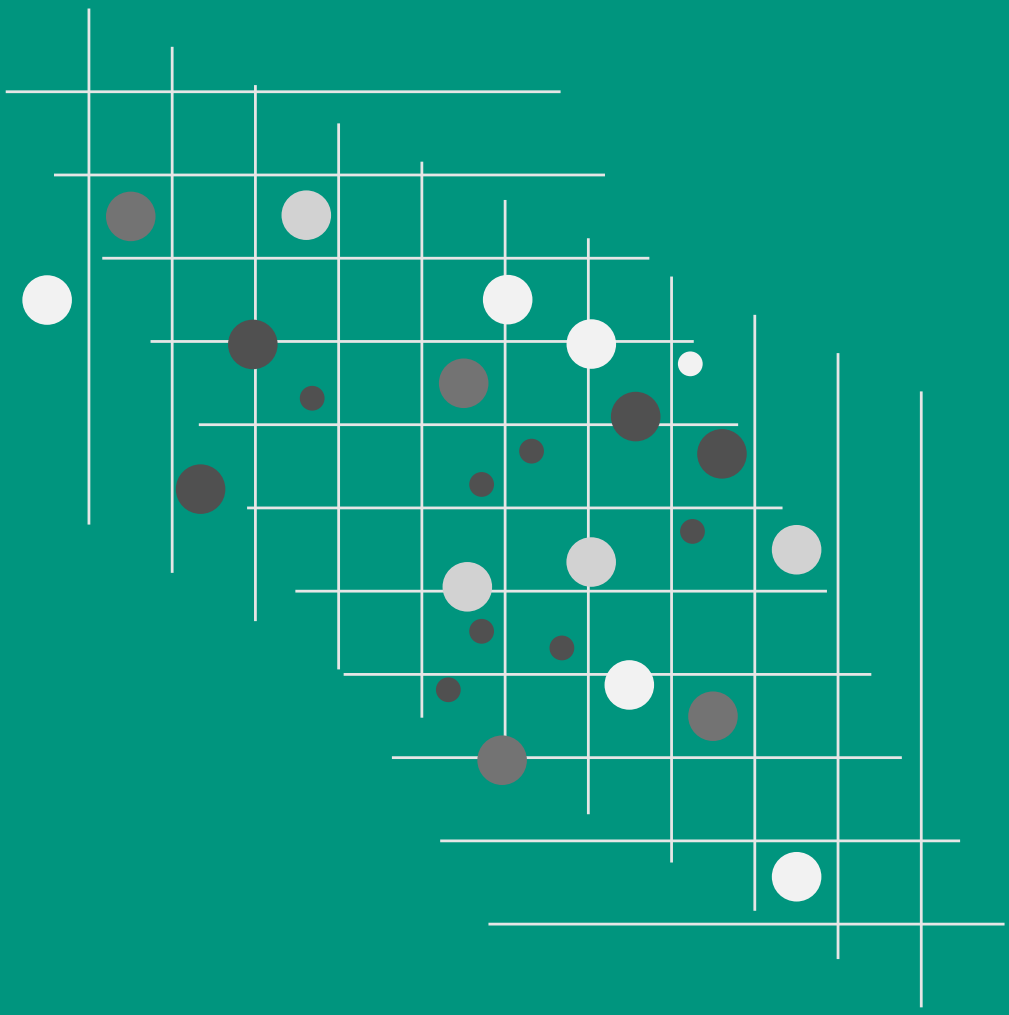


Leidraad voor het opstellen van een

Datastrategie voor mobiliteitsbeleid

mra-netwerk dim

Goudappel

MOBILITEIT BEWEEGT ONS

Inhoudsopgave

1. Aanleiding 3
2. De waarde van data in mobiliteitsbeleid 6
3. Datastrategie 13
4. Een strategie in 8 stappen 16

Colofon

Opdrachtgever: Vervoerregio Amsterdam

Verschenen op: 11 december 2025

Auteurs:
Thomas Litjens (Goudappel)
Jantine van den Berg (Goudappel)
Michiel Prak (MRA-Netwerk DIM)

Fotografie:
Inge Schutteman (p.3)
Diga Verde Fotografie (p.6)

Deze leidraad is opgesteld in samenwerking met Gemeente Almere, Gemeente Haarlem, Gemeente Haarlemmermeer, Gemeente Hilversum, Gemeente Purmerend en Vervoerregio Amsterdam

1. INLEIDING

Aanleiding

De *Metropoolregio Amsterdam (MRA)* staat voor aanzienlijke uitdagingen zoals snelle verstedelijking, de noodzaak tot verduurzaming, de grote vraag naar woningbouw en het behoud van leefbaarheid. Deze complexe opgaven zijn direct gekoppeld aan de mobiliteitstransitie, die zonder een ambitieuze aanpak onhaalbaar is.

Data en digitalisering zijn onmisbaar om deze transitie te versnellen en duurzame, robuuste mobiliteitsoplossingen te realiseren. In dit kader is het *MRA-netwerk Digitalisering en Innovatie in Mobiliteit (DIM)* opgericht. Het heeft als doel digitale innovaties die bijdragen aan de mobiliteitstransitie te identificeren, te delen en succesvol te laten landen bij onze partners en de gemeentes binnen de Metropoolregio Amsterdam.

Een strategisch plan dat de waarde van mobiliteitsdata voor de organisatie beschrijft en de afspraken over hoe je met data omgaat vastlegt is een belangrijke voorwaarde om meer data-gedreven te kunnen werken. Deze leidraad beschrijft waar je zoal aan moet denken als je als organisatie de *meerwaarde van mobiliteitsdata* wil benutten, welke vragen je daarvoor samen moet beantwoorden en welke keuzes je hebt te maken.

Het opstellen van een datastrategie kan voelen als een spannend proces. Het dwingt je soms met collega's lastige vragen te beantwoorden. Gelukkig ben je niet de enige die hiermee aan de slag gaat of al bezig is. We roepen je dan ook op vooral gebruik te maken van de kennis en ervaring van andere gemeentes, provincies of het MRA-netwerk DIM. Hoe meer we samen optrekken in het organiseren, beheren en uitwisselen van mobiliteitsdata, hoe sneller we de transitie naar een duurzaam en robuust mobiliteitssysteem samen kunnen doorlopen.

Leeswijzer

Dit document is een *leidraad* voor het opstellen van een datastrategie voor mobiliteitsbeleid. Het document biedt handvatten, voorbeelden en stappen om als organisatie bewuster en meer data-gedreven te gaan werken met mobiliteitsdata.

We benadrukken graag dat dit géén verplichtend kader is, maar een *hulpmiddel*. Het is belangrijk dat je voor een aanpak kiest die voor jouw organisatie het beste werkt. De leidraad moet vooral gezien worden als een *inspiratie- en werkdocument* dat helpt bij het maken van eigen keuzes. Er kan daarom altijd afgeweken worden van de beschreven stappen, volgorden, werkvormen en voorbeelden als dit voor jouw organisatie beter past.

Voor wie is deze leidraad bedoeld?

Deze leidraad is in de eerste plaats bedoeld voor *overheidsorganisaties* die mobiliteitsbeleid ontwikkelen en uitvoeren en daarvoor (meer) gebruik willen maken van mobiliteitsdata, zoals gemeenten, provincies en vervoerregio's.

Daarnaast kan de leidraad ook worden gebruikt door *samenwerkingspartners*, zoals landelijke uitvoeringsorganisaties en kennisinstellingen, om beter aan te sluiten bij de wijze waarop overheden mobiliteitsdata willen organiseren en inzetten.

