

# Starten met een duurzaam woon-werkplan als bedrijf

Een 5 stappenplan dat werkt

**Entiteit** Mobiliteitsbedrijf, Stad Gent

**Contactpersoon** Sarah Facq, mobicoach bedrijven

## 1. Waarom starten met een woon-werkplan? Impact!

Veelal is er op een bepaald moment een zekere nood om mobiliteit binnen een bedrijf te gaan herbekijken. Dit kunnen wegenwerken, een verhuis, een uitbreiding, verandering van parkeertarieven, werken op eigen terrein,... zijn. Een **verandering** waarbij de vaste pendelgewoonte van medewerkers tijdelijk of permanent verstoord wordt.

Dit is veelal een stresserend moment voor de medewerkers (en de HR van) het bedrijf. En toch kan het ook de **ideale gelegenheid** zijn om het **eigen mobiliteitsbeleid** onder de loep te gaan nemen of zelfs te creëren indien het nog niet aanwezig is.



Gent is een aantrekkelijke stad in volle groei, zowel het aantal bewoners maar ook steeds meer bedrijven vestigen zich hier in deze kennispool. Dat betekent dat er zich steeds meer werknemers verplaatsen. **Tijdens de spits is maar liefst een derde van het verkeer in Gent, pendelverkeer.** Dat vormt op zich geen probleem. Echter, in het Noorden van Gent gebruikt 65% en in het Zuiden van

Gent 76% hiervoor de auto. En dat leidt tot de gekende files op de lokale banen en het hogere wegennet. Op basis van cijfers zien we ook dat heel wat van de wagenpendelaars ook op een andere manier naar het werk kunnen komen, als we ons baseren op hun woon-werkafstand. Uiteraard zijn er andere redenen te bedenken waardoor iemand de wagen neemt. **Toch streven we ernaar het grootste deel van hen op regelmatige basis uit de auto te krijgen zodat er meer plek is op de baan voor zij die (af en toe) echt de auto in moeten.** Dat gebeurt niet van vandaag op morgen, maar gaat gepaard met een intens gedragsveranderingstraject. Het loont alleszins de moeite om hierin te investeren, **zo houden we jouw bedrijf en bij uitbreiding Gent bereikbaar!**

## 1.1. Kiezen voor duurzame mobiliteit is een slimme strategie

We stellen hieronder 5 **chronologische** stappen voor om van een mobiliteitsbeleid een succes te maken. We merken in de praktijk immers vaak dat bedrijven meteen overgaan tot de implementatie van concrete acties zoals bv fietsleasing. We zien ook dat dit niet steeds het beoogde succes heeft waardoor men de nood tot actie lager gaat inschatten. De redenen waarom een concrete actie niet steeds aanslaat kan achter ook liggen aan het feit dat men als medewerker de eenmalige actie niet zag passeren (communicatie), men niet weet dat hij/zij ook in aanmerking komt (informatie), het niet duidelijk is hoe men er gebruiken van kan maken of het out of the blue aangereikt wordt zonder kader, enz.

Daarom raden we aan om mobiliteit binnen je bedrijf niet als een eenmalige actie maar als strategisch onderdeel van je business voering te beschouwen. **Jouw mobiliteitsbeleid heeft immers een invloed op wie je wel en niet aantrekt als werknemer. Op jouw financiële balans. Op het welzijn van je mensen...**

Mobiliteit op strategisch niveau gaan bekijken en uitwerken, betekent ook dat er iemand het mandaat en de tijd moet krijgen om zich hiermee bezig te houden. Indien er nog geen mobiliteitscoördinator is kan men een deel van de tijd van een gedreven interne medewerker hiervoor reserveren. Al dan niet met ondersteuning van buitenaf door een mobiliteitsstudiebureau.

