

# MOBILITEITSADVIES IN SCHOLEN IN FRANKFURT, DUISLAND





# Mobiliteitsadvies in scholen in Frankfurt

## Probleemstelling

Een toenemend aantal kinderen en tieners wordt per auto door de ouders naar school of naar andere activiteiten gebracht. Ouders tonen hen niet hoe ze de verschillende mogelijkheden van het openbaar vervoer moeten gebruiken, of geven hen geen informatie over lokaal openbaar vervoer. Ook geven ze niet het goede voorbeeld door zelf het openbaar vervoer te gebruiken. Het resultaat hiervan is dat kinderen weinig onafhankelijk zijn voor hun verplaatsing naar school of voor hun hobby's.

Deze ontwikkeling weerspiegelt niet alleen een gebrek aan milieubewustzijn, maar betekent ook dat kinderen en tieners niet genoeg beweging krijgen, wat kan leiden tot een hele reeks gezondheidsproblemen. Daarbij verhoogt het gebruik van de auto het aantal vervuilende stoffen en de geluidshinder, en heeft het dus een grote impact op het milieu.

## Beschrijving van de campagne

In het STEP BY STEP project – Mobiliteitsadvies in scholen in Frankfurt, werden kinderen en tieners geïnformeerd over het lokaal openbaar vervoer, en kregen ze een inleiding tot de verschillende informatiebronnen. De doelstellingen waren om een basis te leggen om onafhankelijk te kunnen reizen met het openbaar vervoer, om te helpen remmingen en onzekerheden weg te nemen, om de motivatie om onafhankelijk te reizen te verhogen en om het imago van het openbaar vervoer te verbeteren. Vervolgens konden de leerlingen wat ze geleerd hadden in praktijk brengen tijdens een uitstap.

De doelstellingen van het STEP BY STEP project – Mobiliteitsadvies in scholen in Frankfurt waren de volgende:

- zoeken naar een geschikte methode of concept (gericht op kinderen) voor de communicatie van de noodzakelijke kennis over het lokaal openbaar vervoer
- kinderen en tieners de basiskennis aanleren (vb. lezen van dienstregelingen, prijzen) zodat ze onafhankelijk met het openbaar vervoer kunnen reizen
- interesse in het openbaar vervoer opwekken, eerst en vooral bij kinderen/tieners maar indirect ook bij ouders en leraars, om het imago van het lokaal openbaar vervoer te verbeteren
- als kinderen, tieners, ouders en leraars overtuigd zijn van de voordelen van het openbaar vervoer, zullen ze functioneren als versterker (vrienden en kennissen)

Het project “Mobiliteitsadvies in scholen in Frankfurt” is voornamelijk gericht op twee doelgroepen, namelijk de klassen 3-6 en de klassen 7-10 van de scholen in Frankfurt.

### **Deel 1: Klassen 3-6**

In de klassen 3-6 lag de nadruk op de communicatie van de basisprincipes. Aangezien veel van deze kinderen, vooral in de klassen 3, 4 en 5, nauwelijks met het openbaar vervoer gereisd hebben (ze



## AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

kunnen meestal te voet naar school en de ouders gebruiken de auto voor de activiteiten tijdens de vrije tijd) hebben ze weinig basiskennis over het openbaar vervoer en de manier waarop het gebruikt moet worden.

### Campagne 1: Communiceren van de basisinformatie voor een proefrit

In deze klassen werd er aan de leerlingen getoond hoe ze een dienstregeling moeten lezen in de brochure met de dienstregelingen, welke informatie er uit gehaald kan worden (vb. lijst van de stopplaatsen, verkooppunten, soorten ticketten, bureau verloren voorwerpen,...), hoe de dienstregelingen op het scherm weergegeven worden en op welke manier ze verschillen. Daarbij werd er hen verteld wat een “rijrichting” is en hoe men kan uitzoeken in welke richting men moet reizen om op zijn bestemming te geraken. Door het gebruik van overzichtskaarten konden de routes in theorie uitgevoerd worden en konden de overstappunten gevonden worden.

### Campagne 2: Uitvoeren/uitproberen wat er geleerd is

De leerlingen kregen dan de mogelijkheid om wat ze geleerd hadden in praktijk te brengen tijdens een uitstap. Eerst werd de uitstap gepland samen met de kinderen in de klas (het beste vervoersmiddel, tijden van vertrek en aankomst, waar over te stappen, het goedkoopste ticket enz.). Vervolgens vertrok de klas op uitstap. In andere klassen werd het openbaar vervoer gebruikt onmiddellijk na de adviesessies, om het verschil te kunnen onderzoeken.