2. DE WAARDE VAN DATA IN MOBILITEITSBELEID

mra-netwerk dim

Goudappel
MOBILITEIT BEWEEGT ONS

De waarde van data

Mobiliteitsdata zijn belangrijk voor het ontwikkelen, uitvoeren en evalueren van *mobiliteitsbeleid*. Deze data geven beleidsmakers van feitelijke informatie en inzichten, waardoor ze weloverwogen beslissingen kunnen nemen en de dienstverlening kunnen verbeteren. Door besluitvorming te baseren op betrouwbare data kan de impact van beleidsmaatregelen worden vergroot en de effectiviteit van het beleidsproces worden verbeterd.

Zonder goede data en de capaciteit om deze te analyseren is modern mobiliteitsbeleid niet mogelijk. Gemeenten blijven dan sturen op verouderde aannames in plaats van op de actuele situatie.

Data transformeert mobiliteitsbeleid en stelt gemeenten in staat om:

Genuanceerder te sturen op specifieke doelgroepen, routes of tijdstippen

Sneller te reageren op veranderende omstandigheden

Effectiever schaarse middelen in te zetten waar ze het meest nodig zijn

Transparanter te communiceren over keuzes en resultaten

Innovatiever te werken met nieuwe concepten zoals MaaS, Smart Mobility en voorspellende analyses

De rol van data in de beleidscyclus

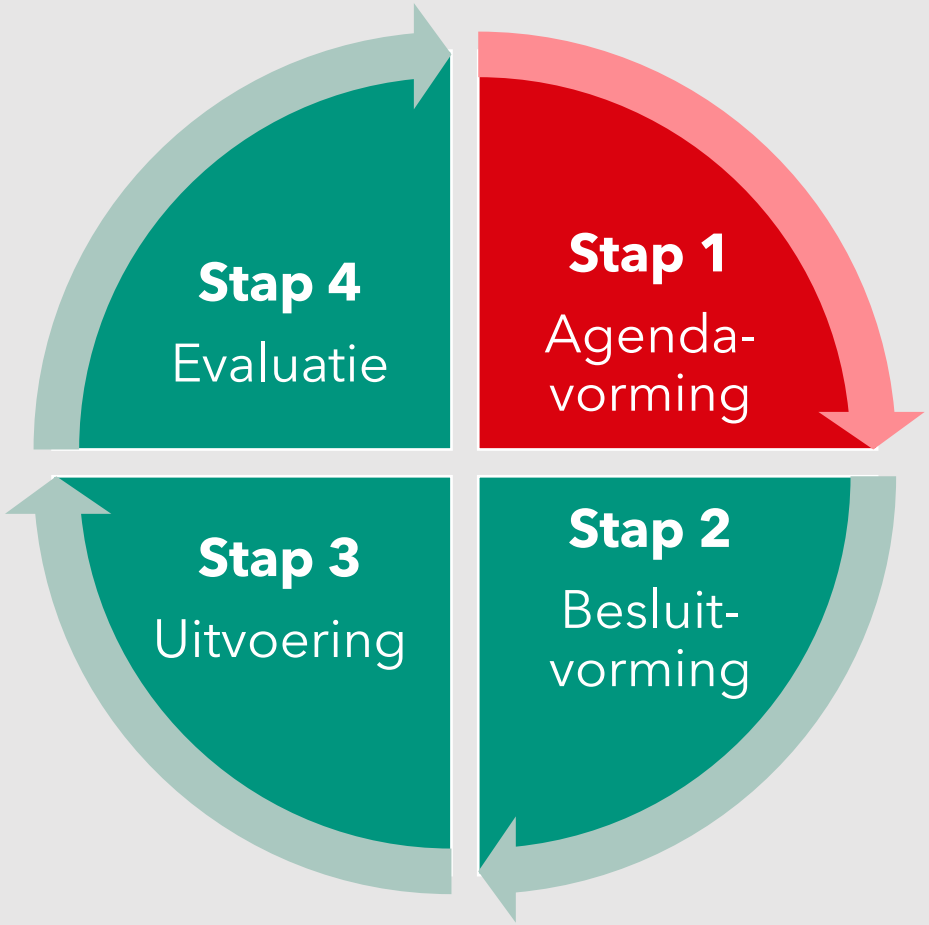
Data speelt een steeds belangrijkere rol in alle fasen van de *beleidscyclus voor mobiliteit*. Vroeger was mobiliteitsbeleid vooral gebaseerd op schattingen van experts, verkeersmodellen en losse tellingen. Nu maken real-time en historische data het mogelijk om veel nauwkeuriger en flexibeler te sturen.

Plan-Do-Check-Act

Sommigen organisaties zijn bekender met de PDCA-cyclus dan de beleidscyclus. Deze sluiten goed op elkaar aan. De fasen agendavorming en besluitvorming komen overeen met Plan, de uitvoering met Do en de evaluatie met Check. Op basis van de uitkomsten uit de evaluatie volgt vervolgens Act: het bijstellen van beleid, maatregelen of uitvoering. Door de PDCA-cyclus expliciet te gebruiken, wordt data-gedreven werken een continu proces van leren en verbeteren in plaats van een eenmalig project. Mobiliteitsdata spelen in elke stap een rol: bij het in beeld brengen van problemen en kansen, het afwegen van maatregelen, het monitoren van de uitvoering en het onderbouwen van bijsturing.

Agendavorming

Data helpt bij het *herkennen en objectief maken van mobiliteitsproblemen*: Bijvoorbeeld: sensoren en tellingen laten zien waar structureel files ontstaan, waar onveilige verkeerssituaties zijn, of welke gebieden slecht bereikbaar zijn met het openbaar vervoer. Deze feiten kunnen aantonen dat actie nodig is om een probleem op de politieke agenda te krijgen.



Besluitvorming

In deze fase is data essentieel voor het *analyseren van oorzaken en het verkennen van oplossingen*. Data over verkeersstromen, herkomst- en bestemmingen (waar komen reizigers vandaan en waar gaan ze naartoe), gegevens over de modal-split (de verdeling tussen auto, fiets en openbaar vervoer) en big data geven inzicht in mobiliteitspatronen. Het analyseren van deze gegevens helpt bij het doorrekenen van verschillende beleidsscenario's en het voorspellen van de effecten van maatregelen.

Data *ondersteunt de keuze voor specifieke maatregelen*. Kosten-batenanalyses, effectstudies en simulaties op basis van data maken het mogelijk om verschillende alternatieven objectief te vergelijken. Dit helpt bestuurders en gemeenteraden om goed geïnformeerde beslissingen te nemen.

