



7 december 2022

Hoe helpen we de autoforens om anders te reizen?

Samenvatting van het onderzoek naar
motivatoren en barrières van autoforenzen om
met het ov of de fiets te reizen of vaker thuis te
werken.

**Team Structurele Gedragsverandering
en Werkgeversbenadering**

Leeswijzer

Dit document geeft een samenvatting van het onderzoeksrapport Motieven en weerstanden autoforenzen Zuid-NL. Het onderzoek is uitgevoerd door Moventem en inno-V, onder begeleiding van Team Structurele Gedragsverandering van SmartwayZ.NL. Deze samenvatting beschrijft kort het doel en de methode van het onderzoek. Vervolgens worden in grote lijnen de resultaten toegelicht. Op basis van de resultaten wordt advies gegeven waarin we de resultaten vertalen naar mogelijke maatregelen en interventies.

Voor een gedetailleerd beeld van de doelstelling, methode en resultaten verwijzen we naar [het onderzoeksrapport](#).

Voor meer informatie, stuur een e-mail naar gedrag@smartwayz.nl

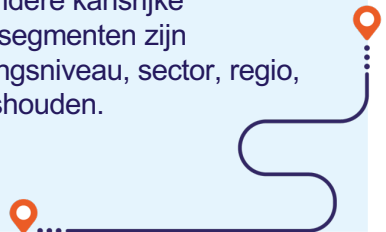


Inleiding

Doel

Het onderzoek had als doel de motivatoren, barrières en kansrijke maatregelen om autoforensen minder of duurzamer te laten reizen te achterhalen. In een grootschalig enquêteonderzoek is achterhaald welke beweegredenen autoforensen hebben om duurzamer of minder te reizen (motieven) en wat hen hierin tegenhoudt (barrières). Hiervoor zijn de motieven en barrières om te reizen met de auto, fiets, e-fiets, bus, trein en deelscooter achterhaald. Ook voor thuiswerken zijn de motieven en barrières onderzocht. Tevens is het huidige gebruik van modaliteiten gemeten en in hoeverre men ervoor open staat om met meer duurzame alternatieven te reizen of thuis te werken. Bovendien is in kaart gebracht welke maatregelen volgens de doelgroep zouden helpen om vaker gebruik te maken van de duurzame modaliteiten of vaker thuis te werken.

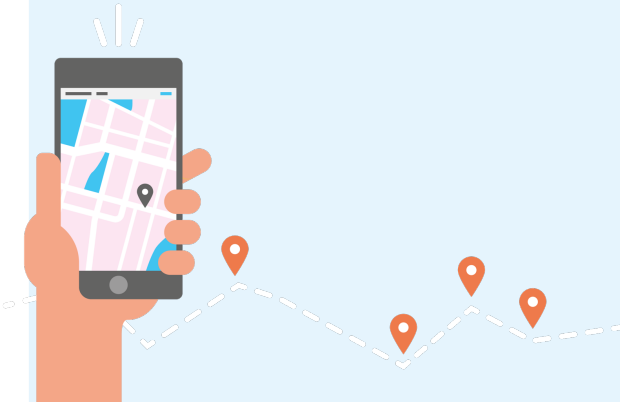
De doelgroep van het onderzoek is de **autoforens** (iemand die de auto minimaal tweewekelijks voor woon-werk verkeer gebruikt). Echter is in het onderzoek ook onderscheid gemaakt tussen verschillende doelgroepsegmenten. Op deze manier kan getoetst worden of er bepaalde subgroepen zijn (binnen de totale groep van autoforensen) die vaker of minder vaak gebruik maken van duurzame modaliteiten en of bepaalde subgroepen verschillende motieven hebben of barrières ervaren of andere kansrijke maatregelen voor zich zien. De doelgroep segmenten zijn ingedeeld naar leeftijd, reisafstand, opleidingsniveau, sector, regio, stedelijkheid en samenstelling van het huishouden.



Inleiding

De resultaten van het onderzoek leveren de volgende inzichten op:

- Per modaliteit geeft het onderzoek inzicht in **barrières en motivatoren** om er (niet) (vaker) mee te reizen.
- Het onderzoek geeft inzicht in welke **subgroepen** in meer of minder open staan om minder of duurzamer te reizen.
- Het onderzoek biedt per modaliteit en per segment een scherp beeld van de **meest kansrijke richtingen voor passende en efficiënte maatregelen** om het autogebruik onder forenzen te minderen.



