

Een frisse kijk op fietsfaciliteiten

Inleiding

Wat speelt er in de wereld van de fietsfaciliteiten? Met Brabantse voorbeelden (BMN/ Sjees) gaan wij in op de mogelijkheden die er voor jou als werkgever zijn. En welke rol pak je als werkgever om je werknemers hierin te faciliteren? Naast stallen, laden, douchen, omkleden, lenen, delen en repareren komt er namelijk heel wat bij kijken als je jouw medewerkers de juiste fietsuitrusting op het werk wilt bieden. Het is hiervoor belangrijk inzicht te krijgen in de behoeften van jouw medewerkers.

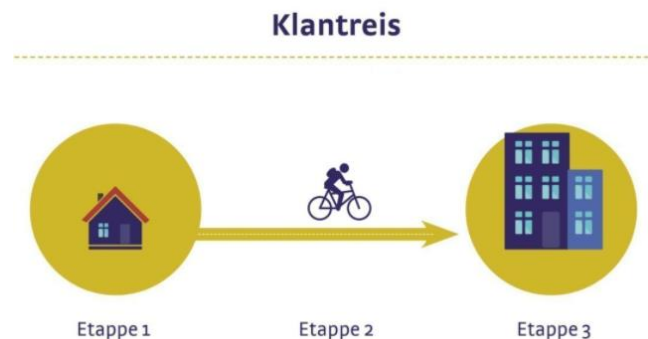
Fietsfaciliteiten gaan vaak gepaard met fietsstimulering. Want zonder het enthousiasmeren om te gaan fietsen worden fietsfaciliteiten vaak ook niet optimaal benut. Bij succesvolle fietsstimulering is een klantgerichte benadering het uitgangspunt en kijk je verder dan enkel de kosten, hoe je hierover communiceert en welk beloningssysteem je hanteert. Aan de hand van de 'Klantreis van je medewerker' wordt inzicht gegeven in de basis voor succesvolle fietsfaciliteiten.

De klantreis

De klantreis van een medewerker die op de fiets naar het werk gaat, bestaat uit drie etappes, zowel heen als terug:

- Etappe 1: Het vertrek thuis
- Etappe 2: Onderweg naar de werkplek
- Etappe 3: De aankomst op de werkplek

Per etappe doorloop je als werkgever de stappen die een fietser van begin tot eind doormaakt. Elke stap is van invloed op de klantwaarde die de fietsrit voor de medewerker oplevert. Stappen met een positieve ervaring dragen bij aan de klantwaarde van de fietsrit voor je medewerkers. Stappen met een negatieve ervaring brengen de klantwaarde van de rit voor je medewerkers omlaag.



Etappe 1: Het vertrek thuis

De eerste etappe is het vertrek vanuit huis door je medewerker. Hierop heb je als werkgever niet tot nauwelijks invloed. Je begeeft je op privéterrein en de medewerker maakt zelf de afweging om met de fiets naar het werk te gaan ja of nee. Je medewerker is zelf verantwoordelijk voor het klaar leggen van de juiste fietskleding, van het slot halen van de fiets, de fiets te pakken uit de fietsenstallingsplek, verzorgen van licht op je fiets et cetera. De vraag is wel of werkgevers hier mogelijk kansen laten liggen, vooral in het kader van de toenemende aandacht voor thuiswerken in relatie tot gezondheid, vitaliteit en beweging.

Etappe 2: Onderweg naar de werkplek

Tijdens deze tweede etappe hebben vooral de overheden invloed. In Brabant zie je dat zowel de gemeenten als de Provincie de fietsinfrastructuur optimaliseren inclusief bewegwijzering. Er komen steeds meer systemen om het ongemak dat fietsers ervaren bijvoorbeeld bij omleidingen te minimaliseren. Denk aan tijdelijke omleidingsroutes die worden aangegeven met graffiti op straat en informatie via apps op je telefoon.

De fysieke inspanning die medewerkers moeten plegen om naar de werkplek te komen hebben hun effecten op de klantwaarde: positieve bijdragen zijn het werken aan conditie, uithoudingsvermogen en kracht. Zaken als transpireren, het feit dat je haren door de war gaan of dat make-up uitloopt, brengen de klantwaarde weer omlaag. Ook de mentale effecten van fietsen hebben hun weerslag op de klantwaarde: denk aan je hoofd leegmaken, uitwaaien, wegdromen en creativiteit aanwakkeren. Ook een spontane ontmoeting en vriendelijke groet of zwaai versterkt het positieve effect. Lastiger zijn zaken als het omgaan met obstakels onderweg (kuilen, tunnels, bruggen, omleidingen) en andere (typen) fietsers (snelheidsverschillen gewone fiets/e-bike/speed pedelec, groepen scholieren, mensen met jonge kinderen).