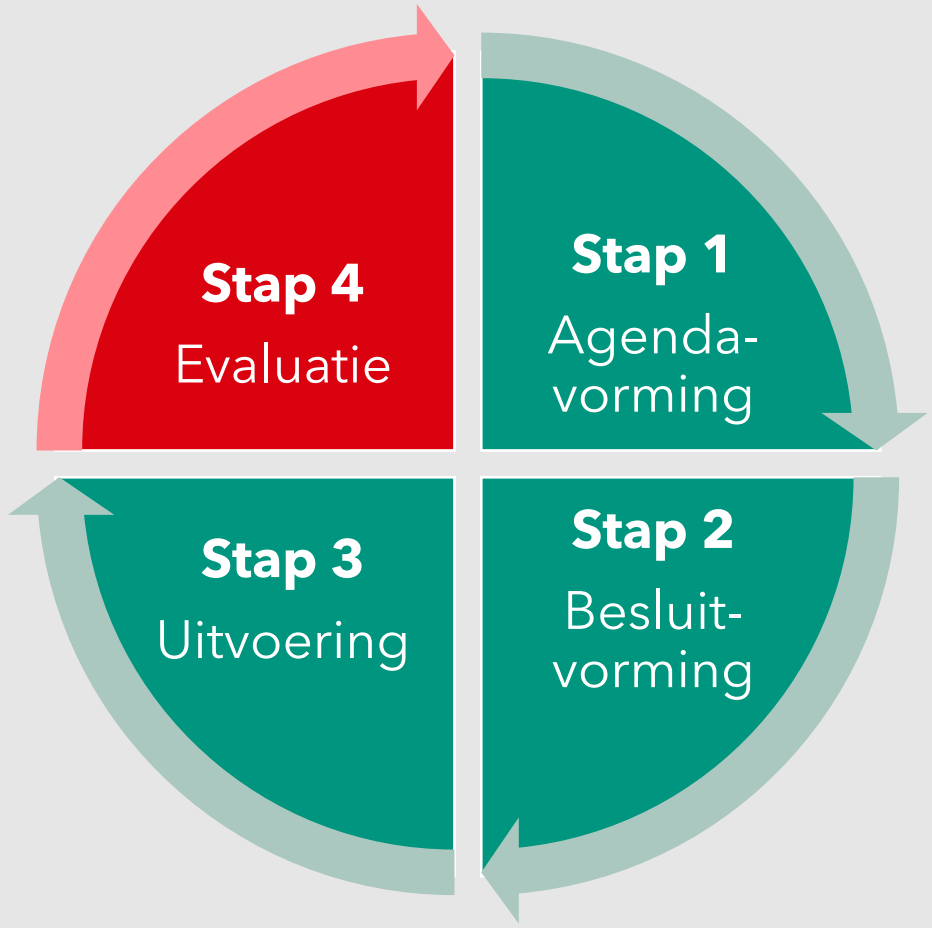
Uitvoering

Tijdens de uitvoering speelt data vooral een operationele rol. We gebruiken data om *de actuele situatie in beeld te brengen en daarop in te spelen en te anticiperen*. Zo maakt real-time verkeersdata dynamisch verkeersmanagement mogelijk en kunnen verkeerslichten, snelheidsborden en omleidingen automatisch worden aangepast aan de actuele situatie. Ook helpt data over gebruik van deelmobiliteit, parkeerplekken of laadpalen helpt bij het optimaliseren van de beschikbaarheid van deze voorzieningen.

Evaluatie

Data is onmisbaar voor het *meten of beleidsdoelen worden bereikt.* Indicatoren zoals doorstroming, reistijden, luchtkwaliteit, CO2-uitstoot, verkeersveiligheid en modal split kunnen continu worden gevolgd. Dit maakt tussentijdse bijsturing mogelijk en helpt bij de formele evaluatie van beleidsmaatregelen.

Op basis van evaluatiedata kan *beleid worden aangepast*. Als blijkt dat een maatregel niet het gewenste effect heeft, kunnen alternatieve oplossingen worden overwogen. Deze continue terugkoppeling maakt adaptief beleid mogelijk dat beter aansluit bij de veranderende werkelijkheid.



3. DATASTRATEGIE

mra-netwerk dim

Goudappel
MOBILITEIT BEWEEGT ONS

Wat is een datastrategie?

Een datastrategie is een *uitgebreid plan* dat beschrijft hoe een organisatie data verzamelt, beheert en inzet om hun doelstellingen te bereiken. Het fungeert als een *routekaart* die aangeeft welke data belangrijk is, waar het vandaan komt en hoe het wordt opgeslagen en beveiligd. Een goede datastrategie verbindt de technische mogelijkheden van data met de strategische ambities van de organisatie en definieert duidelijke rollen en verantwoordelijkheden voor dataeigenaarschap, databeheer en data governance binnen de organisatie.

De strategie beschrijft welke *technologieën, tools en infrastructuur* nodig zijn om data effectief te kunnen verwerken en analyseren, en omvat ook beleid rondom datakwaliteit, privacy, compliance en informatiebeveiliging volgens geldende wet- en regelgeving.

Een datastrategie faciliteert data-gedreven besluitvorming door inzicht te geven in hoe data moet worden getransformeerd naar bruikbare informatie. Ook zorgt een datastrategie ervoor dat verschillende afdelingen op een consistente manier met data omgaan en stimuleert deze een datacultuur binnen de organisatie. Daarnaast identificeert de strategie *concrete use-cases en business cases* waarin data waarde kan creëren voor klanten, medewerkers of processen.

Een datastrategie is een *levend document* dat regelmatig wordt geëvalueerd en aangepast aan veranderende behoeften binnen de organisatie en technologische ontwikkelingen.

Waarom een datastrategie?

Gemeenten beheren een enorme hoeveelheid data, van basisregistraties tot sensor-informatie uit de openbare ruimte, die een waardevolle bron vormt voor het verbeteren van het gemeentelijke mobiliteitsbeleid. Zonder een heldere datastrategie wordt echter vaak niet de maximale potentie uit de beschikbare data gehaald. Een datastrategie voor mobiliteitsdata levert gemeenten *zes concrete voordelen* op, die te zien zijn aan de rechterkant van deze pagina.

Betere dienstverlening aan inwoners

Efficiëntere processen en kostenbesparing

Onderbouwde beleidsbeslissingen

Betere samenwerking tussen afdelingen

Verhoogde transparantie en verantwoording

Naleving van wet- en regelgeving

4. EEN STRATEGIE IN 8 STAPPEN

mra-netwerk dim

Goudappel
MOBILITEIT BEWEEGT ONS

Een strategie in 8 stappen

Deze leidraad volgt de acht stappen van de *Handreiking Datastrategie* die is opgesteld door de Vereniging Nederlandse Gemeenten, aangevuld met mobiliteitsspecifieke overwegingen voor organisaties binnen de MRA.

In dit hoofdstuk worden deze acht stappen doorlopen. Per stap worden aandachtspunten en concrete werkvormen benoemd om de stap te doorlopen.

1. Vaststellen visie en doelstellingen
2. Draagvlak creëren
3. Vertrekpunt in beeld brengen
4. Analyseren behoeften en doelen
5. Bepalen waarden en kernprincipes
6. Opstellen document
7. Besluitvorming
8. Implementatie

Stap 1. Vaststellen doelstellingen en visie

Begin met het formuleren van een *heldere en inspirerende visie*: hoe wil de gemeente mobiliteitsdata strategisch inzetten? Deze visie zorgt ervoor dat iedereen begrijpt waarom data belangrijk is en werkt als een gemeenschappelijk kompas voor de toekomst.

Verbind data met gemeenschappelijke ambities

Zorg dat de visie aansluit bij wat jouw organisatie wil bereiken op het gebied van leefbaarheid, duurzaamheid en bereikbaarheid. Zoek de documenten binnen de organisatie die beschrijven welke visie jullie hebben op het gebied van mobiliteit (mobiliteitsplan, omgevingsvisie, coalitieakkoord) en digitalisering (digitale agenda en/of digitaliseringsvisies). Dit vormt het kader van jullie visie op mobiliteitsdata. Omschrijf waarom mobiliteitsdata van belang is in het behalen van de ambities die daarin staan beschreven. Dat is de kern van jullie visie.

Tip: Gebruik AI om de relevante onderdelen of passages uit de visiedocumenten bijeen te brengen.

Begin bij het probleem

Stel vervolgens *concrete doelstellingen* op die je wil bereiken. Start bij het opstellen van de doelstellingen altijd vanuit een concrete mobiliteitsuitdaging of maatschappelijk probleem, niet vanuit de technologie of data die je toevallig hebt.

- Vraag niet: *"We hebben deze dataset en deze tool, wat kunnen we ermee?"*
- Vraag wel: *"Welk mobiliteitsopgave of maatschappelijk probleem willen we oplossen en welke data en middelen hebben we daarvoor nodig?"*

Zo werk je doelgericht en voorkom je dat je data verzamelt of tools inzet die uiteindelijk niet bijdragen aan wat echt belangrijk is.

