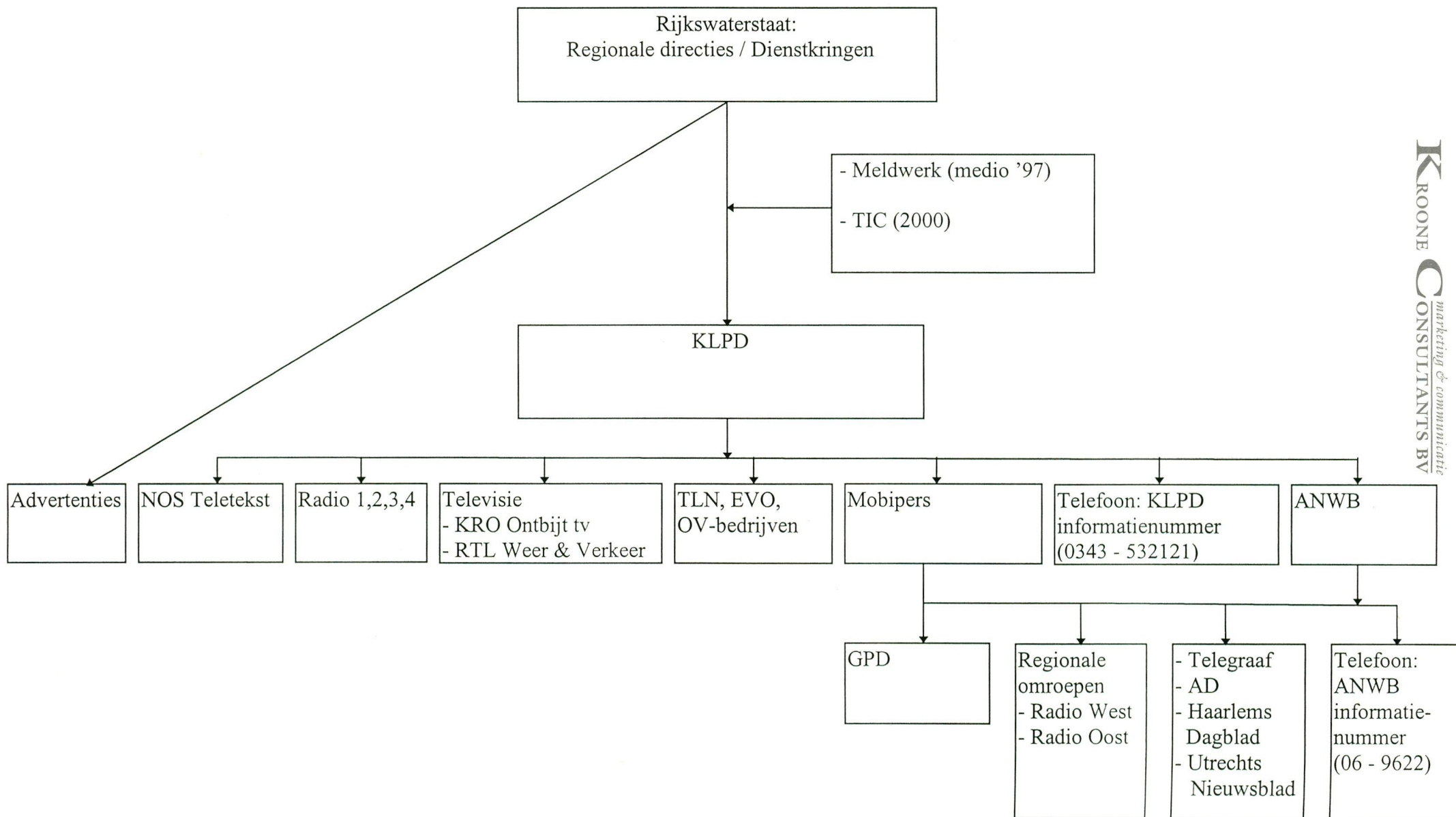
Het aantal weggebruikers dat aangeeft behoefte te hebben aan pre-trip informatie is beduidend groter dan de groep die te kennen geeft behoefte te hebben aan in-car informatie. Dit is opmerkelijk omdat tot dusver verricht onderzoek **eerder op de omgekeerde tendens wees**. (o.a. onderzoek automobilistenkrant).

*Conclusie 'Informatievoorziening weggebruikers'*

75% van de respondenten zegt behoefte te hebben aan pre-trip informatie en 66% in enige mate aan in-car informatie. Deze percentages komen niet overeen met het hiervoor beschreven automobilistenkrant-onderzoek en met de onderzoeken die UNEVA-researchers analyseerde.

Mogelijke verklaring: respondenten hebben in beide onderzoeken een ander idee over het begrip informatie. Bij het automobilistenkrant-onderzoek ging het vooral over informatie over wegwerkzaamheden op een **statische** manier (krantje). Het UNEVA-onderzoek gaat echter over **dynamische** route-informatie en pretendeert een zeer geavanceerde vorm van informatieverstrekking (hierin zijn meer mensen geïnteresseerd).

Bijlage 3 : systematiek informatie wegwerkzaamheden aanbodzijde



PAULUS POTTERSTRAAT 28  
1071 DA AMSTERDAM  
◆ TEL 020 664 94 84  
◆ FAX 020 671 90 97