Ook op deze etappe kun je als werkgever niet veel invloed uitoefenen. Los van de route vanaf de straat (openbare ruimte) naar de daadwerkelijke ingang van de fietsenstalling en het bedrijfsgebouw. Hiervoor gelden dezelfde aandachtspunten als voor de openbare ruimte.

Etappe 3: De aankomst op de werkplek

In de derde etappe van de klantreis gaat het om de aankomst van de werknemer op de werkplek en daarop heeft de werkgever een grote invloed. Hier kan je het verschil maken met je fietsenstalling, passende fietsenrekken, korte afstand en slimme looproutes naar het bedrijfsgebouw, opfrismogelijkheden en het eventueel opladen van fiets- en accu's en/ of uitvoeren van reparaties aan de fiets. Door de fietser welkom te laten voelen op de werkplek vereffen je de overgang van buiten naar binnen en van de rol van fietser naar de rol van arbeidskracht. Bij het niet juist of volledig faciliteren van deze overgang belanden de medewerkers met een gevoel op hun werkplek dat "de zaken niet goed zijn geregeld". De laatste indruk blijft vervolgens het sterkst hangen.

De Sjees fietspiramide

De klantreis geeft aan dat de waarde van een fietsrit voor je werknemer door allerlei factoren wordt beïnvloed. Als werkgever heb je op een onderdeel van deze reis invloed, vooral op hetgeen er op de werkplek gebeurt. Om erachter te kunnen komen, welke fietsfaciliteiten het meest bijdragen aan de klantwaarde voor jouw medewerkers, kun je de Sjees fietspiramide gebruiken.

Behoeftehiërarchie

Ieder mens hanteert bewust of onbewust zijn eigen behoeftehiërarchie. Dit is een ordening of universele rangschikking van de behoeften van de mens. De meest bekende (en waarschijnlijk de meest oorspronkelijke) is in 1943 door Abraham Maslow gevisualiseerd in de vorm van een piramide, de Piramide van Maslow. Wat de piramide stelt is dat de mens pas streeft naar het realiseren van behoeften hoger in de piramide, als de behoeften lager in de piramide zijn bevredigd. Vrij vertaald: het heeft geen zin om dingen te doen die zich richten op behoeften bovenin de piramide, als je niet eerst hebt voldaan aan de basale behoeften in de piramide.



Klantwensenpiramide

In 2000 vertaalde Mark van Hagen van NS de behoeftepiramide van Maslow naar een klantenwensenpiramide voor de treinreis. Het geeft aan wat klanten willen in volgorde van belangrijkheid. Het drukt behoeften en wensen uit zonder dat dit al ingevuld wordt. Mensen willen snel reizen, comfortabel reizen, veilig reizen, et cetera. Dat is de abstractie van het model, maar wel wat mensen altijd willen. Dit willen ze over duizend jaar nog, al vullen we het dan misschien anders in.



De mate van tevredenheid van klanten wordt beïnvloed door de aan- of afwezigheid van drie soorten factoren:

- **Basis factoren ofwel 'Dissatisfiers':** Dit zijn productkenmerken die de basis typeren van een product of dienst en klanten vinden deze 'dissatisfiers' vanzelfsprekend. De kenmerken zijn generiek en gelden voor iedereen. Denk aan een rem op een fiets.
- **Prestatiefactoren ofwel 'Satisfiers':** Dit zijn productkenmerken waar de klant naar op zoek is en zijn meer specifiek van karakter. Op basis hiervan vergelijkt een klant de kenmerken met verschillende producten. Denk aan het type aandrijving van een e-bike (meer of minder vermogen).
- **Opwindingsfactoren ofwel 'Excitement factors':** Dit zijn productkenmerken die bij klanten goed in de smaak vallen. Maar ze zullen er niet om vragen omdat ze er simpelweg niet aan denken. Met een product dat een 'excitement factor' bezit, creëer je een WOW-effect bij de klant. Delighters zijn uniek, denk bijvoorbeeld aan een mobiele fietsenmaker die je fiets ongevraagd een servicebeurt geeft.

Wil je meer weten over deze klantwensenpiramide, scan de QR code of klik erop.



De toepassing van de Sjees Fietspiramide

Op basis van theorieën, ervaringen en inzichten hebben wij de Sjees Fietspiramide ontwikkeld. Dit combineert de 'Behoeftehiërarchie' en 'De mate van tevredenheid' samen en vertaalt dit naar praktische handvatten voor de fietsfaciliteiten bij jouw organisatie. Hierna wordt laag voor laag toegelicht.

