

# Slim werken = slim reizen = slim werkgeverschap

Resultaten onderzoek onder werknemers

voor TFMM

mei 2010



Copyright © 2010 Blauw Research bv

Alle rechten voorbehouden. Niets uit dit rapport mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Blauw Research. Dit rapport is geleverd onder de leveringsvoorwaarden van de MOA.

---

All rights are reserved. Nothing from this report may be copied, saved in an authorised data bank or be made public in any form, whether it be electronically, mechanically or through photocopies without prior consent from Blauw Research. This report has been created following MOA conditions.

## Kort en krachtig



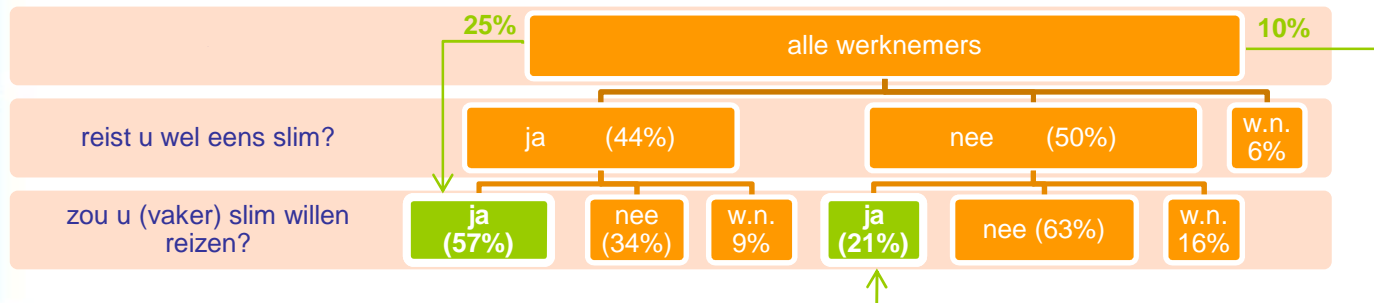
Actief mobiliteitsmanagement leidt tot beter financieel resultaat.

Er blijkt namelijk nog veel potentieel te zijn om medewerkers slimmer te laten reizen. Ze doen dit nog lang niet allemaal of altijd: een substantiële groep wil (vaker) slimmer reizen/werken.

Dit is niet alleen voor de werknemers zelf interessant, maar zeker ook voor de werkgevers. Als zij gehoor geven aan deze behoefte onder werknemers levert dit niet alleen kostenbesparing op door bijvoorbeeld minder parkeerplaatsen en minder kantoorruimte. Het faciliteren hiervan draagt namelijk ook bij aan de mate waarin werknemers hun werkgever aanbevelen (als werkgever en/of als leverancier). En onderzoek aan de Erasmus Universiteit heeft vorig jaar aangetoond dat dat significant correleert met toekomstige omzetgroei en winst.

Actiever mobiliteitsmanagement vergt voor iedere werkgever en iedere werknemer een aanpak op maat. Werkgevers kunnen aan de hand van de beschreven kansen en concrete handreikingen bepalen waar zij zich nog op kunnen verbeteren en welke (groepen) werknemers hiermee geholpen zijn.

Potentieel: werknemers willen slimmer reizen, maar krijgen onvoldoende steun van hun werkgever



**b**

Er is veel potentie om slim reizen door werknemers te bevorderen. In totaal geeft ruim een derde (25% + 10%) van de werknemers zelfs expliciet aan hier behoefte aan te hebben.

Voor werkgevers is er nog veel ruimte om een actievere bijdrage te leveren aan het slimmer reizen. Op dit moment krijgen werkgevers gemiddeld een onvoldoende voor de ondersteuning van hun werknemers bij slim reizen (5,2). Een kwart van de werkgevers krijgt een 5 of lager, 29% krijgt een 6 of hoger. Maar liefst 46% weet de werkgever geen rapportcijfer te geven voor de ondersteuning bij slim reizen.

