

Introductie onderzoek: De Willemsroute

Rijkswaterstaat heeft tijdens het recreatievaartseizoen 2010 een gebruikersonderzoek uitgevoerd. Hierbij is gekeken naar de mogelijkheden om de recreatievaarder te verleiden om gebruik te maken van een alternatieve route voor het Julianakanaal: De Willemsroute, *het verleidelijke alternatief* om van Roermond of 's-Hertogenbosch naar Maastricht en vice versa te varen.

Aanleiding voor onderzoek

De aanleiding voor dit onderzoek zijn de werkzaamheden op het Julianakanaal. Rijkswaterstaat verlengt momenteel de sluiscolken bij de Nederlandse plaatsen Born, Maasbracht en Heel. Hierdoor is een aanzienlijk deel van de sluiscapaciteit voor langere tijd niet beschikbaar. Om lange wachttijden te voorkomen, wordt De Willemsroute als alternatief onder de aandacht van de recreatievaarder gebracht. Succesvolle ervaringen op de weg met programma's als "Spitsmijden, het terugbrengen van het wegverkeer tijdens de spits" was voor Rijkswaterstaat aanleiding om na te gaan in hoeverre deze positieve beloning ook werkt op de vaarwegen.

Interventies / 'prikkel' tot verleiden

Om het gedrag van de recreatievaarder te beïnvloeden zijn de volgende interventies ingezet:

- Het toekennen van 50% korting op het waterwegenvignet dat nodig is voor het varen op de Vlaamse vaarwegen.
- Het promoten van De Willemsroute via folders, internetsites, artikelen in tijdschriften en beurzen
- Het opzetten van een community, waar recreatievaarders op de route hun ervaringen konden delen
- Het leveren van informatie over fietsroutes en een fietsrouteplanner via RouteYou

Positieve resultaten

De resultaten uit het onderzoek laten duidelijk zien dat De Willemsroute als aantrekkelijk alternatief voor het Julianakanaal wordt gezien. "Het is een mooiere route, met aantrekkelijke dorpjes en overnachtingshavens én De Willemsroute biedt landschappelijke schoonheid en rust". Een uitspraak die we verschillende malen hebben mogen optekenen. Ook blijkt het informeren van recreatievaarders in combinatie met de vergoeding op het watervaarwegenvignet effect te hebben gehad: op het Julianakanaal was er in 2010 een afname in het aantal recreatievaarders t.o.v. 2009 (-28%), en op De Willemsroute een toename (+29%).

Ruim 30% geeft aan de Willemsroute te hebben ontdekt door dit project, zoals door via www.dewillemsroute.eu, bannering, magazines, community communicatie, beurzen etcetera.

Financiële prikkel is belangrijk!

Op basis van de resultaten van het onderzoek is het lastig om aanwijsbaar te maken of de verschuiving van de routekeuze komt door de financiële vergoeding of door de verschillende vormen van communicatie. Wel blijkt uit de enquête dat significant minder recreatievaarders de alternatieve route nogmaals gaan varen wanneer de tegemoetkoming niet in het vooruitzicht wordt gesteld. De belangrijkste aanbeveling voor de toekomst is dan ook om deze financiële prikkel te handhaven.

De informatie verstrekking via de campagne wordt zeer gewaardeerd. Het gebruik van de community en de RouteYou applicatie was beperkt. De meest waarschijnlijke verklaring hiervoor is

dat de aanlooptijd voor sociale media als Communities en RouteYou veel langer is dan de looptijd van dit onderzoek. Ook zou de doelgroep wel eens te klein kunnen zijn geweest. Het is realistisch om te veronderstellen dat het continueren van sociale-mediatoeepassingen op een webpagina in de toekomst vruchten gaat afwerpen.

Het onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met de Universiteit Twente en de samenwerkende organisaties van De Willemsroute. Nadere informatie over het onderzoek is te verkrijgen bij:

Lea Kuiters, Rijkswaterstaat Dienst Verkeer en Scheepvaart (lea.kuiters@rws.nl)

en

Jean Buschgens, Rijkswaterstaat Dienst Limburg (jean.buschgens@rws.nl)

Meer weten over de Willemsroute: kijk op www.dewillemsroute.eu

