

Geïnspireerd door het geslaagde Nationaal Parkeercongres in oktober 2015, waar Shawn Conrad, CAE Executive Director International Parking Institute (IPI) een aantal wereldwijde trends op parkeergebied schetste, is ook in Vexpan-verband stilgestaan bij de trends die wij voor de Nederlandse parkeermarkt signaleren. Deze trends zijn beschreven in het artikel *Trends, trends en nog eens trends in Vexpansie 4* van 2015. Dit jaar zal *Vexpansie* op ieder van deze trends nader inzoomen. Wij doen dat door voor ieder onderwerp een specialist op het betreffende terrein van buiten de parkeerwereld zijn of haar visie op het thema, en de relevantie voor de parkeerwereld, te laten toelichten.

# Wijzigend verplaatsingsgedrag

## De potentie van de deelauto

In 2015 signaleerde Vexpan vier trends in de parkeermarkt: demografische verandering en verstedelijking, wijzigend verplaatsingsgedrag, technologie en samenwerking tussen partijen

In dit tweede artikel van deze reeks geven medewerkers van het Kennisinstituut voor Mobiliteit (KiM) hun visie op het thema 'wijzigend verplaatsingsgedrag'. Zij richten zich daarin vooral op de opkomst van de deelauto, en de gevolgen daarvan voor de parkeerwereld.

TEKST PETER JORRITSM, LUCAS HARMS EN JACO BERVELING BEELD NAAM

In de grote steden zijn ze haast niet te missen. In veel straten zijn plekken gereserveerd voor de deelauto's van Greenwheels, Connektcar of andere aanbieders. Wat is de potentie van de deelauto?

Het deelautogebruik kan in potentie grote effecten hebben op het mobiliteitsgedrag van Nederlanders en het verkeer- en vervoerssysteem in Nederland, maar er is nog relatief weinig bekend over de omvang, de voorkeuren en de potentie van autodelen. Om het inzicht in deze aspecten te vergroten heeft het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM) gekeken naar de huidige omvang van het deelautogebruik, de bevolkingssegmenten die de deelauto gebruiken, de motivaties en voorkeuren van gebruikers en de vraag hoe de trend zich gaat ontwikkelen. Eind vorig jaar is heeft het KiM een

