



Wat kan de Achterhoek leren van McDonald's?

Synthia Wierenga – Movares – synthia.wierenga@movares.nl

Maarten van Setten – Moventem – m.vansetten@moventem.nl

Marco Duijnsveld – Movares – marco.duijnsveld@movares.nl

Dit artikel is tot stand gekomen door medewerking van Jurgen Rutgers, Achterhoek Ambassadeur

Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 25 en 26 november 2021, Utrecht

Samenvatting

Bij de McDonald's staat de klant altijd op één, de keten is wereldwijd herkenbaar en voor iedereen is meteen duidelijk wat je kan verwachten. Er zijn diverse locaties verspreid in het land en de regio, altijd zeer goed bereikbaar met de auto en iedere vestiging heeft dezelfde (basis)voorzieningen. Als het gaat om duurzame mobiliteit in de Achterhoek zou er dus geleerd kunnen worden van de McDonald's door - net als deze keten - ervoor te zorgen dat de behoefte van de klant altijd het uitgangspunt is. Niet alleen door aan te sluiten op de vraag van de klant, maar ook door herkenbaar, betrouwbaar, klantgericht en beschikbaar te zijn. Deze essentiële voorwaarden komen terug in drie stellingen in deze paper:

1. Datagedreven werken is een vereiste, maar willen we echt alles weten?
2. Willen we gewenst gedrag stimuleren of voorzien in de mobiliteitsbehoefte?
3. Is duurzame mobiliteit haalbaar zonder een integrale aanpak?

Met deze paper willen we graag de discussie starten over hoe de reiziger centraal kan staan bij de uitrol van duurzame mobiliteit in landelijk gebied zoals de Achterhoek. Graag gaan we met u in gesprek over de dilemma's om input te verzamelen en uiteindelijk de routekaart te schetsen naar duurzame mobiliteit in de Achterhoek.

1. Introductie

Duurzame mobiliteit wordt steeds belangrijker bij het bereikbaar houden van landelijke regio's, zoals de Achterhoek. De transitie naar duurzame mobiliteit is een uitdaging voor overheden, vervoerders én reizigers (Liu, et al., 2020). Recent onderzoek heeft aangetoond dat het huidige reisgedrag van de bewoners in deze regio niet erg duurzaam is (Wierenga, 2021). Er wordt erg veel van de (al dan niet-elektrische) auto gebruik gemaakt en slechts een fractie van het totale aantal reizigers reist met het openbaar vervoer (Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS); Rijkswaterstaat (RWS-WVL), 2020). Daarnaast vindt 60% van de inwoners in de Achterhoek aan dat hun auto onmisbaar is¹ (Wierenga, 2021). Dit zorgt er onder andere voor dat overheden en vervoerders voor een uitdaging staan om reizigers te stimuleren duurzamer te reizen in de toekomst. Vaak wordt een technische oplossing geïntroduceerd (bijvoorbeeld meer (H)OV), terwijl een oplossing waarbij de reiziger centraal staat veelal beter aansluit (Duuren, 2020). Daarnaast ontbreekt er soms kennis over de verschillende typen reizigers die zich bewegen door en in een gebied (Blijenberg, 2012).

De Achterhoek kent een unieke governance-structuur. In de werkorganisatie 8RHK Ambassadeurs zijn overheid, ondernemers en maatschappelijke organisaties (Triple 'O' structuur) samen aan het werk aan de toekomst van de Achterhoek. Hiervoor is een aantal thema-tafels ingericht. Door samen te werken volgens de bottom-up structuur is er meer ruimte voor initiatief en samenwerking tussen de verschillende bestuurlijk lagen, de ondernemers én de inwoners. Vanuit een wetenschappelijk perspectief wordt dit beeld ook ondersteund en zou deze gezamenlijke bottom-up aanpak positief kunnen bijdragen aan de overgang richting duurzame mobiliteit (Bartle & Chatterjee, 2019; Berger, et al., 2014). Eén van de doelen is dat inwoners en bezoekers volledig duurzaam kunnen reizen in en door de Achterhoek.