Richt de visie en doelen op de échte mobiliteitsproblemen in jullie gemeente en de regio, bijvoorbeeld:

- Minder files en verkeersoverlast: Hoe kunnen we doorstroming verbeteren?
- Meer verkeersveiligheid: Welke locaties zijn gevaarlijk?

1

Stap 2. Draagvlak creëren

2

Een *breed draagvlak* maakt het makkelijker om met de strategie aan de slag te gaan. Hiervoor is het belangrijk dat al in een vroeg stadium de *juiste personen en partijen* betrokken worden. Effectieve communicatie, transparantie over doelen en besluitvorming, en structurele afstemming met deze partners zijn essentieel voor een succesvolle datastrategie die breed wordt gedragen en toegepast

In Stap 2 breng je alle *belanghebbenden* in kaart en bepaal je hoe zij betrokken moeten worden in het proces rondom het opstellen van de strategie.

Bij het creëren van draagvlak en het betrekken van belanghebbenden is het belangrijk om de impact van verandering op de organisatie expliciet mee te nemen. In deze leidraad maken we daarvoor gebruik van het *Knoster-model voor verandering*; in Stap 8 (Implementatie) wordt dit model uitgewerkt als praktische checklist voor de uitvoering van de datastrategie.

Partijen die betrokken kunnen zijn bij het opstellen van de strategie

Interne partijen
Bestuur, dataspecialisten (ICT-afdeling, geo-informatie, data-analisten), beleidsmedewerkers en uitvoerende afdelingen op het gebied van mobiliteit, verkeer, ruimtelijke ordening en duurzaamheid

Externe partijen
Samenwerkingspartners zoals OV-bedrijven, logistieke sector, deelmobiliteitsaanbieders, Rijkswaterstaat, provincies, het MRA-netwerk Digitalisering en Innovatie in Mobiliteit (DIM), maatschappelijke organisaties

Overige specialisten
Op het gebied van (Generatieve) AI, data-ethici, privacy-officers (functionaris gegevensbescherming) en cybersecurity-experts. Overweeg de instelling van een ethische commissie of klankbordgroep die toeziet op verantwoord datagebruik.

3
4
5
6
7
8

1

2

3

4

5

6

7

8

Stap 2a. Breng belanghebbenden in kaart

Acties:

- ❑ Maak een overzicht van alle partijen die te maken hebben met mobiliteitsdata
- ❑ Onderscheid interne en externe stakeholders
- ❑ Categoriseer naar belang en invloed (hoog/laag)
- ❑ Identificeer potentiële ambassadeurs en kritische stemmen

Vragen om te beantwoorden:

- ➢ Wie maken nu al gebruik van mobiliteitsdata in hun werk?
- ➢ Welke afdelingen worden geraakt door de datastrategie (mobiliteit, IT, privacy, communicatie, ruimtelijke ordening)?
- ➢ Wie moeten besluiten nemen over budget, capaciteit of beleidswijzigingen?
- ➢ Welke externe partijen zijn belangrijk (vervoerders, andere gemeenten, provincies, kennisinstellingen)?
- ➢ Wie kunnen potentiële tegenstanders zijn en waarom?
- ➢ Welke bewoners- of belangenorganisaties spelen een rol bij mobiliteitsbeleid?

Partijen die betrokken kunnen zijn bij het opstellen van de strategie

Interne partijen
Gemeenteraad en het bestuur, dataspecialisten (ICT-afdeling, geo-informatie, data-analisten), beleidsmedewerkers en uitvoerende afdelingen op het gebied van mobiliteit, verkeer, ruimtelijke ordening en duurzaamheid

Externe partijen
Samenwerkingspartners zoals OV-bedrijven, logistieke sector, deelmobiliteitsaanbieders, Rijkswaterstaat, provincies, het MRA-netwerk Digitalisering en Innovatie in Mobiliteit (DIM), maatschappelijke organisaties

Overige specialisten
Op het gebied van (Generatieve) AI, data-ethici, privacy-officers (functionaris gegevensbescherming) en cybersecurity-experts. Overweeg de instelling van een ethische commissie of klankbordgroep die toeziet op verantwoord datagebruik.

Stap 2b. Bepaal de rol en betrokkenheid per stakeholder

Acties:

- ❑ Gebruik een stakeholdersmatrix (belang vs. invloed)
- ❑ Bepaal per stakeholder: informeren, raadplegen, betrekken of meebeslissen
- ❑ Maak inzichtelijk wat elke stakeholder nodig heeft of verwacht
- ❑ Identificeer welke zorgen of weerstanden er kunnen zijn

Vragen om te beantwoorden:

- ➢ Wat heeft deze stakeholder nodig van de datastrategie?
- ➢ Wat verwacht deze stakeholder van het proces?
- ➢ Welke bezwaren of zorgen zou deze stakeholder kunnen hebben?
- ➢ In welke fase moeten we deze partij betrekken?
- ➢ Hoe intensief moet de betrokkenheid zijn (eenmalig gesprek, werkgroeplid, klankbord)?
- ➢ Wie zijn de besluitvormers die formeel moeten instemmen?

1
2
3
4
5
6
7
8

Stap 3. Vertrekpunt in beeld brengen

Met een *datavolwassenheidsscan* breng je in kaart wat de huidige stand van zaken is rondom data-gedreven werken binnen de organisatie. Deze scan laat zien:

- Wat gaat al goed?
- Waar liggen de grootste uitdagingen?
- Waar kun je het beste in investeren?

De uitkomsten vormen het startpunt voor de datastrategie en helpen bij het stellen van realistische doelen.

Stap 3a. Kies een methode

Er zijn verschillende volwassenheidsmodellen beschikbaar. De Rijksoverheid geeft een overzicht van datavolwassenheids-modellen in de kennisbank van de Integrale Datastrategie (IBDS).

Stap 3b. Verzamel informatie

Methoden:

- **Interviews** met sleutelpersonen (afdelingshoofden, data-experts, eindgebruikers)
- **Vragenlijsten** voor bredere groep medewerkers
- **Documentanalyse** (welk beleid bestaat al?)
- **Systeem-inventarisatie** (welke tools zijn er?)
- **Data-inventarisatie** (welke bestanden en databases zijn er?)

Stap 3c. Identificeer prioriteiten

Beantwoord:

- Wat zijn de grootste knelpunten?
- Waar liggen quick wins (weinig inspanning, groot effect)?
- Waar zijn grotere investeringen nodig?
- Wat is realistisch haalbaar in 1-2 jaar?

Wat meet je met de datavolwassenheidsscan?

1. Data-beschikbaarheid

Welke mobiliteitsdata heeft de gemeente?

Inventariseer:

- Verkeerssensoren en tellingen
- GPS-data van vervoerders
- Parkeergegevens
- OV-chipkaartdata
- Fietstellingen
- Commerciële data (zoals TomTom)
- Open data (zoals Nationaal Dataportaal Wegverkeer)
- Meldingen van inwoners
- Data van provincie of Rijkswaterstaat

Beoordeel per databron:

- Hoe actueel is de data?
- Hoe compleet is de data?
- Is de data betrouwbaar?
- Wie heeft toegang tot deze data?
- Wordt de data ook echt gebruikt?

2. Tools en systemen

Welke tools gebruikt de gemeente?

Inventariseer:

- Verkeersmanagement systemen
- Tools voor hinderbeperking
- Analysesoftware (Excel, PowerBI, GIS-systemen)
- Dashboards voor monitoring
- AI-toepassingen

Beoordeel:

- Worden deze tools actief gebruikt?
- Zijn medewerkers ermee getraind?
- Zijn systemen aan elkaar gekoppeld of werken ze los?
- Zijn de tools geschikt voor jullie doelen?

