

ONDERZOEKSRAPPORT

# MOBILITEIT ALS BELEVING

## MINI-ONDERZOEK NAAR REISBELEVING

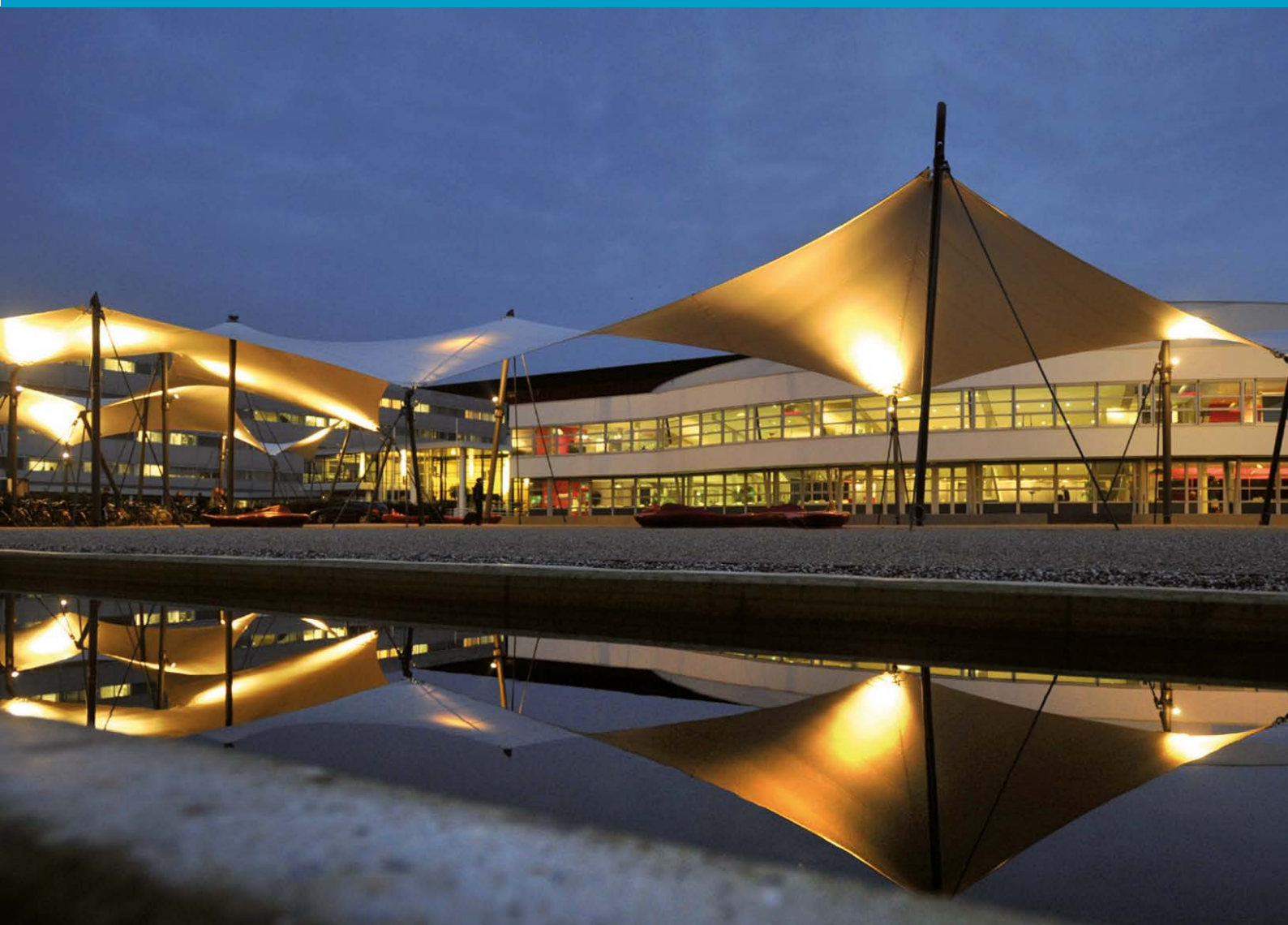
JOHAN HORJUS, MSC

DR. KARLA MÜNDEL

PROF. DR. ING. KARST GEURS

2 MEI 2022

UNIVERSITY OF TWENTE.



# COLOFON

AFDELING

Department of Civil Engineering, Faculty of Engineering Technology, University of Twente

DATUM

2 mei 2022

REFERENTIE

VERSIE

**Definitief**

STATUS

**Definitief**

PROJECT

**Mobiliteitsbeweging**

PROJECT NUMMER

**20951309**

AUTEURS

Johan Horjus, Karla Münzel, Karst Geurs

TELEFOON

**053 -489 1056**

EMAIL

**k.t.geurs@utwente.nl**

ADRES

**P.O. Box 217  
7500 AE Enschede**

WEBSITE

**www.utwente.nl**

BESTANDSNAAM

**Mobiliteit als Beleving - Eindrapport Universiteit Twente.pdf**

COPYRIGHT

© University of Twente, The Netherlands

# SAMENVATTING

Dit rapport beschrijft een mini-onderzoek naar reisbeleving. Reisbeleving is onderzocht als een intrinsieke waarde van reizen. Op basis van literatuur is verondersteld dat reisbeleving (zoals plezier, productiviteit en gezondheid) afhangt van (a) de beleving van de rit zelf en (b) beleving van activiteiten die tijdens de rit kunnen worden uitgevoerd (zoals muziek luisteren). Deze benadering contrasteert met de traditionele verkeerskundige benadering waarbij reizen als een afgeleide van deelname aan activiteiten wordt gezien en waarbij reizen een 'disnut' (zoals tijd en kosten) is dat reizigers zoveel mogelijk willen minimaliseren. Het doel van het mini-onderzoek is inzicht te verkrijgen in de variatie in reisbeleving onder verschillende soorten reizigers op basis van exploratief en kwalitatief onderzoek. De verwachting vooraf was dat reisbeleving mogelijk sterk verschilt tussen reizigers die verschillen in leeftijd, migratieachtergrond en vervoermiddelkeuze van reizigers. Om de reisbeleving te onderzoeken zijn korte interviews op straat gehouden in Den Haag op voornamelijk de locaties Haagse Markt en station Hollands Spoor. In de interviews zijn naast de directe bevraging van de reisbeleving ook bevraagd welke factoren (e.g. het weer, de omgeving) en activiteiten die tijdens het reizen worden uitgevoerd mogelijk de reisbeleving beïnvloeden. In totaal zijn 57 interviews afgenomen en zijn er nog 5 reacties op een online enquête meegenomen. Deze online enquête is ingevuld door reizigers die op locatie geen tijd hadden voor een interview op straat.

De interviews laten in de eerste plaats een grote variatie aan reisbeleving zien. Tegenover negatieve belevingsbeschrijvingen zoals irritatie of stress staan een grotere hoeveelheid aan positieve beschrijvingen zoals plezierig en ontspannen. Een paar veelgenoemde belevingsfactoren zoals het weer, medereizigers of de kwaliteit van de reis of het vervoermiddel dragen zowel bij aan een positieve als negatieve reisbeleving. Uit de combinatie van belevingsbeschrijvingen, belevingsfactoren en activiteiten komt de belevingswaarde van socialisatie (samen reizen) naar voren bij met name fietsers en voetgangers met een migratieachtergrond op de Haagse Markt. In de tweede plaats bevestigen de interviews dat verschillende type reizigers reizen op verschillende wijze beleven. Tenslotte bevestigt het onderzoek dat reizen niet volledig als disnut kan worden beschouwd. Er zijn vele positieve belevingsaspecten en de meerderheid van de bevroegde reizigers in het mini-onderzoek heeft een ideale reistijd die gelijk staat aan de huidige reistijd. Dit zijn met name reizigers die een reisduur hebben van 20 minuten of minder.

De intrinsieke waarde van reizen is minder makkelijk te bevragen dan instrumentele aspecten zoals reistijd en reiskosten. De methode van (korte) straatinterviews voor het bevragen van beleving levert goede resultaten op. De korte interviews maken het mogelijk om in relatief korte tijd (paar dagen) een steekproef van tientallen respondenten te realiseren, en ruimte te hebben om vervolgvragen te stellen over de context van een reis of persoon en achterliggende ervaringen. Om meer inzicht te krijgen in de individuele ervaringen is het aan te raden andere onderzoeksmethoden, zoals diepte-interviews of focus groepen, te gebruiken.

Er zijn verschillende onderzoeksrichtingen voor verder onderzoek naar de reisbeleving en de rol die dit in beleidsafwegingen en infrastructuur investeringen kan spelen. Nader onderzoek naar reisbeleving van automobilisten en gebruikers van deelmobiliteit is gewenst. Deze reizigers waren ondervertegenwoordigd in het mini-onderzoek. Ook is nader onderzoek naar de relaties tussen de componenten van beleving, belevingsfactoren en activiteiten aan te bevelen. Tenslotte is onderzoek wenselijk naar de mate waarin de componenten en factoren van reisbeleving te beïnvloeden zijn door beleid (zoals investeringen in infrastructuur) en de effecten daarvan voor verschillende gebruikersgroepen.

# INHOUDSOPGAVE

|   |    |
|---|----|
| Samenvatting  | 3  |
| 1. Inleiding  | 5  |
| 2. Theoretisch kader                                | 6  |
| 2.1. Worthwhile travel time                         | 6  |
| 2.2. Travel satisfaction en flow theory             | 7  |
| 3. Methodologie                                     | 8  |
| 3.1. Vragenlijst                                    | 9  |
| 3.2. Kwalitatieve analyse                           | 9  |
| 3.3. Eigenschappen respondenten                     | 10 |
| 4. Resultaten                                       | 12 |
| 4.1. Beleving en ervaringen                         | 12 |
| 4.2. Belevingsfactoren                              | 14 |
| 4.3. Activiteiten tijdens het reizen                | 16 |
| 4.3.1. Reden voor activiteiten                      | 17 |
| 4.4. Ideale reistijd                                | 18 |
| 4.5. Methodologie voor het onderzoeken van beleving | 19 |
| 5. Conclusie  | 20 |
| 6. Discussie  | 20 |
| Referenties   | 22 |
| Bijlage A – Interview vragenlijst                   | 24 |

# 1. INLEIDING

Internationaal gezien hangen huidige investeringsafwegingen in het mobiliteitsbeleid sterk af van de verwachte reistijdvermindering en andere monetaire waarden. In Nederlandse context ontbreken er indicatoren in de Maatschappelijke Kosten en Baten Analyse (MKBA) als afwegingsinstrument die verder gaan dan reizen evalueren als een disnut (Bingen et al., 2021). De sociale impact van mobiliteit is één van de doelen waarmee mobiliteitsbeleid verbreed kan worden. De belevingswaarde van mobiliteit is één van deze sociale factoren die momenteel minder tot helemaal niet meegenomen worden in de investeringsafwegingen van mobiliteitsbeleid door, onder meer, het ontbreken van monetaire indicatoren (Bingen et al., 2021). Echter valt niet alles te monetariseren, en de belevingswaarde is zo'n waarde waarbij het verhaal minstens zo belangrijk is als de getallen (Bingen et al., 2021).