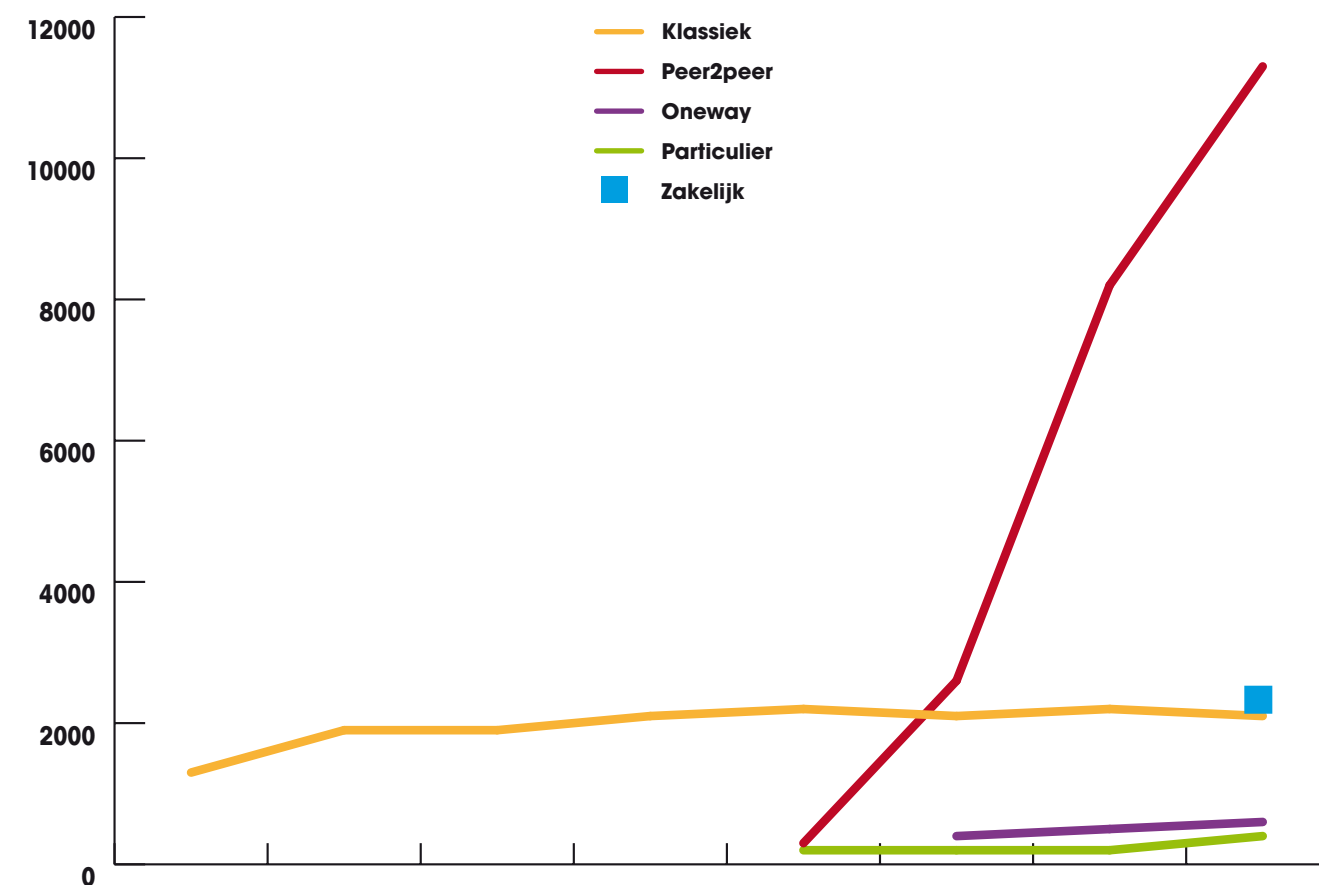
rapport over deelautogebruik uitgebracht waarvan in dit artikel enkele resultaten worden samengevat (KiM 2015).

### OMVANG EN ACHTERGRONDKENMERKEN

Er worden in de literatuur minimaal zeven vormen van autodelen onderscheiden, waaronder het klassieke autodelen en het peer-to-peerautodelen. Bij het klassieke autodelen is sprake van een vaste vloot met auto's die eigendom zijn van een bedrijf (in Nederland bijvoorbeeld GreenWheels). Bij de peer-to-peervariant bieden particulieren hun auto voor verhuur aan op een onlineplatform (in Nederland onder andere Snappcar, WeGo en MyWheels).

Momenteel zijn in Nederland ruim veertien-duizend deelauto's voor particulieren be-

schikbaar, waarvan 15 procent (circa 2.100) als klassiek en 77 procent (ruim 11.000) als peer-to-peer kan worden bestempeld (CROW/KpVV 2015). In het klassieke segment is sinds 2011 weinig groei zichtbaar; de omvang ervan blijft vrij stabiel. De groei in het aanbod van deelauto's is vooral zichtbaar bij het peer-to-peersegment (figuur 1). Het aantal mensen dat gebruik maakt van een of meer vormen van autodelen is in Nederland nog gering. Slechts 1 procent van de Nederlanders van achttien jaar en ouder maakt er gebruik van. Dat komt overeen met ongeveer 90.000 autodelers in Nederland. Greenwheels blijkt het grootste aandeel in de gebruikersmarkt te hebben, zo'n 60 procent. Ondanks het grote aanbod van de peer-to-peer autodeelmarkt, maakt toch maar 15 procent van de autodelers gebruik van Snapp-



Figuur 1: De ontwikkeling van het aantal aangeboden deelauto's per autodeelconcept in Nederland. Bron: CROW/KpVV (2015).

car, het online platform waar particulieren hun auto voor verhuur aanbieden. De autodelers gebruiken de auto vooral voor het bezoeken van vrienden en familie, voor winkelen en het vervoeren van zware spullen. Hoewel de huidige omvang van het deelauto-gebruik nog gering is, geeft bijna 20 procent van de Nederlanders aan wel open te staan voor een of andere vorm van autodelen. Het huren van een deelauto via een organisatie wordt daarbij het vaakst overwogen (13 procent), gevolgd door huren van een auto via een particulier (7 procent) en het verhuren van de eigen auto via een organisatie (4 procent).