3. Kennis en vaardigheden

Welke expertise is aanwezig?

Check per afdeling:

- Hoeveel mensen kunnen met data werken?
- Wie kan data analyseren en interpreteren?
- Wie kan data visualiseren (grafieken, kaarten)?
- Is er kennis van statistiek en datakwaliteit?
- Kunnen mensen databevindingen vertalen naar beleid?
- Wat is kennis van AI en nieuwe technologieën

Specifiek voor AI:

- Weten medewerkers wat AI kan en niet kan?
- Wordt AI al gebruikt?
- Zijn er pilots met AI geweest?
- Is er weerstand of angst voor AI?

Wat meet je met de datavolwassenheidsscan?

4. Organisatie en cultuur

Hoe staat de organisatie ervoor?

Data-awareness
- Vinden medewerkers data belangrijk?
- Worden besluiten onderbouwd met data?
- Of gaat het vooral op gevoel en ervaring?

Capaciteit:
- Is er tijd en budget voor datawerk?
- Of moet het "erbij" gedaan worden?
- Zijn er data-specialisten in dienst?

Samenwerking:
- Delen afdelingen data met elkaar?
- Is er overleg tussen data-experts en vakspecialisten?
- Werkt de gemeente samen met partners (provincie, andere gemeenten)?

Cultuur:
- Mogen mensen experimenteren?
- Is het oké om fouten te maken en ervan te leren?
- Of is er angst voor nieuwe dingen?

5. Beleid en kaders

Zijn de basisvoorwaarden op orde?

Check of er beleid is voor:
- Privacy en AVG-naleving
- Databeheer en opslag
- Wie mag welke data gebruiken
- Ethisch gebruik van data en AI
- Datakwaliteit en standaarden

Voorbeeld van een datavolwassenheidsmodel

	1 AD HOC	2 OPPORTUNISTISCH	3 SYSTEMATISCH	4 ONDERSCHEIDEND	5 TRANSFORMEREND
MANAGEMENT	• Helemaal geen strategisch belang • Geen verantwoordelijke medewerkers	• Geen strategisch belang • Verantwoordelijke medewerkers	• Redelijk strategisch belang • Verantwoordelijkheid ligt in takenpakket van een directielid	• Strategisch belangrijk • Verantwoordelijkheid is hoge prioriteit in takenpakket van een directielid	• Strategisch heel belangrijk • Er is een directielid compleet verantwoordelijk
ORGANISATIE	• Geen strategie en beleid • Een paar medewerkers zijn ermee bezig • Geen beleid	• Vage strategie en beleid • Kleine groep experts zijn ermee bezig • Vaag beleid	• Strategie en beleid aanwezig • Afdeling met expert zijn ermee bezig • Duidelijk beleid	• Duidelijke strategie en beleid • Experts verspreid door de organisatie zijn ermee bezig • Duidelijk en goed gecommuniceerd beleid	• Zeer duidelijke strategie en beleid • Iedereen in het bedrijf is expert en ermee bezig • Duidelijk en goed toegepast beleid
DATA	• Kwaliteit data-analytics is zeer laag • Alleen verantwoordelijken hebben toegang • Er wordt geen data opgeslagen	• Kwaliteit data-analytics is laag • Verantwoordelijke en klein groepje hebben toegang • Er wordt weinig data opgeslagen	• Kwaliteit van data-analytics is redelijk • Redelijk veel werknemers hebben toegang • Er wordt redelijk veel data opgeslagen	• Kwaliteit van data-analytics is goed • Meeste werknemers hebben toegang • Er wordt veel data opgeslagen	• Kwaliteit van data-analytics is zeer goed • Iedereen heeft toegang • Alle data wordt opgeslagen
TECHNOLOGIE	• Aanwezigheid van een basic analytics pakket	• Aanwezigheid van een basis analytics pakket • Data delen via excel	• Aanwezigheid van een geavanceerd analytics programma • Data delen via simpele dashboards	• Aanwezigheid van een geavanceerd analytics programma • Data delen via geavanceerde dashboards	• Aanwezigheid van een geavanceerd analytics programma • Data delen via Big Data algoritmes

Stap 4. Analyseren behoeften en doelen

De volgende stap is om *concrete behoeften en doelen* te bepalen, zowel voor de organisatie als voor inwoners. Deze doelen zijn sterk afhankelijk van de lokale politiek-bestuurlijke context, de specifieke mobiliteitsuitdagingen en de ambities van de gemeente.

Behoeften en doelen organisatie

Inventariseer de interne behoeften op het gebied van mobiliteitsdata. Bredere organisatiedoelen kunnen zijn: op een verantwoorde en ethisch verantwoorde manier opgavegericht en data-gedreven werken, bouwen aan een moderne en adaptieve organisatie die inwoners effectief kan bedienen, en investeren in een duurzame data-organisatie met de juiste skills, processen en infrastructuur.

Behoeften en doelen inwoners en samenleving

Breng de behoeften van inwoners, bedrijven en maatschappelijke partners in kaart. Denk aan: betere en real-time reisinformatie, stimulering van duurzaam en gezond reisgedrag via Mobility as a Service (MaaS), vermindering van ervaren hinder bij werkzaamheden en evenementen, verbeterde verkeersveiligheid, en efficiëntere logistieke diensten (zoals geoptimaliseerde pakketbezorging en laadzones). Bredere maatschappelijke doelen kunnen omvatten: het transparant beschikbaar stellen van mobiliteitsdata aan inwoners en bedrijven (open data), inwoners meer zeggenschap geven over hun persoonlijke mobiliteitsdata, meer maatschappelijke waarde creëren met data voor een leefbare en bereikbare stad, en het zijn van een betrouwbare overheid die zorgvuldig omgaat met data.

Prioriteer activiteiten die directe en meetbare impact hebben op acute problemen en die de hoogste urgentie hebben voor inwoners en organisatie. Houd daarbij altijd rekening met de noodzaak van menselijke tussenkomst en beoordeling, vooral bij beslissingen die direct inwoners raken of bij het gebruik van AI-systemen.

De volgende pagina's tonen een uitgebreid stappen plan om behoeften en doelen van verschillende doelgroepen in kaart te brengen.

Stap 4a. Inventariseer gemeentelijke mobiliteitsopgaven

Acties:

- ❑ Verzamel huidige en toekomstige mobiliteitsuitdagingen
- ❑ Identificeer concrete knelpunten in huidige werkprocessen
- ❑ Breng beleidsprioriteiten in kaart

Vragen om te beantwoorden:

- ➢ Wat zijn onze grootste mobiliteitsuitdagingen (files, verkeersveiligheid, bereikbaarheid)?
- ➢ Welke beslissingen moeten we nemen waar we nu te weinig data voor hebben?
- ➢ Waar loopt het dagelijkse werk vast door gebrek aan data of tools?
- ➢ Wat staat in coalitieakkoord, mobiliteitsplan of verkeersplan?
- ➢ Welke ambities heeft het bestuur (modal shift, verkeersveiligheid, luchtkwaliteit)?

Stap 4b. Bepaal behoeften gemeentelijke organisatie

Acties:

- ❑ Organiseer sessie met mobiliteit, ruimtelijke ordening, beheer openbare ruimte
- ❑ Verzamel concrete wensen per thema
- ❑ Prioriteer op basis van urgentie en impact

Vragen om te beantwoorden:

- ➢ Welke analyses hebben we nodig voor het plannen van beleid?
- ➢ Hoe kunnen we beter voorspellen wat het effect is van maatregelen?
- ➢ Hoe meten we of beleid werkt?

