Eind-
Rapport

Toeristische Vervoersconcepten Heuvelland Zuid-Limburg

Dennis Jongen
NHTV Breda

Definitieve versie
Opleiding Mobiliteit (3de studiejaar)
September - November 2013

TOERISTISCHE VERVOERSCONCEPTEN

ZUID-LIMBURG (HEUVELLAND)

EINDRAPPORTAGE

Valkenburg/Gulpen-Wittem/Maastricht, augustus-november 2013

Opdrachtgevers: VVV Zuid-Limburg, Gemeente Gulpen-Wittem & Veolia-Transport

Student: Dennis Jongen (studentnr. 111846)
Stagebegeleider: Manon Luijten (VVV Zuid-Limburg)
Overige stagebegeleiders: Anne ten Horn (gemeente Gulpen-Wittem) en Roland Becx (Veolia-Transport)
Hogeschoolbegeleider: Jan-Kees van Elderen

Stage Toeristische Vervoersconcepten Zuid-Limburg

NHTV Breda – 3e studiejaar - Mobiliteit (Verkeerskunde)

VOORWOORD

In dit onderzoeksrapport wordt het onderzoek naar nieuwe toeristische vervoersconcepten in het Heuvelland (Zuid-Limburg) gepresenteerd. Dit onderzoek is uitgevoerd in het kader van de eerste stageperiode op de opleiding Mobiliteit (3de studiejaar) aan de NHTV te Breda.

De opdracht is voortgekomen uit een samenwerking tussen de VVV Zuid-Limburg, de gemeente Gulpen-Wittem en Veolia-Transport. Vanaf deze plek wil ik de drie begeleiders vanuit de drie organisaties, Manon Luijten, Anne ten Horn en Roland Becx bedanken voor het begeleiden gedurende deze stage. Daarnaast wil ik de begeleiding vanuit de NHTV, Jan-Kees van Elderen, ook bedanken voor de begeleiding vanuit de hogeschool.

3de jaars student Mobiliteit (NHTV Breda)
Dennis Jongen, november 2013

SAMENVATTING

De huidige verkeerssituatie komt onder druk te staan tijdens toeristische topdagen in het Heuvelland. De toeristische hotspots zoals Valkenburg, Gulpen maar ook het gebied rondom Epen en Slenaken krijgen gedurende deze dagen te maken met veel toeristisch verkeer. Dit verkeer leidt tot overlast voor de inwoners en bezoekers.

Het huidige aandeel recreatieve reizigers dat met het OV reist door het Heuvelland is klein. Dit komt onder andere doordat op zondagen attracties en voorzieningen slechter zijn te bereiken waardoor het OV minder aantrekkelijk is. De attracties en voorzieningen rondom de hoofdas Maastricht-Gulpen-Vaals en in het centrum van Valkenburg zijn in de huidige lijnvoering ook op zondag redelijk tot goed te bereiken. Daarnaast is uit onderzoek van Goudappel Coffeng (uit 2005) al gebleken dat er weinig synergie is tussen toerisme en openbaar vervoer in het Heuvelland. De huidige papieren kaartsoorten worden positief ontvangen door de gebruikers, dit is terug te zien in het aandeel reizigers dat met de papieren reisproducten reist.

Bezoekers aan het Heuvelland zoeken naar gemak en duidelijkheid, ook in het openbaar vervoer. Als basis van de OV-wensen dienen de wensen van de OV-reiziger uit de klantenwenspiramide. In dit onderzoek is er een onderscheid gemaakt tussen de specifieke wensen en kenmerken die gelden voor de verblijfstoerist en/of de dagrecreant. Deze twee groepen hebben een aantal gemeenschappelijke kenmerken: ze zoeken gemak, service, klantcontact, vrijheid, leuk OV en reizen vaak samen. Speciaal voor verblijftoeristen geldt dat zij in een vreemde omgeving terecht komen (voor buitenlanders geldt dit nog meer), zij willen simpele tarieven, zijn minder prijsgevoelig en plannen hun reis op het aanbod. De dagrecreant ziet liever een lage prijs, heeft een bepaald beeld over de vervoerder (imago), hecht veel waarde aan een zitplek en heeft in Limburg een lagere reisbereidheid door de vele recreatiemogelijkheden.

In een aantal voorbeeldgebieden (Hasselt, Renesse, Eifel, Veluwe, Klein Walsertal) zijn al toeristische vervoersconcepten aanwezig. Op basis van deze voorbeelden, de huidige situatie en de wensen van de reizigers zijn drie concepten ontwikkeld:

- Een **Attractielijn**, een buslijn Valkenburg – Gulpen – Slenaken – Epen – Vijlen – Vaals. “Extra” kosten moeten door derden worden gefinancierd.
- Een **ReisPas**, een pas waarmee bezoekers twee dagen onbeperkt met de bus kunnen reizen in Zuid-Limburg (+ een gratis retour Aken ontvangen).
- Een **ToeristenPas**, een pas waarmee bezoekers gratis gebruik kunnen maken van het openbaar vervoer en er voor kunnen kiezen om aanvullende toeristische diensten op de kaart te plaatsen.

Op basis van een multicriteria analyse en een oordeel van de opdrachtgevers is het advies om de ReisPas in te voeren als vervoersconcept. De ReisPas vereist namelijk geen extra bijdrage van derden. De ReisPas kan daarnaast doorgroeien naar een ToeristenPas. Belangrijk bij de invoering van dit concept is dat de communicatie en marketing over de Pas goed verloopt, de communicatie moet al duidelijk aanwezig zijn voordat de reiziger naar het gebied reist. Met behulp van dit concept wordt een start gemaakt met het verlagen van de verkeersdruk door het invoeren van toeristische vervoersconcepten.

INHOUDSOPGAVE

H1. Inleiding 6

H2. Huidige situatie 11

2.1 Huidige situatie wegverkeer 11

2.2 Huidig OV-systeem 14

2.3 Conclusies 18

H3. Wensen en Kenmerken 20

3.1 Algemene wensen en kenmerken OV reiziger 20

3.2 Specifieke wensen en kenmerken 22

3.3 Conclusies 27

H4. Voorbeelden & Uitgangspunten 29

4.1 Inspiratie uit voorbeeldprojecten 29

4.1.1 Renesse (NL) 29

4.1.2 Hasselt (B) 32

4.1.3 De Eifel (D) 34

4.1.4 Veluwe (NL) 36

4.1.5 Klein Walsertal (O) 38

4.2 Uitgangspunten voor concepten 40

H5. Concepten 43

5.1 Attractielijn 49 43

5.2 Zuid-Limburg ReisPas 46

5.3 Zuid-Limburg ToeristenPas 48

5.4 Aanvullend concept: Communicatie+ 50

H6. Het Advies 54

6.1 Multicriteria analyse 54

6.2 Het Advies (gekozen concept) 56

H1

Inleiding

H1. Inleiding

Het Zuid-Limburgse Heuvelland, geconcentreerd rond de gemeenten Eijsden-Margraten, Gulpen-Wittem, Vaals, Valkenburg aan de Geul, Nuth, Voerendaal, Simpelveld en Schinnen, heeft op zonnige dagen (zowel overdag als 's avonds) en zeker tijdens zonnige weekenden overlast van gemotoriseerd verkeer. Dit verkeer is zeer divers. Een aantal voorbeelden hiervan zijn:

- Tourtochten van (oldtimer) auto's
- Motortochten van zowel individuele personen als groepen
- Scootertochten van zowel individuelen als groepen
- Quadtochten van zowel individuelen als groepen

- Inwoners die vanuit de stedelijke gebieden in het Heuvelland gaan toeren
- Verblijfsgasten die door het landschap rijden
- Verblijfsgasten die van A naar B gaan

In dit onderzoek wordt aandacht besteed aan de laatste drie voorbeelden van overlast. Op basis van onderzoek van LeisureResult blijkt inmiddels dat ca. 70 tot 90% van alle bezoekers van wandelgebieden in het Heuvelland inwoners zijn. Dat houdt in dat deze bezoekers afkomstig komen uit het Heuvelland zelf en de omliggende stedelijke gebieden Parkstad en Maastricht. Dit zijn vaak de mensen die "een dagje komen touren of wandelen door het Heuvelland". Vaak gaan deze bezoekers na de wandeling gelijk weer naar huis, zonder veel "verteer". De conclusie hieruit is dat dus ook het gemotoriseerd verkeer voor een belangrijk deel vanuit inwoners komt.

Daarnaast verblijven in het Heuvelland veel gasten. Van de ruim 5 miljoen overnachtingen in Zuid-Limburg, vindt ca. 3,5 miljoen in voorgenoemde Heuvellandgemeenten plaats. Ook deze gasten bewegen zich van A naar B met gemotoriseerd vervoer.

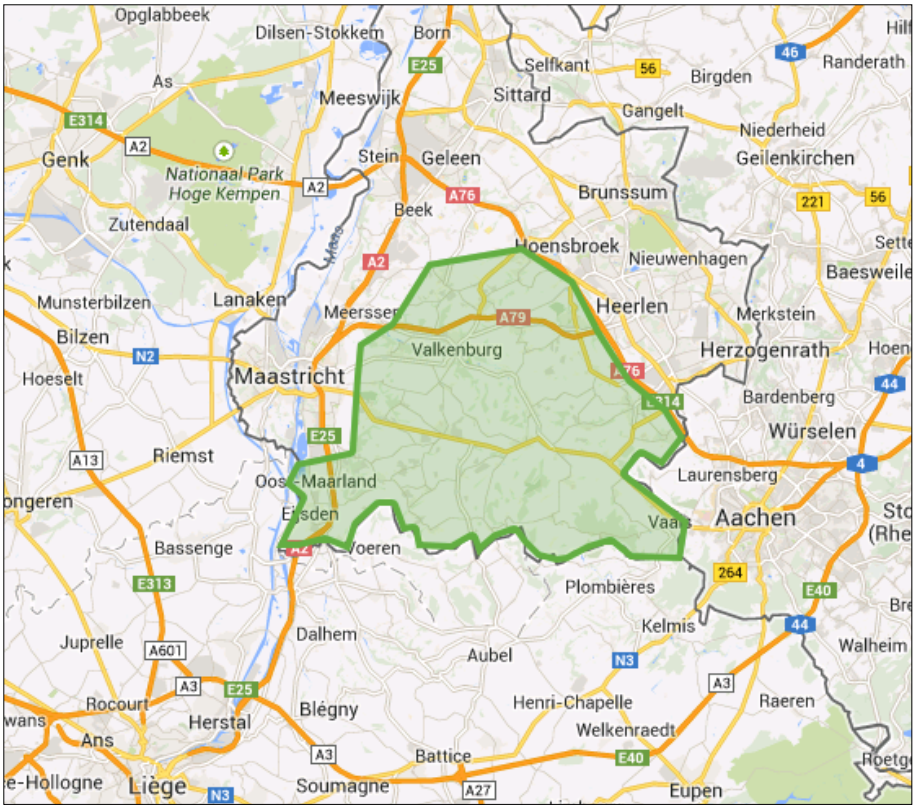
De gasten die echter voor het Heuvelland kiezen, komen vooral voor de rust en de stilte. Het vele verkeer op bepaalde dagen beantwoordt in die zin dus niet aan de rustverwachting van onze overnachters. Daar de overnachters echter de belangrijkste inkomstenbron zijn (in de zin van omzet per persoon per dag) is het zaak om deze tevreden te houden en de rustbeleving in stand te houden of zelfs terug te brengen op plekken waar deze verdwenen is.

Daarom is vanuit de gemeenteraad in de gemeente Gulpen-Wittem het idee ontstaan om een concept als "gratis" OV te ontwikkelen, ofwel om een concept te bedenken waarbij zowel inwoners uit de omliggende steden, als de gasten die in de verblijfsaccommodaties verblijven, via een innovatief concept te stimuleren om gebruik te maken van OV.

De opdrachtgever bestaat uit een samenwerking tussen drie partijen: VVV Zuid-Limburg (als marketingorganisatie/intermediair), de gemeente Gulpen-Wittem (als overheid) en Veolia-Transport Limburg (als vervoerder).

1.1 Locatie van Onderzoek

Het Heuvelland Zuid-limburg ligt in het zuidoosten van Nederland en bestaat uit de gemeenten: Eijsden-Margraten, Gulpen-Wittem, Vaals, Valkenburg aan de Geul, Nuth, Voerendaal, Simpelveld en Schinnen. Deze indeling is gebaseerd op de klantindeling van de VVV Zuid-Limburg. In figuur 1.1 wordt het Heuvelland weergegeven op de kaart van Zuid-Limburg. Het Heuvelland grenst dicht aan internationale steden als Aachen (Aken, Duitsland) en Liège (Luik, België). In eigen land liggen de steden Maastricht en Heerlen (met het bijbehorende Parkstad) aan weerszijden van het Heuvelland.



Figuur 1.1 || Overzichtskaart Heuvelland (Zuid-Limburg) (bron: Google Maps)

1.2 Probleemverkenning

De gemeente Gulpen-Wittem en de VVV Zuid-Limburg constateren dat tijdens bepaalde dagen, waarop veel toeristen het Heuvelland bezoeken, er verkeersoverlast ontstaat. Deze verkeersoverlast ontstaat door verschillende soorten bezoekers zoals eerder in de inleiding is genoemd. In het kader van het maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en de verduurzaming van de mobiliteit willen de gemeente Gulpen-Wittem en de VVV Zuid-Limburg in samenwerking met de vervoerder Veolia kijken naar oplossingen voor de verkeersproblematiek in het Heuvelland. Oplossingen waarbij het openbaar vervoer een grote rol moet gaan spelen. De vraag hierbij is: “Welk toeristisch vervoersconcept kan de verkeersoverlast in het Heuvelland terugdringen?”.

1.3 Doelstelling

Het doel is om door middel van toeristische vervoersconcepten de verkeersdruk op het Heuvelland te verminderen, zodat de verkeersoverlast afneemt.

1.4 Probleemstelling en onderzoeksvragen

Uit het onderzoeksmodel ontstaan de volgende hoofd- en deelvragen. De centrale vraag vormt de basis voor het gehele onderzoek en luidt:

"Welk toeristisch vervoersconcept(en) kan de verkeersoverlast in het Heuvelland terugdringen?"

1. Wat is de huidige verkeerssituatie in het Heuvelland?

a) Wat is de precieze verkeersproblematiek in het Heuvelland (zoals eerder geconstateerd door de VVV en de gemeente Gulpen-Wittem)?

b) Wat is de opbouw en op welke manier functioneert het huidige OV-systeem?

Deze vraag is onderzocht via literatuuronderzoek, gesprekken met ondernemers en gesprekken met deskundigen.

2. Wat zijn de behoeften op het gebied van verkeer & vervoer van de bezoekers aan het Heuvelland?

a) Wat zijn de algemene wensen van gebruikers binnen het OV?

Deelvraag 2b+2c worden beantwoord voor de doelgroep: "Dagrecreanten" + "Verblijfstoeristen"

b) Wat willen de bezoekers precies als zij naar het Heuvelland reizen?

Wat is er nodig om bezoekers met het OV te laten reizen of in het OV te houden?

Deze vraag is onderzocht via literatuuronderzoek, gesprekken met ondernemers en gesprekken met deskundigen.

3. Hoe zien de uitgangspunten eruit op basis van de huidige situatie in combinatie met de behoeften van de bezoekers en voorbeelden uit (buitenlandse) steden?

a) Welke voorbeelden van toeristische vervoersconcepten uit andere (buitenlandse) steden kunnen (gedeeltelijk) worden gebruikt ter inspiratie voor het Heuvelland?

b) Wat zijn de uitgangspunten voor de nieuwe concepten?

Deze vraag is onderzocht via literatuuronderzoek.

4. Met welke toeristische vervoersconcepten wordt het gewenste doel behaald?

Deze vraag is beantwoord op basis van de informatie uit H2-H3-H4.

5. Welk toeristisch vervoersconcept(en) kan de verkeersoverlast in het Heuvelland terugdringen?

Deze vraag is beantwoord via een Multicriteria analyse en op basis van het oordeel van de samenwerkende partijen.

1.5 Begripsbepaling

Begrip	Omschrijving
Onderzoeksgebied	Heuvelland-gemeenten: Eijsden-Margraten, Gulpen-Wittem, Vaals, Valkenburg aan de Geul, Nuth, Voerendaal, Simpelveld en Schinnen.
"Gratis" OV	OV dat op een andere manier wordt gefinancierd dan in de huidige situatie en de reiziger minder tot niks zal gaan betalen (in de huidige situatie relatief groot gedeelte door de reiziger en relatief kleiner gedeelte door de overheid).
Verblijfstoeristen	Bezoekers aan het Heuvelland die minimaal één nacht verblijven.
Dagrecreanten	Bezoekers aan het Heuvelland die één dag verblijven.

Tabel 1.2 || Begripsbepalingen

Binnen het onderzoek wordt verondersteld dat er verkeersproblematiek aanwezig is in de Heuvelland gemeenten, dit naar aanleiding van de opdrachtomschrijving die door de diverse opdrachtgevers is opgesteld. Verder worden er geen specifieke aanbevelingen gedaan die infrastructurele aanpassingen of maatregelen bevatten (bijvoorbeeld: ontwerptekeningen van rotondes of verkeersregelinstallaties). Het onderzoek richt zich vooral op het stimuleren van het openbaar vervoer waarbij voornamelijk "mobiliteitsmanagement" wordt gebruikt.

Kosten die niet gespecificeerd kunnen worden door het ontbreken van beschikbare data worden op een redelijke wijze geschat of buiten beschouwing gelaten.

1.6 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt gestart met een inventarisatie van de huidige situatie, zowel de situatie op de weg als in het OV wordt onderzocht. Daaropvolgend in hoofdstuk 3 worden de wensen van de bezoekers onderzocht. Met deze gegevens uit hoofdstuk 2 en hoofdstuk 3 ontstaan uitgangspunten voor het ontwikkelen van de concepten in hoofdstuk 4. Verder wordt er in hoofdstuk 4 nog ingegaan op het imago van het OV in relatie tot de werkelijkheid.

De toeristische vervoersconcepten worden opgesteld in hoofdstuk 5 met behulp van alle informatie uit de hoofdstukken tot 5. De concepten zullen in hoofdstuk 6 worden getoetst met behulp van een multicriteria analyse, in het tweede deel van hoofdstuk 6 zal het gekozen concepten (uit de multicriteria analyse) worden uitgewerkt en vormt dit het afsluitende advies van dit onderzoeksrapport.

H2

Huidige situatie

H2. HUIDIGE SITUATIE

In dit hoofdstuk wordt de huidige situatie op het gebied van het verkeer op de weg en het OV systeem bekeken. Met behulp van deze gegevens ontstaat meer duidelijkheid over de huidige situatie en kan in hoofdstuk 4 een gewenst beeld worden gecreëerd om uiteindelijk tot de toeristische vervoersconcepten te komen.

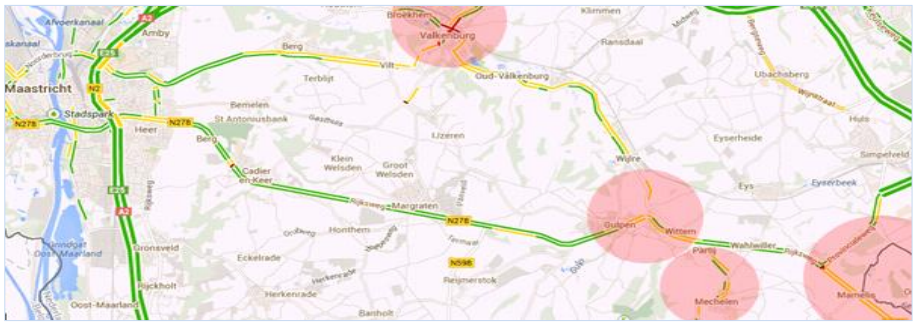
2.1 HUIDIGE SITUATIE WEGVERKEER

In deze paragraaf wordt de verkeersproblematiek nader bekeken en toegelicht. Belangrijke reden om dit onderzoek te starten is de aanwezige verkeersdruk. Deze paragraaf beschrijft ook de opbouw van het netwerk en het parkeren.

NETWERKBESCHRIJVING

De infrastructuur in het Heuvelland richt zich voornamelijk op één hoofdader. Deze hoofdader is de N278 en loopt van Maastricht via Margraten, Gulpen en Vaals naar Aachen. Van en naar deze hoofdader lopen de verschillende toegangswegen naar het Heuvelland. Deze hoofdader is de laatste jaren op een groot aantal plekken aangepakt om de doorstroming en de verkeersveiligheid te vergroten. Zo is de kruising met de N281 (stadsautoweg Heerlen) veranderd van een VRI (verkeersregelinstallatie) naar een rotonde om doorstroming en veiligheid te verbeteren. Het Heuvelland kent veel smalle provinciale wegen die niet passen binnen het kader van Duurzaam Veilig (Provincie Limburg, z.d.). De provincie heeft een actieplan opgesteld om deze “grijze” wegen aan te passen.

De volgende constateringen zijn gedaan op basis van de informatie van de afdeling verkeer en vervoer van de gemeente Gulpen-Wittem en de opdrachtomschrijving. Over het algemeen is de doorstroming op de rijksweg N278 (zeker na de recente aanpassingen) redelijk tot goed te noemen aangezien de weg weinig knelpunten (zie ook “knelpunten”) bevat. Tijdens toeristische topdagen (waaronder de zondagen in het hoogseizoen) ontstaan er alleen opstoppingen door de linksafbewegingen op de doorgaande weg. Omgekeerd is het op een aantal plekken lastig om de hoofdweg op te komen tijdens deze drukte. De doorstroming op de kleinere smallere rijkswegen (de echte toeristische routes) komt tijdens toeristische dagen wel in gevaar. Er zijn ook hier weinig knelpunten te noemen want het is over zijn algemeen druk tot heel erg druk.



Figuur2.1 || Overzicht verkeersdrukte Heuvelland – Zondagmiddag 14:00 (bron: Google Transit)

Wanneer deze situatie wordt bekeken in Google transit, kunnen deze bevindingen worden bevestigd. Over het algemeen zijn de wegen in het toeristische gebied van het Heuvelland drukker op een zondag dan op een doordeweekse dag, maar de kaartservice laat geen extreme waarden zien qua drukte, wel is de aangegeven verkeersdruk hoog op het gehele netwerk. Dit bevestigt het beeld dat de drukte zich niet concentreert rondom knelpunten. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat de toeristische plaatsen als Valkenburg, Gulpen, Vaals extra druk zijn.

Knelpunten

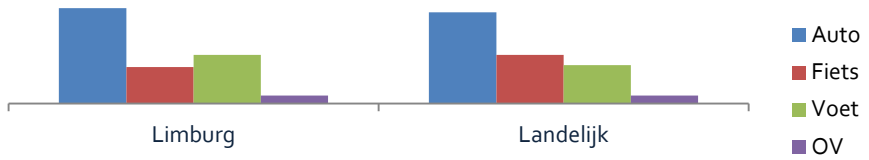
Zoals eerder beschreven zijn er weinig specifieke knelpunten binnen het verkeersnetwerk in het Heuvelland. De punten waar het verkeer tijdens toeristische hoogtijdagen last heeft van enige congestie of opstoppingen staan vermeld in figuur 2.1. Deze punten concentreren zich vooral rond de grotere plaatsen en de toegangswegen tot een plaats of attractie. De meeste congestie is terug te vinden rondom Valkenburg. Dit is te verklaren vanwege het feit dat het een toeristische hotspot is maar het ook een stedelijk karakter heeft met belangrijke voorzieningen.

Het probleem ontstaat naast de drukte ook door de verscheidenheid aan modaliteiten op één weg. Hierbij moet worden gedacht aan fietsers, scooters, motors, auto’s en bussen die elkaar steeds weer kruisen in een drukke verkeersomgeving (LeisureResult, December 2008). Deze kruisende bewegingen tussen de verschillende vervoerswijzen zorgt voor onveiligheid en creëert nog meer oponthoud op de wegen. Hierdoor wordt de overlast voor de bewoners van het gebied alleen maar groter.

Bezoekers aan het Heuvelland

Het aantal overnachtingen in de regio bedroeg ongeveer 2.7 miljoen in 2012. Van de dagrecreanten zijn geen precieze kerncijfers bekend aangezien dit moeilijk meetbaar is.

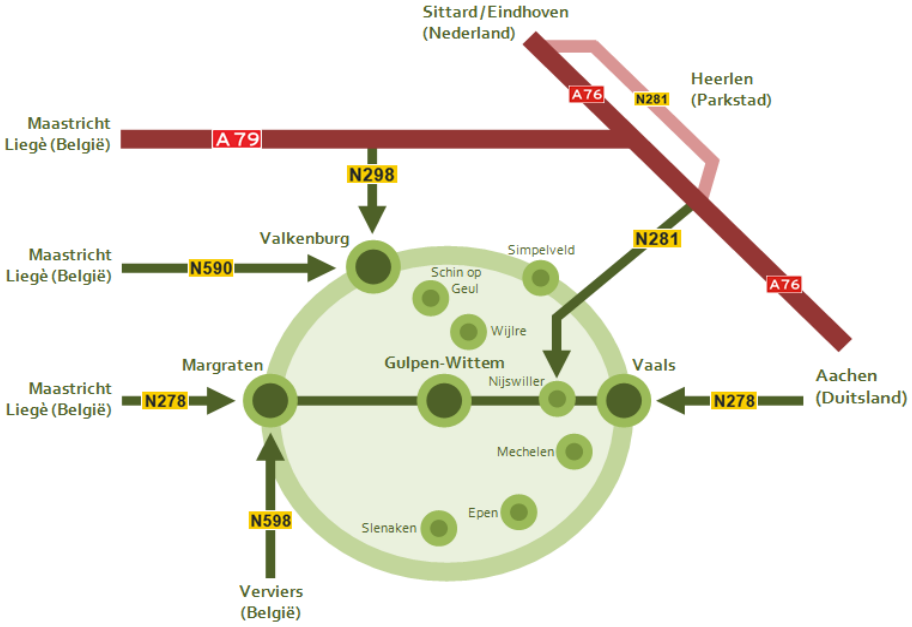
Uit de omliggende stadsregio’s Parkstad, Sittard-Geleen en Maastricht komt het grootste gedeelte met de auto naar het Heuvelland. In de landelijke modal split voor dagtoerisme is de indeling: auto 45%, de fiets 24% en te voet 19% (LeisureResult, December 2008). Het openbaar vervoer wordt maar in 4% van de gevallen landelijk gebruikt. In Limburg blijkt het gebruik van de auto nog net iets hoger te liggen, het fietsgebruik is echter weer lager aangezien de heuvels een struikelblok vormen voor een deel van de bezoekers. Het aandeel dat zich te voet verplaatst is een stuk hoger, de reden hiervan is dat het Heuvelland populair is onder wandelaars. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat het wandelen een “attractie” op zich is. Vaak komt men met de auto naar het start- en eindpunt van de wandeling. Het OV wordt niet veel gebruikt voor recreatieve dagactiviteiten, het percentage van 4% betreft tevens een gemiddelde inclusief de stedelijke gebieden in Limburg (LeisureResult, December 2008). De stedelijke gebieden hebben over het algemeen een hoger aandeel OV reizen, dat zou betekenen dat in het Heuvelland het daadwerkelijke aandeel OV voor recreatieve reizen nog lager ligt. Redenen hiervan komen terug bij de wensen van de bezoekers in hoofdstuk 3.