Autodelen is slechts voor zeer weinigen een manier om zich dagelijks te verplaatsen. De meeste mensen gebruiken deze vervoerwijze incidenteel (figuur 2). Grofweg de helft van de autodelers die een auto huren via een organisatie, zegt dat gemiddeld minder dan drie keer per jaar te doen. Van de autodelers die via particulieren huren, zegt bijna twee derde dit minder dan drie keer per jaar te doen. Daarmee komt het aandeel van de deelauto in het totale aantal in Nederland gemaakte autoverplaatsingen per saldo uit op 0,02 procent.

In de focusgroepsdiscussies met Amsterdamse autodelers en potentiële autodelers is

gevraagd naar motieven om te gaan autodelen en hoe zwaar die motieven wegen. De autodelers geven een heel scala aan motieven op voor het gebruik van deelauto's. Voor een deel zijn deze gerelateerd aan het gemak dat autodelen biedt, voor een deel aan het niet (meer) hebben van een eigen auto. Ze gebruiken trefwoorden als: relaxed, makkelijk, je kunt overal komen, beschikbaarheid, parkeerplek, géén eigen kosten, géén eigen gezeur / APK, relatief goedkoop en sneller dan het OV. Duidelijk is dat bij de meeste autodelers een combinatie van redenen speelt voor het autodeelgebruik. Als de drempel van het autodelen eenmaal is genomen dan blijkt dat de beschikbaarheid goed is, dat het veel zorgen wegneemt, zoals het zoeken van een parkeerplaats in de stad, en dat het goedkoper is dan een eigen auto.

### EFFECTEN OP PARKEREN EN RUIMTEGEBRUIK

Doordat minder parkeerplaatsen nodig zijn, levert het autodelen ruimtewinst op (Meijkamp, 2000). Volgens Momo (2009) vervangt een deelauto vier tot acht privéauto's, waardoor er 36-84 m<sup>2</sup> ruimte vrij komt. Ook meer recent onderzoek van Van Driel en Hafkamp (2015) laat zien dat een deelauto

in de meeste gevallen minimaal 3 tot 4 en maximaal 8 tot 10 privéauto's vervangt. Uit de berekeningen van Nijland e.a. (2015) blijkt dat het autobezit van huishoudens die aan autodelen doen, met 0,36 auto's per huishouden is afgenomen. Uitgaande van de 90.000 autodelers en een gemiddelde grootte van 2,12 personen per huishouden (CBS), zou dat neerkomen op ongeveer 41.000 huishoudens. Deze autodelende huishoudens bezitten bijna 15.000 minder auto's (41.000 \* 0,36) ten opzichte van de situatie voordat ze aan autodelen deelnamen. Een parkeerplaats neemt ongeveer 8 m<sup>2</sup> in beslag. Een reductie met 15.000 auto's komt daarmee neer op een besparing van 120.000 m<sup>2</sup> aan ruimte, oftewel ongeveer 24 voetbalvelden.

### HEEFT AUTODELEN POTENTIE?

De verwachtingen over het autodelen waren in de jaren negentig van de vorige eeuw hooggespannen. Dat ramingen van een bepaald marktpotentieel vaak niet uitkomen, heeft voor een groot deel te maken met de kloof tussen attitude en gedrag. Tussen attitudes en gedrag bevinden zich allerlei interne en externe barrières (Kollmuss e.a. 2002). In de eerste plaats spelen verschillende interne factoren een rol. Zo kan er





## DE BESTE RESULTATEN MET PARKEERHANDHAVING

Agendum levert oplossingen voor transparant en kosten-efficiënt parkeerhandhaven. We bouwen en koppelen daarvoor de systemen voor alle fasen in het digitale handhaafproces: planning, uitvoering, rapportage en management.

Onze technologie wordt in verschillende steden succesvol ingezet: Amsterdam, Haarlem, Utrecht, Lissabon en Londen.

