

# Makkelijk – Kansrijk – Betaalbaar

## Mobiliteitsmanagement voor het MKB

# Makkelijk – Kansrijk – Betaalbaar

## Mobiliteitsmanagement voor het MKB

## Mobiliteitsmanagement



Dit is een uitgave van Zero-e b.v.

Copyright © 2013

---

Zero-e b.v.		Elske van de Fliert
Ariane 20-2		<a href="mailto:vandeFliert@zero-e.nl">vandeFliert@zero-e.nl</a>
3824 MB Amersfoort		<a href="http://www.zero-e.nl">http://www.zero-e.nl</a>
Rabobank		
IBAN	NL96 RABO 011 338 4149	<a href="http://nl.linkedin.com/in/elskevandefliertzeroe">http://nl.linkedin.com/in/elskevandefliertzeroe</a>
BIC	RABONL2U	<a href="http://twitter.com/_Zero_e_">http://twitter.com/_Zero_e_</a>
K.v.K.	273 417 94	
BTW	NL 820 680 102 B01	

---

Makkelijk – Kansrijk – Betaalbaar | Mobiliteitsmanagement voor het MKB is een uitgave van Zero-e b.v.

Niets uit deze uitgave mag op welke wijze dan ook gekopieerd, gedistribueerd of opgeslagen worden.

Alle rechten voorbehouden. Copyright © 2013

## Inhoudsopgave

Beste MKB ondernemer,	1
Aan welke knoppen kan ik draaien?	2
De mens is een gewoontedier	4
Do or die	6
De Goed Nieuws Show	8
Mythes in de middenstand	10
Onder druk wordt alles vloeibaar	12
Inspiratie, implementatie, informatie	14

## Beste MKB ondernemer,

In maart en april 2013 volgde ik de achtdelige masterclass Mobiliteitsmanagement<sup>1</sup> aan de Erasmus Universiteit<sup>2</sup> in Rotterdam (EUR). Acht diverse colleges met inspirerende ondernemers, hoogleraren en adviseurs die hun visie gaven op het thema “minder” in “minder, groener en schoner rijden”.

In deze boek geef ik de vertaling van deze masterclasses naar praktisch toepasbare handvatten voor u als MKB ondernemer. Ik hoop dat u hier uw voordeel mee doet. En weet dat ik graag uw vragen beantwoord. Stuur gewoon even een mailtje: [vandeFliert@zero-e.nl](mailto:vandeFliert@zero-e.nl).

Veel leesplezier,

Elske van de Fliert

“Transport is prachtig, duurzaam transport is krachtig.”

---

1 <http://www.eur.nl/mma/mm/>

2 <http://www.eur.nl/>

## De mens is een gewoontedier

De tweede masterclass gaat over maatschappelijke trends; over de stedelijke ontwikkeling en over waarom mensen doen wat ze doen, of eigenlijk: vooral niet doen wat ze niet doen.

Er bestaat zoiets als “de weerstand van verplaatsing”. Gaat u maar na: jezelf verplaatsen kost tijd, moeite en geld. Om jezelf een lekker koud pilsje te pakken uit de koelkast niet zo veel, maar op maandagmorgen naar een lastige bespreking toch iets meer.

We hebben het hier over ‘nut’ en het prachtige ‘disnut’. Oftewel als het nut (dat lekkere koude pilsje) groter is dan het disnut (die drie stappen van bank naar koelkast), wordt er gereisd.

### Tijd

De mens is een gewoontedier en dus reizen we al eeuwen lang ongeveer een uur per dag. Ergo er wordt niet heel veel langer gereisd dan toen we nog met paard en wagen gingen, maar we komen een stuk verder. Als vergelijk: waar we in 1800 nog ongeveer 100 meter per persoon per dag aflegden met de trekschuit, weten we tegenwoordig ongeveer 20 kilometer per persoon per dag ons met de auto te verplaatsen. Gemiddeld gesproken dan natuurlijk, er zijn altijd mensen die lachend 200 km op een dag weten te [reizen](#).

En heeft u wel eens nagedacht over hoeveel vormen van tijd er zijn: je hebt de gewone “ik-zit-in-de-auto-tijd”, maar ook de tijd die nodig is om bij die auto te komen, om te parkeren, om je weg te zoeken. En de ene tijd is veel vervelender dan de ander. Zeg nou zelf: het is toch heerlijk om even tot rust te komen alleen in de auto?

### Geld

Wat vooral opvalt als we het over geld hebben, is dat mensen in Westerse landen ongeveer allemaal 10-15% van hun totaal te besteden geld, uitgeven aan reizen/zich verplaatsen. Het maakt dan dus niet uit of iemand het BNP per hoofd van de bevolking € 5.000 of € 15.000 is, de laatste groep veroorlooft zich eenvoudigweg meer luxe.