Figuur 1.3 || Overzicht "Modal split" – Landelijk & Limburg (bron: LeisureResult)

Toe- en afvoerwegen

De belangrijkste toe- en afvoerwegen komen uit de richtingen Heerlen (aansluiting A2/A76 richting Eindhoven), Maastricht (en België), Aachen (Duitsland) en Verviers (België).



Figuur 1.2 || Overzicht belangrijke toe- en afvoerwegen Heuvelland

Parkeren

Bezoekers aan het Heuvelland parkeren niet op een centrale plaats maar verspreid over het hele gebied. Er zijn wel enkele grotere parkeerplaatsen zoals de parkeerplaats bij het klooster in Wittem en de parkeerplaats bij het Drielandenpunt. In de andere gevallen wordt geparkeerd op de vele openbare parkeerplaatsen of op de parkeerplaats van de voorziening/attractie zelf. In een bepaald gedeelte (en gedurende bepaalde momenten) van Gulpen en bij het Drielandenpunt moet worden betaald voor het parkeren, daarbuiten is het gratis.

Bekende horecapunten zijn populaire stopplaatsen langs de route. Hierbij wordt ook weer gebruik gemaakt van de nabijgelegen (eigen) parkeerterreinen. Na de korte stop bij op deze plaatsen rijdt men weer verder door het Heuvelland. (LeisureResult, December 2008)

2.2 Huidig OV-systeem

Om tot een dergelijk nieuwe vervoersconcept te komen moet eerst worden onderzocht hoe het huidige OV-systeem werkt. In deze paragraaf wordt het netwerk allereerst bekeken, vervolgens de grote OV-knooppunten in het Heuvelland, de bereikbaarheid van de attracties met het OV en de tarieven van de kaartsoorten op dit moment. Met deze gegevens wordt het huidige OV-systeem van Limburg zichtbaar en is de basis helder.

Netwerkbeschrijving

Het openbaar vervoer in het Heuvelland wordt uitgevoerd door Veolia-Transport met diverse soorten vervoersmiddelen. Allereerst de Heuvellandlijn, de treinverbinding tussen Kerkrade-Heerlen-Valkenburg-Maastricht (-Randwyck), deze verbinding vormt de ruggengraat in het gehele visgraatmodel van Zuid-Limburg. Dat betekent dat de trein dient als eerste basis, waar de bussen vervolgens op gaan aansluiten. De Heuvellandlijn bestaat uit twee soorten verbindingen:

- Stoptrein Kerkrade Centrum – Heerlen – Valkenburg – Meerssen – Maastricht (-Randwyck) (2x per uur)
- Sneltrein Heerlen – Valkenburg – Meerssen – Maastricht (2x per uur)

Naast de trein wordt de dienstregeling uitgevoerd door middel van gewone lijnbussen, midibussen en taxibussen. In tabel 2.2 is het maximum aantal reizigers terug te vinden per bus (inclusief foto), in bijlage 1.2 is de inzet van de VKB te zien.

Gewone bus	Midibus	Vaste kleine bus (VKB)
80 zit- en staanplaatsen	28 zit- en staanplaatsen	8 zitplaatsen

Tabel 2.2 || Overzicht typen busmaterieel Limburg (bron: Veolia)

Wat de concessie in Limburg uniek maakt is dat Veolia ook het collectief vraagafhankelijk vervoer verzorgt. Dat zijn in het geval van Limburg de regiotaxi's. Deze regiotaxi's rijden van deur-tot-deur en rijden tegen een duurder tarief (of het WMO-tarief voor WMO-gerechtigden, dit is in enkele gevallen gratis).

Binnen het netwerk van de bus vormt de verbinding Maastricht-Margraten-Gulpen-Vaals-Aachen (D) de belangrijkste schakel. Deze hoogwaardige verbinding wordt uitgevoerd met luxe bussen en rijdt doordeweeks tot 4x/uur. Daarbij wordt deze lijn in de spits ook versterkt door lijn 150 op het traject Maastricht-Margraten-Gulpen. Meer over Gulpen en zijn knooppuntfunctie volgt onder "Grote Knooppunten".

Groot verschil met tussen de dienstregeling doordeweeks en in het weekend is dat de frequentie wordt verlaagd op vrijwel alle lijnen in het weekend. Daarnaast worden diverse lijnen uitgevoerd met 8-persoonsbusjes en vallen er lijnen uit. Het OV is in het Heuvelland vooral afgestemd op de groep woon-werkverkeer (voornamelijk scholieren + studenten), dit is ook terug te zien in het vervoersaanbod

op doordeweekse dagen (bijv. spitsritten). In de kaarten in bijlage 2.2 is dit verschil tussen de dienstregeling doordeweeks en in het weekend te zien. Deze kaart geeft een overzicht van de lijnen inclusief de frequentie en het type voertuig.

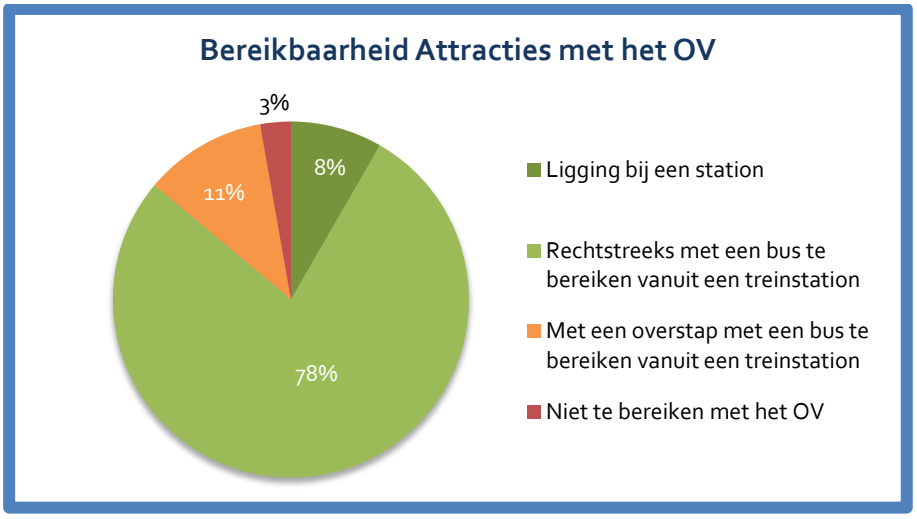
Grote knooppunten

Het grote busknooppunt van het Heuvelland is Gulpen. Dit vanwege zijn centrale ligging in het Heuvelland en zijn locatie aan de hoofdader Maastricht – Aachen (D). In Gulpen wordt geprobeerd om bussen tegelijk te laten aankomen en kort daarna tegelijk te laten vertrekken, zodat overstapbewegingen in alle richtingen tussen alle lijnen mogelijk zijn. Het busstation in Gulpen is vanwege deze belangrijke overstapfunctie afgelopen jaar vernieuwd. Vanuit het busstation in Gulpen vertrekken de diverse lijnen richting Vaals, Vijlen, Epen, Slenaken, Valkenburg, Margraten, Sibbe, Mheer en Simpelveld. Naast de frequente verbinding met de grote steden Maastricht en Aachen (D) wordt Heerlen-Gulpen op doordeweekse dagen ook frequent bediend via twee buslijnen en een snelle buslijn.

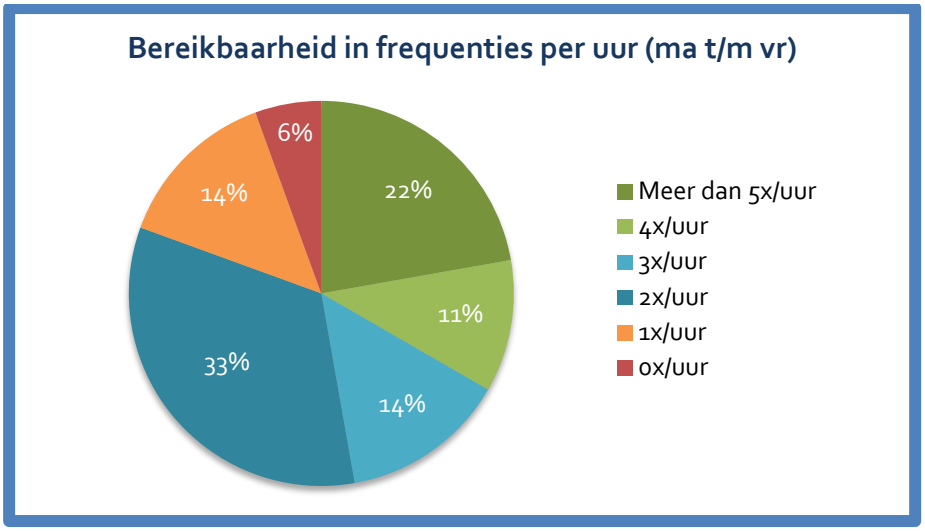
Naast het grote busknooppunt in Gulpen is het treinstation (met bijbehorend busstation) Valkenburg ook een schakel binnen het OV-netwerk. De overige treinstations hebben ook aansluiting op diverse bussen (ook in het kader van het visgraatmodel).

Bereikbaarheid attracties

De bereikbaarheid van de attracties is getest aan de hand van een onderverdeling van de bereikbaarheid met het OV per attractie. De attracties (en enkele accommodaties) zijn afkomstig uit de Wegwijzer Zuid-Limburg (VVV), deze gids heeft de belangrijkste tips gebundeld in een gratis overzicht voor de bezoeker. De attracties die naast het station zijn gevestigd krijgen drie sterren, de attracties die met een bus rechtstreeks te bereiken zijn vanuit een station krijgen twee sterren en de attracties die pas met overstappen vanuit een station te bereiken krijgen een ster. Daarnaast krijgen de attracties die helemaal niet te bereiken zijn met het OV (loopafstand meer dan 700 meter ≈ 10 min. lopen) ook geen ster.



Figuur 2.4 || Bereikbaarheid attracties OV (bron: VVV Wegwijzer, 9292, Veolia-Transport)



Figuur 2.5 || Bereikbaarheid attracties in frequenties met het OV (bron: VVV Wegwijzer, 9292, Veolia-Transport)

Uit de resultaten blijkt dat het merendeel van de attracties te bereiken is met het OV (figuur 2.4). Een aantal andere conclusies uit deze analyse:

- De attracties zijn over het algemeen meer dan 2x/uur te bereiken. Hierbij volgt de aantekening dat sommige attracties 1x/uur verbonden zijn met treinstation X en 1x/uur verbonden zijn met een ander treinstation waardoor deze uitkomt op 2x/uur (figuur 2.5).
- De frequentie op zondag is voor vrijwel alle lijnen lager waardoor de attractie minder vaak te bereiken is, ook belangrijke verbindingen voor het toerisme (zoals lijn 57) rijden gedurende het weekend in een uurdienstregeling in plaats van een halfuursdienstregeling.
- De attracties rondom de hoofdas (Maastricht-Gulpen-Vaals) zijn vaak en goed te bereiken, deze verbinding is ook een hoogwaardige OV verbinding.
- Vanuit Gulpen busstation is elke attractie te bereiken met één bus (geen overstap nodig).
- De attracties in Valkenburg zijn allemaal op loopafstand van het centrum waardoor ze ook vanuit het station goed te bereiken zijn. Alleen de attracties op de Cauberg vereisen een busrit vanwege de sterke helling.
- Enkele attracties zijn alleen te bereiken met een lijnbus die wordt gereden door een taxibus, grote groepen passagiers zijn hierdoor niet mogelijk (8 personen maximaal).
- Het zuidelijke Heuvelland is niet te bereiken met het OV, dit is juist een drukke toeristische omgeving vanwege de natuur en de vergezichten.

In de bijlage 1.3 is de gehele attractielijst met resultaten te zien.

ZLSM

Naast het regulier openbaar vervoer wordt op de verbinding Valkenburg – Schin op Geul – Kerkrade Centrum met historische stoomtreinen gereden door de ZLSM. Dit vervoersmiddel profileert zich voornamelijk als toeristische attractie maar biedt ook uiteraard ook een vervoersmogelijkheid voor toeristen aan.

Eerder Onderzoek naar mogelijkheden Toeristisch Vervoer

Goudappel Coffeng heeft in 2005 in opdracht van de Heuvelland gemeenten onderzoek gedaan naar de toekomstmogelijkheden van het OV in het Heuvelland. In dit "OV-plan Heuvelland" is ook ingegaan op de mogelijkheden voor toeristisch vervoer. Goudappel constateerde dat er sprake was van weinig "synergie" tussen toerisme/recreatie en openbaar vervoer.

Het enige wat toendertijd in de buurt van toerisme kwam op het gebied van OV was de attractielijn (voormalige lijn 49) die Valkenburg-Gulpen-Slenaken-Epen-Vaals met elkaar verbond. Deze buslijn werd uitgevoerd met een cabriobus en had hierdoor een afwijkend uiterlijk. Sinds de nieuwe concessie (Veolia) werd ieder jaar de lijn meer veranderd in een normale lijndienst waardoor de koppeling tussen het OV en toerisme/recreatie verder verslechterde. Later in dit onderzoek komen enkele ideeën uit het onderzoek van Goudappel terug in het opstellen van de toeristische vervoersconcepten, daarbij wordt ook ingegaan op de mogelijkheden die in 2005 werden gezien als mogelijke kansrijke concepten.

Kaartsoorten (en OV-Chipkaart)

Het belangrijkste betaalmiddel in het openbaar vervoer is de OV-Chipkaart (OVC). Deze chipkaart kan op twee manieren worden gebruikt, er kan worden gereisd op saldo (betalen per rit) of op een product (bijvoorbeeld een abonnement). De reiziger betaalt bij het reizen op saldo een ritprijs die bestaat uit een basistarief (0,86 cent) + de afgelegde reis (kilometertarief x aantal kilometers). In tabel 2.3 staan de tarieven van Veolia Limburg in 2013 vermeld.

Kilometertarieven	Bus	Trein 2e klas	Trein 1e klas
Noord- en Midden-Limburg	€ 0,144	€ 0,200	€ 0,340
Zuid-Limburg	€ 0,162	€ 0,216	€ 0,368

Tabel 2.3 || Overzicht kosten OV-chipkaart Veolia (september 2013) (bron: Veolia)

De reiziger betaalt ruim meer dan de helft van de totale inkomsten van de vervoerder. Deze verdeling waarin de reiziger meer dan de helft en de provincie minder dan de helft betaalt zorgt voor een hogere druk voor de vervoerder op het halen van voldoende reizigersinkomsten. Dit betekent ook dat wanneer de tarieven zouden worden verlaagd, de vervoerder dit meer zal merken in de inkomsten.

Uit ervaring weet de vervoerder dat er groepen reizigers zijn die naast de OVC graag reizen met papieren vervoersbewijzen. Dit zijn voornamelijk incidentele reizigers.

Voor veel reizen is het reizen met een OVC goedkoper dan het reizen met een papieren kaartje. Ondanks het prijsverschil reizen er mensen met papieren kaartjes terwijl zij dan duurder uit zijn dan met de OVC. Een aantal redenen hiervoor zijn:

- Ze weten niet dat de OVC goedkoper is voor hun reis.
- Ze willen vooraf graag weten wat ze kwijt zijn (meer transparantie).
- Ze vinden de OVC te moeilijk in gebruik (denk aan opladen en activeren in de beginfase).
- Ze reizen weinig met het OV, bezitten niet over een OVC; incidentele reizen

Vervoersbewijs	Prijs	Bus	Trein
Stadsritkaartje	€ 2,50	De hele dag	n.v.t.
Parkstadsritkaartje	€ 3,00	De hele dag	n.v.t.
Streekritkaartje	€ 4,00	De hele dag	n.v.t.
Daldagkaart Z-Limburg Bus + Internationaal enkel	€ 5,50	Na 9:00+wknd	n.v.t.
Daldagkaart Z-Limburg Bus + Internationaal retour	€ 7,00	Na 9:00+wknd	n.v.t.
Daldagkaart Noord- en Midden-Limburg Bus	€ 5,00	Na 9:00+wknd	n.v.t.
Pluskaart (verandert daldagkaart in spitsdagkaart), alleen in combinatie met daldagkaart geldig	€ 2,50	De hele dag	09:00-16:00* 18:30-04:00*

*In combinatie met de "Daldagkaart ZL + Internationaal retour" ook geldig op de trein tussen Kerkrade C – Heerlen – Valkenburg – Maastricht (-Randwyck) (Heuvellandlijn).

Tabel 2.4 || Overzicht vervoersbewijzen Veolia (september 2013) (bron: Veolia)

In tabel 2.4 is een actueel overzicht van de papieren kaartsoorten van Veolia Limburg opgenomen. Belangrijk voor dit onderzoek is dat de doelgroep waarop de concepten worden bedacht vaak de reiziger is die gemakkelijk wil reizen. De OVC past vaak niet in hun beeld van "gemakkelijk en zonder zorgen" reizen.

In 2012 is Veolia, op verzoek van accommodaties in Zuid-Limburg, begonnen met het aanbieden van de mogelijkheid tot voorverkoop bij accommodaties. De accommodaties hebben allen schriftelijk een informatiebrief ontvangen met de mogelijkheden, hier is weinig op gereageerd. Daarnaast laten de verkoopresultaten van de deelnemende ondernemers zien dat het aantal verkochte kaarten in de voorverkoop zeer gering is. Redenen hiervoor liggen (volgens een aantal ondernemers) bij de passieve houding van ondernemers, zij zijn bang voor administratieve rompslomp tegenover de relatief kleine opbrengst. Dit soort voorverkoop levert de ondernemer inderdaad direct (financieel) weinig op, maar biedt indirect (op het gebied van service) wel een meerwaarde naar de klant.

2.3 Conclusies

De huidige verkeerssituatie komt onder druk te staan tijdens toeristische topdagen in het Heuvelland. De toeristische hotspots zoals Valkenburg, Gulpen maar ook het gebied rondom Epen en Slenaken krijgen gedurende deze dagen te maken met veel toeristisch verkeer. Dit verkeer leidt tot overlast voor de inwoners maar ook voor oponthoud voor de bezoeker.

Het huidige aandeel recreatieve reizigers dat met het OV reist door het Heuvelland is klein. Dit komt onder andere doordat op zondagen attracties en voorzieningen slechter zijn te bereiken waardoor het OV minder aantrekkelijk is. De attracties en voorzieningen rondom de hoofdas Maastricht-Gulpen-Vaals en in het centrum van Valkenburg zijn in de huidige lijnvoering ook op zondag redelijk tot goed te bereiken. Daarnaast is uit onderzoek van Goudappel Coffeng (uit 2005) al gebleken dat er weinig synergie is tussen toerisme en openbaar vervoer in het Heuvelland. De huidige papieren kaartsoorten worden positief ontvangen door de gebruikers, dit is terug te zien in het aandeel reizigers dat met de papieren reisproducten reist.

Vanwege het feit dat er in de afgelopen 13 jaar weinig op dat gebied is veranderd, geldt deze conclusie ook nog steeds voor de huidige situatie.

H3

Wensen en Kenmerken

H3. Wensen en Kenmerken

Belangrijk bij het ontwikkelen binnen het openbaar vervoer is het kijken naar je reizigers. De reizigers vormen immers de groep waarvoor je het product maakt. Als een product niet aansluit op de wensen en kenmerken van de reiziger zal het ontwikkelen van een succesvol product een onmogelijke klus worden. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de wensen en kenmerken van de reizigers. Als eerste zullen de algemene wensen aan het OV aan bod komen aangezien deze "basiswensen" voor iedere reiziger telt. Vervolgens wordt er onderscheid gemaakt tussen de dagrecreanten en de verblijfstoeristen.

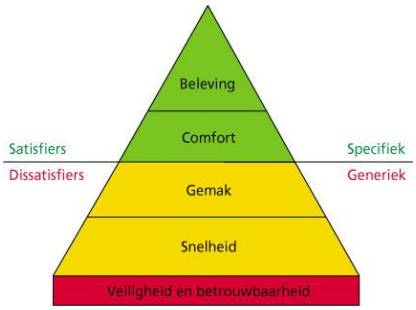
3.1 Algemene wensen en kenmerken OV reiziger

In deze paragraaf worden de wensen bekeken die gelden voor alle reizigers. "Basiswensen" die momenteel al gelden voor het openbaar vervoer (in Nederland). Deze wensen komen onder andere voort uit de "15 vriendelijke verzoeken van de Reiziger" (KpVV) en een literatuurstudie naar de basis van het OV.

Dé reiziger

In principe bestaat dé reiziger niet. Niet elke reiziger wil hetzelfde en de beleving per persoon verschilt ook sterk. Echter een vervoerder of overheid kan niet elke klant persoonlijk ondervragen wat hij of zij graag zou willen terugzien in het OV. Daardoor is de noodzaak aanwezig om mensen in groepen te verdelen. Doelgroepen die ongeveer dezelfde mobiliteitsbehoeften hebben waardoor er een aanpak kan worden gekozen die past bij de groep.

Dit onderzoek richt zich op de dagrecreant en de verblijfstoerist in het Heuvelland. De dagrecreant kan weer worden onderverdeeld in verschillende subgroepen met hun eigen vrijetijdsbesteding (wandelen, fietsen, winkelen, van de natuur genieten of genieten van de historie). Ditzelfde geldt voor de toerist maar deze kan ook nog worden onderverdeeld op basis van de verblijfsaccommodatie (camping, hotel etc.). Binnen de concepten wordt rekening gehouden met deze subgroepen maar de "dagrecreant" en de "verblijfstoerist" blijven de absolute basis in dit onderzoek.



Figuur 3.1 || Klantenwensenpiramide (bron: Hagen, M. van & G.J. Peek)

Beide doelgroepen hebben naast verschillende wensen ook een aantal gemeenschappelijke wensen en kenmerken. Van deze gemeenschappelijke wensen en kenmerken is een groot deel toepasbaar op alle reizigers. De belangrijkste drie basiswensen (en eisen) van de reiziger zijn: veiligheid & betrouwbaarheid, snelheid en gemak. Comfort en beleving komen daarboven in de klantenwensenpiramide[1]. Deze klantenwensenpiramide laat de verhouding tussen de wensen zien.

Veiligheid & betrouwbaarheid is een randvoorwaarde en dus noodzakelijk. Daar boven staan de "dissatisfiers". Alle reizigers zullen teleurgesteld zijn wanneer gemak/snelheid niet volgens wens zijn. Boven de "dissatisfiers" staan de "satisfiers": comfort en beleving. Deze twee maken de reis extra aangenaam en worden meestal op emotionele basis getoetst en zijn per groep wisselend. Geld (budget) is geen wens (of kwaliteit), maar is hetgeen dat de reiziger voor de wensen over heeft. Kosten beïnvloeden net als de wensen van reizigers, de modaliteitkeuze.

[1] Klantenwensenpiramide volgens Hagen, M. van & G.J. Peek (2004), zie ook figuur 3.1

Tijdselement + Gewicht	
Tijd in voertuig	1,0
Voortransporttijd	2,2
Wachttijd	1,5
Natransporttijd	1,1

Veiligheid & betrouwbaarheid (Randvoorwaarde)

Belangrijke randvoorwaarde voor de reiziger is om op een veilige manier te worden vervoerd van A naar B, dit geldt eigenlijk voor alle verplaatsingen met alle vervoerswijzen. Voor het OV geldt ook dat de betrouwbaarheid van de reis op een dermate goed niveau moet zijn. Met deze betrouwbaarheid wordt, o.a. de uitvoering van de dienstregeling (punctualiteit en rituitval) bedoeld. Beide hebben grote invloed op de betrouwbaarheid van een reis. De vertraging van een bus kan leiden tot een gemiste aansluiting op het volgende overstappunt. Dit verlengt direct de reis- maar ook wachttijd van de reiziger. Een verlenging van de wachttijd voelt erger aan dan een verlenging van de rittijd. Dit heeft te maken met de ervaring van de reiziger. Deze ervaring is vertaald in wegingelementen. In tabel 3.1 zijn deze wegingelementen zichtbaar van een reis. Zo is te zien dat de voortransporttijd (x 2,2) en de wachttijd (x 1,5) langer worden ervaren dan ze daadwerkelijk zijn.

Tabel 3.2 laat de relatie tussen betrouwbaarheid en aantal reizigers zien. Hieruit blijkt dat de betrouwbaarheid zeer bepalend is voor het aantal reizigers (voor alle groepen reizigers).

Relatie Betrouwbaarheid & Aantal reizigers	Reguliere gebruikers	Incidentele gebruikers	Niet-gebruikers
Toename betrouwbaarheid van de reistijd[1]	9%	22%	9%
Afname betrouwbaarheid van de reistijd[1]	-17%	-44%	-

[1]percentage mensen dat meer (toename) of minder (afname) gebruik gaat maken van OV

Tabel 3.2 || Relatie betrouwbaarheid - aantal reizigers (Bruyn, et al., 2009)

Gemak en snelheid (Dissatisfiers)

De belangrijkste dissatisfier na de randvoorwaarde veiligheid & betrouwbaarheid is snelheid. Snelheid is vooral terug te vinden binnen het kader van de dienstregeling (het product). De snelheid wordt ervaren als een belangrijk concurrerende eigenschap met de auto of de fiets. Hoe hoger de snelheid, hoe beter het OV kan concurreren met de andere modaliteiten. Wanneer de snelheid laag is door beperkingen of verstoringen heeft dit een negatieve invloed op de totale reiservaring, maar toch kan een lage snelheid soms positief worden ervaren, een toerist wil bijvoorbeeld van het uitzicht genieten en wil niet dat de bus erdoorheen raast op hoge snelheid.

