

Hudson

MOBILITEIT

2019



INHOUD

INHOUDSOPGAVE

1	MANAGEMENT SUMMARY	3
2	SAMENWERKING HUDSON - LEASEPLAN - TRAJECT	4
3	INLEIDING	5
4	MOBILITEITSPROBLEMATIEK	7
5	WAGENBELEID	10
	5.1 Leasecontract	10
	5.2 Aangeboden brandstoftypes	10
	5.3 Keuzemogelijkheden voor de medewerkers	14
	5.4 CO ² uitstoot	14
	5.5. Brandstofvergoeding of elektrische laadpas	15
6	DUURZAME VERVOERSWIJZEN	16
	6.1 Fietsmaatregelen	20
	6.2 Georganiseerd gemeenschappelijk vervoer en carpooling	22
	6.3 Openbaar vervoer	22
	6.4. Andere maatregelen ten voordele van een meer duurzaam beleid	23
	6.5. Communicatie	24
7	MOBILITEITSBUDGET	26
8	MOBILITEITSVERGOEDING / CASH FOR CAR	29
9	TIJDS- EN PLAATSONAFHANKELIJK WERKEN	31
	9.1. Tijdsafhankelijk werken	31
	9.2. Plaatsafhankelijk werken	32
	9.3. Video conferencing	32
10	AANBEVELINGEN	34

PRAKTIJKVOORBEELDEN

VRT verhuist en ontwikkelt een nieuw mobiliteitsbeleid	9
Leaseplan gaat resoluut voor een volledig elektrisch wagenpark in 2021	13
"Practice what you preach" zei Sweco en ontwikkelde prompt een volledig mobiliteitsbeleid	18
VAB zet vooral in op fiets	21
Luminus bouwt aan een duurzame mobiliteitscultuur met grote aandacht voor change en communicatie	25
Traject maakt voor elke verplaatsing de mobiliteitsreflex en vermijdt daardoor de files	33

Organisaties ontwikkelen steeds vaker een eigen mobiliteitsstrategie om een oplossing te bieden voor de mobiliteitsproblemen waar hun medewerkers mee te kampen hebben. In deze strategie heeft men doorgaans veel aandacht voor duurzame alternatieven, niet alleen vanuit het groeiend klimaatbewustzijn maar ook vanuit de technologische mogelijkheden die anno 2019 het potentieel hebben om de manier van werken en verplaatsen drastisch te veranderen.

Hudson heeft in samenwerking met LeasePlan en Traject een kwalitatieve bevraging gedaan bij 112 organisaties die actief zijn in verschillende sectoren binnen de Belgische markt. Hieronder sommen we graag de voornaamste conclusies op van dit rapport:

- ▶ **38% van de organisaties is intensief bezig met mobiliteit en 46% doet ad hoc bijkomende inspanningen** bovenop wat strikt noodzakelijk is volgens de wetgeving. Organisaties voelen dat medewerkers steeds meer belang hechten aan mobiliteitsoplossingen op maat en hopen de personeelstevredenheid te verhogen door een mobiliteitsplan in te voeren. **In 30% van de organisaties is een interne mobiliteitscoördinator** aangesteld om het mobiliteitsbeleid in goede banen te leiden.
- ▶ **Het wagenbeleid en -aanbod van organisaties vergroent:** 70% van de organisaties biedt naast de klassieke diesel- en benzine-wagens ook alternatieven aan zoals elektrische wagens, (plug-in) hybride wagens, CNG- of LPG-wagens. Bij de helft van de organisaties worden in de car policy afspraken beschreven omtrent de CO²-uitstoot. De huidige gemiddelde CO²-limiet ligt op 135 g/km. Tegen 2021 streeft 1/5 van de organisaties naar een **CO²-uitstoot** van 100 g/km.
- ▶ **Duurzame wagenkeuze wordt beloond.** Wanneer medewerkers in aanmerking komen om een bedrijfswagen te kiezen, stimuleert ca. de helft van de organisaties een duurzame wagenkeuze door o.a. het toekennen van een financieel voordeel (extra budget, bonus, units,...), het (mee)financieren van een thuisoplaadpunt voor de elektrische wagen,...
- ▶ **34% van de organisaties** wenst tegen 2024 over te schakelen naar een **volledig elektrische vloot**.
- ▶ **82% van de organisaties voorziet duurzame vervoersalternatieven** voor het personeel. Hierbij zet de meerderheid van de organisaties in op maatregelen om het **fietsgebruik** aan te moedigen. Het tweede populairst zijn de maatregelen om het **openbaar vervoer** te promoten en in een derde van de organisaties wordt **georganiseerd gemeenschappelijk vervoer en carpooling** gestimuleerd.
- ▶ **Het mobiliteitsbudget**, wat nog maar sinds maart 2019 in werking is, is een veelbelovende maatregel aangezien **driekwart van de organisaties** aangeeft het mobiliteitsbudget te willen **implementeren tegen 2024**. Vandaag biedt ruim **1/10** van de organisaties hun medewerkers de keuze om duurzame **mobiliteitsalternatieven** te integreren in hun beloningspakket. Dit wordt dan geregeld in een **flexibel beloningsplan** of via een organisatie-eigen vorm van het mobiliteitsbudget.
- ▶ De **mobiliteitsvergoeding**, beter gekend als **“cash for car”** is in 13% van de organisaties aanwezig. Echter merken we dat in realiteit medewerkers zelden kiezen om hun bedrijfswagen in te ruilen voor een cash vergoeding. Toch geeft nog een kwart van de organisaties aan om deze maatregel te introduceren binnen de organisatie tegen 2021.
- ▶ **Tijds- en plaatsonafhankelijk werk gebeurt in ruim 85% van de organisaties**, terwijl slechts de helft van de organisaties hier een formeel beleid rond heeft. De meest voorkomende vorm van plaatsonafhankelijk werk is thuiswerk, gevolgd door werken vanuit een satellietkantoor. Om op efficiënte wijze aan tijds- en plaatsonafhankelijk werk te doen, wordt steeds vaker ingezet op **video conferencing**, al is het zo dat in de meeste organisaties slechts enkele tot een kwart van de personeelsleden deze mogelijkheid gebruikt.

Om de marktpraktijken rond mobiliteit anno 2019 in kaart te brengen, voerde Hudson in samenwerking met LeasePlan en Traject een onderzoek naar het mobiliteitsbeleid van organisaties in België.

Hudson

Hudson is dé HR-partner voor medewerkers en organisaties die hun potentieel verder willen cultiveren en staat hen hierin bij met advies over uiteenlopende HR-aangelegenheden zoals rekrutering en selectie, assessment centers, interim management, job design, functieclassificatie, performance management,... Hudson verleent advies op maat aan klanten om HR-processen op te zetten om talent aan te trekken, te belonen en te laten evolueren. Dit advies wordt onderbouwd met kwantitatieve data, afkomstig uit de diverse beloningsstudies die Hudson verricht, zoals de jaarlijkse Generieke Salarisstudie waarbij marktinformatie van ruim 700 organisaties wordt onderzocht. Daarnaast voert Hudson ook kwalitatief onderzoek naar diverse aspecten van het reward beleid van organisaties, gaande van flexibel belonen tot verzekerde voordelen tot mobiliteit. Op deze manier kan Hudson haar klanten optimaal adviseren en ondersteunen bij het uitwerken van een performant HR-beleid.



LeasePlan, één van de toonaangevende specialisten in België op vlak van wagenparkbeheer, is marktleider in twee grote en groeiende markten: de Car-as-a-Service-markt voor nieuwe wagens en de markt voor kwalitatief hoogwaardige tweedehandswagens van drie tot vier jaar oud. Via Car-as-a-Service koopt, financiert en beheert LeasePlan nieuwe voertuigen voor haar klanten. Via CarNext.com, een pan-Europese digitale marktplaats voor hoogwaardige tweedehandswagens, voorziet LeasePlan een consistente levering van tweedehandswagens. LeasePlan beheert 1,8 miljoen voertuigen in meer dan 30 landen en streeft naar baanbrekende mobiliteit door altijd en overal de juiste wagen te bieden, zodat de klanten zich kunnen richten op de toekomst.



Traject nv is een onafhankelijk adviesbureau dat werd opgericht in 1992 en momenteel 25 medewerkers telt met kantoren in Brussel en Gent. Traject staat voor een vraaggerichte aanpak van mobiliteit, ook bekend als "mobiliteitsmanagement". Traject begeleidt bedrijven, overheden en projectontwikkelaars op weg naar meer duurzame en meer efficiënte mobiliteit. Traject ondersteunt haar klanten tijdens het volledige veranderingstraject richting duurzame mobiliteit: analyse van het potentieel, ontwikkelen van een mobiliteitsstrategie, uitwerken van een actieplan, begeleiding bij de implementatie van het mobiliteitsbeleid,... Het multidisciplinaire team beheerst alle onderdelen van het mobiliteitsbeleid voor bedrijven, gaande van fietsadvies over mobiliteitsbudget tot parkeerbeleid.

3 INLEIDING

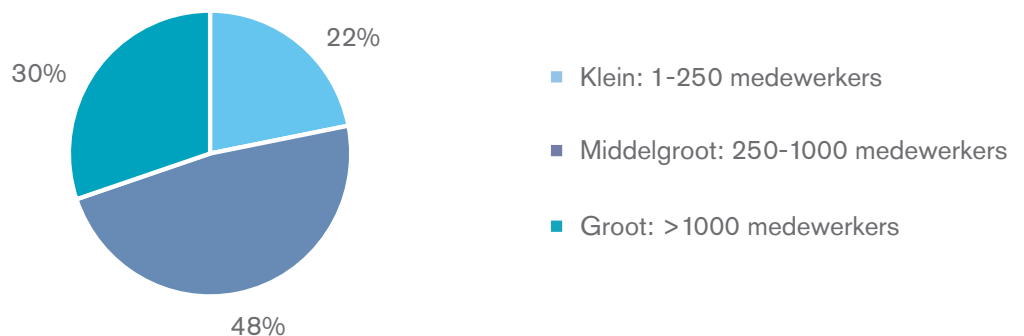
"Het verkeer staat stil", "De bedrijfswagen wordt ingeruild voor een veelvoud van duurzame vervoersoplossingen", "Snelwegen voor e-bikes", "De flexibele werkplek: het nieuwe normaal" – dit zijn slechts enkele krantenkoppen die de voorbije maanden in de media verschenen. De rode draad hierbij is telkens: mobiliteit.

Deze white paper legt de **focus op het mobiliteitsbeleid van organisaties in België**. Hierbij gaat het over de carpolicy voor bedrijfs- en/of dienstwagens, stimulerende maatregelen om duurzame vervoerswijzen te promoten bij de medewerkers, het mobiliteitsbudget, cash for car, tijd- en plaatsafhankelijk werk en video conferencing. Onder de vorm van **praktijkvoorbeelden** wordt dit rapport verder verrijkt met ervaringen, visies en best practices van organisaties die reeds werk maakten van een eigen mobiliteitsstrategie. Deze praktijkvoorbeelden kwamen tot stand via diepte-interviews met mobiliteitscoördinatoren, fleet- of HR-managers binnen organisaties en hebben als doel te fungeren als inspiratiebron voor andere organisaties. Elke praktijkcase wordt ook voorzien van een aantal kengegevens, waaronder een bereikbaarheidsscore toegekend door Traject. Hierbij wordt rekening gehouden met drie zaken: 1) de fietsvriendelijkheid van de omgeving; 2) de file, congestie en parkeerdruk en 3) de afstand tot en aanbod van het openbaar vervoer.

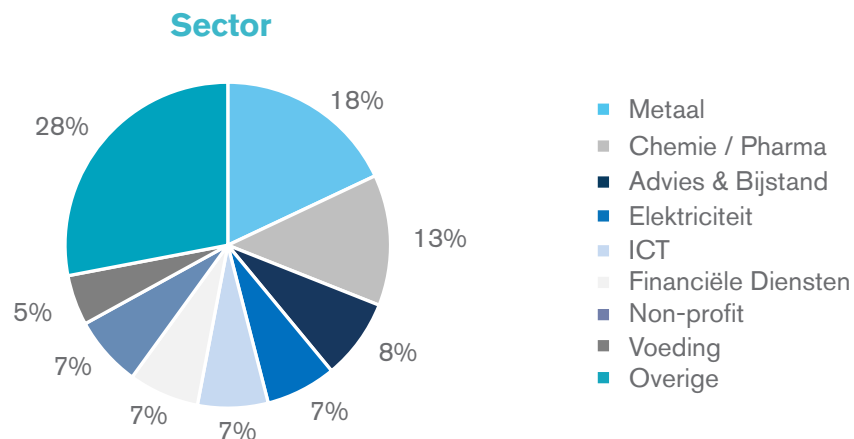
De conclusies en resultaten in dit rapport zijn gebaseerd op de **gegevens van 112 organisaties** in de Belgische markt. De steekproefsamenstelling ziet er als volgt uit:

- ▶ Ongeveer de helft van de deelnemende organisaties telt 250 tot 1000 medewerkers en labelen we daardoor als "middelgroot". De overige organisaties kunnen we in twee categorieën opdelen: de kleine organisaties, met 1 tot 250 medewerkers (22%) en de grote organisaties, met meer dan 1000 medewerkers (30%).