Dit klinkt als een goed plan. Toch blijkt dat er nog een lange weg te gaan is om te komen van de huidige praktijk (hoog autobezit, OV-gebruik laag) naar het wensbeeld (meer actieve en duurzame kilometers) (Wierenga, 2021). De 8RHK zet nu in op het aanbieden en promoten van verschillende aanbodgerichte alternatieven: Gaon²; Netmobiel³ en de Achterhoek challenge⁴ (8RHK Ambassadeurs, 2021). Op gebied van gedragsbeïnvloeding worden mobiliteitsmakelaars ingezet om werkgevers en werknemers aan te zetten tot ander (duurzamer) reisgedrag. Het creëren van extra aanbod om naast de auto reisalternatieven te hebben, is natuurlijk ook een vereiste om een keuze te kunnen maken (anders is er immers geen keuze). Het gaat echter uiteindelijk nadrukkelijk om de vraag: hoe gaan we de reiziger intrinsiek motiveren (lees: zo goed mogelijk helpen) om zijn gedrag blijvend aan te passen.

In deze discussie paper gaan we daarom in op de vraag hoe de reiziger écht centraal kan staan bij transitie naar duurzame mobiliteit. Dit doen we door nadrukkelijk te kijken wat we kunnen leren van de McDonald's.

¹ Dit blijkt uit een representatieve enquête gehouden onder inwoners in de Achterhoek. Per 2022 wordt deze MaaS-app en platform ondergebracht bij GAON.

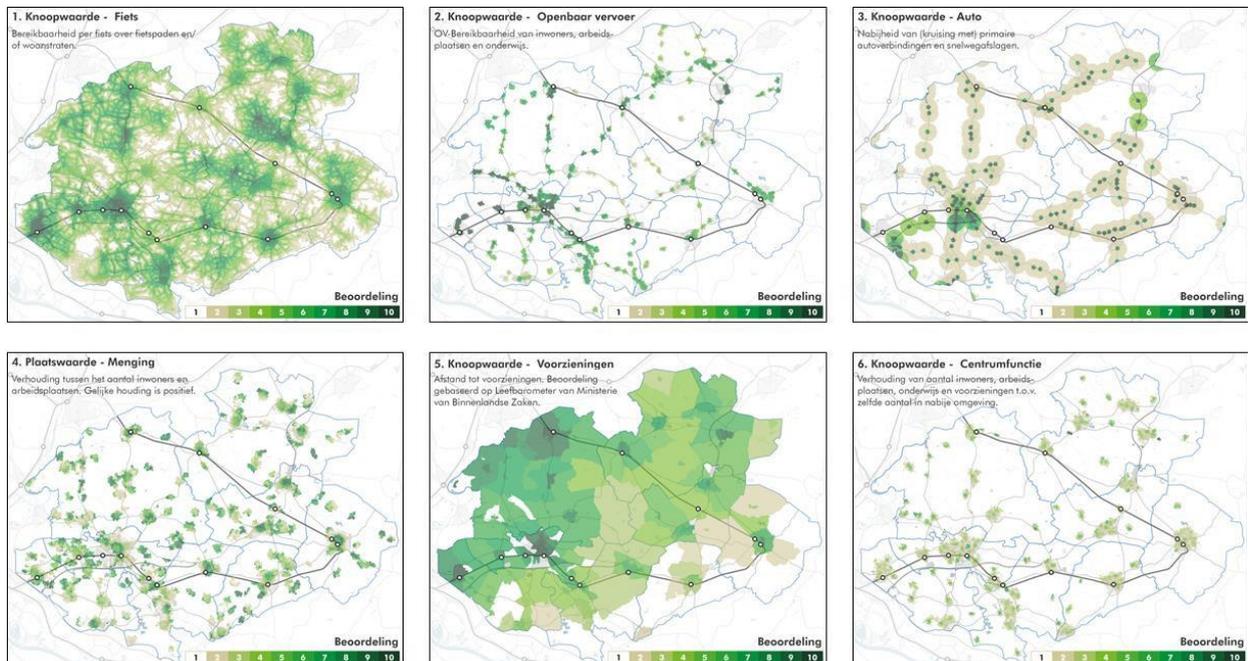
² Met Gaon wordt de mogelijkheid geboden om voor een voordelig tarief te reizen trein, bus en e-bike in de Achterhoek door gebruik te maken van een fijnmazig netwerk (GAON, 2021)

³ Netmobiel is een MaaS-initiatief in de Achterhoek. In juni 2021 is er gestart met een pilot van de Netmobiel-app. In deze app kan men reizen zoeken, boeken en betalen voor zowel bus, trein, deelauto, deelfiets en rijdelen (Netmobiel, 2021).

