



Toelichting bij de voorwaarden voor bedrijfsabonnementen The Loop

Mobiliteitsaanspreekpunt & Bedrijfsvervoersplan

Entiteit

Mobiliteitsbedrijf, Stad Gent

Contactpersoon

Sarah Facq, mobiliteitsontwikkelaar The Loop

Voor de aanvraag van bedrijfsabonnementen op parkings B&C op the Loop gelden er 2 voorwaarden voor de **grotere bedrijven vanaf 60VTE's** gevestigd op the Loop of in de Poortakkerstraat, zijnde:

- De vestiging stelt een **mobiliteitsaanspreekpunt** aan
- De vestiging maakt een **bedrijfsvervoerplan** op

Dit document kan je als werkgever op the Loop helpen om deze voorwaarden in te vullen.

Waarom gelden er voorwaarden?

Deze voorwaarden worden opgelegd omwille van de specifieke context van en ambities op the Loop. Enerzijds trekt deze site heel wat autoverkeer op bovenlokaal niveau aan omwille van de inherent aan de site verbonden activiteiten van events en grootschalige retail. Anderzijds stellen we vast dat er een significant en structureel hoger autogebruik is bij de ondernemingen op the Loop tov andere zones in Gent, ondanks de striktere parkeerrichtlijnen die gelden bij ontwikkelingen. Dit kan de verdere geplande ontwikkelingen van de site en de ambitie richting een levendige stadswijk in de toekomst ondergraven. Als het hogere wegennet rond en op the Loop stropt ten gevolge van steeds mee autoverkeer is dat ook ten nadele van de bereikbaarheid van de bedrijven op the Loop zelf.

In een overgangsfase richting betere multimodale infrastructuur (fiets, voetganger, openbaar / collectief vervoer) én in afwachting van de ontwikkeling van de parkings, worden de parkings in beheer van de stad beter ingericht op maat van bedrijven op the Loop met een aangepaste tarifiering. Om geen aanzuigefect van wagens te generen en zo onze eigen parkeerrichtlijnen te ondergraven, bieden we een beperkt aantal bedrijfsabonnementen aan, die stijgen in prijs naarmate men er meer afneemt én waar er voorwaarden aan verbonden zijn voor de grotere bedrijven.

Met het aanvragen van de bedrijfsabonnementen, worden er 2 voorwaarden gesteld die impliceren dat men als bedrijf akkoord gaat om naar een maximum van 50% autogebruik voor woon-werkverkeer te evolueren.

Wat houdt de rol van mobiliteitsaanspreekpunt in?

Een mobiliteitsaanspreekpunt dat door de onderneming gelegen op the Loop aangesteld wordt binnen het bedrijf is verantwoordelijk voor de opmaak, uitvoering, opvolging en bijsturing van het Bedrijfsvervoersplan (BVP, zie onder).

Die **persoon of team van personen** treedt op als schakel tussen het bedrijf en Stad Gent, en moet bekend zijn bij de werknemers als mobiliteitsaanspreekpunt.

Dit betekent 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.

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

Wat houdt een bedrijfsvervoerplan in?

Een **bedrijfsvervoerplan** bevat als eerste een mobiliteits**diagnose** die minstens de woon-werkverplaatsingen van uw werknemers analyseert. Deze mobiliteitsdiagnose stelt de werkgever vervolgens in staat om de **doelstellingen** voor de modal shift te bepalen en de belangrijkste **acties** te identificeren die nodig zijn om deze te behalen.

1) Diagnose van de huidige mobiliteitssituatie	Verzamelen van data over hoe medewerkers zich verplaatsen met focus op woon-werkverkeer (professionele verplaatsingen, bezoekers, leveringen zijn optioneel), overzichtelijk weergegeven in categorieën van woon-werkafstanden. Alsook een analyse van de bereikbaarheidsfiche van het bedrijf, incl de parkeerfaciliteiten (auto en fiets).
2) Doelstellingen modal shift	Op basis van de diagnose kan men op basis van de woon-werkafstanden berekenen hoeveel procent van de werknemers zich theoretisch duurzamer naar het werk zou kunnen verplaatsen (modal shift).
3) Actieplan opstellen	Hierna kan een actieplan uitgewerkt worden om dat potentieel aan te borden met verplichte maatregelen, maatregelen voor uitzonderlijke situaties, sensibilisering, alternatieven voor bedrijfswagens, etc.