Inleiding

Methode

Het onderzoek is kwantitatief van aard, de data is verzameld middels een vragenlijst. Deze is op twee manieren afgenomen: online via een consumentenpanel en via telefonische interviews. In totaal hebben 6457 respondenten deelgenomen aan het onderzoek.

De belangrijkste uitgangspunten van het onderzoek:

- **Hoofdvraag:** Wat zijn per segment en modaliteit de meest bepalende motivatoren en barrières om daar (niet) mee naar het werk te reizen en welke drivers zijn er om structurele gedragsverandering teweeg te brengen?
- **Doelgebied:** De zeven SmartwayZ.NL regio's in provincies Noord-Brabant en Limburg.
- **Doelgroep:** Autoforenzzen die de auto minimaal tweewekelijks voor woon-werkverkeer gebruiken.
- **Steekproef:** Voldoende groot om de hoofdvraag per regio, modaliteit en/of segment met statistische betrouwbaarheid en nauwkeurigheid te beantwoorden.
- **Methode:** Kwantitatief onderzoek met mixed-mode dataverzameling (online via consumentenpanel, aangevuld met telefonische interviews).



Resultaten

De meest kansrijke alternatieven: e-fiets, fiets en thuiswerken.

- Van alle alternatieven voor de auto is de wil om het te gaan gebruiken het grootst voor de **e-fiets, fiets en speed pedelec**.
- **Thuiswerken** is al populair, maar kent ook nog veel mensen die het willen gaan doen.
- Van de modaliteiten hebben de bus, trein en deelscooter relatief veel barrières. Terwijl voor de e-fiets, fiets en thuiswerken een gebalanceerd beeld van motivatoren en barrières te zien is.

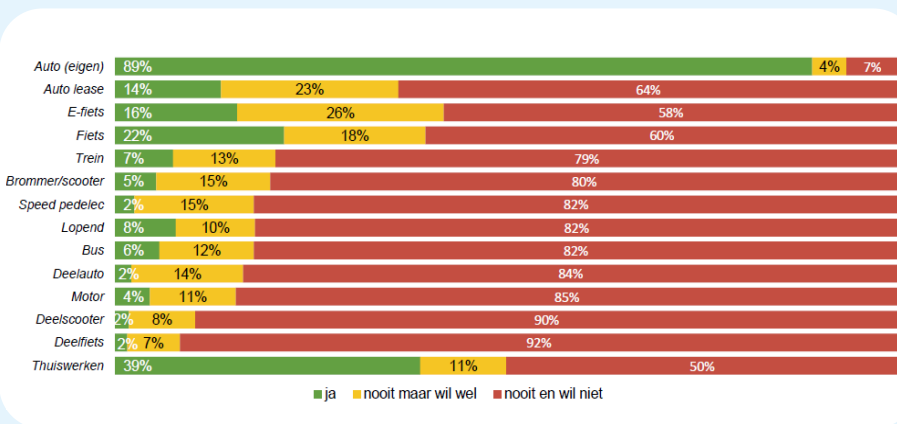


“70% van de autoforenzers staat open voor anders reizen”

Resultaten

Huidig gebruik en veranderingsbereidheid

- De autoforensen maken het vaakst gebruik van **de auto (100%), thuiswerken (39%) en de fiets (22%) en e-fiets (16%)**.
- Het minst vaak wordt gebruik gemaakt van de **deelscooter (2%), bus (6%) en trein (7%)**.
- Er wordt al veel gebruik gemaakt van de (e-)fiets en thuiswerken, maar een groot aandeel staat ook nog open voor **gebruik e-fiets (26%), fiets (18%) en thuiswerken (11%)**.
- Voor het openbaar vervoer staat de autoforens minder open: **trein (13%) en bus (12%)**.
- **Slechts 8%** staat open voor het gebruik van een deelscooter.
- **30% wil niet anders dan met de auto** van en naar het werk reizen.