Naast snelheid is gemak ook een dissatisfier. Bij gemak draait het om een makkelijke (zorgloze) reis, elementen die hierbij een rol spelen: duidelijke reisinformatie, aansluitend voor- en natransport en weinig (complexe) overstappen. Daarnaast is het contact met de klant belangrijk bij gemak, dat contact bestaat uit meerdere onderdelen: het contact tussen het uitvoerend personeel (conducteur, machinist, buschauffeur) en de klant, het contact voor de reis bij het loket of verkooppunt, het contact (na de reis) met de telefonische klantenservice en het contact via het internet (e-mail en social media). Gemak is voor alle reizigers van groot belang.

Comfort en Beleving (Satisfiers)

Deze wensen zijn specifiek voor een bepaalde klantgroep en zijn dus niet voor de hele groep reizigers te bepalen. Dit zijn ook vaak de “extraatjes” die het OV aantrekkelijker kunnen maken. Zonder deze twee elementen kan een reiziger nog

voor het OV kiezen, maar wanneer men deze elementen op de juiste manier weet toe te passen kan het leiden tot een groei aan reizigers. Vaak zijn deze elementen een verdere uitwerking op de “basiswensen” (zie ook paragraaf 3.2).

Sociale demografische ontwikkeling: Vergrijzing

Naast de wensen en kenmerken van de doelgroepen is het ook van belang om rekening te houden met de belangrijkste sociale demografische ontwikkelingen uit de regio. Een belangrijke ontwikkeling binnen de sociale demografie is de vergrijzing. Vooral in Limburg speelt de vergrijzing een grote rol, wat gevolgen heeft op de aanwezige doelgroepen. Daarnaast spelen ondernemers in op het feit dat hun bezoekersgroep meer uit ouderen bestaat. Ouderen komen voornamelijk tijdens het voor- en naseizoen. Bij het ontwikkelen van de concepten moet rekening worden gehouden met het feit dat de groep ouderen zal groeien. Ouderen hebben specifieke (aanvullende) eisen die vooral liggen op het gebied van toegankelijkheid, gemak en comfort.

In combinatie met de vergrijzing daalt het aantal inwoners in de provincie sterk. Een van de oplossingen van de zuidelijke regio’s tegen de krimp (en de bijbehorende) werkeloosheid is het extra investeren en inzetten op toerisme. Hierdoor zorgt deze sociale demografische ontwikkeling voor een extra druk op de toeristische sector.

3.2 Specifieke wensen en kenmerken

Zoals in 2.1 al duidelijk werkt zijn er naast de generieke wensen (die gelden voor alle reizigers) ook specifieke wensen en kenmerken die voor bepaalde doelgroepen gelden. In deze paragraaf worden de specifieke wensen voor de dagrecreant (3.2.2) en de verblijfstoerist (3.2.3) uitgewerkt. Deze twee groepen vormen samen de bezoekers aan het Heuvelland en kunnen door gebruik te maken van innovatieve vervoersconcepten wellicht een beperkend effect hebben op de verkeersdruk.

3.2.1 Gezamenlijke specifieke wensen en kenmerken

Voor de dagrecreant en de verblijfstoerist geldt dat zij beide hun vrije tijd besteden in het Heuvelland. Door dit gemeenschappelijke doel hebben beide groepen ook een aantal wensen en kenmerken die gelijk zijn aan elkaar, maar afwijken van de algemene groep OV reizigers:

- Gemak
- Service / Klantcontact
- Vrijheid
- Blijdschap / Leuk / Mooi OV
- Reizen met een gezelschap

Gemak (Hagen, et al., 2012)

De grootste wens van de bezoeker is om een zorgeloze reis te hebben. Dit geldt zoals eerder is benoemd voor alle reizigers maar dit kan voor de recreatieve reiziger als een soort randvoorwaarde worden gezien om voor het OV te kiezen. Deze reiziger wil zorgeloos genieten van zijn vrije tijd en heeft geen zin om zich te verdiepen in ingewikkelde dienstregelingen, lijnnetkaarten, tariefsystemen en voorwaarden. Alle mogelijke belemmeringen die een reis moeilijker maken moeten zoveel mogelijk worden weggehaald voor deze groep reizigers. Deze groep reizigers kiest anders heel snel voor de auto of voor een andere bestemming.

Service / Klantcontact (Kler, et al., 2008)
Vanwege het feit dat de recreatieve reiziger vaak niet bekend is met de omgeving of het OV systeem heeft deze reiziger weinig kennis over het systeem. De reiziger probeert enigszins zelf informatie op te zoeken maar zit meestal toch met vragen voor, gedurende en na de reis. Daarvoor is het voor deze reiziger belangrijk dat er aanspreekpunten zijn waar men vragen kan stellen. Een oplossing hiervoor is om overal personeel te plaatsen zodat men overal geïnformeerd kan worden. Een reëlere oplossing is om door de informatievoorziening te verbeteren, een aantal meest gestelde vragen te voorkomen. Na de reis is voor de incidentele reiziger het contact ook van belang vanwege eventuele fouten die de reiziger heeft gemaakt met bijvoorbeeld een OV-chipkaart (vergeten check-uit) of vanwege verloren voorwerpen.

Vrijheid (Hagen, et al., 2012)
Een veel gehoorde reden om voor de auto te kiezen tijdens recreatieve reizen is de vrijheid die de auto biedt. De auto biedt de vrijheid om naar elk punt op elk moment te reizen. Een ongeplande tussenstop bij een restaurant of een mooi uitzichtpunt kan direct worden gemaakt. Deze vrijheid biedt het OV in mindere mate aangezien men gebonden is aan haltes en tijden. Het verschil met de auto ontstaat doordat het OV een collectief vervoersysteem is waar alles is afgestemd op een grote groep en niet op het individu.

Blijdschap / Leuk / Mooi OV (Bruyn, et al., 2009)
Uit het LeisureResult onderzoek is gebleken dat recreatieve reizigers een andere belevingswaarde hebben in het OV. Waar de spitsreiziger graag snel en zonder veel extra's wil reizen, wilt de recreatieve reiziger in een verblijfsgebied rustig genieten van het landschap. Een voorbeeld hiervan is de oude attractielijn die voorheen werd uitgevoerd. Deze buslijn reed met een open cabrio bus waarbij de bus als een attractie op zich werd gezien. Bij de recreatieve reiziger werden in het belevingsonderzoek vaak de woorden "blijdschap", "leuk" en "mooi" genoemd. Uit een aantal gesprekken met buschauffeurs en ondernemers is gebleken dat de attractielijn vaak wordt gemist, wanneer er gesproken wordt over toerisme en OV wordt de attractielijn als eerste genoemd.

Belangrijk hierbij wel is dat de aanvoerreis tussen Parkstad/Maastricht ⇔ Heuvelland niet per se volgens de recreatieve wensen hoeft te worden uitgevoerd aangezien het uitzicht en de beleving op deze trajecten niet van belang zijn.

Reizen met een gezelschap (Hagen, et al., 2012)
Een belangrijk kenmerk van de recreatieve groep is dat ze vaak met een gezelschap reizen. Te denken valt aan gezinnen, families, vrienden of collega's. Het kiezen voor de auto is vaak aantrekkelijker vanwege het feit dat het OV onaantrekkelijk wordt naar mate er met meer personen wordt gereisd. De totale prijs voor de reis in een auto met twee, drie (of meer) passagiers is gelijk aan de prijs met de auto voor één persoon. Bij het OV neemt de prijs evenredig toe.

3.2.2 Dagrecreant

De mensen die het Heuvelland één dag bezoeken en dus aan het eind van de dag weer huiswaarts gaan, worden in dit onderzoek onder de groep “dagrecreanten” geplaatst. Zoals eerder al is beschreven komt een groot gedeelte uit de provincie zelf, voornamelijk uit de aangrenzende stadsregio’s Parkstad en Maastricht.

Dagrecreanten uit de regio komen grotendeels met de auto en maken weinig gebruik van het openbaar vervoer (hoofdstuk 2). Dit kan worden verklaard door de wensen van de dagrecreant te toetsen aan de huidige situatie. Voor deze dagrecreanten zijn naast de gezamenlijke wensen uit paragraaf 3.1 en 3.2.1, de volgende punten belangrijk bij een dagrecreant:

- Let goed op de prijs
- Hecht waarde aan een zitplek
- Lagere reisbereidheid (geldt specifiek voor Limburg)
- Geen moeilijke aanvoerroute (de reis van de woning naar het recreatiegebied)
- Heeft een beeld over de vervoerder (imago)

Prijs

Bij het maken van de vervoerskeuze speelt bij de dagrecreant de prijs een grote rol. De dagrecreant heeft namelijk naast het OV vaak de auto als alternatief. Diegene die dit alternatief niet bezitten kunnen besluiten om dichterbij huis te gaan recreëren indien het OV voor hen te duur is. Bij de verblijfstoerist speelt de prijs een minder grote rol aangezien zij “op vakantie” zijn en daardoor minder prijsbewust zijn dan de reizigers uit de directe omgeving.

Hecht waarde aan zitplek (Gemeente Amsterdam, 2012)

Een dalreiziger/recreatieve reiziger wil graag zitten en ontspannend naar zijn of haar eindbestemming reizen. Deze reiziger “installeert zich ook op de zitplek”, deze wens hangt samen met het niet willen overstappen. De reiziger wil goed zitten en wil dan vervolgens ook niet meer overstappen. Overstappen betekent namelijk opnieuw “installeren” op een nieuwe plek en daarnaast moet er weer gezocht worden naar een (geschikte) vrije plaats.

Lagere reisbereidheid / geen moeilijke aanvoerroute (Boterman, et al., 2009)

In Limburg ligt de reisbereidheid voor een recreatieve reis relatief laag ten opzichte van de rest van Nederland. Van de reizen voor vrijetijdsbesteding reist 55% niet meer dan 5 km. De gemiddelde afstand voor recreatieve reizen is 13 km (in tegenstelling tot 15,7 in de rest van NL) (LeisureResult, December 2008). Dit kan worden verklaard doordat Limburg meer recreatieve omgevingen in de buurt kent of doordat men niet graag reist. Beide gevallen betekenen in ieder geval dat de aanvoerroute zo kort mogelijk moet zijn. In combinatie met de wens voor een zitplek en het weinig overstappen, moet de aanvoerroute dus zo gemakkelijk mogelijk worden gemaakt.

Beeld over de vervoerder (imago) (Bruyn, et al., 2009)
De dagrecreant komt vaak uit de directe omgeving, in deze directe omgeving (heel Limburg) rijdt dezelfde vervoerder (Veolia). De dagrecreant kent de vervoerder vanuit de (lokale) media, via-via of heeft er al eens meegereisd. Wanneer de verhalen en ervaringen slecht zijn, zal dit van invloed zijn op de vervoerskeuze. Vaak wordt daardoor niet eens gekeken naar het OV als alternatief voor de auto.

Niet alleen het imago van de vervoerder is van belang, het imago van het totale OV product is van belang. Dit imago bepaalt ook mede de vervoerskeuze, ook voor verblijfstoeristen. In paragraaf 4.2 wordt het imago van het OV verder toegelicht in combinatie met de daadwerkelijke situatie.

3.2.3 Verblijfstoerist

Onder een verblijfstoerist wordt verstaan: een bezoeker aan het Heuvelland die ten minste één nacht verblijft. Deze verblijfstoeristen komen vanuit verschillende herkomstbestemmingen, zowel uit binnen- als buitenland.

Verblijfstoeristen uit het binnenland reizen veel al per auto naar het Heuvelland, de toeristen uit het buitenland reizen per auto, trein, vliegtuig of bus (besloten vervoer) naar het Heuvelland. Het aantal herkomstlanden groeit de afgelopen jaren sterk. Belangrijke groeimarkten zijn Spanje en de minder gangbare landen uit Europa, Azië en de rest van de wereld. Op dit moment komt 11% van de verblijfstoeristen uit het buitenland, de grootste groepen buitenlandse toeristen komen nog steeds uit Duitsland (22%), België (19%) en Groot-Brittannië (18%).

Bij de verblijfstoerist zijn de volgende punten belangrijk:

- Wil duidelijkheid want de toerist is in een “vreemde” omgeving
- Simpele kaartsoorten (en tarieven)
- Goede verkrijgbaarheid van kaartsoorten
- Accommodatie moet goed te bereiken zijn
- Plant reis op het aanbod
- Buitenlandse toeristen zijn vaak gewend aan het OV in andere (grote) steden en hebben meertalige informatie nodig

Duidelijkheid (Stichting Recreatie KIC, 2006)
Voor iedereen is duidelijkheid belangrijk, maar voor een verblijfstoerist die onbekend is met de omgeving is duidelijkheid op elk niveau belangrijk. De toerist kent de omgeving niet en weet zich daardoor al moeilijk te oriënteren, de toerist kent vaak geen straatnamen of (kleine) plaatsnamen.

Simpele kaartsoorten (en tarieven) (Stichting Recreatie KIC, 2006)
De toerist is op vakantie en heeft geen zin om zich uitgebreid te verdiepen in kaartsoorten en tarieven. Waar de dagelijkse reiziger (en ook de dalreiziger) kijkt naar (speciale) kortingen zal de toerist eerder kijken naar een kaartje dat hem vrijheid biedt waarbij hij of zij geen risico loopt op fouten of moeilijkheden. De kaartsoorten moeten het liefst zo min mogelijk speciale voorwaarden kennen zodat in één oogopslag is te zien waar het ticket geldig is en waar niet. Hierdoor zijn ze de verblijfstoeristen ook minder prijsgevoelig dan gewone OV reizigers.

Goede verkrijgbaarheid van kaartsoorten (KpVV, 2008)
Naast de kaartjes zelf moet het kaartje ook makkelijk te verkrijgen zijn. Een ticket dat via een couponcode te koop is, vervolgens online moet worden ingewisseld, daarop volgend weer moet worden afgedrukt op A4 formaat en uiteindelijk alleen met legitimatiebewijs geldig is, zal als omslachtig en moeilijk worden ervaren. Hierdoor zal de toerist afhaken. Ook de OV-chipkaart is voor incidentele OV reizigers of buitenlanders lastig in gebruik. Er moet eerst een chipkaart worden gekocht bij een verkooppunt en daarna moet men geld opladen om er gebruik van te kunnen maken. Allemaal drempels in de verkoop van de kaartsoorten die het gebruik van het OV niet stimuleren.

Accommodatie moet goed bereikbaar zijn
De verblijfstoerist die twee of meerdere dagen verblijft, wil graag in de ochtend vanuit zijn hotel vertrekken en in de avond terugkeren naar de accommodatie. Daarnaast willen sommige toeristen ook gedurende de dag van en naar hun accommodatie pendelen. Wanneer de accommodatie moeilijk te bereiken is, zal men kiezen voor een ander vervoersmiddel omdat de belemmering iedere keer weer merkbaar is.

Plant reis op aanbod (Gemeente Amsterdam, 2012)
Hiermee wordt bedoeld dat de reiziger op zoek gaat naar een reis die past bij hun wensen. Een reis die wellicht korter is maar een extra overstap kent, wordt genegeerd voor een rechtstreekse (langzamere) verbinding. Deze reiziger heeft er ook minder problemen mee als er geen sprake is van een hoogfrequente verbinding, de toerist ziet liever ruime voorzieningen en gemak.

Buitenlandse toeristen (Stichting Recreatie KIC, 2006)
Toeristen die vaker op stedentrip zijn geweest hebben enige ervaring met het OV in het buitenland. Bezoekers aan Londen, Parijs of Berlijn maken veelvuldig gebruik van het OV omdat het de snelste en makkelijkste manier is van verplaatsen binnen deze grote steden. Door deze ervaringen hebben zij ook bepaalde verwachtingen. Toeristen zijn vaak gewend aan dagkaarten (vanwege de vrijheid en het gemak) of aan simpele enkeltjes. Eventuele speciale voorwaarden moeten daarom ook duidelijk worden gecommuniceerd aangezien de toerist hier niet op rekent. Veel gehoorde uitspraken zijn dan ook: “Bij ons is dit wel toegestaan” of “Bij ons verkopen ze deze kaartjes wel aan boord”. Mensen refereren graag naar een voorbeeld waar het beter is geregeld.

Daarnaast moet worden nagedacht over de communicatie naar de buitenlandse toerist in bijvoorbeeld folders. Het is belangrijk dat ook deze reiziger de informatie over het concept kan begrijpen.

3.3 Conclusies

Nu er meer duidelijk is geworden over de wensen en kenmerken van de bezoekers aan het Heuvelland kan er worden overgegaan tot het toetsen van deze wensen aan de huidige situatie. Daaruit ontstaat een beeld waaraan het Heuvelland moet voldoen om meer bezoekers met het OV te laten reizen.

Een belangrijke conclusie is dat de bezoekers zoeken naar gemak en duidelijkheid. Samen met alle andere genoemde wensen en kenmerken worden deze wensen in tabel 3.3 samengevat. De wensen van de OV-reiziger uit de klantenwenspiramide staan niet in deze tabel vermeldt (zie figuur 3.1).

Dagrecreant	Verblijfstoerist
• **Lage prijs** Reiziger let heel erg op de prijs (= zeker in combinatie met het samenreizen)	• **Vreemde omgeving (wellicht Buitenland)** Wil naast reisinformatie ook informatie over het gebied
• **Imago** Kennen vaak de vervoerder, hebben al een beeld gevormd	• **Buitenlander** Is vaak gewend aan “internationale standaarden” op gebied van reisinfo of kaartjes
• **Hecht waarde aan zitplek** Installeert zich op een plek / zoekt naar vrije plaats(en)	• **Simpele tarieven / kaartsoorten** Duidelijke simpele kaartsoorten en zijn ook minder prijsgevoelig.
• **Geen moeilijke aanvoerroute (niet complex)**	• **Goede verkrijgbaarheid kaartsoorten** Kaarten moeten makkelijk te koop zijn.
• **Lage reisbereidheid in Limburg** Recreanten reizen relatief minder dan in de rest van Nederland	• **Goede bereikbaarheid accommodatie** De accommodatie moet goed te bereiken zijn.
	• **Plant reis op aanbod** Zeer hoge frequenties zijn niet nodig, toerist plant op het reisaanbod in de regio
Gezamenlijke wensen en kenmerken	
• **Gemak** Reiziger is een dagje weg of op vakantie en wil zorgeloos reizen. Rechtstreekse verbindingen (weinig overstappen = weinig onzekerheden) => snelheid van minder belang hierbij	
• **Service / Klantcontact** Beide groepen zijn (vaak) niet bekend met het systeem en hebben vragen die ze graag beantwoord willen hebben.	
• **Vrijheid** De auto biedt vrijheid, het OV moet dat ook kunnen bieden (in- en uitstappen waar ik wil)	
• **Blijdschap / Leuk / Mooi OV** Het OV moet onderdeel zijn van je dagje uit (het OV moet een “attractie op zich zijn”) Belevingswaarde van de reis is belangrijk voor Leisure reizigers => Ruimere rittijd = Lagere snelheid = Meer van uitzicht genieten	
• **Reizen samen** Meestal met partner (en/of kinderen) of met groepen (bijvoorbeeld: vrienden, collega’s of familie)	

Tabel 3.3 || Overzicht wensen en kenmerken (dagrecreanten en verblijfstoeristen)

H4

Voorbeelden & Uitgangspunten

H4. Voorbeelden & Uitgangspunten

Na de inventarisaties uit hoofdstuk 2 en 3 kunnen de huidige situatie en de wensen naast elkaar worden gelegd. Hieruit ontstaan uitgangspunten voor nieuwe concepten. Daarnaast komen eventuele tekortkomingen aan de huidige situatie in beeld. Deze tekortkomingen geven aan wat er nodig is om het gebruik van het openbaar vervoer te stimuleren. In hoofdstuk 5 worden, op basis van deze uitgangspunten, de concepten opgesteld die hierop aansluiten. Voordat de punten worden uitgewerkt worden de voorbeeldprojecten in paragraaf 4.1 weergegeven.

4.1 Inspiratie uit voorbeeldprojecten

In deze paragraaf worden een aantal voorbeeldgebieden geanalyseerd. Deze analyse omvat het bekijken van het OV (concept) dat wordt gebruikt in de stad (of het gebied), de manier van financieren en de leerpunten uit dit project. Die leerpunten zijn voornamelijk belangrijk voor de ontwikkeling van de nieuwe concepten in hoofdstuk 5. De voorbeeldgebieden worden daarnaast ook gebruikt ter inspiratie voor zowel het gewenste beeld, als de tekortkomingen aan het huidige systeem.

4.1.1 Renesse (NL)

Locatie: Renesse, Zuid-Holland (kustgebied)
Periode: 1997-heden
Partijen: Ministerie I&M, provincie Zeeland, gemeente Schouwen-Duiveland, Taxi Centrale Renesse, ondernemers
Concepttitel: “Mobiliteit is fun – Recreatietransferrium Renesse”

Figuur 4.1 || Overzicht systeem P+R Transferium Renesse

Aanleiding

Veel toeristen komen in de zomermaanden naar de kustgebieden om te genieten van het strand. Renesse is een van de populaire stranden waar flinke verkeersoverlast ontstaat. Vooral in de kleine dorpskern is deze verkeersoverlast vervelend voor de toerist, de inwoners en de ondernemers.

Doelstelling

Het doel van dit concept is om de verkeersoverlast terug te dringen (vooral in de dorpskern) om zo de bereikbaarheid en leefbaarheid van Renesse te verbeteren.

Het concept

Doordat verschillende partijen zijn gaan samenwerken is een transferium ontstaan. De bedoeling is dat reizigers gebruik maken van het openbaar vervoer voor het laatste stukje van hun reis richting het strand. De auto kan worden geparkeerd op een grote parkeerplaats buiten het dorp waardoor de verkeersdrukte in de dorpskern wordt verminderd. De “strandbussen” die het vervoer verzorgen tussen de parkeerplaats en de voorzieningen (zoals het strand) worden gratis verzorgd. Hierdoor wordt deze manier van reizen een goedkoop alternatief voor het verder rijden met de auto. Naast de gratis strandbussen bespaart de automobilist ook (dure) parkeerkosten die in de dorpskern en aan het strand worden gevraagd. Deze parkeerplaatsen in de kern en aan het strand zijn tevens in capaciteit verlaagd om het transferium aantrekkelijker te maken. Het overstappunt (transferium) is zodanig ingericht dat het overstappen tussen de auto en het aansluitende vervoer gemakkelijk en soepel verloopt.

Speciaal aan het natransportsysteem in Renesse is dat het vervoer leuker is gemaakt. Het natransport is een attractie op zichzelf. Er rijden gratis strandbussen (met zand op de vloer), een cabriobus (met een open dak) en er rijdt een huifkar. Naast deze collectieve OV-vormen rijdt er ook een StrandExpress, een taxi je afzet op het strand. De inzet van de bussen wordt afgestemd op de vraag. Op basis van de weersvoorspelling wordt ingeschat hoeveel bussen er nodig zijn (er wordt altijd volgens de dienstregeling gereden!).

De verschillende partijen hadden allemaal belang bij het oplossen van het verkeersprobleem:

- Gemeente: leefbaarheid in het dorp verbeteren
- Ondernemers (toeristische sector): product verbeteren
- Ministerie I&M[2]: interesse in een pilotproject voor transferia
- Taxi Centrale Renesse (vervoerder): bussen in de zomer laten rijden (ondanks de zomerdienstregeling waarbij er minder bussen rijden)

Het transferium zelf is ook aantrekkelijk gemaakt door het aanleggen van voorzieningen op het transferium. Er is in Renesse gekozen voor een VVV servicepunt in combinatie met een winkel. Door het toevoegen van deze voorzieningen wordt de sociale veiligheid en de aantrekkelijkheid van het transferium verhoogd. Daarnaast kunnen bezoekers hier worden geholpen bij eventuele vragen over het gebruik van het transferium.

Financiering

De kosten van dit project lagen rond de 3,3 mln. euro (inclusief exploitatie voor vijf jaar). De kosten zijn als volgt verdeeld over de verschillende overheidslagen:

- 20% - Provincie
- 50% - Rijksoverheid
- 30% - Gemeente

[2] Bij de start van het project was dit nog het ministerie van Verkeer en Waterstaat.

De kosten voor de provincie en de rijksoverheid ontstaan voornamelijk uit de realisatie van het transferium. De kosten voor de gemeente waren voor de exploitatie van de eerste vijf jaar. Na de vijf jaar werd het project voortgezet uit een combinatie van bijdragen van de gemeente en de provincie. Doordat het een succesvol project bleek te zijn, zijn de overheidspartijen tot dusverre er in geslaagd om geld vrij te maken voor de exploitatie van het transferium.

De gemeente heeft de toeristenbelasting met 0,10 verhoogd om ook de toerist zelf mee te laten betalen aan het systeem. Daarnaast zijn tarieven van het parkeren aan het strand en in de dorpskern verhoogd, deze extra inkomsten worden ook gebruikt voor het transferium.

Leerpunten

De leerpunten komen uit het recreatie voorbeeldenboek “dagje uit” van het KpVV:

- Een product moet in één keer goed in de markt worden gezet
- Voor zo’n project is een actieve trekker/bestuurlijke ambassadeur nodig.
- Benader het probleem ook vanuit het perspectief van de toerist die zijn auto wil parkeren en verder geen kosten meer wil hebben.
- Het natransportsysteem is in sterke mate medebepalend voor de aantrekkelijkheid van het totale transferium en daarmee van invloed op het gebruik.
- Een transferium is niet een doel op zich, maar een middel om lokale knelpunten op te lossen. Het is onderdeel van een totaalpakket om de verkeersoverlast te reduceren.
- Er moet een gemeenschappelijk belang zijn om het probleem op te lossen.
- Met weinig moeite en een beetje creativiteit kun je een product heel aantrekkelijk maken (strandbus).