**b**

Onder slim reizen verstaan wij dat werknemers:

- buiten de spits reizen,
- zo min mogelijk (alleen) met de auto reizen,
- zo kort mogelijke afstanden reizen of zelfs
- helemaal niet reizen.

## Effect: beter resultaat door enthousiastere werknemers



b

### Meer winst

In 2003 presenteerde de Amerikaan Frederick Reichheld een nieuwe manier om de financiële prestaties van bedrijven te voorspellen. Hij toonde een relatie aan tussen omzetgroei en aanbevelingsintentie van klanten en drukte deze intentie uit in de Net Promoter Score (NPS). Veel grote bedrijven sturen inmiddels op de NPS (of andere maten van enthousiasme) onder hun klanten.

In 2008 heeft Blauw Research samen met de Erasmus Universiteit onderzocht of dit verband ook bestaat tussen medewerkerstevredenheid en financiële prestaties. Dit onderzoek onderstreept het belang van klanttevredenheid en NPS als resultaatvoorspeller, maar toont tevens aan dat enthousiaste en tevreden medewerkers minstens zo belangrijk zijn.



b

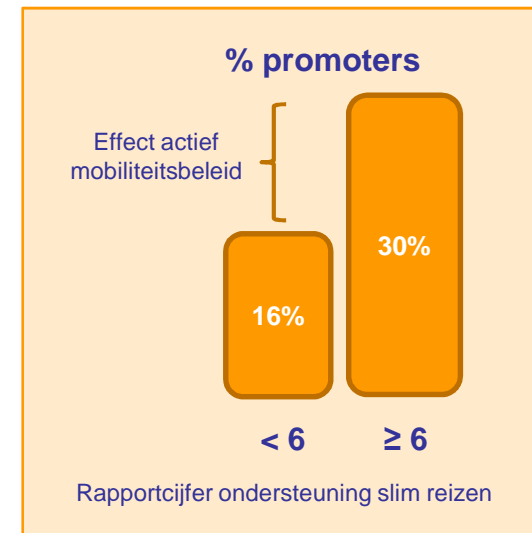
### Enthousiastere werknemers

Het loont dus ook financieel om het enthousiasme onder werknemers te verhogen. Actief mobiliteitsmanagement blijkt aan dit enthousiasme bij te dragen. De organisaties die door hun medewerkers aan anderen worden aanbevolen als werkgever blijken vaker aan mobiliteitsmanagement te doen. Deze promoters bevelen hun werkgever eveneens vaker aan als zakenpartner.

Deze werkgevers:

- hebben vaker een mobiliteitsbeleid en bijbehorende regelingen, die ook vaker door het topmanagement worden gestimuleerd
- stimuleren/faciliteren werken op afstand en flexibele werktijden vaker, dit geldt ook voor de direct leidinggevenden
- krijgen voor hun ondersteuning bij slim reizen gemiddeld een 6,1 tegenover een 4,9 voor de overige werkgevers

