

***Marktonderzoek Autodate***  
***Deelrapportage Interviews***  
***Aanbieders***

TT00-32

Drs. Jolieke Mesken en drs. Klaas Veenma  
Veenendaal, Traffic Test bv

## Documentbeschrijving

Titel:	Marktonderzoek Autodate
Subtitel:	Deelrapportage Interviews Aanbieders
Rapportnummer:	TT00-32
Status:	Eindrapport
Projectnummer:	EXT99-93
Auteur(s):	Drs. J. Mesken en drs. K. Veenma
Datum:	31 mei 2000
Opdrachtgever:	Drs. F. Cohen, Adviesdienst Verkeer en Vervoer
Korte inhoud:	In dit rapport wordt verslag gedaan van de interviews met aanbieders die gehouden zijn in het kader van het Marktonderzoek Autodate. Door middel van de interviews is getracht een beeld te krijgen van het aanbod van organisaties voor gedeeld autogebruik. Deze informatie wordt in een later stadium gecombineerd met gegevens over de vraag naar gedeeld autogebruik. Vervolgens zullen kansrijke product-marktcombinaties worden vastgesteld.

## **Inhoudsopgave**

<b>1.</b>	<b>Inleiding .....</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Algemene typering van de organisaties .....</b>	<b>3</b>
<b>3.</b>	<b>Filosofie en feitelijk product .....</b>	<b>5</b>
<b>4.</b>	<b>Doelgroepen en communicatie .....</b>	<b>8</b>
<b>5.</b>	<b>Redenen om deel te nemen en voordelen deelname .....</b>	<b>10</b>
<b>6.</b>	<b>Toekomstvisie .....</b>	<b>11</b>
<b>7.</b>	<b>Samenvatting .....</b>	<b>12</b>
	<b>Bijlage: Interviewverslagen .....</b>	<b>14</b>
(1)	De heer Aad van Zon – Diks Autodate .....	14
(2)	De heer Gijs van Lookeren-Campagne – Greenwheels .....	17
(3)	De heer Ben Bosboom – AutoDelen .....	20
(4)	De heer Barend Elshout – AutoAbonnee .....	24
(5)	Mevrouw Maureen Yntema – Auto op Afroep (Budget) .....	27
(6)	De heer F. Hoebe – Call-a-Car Haarlem .....	31
(7)	De heer Jan Theunissen – Call-a-Car Culemborg .....	34
(8)	De heer Roger Theunissen – Stichting voor Gedeeld Autogebruik .....	38

## 1. Inleiding

### ***Doel marktonderzoek***

In september 1999 is het project 'Marktonderzoek Autodate' van start gegaan. Dit project heeft tot einddoel het identificeren van kansrijke product-marktcombinaties voor gedeeld autogebruik. Om tot een goede inschatting te komen van de kansen in de markt wordt een aantal fasen doorlopen, waarbij zowel de vraag- als aanbodzijde in kaart wordt gebracht. In de eerste fase is door middel van een literatuurstudie informatie verkregen over de ontwikkelingen in binnen- en buitenland over gedeeld autogebruik. Deze informatie heeft als input gediend voor het kwalitatieve onderzoek dat in de tweede fase is uitgevoerd onder deelnemers, ex-deelnemers en potentiële deelnemers van gedeeld autogebruik. Door middel van individuele interviews en groepsdiscussies is inzicht verkregen in de determinanten voor deelname aan gedeeld autogebruik en de belemmeringen die gebruik maken van een dergelijk systeem in de weg staan. De gegevens uit het kwalitatieve onderzoek hebben vervolgens als uitgangspunt gediend voor het kwantitatieve onderzoek, waarin een groot aantal respondenten – zowel (ex-)deelnemers als potentiële deelnemers – telefonisch zijn geïnterviewd.

### ***Productaanbod: interviews aanbieders***

Door middel van het kwalitatief en kwantitatief onderzoek is de vraagzijde voor gedeeld autogebruik goed in beeld gebracht. Voor het identificeren van kansrijke product-marktcombinatie is echter ook informatie nodig over de aanbodzijde. Daarvoor zijn de belangrijkste aanbieders van gedeeld autogebruik geïnterviewd. Er zijn in totaal 7 interviews gevoerd met organisaties voor gedeeld autogebruik en één interview met de (overkoepelende) Stichting voor Gedeeld Autogebruik. Het gaat om de volgende organisaties en personen:

- Autodelen (de heer Ben Bosboom)
- Diks Autodate (de heer Aad van Zon)
- Greenwheels (de heer Gijs van Lookeren Campagne)
- Auto op Afroep/Budget (mevrouw Maureen Yntema)
- AutoAbonnee (de heer Barend Elshout)
- Call-a-Car Culemborg (de heer Jan Theunissen)
- Call-a-Car Haarlem (de heer F. Hoeben)
- Stichting voor Gedeeld Autogebruik (de heer Roger Theunissen)

### ***Autodate en gedeeld autogebruik***

Er is bij de selectie van te interviewen organisatie getracht een zo compleet mogelijk beeld te krijgen van de huidige Nederlandse markt voor gedeeld autogebruik. In de eerste plaats gaat het daarbij om organisaties die in Amsterdam actief zijn en derhalve voldoen aan de door de gemeente Amsterdam (en de Stichting voor Gedeeld Autogebruik) gestelde eisen. Dit zijn de organisaties AutoDelen, Diks Autodate en Greenwheels. Het product dat deze organisaties aanbieden is derhalve aan te duiden als 'Autodate'. De eisen die de gemeente Amsterdam aan de aanbieders stelt zijn:

- Reserveringsmogelijkheden gedurende 24 uur per dag.
- Reservering mogelijk tot 15 minuten voor gewenst gebruik.
- De auto's staan 24 uur per dag voor gebruik te beschikking.
- De afstand van het thuisadres naar de auto is gering.
- Er is de mogelijkheid om voor langere tijd een auto te huren.
- Het gebruik is niet gebonden aan een minimum of maximum aantal uren.
- Het gebruik is niet gebonden aan een minimum of maximum aantal km.

- De prijs is gerelateerd aan het aantal kilometers of het brandstofverbruik.
  - De prijs is gerelateerd aan de tijd dat de auto wordt gebruikt.
  - De verzekering van de auto kent een beperkt eigen risico voor de gebruiker.
- Daarnaast is een aantal organisaties geïnterviewd die een product aanbieden dat formeel niet aan te merken is als 'Autodate', maar wel als een vorm van gedeeld autogebruik. Het gaat om de volgende organisaties: Auto op Afroep, AutoAbonnee, Call-a-Car Haarlem en Call-a-Car Culemborg. Tenslotte is met de heer Roger Theunissen van de Stichting voor Gedeeld Autogebruik om een 'overkoepelende' visie op de ontwikkelingen op het gebied van gedeeld autogebruik.

### ***Doel interviews met aanbieders***

Het doel van de interviews was zowel een beter beeld te krijgen van de betreffende organisaties – wat is bijvoorbeeld de achterliggende filosofie van de organisatie en welke mensen worden door de organisatie als doelgroep voor gedeeld autogebruik gezien –, als inzicht te krijgen in de toekomstplannen en toekomstvisie van de organisaties. De interviews zijn allemaal in de periode februari/maart 2000 afgenomen.

### ***Het rapport***

In paragraaf 2 zal eerst een algemene typering van de verschillende organisaties voor gedeeld autogebruik worden gegeven. Vervolgens wordt in paragraaf 3 aandacht besteed aan de achterliggende filosofie ('concept') en het product dat feitelijk wordt aangeboden. In paragraaf 4 komen de doelgroepen waarop de organisatie zich richt en de wijze waarop richting doelgroep(en) wordt gecommuniceerd aan bod. Daarna wordt in paragraaf 5 ingegaan op de redenen waarom mensen volgens de geïnterviewden wel of niet deelnemen aan gedeeld autogebruik. In paragraaf 6 wordt een samenvatting gegeven van de toekomstvisie die de diverse organisaties hebben ten aanzien van gedeeld autogebruik. In de bijlagen staan de interviewverslagen.

## 2. Algemene typering van de organisaties

### ***Algemeen***

Tijdens de interviews werd al snel duidelijk dat er grote verschillen zijn tussen de organisaties die zijn geïnterviewd. Belangrijke verschillen zijn:

- het wel of niet voldoen aan de criteria die worden gesteld aan 'Autodate';
- de rol die het product 'gedeeld autogebruik' in de organisatie speelt ('core business' versus 'bijproduct');
- het al dan niet een winstdoelstelling hebben ('profit versus non-profit');
- het gebied waarin het product wordt aangeboden (met name grote steden/Amsterdam tegenover landelijk gebied).

### ***'Autodate'***

Een voor de hand liggend onderscheid dat kan worden gemaakt is die tussen organisaties die aan de eisen voldoen die worden gesteld aan aanbieders van 'Autodate'<sup>1</sup> (zie paragraaf 1) en organisaties die niet aan die eisen voldoen. De organisaties die in Amsterdam actief zijn – AutoDelen, Greenwheels en Diks – voldoen (grotendeels) aan deze (ook door de gemeente Amsterdam gestelde) eisen, de andere organisaties – Call-a-Car Haarlem, Call-a-Car Culemborg, Auto op Afroep en AutoAbonnee – niet. Het gevolg is dat bij AutoDelen, Greenwheel en Diks Autodate deelauto's in de wijk staan en dat deze auto's gedurende 24 uur per dag en tot kort voor gebruik te reserveren zijn. Bij de andere organisaties moet de deelauto van een bepaalde 'centrale' locatie (autoverhuurbedrijf of autodealer) worden afgehaald (hoewel er soms ook sprake is van een haal- en brengservice) en dient bovendien minimaal een halve dag van tevoren te worden gereserveerd.

### ***'Core business'***

Een deel van de aanbieders van gedeeld autogebruik ziet het aanbieden van dit product als 'core business', voor andere organisaties is gedeeld autogebruik slechts een product dat naast de 'gewone' autoverhuur wordt gedaan. Hier staan met name Greenwheels en AutoDelen (dat overigens sinds kort onderdeel is van het verhuurbedrijf Europcar), waar gedeeld autogebruik 'core business' is, tegenover Diks, waar de 'normale' verhuur van auto's veruit de belangrijkste activiteit is. De organisaties Call-a-Car Haarlem, Call-a-Car Culemborg, Auto op Afroep (ANWB) en AutoAbonnee (de organisatie 'DRAS'<sup>2</sup>) zijn intermediair tussen eindgebruiker en de auto(verhuur)bedrijven die de auto's leveren. Bij de aangesloten bedrijven gaat het ook altijd om een bijproduct, naast de verkoop en/of 'gewone' verhuur.

### ***Winstoogmerk***

De beide Call-a-Car organisaties, die in Haarlem en Culemborg, hebben geen winstoogmerk, het zijn respectievelijk een administratiecentrum en een stichting. Zij hebben een coördinerende functie en staan in principe tussen auto(verhuur)bedrijf en klant in. Ze willen alleen een bijdrage leveren aan het verminderen van het autogebruik. De overige aanbieders van gedeeld autogebruik zijn allemaal commerciële organisaties. Hoewel het bij AutoAbonnee en Auto op Afroep wel om intermediaire organisaties gaat – in het eerste geval is de organisatie 'DRAS' intermediair voor een groot aantal aangesloten autodealers, in het tweede geval is de ANWB de intermediaire partij en levert Budget de auto's –, beiden zijn wel commerciële bedrijven. Deze organisaties onderscheiden zich

---

<sup>1</sup> In het vervolg gebruiken we de term brede term 'gedeeld autogebruik', tenzij het specifiek over 'Autodate' gaat.

<sup>2</sup> 'DRAS' staat voor 'Dealer Rental Services'.

onderling weer doordat Auto op Afroep (ANWB) alleen via Budget auto's beschikbaar stelt, terwijl deelnemers van AutoAbonnee bij diverse dealers terecht kunnen.

### ***Stad versus platteland***

Tenslotte is er een duidelijk onderscheid tussen de organisaties die zich richten op de grote steden en de organisatie die actief zijn op minder verstedelijkte gebieden. Diks Autodate en AutoDelen bieden (vooralsnog) alleen gedeeld autogebruik aan in Amsterdam, Greenwheels in een aantal grote steden (onder meer Amsterdam, Rotterdam en Amersfoort) en Call-a-Car Haarlem is actief in zowel het stedelijk gebied (waaronder Haarlem en Amsterdam) als het minder verstedelijkt gebied (Purmerend en Enschede). Call-a-Car Culemborg richt zich vooral op het minder verstedelijkte gebied (Culemborg en Wageningen en omgeving), terwijl AutoAbonnee en Auto op Afroep in het gehele land deelauto's aanbieden.

### 3. Filosofie en feitelijk product

#### **Filosofie**

De wijze waarop door de organisatie tegen het product 'gedeeld autogebruik' wordt aangekeken hangt voor een groot deel samen met het in de vorige paragraaf gemaakte onderscheid 'core business' en 'bijproduct'. Bij de verhuurbedrijven zoals Budget en Diks wordt gedeeld autogebruik heel duidelijk gezien als één van de mogelijke verschijningsvormen van autoverhuur. Het is in hun ogen een 'flexibele vorm van huren'. Daarbij wordt aangegeven dat het dus niet als 'volwaardig' alternatief wordt gezien voor een eigen auto. In het geval van Budget, maar ook bij Greenwheels en AutoDelen, wordt aangegeven dat ze de deelauto zien als onderdeel van de gehele mobiliteitsketen. Bij Greenwheels wordt daarbij expliciet een relatie gelegd met het gebruik van de trein – ze werken dan ook nauw samen met de NS. Opvallend is dat bij Call-a-Car Culemborg wel het streven is op den duur een systeem te ontwikkelen dat concurrerend is met de eigen auto (wat overigens nog lang niet het geval is, zo geeft Jan Theunissen van Call-a-Car Culemborg aan).