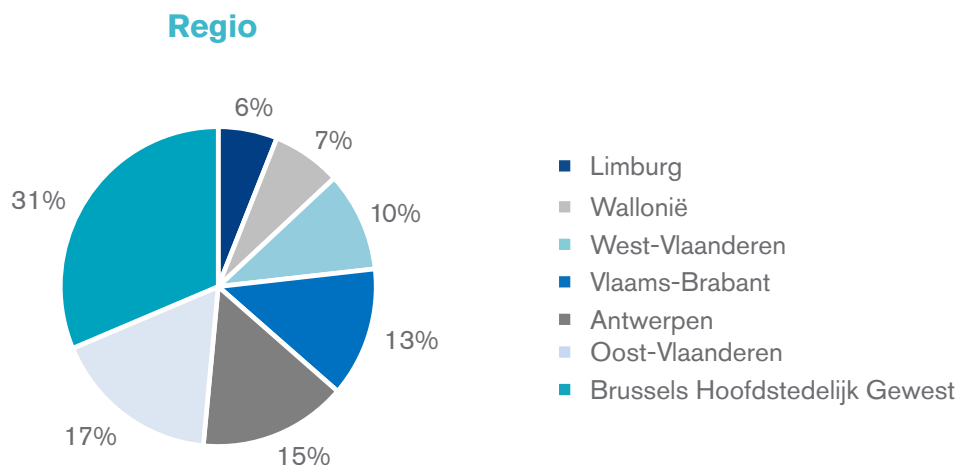
Omvang van de organisatie



- ▶ De sectorverdeling toont aan dat organisaties vanuit uiteenlopende sectoren deelnamen aan dit mobiliteitsonderzoek:



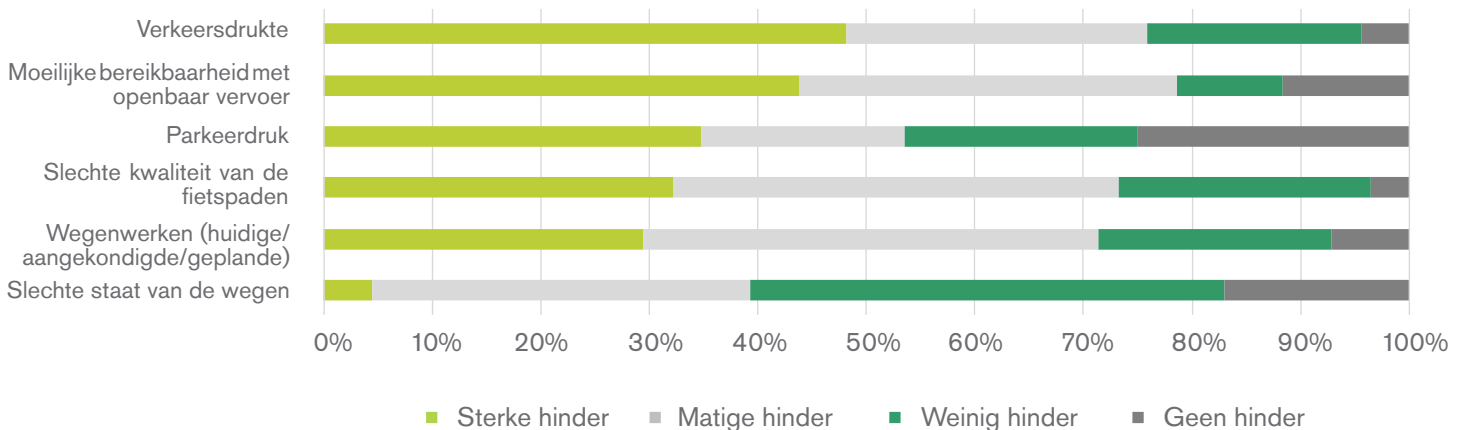
- ▶ Tot slot onderzochten we ook de locatie van de organisaties aan de hand van de postcode van de hoofdzetel. Hierbij hebben we de opdeling gemaakt tussen Brussels Hoofdstedelijk Gewest en Vlaams-Brabant. In het Brussels Hoofdstedelijk Gewest is er immers de organisatie 'Brussel Mobiliteit' die instaat voor het beheer van mobiliteitsstrategieën, infrastructuren en voorzieningen en hiervoor diverse maatregelen oplegt om de organisaties binnen deze regio te stimuleren om zich duurzaam te mobiliseren (vb. opmaak bedrijfsvervoerplan). Onderstaande figuur toont de verdeling van de organisatielocaties.



4 MOBILITEITSPROBLEMATIEK

Het tijdstip en de wijze waarop medewerkers zich van A naar B verplaatsen, ongeacht of dit woon-werk-, werk-werk- of vrijetijdstrajecten zijn, beïnvloedt de mobiliteitsproblematiek waarmee België te kampen heeft. Deze problematiek kent vele oorzaken en hieronder is weergegeven in welke mate organisaties **hinder** ondervinden van de diverse **mobiliteitsproblemen**.

Mobiliteitsproblematiek

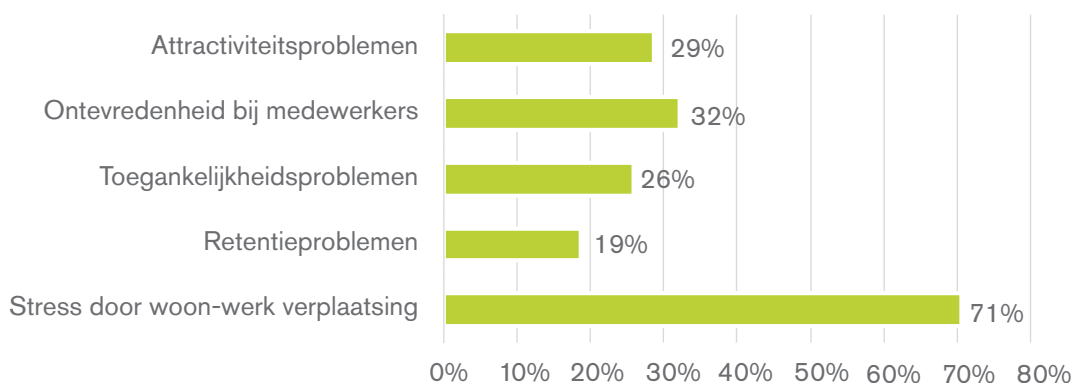


Hierbij gaven vooral **grote organisaties** aan sterke hinder te ondervinden van **parkeerproblemen, verkeersdrukte en moeilijke bereikbaarheid met het openbaar vervoer**, terwijl kleine organisaties minder last bleken te hebben van de parkeerdruk.

Ook **regionaal** zijn er een aantal **verschillen** te vinden. Zo geven vooral organisaties uit Wallonië en Vlaams-Brabant aan hinder te ondervinden van wegenwerken en fietspaden in slechte staat, terwijl de moeilijke bereikbaarheid met het openbaar vervoer het vaakst als hinder wordt ervaren door organisaties gevestigd in Limburg, West-Vlaanderen en Antwerpen.

De **consequentie van deze mobiliteitsproblematiek** is groot: maar liefst **71%** van de organisaties geeft aan te ondervinden dat het **personeel gestrest** is door de woon-werkverplaatsing. Daarnaast kent de mobiliteitsproblematiek tal van andere gevolgen, die in onderstaande figuur visueel worden weergegeven. Vooral grote organisaties geven aan sterk te kampen met deze stress-, attractiviteit- en retentieproblemen, maar ook middelgrote en kleine organisaties worden hiermee geconfronteerd.

Gevolgen van de mobiliteitsproblematiek



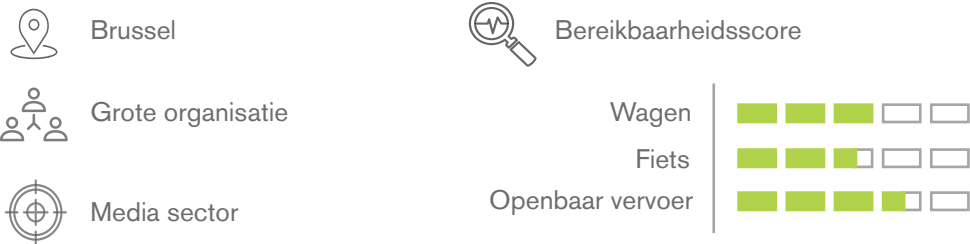


Tip: onderzoek toont aan dat de woonwerkverplaatsing een zeer belangrijke bron van stress is voor de medewerkers. Een goed HR-beleid besteedt dus ook voldoende aandacht aan de woon-werkmobiliteit van haar medewerkers. De uitwerking van een integraal mobiliteitsplan vormt een belangrijk onderdeel van het HR-beleid van een onderneming.

Om het hoofd te bieden aan de verschillende uitdagingen inzake mobiliteit, worden diverse acties ondernomen. Zo geeft **de helft van de grote organisaties aan intensief bezig** te zijn met een **mobiliteitsbeleid**, terwijl kleine en middelgrote organisaties vaker aangeven het strikt noodzakelijke te doen conform de wetgeving of ad hoc bijkomende inspanningen te doen.

Hierbij blijkt dat organisaties vaak een **duwtje in de rug** nodig hebben om over te gaan tot een intensief uitgewerkt mobiliteitsbeleid. Zo kan een **nakende verhuis** van locatie of geplande **wegenwerken** dé trigger zijn om het mobiliteitsvraagstuk grondig te bestuderen en om te zetten in een actieplan, zoals bij VRT het geval was.

VRT VERHUIST EN ONTWIKKELT EEN NIEUW MOBILITEITSBELEID



VRT krijgt een **nieuw omroepgebouw** op de huidige site aan de Reyerslaan in Brussel. De nieuwbouw en de (verwachte) **hinder tijdens de werken** waren een belangrijke aanleiding om een nieuw mobiliteitsbeleid uit te werken, net zoals het feit dat de Brusselse milieuwetgeving de VRT verplicht om het **aantal parkeerplaatsen** bij de nieuwbouw drastisch terug te schroeven. Om te anticiperen op mogelijke problemen hieromtrent en om als grote Vlaamse werkgever een voorbeeld te zijn op vlak van duurzaamheid, besliste de VRT-directie om werk te maken van een duurzaam mobiliteitsbeleid.

Op basis van een mobiliteitsanalyse, die in samenwerking met Traject werd uitgevoerd, werden een aantal acties en maatregelen met de meeste impact bepaald. Dit leidde tot drie scenario's waaruit de directie het meest ambitieuze gekozen heeft om zo de grootste impact te realiseren.

Samen met Traject werd vervolgens een stappenplan voor implementatie uitgewerkt. Een prioritaire maatregel hierbij was de aanwerving van een **mobilitateitscoördinator**. De aanstelling van een mobiliteitscoördinator was een eerste communicatiemoment naar de medewerkers. Het feit dat er een full time personeelslid werd aangesteld, toonde dat de VRT het meende met haar duurzaam en toekomstgericht mobiliteitsbeleid. Het **implementatieplan** werd samen met de mobiliteitscoördinator verder verfijnd. Er werd gekozen om stap voor stap te werk te gaan: eerst werd het **woon-werkverkeer** bekeken, vervolgens de **dienstverplaatsingen** en ten slotte de **verplaatsingen van bezoekers** naar de VRT. Met gerichte en snel te implementeren maatregelen zoals de mogelijkheid om fietsen te leasen, konden op korte termijn alle medewerkers worden betrokken en aangesproken. Er werd ook bewust gekozen om **speedpedelecs** (incl. training rond veilig fietsen) in het aanbod op te nemen om medewerkers die iets verder van het werk wonen de kans te geven hun verplaatsingen met de fiets te maken. Het ruime fietsleaseaanbod bleek een succes: 1 jaar na introductie zijn 80 van de 278 leasefietsen speedpedelecs. Daarnaast werd op vlak van openbaar vervoer gekeken naar optimalisaties in samenspraak met de gebruikers. Er was vooral vraag naar meer flexibiliteit zodat medewerkers zich de ene dag met de wagen en de andere met het openbaar vervoer zouden kunnen verplaatsen in functie van het werkregime van die dag. Om het vlot afwisselen van vervoerswijzen mogelijk te maken, werd een nieuw reglement woon-werkverkeer uitgerold. Sindsdien kunnen medewerkers kiezen voor een 'Dagelijks vervoer-profiel' waarbinnen bijvoorbeeld enkelvoudige tickets of meerrittenformules aangekocht worden via de Olympus-app. In samenwerking met Vaigo werd een platform gecreëerd waarbinnen medewerkers via een aantal vragen kunnen achterhalen bij welk van de drie vervoersprofielen (stadsprofiel, openbaar vervoersprofiel of flexibel profiel) ze zich best aansluiten.

Van bij aanvang werd flink wat aandacht besteed aan de **communicatie** omtrent het duurzaam mobiliteitsbeleid. Er werd een specifieke mobiliteitspagina op het intranet gemaakt waarop de visie, voorkeuren en acties werden weergegeven en er worden jaarlijks meerdere sensibiliseringsacties georganiseerd. Bovendien organiseert VRT bij uitrol van nieuwe toepassingen en sommige sensibiliseringscampagnes ook infosessies waar de medewerkers terecht kunnen voor persoonlijk mobiliteitsadvies

In deze studie ontvingen we **informatie over het wagenbeleid van 109 organisaties**. Hierbij gaf 52% aan een beleid te hebben voor bedrijfswagens¹, 46% voor zowel bedrijfs- als dienstwagens² en slechts 2% gaf aan geen wagenbeleid te hebben. 61 organisaties maakten bovendien gebruik van de mogelijkheid om de car policy door te sturen, die wij dan ook verder in detail hebben bestudeerd.

Aangezien er geen opmerkelijke verschillen zijn tussen het beleid dat enkel gericht is op bedrijfswagens en het beleid dat focust op zowel bedrijfs- als dienstwagens, worden hieronder de conclusies samen weergegeven.

LEASECONTRACT

Uit ons onderzoek blijkt dat de **gemiddelde leaseperiode 48 maanden** bedraagt en hierbij gemiddeld **30.000 km per jaar** wordt voorzien als normcalculatie. Daarnaast blijkt ook dat organisaties met een wagenpark vanaf 20 wagens in bijna 9 op 10 gevallen winterbanden in het leasecontract laten opnemen.

In geval van niet-verhaalbare schade (een schadegeval waarbij de medewerker zelf in fout is of er geen tegenpartij bekend is), **betaalt 95% van de organisaties zelf de franchise of herstelkosten** van de wagen indien het een **eerste schadegeval** betreft. Vanaf het tweede, niet-verhaalbare schadegeval, dient de medewerker meestal bij te dragen aan de franchise of herstelkosten. De omvang van deze bijdrage is erg organisatieafhankelijk en is gelinkt aan het aantal schadegevallen dat iemand in een kalenderjaar veroorzaakt. Hierbij kiezen sommige organisaties voor een procedure waarbij de medewerker een percentage van de kosten dient te betalen, terwijl andere organisaties vaste vergoedingen vermelden in hun car policy. Opgelet: in principe is het zo dat de werkgever enkel niet-verhaalbare schade die ontstaan is tijdens het privégebruik van de wagen kan doorbelasten aan de medewerker. Schade die ontstaan is tijdens de uitoefening van de functie, is altijd voor rekening van de werkgever. Dit wordt niet altijd beschreven in de car policy.

AANGEBODEN BRANDSTOFTYPES

De overgrote meerderheid van de organisaties laat **verschillende brandstoftypes** toe in de car policy. Bij de bepaling van het wagenaanbod en mogelijke brandstoftypes houden organisaties in ons onderzoek voornamelijk rekening met de **kostprijs** (62%), vervolgens met **duurzaamheid** (57%) en **marktcompetitiviteit** (48%).

30% van de organisaties biedt **enkel diesel- en benzinewagens** aan, **70%** biedt naast de traditionele diesel- en benzinewagens **ook wagens met alternatieve brandstoffen en aandrijvingen aan**. Deze alternatieven gaan over CNG- of LPG-wagens, elektrische wagens³, plug-in hybride wagens⁴ en hybride wagens⁵. Hieronder wordt opgelijst welke brandstoftypes er worden aangeboden door de organisaties. Hierbij was het mogelijk meerdere opties aan te duiden. Opmerkelijk is dat **7%** van de organisaties met een wagenbeleid aangeeft geen dieselwagens op te nemen in de vloot. Zij zetten vooral in op benzinewagens en elektrische wagens, af en toe aangevuld met een ander alternatief.