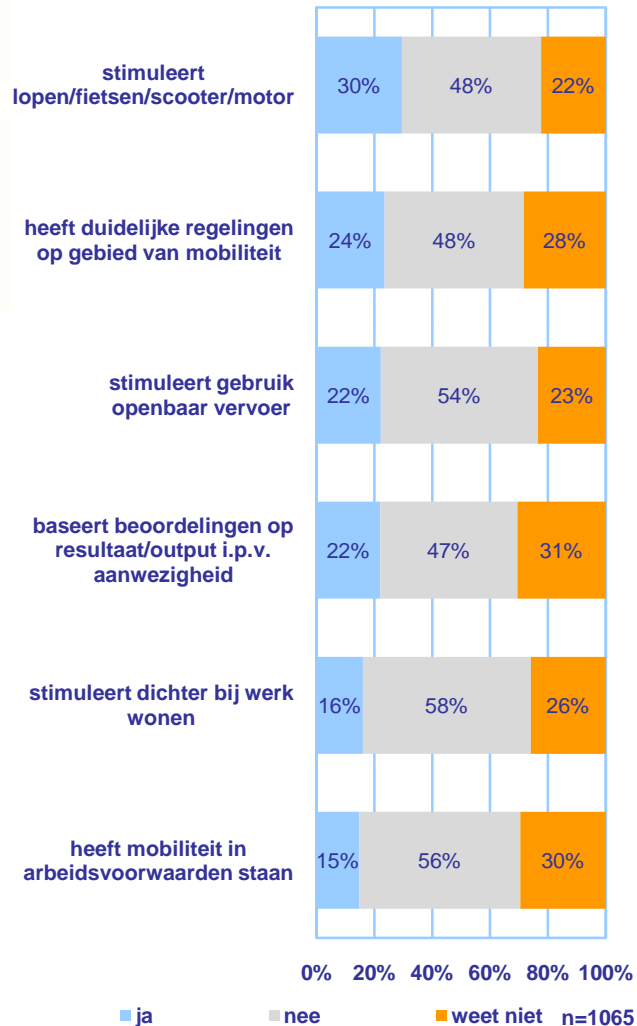
Omgekeerd geldt ook dat hoe hoger het rapportcijfer voor de ondersteuning bij slim reizen is, hoe meer promoters de werkgever heeft (zie figuur).



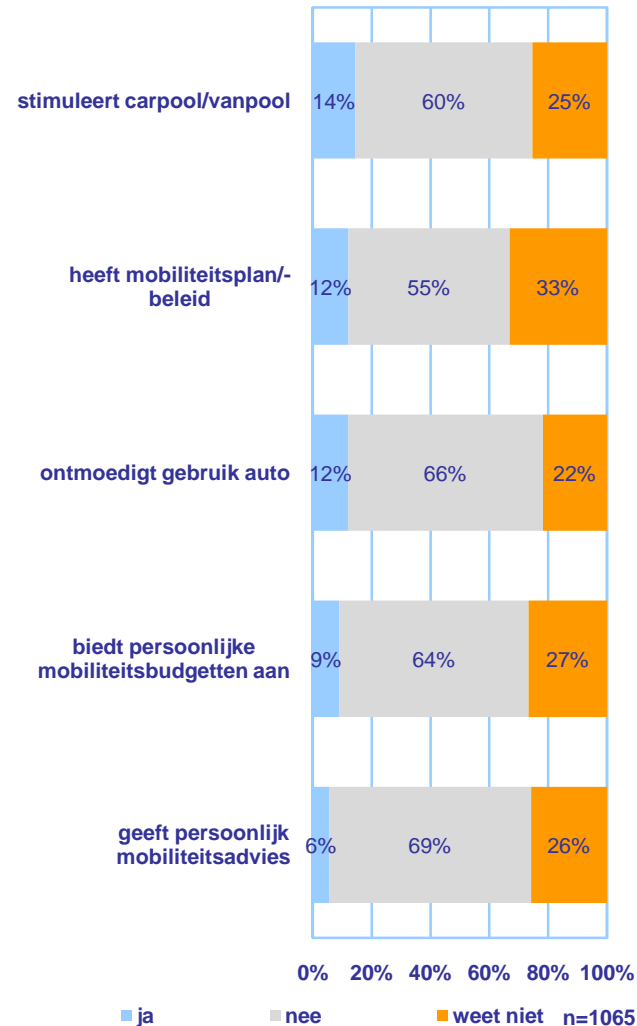
## Concrete kansen: beleid vormen dan wel zichtbaar maken (1)



