



②

Ministerie van Verkeer en Waterstaat

DI: 159619

Directoraat-Generaal Rijkswaterstaat

Directie Noord-Holland

De proef op de som

Carpooltestauto

**Eindevaluatie**  
december 1997

Z5035



②

BIBLIOTHEEK  
Bouwdienst Rijkswaterstaat  
Postbus 20.000  
3502 LA Utrecht

Eindevaluatie carpooltestauto

BIBLIOTHEEK BOUWDIENST RIJKSWATERSTAAT  
NR. 25035 BDU









## **Eindevaluatie van het carpool probeerplan (carpooltestauto) project.**

### ***"De proef op de som"***

#### **Vooraf**

Van 17 maart tot 19 september 1997 heeft Vervoermanagement team van de Hoofdafdeling Integraal Verkeer en Vervoer van Rijkswaterstaat directie Noord-Holland het 'Carpool Probeerplan' project in uitvoering gehad. In het kader van dit project is een eindevaluatie opgesteld die nu voor u ligt. In deze eindevaluatie komen achtereenvolgens aan de orde: de achtergronden en uitgangspunten van het project, de projectbeschrijving en een evaluatie van de resultaten. Tot slot zijn in de bijlage enkele overzichten opgenomen, voorbeelden van het promotiemateriaal en impressies samengesteld uit de evaluatiegesprekken en de logboeken. Tenslotte zijn enkele foto's, pers- en kranten artikelen bijgevoegd.

#### **Achtergronden van het carpool probeer auto project**

Verschillende bedrijven en overheden in Noord-Holland spannen zich onder de noemer vervoermanagement al geruime tijd in voor een efficiëntere organisatie van het woonwerk verkeer. Dit richt zich bijvoorbeeld op het maken van afspraken met het openbaar vervoer, het ontwikkelen van bedrijfsvervoerplannen, het verkorten van de afstand tussen wonen en werken en het nemen van allerlei andere maatregelen om de toename van het woonwerkverkeer terug te dringen (fietsplannen, bedrijfsvervoer enzovoorts). In het hele scala van kansen en mogelijkheden dat tot een verbetering van de bereikbaarheid moet leiden, neemt het stimuleren van een selectiever autogebruik terecht een belangrijke plaats in. Carpoolen is zo'n vorm van bewust autogebruik.

In Nederland rijden op een doordeweekse dag zo'n 2.750.000 automobilisten naar het werk. Dus zo'n 6,5 miljoen lege autostoelen. 's Avonds rijden al die stoelen weer leeg terug naar huis. Als meer autosolisten (alleenrijders) gaan carpoolen neemt het aantal auto's, en dus de druk op de wegen, af. Met andere woorden: alle uitgespaarde 'autosolistische kilometers' leveren een bijdrage aan het verbeteren van de bereikbaarheid. Op dit moment zijn er in Nederland 750.000 carpoolers. De verwachting is dat dit aantal nog fors kan stijgen. Als alle automobilisten die op dit moment nog alleen rijden, 1 dag in de week gaan carpoolen dan zal het leeuwedeel van de files zijn opgelost (onderzoek ITS, 1996). Carpoolen biedt onmiskenbare voordelen: kostenbesparing, gezelligheid, niet altijd zelf hoeven te rijden, enzovoorts.

Uit diverse onderzoeken blijkt dat veel mensen best zouden willen carpoolen maar geen directe aanleiding hebben om eraan te beginnen. Ook gewoonte, onwennigheid en vooroordelen spelen een rol. Kortom: het ontbreekt vaak alleen aan een directe aanleiding om het eens te proberen. Ook zijn er mensen die kritisch staan tegenover samenrijden en zich afvragen of carpoolen voor hen een bruikbaar alternatief zou kunnen zijn voor het alleenrijden in het woon-werkverkeer. Door mee te doen aan het carpoolprobeerplan (carpooltestauto) konden zij 'de proef op de som' nemen. Voor deze twee categorieën werknemers was het carpool probeerplan een uitgelezen middel om met carpoolen kennis te maken. Zij konden zelf tijdens een korte proefperiode uittesten wat carpoolen in de praktijk voor hen betekent. De betrokken werkgevers en werknemers konden in de praktijk



ervaren dat carpoolen een zeer lucratief onderdeel kan zijn binnen het hele scala van maatregelen en voorzieningen op het gebied van vervoermanagement. De ervaring bij een eerder project in Limburg (1995/96) ondersteunde deze gedachte en leerde dat veel deelnemers na de proefperiode tot de slotsom kwamen dat carpoolen onmiskenbaar voordelen biedt. Veel teams bleven in deze regio dan ook na deze proefperiode samen rijden.

### Projectbeschrijving Carpooltestauto proef

In het jaarplan 1996 van de produktgroep Vervoermanagement wordt gesteld dat de experimentele fase van Vervoermanagement voorbij is. Vaste verankering van vervoermanagement in het bedrijfsleven is aangebroken. Dit betekent een verbreding en verdieping van de benadering van werkgevers. De proef was een initiatief van de produktgroep Vervoermanagement en richtte zich met name op bedrijven in Noord Holland die zich actief (wilden) inzetten voor een betere bereikbaarheid. De proef was een prima voorbeeld van samenwerking tussen bedrijfsleven en overheid op het gebied van bereikbaarheid en viel onder de noemer "Samenwerken aan Bereikbaarheid". In de proef hebben Rijkswaterstaat, Hertz Leasing, Greenib Car -de importeur van het automerk Hyundai- en geselecteerde werkgevers in de provincie Noord Holland samen gewerkt aan het optimaliseren van de bereikbaarheid. Greenib Car heeft voor deze actie 6 zeer luxe auto's gratis beschikbaar gesteld, en Hertz Leasing trad op als contractpartner bij het afsluiten van de leaseovereenkomsten voor het gebruik van de auto's. De proef was tevens afgestemd met het ROA en de Provincie Noord Holland.

### Uitgangspunt en doelstellingen van de proef

Een veel gebruikte gedachtengang in het verkeer- en vervoerbeleid met betrekking tot het verklaren en het beïnvloeden van menselijk gedrag is gebaseerd op het model waarin er een causale relatie wordt verondersteld tussen een toename van kennis en een verandering van gedrag. In dit model wordt verondersteld dat inhoudelijke kennis over vervoerproblematiek en over mogelijke oplossingen, zal leiden tot een andere houding bij betrokkenen en vervolgens tot een ander gedrag. Uit onderzoek en praktijkervaring is echter gebleken dat deze eenvoudige trits (helaas) niet werkt. In plaats daarvan, bleek bij menig onderzoek dat de neiging van mensen om bestaand gedrag te handhaven sterk is<sup>1</sup>. Kennisvermeerdering leidt alleen onder heel bijzondere omstandigheden tot gedragsverandering. Een andere conclusie uit deze onderzoeken was dat mensen zich zelf vaak nauwelijks bewust zijn van wat hen beweegt. Uit deze onderzoeksresultaten bleek ook dat het prikkel-proces-gedrag-(PPG)-model veel bruikbaar is dan het oude kennis-houding-gedrag-model als basis om gedrag te begrijpen en te beïnvloeden.

Uitgangspunt van de proef was dan ook dat de juiste verleiding (prikkel) een proces op gang kan brengen die nieuwe gedragsmechanismen en alternatief gedrag oproept. Door op een ludieke manier carpoolen bij bedrijven onder de aandacht te brengen en autosolisten, die de auto best eens een dagje zouden willen laten staan maar daarvoor tot nu toe geen directe aanleiding zagen, net dat extra zetje in de rug te geven en te prikkelen tot ander gedrag, werd de kans op duurzame gedragsverandering groot geacht. Ook werd geprobeerd om mensen die kritisch tegenover carpoolen stonden over de streep te trekken. Eerdere resultaten met het carpool probeerplan in Limburg lieten al zien dat iemand die 2 of 3 weken carpooit, in veel gevallen ook 6 maanden bleef carpoolen.

<sup>1</sup> Zie Gedrag Op Maat, Adviesdienst Verkeer en Vervoer, 1996.



Er werden met de proef verschillende doelen beoogd. Het primaire doel van de proef was om vervoermanagement bij bestaande en nieuwe contacten met bedrijven, een (nieuwe) impuls te geven en (opnieuw) onder de aandacht te brengen. Daarnaast werd beoogd om deze actie als aanleiding of ingang te gebruiken om het thema in verschillende regio's verstevigd op de agenda te krijgen, nieuwe initiatieven te stimuleren en om langer lopende projecten te ondersteunen.

Het andere doel van de proef was om een gelimiteerd aantal autosolisten in de provincie Noord-Holland op een dusdanig manier te laten kennismaken met de carpoolpraktijk dat de kans groot zou zijn dat zij door zouden gaan met carpoolen. Een daaraan verwante doelstelling was om een beter inzicht te krijgen in de sociale context van gedrag. Door met name de concrete situationele factoren van gedragspatronen, die het carpoolen beïnvloeden, zichtbaar te maken kan in de toekomst een bijdrage geleverd worden aan beleidsvorming ten aanzien van het wegnemen van belemmeringen en het benadrukken van de positieve aspecten van carpoolen.

### Projectorganisatie en uitvoering

De afdeling Integraal Verkeer en Vervoer van Rijkswaterstaat Noord-Holland (RWS-IVV) was opdrachtgever en verzorgde uit dien hoofde de invulling van het projectleiderschap. Voor de ontwikkeling van het project en de uitvoering van de logistieke en facilitaire organisatie is contact gezocht met de bureaus Acta Organisatie en Communicatie en 5D. 5D is een bureau gespecialiseerd in het ontwikkelen van concrete communicatiemiddelen en Acta is een bureau gespecialiseerd op het gebied van organisatie en communicatie. RWS-IVV fungeerde aanvankelijk als een spin in het web in het project. In de uitvoeringsfase is deze functie overgenomen door Acta.