Motivatoren en barrières

Per modaliteit geeft het onderzoek inzicht in barrières en motivatoren om er (niet) (vaker) mee te reizen. Per modaliteit geven we weer welke motieven en barrières een rol spelen en welke maatregelen volgens de respondenten zouden helpen om vaker alternatief te reizen.



De auto wordt vooral gebruikt vanwege snelheid en flexibiliteit. Kosten is een veelgenoemde barrière, gevolgd door het milieu.



Thuiswerken

Of mensen thuiswerken is vooral afhankelijk van de mate waarin het werk geschikt is om thuis te werken. Verder is te zien dat het missen van sociaal contact hoog scoort als barrière om niet (vaker) thuis te werken. Het besparen van (reis)tijd, efficiëntie/productiviteit en flexibiliteit scoren relatief hoog als motivator voor thuiswerken. De autoforensen geven aan dat financiële vergoedingen het meest zouden helpen om (vaker) thuis te werken. Ongeveer een derde geeft aan dat geen enkele maatregel hen zou helpen om vaker thuis te werken.

Kansrijk: Financiële vergoedingen voor thuiswerken, faciliteren van sociaal contact

Motivatoren en barrières

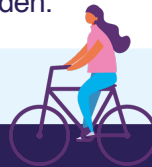
Fiets



Belangrijkste motivator om te fietsen naar, van of voor het werk is 'omdat fietsen gezond is', gevolgd door 'omdat het me weinig geld kost'. Barrières hebben vooral te maken met gebrek aan snelheid en omstandigheden (zoals slecht weer). Plezier staat op plek 4 in de ranking van motivatoren, en komt als derde belangrijkste barrière terug. Voor circa 40% van de respondenten die aanvankelijk aangeeft niet te fietsen en dat ook niet te willen, zouden maatregelen wel helpen om ze alsnog op de fiets te krijgen. Hierbij worden vooral positieve financiële prikkels, betere faciliteiten en/of infra genoemd.

Kansrijk: Fietsregelingen vanuit werkgevers, bewaakte fietsenstallingen, betere fietspaden.

E-fiets



De barrières en motivatoren voor de e-fiets zijn vergelijkbaar met die van de reguliere fiets. Grootste verschil is dat snelheid bij de e-fiets een kleinere barrière vormt. De kosten van een (duurdere) e-bike vormen niet een significant hogere barrière dan bij een reguliere fiets. De helft (52%) van de respondenten die (nog) niet e-fietsen maar er wel voor openstaan, geeft aan dat het zou helpen als de werkgever de e-fiets zou betalen. Slechts 18% van deze groep zegt dat geen enkele maatregel zou helpen om vaker te e-fietsen.

Kansrijk: Fietsregelingen vanuit werkgevers, bewaakte fietsenstallingen, betere fietspaden.

Motivatoren en barrières

Bus



Voor de bus zien de respondenten meer barrières dan motivatoren. Vooral op snelheid, flexibiliteit en het gebrek aan een goede verbinding scoort de bus niet goed. Een halte in de buurt en een goede busverbinding zijn relatief veel genoemde motivatoren voor de bus, al scoren deze motivatoren ook laag ten opzichte van motivatoren voor andere modaliteiten.

Kansrijk: Indien er een goede verbinding is, stimuleren van busgebruik middels probeeracties



Trein

Net als bij de bus geldt ook bij de trein in het algemeen dat de balans gemiddeld doorslaat naar barrières in plaats van naar motivatoren. Vooral op snelheid, flexibiliteit en het gebrek aan een station en een goede treinverbinding scoort de trein relatief slecht. Qua maatregelen zijn het vooral een betere verbinding en lagere kosten die mensen die nog niet met de trein reizen maar hier wel voor open staan kunnen overtuigen.

Kansrijk: Faciliteren van treinreizen vanuit werkgevers (bijv. met een abonnement)

Motivatoren en barrières

Deelscooter



De deelscooter wordt gekenmerkt door zware barrières en slechts lichte motivatoren. De grootste barrières zijn de (hoge) kosten, het (gebrek aan) plezier, en (het gebrek aan) omstandigheden die het gebruik van de deelscooter in de hand werken. Voor de (kleine) groep die de deelscooter al eens gebruikt of daarvoor openstaat, geldt dat zij gemiddeld meer motivatoren dan barrières hebben. De kosten worden echter vaker genoemd als barrière dan als motivator. Lagere kosten en voldoende aanbod worden als meest kansrijke maatregelen gezien, respectievelijk 17% en 12%.