### **Deel 2: Klassen 7-10**

Er werden verschillende maatregelen genomen om deze groep te motiveren om meer de bus, tram en trein te nemen. Tieners tussen de 14 en de 17 werden aldus aangemoedigd om over te schakelen op een groter gebruik van bussen, trams en treinen in Frankfurt gedurende een korte periode. Er werd van uit gegaan dat ze reeds een basiskennis over het lokaal openbaar vervoer bezaten.

### Campagne 1: Extra informatie geven als een manier om studenten te motiveren om het openbaar vervoer in Frankfurt uit te proberen

Er werd een quiz gemaakt met vragen over het openbaar vervoer in Frankfurt, en deze quiz werd gebruikt om de kennis van de leerlingen te vergroten en discussie aan te moedigen. Voorbeelden van vragen in deze quiz waren bij voorbeeld hoe lang een “korte rit” duurt en wat je moet doen wanneer een ticketverdelers buiten gebruik is. Er werden ook vragen gesteld over overstappen op bussen, trams of treinen tijdens de rit, te vergelijken met het concept voor de klassen 3-6.

De quiz diende vooreerst als richtinggevend voor de mobiliteitsadviseurs. Op de tweede plaats gaf ze structuur aan de discussie met en tussen de leerlingen, en zorgde ze ervoor dat alle onderwerpen in een ordelijke volgorde aan bod kwamen.

### Campagne 2: Uitvoeren/uitproberen wat er geleerd is

Al de betrokken scholen (scholen met klassen 7-10) werden geïnformeerd over het aanbod van gratis openbaar vervoer in Frankfurt gedurende 1 week, en dit met een gratis weekkaart. Er werd een kleine poster ontworpen om deze campagne te promoten, en deze poster kon opgehangen worden aan de informatieborden die elke school heeft.

Er werden in het totaal 200 kaarten uitgedeeld aan de leerlingen tussen 13 november en 11 december 2004. 71 vragenlijsten werden teruggestuurd. De leerlingen mochten zelf volgens eigen inzicht kiezen wanneer binnen deze periode ze zouden starten met hun weekkaart.

Gezien de goede respons herhaalde traffiQ de campagne in januari 2005. Vanaf 29 januari 2005, gaf traffiQ in het mobiliteitscentrum nog 77 testticketten (weekkaarten) aan tieners tussen 14 en 17 jaar. De campagne viel samen met carnaval en werd besproken in de pers.

<p><b>Teenies fahren gratis</b> Klasse Aktion der Nahverkehrsgesellschaft „traffiQ“: Die 77 Jugendlichen (bis 17 Jahre), die sich heute als erste in der Verkehrsinsel an der Hauptwache melden, gewinnen ein Testticket, mit denen sie in der Fastnachtswoche kostenlos Bus und Bahn fahren können.</p>	<p style="text-align: center;"><b>TERMINE</b></p> <p><b>KOSTENLOSE KARTE</b> · Ab sofort können Jugendliche bis 17 Jahre kostenlos eine Wochenkarte der Nahverkehrsgesellschaft TraffiQ gewinnen. Die ersten 77, die in Mobilitätszentrale an der Hauptwache kommen, sparen dann den regulären Preis der Karte von 13,90 Euro. prak</p>
<p><i>Tieners rijden gratis</i> Uitmuntende campagne van het lokale openbaar vervoersbedrijf "traffiQ" eerste 77 tieners (tot 17) die zich vandaag aanmelden bij het Verkeerseiland in Hauptwache winnen een testticket waarmee ze gratis met bus en trein kunnen reizen tijdens de week van Carnaval. Bron: BILD newspaper of 28.01.05</p>	<p><i>Gratis ticket – Vanaf vandaag kunnen tieners tot 17 jaar gratis een weekkaart van het lokale openbaar vervoersbedrijf "traffiQ" winnen. De eerste 77 die naar het mobiliteitscentrum in Hauptwache komen kunnen de normale prijs van 13,70 euro per kaart uitsparen.</i> Bron: Frankfurter Rundschau newspaper of 28.01.05</p>

### Wie is de initiatiefnemer? Wie heeft er baat bij?

De initiator van de campagne is traffiQ, de “Lokale Nahverkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbH”. TraffiQ werkt met de twee doelgroepen (leerlingen van de klassen 3-6 en leerlingen van de klassen 7-10), met als doel de leerlingen te motiveren om over te schakelen naar een “nieuw gedrag”, namelijk het (frequenter) gebruik van bussen, trams en treinen, en dit nieuw gedrag uit te proberen gedurende een korte tijd.