¹ Onder bedrijfswagens verstaan wij enerzijds wagens die professioneel gebruikt worden voor de uitoefening van de functie en daarnaast ook privé gebruikt mogen worden. Anderzijds omvat dit ook salariswagens die aangewend worden omwille van het functieniveau en die zowel privé als occasioneel professioneel worden gebruikt.

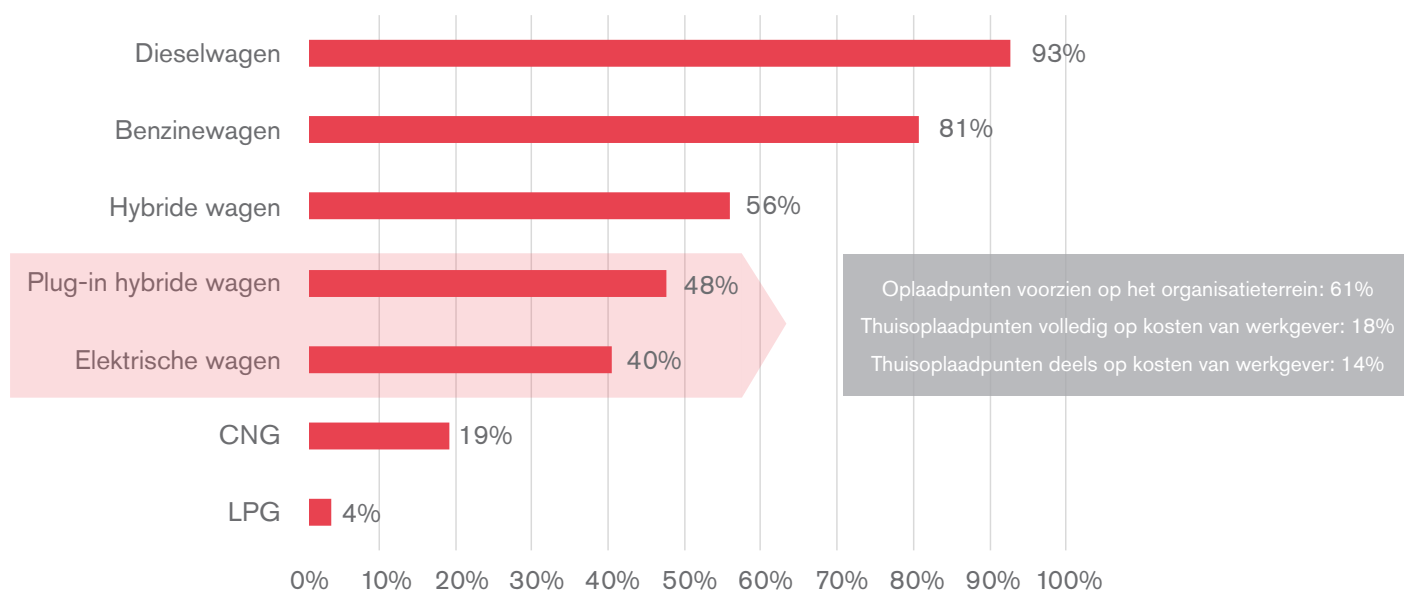
² Dienstwagens zijn wagens die aangewend worden exclusief voor professionele activiteiten, niet voor privégebruik.

³ Elektrische wagens zijn wagens die volledig elektrisch worden aangedreven (vb. Nissan Leaf).

⁴ Plug-in hybride wagens zijn wagens met een verbrandingsmotor en een elektrische motor waarvan de batterij kan worden opgeladen door ze op een externe stroombron aan te sluiten (vb. Volvo XC60).

⁵ Hybride wagens zijn wagens met een verbrandingsmotor en een elektrische motor waarvan de batterij wordt opgeladen door de vrijgekomen energie bij het remmen (vb. Toyota Prius).

Aangeboden brandstoftypes



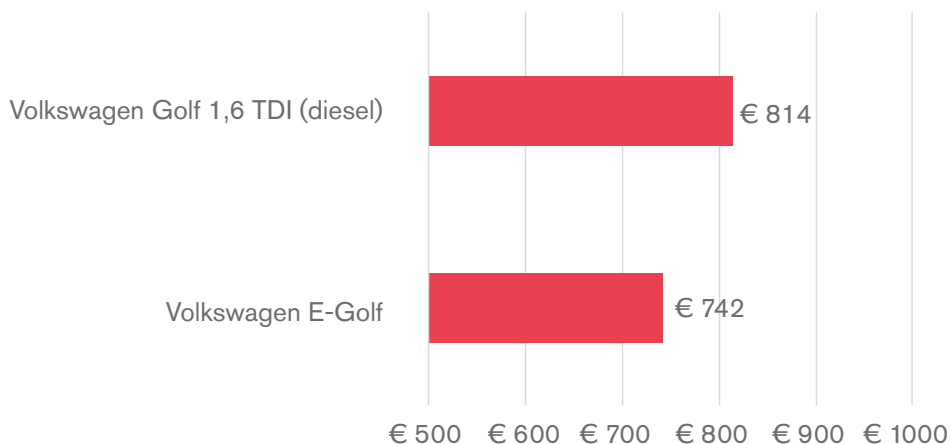
Vandaag biedt **40%** van de organisaties hun medewerkers de mogelijkheid om met een **elektrische wagen** te rijden. Wanneer organisaties elektrische of plug-in hybride wagens opnemen in hun vloot, voorziet **meer dan de helft van de organisaties (61%) oplaadpunten op het terrein van de organisatie**. Daarnaast worden er ook **oplaadpunten bij de medewerkers thuis** voorzien. 18% verzorgt dit geheel op kosten van de werkgever, terwijl 14% gedeeltelijk tussenkomt in de kost voor het thuisoplaadpunt. In een beperkt aantal gevallen (9%) bevinden de **oplaadpunten zich op het bedrijventerrein** waar de organisatie gevestigd is, in samenwerking met andere organisaties. Tot slot zijn er ook enkele organisaties die hun medewerkers wel de kans geven om te kiezen voor een elektrische of plug-in hybride wagen, maar hierbij geen voorzieningen treffen inzake laadinfrastructuur.

Een vijfde van de organisaties die vandaag reeds een elektrische of plug-in hybride wagen aanbieden, geeft aan binnenkort (extra) oplaadpunten op het terrein van de organisatie te installeren en ook verder door te gaan met het voorzien van oplaadpunten bij de medewerkers thuis. Hierbij geeft 14% aan dit geheel op kosten van de werkgever te zullen doen en 13% in gedeelde kost met de medewerker. 10% van de organisaties zal op korte termijn investeren in oplaadpunten op het gedeelde bedrijventerrein.

De doorbraak van de elektrische wagen is een feit en ook het bedrijfsleven springt mee op de kar. Zo beweert **34%** van de organisaties in de nabije toekomst te willen **overschakelen op een volledig elektrische vloot**. 6% wenst deze transitie te maken tegen 2022, 28% tegen 2024.

Elektrische wagens komen op vandaag beperkt voor op de markt. Wat is het verschil in kostprijs tussen een **elektrische wagen** en een **klassieke dieselwagen**? Ter illustratie schetsen we hieronder de **vergelijking** tussen beide. Hierbij nemen we de totale netto leasekost in rekening, m.a.w. de maandelijkse leaseprijs, verzekeringskost, brandstofkost, solidariteitsbijdrage, fiscale en parafiscale lasten. Oplaadpunten werden niet mee verrekend, aangezien de prijzen hiervan sterk afhankelijk zijn van de bestaande leveranciersafspraken die de organisatie heeft.

Vergelijking totale leasekost

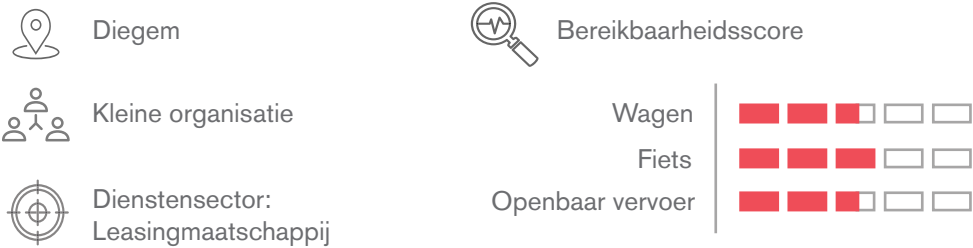


Uit dit voorbeeld blijkt dat overschakelen naar elektrische wagens een kostenreductie kan betekenen, maar dat het prijsverschil tussen de elektrische en dieselwagens eerder beperkt is. Terughoudendheid omwille van kostprijs is dus ongegrond. Andere redenen die hier mogelijks wel spelen, zijn ten eerste dat het aanbod nog niet in elk wagensegment even uitgebreid is, ten tweede dat de overgang naar een elektrisch wagenpark tijd vergt om geleidelijk aan te transformeren in samenspraak met de leaseorganisatie en ten derde dat dit een gedragsverandering van de medewerkers vraagt. Hierbij hebben medewerkers vele vragen (vb. mogelijk rijbereik met elektrische wagen, installatie laadinfrastructuur,...) en zijn ze vaak terughoudend vanuit het principe 'onbekend is onbemind'. Daarom is het belangrijk om doordacht en frequent te communiceren en testmogelijkheden te voorzien.



Tip: Zie de stijgende vraag naar groenere bedrijfswagens als een momentum om ten gronde na te denken over hoe je binnen je organisatie met mobiliteit omgaat. Een vergroening van het wagenpark is een belangrijke stap, maar denk ook na over plaats- en tijdsafhankelijk werken, een fietsbeleid op maat, de integratie van mobiliteit in je cafetariaplan,...

LEASEPLAN GAAT RESOLUUT VOOR EEN VOLLEDIG ELEKTRISCH WAGENPARK IN 2021



In lijn met het klimaatakkoord van Parijs en de doelstellingen voor duurzame ontwikkeling van de Verenigde Naties, streeft LeasePlan naar een **nul-uitstoot van de automobielsector rond 2030**. Om deze ambitie verder te concretiseren, sloot LeasePlan Groep zich in 2017 aan bij het initiatief **EV100**, een nieuw wereldwijd bedrijfsinitiatief dat als doel heeft om het invoeren van elektrische voertuigen (EV) en de hiervoor benodigde infrastructuur te versnellen. De leden van EV100 verbinden zich ertoe tegen 2030 geen benzine- en dieselwagens meer de weg op te sturen, maar enkel nog gebruik te maken van elektrische voertuigen. Met dit lidmaatschap, streeft LeasePlan niet alleen om de **eigen medewerkers tegen 2021 allemaal elektrisch te laten rijden**, maar moedigt LeasePlan ook andere bedrijven aan om hetzelfde te doen. De overstap naar een elektrisch wagenpark is voor bedrijven immers één van de makkelijkste manieren om de CO²-uitstoot te verlagen en te helpen klimaatverandering tegen te gaan.

Het belangrijkste in deze duurzaamheidsstrategie is **voorlichting en informatieverstrekking**. LeasePlan besteedt dan ook veel tijd aan het inlichten van de klanten over wat dergelijke strategie inhoudt, wat de bijdrage is van wagens met een lage emissie, hoe de transformatie naar een elektrische vloot kan gebeuren,... Hierbij geeft LeasePlan het goede voorbeeld aangezien men tegen 2021 het voltallige personeel elektrisch wil laten rijden.

Overschakelen naar een elektrische vloot is een **transformatieproces**. Naast het verwerven van kennis, het verschaffen van informatie over elektrisch rijden aan de medewerkers, het laten testen van elektrische wagens en het aanpassen van de car policy, zijn er ook acties nodig in de praktijk. Vanuit het principe "lead by example" maakten de directieleden als eersten de overstap naar een elektrische wagen. Daarnaast worden medewerkers die recht hebben op een anciënniteitswagen, sinds 2018 gestimuleerd om voor een elektrische wagen te kiezen. Om hen te overtuigen, werd het thuislaadstation grotendeels bekostigd door LeasePlan. Maar liefst 46% van de medewerkers die recht hadden op zo'n nieuwe fideliseringswagen, kozen elektrisch. Zo was het eerste grote succes geboekt!

Ook voor de **bedrijfswagens**, waarbij medewerkers in het verleden een ruime keuze hadden, gooide men het over een andere boeg. Deze medewerkers zouden nu **drie opties** hebben: hun huidige wagen met een jaar verlengen, voor 2 jaar met een benzinewagen rijden of meteen kiezen voor een elektrische wagen voor 4 jaar, inclusief thuislaadstation. Gezien het relatief laag aanbod van elektrische wagens binnen de wagenssegmenten waaruit deze groep medewerkers kon kiezen, opteerde de meerderheid voor een benzinewagen of het verlengen van de huidige wagen met één jaar. De car policy 2019 is quasi identiek aan die van 2018, maar nu is het aanbod van elektrische auto's uitgebreid dankzij de verdere ontwikkelingen van de autoconstructeurs. Vanaf 2020 zullen medewerkers enkel nog een elektrische wagen kunnen bestellen.

In de praktijk zullen alle bestuurders hun wagen kunnen opladen in een van de **30 laadpunten** waarmee het nieuwe gebouw in Diegem uitgerust zal zijn. Hierbij zullen medewerkers de nodige discipline moeten hebben om hun wagen na het laden te verplaatsen, de batterij slechts tot 80% op te laden,...

De elektrificatie van de vloot past in een **brede duurzaamheidsstrategie**. Zo is er een duidelijk beleid rond tijd- en plaatsonafhankelijk werken en video conferencing, wordt onderzocht of fietsleasing in het cafetariaplan kan opgenomen worden, en zal er binnenkort gewerkt worden volgens de 'activity based working'-filosofie. Dit betekent dat medewerkers elke dag opnieuw een werkplek kunnen kiezen in functie van hun activiteiten van die dag (vb. stille ruimte, vergaderzaal, thuis, hoofdkantoor,...).

KEUZEMOGELIJKHEDEN VOOR DE MEDEWERKERS

De meerderheid van de organisaties voorziet een keuzeproces voor medewerkers die aanspraak maken op een wagen. In **58%** van de organisaties wordt er gewerkt met **leasebudgetten** die te besteden zijn, terwijl in **32%** van de organisaties de medewerker een keuze dient te maken uit een **keuzelijst** waarin de mogelijke wagens zijn opgenomen. In de overige organisaties wordt het keuzeproces op een andere manier gemonitord, bijvoorbeeld door een combinatie van budget en keuzelijst, of kan de medewerker geen eigen keuze maken wat betreft de wagen.