Figuur 4.2 || Transferium Renesse (bron: TCR Renesse)

4.1.2 Hasselt (B)

Locatie: Hasselt, België (stad)
Periode: 1997 tot mei 2013
Partijen: Vervoersbedrijf de Lijn, gemeente Hasselt
Concepttitel: Gratis openbaar vervoer voor bezoekers en inwoners

Aanleiding

In 1997 werd onder de toenmalige burgemeester Steve Stevaert besloten om gratis openbaar vervoer voor iedereen in Hasselt in te voeren. De reden van de invoering komt gedeeltelijk uit het nieuwe verkeersbeleid, maar komt voornamelijk uit de reeks spectaculaire maatregelen die Steve Stevaert doorvoerde om Hasselt weer te laten opbloeien. Lage belastingen, realisering van de groene boulevard en het gratis openbaar vervoer voor iedereen. Destijds was gratis OV in een stad zeer uniek want vrijwel niemand had dit ooit toegepast op een hele stad.

Doelstelling

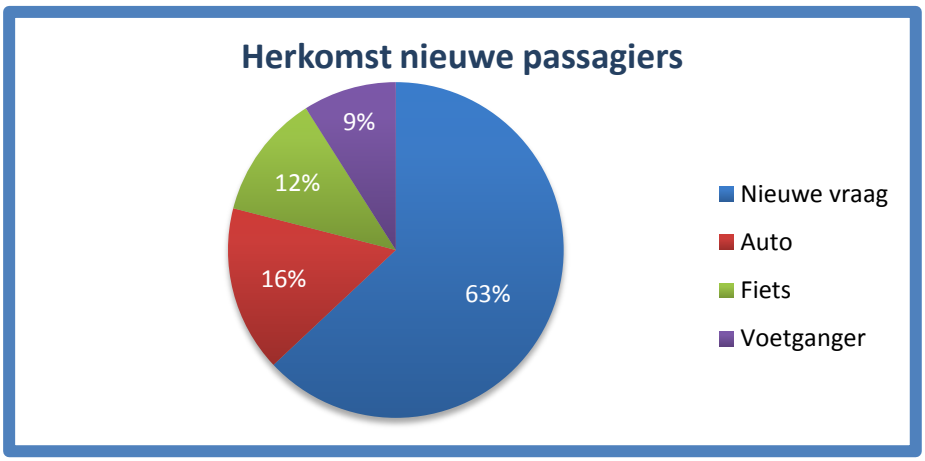
Het doel was om het openbaar vervoer te stimuleren en het autogebruik in de stad terug te dringen.

Het concept

Het invoeren van het gratis openbaar vervoer werd tegelijk ingevoerd met de opwaardering van het busnetwerk. Voor de invoering reden er maar vier buslijnen in een uurfrequentie. Dit resulteerde ook in weinig reizigers: 310.000 in 1996. Toen het gratis OV werd ingevoerd werd het netwerk tegelijkertijd uitgebreid:

- Aantal **lijnen** van 4 naar **9**
- Aantal **dagelijkse ritten** van 84 naar **510**
- Aantal **haltes** van 135 naar **270**
- Aantal **reizigers** van 310.000 naar **4.120.000** (!!)

Een spectaculaire groei van het aantal reizigers werd in de periode 1996-2004 behaald. Het aantal reizigers was met 1229% gestegen. De groei komt vooral voort uit een nieuwe vraag. Relatief weinig autogebruikers stappen over op de bus in tegenstelling tot de nieuwe vraag. In figuur 4.3 is terug te zien wat de herkomst is van deze nieuwe OV-reizigers.



Figuur 4.3 || Herkomst passagiers - gratis OV Hasselt (bron: Goeverden, 2006)

Een aantal opvallende gevolgen van de invoering van het gratis OV in Hasselt:

- De stad (centrum) werd beter bereikbaar en werd hierdoor vaker bezocht, hier profiteren de plaatselijke ondernemingen van.
- Er werd in totaal meer gewandeld omdat het busvervoer in de meeste gevallen niet van deur-tot-deur is.
- Opvallend was dat de nieuwe reizigers voor een groot deel het ziekenhuis gingen bezoeken om vaker op ziekenbezoek te gaan.

Financiering

De Lijn vraagt de gemeente Hasselt om een bijdrage waardoor het OV kostendekkend wordt. Tot 2013 was de vergoeding die stad betaalde 1,8 miljoen euro per jaar. Door stijgende kosten verhoogde de Lijn in 2013 de bijdrage naar 2,8 miljoen euro per jaar. De gemeente kon deze stijging niet betalen waardoor in mei 2013 het project werd gestopt. Vanaf nu reizen de gebruikers voor 0,60 eurocent per enkele reis, de gevolgen in de praktijk van deze omslag van gratis naar goedkoper OV zijn nog niet bekend.

Leerpunten

Doordat het project ongeveer 15 jaar heeft gefunctioneerd als vaste voorziening kunnen er een aantal leerpunten worden overgenomen uit dit project:

- Bij gratis OV kan iedereen er gebruik van maken; ongewenste reizigers zullen ook gebruik maken van je product.
- Het aantal korte afstandsverplaatsingen per fiets en te voet zal afnemen in stedelijke gebieden.
- Er wordt een nieuwe groep reizigers aangetrokken die hun reis eerst niet zouden maken; extra mobiliteit. Auto-reductie is maar beperkt.
- Het kost veel geld om gratis OV mogelijk te maken als overheid. De hoge kosten hebben er ook toe geleid dat dit project is beëindigd.
- Gratis OV kan leiden tot een plotseling hogere vraag waardoor de capaciteit moet worden uitgebreid, wees erop voorbereid dat naast de investering voor gratis OV, ook eventueel investeringen om het OV uit te breiden nodig zijn. Wanneer dit niet wordt gedaan verliest het OV comfort (overvolle bussen) waardoor er vraaguitval optreedt en het effect van het gratis OV verloren gaat.

Figuur 4.4 || “Einde aan gratis bussen in Hasselt” (bron: Het belang van Limburg)

4.1.3 De Eifel (D)

Locatie: Eifel (Aachen) (natuurgebied)
Periode: tot op heden
Partijen: AVV (Aachener Verkehrsverbund) & Stadregio Aachen
Concepttitel: Natur Erfahren! (Eifel mit bus und bahn)

Aanleiding
Het openbaar vervoer speelt al jaren een belangrijke rol in het verkeer- en vervoersysteem van de Eifel. Het verkeersverbond van Aachen en de omliggende regio's zetten zich in om toeristen (in de weekenden) te vervoeren van/naar/binnen het gebied van de Eifel.

Doelstelling
Het doel van dit concept is om zoveel mogelijk mensen duurzaam te vervoeren in het nationale park de Eifel.

Het concept
In dit voorbeeld is geen sprake van een concept maar een pakket aan maatregelen die het vervoer moeten stimuleren. Alle bussen in de Eifel hebben een bijnaam die verwijst naar de bestemming of de route, ze zijn voornamelijk gericht op toeristen aangezien er weinig inwoners wonen in het natuurgebied.

De bussen die rondrijden in/rondom het Nationale park de Eifel:

Buslijn	Toelichting
Urftsee-pendelbus	Pendelbus naar stuwmeer
Wasser-Linie 231	Belangrijke Noord-Zuid verbinding
Mäxchen	Regio Heimbach / Swammenauel (Rurtalsperre)
National-park-Linie SB63 / 66 / 67	Verbindingen van/naar/door Eifel
RurseeAixpress 68 / 82 / 83	Verbindingen van/naar/door Eifel
Fahrradbusse	Fietsbussen
Wald-Linie 815	Met fietsaanhanger (Monschau-National Park Eifel)

Tabel 4.1 || Overzicht bussen Eifel (bron: AVV)

Speciaal aan de (bovenstaande) bussen is dat ze rijden op de vraag vanuit het toerisme. Hiermee wordt bedoeld dat de bussen meestal relatief weinig rijden, maar op zaterdag/zondag (gedurende het hoogseizoen) rijden ze vooral in de ochtend (aanvoer) en namiddag (afvoer) frequent. Ze sluiten hierbij aan op het "reguliere" OV dat de bezoeker naar de randen van het Nationale Park brengt. In het laagseizoen (oktober t/m maart) rijden de meeste bussen niet.

Er rijden speciale fietsbussen die reizigers van/naar het gebied brengen met de fiets. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van een aanhanger die achter de bus kan worden gehangen of er worden zitplaatsen in de bus verwijderd voor fietsplaatsen.

De reisinformatie is zeer uitgebreid middels talloze folders en websites over het vervoer in/rondom de Eifel. Naast informatie over het vervoer worden ook praktische tips, fiets- en wandelroutes aangegeven (inclusief bijbehorende OV info).

Financiering

Op de meeste bussen is het normale OV-tarief (AVV en VRS) geldig. Een aantal speciale lijnen zullen een extra vervoersbewijs vereisen (dit geldt voornamelijk voor bussen/treinen die met historisch materieel rijden). Doordat het aanbod niet ontzettend hoog is en men het normale tarief betaalt, blijven de exploitatiekosten redelijk beperkt. Het Nationaal Park de Eifel, de stadsregio en de overige partners, het openbaar vervoer in de Eifel ondersteunen het vervoerssysteem door middel van een actieve en intensieve communicatie over het openbaar vervoer.

Leerpunten

Uit de verschillende informatiebronnen komen volgende leerpunten:

- Werk samen met de lokale partners, niet alleen vanwege de financiële zijde, maar ook vanwege de communicatie naar de klant / reiziger toe.
- Toeristen vragen om een ander aanbod vervoer dan reguliere reizigers. Stem het OV zo veel mogelijk af op bijvoorbeeld de gewenste tijden waarin toeristen reizen, een hoogfrequente verbinding buiten de “toeristentijden” is dan ook niet noodzakelijk.
- Laat vervoersbewijzen op zoveel mogelijke vervoersmiddelen geldig zijn in verband met de duidelijkheid (gemak) en aantrekkelijkheid (keuze).
- Maak doorreismogelijkheden duidelijk; wanneer men vertrektijden communiceert van een bepaalde treinverbinding moet men erbij vermelden dat deze trein in plaats X aansluiting geeft op de speciale bus richting Y (maak het uiteraard ook mogelijk dat aansluitingen bij vertraging eventueel wachten, zeker bij lage frequenties!)
- Maak het OV leuk en aantrekkelijk door afwijkend materieel in te zetten of extra services aan te bieden (zoals de fietsaanhangwagen).

Figuur 4.5 || Voorbeeld van een fietsaanhanger voor een bus (bron:BernKastel)

4.1.4 Veluwe (NL)

Locatie: Veluwe (natuurgebied)
Periode: 2005 - heden
Partijen: Provincie Gelderland, gemeenten op de Veluwe, Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, Veluws Bureau en Gelders Overijssels bureau voor Toerisme, Geldersch Landschap, Recreatiegemeenschap Veluwe, Wageningen Universiteit
Concepttitel: Sturen kan! Natuurtransferia op de Veluwe

Aanleiding
Veel toeristen komen naar de Veluwe om te recreëren en van de rust te genieten. Vrijwel alle bezoekers komen met de auto naar het natuurgebied toe wat leidt tot drukte op de wegen, zowel in en rondom het natuurgebied. Dit zorgt ook voor een toenemende parkeerdruk die leidt tot chaos. De rust, waarvoor men komt, wordt hierdoor verstoord wat leidt tot overlast voor bewoners en bezoekers.

Doelstelling
Het doel van het project is om de verkeersproblematiek aan te pakken.

Het concept
Het natuurgebied de Veluwe bleek lastig bereikbaar te zijn voor het openbaar vervoer. Hierdoor is de auto voor veel mensen een aantrekkelijk vervoersmiddel om van/naar de Veluwe te reizen. De auto geeft namelijk het gemak, de flexibiliteit en de onafhankelijkheid die het OV niet kan bieden op een gelijkwaardige manier.

De gemeente is in samenwerking met de partijen aan de slag gegaan om het verkeer beter te gaan sturen naar de gewenste recreatieplekken. Kwetsbare plekken binnen het gebied worden zoveel mogelijk vermeden. Het natuurtransferium Nunspeet is de grootste oplossing binnen het maatregelenpakket. Het transferium is naast een parkeerterrein ook een centraal gelegen activiteitencentrum met uitkijktoren, activiteitenbos, speeltuin en het is een belangrijk startpunt (knooppunt) voor diverse wandel- en fietsroutes. Hierdoor trekt het transferium bezoekers met kinderen en mensen die naast de natuur ook een stukje beleving zoeken.

Naast dit transferium zijn er diverse andere maatregelen uitgevoerd zoals betere bewegwijzering, duidelijke routes en herkenbare toegangsplekken. Een opvallende “kleine” maatregel die succesvol bleek te zijn heeft te maken met de infrastructuur. Het verkeer in het Posbankgebied reed voorheen altijd via de doorgaande weg naar het centrum en parkeerde daar vervolgens de auto. Dit leidde tot overlast en drukte in het centrum, terwijl de rustige parkeerplaats voor bezoekers bij een afslag van de toegangsweg ligt. Hierop is besloten de doorgaande weg om te buigen richting de parkeerplaats, waardoor je als bezoeker direct naar het parkeerterrein wordt gestuurd. Voor het centrum moet men nu afslaan (voorheen moest dit voor het parkeerterrein). Dit heeft ertoe geleid dat vrijwel al het verkeer naar de parkeerplaats rijdt. In plaats van bestraffen en verbieden is gekozen voor uitnodigende maatregelen op de Veluwe. Dit betekent dat de plekken waar je bezoekers graag wilt hebben, aantrekkelijker moeten worden gemaakt door verschillende maatregelen zoals hiervoor is beschreven.

Financiering

De kosten voor de aanpassingen in de infrastructuur zijn eenmalig en hoeven niet hoog uit te vallen wanneer wegen maar beperkt worden aangepast.

De aanleg van het transferium en de voorzieningen rondom het transferium zijn vergelijkbaar met die van Renesse. Afhankelijk van de hoeveelheid en het type voorzieningen zijn de kosten verschillend per transferium. In tegenstelling tot het transferium in Renesse is er geen uitkijktoren gebouwd in Renesse, daarentegen zijn er geen bussen nodig bij het transferium op de Veluwe. Naast de realisatiekosten moet men ook rekening houden met de exploitatie en onderhoudskosten voor de voorzieningen. De kwaliteit van de voorzieningen mag niet achteruitgaan aangezien het belangrijk is dat het transferium een aantrekkelijke plek blijft waar mensen graag terugkomen.

Leerpunten

De leerpunten komen uit het recreatie voorbeeldenboek “dagje uit” van het KpVV:

- Sturing van gemotoriseerd recreatieverkeer is mogelijk, uitnodigende maatregelen hebben hierbij het meeste effect.
- Het bepalen welke uitnodigende sturingsmaatregelen het meeste effect hebben is maatwerk.
- Inzicht in wensen, behoeften en gedrag van de recreant is belangrijk voor het scheppen van het juiste aanbod; elk gebied trekt een ander type recreant.
- Inzicht in de verkeersstromen in een gebied is zowel voorafgaand aan de implementatie van sturingsmaatregelen als naderhand belangrijk.
- Het opzetten van een transferium in combinatie met voorzieningen die de beleving vergroten trekt bezoekers aan met kinderen aangezien zij naast de rust ook een stukje beleving zoeken.

Figuur 4.6 || Natuurtransferium Nunspeet (bron: VVV Nunspeet)

4.1.5 Klein Walsertal (O)

Locatie: Klein Walsertal
Periode: 1992 tot heden
Partijen: Vervoerder, Kabelbaanexploitanten, Gemeente, Lokale VVV, Doelfonds Toerisme, Toeristische bedrijven
Concepttitel: Allgäu-Walser-Card

Aanleiding
Uit een studie gericht op het tegengaan van het volledig vastlopen van de verkeerscirculatie in het dal, is de conclusie ontstaan om het collectieve vervoer te gaan stimuleren. Er moest een overgang komen van het (groeiend) individueel verkeer naar collectief vervoer, het OV moest worden gestimuleerd in het Verkeerscirculatieplan van 1992.

Doelstelling
Het doel is ook om het OV te stimuleren om het vastlopen van de verkeerscirculatie in het dal op te lossen. Daarvoor is een Allgäu-Walser-Card (toeristenpas) ontwikkeld die de volgende doelen heeft (Vermeulen, 2011):

- Verminderen van de negatieve effecten van het particuliere verkeer
- Verbeteren van de verblijfskwaliteit in de centra
- Bevorderen van het behoud van de landschappelijke scenery en waarden
- Verbeteren van de attractiviteit van het dal voor de voetganger
- Het garanderen van de bereikbaarheid van alle bestemmingen in het dal
- Bevorderen van een geordende verkeersafwikkeling
- Milieusparende bevrediging van de verplaatsingsbehoefte
- Verhogen van het aantal overnachtingmeldingen

Het concept
Om het OV te bevorderen en de bovenstaande doelen te bereiken is dus de Allgäu-Walser-Card ontwikkeld. Een kaart die de toerist krijgt aangeboden bij aanvang van zijn verblijf in een van de verblijfsaccommodaties in het Klein Walsertal (en de regio). Op deze kaart kan men producten laden die men toegang geeft tot de verschillende voorzieningen in het gebied. Te denken valt aan; toegang voor kabelbanen, All Inclusive services, toegang tot musea, wandelingen met een gids, kortingen op diverse producten etc. Een deel van deze voorzieningen en services wordt tegen een betaling op de kaart geplaatst maar een groot deel wordt ook gratis geplaatst, zoals bijvoorbeeld het gebruik van het OV in het Klein Walsertal.

De kaart werkt op een vergelijkbare manier als de OV-chipkaart (maakt wel gebruik van een afwijkende technologie maar voor de gebruiker is de gebruikswijze gelijk). Bij de overnachtingadressen en de servicepunten zijn terminals geplaatst waar de diensten/producten op de kaart kunnen worden geladen. Op de plaatsen waar de kaart wordt geaccepteerd (kabelbaan, voorzieningen) maakt men gebruik van een uitgebreidere terminal met toetsenbord. Verschil met de OV-chipkaart is dat de bezoeker de pas tegen een borg (€ 5,-) ontvangt, aan het eind van zijn bezoek levert de bezoeker de pas weer in (teruggave borg). Bij de OV-chipkaart dient men € 7,50 voor een kaart te betalen waarbij men de kaart wel mag houden (geldig voor 5 jaar).

Door het succes van deze kaart is er ook een versie geïntroduceerd voor inwoners van het gebied. Deze Burgerkarte kost 169 euro per jaar waarmee men o.a. gratis kan reizen met het OV en gebruik kan maken van zwembaden en kabelbanen. Van de 5500 inwoners in het dal heeft 70% een Burgerkarte aangeschaft.

De dienstregeling in het Klein Walsertal wordt uitgevoerd via 5 OV-lijnen met 25 lijnbussen. De vervoerder wordt verplicht om met milieuvriendelijke bussen (Euro5) te rijden. In 2010 werden er in totaal 978.300 kilometers verreden en 4.495.784 reizigers vervoerd. In de regio vinden jaarlijks meer dan 10 miljoen overnachtingen plaats, die zorgen voor 1,9 miljoen voertuigen (in- en uitgaand) in het dal.

Financiering

De kosten voor dit concept staan in tabel 4.2. Hierbij is gebruik gemaakt van het kostenoverzicht over het jaar 2010 (Vermeulen, 2011).

Kosten kaart + apparatuur		
Allgäu-Walser-Card	€ 4,31	Kaart inclusief Legic-chip
Terminal I*	€ 403,-	Activeren, kaarten opladen
Terminal II*	€ 554,-	Bedrijven die kaart accepteren
**Deze apparatuur wordt door gemeenten/Touristenambt ter beschikking gesteld aan de bedrijven (deelnemende bedrijven: 1500, waaronder 600 in Klein Walsertal)* **Momenteel omschakeling naar ISO-chip; kosten terminal zullen dan lager uitvallen; € 120,-*		

Exploitatiekosten OV		
Bijdrage Gemeente	€ 1 miljoen euro	Uit doelfonds Toerisme, Kurtax (toeristenbelasting), parkeergelden, bijdragen van de overige bedrijven (dal)
Bijdrage Bund, het Land, kabelbaan-exploitanten	€ 2,5 miljoen euro	Uit o.a. brandstofaccijnzen en inkomsten
Totaal	**€ 3,5 miljoen euro**	

Marketingkosten Kaart		
VVV	Marketingkosten	Marketing en budget vallen onder de verantwoording van de lokale VVV

Tabel 4.2 || Kosten Klein Walsertal (Allgäu-Walser-Card) (bron: Vermeulen, 2011)

Leerpunten

De leerpunten komen uit het schriftelijke verslag van Vermeulen in 2011:

- Zorg voor bestuurlijk draagvlak (gemeentegrensoverschrijdend), gezamenlijke aanpak en financiering van de kaart.
- Lokale overheden creëren gezamenlijk randvoorwaarden waarbinnen de ondernemers hun onderneming kunnen laten floreren/ optimaliseren.
- Zorg voor een helder meerjaren perspectief waarmee ondernemers over de streep kunnen worden getrokken (perspectief ook stabiel houden!)
- Succesfactor van de eerste orde is het doelfonds (inclusief voeding en beheer over de uitgaven; alleen aan bevordering toerisme uitgeven)
- Belanghebbenden via een afvaardiging laten participeren (= slagvaardig)
- Gemeenschappelijke visie (inclusief doelstellingen), zo kunnen acties tegelijkertijd worden uitgevoerd voor een snelle uitvoering.

4.2 Uitgangspunten voor concepten

In deze paragraaf worden alle eerder onderzochte onderdelen samengevoegd en ontstaan er uitgangspunten die worden gebruikt bij het opstellen van de concepten. Deze punten omvatten belangrijke eisen die het concept moet hebben om succesvol te worden. Voordat deze punten worden genoemd volgt eerst nog een subparagraaf over communicatie & imago. Dit is een extra item dat moet worden meegenomen bij de ontwikkeling van de concepten.

4.2.1 Communicatie & Imago

Bij het bekijken van de huidige situatie en de wensen van de gebruikers viel iets op: uit een aantal gesprekken met ondernemers maar ook met niet-gebruikers van het OV blijkt dat men een aantal wensen heeft die al in de praktijk zijn uitgevoerd. Een voorbeeld: Vaak ontstaan er verbaasde gezichten als men hoort dat een dagkaart bus maar 5,50 euro kost. Uit dit soort reacties blijkt dus dat een groep mensen die niet met het OV reist ook geen idee hebben over de daadwerkelijke kaartsoorten en dienstregelingen. Echter hebben deze mensen wel een beeld over het OV: “Het OV is slecht, omslachtig en vooral duurder dan de auto”. Dit blijkt ook uit het onderzoek van het KiM (2009) naar: “Imago en het Openbaar Vervoer”.

Dit alles heeft te maken met de manier waarop het OV zich presenteert en het beeld wat hierdoor bij de reizigers ontstaat. Dat loopt van de uitstraling van een bus tot de media aandacht voor het OV. De rol van de media kan bijvoorbeeld erg bepalend zijn voor het beeld wat reizigers hebben over het OV. Uit het onderzoek van het KiM (2009) blijkt dat de berichtgeving over het OV in tegenstelling tot over de auto meestal negatief van toon is.

Om het imago te verbeteren kan men van allerlei maatregelen nemen: het vernieuwen van de bussen, bushaltes, stations, bieden van extra service of meer investeren in duurzaam en groen OV. Maar in veel gevallen heeft de reiziger een beeld dat niet klopt met de werkelijkheid. De reiziger het OV een keer laten ervaren is dan een betere oplossing. De manier waarop de vervoerder het OV “verkoopt” tegenover zijn klanten kan beter. Door duidelijk te communiceren over het product (en het eventueel nieuwe concept) kan een groter publiek worden aangetrokken. Als daarnaast de prestaties ook goed zijn waardoor de ervaring van de nieuwe gebruiker “meevalt”, zal dit zich ook verspreiden onder de mensen in zijn of haar omgeving. De prestaties zijn wel een voorwaarde voor het slagen van dit proces, wanneer de prestaties tegenvallen, verliest de vervoerder de nieuwe reizigers meteen (en wellicht definitief).

De samenwerking in dit project tussen de VVV, de gemeente Gulpen-Wittem en de vervoerder Veolia zou er toe kunnen leiden dat het OV als product beter en breder kan worden verkocht. In het voorbeeld van het National Park de Eifel was dit ook zichtbaar.

4.2.2 Uitgangspunten

Uit alle verzamelde informatie worden in deze paragraaf de uitgangspunten geformuleerd voor de ontwikkeling van de nieuwe concepten in hoofdstuk 5.

Algemeen

- Het concept moet gemakkelijk en toegankelijk zijn voor alle bezoekers.
- Het is moeilijk om één concept te ontwikkelen dat past bij de dagrecreant en de verblijfstoerist aangezien een aantal wensen/kenmerken verschillen.
- Buitenlanders moeten het concept ook kunnen begrijpen.
- Er moet rekening worden gehouden met de toename van ouderen (vergrijzing).

Bereikbaarheid

- De bereikbaarheid van de attracties is in de weekenden lager dan doordeweeks wat ongewenst is voor toeristen.
- Uitbreiding van het netwerk heeft alleen zin wanneer er een speciale lijn wordt ontwikkeld die past bij “blijdschap / leuk / mooi OV”, anders kiest de niet OV-reiziger nog steeds voor de auto.
- Toeristen reizen op andere tijden dan “gewone” OV-reizigers, eventuele uitbreiding hoeft alleen plaats te vinden op deze tijden (bijvoorbeeld tussen 09:00-11:30/16:30-19:00).

Tarieven & Kaartsoorten

- De OV-Chipkaart wordt door onbekende OV reizigers als lastig ervaren, de extra handelingen die nodig zijn (activeren, opladen) passen niet bij het gewenste gemak van de toerist.
- Bezoekers aan het Heuvelland reizen vaak in een gezelschap (2 of meer personen).
- De huidige kaartsoorten kunnen eventueel worden behouden aangezien de vervoerder als de gebruiker hier over tevreden zijn.
- De prijs voor verblijfstoeristen mag hoger liggen dan de prijs voor het reguliere woon- werkverkeer (OVC tarief) aangezien de verblijfstoerist minder prijsgevoelig is.