Naast deze voornaamste doelgroep probeert traffiQ ook ouders en leraars te overtuigen om meer de bus, tram en trein te gebruiken, of om zich meer bewust te zijn van de mogelijkheden die het lokaal openbaar vervoer biedt.

Om dit te bereiken richt traffiQ zich uitdrukkelijk tot de ouders en leraars op de eerste pagina van de brochure “Tips voor Nieuwkomers”, die informatie geeft over het concept van het project “Mobiliteitsadvies in scholen in Frankfurt” en steun voor het project vraagt. TraffiQ probeert



## AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

terzelfdertijd ook om strategische associaties uit te bouwen met politieke beleids-mensen, zoals het schoolbestuur van de stad of de Rhine-Main transportvereniging.

### **Voornaamste boodschap**

Kinderen en tieners een grotere onafhankelijkheid geven wanneer ze naar school of voor vrije tijdsbeoefening reizen, door hen informatie te geven over het lokaal openbaar vervoer en over het gebruik ervan in praktijk.

Door het verminderd gebruik van de auto zal ook de impact op het milieu dalen.

### **Resultaten**

Zowel de voorlichtingssessies op school als de campagne met de testkaarten werden ondersteund door vragenlijsten om veranderingen in houding ten opzichte van het openbaar vervoer of het globale mobiliteitsgedrag op te tekenen. Voor de campagne met de testkaarten werd er een vragenlijst ingevuld voor en na de testweek. Voor de voorlichtingssessies op school werden er via vragenlijsten gegevens verzameld, in sommige klassen voor de adviesessies en in sommige klassen na de adviesessies. De resultaten van de vragenlijsten in de school worden hieronder weergegeven, gevolgd door deze van de testkaartencampagne.

#### ***a) Mobiliteitsadvies op school***

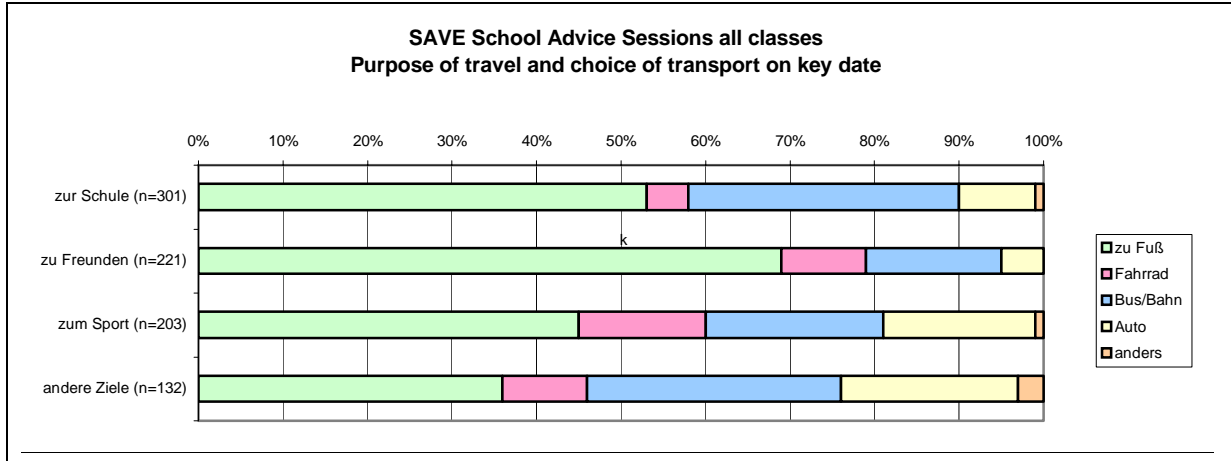
34 klassen (derde tot negende jaar) van in totaal zeven scholen in Frankfurt namen deel aan de trafficQ adviesessies in verband met mobiliteit. De jaren 4 tot 6 waren het best vertegenwoordigd (72%). 386 leerlingen antwoordden op de vragen over het gebruik van het openbaar vervoer en over hun houding ten opzichte van het openbaar vervoer in Frankfurt. Iets meer dan de helft (56%) vulde de vragenlijst volledig in even na de sessie, de anderen voor de sessie.