- Lagere kosten
- Hogere inkomsten
- Controle en transparantie
- Heldere analyse van parkeerdata

### SCANMAN

Slimme verwerking van scans voor een accurate en efficiënte parkeerhandhaving

### INFOMAN

Analyse van parkeerdata voor betere resultaten, transparantie en verantwoording

### PLANMAN

Automatische planning: handhaving op het juiste moment, op de juiste plaats

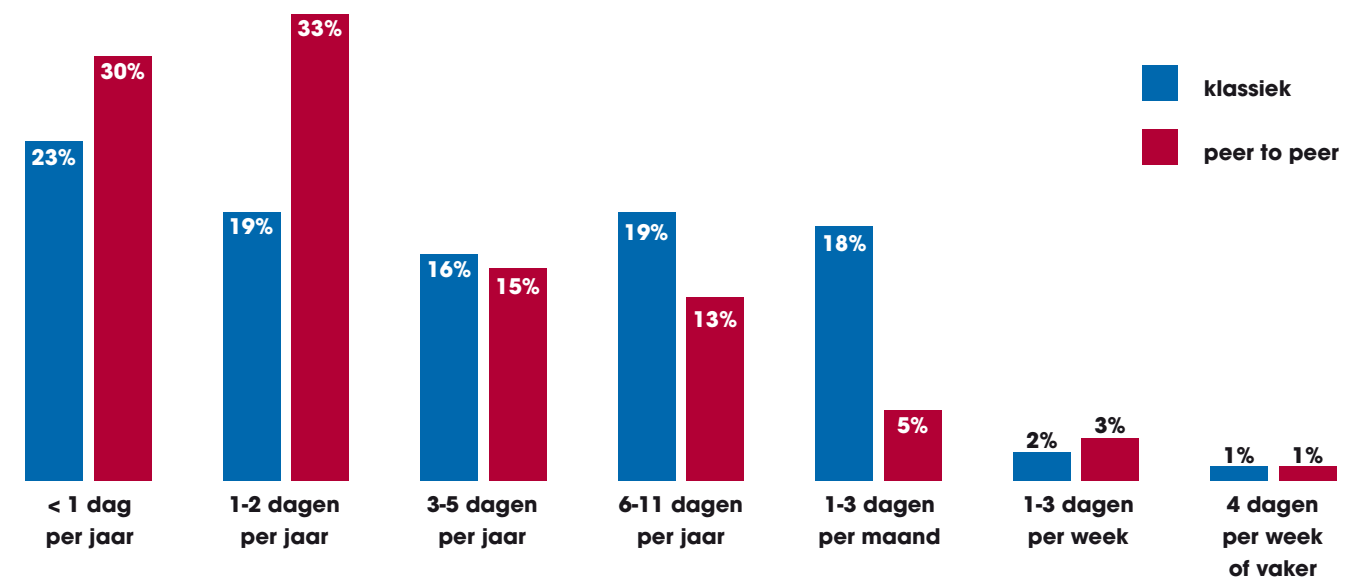
## AGENDUM

www.agendum.nl • info@agendum.nl  
T: +31 (0)10 437 22 69

## Parkeren met een knipoog



Ook een bijzondere parkeerervaring?  
Uw foto is welkom op info@vexpan.nl



Figuur 2: Frequentie van autodeelgebruik.

Bron: KIM 2015.

sprake zijn van een gebrek aan kennis. Mensen vinden dat ze nog te weinig weten van autodelen om de overstap te maken. Voorbeelden zijn ontbrekende kennis over kosten, verzekeringen of de praktische afwikkeling. Anderen, met een positieve houding ten opzichte van het milieu, vertalen hun

#### LITERATUUR

CROW/KpVV (2015). Dashboard duurzame en slimme mobiliteit: Autodelen.

<http://www.crow.nl/vakgebieden/verkeeren-vervoer/bibliotheek/kennisdocumenten/dashboard-autodelenKIM 2015>

Driel, P. van, Hafkamp, W. (2015). De effecten van autodelen op autogebruik. Tijdschrift Vervoerswetenschap 51 (4): 18-38.

KIM (2015). Mijn auto, jouw auto, onze auto: deelautogebruik in Nederland: omvang, motieven en effecten. Den Haag: Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid.

Kollmuss, A. & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? Environmental education research 8 (3): 239-260.

