

# VAKER DE TREIN BIJ WEGBRENGEN EN AFHALEN VAN PASSAGIERS

CARLA JACOBS

Rond het jaar 2000 verwacht de Luchthaven Schiphol ongeveer dertig miljoen passagiers, een verdubbeling van het huidige aantal. Ook het aantal werknemers op het Schiphol-terrein zal stijgen, van 43.000 naar 50.000 rond de eeuwwisseling. Om de bereikbaarheid van de luchthaven te kunnen garanderen, is ten opzichte van 1989 een verdubbeling van het openbaar-vervoergebruik noodzakelijk. Dit geldt zowel voor werknemers als passagiers. De grote vraag, ook voor Schiphol, is hoe de mensen overgehaald kunnen worden de auto thuis te laten. In dit artikel staat de aan- en afvoer van passagiers centraal.

Uit het jaarlijks op de luchthaven gehouden onderzoek is naar voren gekomen met welk vervoermiddel de passagiers naar Schiphol reizen. De cijfers geven echter geen inzicht in de achterliggende motieven om met de trein of de auto te komen. Daarom vond in augustus 1990 een aanvullend onderzoek plaats. Daarbij werden 1300 vertrekkende passagiers mondeling geënquêteerd.

## PRIVÉ

Op dit moment reist ruim de helft van alle passagiers per (privé-)auto naar Schiphol. Het grootste deel wordt door familie of bekenden weggebracht, de rest parkeert de auto op de luchthaven. Ongeveer een kwart komt met het openbaar vervoer (of beter: de trein, want de lijnbus heeft een aandeel van slechts 0.5%). Rond het jaar 2000 zal het



**"Waarom bent u niet met de trein gekomen?" Bron: N.V. Luchthaven Schiphol.**

aandeel van het openbaar vervoer gestegen moeten zijn tot 40%.

Het aandeel van de trein stijgt, zonder dat grote verbeteringen aan de railinfrastructuur hebben plaatsgevonden, in populariteit. De laatste twee jaar is het aandeel gestegen van 20% naar 25%, maar de vraag is of die autonome groei voldoende is om binnen tien jaar het gewenste aandeel van 40% te halen.

## GEDRAG

Op het verplaatsingsgedrag van reizigers van en naar Schiphol is een complex geheel van factoren van invloed:

1. Informatie: de autoreiziger informeert zich niet over de mogelijkheden om met de trein naar Schiphol te reizen. Een informatiesysteem heeft alleen zin als autoreizigers (ongevraagd) bij hun ticket persoonlijke informatie over het reizen per trein ontvangen.

2. Rechtstreekse treinverbinding: een rechtstreekse treinverbinding is belangrijk, maar niet zaligmakend. In dit verband is het opvallend dat circa 40% van de autoreizigers denkt dat ze niet hadden hoeven overstappen als ze met de trein naar Schiphol waren gereisd.

3. Het vervoer van huis naar het NS-station: dit blijkt, met name voor passagiers die meerdere keren per jaar naar Schiphol reizen, een grote drempel voor eventueel treingebruik te zijn. Deze drempel is groter dan het ontbreken van een rechtstreekse treinverbinding.

4. Bagage: voor vakantiegangers die relatief lang en met meerdere personen op reis gaan, is het gesleep met bagage een belangrijke reden om zich per auto te laten wegbrengen.

5. Bedrijfsautobezit: veel zakenreizigers die frequent naar de luchthaven reizen en daar de auto parkeren, hebben de beschikking over een bedrijfsauto. Zij zijn daarom zeer moeilijk te bewegen de trein te nemen. Bedrijfsautobezit blijkt een grotere rol te spelen dan het ontbre-

ken van een rechtstreekse treinverbinding.

6. Wegbrengers: over het algemeen hebben familie of vrienden er geen moeite mee iemand met de auto naar Schiphol te brengen. Vaak wordt dit spontaan aangeboden, zodat de trein helemaal niet ter sprake komt. Gedragsbeïnvloeding zal dus tevens gericht moeten zijn op de wegbrengers. Deze zijn echter veel moeilijker te bereiken dan de reizigers.

## INTEGRAAL

Bij de grote groep autoreizigers is geen sprake van een expliciete keuze voor een vervoermiddel, maar louter van gewoontegedrag: of er is iemand die de passagier wil wegbrengen, of de bedrijfsauto –in het geval van de parkeerder– staat voor de deur. In die gevallen wordt de trein helemaal niet in overweging genomen.

Dit betekent dat een integrale aanpak van produkt- en communicatiebeleid vereist is. Daarbij zal de eerste stap een gecombineerd vlieg-treinticket met ongevraagde reisinformatie moeten zijn. Op die manier zou een vervoermiddelkeuze geforceerd kunnen worden.

Voor marktonderzoekers blijkt eens te meer dat een simpele vraagstelling ("waarom heeft u vandaag niet met de trein gereisd?") ook te simpele antwoorden ("ik heb geen rechtstreekse treinverbinding") oplevert. Op die manier wordt de eigenlijke oorzaak van een probleem niet achterhaald. Die kan alleen worden afgeleid door middel van een uitgebreide vragenlijst en een toetsing aan het feitelijk gedrag.

Carla Jacobs is als marktonderzoeker werkzaam bij de N.V. Luchthaven Schiphol. Dit artikel is gebaseerd op haar doctoraalscriptie *Voortransport van luchtreizigers naar Schiphol: van minder auto naar meer trein*. Het rapport is telefonisch te bestellen via tel. 020-6014457.