

Werknemers op de fiets houden en halen

Een van de manieren om verkeerscongestie en belasting van het milieu te bestrijden, is werknemers uit de auto krijgen en op de fiets laten stappen. Welke medewerkers moeten daarvoor benaderd worden, hoe kun je dat het beste doen en welke maatregelen hebben het meeste effect?

Antwoord op die vragen geeft het CEA-rapport 'Fiets in Vervoermanagement' van Martin Touwen, samengesteld in opdracht van het ministerie van Verkeer en Waterstaat.

Belangrijk onderdeel van de systematiek van dit rapport is de indeling van werknemers naar vervoerwijze en het bepalen welke van deze categorieën de doelgroepen vormen voor maatregelen die het fietsgebruik bevorderen. Het blijkt dat niet alleen veel mensen al fietsen naar het werk, maar dat er ook een forse groep is die zonder bezwaren kan overstappen van de auto op de fiets. Daarnaast heeft Touwen alle mogelijke maatregelen die het fietsgebruik tussen woning en werk kunnen stimuleren, geïnventariseerd en gerubriceerd.

Kwart fietst naar werk

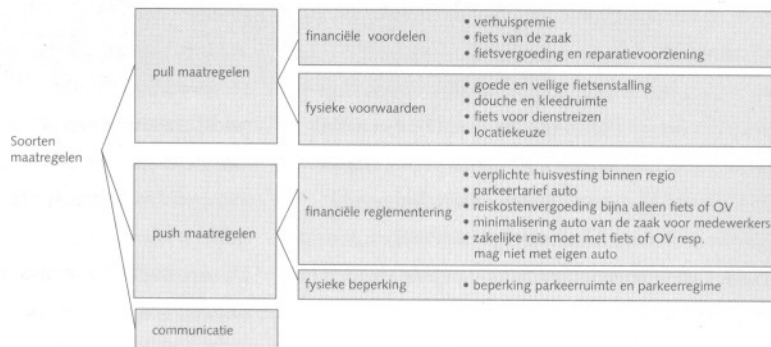
Van alle werkenden in Nederland woont 51% tussen 0 en 7,5 kilometer van zijn werk. De fiets is op die afstand

al een veelvuldig gebruikt vervoermiddel; voor dergelijke korte afstanden kiest 45% van de werkenden voor de fiets. In totaal, het verkeer over langere afstanden tussen woonplaats en werkplek meegerekend, wordt 26% van de woon-werkritten per fiets afgelegd, de fietsers die een deel van het traject per openbaar vervoer (OV) afleggen niet meegerekend. De helft van alle woon-werkverkeer is autoverkeer, waarvan 4% carpooling.

Afstand bepalend

Is het zinvol een poging te wagen om meer werkenden op de fiets te krijgen? Om dat te bepalen, is het zaak inzicht te krijgen in de hoeveelheid personeelsleden die al fietst, de hoeveelheid werknemers waarvan redelijkerwijs verwacht kan worden dat ze op het rijwiel kunnen overstappen, en de overigen. 'Fiets in Vervoermanagement' geeft aanwijzingen om deze doelgroepen in kaart te brengen.

Het belangrijkste criterium om werknemers op te delen in doelgroepen is de afstand tussen woon- en werkplek. Die bepaalt of er al dan niet gefietst wordt. Wat dicht genoeg bij is om op de fiets te stappen, is per individu anders. Er is geen bepaalde afstand waarbij het fiets-



Schema 2: Maatregelen om het fietsgebruik te bevorderen.

gebruik plotseling afbreekt. In het rapport is gekozen voor de grens van 7,5 kilometer enkele reis als 'fietsafstand'. Dat komt overeen met een half uur reistijd, een duur die de meesten acceptabel vinden voor woon-werkverkeer. Momenteel woont 51% van de werknemers op 7,5 kilometer of minder van het werk.

Belangrijkste doelgroepen

Fietsers en autosolisten die niet van hun auto afhankelijk zijn, vormen de doelgroepen voor het stimuleren van het gebruik van de fiets, op lange afstanden eventueel in combinatie met openbaar vervoer. Gemiddeld hoort in Nederland 42% van de werkende bevolking tot die doelgroepen. Daarvan fietst 26% en reist 2% over langere afstanden met OV in combinatie met fiets en 14% gebruikt de auto (schema 1).