Kansrijk: Probeeracties met een vervolgaanbod zoals een voordelige abonnementsvorm

Belangrijkste conclusies:

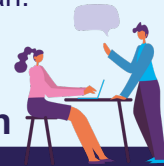
- De meeste kansrijke alternatieven voor de auto zijn de **(elektrische) fiets en thuiswerken**.
- Huidige autogebruikers staan **erg positief** tegenover de auto. Dit laat ook de omvang zien van de uitdaging om hen uit de auto te krijgen.



Doelgroepsegmenten

Welke doelgroepsegmenten staan open voor verandering?

Per modaliteit is in kaart gebracht welke doelgroepsegmenten meer of minder open staan voor het gebruik ervan.



Thuiswerken

Jonge autoforenz (18 – 40 jaar) werken al vaker thuis dan oudere autoforenz, maar staan ook meer open voor thuiswerken. Ook is te zien dat naarmate de reisafstand toeneemt, er vaker thuisgewerkt wordt. Te zien is dat voor de groep die nog niet thuis werkt, degene met de langste reisafstand (>50km) hier minder voor open staan. Dit laat zien dat de potentie voor de groep met een lange reisafstand al goed benut is. Het zijn voornamelijk hoger opgeleiden die thuiswerken en middelbaar opgeleiden die hiervoor open staan. Thuiswerken is met name in de zakelijke dienstverlening, onderwijs en overheid populair. In sectoren groot-/detailhandel en gezondheidszorg staat men relatief meer open voor thuiswerken.

Kansrijke doelgroep voor thuiswerken: Jonge autoforenz met een korte reisafstand.

Doelgroepsegmenten



Fiets

Het zijn voornamelijk mensen onder de 40 jaar die al fietsen en onder de 30 jaar die open staan voor gebruik van de fiets. De fiets wordt vooral gebruikt voor reisafstanden <7,5 kilometer, maar de potentie is relatief hoog voor afstanden tot 15 km. Hoogopgeleiden fietsen relatief vaak, terwijl lager opgeleiden dat juist significant minder doen. Er zijn geen verschillen in opleidingsniveau onder de mensen die open staan voor het gebruik van de fiets. Respondenten die voor de overheid werken, fietsen significant minder dan gemiddeld. Deze groep heeft ook grotere woon-werkafstanden. Er zijn geen verschillen in sector onder de mensen die open staan voor het gebruik van de fiets. In Zuid-Limburg is het aandeel respondenten dat fietst significant lager dan in andere regio's. Verder zien we geen verschillen, ook niet in de mate waarin men openstaat voor de fiets. In sterk stedelijke gebieden wordt de fiets vaker gebruikt voor woon-werk verkeer. Bij openheid voor de fiets zien we geen verschillen tussen sterk, matig of weinig tot niet stedelijke gebieden. Respondenten die thuis wonen (/anders) fietsen al significant meer én deze staan er meer dan gemiddeld voor open.

Kansrijke doelgroep voor de fiets: De lager opgeleide forens onder de 30 jaar, met een woon-werk afstand onder de 15