Communicatie & Imago

- Een concept moet in één keer goed in de markt worden gezet.
- Verkoop het product (OV concept) op een goede manier, betrek meerdere partijen, niet alleen vanwege de financiële bijdragen maar ook als communicatiemiddel. Zij bereiken namelijk mensen die de vervoerder uit zichzelf niet kan bereiken.
- De prestaties moeten eerst in orde zijn voordat het imago wordt aangepakt.
- Naast het feit dat het product (bus-trein) goed moet functioneren, is de “verpakking” ook belangrijk. Zoals eerder is vernoemd, bij toeristen mag het OV leuker en mooier zijn.
- Zorg voor goede reisinformatie en ga voor de toerist een stap verder dan voor de reguliere reizigers (betrek de informatie uit de omgeving erbij, een partner als de VVV zou hierbij ondersteuning kunnen bieden).

H5

Concepten

H5. Concepten

In dit hoofdstuk worden de toeristische vervoersconcepten opgesteld die een oplossing kunnen bieden aan het probleem, namelijk de hoge verkeersdruk in het Heuvelland tijdens toeristische topdagen. Aan de hand van een toelichting van het concept en berekeningen in de bijlagen worden de concepten weergegeven. In het volgende hoofdstuk (hoofdstuk 6) wordt een van de concepten gekozen voor het uiteindelijke advies.

5.1 Attractielijn 49

Een veel gehoorde suggestie gedurende het onderzoek ging over de voormalige lijn 49. Deze oude attractielijn reed iedere zomer van Valkenburg via Gulpen, Slenaken, Epen, het Drielandenpunt naar Vaals. Volgens het onderzoek van Goudappel Coffeng (2005) was dit de enige binding tussen het OV en toerisme. De uitvoering met de cabriobus is in 2006 gestopt vanwege het verouderde materieel maar ook vanwege de nieuwe concessie-eisen. Een nieuwe attractielijn 49 kan volgens de huidige concessie-eisen niet meer met dergelijk materieel rijden vanwege o.a. de eisen op toegankelijkheid en de leeftijd van het materieel. Een tweetal oplossingen hiervoor zouden zijn:

- Uitschrijven van een speciale nieuwe concessie voor het vervoer op lijn 49
- Uitvoeren via de besloten vervoer tak (niet onder de naam OV)

Omdat beide oplossingen niet realistisch en moeizaam in te voeren zijn, wordt in dit onderzoek de attractielijn met regulier materieel gereden binnen de huidige concessie.

Product: “Attractielijn” 49 invoeren
Prijs: Normaal OV-tarief voor gebruiker // Resterend bedrag door derden betaald
Plaats: Valkenburg – Wijlre – Schin op Geul – Gulpen – Slenaken – Epen - Vaals
Promotie: door uitgebreide marketingcampagnes rondom deze nieuwe lijn 49 meer aandacht trekken voor het OV => meer reizigers aantrekken

Het concept

Door de invoering van deze attractielijn wordt geprobeerd meer reizigers aan te trekken tot het OV. De lijn verbindt de toeristische trekpleisters Valkenburg en Vaals met elkaar via een belangrijke toeristische route. Deze route omvat een gedeelte van de Mergelland route waar o.a. Slenaken, Epen en het Vijlenerbos aan liggen.

De route van de attractielijn is gelijk aan de voormalige lijn 49 van Valkenburg naar Vaals, om tijd te besparen is echter gekozen om in Valkenburg niet via Geneinde te rijden. Zo kan de rittijd ruimer worden ingesteld tussen Valkenburg-Gulpen-Vaals waardoor de tijd en snelheid niet onder druk komen te staan (dit past bij de beleving van de recreatieve reiziger). Het Drielandenpunt wordt daardoor ook niet aangedaan, er wordt wel gezorgd voor een goede aansluiting in Vaals op de pendelbus naar het Drielandenpunt (dit is een korte rit van circa 7-10 minuten).

Naast de attractielijn dient er ook te worden gecommuniceerd over deze nieuwe lijn, zodat men ook weet dat deze bestaat. Een uitgebreide reclamecampagne is dan ook nodig voor een succesvolle lijndienst.

Figuur 5.1 || Overzicht route van de nieuwe lijn 49 (bron: Google Maps)

Een belangrijk uitgangspunt was dat bij het realiseren van nieuwe buslijnen of uitbreiding van het netwerk, de toevoeging leuker of mooier moest zijn om succesvol te zijn. Aangezien de huidige concessie-eisen het niet mogelijk maken om met speciale bussen te rijden, moet er worden gekeken naar andere opties.

Opties om de bus leuker te maken:

- Via de omroep informatie te geven op toeristische topdagen over het gebied (dit kan via een bandje of “live”).
- Door middel van een speciale folder waarin informatie wordt opgenomen over de omgeving van de buslijn en de haltes. Zo kan men bepalen waar het de moeite waard is om uit te stappen.
- Promotiemateriaal van (lokale) ondernemers in de bus ophangen om zo de bus op te vrolijken (maar ook om kosten terug te verdienen door reclameopbrengsten).

Financiering

Uit een berekening van het rittijdenmodel (Kokshoorn, 2012) en een concept dienstregeling blijkt dat de rit in één uur is uit te voeren (bijlage 2.2) waardoor er twee bussen nodig zijn om een uurfrequentie uit te voeren. De volledige kostenberekening is terug te vinden in bijlage 2.1. De bus rijdt alleen tijdens de periode april t/m september in alle weekenden en op alle feestdagen, in de maanden juli en augustus rijdt de bus ook doordeweeks. Hierdoor is er geen extra materieel benodigd maar kan er gebruik worden gemaakt van de reserves omdat tijdens vakanties en in de weekenden meer bussen in de stalling staan door de lagere frequenties. Daarnaast rijdt de bus alleen tussen 09:30-19:30.

Uit de kostenberekening blijkt dat indien de overheid zich beperkt tot de concessiebijdrage, het andere deel door reizigersopbrengsten moet worden

betaald. Echter na de verwachte reizigersopbrengsten blijft er een restant over dat de vervoerder nodig heeft om de lijn rendabel te krijgen.

Ondernemers zouden dit project financieel kunnen ondersteunen. Wanneer er een X aantal reizigers gebruik zullen maken van deze lijn is er afhankelijk van het aantal deelnemende ondernemers een bijdrage nodig van ondernemers uit de omgeving. Er moet echter een (te) grote groep ondernemers worden gevonden om de bijdrage aantrekkelijk te houden. Daarom lijkt het noodzakelijk dat een deel van dit restant door een andere partij, wellicht de overheid, moet worden gefinancierd. Omdat de berekeningen concurrentiegevoelige informatie bevatten worden de precieze bedragen niet in dit onderzoek getoond.

Naast de exploitatiekosten zullen er ook 5 à 6 haltes moeten worden gerealiseerd op de trajecten waar voorheen geen bus rijdt. De kosten hiervan bedragen tussen de 15.000-20.000 euro per halte. Voor 6 haltes betekent dit een kostenpost van ± 90.000 euro.

Effect & Aandachtspunten

Een nieuwe buslijn is een redelijk risicovolle stap om de verkeersproblematiek aan te pakken. Het is namelijk moeilijk te voorspellen of een dergelijke lijn zal aanslaan omdat er geen sprake is van woon- werkverkeer maar van de groep recreatieve reizigers. Echter, de lijn is ook te gebruiken door reguliere reizigers die bijvoorbeeld op het traject Gulpen-Valkenburg met een frequentieverhoging te maken krijgen. Dit zou weer kunnen leiden tot extra gewone reizigers die de auto laten staan of juist een extra verplaatsing maken.

- Communiceren over de buslijn is de moeilijkste maar ook belangrijkste opgave. Wanneer men de potentiële reizigers weet te bereiken kan de buslijn rendabel uitpakken.
- De bus moet een rustige en ontspannen uitstraling met zich mee hebben, dit begint al bij de buschauffeur. De buschauffeur moet (nog meer dan bij regulier OV) de gastheer of gastvrouw zijn waardoor er een ontspannen sfeer ontstaat. Comfort en beleving staan hoog op de wensenlijst van recreatieve reizigers.
- Zorg voor voldoende rittijd waardoor de buslijn niet “gehaast” moet worden uitgevoerd. Daarnaast ontstaat er zo tijd voor uitleg over de omgeving en het beantwoorden van vragen.
- Het effect is lastig te voorspellen aangezien er weinig gegevens bekend zijn over het OV gebruik van de huidige toerist, daarnaast is het afhankelijk van de marketingcampagnes of een dergelijke lijn bekendheid krijgt.

5.2 Zuid-Limburg ReisPas

Met de Zuid-Limburg ReisPas wordt ingespeeld op de grootste groep verblijfstoeristen die 2 à 3 dagen in het Heuvelland verblijft. Zij kunnen tegen een aantrekkelijker tarief (langer) gebruik maken van het OV in Zuid-Limburg.

Product: ReisPas voor 2 dagen onbeperkt reizen in Zuid-Limburg voor bezoekers van het Heuvelland (als wegwerpchipkaart of papieren kaartsoort)
Prijs: € 11,- per twee dagen (prijs voor de reizigers) // Geen bijdrage nodig
Plaats: Onbeperkt in Zuid-Limburg geldig (bus) + een retour naar Aken (lijn 50)
Promotie: Door marketing met behulp van communicatie+ zorgen dat het product bij alle verblijfsaccommodatie verkrijgbaar is

Het concept

De ReisPas is een kaart waarmee bezoekers twee dagen (binnen een periode van één week) onbeperkt kunnen reizen door Zuid-Limburg met alle Veolia bussen. De kaart is een aanvulling op de huidige kaartsoorten. Echter, deze kaart is bedoeld voor de verblijfstoeristen in het Heuvelland en wordt alleen verkocht bij de accommodaties, VVV's en de servicepunten. Deze kaart is gelijk aan twee losse dagkaarten maar biedt daarnaast een "gratis" retour naar Aken met lijn 50. Zo ervaart de toerist een direct voordeel. Het feit dat de toerist iets gratis krijgt zorgt voor een verhoging van de aantrekkelijkheid van het product.

Wanneer de ReisPas wordt aangeschaft ontvangt de reiziger een plattegrond met de belangrijkste bezienswaardigheden en de bijbehorende buslijnen. Deze plattegrond is daarnaast ook een informatiebrochure waarin tips en informatie staan over het gebruik van de pas en het OV.

Een van de problemen bij de voorverkoop van de huidige kaarten bij ondernemers is de afwachtende houding van ondernemers. Ondernemers verwijzen bezoekers liever naar de verkoop op de bus aangezien het assortiment er gelijk is en de ondernemer geen administratieve handelingen hoeft uit te voeren. Door een specifiek toeristisch product te bieden dat duidelijk is voor ondernemers en de toerist, wordt de ondernemer gestimuleerd om de pas ook te verkopen als service.

De communicatie over de kaart tussen de vervoerder en de verkopende ondernemers moet worden verbeterd, de VVV zou hierin als betrokken partij een rol kunnen spelen door een deel van de communicatie en stimulering naar de ondernemer op zich te nemen. In Amsterdam wordt het volgende argument ook gebruikt om de ondernemer te overtuigen: "Met een product diverse arrangementen samenstellen voor uw gasten", met de ReisPas en de plattegrond kan de ondernemer snel en makkelijk informatie verstrekken over het gebied.

Om de aantrekkelijkheid voor de verkopende partij (verblijfsaccommodatie) te vergroten kan ook worden gekozen voor de optie om de kaart persoonlijker te maken. Daarmee wordt bedoeld dat de verblijfsaccommodatie een zijde van een chipkaart kan laten bedrukken met zijn logo, adres of tekst. De extra kosten die hiervoor ontstaan liggen bij de ondernemer, maar daarvoor krijgt hij een persoonlijk item met onder andere zijn logo voor terug. In figuur 4.2 zijn voorbeelden van afwijkende Chipkaarten te zien. Wanneer voor een papieren kaartsoort wordt gekozen is dit niet haalbaar vanwege de te grote diversiteit in zichtkaarten.

Figuur 4.2 || Voorbeelden van Chipkaarten die een afwijkende vormgeving hebben dan de standaard OV-Chipkaart (bron: tiem.nl en trendinholland.com)

Naast de intensievere relatie tussen de vervoerder en de ondernemers dient ook de communicatie over de kaart te worden verbeterd. Posters en flyers bij de verblijfsaccommodaties en informatie over de pas in het marketingmateriaal van de VVV zou hier een grote rol in kunnen spelen. In de communicatie moeten voorbeelden van mogelijkheden van de ReisPas worden uitgelicht: “Ontdek met de ReisPas het Limburgse Heuvelland en bezoek gratis de Duitse stad Aachen!” - “Ontdek het Heuvelland snel en comfortabel in twee dagen met de ReisPas!”.

De administratieve handelingen die verkopende partij moet uitvoeren moeten zo laag mogelijk zijn. Het levert de ondernemer financieel namelijk weinig op en gaat dus weinig moeite doen om het product te verkopen als het administratieve proces rondom de kaart te ingewikkeld wordt. Een digitaal systeem waar de kaarten worden afgeboekt en kunnen worden besteld zou een oplossing hiervoor kunnen zijn.

Het doel van deze kaart is om een nieuwe groep reizigers aan te spreken door de voordelen van onbeperkt reizen met de bus tijdens hun verblijf. Naast deze groep wordt de huidige groep OV reizigers gestimuleerd om een dag langer gebruik te maken van het OV, aangezien de reiziger extra’s (retour Aken, toeristenfolder) ontvangt wanneer men één dag langer gebruik maakt van het OV.

Financiering

De ReisPas is goedkoper dan het huidige kaartsoorten systeem en zorgt dus voor minder opbrengst, echter zorgt de Pas ervoor dat er reizigers zijn die een dag extra gaan reizen dan voorheen. De ReisPas kan worden uitgevoerd als een wegwerpchipkaart (product is geladen, geen extra handelingen nodig; alleen in- en uitchecken) of als een papieren kaartsoort (vergelijkbaar met huidige kaarten).

De marketing kan worden verdeeld over de vervoerder en de VVV. Vergelijkbare voorbeelden laten zien dat de VVV sterker is in het bereiken van de toerist aangezien zij er dagelijks mee te maken hebben. Bij de IamsterdamCard, de Allgäu-kaart en de strandtransferia vervult de VVV telkens deze rol. De vervoerder levert dan aan de VVV de gewenste reis- en productinformatie.

Belangrijk is dat de ReisPas alleen wordt gebruikt door bezoekers aan het Heuvelland, voornamelijk de verblijfstoeristen. Uiteraard is het ook gewenst als dagjesmensen uit de regio deze kaart gebruiken, maar voor hen is deze pas wellicht minder aantrekkelijker doordat zij op en neer tussen huis en het Heuvelland moeten reizen. “Ongewenste gebruikers” van de ReisPas zijn de dagelijkse woon-werkverkeer reizigers of scholieren, zij maken namelijk gebruik van de normale

tarieven. Het is niet gewenst dat deze groep verschuift naar de actietarieven aangezien actietarieven bedoeld zijn om in de rustige periodes extra OV-reizigers aan te te trekken. Door de Pas dezelfde dalvoorwaarden te geven wordt al voorkomen dat de grootste woon-werkverkeer groep hiervan gebruik kan maken, daarnaast vindt de verkoop niet in de bus plaats. Het verschil tussen sterabonnementen en de ReisPas is verder niet opvallend groter dan het huidige verschil tussen sterabonnementen en dagkaarten. Een grote verschuiving wordt dan ook niet verwacht.

Effect & Aandachtspunten

De huidige groep bezoekers die de dagkaarten gebruikt zal voor een deel overstappen naar de twee dagenkaart, zij laten de auto dan een dag extra staan waardoor dit aantal verplaatsingen per auto zal dalen. Naast deze overstappers zullen er ook nieuwe reizigers worden aangetrokken, zij laten ook tijdens deze dagen de auto staan. Doordat de pas twee dagen geldig is zal de auto tijdens deze periode minder tot niet worden gebruikt.

- Allereerst is er een sterkere relatie nodig tussen vervoerder en de ondernemers, de VVV kan hier een grote rol in spelen
- Goede marketing is noodzakelijk voor het slagen van dit product
- Aanbieden van complete informatie over vervoer (door de vervoerder) en toerisme (door de VVV en de ondernemers) in een folder.
- Zorgen dat reguliere reizigers geen gebruik maken van de ReisPas
- De verkopende partij (in dit geval verblijfsaccommodaties) moeten voordeel hebben bij het verkopen. Dan ontstaat een actieve houding.
- Zo min mogelijk afwijkende voorwaarden stellen aan de pas (gelijke voorwaarden aan de huidige actiekaarten van Veolia).

5.3 Zuid-Limburg ToeristenPas

Een pas die geldig is voor het OV en de toeristische trekpleisters van Zuid-Limburg. Deze pas is de toegang tot de gehele regio en zorgt voor een compleet pakket voor de toerist. Met deze pas wordt geprobeerd om de relatie tussen het OV en toerisme te verbeteren.

Product: ToeristenPas voor vervoer & attracties
Prijs: afhankelijk van de keuzes van de toerist (OV is gratis voor de reizigers)
Plaats: Zuid-Limburg (ook Parkstad, Sittard-Geleen en Maastricht!)
Promotie: Door middel van één pas het OV en toerisme te bevorderen in de regio Zuid-Limburg.

Het concept

De ToeristenPas biedt de bezoeker een complete oplossing voor hun verblijf in Zuid-Limburg. De Pas combineert OV met de attracties en bezienswaardigheden. De ToeristenPas is een product dat wordt geplaatst op een persoonlijke OV-chipkaart, mocht de gebruiker daar niet over beschikken, dan kan er tegen betaling van een borg een kaart worden geleend. De basis van de Pas is het OV, dat wordt “gratis” wordt verstrekt aan de gebruiker. De gebruiker kan gedurende zijn verblijf gratis gebruik maken van het OV. In dit concept wordt uitgegaan van het feit dat de attracties en overige kortingen op de OV-chipkaart kunnen worden geplaatst,

momenteel is dit technisch nog niet mogelijk waardoor er tijdelijk een aparte kaart moet worden gebruikt, dit brengt uiteraard hogere kosten met zich mee.

Aanvullend kunnen gebruikers van de kaart kiezen voor het toevoegen van attracties en andere bezienswaardigheden aan de kaart. Deze toegang kan worden gekocht in de vorm van pakketten. Pakketten die ongeveer hetzelfde type attractie/bezienswaardigheden bevatten, deze kunnen op de kaart worden geladen en geven op die dag onbeperkt toegang tot de attracties uit het pakket.

De ToeristenPas biedt ook de mogelijkheid tot het "verplicht" plaatsen van een product dat geldig is op bijvoorbeeld de ZLSM stoomtrein. Aangezien de provincie deze attractie belangrijk acht voor de regio kan op deze manier het aantal reizigers worden verhoogd op deze attractie. De aantrekkelijkheid van de ToeristenPas wordt hierdoor ook weer verhoogd wat weer positief uitpakt voor het OV gebruik.

Financiering

Belangrijk onderdeel van de ToeristenPas is het "gratis" OV, dit "gratis" OV moet uiteraard door een andere partij worden betaald. Aangezien de verblijfsaccommodaties profijt hebben bij een betere bereikbaarheid kan worden gedacht aan een verhoging van de toeristenbelasting, deze verhoging betaalt weliswaar de reiziger maar de ondernemer ervaart dit toch ook als een kostenverhoging. Het overige gedeelte kan door ondernemers worden betaald die in ruil hiervoor reclame kunnen maken in het OV. Echter deze bijdrage en de bereidheid hiervoor zal niet erg groot zijn waardoor er nog steeds een groot restant overblijft. Dit restant kan worden gefinancierd door de overheid, te denken valt aan de provincie en/of gemeenten die de verkeersproblematiek in het Heuvelland hiermee zou kunnen aanpakken. In Zeeuws-Vlaanderen ligt het gebruik bij een soortgelijke OV pas op 38%, omdat hier van niet duidelijk is of de reiziger één of meerdere keren de pas gebruikt wordt er in dit onderzoek van uitgegaan dat het daadwerkelijke gebruik (modal split) tussen de 10-30% zal liggen. In bijlage 2.3 is de volledige berekening van de ToeristenPas terug te vinden. De onderstaande gebruikswaarden geeft aan wat de toerist zal verbruiken.

Modal split	Uiteindelijke gebruikswaarde	Kosten per overnachting p.p.:
10%	€ 807.311,47	€ 0,30
20%	€ 1.614.622,93	€ 0,60
30%	€ 2.421.934,40	€ 0,90

Tabel 5.1 || Gebruikswaarde voor "gratis" OV bij de toeristenpas

Van deze gebruikswaarde moet nog de huidige omzet van de verkoop van OV kaarten door toeristen worden afgehaald. Dan ontstaat het bedrag wat nog gefinancierd moet worden door derden. De bepaling van de omzet van de huidige verkoop door toeristen is lastig te bepalen aangezien de verkoopgegevens momenteel niet laten zien wie de kaart verkoopt. Omdat het papieren kaarten betreft zijn er ook geen transacties uit te lezen en is dus ook niet na te gaan wie een kaartje koopt. Wanneer voor dit concept gekozen wordt (in hoofdstuk 5) zal Veolia een inschatting maken hoe hoog deze omzet momenteel is.

Naast het OV gebruik zijn er ook de kosten voor de apparatuur van de toeristenvoorzieningen, deze eenmalige kosten kan worden verdeeld over de

verschillende partijen. De berekende en voorgestelde pakketten zijn ter indicatie voor de mogelijkheden die een dergelijke ToeristenPas kan bieden, de precieze kosten en opbrengsten hiervan zijn in dit onderzoek niet berekend. De samenstelling van de pakketten is ook slechts ter indicatie. In Zeeuws-Vlaanderen heeft 13,8% in 2012 gebruik gemaakt aan de extra mogelijkheid tot het plaatsen van een **kortings**product voor attracties op de pas. (Kenniscentrum Kusttoerisme, 2013).

Naast de eenmalige aanschafkosten voor apparatuur zal de apparatuur, bij het toevoegen van attracties/bezienswaardigheden aan de pas, ook moeten worden onderhouden en dient er een back-office te worden ingericht. Dit alles brengt kosten met zich mee, in dit geval zullen er dus beheerkosten ontstaan.

Effect & Aandachtspunten

In eerdere voorbeelden van invoering van gratis OV is te zien dat het aandeel autogebruikers dat overstapt naar het OV niet groot is. Aangezien het hier alleen toeristen betreft die maar enkele dagen gebruik zullen maken van het OV, kan het aandeel overstappers wellicht groter zijn. Verwacht wordt dat 16-20% van de autogebruikers zal overstappen op het OV (Vliet, et al., 2009). In het geval van gratis OV voor verblijfstoeristen zal extra mobiliteit niet als ongewenst worden ervaren door de toeristensector.

- Maak de pas alleen voor verblijfstoeristen zodat de kosten “beperkt” blijven en ongewenste extra mobiliteit uitblijft.
- Zorg ervoor dat de pas een complete oplossing biedt voor het verblijf van de toerist (attracties + vervoer + kortingen op overige zaken)
- Het gebruik en de verkrijgbaarheid van de pas moet makkelijk zijn.
- Alleen bij deelname van grote attracties / bezienswaardigheden kan deze pas succesvol worden.

5.4 Aanvullend concept: Communicatie+

Een aantal belangrijke wensen van de reizigers (hoofdstuk 2) waren duidelijkheid, gemak en de behoefte aan reisinformatie (ook gericht naar buitenlandse toeristen). Met dit concept wordt in deze behoeften voorzien. Dit concept omvat een pakket aan maatregelen om het OV product duidelijker en aantrekkelijker te maken.

Product: Uitbreiding communicatie & reisinformatie (“Communicatie+”)
Prijs: Hogere marketingkosten (afhankelijk van de keuzes binnen dit concept)
Plaats: Binnen het gehele vervoersgebied bij alle partijen
Promotie: Door middel van het verbeteren van de reisinformatie en communicatie, het OV product aantrekkelijker te maken.

Het concept

Dit concept zorgt ervoor dat de samenhang tussen het OV en toerisme wordt versterkt zonder (grote) aanpassingen in het aanbod. Dit concept biedt vooral een oplossing op het imagoprobleem en de onbekendheid van de bezoekers.

Het informeren van reizigers, in dit geval bezoekers aan het Heuvelland, moet niet alleen bij de bushalte of op de website van de vervoerder gebeuren. Communicatie+ informeert de reizigers vanuit de verschillende beschikbare kanalen. Belangrijk hierbij is dat er geen nieuwe kanalen worden gecreëerd, dit betekent dat er geen

aparte nieuwe website wordt gelanceerd maar dat de informatie wordt uitgebreid naar kanalen die (OV-) reizigers maar ook niet (OV-)reizigers bezoeken.

Achter de schermen wordt tussen de partijen samengewerkt aan het informatiemateriaal maar het wordt via de huidige bestaande kanalen verspreidt. Zo worden de nieuwe promotiematerialen toegankelijk voor meer mensen:

- **Vervoerder**: OV reizigers
- **Lokale overheid**: haar burgers (inwoners van het gebied)
- **VVV**: (potentiële) bezoekers van het gebied
- **Ondernemers**: bezoekers van het gebied tijdens hun bezoek

Introductie tot het openbaar vervoer
Het doel van deze folder is om de niet OV-gebruikers (of buitenlandse toerist) wegwijs te maken in het openbaar vervoer. Deze folder kan ook worden gebruikt om het reguliere openbaar vervoer duidelijker te maken.

In deze folder staan in het kort de volgende punten:

- Waar rijdt de vervoerder?
- Wat zijn de belangrijkste (reis)mogelijkheden?
- Welke vervoersbewijzen zijn er?
- Waar kan ik mij melden bij problemen en vragen?

Belangrijk hierbij is om voorbeelden te geven die vaker voorkomen, zodat de mensen een betere indruk krijgen van het openbaar vervoer. Deze folder kan actief worden verspreid via de diverse partijen. Te denken valt aan het moment van inchecken bij een verblijfsaccommodatie, het beantwoorden van vragen aan het loket van de vervoerder of bij de voorverkoop van buskaarten bij winkeliers of andere ondernemers.