De motivatie om de intrinsieke waarde van mobiliteit mee te nemen en het niet alleen als disnut te zien wordt gesteund door het onderzoek van Pritchard et al. (2021) dat laat zien dat reizigers' gewenste reistijd van of naar het werk tussen de 10 en 20 minuten ligt. Daarnaast, beschrijven Ruben, Nikolaeva, Nello-Deakin en te Brömmelstroet (2020) dat een meerderheid van de mensen tenminste sommige aspecten van hun woon-werk rit gemist hebben tijdens de periode waarin het aantal van deze reizen beperkt werd door de COVID-19 regels.

Om reisbeleving te verbeteren blijkt dat beleidsmakers en ontwerpers rekening moeten houden met een grote variatie aan gebruikersgroepen en hun reisbeleving en ervaringen. Echter is er momenteel te weinig bekend over de verschillen in de beleving van verschillende gebruikersgroepen (Liu et al., 2019). Cornet et al. (2021) hebben een conceptueel model opgesteld die drie belangrijke componenten bevat voor het bepalen en/of beschrijven van de intrinsieke waarde van reizen: (A) de ervaringsfactoren van de reis, (B) reisactiviteiten en (C) ervaren belevingswaarde van de reis (zie verder paragraaf 2.1).

Om de belevingswaarde van reizen beter te begrijpen is dit onderzoek opgezet als een start in de zoektocht naar het verhaal van de reisbeleving. Het doel van het (mini) onderzoek is inzicht verkrijgen in de variatie in reisbeleving onder een aantal type reizigers op basis van exploratief en kwalitatief onderzoek. Deze inzichten kunnen mogelijk bijdragen aan een nieuwe aanpak voor het maken van investeringsafwegingen waar er ruimte is voor de niet of moeilijk te monetariseren factoren. Vanuit deze insteek zijn de volgende onderzoeksvragen opgesteld:

- Wat is de reisbeleving van een aantal type reizigers?
- Welke factoren en activiteiten die tijdens een reis uitgevoerd kunnen worden spelen een rol in de reisbeleving?
- Wat zijn eigenschappen van reizigers of de reis zelf die deze reisbeleving mogelijk beïnvloeden?

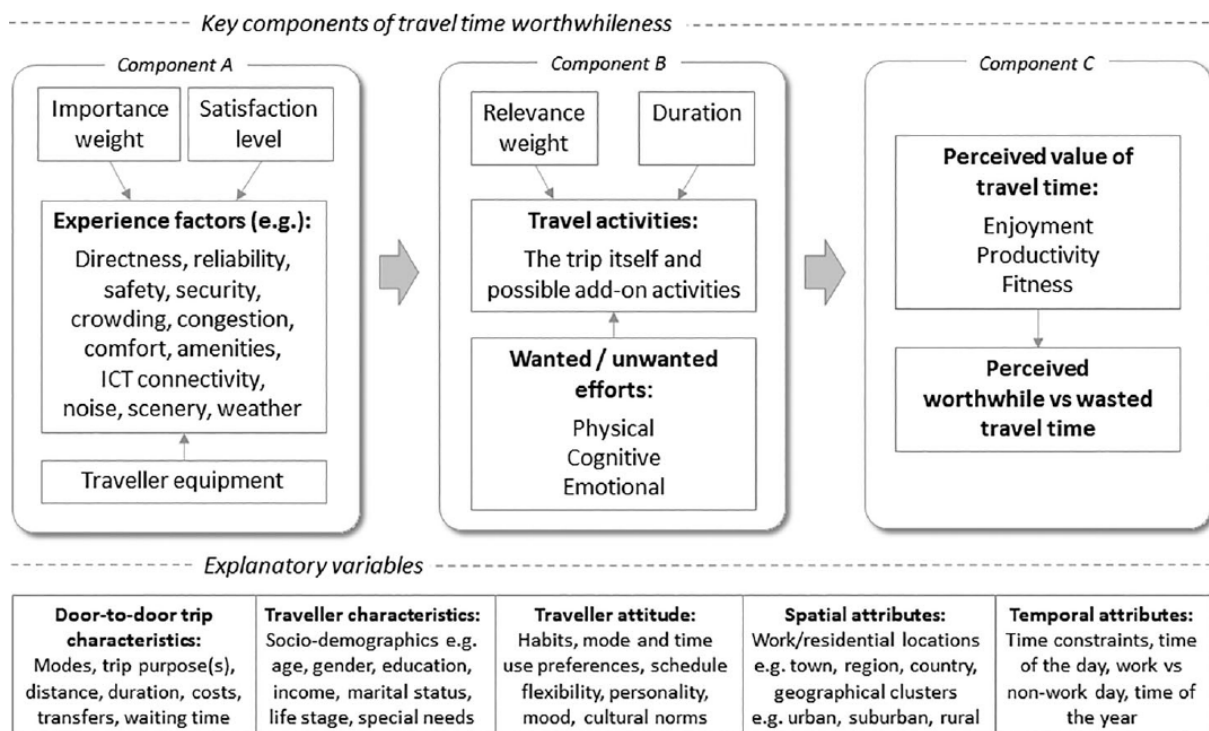
Dit rapport zal de resultaten van het onderzoek beschrijven, startende met een theoretisch kader in Hoofdstuk 2 dat volgt op de onderwerpen besproken in de introductie. Hoofdstuk 3 beschrijft de methode van het empirische onderzoek waarna de resultaten in Hoofdstuk 4 zijn beschreven en toegelicht. Het rapport wordt afgerond met een conclusie in Hoofdstuk 5 en een discussie in Hoofdstuk 6 waarin ook gericht aandacht wordt besteed aan mogelijke onderzoeksvragen voor toekomstig onderzoek die uit dit rapport en onderzoeksproject naar voren zijn gekomen als belangrijk voor verdere stappen in het bespreken en begrijpen van mobiliteit als beleving.

## 2. THEORETISCH KADER

Om de belevingswaarde van mobiliteit, dat wil zeggen het onderweg zijn, beter te begrijpen wordt in dit hoofdstuk een literatuuroverzicht gegeven over de waarde van onderweg zijn, wat de tevredenheid van een reiziger beïnvloed tijdens het onderweg zijn en andere emoties of waarden die aan reisbeleving kunnen worden gekoppeld. Dit theoretische kader vormt de basis voor de vragenlijst die opgesteld is voor de interviews in dit onderzoek, zoals in Hoofdstuk 3 zal worden toegelicht. Daarnaast zullen de verschillende elementen terug komen in de kwalitatieve analyse van de interview-resultaten.

### 2.1. WORTHWHILE TRAVEL TIME

De term 'worthwhile travel time' wordt gebruikt om aan te geven dat reistijd, of het onderweg zijn, een intrinsieke en positieve waarde kan hebben. Het intrinsieke nut van een reis kan gedefinieerd worden als "elk reisgerelateerd nut (of disnut) dat niet gebaseerd is op de activiteit die op de reisbestemming plaats zal vinden" (Milakis et al., 2015). Daarnaast, vanuit het perspectief van psychologisch onderzoek en onderzoek naar reisgedrag, kan reizen waardevol zijn door redenen zoals, transitie tussen verblijfsplaatsen, multitasken, de tijd doden, flow states ervaren of lange-termijn voordelen zoals persoonlijke groei en zelfrealisatie (Cornet et al., 2021).



Figuur 1 - Conceptueel model van worthwhile travel time (Cornet et al., 2021)

Om de waarde van onderweg zijn verder te begrijpen hebben Cornet et al. (2021) het conceptuele model in Figuur 1 opgesteld. Belangrijk hierin zijn de drie componenten. Ten eerste, gelabeld als component A, zijn er verschillende belevings- of ervaringsfactoren die belangrijk zijn in de soort en kwaliteit van de reisbeleving. Daarnaast, component B, laat zien dat reizigers waarde halen uit het reizen zelf en mogelijke extra activiteiten tijdens hun reis. Dit draagt samen bij aan component C: de belevingswaarde van de reis. Voor de belevingswaarde worden de elementen plezier, productiviteit en gezondheid genoemd Cornet et al. (2021). In de volgende paragraaf zal hierop uitgebreid worden door andere literatuur over belevingswaarden tijdens het reizen te bespreken.

Al met al kunnen deze drie componenten variëren per reiziger en in dit onderzoek willen we een beter beeld krijgen van de verschillende factoren die de beleving beïnvloeden (component A), welke activiteiten reizigers uitvoeren tijdens hun reis en met name wat hun redenen daarvoor zijn en dus wat voor waarde ze er mogelijk uithalen (component B) en uiteindelijk wat de algehele beleving van de reis is en wat emoties en waarden zijn die hier spelen bij de reizigers (component C). Dan zijn er nog contextuele factoren die de reiziger's perceptie van deze drie componenten beïnvloedt. De variatie van de drie componenten per reiziger zal in dit onderzoek worden onderzocht door te focussen op enkele rit eigenschappen zoals vervoermiddelen en reismotief en eigenschappen van de reiziger zelf.

## 2.2. TRAVEL SATISFACTION EN FLOW THEORY

De 'travel satisfaction scale' is een andere aanpak om de voordelen die individuen uit reizen halen te meten en daarmee het effect van mobiliteitsverbeteringen op de reiservaring te bepalen (Ettema, et al., 2011). Dit is een meetinstrument voor de reis-gerelateerde 'subjective well-being (SWB)' dat in het algemeen een individu's cognitieve en affectieve evaluaties van het leven in het algemeen omvat. Deze travel satisfaction scale geeft daarom extra inzichten in mogelijke ervaringen en belevingen van reizigers gedurende hun reis. Naast plezier zoals gebruikt door Cornet et al. (2021) zijn er meer nuances te vinden in emoties die reizigers kunnen ervaren. Daarnaast hoeven ze niet per definitie positief te zijn en zijn de negatieve emoties ook van belang om betere inzichten te krijgen in de belevingswaarde. Meerdere empirische onderzoeken bevestigen dat de twee dimensies van positieve activatie (e.g. enthousiast) naar negatieve deactivatie (e.g. verveeld) en van positieve deactivatie (e.g. rustig) naar negatieve activatie (e.g. gestresst) gebruikt kunnen worden om de ervaren tevredenheid tijdens een reis te vatten (zie bijvoorbeeld de Vos et al., 2015, Ettema et al., 2013, Friman et al., 2013).

Het affectieve component van de 'travel satisfaction scale' gebruikt de emoties in Tabel 1. Mokhtarian (2019) geeft een overzicht van drie andere veel gebruikte affectieve componenten om 'well-being' te meten die sterk overeenkomen met de termen gebruikt in Tabel 1.