### Beleid werkgever (1)



### Beleid werkgever (2)



b

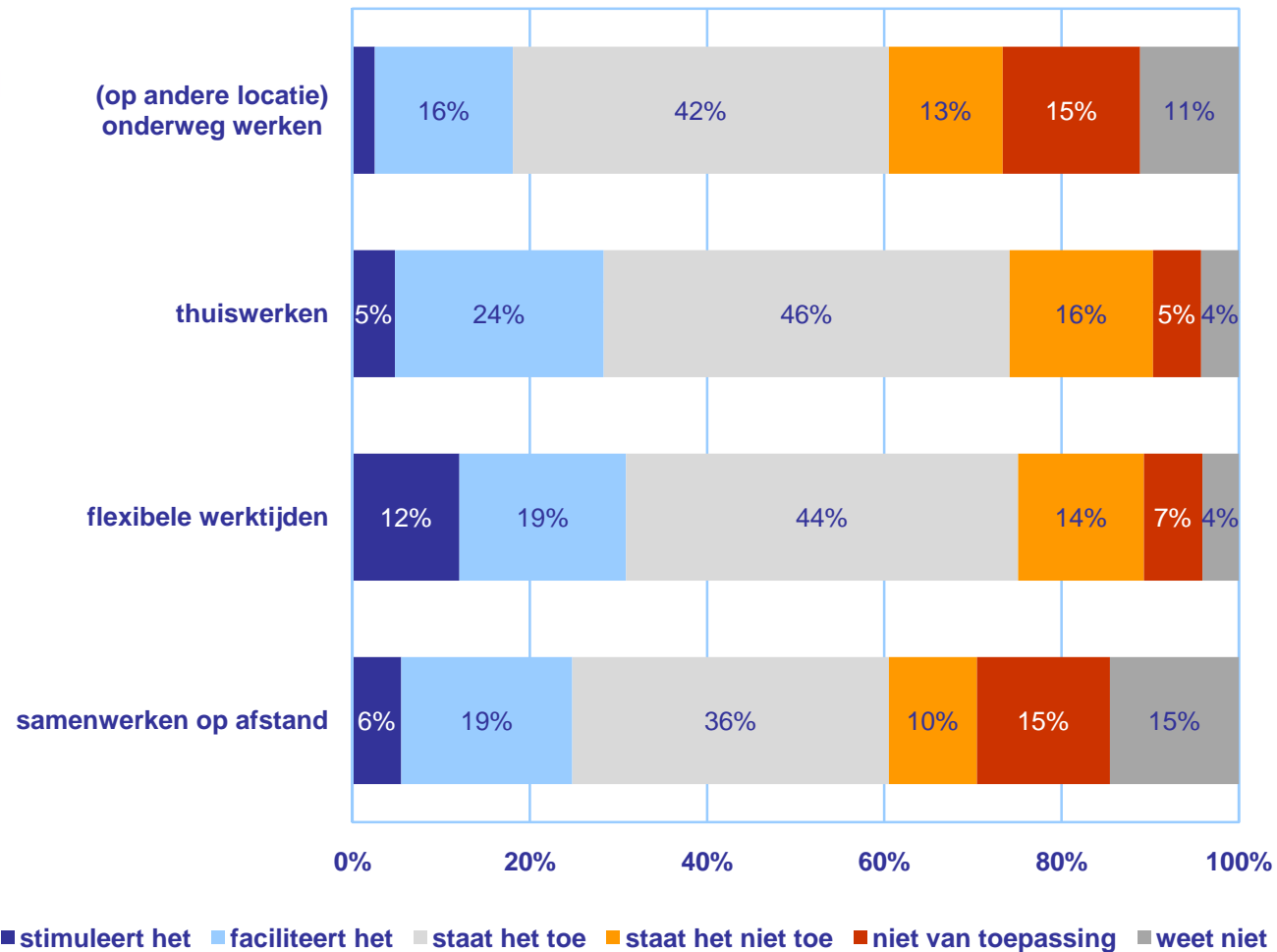
Deze grafiek toont dat een minderheid van de werkgevers in de ogen van hun werknemers mobiliteitsmaatregelen heeft genomen. Opvallend is dat van elke maatregel nagenoeg een kwart tot ruim een derde van de werknemers niet weet hoe dat bij de eigen werkgever zit. Kortom: als er een beleid en regelingen zijn, laat dat dan ook zien.

Basis grafiek: alle werknemers.