In Amsterdam biedt de vervoerder een folder aan met kerninformatie over het OV. Daarnaast is in de huidige busboekjes van Veolia een introductie tot het OV terug te vinden op de eerste pagina’s, deze informatie kan onder andere voor de nieuwe folder worden gebruikt. Deze voorbeelden kunnen ter inspiratie worden gebruikt.

Overzichtskaart
Daarnaast bevat de folder een overzichtskaart waarop ook de busroutes zichtbaar zijn. Volgens het groene halten voorbeeld zijn de bushaltes start- en eindpunten. Men kan ervoor kiezen om bepaalde routes op de heenweg te lopen en met het OV terug te reizen naar de accommodatie.

Naast deze kaart kunnen er vooraf geplande dagprogramma’s worden weergegeven die aansluiten bij de verschillende doelgroepen, te denken valt aan een actieve wandelaar, een minder ervaren wandelaar of een belevingstoerist.

Een “highlight tour” met de bus en te voet kan een van de dagprogramma’s zijn. Men start dan ’s ochtends vroeg in Valkenburg en reist / loopt via Schin op Geul, Wijlre, Gulpen, Epen, Slenaken, Mechelen, Vijlen naar Vaals. Deze manier van een gebied of stad ontdekken is ook vaak terug te zien in de grote steden. Alleen moet in het Heuvelland meer vooraf worden gepland vanwege de lagere frequenties, een dagprogramma is daarom wenselijk zodat de reiziger niet zelf hoeft te zoeken en te plannen.

Informatiepakket voor ondernemers

Een overzicht met de vertrektijden, de belangrijkste vervoersbewijzen, de reistijden naar de populaire bestemmingen voor de belangrijkste halten in het Heuvelland. De "doorreismogelijkheden" moeten ook duidelijk zijn. Deze informatie kan digitaal aan de ondernemers worden verstrekt en kan vervolgens door de ondernemers worden uitgegeven aan bezoekers met vragen over het OV, daarnaast kan een exemplaar worden opgehangen in de gemeenschappelijke ruimten. Dit overzicht kan per plaats worden opgesteld door de vervoerder, dit neemt wel kosten en tijd met zich mee indien deze overzichten per plaats worden opgesteld. Een voorbeeld van een overzicht met belangrijke gegevens is terug te vinden in bijlage 2.4.

Financiering

Alle partijen kunnen hier in een bijdrage leveren aangezien het voor alle partijen interessant is om de bezoeker beter van dienst te zijn. Het concept draagt vooral bij aan meer mogelijkheden om de service naar de klant te verbeteren. Daarbij kan deze extra service voor de vervoerder extra inkomsten en reizigers betekenen.

De folders kunnen daarnaast ook ruimte bieden voor adverteerders in de vorm van bijvoorbeeld kortingsbonnen of kleine advertenties.

Effect & Aandachtspunten

Het effect op de verkeersdruk in het Heuvelland is aanwezig wanneer de nieuwe manier van communiceren aanslaat. Echter, zal voornamelijk de verblijfstoerist aangesproken worden omdat deze makkelijk over te halen is dan de dagjestoerist.

Dit concept ook gedeeltelijk worden uitgevoerd door het kiezen voor een product of kan worden gecombineerd met andere concepten ter versterking.

- Denk vooral aan de niet OV-reiziger, maak de folders begrijpelijk voor mensen die niks van het OV afweten. Leg elke stap duidelijk uit en maak dagelijkse reissituaties duidelijk via herkenbare voorbeelden.
- Laat de andere partijen ook invloed hebben op het ontwerp en de keuzes binnen de folder.
- Zorg voor een actieve verspreiding van het materiaal, de folder moet naar de bezoekers toekomen in plaats van dat de bezoekers moeten zoeken naar de folder.
- Gebruik dus de verschillende partijen om veel verschillende soorten bezoekers aan te spreken over de mogelijkheden van het OV.
- Complete informatie aanbieden maar beperk de informatie wel tot de doelgroep "bezoekers aan het Heuvelland".

H6

Het Advies

H6. Het Advies

Op basis van het onderzoek uit de hoofdstukken 2 t/m 4 zijn de concepten in hoofdstuk 5 ontwikkeld. Deze concepten worden in paragraaf 6.1 tegen elkaar afgewogen door middel van een multicriteria analyse. Uit deze analyse komt een concept naar voren dat verder wordt uitgewerkt in het advies dat wordt gegeven in paragraaf 6.2. Hiermee wordt dit onderzoek naar toeristische vervoersconcepten in het Heuvelland afgerond.

6.1 Multicriteria analyse

In deze paragraaf wordt de multicriteria analyse uitgevoerd om het toeristisch vervoersconcept te kiezen dat wordt uitgewerkt in het advies (paragraaf 6.2). Deze analyse bestaat uit een aantal criteria waaraan de concepten worden getoetst, daarnaast zullen de betrokken partijen (VVV Zuid-Limburg, Gemeente Gulpen-Wittem en Veolia-Transport) ook invloed hebben op de keuze van het concept. Allereerst worden de criteria toegelicht en de keuzes voor de criteria verklaard.

Het concept communicatie+ wordt niet als apart concept getoetst maar biedt een aanvulling op de drie concepten (attractiebus, ReisPas, ToeristenPas). Wanneer blijkt dat de drie concepten alle drie niet haalbaar zijn kan er wel worden gekozen voor het alleen verbeteren van de communicatie via dit concept.

Effect op wegverkeer

Het doel van de ontwikkeling van een concept is om de verkeersdruk in het Heuvelland te verlagen. Dat is ook de reden dat dit criterium is opgenomen in de MCA analyse. Vanwege de onzekerheid in het voorspellen van het effect op het wegverkeer is gekozen voor --/++ verdeling als eenheid.

Wegingsfactor: 1

- **Attractiebus**: er worden niet veel reizigers verwacht; nauwelijks tot geen invloed op de huidige verkeersintensiteiten => Geen effect.
- **ReisPas**: het OV product wordt aantrekkelijker, daarnaast wordt de duur verlengd naar twee dagen waardoor er meer en langer gebruik wordt gemaakt van het OV => Licht positief effect.
- **ToeristenPas**: het OV product wordt gratis, hierdoor zal er altijd een extra groep worden aangesproken die voorheen niet met het OV reisde, dit zorgt ervoor dat dit concept het sterkste effect heeft => Positief effect.

Kosten

De kosten spelen een belangrijke rol in de keuze voor het concept, de kosten zijn voor een groot deel bepalend of een concept haalbaar is of niet. Vanwege de onzekerheid in het precies aangeven van de kosten is ook hier gekozen voor --/++.

Wegingsfactor: 1

- **Attractiebus**: Bijdrage van derden nodig (of extra bijdrage van overheid) => Redelijk hoge extra kosten
- **ReisPas**: De kosten worden gedragen door de klant, alleen op gebied van marketing en communicatie zullen er extra kosten ontstaan => Vrij beperkte extra kosten.

- **ToeristenPas**: De kosten hiervan zullen hoog zijn om het OV product gratis te maken, de kosten voor de aanschaf van de apparatuur, het beheer van het systeem (+ bijbehorende back-office) en de verhoogde toeristenbelasting => Hoge extra kosten.

Draagvlak bezoekers

Bij dit criterium wordt op basis van ervaringen en eerdere onderzoeken een inschatting gemaakt welk concept de bezoekers het meest zullen waarderen. Het concept wat de bezoeker dus het liefst zou willen zien. De eenheid die hier wordt gebruikt is een puntenverdeling (1 tot 3) waarbij de hoogste score de voorkeur heeft van de bezoekers.

Wegingsfactor: 1,5

- **Attractiebus**: Men zal het idee leuk vinden maar zal het waarschijnlijk maximaal een keer gebruiken, dus => beperkt draagvlak (1)
- **ReisPas**: Men reist gemakkelijk twee dagen met één kaart en krijgt er een gratis retour bij naar Aken => Draagvlak aanwezig (2)
- **ToeristenPas**: Men betaalt niks extra's (wordt indirect betaald via toeristenbelasting of bijdrage van de provincie), krijgt gratis OV en korting op attracties => Zeer breed draagvlak onder de bezoekers (3)

Draagvlak ondernemers

Op basis van de gesprekken met ondernemers, de financiële middelen die nodig zijn vanuit de ondernemers en de eventuele voordelen voor ondernemers wordt de voorkeur van de ondernemers geschat. Hierbij wordt dezelfde eenheid gebruikt als bij het "draagvlak bezoekers".

Wegingsfactor: 1,5

- **Attractiebus:** Waarschijnlijk bijdrage van de ondernemers nodig, maar ze zien er geen direct resultaat van terug (bijv. meer bezoekers of extra inkomsten). => Weinig draagvlak (1)
- **ReisPas:** Geen bijdrage vereist. Ondernemer wel als verkooppunt werken, echter kan men een toeristisch product aanbieden. => Zeer breed draagvlak onder de ondernemers (3)
- **ToeristenPas:** Wellicht bijdrage vereist, mogelijkheid is dat de toeristenbelasting wordt verhoogd, mogelijke administratieve handelingen, wel een compleet toeristisch product wat de regio op de kaart kan zetten. Mocht de provincie het "restant" financieren dan neemt de draagvlak vanuit de ondernemers uiteraard toe. => Draagvlak aanwezig (2)

Oordeel opdrachtgevers (betrokken partijen)

Uiteindelijk zullen de betrokken partijen besluiten of zij een concept zullen uitvoeren. Daarom is gekozen dat de betrokken partijen invloed kunnen uitoefenen op de Multicriteria analyse. Dit oordeel wordt uitgedrukt in de eenheid die ook werd gebruikt bij het draagvlak bezoekers en ondernemers.

Wegingsfactor: 2

- **Attractiebus**: Leuk initiatief, alleen zal het effect laag zijn op de verkeersdruk. Het biedt geen goede oplossing voor het probleem => (1)

- **ReisPas**: Realistische mogelijkheid om een start te maken met een dergelijk toeristisch reisproduct => (3)
- **ToeristenPas**: Gewenst toekomstbeeld, momenteel zijn de mogelijkheden om de pas in te voeren beperkt door het ontbreken van actieve medewerkering en de (enorme) bijdragen van derden die vereist is om de pas in te voeren => (2)

Criterium	Eenheid	Weging	Attractiebus	ReisPas	ToeristenPas
Effect wegverkeer	--/++	1	0,2	0,6	1
Kosten Concept	--/++	1	0,4	0,8	0,2
Draagvlak Bezoekers	1-2-3	1,5	0,5	1	1,5
Draagvlak Ondernemers	1-2-3	1,5	0,5	1,5	1
Oordeel opdrachtgevers	1-2-3	2	0,66	2	1,32
Totale score vergelijking MCA			**2,26**	**5,9**	**5,0**

Tabel 6.1 || Multicriteria Analyse concepten

Op basis van de redenen die hiervoor zijn genoemd zijn er waarden ingevuld in de multicriteria analyse. Deze oorspronkelijke waarden zijn gestandaardiseerd en met de weging vermenigvuldigd wat tot de resultaten in tabel 6.1 heeft geleid. De oorspronkelijke waarden en standaardisatie zijn terug te vinden in bijlage 3.

Uit de MCA blijkt dat de ReisPas de hoogste totale score heeft gekregen. In 6.2 wordt hier verder op ingegaan bij het uitgeven van het advies. Daarnaast wordt in 6.2 ook ingegaan op de achterliggende redenen voor het kiezen van de ReisPas door de opdrachtgevers in dit onderzoek. In het oordeel van de opdrachtgevers zitten diverse factoren die de keuze hebben beïnvloed, o.a.: de mate waarin het doel wordt bereikt, de kosten, complexiteit en de (technische) mogelijkheden.

6.2 Het Advies (gekozen concept)

Uit de analyse (paragraaf 6.1) is gebleken dat de ReisPas het beste scoort op basis van de opgestelde criteria. De ReisPas biedt op dit moment de beste oplossing voor het verkeersprobleem in het Heuvelland. De belangrijkste redenen voor het kiezen van de ReisPas als advies voor dit onderzoek zijn als volgt:

- Makkelijk en snel in te voeren concept, kan op de korte termijn al worden opgestart. Concept kent een relatief eenvoudige opstartfase.
- Bijdrage van derden is niet vereist voor dit concept, de kosten worden gedekt uit de verkoop van de kaartsoort.
- Zorgt ervoor dat het ook aantrekkelijk wordt om langer dan één dag van het OV gebruik te maken.
- Uitbreiding op de huidige aantrekkelijke kaartsoorten in Zuid-Limburg, waar al enige (positieve) ervaring mee is opgebouwd.
- Naast het huidige aantrekkelijke tarief reist de gebruiker ook gratis naar Aken. Hierdoor ervaart de gebruiker een direct voordeel van de pas.

- Eventuele verblijfsverlenging mogelijk wanneer de ReisPas vooraf bekend is bij de bezoeker, door de toevoeging van de stad Aken wordt het interessanter om langer te verblijven ("Er is meer te bezoeken, dus we hebben een dag langer nodig."). De gemiddelde verblijfsduur zou dus kunnen toenemen.
- Kan bij succes uitgroeien naar een ToeristenPas met meer voordelen.

Kenmerken/voorwaarden ReisPas

- Een kaartsoort* die recht geeft op twee dagen onbeperkt reizen in Zuid-Limburg met alle buslijnen van Veolia-Transport.
- Geldig als eenmalig retour op lijn 50 naar Aken.
- Deze twee reisdagen moeten in een bepaalde periode (één week) worden gebruikt. De kaart hoeft dus niet in een aaneengesloten periode te worden verbruikt.
- Geldig op maandag t/m vrijdag na 09:00, in het weekend en op feestdagen de hele dag.
- Maximaal 2 kinderen van 4 t/m 11 jaar reizen gratis mee per ReisPas.
- Wordt uitgegeven in combinatie met een toeristische folder/plattegrond waarin ook informatie over het gebruik van het OV wordt weergegeven.

Kaartsoort

De kaart kan worden uitgegeven als een regulier papieren vervoersbewijs (gelijk aan de huidige dagkaart/actiekaarten van Veolia) of als een wegwerpchipkaart met een voorgeladen reisproduct (CT kaart).

- **Papieren kaart:** de kaart vereist drie stempelvlakken (twee die bestemd zijn voor de twee reisdagen en één die bestemd is voor het retour Aken).
- **Wegwerpchipkaart (CT kaart):** kaart heeft een voorgeladen reisproduct met twee dagen (geldig in een periode van één week). Bij het moment van inchecken wordt de kaart gevalideerd voor de eerste dag. Dit zelfde principe geldt ook voor de tweede dag. Speciale activatie of opladen is dus niet nodig, met de kaart kan gewoon twee dagen onbeperkt worden in- en uitgecheckt. Daarnaast is de kaart ook eenmalig te gebruiken als retour naar Aken (één uit- en incheck in Aken is toegestaan).

De voorkeur gaat uit naar een CT kaart vanwege het feit dat het precieze gebruik kan worden geanalyseerd en het gemak (voor reizigers en voor buschauffeurs). Daarnaast is dit de eerste keer dat er gebruik wordt gemaakt van deze nieuwe technologie met CT kaarten in Limburg. Hierdoor kan dit project tegelijk als pilot worden gebruikt voor het gebruik van CT kaarten. Indien de CT kaarten niet op tijd gereed zijn kan in de beginfase worden gestart met een papieren kaartsoort.

Verkrijgbaarheid

- Verblijfaccommodaties in de regio, zo worden de bezoekers aan het Heuvelland het beste bereikt.
- VVV's + Veolia Servicepunten, voor eventuele gebruikers die van buitenaf komen en niet verblijven bij de verblijfaccommodaties.
- **Niet op de bus** om te voorkomen dat reguliere OV reizigers gebruik gaan maken van deze ReisPas.

De belangrijkste verkoper wordt de verblijfaccommodatie (ondernemer), om de pas succesvol te maken moet het product goed verkocht worden. De ondernemer moet de ReisPas actief gaan verkopen aan de klanten. Maatregelen die de manier van verkoop door ondernemers moeten stimuleren:

- De ondernemer moet het gevoel krijgen dat hij een toeristisch product / service in plaats van een buskaartje verkoopt aan de klant.
- Door informatie te bieden aan de ondernemer over het OV kan de ondernemer ook meer informatie bieden naar de klant (delen uit het concept Communicatie+ kunnen worden gebruikt).
- Door uitgebreide communicatie over de kaart (o.a. in de Wegwijzer Zuid-Limburg en op de VVV-sites) moet er vraag ontstaan naar de kaart. Als er regelmatig bezoekers vragen naar de ReisPas zal de ondernemer het nut van de kaart inzien. Dus ook vóór de reis moet gecommuniceerd worden!

Communicatie
Uit dit onderzoek is gebleken dat de ondernemers en de bezoekers vaak nog onbekend zijn het met het OV in Zuid-Limburg. Door goed te communiceren over het OV en de nieuwe ReisPas wordt meer duidelijkheid verschaft over het OV. Voordelen van het OV zoals de hoge frequentie van lijn 50 moeten meer worden uitgelicht naar de ondernemers en de bezoekers. Er moet een budget worden vrijgemaakt voor de marketing en communicatie rondom deze nieuwe ReisPas, dit budget kan worden gezien als een randvoorwaarde om de Pas te laten slagen. Daarom is het verstandig om hiervoor een communicatieplan op te stellen.

De binding tussen het OV en toerisme kan worden versterkt door het aanbieden van gecombineerde informatie in één folder of overzichtskaart. Deze folder of overzichtskaart kan worden meegegeven bij het verstrekken van de ReisPas. Zo krijgt de ondernemer ook het gevoel dat hij een toeristisch product (service) verkoopt in plaats van een eenvoudig buskaartje.

Evalueren (monitoren gebruik)
Belangrijk is dat het evalueren van het product zorgvuldig moet gebeuren, bij het kiezen voor een CT kaart kan het gebruik precies worden geanalyseerd. Op basis van deze gegevens kan de prijs worden bijgesteld of kan de kaart aantrekkelijk worden gemaakt door het toevoegen van extra voorzieningen (op weg naar de ToeristenPas). Bij een papieren kaartsoort is alleen een evaluatie mogelijk op basis van de verkoopcijfers (wel eventueel gefilterd op de verkooplocaties).

ReisPas mogelijkheden voor de toekomst
De ReisPas zal een minder grote invloed hebben op de verkeersdruk dan de ToeristenPas. Toch is de ReisPas gekozen als adviesconcept, dit komt voornamelijk door het feit dat de realisatie van een ToeristenPas op dit moment als te complex wordt ervaren. Verwacht wordt dat de bereidheid om mee te doen aan een ToeristenPas bij ondernemers momenteel nog niet op een hoog niveau ligt. Door eerst te beginnen met een ReisPas kan er worden aangetoond of een dergelijk toeristisch product functioneert en kan deze ReisPas geleidelijk worden uitgebreid tot een ToeristenPas. Deze aanpak komt mede uit een voorbeeld van een soortgelijke situatie in Zeeuws-Vlaanderen. Daar is men ook begonnen met een reisproduct (ReisPas) dat momenteel wordt uitgebreid naar een belevingspas (soort

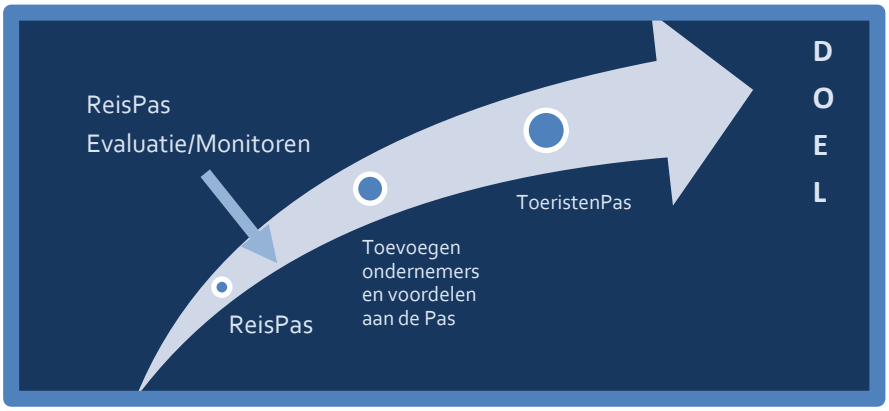
ToeristenPas). De ervaringen hiervan zijn positief, meer informatie over dit project is terug te vinden in bijlage 4.

In onderstaand schema wordt een voorbeeld gegeven van een mogelijk traject dat de ReisPas doorloopt in de toekomst:

1. Start als een (simpel) aantrekkelijk reisproduct voor toeristen.
2. Reisproduct wordt gebruikt en kan tussentijds worden geëvalueerd.
3. Bij succes kunnen benodigde partijen van een ToeristenPas worden overtuigd van het succes van een dergelijke Pas, daarnaast kan de noodzaak tot uitbreiding worden aangetoond.
4. Ondernemers sluiten zich steeds meer aan bij de pas waardoor de pas naast reizen ook wordt gebruikt om te recreëren. Kortingen / entreegelden voor bepaalde attracties of bezienswaardigheden kunnen dan als opties aan de kaart worden toegevoegd.
5. Ontstaan van een ToeristenPas met als onderdeel een reisproduct (voorheen ReisPas).
6. Een dergelijk concept als een Attractielijn kan door een groei aan reizigers (vooral toeristen) een aantrekkelijk onderdeel worden van de ToeristenPas. De Attractielijn kan rendabel worden door het toenemende aantal toeristen dat gebruik maakt van het OV. Daarnaast is er al een samenwerking aanwezig tussen ondernemers, de vervoerder, de VVV en de overheid.

Conclusie

Uit het onderzoek is gebleken dat de ReisPas de meeste kans maakt op slagen op korte termijn. Deze ReisPas voldoet aan de wensen en kenmerken van de reizigers die eerder onderzocht zijn. Het doel om de verkeersdruk te laten afnemen zal het beste worden behaald met de ToeristenPas. Daarom moet de ReisPas dienen als een soort start richting de ToeristenPas. Omdat een ToeristenPas niet makkelijk is in te voeren doordat veel partijen moeten deelnemen (waaronder de ondernemers die een passieve houding hebben tegenover dit soort concepten) is gekozen om het reisproduct eerst op zichzelf uit te voeren. Door eerst te starten met de ReisPas wordt een stap gezet in de richting van het verlagen van de verkeersdruk in het Heuvelland door middel van toeristische vervoersconcepten.



Figuur 6.1 || Gewenst is om een ReisPas te ontwikkelen die groeit naar een ToeristenPas

LITERATUURVERWIJZINGEN

AVV Natur Erfahren in und um den Nationalpark Eifel - Mit Bus&Bahn [Boek]. - Aachen : AVV / Nationalpark Eifel, 2013.
Boterman Anne Wil en Oort Niels van Betrouwbaar maken van Bereikbaarheid [Rapport]. - [sl] : Colloquium "Oog voor de Reiziger" - TU Delft i.s.m. HTM Personenvervoer, 2009.
Bruyn Menno de en Vries Bert de Het belang van kwaliteitsaspecten: uitdieping van Klantonderzoek [Rapport]. - [sl] : Colloquium “Oog voor de reiziger” - NS Commercie & MOA, 2009.
Eerdekens Eddy Hasselt is niet meer gezellig: het definitieve einde van het Stevaert-tijdperk [Artikel] // Knack.Be. - 15 08 2013. - p. 2.
Gemeente Amsterdam Beter OV voor de stadsregio Amsterdam [Rapport]. - Amsterdam : Strategy Development Partners, 2012.
Goeverden C.D. van [et al.] Subsidies in Public Transport [Rapport]. - [sl] : In: European Transport, 2006.
Google Google Transit (Actuele Verkeerssituaties) [Online] // Google Maps. - 13 September 2013. - http://maps.google.nl.
Google Kaartservice Google Maps [Online] // Google Maps. - 12 September 2013. - http://maps.google.nl.
Goudappel Coffeng OV-Plan Heuvelland [Rapport]. - [sl] : In opdracht van de Heuvelland-gemeenten, 2005.
Gulpen-Wittem Gemeentelijk Verkeer en Vervoer Plan [Online] // Gemeente Gulpen-Wittem. - 13 September 2013. - http://www.gulpen-wittem.nl/internet/gemeentelijk-beleid_3316/item/gemeentelijk-verkeer-en-vervoer-plan_8687.html.
Hagen Mark van, Apeldoorn Gea en Eijsink Marco De Auto puur gemakzucht [Rapport]. - Amsterdam : CVS (Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk) - Universiteit Twente & NS, 2012.
Kenniscentrum Kusttoerisme Leaflet Toeristische kerncijfers 2012 [Rapport]. - Zeeland : Provincie Zeeland, 2013.
Kesteren Gerard van Gratis OV: Alles voor niets? [Rapport]. - Rotterdam (regio Zuid-Holland) : KpVV, 2010.
Klein Walsertal Allgäu-Walser-Card [Online] // KleinWalsertal.com. - 3 Oktober 2013. - http://www.kleinwalsertal.com/de/aktuelles-und-service/service/allgaeu-walser-card.
Kler Esther en Hulster Gertjan De Overstap: 15 Reizigerswensen in beeld [Rapport]. - Den Haag : KpVV i.s.m. OV-Ambassadeur, 2008.
Kokshoorn R // Rittijdenmodel V1.04. - Breda : [sn], 2012.
KpVV De Reiziger Centraal [Rapport]. - [sl] : KpVV, 2005.
KpVV Klantcentraal: "15 verzoeken" [Rapport]. - [sl] : KpVV, 2008.
LeisureResult Naar buiten: het antwoord op de vraag (Recreatieanalyse Nationaal Landschap Zuid-Limburg) [deel 1+2] [Rapport]. - [sl] : In opdracht van Staatsbosbeheer, December 2008.
Metz Friso Recreatief verkeer in het landelijk gebied: Slim organiseren [Rapport]. - Rotterdam : KpVV, 2007.