### Regio indeling

Uitgangspunt bij de uitvoering van het project was om de proef in regio's in te delen en deze per toerbeurt te bedienen. Op basis van een eerste inventarisatie in termen van kansrijkheid is door de beleidsmedewerkers van RWS-IVV een eerste selectie gemaakt van regio indeling en bedrijven. Op verschillende terreinen bood deze estafette aanpak voordelen. Een estafette aanpak gaf telkens opnieuw aanleiding om steeds bij bedrijven in te prikken en het onderwerp vervoermanagement aan te kaarten. Op deze manier werd de belangstelling voor het onderwerp gedurende de gehele looptijd vastgehouden en kon steeds het accent op een van de 4 regio's gelegd worden. Daarnaast ervoeren potentiële deelnemers het meedoen aan het project als iets wat deel uitmaakt van een groter geheel, waardoor de inspanningen elkaar versterkten. Tot slot kon op deze manier de pers verschillende keren benaderd worden wat de PR en communicatie doelstelling ten goede kwam.

De proef liep van 17 maart tot 19 September 1997. De provincie Noord-Holland was ten behoeve van het project verdeeld in vier regio's die na elkaar deelnamen. De volgende regio's hebben meegedaan:

#### 1) Regio 1, Zaanstreek,

team 1 t/m 6	:	maandag 17 t/m vrijdag 28 maart
team 7 t/m 12	:	dinsdag 1 t/m vrijdag 11 april
team 13 t/m 18	:	maandag 14 t/m vrijdag 25 april



## 2) Regio 2, Amsterdam

team 19 t/m 24 : dinsdag 6 t/m vrijdag 23 mei

team 25 t/m 30 : maandag 26 mei t/m vrijdag 6 juni

## 3) Regio 3, Schiphol,

team 31 t/m 36 : dinsdag 10 t/m vrijdag 27 juni

team 37 t/m 42 : maandag 30 juni t/m vrijdag 18 juli

team 43 t/m 48 : maandag 21 juli t/m vrijdag 8 augustus

## 4) Regio 4, Naarden,

team 49 t/m 54 : dinsdag 12 t/m vrijdag 29 augustus

team 55 t/m 61 : maandag 1 t/m vrijdag 19 september

## Projectuitvoering

In het licht van de doelstellingen van vervoermanagement was het carpool probeerplan een praktisch hulpmiddel voor de "beleidsmedewerkers VVM" om bedrijven voor vervoermanagement te enthousiasmeren. Het project kon bedrijven bewegen structureel aandacht te besteden en beleid te maken op het gebied van woon-werkverkeer, om aan vervoermanagement te doen, om een vervoerplan te maken en om vervolgens daadwerkelijke inspanningen te plegen om de automobilititeit van hun werknemers terug te dringen.

Het project stond of viel met de bereidheid van bedrijven en instellingen om werknemers te enthousiasmeren voor het ontstaan van nieuwe carpoolteams. Daarnaast is het project aangekaart bij koepelorganisaties waarin het bedrijfsleven verankerd is, bijvoorbeeld bij de vertegenwoordigers of kringen van werkgeversorganisaties en de kamers van koophandel. Het inrikkpunt binnen de organisaties was diegene die binnen het bedrijf de meeste bemoeienis had met het woon-werkverkeer van de werknemers. In dit document wordt deze persoon aangeduid met de term "vervoercoördinator". De beleidsmedewerkers VVM van RWS-IVV benaderden telefonisch de vervoercoördinatoren van de geselecteerde bedrijven met het projectaanbod. Dit gesprek was bedoeld om de vervoercoördinator te informeren over het project. Na het telefoongesprek ontvingen de contactpersonen bij de bedrijven een mailing.

Opgave voor het project gebeurde via deze vervoercoördinator die tevens de beschikking kreeg over een aantal faciliteiten waarmee hij of zij het carpoolen kon stimuleren. De bestaande en gewenste contacten met de vervoercoördinatoren waren het uitgangspunt voor de benadering van bedrijven. Bedrijven werden gevraagd om teams samen te stellen van autosolisten die graag zouden willen carpoolen. De teams konden vervolgens de beschikking krijgen over een gratis royale, comfortabele luxe auto met airconditioning, een Hyundai Sonata, om het fenomeen carpoolen uit te proberen. De teams konden gedurende een bepaalde periode (2 tot 3 weken) in de praktijk uitproberen of carpoolen voor de teamleden een werkbaar en wenselijk alternatief was voor het woon-werkverkeer. De verzekering was geregeld, maar de brandstof was voor rekening van de werkgever of de carpoolers zelf. Na deze twee of drie weken kon doorgedaan worden met carpoolen, maar dan wel met de eigen auto want de carpooltestauto ging weer door naar een volgend team binnen het zelfde bedrijf of in een ander bedrijf in een andere regio.



Het selectie criterium voor het project was dat de deelnemers autosolist waren. Ook de grootte van het team en de reisafstand speelde een rol bij de selectie van de teams. Rijkswaterstaat behield zich het recht voor om, bij teveel belangstelling, de keuze te bepalen welke bedrijven mee konden doen en met hoeveel teams. Binnen het bedrijf was het de contactpersoon of vervoercoördinator die besliste welk team mee mocht doen. Immers deze contactpersoon kent de deelnemers en de plaatselijke situatie het beste. In die keuze speelde ook de bereikbaarheid met het openbaar vervoer een rol en de woon-werk afstand: de 'winst' door carpoolen is natuurlijk het grootst bij grotere afstanden, zowel voor de gebruiker, de wegbeheerder als het milieu.

### **Servicedesk<sup>2</sup>**

Gedurende de gehele looptijd van het project konden werkgevers met facilitaire en logistieke vragen terugvallen op een help-desk. Vragen, opmerkingen maar ook verzoeken voor logistieke ondersteuning, werden daar centraal behartigd. De werknemers konden hier ook gebruik van maken. Uitgangspunt was wel dat de vervoercoördinator voor hen de het eerste aanspreekpunt was. Tevens heeft dit punt dienst gedaan als service desk voor de pers: stand van zaken van het project, hoe loopt het, meevallers/tegenvallers etc. Tot slot heeft dit punt gediend als verzamelpunt voor de volledige registratie van het project (registratie van deelnemende bedrijven en registratie van verzoeken niet deelnemende bedrijven).

#### **Taakverdeling:**

De taakverdeling tussen de verschillende organisaties was als volgt verdeeld:

##### **RWS IVV:**

- Algehele projectcoördinatie.
- Enthousiasmeren van bedrijven voor het project.
- Werven van teams.
- Follow-up registratieformulieren (bedrijven die wel info hebben gehad en verder niets teruggekoppeld).
- Leveren van algemeen carpool materiaal voor informatiemappen.
- Evaluatie met carpoolteams.
- Innemen van auto's bij slotbijeenkomsten.

##### **RWS IEB:**

- Perscontacten en advies vormgeving.

##### **Hertz:**

Contractuele gang van zaken rond auto's.

##### **Hyundai:**

- Leveren van auto's.
- Schoonmaak en service van auto's.

---

<sup>2</sup> In de bijlage is een aparte evaluatie van de service-desk opgenomen.



- Vervoer auto's nieuwe locatie.
- Locatie start- en slotbijeenkomsten.

#### **Acta:**

- Opzet en organisatie service/help-desk, (m.n. versturen pakketten, bevestigen teams).
- Verantwoordelijk voor coördinatie van de start- en slotbijeenkomsten.

#### **5D:**

- Productie aantal communicatiemiddelen.

#### **Help-desk:**

- Coördinatie logistieke uitvoering van het project richting:
- Rijkswaterstaat IVV (registratieformulieren, informatiepakketten etc.).
- Geïnteresseerde bedrijven/deelnemers.
- Beleidsmedewerkers mobiliteitsbeïnvloeding van RWS/IVV.
- Facilitaire en logistieke ondersteuning VVM team.

#### **Service-Desk:**

- Vraagbaak alle geïnteresseerden (pers etc.) van maandag - vrijdag tussen 10.00 en 16.00 uur.
- Contactpersoon naar participerende bedrijven (Hertz, Hyundai etc.).

### **Informatiemateriaal**

Ter ondersteuning van de bedrijven stonden de volgende informatiematerialen ter beschikking:

- Een informatiepakket met de nadruk op argumentatie: voor geïnteresseerde bedrijven, die nog niet rijp waren om deel te nemen aan de proef. Dit pakket bestond, naast een uitgebreide uitleg over het project, uit diverse informatiematerialen en leaflets op het gebied van carpools (o.a. ANWB en RWS informatiemateriaal, knipsel bijlage, stickers, afstandentabel, posters, voorbeelden voor bedrijfsartikelen, reactieformulier en instructies over het gebruik van het pakket).
- Een deelname pakket met de nadruk op vasthouden en enthousiasme voor deelname door de nadruk te leggen op faciliteren van de contactpersoon. Dit pakket bestond uit een aanbiedingsbrief, informatie over het project, voordelen van de ontvanger, spelregels van het project, informatie over het vervolgtraject, aankondiging werkpakketten voor instructie en werving, wijze van aanmelding en instructies over wat te doen als men besloot toch niet mee te doen.
- Werkpakket vervoercoördinatoren. In dit pakket lag de nadruk op het aanbieden van handige hulpmiddelen, bedoeld om de contactpersoon optimaal te faciliteren bij het organiseren van deelname aan het project (hoe werkt het matchen van solisten, hoe stel je een team samen, voorbeeld registratieklapper, gimmick voor werknemers die al carpools, voorbeeld van een contract, informatie over hoe het juridisch zit bij schade of ongeval, het antwoord op de 10 meest gestelde vragen, wat gebeurt er na 2 of 3



weken uitproberen, wervingsmateriaal voor werknemers, belangstellingspeilingskaartje, reactiemogelijkheden en het informatiemateriaal uit het informatiepakket.