Tabel 1 – De schalen in het affectieve component van de 'travel satisfaction scale'

|                              |
|------------------------------|
| <b>Negatieve activatie</b>   |
| Gehaast                      |
| Bezorgd                      |
| Gestresst                    |
|                              |
| <b>Positieve activatie</b>   |
| Alert                        |
| Enthousiast                  |
| Betrokken                    |
|                              |
| <b>Negatieve deactivatie</b> |
| Moe                          |
| Verveeld                     |
| Geïrriteerd                  |
|                              |
| <b>Positieve deactivatie</b> |
| Ontspannen                   |
| Zeker                        |
| Rustig                       |

Bron: Ettema et al. (2011)

Om verdere inzichten te krijgen in de waarde van onderweg zijn maken te Brömmelstroet et al. (2021) gebruik van 'flow theory'. Flow theory wordt hier gebruikt als een mogelijk raamwerk om het ontstaan van positieve ervaringen en de waarde van het onderweg zijn te begrijpen. De mentale staat van flow wordt vaak als optimale ervaring beschreven waarin niet alleen een huidige taak wordt voltooid door het samenwerken van onder andere cognitieve en emotionele processen maar waar het ook zorgt voor een intrinsiek gevoel van well-being en persoonlijk voldoening (te Brömmelstroet et al., 2021). Naast flow worden nog zeven mentale staten gebruikt in het onderzoek zoals gedefinieerd door Csikszentmihalyi (1997, p. 31), die vertaald overeenkomen met de termen: bezorgd, verveling, ongerustheid, apathie, controle, opwinding en ontspanning. Gezamenlijk is er een redelijke overlap tussen de emoties gebruikt in de 'travel satisfaction scale' en de mentale staten gebruikt in flow theory en geven ze een basis voor het categoriseren en inzichtelijk maken van belevingsbeschrijvingen van reizigers.

### **3. METHODOLOGIE**

Voor dit onderzoek zijn 57 korte interviews gehouden in Den Haag met reizigers vlak na of tijdens hun reis. Daarnaast zijn er flyers met een QR-code voor een digitale enquête uitgedeeld aan reizigers die geen tijd hadden voor een interview. Dit heeft 5 respondent opgeleverd. Voor de interviews is gebruik gemaakt van een vooropgestelde vragenlijst die ook zo goed mogelijk is vertaald naar een geschikte vragenlijst voor de digitale enquête. Er is gekozen voor interviews als hoofd onderzoeksmethode omdat beleving, zoals benoemd in de introductie, moeilijk te kwantificeren is en er, door het exploratieve karakter van het onderzoek, veel waarde zit in de reizigers' beschrijvingen van hun beleving tijdens de reis. Vandaar dat het stellen van open vragen een belangrijk middel is en hiervoor leent een schriftelijke of digitale enquête zich nou eenmaal minder dan een interview waar ook eenvoudig voor verduidelijking kan worden gevraagd.

Om de reisbeleving van verschillende type gebruikers te onderzoeken zijn vooraf enkele persona's opgesteld en daarbij passende locaties geselecteerd voor de straatinterviews. Hierdoor zijn verschillende contextuele factoren, zoals besproken in paragraaf 2.1, meegenomen. De persona's reflecteren de verschillende persoonlijke eigenschappen van reizigers met de focus op leeftijd en migratieachtergrond. Voor leeftijd is het doel om zowel jonge reizigers als reizigers met een middelbare leeftijd mee te nemen. Migratieachtergrond is meegenomen als variabele door reizigers met en zonder migratieachtergrond te vergelijken. Er is gekozen voor migratieachtergrond als variabele in dit onderzoek omdat dit vrij onderbelicht is, terwijl voor, bijvoorbeeld, Den Haag 56,2% van de inwoners een migratieachtergrond heeft (Gemeente Den Haag, 2022). Hierbij heeft iemand een migratieachtergrond als tenminste één ouder van de persoon in het buitenland is geboren (CBS, 2022).

De locaties Haagse Markt, station Hollands Spoor en rond het Centraal Station in Den Haag zijn geselecteerd zodat reizen met een variatie aan vervoermiddelen en de persona's onderdeel zijn van het onderzoek. Daarnaast is bewust gekeken naar het reismotief zodat er zowel reizigers die reizen van/naar werk als reizigers met een ander reismotief geïnterviewd konden worden. Op de locatie Haagse Markt in Den Haag zijn 27 reizigers bevroegd die met name te voet of met de fiets reisden, een migratieachtergrond hebben en waar boodschappen doen het voornaamste reismotief is. Op station Hollands Spoor in Den Haag zijn 23 jonge openbaar vervoer (met name trein en tram) reizigers geïnterviewd. In een poging ook auto en deelscooter gebruikers in het onderzoek te betrekken zijn er ook interviews afgenomen bij de parkeergarage Laakhaven-HS, dichtbij station Hollands Spoor, en rond Centraal Station Den Haag op gebruikelijke stallingsplekken voor deelscooters. Dit heeft echter maar 5 extra autoreizigers en 2 extra deelscooter gebruikers opgeleverd.



Het doel van de data verzameling is om een exploratief en kwalitatief onderzoek mogelijk te maken. Er zijn geen statistische analyses verricht. De resultaten in dit rapport zijn dan ook bedoeld om te inspireren over het belang en de variatie in de belevingswaarde van onderweg zijn en mogelijke nieuwe indrukken te krijgen van factoren die spelen bij deze belevingswaarde.

### 3.1. VRAGENLIJST

De interviews volgden een vaste vragenlijst die vragen bevat over de volgende componenten:

- Eigenschappen van de reis: reistijd, ideale reistijd, frequenties reis, vervoermiddelen, reismotief
- Beleving van de reis (inclusief factoren die dit beïnvloeden)
- Activiteiten tijdens het reizen
- Mening van omgeving over gebruikte vervoermiddel(en)
- Persoonlijke eigenschappen (e.g. geslacht, leeftijd, wel/niet migratieachtergrond)

De volledige vraagstelling voor de interviews staat uitgewerkt in Bijlage A. De beleving van de reis, de factoren die deze beleving beïnvloeden en de (mogelijke) activiteiten die uitgevoerd zijn tijdens de reis zijn elementen die direct gebaseerd zijn op de componenten A, B en C van het conceptuele model van Cornet et al. (2021) in Figuur 1. Naast het direct bevragen van de reizigers' beleving tijdens de reis en welke associaties hier bij ze naar boven komt is er voor de belevingswaarde ook gevraagd naar wat reizigers hebben gemist aan hun reis toen ze deze door de COVID-19 maatregelen (als van toepassing) niet konden maken.

### 3.2. KWALITATIEVE ANALYSE

Alle interviews zijn in stappen gecodeerd voor de open vragen omtrent de beleving, de belevingsfactoren en de activiteiten tijdens de reis. Voor de belevingsfactoren en de activiteiten tijdens de reis zijn als basis, al tijdens het afnemen van de interviews, de lijsten in respectievelijk Tabel 2 en 3 gebruikt. De vragen naar deze activiteiten en belevingsfactoren in de interviews waren echter open vragen en de termen in de tabellen zijn slechts gebruikt om de antwoorden al tijdens de interviews te kunnen coderen. Deze belevingsfactoren en activiteiten zijn gebaseerd op de factoren en activiteiten zoals Cornet et al. (2019) ze meegenomen hebben in hun onderzoek over 'worthwhile travel time'. Daarnaast zijn andere activiteiten en factoren genoteerd en meegenomen in de analyse als deze naar voren kwamen.

Tabel 2 – De belevingsfactoren meegenomen in de interviews

|   |
|---|
| Voorspelbaarheid/betrouwbaarheid reistijd |
| Gevoel van vrijheid                       |
| Gezondheid                                |
| Omgeving/de uitstraling van de omgeving   |
| Sfeer                                     |
| Omgevingsgeluid                           |
| Het weer                                  |
| Comfort                                   |
| Andere mensen/medereizigers               |

Bron: Cornet et al.,(2019).

Voor het coderen van de belevingswaarde is gebruikt gemaakt van de aspecten die naar voren komen in component C uit Figuur 1, 'travel satisfaction scale' en de mentale staten zoals besproken in paragraaf 2.2 van dit rapport.

Tabel 3 – Lijst met activiteiten die tijdens het reizen uitgevoerd kunnen worden zoals vooraf meegenomen in de interviews.

|  |
|--|
| Ontspannen of slapen                       |
| Internetten of sociale media               |
| Berichten versturen (e.g. Whatsapp, email) |
| Werken                                     |
| Lezen                                      |
| Audio luisteren                            |
| Video/film/serie kijken                    |
| Gesprek voeren (inclusief telefoneren)     |
| Iemand vergezellen                         |
| Eten/drinken                               |
| Persoonlijke verzorging                    |
| Nadenken                                   |
| Anders                                     |

Bron: gebaseerd op onderzoek van Cornet et al. (2019).

### 3.3. EIGENSCHAPPEN RESPONDENTEN

Van alle geïnterviewde reizigers zijn de eigenschappen in Tabel 4 samengevat en Tabel 5 laat de eigenschappen van de gemaakte reizen door de bevroagde reizigers zien. Voor de reiseigenschappen is te zien dat er een variatie aan vervoermiddelen meegenomen is en dat er met name frequent gemaakte reizen met de reismotieven van/naar het werk, onderwijs en winkelen/boodschappen doen bevroagd zijn.

Tabel 4 – Overzicht van de persoonlijke eigenschappen van de bevroagde reizigers.

|                             | <b>N</b> | <b>%</b> |
|-----------------------------|----------|----------|
| <b>Geslacht</b>             |          |          |
| Man                         | 35       | 56%      |
| Vrouw                       | 27       | 44%      |
|                             |          |          |
| <b>Leeftijdsklasse</b>      |          |          |
| Jong (16-35)                | 35       | 56%      |
| Middelbare leeftijd (35-55) | 19       | 31%      |
| Ouder (55+)                 | 8        | 13%      |
|                             |          |          |
| <b>Migratieachtergrond</b>  |          |          |
| Ja                          | 42       | 68%      |
| Nee                         | 16       | 26%      |
| Onbekend                    | 4        | 6%       |

Tabel 5 – Overzicht van de eigenschappen van de reizen gemaakt door de bevroagde reizigers.