Denk ook aan deze zaken:	Informeren van personeel over wie het aanspreekpunt is, wat de doelstellingen zijn, welke maatregelen gepland zijn, bestaande & toekomstige initiatieven. Nieuwe werknemers inlichten, etc.
Communicatie & informatie	
Evaluatie & monitoren	Opvolging van de uitgevoerde maatregelen, evalueren van de resultaten, eventueel bijsturen van het plan. Periodiek updaten.

Een Bedrijfsvervoersplan in 3 stappen

- 1) Krijg inzicht in het potentieel met een mobiliteitsdiagnose
- 2) Bepaal jouw doelstellingen richting een modal shift
- 3) Stel een actieplan op

1) Krijg inzicht in het potentieel met een mobiliteitsdiagnose

De opmaak van een **mobiliteitsanalyse** is dé start van een goed bedrijfsvervoersplan. Het geeft je een objectief **zicht** op de woon-werkverplaatsingen van je medewerkers:

- **Vanwaar komen mijn medewerkers?**

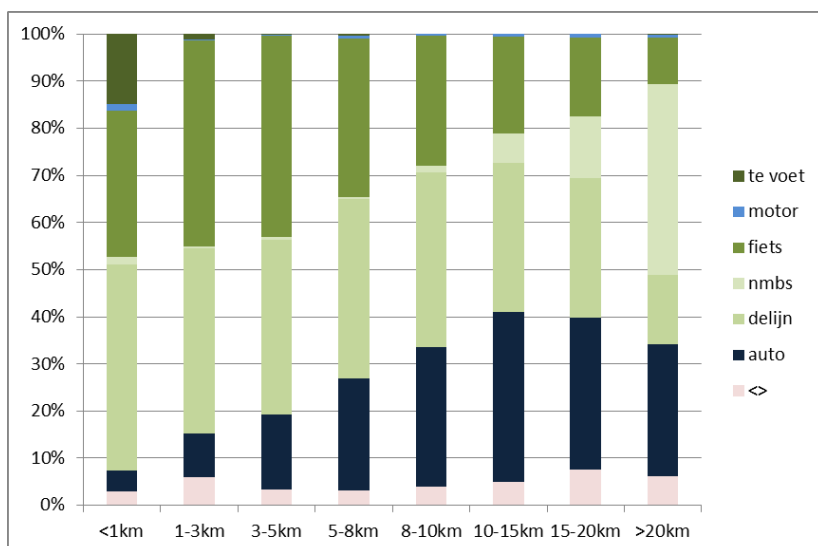
- Stel een tabel op met het aantal werknemers per gemeente/postcode
- Bereken de *reële* woon-werkafstand van alle medewerkers

- **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 woonwerkafstand

- **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) Bepaal jouw doelstellingen richting een modal shift

Vaak kan een duurzaam mobiliteitsplan aan een ruimer bedrijfsdoel gehangen worden, denk bijvoorbeeld aan de reductie van CO₂¹. Door de mobiliteitsdoelstelling te kaderen binnen de context van jouw bedrijf, worden de linkjes 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