Opmerkelijk is dat in ongeveer **de helft** van de gevallen de organisatie de medewerker **stimuleert om een duurzame wagen te kiezen**. Dit gebeurt op volgende manieren:

Toekenning van een financieel voordeel (extra budget, bonus, units,...) aan medewerkers die kiezen voor een milieuvriendelijke wagen	30%
Penalisering van medewerkers die een milieuvriendelijke wagen kiezen (vb. doordat medewerkers die voor een wagen kiezen met hoge CO ² -uitstoot, minder budget overhouden om te spenderen aan extra opties)	14%
Medewerkers die kiezen voor een kleinere wagen kunnen voor een bepaalde periode (vb. vakantie, verhuis,...) hun wagen ruilen voor een groter model	7%
Andere, zoals vb. combinatie openbaar vervoer bij keuze voor kleinere wagen, verplichting benzinewagen bij minder dan 15 000km/jaar,...	2%

CO²-UITSTOOT

In het wagenbeleid van 55 organisaties (50% van de organisaties die een wagenbeleid hebben) zijn er afspraken beschreven omtrent de CO²-uitstoot van het wagenpark. Zo ligt **vandaag de gemiddelde maximale CO²-uitstoot op 135 g/km**. Dit lijkt een weinig ambitieus cijfer, maar mogelijks is dit te verklaren doordat organisaties rekening houden met de **nieuwe testprocedure** voor het meten van de CO²-uitstoot (WLTP-test), die sinds september 2018 verplicht is voor alle wagenmodellen. Deze testprocedure is realistischer en strenger dan de vroegere meetwijze en levert doorgaans hogere gemiddelde CO²-waarden op. Desondanks geeft **20%** van de organisaties mee dat zij hun **CO²-drempel jaarlijks willen herzien en tegen 2021** streven naar een **gemiddelde maximale CO²-uitstoot van 100 g/km** voor hun wagenvloot. De reden waarom organisaties een CO²-drempel opnemen in hun wagenbeleid, schuilt niet alleen in het groeiend klimaatbewustzijn, maar ook de **wijzigende fiscale spelregels** kunnen een verklaring bieden. Vanaf 1 januari 2020 wijzigt de fiscale aftrekregeling grondig in de vennootschapsbelasting. De aftrek blijft gebonden aan het brandstoftype en CO²-uitstoot van de wagen, maar wordt vanaf dat ogenblik volgens een nieuwe formule berekend, waardoor de aftrekbaarheid verder beperkt wordt. Daarnaast worden ook de brandstofkosten aftrekbaar in functie van de CO²-uitstoot van de wagen, verdwijnt de 120%-aftrek voor de elektrische wagens en worden plug-in hybride wagens die slechts een korte afstand op hun batterij kunnen rijden, fiscaal minder aantrekkelijk.

BRANDSTOFVERGOEDING OF ELEKTRISCHE LAADPAS

Vandaag voorziet **70%** van de organisaties een **ongelimiteerde tankkaart/elektrische laadpas** bij **elke bedrijfswagen** wat betekent dat er geen grens staat op de hoeveelheid brandstof/elektriciteit die wordt aangekocht via de tankkaart/laadpas. Doorgaans is de tankkaart/elektrische laadpas enkel geldig in België en is deze niet geïnternationaliseerd.

De toekomstplannen die organisaties hebben met de tankkaart/elektrische laadpas, zijn weinig baanbrekend. 70% van de organisaties geeft aan het **huidig beleid niet** te willen **wijzigen** in de nabije toekomst. Ondanks de klimaatbetogers, de uitlatingen van sommige politieke partijen en de extra belasting die werkgevers sinds 2017 betalen op de brandstofvergoeding, wenst de meerderheid van de organisaties op dit moment niet te raken aan dit voordeel voor hun medewerkers.

6 DUURZAME VERVOERSWIJZEN

In een duurzame mobiliteitsvisie start men veelal vanuit volgende **drie pijlers**:

1. Verplaatsingen vermijden

Het vermijden van verplaatsingen is mogelijk door het stimuleren van thuiswerk, plaats- en tijdsafhankelijk werk. Dankzij de technologische mogelijkheden anno 2019, is het geen moeite meer om virtueel samen te werken met anderen en kunnen vele verplaatsingen vermeden worden.

2. Verplaatsingen verduurzamen

Om verplaatsingen te verduurzamen, wordt ingezet op het openbaar vervoer, fietsgebruik en carpooling. Vele organisaties bieden deze duurzame mogelijkheden op flexibele wijze aan zodat de medewerkers optimaal kunnen kiezen welk middel het best past bij de activiteit van de dag.

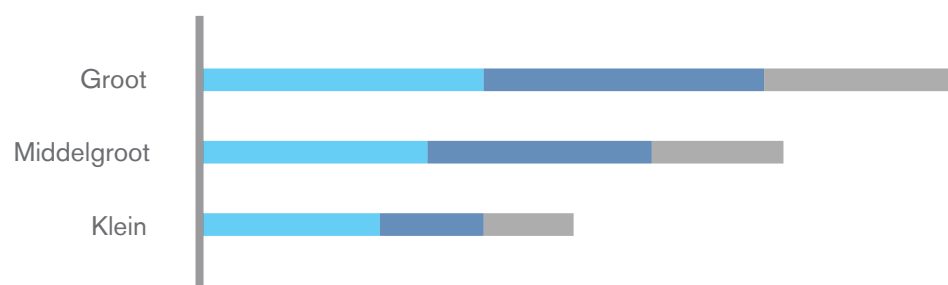
3. Verplaatsingen vergroenen

Tot slot is er het vergroenen van verplaatsingen, aangezien er een aantal wagen-verplaatsingen onvermijdelijk zijn om diverse redenen. In dit geval kiezen steeds meer organisaties voor een vergroening van het wagenpark.

Uit onze studie blijkt dat **92 organisaties** (82%) **duurzame vervoersalternatieven voorzien** voor (een deel van) de medewerkers. Hierbij valt op dat georganiseerd gemeenschappelijk vervoer en carpooling de minst voorkomende duurzame vervoerswijze is. Waar 73% van alle deelnemende organisaties actie onderneemt om het **fietsgebruik** te stimuleren en 60% inzet op het **openbaar vervoer**, onderneemt slechts 37% van de organisaties actie omtrent het **georganiseerd gemeenschappelijk vervoer en carpooling**. Zeker in de dienstensector is dit laatste punt minder gebruikelijk, mogelijks omdat deze sector gekenmerkt wordt door veel klantenbezoeken en vergaderingen op verplaatsing, waarbij carpooling onvoldoende flexibiliteit toelaat om de trajecten af te leggen.

Daarnaast merken we dat **hoe groter de organisatie, hoe meer duurzame vervoersalternatieven** er worden aangeboden aan het personeel.

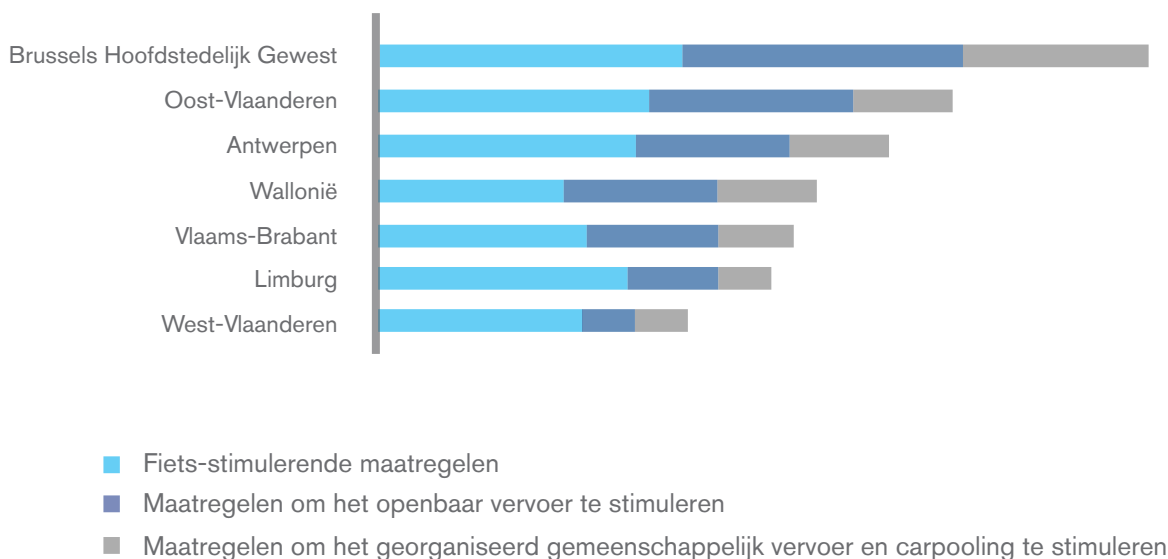
Omvang van de organisatie en het voorkomen van duurzame vervoersalternatieven



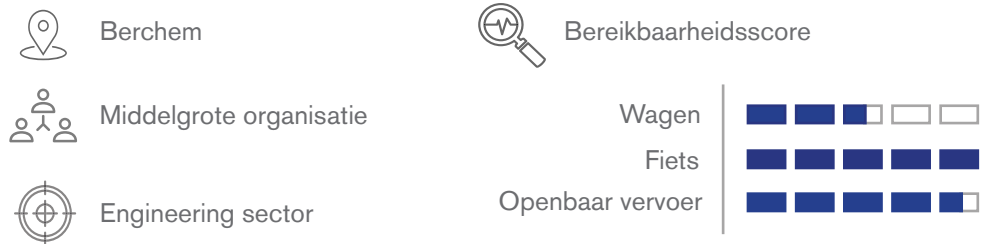
- Fiets-stimulerende maatregelen
- Maatregelen om het openbaar vervoer te stimuleren
- Maatregelen om het georganiseerd gemeenschappelijk vervoer en carpooling te stimuleren

Tot slot zien we ook een aantal **regionale verschillen**. Over het algemeen ondernemen organisaties in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Oost-Vlaanderen en Antwerpen de meeste maatregelen om het gebruik van duurzame vervoersalternatieven te stimuleren. Inzetten op fiets-stimulerende maatregelen is over het algemeen het populairst, al gebeurt dit slechts in de helft van de organisaties in Wallonië en West-Vlaanderen. De maatregelen om het openbaar vervoer te promoten en om aan carpooling te doen, komen het vaakst voor in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Dat deze regio zeer goed te bereiken is met het openbaar vervoer en een slechte autobereikbaarheid heeft door de grote verkeersdrukte, zal hierbij zeker een rol spelen.

Regio en het voorkomen van duurzame vervoersalternatieven



"PRACTICE WHAT YOU PREACH" ZEI SWECO EN ONTWIKKELDE PROMPT EEN VOLLEDIG MOBILITEITSBELEID



In 2018 transformeerde Sweco de **car policy naar een mobiliteitspolicy**. Deze transformatie kende drie redenen: Ten eerste wenste Sweco als ingenieur- en adviesbureau voor o.a. duurzame oplossingen bij openbare aanbestedingen ook de eigen interne mobiliteit grondig te herzien onder het motto "practice what you preach". Ten tweede wilde men in functie van de verhuis van Mechelen naar Berchem voldoende aandacht schenken aan de werknemersmobiliteit en ten derde merkte Sweco dat mobiliteit steeds vaker een belangrijk criterium is voor nieuwe medewerkers waardoor de 'war for talent' gestreden dient te worden met een hedendaagse mobiliteitspolicy.

Sweco besloot het mobiliteitsbeleid op te bouwen volgens de drie eerder vermelde duurzame mobiliteitspijlers:

► Vermijden

Het eerste principe bestaat eruit verplaatsingen te vermijden. Medewerkers worden aangemoedigd om in een **ander kantoor** te gaan werken als dat beter uitkomt en ook **thuiswerken** is een evidentie geworden. Thuiswerk wordt gewoon als een extra locatie beschouwd van waaruit gewerkt kan worden. Om deze praktijk te stimuleren, werden binnen elk team de nodige afspraken gemaakt. Daarnaast werd gezorgd voor de nodige **ICT-ondersteuning**. Zo kunnen medewerkers perfect een vergadering via Skype bijwonen en zo een verplaatsing vermijden. Intussen blijkt dat thuiswerk goed opgepikt wordt door de medewerkers.

► Verduurzamen

Als de verplaatsing niet te vermijden valt, moet er nagedacht worden over de manier waarop die verplaatsing zo duurzaam mogelijk kan gebeuren – dat is dan het tweede principe. Daarom promoot Sweco het gebruik van alle types van **openbaar vervoer** en de (al dan niet elektrische) **fiets**, door deze kosten voor haar rekening te nemen. Hierbij is het systeem erg **flexibel** zodat medewerkers in functie van de dag en hun type verplaatsing de ene keer bv. voor de trein kunnen kiezen en de volgende keer voor de fiets. Bovendien zijn deze verplaatsingen **combineerbaar met een bedrijfswagen**. Het is dus geen 'of-of' verhaal maar **een 'en-en' verhaal**. Om de administratie m.b.t. deze verplaatsingen te beperken, werkt Sweco samen met mobiliteitsaanbieder Olympus, waardoor de eindgebruiker via één app vlot zijn keuzes kan maken en zelf zijn verplaatsingen kan regelen.

▶ Vergroenen

Tot slot – en dat valt dan onder het derde principe – is er de **verduurzaming van het bedrijfspark**. Sweco is een bureau dat in de engineering- en bouwsector actief is waardoor nog steeds heel wat verplaatsingen met de wagen onvermijdelijk zijn. Die tracht Sweco nu zo duurzaam mogelijk te maken door de medewerkers te stimuleren om elektrisch te gaan rijden. In alle categorieën van de car policy kunnen medewerkers kiezen voor een **elektrisch alternatief**. Sweco ambieert om binnen 4 à 5 jaar met de volledige vloot overgeschakeld te zijn naar elektrische wagens. Belangrijk hierbij is dat het om een keuze gaat, niet om een verplichting. Elke medewerker kan vandaag nog steeds een benzinewagen kiezen, maar om mensen aan te zetten om voor een duurzame keuze te gaan, wordt voor de elektrische wagens een ruimer budget voorzien dan voor de benzinewagens én het marktaanbod wordt van zeer nabij opgevolgd. Bij de laatste bestellingen valt enorm op dat medewerkers in toenemende mate kiezen voor de elektrische optie. De stimulerende aanpak lijkt dan ook zijn vruchten af te werpen.

Belangrijk voor het succesvol implementeren van deze complete mobiliteitspolicy is dat Sweco heel veel heeft gecommuniceerd. Niet alleen via publiciteit (o.a. testimonials, mobiliteitsgids, affiches,...) maar ook via focusgroepen waarin bezorgdheden besproken werden. Daarnaast toonde de directie dat dit beleid door iedereen gedragen werd, van hoog tot laag, door zelf allemaal over te schakelen naar een elektrische wagen of zich daartoe te engageren bij het volgende keuzemoment.