Bij alle organisaties is het uitgangspunt dat er – door gebruik te maken van een deelauto – bewust(er) wordt omgegaan met de auto. De auto wordt alleen gebruikt als men hem echt nodig heeft. Bij sommige organisaties, zoals Call-a-Car Culemborg en Call-a-Car Haarlem, speelt het milieu in dit verband sterker dan bij andere organisaties.

#### **Kosten**

Het vergelijken van de kosten die verbonden zijn aan het gebruik van een deelauto van de verschillende organisaties voor gedeeld autogebruik is geen eenvoudige opgave. Enkele aanbieders, zoals Call-a-Car Culemborg en Budget, hebben een aantal categorieën auto's, waarvoor de tarieven verschillen. Bovendien is er soms zelfs binnen één organisatie sprake van verschillende prijzen doordat met meerdere auto(verhuur)bedrijven wordt samengewerkt. Dat geldt bijvoorbeeld voor de Call-a-Car organisaties en voor AutoAbonnee. Om een compleet beeld te krijgen van de kosten van het gebruik van een auto van een organisatie voor gedeeld autogebruik moet onderscheid gemaakt worden tussen de volgende kostenposten:

- abonnementsgeld
- kilometerprijs, al dan niet met 'vrije kilometers'
- uurprijs
- borgsom
- brandstofkosten

In het algemeen geldt dat er sprake is van abonnementskosten variërend van f25,- per jaar voor AutoAbonnee tot f100,- per maand voor het 'Bel&Rij + -abonnement' bij Greenwheels (overigens beschikt men dan wel over 300 vrije kilometers per maand). De tarieven voor een abonnement liggen bij de aanbieders die actief zijn in Amsterdam aanmerkelijk hoger (tussen de f300,- en f1200,- per jaar) dan bij de organisatie die buiten Amsterdam gedeeld autogebruik aanbieden (tussen de f25,- en f125,- per jaar). Het productaanbod verschilt natuurlijk ook aanmerkelijk (denk bijvoorbeeld aan de mogelijkheden om te reserveren en het al dan niet in de wijk staan van de deelauto). Wanneer men zich aanmeldt voor deelname betaalt men in enkele gevallen een borgsom, oplopend tot maximaal f500,- (Greenwheels en AutoDelen).

Naast het abonnementsgeld betaalt men afhankelijk van het aantal gereden kilometers. De kilometerprijs is minimaal f0,14 per kilometer (de kleinste auto bij Call-a-Car Culemborg) en kan oplopen tot f1,30 per kilometer (bij 'spontaan' gebruik van de duurste auto bij AutoDelen). Vergelijking van de organisaties is hierbij echter moeilijk, omdat:

- Er in enkele gevallen sprake is van vrije kilometers (bijvoorbeeld Auto op Afroep en Call-a-Car Haarlem), terwijl dat bij andere organisaties niet het geval is (Diks Autodate en AutoDelen).
- Het aantal vrije kilometers bovendien verschilt per organisatie (bij Auto op Afroep krijgt men 200 vrije kilometers per dag, bij Call-a-Car Haarlem 100).
- Het daarnaast soms mogelijk is om (niet-gebruikte) vrije kilometers op te sparen (Call-a-Car Haarlem en Call-a-Car Culemborg), terwijl dit bij anderen niet het geval is (bijvoorbeeld Auto op Afroep).
- De kilometerprijs in alle gevallen exclusief benzine is, behalve bij AutoDelen (bij AutoDelen is de kilometerprijs bovendien afhankelijk van het al dan niet vooraf reserveren).
- De prijs per gereden kilometer afhankelijk is van het type auto dat men gebruikt.

Naast een kilometerprijs betaalt men voor de tijd dat de auto wordt gebruikt. Bij de aanbieders in Amsterdam is sprake van uurtarieven (vanaf f2,50 per uur), bij de andere organisaties betaalt een deelnemer per dagdeel of per dag (vanaf ongeveer f40,- per dag). Ook hier is de prijs afhankelijk van het type auto dat wordt gebruikt.

Tenslotte is het bij Call-a-Car Culemborg en Call-a-Car Haarlem zo dat men elke maand een vast bedrag betaalt dat is gebaseerd op een inschatting van het gebruik vooraf en vindt verrekening aan het eind van het jaar plaats op basis van het daadwerkelijk gebruik.

### ***Aanbod Amsterdam***

Het aanbod van de organisaties die in Amsterdam actief zijn – Diks Autodate, AutoDelen en Greenwheels – is duidelijk verschillend van die van andere organisaties. Dit heeft natuurlijk alles te maken met het feit dat deze organisaties aan de eisen van de gemeente dienen te voldoen. Dit betekent onder meer dat er een auto in de wijk staat en dat de auto 24 uur per dag en tot vlak voor gebruik gereserveerd kan worden (zie paragraaf 1). De organisaties in Amsterdam verschillen echter ook op een aantal punten. De belangrijkste verschillen zijn:

- *De gehanteerde tarieven*  
Diks Autodate hanteert een zeer eenvoudig tariefstelsel, bij AutoDelen en Greenwheels is sprake van differentiatie. Bij AutoDelen is de prijs afhankelijk van het type auto dat wordt gebruikt, bij Greenwheels is er een abonnement met of zonder vrije kilometers en wordt korting gegeven aan vaste klanten van de NS. Ook de hoogte van de gehanteerde tarieven verschilt tussen de drie organisaties.
- *De wijze waarop het systeem werkt*  
Bij Greenwheels heeft men een chipkaart waarmee de auto geopend kan worden en is reserveren verplicht, bij Diks ontvangt men een sleutel die op alle deelauto's past en dient men ook te reserveren. Bij AutoDelen wordt gewerkt met een sleuteltje, waarmee een kluis kan worden geopend waarin de autosleutel zit en hoeft men niet te reserveren (reserveren kan overigens wel).

- *Het aanbod van auto's*  
Greenwheels heeft alleen auto's van het type Peugeot 106 en Diks Autodate alleen Citroën Saxo, terwijl AutoDelen verschillende typen auto's aanbiedt.
- *De beschikbaarheid van auto's*  
Greenwheels heeft altijd één auto per locatie, terwijl Diks Autodate er in de binnenstad drie per locatie heeft. AutoDelen heeft eveneens meerdere auto's per locatie.
- *Locaties*  
Greenwheels heeft – in tegenstelling tot Diks Autodate en AutoDelen – deelauto's staan in andere grote steden, zoals Utrecht en Rotterdam.

#### ***Aanbod buiten Amsterdam***

Voor de organisaties die buiten Amsterdam actief zijn geldt dat er sprake is van een duidelijk minder gebruikersvriendelijk product:

- De auto's dienen afgehaald te worden bij een auto(verhuur)bedrijf (hoewel er soms voor circa f5,- gebruik gemaakt kan worden van een haal- en brengservice).
- De reserveringstijden zijn aanmerkelijk langer (minimaal een halve dag).
- De deelauto's kunnen alleen worden gereserveerd tijdens 'kantooruren' (hooguit tot een uur of acht 's avonds).
- De auto kan niet voor één of twee uur worden gebruikt (er is een minimumgebruiksduur van een halve dag).

Overigens wil dit niet zeggen dat de deelnemers van deze organisaties voor gedeeld autogebruik ontevreden zijn over het product dat zij krijgen aangeboden. Een uitzondering op hetgeen hiervoor aangegeven is vormt natuurlijk Greenwheels, die in een aantal steden buiten Amsterdam (waaronder Utrecht en Rotterdam) hetzelfde product aanbiedt als in Amsterdam (zie 'Aanbod Amsterdam').

## 4. Doelgroepen en communicatie

### ***Doelgroepen***

Ondanks dat alle organisaties een bepaald beeld hebben van het profiel van 'hun' deelnemers – ze zijn relatief vaak hoog opgeleid, hebben een relatief hoog inkomen, 'staan bewust in het leven' en hechten weinig waarde aan het bezit van een auto – wordt er door de organisaties meestal maar weinig mee gedaan. Veelal is het uitgangspunt dat het product 'automatisch' een bepaald type mensen trekt. Daar komt bij dat de organisaties veelal lokaal bezig zijn – dat geldt bijvoorbeeld voor Diks Autodate, maar ook voor Call-a-Car Culemborg – en men richt zich derhalve op de mensen die in de betreffende regio (Culemborg en omstreken) of wijk (de binnenstad van Amsterdam) wonen. Een praktisch punt is bovendien dat er óf geen geld is om promotionele activiteiten te verrichten (zie bijvoorbeeld Call-a-Car Culemborg) óf dat er geen behoefte is aan dergelijke activiteiten omdat er genoeg vraag is (AutoDelen). Bij Greenwheels, die in een aantal steden actief is, bestaat de doelgroep uit alle NS-reizigers – communicatie over Greenwheels verloopt dan ook grotendeels via de NS.

### ***Levensfase en mobiliteitsbehoefte***

Bij Budget (Auto op Afroep) lijkt men zich nog het meest bezig te houden met het onderscheid tussen de diverse doelgroepen. Er wordt door Budget vooral onderscheid gemaakt tussen de verschillende doelgroepen op basis van de levensfase waarin iemand zich bevindt. Iemands levensfase blijkt een duidelijke relatie te vertonen met de mobiliteitsbehoefte, en daardoor met het gebruik van huurauto's. Eén en ander is gebaseerd op diverse onderzoeken waarbij onder meer gebruik wordt gemaakt van de AirMiles-bestanden. Het onderscheid dat Budget maakt tussen de verschillende doelgroepen sluit aan bij de visie van Roger Theunissen van de Stichting voor Gedeeld Autogebruik. Roger Theunissen geeft ook aan dat het mobiliteitsgedrag een belangrijke bepalende factor is in het onderscheid van de diverse doelgroepen voor gedeeld autogebruik. Hij stelt bovendien dat mensen die minder dan 12.000 km per jaar in een auto rijden in principe binnen de doelgroep vallen.

### ***Communicatie***

In de communicatie richting (potentiële) deelnemers komt een aantal onderwerpen aan de orde:

- gemak
- service
- kosten
- milieu

Bij vrijwel alle aanbieders lijkt het gemaksaspect het belangrijkste element in de communicatie te zijn (hoewel de concrete invulling van dat 'gemak' natuurlijk nogal verschilt tussen de verschillende organisaties, zie paragraaf 3). Eén van de geïnterviewden verwoordt het als volgt: 'de auto is 24 uur per dag beschikbaar bij jou in de buurt'. Daarbij wordt door een deel van de organisaties een goede service (onder meer het regelen van onderhoud en het aanbieden van verschillende typen auto's) gekoppeld aan gemak. Opvallend is dat met name

AutoDelen, en in mindere mate Call-a-Car Haarlem, het belang van de kosten in de communicatie richting (potentiële) deelnemers benadrukken. Tenslotte lijkt de algehele opinie te zijn dat deelnemers aan gedeeld autogebruik wel milieubewust leven, maar dat dit toch zeker niet van doorslaggevende betekenis is in de keuze voor gedeeld autogebruik. In de communicatie speelt het onderwerp 'milieu' dan ook slechts een geringe rol (behalve bij Call-a-Car Haarlem).

## 5. Redenen om deel te nemen en voordelen deelname

### ***Redenen om deel te nemen***

De geïnterviewde personen is gevraagd wat volgens hen de reden is dat mensen deel gaan nemen aan een organisatie voor gedeeld autogebruik. Veelal wordt aangegeven dat er vaak sprake is van een keuzemoment: de oude auto is stuk, men raakt de parkeervergunning kwijt of men overweegt de aanschaf van een tweede auto. Dit verschilt overigens wel tussen het stedelijk gebied (in Amsterdam bijvoorbeeld relatief vaak parkeerproblemen en vernielingen) en het landelijk gebied (de aanschaf van een tweede auto). Dat vervolgens voor een deelauto wordt gekozen heeft te maken met kosten (de auto wordt weinig gebruikt), maar ook vaak met service en gemak (met name in steden als Amsterdam). Oftewel: 'wel de lusten, niet de lasten'.

### ***Redenen om te stoppen***

De reden om op een gegeven moment te stoppen met deelname aan gedeeld autogebruik lijkt vaak voort te komen uit een veranderende privé-situatie: iemand verhuist naar een andere stad, krijgt een auto van de zaak of er is gezinsuitbreiding.

### ***Voordelen gedeeld autogebruik***

Het grote voordeel van een georganiseerde vorm van gedeeld autogebruik ten opzichte van particulier autodelen is dat er altijd een auto beschikbaar is. Dit levert bij particulier autodelen nog wel eens problemen op, zo geeft men aan. Bovendien wordt een groot aantal zaken, zoals het schoonmaken, het onderhoud en de verzekeringen, geregeld. Het voordeel boven gewoon een auto huren is de extra service – je kunt de auto gebruiken zonder allerlei administratieve rompslomp – en, vooral als de auto in de wijk staat, het gemak.

## 6. Toekomstvisie

### ***Uitbreiding locaties***

De steeds toenemende parkeerdruk en de hogere kosten van het autogebruik lijken in de toekomst mogelijkheden te bieden voor gedeeld autogebruik. Meer mensen zullen óf uit noodzaak (geen parkeervergunning of uit kostenoverweging) óf uit meer idealistische overwegingen ('het wordt te vol op de Nederlandse wegen') de overstap maken naar gedeeld autogebruik. Bijna zonder uitzondering denken de aanbieders aan een uitbreiding van het aantal locaties waar de organisatie gedeeld autogebruik wil aanbieden. Dat geldt bijvoorbeeld voor Greenwheels, die op termijn in alle intercitysteden actief wil zijn, en voor AutoDelen, die door samenwerking met Europcar ook buiten Amsterdam werkzaam zal zijn. Ook Call-a-Car Culemborg en AutoAbonnee willen het gebied waar men lid kan worden van de organisatie uitbreiden.

### ***Verbeteren product***

Met name de aanbieders van gedeeld autogebruik buiten Amsterdam denken in de toekomst het productaanbod te kunnen verbeteren. Call-a-Car Culemborg heeft bijvoorbeeld net – door een samenwerking met Budget – een haal- en brengservice op poten gezet. Bovendien levert de samenwerking met Budget kortere reserveringstijden en een betere beschikbaarheid op van deelauto's (dit laat nu nog wel eens te wensen over). Ook AutoAbonnee heeft kort geleden een haal- en brengservice geïntroduceerd. Verder overwegen Call-a-Car Culemborg en Call-a-Car Haarlem aan het aanbieden van deelauto's in de wijk.