Stap 4c. Breng behoeften inwoners in beeld

Acties:

- ❑ Analyseer bestaande inwonerspanels, enquêtes, meldingen
- ❑ Voer gesprekken met belangenorganisaties (ondernemers, fietsersbond)
- ❑ Organiseer eventueel korte peiling of participatiesessie

Vragen om te beantwoorden:

- ➢ Welke informatie missen inwoners (drukte, werkzaamheden, alternatieve vervoerwijzen)?
- ➢ Hoe willen inwoners geïnformeerd worden, bijvoorbeeld over werkzaamheden?
- ➢ Welke mobiliteitsdata willen inwoners beschikbaar hebben (open data)?
- ➢ Wat zijn zorgen over privacy en camera's/sensoren?

Stap 4d. Verken behoeften van partners

Acties:

- ❑ Voer gesprekken met vervoerders, logistieke bedrijven, detailhandel
- ❑ Praat met regionale partners (vervoerregio, provincie, buurgemeenten)
- ❑ Inventariseer wensen voor data-uitwisseling

Vragen om te beantwoorden:

- ➢ Welke mobiliteitsdata hebben bedrijven nodig (parkeren, toegang, laadzones)?
- ➢ Welke informatie helpt vervoerders om dienstverlening te verbeteren?
- ➢ Wat zijn wensen voor regionale data-uitwisseling (MRA, vervoerregio)?
- ➢ Welke data kunnen partners met ons delen?

Stap 4e. Formuleer concrete doelen

Acties:
- ❑ Maak onderscheid tussen organisatie- inwoners- en maatschappelijke doelen
- ❑ Formuleer doelen SMART (**S**pecifiek, **M**eetbaar, **A**cceptabel, **R**ealistisch, **T**ijdgebonden) waar mogelijk
- ❑ Groepeer doelen naar thema

Organisatiedoelen (voorbeelden)
- ➢ Binnen 1 jaar alle verkeersbesluitvorming onderbouwen met data
- ➢ Real-time inzicht in verkeerssituatie op alle hoofdroutes
- ➢ 30% tijdsbesparing bij verkeersanalyses door AI-ondersteuning
- ➢ 90% van medewerkers data-vaardig binnen 2 jaar
- ➢ Alle mobiliteitsdata op één platform toegankelijk

Inwonersdoelen (voorbeelden)
- ➢ Real-time reisinformatie via app of website
- ➢ Hinder bij werkzaamheden met 25% verminderen
- ➢ 20% minder ongevallen op onveilige kruispunten
- ➢ MaaS-platform voor multimodaal reizen binnen 2 jaar
- ➢ Alle mobiliteitsdata openbaar beschikbaar

Maatschappelijke doelen (voorbeelden)
- ➢ 10% modal shift naar OV/fiets in 3 jaar
- ➢ Verbeterde luchtkwaliteit door minder autoverkeer
- ➢ Efficiëntere distributie (minder vrachtverkeer)
- ➢ Transparante overheid over datagebruik
- ➢ Inwoners controle over eigen mobiliteitsdata

Stap 4f. Prioriteer en maak keuzes

Acties:
- ❑ Scoor doelen op urgentie, impact, haalbaarheid en kosten
- ❑ Selecteer 5-7 prioritaire doelen voor de komende 2-3 jaar
- ❑ Leg keuzes voor aan bestuur voor instemming

Vragen voor prioritering
- ➢ **Urgentie:** Hoe urgent is dit probleem? (Hoe lang kunnen we wachten?)
- ➢ **Impact:** Hoeveel effect heeft bereiken van dit doel? (Voor hoeveel mensen/situaties?)
- ➢ **Haalbaarheid:** Kunnen we dit realiseren met beschikbare middelen (technisch, organisatorisch)
- ➢ **Kosten:** Wat vraagt dit aan investering? (Geld, capaciteit)
- ➢ **Afhankelijkheden:** Bouwen andere doelen hierop voort?

Afwegingskader:
- ➢ Quick wins: hoge impact, lage kosten → direct oppaken
- ➢ Strategische investeringen: hoge impact, hoge kosten → plannen
- ➢ Opportuniteiten: lage impact, lage kosten → meenemen waar mogelijk
- ➢ Parkeren: lage impact, hoge kosten → nu niet doen

Stap 4g. Koppel doelen aan volwassenheid

Acties:
- ❑ Leg geprioriteerde doelen naast volwassenheidsscan (stap 3)
- ❑ Identificeer welke verbeteringen nodig zijn om doelen te bereiken
- ❑ Benoem gaten in kennis en capaciteit expliciet

Vragen om te beantwoorden:
- ➢ Welke data hebben we nodig die we nu niet hebben?
- ➢ Welke tools ontbreken om deze doelen te bereiken?
- ➢ Welke competenties moeten we ontwikkelen?
- ➢ Wat moet er organisatorisch veranderen?
- ➢ Zijn er governance-vraagstukken die opgelost moeten worden?

Stap 5. Bepalen waarden en kernprincipes

Het bepalen van waarden en kernprincipes is een complex proces. Het is misschien niet jouw rol om hier iets van te vinden. Zorg er in dat geval voor dat je iemand met de juiste kennis betrekt om dit deel van het project te leiden.

Het is belangrijk dat publieke waarden (zoals privacy, rechtvaardigheid en transparantie), dataprincipes (zoals FAIR, Common Ground en het Federatief Datastelsel) en digitale ethiek expliciet benoemd worden in de datastrategie.

Publieke waarden zijn niet neutraal en vereisen bewuste politieke afwegingen, aangezien niet alles wat technisch mogelijk is ook maatschappelijk wenselijk is. Overheden dienen publieke waarden en digitale grondrechten actief te beschermen.

Om waarden en kernprincipes te bepalen raden we aan om een aantal werksessies met belanghebbenden en experts te organiseren. De inhoud van deze werksessies wordt op de volgende pagina's toegelicht.

Publieke waarden

Bij de inzet van mobiliteitsdata is de afweging tussen technologie en privacy erg belangrijk. Mobiliteitsdata kunnen privacygevoelig zijn omdat ze directe inzichten geven in het dagelijkse gedrag en de leefpatronen van individuele inwoners. Transparantie over algoritmes is daarom belangrijk voor maatschappelijk vertrouwen. Andere publieke waarden die relevant kunnen zijn, omvatten veiligheid, autonomie, controle over technologie, menselijke waardigheid, non-discriminatie, proportionaliteit en betrouwbare overheid.

Digitale ethiek

Ditigale ethiek vereist blijvende aandacht en reflectie gedurende de gehele levenscyclus van dataprojecten, niet slechts een eenmalige check bij de start. Overweeg de instelling van een ethische commissie of de aanstelling van een Chief Ethics Officer die de gemeente structureel adviseert bij ethische vraagstukken rond data en AI. Zorg voor heldere escalatieprocedures wanneer ethische dilemma's zich voordoen, en creëer een cultuur waarin medewerkers zich vrij voelen om ethische bezwaren te uiten.