## 2. Een slim woon-werkplan in 5 stappen

- 1) Krijg inzicht in het potentieel met een mobiliteitsanalyse
- 2) Bepaal een doel en vertaal naar voordelen
- 3) Zet een actieplan op
- 4) Contacteer mobiliteitsaanbieders, test uit en vraag offertes op
- 5) Breng iedereen op de hoogte

### 2.1. Krijg inzicht in het potentieel met een mobiliteitsanalyse

De opmaak van een **mobiliteitsanalyse of** bedrijfsvervoerplan is dé start van een multimodaal woonwerkplan. Het geeft je een objectief **zicht** op de woon-werkverplaatsingen van je medewerkers:

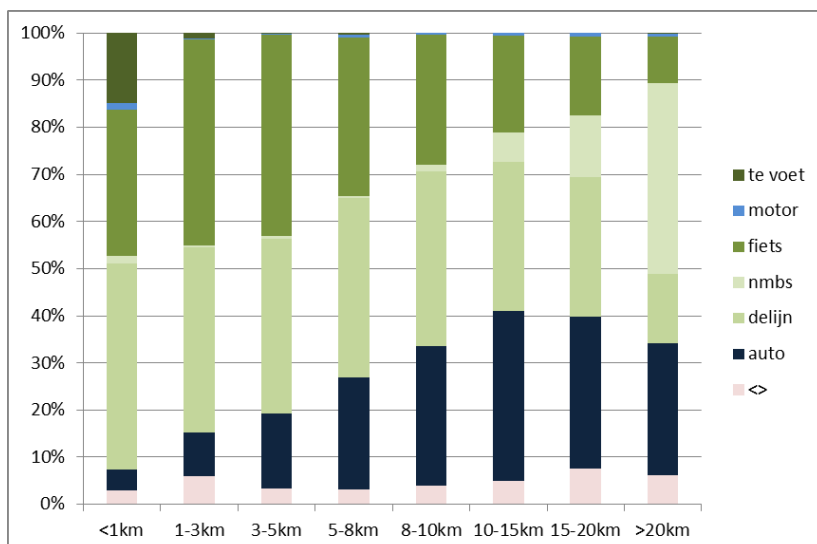
- **Vanwaar komen mijn medewerkers?**
  - Stel een tabel op met het aantal werknemers per gemeente/postcode
  - Bereken de *reële* woon-werkafstand van alle medewerkers

- **Hoe verplaatsen ze zich vandaag naar het werk?**

=> Dit geeft je een overzicht van de soorten en het aantal gebruikte vervoersmiddelen van de werknemers per categorie van woon-werkafstand

- **Hoeveel % kan zich theoretisch gezien op basis van afstand en OV-verbindingen duurzamer verplaatsen?** Wetende dat dit haalbare afstanden zijn met duurzame modi:

- Fiets: 0-10km
- Elektrische (bak/cargo) fiets: tot 15km
- Speed pedelec: tot 25km
- Openbaar vervoer (OV): trein-en busverbindingen afhankelijk van locatie en uurregeling
- Andere: collectief vervoer, carpooling, P+R gebruik met last mile via (deel)fiets, OV, shuttle, step,...



Deze stap wordt vaak overgeslagen. Veelal wil je er als bedrijf direct invliegen met acties on the floor en zichtbare impact, begrijpelijk! Het is wat contradictorisch maar door meteen met acties te starten hebben die vaak net minder impact wat ontmoedigend kan werken. Een mobiliteitsanalyse zorgt ervoor dat je **onderbouwd aan de slag gaat, gericht acties kan uitkiezen, hun impact kan meten en kan bijsturen waar nodig.**

Je kan contact opnemen met een ervaren studie bureau van mobiliteitsexperten of ga zelf aan de slag met de template 'basis bedrijfsvervoersplan' om deze stap tot een goed einde te brengen.

**Tip:** Je kan ook een **medewerkerenquête** uitvoeren. Je doet het uiteindelijk voor hen, hun input is dan van groot belang en kan je beter inzicht geven in de specifieke mobiliteitsnoden. Bovendien laat je je medewerkers mee nadenken over de duurzame weg die je wil inslaan.

## 2.2. Bepaal een doel en vertaal naar voordelen

Vaak kan een duurzaam mobiliteitsplan aan een ruimer bedrijfsdoel gehangen worden, denk bijvoorbeeld aan de reductie van CO<sub>2</sub><sup>1</sup>. Door de mobiliteitsdoelstelling te kaderen binnen de context van jouw bedrijf, worden de linkers van mobiliteit met HR, finance, milieu,... zichtbaarder, meer gedragen en verweven met het bedrijf. Sowieso helpt een heldere mobiliteitsdoelstelling om de focus te houden en acties te bepalen.