Muijrers Wiel Wensen, ervaringen en problemen OV rondom bereikbaarheid Attracties / Heuvelland [Interview]. - 1 oktober 2013.
Peek Gert Joost en Hagen Mark van Van zachte naar harde Bereikbaarheid [Rapport]. - Zeist : CVS (Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk) - NS & TU Delft, 2004.
Provinciale Zeeuwse Courant Forse uitbreiding digitale ToeristenPas [Online] // Provinciale Zeeuwse Courant. - 04 Juli 2013. - 20 November 2013. - http://www.pzc.nl/regio/zeeuws-vlaanderen/forse-uitbreiding-digitale-toeristenpas-1.3896552.
Provinciale Zeeuwse Courant Nieuwe digitale pas voor toeristen [Online] // Provinciale Zeeuwse Courant. - 02 Juli 2012. - 20 November 2013. - http://www.pzc.nl/regio/zeeuws-vlaanderen/nieuwe-digitale-pas-voor-toeristen-1.1716468?ref=bekijk_ook.
Provincie Limburg Infraprojecten in het Heuvelland [Online] // Heuvelland: Beter op weg!. - z.d.. - 13 september 2013. - http://www.heuvellandbeteropweg.nl/heuvelland-beter-op-weg.html.
Provincie Limburg Toeristische Trendrapportage Limburg [Rapport]. - 2012-2013.
Steinschuld Andre Wensen, ervaringen en problemen OV rondom bereikbaarheid Hotels / Heuvelland [Interview]. - 25 september 2013.
Stichting Recreatie KIC Dagje uit: Voorbeeldenboek over Recreatief Verkeer [Rapport]. - Rotterdam / Den Haag : KpVV, 2006.
Vaes Jos Wensen, ervaringen en problemen OV rondom bereikbaarheid Campings / Heuvelland [Interview]. - 27 September 2013.
Veolia-Transport Informatie over Dienstregeling, Kaartsoorten en Lijnvoering [Online] // Veolia-Transport NL - Limburg. - 10 September 2013. - http://www.veolia-transport.nl/limburg.
Vermeulen Ger Elektronische GastenCard - "Allgäu-Walser-Card" [Rapport]. - Maastricht : Veolia-Transport, 2011.
Vliet Sebastiaan van der en Mingardo Guiliano De effecten van 'gratis' openbaar vervoer [Rapport]. - Rotterdam : Erasmus Universiteit (Faculteit der Economische Wetenschappen - Toegepaste Economie), 2009.
VVV Zuid-Limburg Wegwijzer Zuid-Limburg [Boek]. - [sl] : VVV Zuid-Limburg, 2013.

AFBEELDINGEN

Figuur 3.2 Transferium Renesse - http://www.tcr.nu/assets/components/tinymce/uploads/transferium.jpg : TCR.
Figuur 3.4 Geen Gratis OV meer in Hasselt - http://www.hbvl.be/ahimgpath/assets_img_hbvl/2013/04/15/2585087/geen-gratis-bussen-meer-in-hasselt-id4379082-1000x800-n.jpg : Het Belang van Limburg.
Figuur 3.6 Natuurtransferium Nunspeet - http://www.develuwe.nl/assets/structured-files/AfbeeldingenVeluwe/Actief/Fietsen/fietsers%20bospad.jpg : VVV Nunspeet.
Figuur 4.2 (Links) OV-Chipkaart Maastricht Bereikbaar - http://www.tiem.nl/user_files/image/afbeelding_mb_ov-chipkaart_klein.jpg : Tiem.

Figuur 4.2 (rechts) OV-Chipkaart Amsterdam (GVB) - http://www.trendinholland.com/Img/Fotos/Ov-Chipkaart-GVB-achterkant.png : TrendinHolland.com.

Kaft hoofdstuk 1 Heuvelland Kaart - http://3.bp.blogspot.com/-jOgmU_rFUgo/TgLkKO8WYJI/AAAAAAAAAl8/JPjqgXEghqk/s1600/Sfeerbeeld%2BHeuvelland.jpg : Blogspot.
Kaft hoofdstuk 2 Heuvelland omgeving - http://sandrabrennand.files.wordpress.com/2010/11/okt-010-360.jpg : WordPress.
Kaft hoofdstuk 3 OV-Treinreizigers - http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/20/Reizigers_Utrecht_Centraal.jpg : Wikipedia.nl.
Kaft hoofdstuk 4 Reizigers in de bus - http://3.bp.blogspot.com/_XDTtkhD3b5k/TI89eXWgLJI/AAAAAAAAAH0/6KWyLOftirY/s1600/IMG_0462.JPG : Blogspot.com.
Kaft hoofdstuk 5 Heuvelland woning - http://janusfoto.files.wordpress.com/2010/08/p70608761.jpg : Wordpress.
Kaft hoofdstuk 6 Bewegwijzering Gulpen - http://www.vdlinfratechnologies.nl/data/images/0bewegwijzering/LWW.JPG : VDL Infratechnologies.

Omslag midden Veolia Trein (Heuvellandlijn) - http://www.ovpro.nl/wp-content/uploads/2012/12/Schermafbeelding-2012-12-14-om-12.37.46-480x312.png : OVpro.nl.
Omslag rechtsboven Limburgs Heuvelland - http://static.nationalgeographic.nl/pictures/genjUserPhotoPicture/original/24/94/34/limburgs-heuvelland-349424.jpg : National Geographic.
Omslag rechtsonder Heuvelland (Schapen) - http://www.noorbeek.nl/sites/default/files/images/heuvelland_1.preview.jpg : Gemeente Noorbeek.

Tabel 1.2 Overzicht bustypen Veolia - http://www.veolia-transport.nl : Veolia-Transport.

BIJLAGE 1.1

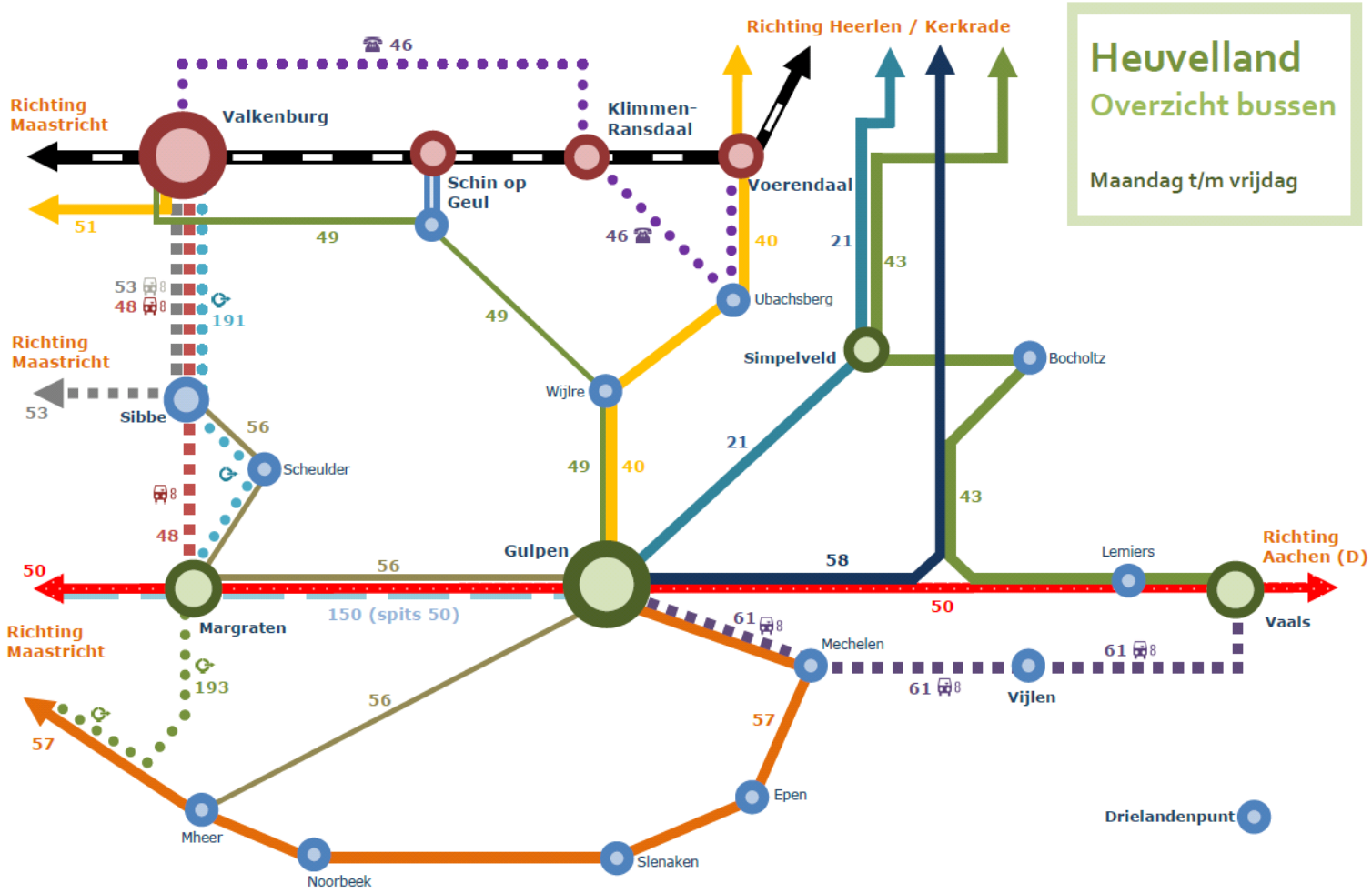
Lijst met attracties (Heuvelland)

2. Wijngoed Fromberg
4. Pretpark de Valkenier
5. Fluweelengrot / Kasteelruïne
6. Themae 2000
8. Zuid Limburgse Stoommaatschappij (ZLSM)
9. Funvalley Maastricht
16. Steenkolenmijn
17. Subtropisch Zwemparadijs Mosaqua
23. Labyrinth Drielandenpunt

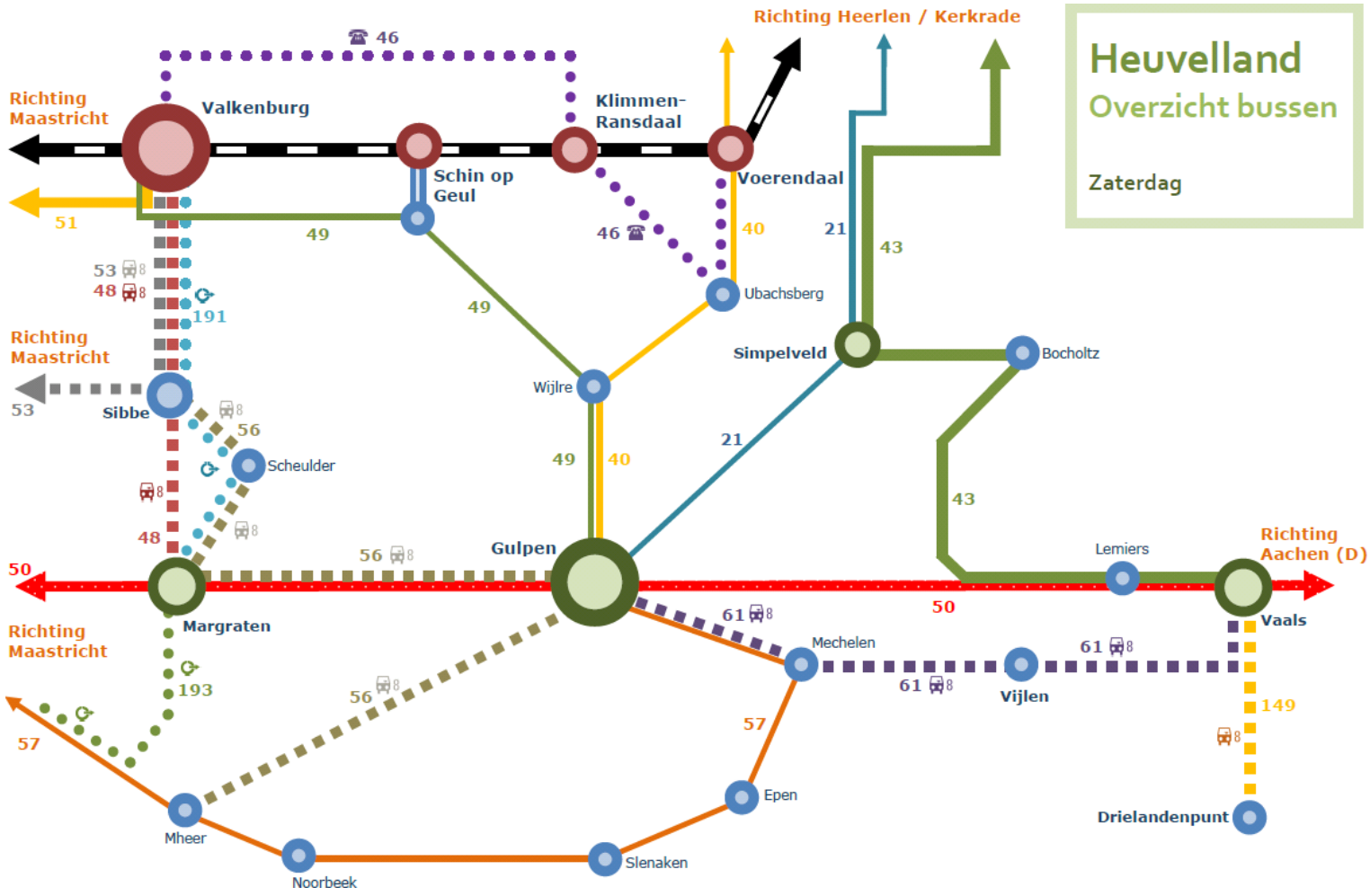
De overige attracties liggen buiten het Heuvelland maar kunnen wel van worden bezocht door bezoekers in het Heuvelland.

Bijlage 1.1 || Toeristische vervoerskaart Veolia-Transport (bron: Veolia-Transport.nl)

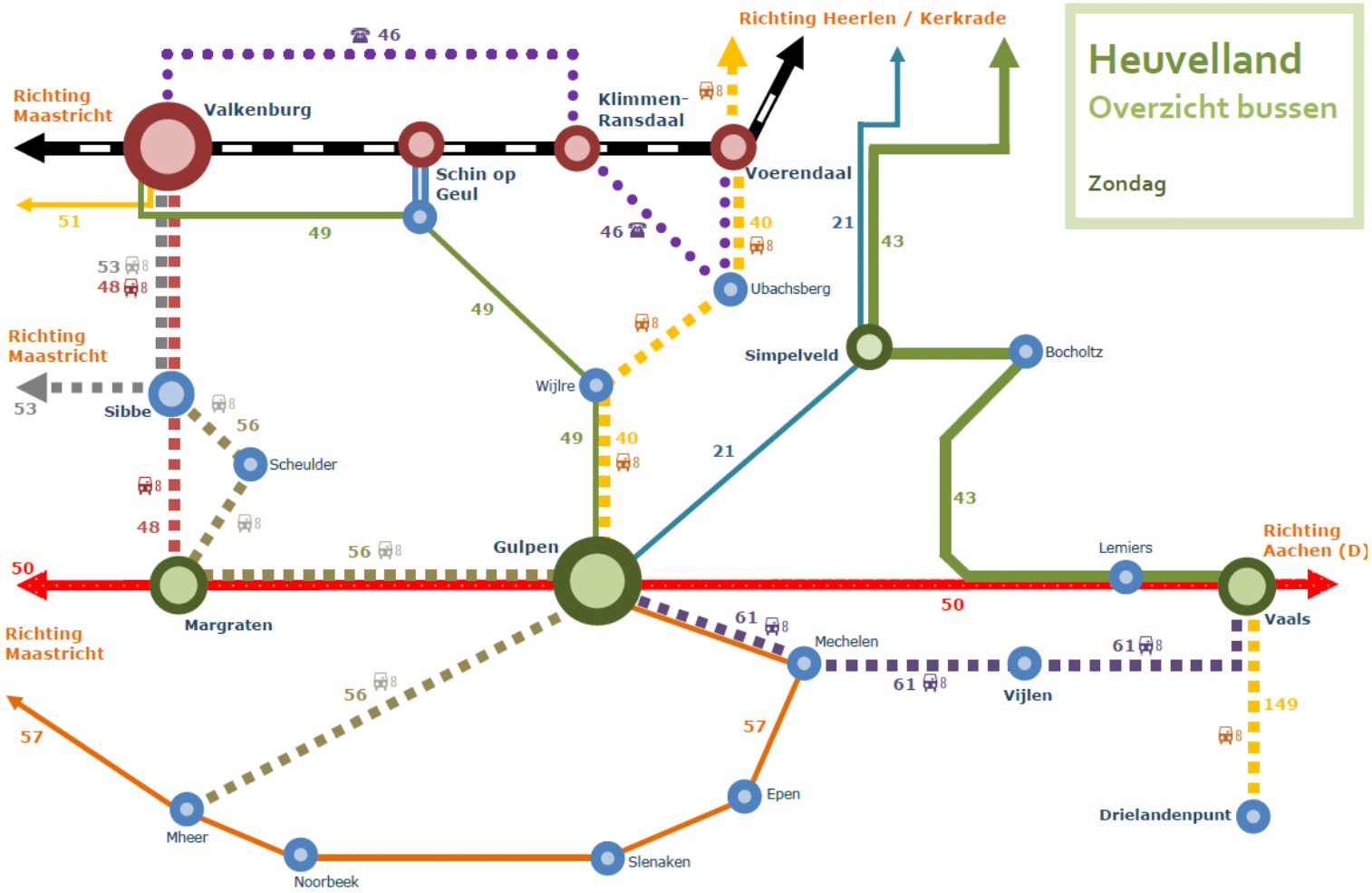
BIJLAGE 1.2



Bijlage 1.2 (1) || Overzichtskaart bussen Heuvelland (maandag t/m vrijdag)



Bijlage 1.2 (2) || Overzichtskaart bussen Heuvelland (zaterdag)



Bijlage 1.2 (3) || Overzichtskaart bussen Heuvelland (zondag)

BIJLAGE 1.3

Bereikbaarheid attracties Heuvelland met OV

Maandag t/m vrijdag

Dienstregeling 2012/2013 Aangepast op: 11-9-2013

Naam Attractie	Beschrijving attractie	Locatie	Plaats	Bereikbaarheid OV	Frequentie	Opmerkingen
Scooterverhuur Limburg	Actief / Sport	Nieuweweg 18	Valkenburg	3 ***	4x/uur	
ZLSM, Station Valkenburg	Attracties / Bezienswaardigheden	Station Valkenburg	Valkenburg	3 ***	4x/uur	
ZLSM, Schin op Geul	Attracties / Bezienswaardigheden	Station Schin op Geul	Schin op Geul	3 ***	2x/uur	
Gulpener Bierhuys	Beleef het Bedrijf	Rijksweg 20	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	
Zwemparadijs Mosaqua	Actief / Sport	Lansraderweg 11	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	Let op! 700m lopen = 10 min
Stoomstadje Simpelveld	Wandelen / Fietsen	Simpelveld	Simpelveld	2 **	5x/uur (meer dan)	
Pannekoekenmolen	Horeca (bourgondisch)	Molenweg 2a	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	
Glasblazerij G. Cardinale & Glasmu	Attracties / Bezienswaardigheden	Tentstraat 2	Vaals	2 **	5x/uur (meer dan)	
Landal Hoog Vaals	Accomodatie	Randweg 21	Vaals	2 **	5x/uur (meer dan)	
Restaurant Talentino	Horeca (bourgondisch)	Eynattenstraat 2	Margraten	2 **	5x/uur (meer dan)	
Herberg de Zwarte Ruijter	Accomodatie	Markt 4	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	
Groenfietsen Cycle Center	Actief / Sport	De Valkenberg 8b	Valkenburg	2 **	4x/uur	
Pretpark de Valkenier	Attracties / Bezienswaardigheden	Koningswinkelstraat 5	Valkenburg	2 **	4x/uur	
t Hofke va Mechele	Horeca (bourgondisch)	Spetsesweide 5	Mechelen	2 **	3x/uur	
Romeinse Katakomben	Mergel & Grotten	Plenkertstraat 55	Valkenburg	2 **	3x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Polfermolen / Openlucht zwembac	Actief / Sport	Plenkertstraat 50	Valkenburg	2 **	3x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Kaarsenmakerij Daisy's	Beleef het Bedrijf	Plenkertstraat 8	Valkenburg	2 **	3x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Del Mondo	Horeca (bourgondisch)	Grendelplein 15	Valkenburg	2 **	3x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Brand bier Brouwerij	Beleef het Bedrijf	Brouwerijstraat 2-10	Wijlre	2 **	2x/uur	
Slenaken	Wandelen / Fietsen	Slenaken	Slenaken	2 **	2x/uur	
Epen	Wandelen / Fietsen	Epen	Epen	2 **	2x/uur	
Landal Cauberg Valkenburg	Accomodatie	Cauberg 29	Valkenburg	2 **	2x/uur	
Holland Casino	Uitgaan / Amusement	Kuurpark Cauberg 28	Valkenburg	2 **	2x/uur	
Thermae 2000	Kuren / Welness	Cauberg 25-27	Valkenburg	2 **	2x/uur	
Steenkolenmijn	Mergel & Grotten	Daalhemerweg 31	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Gemeentegrot Valkenburg	Mergel & Grotten	Cauberg 26	Valkenburg	2 **	2x/uur	
Kasteelruïne	Mergel & Grotten	Daalhemerweg 27	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Fluweelengrot	Mergel & Grotten	Daalhemerweg 27	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Vino Vidi Vici	Horeca (bourgondisch)	Daalhemerweg 6	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Passe Partout	Actief / Sport	Gasthuis 73	Bemelen	2 **	1x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Fun Valley (Oost-Maarland)	Actief / Sport	Oosterweg 5	Eijsden	2 **	1x/uur	
Taverne Ijscafé	Horeca (bourgondisch)	Vijlenberg 147	Vijlen	1 *	1x/uur	
Museum Vaals	Musea, galerieën en Ateliers	Eschberg 5-7	Vaals	1 *	1x/uur	
Bakster	Horeca (bourgondisch)	Brede Hoolstraat 12	Reijmersstok	1 *	1x/uur	
Drielandenpunt Vaals	Attracties / Bezienswaardigheden	Viergrenzenweg 79	Vaals	0-	0x/uur	
Paradijsvogels Boerengolf & Buiter	Actief / Sport	Cottessen 12	Vijlen	0-	0x/uur	

Bereikbaarheid OV

0-	Niet met OV te bereiken
1 *	Bij station
2 **	Direct vanaf station
3 ***	Met overstappen

	< Frequenties
1x/uur	
2x/uur	
3x/uur	
4x/uur	
5x/uur	
5x/uur (meer dan)	
Belbus	
Buurtbus	
0x/uur	

Minuten = Loopafstanden

1 min	70 m
2 min	140 m
3 min	210 m
4 min	280 m
5 min	350 m
6 min	420 m
7 min	490 m
8 min	560 m
9 min	630 m
10 min	700 m

Bijlage 1.3 (1) || Bereikbaarheidstest Attracties Heuvelland (maandag t/m vrijdag)

Bereikbaarheid attracties Heuvelland met OV

Zaterdag

Dienstregeling 2012/2013 Aangepast op: 11-9-2013

Naam Attractie	Beschrijving attractie	Locatie	Plaats	Bereikbaarheid OV	Frequentie	Opmerkingen
Scooterverhuur Limburg	Actief / Sport	Nieuweweg 18	Valkenburg	3 ***	4x/uur	
ZLSM, Station Valkenburg	Attracties / Bezienswaardigh	Station Valkenburg	Valkenburg	3 ***	4x/uur	
ZLSM, Schin op Geul	Attracties / Bezienswaardigh	Station Schin op Geul	Schin op Geul	3 ***	2x/uur	
Glasblazerij G. Cardinale & Gla	Attracties / Bezienswaardigh	Tentstraat 2	Vaals	2 **	5x/uur (meer dan)	
Landal Hoog Vaals	Accomodatie	Randweg 21	Vaals	2 **	5x/uur (meer dan)	
Restaurant Talentino	Horeca (bourgondisch)	Eynattenstraat 2	Margraten	2 **	5x/uur (meer dan)	
Gulpener Bierhuys	Beleef het Bedrijf	Rijksweg 20	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	
Zwemparadijs Mosaqua	Actief / Sport	Lansraderweg 11	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	Let op! 700m lopen = 10 min
Pannekoekenmolen	Horeca (bourgondisch)	Molenweg 2a	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	
Herberg de Zwarte Ruijter	Accomodatie	Markt 4	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	
Groenfietsen Cycle Center	Actief / Sport	De Valkenberg 8b	Valkenburg	2 **	4x/uur	
Pretpark de Valkenier	Attracties / Bezienswaardigh	Koningswinkelstraat 53	Valkenburg	2 **	4x/uur	
Stoomstadje Simpelveld	Wandelen / Fietsen	Simpelveld	Simpelveld	2 **	3x/uur	
Romeinse Katakomben	Mergel & Grotten	Plenkertstraat 55	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Polfermolen / Openlucht zwe	Actief / Sport	Plenkertstraat 50	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Kaarsenmakerij Daisy's	Beleef het Bedrijf	Plenkertstraat 8	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Del Mondo	Horeca (bourgondisch)	Grendelplein 15	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
t Hofke va Mechele	Horeca (bourgondisch)	Spetsesweide 5	Mechelen	2 **	2x/uur	
Brand bier Brouwerij	Beleef het Bedrijf	Brouwerijstraat 2-10	Wijlre	2 **	2x/uur	
Landal Cauberg Valkenburg	Accomodatie	Cauberg 29	Valkenburg	2 **	2x/uur	
Holland Casino	Uitgaan / Amusement	Kuurpark Cauberg 28	Valkenburg	2 **	2x/uur	
Thermae 2000	Kuren / Welness	Cauberg 25-27	Valkenburg	2 **	2x/uur	
Steenkolenmijn	Mergel & Grotten	Daalhemerweg 31	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Gemeentegrot Valkenburg	Mergel & Grotten	Cauberg 26	Valkenburg	2 **	2x/uur	
Kasteelruïne	Mergel & Grotten	Daalhemerweg 27	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Fluweelengrot	Mergel & Grotten	Daalhemerweg 27	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Vino Vidi Vici	Horeca (bourgondisch)	Daalhemerweg 6	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Slenaken	Wandelen / Fietsen	Slenaken	Slenaken	2 **	1x/uur	
Epen	Wandelen / Fietsen	Epen	Epen	2 **	1x/uur	
Passe Partout	Actief / Sport	Gasthuis 73	Bemelen	2 **	1x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Fun Valley (Oost-Maarland)	Actief / Sport	Oosterweg 5	Eijsden	2 **	1x/uur	
Drielandenpunt Vaals	Attracties / Bezienswaardigh	Viergrenzenweg 79	Vaals	1 *	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Taverne Ijscafé	Horeca (bourgondisch)	Vijlenberg 147	Vijlen	1 *	1x/uur	
Museum Vaals	Musea, galerieën en Ateliers	Eschberg 5-7	Vaals	1 *	1x/uur	
Bakster	Horeca (bourgondisch)	Brede Hoolstraat 12	Reijmersstok	1 *	1x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Paradijsvogels Boerengolf & B	Actief / Sport	Cottessen 12	Vijlen	0-	0x/uur	