#### **Reisweg naar school**

70% van de kinderen beantwoordden de vraag over de reisweg van en naar school. Er werden afstanden van 5 meter tot 40 kilometer opgegeven. De gemiddelde afstand bedroeg 2,4 km. De geschatte tijd om op school te geraken varieerde van 1 minuut tot 55 minuten. Gemiddeld genomen deden de kinderen er een kwartier over om op school te geraken. Er was maar 1 kind dat geen antwoord gaf op deze vraag.

Op de betrokken dag wandelde 1 op 2 kinderen naar school (zie figuur 1). 32% gebruikte het openbaar vervoer. 9% percent werd met de auto naar school gebracht en 5% gebruikte de fiets. Zoals aangetoond in figuur 2, kwamen de meeste kinderen alleen of begeleid door een volwassene (elk 44%). De overige 12% kwamen met broers of zussen en/of vrienden.

## AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

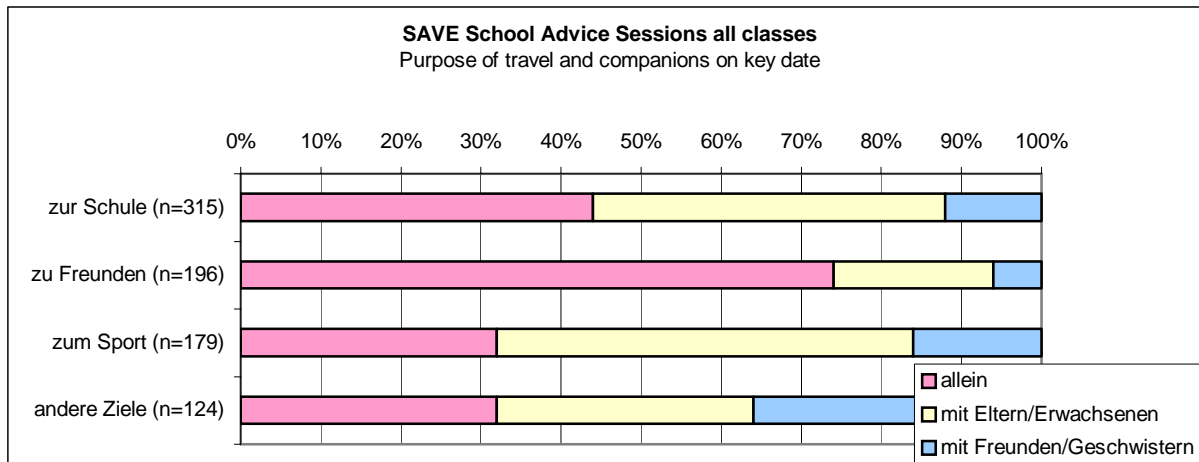


*Verklaring:*

<i>zur Schule = naar school</i>	<i>zu Fuß = te voet</i>
<i>zu Freunden = naar vrienden</i>	<i>Fahrrad = fiets</i>
<i>zum Sport = naar sportactiviteiten</i>	<i>Bus/ Bahn = bus/tram/trein</i>
<i>andere Ziele = andere plaatsen</i>	<i>Auto = auto</i>

*Figuur 1: Mobiliteitsgedrag op de betrokken dag*

Figuur 1 toont ook de transportwijzen naar andere bestemmingen op de betrokken dag. Voor de “normale” verplaatsingen naar school, vrienden en sportactiviteiten zijn de belangrijkste transportmiddelen te voet of met de fiets. 46% van de andere verplaatsingen (bezoek aan dokter, familie, naschoolse opvang, muzieklessen enz.) gebeurt ook te voet of per fiets, het aandeel van het openbaar vervoer bedraagt 30%.