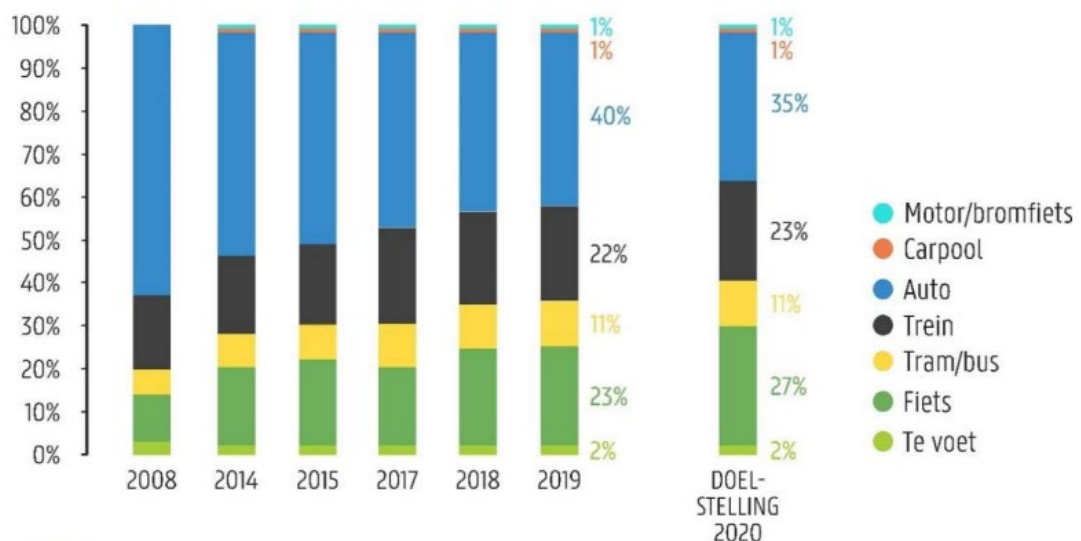
### 1. Bepaal de hoofddoelstelling op vlak van mobiliteit

Bijvoorbeeld: *De UGent voert een geïntegreerd mobiliteitsbeleid waarbij de campussen vlot bereikbaar zijn, de verkeersveiligheid verhoogd wordt en de milieu-impact van de verplaatsingen door personeel en studenten gereduceerd wordt.*

Denk er hierbij aan dat de focus op de eerste 2 v's van *het 3 V model* van verplaatsingen moet liggen.

- Focus eerst op het **vermijden** van (overbodige) verplaatsingen: bijvoorbeeld door telewerk in te voeren
- Kijk dan naar welke verplaatsingen je kan doen **verschuiven** naar duurzamere modi: bijvoorbeeld van auto naar fiets
- en pas als laatste naar de wagenverplaatsingen die je kan **vergroenen**: bijvoorbeeld door in te zetten op elektrische bedrijfswagens.

Er wordt nog vaak gestart met het vergroenen bij het creëren van een mobiliteitsplan. De meeste impact kan je echter met het vermijden en verschuiven genereren.



1 Voorbeeld van een bedrijf met een duurzame modal split doelstelling

<sup>1</sup> Het aandeel CO<sub>2</sub>-uitstoot van woon-werkverkeer is vaak relatief groot ten opzichte van de volledige co<sub>2</sub>-uitstoot van een bedrijf.

## 2. Zet meetbaar subdoelen

Bijvoorbeeld: *Tegen 2030 willen wij dat 50% van al onze woon-werkverplaatsingen duurzaam verloopt. Dit bereiken we door:*

- Een stijging van onze fietsers van 10% naar 30%
- Een stijging van het openbaar vervoer van 2 naar 5% naar
- Een daling van het aantal solo-wagenpendelaars van 60 naar 50%
  - voor de resterende automobilititeit wordt voorrang gegeven aan deelwagens en elektrische wagens

### 2.2.1. Creëer een mobiliteitsverantwoordelijke of mobiliteitsteam

Ook belangrijk om te weten is dat acties **investerings vragen naar personeelsinzet en middelen** toe. Een **mobiliteitsverantwoordelijke of een mobiliteitsteam** uit diverse departementen is cruciaal om een mobiliteitsplan in goede banen te leiden.