⁴ Als onderdeel van de doelstelling om de Achterhoek de eerste plattelandsregio met slim, schoon en sociaal vervoer te laten zijn, is de challenge gestart om 100 duurzame deervoertuigen te laten rijden (8RHK Ambassadeurs, 2021)

Stelling 1: Datagedreven werken is een vereiste, maar willen we echt alles weten?

Eén van de manieren om de reiziger centraal te zitten is door meer datagedreven te gaan werken. Veel openbaarvervoer-data is vrij beschikbaar en in te zetten voor bereikbaarheidsanalyses. De Verbindingswijzer⁵ is een methodiek waarmee deze bereikbaarheidsanalyses snel kunnen worden gedaan voor ieder kwadrant van 100 bij 100 meter (Movares, 2021). Voor allerlei typen reizigers en (combinaties van) modaliteiten kan worden geanalyseerd welke bestemming bereikt kan worden binnen een bepaalde reistijd, inclusief voor- en na transport. Middels beeldmateriaal kan overzichtelijk in kaart worden gebracht wat de bereikbaarheid is vanaf een bepaalde locatie tot bijvoorbeeld het aantal arbeidsplaatsen of inwoners. In de Achterhoek is er ook een analyse gedaan met de Verbindingswijzer. Onderstaande afbeeldingen geven de knoop- en plaatswaarde weer voor de Achterhoek (voor de knoopwaarde met fiets, openbaar vervoer, auto enerzijds en anderzijds de plaatswaarde voor 'menging', voorzieningen en centrumfunctie).



Figuur 1 Movares Verbindingswijzer met weergave van knoop- en plaatswaarde

Op basis van deze data kunnen geschikte locaties worden gedefinieerd waar mobiliteits-hubs gerealiseerd kunnen worden. In theorie werkt deze datagedreven aanpak goed, omdat er objectief geanalyseerd wordt welke locaties zeer geschikt zijn en welke minder passend. Dit vergt wel goede en accurate data: wanneer de locatie van een OV-halte wijzigt, veranderen ook de reistijden en hiermee ook de bereikbaarheid en dus knoopwaarde. Er kunnen uiteraard ook toekomstige scenario's geanalyseerd worden middels een datagedreven en dus gekwantificeerde analyse.

Een ander middel om de reiziger beter in beeld te krijgen is door middel van monitoring. Samen met de Achterhoek Board ontwikkelen onderzoeksbureaus Moventem en

⁵ De Movares Verbindingswijzer <https://movares.nl/projecten/bereikbaarheidsmodel-verbindingwijzer/>

Companen deze monitor. De Achterhoek Monitor bestaat uit een dashboardomgeving én een jaarpublikatie (zie Figuur 2). De monitor is daarmee meer dan een set standaardtabellen en -figuren. De monitor biedt een keur aan doorklikbare figuren waar meteen duiding aan wordt gegeven. Er zijn diverse themapublikaties toegevoegd van verschillende deskundigen. In deze eerste editie wordt ook ingegaan op de effecten van de coronacrisis voor de Achterhoek met een speciaal Covid-19 dashboard.⁶



Figuur 2 Achterhoek Monitor - Mobiliteit en Bereikbaarheid (8RHK, 2021)

Bovenstaande instrumenten geven inzicht in de mobiliteit van de Achterhoek en middels deze modellen en data kunnen we analyseren. Maar de vraag is: willen we dit ook echt allemaal weten en hier tijd en energie in steken? Veelal zien wij dat veel partijen en organisaties terughoudend zijn, omdat bij niet gunstige uitkomsten van de monitoring geconcludeerd kan worden dat doelstellingen niet gehaald worden. Dit ligt voor de hand in de commerciële wereld, waarin ook McDonald's zich bevindt, En dat ligt soms gevoelig. Naarmate doelstellingen concreter worden, kunnen de uitkomsten immers ook tegenvallen. Anderzijds, zonder duidelijke doelstellingen is het lastig echt iets te leren. Hoe kunnen we dit doorbreken?