- Divers promotiemateriaal zoals sleutelhangers, pennen, stickers, Hertz en de ANWB carpool besparingsplanners en gimmick 'petjes' met de tekst "It's cool to pool".

## Pr en communicatie

Er is gedurende de proef veel aandacht besteed aan het geven van voorlichting en het voeren van een publiciteitscampagne. Teamleden, vertegenwoordigers van bedrijfsleven, medewerker(ster)s van lokale vervoer-coördinatie centra en de vertegenwoordigers van de lokale politiek ontvingen een persoonlijke uitnodiging voor de start en slot bijeenkomsten. Daarnaast werden zowel de landelijke als de regionale pers uitgenodigd. Een fotograaf maakte bij elke uitreiking van de auto zwart /wit foto's van de teams die samen met de persberichten werden verstuurd. Van ieder team werd tevens een kleurenfoto gemaakt. Bij de inlevering van de auto kregen de teamleden een exemplaar uitgereikt in passe-partout. Gedurende de gehele actie hing er bij de lokale autodealer een banier op de gevel met het logo's van de carpooltest actie, RWS, Hertz en Hyundai.

De testauto werden qua uiterlijk en uitvoering met speciale, goed zichtbare belettering herkenbaar gemaakt, waardoor de overige weggebruikers goed konden zien wat er met de proef werd beoogd. Voor dat laatste doel is zelfs belettering op het dak aangebracht zodat de geparkeerde auto goed zichtbaar was vanuit het bedrijfspand. Deze expliciete herkenbaarheid heeft gedurende de proef natuurlijk ook zijn impact gehad op collega's, de overige werknemers, op het thuisfront en zelfs op vliegtuig passagiers.

De regionale kick-off werd opgeluisterd met de ontvangst van de deelnemers, plaatselijke notabelen en vertegenwoordigers van bedrijfsleven. De teams werden ontvangen met een ontbijt (koffie, thee, croissantje, krentenbrood). Bij de inlevering van de auto's werd onder het genot van een drankje en een hapje een evaluatie gehouden over de ervaringen met het carpoolen. Bij vertrek ontvingen alle team leden een it's cool to pool basebalcap.

## Gegevensverzameling

Bij aanmelding gaven de deelnemers schriftelijk op wat hun oude reisgedrag was. Twee of drie weken later, bij het inleveren van de auto's kregen ze een vragenlijst en hielden we een kort teamsgewijs vraaggesprek van 15 minuten. In dat vraaggesprek werden oud en nieuw reisgedrag vergeleken, of men voor de proef bekend was met het fenomeen carpoolen, of men nieuwe voor of nadelen had gevonden, wat men van de proef zelf vond, of de deelnemers op een zelfde manier doorgingen met carpoolen, wat eventuele redenen waren om niet door te gaan en wat het team zou kunnen helpen om het carpoolen aantrekkelijker te maken.

In de carpoolauto's bevonden zich gedurende de gehele actie een zestal logboeken, bedoeld voor de deelnemers om hun bevindingen en ervaringen met betrekking tot carpoolen op te schrijven. Dit kon een kort verslag zijn al dan niet grappig, leuk, serieus, kritisch en komisch, soms met een foto of tekening.

## Resultaten carpooltestteam

Er hebben in deze actie verschillende soorten teams meegedaan. Nieuwe teams die helemaal uit autosolistische forenzen bestonden en tot de primaire doelgroep behoorden,



bestaande teams<sup>3</sup> die uitgebreid waren met 1 of meerdere forenzen en tot slot complete bestaande teams die al korte of langere tijd carpoolden. Hoewel deze laatste categorie vanzelfsprekend niet tot de primaire doelgroep hoort, hebben deze 'oude' carpoolers uit oogpunt van promotie-doeleinden toch mee kunnen doen met de proef. Soms was het ook noodzakelijk om bestaande teams mee te laten doen om dat dit te prefereren was boven het laten stil staan van de auto's.

In de verschillende regio's is ook het aantal deelnemende personen geteld met hun oude en nieuwe vervoerswijzekeuze<sup>4</sup>. Uit deze tellingen zijn de hierna volgende overzichten gemaakt. In totaal hebben 192 mensen meegedaan waarvan 77 autosolisten en 93 carpoolers. 26 mensen zijn doorgegaan met hun eigen auto (en zijn helaas autosolist gebleven) en 148 mensen zijn doorgegaan met carpoolen (inclusief de reeds bestaande carpoolers. Er zijn dus 126 autosolisten doorgegaan met carpoolen.

#### **De resultaten van de vier regio's**

De proef is in de regio's verschillend verlopen. Hierna volgt een kort overzicht van de resultaten en van de regionale bijzonderheden.

##### **Zaanstreek**

De bedrijven die benaderd zijn met het aanbod om mee te doen met deze actie waren in eerste instantie bedrijven die lid zijn van "VervoerManagement Zaanstad" (VVMZ). Veel van het uitvoerende werk, in het bijzonder het begeleiden van de bedrijven bij het formeren van de teams, is gedaan door J&C, een adviesbureau voor vervoermanagement. Hierbij waren de al bestaande contacten van dit bureau (ook binnen VVMZ) van groot nut. Het carpooltestauto project heeft een duidelijk ondersteunende en stimulerende functie gehad bij het thema vervoermanagement in Zaanstad.

In drie rondes hebben in totaal 20 teams meegedaan met de proef. één daarvan, het promotieteam van J&C, is niet meegeteld in de statistieken. 56% van het totaal aantal teams waren nieuwe teams waarvan 70% is doorgegaan met carpoolen. Het aantal autosolisten is met 35% gedaald en het aantal carpoolers is met 36% gestegen. Er heeft een vermindering van het autogebruik van 32% plaatsgevonden en de autoratio<sup>5</sup> is met 22% gedaald (van 69% naar 47%).

##### **Amsterdam**

Hier zijn de bedrijven op een geheel andere manier benaderd omdat er in Amsterdam geen centrale regie bestaat op het gebied van vervoermanagement. Ongeveer zestig bedrijven zijn telefonisch benaderd met het aanbod om mee te doen met deze actie. Bij de selectie van deze bedrijven is ook rekening gehouden met andere projecten, en of het daarbij ondersteunend zou kunnen zijn of juist niet. Ook een aantal contacten van Hertz Leasing zijn benaderd. Na het toezenden van de informatiepakketten volgde nog een nabelronde, en zo nodig kreeg de vervoercoördinator begeleiding bij het zoeken van de teams. Bij een groot aantal bedrijven heeft de proef het thema vervoermanagement (opnieuw) op de agenda gezet.

<sup>3</sup> De bestaande teams die zijn aangevuld met 1 of meerdere personen worden in de overzichten aangeduid met 'bestaand+'.

<sup>4</sup> Helaas hebben door omstandigheden niet alle deelnemers een evaluatie gehad waardoor er een kleine afwijking in de resultaten mogelijk is.

<sup>5</sup> (het aantal personenauto's in het woon-werkverkeer als percentage van het totaal aantal werknemers/deelnemers)



In twee perioden zijn in totaal 12 teams gevormd naar aanleiding van deze actie. Eén daarvan, het promotieteam van Rijkswaterstaat, is verder niet meegeteld in de statistieken. Eén team is meteen met de eigen auto gaan carpoolen. 33% van het totaal aantal teams waren nieuwe teams waarvan 50% is doorgegaan met carpoolen. Het aantal autosolisten is met 21% gedaald en het aantal carpoolers is met 19% gestegen. Er heeft een vermindering van het autogebruik van 29% plaatsgevonden en de autoratio is met 17% gedaald (van 57% naar 40%).

### **Schiphol**

Voor deze regio heeft RWS contact gezocht met het Vervoer Coördinatie Centrum Schiphol, kortweg VCC. Het VCC verzorgt voor een groot aantal bedrijven in Schiphol en omgeving allerlei zaken die verband houden met Vervoermanagement, en hebben daardoor veel contact met bedrijven en werknemers. Eén van de resultaten is bijvoorbeeld een carpool-parkeergarage. Hiervoor krijgen teams van carpoolers, die zich bij het VCC aanmelden, een speciale pas. Daarmee hebben ze toegang tot een gunstig gelegen, gratis parkeergarage. Op deze manier hebben zich in de loop der jaren al 3000 carpoolers aangemeld. Het acquireren van deelnemende bedrijven en teams heeft het VCC volledig voor zijn rekening genomen. Via hun eigen kanalen (Het periodiek verschijnende 'Groen Licht', poster, contacten) hebben zij de bedrijven geïnformeerd over deze actie.

In drie perioden hebben in totaal 19 teams meegedaan. Dit is inclusief drie 'nagekomen' teams uit de periode in Amsterdam, te weten het team van Generali en twee teams van Gemeentewaterleiding. 53% van het totaal aantal teams waren nieuwe teams waarvan 56% is doorgegaan met carpoolen. Het aantal autosolisten is met 21% gedaald en het aantal carpoolers is met 25% gestegen. Er heeft een vermindering van het autogebruik van 29% plaatsgevonden en de autoratio is met 12% gedaald (van 42% naar 30%).