Meijkamp, R. (2000). Changing consumer behaviour through eco-efficient services: an empirical study for car sharing in the Netherlands. Delft: TU Delft.

Momo (2009). Autodelen factsheets.

Nijland, H., Meerkkerk, J. van & A. Hoen (2015). Effecten van autodelen op mobiliteit en CO2-uitstoot. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving.

Wilke, G. & Bongardt, D. (2007). Future of car-sharing in Germany: Customer potential estimation, diffusion and ecological effect. Saving energy - just do it! ECEEE Summer Study Proceedings: 1747-1755.

attitude niet in gedrag omdat ze vermoeden dat het autodelen weinig bijdraagt aan de milieudoelstellingen. En misschien wel de allerbelangrijkste barrière: mensen zitten vast in gewoonten. Het spreekt vanzelf dat ze de privéauto benutten voor het dagelijks vervoer. Zolang de eigen auto voor de deur staat is er voor veel mensen geen enkele reden om een andere optie te overwegen. Gemak en flexibiliteit spelen daarbij een grote rol.

In de tweede plaats kunnen externe, institutionele factoren een barrière vormen. Automobilisten kunnen oprecht geïnteresseerd zijn in autodelen, maar wanneer de infrastructuur ontbreekt (onvoldoende parkeerplaatsen die gereserveerd zijn voor autodelen) of wanneer het aanbod beperkt is, kunnen zij de stap naar de deelauto niet zetten.

Ten derde spelen sociale en culturele factoren een belangrijke rol. Wanneer de sociale norm negatief is (de deelauto heeft bijvoorbeeld een lage status) zullen mensen niet snel overstappen op autodelen. Ook de dominante cultuur draagt bij aan de kloof tussen attitude en gedrag. Nog steeds is privébezit in de westerse wereld de norm.

In 2015 geeft 20 procent van de Nederlanders met een rijbewijs aan open te staan voor klassiek of peer-to-peerautodelen. Dat zou betekenen dat het aantal potentiële autodelers bij gelijkblijvende omstandigheden in de toekomst op bijna twee miljoen uitkomt. Gegeven de kloof tussen attitude en gedrag mogen we echter aannemen dat slechts een deel van deze Nederlanders ook daadwerkelijk tot autodelen zal overgaan. Het realistische potentieel voor autodelen ligt lager dan het theoretisch potentieel (Wilke e.a. 2007). Stel dat 10 procent van de Nederlanders met een rijbewijs in meer of minder mate gebruik

gaat maken van de deelauto. Uitgaande van de resultaten van het onderzoek van Nijland e.a. (2015) naar de effecten van autodelen op mobiliteit en CO2-uitstoot, zou dat zich vertalen naar maximaal circa 800.000 gebruikers in een toekomstig jaar. Het is echter onbekend hoe de groeicurve zich ontwikkelt. Als we uitgaan van het onderzoeksresultaat dat autodelers gemiddeld 1.600 kilometer minder autokilometers per jaar rijden, zou dat een reductie van maximaal 1,3 miljard autokilometers betekenen. Uitgaande van de geraamde afgelegde wegekilometers in 2020 (KiM 2015) levert dat een reductie op van circa 0,5 tot 1 procent autokilometers in 2020. Er zijn verschillende manieren om de populariteit van de deelauto te vergroten. Duidelijk is wel dat de groei van zowel lokaal als nationaal beleid afhankelijk is. Een lokaal instrument kan een op de deelauto afgestemd parkeerbeleid kan hand in hand gaan met een nationaal beleid dat autobezit meer belast en autogebruik minder belast. Ook aan de kloof tussen attitude en gedrag is iets te doen. In de literatuur worden acties genoemd zoals: het opzetten van imago- en bewustwordingscampagnes waarin de positieve kanten van autodelen worden benadrukt, het op maat te bedienen van doelgroepen, het vergroten van de factor gemak door nieuwe technologische ontwikkelingen en nieuwe investeringen door autodeelorganisaties bij het klassieke autodelen.

PETER JORRITSMA (peter.jorritsma@minienm.nl), LUCAS HARMS (lucas.harms@minienm.nl) en JACO BERVELING (jaco.berveling@minienm.nl) zijn alle drie als wetenschappelijk medewerker verbonden aan het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KIM).