*Verklaring:*

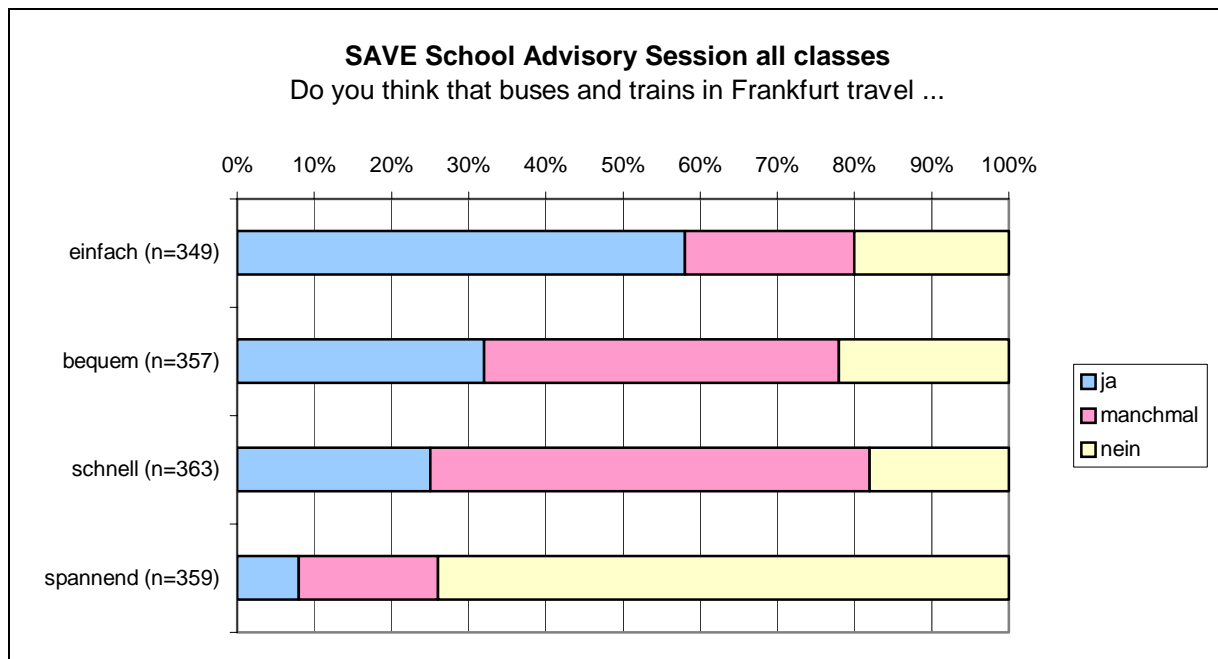
<i>zur Schule = naar school</i>	<i>allein = alleen</i>
<i>zu Freunden = naar vrienden</i>	<i>mit Eltern/ Erwachsenen = met ouders / volwassene</i>
<i>zum Sport = naar sportactiviteiten</i>	<i>mit Freunden/ Geschwistern = met vrienden/broers /zussen</i>
<i>andere Ziele = andere plaatsen</i>	

*Figuur 1: Begeleiders op de betrokken dag*

## AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

### Beoordeling van de bussen, trams en treinen in Frankfurt

Er werd aan alle kinderen gevraagd om aan de bussen, trams en treinen een cijfer toe te kennen en dit te verklaren. Er werden cijfers van 1 tot 6 toegekend. Het gemiddelde cijfer dat aan het lokaal openbaar vervoer gegeven werd was 3 “voldoende”. De meeste kinderen vonden reizen met bussen, trams en treinen eenvoudig en saai, soms snel en comfortabel (zie figuur 3). Bovendien hadden 108 kinderen aanmerkingen op de stiptheid, 104 klaagden over vuil en reukhinder in de voertuigen. Te veel volk en beschadiging door vandalisme werden beiden 34 keer genoemd als punt van kritiek evenals het gedrag van de reisbegeleiders (rijgedrag inbegrepen).



*Verklaring:*

*einfach = eenvoudig*

*bequem = comfortabel*

*schnell = snel*

*spannend = spannend*

*ja = yes*

*manchmal = soms*

*nein = nee*

*Figuur 2: Beoordeling van het openbaar vervoer in Frankfurt*

spannend = spannend

Er werd al uitgelegd hierboven dat sommige kinderen de vragenlijst voor de adviessessie invulden en sommigen erna, zodat de twee groepen vergeleken konden worden en verschillen te wijten aan de sessie duidelijk konden worden.