FIETSMATREGELEN

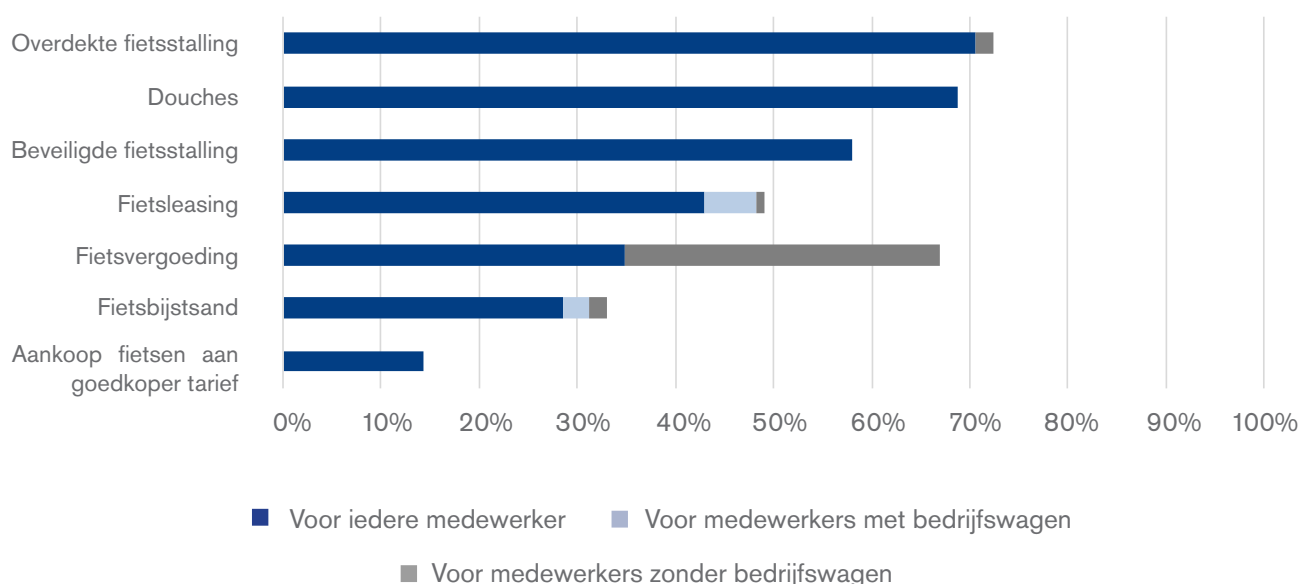
73% van de deelnemende organisaties neemt **maatregelen om het fietsgebruik** bij het personeel te stimuleren. Over het algemeen wordt er bij deze maatregelen weinig tot geen onderscheid gemaakt tussen medewerkers die wel en medewerkers die geen aanspraak maken op een bedrijfswagen.

De meest voorkomende maatregelen, die tevens ook voor het voltallige personeel van toepassing zijn, zijn de **overdekte fietsenstalling** (71%), **douchevoorziening** (69%) en **beveiligde fietsenstalling** (58%).

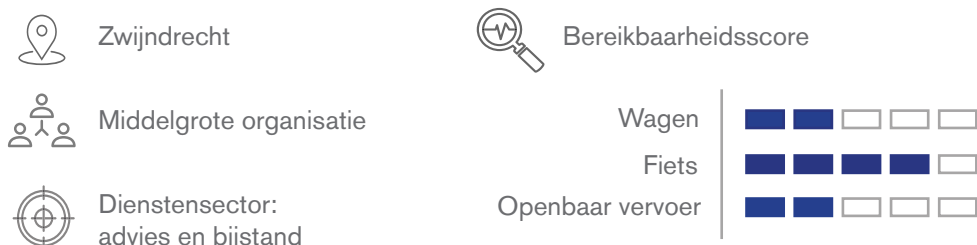
43% van de organisaties verschaft het voltallige personeel de mogelijkheid tot **fietsleasing**. Bij 5% wordt dit enkel voorzien voor medewerkers met een bedrijfswagen. De **leaseperiode voor fietsen** die organisaties doorgaans hanteren, bedraagt **36 maanden**. In dit onderzoek werd geen onderscheid gemaakt tussen financiële leasing, waarbij het uiteindelijke doel het kopen van de fiets is, en operationele leasing, waarbij de medewerker de fiets gedurende een bepaalde periode gebruikt maar deze wel eigendom blijft van de leasefirma. Beide vormen komen voor in de Belgische markt, net zoals het gegeven dat organisaties vaak zelf ook bedrijfsfietsen aankopen om die vervolgens te verdelen onder het personeel.

Tot slot wat de **fietsvergoeding** betreft, blijkt dat 2/3de van de organisaties een fietsvergoeding voorziet. De kilometervergoeding die de werkgever geeft aan de personeelsleden die hun woon-werkverplaatsingen geheel of gedeeltelijk met de fiets maken, bedraagt doorgaans de maximum aftrekbare vergoeding van **€ 0,24 per km**. Uit ons onderzoek blijkt dat de fietsvergoeding vooral op twee manieren wordt ingezet: in **35%** van de organisaties kan **ieder personeelslid** aanspraak maken op deze vergoeding en in **32%** van de organisaties is deze voorbehouden **voor medewerkers zonder bedrijfswagen**. Het toekennen van een fietsvergoeding enkel aan medewerkers zonder bedrijfswagens is een gemiste kans. Een duurzaam mobiliteitsbeleid dient immers alle personeelsleden te betrekken, ongeacht of ze al dan niet over een bedrijfswagen beschikken. Een duurzaam mobiliteitsbeleid vermindert namelijk het aantal gereden kilometers – en dus ook de lease- en brandstofkosten die de organisatie dient te betalen. Daarnaast heeft het stimuleren van het fietsgebruik een positief effect op het algemeen welbevinden van de medewerkers. Ter volledigheid merken we op dat in een derde van de organisaties geen fietsvergoeding wordt voorzien.

Fiets-stimulerende maatregelen



VAB ZET VOORAL IN OP DE FIETS



VAB heeft als mobiliteitsclub een echte voorbeeldrol. Bovendien ligt de hoofdvestiging in Zwijndrecht in een filegevoelige zone met in de toekomst extra hinder ten gevolge van de werken naar aanleiding van de Oosterweelverbinding. Daarenboven stelt men vast dat (nieuwe) medewerkers mobiliteit steeds belangrijker vinden. Om deze drie redenen wil VAB maximaal tegemoet komen aan de noden van de medewerkers door **duurzame mobiliteitsalternatieven** aan te bieden. De **fiets** staat daarbij **op nummer één**.

In het mobiliteitsplan wordt vandaag de fiets stevig gepromoot. Zo werd er een **fietsleasing** geïntroduceerd, waarop ondertussen bijna 100 van de 300 medewerkers hebben ingetekend, en is er **gratis fietsbijstand** voor alle fietsers tijdens hun woon-werkverplaatsing. Daarnaast worden ook periodiek **fietsshesjes en fietsaccessoires** uitgedeeld, wordt er jaarlijks een VAB-fietsweek georganiseerd met daarin een **fietscarwash, fietshersteldienst**,... en is men aan het onderzoeken of er **pendelfietsen** kunnen worden ingezet naar de dichtstbijzijnde tramhalte (op ca. 1 km van de site).

Om het fietsgebruik verder aan te zwengelen, werd er geïnvesteerd in de **infrastructuur**. Er is een nieuwe fietsenstalling met extra comfort gekomen, de capaciteit hiervan werd uitgebreid en er werden laadpunten voorzien voor elektrische fietsen. Ook werden er extra lockers, kleedruimte en douches gerealiseerd.

Andere maatregelen die in het mobiliteitsplan werden genomen, zijn het invoeren van **flexibele werktijden**, het inrichten van een vijftal **satellietkantoren** en het promoten van het openbaar vervoer via o.a. het **'Proef eens van de trein'-project** van de NMBS waardoor iedere medewerker die interesse had, gedurende 1 maand gratis de trein kon uit proberen voor het woon-werktraject. Tot slot wordt verder onderzocht hoe de huidige car policy vergroend kan worden.

Drie tips die VAB heeft voor andere organisaties met duurzame mobiliteitsplannen zijn:

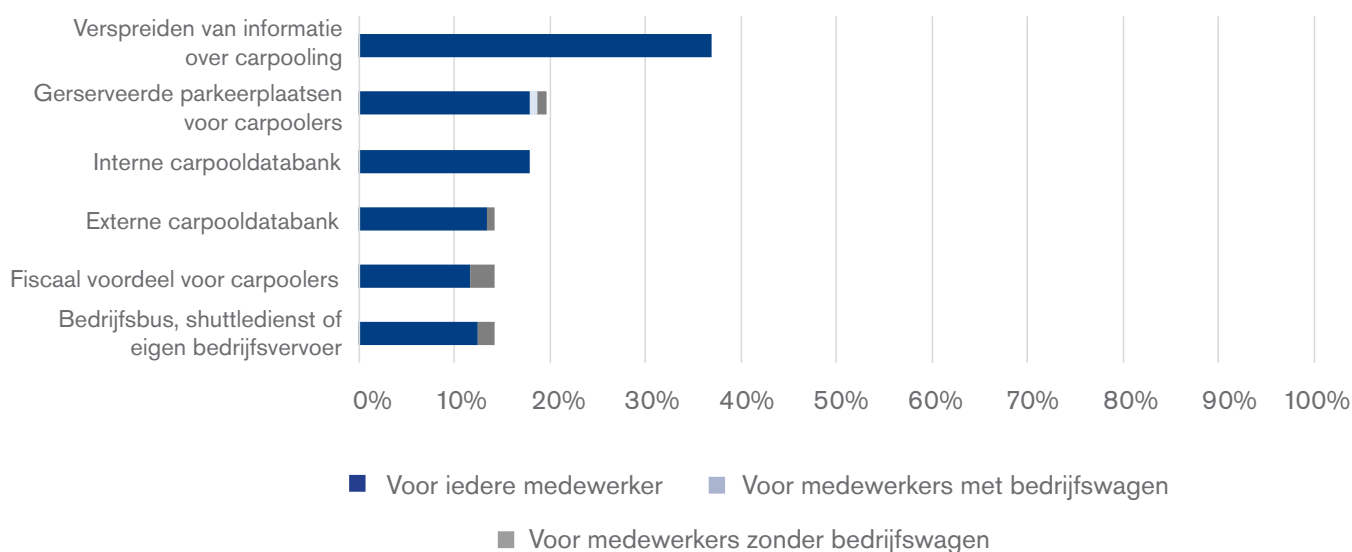
1. Zorg dat je de nodige **expertise** in huis haalt. Een externe mobiliteitsexpert weet wat werkt en wat niet, heeft kennis van bestaande initiatieven en kan je ondersteunen waar nodig.
2. Voorzie voldoende **tijd** voor de implementatie van het mobiliteitsplan, niet alleen bij de mobiliteitscoördinator, maar ook bij de andere diensten zoals HR en Infrastructuur.
3. Richt een **mobiliteitswerkgroep** op met collega's vanuit verschillende afdelingen om rekening te houden met de verschillende profielen en om het draagvlak binnen de organisatie te vergroten.

GEORGANISEERD GEMEENSCHAPPELIJK VERVOER EN CARPOOLING

Georganiseerd gemeenschappelijk vervoer is het collectief vervoer van medewerkers met elk voertuig dat geschikt is voor het vervoer van minimum twee personen. Medewerkers die hier gebruik van maken, genieten onder bepaalde voorwaarden van een fiscale gunstmaatregel. Ook medewerkers die aan carpooling doen, kunnen hiervoor een fiscaal voordeel krijgen. Met carpooling bedoelen we het gedeeld gebruik van een personenwagen waardoor een rit gedeeld wordt onder meerdere personen.

Uit de figuur hieronder blijkt dat ruim **1/3 van de organisaties informatie verspreidt** bij de medewerkers over **carpooling**. Daarnaast blijkt ook dat in **18%** van de organisaties bepaalde **parkeerplaatsen voorbehouden** zijn voor carpoolers en ongeveer **een vijfde** van deze participanten over een **carpooldatabank** beschikt, intern dan wel extern. Tot slot heeft **13%** van de organisaties een eigen **bedrijfsbus of shuttledienst** waar het personeel gebruik van kan maken. Dit eigen bedrijfsvervoer komt enkel voor in grote en middelgrote organisaties.

Georganiseerd gemeenschappelijk vervoer en carpooling



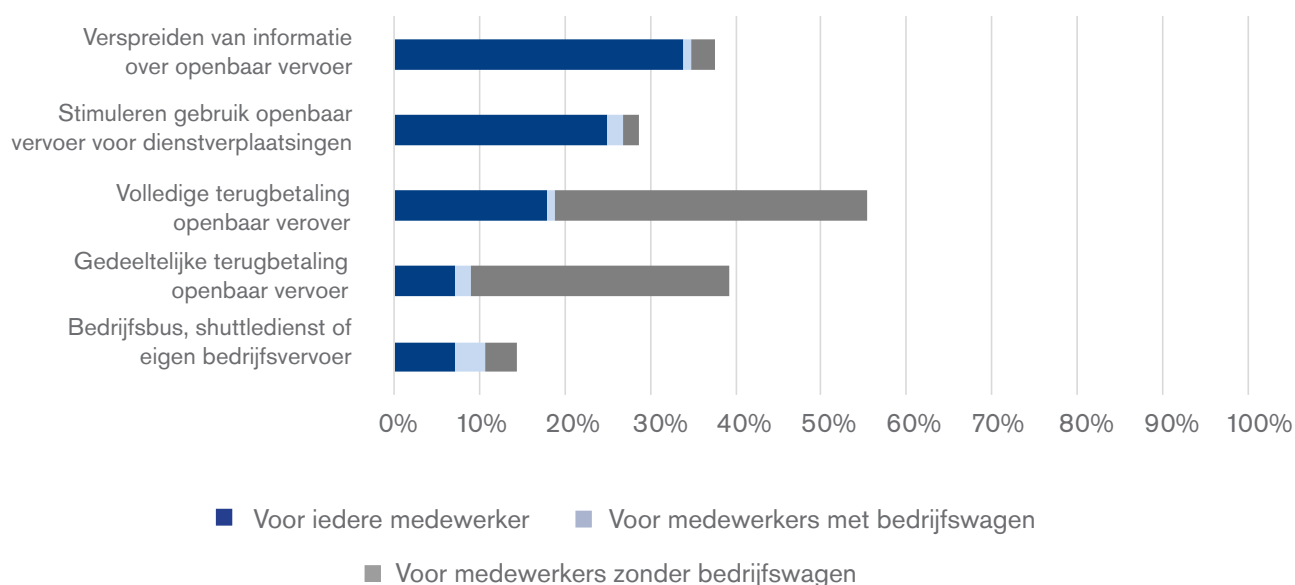
OPENBAAR VERVOER

37% van de organisaties **verspreidt informatie** bij het personeel over de mogelijkheden om het **openbaar vervoer** te gebruiken en richt zich daarbij vooral op de medewerkers zonder bedrijfswagen. Een derde van de organisaties stimuleert de medewerkers om dienstverplaatsingen te maken met het openbaar vervoer. Sommigen gaan hierbij vrij ver en hebben uitgeschreven richtlijnen waarmee ook bepaalde targets worden gesteld. Anderen doen dit op een meer informelere wijze en berichten de medewerkers ad hoc wanneer dienstverplaatsingen mogelijk zijn omwille van vlotte bereikbaarheid met openbaar vervoer.