### ***Informatietechnologie***

Voor organisaties voor gedeeld autogebruik lijkt de ontwikkeling op het gebied van informatietechnologie kansen te bieden. Het gebruik van internet maakt het bijvoorbeeld mogelijk om 24 uur per dag een auto reserveren. Chipkaarttechnologie en GPS<sup>3</sup> bieden eveneens mogelijkheden om het productaanbod te verbeteren.

### ***Rol overheid***

Van de overheid lijkt men vooral een faciliterende rol te verwachten. Volgens één van de geïnterviewden zou de overheid, zowel centraal als decentraal, dit bovendien op een pro-actieve manier moeten doen. De wijze waarop de overheid haar rol precies zou moeten invullen wordt echter veelal niet duidelijk. In Amsterdam lijkt vooral de parkeerregeling een belangrijk verbeterpunt. Het is nog steeds zo dat auto's die op de gereserveerde plaatsen staan niet mogen worden weggesleept. Dit levert irritatie op bij de deelnemers én de organisaties voor gedeeld autogebruik (omdat de auto's vervolgens zoek zijn). Daarnaast geven de aanbieders in Amsterdam aan dat ze behoefte hebben aan meer parkeerplaatsen.

---

<sup>3</sup> 'GPS' staat voor *Global Positioning System*. Het gaat om een techniek waarbij – via satellieten – de plaats waar een auto zich bevindt tot op enkele tientallen meters nauwkeurig kan worden bepaald.

## **7.       Samenvatting**

In de onderstaande tabel staan de belangrijkste kenmerken van de in het kader van het marktonderzoek geïnterviewde aanbieders van gedeeld autogebruik samengevat weergegeven:

Tabel 1 Kenmerken aanbieders van gedeeld autogebruik							
	<b>Diks Autodate</b>	<b>Greenwheels</b>	<b>AutoDelen</b>	<b>AutoAbonnee</b>	<b>Auto op Afroep</b>	<b>Call-a-Car Haarlem</b>	<b>Call-a-Car Culemborg</b>
<b>Organisatie</b>	Diks Autoverhuur	Greenwheels	Europcar	DRAS (Dealer Rental Services)	ANWB	Stichting Call-a-Car Haarlem	Stichting Call-a-Car Culemborg
<b>Core business</b>	Autoverhuur	Gedeeld autogebruik	Gedeeld autogebruik	Gedeeld autogebruik	Belangenvereniging	Gedeeld autogebruik	Gedeeld autogebruik
<b>(Non)profit</b>	Profit	Profit	Profit	Profit	Profit	Non-profit	Non-profit
<b>Aantal deelnemers</b>	Circa 120	Onbekend	Circa 1.000	Circa 1.000	6.000	200	100
<b>Plaatsen deelauto's</b>	Amsterdam	7 steden, waaronder A'dam	Amsterdam	Landelijk	Landelijk	Vier plaatsen, waaronder Haarlem	Culemborg en Wageningen & omgeving
<b>Aantal deelauto's</b>	25	Circa 130	85	Circa 2.500	Circa 20.000	Onbekend	Onbekend
<b>Locatie deelauto's</b>	In de wijk	In de wijk	In de wijk	Autodealer (150) in buurt	Budget (100) in de buurt	Verhuurbedrijf (7) in de buurt	Autodealer (9) in de buurt
<b>Leverancier deelauto</b>	Eigen auto's	Eigen auto's	Eigen auto's	Aangesloten autodealers	Budget Rent a Car	Aangesloten verhuurbedrijven	Aangesloten autodealers
<b>Typen auto's</b>	Citroën Saxo	Peugeot 106	Divers	Divers	Divers	Divers	Divers
<b>Kosten</b>							
<b>Abonnement</b>	f50,- per mnd	f50,-/f100,- p.mnd	f35,- per mnd	f25,- per jaar	f45,- per jaar	f58,75 per jaar	f125,- per jaar
<b>Km-prijs</b>	f0,25 per km	f0,25 per km	v.a. f0,30 per km	v.a. f0,15 pkm	v.a. f0,20 per km	v.a. f0,23 per km	v.a. f0,14 per km
<b>Uurprijs</b>	f2,50 per uur	f5,- per uur	v.a. f5,- per uur	v.a. f55,- pdg	v.a. f50,- per dag	v.a. f40,- per dag	v.a. f43,- per dag
<b>Borgsom</b>	f75,-	f500,-	f500,-	geen	geen	geen	f500,-
<b>Vrije km</b>	geen	geen/300 km	geen	200 km per dag	200 km per dag	100 km per dag	100 km per dag
<b>Brandstof</b>	komt er nog bij	komt er nog bij	zit in de km-prijs	komt er nog bij	komt er nog bij	komt er nog bij	komt er nog bij
<b>Extra</b>		korting NS-klant			korting ANWB-lid, haal en breng	haal en breng, vrije km sparen	haal en breng vrije km sparen
<b>Reserveren</b>	24 uur per dag, tot vlak voor gebruik	24 uur per dag, tot vlak voor gebruik	24 uur pdg, ook zonder reserveren	Overdag, 22 uur van tevoren	Overdag, tot halve dag tevoren	Overdag, 24 uur van tevoren	Overdag, 24 uur van tevoren
<b>Filosofie</b>	Deelauto als vorm van huren en bewuster gebruik auto	Deelauto als onderdeel mobiliteitsketen (trein) en bewuster gebruik auto	Bewuster gebruik auto en deelauto als onderdeel mobiliteitsketen	Gebruik van de deelauto leidt tot bewuster autogebruik	Deelauto als vorm van huren en huurauto als onderdeel mobiliteitsketen	Door gebruik deelauto bewuster autogebruik	Deelauto als volwaardig alternatief auto en bewust gebruik auto
<b>Doelgroep</b>	Geen duidelijke doelgroep	NS-reiziger	Geen duidelijke doelgroep	Geen duidelijke doelgroep	Segmentatie naar levensfase	Geen duidelijke doelgroep	'Doelgroep' niet relevant
<b>Communicatie</b>	Gemak, service	Gemak	Kosten, gemak	Gemak	Gemak, service	Kosten, gemak, milieu	Gemak, service

## Bijlage: Interviewverslagen

### (1) De heer Aad van Zon – Diks Autodate

#### **Algemene informatie over organisatie**

Hoewel Diks als autoverhuurbedrijf al meer dan vijftig jaar bestaat, is Diks Autodate van recentere datum. In 1994 is Diks begonnen met de Buurt Auto Service (BAS) op het GWL-terrein. Daar werd een milieuvriendelijke wijk gebouwd, die ook auto-loos moest zijn. Er werden twee BAS-auto's aan de rand van het terrein geplaatst. De auto's moesten wel bij het kantoor worden opgehaald en stonden niet, zoals de huidige Autodate-auto's, in de wijk. Het BAS-systeem werd uitgebreid naar de Pijp en naar de Rvierenbuurt. Later is hier Autodate uit voortgevloeid.

Op de volgende locaties is Diks Autodate te vinden:

Binnenstad: 4 locaties, op elke locatie 3 auto's

Baarsjes: 1 locatie met 3 auto's

Oud-Zuid: 5 locaties, op elke locatie 1 auto

Westerpark: 5 locaties, op elke locatie 1 auto

Ongeveer 120 deelnemers maken gebruik van deze auto's. Dit aantal deelnemers stijgt wel, maar slechts langzaam. Voor de vijf nieuwe locaties in Oud-Zuid waren er bij de start 5, maar zijn er inmiddels 23 deelnemers. Er is veel publiciteit geweest bij de start van Autodate in Oud-Zuid, onder andere een folder die huis aan huis werd verspreid.

Daarnaast bestaat het BAS-systeem nog steeds in de Pijp. Het deelnemersaantal is meer dan 200 en ook bij het BAS systeem is sprake van verhuur per uur en per kilometer.

#### **Product**

##### **Filosofie**

Autodate wordt gezien als een moderne vorm van een auto huren. De huurmarkt is volop in beweging en er komt steeds meer vraag naar meer flexibiliteit.

##### **Feitelijk product**

Het lidmaatschap voor Diks Autodate bedraagt fl 50,- per maand (inclusief BTW). Na het betalen van een borgsom (fl 75,-) ontvangt men een sleutel die op alle auto's past, en een zogenaamde touchbutton waarmee de boordcomputer geactiveerd wordt. De boordcomputer registreert de tijd dat de auto gebruikt is, de verreden kilometers en het brandstofverbruik. Aan het eind van iedere maand ontvangt de deelnemer een rekening. De kosten voor het gebruik bedragen fl 2,50 per uur en fl 0,25 per kilometer. De verreden brandstof komt daar nog bij. Tanken gaat met behulp van een tankpas die in alle auto's aanwezig is en waarmee in heel Nederland op rekening getankt kan worden.

##### **Criteria Autodate**

Diks Autodate voldoet aan alle voorwaarden die gelden voor het gebruik van de naam Autodate. Wat betreft het aantal auto's per locatie is er een verschuiving zichtbaar. Eerder was het zo dat op elke locatie meerdere auto's aanwezig waren, om een "vangnet" te hebben voor bijvoorbeeld te laat teruggebrachte auto's. Mede

door de eisen van de gemeente Amsterdam, waarin wordt gemeld dat de afstand van het huisadres tot de auto zo gering mogelijk moet zijn, wordt nu vaker gekozen voor meer locaties met maar één auto per locatie. In Oud-Zuid en Westerpark staat nu één auto per locatie.

Reserveren kan 24 uur per dag, maar voor 's avonds reserveren geldt dat men de auto dan diezelfde avond nog nodig moet hebben. Het kantoor is van 8.00 tot 20.00 geopend dus als men wil reserveren voor de volgende dag wordt men geacht dat de volgende ochtend vroeg te doen.

De realisatie van de criteria is in de meeste gevallen voortgekomen uit wensen van de gebruikers. Als mensen bijvoorbeeld een auto wat langer nodig hebben voor een vakantie of een weekendje weg, dan komen ze met die vraag naar Diks. Diks geeft nu bijvoorbeeld aan Autodate-deelnemers 15 % korting op de normale tarieven van Diks Autoverhuur. In andere gevallen, zoals bijvoorbeeld reserveringsmogelijkheden 24 uur per dag, zijn de eisen van bovenaf opgelegd.

### **Doelgroep**

De doelgroep voor Diks Autodate wordt in principe gevormd door "bewoners van een wijk met een hoge parkeerdruk". Het zijn meestal mensen met een hogere opleiding, vaak vrouw (wellicht tweede auto), binnenstadbewoners, leeftijd tussen de 25 en 40 en mensen die weinig waarde hechten aan de status van de auto. De deelnemers die op het GWL-terrein wonen zijn meer milieubewust dan de gemiddelde Nederlander, maar dit geldt niet voor de overige locaties.

De doelgroep bepaalt zichzelf: het product is zodanig dat het een bepaald type mensen aantrekt. Er worden geen acties ondernomen die op één specifieke doelgroep zijn gericht. Wel worden er folders huis aan huis verspreid of wordt soms een advertentie geplaatst in een stadsdeel-blad.

Voor alle locaties behalve het GWL terrein geldt dat gemak het belangrijkste is in de communicatie naar de deelnemer. Mensen hebben er graag wat geld voor over, als het product maar goed is. Ook service is erg belangrijk. Mensen vinden het bij Diks prettig dat er altijd wel iets te regelen valt. Als iemand bijvoorbeeld een keer de auto niet kan terugbrengen en daarover met Diks belt, dan komt Diks de auto ook wel eens ophalen. De kosten en het milieu zijn niet zo belangrijk.

Voor het GWL terrein is het eigenlijk precies andersom: het belangrijkste punt in de communicatie naar de deelnemer is het milieu. Daarna komen de kosten, en gemak en service zijn allebei het minst belangrijk.

### **Aansluiting product op vraag**

De redenen voor mensen om deel te nemen aan Diks Autodate hebben vooral te maken met gemak en service. Bovendien is de naam Diks bekend als een betrouwbaar Amsterdams bedrijf. De borg is laag, hetgeen het financiële risico beperkt houdt voor de deelnemers. Verder zijn de tarieven zeer inzichtelijk, er wordt geen onderscheid gemaakt naar dal- of piekuren en naar groot- of kleinverbruik. Op die manier kan iedereen heel makkelijk uitrekenen wat het voordeel is ten opzichte van bijvoorbeeld het hebben van een eigen auto of een auto huren.

Het particulier delen van een auto heeft erg veel nadelen volgens de heer van Zon. Als je voor een vierde deel eigenaar van een auto bent heb je ook een vierde van

het gezeur en een vierde van de onverwachte kosten. Bij Diks Autodate rijdt je altijd een nieuwe auto en Diks zorgt ervoor.

Mensen worden geen lid, of zeggen hun lidmaatschap op, om verschillende redenen. Als iemand op een plaats woont waar de nadelen van het autobezit niet zo zwaar wegen, zal hij geneigd zijn om zelf een auto te hebben, want iedereen wil dat ding toch voor de deur hebben staan. Redenen om het lidmaatschap op te zeggen zijn bijvoorbeeld verhuizingen of het krijgen van een auto van de zaak. Ook komt het voor dat mensen gedurende de zomermaanden hun lidmaatschap opzeggen omdat ze er dan weinig gebruik van maken, en na de zomer weer lid worden.

#### **Ideeën over de toekomst**

De achilleshiel van Autodate is volgens de heer van Zon de parkeerregeling. Nog steeds mogen auto's die op een Autodate parkeerplaats staan niet weggesleept worden. Dit heeft tot gevolg dat mensen die de date-auto komen terugbrengen, niet terecht kunnen op de parkeerplaats. Zij zetten hem dan ergens anders, en als ze dat niet aan Diks melden komt het voor dat Diks niet weet waar de auto gebleven is. In dit soort gevallen zou een GPS systeem een uitkomst zijn, maar dan wordt het hele Autodate niet meer te betalen.