## 2.3. Zet een actieplan op

Aan de hand van de eerdere mobiliteitsstudie kan je als werkgever acties gaan opstellen die duurzame mobiliteit stimuleren. Het is belangrijk om werknemers positief te stimuleren en een alternatief voor de auto aangenamer te maken. Belonen en stimuleren (**pull acties**) werkt beter dan straffen (**push acties**) maar beide zijn nodig om gedragsverandering te bekomen. Denk daaraan bij het bepalen van jouw acties.

Voorbeelden van acties zijn:

- Laat jouw werknemers 2 weken een fiets op maat uittesten bv met de Testkaravaan van de Provincie, ideaal in combinatie met de (her)opstart van fietsleasing of een bedrijfsaankoop
- **fietsleasing** opstarten of nieuw leven in blazen
- **beveiligde en overdekte fietsenstalling(en)** voorzien, idealiter met mogelijkheid tot opladen van fietsen en vlak bij de ingang(en) van de organisatie
- maximale **fietsvergoeding** aanbieden
- **combinatievervoer** wagen + fiets versoepelen
- **3de betalingsregeling** van openbaar vervoer abonnementen
- onderzoek naar de mogelijkheid tot aanbieden van collectief vervoer
- Een **reservatiesysteem voor autoparkeerplaatsen** invoeren, bv op basis van woon-werkafstand, shifts,...
- ...

**De mogelijkheid aan acties is gigantisch. Het is belangrijk om een mobiliteitsstudie te doen en doelstellingen te zetten zodat je weet wat wenselijk en haalbaar is in jouw bedrijf.**

Niet alles kan meteen gerealiseerd worden. Werk met haalbare doelstellingen op korte, middellange en lange termijn en deel deze eventueel verder op in functie van beschikbaar budget. Wijs ook steeds een verantwoordelijke aan en beheer het budget voor het hele plan en per actie.

## 2.4. Contacteer mobiliteitsaanbieders, test uit en vraag offertes op

Na het bepalen van de acties kan je hiervoor de eventuele nodige aanbieders contacteren. Weet dat **het laten testen van vervoeropties werkt** om werknemers laagdrempelig te laten proeven van duurzame mogelijkheden. Het voordeel als werkgever is dat je testen of de aangeboden optie het waard is om in te investeren. Vraag zeker ook offertes op bij verschillende leveranciers om er achter te komen wat voor jullie de beste formule is. Wil je een overzicht van alle mobiliteitsaanbieders ontvangen? Laat je gegevens achter en ontvang onze bedrijfsbrochure.

## 2.5. Communiceer: breng iedereen op de hoogte

Het is noodzakelijk om voldoende, duidelijk en **wervend te communiceren** over het mobiliteitsbeleid van jouw bedrijf en de duurzame alternatieven. Enerzijds is bepaalde info best steeds beschikbaar, bv via een website, intranetpagina, verantwoordelijke collega (mobiliteitscoördinator),... Anderzijds is het aan te raden om op regelmatige basis mobiliteitsnieuws te delen, bv naar aanleiding van een campagne rond veiligheid, bij de (her)introductie van fietsleasing,...

Ook zou deze info **nieuwe medewerkers** moeten bereiken, zeker via de introductiegesprekken, maar eigenlijk kan dit al via de vacature zelf waarbij duurzame mobiliteit als een troef wordt uitgespeeld.

Om een duurzaam mobiliteitsplan te doen slagen, is met andere woorden **iedereen binnen het bedrijf op de hoogte** van de woon-werkmogelijkheden, voordelen, afspraken,.... Communiceer hierover herhaaldelijk en via verschillende kanalen.