Stelling 2: Willen we gewenst gedrag stimuleren of voorzien in de mobiliteitsbehoefte?

Een (duurzaam) mobiliteitssysteem moet van publieke waarde zijn om succesvol te zijn. Duurzame mobiliteit dient daarbij alleen als uitgangspunt gebruikt te worden om reizigers optimaal te voorzien in hun mobiliteitsbehoeften; het moet niet zo zijn dat het als doel opzich wordt gebruikt. Gewenst reisgedrag gaat alleen lukken als dit intrinsiek wordt. Zo is het bijvoorbeeld niet verboden om een deel van de reis met de auto te maken; voor sommige reizen is de auto nu eenmaal sneller en handiger. McDonald's is groot geworden door beter in te spelen op behoefte: voorspelbaarheid, duidelijkheid en snelheid, de parallel met mobiliteit is dus groot. Als we streven naar een mobiliteits-systeem dat beter voorziet in de behoeften van reizigers is meer duurzame mobiliteit een logisch gevolg en dus mogelijk. Daarbij is het wel belangrijk aan te merken dat de behoefte van klanten bij de McDonald's "eten" is. Behoefte aan mobiliteit is breder, diffuser (verschilt per levensfase, dag, tijdstip, weersomstandigheden, soort reis, etc). Bovendien worden mobiliteitskeuzes vaak niet bewust gemaakt. Het is je waarschijnlijk wel eens opgevallen dat je in Nederland wél een McKroket kunt bestellen en in Frankrijk

⁶ Zie www.achterhoekmonitor.nl

niet. Daarentegen heb je in Frankrijk ook burgers die de Nederlanders niet kennen. Deze paper dient niet als promotie om ongezond te gaan eten, maar we willen wel laten zien dat het slechts een simpele formule is om succesvol te kunnen worden en dat afstemming op de doelgroep daarbij erg belangrijk is. Dit moet ervoor zorgen dat de kwaliteit en dienstverlening van (duurzame) mobiliteit ook in de Achterhoek goed is.

Dit kan door verschillende typen reizigers te onderzoeken. Zo is er in een verkenning gedaan naar de verschillende reizigerstypen voor het jaar 2040⁷. Aan de hand van verschillende indicatoren, trends en ontwikkelingen worden er vijf persona's onderscheiden die ieder andere eisen aan reizen stellen en daardoor ander reisgedrag vertonen (Movares, 2020). Door te kijken naar de vijf persona's inclusief het verwachte (reis)gedrag, wordt er inzicht gegenereerd in wat de toekomstige reiziger nodig heeft. Alleen al door te kijken naar de verschillende levensfasen en huishoudens ontstaat er een interessant palet, doordat mobiliteitsvraag en reisgedrag per groep verschillen (Delbosch, et al., 2019; Chatterjee & Scheiner, 2015). Wanneer dit wordt meegenomen in beleid kan er passender mobiliteit worden aangeboden per reiziger (Zhang & Van Acker, 2017). Zo kijk je met een totaal andere bril naar mobiliteit en wordt het duidelijk wat welke reiziger nodig heeft en wat niet (Duuren, 2020).