Belangrijk hierbij te vermelden is dat deze fietspiramide ontwikkelt is op basis van eigen ervaring, niet op basis van onderzoek. Onderzoek naar behoeften van werknemers op gebied van fietsfaciliteiten is nog zeldzaam. Als u hier onderzoek naar hebt gedaan, dan horen we dat natuurlijk graag zodat we onze piramide verder kunnen verfijnen.

Sjees fietspiramide



Sjees fietspiramide

Laag 1: Veiligheid en betrouwbaarheid

De eerste laag vormt de fundering van de piramide. Het gaat hier om de veiligheid van de fiets, inclusief accessoires, en die van de fietser. Zo is het belangrijk ervoor te zorgen dat de fietsenstalling de fiets niet beschadigt, de fietser zich niet bezeert, er diefstalpreventie wordt geborgd door de fietsenstalling af te sluiten of camerabewaking te hanteren en sociale veiligheid wordt gecreëerd door goede verlichting. Nog een ander voorbeeld van veiligheid is het veilig opladen en opbergen van de accu van je e-bike waarbij rekening wordt gehouden met de brandveiligheidsvoorschriften. Blijft de accu in je fiets zitten of kan je deze opbergen in een brandveilige kluis die droog en niet te koud/ warm is.

Veiligheid en betrouwbaarheid

Daarnaast kan je als werkgever je werknemer faciliteren in betrouwbaarheid door er op de werkplek bijvoorbeeld voor te zorgen dat de stallingen worden gecontroleerd en deze niet overvol zijn.

Tot slot kan je als werkgever gebruik maken van de stichting 'Fietsparkeur'. Dit is een onafhankelijke en gebruikersgerichte stichting die toetsing en certificering van fietsparkeersystemen doet. Na een check van Fierparkeur weet je zeker dat je stallingsfaciliteit voldoet aan de eisen op het gebied van bewegende onderdelen, oppervlakteruimte, beknellingsgevaar, impactsterkte, waterafvoer, weersbestendigheid, et cetera.

Sjees fietspiramide

Laag 2: Snelheid

Zoals eerder geschetst bestaat de fietsrit van huis naar de werkplek (en vice versa) uit een groot aantal stappen. Elke stap kost tijd en leidt dus tot een lagere reissnelheid. Door deze stappen en/ of handelingen te combineren wint de fietser tijd. Denk aan het plaatsen van je fietsenstalling inpandig of dichtbij de entree van het bedrijfsgebouw.

Waarom is de snelheid van belang? Wanneer je medewerker de afweging maakt tussen de auto en de fiets, bestaat de autorit meestal uit minder handelingen en is er dus minder kans op vertraging (files uitgesloten).



Een andere manier om de snelheid omhoog te brengen is door te zorgen dat iemand anders een handeling van je fietsers overneemt, waardoor de totale reis voor de fietser minder tijd vraagt. Denk aan het opladen van je accu door een facilitair medewerker. Ook kan je als werkgever een regeling treffen dat de aankomst- en vertrektijd op de fiets onder de werktijd valt, dan krijgt de reistijd een andere waarde.

Tot slot kan de werkgever de medewerker faciliteren in snelheid door het aanbieden van een speedpedelec, E-bike, racefiets of e-cargo bike. Op deze fietsen haalt een fietser een gemiddeld hogere snelheid dan op een gewone stadsfiets. Een voorwaarde is vaak wel de laadmogelijkheid zodat je ook weer thuiskomt.

Bedenk dat tijd relatief is. Stel het hele stallingsritueel op de werkplek kost tien minuten. Heeft je medewerker een fietsrit van tien minuten achter de rug, dan verlengt dit de reistijd met 100%. Dat geeft een heel andere beleving dan voor iemand die 45 minuten heeft gefietst. Dus de tijd die het stallen e.d. kost moet je afzetten tegen de totale reistijd.

Laag 3: Gemak

Gemak en snelheid hangen nauw met elkaar samen want als iets gemakkelijker is om uit te voeren gaat dat vaak ook sneller. Bij laag 3 doelen wij op het leveren van een bijdrage voor de noodzakelijke processen. Maar gemak is ook ontlast worden in de geestelijke belasting. Door bijvoorbeeld goed geïnformeerd te worden waar in de stalling je je fiets kunt stallen (groen licht bij vrije plekken). Net als markeringen op de grond waar wordt aangegeven voor wat voor soort fiets welk deel van de stalling is bedoeld.

Gemak valt in de categorie van 'prestatiefactoren' ofwel 'satisfiers'.