Reserveren via internet is een ontwikkeling die in gang is gezet, aangezien 80 % van de deelnemers in de binnenstad de beschikking heeft over internet. Waarschijnlijk wordt deze mogelijkheid nog dit jaar gerealiseerd.

Autodate bevindt zich nog in een beginstadium. De tijd die men moet besteden aan het onderhouden van de Autodate-auto's is relatief veel in vergelijking met het totale wagenpark van Diks Autoverhuur. Dit maakt dat het systeem nu soms meer kost dan het opbrengt. Aan de andere kant genereert Autodate ook publiciteit.

In de toekomst ziet de heer van Zon gedeeld autogebruik vooral succes hebben in wijken waar de parkeerdruk hoog is. Ook in milieuvriendelijke wijken heeft het kans van slagen. Toch heeft iedereen het liefst een eigen auto, dus de nadelen van het bezitten van een auto moeten aanzienlijk zijn wil men overgaan tot gedeeld autogebruik.

**(2) De heer Gijs van Lookeren-Campagne – Greenwheels****Algemene informatie over organisatie**

Het bedrijf Greenwheels is in juni '95 door Gijs van Lookeren-Campagne en Jan Borghuis opgericht. Inmiddels zijn er auto's van Greenwheels te vinden in de volgende steden:

- Amsterdam (45 uitgiftepunten, met name in de binnenstad)
- Rotterdam (31)
- Den Haag (1)
- Utrecht (27)
- Amersfoort (12)
- Dordrecht (3)
- Haarlem (3)
- Leidschendam/Voorburg (6)

Hoewel GvLC geen cijfers wil geven over het huidige aantal deelnemers, geeft hij aan dat het aantal deelnemers in het afgelopen jaar met 50% is toegenomen.

Het kantoor van Greenwheels zit in Rotterdam. Van daaruit wordt alles gecoördineerd en geadministreerd. Voor het beantwoorden van de telefoon worden dagelijks van 8:30 tot 23:00 uur studenten ingezet (reserveringen 's nachts nemen JB en GvLC op zich). Daarnaast wordt 2,5 fte ingezet om de auto's in de diverse plaatsen schoon te houden.

Er is een nauwe samenwerking met de NS. Deze samenwerking houdt met name in dat 'vaste klanten' van de NS (kortingkaart of abonnement) worden geïnformeerd over de mogelijkheid om – tegen gunstige tarieven – lid te worden van Greenwheels.

**Product****Filosofie**

Het achterliggende concept van Greenwheels is dat door gemeenschappelijk gebruik van de auto er bewuster gebruik wordt gemaakt van de auto. Een belangrijke randvoorwaarde daarbij is dat de Greenwheels-auto altijd dichtbij staat.

**Feitelijk product**

Het 'basisbedrag' dat men betaald om lid te zijn van Greenwheels bedraagt fl. 50,- per maand: dit heet het 'Bel&Rij'-abonnement. Wanneer men relatief veel met de auto rijdt (meer dan 200 kilometer per maand), bestaat de mogelijkheid om een 'Bel&Rij+'-abonnement te nemen voor fl. 100,- per maand. In dat geval hoeft over de eerste 300 kilometer (per maand) geen kilometervergoeding betaald te worden. De kilometerprijs bedraagt fl. 0,25 per gereden kilometer. Vaste klanten van de NS – dat wil zeggen: wanneer men in het bezit is van een Voordeelurenkaart, NS- of OV-jaarkaart, OV-studentenkaart of een Jaartrajectkaart – krijgen fl. 25,- per maand korting op de abonnementskosten.

Naast de hiervoor genoemde kosten betaald men bij gebruik tussen 7:00 uur en 23:00 uur een uurprijs van fl. 5,- per uur en betaald men een van de benzineprijzen afhankelijk bedrag voor de gebruikte brandstof. Het eigen risico van fl. 500,- kan voor fl. 5,- per rit worden verlaagd tot fl. 100,-. Tenslotte betaald men fl. 500,- borg op het moment dat men lid wordt van Greenwheels.

Wanneer men lid is van Greenwheels krijgt men een pas – de ‘Paspartoe’ – waarmee men de auto kan openen. Daarnaast heeft men de beschikking over een tankpas waarmee men overal in Nederland kan tanken. Wanneer men gebruik wil maken van een Greenwheels-auto kan men de auto – na reservering – openen met de Paspartoe. Vervolgens registreert een boordcomputer het aantal gereden kilometers en het aantal uren dat de auto wordt gebruikt. Overigens kan ook gebruik worden gemaakt van Greenwheels-auto’s die in andere plaatsen beschikbaar zijn: zo kan iemand uit Rotterdam met de trein naar Amersfoort gaan om daar verder te reizen met een auto van Greenwheels.

### **Criteria Autodate**

De eisen die de gemeente Amsterdam stelt aan de aanbieders van Autodate in Amsterdam zijn bekend bij GvLC. Hij is er vrij zeker van dat Greenwheels aan deze voorwaarden voldoet. Hij merkt op dat de eisen gezamenlijk zijn opgesteld: de aanbieders van Autodate is gevraagd in hoeverre bepaalde eisen haalbaar zijn.

Hoewel het mogelijk is om de auto voor langere tijd te huren, wordt dit bewust niet aangemoedigd. GvLC geeft aan dat dit niet past in de filosofie van gedeeld autogebruik: wanneer iemand een week lang de auto wil gebruiken, betekent dit dat andere leden van Greenwheels juist géén gebruik kunnen maken van deze deelauto. Of, zoals GvLC het zegt: tijd is de schaarse factor en daar moet je dus zorgvuldig mee omgaan. Daarom zijn er afspraken gemaakt met Budget: leden van Greenwheels kunnen tegen gunstige tarieven een auto huren bij Budget, wanneer men een aantal dagen of weken de beschikking wil hebben over een auto.

Greenwheels maakt slechts gebruik van één type auto: de Peugeot 106. Hier is bewust voor gekozen – ‘één auto voor de grootste gemeenschappelijke deler’. Volgens GvLC heeft de doelgroep geen behoefte aan grotere auto’s. Mocht dit toch wel het geval zijn, dan kan men terecht bij Budget.

Om te zorgen voor een zo klein mogelijke afstand van het thuisadres tot de auto, worden de auto’s verspreid over de stad uitgezet. Met name in de binnenstad van Amsterdam is een fijnmazig netwerk van Greenwheels-auto’s te vinden, waardoor men (bijna) nooit lang hoeft te lopen wanneer men een auto wil gebruiken.

Zoals uit de omschrijving van het feitelijke product moge blijken voldoet Greenwheels aan de andere eisen die door de gemeente Amsterdam worden gesteld: geen minimum of maximum aantal km of uren en een prijs die gerelateerd is aan het aantal gereden km, het aantal uren gebruik en het brandstofverbruik. Bovendien is er een beperkt eigen risico.

### **Doelgroep**

De doelgroep is voor Greenwheels de NS-reiziger. De samenwerking met de NS is dan ook een belangrijke pijler in het beleid van Greenwheels. Communicatie over Greenwheels loopt via de NS: vaste klanten van de NS worden door de NS geïnformeerd over Greenwheels. Het foldermateriaal maakt de relatie tussen Greenwheels en de NS duidelijk door bijvoorbeeld de volgende proposities: ‘Naast de trein, soms de auto’ en ‘Soms de trein, soms de auto’. Verder geldt voor bijvoorbeeld de binnenstad van Amsterdam dat ‘de rest vanzelf komt’. Centrale uitgangspunt in de communicatie is gemak: ‘de auto is 24 uur per dag beschikbaar bij jou in de buurt’.

**Aansluiting product op vraag**

De reden om deel te nemen is afhankelijk van de stad, maar in zijn algemeenheid zal het gaan om de volgende zaken: gemak en bij 'instappers' de kosten of gewoon proberen of het wat is. GvLC is verder benieuwd wat het onderzoek onder deelnemers zal opleveren. Greenwheels benadert mensen die deelname opzeggen altijd voor een enquête. Het blijkt dat voor een deel van de mensen de te hoge (abonnements)kosten de reden is om te stoppen – ze maken gewoonweg te weinig gebruik van de Greenwheels-auto – terwijl voor andere 'exogene factoren', zoals een verhuizing of een auto van de zaak, de reden is om te stoppen.

Belangrijke onderscheidende kenmerken ten opzichte van de concurrenten zijn:

- Er is een landelijk netwerk van Greenwheels-auto's (dat nog verder zal worden uitgebreid).
- De samenwerking met de NS: vaste klanten van de NS krijgen korting bij Greenwheels.
- De mogelijkheid om tot vlak voor gebruik te reserveren.
- De tarieven verschillen tussen de diverse aanbieders van gedeeld autogebruik.

Interessant is verder de opmerking van GvLC dat het grote verschil van Greenwheels met bijvoorbeeld Diks Autodate is dat voor Greenwheels gedeeld autogebruik de 'core business' is, terwijl het voor andere partijen een bijproduct is.

Het verschil van deelname aan Greenwheels ten opzichte van particulier autodelen is dat er altijd een Greenwheels-auto beschikbaar is. Bij particulier autodelen kan de beschikbaarheid nog wel eens problemen opleveren. GvLC geeft overigens wel aan dat bij veelvuldig gebruik van de auto (het gaat hierbij overigens meer om het aantal kilometers dan om de frequentie) Greenwheels aanmerkelijk duurder zal zijn dan particulier autodelen.

Deelname aan Greenwheels verschilt ten opzichte van het 'gewoon' huren van een auto in de zin dat de auto altijd in de buurt beschikbaar is. GvLC heeft er weinig vertrouwen dat het lukt om autobezitters te bewegen om de eigen auto weg te doen. Dit zal alleen gebeuren in 'extreme gevallen', zoals regelmatige vernielingen aan de auto.

**Ideeën over de toekomst**

Het doel van Greenwheels is om één of meer auto's in de steden met intercitystations te hebben staan. Daarbij zal overigens wel worden gekeken naar de specifieke situatie in de betreffende stad.

Als het gaat om de ontwikkeling van gedeeld autogebruik in het algemeen merkt GvLC op dat een verdere groei van gedeeld autogebruik tijd nodig zal hebben. Mensen zullen moeten wennen aan deze 'nieuwe' manier van het gebruik van een auto. De ontwikkeling in de kosten van het autogebruik en het parkeerbeleid zullen van invloed zijn op de groei van het gedeeld autogebruik.

Volgens GvLC moet het stimuleren van het gedeeld autogebruik vooral overgelaten worden aan de aanbieders van gedeeld autogebruik. Daarbij kan de overheid een faciliterende rol spelen door bijvoorbeeld subsidies te verstrekken. Een verdere groei van het gedeeld autogebruik vraagt vooral om een *locale* aanpak in plaats van een landelijke; dit is bijvoorbeeld recentelijk gebeurd in de wijk Oud-Zuid in Amsterdam.

**(3) De heer Ben Bosboom – AutoDelen****Algemene informatie over organisatie**

AutoDelen is opgericht in september 1995 na een jaar voorbereidingstijd. Het is een commercieel initiatief, maar met een duidelijke ecologische doelstelling: een vermindering van het aantal auto's. Na drie jaar zelfstandig te zijn geweest ontstond de behoefte aan verbetering van het technisch systeem en uitbreiding van het aantal steden waar AutoDelen actief is. Daarom werd gezocht naar een kapitaalkrachtige partner, en die werd gevonden in Europcar. AutoDelen is nu onderdeel van Europcar, hetgeen betekent dat naast de 85 auto's van AutoDelen ook het gehele wagenpark van Europcar voor de abonnees beschikbaar is. Bovendien opent de samenwerking met Europcar mogelijkheden om ook in kleinere gemeenten te beginnen.

Momenteel zijn er rond de 1000 mensen lid van AutoDelen. Dit deelnemersaantal groeit gemiddeld met zo'n 50 nieuwe deelnemers per maand. In de binnenstad betekent dit dat er sprake is van een wachtlijst, omdat er maar een beperkt aantal parkeerplaatsen door de gemeente beschikbaar wordt gesteld, en omdat AutoDelen aan de formule "één auto op tien abonnees" wil vasthouden.

Bij AutoDelen werken vier mensen: de heer Bosboom is directeur, dan is er nog een office manager en zijn er twee buitendienst medewerkers. Het aantal medewerkers van Europcar is uiteraard nog veel groter.

**Product****Filosofie**

Het onderliggende doel van AutoDelen is dat er zo veel mogelijk auto's verdwijnen. Het ideaal is: op elke straathoek een deelauto, en daartussen niets. Er moeten meerdere typen auto's zijn; dat is de meerwaarde van het delen van een auto. Verder is spontaan gebruik belangrijk: mensen willen niet alles van te voren regelen en plannen.

AutoDelen wordt aan de ene kant opgevat als een vorm van huren maar aan de andere kant is het ook een nieuw product. AutoDelen wordt in ieder geval niet opgevat als een alternatief voor de eigen auto. Het is een klein stapje binnen de ketenmobiliteit, waarvoor echter wel allerlei infrastructurele voorwaarden bestaan.

AutoDelen is als systeem ook geschikt voor kleinere plaatsen. De inschatting van de heer Bosboom is dat er nog 5 a 6 jaar nodig is om het dichtbevolkte gebied te voorzien van deelauto's; daarna is het de beurt aan de kleinere locaties.

**Product feitelijk**

Op dit moment is het nog zo dat mensen een jaarovereenkomst tekenen. Dit wordt echter binnenkort veranderd: dan kunnen mensen ook een maandovereenkomst tekenen. Men betaalt fl 35,- per maand voor het abonnement. Daarnaast betaalt men per kilometer en per dag (gereserveerd gebruik) of per kilometer en per uur (spontaan gebruik). Wanneer per dag wordt gereserveerd, geldt een lager kilometertarief dan bij spontaan gebruik. Benzine komt daar nog overheen: voorheen was het zo dat in iedere auto een tankpas aanwezig was. Deze waren echter zeer diefstalgevoelig; vandaar dat dit systeem is afgeschaft. De abonnees schieten het geld voor de benzine nu zelf voor en declareren achteraf de kosten bij AutoDelen. Per 1 april wordt de tankpas weer in gevoerd; deze is dan persoonsgebonden in plaats van autogebonden.