### **Naarden**

De directe aanleiding om de proef in de gemeente Naarden te continueren was de opening van de nieuwe oprit van Quest B.V. op de A1. Het doel van de proef in Naarden was om door middel van de actie vervoermanagement een snelle start te geven. De bedrijven in Naarden zijn op een soortgelijke wijze benaderd als in Amsterdam. Van de Fabrikantenvereniging Industrierreinen Naarden (FIN) is een lijst gekregen met hun leden. Van deze lijst zijn zo'n 45 bedrijven telefonisch benaderd (er zijn veel relatief kleine bedrijven van rond de 30 à 50) bedrijven. In deze eerste belronde zijn een 25 informatiepakketten opgestuurd. Na het toezenden van de informatiepakketten volgde nog een nabelronde, en is een aantal bedrijven persoonlijk bezocht.

De proef bleek in Naarden goed aan te slaan en kreeg, mede door de actieve inzet van twee gepensioneerde directeurs van Quest, een voortvarende start. Bij ongeveer 20 bedrijven werd, met wisselende intensiteit, gezocht naar teams. Ondanks vakantieperiodes en het vaak kleine formaat van de bedrijven hebben 11 teams zich ingeschreven en meegedaan en is 1 auto gedurende de proef niet gebruikt. 36% van het totaal aantal teams waren nieuwe teams waarvan 75% is doorgegaan met carpoolen. Het aantal autosolisten is met 29% gedaald en het aantal carpoolers is met 34% gestegen. Er heeft een vermindering van het autogebruik van 57% plaatsgevonden en de autoratio is met 21% gedaald (van 58% naar 37%).

### **kwantitatieve resultaten van de proef**

Er hebben in totaal 58 teams meegedaan. Hiervan waren 27 volledig nieuwe teams, 18 bestaande teams en 13 reeds bestaande teams die aanleiding vonden in de proef het team



met 1 of meerdere mensen uit te breiden. 83 % van het totaal aantal teams gaf aan door te gaan met carpoolen. Dit is echter inclusief de bestaande teams (deze teams gingen vanzelfsprekend door met carpoolen). Van de nieuwe teams gaf 63 % aan door te zullen gaan met carpoolen. Dit was de primaire doelgroep van de proef. Slechts een klein deel (17%) van het totaal aantal teams is na de proef gestopt met carpoolen. Van de nieuwe teams lag dit percentage op 37%.

De totale resultaten van de proef komen in grote mate overeen met die van een eerder (en een soortgelijke actie) gehouden in Limburg (1995/96) waar ongeveer 85% van de deelnemers doorging met carpoolen. In deze actie werden in de verschillende regio's gelijke resultaten gemeten. Ter vergelijking: in Limburg deden uiteindelijk 54,9% autosolisten, 22,8% carpoolers, 7,1% voormalig OV reizigers en 4,2% fietsers mee.

Bij de huidige carpooltestteam actie waren deze cijfers respectievelijk

Categorie	Voor de Proef	Na de proef
Autosolisten:	40%,	14%
Carpoolers:	48%,	77%
OV Reizigers:	7%,	5%
Fietsers/Brommers:	1%.	1%
Onbekend:	4%	4%

Door de proef met carpoolen is het aantal autosolisten gedaald met 26% en het aantal carpoolers met 29% gestegen. Helaas is het aantal OV reizigers ook enigszins gezakt (2%). Naast deze cijfers is het aantal auto's in het woonwerk verkeer met 31% gedaald. (Dit is het verschil in het totaal aantal auto's in het woonwerk verkeer voor de proef en na de proef). Ook de autoratio gaf een aanzienlijke daling te zien. Voor de proef was dit percentage nog 56% terwijl het na de proef was gedaald tot 39%, een daling van 18%. Last but not least, is uiteindelijk 67% van het totaal aantal autosolisten doorgedaan met carpoolen.

#### **Kwalitatieve resultaten van de proef**

Wij hebben aan het eind van elke periode met de deelnemers een korte teamsgewijze evaluatie gehouden om meer inzicht te krijgen in deze succes en faalfactoren.

#### **Resultaten evaluatiegesprekken**

De belangrijkste voordelen ten aanzien van carpoolen die door de deelnemers in de vraaggesprekken genoemd werden waren:

- Sociaal aspect: gezelligheid, de mogelijkheid om samen de dag te bespreken, het idee dat de file korter en het een stuk levendiger was onderweg, goed voor de sociale contacten, collega's beter leren kennen, je spreekt collega's over andere onderwerpen, samen het fileleed delen, door kunnen werken in eigen auto, het goed met elkaar kunnen vinden.
- Kosten aspect: het is goedkoper en voordeliger, minder kilometers met je eigen auto, minder milieu belastend, minder files, minder verspilling van brandstof, minder slijtage aan eigen auto, minder waarde daling van eigen auto, fiscaal voordeliger, besparing onderhoudskosten, vrijstelling van rekening rijden in de toekomst.



- Gemaksaspect: de eigen auto is voor andere doelen beschikbaar en kan thuis gebruikt worden, geen tweede auto nodig, je hoeft niet zelf te rijden, hoeft niet altijd zelf te sturen, het is relaxter, ontspannender en comfortabeler.

De belangrijkste nadelen van carpoolen die door de deelnemers in de vraaggesprekken genoemd werden waren:

- Afstemmingsaspect: afspraken met collega's en met klanten voor of na kantoortijd afstemmen, werktijden die niet overeen komen (deeltijd, overwerk, buitendienst), lastig bij ziekte en overwerk, lastig om meerdere personen rekening te houden (niet op tijd klaar, geen mogelijkheden om eerder te vertrekken of langer op het werk te blijven).
- Reistijd aspect: langere reistijd, graag op tijd thuis, het moeten omrijden om anderen op te halen, weinig flexibel, men moet vroeger van huis, vertraging die ontstaat door laatkomers.
- Vrijheidsaspect: afhankelijkheid van elkaar, inperking vrijheid, niet altijd direct vanuit werk naar huis kunnen gaan, wachten op elkaar, te weinig zelfstandigheid, niet meer na het werk naar de stad kunnen gaan en boodschappen doen.
- Privacy aspect: in elkaars privé auto rijden, altijd sociaal moeten doen, humor/humeur, soms vervelende mensen.

De meeste mensen konden zonder probleem de belangrijkste voordelen noemen en zagen veel positiefs in carpoolen. Het merendeel van de mensen vond dat carpoolen gezellig was, goedkoop, minder vermoeiend, een belangrijke oplossing voor files kon zijn en dat de bereikbaarheid erdoor werd vergroot. Carpoolen is dus gezellig, goedkoop en gunstig voor het milieu en de files. Voor een deel van de mensen speelde de nadelen echter ook een belangrijke rol bij de beslissing om te beginnen of om door te gaan met carpoolen. Met name de afstand van de medereizigers onderling, de aanwezigheid van variabele, onregelmatige of afwijkende werktijden, afspraken buiten de deur, het aanpassen aan elkaar en de onderlinge afstemming werden als belangrijkste bezwaren genoemd. Het privacy aspect werd maar in een enkel geval als nadeel genoemd.

De aanleiding voor mensen om aan de proef mee te doen waren naast de bovengenoemde voordelen ook gelegen in een stuk nieuwsgierigheid en het willen uitproberen van het carpoolen. Het feit dat men de beschikking kreeg over een zeer luxe auto speelde vanzelfsprekend ook een belangrijke rol. Met name de airconditioning viel gedurende de heetste zomerdagen zeer in de smaak. De prikkel was derhalve duidelijk aanwezig. In het algemeen vonden de meeste mensen het een zeer goed initiatief wat zeker navolging verdiende. Velen vonden het jammer dat men de auto aan het einde van de periode weer moesten inleveren.

Een deel van de mensen gaf ook aan dat zij niet gedacht hadden dat het zo makkelijk zou zijn om carpoolen te plannen. Het feit dat men in de zelfde buurt woonde en dezelfde standplaats of arbeidsplek had werkte bevorderend voor een groot deel van de mensen die doorgingen met carpoolen. Anderen vonden het juist weer een nadeel dat men carpoolde met de eigen collega's en poolden liever met anderen om zodoende andere contacten op te doen. Bij sommige bedrijven kregen de carpoolers (soms speciaal voor deze proef) een parkeerplaats vlak bij de ingang van het bedrijf. Een dergelijke speciale parkeerplaats en de nodige stimulansen vanuit de werkgever werkte zeer bevorderend om aan de proef mee te doen en om het carpoolen te continueren. Bij één van de bedrijven kregen medewerkers lijsten van collega's van de werkgever zodat men makkelijk een carpool collega kon vinden. Bij andere bedrijven werd dit uit privacy overwegingen niet gedaan. Hierdoor was het



moeilijker om een geschikt carpoolmaatje te vinden. Bij een ander bedrijf kwamen twee (carpoolers) collega's er na 2 jaar per toeval achter dat er een derde persoon was die ook graag wilde carpoolen. Men kwam elkaar toevallig op vakantie tegen.

Alle deelnemers waren het er over eens dat zij gedurende actie veel aandacht hebben gekregen van collega's, mede automobilisten en familie en kennissen. Veel van de deelnemers vonden ook dat de kosten van brandstof relatief erg hoog waren. Een auto op gas werd uit milieu oogpunt dan ook vaak aangeraden i.p.v. op benzine. Ook vond men dat men meer medewerking van de gemeente had mogen krijgen, met name op het gebied van parkeerontheffingen.

### **Resultaten Logboeken**

De deelnemers konden in de logboeken zelf hun ervaringen ten aanzien van het carpoolen opschrijven. Wij verwijzen naar de bijlage voor een selectie van de vele interessante uitspraken van de deelnemers. Wij hebben deze zoveel mogelijk gegroepeerd naar onderwerp. Daarnaast vindt u in de bijlagen de volledige exemplaren van de logboeken.