Concrete kansen: beleid vormen dan wel zichtbaar maken (2)



Beleid werkgever t.a.v. werken op afstand



**b** Het beleid ten aanzien van werken op afstand is duidelijker zichtbaar. In de meeste organisaties wordt werken op afstand (ooglijkend) toegestaan, maar het mag nog niet overal.

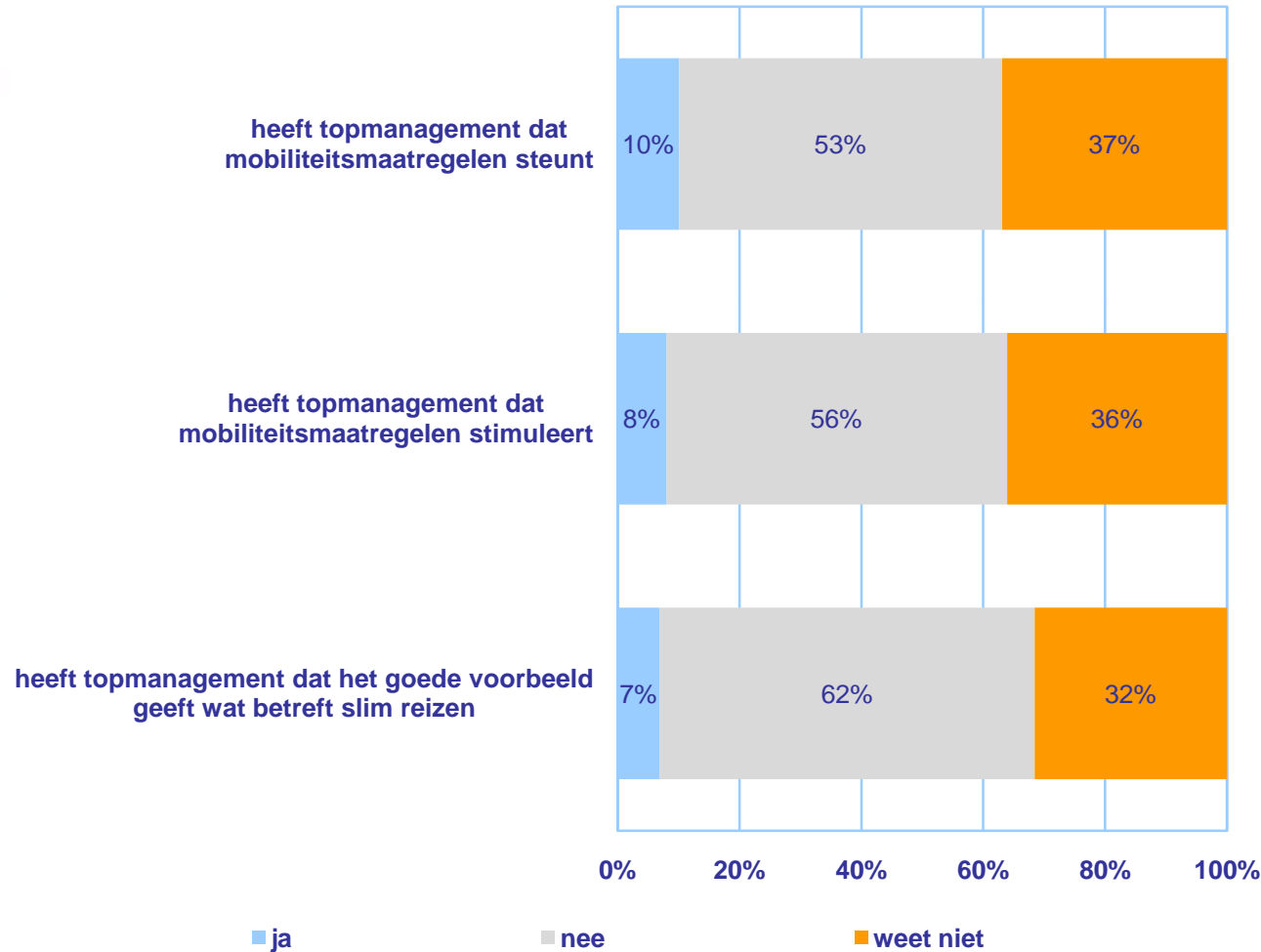
Basis grafiek: werknemers die zelf op afstand werken of kunnen werken.