Voorheen waren er 8 categorieën auto's. In de praktijk bleek echter dat 3 van de 8 categorieën nauwelijks gebruikt werd. Daarom zijn er nu nog maar 5 categorieën. De heer Bosboom is van mening dat je zelfs met drie categorieën toe kunt.

Service artikelen zoals kinderzitjes, sneeuwkettingen, skiboxen etc. kunnen via Europcar worden gehuurd. Veel abonnees regelen dit echter ook zelf en lenen dergelijke artikelen van elkaar. Er is vrij veel communicatie door abonnees onderling door een nieuwsbrief en een chatkanaal.

### **Criteria Autodate**

De criteria voor Autodate die met reserveren te maken hebben, zijn op AutoDelen niet van toepassing, omdat reserveren niet hoeft. Iedereen kan dus 24 uur per dag zonder te reserveren een auto meenemen. Slechts 20 % van de abonnees reserveert van te voren. Als men toch iemand wil spreken om te reserveren, is Europcar 24 uur per dag bereikbaar. Het is mogelijk om voor langere tijd een auto te huren, hoewel AutoDelen in dat geval liever heeft dat er een auto van Europcar wordt gebruikt. Dit om de auto's van AutoDelen beschikbaar te houden voor kort gebruik door andere abonnees. In sommige gevallen kan men de auto's van AutoDelen wel langer dan een dag gebruiken, maar alleen als het niet zo druk is. Als mensen toch tijdens drukte voor langere tijd een auto nodig hebben en ze kunnen deze niet bij Europcar langsbrengen, wordt de auto door een van de buitendienstmedewerkers thuisbezorgd of wordt een taxi geregeld door AutoDelen.

Het gebruik is niet gebonden aan een maximum aantal kilometers, maar als mensen tijdelijk erg veel kilometers moeten maken met de deelauto wordt vaak een shortlease voorgesteld: dit is dan vaak goedkoper voor de abonnee, en de auto van AutoDelen blijft weer beschikbaar voor de andere abonnees. Het eigen risico van de verzekering bedraagt maximaal fl 500,- en kan worden afgekocht voor fl 5,- per rit. AutoDelen kiest er bewust voor om meerdere auto's per locatie neer te zetten. Niemand merkt Autodate immers op als er geen auto staat: het product moet fysiek aanwezig zijn.

De criteria voor Autodate zijn door de heer Bosboom en Hoite Detmar van de gemeente opgesteld.

### **Doelgroep**

Er worden twee markten onderscheiden: de particuliere markt en de zakelijke markt. De zakelijke markt bestrijkt zowel de profit als de non-profit sector en zowel woon-werkverkeer als zakelijk verkeer. De auto's worden door de week door de zakelijke rijders meegenomen en in het weekend door de particulieren. Op de particuliere markt bestaat de doelgroep uit hoger opgeleiden met een inkomen van gemiddeld drie keer modaal. Van hen kiest 60 % voor AutoDelen vanwege het gemak (geen parkeerproblemen of zorgen om schade) en 40 % vanwege het milieu.

Er wordt niet bewust naar de doelgroepen gecommuniceerd. Er is eenmaal een commercial uitgezonden op AT5, en dat leverde zoveel belangstelling op dat AutoDelen het nauwelijks aankon. Nu wacht AutoDelen eerst op het nieuwe systeem en op mogelijke nieuwe parkeerplaatsen: dan pas wordt er misschien weer reclame gemaakt.

De kosten wegen het zwaarst in de communicatie naar de deelnemers. Als AutoDelen duurder zou zijn dan een eigen auto zouden ze immers wel een eigen auto kopen. Op de tweede plaats komt gemak, gevolgd door service en op de laatste plaats milieu.

#### **Aansluiting product op vraag**

Mensen worden meestal lid van AutoDelen vanwege parkeerproblemen en de zorg om de auto. Redenen dat mensen juist geen lid worden kunnen te maken hebben met tegenvallende kosten bij te weinig gebruik: als men minder dan 1000 km per jaar rijdt kan men beter incidenteel een auto huren. Anderen rijden juist weer te veel, waardoor de kosten te hoog worden. Het jaarkilometrage van de doelgroep valt tussen de 1000 en 10.000 km per jaar. Overigens zijn mensen over het algemeen slecht in het inschatten van de kosten van een eigen auto. Amsterdammers in het bijzonder denken dat een auto minder kost dan werkelijk het geval is.

Redenen dat mensen opzeggen zijn onder andere:

- Te veel of te weinig rijden
- De beschikking krijgen over een lease-auto
- Verhuizen
- Te weinig beschikbaarheid dichtbij
- Individuele klachten.

Deze redenen worden altijd bijgehouden als mensen het lidmaatschap opzeggen.

AutoDelen onderscheidt zich van andere organisaties voor gedeeld autogebruik doordat spontaan gebruik mogelijk is en doordat er verschillende typen auto's beschikbaar zijn, ook per standplaats. Verder zijn de abonnees van AutoDelen erg betrokken: zo is er een ledenvereniging die de klachteninventarisatie voor haar rekening neemt en verder de kwaliteit van het product AutoDelen bewaakt. Overigens is er ook een samenwerking tussen de aanbieders onderling: zo hebben de drie aanbieders in Amsterdam een convenant getekend om wat sterker te staan tegenover de gemeente in de strijd om meer parkeerplaatsen.

AutoDelen is enigszins vergelijkbaar met het particulier delen van een auto. De beschikbaarheid van de auto is echter een probleem, vooral bij vakanties. Bovendien kan er gemakkelijk een conflict ontstaan bij schade aan de auto. Het huren van een auto is hoogdrempelig. Je moet naar het kantoor, je moet vaak minimaal een kwartier wachten en er is een hoop administratieve rompslomp. Dit moet gemakkelijker kunnen. Bij Europcar is er een spoedbalie voor AutoDelen, waar abonnees direct geholpen worden.

#### **Ideeën over de toekomst**

De heer Bosboom verwacht veel van gedeeld autogebruik: er is een hele grote doelgroep (schatting: 3 miljoen) van mensen die slechts weinig kilometers per jaar met de auto rijden. Tevens kan gedeeld autogebruik de aanschaf van een tweede of zelfs een derde auto voorkomen. Ook particulier een auto delen heeft kansen. Daarom wil Autodelen in de toekomst zorgen voor een soort 'stand-by abonnement' voor particuliere autodelers. Mensen die met een groepje een auto delen kunnen dan in noodgevallen terugvallen op AutoDelen.

Over 5 jaar verwacht de heer Bosboom actief te zijn in 50 gemeentes, met 300 standplaatsen en 5 auto's per locatie. Aangezien Europcar nu al in 40 gemeentes zit, is dit volgens de heer Bosboom te realiseren. Hoewel medewerking van de betreffende gemeenten gewenst is, is deze niet per sé nodig. Parkeerplaatsen

kunnen ook op particuliere grond komen, maar daardoor wordt het product wel duurder.

Wat betreft het technisch systeem gaat er het één en ander veranderen. Nu wordt nog gewerkt met een sleutelkluis, maar binnenkort kan men via een display met AutoDelen communiceren. Reserveren per e-mail is al mogelijk, maar in de toekomst moet het mogelijk worden om via internet ook zelf in het systeem te zoeken welke auto's nog beschikbaar zijn en zo direct de reservering vast te leggen.

**(4) De heer Barend Elshout – AutoAbonnee****Algemene informatie over organisatie**

AutoAbonnee is een onderdeel van DRAS (Dealer Rental Services). DRAS is vier jaar geleden door de heer Elshout overgenomen. Onder DRAS vallen AutoAbonnee, dat nu ongeveer 1,5 jaar bestaat, en Fleetrent, de zakelijke variant van AutoAbonnee. Het basis principe is dat autodealers de auto's verhuren. In het verleden was er sprake van een samenwerking met de ANWB, waarbij de ANWB de marktwerking voor haar rekening nam. Dat is nu niet meer het geval; AutoAbonnee zorgt nu zelf voor marketing en klantenwerving.

Er werken op dit moment 20 mensen bij de organisatie. Het totale aantal abonnees van AutoAbonnee bedraagt ongeveer 1000. Dit aantal stijgt wel, maar moeizaam. Het effect van reclame is duidelijk te zien: na een advertentie of campagne stijgt het aantal abonnees aanzienlijk. De tijd tussen het aanvragen van informatie en het daadwerkelijk lid worden bedraagt doorgaans drie maanden. Zo'n 30 % van de mensen die informatie hebben aangevraagd wordt lid van AutoAbonnee.

Er zijn 150 dealers aangesloten bij DRAS, die bij elkaar zorgen voor een wagenpark van 2500 auto's. Deze auto's zijn echter niet alleen voor AutoAbonnee maar voor alle (huur)activiteiten van de dealer: losse verhuur, Fleetrent, verhuizingen etc.

**Product****Filosofie**

"Selectief Autogebruik" is de achterliggende filosofie van het product AutoAbonnee. Nederland is maar een klein landje waar de negatieve effecten van het autogebruik steeds zwaarder gaan tellen. Maar door de stijgende welvaart schaffen juist steeds meer mensen een auto aan. Daar moet verandering in komen. De heer Elshout ziet daarbij een belangrijke taak voor de overheid: die moet veel meer stimuleren, bijvoorbeeld door de BPM uit huurauto's te halen of door gedeeld autogebruik fiscaal te belonen via de inkomstenbelasting..

**Product feitelijk**

Het lidmaatschap van AutoAbonnee bedraagt fl 25,- per jaar. Daarvoor krijgt men een deelnemerspas; een tweede pas voor de partner is gratis. Op de pas staat fl 2500,- kredietruimte. Als men een auto wil meenemen moet men 22 uur van te voren reserveren om de garantie te hebben dat er een auto beschikbaar is. Men haalt de auto op bij de dealer en betaalt met de pas bij de betaalterminal, waardoor men ook meteen punten spaart. Eén keer per maand ontvangt men een overzicht van hoe vaak men van AutoAbonnee gebruik heeft gemaakt. Twee weken daarna volgt de acceptgiro, die men vervolgens nog 30 dagen mag laten liggen. De prijzen van de auto's en de prijzen voor de meer-kilometers (200 vrije kilometers per dag) verschillen per categorie. Er zijn vijf standaard categorieën auto's. Daarnaast zijn er andere typen auto's te huur die een aparte prijs kennen.

**Criteria Autodate**

AutoAbonnee voldoet niet aan alle criteria voor Autodate. Reserveren gedurende 24 uur per dag is volgens de heer Elshout niet nodig: de deelnemer van AutoAbonnee plant van te voren. Er is wel een 0900-nummer ingesteld dat mensen 24 uur per dag kunnen bellen in geval van nood. Reserveren tot 15 minuten voor gewenst gebruik is een ideaalplaatje. Het zou mooi zijn, maar dat betekent ook dat je die auto vasthoudt, en als er dan toch niemand komt om de

auto mee te nemen staat de auto stil en kost geld. Als men 22 uur van te voren belt heeft men de garantie dat er een auto beschikbaar is. Mocht men de auto gedurende langere tijd nodig hebben, bijvoorbeeld voor vakantie, dan moet men drie weken van te voren reserveren. Men kan elke keer uit verschillende typen auto's kiezen: een kleine voor in de stad en een grote voor op vakantie. De meeste dealers hebben een minimum huurtijd van een dag. In sommige gevallen is het ook mogelijk om een dagdeel te huren. De prijs voor de tijd dat de auto wordt gebruikt wordt per dag berekend. Daarnaast betaalt men voor de benzine (de auto wordt afgetankt weer afgeleverd na gebruik) en voor het aantal meer-kilometers. Het eigen risico van de verzekering is fl 300,- en dit is niet af te kopen.

De heer Elshout ziet het in ieder geval bij AutoAbonnee niet gebeuren dat de auto in de wijk komt te staan. De auto moet altijd weer terug naar de dealer, zodat de dealer de auto weer voor andere doeleinden kan gebruiken, en zodat hij er controle over heeft.

### **Doelgroep**

Tijdens het eerste jaar dat AutoAbonnee bestond is er "breed geschoten": er is veel publiciteit gemaakt gericht op een breed publiek. Dit was vooral bedoeld om naambekendheid te verkrijgen. Nu is men meer gericht en selectief bezig met de doelgroep. Die doelgroep bestaat uit jonge gezinnen met kinderen, wonend in een stedelijke agglomeratie, hoger opgeleiden en internetgebruikers. Ook zijn het mensen die geen emotie met het voertuig hebben: "het ding moet rijden".

Om de doelgroep te bereiken wordt geadverteerd in bladen als RAILS en special interest bladen. Er is ook een tijdje geadverteerd in bladen als Natuur en Milieu en het partijblad van GroenLinks. Toch wordt milieu niet als het belangrijkste aspect gezien in de communicatie naar de deelnemers. Gemak is volgens de heer Elshout het belangrijkste, maar ook service en kosten spelen mee.

### **Aansluiting product op vraag**

Mensen worden lid van AutoAbonnee omdat het gemakkelijker is dan wanneer je incidenteel een auto huurt. Bovendien straalt de dealer kracht en professionaliteit uit en is het mogelijk om een persoonlijk contact op te bouwen. Een belangrijke reden waarom mensen geen lid worden is de afstand tot het afhaalpunt. Mensen zijn bereid om maximaal 12 minuten te reizen tot het afhaalpunt. Daar probeert AutoAbonnee iets aan te doen door het instellen van een haal- en brengservice. Onderzoek heeft uitgewezen dat dan 25 % meer mensen lid zouden worden van AutoAbonnee.

