

Toolbox

# Collectief vervoer

Voor bedrijven die graag beter  
bereikbaar zijn

Januari - 2024



# Collectief vervoer

**‘Goede bereikbaarheid’ is niet voor alle werkgevers even vanzelfsprekend. Bepaalde, vaak externe factoren, kunnen de bereikbaarheid van je organisatie belemmeren. Denk aan een hoge parkeerdruk voor werknemers en klanten, of aan een lage of zelfs ontbrekende OV-dekking in de regio. Een oplossing kan zijn om als werkgever het heft in eigen handen te nemen door collectief bedrijfsvervoer in te richten.**

## Collectief vervoer: de soorten

Collectief vervoer is niet nieuw; de bekendste en langst bestaande vorm van collectief vervoer is het openbaar vervoer (OV): meerdere mensen die samen (collectief) gebruik maken van één voertuig om van A naar B te reizen. In het geval van collectief bedrijfsvervoer gaat het om het organiseren van gezamenlijk vervoer door een bedrijf of bedrijventerrein, vanuit een specifieke bereikbaarheidsbehoefte.

Je kunt collectief bedrijfsvervoer op verschillende manieren organiseren. Denk aan:

- Collectief bedrijfsvervoer met auto's, tot maximaal vijf personen
- Collectief bedrijfsvervoer met een zes- of acht-persoonsbus; (ook wel 'vanpooling' genoemd)
- Collectief bedrijfsvervoer met bussen voor meer dan acht personen
- Shuttlediensten door externe partijen met vaste opstapplaatsen, vaak een OV-station (het aantal personen varieert)

## Waarom beginnen aan collectief bedrijfsvervoer?

Het voordeel van collectief bedrijfsvervoer is dat je jouw bedrijf of het bedrijventerrein waar je onderdeel van uitmaakt, beter bereikbaar maakt voor jouw medewerkers. Tegelijkertijd vervangt collectief vervoer vaak meerdere auto's die normaal over de weg zouden rijden. Dat brengt twee voordelen met zich mee: het verbetert indirect de bereikbaarheid omdat

het de druk op het wegennet vermindert én het is een duurzamere reisoptie omdat minder auto's op de weg de totale CO<sub>2</sub>-uitstoot reduceren. Collectief vervoer is dus ook een slimme keuze met het oog op de CO<sub>2</sub>-reductie wetgeving.

## Hoe organiseer je het?

Welke vorm van collectief bedrijfsvervoer het beste bij jou past, hangt van de behoefte af die er ligt bij jou of het bedrijventerrein waar je onderdeel van uitmaakt. Zodra je daar inzicht in hebt, kun je de best passende vorm gaan optuigen en proberen. Hoe doe je dat? Met de volgende vijf stappen zet je het gemakkelijk op.

### Stap 1: Analyseer de behoefte

Te weinig parkeerplek? Slecht bereikbaar? Geen OV-opstapplaats in de buurt? Geen reiskostenvergoeding aanwezig? Een combinatie? Wat de aanleiding ook is om collectief bedrijfsvervoer te overwegen, kijk eerst naar het achterliggende vraagstuk. Zo kun je gericht aan de juiste oplossing werken, want misschien is er naast of in plaats van collectief vervoer, nog een goede oplossing. Als je hulp nodig hebt bij het achterhalen van de achterliggende vraag en exacte behoefte, staan onze [mobiliteitsadviseurs](#) kosteloos voor je klaar met hulp en maatwerkadvies.

Kijk tijdens je analyse ook om je heen: leeft jouw behoefte ook bij andere bedrijven in de omgeving? Met andere woorden: trek je alleen op of zoek je de samenwerking op met andere ondernemers in de

buurt? Zodra je daar antwoord op hebt, kun je een betere inschatting maken van het aantal personen dat mogelijk gebruik zal maken van het collectieve bedrijfsvervoer en weet je beter welke vorm voor jullie geschikt is.