De vergelijking toont aan leeftijd en geslacht evenredig verdeeld zijn in beide groepen, maar dat er een verschil is dat verband houdt met de afstand van thuis naar de school. De groep die voor de mobiliteitsessie bevestigd werd, geeft een afstand van ongeveer 3 kilometer aan, terwijl de groep die erna bevestigd werd 1,9 kilometer opgeeft. De tijd om naar school te gaan is voor de groep ervoor dus ongeveer 6 minuten langer (18 minuten). Het resultaat van deze grotere afstand is dat 44% van de groep bevestigd voor de sessie naar school gaat met het openbaar vervoer, ten opzichte van slechts

22% voor de groep na de adviessessie. Dit heeft geen invloed op de cijfers die gegeven worden aan het lokaal openbaar vervoer. In beide groepen was het gemiddeld cijfer 9 punten, d.w.z. 3+.

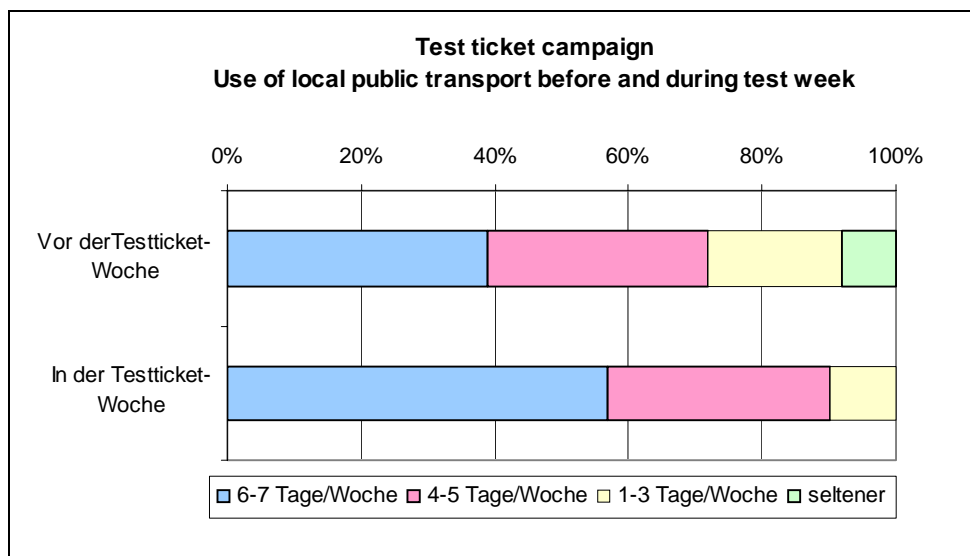
De beoordelingen (snel, comfortabel, spannend, eenvoudig) zijn ook gelijklopend in beide groepen.

Beide groepen vonden lokaal openbaar vervoer saai en oncomfortabel. Wat de snelheid betreft, antwoordden de meeste kinderen met “snel”. De leerlingen die de vragenlijst na de sessie invulden, vonden het openbaar vervoer sneller (29% van de antwoorden) dan de leerlingen die ze voor de sessie invulden (20%). 10% van de kinderen die voor de sessie antwoordden, konden niet zeggen of het gebruik van het openbaar vervoer eenvoudig was. Misschien was de vraagstelling niet duidelijk of dachten ze er niet over na. Dit wordt aangegeven door het feit dat slechts 4% van de groep die de sessie had meegemaakt met “ik weet het niet” antwoordde. 56% (na de adviessessie) en 49% (geen adviessessie) antwoordde “Ja”.

## b) Testkaarten campagne

De respons op de eerste testkaarten campagne was zeer hoog. Er werden 200 testkaarten uitgedeeld aan tieners tussen de 10 en de 17 jaar. De twee vragenlijsten werden volledig ingevuld door 71 tieners waarvan 59% meisjes waren

68% van de deelnemers gebruikten minstens 4 maal per week het openbaar vervoer voor de week met de testkaarten, tijdens de testweek was dit percentage 87% (zie figuur 4). De transportmiddelen die gebruikt werden waren metro (38%), bussen (29%), trams en regio-treinen. Ook de bestemmingen verschilden (zie figuur 5). Het gemiddelde cijfer gegeven aan het openbaar vervoer in Frankfurt was 2, voor en na de testweek.