AutoAbonnee onderscheidt zich van andere organisaties voor gedeeld autogebruik doordat het persoonlijk is: je kunt veel "1 op 1" regelen met je dealer. En de dealer kan je ook helpen om je oude auto te verkopen. De 22-uurs reserveertermijn is wel vrij lang om de garantie op een auto te hebben. De voordelen ten opzichte van een eigen auto zijn: altijd nieuw rijden, verschillende typen auto's, selectief en bewust rijden, en geen rompslomp wat betreft onderhoud, verzekeringen e.d. Het particulier delen van een auto is een leuk initiatief volgens de heer Elshout, maar wordt beperkt gedaan. De belangstelling voor het delen van een auto is nu eenmaal nog erg beperkt. Bovendien kun je niets opvangen als er iets met de auto gebeurt: dat kan een organisatie wel.

### **Ideeën over de toekomst**

De haal- en brengservice is iets dat binnenkort gerealiseerd kan worden. Het is nu al mogelijk om via AutoAbonnee een vouwfiets te bestellen tegen gereduceerd

tarief. De haal- en brengservice zal een gedifferentieerd tarief kennen: voor afstanden tot 5 km is de prijs anders dan voor afstanden tussen de 5 en 10 km.

Het idee is wel om meer uitgiftepunten te creëren. Dit gebeurt echter selectief en hangt van de plaats af. Verder ziet de heer Elshout een duidelijke taak voor de overheid: zij moet het delen van een auto fiscaal gaan belonen. Wanneer er dingen verbeterd worden in het aanbod of de service van AutoAbonnee komt dit vooral voort uit de markt. Er wordt marktonderzoek gedaan waarin naar de redenen wordt gevraagd om geen lid te worden.

Voor het jaar 2010 zou het mooi zijn als AutoAbonnee 5000 abonnees zou hebben. Maar dan moet er nog wel het een en ander gebeuren, bijvoorbeeld een verbetering van de service, een koppeling met bijvoorbeeld de NS of een duidelijke impuls vanuit de overheid.

**(5) Mevrouw Maureen Yntema – Auto op Afroep (Budget)****Algemene informatie over organisatie**

Het autoverhuurbedrijf Budget Rent a Car (in het vervolg 'Budget') zit al ongeveer 30 jaar in Nederland. Budget is met ongeveer 100 vestigingen, circa 20.000 auto's en een marktaandeel van ongeveer 35% marktleider in Nederland. Het is een franchisenemer van het wereldwijde concern, waarbij de Nederlandse tak een grote vrijheid heeft als het gaat om de invulling van het beleid. De combinatie van het zelfstandig kunnen opereren en de positie als marktleider heeft geresulteerd in een beleid dat gericht is op het 'innovatief bezig zijn'. Eén van de concepten die dit heeft opgeleverd is gedeeld autogebruik.

Een belangrijk uitgangspunt voor Budget is dat gedeeld autogebruik en autoverhuur niet twee verschillende zaken zijn, maar verschillende concepten op hetzelfde continuüm waarbij autobezit en autogebruik uit elkaar zijn gehaald. Een eerste stap in de richting van gedeeld autogebruik was het 'Budget Snelwegplan'. Daarbij konden mensen op 750 postkantoren een autohuurticket (1x) of een 'strippenkaart' (voor meerdere keren, waarde f 750,-) kopen. Een belangrijk pluspunt van deze aanpak was dat het product op een laagdrempelige manier – via het postkantoor in plaats van een Budget-vestiging 'op het industrieterrein' – aan de man wordt gebracht. Dit product bestaat overigens nog steeds.

Tegelijkertijd had de ANWB het product 'Auto op Afroep' ontwikkeld, waarbij abonnees bij ongeveer 300 aangesloten autodealers een auto konden afhalen voor gebruik. Deze opzet bleek echter niet goed te werken, met name omdat door de grote diversiteit aan deelnemende autodealers geen uniforme dienstverlening kon worden aangeboden. Vervolgens zijn de ANWB en Budget met elkaar in contact gekomen. Het grote voordeel voor een samenwerking met Budget is dat het een specialist is als het gaat om autoverhuur en bovendien veel slagkrachtiger: de productontwikkeling gaat veel sneller. Maureen Yntema – op dit moment als marketing manager verantwoordelijk voor de marketing en communicatie van Budget in Nederland – is vanuit Budget vanaf het begin betrokken geweest bij Auto op Afroep. Er zijn momenteel ongeveer 6000 'hoofdleden', daarnaast zijn er nog diverse 'partnerleden'.

**Product****Filosofie**

Voor Budget is het uitgangspunt van autoverhuur: 'zonder auto toch automobiel'. Dit resulteert in verschillende verschijningsvormen, waaronder Auto op Afroep. Overigens wordt door Budget wel een onderscheid gemaakt tussen de zakelijke markt (85% van de omzet) en de particuliere markt, hoewel deze twee vormen volgens Maureen Yntema steeds meer naar elkaar toe groeien (gecombineerd gebruik).

De strategie van Budget is om voortdurend met marktontwikkelingen bezig te zijn, waarbij aansluiting wordt gezocht bij maatschappelijke ontwikkelingen. Zo zie je bijvoorbeeld dat de privé-auto steeds duurder wordt gemaakt (rekeningrijden, km-heffing) en dat tegenwoordig ook anders wordt omgegaan met de 'auto van de zaak' dan tien jaar geleden. Volgens Maureen Yntema zal het de komende jaren steeds meer gaan om een 'mobiliteitspakket', waaruit het individu afhankelijk van zijn behoefte een keuze maakt.

Budget ziet zichzelf – als marktleider – als een partij die het overheidsbeleid invulling kan geven. Hoewel het natuurlijk winst probeert te maken, zijn deze ‘idealistische overwegingen’ een goede basis en motivatie om het autoverhuur als concept concreet vorm te geven.

### ***Feitelijk product***

ANWB-leden kunnen voor f35,- per jaar lid worden van Auto op Afroep, voor niet-leden kost het lidmaatschap jaarlijks f45,-. Lid worden doe je via de ANWB. Abonnees kunnen per dag of dagdeel een auto huren bij Budget. De kosten hiervan zijn afhankelijk van het type auto dat wordt gebruikt, maar varieert grofweg van f50,- per dag voor een Ford Ka tot circa f150,- per dag voor een Opel Omega of een personenbusje. Per dagdeel liggen de tarieven relatief gezien iets hoger, per weekend of per week zijn de tarieven wat voordeliger.

Wanneer de auto voor een dag wordt gehuurd kan men 200 kilometer vrij rijden, de overige kilometers betaald men afhankelijk van het type auto meerkosten variërend van f0,20 tot f0,60 per kilometer. De benzinekosten zijn voor eigen rekening. Elke f30,- die wordt besteed, spaart men een Air-Mile.

Deelnemers van Auto op Afroep kunnen tot 4 uur voor gebruik een auto reserveren bij één van de circa 100 Budget-vestigingen. De auto kan hier vervolgens worden afgehaald, daarnaast is er ook een haal- en brengservice: ‘Budget Voordeurservice’ (vanaf 1 april 2000).

### ***Criteria Autodate***

De auto dient minimaal 4 uur van tevoren te worden gereserveerd bij de betreffende vestiging van Budget. Reserveren en afhalen en wegbrengen van de auto kan tijdens openingstijden: maandag tot en met vrijdag van 8:00 tot 19:00 uur, zaterdag van 8:00 tot 16:00 uur. Op zondag zijn de vestigingen van Budget gesloten. Hoewel het beter zou zijn om de auto ook op andere tijden te kunnen reserveren en afhalen, zijn er ‘randvoorwaarden’ waarbinnen gewerkt moet worden: elektronisch ophalen is een optie, maar de criminaliteit – vernielingen – is daarbij een probleem en daarnaast heb je natuurlijk te maken met de eisen die het personeel stelt als het gaat om werktijden.

Er zijn relatief gunstige tarieven om als Auto op Afroep-abonnee een auto voor langere tijd te huren. Budget heeft daarbij natuurlijk niet de problemen die andere aanbieders van deelauto's vaak wel hebben: het aanbod van auto's is bij Budget enorm. Op dit moment is het aantal vestigingen ongeveer 100. Er wordt voortdurend gewerkt aan vergroting van het aantal vestigingen, daarnaast wordt echter ook nagedacht over alternatieven waarbij wordt afgestapt van de huidige opzet. Denk daarbij bijvoorbeeld aan een elektronisch systeem, zoals Greenwheels dat op dit moment heeft.

### ***Doelgroep***

Het vertrekpunt voor is in eerste instantie ‘iedereen met een rijbewijs’. Daarna is tot op heden een belangrijk onderscheid of het gaat om de zakelijke of de particuliere markt. Omdat deze twee markten meer en meer naar elkaar toe groeien – de gebruiker staat nu centraal – wordt steeds meer gesegmenteerd naar levensfase. Het blijkt dat de levensfase een grote samenhang vertoont met de mobiliteitsbehoefte en aan de wijze waarop met het verhuren van een auto wordt omgegaan.

Budget doet regelmatig gebruikersanalyses om meer inzicht te krijgen in 'de gebruiker'. Dit gebeurt onder meer met de data van AirMiles: dit geeft natuurlijk een brede kijk op het type gebruikers van Budget/Auto op Afroep. Heel kort samengevat is de Auto op Afroep-abonnee iets ouder, wat hoger opgeleid, staat wat bewuster in het leven en is woonachtig in de grote steden. Ter vergelijking: bij het 'Budget Snelwegplan' gaat het meer om jongeren die incidenteel een auto huren en die prijsbewust zijn.

De ANWB is volledig verantwoordelijk voor de communicatie rondom Auto op Afroep. Dit doet zij onder meer door het verspreiden van foldermateriaal en via internet. Het product wordt door deelnemers vooral gewaardeerd vanwege het gemak en de service. Dit zie je in de communicatie terugkomen.

### **Aansluiting product op vraag**

Mensen worden lid van een organisatie voor gedeeld autogebruik omdat ze:

- vaak een auto huren en een lidmaatschap van bijvoorbeeld Auto op Afroep is dan gemakkelijker;
- een OV-jaarkaart krijgen van het bedrijf waardoor de auto duur en 'overbodig' wordt;
- in een grote stad gaan wonen waar het hebben van een auto een steeds groter probleem is.

Dit laatste zie je bijvoorbeeld in Gouda: op het moment dat de gemeente een stringenter parkeerbeleid ging voeren zijn veel mensen lid geworden van Auto op Afroep. Overigens wordt ook geprobeerd op dit soort ontwikkelingen in te spelen. Een belangrijke randvoorwaarde voor het al dan niet lid worden van Auto op Afroep is wel, dat het in de buurt moet zijn. Centraal bij mensen die lid worden staat in elk geval een 'probleem' (in de brede zin des woords). Of ze lid worden hangt dan vervolgens af van het feit of ze op de hoogte zijn van Auto op Afroep en of een vestiging van Budget in de buurt zit ('het moet wel gemakkelijk zijn'). Er stoppen weinig mensen met deelname aan Auto op Afroep. Dit komt door de lage abonnementskosten – het is laagdrempelig. Wanneer mensen dat wel doen, komt dat bijvoorbeeld door verhuizing of een andere baan.

Wanneer je Auto op Afroep vergelijkt met het 'gewone' huren van een auto, kun je zeggen dat Auto op Afroep een bewustere keuze is, zeker als je lid wordt van een organisatie als Greenwheels. Daarnaast is Auto op Afroep volgens Maureen Yntema gewoon een verschijningsvorm van autoverhuur. Auto op Afroep onderscheidt zich van particulier autodelen door de grotere vrijheid die men heeft: op ieder moment is de auto beschikbaar die je nodig hebt. Tenslotte heeft het lidmaatschap van Auto op Afroep als voordelen boven een eigen auto: je hebt de juiste auto op het juiste moment (een kleine in de stad, een busje met verhuizen en een stationwagen met vakantie) en je bent van je hoge vaste lasten af. Maureen Yntema denkt dat er steeds meer mensen een overstap zullen gaan maken naar gedeeld autogebruik wanneer de komende jaren het probleem steeds nijpender wordt (parkeerproblemen, kosten auto, etc.).

### **Ideeën over de toekomst**

Auto op Afroep en autoverhuur in zijn algemeenheid zullen een steeds belangrijkere rol in de mobiliteit gaan spelen. Daarbij zal de beleving van het gemak nog wel verbeterd moeten worden. Eén van de mogelijkheden om dit te doen is door gebruik te maken van de beschikbare technologieën: reserveren via internet (wordt straks mogelijk), ophalen en wegbrengen van de auto met een chipkaart (criminaliteit nog een probleem).

De overheid dient bij het stimuleren van gedeeld autogebruik een faciliterende rol te hebben. Daarbij moet wel meer dan nu het geval is rekening worden gehouden met de 'praktijk' en de 'eindgebruiker'. Bovendien dient er een betere afstemming te zijn tussen het beleid van de rijksoverheid en de decentrale overheden (de gemeente).

**(6) De heer F. Hoeben – Call-a-Car Haarlem****Algemene informatie over organisatie**

Call-a-Car Haarlem is in 1992 ontstaan door een samenwerking van drie verhuurbedrijven en de gemeente Haarlem. Het initiatief is met name door de gemeente ingegeven met het oog op de toenemende parkeerdruk en belasting van het milieu door het toenemende autoverkeer. Het product is vervolgens uitgebreid en gestandaardiseerd en in 1995 is een apart administratiecentrum opgericht. Naast de heer Hoeben werkt daar nog één andere persoon.

Omdat het product gestandaardiseerd is kan het op elk ogenblik door een willekeurig verhuurbedrijf in de markt worden gezet. De basis van het Call-a-Car systeem is altijd hetzelfde maar soms zijn de voorwaarden verschillend per deelnemend verhuurbedrijf. Op dit moment zijn er verhuurbedrijven met Call-a-Car in: Haarlem (drie bedrijven), Purmerend, Enschede, Groningen en Amsterdam (ieder één bedrijf). In totaal zijn er zo'n 200 deelnemers. Dit aantal stijgt wel, maar erg langzaam. Dit is volgens de heer Hoeben het directe gevolg van het gebrek aan publiciteit. Het administratiecentrum maakt zelf geen reclame (het beheren van de website uitgezonderd); dat wordt overgelaten aan de verhuurbedrijven. Voor de verhuurbedrijven vormt Call-a-Car echter maar een klein percentage van de totale omzet. Call-a-Car wordt daarom niet speciaal gepromoot.

