

/trends & hypes

Mobiliteitsmanagement: van straf naar beloning

>>gedragsverandering door alternatieven

Teveel automobilisten maken op hetzelfde moment gebruik van de weg. Mensen tijdens de rit laten betalen voor het gebruik van de weg blijft politiek een heet hangijzer. Een indirecte aanpak blijkt veel efficiënter. Geef de forens een mobiliteitsbudget, goede informatie en flexibiliteit in werktijd en werkplek, dan ontstaat vanzelf een spreiding in mobiliteit.

In de dagelijkse worsteling met onze agenda en het inplannen van de aaneenschakeling van activiteiten, wordt een voorspelbare en betrouwbare reistijd steeds belangrijker. De kans op een betrouwbare reistijd wordt kleiner als gevolg van verstopte kruispunten, files op hoofdwegen, wegwerkzaamheden en allereerste incidenten. Het verbreden van auto(snel)wegen helpt, maar doet bijvoorbeeld weinig aan de wachttijden voor kruispunten of de tijd die je kwijt bent met het zoeken naar een parkeerplek. In beide gevallen ligt de verantwoordelijkheid voor de maatregelen bij de wegbeheerder, maar wat kunnen de automobilisten zelf doen?

Betalen voor het gebruik van de auto en de weg

Automobilisten kunnen de spits mijden, daartoe geprikkeld door een bedrag te betalen voor het gebruik van de weg gedurende de spitsperiode. Of nog mooier, door aanvullend de vaste kosten voor het autobezit om te buigen naar variabele kosten voor het autogebruik. Zo stimuleer je automobilisten ook buiten de spitsperiodes bewust na te denken over het verruilen van de auto voor de fiets of het openbaar vervoer. Verschillende kabinetten hebben geprobeerd een dergelijke prijsprikkel te introduceren (Spitsvignet, Rekeningrijden, Kilometerheffing, Kilometerprijs). Het grote nadeel van deze aanpak is dat de overheid de maatregel oplegt en de automobilist de maatregel ondergaat.

Hoewel beprizen geen doel op zich is en niet bedoeld is als een straf, komt het wel zo over op de automobilist. 'Ik heb geen keus, ik moet wel met de auto in de spits. En daar moet ik ook nog extra voor betalen!'. Maar is dat ook zo? Heeft de automobilist werkelijk geen keus?

Belonen voor mijden van de spits

Het vorige kabinet heeft een serie regionale mobiliteitsprojecten geïnitieerd. Projecten waarbij de prijsprikkel is omgedraaid. Automobilisten die deelnemen aan het project krijgen een klein geldbedrag voor iedere keer dat ze de spits mijden met hun auto. Geld betalen zien we als straf, geld krijgen als beloning, en dat laatste heeft veel meer effect. Als de automobilist dan ook nog informatie krijgt over alternatieven, blijkt er ineens veel mogelijk. Uit het project SpitsScoren op de A15 onder Rotterdam blijkt dat de combinatie van informeren en belonen werkt. Deelnemers kunnen € 5,- verdienen voor elke keer dat ze in de spits dit traject mijden. Dankzij de proef daalt het aantal voertuigen in de spits met 8%, ofwel zo'n 1900 voertuigen. Dit zorgt voor een merkbaar betere doorstroming tijdens de spitsperiodes.

Organisatie: het nieuwe werken

De mobiliteitsprojecten laten zien dat voldoende automobilisten wel degelijk een keus hebben, mits de omgeving (werkgever/gezin) meewerkt. De fundamentele discussie is dan ook: zijn we in Nederland wel goed georganiseerd? We staan allemaal tegelijk op, staan met zijn allen tegelijk in de file om op ons werk te komen en 's avonds volgt precies hetzelfde verhaal. Niet voor niets is in het bedrijfsleven de discussie ontstaan of we dit niet beter kunnen organiseren. Zeker met alle mogelijkheden die moderne arbeidsvoorwaarden en moderne ICT bieden, bekend als 'het nieuwe werken'. Technisch is het mogelijk om compleet los van je fysieke werkplek door te werken. Je kunt nu al je werkdag thuis beginnen met het afhandelen van je e-mail, om daarna



buiten de spits pas de weg op te gaan. Maar organisatorisch is nog niet iedereen daar aan toe. De zoektocht naar het nieuwe werken en automobilisten belonen voor het mijden van de spits, komen samen in de regionale mobiliteitsprojecten, zoals SpitsScoren en Spitsvrij.

Werken, plannen en reizen vragen om informatie

Wie veel reist naar verschillende bestemmingen zal nog steeds goed uit zijn met een auto. Maar veel forensen maken dagelijks hetzelfde ritje. Toch blijkt het een stap in het diepe te zijn om het vertrektijdstip aan te passen of een ander vervoermiddel te kiezen. Daarom is informeren belangrijk. Een goede webservice, App en service desk kan een persoonlijk plaatje schetsen. Wat zijn de verwachte reistijden met de verschillende vervoermiddelen en hoe ontwikkelen die zich over de dag? Het optimale vervoermiddel kan nu de trein zijn, maar morgen een huurauto. Mobiliteitsmanagement omvat het totaalplaatje van de ontbijt tafel tot aan het bureau op kantoor of de recreatieplek.

Andere doelgroep

Betaald rijden is een typische 'business-to-business' markt voor technologiebedrijven. De bredere insteek van mobiliteitsmanagement vraagt om andere partners. Zoals specialisten in het werven van deelnemers via marketing & PR en een professionele klantenservice waar gebruikers met vragen of problemen terecht kunnen. Tegenwoordig kun je niet zonder sociale media om deelnemers te informeren en met elkaar in contact te brengen, bijvoorbeeld voor carpoolen. In SpitsScoren is dat bewust met smartphones gedaan.

Geen apparaat inbouwen in de auto, maar iets dat de deelnemer in zijn broekzak draagt. Hij heeft het altijd tot zijn beschikking. Deelnemers geven dagelijks hun intentie op, hoe ze die dag zullen reizen. Zo zijn mensen dagelijks even bewust met hun eigen mobiliteit bezig en is het heel toegankelijk.

Initiatief van overheid naar bedrijfsleven

De regionale mobiliteitsprojecten zijn nu nog geïnitieerd door de overheid, waarbij ook de financiële prikkel vanuit de overheid komt. Voor een duurzame oplossing moeten deze projecten commercieel zelfstandig kunnen draaien. De financiële prikkel moet uit de werkgevers en werknemers zelf komen. Werkgevers beseffen steeds meer dat ze een maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben in deze kwestie. Of ze zien het als middel om mensen aan zich te binden. En vergeet ook niet het economisch voordeel: minder leaseauto's, minder parkeerplaatsen, kleinere kantoorruimte en een maatschappelijk duurzamer profiel. De prikkel kan zijn: wie gaat carpoolen krijgt een parkeerplaats voor de deur. Of in plaats van een leaseauto, openbaarvervoerkaart of reiskostenvergoeding krijg je een mobiliteitsbudget. Je kunt dan zelf kiezen of je een (lease)auto neemt, met de fiets of trein gaat of een mengvorm daarvan.

De conclusie die we hieruit kunnen trekken is dat mobiliteitsmanagement geen hype meer is, maar een trend is geworden. De ontwikkeling in diensten rond mobiliteit heeft zelfs al geresulteerd in een nieuw type onderneming: de mobiliteitsmakelaar voor bedrijven. Deze biedt gemak en ontzorgt bedrijven bij het opstellen en uitvoeren van hun mobiliteitsplannen.

