





# Vaarwel automobilist hallo mobilist

**De automobilist zal er in moeten berusten dat files voorlopig onontkoombaar zijn, verklaarde het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid vorig jaar. In een gemiddelde spits zitten 2,8 miljoen Nederlanders achter het stuur. Overheden en bedrijfsleven zetten in op slimmer omgaan met mobiliteit. Wie niet aanschuift, maakt het probleem ook niet erger.**

MAARTJE SMEETS

“Filerijders ergeren zich aan de mensen om hen heen, maar ze vergeten vaak dat ze zelf onderdeel vormen van het probleem,” zegt Frans Glazener. Glazener is vanuit de Rabobank betrokken bij het project Spitsmijden A12. Hierin werken regionale overheden, werkgevers en onderzoekers samen om het traject Gouda-Zoetermeer ondanks wegwerkzaamheden bereikbaar te houden. Het project werd begin september afgerond en toonde aan dat automobilisten bereid zijn andere keuzes te maken wat betreft vervoer of reistijd, als ze maar alternatieven aangereikt krijgen. Het aantal spitsritten van de achthonderd deelnemers nam in de periode september 2008 tot en met mei dit jaar met ruim 50 procent af. De deelnemers verdienden elke keer dat ze de ochtendspits meden vier euro. Volgens Glazener blijkt uit gesprekken met deelnemers dat zij ook zonder die beloning graag buiten de spits willen reizen. Het knelpunt blijkt vaak te zitten in de managementcultuur van bedrijven. Glazener: “Er zou veel minder op aanwezigheid en meer op resultaat gestuurd moeten worden. Het moet in het DNA van managers gaan doordringen dat zij werknemers reis- en werkplekalternatieven moeten bieden om Nederland mobiel te houden.” De Rabobank werkt zelf aan het project Unplugged. Het nieuwe hoofdkan-

toor dat in Utrecht gebouwd wordt, is opgezet als een vergadercentrum waar nog maar weinig vaste werkplekken te vinden zijn. Naast slimmer gebruik van de bestaande infrastructuur zijn tele- en thuiswerken belangrijke wapens in de strijd tegen de file. Faciliteiten als videoconferencing of vergaderen in kantoren die aan doorgaande wegen liggen, maken van telewerk een steeds beter bruikbare optie.

## Koploper

Dat vindt ook Ronald Postma, die als mobiliteitsmaker voor de regio Haaglanden meer dan honderdduizend werknemers op een slimme manier mobiel probeert te houden. “Wat mij betreft kun je beter spreken over slim werken dan over slimme mobiliteit. De Nederlandse economie met zijn vele kenniswerkers leent zich uitstekend voor niet-plaatsgebonden werken.” Postma ziet met flexibeler omgaan met werkplek- en tijd vooral winst in het binden van werknemers. De werkgever die zijn medewerker in staat stelt minder kilometers, of minder reistijd te laten maken, wordt ervaren als een goede werkgever, zo blijkt uit onderzoek. De kostenbesparing voor bedrijven met een slim mobiliteitsplan uit zich volgens Postma ook als het gaat om productiviteit. Het kan volgens de mobiliteits-



## “Het moet in het DNA van managers gaan doordringen dat zij werknemers reis- en werkplekalternatieven moeten bieden om Nederland mobiel te houden”

makelaar al snel tonnen per jaar schelen als medewerkers met hulp van videoconferencing vergaderen in plaats van ter plekke aan te schuiven. Hoewel de dichtgeslibde verkeersaders anders doen vermoeden, blijkt Nederland uit cijfers van de Europese Unie toch koploper als het gaat om telewerk. Ruim een kwart (26 procent) van de werkende bevolking kan als telewerker worden aangeduid.

### Gedragsverandering

Desondanks blijft mobiliteit voor een groot deel van de werknemers onvermijdelijk, bijvoorbeeld voor de 750.000 zakelijke rijders in Nederland. De werkgroep Anders Omgaan met Mobiliteit / Slimlease van het Platform Duurzame Mobiliteit, een samenwerkingsverband tussen overheid en marktpartijen, werkt gericht aan een gedragsverandering bij deze automobilisten. Gemiddeld maakt een zakelijk rijder zo'n 32.000 kilometer per jaar in Nederland (tegen zo'n 15.000 kilometer die de particulier rijdt). Voorzitter Jan van Delft van de werkgroep Slimlease denkt dat concrete, pasklare oplossingen het beste middel zijn om het bedrijfsleven over de streep te helpen. Voor de zakenman die op een dag vier afspraken in het land heeft, is het bijna ondoenlijk om niet met de auto te gaan. Maar voor een simpele retourreis kan bekeken worden of het niet beter is met het OV te gaan in plaats van met de lease-auto. Dat hoeft niet duurder te zijn en wat betreft administratie en declaratie geen ingewikkeld verhaal te worden voor werkgevers. Leasemaatschappijen bieden complete pakketten waarin ook de administratieve rompslomp van bonnetjes en kaartjes uit handen van het bedrijf wordt genomen. De mobiliteitskaart is hier een mooi voorbeeld van. Van Delft: “Nu kosten medewerkers die stilstaan in de file zo'n twee tot drie miljard euro op jaarbasis. De toename van productiviteit en de kostenreductie als mensen slimmer omgaan met mobiliteit zijn voor elk bedrijf aantrekkelijk.”

### Andere vormen

Zelfs de autobranche beseft de noodzaak van een omslag in het omgaan met mobiliteit. Brancheverenigingen RAI en BOVAG richtten daarom het Instituut voor Duurzame Mobiliteit (IvDM) op. Volgens manager Tjeerd Willem Hobma van het IvDM draait het bij slimme mobiliteit niet om minder mobiliteit, maar om andere vormen van mobiliteit. De autoverkoper moet daarin, als het aan de brancheverenigingen ligt, een actieve rol gaan spelen. Dus niet meer alleen adviseren over pk's en chroom, maar met de klant meedenken op welke manier hij of zij de gewenste mobiliteit wil invullen. Hobma: “Waar woon je? Wat is je mobiliteitsbehoefte? Wat is je budget? Hoe groen wil je reizen? Een autoverkoper zou de klant kunnen voorrekenen hoeveel de gewenste mobiliteit kost en inzichtelijk maken wat voor footprint dat veroorzaakt.” Dat vergt volgens Hobma structurele investeringen in kennis en innovatie van de branche.

Hobma verwacht dat de behoefte aan mobiliteit altijd zal blijven bestaan. Uit onderzoek naar toekomstig gedrag van consumenten blijkt echter dat autobezit minder belangrijk zal worden. “Er is een groep mensen voor wie de auto de heilige koe blijft. Maar voor een andere groep kun je ook het OV aantrekkelijker maken met de NS-businesscard, of ze kennis laten maken met bijvoorbeeld elektrisch fietsen. Een prijsprikkel of fiscale prikkel blijft voor consumenten onomstreden de belangrijkste reden om te vergroenen. Daar ligt een rol voor de overheid weggelegd.” Hobma denkt dat dit niet nadelig hoeft uit te pakken voor de autobranche. “De autobranche kan van producent tot verkoper en recyclingbedrijven meedenken over innovaties. Dat is niet ingegeven door angst dat de auto het onderspit delft, maar door de wil om verantwoord te ondernemen.” ■

Mr. Frans Glazener  
06-10903520  
f.m.glazener@rn.rabobank.nl

Dr. ir. Tjeerd Willem Hobma  
06-52549973  
tjeerd@ivdm.nl

Ronald Postma  
06-24672726  
r.postma@bereiknu.nl