**Product****Filosofie**

De "slagzin" van Call-a-Car is: "Bewust rijden op abonnement". Het gaat dus om een bewust gebruik van de auto, waarbij met "bewust" zowel op de kosten als op het milieu wordt gedoeld. Een andere zin die in de communicatie wordt gebruikt is "bespaar honderden guldens per maand ten opzichte van het bezitten van een eigen auto". Mensen moeten zich er bewust van worden hoe vaak ze de auto eigenlijk gebruiken en zich daarbij afvragen of ze daarvoor wel zelf een auto nodig hebben. In het optimale geval zetten ze de kosten van een auto af tegen de gebruiksfrequentie.

**Product feitelijk**

De contributie voor Call-a-Car bedraagt fl 58,75 per jaar. Daarnaast wordt betaald voor de auto: vooraf wordt een voorschotbedrag betaald, hetgeen afhankelijk is van het soort abonnement (aantal dagen dat men de auto per jaar nodig denkt te hebben) en de categorie auto. Aan het eind van het jaar wordt het totaalbedrag verrekend: hoeveel dagen heeft men de auto daadwerkelijk gebruikt en voor hoeveel dagen heeft men betaald. De brandstof betaalt de deelnemer zelf: er moet worden afgetankt bij aflevering. Wat betreft de kilometers is de eerste 100 km vrij; daarna wordt een kilometerprijs betaald die afhankelijk is van de categorie auto.

De typen auto's die voor de deelnemers ter beschikking staan, zijn alle auto's van het wagenpark van het verhuurbedrijf. Extra's zoals kinderzitjes, imperialen en skiboxen kunnen gehuurd worden. Verder hebben alle deelnemende verhuurbedrijven een haal- en brengservice. Tegen betaling kan men gehaald en gebracht worden. De verhuurbedrijven mogen deze prijs zelf bepalen. In de binnenstad van Haarlem kost de haal- en brengservice bijvoorbeeld fl 7,50.

**Criteria Autodate**

Het begrip Autodate wordt volgens de heer Hoeben tweeslachtig gebruikt. Eerst ging het om een algemene omschrijving van gedeeld autogebruik, waar veel meer

organisaties aan zouden voldoen. Maar tegenwoordig wordt Autodate als speciaal systeem omschreven. Verhuurbedrijven verkopen een ander soort systeem: zij willen fysieke controle houden over de auto's. Daarom is het bij de verhuurbedrijven die bij het Call-a-Car Administratiecentrum zijn aangesloten niet mogelijk om 24 uur per dag te reserveren of om de auto 24 uur per dag mee te kunnen nemen. De auto staat ook niet per sé dicht in de buurt. Er is wel de mogelijkheid om de auto voor langere tijd te huren en de minimum tijd dat de auto wordt gebruikt is één dagdeel. Er is geen minimum of maximum aantal kilometers (hoewel na de eerste 100 km wel bij moet worden betaald). De prijs is gerelateerd aan de huurperiode of de kilometers en de brandstof, die er nog bij komt. Het eigen risico van de verzekering is fl 150,-.

De criteria van Autodate zijn vanzelfsprekend geen verplichting voor Call-a-Car omdat zij zichzelf geen Autodate noemen. Er is ooit wel een proef geweest in Haarlem met een "Smartcar": dat was een auto die in de wijk stond en die door deelnemers aan de proef kon worden meegenomen. Helaas mislukte de proef: technisch werkte het systeem nog niet en er was geen belangstelling voor. Maar, zo zegt de heer Hoeben, binnen het systeem is alles mogelijk, en binnen een paar jaar wordt toch wel verwacht dat soortgelijke systemen wel kans van slagen hebben, en ook door de verhuurbedrijven gevoerd zullen worden.

### **Doelgroep**

De doelgroep voor Call-a-Car bestaat uit mensen die over het algemeen boven de dertig zijn en meer dan gemiddeld bezig zijn met parkeer- of milieuproblemen, oftewel die de nadelen van autobezit zien. Het zijn ook vaak mensen die voor een beslissingsmoment staan: mensen die overwegen een nieuwe of tweede auto te kopen of voor een dure reparatie staan. Uit eerdere onderzoeken is gebleken dat het vaak mensen zijn met een hoge opleiding en een hoog inkomen. Verder zijn de deelnemers niet alleen particulieren: ook bedrijven en sportverenigingen doen mee.

De doelgroep definieert zichzelf; er wordt geen reclame gemaakt. Mensen horen meestal via-via over het systeem.

Bij de communicatie naar de deelnemers spelen zowel milieu, gemak en kosten mee. De kosten zijn vooral belangrijk op een beslissingsmoment, bijvoorbeeld wanneer de oude auto stuk gaat. Het gemak speelt vooral wanneer Call-a-Car wordt vergeleken met gewoon huren: het is een stuk eenvoudiger. Gemak en kosten zijn het belangrijkste bij de communicatie, maar ook service is niet onbelangrijk. Zo heeft men als men een dag van te voren reserveert de garantie over een auto. Bovendien kunnen meerdere mensen samen één abonnement nemen. De "hoofdhuurder" blijft wel financieel aansprakelijk.

### **Aansluiting product op vraag**

Mensen worden lid van Call-a-Car omdat ze de auto niet vaker dan twee a drie keer in de week nodig hebben. Voor die mensen is het een goed alternatief. Met Call-a-Car heeft men verder de keuze uit meerdere typen auto's. Bovendien staat men niet voor verrassingen zoals met een eigen auto, bijvoorbeeld bij onverwachte reparaties. Mensen worden juist geen lid van Call-a-Car omdat ze zelf een auto willen hebben, het is een statussymbool. De auto is geen vervoermiddel maar een "gadget", het gaat om de status die een auto je verleent. Als mensen opzeggen doen ze dat vooral om externe redenen zoals een verhuizing of de beschikking krijgen over een lease-auto.

Voordelen van Call-a-Car ten opzichte van het zelf bezitten van een auto:

- Geen parkeerprobleem
- Weten waar je aan toe bent
- Als je de auto niet nodig hebt gebruik je hem ook niet.

Voordelen van Call-a-Car ten opzichte van huren:

- Eenvoudig
- Garantie op een auto
- Kilometerspaarsysteem
- Scherp tarief

Over het particulier delen van een auto weet de heer Hoeben niet zo veel. Wel is er de mogelijkheid bij Call-a-Car om met bijvoorbeeld 5 personen een abonnement voor 365 dagen per jaar te nemen. Op die manier hebben die 5 mensen altijd een auto en delen ze die in feite met elkaar. Het enige verschil is dan dat de auto niet in het bezit van één van die 5 personen is.

#### **Ideeën over de toekomst**

Het systeem werkt op zich goed: er komen eigenlijk geen klachten binnen. Maar er is natuurlijk altijd meer mogelijk, en dan denkt de heer Hoeben bijvoorbeeld aan "uurverhuur" en auto's in de wijk. Maar dan moet het aantal deelnemers wel eerst stijgen. Op dit moment is het systeem Call-a-Car kostendekkend maar als het deelnemersaantal niet harder stijgt zodat er winst op wordt gemaakt, zou het kunnen dat er een streep door gaat. De heer Hoeben verwacht echter dat het zo ver niet zal komen: "de knop zal wel een keer omgaan bij de mensen".

**(7) De heer Jan Theunissen – Call-a-Car Culemborg****Algemene informatie over organisatie**

In '93/'94 is in opdracht van de provincie Gelderland een haalbaarheidsonderzoek uitgevoerd naar gedeeld autogebruik in Buuren en Culemborg. Mede op basis van de resultaten van dit onderzoek is de Stichting Call-a-Car Culemborg in de zomer van '94 opgericht. In de loop der jaren is het gebied langzamerhand uitgebreid: in '95/'96 met Tiel (met fl. 20.000,- subsidie van RWS en de provincie), in '96/'97 met Leerdam (eveneens met fl. 20.000,- subsidie vanuit RWS en de provincie) en in '99 – door een fusie met Call-a-Car Zuidwest Veluwevallei – met Wageningen en Veenendaal. Directe aanleiding voor het samenvoegen met Call-a-Car Zuidwest Veluwevallei was het wegvallen van een 'banenpooler' die de uitvoerende werkzaamheden voor deze stichting deed. Op dit moment is er sprake van één stichting.

De Stichting Call-a-Car Culemborg doet het nu 2 jaar zonder subsidie. Er is per jaar ongeveer fl. 30.000,- tot fl. 35.000,- te besteden. Dit geld komt voor eenderde uit abonnementsgeld, eenderde uit commissies op daghuur en eenderde uit meerkosten van extra gereden kilometers. JT werkt zelf één dag per week voor de stichting, daarnaast is er één medewerker (Heleen) die met een WIW-regeling – dus zonder kosten voor de stichting – voor Call-a-Car Culemborg werkt. Op dit moment wordt ook gewerkt aan het aantrekken van een stagiaire die gedurende 2 tot 3 maanden voor 20 uur per week de administratie kan doen.

Er zijn op dit moment ongeveer 100 deelnemers:

- Culemborg: 50 abonnees en 2 deelnemende bedrijven.
- Tiel: 10 abonnees en 3 bedrijven.
- Leerdam: 7 abonnees en 1 bedrijf.
- Wageningen: 25 abonnees en 1 bedrijf.
- Veenendaal: 10 abonnees en 2 bedrijven.

Het aantal deelnemers is redelijk stabiel; er komen alleen deelnemers bij door het uitbreiden naar nieuwe plaatsen. Per jaar is de mutatiegraad ongeveer 20 tot 25%: er stoppen ongeveer evenveel mensen als dat er nieuwe deelnemers bijkomen.

De regeling met de autobedrijven is als volgt: Call-a-Car Culemborg koopt 'grootschalig' bij de autobedrijven in en bij gebruik factureert het bedrijf aan de stichting, die op haar beurt de kosten in rekening brengt bij de betreffende abonnee. De bedrijven maken gebruik van huurauto's en 'leenauto's'.

Sinds maart 2000 kan gebruik worden gemaakt van auto's van Budget. Er waren drie redenen voor de Stichting om met Budget in zee te gaan:

1. Het waar kunnen maken van de 'garantieregeling' – bij 24 uur van tevoren reserveren is er altijd een auto beschikbaar.
2. Om – met een haal- en brengservice – de service te verbeteren.
3. Het verder uitbreiden van het werkgebied.

Het idee is dat met een serviceverbetering bestaande klanten beter behouden zullen blijven en dat nieuwe deelnemers aangetrokken kunnen worden.

Overigens is een haal- en brengservice al eerder geprobeerd. De eerste keer was er sprake van een 'banenpooler' die met de vouwfiets in de kofferbak auto's afleverde. Dit bleek niet goed te werken. Daarna is het geprobeerd door samen te

werken met een taxibedrijf: voor een relatief laag bedrag kon men gehaald en gebracht worden. Er werd slechts zelden gebruik van gemaakt....

### **Product**

#### **Filosofie**

Het streven is om een deelauto aan te bieden die – in ideaalvorm – concurrerend is met een eigen auto (!). Bij de uitwerking van het concept is daarom ook geprobeerd om zoveel mogelijk naar een eigen auto toe te gaan. JT is zich er van bewust dat daar tot op heden nog lang geen sprake van is – denk bijvoorbeeld aan de relatief lange reserveringstijd, de beschikbaarheid van auto's en het halen van de auto bij een autobedrijf. Er wordt wel gewerkt aan verbetering: met name de afspraken met Budget moet leiden tot een verbetering van het aanbod.

Om de formule op een eigen auto te laten lijken is onder meer gekozen voor een opzet waarbij 'vaste kosten' per maand wordt betaald: maandelijks wordt een vast bedrag betaald dat is gebaseerd op verwacht gebruik van de deelauto, aan het eind van het jaar vindt de definitieve afrekening plaats.

Het is belangrijk om te beseffen dat het gaat om een *non-profitorganisatie*. Dit heeft grote invloed op de benadering van de problematiek en de werkwijze. Zo wordt bijvoorbeeld nog steeds – hoewel op kleine schaal – bemiddeld bij het tot stand komen van particulier autodelen ('vraag en aanbod worden bij elkaar gebracht'), terwijl dit kannibaliseert op het lidmaatschap van Call-a-Car. Ook wordt geen moeite gedaan om mensen die gebruik maken van een huurauto over te halen lid te worden van Call-a-Car: deze mensen gaan immers al bewust om met het gebruik van de auto. Overigens zijn abonnees wel noodzakelijk om de continuïteit van de Stichting te waarborgen, vanzelfsprekend ook een streven van JT en de organisatie.

#### **Feitelijk product**

Het lidmaatschap van Call-a-Car kost fl. 150,- per jaar. Voor elke dag dat men de auto gebruikt heeft men 100 vrije kilometers. Deze vrije kilometers worden op jaarbasis berekend – op basis van de schatting van het gebruik die men van tevoren maakt – en men kan deze vrije kilometers opsparen. Dus iemand die in een jaar tijd 50 dagen gebruik maakt van de auto heeft 5000 vrije kilometers. Wanneer men meer kilometers rijdt betaalt men afhankelijk van het type auto minimaal fl. 0,20 per kilometer. Gedurende de zomer zijn er speciale, voordelige vakantieregelingen.

Voor gebruik betaalt men per dag (of per dagdeel) een bedrag. Het te betalen bedrag hangt af van het type auto dat men gebruikt en het aantal dagen dat men een auto gebruikt. Zo betaal je voor een kleine auto, zoals de Fiat Panda (categorie A), circa fl. 40,- per dag en voor grote auto's, zoals een Ford Mondeo, circa fl. 80,- per dag. Het aanbod verschilt overigens wel per plaats.

Het eigen risico bedraagt fl. 300,- en er hoeft geen borg betaald te worden.