Stap 5a. Stel werkgroep samen

Acties:
- ❑ Stel multidisciplinaire werkgroep samen (6-8 personen)
- ❑ Zorg voor diverse perspectieven en expertises
- ❑ Plan 2-3 werksessies (elk 2-3 uur)

Samenstelling werkgroep:
- ➢ Beleidsadviseur mobiliteit (voorzitter)
- ➢ Privacy officer / Functionaris Gegevensberscherming / jurist
- ➢ Informatieadviseur
- ➢ Ethicus of iemand met filosofische achtergrond (indien beschikbaar)
- ➢ Verkeerskundige
- ➢ Inwonersvertegenwoordiger of communicatieadviseur
- ➢ Eventueel externe expert digitale ethiek

Stap 5b. Inventariseer relevante publieke waarden

Acties:
- ❑ Bespreek welke publieke waarden relevant zijn voor mobiliteitsdata
- ❑ Verzamel concrete voorbeelden en dilemma's uit de praktijk
- ❑ Maak longlist van waarden (15-20)

Voorbeelden van publieke waarden die relevant zijn voor data-gedreven mobiliteitsbeleid:
- ➢ Privacy
- ➢ Transparantie
- ➢ Rechtvaardigheid & non-discriminatie
- ➢ Veiligheid
- ➢ Autonomie & menselijke controle
- ➢ Proportionaliteit
- ➢ Betrouwbaarheid
- ➢ Menselijke waardigheid
- ➢ Duurzaamheid

Stap 5c. Prioriteer publieke waarden

Acties:
- ❑ Selecteer 5-7 kernwaarden die leidend zijn
- ❑ Formuleer wat elke waarde betekent voor mobiliteitsdata
- ❑ Benoem concrete dilemma's en afwegingen

Vragen voor prioritering:
- ➢ Welke waarden zijn het meest belangrijk met betrekking tot mobiliteit?
- ➢ Waar verwachten we de meeste dilemma's?
- ➢ Wat past bij het profiel en ambities van onze gemeente?
- ➢ Wat is politiek-bestuurlijk gedragen?

Voorbeelden afwegingsdilemma's:
- ➢ Effectiviteit vs privacy: Camera's op kruispunten voor verkeersveiligheid
- ➢ Innovatie vs controle: Afhankelijkheid van commerciële dataleveranciers
- ➢ Transparantie vs veiligheid: Openbaar maken verkeersdata vs misbruikrisico
- ➢ Gelijkheid vs efficiëntie: Prioritering van bepaald routes/wijken.

Stap 5d. Bepaal dataprincipes en ethische richtlijnen

Acties:
- ❑ Organiseer werksessie met informatieadviseur en eventueel een (externe) ethiekexpert
- ❑ Leg uit wat FAIR, Common Ground en FDS betekenen
- ❑ Vertaal deze principes naar de behoeften en doelen van de gemeente.
- ❑ Vertaal publieke waarden naar ethische richtlijnen en concrete gedragsregels

Dataprincipes:
- ➢ FAIR-principe: Principe dat ervan uit gaat dat data vindbaar, toegankelijk, uitwisselbaar en herbruikbaar moet zijn, zodat verschillende partijen (zowel intern als extern) effectief kunnen samenwerken en data maximaal maatschappelijk nut hebben.
- ➢ Common-ground: inrichtingsprincipe om data los te koppelen van werkprocessen en applicaties, en data bij de bron te bewaren en bevragen. Dit voorkomt dataduplicatie en verbetert de kwaliteit en actualiteit van data.
- ➢ Federatief datastelsel (FDS): Raamwerk dat beschrijft hoe de overheid data interbestuurlijk organiseert om maatschappelijke opgaven gezamenlijk op te pakken.

Stap 6. Opstellen document

Zet alle onderdelen van je datastrategie in een *helder document* dat iedereen kan begrijpen. Dit document is belangrijk, omdat verschillende mensen ermee moeten werken: bestuurders die besluiten nemen, ambtenaren die het uitvoeren, én inwoners die willen weten wat de overheid doet.

Maak de strategie concreet door voorbeelden op te nemen van data-gedreven mobiliteitsoplossingen en –projecten die jouw organisatie wil realiseren of verkennen.

De volgende pagina toont een mogelijke opbouw van het document, waarbij per hoofdstuk de koppeling met de stappen uit deze leidraad wordt benoemd.

Maak het document toegankelijk voor verschillende doelgroepen

Voor bestuurders

- Houd het compact
- Gebruik duidelijke koppen en visualisaties
- Leg technische termen uit
- Voeg een managementsamenvatting toe

Voor uitvoerende ambtenaren

- Voeg praktische bijlagen toe met meer details
- Geef concrete voorbeelden en use cases
- Maak duidelijke actietabellen

Voor inwoners

- Maak een aparte korte versie in begrijpelijke taal
- Leg uit wat de datastrategie voor hen betekent
- Publiceer het document op de website van de gemeente.

Wat komt er in het document?

Onderstaande tabel geeft beknopt weer welke *onderdelen* kunnen worden opgenomen in de datastrategie. Op de volgende pagina's wordt dieper ingegaan op wat er in de hoofdstukken kan worden opgenomen. Deze *inhoudsopgave* dient als hulpmiddel bij het opstellen van je document. Kies voor een andere indeling als dit voor jouw organisatie passender is.

Onderdeel document	Korte inhoud	Gebaseerd op stap(pen)
Samenvatting	Kern van aanleiding, doelen, keuzes, organisatie en aanpak.	1 t/m 8
H1: Waarom deze datastrategie?	Aanleiding, mobiliteitsproblemen, knelpunten met data, gewenste situatie over 3–5 jaar.	1, 3, 4
H2: Onze uitgangspunten	Publieke waarden, omgang met gegevens van inwoners, wet- en regelgeving, dataprincipes (FAIR, Common Ground, FDS).	2, 5
H3: Concrete doelen	Wat je met data wilt bereiken, voor wie (doelgroepen) en hoe je succes meet (indicatoren/KPI's).	3, 4
H4: Hoe gaan we dit doen?	Databronnen, tools en systemen, data-uitwisseling (regionaal/landelijk), rol van AI en slimme technologie.	3, 4, 5
H5: Organisatie	Rollen en verantwoordelijkheden, benodigde kennis en vaardigheden, samenwerking met andere gemeenten/provincie/vervoerregio.	2, 3, 8
H6: Planning en budget	Fasering en prioriteiten, mijlpalen, benodigde middelen (geld, capaciteit), dekkingsbronnen.	4, 6, 7, 8
H7: Risico's (en bijsturing)	Belangrijkste risico's (o.a. privacy, datakwaliteit, afhankelijkheden), beheersmaatregelen, monitoring en evaluatie.	5, 8

Wat komt er in het document?

Samenvatting

*Verwijst in compacte vorm naar de resultaten van **alle 8 stappen** (visie, draagvlak, vertrekpunt, doelen, waarden, opbouw document, besluitvorming en implementatie)*

- Korte samenvatting (1-2 pagina's) met belangrijkste punten van de datastrategie

Hoofdstuk 1: Waarom deze datastrategie?

*Gebaseerd op **stap 1** (visie en doelstellingen) en **stap 4** (behoeften en doelen)*

- Welke mobiliteitsproblemen wil je oplossen?
- Wat zijn de huidige knelpunten met data? *(input uit de analyse van vertrekpunt – **stap 3**)*
- Wat wil je over 3-5 jaar bereikt hebben? *(geformuleerde doelen uit **stap 4**)*

Hoofdstuk 2: Onze uitgangspunten

*Gebaseerd op **stap 5** (waarden en kernprincipes) en **stap 2** (draagvlak en betrokkenheid)*

- Welke waarden vind je belangrijk (privacy, transparantie, rechtvaardigheid, etc.)?
- Welke dataprincipes hanteer je (FAIR, Common Ground, Federatief Datastelsel)?
- Hoe ga je om met data van inwoners (AVG, ethische richtlijnen)?
- Welke wet- en regelgeving en regionale afspraken gelden er (o.a. MRA, vervoerregio, provincie)?

Wat komt er in het document?

Hoofdstuk 3: Concrete doelen

*Gebaseerd op **stap 4** (analyseren behoeften en doelen) en gekoppeld aan de uitkomsten van **stap 3** (datavolwassenheid)*

- Wat wil je precies bereiken met data (organisatie- inwoners- en maatschappelijke doelen)?
- Voor wie doe je dit? (bijv. fietsers, OV-reizigers, logistieke sector, bewoners)
- Hoe meet je of het lukt (indicatoren en KPI's, gekoppeld aan de beleidscyclus en/of PDCA)?
- Welke doelen zijn geprioriteerd voor de komende 2-3 jaar? *(uitkomst van **stap 4f**)*

Hoofdstuk 4: Hoe gaan we dit doen?