Bereikbaarheid OV

0-	Niet met OV te bereiken
1 *	Bij station
2 **	Direct vanaf station
3 ***	Met overstappen

	< Frequenties
1x/uur	
2x/uur	
3x/uur	
4x/uur	
5x/uur	
5x/uur (meer dan)	
Belbus	
Buurtbus	
0x/uur	

Minuten = Loopafstanden

1 min	70 m
2 min	140 m
3 min	210 m
4 min	280 m
5 min	350 m
6 min	420 m
7 min	490 m
8 min	560 m
9 min	630 m
10 min	700 m

Bijlage 1.3 (2) || Bereikbaarheidstest Attracties Heuvelland (zaterdag)

Bereikbaarheid attracties Heuvelland met OV

Zondag

Dienstregeling 2012/2013 Aangepast op: 11-9-2013

Naam Attractie	Beschrijving attractie	Locatie	Plaats	Bereikbaarheid OV	Frequentie	Opmerkingen
Scooterverhuur Limburg	Actief / Sport	Nieuweweg 18	Valkenburg	3 ***	4x/uur	
ZLSM, Station Valkenburg	Attracties / Bezienswaardigh	Station Valkenburg	Valkenburg	3 ***	4x/uur	
ZLSM, Schin op Geul	Attracties / Bezienswaardigh	Station Schin op Geul	Schin op Geul	3 ***	2x/uur	
Restaurant Talentino	Horeca (bourgondisch)	Eynattenstraat 2	Margraten	2 **	5x/uur (meer dan)	
Gulpener Bierhuys	Beleef het Bedrijf	Rijksweg 20	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	
Zwemparadijs Mosaqua	Actief / Sport	Lansraderweg 11	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	Let op! 700m lopen = 10 min
Pannekoekenmolen	Horeca (bourgondisch)	Molenweg 2a	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	
Herberg de Zwarte Ruijter	Accomodatie	Markt 4	Gulpen	2 **	5x/uur (meer dan)	
Glasblazerij G. Cardinale & Gla	Attracties / Bezienswaardigh	Tentstraat 2	Vaals	2 **	4x/uur	
Landal Hoog Vaals	Accomodatie	Randweg 21	Vaals	2 **	4x/uur	
Groenfietsen Cycle Center	Actief / Sport	De Valkenberg 8b	Valkenburg	2 **	3x/uur	
Pretpark de Valkenier	Attracties / Bezienswaardigh	Koningswinkelstraat 53	Valkenburg	2 **	3x/uur	
Stoomstadje Simpelveld	Wandelen / Fietsen	Simpelveld	Simpelveld	2 **	3x/uur	Zondag lijn 43 maar 1x p/uur naar Heerlen
Romeinse Katakomben	Mergel & Grotten	Plenkertstraat 55	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Polfermolen / Openlucht zwe	Actief / Sport	Plenkertstraat 50	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Kaarsenmakerij Daisy's	Beleef het Bedrijf	Plenkertstraat 8	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Del Mondo	Horeca (bourgondisch)	Grendelplein 15	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
t Hofke va Mechele	Horeca (bourgondisch)	Spetsesweide 5	Mechelen	2 **	2x/uur	
Brand bier Brouwerij	Beleef het Bedrijf	Brouwerijstraat 2-10	Wijlre	2 **	2x/uur	Lijn 40 wordt uitgevoerd met Taxibus
Steenkolenmijn	Mergel & Grotten	Daalhemerweg 31	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Kasteelruïne	Mergel & Grotten	Daalhemerweg 27	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Fluweelengrot	Mergel & Grotten	Daalhemerweg 27	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Vino Vidi Vici	Horeca (bourgondisch)	Daalhemerweg 6	Valkenburg	2 **	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Landal Cauberg Valkenburg	Accomodatie	Cauberg 29	Valkenburg	2 **	1x/uur	
Holland Casino	Uitgaan / Amusement	Kuurpark Cauberg 28	Valkenburg	2 **	1x/uur	
Thermae 2000	Kuren / Welness	Cauberg 25-27	Valkenburg	2 **	1x/uur	
Gemeentegrot Valkenburg	Mergel & Grotten	Cauberg 26	Valkenburg	2 **	1x/uur	
Slenaken	Wandelen / Fietsen	Slenaken	Slenaken	2 **	1x/uur	
Epen	Wandelen / Fietsen	Epen	Epen	2 **	1x/uur	
Passe Partout	Actief / Sport	Gasthuis 73	Bemelen	2 **	1x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Fun Valley (Oost-Maarland)	Actief / Sport	Oosterweg 5	Eijsden	2 **	1x/uur	
Drielandenpunt Vaals	Attracties / Bezienswaardigh	Viergrenzenweg 79	Vaals	1 *	2x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Taverne Ijscafé	Horeca (bourgondisch)	Vijlenberg 147	Vijlen	1 *	1x/uur	
Museum Vaals	Musea, galerieën en Ateliers	Eschberg 5-7	Vaals	1 *	1x/uur	
Bakster	Horeca (bourgondisch)	Brede Hoolstraat 12	Reijmersstok	1 *	1x/uur	Uitgevoerd met Taxibus
Paradijsvogels Boerengolf & B	Actief / Sport	Cottessen 12	Vijlen	0-	0x/uur	

Bereikbaarheid OV

0-	Niet met OV te bereiken
1 *	Bij station
2 **	Direct vanaf station
3 ***	Met overstappen

< Frequenties

1x/uur
2x/uur
3x/uur
4x/uur
5x/uur
5x/uur (meer dan)
Belbus
Buurtbus
0x/uur

Minuten = Loopafstanden

1 min	70 m
2 min	140 m
3 min	210 m
4 min	280 m
5 min	350 m
6 min	420 m
7 min	490 m
8 min	560 m
9 min	630 m
10 min	700 m

Bijlage 1.3 (3) || Bereikbaarheidstest Attracties Heuvelland (zondag)

BIJLAGE 2.1

Globale kosteninschatting Lijn 49

Valkenburg-S op Geul-Wijlre-Gulpen-Beutenaken-Slenaken-Epen-Vijlenerbos-Vaals
Zie ook tabblad dienstregeling

Standaardgegevens attractielijn								
		Aantal km	34	Aantal bussen	2		Totaal aantal DRU	
		Aantal min	47	Aantal DRU/dag	10	←	09:30-19:30	10
		Dienstregeling (min)	58	Aantal dagen	96	←	Periode (dagen)	
							1jul-31aug	62
							wknd/fst*	34

*apr-mei-jun-sept

DRU-prijs en DRU-tarief		
Chauffeurskosten	€	40,00
Km kosten	€	10,00
Capaciteitskosten	€	10,00
Subtotaal	€	60,00
Alg. Beheer/winst	€	10,00
Totale kosten DRU/bus	€	70,00
Aantal bussen		2
Totale kosten DRU	€	140,00

(bron: Kostenkengetallen OV - KpVV, 2005)

DRU omrekenen naar totale periode		
Aantal DRU/dag		10
Totale DRU-kosten per dag	€	1.400,00
Aantal dagen		96
Totale DRU-kosten periode	€	134.400,00

Aanleggen bushaltes		
1	€	15.000,00
2	€	30.000,00
3	€	45.000,00
4	€	60.000,00
5	€	75.000,00
6	€	90.000,00
7	€	105.000,00
8	€	120.000,00
9	€	135.000,00
10	€	150.000,00

Per bushalte: € 15.000,00

Gemiddelde kosten voor een bushalte volgens KpVV: € 20.000
Gem. Roosendaal 2010 geeft aan nieuwe halten € 12.000 - € 15.000

BIJLAGE 2.2

Haltenaam	Tijd (49-57)	Tijd2	Haltenaam2	Tijd3	Tijd (57-49)
Valkenburg, Station Perron A	6:55	7:25	Vaals, Busstation	8:25	
Valkenburg, Broekhem/Kerk	6:57		Vaals, Tentstraat 81	8:28	
Valkenburg, Geneinde	6:58		Vaals, Eschberg	8:31	
Valkenburg, Reinaldstraat	6:59	7:28	Vaals, Vaalsbroek	8:32	
Valkenburg, Berkelplein	7:00	7:29	Vaals, Boswachterij Vaals	8:36	
Valkenburg, Parkhotel	7:01	7:30	Vijlen, Vijlenerbos	8:37	
Valkenburg, Oud Valkenburg	7:04	7:33	Epen, Camping Rozenhof	8:40	
Schin op Geul, Valkenburgerweg	7:05	7:34	Epen, Camerig	8:41	
Schin op Geul, Panhuis	7:06	7:35	Epen, Julianastraat	8:44	9:00
Schin op Geul, Schoonbron	7:07	7:36	Epen, Hotel Gerardushoeve	8:45	9:01
Etenaken, Valkenburgerw/Etenaken	7:07	7:36	Epen, Krijtland	8:45	9:01
Etenaken, Valkenburgerweg/Klapst	7:08	7:37	Heyenrath, Eperheide	8:46	9:02
Wijlre, Engeweg	7:09	7:38	Heyenrath, Weg naar Teuven	8:47	9:03
Wijlre, Wielderdorpstraat	7:10	7:39	Heyenrath, Hotel Slenaken	8:48	9:04
Wijlre, Brouwerij	7:10	7:39	Heyenrath, Heyenrath	8:48	9:04
Gulpen, Hoeve Wijngaard	7:14	7:43	Slenaken, Slenaker Vallei	8:50	9:06
Gulpen, Markt	7:15	7:44	Slenaken, Dorpsstraat 45	8:51	9:07
Gulpen, Busstation Perron C	7:16-7:18	7:46-7:48	Slenaken, Dorpsstraat / Kapel	8:51	9:07
Gulpen, Rijksweg		7:49	Beutenaken	8:54	
Gulpen, Groenendaal		7:51	Gulpen, Groenendaal	8:57	
Beutenaken		7:54	Gulpen, Rijksweg	9:00	
Slenaken, Dorpsstraat / Kapel	7:54	7:57	Gulpen, Busstation Perron C	9:01-9:03	9:18
Slenaken, Dorpsstraat 45	7:55	7:58	Gulpen, Hoeve Wijngaard	9:04	9:19
Slenaken, Slenaker Vallei	7:56	7:59	Wijlre, Brouwerij	9:07	9:22
Heyenrath, Hotel Slenaken	7:58	8:01	Wijlre, Wielderdorpstraat	9:07	9:22
Heyenrath, Heyenrath	7:58	8:01	Wijlre, Engeweg	9:09	9:24
Heyenrath, Weg naar Teuven	7:59	8:02	Etenaken, Valkenburgerweg/Klapst	9:10	9:24
Heyenrath, Eperheide	8:00	8:03	Schin op Geul, Schoonbron	9:12	9:26
Epen, Hotel Gerardushoeve	8:01	8:04	Etenaken, Valkenburgerw/Etenaken	9:12	9:26
Epen, Krijtland	8:01	8:04	Schin op Geul, Panhuis	9:14	9:28
Epen, Julianastraat	8:02	8:05	Schin op Geul, Valkenburgerweg	9:15	9:29
Epen, Camerig		8:08	Valkenburg, Oud Valkenburg	9:16	9:29
Epen, Camping Rozenhof		8:09	Valkenburg, Parkhotel	9:18	9:31
Vijlen, Vijlenerbos		8:12	Valkenburg, Berkelplein	9:19	9:32
Vaals, Boswachterij Vaals		8:13	Valkenburg, Reinaldstraat	9:20	9:33
Vaals, Vaalsbroek		8:16	Valkenburg, Geneinde		9:34
Vaals, Eschberg		8:17	Valkenburg, Broekhem/Kerk		9:35
Vaals, Tentstraat 81		8:20	Valkenburg, Station Perron A	9:23	9:37
Vaals, Busstation		8:23			

1. Naam traject: Attractielijn 49

2. Berekenen rittijd in ideale situatie

Wegcategorie	Uitvoering (max. snelheid)	Gem. haalbare snelheid bus in km/uur * Is aan te passen:	Aandeel van totale afstand
30 km/uur zone	< 30 km/uur	22	0,00
Erftoegangsweg / Bussluis	30km/uur	30	0,00
Erftoegangsweg	50km/uur	40	15,38
Gebiedsontsluitingsweg	50km/uur	48	50,77
Gebiedsontsluitingsweg	80km/uur	60	33,85
Stroomweg	>80km/uur	75	0,00

** Bron: waarnemingen / CROW publikatie, OV-vriendelijke infrastructuur*

Totale afstand te berekenen traject in km. 32,5

Snelheid in ideale situatie km/uur **50,83**
Rittijd in ideale situatie min. **38,36**

Cumulatieve Rittijd in sec.

in seconden : **2301,76**

Factoren met een vertragende werking

			Cumulatieve Rittijd in sec.
3. Snelheidsremmende maatregelen	Totaal verlies in seconden	73,00	73,00
4. Kruisingen zonder VRI, bus geen voorrang	Totaal verlies in seconden	103,00	103,00
5. Rotondes	Totaal verlies in seconden	10,00	10,00
5. VRI's	Totaal verlies in seconden	135,00	135,00
6. Halten	Totaal verlies in seconden	814,00	814,00
		Rittijd Subtotaal in sec.	3436,76

7. Overige factoren

	Verhouding opgegeven %age - Normaal verkeersbeeld	Totaal extra verlies in seconden	
Overige verkeersdeelnemers	0,00%	0,00	0,00
Aanbod passagiers	0,00%	0,00	0,00
Kaartsoort	0,00%	0,00	0,00
		Rittijd Totaal in sec.	3436,76

Overzicht trajectgegevens

Rittijd in seconden	3436,76
Rittijd in minuten	57,28
Afstand in km.	32,5
Gemiddelde snelheid rit in km/uur	34,04

Aandeel in totale rittijd

3. Snelheidsremmende maatregelen	2,12%
4. Kruisingen zonder VRI, bus geen voorrang	3,00%
5. Rotondes	0,29%
5. VRI's	3,93%
6. Halten	23,69%
7. Overige factoren	0,00%
Rijden	66,97%
Totaal	100,00%

Bijlage 2.2 (2) || Outputblad rijtijdenmodel Attractielijn 49

BIJLAGE 2.3

Zuid-Limburg ToeristenPas

Aantal overnachtingen	2.700.000	2-3 dgn	4-7 dgn	8-13 dgn	> 14 dgn
Prijs dagkaart (dagprijs)	€ 5,50	23%	30%	31%	15%

A — Openbaar Vervoer

	Gemiddeld aantal dagen	Maximaal aantal tripdagen	Feitelijke tripdagen	Aantal overnacht-ingen	Aantal personen		Aantal trips	Gebruikswaarde (zonder modal split!)
2-3 dgn	2,5	1,5	1,5	621.000	248.400	=>	372.600	€ 2.049.300,00
4-7 dgn	5,5	4,5	3	810.000	147.273		441.818	€ 2.430.000,00
8-13 dgn	10,5	9,5	6	837.000	79.714		478.286	€ 2.630.571,43
> 14 dgn	18,5	17,5	8	405.000	21.892		175.135	€ 963.243,24
							Totale gebruikswaarde (zonder modal split):	€ 8.073.114,67

Modal split	Uiteindelijke gebruikswaarde
10%	€ 807.311,47
20%	€ 1.614.622,93
30%	€ 2.421.934,40

Kosten per overnachting p.p.:	
10%	€ 0,30
20%	€ 0,60
30%	€ 0,90

Opmerking bij de bovenstaande berekeningen

Gemiddeld aantal dagen van verblijf

Aankomst/ vertrekdag zijn geen tripdagen dus aantal dagen - 1

Bij het maximaal aantal tripdagen worden niet alle dagen benut = feitelijke tripdagen

Aantal overnacht-ingen per verblijfs-groep

Aantal personen = aantal overnacht./ gem. aantal dgn

Aantal trips = feitelijke tripdagen x aantal personen

Gebruikswaarde (aantal trips x dagprijs) - Daarna volgt nog modal split, hoeveel procent daadwerkelijk gebruik maakt

B — Optioneel: ZLSM als standaardvoorziening op de kaart plaatsen

C — Optioneel: Attractiepakketten

C1	Kids & Beleving	Attractieparken, Dierentuin, Zwembaden	Gemiddelde prijs	€ 15,43	€ 15,00	1,5
C2	Historie	Grotten, Musea, Kastelen, Brouwerijen	Gemiddelde prijs	€ 26,53	€ 25,00	3
C3	Ontspanning	Themae 2000, Casino, Zwembaden	Gemiddelde prijs	€ 38,33	€ 35,00	2
C4	Compleet	Pakket C1 t/m C3 (bij alle deelnemende ondernemers geldig)	Gemiddelde prijs	€ 46,84	€ 45,00	1,75

D — Optioneel: Korting winkels/restaurants

Door advertentieruimte in de vorm van bonnen zou de korting van winkels/restaurants/fietsverhuurbedrijven per saldo geen kosten met zich mee moeten brengen

Aanschaf — Aanschafkosten apparatuur + overige beheerkosten

Apparatuur vergelijkbaar met apparatuur in voorbeeld Klein Walsertal, prijzen zijn hierop gebaseerd:

Terminal I	€ 403,00	*< Nodig bij VVV-punten / Winkels en andere servicepunten*
Terminal II	€ 554,00	*< Nodig bij alle verblijfsaccomodaties en overige bedrijven die de kaart accepteren*

Aantal terminal I	50	€ 20.150,00	*< VVV-punten en selectie winkels/servicepunten (geschat aantal servicepunten + huidige VVV-punten)*
Aantal terminal II	310	€ 171.740,00	*< Verblijfsaccomodaties (inschatting op basis van aantal accomodaties dat via internet te boeken is)*
	100	€ 55.400,00	*< Attracties (winkels/restaurants die korting verlenen hoeven alleen geldigheid te kunnen checken of via bonnen)*
Totale aanschafkosten terminals		€ 247.290,00	

Aantal gemiddeld te bezoeken attracties per dag

Kaarten produceren => Reizigers kunnen eigen persoonlijke OV-chipkaart gebruiken of een chipkaart tegen een borg verkrijgen

Daarnaast is er nog sprake van beheerkosten, beheren van het systeem en de transacties. Hier zijn nog geen eerdere gegevens over bekend.

BIJLAGE 2.4

Voorbeeld - Halte Slenakervallei (Slenaken)

57	Mheer - Noorbeek - Maastricht		
Uur	Ma-Vr	Zaterdag	Zondag
5			
6	36	36	
7	06 36	36	36
8	06 36	36	36
9	06 36	36	36
10	06 36	36	36
11	36	36	36
12	36	36	36
13	36	36	36
14	06 36	36	36
15	06 36	36	36
16	06 36	36	36
17	06 36	36	36
18	06 36	36	36
19	06 36	36	36
20	36	36	36
21	36	36	36
22	36	36	36
23	36[A]	36	36[A]
0			

A = Rijdt niet verder dan Mheer, kerk

In Maastricht aansluiting op:

- Treinen richting Luik/Sittard/Roermond
- Stads- en Streekbussen
- 59 Meerssen - **Maastricht-Aachen Airport**

57	Epen - Mechelen - Gulpen		
Uur	Ma-Vr	Zaterdag	Zondag
5			
6	25 56	55	
7	26 56	56	56
8	26 56	56	56
9	26 56	56	56
10	26 56	56	56
11	56	56	56
12	56	56	56
13	56	56	56
14	26 56	56	56
15	26 56	56	56
16	26 56	56	56
17	26 56	56	56
18	26 56	56	56
19	26 54	54	54
20	54	54	54
21	54	54	54
22	54	54	54
23	54	54	54
0			

In Gulpen aansluiting op:

- 21 Eys - Simpelveld - Heerlen - **Brunssum**
- 40 Wijlre - Eyserheide - **Heerlen**
- 49 Wijlre - Schin op Geul - **Valkenburg**
- 50 Margraten - **Maastricht**
- 50 Nijswiller - Vaals - **Aachen hbf**
- 56 Margraten - **Sibbe**
- 61 Vijlen - **Vaals**

Populaire bestemmingen (+ Reistijd)

Aachen hbf	50 min	*Via Gulpen (Lijn 50)*
Epen	8 min	
Gulpen	20 min	
Heerlen station	50 min	*Via Gulpen (Lijn 40 of 58)*
Maastricht station	39 min	
Mechelen	13 min	
Vaals	37 min	*Via Gulpen (Lijn 50)*
Valkenburg	39 min	*Via Gulpen (Lijn 49)*
Vijlen	32 min	*Via Gulpen (Lijn 61)*

Vervoersbewijzen

Daldagkaart Bus + Internationaal enkele reis € 5,50
Geldig op alle buslijnen in Zuid-Limburg voor één dag + enkele reis grensoverschrijdend

Daldagkaart Bus + Internationaal Retour € 7,00
Geldig op alle buslijnen in Zuid-Limburg voor één dag + retour grensoverschrijdend

Daldagkaart Bus + Trein € 9,50
Geldig op de Heuvellandlijn (trein) en op alle buslijnen in Zuid-Limburg voor één dag + retour grensoverschrijdend

Actuele vertrektijden vanaf Slenakervallei

Check de actuele vertrektijden op:

http://m.9292.nl/slenaken/bushalte-slenakervallei

Bijlage 2.4 || Voorbeeld informatiepaper voor ondernemer

BIJLAGE 3

Criterium	Eenheid	Attractiebus	ReisPas	ToeristenPas
Effect wegverkeer	--/++	--	-/+	++
Kosten Concept	--/++	-	+	--
Draagvlak Bezoekers	1-2-3	1	2	3
Draagvlak Ondernemers	1-2-3	1	3	2
Oordeel opdrachtgevers	1-2-3	1	3	2

< Invoeren waarde (tabel 1)

- Waarden ingevuld op basis van de reden die vermeld staat in paragraaf 6.1.
- Er wordt nog niet gerekend met deze cijfers.

Criterium	Eenheid	Attractiebus	ReisPas	ToeristenPas
Effect wegverkeer	--/++	0,2	0,6	1
Kosten Concept	--/++	0,5	1	0,25
Draagvlak Bezoekers	1-2-3	0,33	0,66	1
Draagvlak Ondernemers	1-2-3	0,33	1	0,66
Oordeel opdrachtgevers	1-2-3	0,33	1	0,66

< Omzetten naar gelijke waarden (standaardiseren)

- Standaardisatie is uitgevoerd naar de maximale waarde (maximumstandaardisatie)
- Verdeling --/++ ➔ --, -, +/-, +, ++

Hierna zijn de cijfers vermenigvuldigd met de weging die gekozen is in 6.1. In deze zelfde paragraaf is ook het uiteindelijke resultaat van de MCA terug te vinden (inclusief toelichting van de keuzes).

BIJLAGE 4

Invoering ToeristenPas in Zeeuws-Vlaanderen

Voor 2012 was de pas alleen geldig als gratis reisproduct in de bussen. Vanaf 2012 uitgebreid met een (klein) aantal toeristische kortingen, daarnaast is de pas opwaardeerbaar naar meer korting (tegen bijbetaling). In 2013 vond een forse uitbreiding plaats in het aantal deelnemende ondernemingen. Beide artikelen in onderstaand overzicht komen uit de Provinciale Zeeuwse Courant (2012, 2013).

Nieuwe digitale pas voor toeristen (4 juli 2012)

GROEDE - De papieren pas, waarmee toeristen aan de WestZeeuws-Vlaamse kust de afgelopen zes jaar gratis met de bus mochten van Knokke tot het subtropisch zwembad in Terneuzen, is dit jaar uitgebreid door de VVV en de recreatieondernemers. Er is nu een nieuwe, digitale toeristenpas, die nog steeds recht geeft op gratis busvervoer én die - dat is nieuw - ook kortingen biedt op onder meer de fast ferry Breskens-Vlissingen en allerlei attracties als het visserijmuseum in Breskens, het Portaal van Vlaanderen in Terneuzen en funpark Toversluis in Sluis. Ook kunnen toeristen hun 'gewone' digitale pas voor vijf euro laten opwaarderen van zilver naar goud.

De buspas is al die zes jaar een succes gebleken. Vorig jaar in juli en augustus zijn er 70.000 ritten mee gemaakt. Met de introductie van de digitale pas wordt er dit jaar nog meer gebruik van de passen verwacht. De ambities van de initiatiefnemers zijn groot. Ze willen de nieuwe pas uitrollen over heel Zeeland.

In de eerste instantie is deze pas begonnen als een OV kaart met kleine kortingen op diverse attracties. Het aantal deelnemende ondernemingen is in het afgelopen jaar (2012 -> 2013) gestegen van 11 naar 45 ondernemingen. De huidige variant kost 3 euro en geeft tot een maximum van 14 dagen gratis OV en geeft kortingen op diverse bezienswaardigheden en attracties.

Afgelopen jaar is de pas overgegaan van een papieren een digitale variant. De reden hier achter is om de pas te veranderen in een belevingspas die op meer plekken te gebruiken is. Daarnaast kan het gebruik inzichtelijker worden gemaakt door deze digitaal.

De toeristenpas is een initiatief van de Sichting Strandexpress en wordt mede mogelijk gemaakt door de deelnemende recreatiebedrijven, de provincie Zeeland, Veolia, de gemeente Sluis, Terneuzen en Hulst, de VVV Zeeuws-Vlaanderen en diverse sponsors.

Forse uitbreiding digitale toeristenpas (2 juli 2013)

TERNEUZEN - Vijfenveertig recreatie-ondernemers doen dit seizoen mee aan de toeristenpas Zeeuws-Vlaanderen, tegen elf vorig jaar.

De papieren pas is afgeschaft. Gasten van de deelnemende recreatiebedrijven kunnen de pas kopen voor drie euro per persoon. Ze mogen dan twee weken lang gratis met de bus in heel West-Zeeuws-Vlaanderen, tot en met Knokke en Terneuzen. Ook kunnen ze korting op tal van attracties.