In onderstaande figuur is te zien dat **medewerkers zonder bedrijfswagen** in **37%** van de organisaties een **volledige terugbetaling** krijgen van de kosten die ze maken bij het gebruik van het openbaar vervoer. Frappant is dat **18%** van de organisaties aangeeft dergelijke **volledige terugbetaling** te voorzien voor het **voltallig personeel**, dus ook voor medewerkers met een bedrijfswagen. Via deze volledige terugbetaling, wat meer is dan de wettelijke verplichting om een gedeelte van de kosten terug te betalen, hopen organisaties hun medewerkers te stimuleren in het gebruik van openbaar vervoer.

Tot slot is op te merken dat **15%** van de organisaties een **tegemoetkoming** voorziet voor de **parkingkosten** die medewerkers hebben wanneer ze aan een station parkeren. Sommigen voorzien dit enkel voor medewerkers zonder bedrijfswagen, anderen dan weer enkel voor medewerkers met een bedrijfswagen en nog andere organisaties voor het voltallig personeel.

Openbaar vervoer



ANDERE MAATREGELEN TEN VOORDELE VAN EEN MEER DUURZAME MOBILITEIT

Naast het stimuleren van duurzame vervoersalternatieven zoals de fiets, het openbaar vervoer of carpooling, kunnen organisaties tal van andere zaken doen om de aandacht van de medewerkers te vestigen op mobiliteit.

Zo is het **sensibiliseren van het personeel inzake mobiliteit** een eerste maatregel die 48% van de organisaties neemt, door vb. flyers te verspreiden in de lente over gunstige fietsroutes langs de werkplek of door tijdens de week van de mobiliteit een aantal acties te organiseren. Hierbij ontvingen we uiteenlopende actievoorbeelden zoals het organiseren van proefritten met elektrische voertuigen (wagens, fietsen en steps), het afleggen van een bijzondere fietstocht, het uitnodigen van een fietshersteldienst of het voorzien van een fotohoek waar collega's met duurzame vervoersmiddelen op de foto kunnen. Bij het sensibiliseren van het personeel komt het in uitzonderlijke gevallen voor dat er een infostand wordt voorzien met persoonlijk reisadvies op maat van de medewerker.

Een tweede maatregel is het aanstellen van een **interne mobiliteitscoördinator** om het mobiliteitsbeleid in goede banen te leiden. Dit komt globaal genomen in een derde van de organisaties voor. Vooral in grote organisaties is het gebruikelijk om een interne mobiliteitscoördinator te hebben. Hier stijgt het voorkomen tot 56%.

Ten derde is er het **bedrijfsvervoerplan (BVP)**. Het opstellen en uitvoeren van een BVP is verplicht in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest voor bedrijven die meer dan 100 medewerkers tewerkstellen op eenzelfde site. Het doel van zo'n BVP is tweeledig: enerzijds wil men zo de milieu-impact verminderen van het verkeer dat elke organisatie genereert en anderzijds wil men de fileproblematiek aanpakken en de mobiliteit in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest verbeteren. Hoewel het BVP verplicht is binnen deze regio, blijkt dat ook organisaties uit andere regio's (Oost-Vlaanderen, Antwerpen en Vlaams-Brabant) een BVP opstellen.

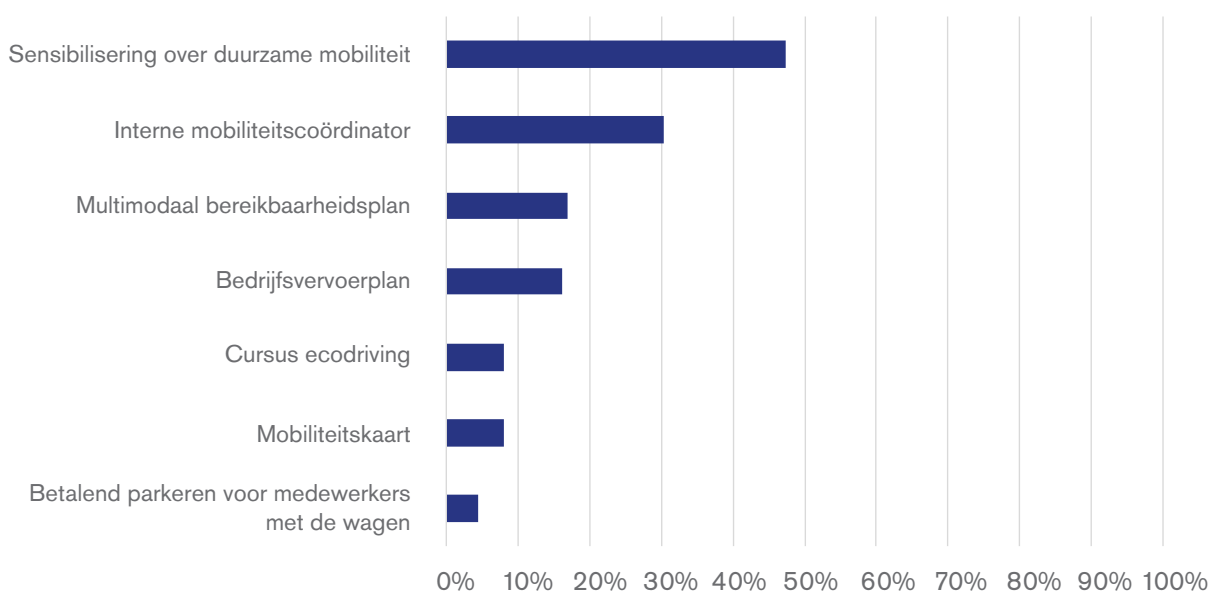
Een submaatregel kaderend binnen het bedrijfsvervoerplan, is het opstellen van een **multimodale bereikbaarheidsfiche**. In dit toegangsplan wordt alle informatie gebundeld over hoe de organisatie te bereiken is met trein, bus, metro, tram, te voet, fiets, taxi en auto. Vaak wordt dit gevisualiseerd via een kaart met routebeschrijving. Ook wordt aangeduid waar de autoparkings en fietsenstallingen van de site zich bevinden.

Een andere maatregel die ondernomen wordt door een aantal organisaties (8% in totaal), is het aanbieden van een **cursus ecodriving**. In een aantal uitzonderlijke gevallen zijn medewerkers zelfs verplicht om deze cursus te volgen. Het uitgangspunt van ecodriving is defensief en anticiperend rijden zodat de verkeersveiligheid verhoogt en je meer relaxed achter het stuur zit. Bovendien zorgt deze rijstijl ervoor dat brandstof wordt bespaard en zodoende ook de CO²-uitstoot en andere emissies worden beperkt.

Als voorlaatste beschrijven we de **mobiliteitsapps of -kaarten** waarmee diverse diensten kunnen worden aangekocht (vb. treinticket, deelfiets, parkeerkosten, hotel,...). Gekende Mobility as a Service (Maas) aanbieders zijn Olympus, Vaigo, Xximo, Skipr,... In totaal blijkt 8% van de organisaties vandaag te werken met dergelijk systeem. Vooral in Limburg, Oost-Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest komt dit voor.

Tot slot kan men als maatregel treffen dat de medewerkers zelf moeten **betalen voor hun parking** in/bij de organisatie. Zo ontmoedigt men ook geldelijk het gebruik van de wagen en wil men medewerkers aanzetten zich op een andere manier naar/van de werkplek te verplaatsen. Uit ons onderzoek blijkt dat dit voorlopig enkel bij sommige organisaties in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest wordt toegepast.

Openbaar vervoer



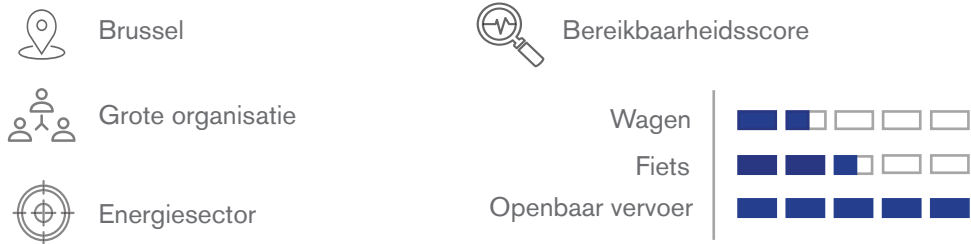
COMMUNICATIE

Met de volledige organisatie overschakelen naar een meer duurzame mobiliteit kan enkel slagen wanneer alle medewerkers overtuigd zijn van de voordelen die dit oplevert. Duidelijke communicatie en sensibilisering van het personeel zijn dan ook cruciaal.



Tip: Net als alle veranderingsprocessen vergt de shift van automobilititeit naar multimodale mobiliteit tijd. Medewerkers veranderen hun mobiliteitsgedrag niet van vandaag op morgen. Het is daarom cruciaal om als onderdeel van je mobiliteitsbeleid gericht en zeer frequent te communiceren en te informeren rond de duurzame alternatieven die je als organisatie aanbiedt.

LUMINUS BOUWT AAN EEN DUURZAME MOBILITEITSCULTUUR MET GROTE AANDACHT VOOR CHANGE EN COMMUNICATIE



Luminus streeft naar een **duurzame mobiliteitscultuur**, waarbij **iedere** medewerker telkens de mobiliteitsreflex maakt en zo voor de meest efficiënte en meest duurzame vervoerswijze kiest voor elke verplaatsing. Om dit te bereiken, werd een mobiliteitsvisie en -strategie uitgetekend en werd een communicatieplan vormgegeven.

Voor de uitbouw van de **mobiliteitsstrategie** vertrok Luminus vanuit de algemene organisatiewaarden waarbij o.a. empowerment, inspiration en positivism centraal staan. Na een uitgebreide as-is-analyse, potentieel inschatting en visievorming via interviews en workshops met de directie én werknemersvertegenwoordigers, werd een duidelijke mobiliteitsvisie geformuleerd: "Offering flexible and convenient mobility solutions and enabling our employees in organizing their mobility in a sustainable and efficient manner". Dat de eerste fase van de mobiliteitsstrategie op directioniveau plaatsvond, was een bewuste keuze, enerzijds omdat men verlangde dat de mobiliteitsstrategie nauw zou aansluiten bij de totale bedrijfsvisie en -strategie, maar anderzijds ook omdat de betrokkenheid van directie en management een absolute voorwaarde was om deze mobiliteitstransitie te doen slagen. Directie en management zijn immers de beste ambassadeurs voor een duurzaam mobiliteitsbeleid.

In een tweede fase werd de **mobiliteitsstrategie verder geconcretiseerd**, aan de hand van drie pijlers: **vermijden – verduurzamen – vergroenen**. Er werd een mobiliteitscoördinator aangesteld om binnen elke pijler de verschillende acties uit te werken en te becijferen, zowel naar kost als mogelijke impact. Omdat men zo efficiënt mogelijk met de middelen wilde omgaan, werden alle mobiliteitsgerelateerde kosten geanalyseerd zodat bestaande processen geoptimaliseerd konden worden en de meest adequate mobiliteitsoplossing kon voorgesteld worden aan de werknemers. Bij frequente treinreizigers bijvoorbeeld, wordt nu eerst samen met de medewerkers bekeken wat de meest interessante mobiliteitsoplossing is voor zowel de medewerker als voor Luminus (railease, halftijds treinabonnement, jaarabonnement,...). Nog een ander voorbeeld waarbij een grote besparing werd gerealiseerd, betreft de parking van het hoofdkantoor van Luminus. Na een grondige analyse van het parkeergedrag ten opzichte van het aantal beschikbare plaatsen en het invoeren van een parkeer management app, werd het aantal parkeerplaatsen met maar liefst 55 plaatsen verminderd. Het reservatiesysteem in de app optimaliseert de leegstaande parkeerplaatsen (wanneer bijvoorbeeld iemand thuiswerkt). Bovendien is de parking nu toegankelijk voor alle medewerkers van Luminus en niet enkel meer voor de medewerkers die voordien een toegekende parkeerplaats hadden. Daarnaast werd de mobiliteitscoördinator ook aangesteld om duurzame mobiliteit voldoende onder de aandacht te brengen bij de medewerkers en om als aanspreekpunt te fungeren voor al hun vragen of bezorgdheden rond mobiliteit.

Tijdens het uittekenen van de mobiliteitsvisie en -strategie, werd ook een **communicatieplan** vormgegeven. Een continue communicatie is immers cruciaal om een duurzame mobiliteitscultuur te creëren. In het communicatieplan worden zowel kleine als grote communicaties gepland met een **goede mix van communicatiekanalen**. Enkele voorbeelden hierbij zijn: flyer in het bedrijfsrestaurant, filmpjes plaatsen op het intranet/sociale media van medewerkers die zich duurzaam verplaatsen, bewustmakingssessies rond elektrische voertuigen (EV-café's). Daarnaast voert Luminus doorheen het jaar verschillende campagnes waarbij het **leren kennen en uittesten** van de duurzame modi centraal staan. Zo kregen medewerkers reeds de kans om elektrische wagens en fietsen uit te testen, kon men intekenen op een proefabonnement om 1 maand gratis de trein, bus, metro of tram te nemen naar/van het werk en werd een ludieke fietstocht georganiseerd voor de medewerkers, worden fietsen hersteld tijdens fietsateliers,... . Volgens Luminus situeert het hoogtepunt van de communicaties en acties zich steeds in de "Week van de Mobiliteit". Om het gebruik van alternatieve vervoersmodi ten volle te stimuleren, was zo de strafste actie vorig jaar het sluiten van de parking van het hoofdkantoor gedurende deze volledige week!

7 MOBILITEITSBUDGET

Steeds meer organisaties uit hun duurzaamheidsambities en willen deze integreren in hun organisatiestrategie. Om dergelijke ambities effectief te verwezenlijken, is het aangewezen een aantal duurzaamheidsprincipes op te nemen in de globale **beloningsstrategie**. Door dit op weldoordachte wijze te doen, **wordt beloning een hefboom voor het mobiliteitsbeleid**. Door bijvoorbeeld in de beloningsstrategie in te zetten op flexibel belonen krijgen medewerkers periodiek de kans om zelf hun arbeidsvoorwaardenpakket samen te stellen binnen de door de organisatie gestelde voorwaarden/keuzemogelijkheden. Hierbij kan de organisatie ervoor kiezen om in het **cafetariaplan** de opties gelinkt aan duurzaamheid (vb. milieuvriendelijke transportalternatieven, thuiswerk,...) hoger te waarderen door hier bijvoorbeeld extra punten/financiële middelen tegenover te stellen voor de medewerker. Een manier om de keuzevrijheid van de medewerker te sturen in de richting van duurzaamheid, is het introduceren van het mobiliteitsbudget.