Voorbeelden van communicatiemomenten:

- Aparte nieuwsbrief mobiliteit of ondergebracht in de vaste recurrente interne nieuwsbrief
- digitale schermen in het bedrijf
- 1-1 gesprekken (bijv. evaluatiegesprekken)
- Bij algemene bedrijfstoelichtingen
- Ambassadeurs in het bedrijf die duurzame woonwerkopties uitdragen weren heel goed
- Bereikbaarheidsfiches voor vestigingen
- ...

Zorg ervoor dat de mobiliteitsinfo te allen tijde beschikbaar is via het intranet, een website,... en breng het geregeld onder de aandacht via campagnes.

En niet te vergeten: communiceer ook geregeld over **de resultaten van je acties!**

## 3. Starten, meten, weten, bijsturen en weer doorgaan

Het vergt tijd om gewoontes aan te passen, dit geldt ook voor een pendeltraject van een medewerker. Het is dus normaal als genomen maatregelen niet meteen het gewenste effect hebben en ga via de **3 i's** check na of je met jouw mobiliteitsbeleid voldoende inzet op verschillende randvoorwaarden.



*Bv: stel je introduceert fietsleasing en organiseert hier een grote campagne rond maar er is geen afgesloten overdekte fietsenstalling, dan is de kans klein dat dit tot het gehoopte aantal extra fietsers zal leiden.*

**Let er bij het uitwerken en uitrollen van je mobiliteitsbeleid op dat je energie steekt in elke i bij het uitrollen van een actie. Geef het gerust ook even tijd. Een jaarlijkse monitoring van de modal split en werknemersbevragingen kunnen je mobiliteitsbeleid verder gaan verfijnen.**

Mobiliteit zit niet stil. Je doelen opvolgen is cruciaal. **Je wil een beter zicht krijgen op hoe je medewerkers de switch naar duurzame alternatieven ervaren en hoe je kan bijsturen.**

## 4. Inspirerende voorbeelden

We geven je tot slot nog enkele inspirerende voorbeelden mee van Gentse bedrijven met wie wij contact hebben en die blijven schaven aan een werkend en inspirerend mobiliteitsbeleid:

- UZ Gent maakt een mobiliteitskeuze waarbij de wagen van de patiënt voorrang krijgt op de wagen van medewerkers die vlakbij wonen en in dagploeg werken. Men communiceert hier publiekelijk rond, cfr: <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2023/06/06/universitair-ziekenhuis-gent-personeel-dat-binnen-de-3-kilomete/>, je kan zelfs zeggen dat ze hun duurzaam mobiliteitsbeleid als werkgever uitspelen als een troef.
- Ook de UGent heeft hier een beleid rond, zijnde:
  - o personeelsleden met een woon-werkafstand minder dan 5 km hebben geen standaard parkeerrecht
  - o Parking in de binnenstad wordt afgebouwd en maaiveldparkings worden geclusterd en vrijgemaakt als er nog restcapaciteit in naburige (ondergrondse) parkings op minder dan 15 min wandelafstand is (cfr <https://www.ugent.be/nl/univgent/missie/duurzaamheidsbeleid/klimaatplan/transitiemobiliteit.htm>)
- Bepaalde bedrijfssites staan in voor een mobiliteitsanalyse van bedrijven die op hun site komen.

- Sint-Lucas ziekenhuis investeert sterk in de fietsinfrastructuur-en veiligheid, bij de introductie van fietsleasing heeft 10% van hun medewerkers binnen de maand al een leasefiets!
- Ikea Gent
- Vdk bank
- Volvo
- Solidaris verhuist van het Zuiden van Gent naar centrum Gent waarbij zowat alle wagenparkeerplaatsen verloren gaan. Een sterke inzet op

## 5. Uitwisselen

Dit 5 stappenplan bied je hopelijk al wat inspiratie om mee aan de slag te gaan. Krijg je er geen genoeg van? In contact treden met andere mobiliteits- of HR managers, eventueel deze gelegen op jullie bedrijventerreinen, om ideeën uit te wisselen of waarom niet, samen acties op poten, te zetten werkt enorm motiverend en versterkend! Veel succes met het verduurzamen van jullie mobiliteit, en weet: wie z'n medewerkers op de juiste wielen zet, rijdt straks richting winst op HR, finance én mobiliteit!”