*Gebaseerd op **stap 3** (vertrekpunt in beeld brengen) en **stap 4 en 5** (behoeften, doelen, waarden)*

- Welke databronnen ga je gebruiken? *(inventarisatie uit datavolwassenheidsscan - **stap 3**)*
- Welke systemen en tools zijn beschikbaar en welke zijn nodig?
- Hoe ga je data delen met anderen? (intern, regionaal, landelijk; aansluiting op Common Ground/FDS)?
- Wat is de rol van AI en slimme technologie, en welke ethische randvoorwaarden gelden daarbij?

Hoofdstuk 5: Organisatie

*Gebaseerd op **stap 2** (stakeholders en draagvlak) en **stap 8** (implementatie: governance, bemensing, samenwerking)*

- Wie is waarvoor verantwoordelijk (rollen, eigenaarschap, governance)?
- Welke kennis en vaardigheden heb je nodig? *(verbeterpunten uit de datavolwassenheidsscan – **stap 3**)*
- Hoe werk je samen met andere gemeenten, provincies, vervoerregio en MRA-netwerken?

1
2
3
4
5
6
7
8

Wat komt er in het document?

Hoofdstuk 6: Planning en budget

*Gebaseerd op **stap 6** (opstellen document), **stap 7** (besluitvorming) **en stap 8** (implementatieplan)*

- Wat ga je wanneer doen (fasering, mijlpalen, prioritaire doelen uit ***stap 4f***)?
- Wat gaat het kosten (investerings- en exploitatiekosten, capaciteit?
- Waar komt het geld vandaan (begroting, regionale projecten, subsidies?

Hoofdstuk 7: Risico's en bijsturing

*Gebaseerd op **stap 5** (waarden, ethiek) en **stap 8** (risicobeheersing, governance)*

- Wat kan er misgaan (privacyrisico's, afhankelijkheid leveranciers, datakwaliteit, organisatorische risico's)?
- Hoe voorkom of beperk je deze risico's (maatregelen, kaders, toezicht, ethische commissie)?
- Hoe organiseer je monitoring, evaluatie en periodieke herijking van de datastrategie (koppeling aan beleidscyclus en/of PDCA)?

1

2

3

4

5

6

7

8

Stap 7. Besluitvorming

Breed bestuurlijk draagvlak en samenhang in de regio zijn belangrijk voor het succes van de datastrategie en voorkomen dat organisaties op eilandjes werken. Leg de besluitvorming vast, inclusief afspraken over monitoring, evaluatie en bijsturing van de strategie.

Laat de officieel besluiten over de datastrategie

Zorg voor formele vaststelling van de datastrategie op het juiste (politiek-)bestuurlijke niveau,. Een datastrategie voor mobiliteit is niet alleen een technische kwestie, maar kan ook worden beïnvloed door politieke keuzes. Data en technologie hebben grote invloed op het leven van inwoners: op hun privacy, hun vrijheid om te bewegen en hoe goed hun wijk bereikbaar is. Daarom moeten overheden duidelijke keuzes maken over wat ze willen bereiken en welke risico's ze acceptabel vinden

Koppeling met andere programma's en casussen

Het is in de besluitvorming van belang om koppelingen tussen de datastrategie en andere programma's en initiatieven en specifieke casussen te benoemen. Dit geeft de relevantie en urgentie van de datastrategie aan.

Start op tijd met het positioneren van het stuk om die relevantie en urgentie duidelijk te maken op het juiste bestuurlijke niveau in jouw organisatie. Dit maakt het een stuk makkelijker om steun te krijgen.

Regionale afstemming

Zorg voor tijdige afstemming met MRA-partners en andere relevante samenwerkingsverbanden, zoals provincies en de Vervoerregio Amsterdam. Mobiliteit stopt immers niet bij de gemeentegrenzen, en data-uitwisselen en gezamenlijke diensten vereisen regionale samenwerking.

1
2
3
4
5
6
7
8

Stap 8. Implementatie

Om de datastrategie succesvol te laten landen binnen de organisatie, zijn een aantal aandachtspunten van belang (zie rechts). Het kan zinvol zijn om een aantal van deze aandachtspunten op te nemen in een *implementatieplan*. Een implementatieplan vertaalt de datastrategie naar concrete acties. Hierin kunnen heldere afspraken opgenomen over budget, sturingsstructuren, bemensing, projecten en risicobeheersing. Stel hierbij de volgende vragen:

- Wat gaan we de komende 1-2 jaar concreet doen?
- Wie is waarvoor verantwoordelijk?
- Welke mensen, middelen systemen zijn nodig?
- Welke belangrijke risico's zien we, en hoe beheersen we die?
- Hoe volgen we voortgang en sturen we bij?

Risicobeheersing
Identificeer proactief specifieke risico's voor mobiliteitsdata en -projecten

Governance en verantwoordelijkheden
Creëer een heldere governance-structuur

Bemensing en capaciteit
Zorg voor voldoende en gekwalificeerd personeel

Inkoop en ontwikkeling
Leer van anderen, stel heldere eisen aan leveranciers en maak strategische keuzes

Samenwerking en afstemming
Zorg voor structureel overleg met belanghebbenden en maak gebruik van het DIM

Richtlijnen voor medewerkers
Communiceer duidelijke en praktische richtlijnen voor medewerkers over het verantwoord werken met data

Stap 8. Implementatie

Knoster-model als checklist

De implementatie van de datastrategie is niet alleen een inhoudelijke en technische opgave, maar ook een veranderopgave. Om deze verandering goed te begeleiden, kan het Knoster-model worden gebruikt als praktische checklist (zie afbeelding volgende pagina). Dit model benoemt vijf randvoorwaarden voor succesvolle verandering: *visie, urgentie, een plan, middelen en vaardigheden*. Ontbreekt één van deze elementen, dan ontstaan herkenbare problemen, zoals verwarring (geen duidelijke visie), angst of weerstand (onvoldoende competenties), frustratie (geen middelen) of losse, onsamenhangende initiatieven (geen plan)

Bij de uitvoering van de datastrategie is het daarom belangrijk om steeds na te gaan of:

- De *visie* op data-gedreven mobiliteitsbeleid helder is en breed wordt gedeeld
- Er voldoende prikkels en *urgentie* zijn, bijvoorbeeld via bestuurlijke ambities, concrete opgaven en zichtbare resultaten
- Er een concreet *plan* is met fasering, prioriteiten, verantwoordelijkheden en monitoring
- De benodigde *middelen* (budget, tijd, systemen, ondersteuning) beschikbaar zijn
- De betrokken medewerkers over de juiste *vaardigheden* beschikken om met data, tools en analyses te werken

Door deze vijf elementen expliciet mee te nemen in de implementatie, vergroot je de kans dat de datastrategie daadwerkelijk landt in de organisatie en dat data-gedreven werken structureel onderdeel wordt van het mobiliteitsbeleid.

Stap 8. Implementatie

Visie	Urgentie	Plan	Middelen	Vaardigheden	=	Verandering
	Urgentie	Plan	Middelen	Vaardigheden	=	Verwarring
Visie		Plan	Middelen	Vaardigheden	=	Weerstand
Visie	Urgentie		Middelen	Vaardigheden	=	Chaos
Visie	Urgentie	Plan		Vaardigheden	=	Frustratie
Visie	Urgentie	Plan	Middelen		=	Angst

Het Knoster-model van verandering.

mra-netwerk dim

Goudappel

MOBILITEIT BEWEEGT ONS