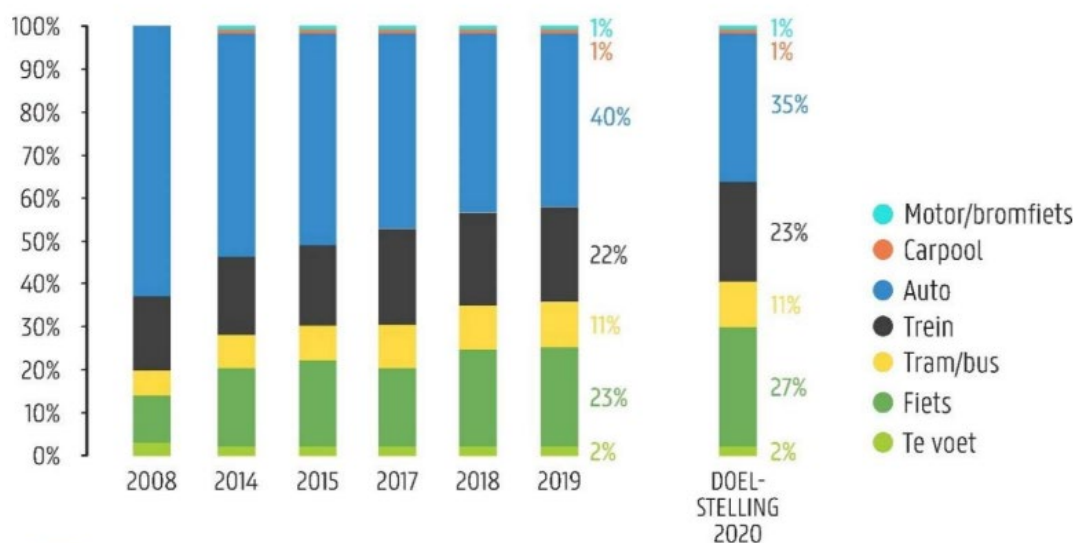
Bijvoorbeeld: *De UGent voert een geïntegreerd mobiliteitsbeleid waarbij de campussen vlot bereikbaar zijn, de verkeersveiligheid verhoogd wordt en de milieu-impact van de verplaatsingen door personeel en studenten gereduceerd wordt.*

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 Het aandeel CO₂-uitstoot van woon-werkverkeer is vaak relatief groot ten opzichte van de volledige co₂-uitstoot van een bedrijf.



1 Voorbeeld van een bedrijf met een duurzame modal split doelstelling

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 automobiliteit wordt voorrang gegeven aan deelwagens en elektrische wagens

3) Stel 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 met **de Spits Testkaravaan**, 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 betalersregeling** 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.

Actieplan



Prioriteit	Omschrijving maatregel/actie	Budget	Inspanning	Effect	Draagvlak
1	...	€€€€€€	■□□□□	★☆☆☆☆	👍👍👍👍
2					
3					
4					
5					

En ook nog: 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** door je werknemers op een laagdrempelige manier een cruciale stap is om het gedrag te veranderen. Het voordeel als werkgever is dat je kan testen of het duurzame aanbod het waard is om in te investeren. Vraag zeker advies en offertes op bij verschillende leveranciers om er achter te komen wat voor jullie de beste formule is.

Wil je een overzicht van alle mobiliteitsaanbieders? Dan is onze bedrijfsbrochure iets voor jou (stad.gent/mobicoach).

Breng iédereen 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!**

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.**

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>)

- Een bedrijventerrein kan als koepel het uitvoeren van een mobiliteitsanalyse-en actieplan op bedrijfs -én bedrijfssiteniveau initiëren, coördineren en deels financieren om mobiliteit gezamenlijk op te nemen.
- Het AZ Sint-Lucas ziekenhuis in Gent investeert sterk in de fietsinfrastructuur-en veiligheid, bij de introductie van fietsleasing had 10% van hun medewerkers binnen de maand al een leasefiets.
- Ikea Gent hertekende de locatie van hun fietsenstalling voor werknemers en zorgde ervoor dat die veiliger bereikbaar was door kruisingen met wagens te beperken.
- Vdk bank kende een sterke introductie van hun leasefietsprogramma. Door de snelle groei van hun aantal fietsers, kunnen zij met hun buurbedrijf de douches delen via een badgesysteem. Soms kan het ook gewoon simpel zijn!
- Volvo Trucks rust hun fietsenstallingen op maat van hun werknemers uit met enkele fietsenstallingen waarbij er ruim voldoende stallingsplek en oplaadruimte is voor de vele geleasede speed pedelecs.
- Solidaris verhuist van het Zuiden van Gent naar centrum Gent waarbij zowat alle wagenparkeerplaatsen verloren gaan. Een hele goede planning van jaren tevoren en een sterke inzet op alternatieven zorgt ervoor dat medewerkers persoonlijk begeleid worden om hun woon-werktraject te herdenken.