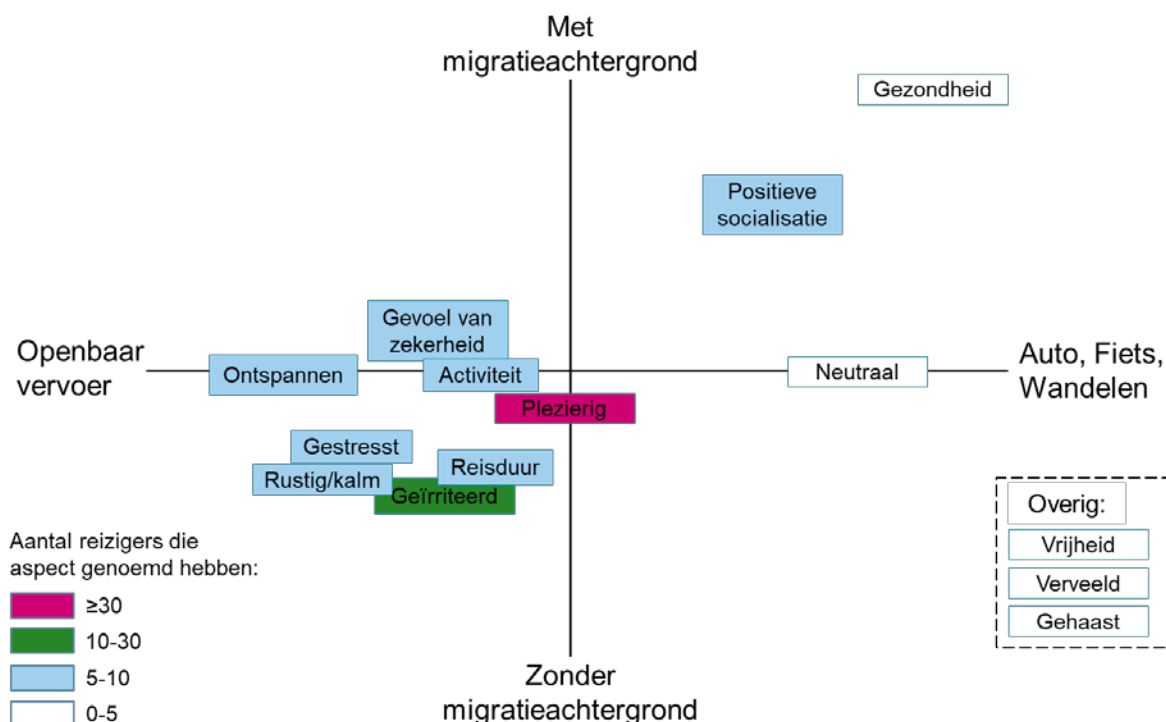
|                             | <b>N</b> | <b>%</b> |
|-----------------------------|----------|----------|
| <b>Vervoermiddel</b>        |          |          |
| Auto                        | 11       | 13%      |
| Trein                       | 16       | 20%      |
| BTM                         | 24       | 29%      |
| Deelscooter                 | 4        | 5%       |
| Wandelen                    | 17       | 21%      |
| Fiets                       | 9        | 11%      |
| Overig; Scootmobiel         | 1        | 1%       |
| <b>Reisduur</b>             |          |          |
| 10 minuten of minder        | 20       | 33%      |
| 11-20 minuten               | 24       | 40%      |
| 21-30 minuten               | 5        | 8%       |
| 31-60 minuten               | 8        | 13%      |
| >60 minuten                 | 3        | 5%       |
| <b>Frequentie reis</b>      |          |          |
| 4 keer per week of vaker    | 23       | 37%      |
| 1-3 keer per week           | 33       | 53%      |
| 1-3 keer per maand          | 4        | 6%       |
| minder dan 1 keer per maand | 2        | 3%       |
| <b>Reismotief</b>           |          |          |
| Van/naar werk               | 11       | 17%      |
| Winkelen/boodschappen doen  | 25       | 39%      |
| Onderwijs                   | 17       | 27%      |
| Visite                      | 3        | 5%       |
| Toeren/wandelen             | 2        | 3%       |
| Uitgaan/sport/hobby         | 1        | 2%       |
| Zakelijk                    | 1        | 2%       |
| Overig                      | 4        | 6%       |

## 4. RESULTATEN

De resultaten van de interviews zijn inzichtelijk gemaakt door voor de drie componenten uit Figuur 1 (belevingswaarde, belevingsfactoren en activiteiten) te visualiseren welke aspecten genoemd zijn, hoe vaak deze genoemd zijn en door wie.

### 4.1. BELEVING EN ERVARINGEN

De eerste associaties van mensen over hun reisbeleving tijdens of vlak na hun reis variëren en laten het brede spectrum aan emoties en andere factoren zien die in eerdere literatuur (zie hoofdstuk hiervoor) beschreven zijn. Figuur 2 laat deze variatie aan aspecten zien op een spectrum waar reizigers met of zonder migratieachtergrond zijn uitgezet tegenover het vervoermiddel waarmee ze reizen (privé vervoer of openbaar vervoer).



Figuur 2 – Overzicht van de belevingsaspecten genoemd door reizigers. De aspecten zijn gepositioneerd op basis van de migratieachtergrond en de gebruikte vervoermiddelen van de reizigers die het aspect genoemd hebben.

Ten eerste valt op dat er naast negatieve aspecten ook veel en variërende positieve associaties genoemd worden door reizigers als ze gevraagd worden naar hun reisbeleving. Dit ondersteunt het idee dat er een belevingswaarde gerelateerd is aan het onderweg zijn en het door reizigers niet alleen maar als disnut ervaren wordt. De belevingswaarde van plezier, zoals genoemd in het framework van Cornet et al. (2021) (Figuur 1) komt in sommige beschrijvingen van reizigers in de buurt van de emotie van enthousiasme van de 'travel satisfaction scale' of mentale staat van opwinding zoals beschreven door te Brömmelstroet et al. (2021), maar in veel gevallen is het een lichtere mate van tevredenheid die een plezierige reis beschrijft. Woorden als 'fijn', 'prettig', 'leuk', 'genieten' en 'gezellig' worden genoemd in de context van de volledige reis. Echter wordt er ook veel tevredenheid direct gekoppeld aan bepaalde materiële eigenschappen van het vervoer, zoals kwaliteit van het vervoermiddel, comfort en de temperatuur. Daarnaast draagt ook het weer, de sfeer en de omgeving bij aan positieve gevoelens.

Het gevoel van rust/kalmte, een ontspannen gevoel en een gevoel van zekerheid zijn andere positieve belevingswaarden die overeenkomen met de mental states en elementen van de 'travel satisfaction scale'. Een tramreiziger noemt specifiek dat rust in de tram belangrijk is voor een goede beleving. Daarnaast is het interessant dat dit gevoel van rust/kalmte alleen door bus/tram/metro, trein en auto-reizigers genoemd is en door geen enkele fietser of wandelaar. Een ontspannen gevoel wordt door reizigers benoemd die allemaal binnen de jonge leeftijdscategorie van 16 tot rond de 35 jaar vallen. Bovendien zijn dit allemaal reizen van of naar het werk of onderwijs. Een groep reizigers bestaande uit trein en bus/tram/metro reizigers en fietsers benoemt het gevoel van zekerheid als ze het over hun reisbeleving hebben. Deze reizigers noemen de volgende termen als ze het over hun beleving hebben: 'gemakkelijk', 'structuur', 'vertrouwelijk', 'betrouwbaar', 'veiligheid'.

Andere positieve waarden die niet direct gerelateerd zijn aan emoties van de 'travel satisfaction scale' maar wel genoemd zijn in de interviews zijn vrijheid, positieve socialisatie en gezondheid. Voor gezondheid geldt dat dit overeenkomt met de waarde zoals benoemd door Cornet et al. (2021). Alle reizigers die gezondheid noemen zijn geïnterviewd op de Haagse Markt, wandelen, hebben een reisduur van 5 tot 10 minuten, hebben een migratieachtergrond en zijn ouder dan 35 jaar. Dit geeft een indicatie dat ook actieve vormen van mobiliteit en de relatie met gezondheid belangrijk zijn voor reizigers met een migratieachtergrond. Ze benoemen deze waarde van gezondheid in termen zoals 'fijn om eruit te zijn' en 'buitenlucht' maar ook wordt expliciet het 'fit zijn' en 'goed voor de conditie' genoemd.

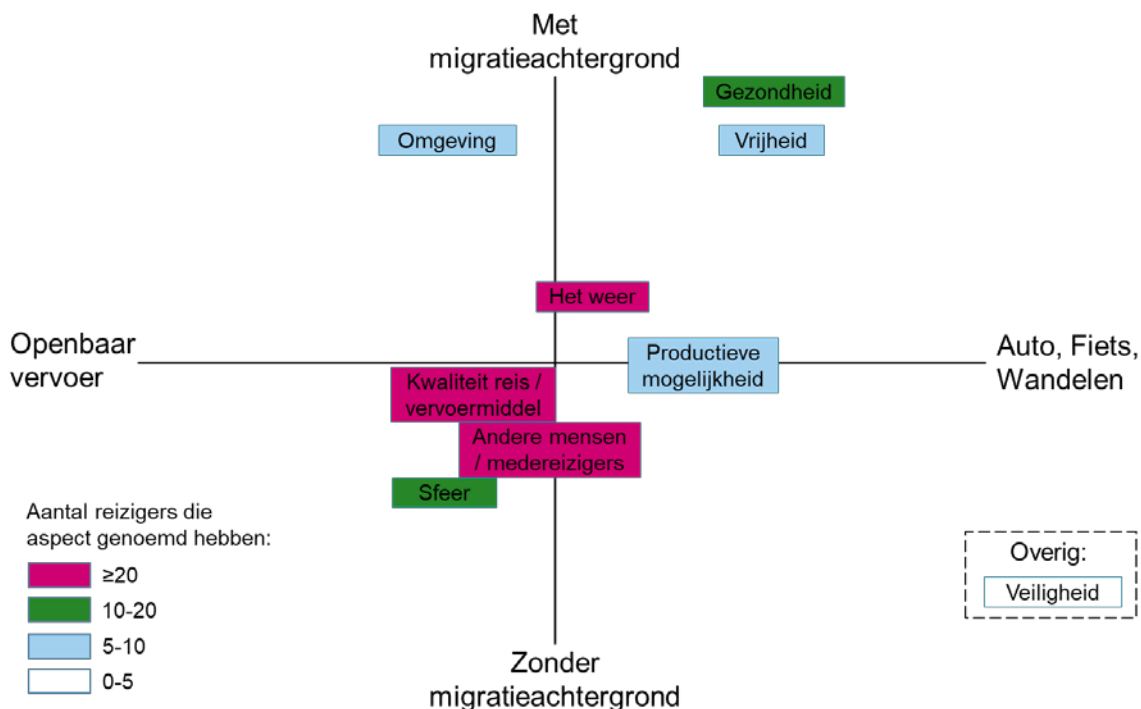
De term positieve socialisatie kan ook gekoppeld worden aan waarden als plezier en emoties zoals enthousiasme, maar dit is toch apart genomen omdat er soms niet direct een waardeoordeel door de reiziger aangekoppeld werd. Het gaat hier bijvoorbeeld over het ontmoeten van mensen onderweg of simpelweg het gevoel van socialisatie dat benoemd wordt. De mogelijkheid tot socialisatie wordt ook door enkele reizigers aangedragen als iets wat ze gemist hebben aan hun reis toen ze deze niet of minder vaak maakten tijdens de COVID-19 pandemie. Dit aspect benadrukt de potentiële positieve effecten van samen reizen op de reisbeleving en laat daarmee een contrast zien met het traditionele perspectief waarin de focus met name ligt op het faciliteren van de reis van stromen individuele reizigers. Twee reizigers met een migratie achtergrond noemen op de Haagse Markt het cultuurgevoel en het samen onderweg zijn met andere Turkse vrouwen als onderdeel van hun reisbeleving. Ze spreken hierbij af om gezamenlijk naar de markt te gaan, waarbij de reis er naartoe al een sociale activiteit is. De gemeenschap en andere taal en nationaliteiten draagt niet alleen op de locatie maar ook onderweg al bij aan de beleving. De waarde van socialisatie wordt verder beschreven door reizigers die gezelligheid met vrienden onderweg, de samenkomst met anderen en het socialiseren met medereizigers missen als ze hun reis niet (kunnen) maken. Daarnaast benoemt een jonge scholier het reizen in de tram met een grote variatie aan mensen uit verschillende wijken van Den Haag als positief element van de reis en deze samenkomst met mensen uit de samenleving die hij in zijn vertrouwde omgeving nooit tegen zou komen draagt bij aan de beleving. Dit komt overeen met het idee van te Brömmelstroet et al. (2017) dat openbaar vervoer de grootse potentie kan hebben tot het blootstellen van reizigers aan sociale diversiteit. De andere reizigers die deze socialisatie als positieve beleving benoemen hebben allemaal een migratieachtergrond en zijn geïnterviewd op de Haagse Markt, waar winkelen/boodschappen doen het reismotief was.