Verklaring:

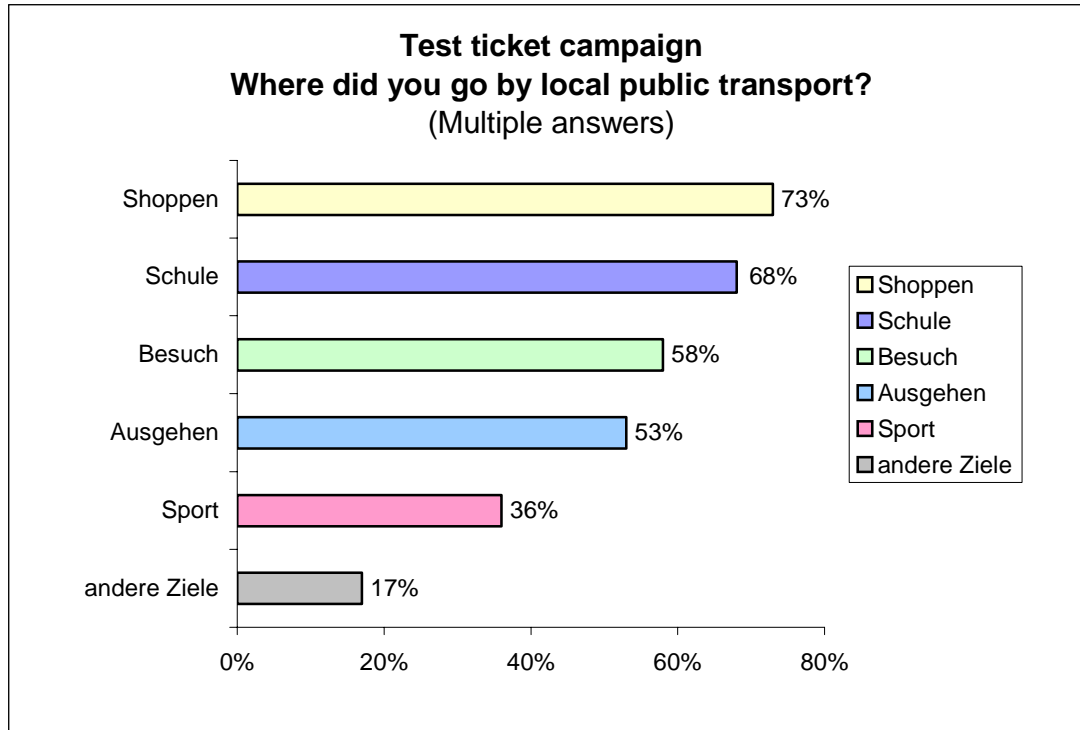
vor der Testticket-Woche = voor de week met de testkaarten

in der Testticket-Woche = in de week met de testkaarten

Tage/ Woche = dagen/week

seltener = minder vaak

Figuur 3: Gebruik van het openbaar vervoer voor en tijdens de testkaartenweek



*Verklaring:*

*Schule = school*

*Sport = sportactiviteiten*

*Besuch = bezoek*

*Shoppen = winkelen*

*Ausgehen = uitgaan*

*andere Ziele = andere plaatsen*

*Figuur 4: Doel van de reis met de testkaarten*

## Mogelijkheden / hinderpalen

### **Opportunities / belangrijke factoren**

- beschikbare financiële middelen (personeel, enz..)
- de klassen mogen niet te groot zijn, zodat er voldoende aandacht kan gegeven worden aan elke leerling
- klassen zouden steeds met twee mensen bezocht moeten worden, zodat er meer hulp kan gegeven worden aan de “zwakkere” kinderen/tieners
- bij het werken met de scholen is het nuttig om in elke school een contactpersoon te vinden (vb. het schoolhoofd, de leraar die verantwoordelijk is voor verkeersopvoeding, ...)
- bij het contacteren van scholen is het nuttig om een brochure/flyer te hebben met een korte beschrijving van de inhoud van het project.
- persoonlijke interesse en betrokkenheid van de leraar is een zeer belangrijk criterium voor succes
- het is aan te raden dat de leraar dieper op het onderwerp ingaat of het herhaalt, zo-dat de kinderen/tieners er een goed begrip van krijgen



## AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

- er zouden mogelijkheden moeten zijn voor een persoonlijke uitwisseling /feedback tussen leraars/ouders en kinderen, zodat er voorstellen voor verbetering gedaan kunnen worden
- kleine geschenkjes zoals potloden of linealen kunnen gebruikt worden tijdens de ad-viessessie en worden steeds positief onthaald bij kinderen en tieners
- het is aan te raden om een samenvattende instructiefolder te maken (afzonderlijke bladen moeten vermeden worden), zodat de kinderen dieper kunnen ingaan op wat ze geleerd hebben of dit kunnen herhalen. Ook derden kunnen zo indirect aangesproken worden door deze folder

