

# Impact maken met je (nieuwe) mobiliteitsbeleid

Hoe we jouw medewerkers bewegen om  
duurzamer, vitaler of flexibeler te reizen







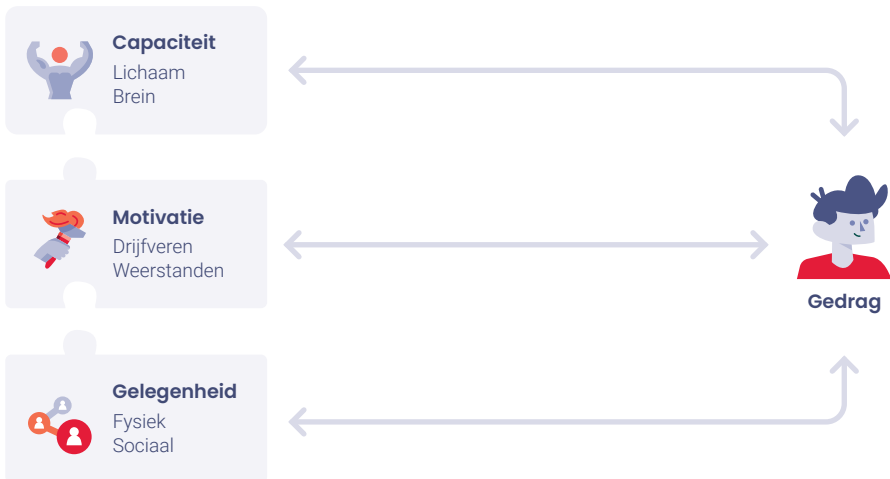
01

## Hoe zorg je ervoor dat medewerkers naar en voor hun werk reizen zoals beoogd met jullie mobiliteitsbeleid?

Heb je (nieuw) mobiliteitsbeleid gemaakt omdat je graag wil dat je medewerkers bijvoorbeeld duurzamer, vitaler of flexibeler reizen? Of meer gebruik maken van deelvervoer of vaker thuis werken? Heeft je beleid nog niet de impact die je voor ogen hebt en vertonen je medewerkers nog te weinig dit gewenste gedrag? Dat is niet zo vreemd! Niks is zo lastig als menselijk

gedrag veranderen. We zijn immers allemaal gewoontedieren. Uit onderzoek en ervaring weten we dat om gedrag blijvend te veranderen, meer nodig is dan beleid alleen. Wij snappen dit probleem en kunnen je hiermee helpen. Met onze gedragsaanpak achterhalen we exact wat nodig is om het beoogde (reis)gedrag wél te bereiken.

## Oog voor jouw medewerkers



Dat zit zo. Om je op een bepaalde manier te gedragen - bijvoorbeeld vaker op de fiets naar je werk - moet je als medewerker beschikken over de capaciteit (bijvoorbeeld voldoende uithoudingsvermogen en spierkracht om te fietsen), moet de gelegenheid er zijn (heb je een goede fiets en is er een goede fietsroute) en moet je de juiste motivatie hebben. We noemen dit de invloedsfactoren. Als het aan één of meerdere van deze factoren schort, leidt dit nooit tot het gewenste gedrag.

Maar daar kunnen we iets aan doen! Met onze gedragsaanpak onderzoeken we welke factoren niet of onvoldoende aanwezig zijn en achterhalen we waar de sleutel ligt tot ander (reis)gedrag. We bedenken slimme interventies en gedragstechnieken op maat die inspelen

op de invloedsfactoren. En daarmee bereik je wél de impact en gedragsverandering die je voor ogen hebt, vaak zelfs zonder je beleid te hoeven aanpassen.



## Onze aanpak in vijf stappen

We zetten hiervoor samen de volgende stappen:



### 1 Scherpstellen

We bepalen samen met jullie de focus. Wat zijn jullie ambities en doelen? Wat is het gewenste gedrag en de doelgroep(en) waar we de verandering willen zien?



### 2 Onderzoeken

Om inzicht te krijgen in de capaciteit, gelegenheid en motivatie van de doelgroep worden diepte-interviews afgenomen of focusgroepen uitgevoerd.



### 3 Analyseren

De verzamelde informatie brengen we samen en we stellen de gedragsdiagnose.



### 4 Ontwerpen

Op basis van de gedragsdiagnose bepalen we welke gedragstechnieken we het beste kunnen inzetten en ontwerpen we bijpassende interventies.



### 5 Uitvoeren

In deze fase ontwikkelen we de interventies in de praktijk. Indien gewenst testen we de interventies om zo het effect op gedrag te kunnen meten.

04

## Passende interventies inzetten om reisgedrag écht te veranderen

Pas als je grondig onderzoek hebt gedaan, weet je echt wat mensen belemmert of motiveert om het gewenste gedrag uit te voeren. En pas dan kun je bepalen welke interventie(s) kansrijk zijn en het meeste impact gaan maken.