Sinds het voorjaar 2019 is het **mobilitieitsbudget** een feit. Hierdoor kunnen medewerkers die al voldoende lang beschikken over (of in aanmerking komen voor) een bedrijfswagen, deze omzetten naar een mobiliteitsbudget. Hierbinnen kunnen ze vervolgens kiezen voor een combinatie van vervoersmiddelen die hen het vlotst en op de meeste milieuvriendelijke manier naar en van het werk brengt.

De grootte van het mobiliteitsbudget wordt bepaald door de totale leasekost van de bedrijfswagen die men opgeeft of waarvoor men in aanmerking komt. Buiten de klassieke kosten zoals de maandelijkse leaseprijs, de verzekeringskost, brandstofkost en solidariteitsbijdrage mogen ook de fiscale en parafiscale lasten toegevoegd worden.

Medewerkers kunnen hun mobiliteitsbudget besteden in **drie pijlers, met elk een eigen sociale en fiscale behandeling**:

	Pijler 1	Pijler 2	Pijler 3
	<p>Inhoud pijler:</p> <p>Milieuvriendelijke wagen Meer bepaald:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elektrische wagen of ▪ Een wagen met maximale CO²-uitstoot van 105g/km, afgebouwd naar 95g/km in 2021 en ▪ Een wagen die minstens even milieuvriendelijk is aan de wagen die men opgeeft en bijkomend aan welbepaalde minimumnormen voldoet 	<p>Inhoud pijler:</p> <p>Duurzame vervoerswijzen Meer bepaald:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Openbaar vervoer: abonnementen voor het woon-werkverkeer en biljetten voor reizen in België en Europa ▪ Zachte mobiliteit: aankoop, huur, leasing, onderhoud en verplichte uitrusting van rijwielen, bromfietsen en elektrische motorfietsen ▪ Georganiseerd gemeenschappelijk vervoer: carpooling, deeloplossingen, taxidienst en huur van 'de vakantiewagen' ▪ Huisvestingskost: huurgelden en interesten van hypothecaire leningen als de woonplaats binnen 5km van de normale werkplaats ligt. 	<p>Inhoud pijler:</p> <p>Cash Meer bepaald:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Het deel van het budget dat niet gependend werd in pijler 1 en/of 2, wordt uitgekeerd in cash aan de medewerker op het einde van het kalenderjaar.
	<p>Sociale en fiscale behandeling:</p> <p>Identieke (para)fiscale behandeling zoals op vandaag gegeven wordt aan de bedrijfswagen die men inruilt.</p>	<p>Sociale en fiscale behandeling:</p> <p>Deze pijler is 100% aftrekbaar voor de werkgever en vrijgesteld van personenbelasting.</p>	<p>Sociale en fiscale behandeling:</p> <p>Deze pijler is 100% aftrekbaar voor de werkgever en vrijgesteld van personenbelasting maar er is een specifieke solidariteitsbijdrage te betalen van 38.07%.</p>

VOORBEELD *

Drie medewerkers gaan met de bedrijfswagen (Audi A3) naar het werk. De geschatte totale leasekost bedraagt €6500/jaar, wat de waarde van hun mobiliteitsbudget is. Dankzij dit mobiliteitsbudget krijgt elk van de drie de vrijheid om zelf een mobiliteitspakket samen te stellen wat optimaal aansluit bij de eigen individuele behoeften.

1. Axel gaat vanaf nu met de trein naar het werk en gaat het laatste deel met de plooi fiets. Zijn woon-werkafstand bedraagt 48 km, wat belangrijke info is om de kost van het treinabonnement te kennen. Financieel betekent dit voor hem:

 Pijler 1: milieuvriendelijke wagen	 Pijler 2: duurzame vervoerswijzen	 Pijler 3: cash
Geen auto	Openbaar vervoer Abonnement NMBS € 1483	Resterend budget € 3 818
	Gedeeld vervoer € 0	Solidariteitsbijdrage € 1 453
	Fiets Fietsleasing € 1 200	
	Andere € 0	
Totaal pijler 1 € 0	Totaal pijler 2 € 2 683	Totaal pijler 3 € 2 365

2. Bieke rijdt voortaan met een **kleine en groenere wagen** naar het werk en reserveert gedurende haar vakantieperiode een **grote wagen** om de **reis** af te leggen. Voor Bieke betekent dit:

 Pijler 1: milieuvriendelijke wagen	 Pijler 2: duurzame vervoerswijzen	 Pijler 3: cash
Volkswagen UP! € 5 359	Openbaar vervoer € 0	Resterend budget € 392
	Gedeeld vervoer € 0	Solidariteitsbijdrage € 149
	Fiets € 0	
	Andere Huurwagen € 750	
Totaal pijler 1 € 5 359	Totaal pijler 2 € 750	Totaal pijler 3 € 243

3. Caroline neemt een **Auto-Delen-abonnement** en schaft voor korte afstanden een **elektrische step** aan. Voor haar ziet het pakket er als volgt uit:

 Pijler 1: milieuvriendelijke wagen	 Pijler 2: duurzame vervoerswijzen	 Pijler 3: cash
Geen auto	Openbaar vervoer € 0	Resterend budget € 5 691
	Gedeeld vervoer Abonnement auto delen € 310	Solidariteitsbijdrage € 2 166
	Fiets € 0	
	Andere Aankoop step € 500	
Totaal pijler 1 € 0	Totaal pijler 2 € 810	Totaal pijler 3 € 3 525

* Voorbeeld aangereikt door Traject en LeasePlan; berekening gebaseerd op vennootschapsbelasting 2019.

Uit ons onderzoek blijkt dat ruim **1/10** van de organisaties **duurzame mobiliteitskeuzes** heeft **geïntegreerd in het flexibel beloningsplan**. In deze verloningsvorm kunnen medewerkers hun beloningspakket aanpassen aan de eigen individuele (en veranderende) behoeften door een bepaald onderdeel van hun beloningspakket (vb. bedrijfswagen, eindejaarspremie,...) in te ruilen voor een ander voordeel dat de werkgever aanbiedt. 11% van de organisaties biedt hierbij mobiliteitsalternatieven aan. Hierbij is er een evenwichtige spreiding over kleine, middelgrote en grote organisaties.

De toekomst van het mobiliteitsbudget ziet er rooskleurig uit. Ruim de helft van de organisaties geeft aan binnen de drie jaar het mobiliteitsbudget te introduceren binnen de organisatie en daarbovenop geeft 18% mee dit te willen doen binnen de vijf jaar. In totaal geeft **drie kwart van de organisaties** dus aan om in te zetten op het mobiliteitsbudget **in de nabije toekomst**.

De hoofdredenen waarom organisaties geen mobiliteitsbudget wensen te implementeren, zien er als volgt uit:

1. Onduidelijk wetgevend kader (43%)
2. Administratieve werklast (40%)
3. Tijdsgebrek (30%)

Één jaar voor dan de intrede van het mobiliteitsbudget dat we zonet beschreven, werd de mobiliteitsvergoeding ingevoerd, beter bekend als "cash for car". Sinds begin 2018 kunnen medewerkers die al voldoende lang beschikken over een bedrijfswagen, deze inruilen voor een cash vergoeding. Ook dit kan een **strategische keuze** zijn in het beloningsbeleid om medewerkers te laten nadenken over hun verplaatsingsgedrag.

De **bruto cash for car vergoeding** wordt op het moment van de ruil vastgesteld op 20% van 6/7 van de cataloguswaarde van de bedrijfswagen die wordt geleverd. Beschikt de medewerker daarbij ook over een tankkaart, dan is de vergoeding gelijk aan 24% van 6/7 van de cataloguswaarde van de bedrijfswagen.

Wanneer de medewerker voor het privégebruik van de bedrijfswagen destijds een nettovergoeding betaalde, dan wordt deze eigen bijdrage in mindering gebracht van de mobiliteitsvergoeding. Wat de fiscale behandeling betreft, betaalt de medewerker personenbelasting aan de hand van een jaarlijks belastbaar voordeel. De werkgever langs zijn kant betaalt een solidariteitsbijdrage die 100% fiscaal aftrekbaar is. Deze bijdrage is afhankelijk van het CO²-uitstootgehalte en type brandstof van de wagen die werd ingeruild.

VOORBEELD

Anna ruilt haar **BMW 3** in voor een cash vergoeding. De **cataloguswaarde** van de wagen bedraagt **€30 000**. Het is een dieselwagen met een CO²-uitstoot van 100 g/km. Ook had Anna recht op een **tankkaart** die bruikbaar was binnen België.

De formule om de **mobiliteitsvergoeding** te berekenen is in dit geval de volgende:

Cataloguswaarde x 6/7 x 24%

De formule om het **jaarlijks belastbaar voordeel** te berekenen, is:

Cataloguswaarde x 6/7 x 4%; minimum belastbaar voordeel 2019 is €1340.



Werknemer

In dit voorbeeld ontvangt Anna een bruto mobiliteitsvergoeding van **€6171**. Het jaarlijks belastbaar voordeel bedraagt €1340. Uitgaande van een gemiddelde personenbelasting van 50% komt dit neer op een jaarlijkse netto belasting van €670.

Wanneer we de bruto mobiliteitsvergoeding verminderen met de jaarlijkse netto belasting, houdt Anna een jaarlijkse netto mobiliteitsvergoeding over van **€5501**.



Werkgever

De werkgever betaalt een jaarlijkse mobiliteitsvergoeding van **€6552** (= €6171 + een solidariteitsbijdrage van €384).

Uit ons onderzoek blijkt dat zo'n **13%** van de organisaties de mobiliteitsvergoeding, ofte cash for car, als mogelijk alternatief aanbiedt aan de medewerkers. Echter in realiteit blijkt dat medewerkers hier zelden gebruik van maken. Wat de toekomst betreft, geeft 51% van de organisaties aan hier niet verder op in te zetten. De resterende organisaties zouden dit wel willen doen binnen de komende drie jaar (25%) en vijf jaar (11%).

De top drie van redenen waarom organisaties geen mobiliteitsvergoeding wensen aan te bieden, ziet er als volgt uit:

1. Geen interesse van de medewerkers (49%)
2. Onduidelijk wetgevend kader (39%)
3. Administratieve werklast (33%)

9 TIJDS- EN PLAATSONAFHANKELIJK WERKEN

Tijds- en plaatsafhankelijk werken (TPOW) betekent dat medewerkers niet of minder gebonden zijn aan vaste uren en/of een vaste werkplek. Voorbeelden van TPOW zijn: thuiswerk, telewerk, werken vanuit een coworking space of publieke werkplek, werken volgens flexibele werkuren,... Vanuit een **triple-win**-redenering verwacht men winst voor:

- 1) het individu: betere work-lifebalans, minder stress, efficiëntie,...
- 2) de organisatie: verhoogde flexibiliteit, verbetering van het imago, daling huisvestingskosten,...
- 3) de samenleving: minder verkeer, meer werkgelegenheid in niet-stedelijke gebieden,...

In ons onderzoek peilden we afzonderlijk naar tijdsonafhankelijk werk en naar plaatsafhankelijk werk. Het valt immers voor dat een organisatie wel een beleid heeft omtrent flexibele werkuren, maar daarom geen beleid over plaatsafhankelijk werk. Achtereenvolgens zullen de resultaten worden toegelicht met betrekking tot tijdsonafhankelijk werk, plaatsafhankelijk werk en videoconferencing.

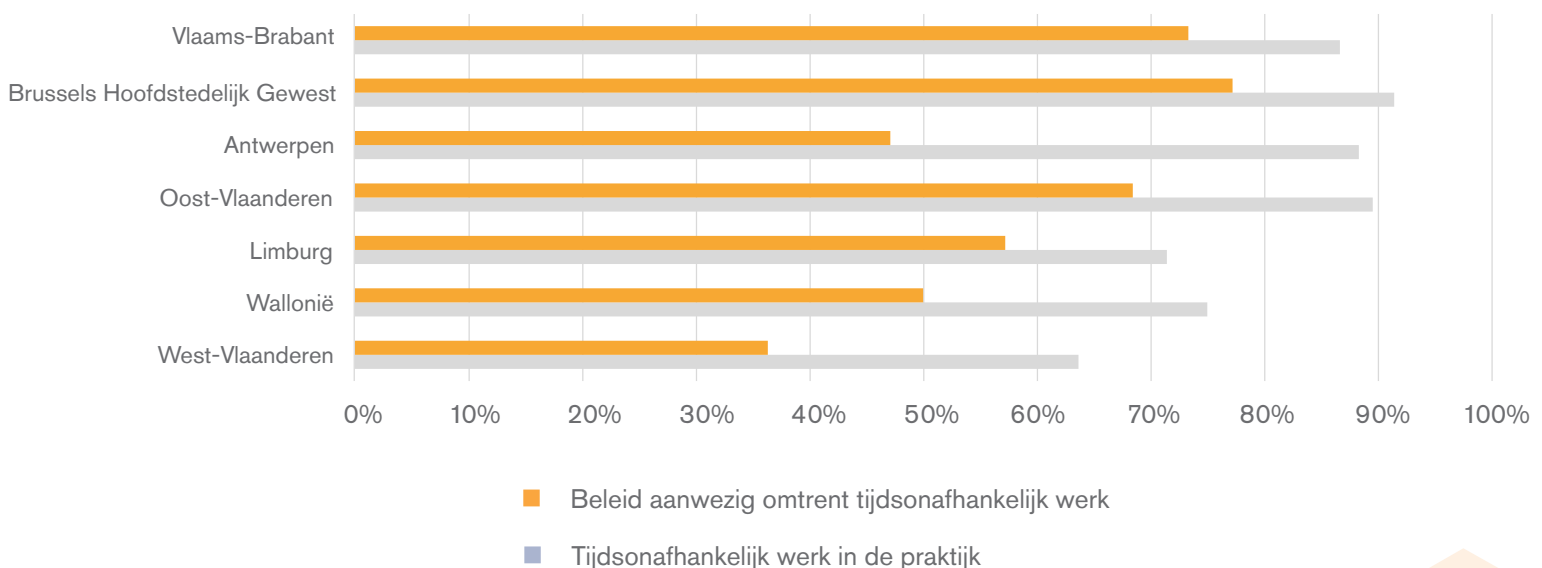
TIJDSONAFHANKELIJK WERKEN

Onder tijdsonafhankelijk werk verstaan wij dat de medewerker **autonomie** heeft over **de tijdsbesteding en werkuren**, zolang de resultaten maar behaald worden conform de afspraken. Ook glijdende werkuren vallen hieronder. Het gaat erom dat de medewerker niet gebonden is aan een bepaald tijds kader.