Om de reiziger centraal te stellen is het in eerste instantie van belang om in gesprek te gaan. Maar dat is makkelijker gezegd dan gedaan. Wie is 'de reiziger', wanneer en waar ga je met hem/haar in gesprek en waarover? Allereerst: Alle reizigers zijn mensen, en mensen hechten veel waarde aan hun dagelijkse leefomgeving (DALO), simpelweg omdat ze er het grootste deel van hun tijd doorbrengen. Door de toename van het thuiswerken als gevolg van de coronacrisis wordt de betekenis van die DALO nog relevanter – mensen zijn meer thuis en opeens vallen ze zaken op die ze daarvoor helemaal niet opmerkten, of het nu gaat om een loszittende stoeptegels, een eenzame buur- vrouw het vinden van een parkeerplaats. Het wordt dus steeds belangrijker voor de overheden (en andere O's) om voeling te houden met wat er leeft. Om het 'gevoel van hier' te achterhalen, is het verstandig om regelmatig inwoners te bevragen naar lokale ontwikkelingen en hun gevoelens en ideeën daarbij. Met onderzoek (denk aan een inwonerspeiling on- & offline) kan bijvoorbeeld worden achterhaald in welke mate een landelijk issue ook lokaal speelt. Zo is behoefte en invulling geven aan een concept als Mobility as a Service (Maas) heel anders in steden dan in Achterhoekse dorpen. Mogelijk dat er eerst aanbod moet zijn voordat er een vraag ontstaat.

In de Achterhoekse gemeenten Oost Gelre, Aalten, Winterswijk en Berkelland vindt in 2021 een pilot plaats om te onderzoeken of Maas ook in dunbevolkte gebieden kans van slagen heeft. Voorafgaand aan de pilot is een nulmeting gedaan om inzicht te krijgen in reisgedrag, leefsituatie en technologiegebruik van inwoners. Ook in dit onderzoek kwam naar voren dat het autogebruik hoog ligt (zeker in de kernen waar geen/beperkt aanbod van OV is) (Van Os & Visser, 2018). De tevredenheid over de bereikbaarheid lag hoog en de bereidheid om samen te reizen was klein. In lijn met de relatief hoge leeftijd, ligt het gebruik van en de handigheid met smartphones relatief laag. Ondanks deze ogenschijnlijk slechte uitgangspositie is Netmobiel gelanceerd in deze gemeenten en wordt vanaf 2022 in de hele Achterhoek uitgerold (onder de naam GAON). Inwoners

⁷ [Mobiliteit met Allure](#)

hebben nadrukkelijk meegedacht over de functies en ontwerpisen voor de app. Zo kunnen deelnemers gemakkelijk een eigen profiel aanmaken, aangeven of ze vervoer zoeken of juist ritten willen aanbieden. Ook is een betaalsysteem toegevoegd waarbij aanbieders van een rit ook kunnen kiezen 'de winst' aan een lokale vereniging of goed doel te doneren. In de aanloopfase hebben we gezien hoe belangrijk het is om inwoners te betrekken bij de ontwikkeling. Bij riddelen was bijvoorbeeld onderling vertrouwen in de chauffeur ("ik wil zoveel mogelijk van hem of haar weten") erg belangrijk, maar bleek dit op gespannen voet te staan met privacy ("ik wil mijn gegevens niet delen"). Voor de hele app geldt dat gebruiksgemak cruciaal is om ervoor te zorgen dat gebruikersgroepen met beperkte digitale vaardigheden de app ook kunnen gebruiken. Via workshops, presentaties en via promotie op sociale media proberen we zoveel mogelijk inwoners van de gemeenten te bereiken om deel te nemen aan de pilot.

Discussiepunt 3: Is duurzame mobiliteit haalbaar zonder een integrale aanpak?

De keuze voor het gewenste vervoermiddel wordt vaak geassocieerd met een snelle verbinding tussen herkomst en bestemming (Salonen, et al., 2014). Tegelijkertijd zijn snelle verbindingen van en naar het platteland niet altijd mogelijk met het huidige netwerk (Hofs, 2019). Daarom zou er een integrale aanpak moeten worden gehanteerd en gericht moeten worden op het ontwikkelen van woon-, werk- en winkelgebieden in de nabijheid van (openbaar) vervoer om de reiziger centraal te stellen. Normaliter wordt er vanuit één sector gekeken naar een bepaald vraagstuk. Er wordt slechts gekeken naar de OV-knoop of wegverbreding op een bepaald traject, maar niet naar de omliggende omgeving. Een ander belangrijk aspect om mee te wegen is dat de meeste reizigers willen niet per se duurzaam willen reizen (Prillwitz & Barr, 2011). Uit dat onderzoek bleek ook dat mensen die in de buurt van OV-stations (bus of trein) wonen een ander reisgedrag hebben dan mensen die aan de rand van het gebied wonen. Dit wordt ook benadrukt door (Christiansen, et al., 2017), die stellen dat de keuze van de vervoerswijze en de ruimtelijke inrichting van een gebied elkaar beïnvloeden. Zo kunnen beperkte parkeerplaatsen thuis en op bestemmingen ertoe leiden dat reizigers minder auto gaan gebruiken (Christiansen, et al., 2017).