Doelgroepsegmenten

E-fiets



In tegenstelling tot de fiets, wordt de e-fiets het meest gebruikt door 50-plussers. De groep die het meest open staat voor het gebruik van de e-fiets is 18-30 jaar. De e-fiets wordt significant meer gebruikt door respondenten die tot 15 km van hun werk wonen. Die groep staat er ook significant meer voor open. Hoogopgeleiden e-fietsen relatief minder vaak, lager en middelbaar opgeleiden doen dat juist significant vaker. Wederom precies tegenovergesteld aan het beeld van de fiets. Hoger opgeleiden staan wel significant meer open voor de e-fiets. De mate waarin de e-fiets wordt gebruikt varieert aardig per sector. We zien vooral dat er binnen de agrarische sector, de horeca en het onderwijs bovengemiddeld wordt gereisd met de e-fiets. Binnen de zakelijke dienstverlening staat men minder dan gemiddeld open voor de e-fiets. Respondenten in de gezondheidszorg staan er juist bovengemiddeld voor open om met de e-fiets naar het werk te reizen. In West-Brabant is het gebruik van de e-fiets significant lager dan gemiddeld. In Hart van Brabant staat men minder dan gemiddeld open voor de e-fiets, terwijl Zuid-Limburgers hier bovengemiddeld voor openstaan. Binnen de sterk stedelijke gebieden is het aandeel respondenten dat gebruikmaakt van de e-fiets iets lager dan gemiddeld, in de landelijke gebieden ligt het gebruik juist iets hoger. Samenwonenden reizen bovengemiddeld vaak met de e-fiets, maar staan er relatief minder voor open. Gezinnen en thuiswonenden staan bovengemiddeld open voor de e-fiets.

Kansrijke doelgroep voor de e-fiets: De forens onder de 30 jaar, met een woon-werk afstand onder de 15 km.

Doelgroepsegmenten

Bus



Vooral jongeren en personen uit sterk stedelijke gebieden reizen met de bus en staan ervoor open. Hetzelfde geldt voor hoger opgeleiden. Inwoners met een reisafstand tussen 7,5 en 15 km en inwoners die in de horeca werken staan ook vaker open voor de bus dan gemiddeld. In Noord-Limburg ligt het bus gebruik lager dan gemiddeld. In Zuid-Limburg staat men er meer voor open. Respondenten die in een gezin wonen reizen minder met de bus en staan er minder voor open. Voor thuiswonenden geldt het omgekeerde: bovengemiddeld gebruik en openstaan.

Kansrijke doelgroep voor de bus: Jonge mensen in stedelijke gebieden.



Trein

De trein wordt voornamelijk gebruikt door respondenten die minimaal 25 km reizen, door jongeren (<30 jaar) en door hoger opgeleiden. Beide groepen staan ook meer open voor gebruik van de trein. Respondenten uit weinig tot niet stedelijk gebied gebruiken de trein minder en staan er ook minder voor open. Binnen de (zakelijke) dienstverlening en de overheid is de openheid en het gebruik bovengemiddeld. In Hart van Brabant wordt de trein bovengemiddeld gebruikt, in West- Brabant onder gemiddeld. In Zuid-Limburg staat men er meer voor open, in Zuidoost-Brabant minder. Respondenten die thuis wonen reizen relatief vaak met de trein en staan er meer voor open.

Kansrijke doelgroep voor de trein: Forenzen onder de 30 jaar met een reisafstand boven de 25 kilometer.

Doelgroepsegmenten

Deelscooter



Met name jongeren tot 30 jaar gebruiken wel eens een deelscooter en staan ervoor open. 50 plussers gebruiken het minder en staan er minder voor open. Tot 7,5 km wordt de deelscooter bovengemiddeld gebruikt. De openheid is relatief hoog tot afstanden van 15 km. Hoger opgeleiden staan bovengemiddeld open voor de deelscooter. In de zakelijke en facilitaire dienstverlening wordt bovengemiddeld vaak gebruikgemaakt van de deelscooter. In de mate van openheid zien we weinig verschil, behalve dat deze in de agrarische sector significant lager ligt dan gemiddeld. In Zuid-Limburg ligt het gebruik iets onder het gemiddelde. In alle Limburgse regio's ligt de openheid lager dan gemiddeld. In Zuidoost-Brabant is de openheid bovengemiddeld. Vooral binnen sterk stedelijke gebieden. Vooral thuiswonenden gebruiken de deelscooter en staan hiervoor open.

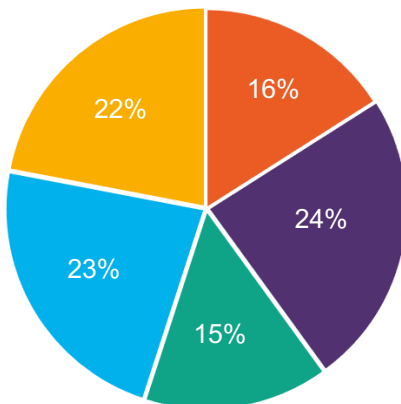
Kansrijke doelgroep voor de deelscooter: De forens onder de 30 jaar in stedelijke gebieden.