n=369

Concrete kansen: beleid uitdragen op alle niveaus (1)



Mijn werkgever:



b

Uit kwalitatief vooronderzoek is gebleken dat het bevorderen van slim werken en slim reizen staat of valt met **commitment van het topmanagement**. Op dit gebied bestaat nog veel ruimte voor verbetering.

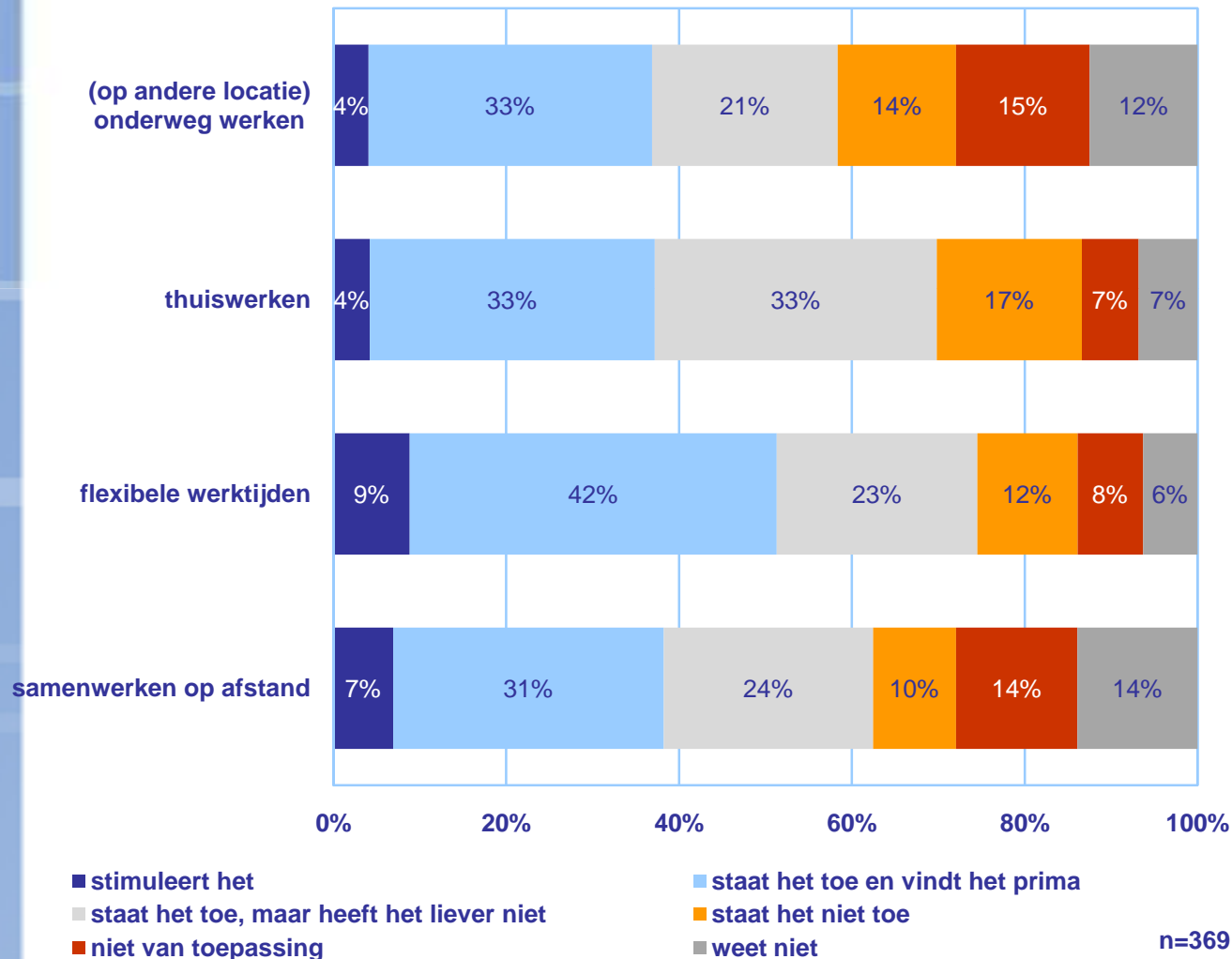
n=1065



Concrete kansen: beleid uitdragen op alle niveaus (2)



Houding direct leidinggevende



b

Direct leidinggevenden volgen het beleid van hun organisatie (zie pagina 6), ook al heeft een deel het werken op afstand eigenlijk liever niet.

Wel beoordelen direct leidinggevenden hun mensen vaker op resultaat in plaats van aanwezigheid. Volgens 57% van de werknemers, die op afstand (kunnen) werken, geldt dit voor hun eigen leidinggevende, terwijl het bij 38% het beleid van de organisatie is.