Een integrale aanpak wordt ook gehanteerd bij de McDonald's. Deze keten gaat namelijk voor de optimale klantbeleving: er zijn diverse locaties verspreid in het land en de regio, is zeer goed bereikbaar met de, er zijn voldoende parkeerplekken, er is WiFi, ze zijn altijd te vinden op een goede, strategische locatie en de keten is vindbaar en herkenbaar (zowel de inrichting als de menukaart)– dit terwijl de kern van McDonald's toch echt iets anders is: eten verkopen.

Daarnaast is McDonalds een keten met durfkapitaal; nieuwe vestigingen worden ergens geopend, waarna de businesscase zich nog moet bewijzen. Ongetwijfeld zal er onderzoek gedaan zijn welke locaties in aanmerking komen, maar of het een succes wordt moet telkens nog blijken. Hier zie je ook de vraag vanuit de overheid 'welke rol moeten we innemen?'. Is de overheid in dit geval de partij met durfkapitaal om het aanbod neer te leggen en dan te kijken wat er gebeurt of is dit juist aan de marktpartijen? En gaat het dan wel gebeuren, wetende dat de Achterhoek (en eigenlijk alles buiten de grote steden van Nederland) niet snel tot een succesvolle businesscase leidt.

De reiziger kan centraal staan door een integrale ontwikkeling van leefgebieden waarbij verschillende functies en voorzieningen worden ontwikkeld met als kern een mobiliteitsknoop. De leefgebieden kunnen worden ontwikkeld rondom (bestaande) OV-haltes en hubs waardoor het makkelijker wordt voor inwoners en bezoekers om hun bestemming met het openbaar vervoer te bereiken en dus duurzaam te reizen. De vraag is of dit wel past in een landelijk gebied zoals de Achterhoek. Of is verstedelijking de manier om tot duurzame mobiliteit te komen?

Uitnodiging: Wat vindt u?

Bij de McDonald's staat de klant altijd op één, de keten is herkenbaar en vooraf is duidelijk wat je kan verwachten. Er zijn diverse locaties verspreid in het land en de regio, is zeer goed bereikbaar met de auto en iedere vestiging heeft dezelfde (basis)voorzieningen. Als het gaat om duurzame mobiliteit in de Achterhoek kan er dus worden geleerd van de McDonald's door - net als deze keten - ervoor te zorgen dat de behoefte van de reiziger altijd het uitgangspunt is. Niet alleen door aan te sluiten op de vraag van de reiziger, maar ook door herkenbaar, betrouwbaar, klantgericht en beschikbaar te zijn. Deze essentiële voorwaarden komen terug in alle bovenstaande oplossingen en dragen bij aan de uitrol van duurzame mobiliteit in de Achterhoek en waar de reiziger centraal staat. Graag gaan we met u in gesprek over de dilemma's om input te verzamelen en uiteindelijk de routekaart te schetsen naar duurzame mobiliteit in de Achterhoek.