### Voorbeelden van typen interventies

- ✓ Belonen

---

- ✓ Beperken

---

- ✓ Verplichten

---

- ✓ Trainen

---

- ✓ Faciliteren

---

- ✓ Rolmodel inzetten

---

- ✓ Omgeving aanpassen

---

- ✓ Voorlichten

---

- ✓ Overtuigen

De keuze voor het juiste type interventie is niet eenvoudig. Bovendien kan elk type interventie op veel verschillende manieren worden uitgevoerd. Daarbij zijn talrijke



psychologische principes om rekening mee te houden. Mensen reageren immers niet altijd zoals je wellicht van tevoren bedenkt.

Een voorbeeld: om je medewerkers vaker te laten fietsen, kies je voor belonen. Belonen kan in de sfeer van beleid liggen, zoals een reiskostenvergoeding of een fiscale vrijstelling. Je kunt ook beloningen inzetten in de sociale omgeving, bijvoorbeeld via een competitie met collega's, waarbij het erom gaat wie de meeste kilometers fietst. Of heel letterlijk: een beloning in de vorm van een bon voor een gratis gezonde shake of setje fietslampjes.

Gedegen gedragskennis en ervaring met gedragsbeïnvloeding helpen bij het maken van de juiste keuzes en een goede uitwerking van de maatregelen. Door echt in te zoomen op jouw medewerkers, komen we tot passende interventies.

## Voorbeelden uit de praktijk

**Gewenst gedrag** *Meer medewerkers komen op de fiets naar het werk*

**Bevinding** Medewerkers vinden het niet prettig om naar werk te fietsen omdat de fietsenstalling niet voldoet aan hun behoefte en wensen.

**Invloedsfactor** Fysieke gelegenheid

**Oplossing** We verbeteren de voorzieningen



1 De fietsenstalling wordt groter gemaakt, om ook ruimte te maken voor elektrische fietsen en bakfietsen.

2 Er worden elektrische laadpunten voor fietsaccu's toegevoegd. Zo komen medewerkers altijd thuis.

3 Kluisjes zorgen ervoor dat medewerkers hun fietshelm of -kleding gemakkelijk op kunnen bergen.

4 Een overkapping zorgt ervoor dat de fietsen droog blijven.

5 Doordat de stalling afgesloten kan worden, hoeven de medewerkers zich geen zorgen meer te maken dat hun fiets gestolen wordt.

**Gewenst gedrag** *Meer medewerkers komen op de fiets naar het werk*

**Bevinding** Medewerkers wijzen met name naar hun collega's die ook niet fietsen en de fietsende collega is niet zichtbaar.

**Invloedsfactor** Sociale gelegenheid

**Oplossing** We spelen in op communicatie



1 Sociale bewijskracht - door te laten zien dat veel collega's al mee doen, draagt dit bij aan de overtuiging dat dit leuk of de moeite waard is.

2 Implementatie intentie - Door de medewerkers een fietsplan te laten maken, waarbij ze invullen wanneer en waar ze gaan fietsen, vergroot dit de kans op het daadwerkelijke gedrag.

3 Descriptieve norm - door het woordje 'ook' toe te voegen communiceren we de gewenste norm.

4 Door een fietscompetitie te organiseren waar je in teams tegen collega's kunt strijden om de eerste plek, maak je de fietser zichtbaar en zet je deze in het zonnetje. Competitie werkt daarnaast als motivator voor veel mensen.



**Gewenst gedrag** *Meer medewerkers maken vaker gebruik van de elektrische deelauto's*

**Bevinding**

Medewerkers maken geen gebruik van elektrische deelauto's omdat ze onzekerheid ervaren rondom het gebruik en niet weten hoe en waar te laden.

**Invoedsfactor**

Capaciteit brein

**Oplossing**

We spelen in op informatievoorziening en ervaring



**1** Om een positieve ervaring op te doen, mogen medewerkers de elektrische deelauto een weekend mee naar huis nemen.

**2** Alle belangrijke informatie staat op een centrale en overzichtelijke plek, die goed gevonden wordt door de medewerkers en in begrijpelijke taal.

**3** Medewerkers worden voorgelicht over het gebruik van elektrische deelauto's middels een masterclass of training.

## Eens sparren over de mogelijkheden van onze gedragsaanpak binnen jouw organisatie?

Syndesmo helpt organisaties bij nieuw mobiliteitsbeleid gericht op verduurzaming, hybride werken en anders reizen. Wil jij ook impact maken met je mobiliteitsbeleid? Neem dan contact op met Syndesmo! We helpen je graag op weg.

+31 (0)30 25 23 929  
info@syndesmo.nl  
[www.syndesmo.nl](http://www.syndesmo.nl)