#### **Wist je dat?**

Ligt er een vergelijkbare bereikbaarheidsbehoefte bij meerdere bedrijven op jullie bedrijventerrein? Kijk dan eens of er een bepaalde vorm van organisatie bestaat – denk aan een BIZ (Bedrijven Investeringszone), een ondernemersvereniging of parkmanagement – en klop daar aan voor input. Dan heb je direct een goede gesprekspartner aan tafel.

### **Stap 2: Haalbaarheid en business case**

Om te bepalen of het inzetten van collectief bedrijfsvervoer haalbaar is binnen jouw bedrijf of jullie bedrijventerrein, is het zaak om haalbaarheid in te schatten en een business case uit te werken.

Eerst breng je de kaders in kaart, zoals: de werktijden van werknemers om een handig reisschema te bepalen, hoeveel medewerkers mogelijk gebruik van het vervoer zouden maken om het volume te bepalen, waar de medewerkers vandaan reizen om een handige opstapplaats(ken) te identificeren, etc. Betrek medewerkers bij het proces met bijvoorbeeld vragenlijsten.

Onderzoek in een vroeg stadium welke relevante partijen en bedrijven mogelijk mee willen doen. Denk daarbij ook aan de OV-concessieverlener of -houder van het gebied. Haalbaarheid gaat immers ook om draagvlak: door regelmatig gesprekken, vragenlijsten of sessies te organiseren vergroot je de betrokkenheid. Hoe meer partijen van de oplossing overtuigd zijn, hoe hoger de slagingskans.

Tot slot werk je de business case uit, want het organiseren van collectief bedrijfsvervoer kost geld. Om welke investeringen gaat het en van wie precies? Welke aanbieders zijn er in de markt? Zijn er eventueel subsidiemogelijkheden? Waar komen kosten 'vrij', omdat bijvoorbeeld de kilometervergoeding of het mobiliteitsbudget per medewerker lager uitvalt? Zo maak je de balans op. Communiceer duidelijk aan de betrokken partijen wat er financieel van hen gevraagd wordt.

#### **Wist je dat?**

Je de kans van slagen vergroot door bedrijven die mee willen doen vooraf commitment te laten afgeven? Bijvoorbeeld met een publiekelijk ondertekend moment. Als je bedrijven op het podium zet, dwingt dat een bepaalde mate van verantwoordelijkheid bij ze af.

### **Stap 3: Organiseren**

De route bepalen, de opstapplaats vastleggen, de uiteindelijke vervoerder bepalen, de manier van betaling regelen en communiceren om ervoor te zorgen dat er daadwerkelijk instappers zullen zijn: nu is het zaak om het plan te gaan organiseren. Waar moet je aan denken?

- Communiceer tijdig dat je gaat starten: wanneer gaat de bus rijden, vanaf waar, hoe vaak, etc. Je weet: onbekend maakt onbemind!
- Communiceer ook naar buurtondernemers dat je van start gaat, bijvoorbeeld met een artikel of bijdrage in de lokale krant, nieuwssite of op social media zodat het als een lopend vuurtje over het bedrijventerrein gaat.
- Om nieuwe reizigers te 'verleiden' kan je werken met een probeerkaart van een maand, om de drempel te verlagen.
- Maak de betaling in de bus zo makkelijk mogelijk voor de instappers én voor jezelf. Denk bijvoorbeeld aan een muntjes- of digitaal pasjessysteem, zodat je ook makkelijk kunt zien hoeveel instappers je hebt.
- Kies een centraal gelegen opstapplaats, zoals een bus- of treinstation: het collectief vervoer moet voordelig en laagdrempelig zijn voor medewerkers.
- Stel een contactpersoon aan als centraal aanspreekpunt, die de dagelijkse gang van zaken in de gaten houdt en ook vragen/opmerkingen van reizigers beantwoordt.