Tegenover de belevingswaarde als positief element van reizen noemen de reizigers in mindere mate ook negatieve aspecten. Van de emoties op de 'travel satisfaction scale' komen alleen 'moe' en 'bezorgd' niet direct naar voren in reizigers' directe associaties met hun reisbeleving. Indirect wordt 'moe' in combinatie met 'verveling' wel genoemd als dingen die de reizigers proberen te vermijden door het uitvoeren van andere activiteiten tijdens hun reis, zoals verder

zal worden besproken in paragraaf 4.3. Interessant is dat voor enkele reizigers de beleving geassocieerd wordt met een lijst aan negatieve emoties, maar dat voor vele een negatief belevingsaspect een contrast vormt met positieve elementen van hun reisbeleving. De uiteindelijke ervaren belevingswaarde van een reis kan dan de balans zijn van deze elementen die voortkomen uit belevingsfactoren en de uitgevoerde activiteiten tijdens een reis.

Tot slot zijn er de aspecten van ‘activiteit’ en ‘reisduur’ in Figuur 2. Voor activiteiten gaat het om reizigers die direct bepaalde activiteiten zoals werken, huiswerk maken en muziek luisteren associëren met hun beleving tijdens de reis. Enkele reizigers benoemen de tijd hebben voor het uitvoeren van activiteiten zoals lezen of muziek luisteren als iets wat ze gemist hebben toen ze hun reis door de COVID-19 maatregelen niet of minder vaak maakten. Ook reisduur wordt direct genoemd in relatie tot reisbeleving, maar dit gaat zowel om positieve associatie met een snelle of korte reis, als wel reizigers die langdurigheid van de reis benadrukken. Naast de positie van ‘reisduur’ in het spectrum in Figuur 2, wordt het ook met name door jonge reizigers genoemd.

## 4.2. BELEVINGSFACTOREN



Figuur 3 - Overzicht van de factoren die de reisbeleving beïnvloeden zoals genoemd door reizigers. De factoren zijn gepositioneerd op basis van de migratieachtergrond en de gebruikte vervoermiddelen van de reizigers die de factor genoemd hebben.

Binnen de beschrijving van hun reisbeleving hebben sommige reizigers al context gegeven waardoor een bepaalde waarde ontstaat. Figuur 3 laat zien welke factoren naar voren zijn gekomen bij de vraag wat de reisbeleving van de reizigers beïnvloed, hoe vaak ze genoemd zijn en door welke type reizigers. Voor de categorisatie van antwoorden is gebruik gemaakt van de factoren uit Tabel 2. Aan de hand van de antwoorden zijn hier enkele aan toegevoegd.

Het beeld van de mentale staten en ‘travel satisfaction scale’, waar de positieve emoties tegenover de negatieve emoties staan, wordt ook bevestigd tijdens de interviews. Echter is het niet het één of het ander. Soms wordt het ontbreken van iets positiefs als iets negatiefs ervaren

en wordt het ontbreken van iets wat eerder als negatief ervaren is als iets positief ervaren. Vandaar dat er ook gevraagd is naar welke factoren de beleving beïnvloeden en dit geeft met name inzicht in de aspecten die bepalen hoe groot de belevingswaarde van een reis voor een bepaalde reiziger is. Al met al laat Figuur 3 ook zien dat er naast de vele manieren waarop reizigers hun reis beleven ook een variatie aan factoren is die deze beleving beïnvloed.

De meest genoemde factoren die de reisbeleving van de bevroegde reizigers beïnvloeden zijn het weer, de kwaliteit van de reis of het vervoermiddel en andere mensen of medereizigers. Dit zijn allen factoren die bij de reizigers zowel voor een positieve als negatieve beleving gezorgd hebben. Voor het weer licht een enkeling toe dat het mooie weer en de frisse lucht bijdraagt aan een positieve beleving. De meerderheid licht de factor 'het weer' echter toe met mogelijke negatieve effecten zoals bijvoorbeeld een reiziger die zei: 'koud weer kan zorgen voor irritatie', of een andere reiziger: 'als het regent en je uit het openbaar vervoer moet stappen'. De factor 'andere mensen/medereizigers' werd vaak genoemd in betrekking tot hoe rustig of hoe druk het tijdens de reis was. Daarnaast dragen andere mensen en medereizigers bij aan de eerder besproken positieve belevingswaarde van 'positieve socialisatie'. De veel genoemde factoren gerelateerd aan de kwaliteit van de reis of het vervoermiddel omvatten aspecten zoals de reistijd, het gemak van de reis en het comfort. Met name voor comfort gaat het om verschillende aspecten zoals de beschikbaarheid of netheid van de zitplaatsen en de temperatuur in openbaar vervoer die zowel negatief als positief effect kunnen hebben op de beleving. Daarnaast benoemde één van de deelscooter gebruikers het plezierige effect van de stilte van elektrische deelscooters wat ook zorgde voor het makkelijk kunnen communiceren met de medereiziger achterop en zo ook bijdroeg, via positieve socialisatie, aan de reisbeleving.

Los van gezondheid als belevingswaarde wordt het bewegen en fit zijn nog vaker als factor genoemd die bijdraagt aan de reisbeleving. Ook hier is gezondheid gepositioneerd in de rechter bovenhoek van het spectrum in Figuur 3 en qua vervoermiddelen wordt het zoals verwacht voornamelijk door fietsers en wandelaars benoemt. De factor van vrijheid werd onder andere beschreven door een deelscooter gebruiker die de onafhankelijkheid van een deelscooter prees ten opzichte van het gebruik van openbaar vervoer waar je vast zit aan vaste vertrektijden. Anderen benoemden direct het gevoel van vrijheid als factor. Naast de positionering van vrijheid in Figuur 3, valt op dat hoofdzakelijk bezoekers van de Haagse Markt dit noemen, en dat als het om privévervoermiddelen gaat dit allemaal wandelaars en fietsers zijn.

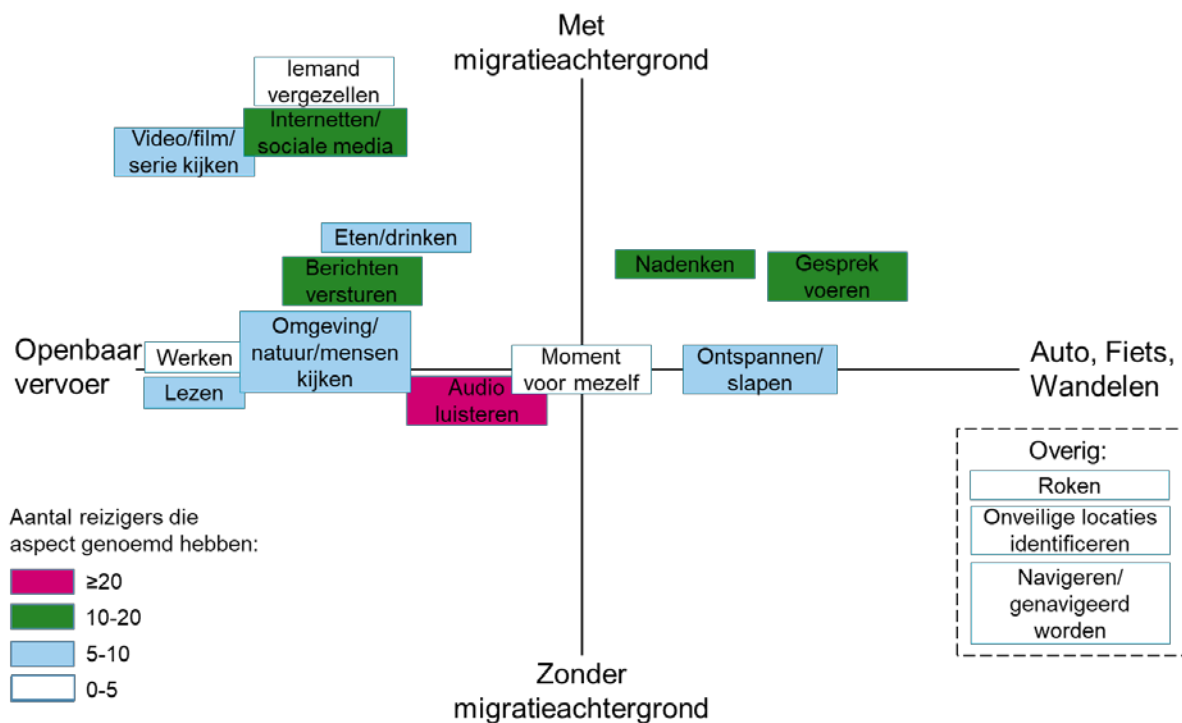
De omgeving heeft op meerdere manieren invloed op de beleving van reizigers. Iemand noemt omleidingen en dubbel geparkeerde auto's waardoor er weinig ruimte is voor fietsers als negatieve impact op de beleving en de oorzaak voor een chaotisch gevoel, drukte en onrust. Twee andere reizigers noemen het samen met andere factoren die volgens hun bijdragen aan hun manier om een fijn moment voor hunzelf te hebben of de dag fijn te kunnen beginnen. Sfeer wordt in verhouding door meer reizigers genoemd die geen migratieachtergrond hebben (zie Figuur 3) en deze reizigers zijn voornamelijk jonge scholieren met onderwijs als reismotief. Veiligheid als factor komt naar voren bij slechts 2 reizigers. Eén hiervan gebruikt een scootmobiel en benoemt de kwetsbare positie op de weg en de soms onveilige situatie die ontstaat door het gedrag van andere mensen die hem weinig tot geen ruimte geven en soms naar hem schreeuwen.

