

Werkgever, pak nu hét moment voor gedragsverandering

Handleiding voor een aantrekkelijk post-corona mobiliteitsaanbod

Gedragsverandering, zo weten we uit onderzoek, is het meest kansrijk vanuit een nieuwe situatie: een nieuwe woning, een nieuwe baan. Dan is er even dat moment van bezinning: hoe kom ik vanaf hier op de beste manier naar mijn bestemming(en)? Welk kansrijker gedragsveranderingsmoment is denkbaar dan het herbezinningsmoment op de persoonlijke mobiliteit bij de herstart van het woon-werkverkeer na een lange periode van intelligente lockdown? Een periode waarin de fiets en lopen werden herontdekt en de auto lange rustpauzes kreeg.

Maar ook een periode waarin het ov juist werd gemeden. Een momentum dat je als werkgever niet aan je voorbij kunt laten gaan. Sterker nog, pak je nu niet door op het stimuleren van flexibel reisgedrag - thuis, op kantoor, met ander vervoer, dan wel op andere tijdstippen - dan kan de bedrijfssparkeerplaats plots wel eens te klein blijken. Stap 1: verzamel data over reisgedrag.

simplify mobility.



Urgentie

Zonder een aantrekkelijk, leuk en makkelijk mobiliteitsaanbod op het juiste moment - denk ook aan gamification - zouden meer werknemers dan voorheen voor de eigen auto kunnen kiezen in plaats van het openbaar vervoer. Wie zit daarop te wachten? Werkgevers niet en de samenleving niet. Dat dit risico op herleving van het persoonlijk autogebruik reëel is, blijkt uit onderzoek van Ruigrok NetPanel (tussen 5 en 18 augustus) in opdracht van mobiliteitsplatform Togethr.

Het rapport: Vóór de uitbraak van het coronavirus ging 60% van de werkende Nederlanders met de auto en bijna een derde (31%) met de fiets naar werk. Maar in september verwacht ruim twee derde (67%) met de auto te forenzen, terwijl het aandeel van fietsers gelijk blijft (30%). Een zevende van de werknemers nam voor corona de trein (13%) en/of de metro, tram, bus (13%) om naar werk te gaan, in september zal dit bijna halveren, respectievelijk 8% en 7%.

Wat zijn de handvatten?

Joost Bijlsma, oprichter en CEO van Togethr: "De situatie verschilt per werknemer. Hoe vaak en met welk vervoersmiddel ze naar kantoor willen komen, is niet alleen afhankelijk van de afstand tot kantoor, maar hangt ook samen met de leeftijd en of ze wel of niet rekening willen houden met coronamaatregelen. Dit vergt een intensieve planning van de HR-afdeling en facilitair management. Die zullen dus meer data moeten verzamelen, zoals hoe, hoe vaak, wanneer en waarom werknemers naar kantoor komen. Zo kom je bijvoorbeeld de exacte bezettingsgraad van je parkeerplaats te weten."

Algemene werknemersdata

Het onderzoeksrapport van Ruigrok NetPanel helpt werkgevers al voor een groot deel op weg met inzicht in de verschillende motieven die werknemers als doorslaggevend ervaren, afhankelijk van bijvoorbeeld hun leeftijd of afstand tot het werk. Een overzicht van relevante resultaten uit het onderzoek.

Animo om naar het werk te gaan

Willen werknemers graag weer aan het werk, of kiezen ze liever voor thuiswerken? Het rapport: Ongeveer de helft van de werknemers wil (erg) graag (weer) naar kantoor. 48% is het ermee eens of helemaal mee eens om weer op de werkvloer te verschijnen. Maar onder werknemers die ver, meer dan 30 km moeten reizen, is dit enthousiasme een stuk minder groot: 38% wil dan nog (erg) graag terug naar kantoor.

Drijfveren van werknemers

Flexibiliteit blijkt een belangrijke drijfveer waar je als werkgever op kunt sturen. Het rapport: De vrijheid om te vertrekken wanneer men wil (54%) is het belangrijkste in de keuze voor het vervoersmiddel. Daarnaast geeft men aan dat corona ook enigszins van invloed is. Drie op de tien (29%) willen geen coronamaatregelen nemen en een kwart (23%) wil onderweg geen risico lopen besmet te raken. Het is de vraag in hoeverre deze redenen daadwerkelijk van invloed zijn als men bijvoorbeeld zowel voor als tijdens corona alleen de auto gebruikt(e) voor woon-werkverkeer.

Vervoersmiddelen

Welke vervoerskeuze maken werknemers als het aan hen ligt? Het rapport: Net als voor het coronavirus verwachten werkende Nederlanders met de eigen auto (57%) of met de fiets (30%) naar het werk te gaan. 21 procent van de respondenten staat ervoor open om samen te reizen.

Mannen/vrouwen

Is er een verschil in perceptie ten opzichte van drijfveren en effecten van vervoersmiddelkeuzes? Het rapport: Voor mannen is de vrijheid om te kunnen vertrekken (61% versus 47%) en geen gedoe met een parkeerplek vinden (18% versus 7%) belangrijker dan voor vrouwen.