Referenties

- 8RHK Ambassadeurs, 2021. *Achterhoek Challenge*. [Online]
Available at: <https://8rhk.nl/achterhoek-challenge-uitdaging-mobiliteit/>
[Geopend 08 09 2021].
- 8RHK Ambassadeurs, 2021. *Mobiliteit en bereikbaarheid - bereikbare regio*. [Online]
Available at: <https://8rhk.nl/smart-economy-smart-living/mobiliteit-en-bereikbaarheid/>
[Geopend 13 08 2021].
- 8RHK, 2021. *Achterhoek Monitor*. [Online]
Available at: <https://www.achterhoekmonitor.nl/dashboard.php>
[Geopend 13 9 2021].
- Bartle, C. & Chatterjee, K., 2019. Employer perceptions of the business benefits of sustainable transport: A case study of peri-urban employment areas in South West England.. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, Issue 126, pp. 297-313.
- Berger, G., Feindt, P. H., Holden, E. & Rubik, F., 2014. Sustainable Mobility— Challenges for a Complex Transition. *Journal of Environmental Policy and Planning*, Issue 16, pp. 303-320.
- Blijenberg, A., 2012. The attractiveness of Car Use. In: *Cars and Carbon*. Dordrecht: Springer, pp. 19-42.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS); Rijkswaterstaat (RWS-WVL), 2020. *Onderzoek Onderweg in Nederland - ODIN 2019*. [Online]
Available at: <https://doi.org/10.17026/dans-xpv-mwpg>
[Geopend 10 10 2020].
- Chatterjee, K. & Scheiner, J., 2015. *Understanding changing travel behaviour over the life course: Contributions from biographical research*.. Windsor, sn
- Christiansen, P., Engebretsen, O., Fearnley, N. & Usterud Hanssen, J., 2017. Parking facilities and the built environment: Impacts on travel behaviour.. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, Issue 95, pp. 195-206.
- Delbosc, A. et al., 2019. Millennials in cities: Comparing travel behaviour trends across six case study regions. *Cities*, Issue 90, pp. 1-14.
- Duuren, B. v., 2020. Mobiliteit met Allure. *Movares Magazine*, 7(4), p. 5.
- GAON, 2021. *Het doel van Gaon*. [Online]
Available at: <https://gaon.nl/over-gaon/>
[Geopend 08 09 2021].
- Hofs, Y., 2019. *Bij ons in de Achterhoek loopt het openbaar vervoer vast in de bereikbaarheid*. [Online]
Available at: <https://trikker.nl/bij-ons-in-de-achterhoek-loopt-het-openbaar-vervoer-vast-in-de-bereikbaarheid/?unapproved=3372&moderation-hash=bcdefc7892bd5e143d0d9c85f085a010#comment-3372>
[Geopend 10 08 2020].
- Liu, X., Yu, J., Trisha, S. & Beimborn, E., 2020. Exploring the feasibility of mobility as a service in small urban and rural communities: Lessons from a case study.. *Journal of Urban Planning and Development*, 146(3), pp. 14-29.
- Movares, 2020. *Mobiliteit met Allure*. [Online]
Available at: <http://mobiliteitmetallure.nl/>
[Geopend 09 09 2021].

Movares, 2021. *Innovatief bereikbaarheidsmodel: de Movares Verbindingswijzer*. [Online] Available at: <https://movares.nl/projecten/bereikbaarheidsmodel-verbindingswijzer/> [Geopend 09 09 2021].

Netmobiel, 2021. *Mobility as a Service*. [Online] Available at: <https://www.netmobiel.eu/over-netmobiel/> [Geopend 08 09 2021].

Prillwitz, J. & Barr, S., 2011. Moving towards sustainability ? Mobility styles , attitudes and individual travel behaviour. *Journal of Transport Geography*, 19(6), pp. 1590-1600.

Salonen, M., Broberg, A., Kyttä, M. & Toivonen, T., 2014. Do suburban residents prefer the fastest or low-carbon travel modes? Combining public participation GIS and multimodal travel time analysis for daily mobility research.. *Applied Geography*, Issue 53, pp. 438-448.

Van Os, R. & Visser, G., 2018. *Mobiliteit in Oost Gelre. Rapportage nulmeting Netmobil*, Arnhem: Hogeschool van Arnhem en Nijmegen, Saxion Hogeschool en Universiteit Twente.

Wierenga, S., 2021. *Multi-actor Challenges for Development and Implementation of Sustainable Mobility in Rural Areas in the Netherlands*. [Online]

Available at: <https://doi.org/10.31237/osf.io/dn24t> [Geopend 08 09 2021].

Zhang, J. & Van Acker, V., 2017. Life-oriented travel behavior research: An overview. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, Issue 104, pp. 167-178.