Wanneer men gebruik wil maken van een auto van één van de aangesloten garagebedrijven, dient men deze bedrijven zelf te benaderen. Als men een auto van Budget wil gebruiken dient dit wel via Call-a-Car te worden geregeld.

#### **Criteria Autodate**

Call-a-Car Culemborg voldoet aan veel van de criteria niet (dit is natuurlijk geen probleem, omdat de gemeente Amsterdam deze eisen stelt aan 'haar' aanbieders).

Zo is reserveren niet 24 uur per dag mogelijk en moet reserveren 'geruime tijd' van tevoren worden gedaan (zie elders). Eén en ander is wel sterk verbeterd door de regeling met Budget.

### **Doelgroep**

Het begrip 'doelgroepen' is niet erg relevant voor Call-a-Car Culemborg, omdat er toch geen geld is voor promotie. Wanneer er wel geld beschikbaar is wordt met name gekozen voor een 'wijkbenadering'. Dat geldt bijvoorbeeld voor de nieuwe, ecologische wijk en de nieuwe doelgroep – het landelijke gebied in het Rivierenland – door de komst van de regeling met Budget. Overigens zijn ook bedrijven benaderd, maar het type bedrijf leent zich niet erg voor een deelauto – het zijn veelal productiebedrijven in plaats van dienstverlenende bedrijven.

In het verleden is wel eens folders uitgedeeld aan treinreizigers door folders achter autoruiten te doen van auto's die overdag op de parkeerplaats bij het NS-station stonden. In het begin waren er relatief veel NS-mensen lid van Call-a-Car: deze mensen werkten in Utrecht, woonden in Culemborg, en konden vrij reizen met de NS. Ook is een keer huis-aan-huis folders uitgedeeld om de naamsbekendheid te vergroten.

### **Aansluiting product op vraag**

Volgens JT spelen de volgende redenen een rol bij de keuze voor Call-a-Car (in volgorde van belangrijkheid):

1. Gemak en dienstverlening
2. Lagere kosten
3. De afwezigheid van verhuurbedrijven
4. De mogelijkheid te kiezen uit meerdere auto's ('flexibiliteit')

De reden om te stoppen is volgens JT eigenlijk heel eenvoudig: de helft maakt te weinig gebruik van Call-a-Car en gaat over op het incidenteel huren, de andere helft maakt juist teveel gebruik van de auto en schaft er zelf één aan. In beide gevallen zijn de te hoge kosten een doorslaggevende betekenis.

### **Ideeën over de toekomst**

Centraal uitgangspunt bij de ideeën van JT is het terugdringen van het autogebruik. Dit kan bijvoorbeeld betekenen dat een boodschappenservice wordt opgezet wanneer blijkt dat veel mensen de auto gebruiken om boodschappen te doen. Het doel is dus niet om zoveel mogelijk deelnemers te krijgen van Call-a-Car, hoewel een zeker aantal deelnemers natuurlijk wel nodig is om de continuïteit van de Stichting te waarborgen!

Meer concreet staat bij de plannen van JT voor de toekomst het volgende centraal: het verder uitbouwen van de dienstverlening. Dat houdt bijvoorbeeld in dat de reserveringstijd korter wordt gemaakt (met Budget teruggebracht tot: 's ochtends reserveren, eind van de middag een auto of 's avonds reserveren, de volgende ochtend een auto) en dat de beschikbaarheid wordt verbeterd (is nu met Budget natuurlijk al sprake van).

Op korte termijn wordt het idee van een 'auto in de wijk' verder ontwikkeld en uitgewerkt. Het zal dan gaan om een soort van 'poolauto', waarbij bijvoorbeeld 2 auto's worden gedeeld door 6 of 7 huishoudens. Het zou dan bijvoorbeeld kunnen gaan om een door de Stichting geleasde auto, waarbij vervolgens door de deelnemers aan de Stichting wordt betaald. In eerste instantie zal dit alleen in Culemborg worden geprobeerd, daarna zal dit ook in andere plaatsen worden

gekopieerd. Deze 'kopieerbaarheid' is een belangrijke randvoorwaarde: het moet vanuit Culemborg te managen zijn. Dit betekent dat er in de betreffende plaats iemand moet zijn die verantwoordelijk is voor de auto in de wijk (administratie, schoonmaken). Dit kan bijvoorbeeld een rijsschoolhouder zijn of iets dergelijks. Continuïteit is daarbij belangrijk: wanneer je werkt met een deelnemer die verantwoordelijk is voor deze zaken, moet je steeds weer een nieuw iemand vinden wanneer de betreffende persoon stopt met Call-a-Car.

De ecologische wijk die op dit moment wordt gebouwd biedt veel mogelijkheden om het aantal leden van Call-a-Car uit te breiden. In de wijk is sprake van een lage parkeernorm (0,7); onderzoek onder een deel van de toekomstige bewoners toont aan dat er inderdaad relatief veel mensen zijn zonder of met slechts één auto. JT denkt bij deze wijk aan een systeem waarbij met name de reservering wordt verbeterd, waarbij men bijvoorbeeld via het internet kan reserveren. Hij denkt daarbij aan een 'high-tech' omgeving, met bijvoorbeeld een kabelkrant in de wijk waarop de beschikbaarheid van Call-a-Car-auto's staat weergegeven.

Een ander idee is dat het huidige systeem met Budget – met halen en brengen – uiteindelijk door de Stichting zelf wordt geregeld. Er zou dan bijvoorbeeld sprake kunnen zijn van een 'vaste' auto van Budget in de buurt (dan betaal je relatief lage week- of maandprijzen), die vervolgens door de Stichting wordt gehaald en gebracht. Het gebruik van de Budget-auto's moet uitwijzen of dit tot de mogelijkheden behoort.

Op dit moment is er sprake van een regeling van Budget voor een beperkt werkgebied. Wanneer het systeem blijkt te werken kan het werkgebied natuurlijk worden uitgebreid naar bijvoorbeeld Vianen en de provincie Brabant: Budget is immers een landelijke organisatie. Er zullen dan wel regionale steunpunten nodig zijn, zoals bijvoorbeeld een plaatselijke benzinepomp of een 'vutter'.

Op dit moment is er geen treintaxi-regeling voor het buitengebied. Er zou een regeling getroffen kunnen worden met een taxibedrijf, waarbij deelnemers van Call-a-Car tegen een relatief laag bedrag worden thuisgebracht van het station.

#### *Rol overheid*

Over de rol van de overheid zegt JT het volgende. De overheid dient randvoorwaarden te creëren op een *pro-actieve* manier. Het geringe succes van gedeeld autogebruik is voor een groot deel te wijten aan de passieve rol van de overheid. Dat geldt zowel voor de centrale overheid als voor de regionale overheid – provincie en gemeenten. Daarbij lijken met name regionale steunpunten van een landelijke instantie zoals de Stichting voor Gedeeld Autogebruik van belang. Deze regionale steunpunten moeten de gemeenten stimuleren in het beleid op het gebied van gedeeld autogebruik en dienen bovendien lokale aanbieders te ondersteunen. Volgens JT is gedeeld autogebruik – en zeker ook particulier autodelen – een concept dat potentie heeft. De overheid zou hier geld in moeten investeren, net zoals zij dat bij carpoolen doet. Met name de gemeenten zouden een belangrijke rol kunnen en moeten spelen in het vergroten van het aantal mensen dat een auto deelt. Het gaat dan om bepaalde randvoorwaarden, zoals het regelen van parkeerplaatsen, het plaatsen van slagbomen, maar ook het subsidiëren van bijvoorbeeld een haal- en brengservice.

**(8) De heer Roger Theunissen – Stichting voor Gedeeld Autogebruik****Algemene informatie over organisatie**

De Stichting voor Gedeeld Autogebruik is opgericht in 1995 met als doel de “spin in het web” te vormen van overheid, aanbieders en consumenten. De Stichting onderhoudt contacten met al deze partijen en organiseert bijeenkomsten voor belanghebbenden, waar discussies plaatsvinden en nieuwe ontwikkelingen worden gepresenteerd. Het belangrijkste uitgangspunt hierbij is dat men van elkaar leert in plaats van dat men van elkaar kopieert. Er worden campagnes opgezet om verschillende partijen te benaderen, zoals bijvoorbeeld gemeentebesturen of ondernemers. Ook worden campagnes gericht op specifieke doelgroepen voor gedeeld autogebruik ondernomen.

De aanzet voor de oprichting van de Stichting had te maken met de gedachte dat “we iets anders met auto’s kunnen”. Er was beweging in het veld, de overheid begon zich ermee te bemoeien, kortom, het klimaat voor de oprichting van een stichting voor gedeeld autogebruik was optimaal.

Hoewel het kantoor van de Stichting meestal door 3 a 4 mensen bemand is, is er slechts één persoon in dienst van de stichting. Roger Theunissen en Henri Mentink zijn zelfstandigen.

**Product****Filosofie**

De Stichting is niet tegen het gebruik van auto’s, maar is van mening dat auto’s onhandig worden ingezet. De gemiddelde auto staat 23 uur per dag stil; dat moet toch anders kunnen. Er zijn verschillende systemen voor te bedenken, die allemaal hetzelfde gemeenschappelijke kenmerk hebben: ze staan tussen individueel vervoer en collectief vervoer in.

**Product feitelijk**

Gedeeld autogebruik in de breedste zin van het woord omvat in de visie van de Stichting ook vervoersvormen als taxi’s, carpoolen, huurauto’s etc. De Stichting timmert aan de weg om al deze vormen te stimuleren, door bijvoorbeeld het ontwerpen van een parkeerregeling, het ontwikkelen van een computerprogramma voor zakelijk Autodaten, het uitbrengen van brochures en dergelijke.

Autodate verschilt duidelijk van call-a-car-achtige organisaties. Call-a-Car organisaties zijn niet 24 uur per dag bereikbaar en zijn van oorsprong dealer-gebonden bedrijven. Zij zoeken de klanten voor call-a-car niet zelf op, maar geven meer een soort kwantum korting. De service er omheen is wat minder. Sommige call-a-car organisaties hebben nu een haal- en brengservice, hetgeen een grote verbetering is. Hoewel er weinig gebruik van wordt gemaakt is het wel een “selling point”: de haal- en brengservice kan mensen net over de streep trekken.

**Doelgroep**

De heer Theunissen gelooft niet erg in doelgroepen die omschreven worden in termen van bijvoorbeeld opleidingsniveau of leefstijl. Als je op zo’n manier te werk gaat omschrijf je mensen die “om” zijn, en dat zullen waarschijnlijk mensen zijn die vernieuwingen sowieso sneller oppakken. Deze mensen zullen bijvoorbeeld ook het eerst een DVD-speler kopen.

Wel ziet de heer Theunissen iets in het onderscheiden van doelgroepen naar aanleiding van het verplaatsingsgedrag. Mensen met een jaarkilometrage van onder de 12000 km/jaar vormen bijvoorbeeld een doelgroep. Er worden door de Stichting ook doelgroepen opgezocht die een verandering in hun mobiliteitspatroon laten zien, zoals bijvoorbeeld studenten of mensen die in Vinex-wijken (gaan) wonen. Een belangrijker doelgroep wordt gevormd door de mensen die particulier een auto delen.

De redenen dat mensen kiezen voor gedeeld autogebruik hebben volgens de heer Theunissen niet per sé iets te maken met milieu. Mensen zeggen wel dat ze het daarom doen, maar daar kun je niet altijd op vertrouwen. Voor Autodate is de belangrijkste overweging het comfort, gevolgd door gemak / service, kosten en ver daarachter milieu. Voor call-a-car is de volgorde van overwegingen: kosten, gemak/service, comfort, milieu.

#### **Aansluiting product op vraag**

De redenen om lid te worden van organisaties voor gedeeld autogebruik verschillen voor mensen uit de stad en uit het landelijke gebied. Mensen uit Amsterdam bijvoorbeeld zullen veel lid worden vanwege de parkeerproblemen (hoewel in steeds meer kleinere gemeenten ook betaald parkeren wordt ingevoerd). In het landelijke gebied zullen de kosten wat meer spelen, en (in mindere mate) ideologische redenen. De markt is in grote steden nu eenmaal wat beter. Aan de andere kant is het misschien ook zo dat mensen in Amsterdam eerder geneigd zijn iets uit te proberen: zij zijn de "early adaptors".

Redenen voor mensen om geen lid te worden hebben misschien te maken met onbekendheid, maar ook gewoon met het feit dat ze de auto te vaak nodig hebben. Dit zouden ook mensen kunnen zijn die gedeeld autogebruik best een keer zouden willen uitproberen, als hun eigen auto stuk zou gaan.

Redenen die mensen hebben om te stoppen met gedeeld autogebruik liggen meestal in de trant van verandering van de thuissituatie: verhuizing, verandering van baan, gezinsuitbreiding.

Het grootste voordeel van gedeeld autogebruik ten opzichte van het bezitten van een eigen auto is het feit dat je niets hoeft te regelen. Belasting, verzekering, onderhoud, schade, wordt allemaal voor je geregeld. Het grootste nadeel ligt op het persoonlijke vlak: status speelt toch nog steeds een rol.

Een voordeel ten opzichte van huren is dat je een sterke relatie met de organisatie onderhoudt, en dat het in het geval van Autodate 24 uur beschikbaar is. Een nadeel is dat je abonnementsgeld betaalt, ook als je niet rijdt.

Ten opzichte van het particulier delen van een auto heeft een organisatie het voordeel dat je flexibeler bent en dat je meer keuze hebt. Een nadeel is dat je meer moet conformeren aan regeltjes.

#### **Ideeën over de toekomst**

Het doel van de Stichting is, in zekere zin, zichzelf overbodig maken. Het zou mooi zijn als het over 10 jaar niet meer nodig zou zijn om een Stichting te hebben, maar dat de ontwikkeling meer als vanzelf gaat. Er moet iets gebeuren om de problemen met de mobiliteit op te lossen. Er vinden gevorderde technische ontwikkelingen plaats, maar die lossen de files niet op.