Denk aan de faciliteiten van een fietspomp in de fietsenstalling en een uitgeschreven werkwijze of pictogrammen met hoe je de pomp het best kan gebruiken. Ook veelvoorkomend is een personeelspas die gekoppeld is aan de fietsenstalling. Zo kan je zonder dat het teveel moeite kost (lees: aparte pas of sleutel moeten gebruiken) je fiets stallen.

Sjees fietspiramide



Laag 4: Comfort

Ook comfort en gemak hangen nauw met elkaar samen en lopen hier en daar in elkaar over. Bij de satisfier comfort gaat het echter om het leveren van minder fysieke inspanning. Een mooi voorbeeld hiervan zijn de tweelaagse fietsenstallingen. Veel mensen plaatsen de fiets het liefst op de grond want je fiets op de bovenste laag brengen, kost nu eenmaal meer inspanning. Maar zo'n tweelaagse stalling is wel weer compacter dan een enkellaagse stalling en dus kan hij misschien dichtbij de entree van je bedrijfsgebouw worden geplaatst. Dan wint de fietser mogelijk weer aan snelheid.

Sjees fietspiramide



Onder het verhogen van het comfort vallen ook de oprisismogelijkheden. Denk aan de faciliteiten van kleedruimtes waar mensen na een lange fietsrit zichzelf kunnen omkleden of douchen. Maar dit kan zich ook richten op de mogelijkheid tot fietsreparaties. Een reparatiepaal die voldoende werkruimte biedt om je fiets kunnen repareren mocht dit nodig zijn.

Denk in het kader van comfort ook aan kuilen, heuvels, drempels op je terrein, waar mensen de fiets overheen moeten zien te krijgen. Tegenwoordig zijn er fietsliften die je bij hellingen en trappen kunt monteren. Dat is veel comfortabeler dan je fiets tegen een lange fietsgoot omhoog te moeten duwen.

Sjees fietspiramide



Laag 5: Beleving

Wanneer je aan alle lagen van de fietspiramide voldoet kom je als laatste uit bij de beleving. Een echte opwindingsfactor ofwel 'Delighter'. Wanneer je je als werkgever richt op hoe je fietsfaciliteiten kunnen bijdragen aan de beleving van de fietsrit, raakt dit het imago als organisatie. De uitdaging zit in het passend maken van je fietsfaciliteiten bij de missie en cultuur van je organisatie. Waarbij je je werknemers (je fietsers) goed moet kennen om te hoe je aan hun unieke en ultieme fietsbeleving kunt voldoen. Waarbij diverse HR instrumenten hierbij kunnen helpen.

Voorbeelden van fietsfaciliteiten en -acties, die zich specifiek richten op beleving, zijn:

- Bike Guerilla acties;
- onaangekondigde servicebeurt van je fiets onder werktijd zoals de Sjees Pitstop;
- wasmachine en droger in kleedruimte;
- verzorgingsproducten in de douches, föhn, handdoeken;
- gezondheidstest, trainingsprogramma, sportmassage voor fietsers aanbieden op kosten van de zaak.

Inzicht in jouw doelgroep

Om het bovenstaande goed te kunnen invullen voor jouw organisatie, raden we je aan om je te verdiepen in je medewerkers. door het uitvoeren van:

- mobiliteitsenquête reisgedrag (zie <https://sjeesgangmakers.nl/fase1>);
- benchmark fiets (<https://sjeesgangmakers.nl/fase1>);
- Tellingen van geparkeerde fietsers (aantallen, feiten, cijfers);
- Enquête onder fietsers (motivaties, weerstanden, overwegingen);
- Schouwen van fietsers aan de hand van het human factor model, oftewel, wat nemen je werknemers waar, begrijpen ze het, kunnen ze het gewenste gedrag laten zien, willen ze het gewenste gedrag laten zien, wat verwachten ze. Ga op een afstandje staan en aanschouw wat er gebeurt als iemand bij de stalling komt, of het terrein op fietst. En let daarbij op de elementen van het human factor model.
- Ga zelf eens als fietser op pad. Fiets zelf een naar je werkplek toe en ervaar hoe moeilijk of makkelijk bepaalde stappen in je klantreis uit te voeren zijn.

Sjees Gangmakers kan je verder op weg helpen bij het opzetten van een onderzoek.

Op basis van deze informatiebronnen, het denkraam van de Fietspiramide en de voorbeelden die wij kennen van andere werkgevers helpen we je bij een opfrisadvies voor jouw fietsfaciliteiten. Wil je meer weten, neem dan contact met ons op!

www.sjeesgangmakers.nl
085 – 022 02 13
info@sjeesgangmakers.nl