

Verkeerskunde 2.0:

Crowdsourcing en co-creatie voor mobiliteitsvraagstukken

“Verkeer en vervoer is een hele sectorale branche. Auto en OV zijn grotendeels gescheiden modaliteiten. Gebruikers zijn de bron tot integratie van deze twee vervoersystemen. Mijn overtuiging is dat bij multimodaliteit snel winst is te behalen met co-creatie.” Theo Versnel, consultant bij DynaVision, ziet kansen voor oplossingen ‘dichtbij huis’ in de zin van participatie van gebruikers bij het oplossen van mobiliteitsvraagstukken. Zij kunnen vanuit hun eigen ervaring en kennis waardevolle gezichtpunten aandragen. Maak van deze ‘wisdom of the crowd’ gebruik, is zijn stelling.

“Mobiliteit is bij uitstek een (beleids-)onderwerp dat speelt tussen consumenten, overheid en aanbieders”, aldus Theo Versnel, die lange tijd bij de ANWB werkte en zich bij DynaVision, alhoewel geen verkeerskundige, geregeld beleidsmatig bezighoudt met mobiliteit. “De overheid is vaak zelf ook aanbieder, bijvoorbeeld in de rol van wegbeheerder. Beleidsmatig bepaalt de overheid meestal de aangeboden diensten in de vorm van tracés en bij het openbaar vervoer door concessies. Burgers hebben hierbij soms inspraak, maar steeds meer organisaties in de mobiliteit zijn ontevreden over de traditionele methoden van burger- of consumentenconsultatie.”

Versnel wijst hier op co-creatie, dat volgens hem vooral toepasbaar is om nieuwe manieren of vormen van mobiliteit te ontwikkelen: “Alle traditionele vormen van burgerpanels werken niet. Waarom? Omdat de agenda’s vaststaan. Je wordt bijvoorbeeld uitgenodigd om te komen praten over de N-zoveel, terwijl al zeker is dat deze weg er komt. Als je de weg überhaupt niet ziet zitten, blijkt overleg geen zin te hebben. Bij co-creatie echter formuleren gebruikers samen met de aanbieders een project. Co-creatie is geen forum, maar gericht op de ‘co’, het samen ontwikkelen. Het is hoog tijd dat de overheid, wegbeheerders en vervoerders de kracht en de kennis in de samenleving gaan gebruiken om samen de mobiliteit van de toekomst te ontwikkelen.”

Externe kennis aanboren

Volgens Versnel is de informatiesamenleving in 2020 een feit. Wat betekent dit voor de verkeerskundige wereld? Om deze vraag te kunnen beantwoorden heeft hij samen met *Wegen naar de Toekomst* van RWS in 2006 een Arena georganiseerd met ruim 15 partijen, waaronder Staatsbosbeheer, TomTom, Mobillion, Independer en RWS zelf. Hieruit kwamen drie concepten naar voren om die toekomst te begrijpen: co-creatie, crowdsourcing en location based networks. “Volgens de theorie van wisdom of the crowd is sprake van wijsheid van de massa als de gemiddelde schatting van een groep mensen beter is dan de beste schatting van een deskundig individu”, licht Versnel toe. “In het verlengde hiervan ligt crowdsourcing. De basisgedachte daarachter is dat kennismanagement zich niet meer beperkt tot de grenzen van de eigen onderneming of organisatie. Crowdsourcing via internettechnologie maakt het mogelijk om op allerlei

manieren klanten, leveranciers en het brede publiek te betrekken bij het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten. Het kan nuttig zijn te crowdsourcen als je als organisatie het gevoel of idee hebt dat er andere oplossingen zijn dan je zelf kent. Zo is Rijkswaterstaat min of meer voorzichtig gestart met crowdsourcing door een prijsvraag uit te schrijven voor ideeën om met zo min mogelijk verkeershinder stalen bruggen te renoveren. De organisatie worstelde zelf al langer om dergelijk onderhoud in goede banen te leiden. Je moet wel het lef hebben om de deur open te zetten en vraagstukken buiten de organisatie te leggen.”

Verkeerskunde 2.0

Om te bekijken hoe concepten zoals crowdsourcing in de verkeerskundige praktijk kunnen uitwerken, is Versnel in samenwerking met Wegen naar de Toekomst het project Mobisphere gestart. Dit is een community die kennis en ervaring wil opdoen met Web 2.0-processen. De nadruk ligt daarbij onder andere op co-creatie en de ontwikkeling van praktische toepassingen in projecten gericht op mobiliteit. Wat kunnen dit soort nieuwe ontwikkelprocessen concreet betekenen voor verkeerskundige vraagstukken? Versnel: “Daar is geen pasklaar antwoord op. Voor sommige zaken zijn keuzemogelijkheden beperkt, zoals rood of groen asfalt. Het is vooral interessant bij nieuwe ontwikkelingen. Met wisdom of the crowd is het kennisdomein uit te breiden. Procter & Gamble bijvoorbeeld hebben een groot deel van hun R&D uitbesteed aan een community van 180.000 mensen wereldwijd die echt nieuwe oplossingen aandragen. Hierdoor is de kwaliteit van vernieuwing beter, is de time-to-market korter en de marktacceptatie groter.”

Dichterbij is de gemeente Smallingerland. Daar wilde men een nieuwe wijk aanleggen, maar niet op de traditionele manier met projectontwikkelaars, architecten, bestemmingsplannen en dergelijke. Versnel: “De burger was aan zet en de gemeente deed een stevige stap terug. Daarbij werd van meet af aan besloten dat 'de crowd' niet beperkt zou worden tot inwoners van Smallingerland. Nee, iedereen, dus ook allerlei deskundigen, zou mogen mee-ontwerpen aan de nieuwe wijk. Dat is vooralsnog een unieke benadering. In communities ontstaan veel goede ideeën die verrijkt en verdiept worden. Wat je hierbij ziet is dat slechte ideeën uiteindelijk afgeschoten worden omdat ze bijvoorbeeld juridisch, technisch of financieel niet deugen. Uiteindelijk leiden ontwerpprocessen met de gebruikers centraal tot betere kwaliteit en meer klanttevredenheid. Kortom, crowdsourcing en co-creatie, mits goed doordacht en juist ingezet, bieden volop kansen voor mobiliteitsvraagstukken.”