Direct leidinggevenden geven ook vaker dan het topmanagement het goede voorbeeld wat betreft slim reizen (17% versus 7%).

Basis grafiek: werknemers die zelf op afstand werken of kunnen werken.

## Concrete kansen: werknemers bewust maken van eigen alternatieven en hen faciliteren en stimuleren (1)



% dat het al (soms) doet

48% lopend of met fiets/scooter/motor naar het werk (n=803)

21% lopend of met fiets/scooter/motor naar zakelijke afspraken (n=989)

28% met het openbaar vervoer naar het werk (n=957)

21% met het openbaar vervoer naar zakelijke afspraken (n=1007)

16% carpoolen/vanpoolen naar het werk (n=1049)

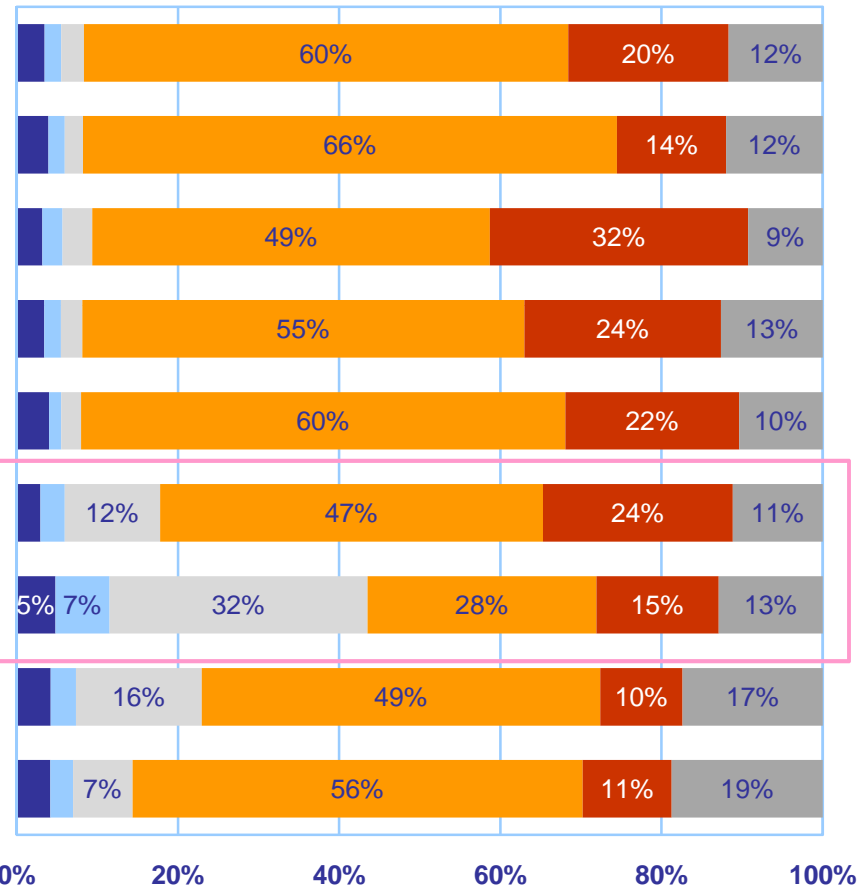
22% (op een andere locatie) onderweg werken (n=296)