### **Conclusies**

De cijfers over het directe effect van de prikkel tot carpoolen lijken zeer verheugend. Bij ongeveer twee derde van de doelgroep bleek dat de extra prikkel net dat extra zetje betekende om daadwerkelijk tot een ander gedragspatroon te komen. Voor een klein deel van de doelgroep leidde deze prikkel echter niet tot het gewenste effect. In dit verband is het ook goed om nogmaals te realiseren dat de doelgroep bestaat uit mensen die jarenlang niet carpoolen, dit ondanks de voorlichting en initiatieven die al eerder gevoerd zijn. Dit geeft al aan dat er wel iets speciaals nodig is om ze over de streep te trekken. Er is dus vaak meer nodig dan alleen een prikkel tot gedragsverandering. Alternatief gedrag moet ook eenvoudig te realiseren zijn en relatief weinig moeite kosten voordat men er toe overgaat. Door de aandacht te vestigen op wat mensen doen, nl. het daadwerkelijk ervaren van de voordelen van carpoolen, in plaats van op wat zij vinden (voorlichting) kan hun houding ten aanzien van carpoolen aangepast worden aan hun gedrag.

De belangrijkste succesfactoren lijken dan ook te liggen in een combinatie van prikkelen en het geven van net dat extra duwtje in de rug ondersteund door concrete maatregelen. Stimulerende maatregelen vanuit de werkgever, zoals het ter beschikking stellen van speciale parkeerplaatsen, het faciliteren van carpoolen door speciale acties vormden een belangrijke stimulans om aan de proef deel te nemen en door te gaan met carpoolen. Ook bleek dat mensen van zichzelf overtuigd moesten zijn om tot ander gedrag over te gaan. Gedragsverandering is dus niet objectief maar subjectief. Mensen moeten dus 'geloven' dat ze het kunnen. Bij een groot deel van de mensen die doorgingen met carpoolen bleek dit pas nadat zij daadwerkelijk gingen carpoolen. De belangrijkste faalfactoren lijken te liggen in het feit dat gedrag vaak onderdeel is van een bepaalde levensstijl of gedragspatroon. Het hebben van een auto van de zaak, regelmatig zakelijk afspraken buiten de deur, het brengen van de kinderen naar de crèche, boodschappen willen doen voor of na het werk zijn voorbeelden van onderdelen van gedragsketens die niet eenvoudig te veranderen zijn. Flexibele werktijden, het onderling afstemmen en organiseren, langere reistijden en een grotere afhankelijkheid vormden de belangrijkste situationele belemmeringen en drempels om door te gaan met carpoolen. Kortom: gedrag staat niet op zichzelf maar maakt onderdeel uit van gedragspatronen en vindt plaats binnen sociale contexten. Toekomstig beleid, gericht op gedragsverandering, zal dan pas succesvol zijn als rekening gehouden wordt met de sociale context: op welk moment en in



## Bijlage 1 Kwantitatieve resultaten per regio

### De vier regio's

In de volgende tabellen worden, per regio, de kwantitatieve resultaten weergegeven:

#### Regio Zaanstreek

##### Overzicht Teams

% Nieuwe teams	56%
% Bestaande teams	17%
% Bestaand + teams	28%
% Totale teams die doorgaan	83%
% Totale teams die niet doorgaan	17%
% Nieuwe teams die doorgaan	70%
% Nieuwe teams die niet doorgaan	30%

##### % Overzicht voormalig vs nieuw reisgedrag

Categorie:	Oud	Nieuw	Vershil
Autosolisten	55%	20%	-35%
Carpoolers	36%	73%	36%
Fiets	2%	4%	2%
OV reizigers	4%	0%	-4%
Onbekend	4%	4%	0%

##### % Autogebruik

% Vermindering autogebruik	-32%
% Autoratio oud reisgedrag	69%
% Autoratio nieuw reisgedrag	47%
% autosolisten wat is gaan carpoolen	63%

#### Regio Amsterdam

##### Overzicht Teams

% Nieuwe teams	33%
% Bestaande teams	33%
% Bestaand + teams	33%
% Teams die doorgaan	83%
% Teams die niet doorgaan	17%







ontstaat het oorspronkelijke gedrag. Effectief beleid is dus beleid wat in staat is om maatregelen te ontwerpen die het effect van dergelijke situationele kenmerken verkleinen. welke situatie

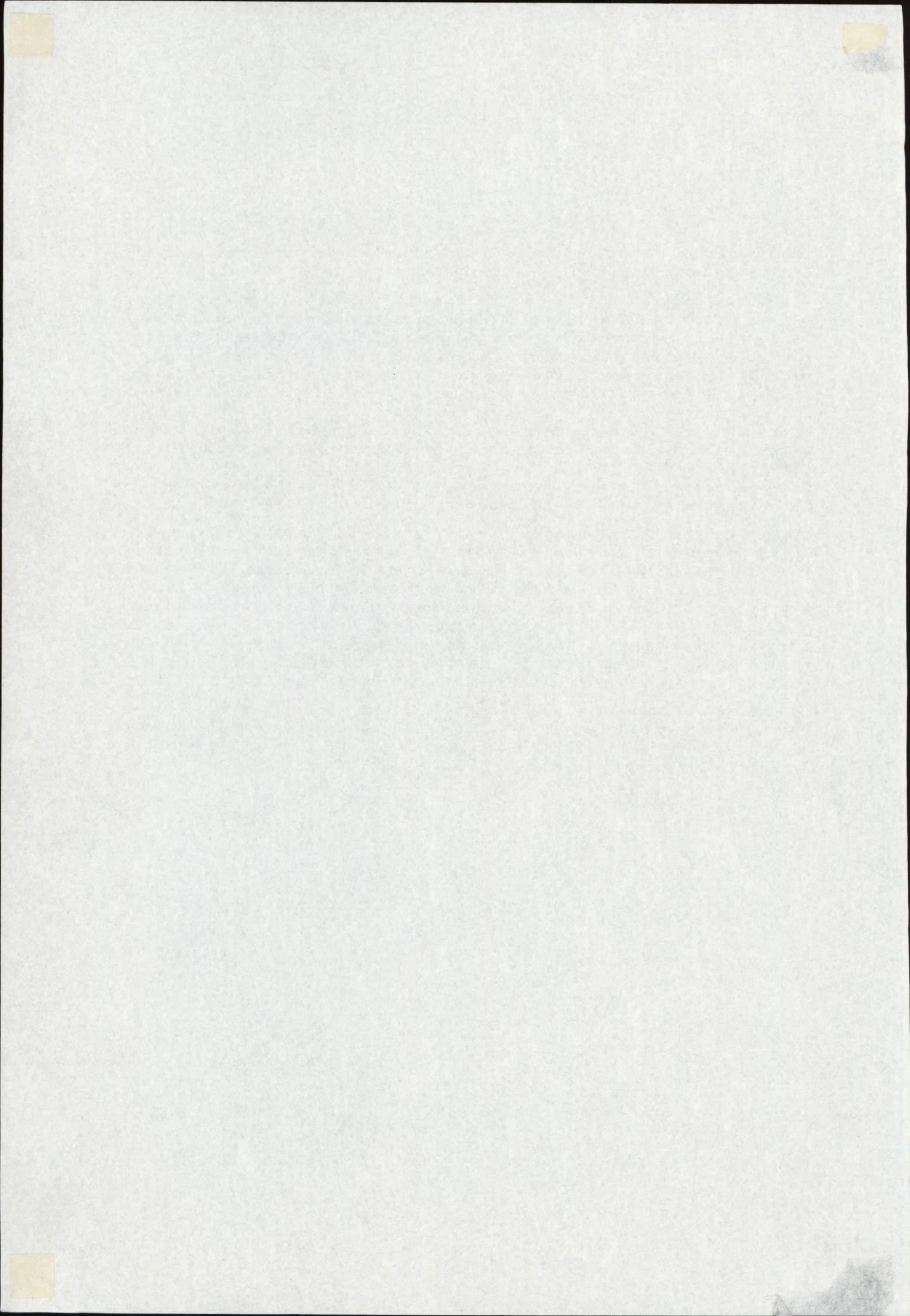
In hoeverre het belangrijkste doel van de proef, vervoermanagement bij bestaande en nieuwe contacten met bedrijven (opnieuw) onder de aandacht te brengen, is gerealiseerd is nog moeilijk te meten. Verankering van vervoermanagement is een langdurig proces en er is meer dan één concreet project nodig om vervoermanagement in een bepaald gebied te positioneren. In Naarden heeft het project een duidelijke meerwaarde gehad wat betreft een instrument om vervoermanagement voor het eerst zichtbaar op de agenda van bedrijven en lokale bestuurders te krijgen. Ook hier geldt: dat de verdere invulling van vervoermanagement afhankelijk is van een scala van factoren. In de overige regio's heeft het project een meer ondersteunende functie gehad. Zo is de proef een hulpmiddel geweest om vervoermanagement in Zaandam concreet te maken in de bedrijvenconcentraties Westerspoor en Zaan-Centrum. In Amsterdam was de proef meer gericht op afzonderlijke bedrijven. De auto's hebben daar als concreet voorbeeld gediend om vervoermanagement zichtbaar te maken voor werknemers van bedrijven aangesloten bij het VCC Schiphol en heeft het de positie van het VCC versterkt.

Ook het publicitair effect is niet eenduidig vast te stellen. De citaten uit de logboeken geven aan dat carpoolen in ieder geval bij een aantal bedrijven onderwerp van gesprek is geworden en veelal positief gezien wordt. Het indirecte publicitaire effect is moeilijker te meten. Het feit dat de auto's zichtbaar op de weg aanwezig waren moet voor veel automobilisten een duidelijk signaal zijn geweest. De aandacht voor de kickoff in Zaandam van de proef werd helaas enigszins overschaduwd door een soortgelijke en gelijktijdige landelijke actie op het gebied van carpoolen van een aantal studenten. De actie is maar eenmaal in de landelijke pers aan bod gekomen. Wel is er in diverse personeelsbladen, verschillende autobladen en in de lokale en regionale pers relatief veel aandacht besteed aan de proef. Ook is er enkele malen aandacht besteed aan de actie in verschillende radio uitzendingen (Zaan radio, A2000).