Uit ons onderzoek blijkt dat hoewel **85%** van de organisaties aangeeft dat **tijdsonafhankelijk werk in de praktijk** wordt toegepast door de medewerkers na akkoord van de leidinggevende, er **slechts in de helft** van de deelnemende organisaties **een formeel beleid** bestaat hierover. Het formeel beschrijven van de afspraken omtrent tijdsonafhankelijk werk gebeurt het vaakst in grote organisaties, wellicht omdat een schriftelijk document gemakkelijk te communiceren is aan een grote groep van mensen, die vaak verspreid zijn over meerdere vestigingen.

Bij het analyseren van de data rond tijdsonafhankelijk werk, stelden we vast dat er op **regionaal** niveau **grote verschillen** zijn. Zo blijken organisaties in Vlaams-Brabant, het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en Oost-Vlaanderen het verst gevorderd te zijn inzake tijdsonafhankelijk werken, zowel wat beleid als praktijk betreft.

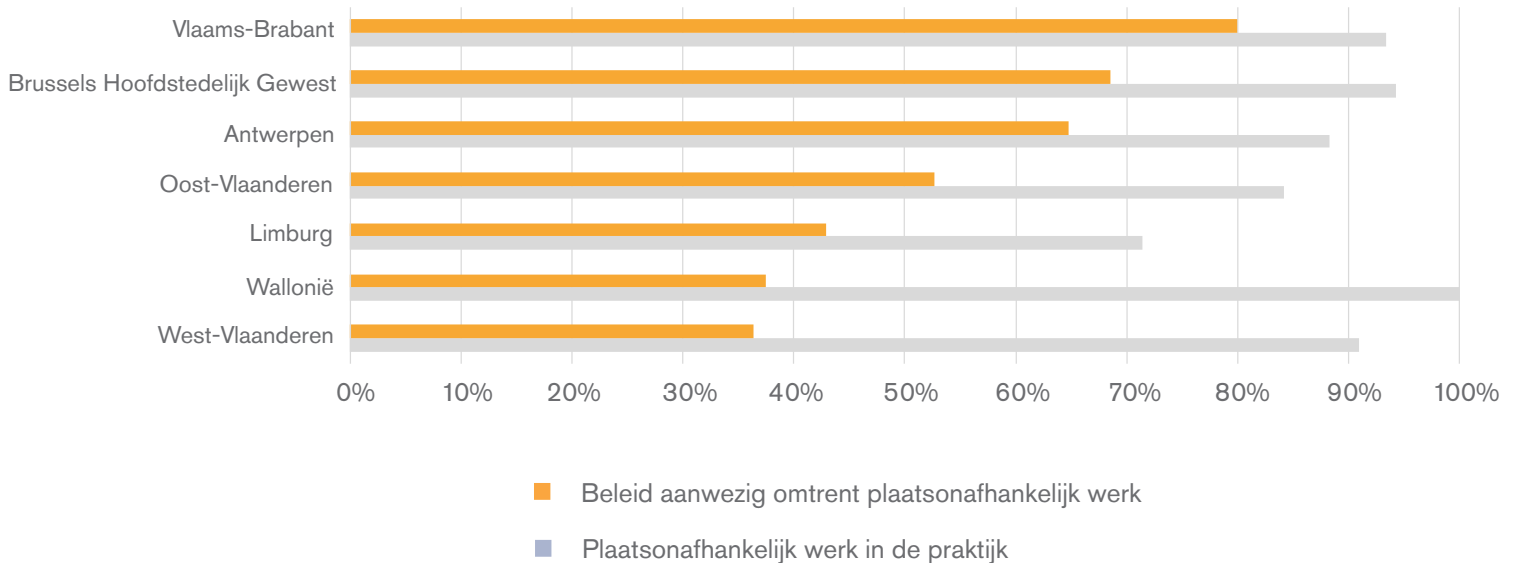
Tijdsonafhankelijk werken: beleid en praktijk



PLAATSONAFHANKELIJK WERKEN

Plaatsonafhankelijk werk betekent dat de medewerker **niet gebonden** is aan een **bepaalde werkplek** voor het uitoefenen van de werkzaamheden. Bij **90%** van de organisaties die deelnamen aan deze studie, komt **plaatsonafhankelijk werk in de praktijk** voor. Echter heeft slechts **49%** hierover een **beleid**. Opnieuw stellen we vast dat dit beleid het vaakst voorkomt in grote organisaties en zijn er regionale verschillen. Zo blijkt dat alle deelnemende organisaties uit Wallonië hebben aangegeven dat plaatsonafhankelijk werk mogelijk is indien de leidinggevende dit toestaat. De meest populaire vorm van plaatsonafhankelijk werk is **thuiswerk**, wat in driekwart van alle organisaties voorkomt, gevolgd door werken vanuit een **satellietkantoor** (40%) of coworking space en tot slot vanuit een **publieke werkplek** (13%).

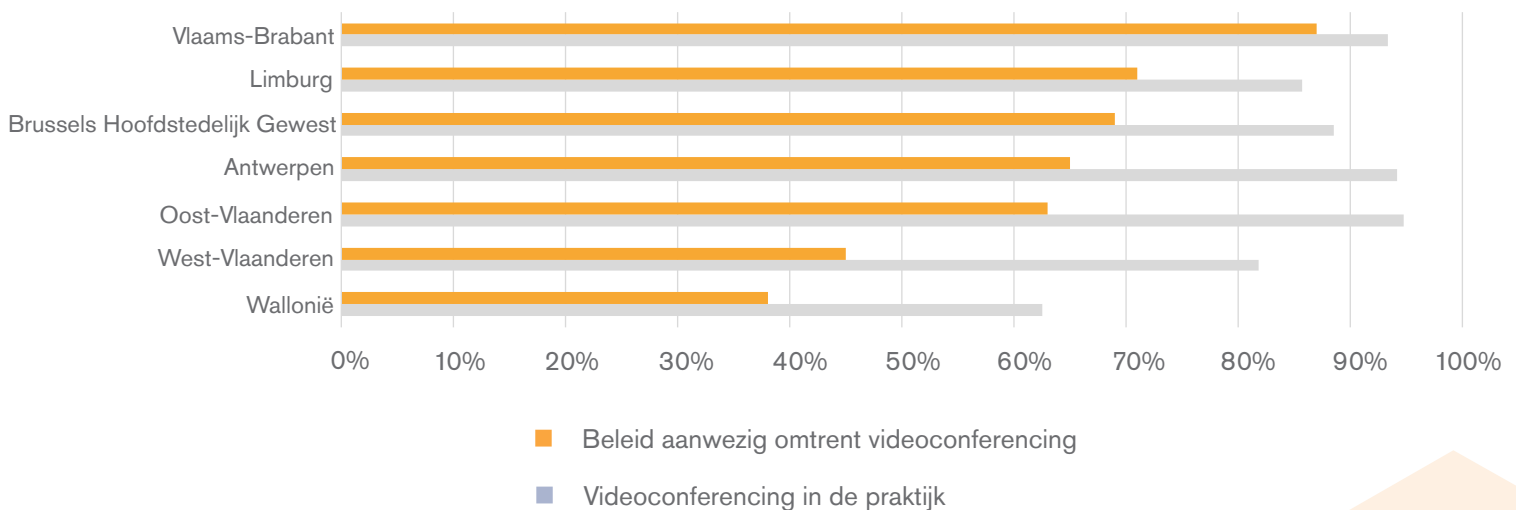
Plaatsonafhankelijk werken: beleid en praktijk



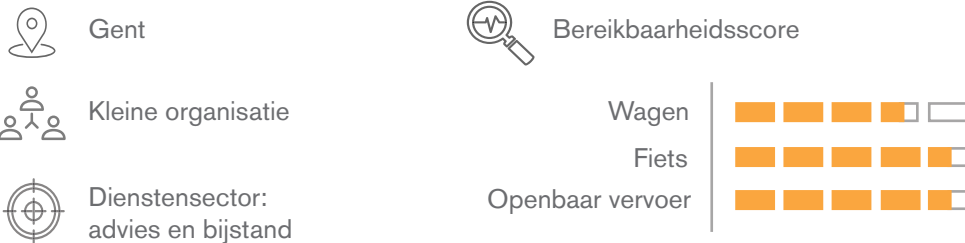
VIDEOCONFERENCING

Om op een efficiënte wijze tijds- en plaatsonafhankelijk werk te verrichten, kan men gebruik maken van videoconferencing. Dit houdt in dat mensen vanop verschillende locaties via een camera en beeldscherm met elkaar kunnen overleggen en samenwerken. In totaal heeft **65%** van de organisaties een **beleid** omtrent videoconferencing. In lijn met de vaststellingen bij tijds- en plaatsonafhankelijk werk, blijkt ook hier dat dit vooral over grote en middelgrote organisaties gaat.

Videoconferencing: beleid en praktijk



TRAJECT MAAKT VOOR ELKE VERPLAATSING DE MOBILITEITSREFLEX EN VERMIJDT DAARDOOR DE FILES



Traject is dé expert in het adviseren van bedrijven op het vlak van mobiliteit. Het is daarom evident dat zij zelf het voorbeeld geven met een state of the art mobiliteitsbeleid. Hierbij is de eerste cruciale stap de **locatiekeuze van de kantoren**. Zowel in Gent als Brussel zijn de kantoren gelegen op wandelafstand van het treinstation. Vanuit de kantoren kunnen de medewerkers vlot en efficiënt reizen naar de klanten, waardoor de reistijd vaak werktijd wordt.

Omdat **de meest duurzame verplaatsing diegene is die niet gemaakt wordt**, laat Traject alle medewerkers toe om van thuis of vanop andere locaties te werken, niet alleen vanuit mobiliteitsprincipe, maar ook vanuit het optimaliseren van de work-lifabalans. Traject focust immers als bedrijf op de kwaliteit van de dienstverlening aan onze klanten en niet op waar of wanneer iemand werkt.

Ook bij de organisatie van vergaderingen hanteert Traject een "**mobiliteitsreflex**". Enerzijds wordt voor elke dienstverplaatsingen de afweging gemaakt of de meeting fysieke aanwezigheid vereist, of er overleg kan gebeuren via Skype of telefoon. Indien een verplaatsing toch noodzakelijk is, wordt maximaal ingezet op het openbaar vervoer, fiets, deelfiets of Cambio. Anderzijds worden meetings zo ingepland dat het aantal autokilometers beperkt blijft: bv. door alle meetings in de Antwerpse regio waarvoor een auto het meest efficiënt is, te bundelen op 1 dag of door het startuur van de meetings af te stemmen op het aankomstuur van trein.

Alle medewerkers die regelmatig dienstverplaatsingen maken, beschikken over de Olympus-app waarmee op een eenvoudige manier tickets voor openbaar vervoer, deelfietsen, Cambio, ... kunnen besteld worden. Pre-financiering of het bijhouden van bonnetjes valt weg waardoor de administratieve afhandeling heel efficiënt gebeurt.

Het effect blijft niet uit: alle onze medewerkers verplaatsen zich op een duurzame manier voor hun woon-werkverplaatsingen en het merendeel van onze dienstverplaatsingen gebeurt duurzaam.

10 AANBEVELINGEN

Hoe organisaties in de toekomst zullen omgaan met mobiliteit, valt niet te voorspellen. De vaststellingen die wij hierboven maakten en trends die wij opmerkten, stemmen ons alvast positief aangezien wij ervan overtuigd zijn dat een doordacht mobiliteitsbeleid met duidelijke keuzes een grote meerwaarde is voor elke organisatie!

Hierbij willen we graag nog een aantal algemene tips meegeven voor organisaties die willen starten met een mobiliteitsbeleid of die hun huidig beleid wensen te versterken:

- ▶ **Elke organisatie is anders.** Het opmaken van een eigen mobiliteitsstrategie vergt maatwerk en hierbij is het belangrijk te starten vanuit de specifieke organisatiecultuur en bedrijfsstrategie zodat de mobiliteitsstrategie duidelijk verbonden is met de algemene missie, waarden en ambities van de organisatie.
- ▶ **Gebruik het beloningsbeleid als hefboom voor de implementatie van het mobiliteitsbeleid.** Door in de beloningsstrategie duidelijk te bepalen waarvoor, hoeveel, waarmee en hoe de organisatie haar medewerkers wil belonen, kan de organisatie inzetten op duurzame mobiliteit en kan ze daarenboven aanmoedigen dat de medewerkers duurzame keuzes maken, wat bijdraagt tot de gedragsverandering van de medewerkers.
- ▶ **Gedragsverandering vergt tijd.** Een mobiliteitsplan is enkel een eerste stap: analyseer waar de mogelijkheden en kansen liggen, maar voorzie voldoende tijd en middelen om gedurende langere tijd te werken aan het creëren van een echte mobiliteitscultuur. Een interne mobiliteitscoördinator is een cruciale factor om het mobiliteitsplan gestructureerd uit te rollen, de vragen van het personeel te capteren en op eenduidige wijze te communiceren met de directie.
- ▶ **Communicatie en sensibilisering zijn essentieel.** Om ervoor te zorgen dat het mobiliteitsbeleid gedragen wordt doorheen de hele organisatie, is standvastige communicatie en sensibilisering cruciaal. Ga in dialoog met de medewerkers, geef zelf het goede voorbeeld, zoek ambassadeurs bij de directie, laat medewerkers elkaar inspireren,...
- ▶ Het organiseren van een intern mobiliteitsbeleid is een vak apart, niet iets dat je er even bij neemt tussen alle andere taken door. Om tot een duurzaam beleid te komen raden we aan een **werkgroep mobiliteit** samen te stellen. Medewerkers in deze werkgroep vergroten het draagvlak, kunnen verder inspireren en helpen bij de implementatie van de maatregelen.
- ▶ **Testen werkt.** Bij het introduceren van nieuwe duurzame vervoersalternatieven, helpt het om medewerkers de kans te geven testritten te maken met vb. een elektrische wagen of een openbaar vervoer abonnement te nemen. Zo kunnen vragen, vooroordelen of bezorgdheden meteen beantwoord worden en kunnen medewerkers direct ervaren of en hoe de nieuwe transportwijze past bij hun activiteiten.
- ▶ **Laat medewerkers zelf beslissen welke mobiliteitsvorm werkt voor hen.** De meest duurzame manier om iedereen een multimodale reflex te laten krijgen, is door medewerkers autonomie te geven. Hierbij kunnen – via een flexibel beloningsplan – bepaalde duurzame opties extra gestimuleerd worden, maar door er geen verplichting van te maken, laat je medewerkers nadenken over hun persoonlijke situatie en voorkeuren en geraak je op lange termijn veel verder.

VRAGEN? AARZEL NIET OM ONS TE CONTACTEREN!



Hudson

+32 (0)9 242 54 44

hrs.compben@hudsonsolutions.com

Moutstraat 56 | 9000 Gent

www.hudsonsolutions.com



TRAJECT

+32 (0)9 312 34 33

traject@traject.be

Charles de Kerchovelaan 17 | 9000 Gent

www.traject.be



LeasePlan

+32 (0)2 722 62 11

consultancy@leaseplan.be

Telecomlaan 9 | 1831 Diegem

www.leaseplan.com