Soorten weggebruikers

Vijf verschillende soorten

In het onderzoek zijn profielen opgesteld van autogebruikers. Zij verschillen van elkaar op de motivatoren en barrières voor autogebruik en de attitude ten opzichte van de auto. In het onderzoek is ook achterhaald of deze profielen van elkaar verschillen op basis van leeftijd, reisafstand, opleidingsniveau, sector, regio, stedelijkheid en samenstelling van het huishouden. In de Figuur hieronder is verdeling van de segmenten en de omschrijving van de profielen te vinden.

De 5 segmenten



- 1. Autoliefhebbers
- 2. Ongemotiveerde autogebruikers
- 3. Milieubewuste autogebruikers
- 4. Pragmatische autogebruikers
- 5. Vastgeroeste autogebruikers

Soorten weggebruikers

De vijf segmenten

1. Autoliefhebber (16%)

Hebben veel sterke motivatoren om voor de auto te kiezen, houden van hun auto en denken weinig na over alternatieven.

2. Ongemotiveerde autogebruikers (24%)

Hebben, hoewel ze wel van hun auto houden, overwegend slechts zwakke motivatoren om de auto te gebruiken, en denken na over alternatieven.

3. Milieubewuste autogebruikers (15%)

Gebruiken de auto met name omdat het snel en flexibel is, maar kosten en milieu zijn grote barrières die hen zeer doen nadenken over alternatieven.

4. Pragmatische autogebruikers (23%)

Kiezen vooral voor de auto vanwege de snelheid en flexibiliteit die de auto biedt, en denken weinig na over alternatieven.

5. Vastgeroeste autogebruikers (22%)

Hebben weinig grote motivatoren op de auto te gebruiken, maar denken tegelijkertijd zeer weinig na over alternatieven.

Soorten weggebruikers

Door de profielen van modaliteiten en van de segmenten te vergelijken en dit te combineren met de mate van huidig gebruik en de wil om alternatieven te gaan gebruiken wordt in nagegaan welke modaliteiten per segment het meest kansrijk zijn om autogebruik terug te dringen. Van de vijf segmenten zijn er twee waar alternatieven voor autogebruik een goede kans maken:

De Ongemotiveerde Autogebruikers (24%)

- **Kenmerken:** vaak 18-30 jaar, woon-werkafstand <7,5km en minder vaak >50 km.
- **Kansrijke modaliteiten:** fiets, e-fiets, trein, deelscooter.



De Milieubewuste Autogebruikers (15%)

- **Kenmerken:** vaak 18-30 jaar, vaker hoogopgeleid en minder vaak lager en middelbaar opgeleid, werkend in het onderwijs, wonend in Noordoost Brabant en woon-werk afstand <7,5 km.
- **Kansrijke modaliteiten:** thuiswerken, fiets, e-fiets, trein en deelscooter.

Soorten weggebruikers

Er is één segment dat eerder neutraal scoort:

De Vastgeroeste Autogebruikers (22%)

- **Kenmerken:** vaker 50+, lager opgeleid en middelbaar opgeleid en minder vaak hoogopgeleid.
- **(Potentieel) kansrijke modaliteit:** thuiswerken.



En ten slotte zijn er twee segmenten waar alternatieven weinig tot geen kans lijken te maken:



De Autoliefhebbers (16%)

- **Kenmerken:** wonen minder vaak <7,5 km van het werk.

De Pragmatische Autogebruikers (23%)

- **Kenmerken:** vaker hoogopgeleid, wonen vaak op een woon-werkafstand van 25 tot 50km en zijn minder vaak lager of middelbaar opgeleid, wonen minder vaak ik sterk stedelijke gebieden en wonen minder vaak 7,5 km van het werk.

Meest kansrijke maatregelen

Voor de twee kansrijke segmenten (ongemotiveerde autogebruikers en milieubewuste autogebruikers) en het potentieel kansrijke segment is nagegaan welke maatregelen aansluiten bij het profiel per modaliteit.