De werknemers die nu al fietsen zijn als doelgroep zeker zo belangrijk als het potentieel aan overstappers. Er is immers niets gewonnen als autosolisten voortaan de fiets nemen, maar tegelijkertijd fietsers afhaken.

Mogelijke maatregelen

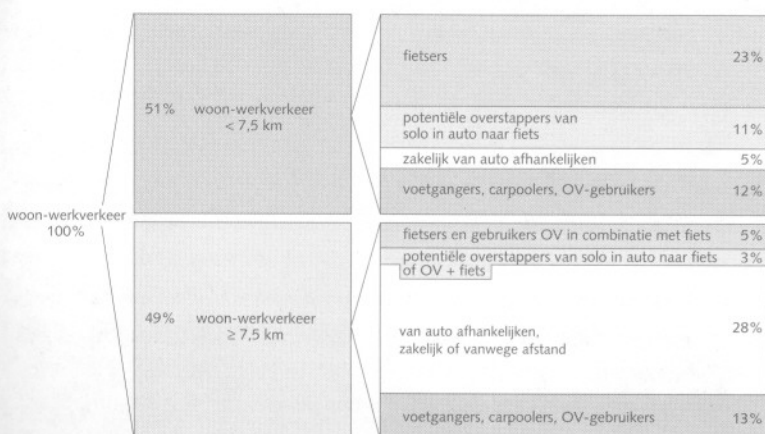
Om het aandeel fiets in de modal split van een onderneming op te vijzelen, is een aantal maatregelen mogelijk. 'Fiets in Vervoermanagement' heeft zowel de acties geïnventariseerd die bedrijven in-

tern kunnen ondernemen als de externe factoren. Het rapport deelt fietsstimulerende maatregelen die binnen een bedrijf kunnen worden genomen in in vijf clusters, die push en pull combineren met de mogelijke instrumenten die kunnen worden toegepast. Zie schema 2. De eerste vier omvatten elk een aantal stimulansen of beperkingen. Communicatie is geen maatregel op zich. Wel is het een hulpmiddel om andere maatregelen effectiever te laten zijn. Externe factoren die het fietsgebruik beïnvloeden zijn onder meer flankerende maatregelen door anderen, bijvoorbeeld de verbetering van de infrastructuur door overheden, en bedrijfskenmerken zoals het bedrijfstype, persoonlijke voorkeuren en misvattingen van personeelsleden en de bedrijfscultuur.

Effectiviteit van maatregelen

Werkgevers voelen er over het algemeen het meest voor om actie te ondernemen in de sfeer van de financiële voordelen. Het verstrekken van fietsen van de zaak is verreweg het meest opgevolgde advies en fietsvergoedingen verstrekken blijkt ook populair. Fietsenstallingen realiseren gebeurt zelden, deels omdat veel bedrijven al voor stallingen zorgden voordat het begrip vervoermanagement bestond.

Zolang daarvoor geen duidelijke nood-



Schema 1: Woon-werkverkeer. Verplaatsingen van werknemers, naar hoofdvervoerwijze (in %), 1995. Bron: CBS-OVG.

zaak aanwezig is voelen bedrijven en instellingen weinig voor meer ingrijpende, minder populaire maatregelen. Ze zien op tegen de rompslomp, die ermee gepaard gaat, of tegen de verwachte weerstand van hun medewerkers, bijvoorbeeld bij financiële reglementering als het invoeren van betaald parkeren. Een goede mix van faciliteiten, belonen en straffen en communicatie is vermoedelijk het beste om het gewenste effect te halen. Een koppeling van de maatregelen uit de verschillende clusters kan invoering van 'zware' maatregelen vergemakkelijken. Zo kan een onderneming beginnen met de vrolijke financiële voordelen, waarna de rest volgt. Dit stappenplan moet wel van het begin af aan helder zijn voor de medewerkers, met de duidelijke intentie 'zo niet goedschiks, dan kwaadschiks'.

'Fiets in Vervoermanagement' wordt toegestuurd aan personen bij vervoercoördinatiecentra, adviesbureaus, Regionale Directies van Rijkswaterstaat en andere instellingen die vervoermanagement stimuleren.

Het rapport is gratis te bestellen bij de projectgroep Masterplan Fiets, telefoon (070) 351 64 89, fax (070) 351 68 43, of bij CEA, telefoon (010) 280 56 66, fax (010) 280 56 54.