De resultaten van het carpooltestauto project zijn positief te noemen. Wij hopen dan ook dat andere regio's en bedrijven door dit project meer aan carpoolen zullen doen en het fenomeen (opnieuw) onder de aandacht van werknemers zullen brengen. Op deze manier kunnen wij een stimulerende bijdrage leveren aan de bereikbaarheid en aan de bestrijding van de files.

Haarlem, 17 november 1997







% Nieuwe teams die doorgaan	50%
% Nieuwe teams die niet doorgaan	50%

% Overzicht voormalig vs nieuw reisgedrag

Categorie:	Oud	Nieuw	Vershil
Autosolisten	38%	17%	-21%
Carpoolers	60%	79%	19%
Fiets	0%	0%	0%
OV reizigers	0%	2%	2%
Onbekend	2%	2%	0%

% Autogebruik

% Vermindering autogebruik	-29%
% Autoratio oud reisgedrag	57%
% Autoratio nieuw reisgedrag	40%
% autosolisten wat is gaan carpoolen	56%

**Regio Schiphol**

Overzicht Teams

% Nieuwe teams	53%
% Bestaande teams	41%
% Bestaand + teams	6%
% Teams die doorgaan	76%
% Teams die niet doorgaan	24%
% Nieuwe teams die doorgaan	56%
% Nieuwe teams die niet doorgaan	44%

% Overzicht voormalig vs nieuw reisgedrag

Categorie:	Oud	Nieuw	Vershil
Autosolisten	28%	7%	-21%
Carpoolers	47%	72%	25%
Fiets	0%	0%	0%
OV reizigers	18%	14%	-4%
Onbekend	7%	7%	0%

% Autogebruik



% Vermindering autogebruik	-29%
% Autoratio oud reisgedrag	42%
% Autoratio nieuw reisgedrag	30%
% autosolisten wat is gaan carpoolen	75%

#### **Regio Naarden**

##### Overzicht Teams

% Nieuwe teams	36%
% Bestaande teams	36%
% Bestaand + teams	27%
% Teams die doorgaan	91%
% Teams die niet doorgaan	9%
% Nieuwe teams die doorgaan	75%
% Nieuwe teams die niet doorgaan	25%

##### % Overzicht voormalig vs nieuw reisgedrag

Categorie:	Oud	Nieuw	Vershil
Autosolisten	39%	11%	-29%
Carpoolers	55%	89%	34%
Fiets	3%	0%	-3%
OV reizigers	3%	0%	-3%
Onbekend	0%	0%	0%

% Autogebruik	
% Vermindering autogebruik	-57%
% Autoratio oud reisgedrag	58%
% Autoratio nieuw reisgedrag	37%
% autosolisten wat is gaan carpoolen	73%

#### **Kwantitatieve gegevens van de totale actie**

##### Overzicht Teams

% Nieuwe teams	47%
% Bestaande teams	31%
% Bestaand + teams	22%
% Teams die doorgaan	83%
% Teams die niet doorgaan	17%



% Nieuwe teams die doorgaan 63%

% Nieuwe teams die niet doorgaan 37%

% Overzicht voormalig vs nieuw reisgedrag

Categorie:	Oud	Nieuw	Vershil
Autosolisten	40%	14%	-27%
Carpoolers	48%	77%	29%
Fiets	1%	1%	0%
OV reizigers	7%	5%	-2%
Onbekend	4%	4%	0%

% Autogebruik

% Vermindering autogebruik -31%

% Autoratio oud reisgedrag 56%

% Autoratio nieuw reisgedrag 39%

% autosolisten wat is gaan carpoolen 66%







## **Bijlage 2 De logboeken**

Onderstaande uitspraken zijn integraal overgenomen uit de logboeken en ingedeeld naar onderwerp.

### **Auto**

- "Onderweg veel bekijks. Ligt het aan de stickers of aan de auto?"
- "Met een comfortabele auto onder je .... is het prettig rijden"
- "Ik troost mij met de gedachte dat ik lekker comfortabel zit, radio aan, airco aan en een lekker zonnetje".
- "De auto was perfect, goede radio"
- "De carpool-auto voldoet uitstekend"
- "Hertz en Hyundai maken het mogelijk door deze prachtige Sonata ter beschikking te stellen"
- "En wat voor een auto. Een riante Hyundai Sonata met alle luxe en toeters en bellen die in een auto zijn te verzinnen. Prachtig. Wie ben ik dat ik hieraan mag deelnemen."
- "Ik zit riant op de achterbank, genietend van een kaasplankje een maatschappelijk doel te dienen, en jaloerse collega's komen ernstig vragen of ik me een dergelijke auto wel kan veroorloven"
- "Het carpoolen in deze bijzonder luxe auto is mij uitstekend bevallen."
- "Zeer grote bestickering die niets aan de twijfel overlaat, zelfs op het dak, waardoor laag overvliegende vliegtuigen, piloten en passagiers duidelijk kunnen zien waar we mee bezig zijn: Carpoolen!"
- "Het is natuurlijk wel prettig om 3 weken "op stand" rond te rijden".
- "Kies in het kader van milieu voor een zuinigere auto of een auto op gas".
- "Misschien hebben we mensen aan het denken gezet".
- "Drie weken lang in een "air conditioned car" met soms buitentemperaturen van meer dan 30 graden celcius is natuurlijk ook heel "relaxed".
- "Vergeleken bij mijn eigen autootje heb ik 3 weken lang het gevoel gehad in een limousine over de weg te glijden, Perfekt!. Bovendien heeft m'n chef die meereed ook nog met z'n fikken tussen het elektrische raam gezeten, dus wat mij betreft kon het al niet meer stuk".

### **Voordelen van Carpoolen**

- "De echtgenote van Eddy had bijna twee weken de beschikking over de privé-auto"
- "Het was wel heel gezellig op de heen- en terugreis"
- "Wij gaan in ieder geval door met carpoolen want buiten de gezelligheid worden ook de kosten flink beperkt"
- "We hebben het altijd gezellig met elkaar en nog steeds"
- "1) Je bent afwisselend passagier en bestuurder, 2) Het is gezellig en de file lijkt korter en 3) Het is goedkoper dan alleen rijden"



- "Het heeft heel veel voordelen vind ik"
- "Het was best gezellig zo met z'n 4-en en 5-en in de auto"
- "Er zitten echt veel voordelen aan poolen: ik heb mij laten rijden!"
- "Tijdens deze twee weken heb ik de omgeving eens goed kunnen bekijken, het was me nog nooit opgevallen hoe mooi Noord-Holland eigenlijk is"
- "Het is iedereen aan te raden en 100% meegevallen"
- "Carpoolen is een bijzonder sociaal gebeuren. Het is immers niet onaan-genaam de weg heen en terug samen met collega's door te brengen. Ook is het bevordelijk voor de onderlinge samenwerking"
- "Positieve aspecten: het milieu-aspect, file-problematiek, mogelijkheid om onderweg werkzaamheden voor te bereiden. Zelf niet deelnemen aan het verkeer geeft een bepaalde ontspanning, en samen in de file is gezelliger dan alleen."
- "Door het carpoolen heb ik mijn collega's van een andere kant leren kennen, een zeer positieve ervaring"
- "Je kijkt eens wat beter om je heen wat er zoal aan natuurschoon te zien valt"
- "Bij ons in de auto is het bijzonder gezellig. Zelfs in de vroege ochtend valt altijd wel iets te lachen"
- "Carpooling is een genot om onderuit gezakt naar je werk te worden gereden door een van je collega's".
- "Enthousiast in elk geval gaat dit team verder op de ingeslagen weg".
- "Het carpoolen is mij op zich prima bevallen. Afgezien van de besparing is het bovendien erg gezellig".
- "Meerijden met een ander achter het stuur heb ik dus vandaag voor het eerst beleefd. Bevalt erg goed!".
- "De afgelopen 3 weken zijn we er achter gekomen dat er zeker een basis is om dagelijks te gaan poolen".
- "Het grote voordeel: lekker meerijden, ik heb zelfs een dutje gedaan. Ontspannen dus".
- "Je kunt direct bij het instappen al gaan roddelen over je collega's en hoeft niet te wachten tot ze zijn uitgestapt".
- "Mijn vriendin was ook blij, met mijn auto, zij kon hem nu ook gebruiken".
- "Hoewel je een stukje vrijheid kwijt bent en het wellicht soms enig aanpassingsvermogen vergt aan je collega's, wegen de voordelen mijns inziens ruimschoots op tegen dit nadeel en het ligt in onze bedoeling het niet bij deze proef te laten".
- "Het is een kwestie van goede afspraken maken, jezelf een beetje flexibel opstellen en lol hebben met elkaar".
- "Een advies aan volgende carpoolbemanningen: probeer nu eens goede redenen te vinden om juist wel te poolen, want al die nadelen kennen we wel".



- "Het heeft mij al vanaf 1990 zo'n 7 a 8000 km gescheeld".
- "Ik zeg maar zo: poolen is een groot feest, je moet wel zelf de slingers ophangen".
- "Het bespaart ons elk f 700,-- per jaar. Als we dit opsparen dan kunnen we, als we met FPU gaan, zelf zo'n dikke auto kopen".
- "Een heel aardige bijkomstigheid vindt ik dat je dusver onbekende collega's leert kennen".
- "Een advies voor de volgende poolbemanning(en), probeer nu eens goede redenen te vinden, om juist wel te poolen, want al die nadelen kennen we onderhand wel".
- "Wij kregen van onze werkgever tijdelijk een zeer gunstige parkeerplaats direct voor de poort van ons bedrijf ter beschikking - dit scheelt ons elke dag 10 minuten lopen (meneer Croezen bedankt!).