Thuiswerken

Om thuiswerken te stimuleren is het voor de ongemotiveerde autogebruikers en de milieubewuste autogebruikers van belang om de voordelen voor het milieu te nadrukken en om de financiële voordelen te benadrukken of verder uit te bouwen. Ook het voordeel van weinig reistijd mag meegenomen worden. Voor de vastgeroeste autogebruikers is het tevens van belang om thuis-werken aangenamer te maken (meer plezier en sociaal contact) en om gewoontevorming te stimuleren. Enkele maatregelen die volgens de autoforensen het meest helpen:

- Het bieden van een vaste thuiswerkvergoeding.
- De werkgever betaalt zaken om thuis te kunnen werken (zoals bureaustoel, laptop, twee-de scherm etc.)
- Afspraken maken over wanneer werknemers thuiswerken en wanneer op kantoor.

Daarnaast kan een **thuiswerkcampagne**, waarbij een implementatie-intentie wordt ingezet, een goede aanvulling zijn. Informeer bij Team Structurele Gedragsverandering over de campagne die op dit moment loopt via gedrag@smartwayz.nl.

Meest kansrijke maatregelen



(E-)fiets

- Een fiets krijgen op kosten van de werkgever
- Om fietsen en het gebruik van de e-fiets te stimuleren is het voor de ongemotiveerde autogebruikers belangrijk om de financiële voordelen, het milieu en het aspect van ontspanning en plezier van fietsen te benadrukken. Daarbij is het voor de milieubewuste autogebruikers ook belangrijk om de barrières snelheid, omstandigheden en flexibiliteit zoveel mogelijk te beperken. Enkele maatregelen die volgens de autoforenzen het meest helpen:
- Reiskostenvergoeding krijgen voor de fiets
 - Een plek op het werk waar je je kunt opfrissen na het fietsen
 - Een veilige fietsroute
 - Een bewaakte fietsenstalling op het werk
 - Opladmogelijkheid voor de e-fiets op het werk

Meest kansrijke maatregelen



(E-)fiets

Daarnaast kan een **e-bike probeeractie** met goed vervolgaanbod kansrijk zijn om werknemers op de fiets te krijgen. Zo kunnen mensen op een zo laagdrempelig mogelijke manier een e-bike ervaren. Indien je deze actie meerdere weken laat lopen, bouwen ze de gewoonte op om naar het werk te fietsen, waardoor langdurige gedragsverandering gestimuleerd wordt. Qua vervolgaanbod is het kansrijk om een keuzehulp aan te bieden, waarmee men door het in te vullen een korting kan krijgen op een nieuwe (e-)fiets. Dit kan bijvoorbeeld door hen aan de hand van een serie vragen over het gewenste gebruik van de e-bike (afstand, routeprofiel, aard van dagelijks gebruik) te helpen met een keuze. Op basis van de gegeven antwoorden ontvang je een persoonlijk advies met enkele specificaties om op te letten bij het aanschaffen van een e-bike. De deelnemers kunnen naar een rijwielhandelaar gaan voor een passend advies en de korting.

Meest kansrijke maatregelen



Trein

Om de ongemotiveerde autogebruikers en milieubewuste autogebruikers te motiveren om vaker met de trein te reizen is het van belang de kosten te drukken, het milieu te benadrukken en de barrières snelheid en flexibiliteit te verminderen. Enkele maatregelen die volgens de autoforensen het meest helpen:

- Een betere verbinding
- Goedkoper vervoer
- OV-reiskostenvergoeding vanuit de werkgever
- Reistijd mogen gebruiken als werktijd
- Betere alternatieven bij vertraging of uitval rit

Daarnaast kunnen **probeeracties** worden ingezet.



Deelscooter

Om het gebruik van de deelscooter onder ongemotiveerde autogebruikers en milieubewuste auto-gebruikers te motiveren is het belangrijk om de kosten te drukken, het milieu te benadrukken, een gewoonte te creëren en de barrières omstandigheden, snelheid en flexibiliteit te verminderen. Enkele maatregelen die volgens de autoforensen het meest helpen:

- Goedkoper aanbod
- Reiskostenvergoeding voor de deelscooter
- Voldoende aanbod

Ook voor de deelscooter kunnen **probeeracties** worden ingezet.