Leeftijd

In hoeverre speelt het risico om onderweg besmet te raken een rol bij de keuze voor vervoersmiddelen? Voor de jongste groep (25 t/m 34 jaar) is het risico om onderweg besmet te raken bij de keuze voor het vervoersmiddel belangrijker dan voor de werknemers van 45 jaar en ouder. Onder jongeren van 25-34 jaar is dit 36 % versus 18% in de leeftijdsgroep 45 tm 54 jaar, 17 % in de leeftijd 55 tm 64 jaar en 7% in de leeftijd 65 jaar en ouder.

Advies

Pak nu het moment voor gedragsverandering. Een verandermoment zoals straks ontstaat bij een terugkeer naar het werk hebben we nog niet eerder meegemaakt. De resultaten van het Ruigrok NetPanel-onderzoek geven richting aan een relevante vraagstelling aan werknemers ten behoeve van een actueel dataoverzicht van vervoerskeuzes, drijfveren en motivaties. En het geeft inzicht in de variaties die er daarin zijn tussen mannen en vrouwen, tussen de afstanden tot het werk en tussen leeftijdsgroepen. Op basis van een goed inzicht in de wensen en keuzen van werknemers kan een aantrekkelijk en sturend mobiliteitsaanbod worden gedaan. Wij hebben meerdere datatools beschikbaar om parkeren te flexibiliseren, om ride-sharing te veraangename en om (samen)fietsen te stimuleren.

Voorkom meer autogebruik dan voorheen

Ook geeft het onderzoek de urgentie aan om dit moment echt aan te grijpen. Zo blijkt dat er onder groepen werknemers de neiging bestaat om meer dan voorheen met de auto naar het werk te komen. Terwijl er zo veel mogelijk is om de woon-werkmobiliteit te beïnvloeden. Je kunt als werkgever immers flexibiliteit bieden in het eerder of later mogen reizen, je kunt samen reizen stimuleren door het te belonen of op een andere manier als aantrekkelijk 'te framen'. Tegelijkertijd is het belangrijk om werknemers ervan te overtuigen dat alle keuzemogelijkheden en maatregelen georganiseerd zijn vanuit een veiligheidsgedachte. Dit alles staat of valt met een goed dataoverzicht, maar dan kun je als werkgever ook veel doen.

Reserveren, parkeren, beheren

Als straks meer mensen de eigen auto verkiezen boven het OV, kan parkeren een puzzel worden. Met Togethr lost u die puzzel op. Togethr levert systemen die u onder meer voorzien van cruciale data voor uw parkeerbeleid. En met die data kunt u de juiste beslissingen nemen, uw parkeercapaciteit optimaal benutten en uw medewerkers de ultieme parkeerervaring bieden.

Tips



Pleit voor samen reizen en beloon dat



Pak door op duurzaamheid



Beloon fietsen en bevorder samen fietsen



Kijk naar de mogelijkheden van gamification



Maak gedragsverandering leuk en simpel



Organiseer challenges



Pak het fietsenplan uit de kast en breng het opnieuw onder de aandacht



Verander de perceptie op een bedrijfsparkeerplek: je hebt niet een parkeerplek, je reserveert er een



Ontwikkel een visie op de toekomst, maar kijk naar het nu



Voor meer informatie

info@together.com

+31 (0)30 20 24 591

www.together.com

Over het onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd tussen 5 en 18 augustus door Ruigrok NetPanel, in opdracht van Together. De doelgroep voor dit onderzoek bestaat uit werkende Nederlanders van 25 jaar en ouder en de steekproef is representatief naar geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, bedrijfsomvang en sector. Representativiteit is verkregen door middel van een weging van de resultaten achteraf. Als steekproefkader is gebruikgemaakt van NetPanel, het online consumentenpanel van Ruigrok NetPanel. In totaal hebben n=538 respondenten van 25 jaar en ouder de online vragenlijst ingevuld. De kenmerken van deze respondenten zijn:

- Geslacht: Man 53%, Vrouw 47%
- Leeftijd: 25 t/m 34 jaar 25%,
34 t/m 44 jaar 23%,
45 t/m 54 jaar 27%,
55 t/m 64 jaar 22%,
65 jaar en ouder 3%
- Opleidingsniveau: Laag 20%,
Midden 40%,
Hoog 40%
- Sector: Landbouw en nijverheid 12%
Commerciële dienstverlening 55%
Niet-commerciële dienstverlening 33%
- Bedrijfsomvang: 1 tot 50 werknemers 32%,
50 tot 100 werknemers 7%,
100 tot 500 werknemers 20%,
500 werknemers of meer 41%

Over Together

Together is een zakelijk mobiliteitsplatform dat op een eenvoudige manier woon-werkverkeer prettiger, efficiënter en duurzamer kan maken. Sinds de oprichting in oktober 2016 speelt Together een sterke rol in Nederland en België op het gebied van volwaardige en duurzame mobiliteitsoplossingen, onder meer met slimme datatools, zoals ridesharing en fietsstimulering voor werknemers en slimme parkeeroplossingen voor bedrijven. Het in Utrecht gevestigde bedrijf werkt voor organisaties zoals Shell, Tata Steel, DOW, IJmond Bereikbaar, Gemeente Nijmegen, Radboud UMC en Schiphol.