#### **Nadelen**

- "De collega-poolers hebben vandaag wat langer moeten wachten dan normaal. Ook dat hoort er bijklaar bij."
- "Carpoolen betekende voor mij: goede afspraken maken met de collega's: tijd/plaats etc. Dat leverde de volgende problemen op: ... (wisselende diensten, vaste werktijden, er moest nogal geschoven worden)".
- "Het probleem van carpoolen blijft toch een mentaliteitskwestie"
- "Is carpoolen een uitkomst voor iedereen? Voor mij helaas niet"
- "De tijden zijn echter niet op elkaar afgestemd"
- "We vonden dat we wat te ver om moesten rijden"
- "Ook enige kanttekeningen. Door het carpoolen werd ik mij bewust van de mate van flexibiliteit die het autobezit met zich meebrengt. Zo vergt het plannen van klantenbezoek zorgvuldig overleg met de collega's. Ook het langer doorwerken en het spontaan 's middags vrij nemen behoren tot het verleden. Voor werkende ouders met kinderen is het carpoolen ook niet ideaal. Word je 's middags opgebeld om je ziekgeworden kinderen op te halen van de creche, staan de collega's voor het probleem om naar huis te vertrekken met de trein."
- "Ons inziens moet het carpoolen gepromoot worden met fiscaal voordeel (a la openbaar vervoer)".
- "Moeilijk om de agenda's op elkaar af te stemmen, het kostte extra tijd en een grote mate van improvisatie"
- "Nadeel is dat ik mijn eigen auto kwijt ben aan mijn vrouw."
- "Je bent overgeleverd aan de rijkwaliteiten van een ander, gelukkig dubbele airbags, balken in de portieren en kreukelzones".
- "Het carpoolen is ons toch enigszins tegengevallen, omdat we als collega's toch redelijk uit elkaar wonen".
- "Carpoolen is in ons geval niet haalbaar. De afstanden tussen poolmaten zijn te groot en de werktijden lopen te ver uiteen".
- Effect op bereikbaarheid/files:



- "Bovendien waren de files langer dan normaal, hoe kan dat nou?"
- "Nu je weet hoeveel auto's zich op de weg bevinden met één berijder valt het ook echt op."
- "Als je zo in de file staat zie je pas hoeveel auto's er eigenlijk op de weg zijn, en het worden er steeds meer. Zou Carpoolen het probleem echt oplossen? Ik weet het niet, maar als je het niet probeert weet je het ook niet." -
- "Nu Jorritsma nog. Laat die het mogelijk maken om te carpoolen door de Nederlandse wegen file-vrij te maken"
- "Want als iemand voorstander is van het terugdringen van files dan zijn wij het, jawel"
- "Wat mij betreft is de test nu al geslaagd. Sinds wij carpoolen is de file namelijk al twee auto's korter"
- "Onze vrolijkheid blijft dan ook vooral in de file niet onopgemerkt bij onze mede-weggebruikers"
- "Als heel nederland voorzien wordt van uw gratis carpoolauto's voorspel ik dat de files als sneeuw voor de zon verdwijnen".
- "Carpoolen is de oplossing voor het file probleem".
- "Het is duidelijk: als het gros van de spits-automobilisten gaat carpoolen, neemt het aantal auto's in het woon - werkverkeer flink af. Een testteam krijgt dat niet voor elkaar, maar een zwaluw maakt tenslotte ook geen zomer".
- "De reden om te gaan carpoolen was dan ook dat de NS de dienstregeling van Delft naar Hoofddorp per 1 juni drastisch had gewijzigd, zodanig dat een treinritje al gauw 30 minuten meer tijd kostte".

#### Organisatie

- "Door vergaderingen en verlof van mijn collega-poolers moet ik vanmiddag alleen terugrijden naar Purmerend. Contractbreuk dus! Ik doe nog moeite een nieuwe passagier te vinden. Tevergeefs. Overmacht zullen we maar zeggen."
- "Prettig is dat de verzamelplaats in Purmerend altijd goed bereikbaar is en altijd genoeg gratis parkeerruimte"
- "Aangezien we langs dezelfde carpoolplaats komen hoeven we geen omwegen te maken en is het zeer eenvoudig en goed geregeld"
- "Natuurlijk moeten de werkgevers wel hier en daar een beetje toegeven om de werktijden te synchroniseren"
- "Maak goede afspraken over financiën (liefst week om week rijden met gesloten portefeuilles)"
- "Mijn baas is niet zo flexibel maar ik heb een proefperiode gekregen"
- "In financiële zin is er sprake van enig voordeel doch gezien de redelijke kilometervergoeding welke wij ontvangen is dit voordeel niet zodanig dat dit voor mij reden is om te gaan carpoolen"
- "Voor wat betreft de onderlinge afspraken liep het bij ons iets beter. De één begon een half uur later, de andere twee een half uur eerder."



- "Regelmatige werktijden en werkzaam zijn op dezelfde afdeling is een must voor het welslagen van carpoolen."
- "We hebben afgesproken dat mijn collega zo veel mogelijk s'morgens tijdens de heenreis als chauffeur fungeert, terwijl ondergetekende dan de terugreis voor zijn rekening neemt".
- "Bij deze melden wij ons aan als gegadigden voor het testen van de thuiskomgarantie-auto".
- "Met goede communicatie en nakomen van afspraken kan carpoolen ook prima functioneren. Wel geloof ik dat "flexibel" carpoolen , d.w.z. een aantal dagen per week samen rijden, meer toekomst zou kunnen hebben dan volledig carpoolen".
- "Bij de aftrekposten woon-werkverkeer met eigen auto of met het openbaar vervoer een extra beloning geven voor carpoolers".
- "Opmerkelijk is dat ons bedrijf zegt geen personeel genoeg te hebben om HET carpoolen wat beter te regelen. Bij indiensttreding zou men in ieder geval kunnen vragen of men interesse heeft in carpoolen. Het is triest om te zien dat wij al 2 jaar met 3 man carpoolen terwijl er 1 persoon ruim 1 jaar op het terrein aanwezig was die wilde carpoolen en ook uit Lelystad komt. Bij toeval komt een van onze carpoolers hem in de vakantie in Lelystad tegen en herkent hem als collega. Het had ons allen een flink voordeel kunnen opleveren".







## Bijlage 3 Evaluatie Service/help Desk

### Service Desk/ Telefoon

De telefonische servicedesk van het project Carpooltestteam was bereikbaar:

- van 17 februari 1997 t/m 19 september 1997,
- van maandag t/m vrijdag van 10.00 uur tot 16.00 uur.

Na 19 september is het servicedesk nummer naar de projectleider van RWS/IVV doorgeschakeld.

#### Doorschakelen van Noord-Holland naar Den Haag 'Zuid-Holland'

Er kon voor de service desk een nummer van Acta ter beschikking gesteld worden. Omdat Acta een '070-nummer' had, en het een project van RWS Noord-Holland was, is er besloten om een '023-nummer' van RWS Noord-Holland door te schakelen naar het nummer van Acta in Den Haag. Na het project is de doorschakeling op maandag 22 september omgezet naar het toestel van Kasper Kombrink (laatste projectleider Carpooltestteam). Mogelijke vragen zou hij daardoor beantwoorden.

De doorschakeling is drie keer 'doorgebroken'. Alle drie de keren heeft iemand van RWS het probleem geconstateerd doordat ze de service desk niet konden bereiken. Acta kon aan het telefoontoestel niet zien of de doorschakeling goed functioneerde. Na veel heen en weer gebeld werd duidelijk dat de doorschakeling was uitgezet/doorbroken vanuit de telefooncentrale van RWS Noord-Holland. De doorschakeling is hierna weer in gang gezet.

#### Aantal telefoontjes van deelnemende bedrijven

- Er is door deelnemende bedrijven 44 x gebeld,
- 36 x door de vervoer coördinator/contactpersoon en 8 x door werknemers.
- De telefoontjes duurde gemiddeld 10 minuten,
- De afhandeling duurde gemiddeld 20 minuten.

aantal	onderwerp	afhandeling
9 x m.b.t.	contract en ander gebruik van de auto's overig door servicedesk	- 2 x aan Hertz doorverwezen
21 x m.b.t.	ophalen en inleveren van de auto's	- 17 naar projectleider RWS overig door servicedesk
4 x m.b.t.	extra folders/informatie ter verspreiding onder de medewerkers.	- allen door servicedesk
2 x m.b.t.	extra petjes	- door servicedesk
6 x belde de deelnemers zelf m.b.t.	contract en inleveren auto's, enz.	- 1 x Hyundai doorverwezen overig door servicedesk
2 x werknemers	die mee wilde doen aan het project	- door servicedesk

Afhandeling van de telefoontjes m.b.t. ophalen en inleveren van de auto en gebeurde door de service desk. Het telefoonnummer van Hyundai is gegeven omdat een deelnemer graag de auto na het project wilde 'overkopen'.



De procedure van het aanmelden van teams en het bevestigen van de teams heeft weinig tot geen vragen opgeleverd. Hieruit blijkt dat de procedure duidelijk was bij de deelnemende bedrijven. Het merendeel van de telefoontjes hadden betrekking op het inleveren en ophalen van de auto's. Niet alle teams konden op vrijdag tussen 16.00 en 17.00 uur de auto inleveren. Ze konden wel vroeger of een dag eerder. De servicedesk heeft deze vragen aangenomen en aan de projectleider van RWS doorgegeven. RWS was verantwoordelijk voor het inleveren van de auto's. De projectleider heeft rechtstreeks contact opgenomen met de betreffende teams om een andere inlever tijd af te spreken.