50% thuiswerken (n=325)

39% werktijden flexibel indelen (n=973)

20% samenwerken op afstand (n=1052)

### Drempels slim reizen



Basis: werknemers die zelf op afstand werken kunnen werken.

■ nooit over nagedacht  
■ weet niet wat (vergoedings)mogelijkheden zijn  
■ werkgever werkt daar niet/onvoldoende aan mee  
■ kan sowieso niet  
■ wil niet  
■ weet niet

b

Gezien het beperkte aandeel werknemers dat de getoonde alternatieven benut, is er nog veel potentieel om werknemers slimmer te laten reizen. Werknemers ervaren hierbij verschillende drempels en elke drempel vergt een andere benadering van de werkgever.

Voor een deel van de werknemers is het niet slim reizen geen bewuste keuze. Zij kunnen bewust gemaakt worden van de alternatieven.

Daarnaast geeft een groot deel aan dat hij/zij geen gebruik kan maken van de alternatieven. Als de werkgever hierover meedenkt zullen de alternatieven voor een deel van deze werknemers toch een optie blijken te zijn. Bijvoorbeeld door het OV te combineren met de OV-fiets.

Weer een ander deel van de werknemers is zich al bewust van de alternatieven, maar wordt hierin door de werkgever onvoldoende gesteund of gefaciliteerd. Dit geldt met name voor het werken op afstand.

## Concrete kansen: werknemers bewust maken van eigen alternatieven en hen faciliteren en stimuleren (2)



**b** Veel mensen die wel slimmer willen reizen komen er toch in de praktijk niet toe. Er moet een patroon worden doorbroken. Anderen geven aan zelfs niet vaker slim te *willen* reizen. Met stimuleringsmaatregelen kan een deel hiervan wellicht een zetje worden gegeven c.q. nog over de streep worden getrokken.

Bij het stimuleren van werknemers kunnen de zogenaamde superpromoters worden ingezet. Van de mensen die zelf slim reizen blijkt 7% superpromoter van slim reizen te zijn: deze mensen hebben dit aan anderen aanbevolen en weten dat anderen op hun aanbeveling ook inderdaad slimmer zijn gaan reizen. Ze zijn dus bijzonder enthousiast over wat slimmer reizen voor henzelf betekent; ze dragen dat enthousiasme uit en worden door hun sociale omgeving (hierin) serieus genomen. Het belangrijkste argument dat zij bij de aanbeveling hebben gebruikt is tijdbesparing, gevolgd door kostenbesparing en balans tussen werk en privé.

Werkgevers kunnen de eigen superpromoters faciliteren in hun ambassadeurschap richting hun collega's door ze bijvoorbeeld een podium (intranet, nieuwsbrief, bijeenkomsten etc.) te geven waar ze hun ervaringen kunnen delen en door ze goed op de hoogte te houden van de mogelijkheden binnen de organisatie.



## Onderzoeksverantwoording

- **Doelgroep:** werknemers die 16 uur of meer werken
- **Methode:** online kwantitatieve dataverzameling. De steekproef is afkomstig uit het panel van Blauw Research: BlauwNL en het panel van SSI
- **Veldwerk:** 14 tot 21 april
- **Steekproef:** 1.065 werknemers hebben de vragenlijst ingevuld
- **Resultaten:** representatief voor de achterliggende populatie door weging naar geslacht, leeftijd, opleiding, branche en regio
  
- **Contactpersoon Blauw Research:** Josine Poley  
[josine.poley@blauw.com](mailto:josine.poley@blauw.com) / tel. 010-4000900