Het beschikken over productieve mogelijkheden onderweg kwam interessant genoeg naar voren bij meer automobilisten dan bijvoorbeeld openbaar vervoer reizigers. De automobilisten hebben het hier over het fijn vinden dat er onderweg een telefoontje gepleegd kan worden en de mogelijkheid om meteen makkelijk meerdere dingen, zoals boodschappen, te kunnen doen op verschillende bestemmingen terwijl ze reizen met de auto. Enerzijds gaat dit meer om de

waarde van de reisbestemming(en), anderzijds ontstaat er een keten van (korte) ritjes tussen verschillende bestemmingen met hetzelfde vervoermiddel waarbij de vraag gesteld kan worden of ze individueel of als geheel moeten worden gezien. De treinreizigers benoemen als onderdeel van hun beleving specifiek het kunnen werken of het maken van huiswerk wat aangeeft dat de mogelijkheid om deze productieve taken uit te voeren een rol spelen.

### 4.3. ACTIVITEITEN TIJDENS HET REIZEN

Het volgende component dat bij kan dragen aan het creëren van waarde tijdens een reis zijn het uitvoeren van activiteiten onderweg. Over de activiteiten zelf is niet zoveel toegelicht en deze paragraaf zal vooral inzichten geven in de variatie aan activiteiten die tijdens reizen worden uitgevoerd en door wie. Figuur 4 geeft hiervan een overzicht. Hier is met name te zien dat openbaar vervoermiddelen, met name de trein, zich beter lenen voor de meeste activiteiten.



Figuur 4 – Overzicht van de activiteiten die door reizigers tijdens hun reis uitgevoerd worden. De activiteiten zijn gepositioneerd op basis van de migratieachtergrond en de gebruikte vervoermiddelen van de reizigers die de activiteit genoemd hebben.

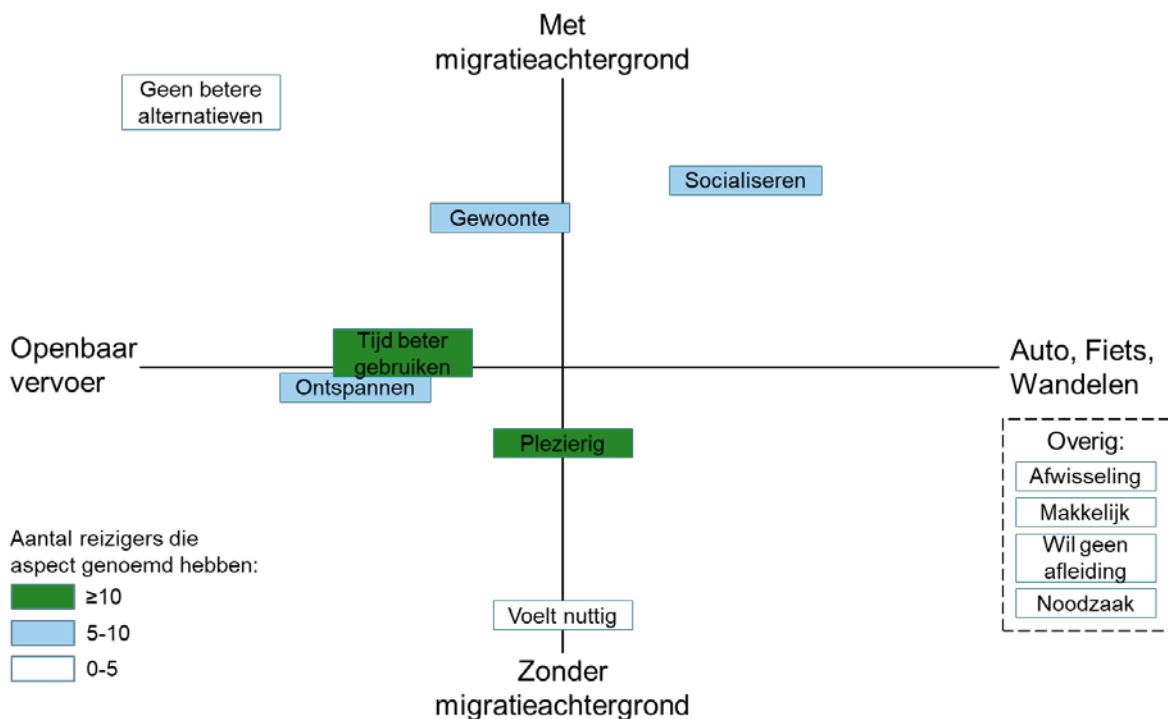
Verder benadrukt dit figuur de vele activiteiten die uitgevoerd worden tijdens een reis. Dit maakt het vervolgens extra belangrijk om de rol van activiteiten in de belevingswaarde van onderweg zijn verder te onderzoeken. Voor het internetten/sociale media en berichten versturen als activiteit is, naast de trend in Figuur 4, ook duidelijk dat, op één na, alle reizigers in de jonge leeftijdscategorie vallen. Voor werken als activiteit is duidelijk dat dit alleen door treinreizigers wordt uitgevoerd met een reisduur van langer dan 60 minuten.

Gelinkt aan de eigenschappen voor lezen als activiteit uit Figuur 4 is het feit dat dit voornamelijk door jonge scholieren wordt gedaan. Ook voor de activiteiten ‘eten/drinken’, ‘audio luisteren’ en ‘video/film/serie kijken’ geldt dat het merendeel in de jonge leeftijdscategorie valt. Op basis van de onderzoeksmethode is deze link tussen leeftijd en het gebruik van openbaar vervoer te verwachten omdat jonge openbaar vervoer reizigers de doel groep was op station Hollands Spoor.



Gesprekken voeren tijdens de reis is zowel met medereizigers als telefoneren onderweg. De positie van gesprek voeren op het spectrum van Figuur 4, komt, naast wandelen naar de Haagse Markt als veel gebruikt moment om te praten met anderen, ook door automobilisten die onderweg telefoneren. Samen reizen met iemand, waar dit vergezellen ook onderdeel is van de reisactiviteit, komt terug bij iets minder frequent gemaakte reizen (maximaal 3 keer per week) met boodschappen doen/winkelen als reismotief. Aanvullend op de positie van 'iemand vergezellen' in Figuur 4 wordt dit alleen door reizigers naar de Haagse Markt genoemd die in de middelbare leeftijdscategorie (van 35 tot 55 jaar) vallen. Deze sociale activiteiten van gesprekken voeren, iemand vergezellen en tot in zekere mate ook berichten versturen en internetten/sociale media versterken het eerder gemaakte punt over het belang van de sociale waarde die mensen uit het reizen halen of zelf onderweg creëren door middel van het uitvoeren van activiteiten.

#### 4.3.1. Reden voor activiteiten



Figuur 5 – Overzicht van de redenen voor het uitvoeren van activiteiten tijdens hun reis die door de reizigers genoemd zijn. De aspecten zijn gepositioneerd op basis van de migratieachtergrond en de gebruikte vervoermiddelen van de reizigers die het aspect genoemd hebben.

Elke reiziger is ook gevraagd waarom ze de activiteiten uitvoeren die ze benoemen. Figuur 5 geeft een overzicht van de verschillende aspecten die hierbij genoemd zijn, door welke type reizigers ze genoemd zijn en de bijbehorende frequentie. In sommige gevallen kan deze reden voor activiteit tot in enige mate gekoppeld worden aan de belevingswaarden en emoties beschreven in paragraaf 4.1. Cornet et al. (2021) beschrijven in hun onderzoek ook dat component B, de activiteiten, een manier zijn om meer waarde uit een reis te halen en het daarmee waardevoller te maken. Sommige termen in Figuur 5 komen direct overeen met termen genoemd in paragraaf 4.1 zoals 'plezierig' en 'ontspannen' omdat de beschrijvingen van reizigers zoveel gelijkenissen vertoonden met soortgelijke beschrijvingen van hun reisbeleving. Daarnaast kan 'afwisseling' als reden voor het uitvoeren van activiteiten gezien worden als het willen voorkomen van verveling en is 'gewoonte' als reden mogelijk gerelateerd

aan een gevoel van zekerheid. Het aspect 'tijd beter gebruiken' refereert in veel gevallen aan het willen voorkomen van bijvoorbeeld verveling of irritatie zoals blijkt uit de achterliggende antwoorden van reizigers die in de volgende alinea worden besproken. Tot slot geldt ook dat het gevoel van nut bij kan dragen aan de productiviteitswaarde van een reis en dat het willen socialiseren mogelijk ook gedreven is bij het zoeken naar positieve ervaringen zoals samengevat in het belevingsaspect 'positieve socialisatie'. Al met al bevestigt dit het idee zoals samengevat in het conceptuele model van Cornet et al. (2021) en worden de activiteiten inderdaad uitgevoerd om de belevingswaarde te verhogen door de positieve aspecten op te zoeken en de negatieve aspecten te vermijden.

Figuur 5 geeft meer inzicht in het type reiziger dat de aspecten benoemd heeft. Verder volgt hierna een beschrijving van de aspecten met meer inzicht en context vanuit individuele antwoorden van reizigers tijdens de interviews. Als eerste, een relatief vaak genoemde factor voor het uitvoeren van activiteiten tijdens de reis is het beter gebruiken van de tijd. Dit werd op verschillende manieren beschreven zoals 'jezelf bezighouden', 'afleiding', 'als tijd verdrijf', 'zodat de tijd sneller gaat'. Anderen willen specifiek voorkomen dat het saai wordt of vinden het beter dan niks doen of stil zitten. Weer anderen kiezen voor een activiteit, zoals bijvoorbeeld lezen, omdat het beter voelt dan een alternatieve activiteit zoals 'een beetje doelloos op je telefoon zitten'. Als laatste werd bij met name muziek luisteren als reden genoemd dat het anders zo stil is, of dat het de betere optie is vergeleken met in stilte wandelen.

Ontspannen en plezierig zijn twee termen die ook genoemd zijn bij de belevingswaarde van een reis. Voor 'ontspannen' als reden voor de activiteit(en) benoemen reizigers dingen als 'de dag relaxed beginnen', 'rust', 'het helpt mij te landen op de dag', 'als momentje voor je zelf' en 'om me afsluiten van mijn omgeving'. De term 'plezierig' als reden omvat beschrijvingen met positieve en blijde emoties zoals: 'had ik zin in', 'geeft een lekker gevoel', 'het/lezen is leuk', 'ik hou van lezen'. Meerder reizigers vinden de activiteiten die ze doen fijn en dit wordt ook specifiek benoemd voor muziek luisteren en het op de hoogte blijven van het nieuws. Daarnaast wordt er voldoening gehaald door te praten met anderen en is gezelligheid een reden voor sociale activiteiten. Bepaalde activiteiten uitvoeren om te socialiseren komt met name terug bij reizigers op de Haagse Markt en dit zijn dan vooral wandelaars. Een verscheidenheid aan toelichtingen worden hierbij gegeven, zoals: 'behoefte aan sociaal contact', 'ik kom veel bekenden tegen onderweg', 'lekker wandelen en met de kinderen praten', 'sociale contacten leggen', 'bijpraten met vrouwen binnen de eigen cultuur' en 'voldoening door praten met anderen'.