#### **Telefoontjes van de pers**

De persvoorlichter van RWS staat de pers te woord. Dit is het beleid van RWS Noord-Holland en gold dus ook voor dit project.

Het eerste persbericht over het Carpooltestteam project is bij aanvang van het project 'Noord-Holland' breed verzonden. Hierin waren de telefoonnummers en namen van Hertz, Hyundai en RWS vermeld.

Aan de hand van dat eerste persbericht, zijn zowel Hertz als Hyundai door de pers benaderd. Het telefoonnummer van de service desk stond niet vermeld, is dus ook niet benaderd.

Er zijn 4 telefoontjes van de pers geregistreerd door de servicedesk, de telefoontjes duurde gemiddeld 10 minuten, de afhandeling gemiddeld 15 minuten.

<b>aantal</b>	<b>naam</b>	<b>onderwerp</b>	<b>actie</b>
1 x	Kabelkrant/ Nieuws TV Noord-Holland	planning regio's	doorverwezen RWS
1 x	Zaan Radio, Ton de Neut	interview team	doorverwezen RWS/ info verstrekt
1 x	Amstelveens weekblad/ via RWS	algemeen	info gefaxed
1 x	Gooi- en Eembode	algemeen	info gefaxed

Tijdens de regio kick-off's zijn persmappen uitgedeeld. In de mappen was de algemene informatie over het project opgenomen ook waren algemene brochures over carpoolen opgenomen. Aan de hand hiervan zijn geen vragen geweest. Bij de verschillende kick-off's is pers aanwezig geweest. In Amsterdam was er een fotograaf van Autoweek. In Naarden waren: Autogids, de Gooi- & Eembode, Ton Kostermans Fotografie en freelance journaliste (voor personeelsblad van Quest).

Tijdens de algemene Kick-Off is geen pers presentielijst door RWS gebruikt.

#### **Externe bureaus**

Er is zeer veel telefonisch en via de fax contact geweest met de verschillende externe bureau die door RWS Noord-Holland waren ingehuurd voor het werven van teams. Hiervan zijn geen aantallen geregistreerd. Omdat er ook buiten de openingsuren van de servicedesk gebeld is. Deze telefoontjes gingen via het algemene nummer van Acta.

Deze gesprekken duurde gemiddeld 15 minuten, de afhandeling duurde gemiddeld 15 minuten.

J & C in regio Zaandam

VCC Schiphol in regio Schiphol



#### AVM in Amsterdam

De onderwerpen waren voornamelijk:

- versturen van informatiemappen
- bevestigen van teams
- stand van zaken rond werving teams

Het betekende overigens niet dat er minder contact was met de projectleider van RWS als er een extern bureau ingeschakeld was.

Uit een telefoongesprek met het Slotervaart ziekenhuis bleek dat het externe bureau AVM een Carpooltestteam informatiemap in het ziekenhuis had achtergelaten maar verder geen informatie over het project had gegeven. Dit is door de servicedesk naar RWS gesignaleerd. Verder is er een telefoontje van de Gouden Gids gekomen met de vraag waarom de map aan hen was toegestuurd. De Gouden Gids zou totaal geen interesse hebben. De servicedesk had wel een aanvraag van RWS gehad om het pakket te versturen. Uit het gesprek bleek dat de map intern bij de Gouden Gids is gaan zweven. Na enig uitleg over het project, bleek er helaas nog steeds geen interesse.

#### Verdere Interessante connecties/ telefoontjes

- Er is door Hoge Huys, Alkmaar gebeld, zij wilde graag contact om te kijken of het project/ vooral de auto's bij hen ingezet konden worden. Hierover is een fax naar de projectleider van RWS gegaan. De projectleider heeft hierna persoonlijk contact met Hoge Huys gezocht.
- Ook is er gebeld door een bureau dat een conferentie wilde organiseren op carpoolgebied. Het bureau organiseert op 10 oktober 1997 een conferentie over o.a. 'autosolisten'. Het is niet bekend of hier door RWS op gereageerd is. Een fax over het telefoontje van een dame van het Bureau Emancipatie ontwikkeling & Advisering is naar RWS gegaan.

#### Telefoontjes van RWS

Er is veelvuldig telefonisch en via de fax contact geweest tussen Acta en de project-leider van RWS Noord-Holland. Dit ging via 'gewone Acta nummer'. Hiervan is zijn geen aantallen bekend. Wel is dagelijks meerdere malen contact geweest. De onderwerpen waren hoofdzakelijk (in oplopende volgorde) hoofdzakelijk:

- stand van zaken rond aanmeldingen teams
- aanvragen van pakketten
- inleveren en terug brengen van auto's
- planning project
- interessante telefoontjes van geïnteresseerden

Er was voornamelijk contact met de projectleider van RWS. Er is slechts een enkele keer door de medewerkers van IVV gebeld met vragen.

#### Hertz alarmnummer

sluutel in auto gesloten, vraag over contract:

5 x



Er is niet gebeld voor de thuiskom garantie, de auto's hebben gedurende het hele project goed gereden.

**Contact Hertz - servicedesk**

Met Hertz is alleen noodzakelijk telefoonverkeer geweest over bijv. contracten

**Contact Hyundai - servicedesk**

Met Hyundai is een aantal keer contact geweest over het vervoer van de auto's. Tot twee keer toe had Hyundai de dealers niet ingelicht hoe laat en wanneer de auto's zouden worden opgehaald worden om vervoerd te worden.

**Service Desk/**

**Versturen informatie-pakketten:**

Er zijn in totaal ruim 325 pakketten door de service-desk gemaakt.

Het verschilde nogal per regio of er door de service desk veel pakketten (op naam) verstuurd moesten worden. De reden hiervan was dat er in Zaandam en Schiphol externe bureaus door RWS zijn ingehuurd voor het werven van de teams. Deze bureaus hebben meerdere pakketten gekregen om bij de bedrijven achter te laten.

**Pakket aantallen**

**Regio Zaandam:**

56 x combi-pakketten, waarvan 41 naar J & C

0 x info-pakket

**teams**

totaal 21 teams aanvraag ingediend, 3 teams zijn niet gehonoreerd, waren reeds bestaande teams

18 teams van 14 verschillende bedrijven

**Regio Amsterdam:**

53 x combi-pakketten, waarvan 12 naar Ondernemersvereniging Amstelveen

12 x info-pakketten

**teams**

totaal 15 teams aanvraag ingediend, 3 teams zijn niet gehonoreerd, waren reeds bestaande carpoolteams

12 teams van 7 verschillende bedrijven

**Regio Schiphol:**

37 x combi-pakketten waarvan 35 naar Vervoer Coördinatie Centrum Schiphol

0 x info-pakket

**teams**

totaal 22 teams en enkele 'losse' aanmeldingen via VCC, een team heeft zelf na bevestiging afgezegd, andere waren reeds bestaande teams en de losse aanmeldingen vielen niet tot een team te combineren



19 teams van 7 verschillende bedrijven, 1 bedrijf heeft in de periode van twee teams laten rijden

10 teams waren van verschillende onderdelen van KLM,

**Regio Naarden:**

24 x combi-pakketten

3 x info-pakketten

**teams**

totaal 11 teams aangemeld

11 teams van 5 verschillende bedrijven

**Algemeen:**

5 x combi-pakket Hoge Huys, Alkmaar

1 x combi-pakket Stichting Rijnland Mobiel, Leiden

1 x combi-pakket Medisch Centrum Alkmaar

1 x combi-pakket Adviesbureau Awareness, Den Haag

70 x combi-pakket IVV

**In totaal zijn er aan bedrijven door de servicedesk verstuurd:**

178 combi-pakketten

15 informatiepakketten

Verder is er aan vier bedrijven extra folders en informatiemateriaal toegestuurd.

**Inhoud pakketten**

De inhoud van de diverse pakketten was op voorhand vastgesteld.

Het informatiepakket bevatte algemene informatie over het project. Met een formulier kon een deelnamepakket aangevraagd worden.

Het deelnamepakket bevatte specifieke informatie en formulieren voor het aanmelden van teams.

Het combipakket was een combinatie van beide.

Uiteindelijk is gebleken dat ruim 92 % van de verzonden pakketten door de servicedesk combipakketten waren. De reden hiervoor was dat het voor bedrijven toch te omslachtig bleek om eerste een informatiepakket door te nemen en dan een formulier te faxen om later weer een heel pakket door te nemen.

**Service Desk/ Organiseren start- en slotbijeenkomsten**

Om een start- en slot bijeenkomst te kunnen organiseren moeten alle teams op de hoogte zijn van wat er van hen verwacht wordt. In de bevestigingsbrieven aan de deelnemende teams stond zowel de informatie over start- als de slotbijeenkomst vermeld. Tijdens het ophalen van de auto's werden de teams er nogmaals op de procedure van het inleveren geattendeerd.



Voor de start- en slotbijeenkomsten heeft Acta van te voren de dealers bezocht. De logistiek werd dan met de dealer doorgenomen. Verder werden de cateraar, fotograaf op de hoogte gesteld.

De overzichten van de deelnemende teams zijn ook naar Hertz en Hyundai gestuurd.

#### **Postadres**

Voor een dergelijk project is niet alleen een telefoonnummer maar ook het faxnummer en postadres belangrijk. Tijdens dit project was het nog wel eens onduidelijk voor mensen dat zij wel een 'Haarlem-telefoonnummer' draaide maar dan een fax naar Den Haag moesten sturen. Nadat er uitgelegd was dat de uitvoering van bepaalde zaken uitbesteed waren, begreep men het wel.