En dat er wel heel wat moet gebeuren in prijs, wil men zich uit de auto laten jagen. Als de brandstof een procent duurder wordt, gaan er maar 0,14% meer mensen met de trein. Alhoewel, mensen laten zich nog minder makkelijk uit de trein jagen: als het treintarief met een procent stijgt, gaan er maar 0,02% meer mensen met de auto... Je kunt je afvragen of dit soort hoeveelheden nog wel echt te meten zijn.

### Moeite

En dan de moeite die je moet doen om te reizen. File is daar een mooi voorbeeld van: als je elke dag in dezelfde file staat, dan is dat eigenlijk wel prima: je houdt er rekening mee, je weet waar je aan toe bent. Rijd je een keertje de polder in en je staat dan ineens vast, dat is veel vervelender. Het is niet voor niets dat Zwarte Zaterdag een soort internationale feestdag voor de file is.

Het comfort en de veiligheid zijn aspecten waardoor mensen er vaak voor kiezen om met de auto te gaan. En dat is behoorlijk subjectief. De één vindt het heerlijk om rustig de mensenmassa's in de trein te observeren, terwijl de ander liever nog even tien telefoontjes afwerkt in de rust van de auto.

### En nu?

Dit wetende, wat moeten we er mee? We kunnen constateren dat er heel veel drempels overwonnen moeten worden voordat mensen hun gedrag veranderen. Als het jou tien minuten kost om ofwel je auto in de binnenstad bij jouw huis te parkeren, maar je vindt dat een sport, ofwel om te fietsen naar het station, maar je hebt een hekel aan fietsen, dan is die tien minuten fietsen ineens 20 minuten geworden bij wijze van spreke. Wilt u dus het gebruik van het OV stimuleren onder uw medewerkers, dan zult u meer moeten doen dan alleen profielen

maken met kosten en reistijd. Dan moeten uw medewerkers inzichtelijk maken welke voorkeuren zij hebben.

### Gewoontedier

En mensen zijn gewoontedieren. Dus als ze altijd de auto hebben genomen, zullen ze altijd de auto nemen. Er moet iets plaatsvinden waardoor ze de mogelijkheid hebben gewend te raken aan het nemen van de trein. Of beter nog, dat ze gewoon worden dat ze een keuze hebben. We vinden het de normaalste zaak van de wereld dat er tientallen netten op TV zijn die we kunnen bekijken. Zou er morgen maar één net zijn, dan zou er paniek uitbreken, sociale onrust. Ongeacht het feit dat de meeste mensen maar naar een beperkt aantal netten kijkt overigens... We hebben het gevoel controle te hebben over ons kijkgedrag door keuzes.

Gek genoeg hebben veel mensen het gevoel controle te hebben over hun reisgedrag doordat zij voor een heel individueel vervoermiddel kunnen kiezen. Dat die controle wegvalt doordat er file staat, zijn ze zelfs bereid te negeren als dat maar vaak genoeg hetzelfde is.

### Ervaren

U zult medewerkers dus moeten laten ervaren wat het is om keuzes te kunnen maken. Onderzoek liet laatst nog zien hoe effectief<sup>3</sup> dat was. Dat kan door ze een aantal weken per week te verplichten een ander reismiddel te kiezen. Dat kan door ze via serious gaming in aanraking te laten komen met andere opties. Dat kan door ze in een brainstorm zelf met oplossingen te laten komen en ze dit uit te laten proberen. Belangrijk is dat ze het gaan doen. En daar kan een wezenlijk andere situatie bij helpen. Het is veel makkelijker om het mobiliteitsbeleid op de schop te doen bij een verhuizing, dan op een gewone doordeweekse vrijdagmiddag. Overigens is de aangekondigde werkkostenregeling wel een uitgelezen moment hiervoor: wettelijke veranderingen zijn nu eenmaal iets waardoor u wel zult moeten veranderen.

### De praktijk

Om mee af te sluiten een praktijkvoorbeeld: Vodafone. Zij hebben besloten om een deel van de organisatie van Maastricht te verhuizen naar Amsterdam. Daar kregen mensen geen parkeerplaats meer, maar wel een OV jaarabonnement. Er wordt niet meer gewerkt met regels, maar met principes (power to you). Dus niet: jij moet thuiswerken, maar wel: jij beslist waar jij zo optimaal mogelijk kan werken en wij zorgen dat je een mooi kantoor hebt om in te werken, maar ook alle mogelijkheden om thuis en onderweg te werken. Het drie meest belangrijke dingen om dit te laten slagen: communicatie, communicatie, communicatie. En communicatie werkt twee kanten op, dus betrek uw medewerkers!

Kortom: als de eindbestemming een koud pilsje is, is de reis er naar toe een koud kunstje.

---

3 <http://stirlitz1.bnr.tc2.triple-it.nl/download/BNR/20130515/065218/58>