#### 4.4. IDEALE REISTIJD

Het conceptuele model van Cornet et al. (2021) is gebaseerd rond het idee dat er waardevolle en waardeloze reistijd bestaat voor een reiziger. Ongeacht hoe dat echt ervaren wordt, geeft het wel het contrast aan tussen de oorspronkelijk veel aanwezige gedachte rond onderweg zijn als volledig disnut en de andere waarden van mobiliteit die langzaam aan meer aandacht krijgen. Als reizen een volledig disnut zou zijn zou iedere reiziger, logischerwijs, de reistijd willen minimaliseren of de reis willen vermijden. Naast alle positieve belevingswaarden, komt uit de interviews ook naar voren dat voor minstens de helft van de reizigers de huidige reistijd niet afwijkt van hun ideale reistijd voor de gemaakte rit. Deze reizigers noemen hun huidige reistijd al goed genoeg, prima of zelfs perfect. Een andere reiziger met een reistijd van 20 minuten geeft aan hij wel geduld heeft en het daarom ook niet sneller hoeft.

Een groot deel van de reizigers die tevreden is met de huidige reistijd heeft een huidige reisduur van 20 minuten of minder. Ook is het aandeel van reizigers met winkelen/boodschappen doen als reismotief groter voor deze groep vergeleken met alle

reizigers. De reizigers met een reisduur langer dan 20 minuten geven vaker aan dat ze liever een kortere reistijd hebben. Dit zijn ook met name de openbaar vervoer gebruikers en automobilisten. De gewenste reductie van de reistijd van deze groep is tussen de 5 en 20 minuten. Enkele uitschieters zijn gewenste reducties van 30, 75 en 110 minuten, allen genoemd door treinreizigers die momenteel 60 tot 120 minuten onderweg zijn voor het werk of het onderwijs.

#### 4.5. METHODOLOGIE VOOR HET ONDERZOEKEN VAN BELEVING

Naast een beter idee krijgen van de belevingswaarde van onderweg zijn, is het verzamelen van deze data en informatie omtrent beleving ook een interessant doel op zich. Dit is met name interessant omdat hier tot dusver nog weinig aandacht aan besteed is, vooral niet in de context van bijvoorbeeld het evalueren van beleidsplannen (Bingen, Korbee, & van der Veecken, 2021).

De interviews uitgevoerd tijdens dit onderzoek hebben de variatie binnen de drie componenten van beleving, belevingsfactoren en extra uitgevoerde activiteiten onderweg naar voren weten te halen. De opzet met het individueel bevragen van deze drie componenten heeft ervoor gezorgd dat er per reiziger meer inzichten zijn gekregen in de belevingswaarde. Toekomstig onderzoek zou deze opzet verder uit kunnen breiden door de belevingsfactoren gedetailleerder in beeld te brengen, waar bijvoorbeeld drukte in vervoermiddelen te onderscheiden is van socialisatie binnen de besproken factor 'andere mensen/medereizigers'.

Echter blijkt ook dat waar in theorie interviews voor meer diepgang in de verzamelde antwoorden kan zorgen, de praktijk laat zien dat het voor dit onderzoek nog lastig bleek. Erg uitgebreide antwoorden op de vragen bleven eerder een uitzondering wat maakte dat het verhaal achter de reisbeleving minder sterk naar voren kon komen door middel van bijvoorbeeld anekdotes. Dit kan mede komen door het gebruik van straat interviews, die zich al minder lenen voor diepgang omdat mensen slechts bereid zijn een beperkte tijd hieraan te besteden. Daarnaast bleek ook het onderwerp en het hierbij direct bevragen van de beleving lastig te zijn voor bepaalde reizigers die bijvoorbeeld in mindere mate begrijpen wat beleving inhoudt of hier misschien nog nooit bewust over nagedacht hebben. Het bevragen van de drie componenten hielp om toch een beeld van de beleving te krijgen bij iedere reiziger.

Meer diepgang en tijd besteden aan het doorvragen en formuleren van vragen kan bijvoorbeeld door focus groepen of reizigers individueel uit te nodigen voor een diepte-interview. Het mogelijke nadeel hiervan is dat het hierbij moeilijk is om dit direct te koppelen aan een specifieke reis. Helemaal de onbewust ervaren belevingswaarden zullen moeilijker naar boven komen in een interview als het enkele dagen na een reis is. Een oplossing zou een vorm van 'go-along' onderzoek kunnen zijn zoals bijvoorbeeld uitgevoerd door van Duppen en Spierings (2013) waar met de reiziger meegereisd wordt, onderweg geobserveerd wordt en vragen worden gesteld aan de reiziger om reisgedrag en ervaringen in kaart te kunnen brengen.

Een combinatie van bovenstaande waar straat interviews en go-along onderzoek wordt gecombineerd met diepte interviews en focus groepen lijkt op basis van de ervaringen tijdens dit onderzoek passend voor verdere onderzoeken die reisbeleving in kaart proberen te brengen. Al met al geeft het wel een contrast weer met andere onderwerpen waar digitale enquêtes voldoen. Het ontbreken van monetaire waarden en de zoektocht naar het verhaal rond reizigers' beleving van onderweg zijn vraagt ook voor arbeidsintensievere onderzoeksmethoden.

## 5. CONCLUSIE

In dit onderzoek is door middel van de reisbeleving, de belevingsfactoren en extra activiteiten tijdens het reizen de belevingswaarde van onderweg zijn beter in kaart gebracht. Ten eerste valt voor de reisbeleving op dat er veel positieve elementen door de reiziger genoemd worden die bevestigen dat er naast reizen als disnut wel degelijk een bepaalde waarde ervaren wordt tijdens het onderweg zijn. Een paar veelgenoemde belevingsfactoren zoals het weer, medereizigers of de kwaliteit van de reis of het vervoermiddel dragen zowel bij aan een positieve als negatieve reisbeleving. Tevens worden er veel activiteiten uitgevoerd tijdens het reizen waarbij de reizigers' motivaties voor het uitvoeren van deze activiteiten veelal doelen op positieve belevingswaarden of het vermijden van negatieve ervaringen.

Het aspect van samen reizen en de positieve beleving die deze socialisatie oplevert is een verassend aspect wat sterk naar voren kwam bij met name de reizigers met een migratieachtergrond op de Haagse Markt. Daarnaast worden er ook meerdere sociale activiteiten uitgevoerd tijdens het reizen zoals iemand vergezellen, gesprekken voeren en berichten versturen. Al met al biedt deze belevingswaarde door socialisatie een nieuw perspectief op de waarde van onderweg zijn dat voor bepaalde bestemmingen of reismotieven belangrijk kan zijn.

Verder visualiseren de figuren 2-5 duidelijk dat de beleving van reizen varieert voor verschillende gebruikersgroepen. De factor van gezondheid speelt ook bij mensen met een migratieachtergrond een rol bij de beleving van een reis te voet of met de fiets. Verder valt op dat veel van de activiteiten tijdens de reis worden uitgevoerd door de jonge openbaar vervoer gebruikers die zijn geïnterviewd op station Hollands Spoor.

Naast de vele positieve belevingsaspecten die naar voren zijn gekomen in dit onderzoek bevestigt ook de vergelijking tussen de huidige en de ideale reistijd van de reizigers dat reizen niet als volledig disnut beschouwd wordt. De meerderheid van de reizigers heeft een ideale reistijd die gelijk staat aan de huidige reistijd. Dit zijn met name reizigers die een reisduur hebben van 20 minuten of minder. Gezamenlijk steunen deze resultaten de motivatie om de belevingswaarde van reizen verder te onderzoeken en het onderdeel te laten zijn van beleidsafwegingen waar reistijdswinsten misschien wel minder belangrijk mogen zijn als bijvoorbeeld de beleving tijdens de reis kan worden verbeterd en gestimuleerd.

## 6. DISCUSSIE

Volgend op de resultaten van dit korte onderzoek zijn er genoeg toekomstige onderzoeksrichtingen te benoemen die verder kunnen bijdragen aan het begrijpen van de belevingswaarde van reizen. Een eerste punt is al besproken in paragraaf 4.5 omtrent de methodologie van het onderzoeken van beleving. Verder geeft dit rapport inzicht in de verschillen van reisbeleving voor verschillende type reizigers. Echter, om de belevingswaarde mee te kunnen nemen in beleidsvorming en eventueel te kunnen sturen op verbeteren van beleving is het belangrijk de volgende stap te zetten door de relaties tussen de belevingsfactoren, extra reisactiviteiten en de reisbeleving zelf in kaart te brengen. Vandaar het voorstel voor de volgende onderzoeksvragen:

**Vraag:** Wat zijn de effecten van de verschillende belevingsfactoren en reisactiviteiten op de reisbeleving (van verschillende gebruikersgroepen)?

**Vraag:** Wat betekent het eventuele belang van reisactiviteiten en belevingsfactoren in de belevingswaarde van een reis voor toekomstige infrastructuur investeringen, beleidsafwegingen en onderzoeken?

Mogelijk kunnen toekomstige infrastructuur investeringen ook gericht zijn op het stimuleren van samen reizen omdat dit positief bijdraagt aan de beleving van de reis. Dit zou bijvoorbeeld een reden kunnen zijn om te kiezen voor bredere fietspaden om meer ruimte te creëren. Hiernaast kunnen ook andere vormen van infrastructuur, naast wegen, fietspaden en wandelpaden, een rol spelen als het bijvoorbeeld gaat om de belevingswaarde die in dit rapport naar voren komt in relatie tot socialisatie. Hierbij gaat het bijvoorbeeld over meer bankjes en schaduw- of schuilplekken. Verder onderzoek is nodig om meer inzichten te krijgen in welke investeringen het beste bij kunnen dragen aan het bevorderen van de belevingswaarde tijdens het reizen.

Hiernaast bieden de interviews interessante perspectieven en beschrijvingen van de reisbeleving voor een verscheidenheid aan type reizigers. Om gericht de reisbeleving van bepaalde gebruikersgroepen te kunnen afwegen in beleidsbeslissingen zal op grotere schaal onderzocht moeten worden wat de verbanden zijn tussen de belevingswaarde en eigenschappen van de reis en de reiziger. Daarnaast blijkt uit dit rapport dat er verschillende belevingsfactoren en reisactiviteiten genoemd worden in verband met de reisbeleving door verschillende type reizigers afhankelijk van het gebruikte vervoermiddelen, leeftijd en migratieachtergrond. Ook hiervoor, als de factoren en reisactiviteiten meegenomen worden in beleidsafwegingen, is de relatie met verschillende type reizigers van belang. Bovendien vertegenwoordigen de geïnterviewde reizigers op de verschillende locaties ook verschillende reismotieven die mogelijk nog meer van invloed kunnen zijn dan bijvoorbeeld het vervoermiddel op bepaalde aspecten van de reisbeleving. Vandaar de volgende vragen:

**Vraag:** Wat zijn relaties tussen de belevingswaarde van reizen en eigenschappen van de reis en de reiziger?

**Vraag:** Wat zijn de verbanden tussen de belevingsfactoren en reisactiviteiten die effect hebben op de belevingswaarde en de eigenschappen van de reis en de reizigers?