### Wist je dat?

Het uitbesteden van het vervoer bij een externe partij vaak het makkelijkst is en jullie bedrijf/bedrijven het meest ontzorgt? En wist je dat je kunt regelen dat een eigen medewerker gaat chauffeurs?

### Voorbeeld: extern collectief bedrijfsvervoer

Er zijn externe partijen die collectief bedrijfsvervoer aan bedrijven aanbieden en bedrijven volledig ontzorgen. Bijvoorbeeld met shuttlediensten die van een OV-station langs verschillende bedrijven rijden. Wil je hier meer informatie over? Laat het ons weten, we kijken graag met je mee welke partijen er in jouw regio actief zijn.

### Stap 4: Klaar voor de start? Af!

Er is commitment afgegeven, de investeringen zijn geregeld, je hebt gecommuniceerd naar je medewerkers dat je van start gaat. Alles staat klaar om te beginnen!

Vergeet niet na de aankondiging voorafgaand aan de start, dat je ook na de start blijft communiceren dat medewerkers kunnen instappen en herhaal dat bericht regelmatig. Maak op de werkvloer helder en toegankelijk waar de opstapplaatsen zijn, waar een schema met de vertrektijden te vinden is, hoe de betaling werkt of waar je een probeerpas kunt halen, etc. Kortom, maak het je medewerkers zo makkelijk mogelijk om deel te nemen.

Uit ervaring weten wij dat het vaak klein begint en in de tijd groeit. Geef het dus ook de tijd om te groeien. Wat helpt om het gebruik te beoordelen, is monitoring: bijvoorbeeld met een tellijst, OV-chipkaart gebruik van muntjes of iets dergelijks. Zo weet je hoeveel medewerkers er instappen, waar ze het meest opstappen en hoe het gebruik zich met de tijd ontwikkeld. Veelgebruikte in- en uitstapplaatsen bieden bovendien mogelijkheden om omliggende bedrijven te attenderen op de vervoersoplossing (en eventueel mee te laten doen).

### Stap 5: Evaluatie

Hoe bevalt het? Wat gaat er goed, wat kan beter? Is er voldoende draagkracht (ook financieel) om door te gaan? En vooral: biedt het een oplossing voor het bereikbaarheidsprobleem? Na enkele maanden is het handig om de resultaten van de monitoring onder de loep te nemen, medewerkers te vragen naar de ervaringen en te evalueren hoe je verder gaat. Misschien is het handig om de opstapplaatsen of de interne communicatie te wijzigen. Zo beweeg je naar de meest effectieve collectieve bedrijfsvoeroplossing voor jouw bedrijf!

### Iets voor jouw bedrijf?

Of collectief bedrijfsvervoer ook op lange termijn de oplossing is voor jouw bereikbaarheidsvraagstuk, hangt af van verschillende factoren, zoals het (interne) draagvlak, de financiën en langdurig commitment. Het is in ieder geval de moeite waard om het te proberen! Wil je weten of collectief vervoer iets voor jouw bedrijf kan betekenen, wil je hulp bij het opzetten ervan, of wil je weten welke externe partijen bij jou in de buurt actief zijn? Neem contact op met onze [mobiliteitsadviseurs](#), zij helpen je graag verder.

# Meer informatie of hulp nodig?

Wil je meer informatie over collectief vervoer, wet- en regelgeving of fiscale zaken voor zakelijke mobiliteit bijvoorbeeld? Neem een kijkje bij onze andere **toolboxen**, of neem contact op met een van de mobiliteitsadviseurs van Zuid-Holland Bereikbaar. Onze mobiliteitsadviseurs helpen je graag (kosteloos) verder voor een betere bereikbaarheid en duurzamer mobiliteitsbeleid. Er is vaak meer mogelijk dan je denkt!

En volg ons via:

## Zuid-Holland Bereikbaar

Ezelsveldlaan 59

2611 RV Delft

06 19 27 13 79

[info@zuidhollandbereikbaar.nl](mailto:info@zuidhollandbereikbaar.nl)