### **Mogelijke barrières**

- Recruitering: het grootste probleem is de scholen of doelgroepen te benaderen, om hen te informeren over het project en hen te overtuigen van de waarde ervan. Rondzendbrieven of info-mails geraken soms niet verder dan het secretariaat.
- De tijdsfactor moet niet onderschat worden. Er moet voldoende tijd voorzien worden om scholen en klassen te vinden, om elke adviessessie voor te bereiden, om te reizen, om de sessie zelf uit te voeren en om het resultaat op te volgen en te evalueren.
- We hebben ondervonden dat leraars van de “hogere” klassen het onderwerp “mobiliteitsadvies in scholen” niet aantrekkelijk genoeg vinden. Ze zijn er van overtuigd dat dergelijke lessen niet belangrijk zijn voor hun leerlingen omdat deze al voldoende geïnformeerd zouden zijn. Er is echter bewezen dat leerlingen van de hoogste klassen enkel een beperkte kennis hebben van het lokaal openbaar vervoer. Er zijn bij voorbeeld weinig leerlingen die een dienstregeling kunnen lezen.

## **Stappenplan – FAQ's**

### **Stappenplan**

- voorbereiding van het programma/concept (bepalen van de inhoud)
- definiëren en recruterend van de doelgroepen
- uitvoeren van het concept
- evaluatie
- verdeling en publicatie van de resultaten

### **FAQ's**

*Hoe lang duurt een adviessessie?*

Een adviessessie in een klas duurt twee schooluren (daarna vermindert de concentratie van de kinderen) en moet regelmatig herhaald worden.

*Houden deze adviessessies kosten in voor de school?*

Nee. Er zijn geen kosten voor de school of de leerlingen.

*Wat moet de leraar doen als voorbereiding?*

De leraar moet twee schooluren voorzien. Voor de rest hoeft hij of zij niets te doen, omdat de mobiliteitsadviseurs al het nodige materiaal meebrengen.

### Informatie

Meer informatie (in het Duits en het Engels) kan verkregen worden bij  
Melanie Landefeld, traffiQ, Lokale Nahverkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbH,  
Kurt-Schumacher-Strasse 10, 60311 Frankfurt am Main, Duitsland:  
Telefoon: +49 69 212-24447; Fax: +49 69 212-23371; Email: [m.landefeld@traffiQ.de](mailto:m.landefeld@traffiQ.de)

### Kosten / Baten

Het is moeilijk om de exacte kosten op te geven voor de uitgevoerde campagnes. Er zijn een groot aantal factoren die bijdragen tot het succes, eerst en vooral de persoonlijke betrokkenheid van de mobiliteitsadviseurs en ook de bereidheid van de leraars en de leerlingen om deel te nemen. Personeelskosten moeten dus steeds als vaste kosten aangegeven worden. De kosten van een instructiefolder hangen af van verschillende aspecten (de grootte van de folder, kwaliteit van de inhoud, grafische presentatie enz.)

Wat de recruitering betreft werden de mailings aanvankelijk naar de scholen gestuurd. Er werden ongeveer 200 scholen aangeschreven, wat neerkomt op een totaal van 288 euro portkosten. De testticketten (weekkaarten voor het stadsdistrict Frankfurt) kostten alles samen 4984.50 euro. Er waren dan ook nog de portkosten voor het versturen van de vragenlijsten naar elke deelnemer na het einde van de testkaartencampagne, en de portkosten nodig om de deelnemende tieners hun vragenlijst terug te laten sturen – een totaal van 149,05 euro. De filmcadeaubons (deel van de testkaartencampagne, een stimulans om de vragenlijst terug te sturen) kostten 300 euro.

Andere uitgaven waren de geschenkjes die verdeeld werden tijdens de adviessessies. Er werd gebruik gemaakt van houten potloden en houten linealen met het traffiQ logo, en van verdere informatie over traffiQ (vb.. de traffiQ hotline). Voor 2000 linealen en 1008 potloden kwamen de kosten voor de geschenkjes op 2007.96 euro.

### Links / artikels voor meer informatie

Verdere informatie is aanwezig in het eindrapport van het Step by Step project. Dit kan opgevraagd worden op de website: [www.eu-stepbystep.org](http://www.eu-stepbystep.org)