Wat betreft de belevingswaarden zelf zou er nog meer aandacht kunnen gaan naar de verschillende positieve waarden en hoe die zich tot elkaar verhouden. Binnen het aspect 'plezier' zoals in dit onderzoek gebruikt zitten vrij veel positieve belevingsbeschrijvingen die mogelijk verder onderverdeeld kunnen worden maar ook niet passen binnen de positieve emoties van de 'travel satisfaction scale' zoals 'enthousiast'. Verder zijn er vergeleken met de intenties vooraf weinig automobilisten en deelscooter gebruikers geïnterviewd voor dit onderzoek. Hier is in het bespreken van de resultaten rekening mee gehouden door de deelscooter gebruikers niet mee te nemen in de visualisaties en geen interpretaties te doen wat betreft de beleving van alleen automobilisten. Met name voor de deelscooter gebruikers bleek de onderzoeksmethode niet geschikt. De free-floating systemen zoals gebruikt in Den Haag maken het lastig reizigers te interviewen vlak na hun reis. Veel gebruikte parkeerplekken en clusters van deelscooters zoals rond station Den Haag Centraal dienen vaak als overstappunt naar andere vervoermiddelen waardoor er weinig tijd beschikbaar is en de bereidheid voor een interview laag is. Vandaar dat ook voor het betrekken van deelvervoer meerdere onderzoeksmethoden gewenst zijn zoals een combinatie van straat interviews, diepte interviews en/of focus groepen net als besproken in paragraaf 4.5. Hiervoor zou dan een samenwerking met de vervoerders gezocht kunnen worden om met de deelvervoergebruikers in contact te komen.

# REFERENTIES

- Bingen, L., Korbee, E., & van der Veeken, A. (2021, November 25-26). Brede welvaart en mobiliteit: van denkkader naar uitvoering. *Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk (CVS)*.
- CBS. (2022, Maart 14). *Persoon met een migratieachtergrond*. Opgehaald van CBS: <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/begrippen/persoon-met-een-migratieachtergrond>
- Cornet, Y., Barradale, M. J., Bernardino, J., & Lugano, G. (2019). Worthwhile Travel Time: Design Challenges of Capturing the User Experience by Smartphone. *Smart Cities Symposium Prague*. doi:10.1109/SCSP.2019.8805706
- Cornet, Y., Lugano, G., Georgouli, C., & Milakis, D. (2021). Worthwhile travel time: a conceptual framework of the perceived value of enjoyment, productivity and fitness while travelling. *Transport Reviews*. doi:10.1080/01441647.2021.1983067
- Csikszentmihalyi, M. (1997). *Beyond Boredom and Anxiety* (2nd printing ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
- De Vos, J., van Schwanen, T., Acker, V., & Witlox, F. (2015). How satisfying is the Scale for Travel Satisfaction? *Transportation Research Part F*, 29, 121-130. Opgehaald van <https://doi.org/10.1016/j.trf.2015.01.007>
- Ettema, D., Gärling, T., Eriksson, L., Friman, M., Olsson, L., & Fujii, S. (2011). Satisfaction with travel and subjective well-being: Development and test of a measurement tool. *Transportation Research Part F*, 14, 167-175. doi:10.1016/j.trf.2010.11.002
- Ettema, D., Gärling, T., Olsson, L. E., Firman, M., & Moerdijk, S. (2013). The road to happiness? Measuring satisfaction of Dutch car drivers' satisfaction with their travel. *Transport Policy*, 27, 171-178. Opgehaald van <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2012.12.006>
- Friman, M., Fujii, S., Ettema, D., Gärling, D., & Olsson, L. E. (2013). Psychometric analysis of the satisfaction with travel scale. *Transportation Research Part A*, 48, 132-145. Opgehaald van <https://doi.org/10.1016/j.tra.2012.10.012>
- Gemeente Den Haag. (2022, Maart 14). *Bevolking gemeente Den Haag*. Opgehaald van Den Haag in cijfers: <https://denhaag.incijfers.nl/dashboard/Overzichten/Bevolking/>
- Liu, G., te Brömmelstroet, M., Krishnamurthy, S., & van Wesemael, P. (2019). Practitioners' perspective on user experience and design of cycle highways. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives* 1, 100010. doi:10.1016/j.trip.2019.100010
- Milakis, D., Cervero, R., van Wee, B., & Maat, K. (2015). Do people consider an acceptable travel time? Evidence from Berkeley, CA. *Journal of Transport Geography*, 44, 76-86. doi:10.1016/j.jtrangeo.2015.03.008
- Mokhtarian, P. L. (2019). Subjective well-being and travel: retrospect and prospect. *Transportation*, 46, 493-513. Opgehaald van <https://doi.org/10.1007/s11116-018-9935-y>
- Pritchard, J. P., Geurs, K., Tomasiello, D. B., Slovic, A. D., Nardocci, A., Kumar, P., . . . Hagen-Zanker, A. (2021). Satisfaction with travel, ideal commuting, and accessibility

- to employment. *The Journal of Transport and Land Use*, 14(1), 995-1017.  
doi:10.5198/jtlu.2021.1835
- Ruben, O., Nikolaeva, A., Nello-Deakin, S., & te Brömmelstroet, M. (2020). *What can we learn from the COVID-19 pandemic about how people experience working from home and commuting?* Centre for Urban Studies, University of Amsterdam. Opgehaald van <https://urbanstudies.uva.nl/content/blog-series/covid-19-pandemic-working-from-home-and-commuting.html>
- te Brömmelstroet, M., Nikolaeva, A., Cadima, C., Verlinghieri, E., Ferreira, A., Mladenović, M., . . . Papa, E. (2021). Have a Good Trip! Expanding Our Concepts of the Quality of Everyday Travelling With Flow Theory. *Applied Mobilities*.  
doi:10.1080/23800127.2021.1912947
- te Brömmelstroet, M., Nikolaeva, A., Glaser, M., Nicolaisen, M. S., & Chan, C. (2017). Travelling together alone and alone together: mobility and potential exposure to diversity. *Applied Mobilities*, 2(1), 1-15. doi:10.1080/23800127.2017.1283122
- van Duppen, J., & Spierings, B. (2013). Retracing trajectories: the embodied experience of cycling, urban sensescapes and the commute between 'neighbourhood' and 'city' in Utrecht, NL. *Journal of Transport Geography*, 30, 234-243.  
doi:10.1016/j.jtrangeo.2013.02.006

# BIJLAGE A – INTERVIEW VRAGENLIJST

0. Reist u wel eens vaker hiernaar toe (HS/Haagse Markt)?

**ALS NEE-> interview afbreken.**

## Start riteigenschappen

1. Hoe vaak maakt u deze reis hiernaar toe?
  - 4 keer per week of vaker
  - 1-3 keer per week
  - 1-3 keer per maand
  - Minder dan 1 keer per maand
2. Welke vervoermiddelen heeft u tijdens deze reis gebruikt?
3. Hoelang bent u (tot nu toe) onderweg geweest?

## Beleving en factoren

4. Wat zijn de eerste woorden die in u opkomen als u aan uw beleving van de reis hiernaar toe denkt? Noem er 3 tot 5.  
Alternatief: Wat zijn woorden die beschrijven hoe u uw reis beleeft/ervaren hebt?  
*Wat waren positieve dingen/ wat waren negatieve dingen?*
5. Kunt u belangrijke aspecten/factoren noemen die positief hebben bijgedragen aan uw beleving tijdens de rit? (*Zie lijst voor voorbeelden en noteer eventuele andere factoren*)
  - Voorspelbaarheid/betrouwbaarheid reistijd
  - Gevoel van vrijheid (in route bepaling)
  - Gezondheid
  - Omgeving/uitstraling van de omgeving
  - Sfeer
  - Omgevingsgeluid
  - Het weer
  - Comfort
  - Andere mensen/medereizigers
6. Waarom zijn deze factoren positief voor de beleving?
7. Tijdens de corona-pandemie heeft u deze rit niet altijd kunnen maken doordat u bijvoorbeeld thuis moest werken of de winkels gesloten waren. Wat hebt u het meest gemist aan deze rit toen die op die manier wegviel?
  - a. Waarom miste u dit?  
Alternatief: Hoe hebt u het ervaren dat dit soort reizen toen wegvielen, wat miste u specifiek aan het onderweg zijn?

*Als dit niet van toepassing blijkt, of moeilijk te beantwoorden -> overslaan.*

## Activiteiten

8. Heeft u nog andere dingen gedaan tijdens uw reis? Zo ja, wat hebt u gedaan? (*Zie lijst voor voorbeelden en noteer eventuele andere factoren*)  
Alternatief: Zijn er naast het fietsen/in de trein zitten/auto rijden etc., nog andere dingen die u ondertussen gedaan hebt? Noem voorbeelden.



- Ontspannen of slapen
- Internetten of sociale media
- Berichten versturen (e.g. Whatsapp, email)
- Werken
- Lezen
- Audio luisteren
- Video/film/serie kijken
- Gesprek voeren (inclusief telefoneren)
- Iemand vergezellen
- Eten/drinken
- Persoonlijke verzorging
- Nadenken
- Anders

- a. Waarom voert u deze activiteit(en) uit tijdens het reizen?
- b. Op een schaal van 1-5, hoe belangrijk is het voor u dat u dit kon doen tijdens uw reis?

*Niet belangrijk- Erg belangrijk*

### **Ideale reistijd**

9. Voor de rit die u zojuist hebt gemaakt, wat zou volgens u de ideale reistijd zijn? **[O]** –  
*Noteer in minuten*

Alternatief: Uw reis duurde nu <...> minuten, zou u willen dat dit korter of langer duurde? Hoelang mag het dan wel duren / hoelang heeft u dan liever dat het duurt?

### **Mening anderen**

10. Wat is de mening van mensen in uw omgeving (vrienden/familie) over dat u met dit vervoermiddel reist?
  - a. Zouden zij ook dit vervoermiddel voor deze reis gebruiken? Of welk vervoermiddel dan?

### **Riteigenschappen – overig**

11. Wat is de reden voor deze reis?  
*Opties om aan te kruisen: Van/naar Werk, Winkelen/boodschappen, Onderwijs, Visite, Toeren/wandelen, Uitgaan/sport/hobby, Zakelijk, Overig.*

### **Socio-demografische eigenschappen**

12. Wat zijn de eerste 4 cijfers van uw postcode?  
Alternatief: Zou ik de straatnaam mogen noteren?
13. Bent u, of is één van uw ouders, in het buitenland geboren?  
*JA/NEE*
14. Wat is uw leeftijd?
  - Jong (16-30)
  - Middelbare leeftijd (40-55)

*Op locatie zelf noteren:*

15. Geslacht