

RAPPORTAGE

PRAKTIJKVERKENNING AUTODEELINITIATIEVEN



**Verschijningsvormen van autodelen,
drempels, kansen en een denkkader
voor beleidsontwikkeling**

Projectgroep Bewonersinitiatieven | januari 2025

COLOFON

Deze uitgave is tot stand gekomen in opdracht van de *projectgroep Bewonersinitiatieven Deelmobiliteit* in het kader van het nationaal programma **Natuurlijk!Deelmobiliteit**

Aan de projectgroep Bewonersinitiatieven namen medewerkers deel van de:

Projectleiders	Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen Gemeente Nijmegen
Teamleden	Gemeente Leiden, Gemeente Amersfoort, Gemeente Groningen, Gemeente Zwolle, Provincie Fryslân / Regio Noord-Nederland, Gemeente Delft, Gemeente Gouda, Gemeente Eindhoven Gemeente Amsterdam, Provincie Flevoland, Gemeente Utrecht, Gemeente Den Haag, Ministerie van I&W, Rijkswaterstaat en het Programmteam N!D
En verder	met medewerking van trainee Gemeente Amsterdam en Annaricht Hannema, expert deelmobiliteit bewonersinitiatieven
Tekst	Annaricht Hannema (productie en redactie) Trainee Gemeente Amsterdam (tekst onderdeel 5)
Beelden	Coverfoto met dank aan Natuurlijk!Deelmobiliteit Foto's p.12 t/m 16 met dank aan de bewonersinitiatieven

INHOUDSOPGAVE

INLEIDING	7
1.1 Autodelen in de driehoek markt, overheid en bewoners.....	7
1.2 Leeswijzer.....	8
1.3 Verduidelijking van enkele begrippen.....	9
1.4 Proces van de projectgroep.....	10
PERSPECTIEF BEWONERSINITIATIEVEN	11
GEÏNTERVIEWDE INITIATIEVEN IN HET KORT	12
De Kersentuin Utrecht.....	12
New Harlem Haarlem.....	12
Assendorp Zwolle.....	13
Samen Slim Rijden Haren.....	13
Bomenbuurt Den Haag.....	14
Iris Elektrick Eindhoven.....	14
De Kaasmarkt Leiden.....	15
Westpark Groningen.....	15
DeelAuto Hilversum.....	16
REFLECTIES & INZICHTEN UIT DE INITIATIEVEN INTERVIEWS	17
2.1 De context verschilt.....	17
2.2 Een rol in vraagverzameling voor de markt.....	17
2.3 De financiële realiteiten van een initiatief.....	18
2.4 Infrastructuur uitbreiden.....	18
2.5 Passende mobiliteit.....	19
2.6 Impact en de rol van data.....	19
2.7 Impact als doel of als effect.....	19
2.8 Organisatievorm versus organisatielast.....	20
2.9 Verschil in beleid – Verschil in effect.....	20

MOGELIJKE OPLOSSINGEN VOOR ERVAREN BELEMMERINGEN	21
3.1 Organisatielast en financiële druk verlagen.....	21
3.2 Vergunningstrajecten verbeteren.....	22
3.3 Kwartiermakersrol van initiatieven erkennen.....	22
3.4 Categoriespecifiek autodeelbeleid ontwikkelen.....	23
VERTALING NAAR EEN VEELZIJDIGE BENADERING	24
4.1 De puzzel met complexe verbanden.....	24
4.2 Vertaling naar archetypen.....	27
4.3 Wat zijn archetypen en wat kun je ermee?.....	27
4.4 De grond voor archetyping.....	28
4.5 Zeven Archetypen van Autodelen.....	29
4.6 Mogelijkheden tot verdere uitwerking.....	30
PERSPECTIEF GEMEENTEN	31
5.1 Belemmeringen.....	31
5.2 Maatregelen/instrumenten gemeenten.....	33
CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN	35
6.1 Zeven aanbevelingen.....	35
BIJLAGE BESCHRIJVING VAN ARCHETYPEN	38
Archetype 1: Ontzorgde zelforganisatie.....	39
Archetype 2: Autonome zelforganisatie.....	40
Archetype 3: Doe-Het-Zelf organisatie.....	41
Archetype 4: Peer to Peer platform.....	42
Archetype 5: Commercieel & Anoniem.....	43
Archetype 6: Commercieel in Besloten Groep.....	44
Archetype 7: Commercieel & Coproductie.....	45

INLEIDING

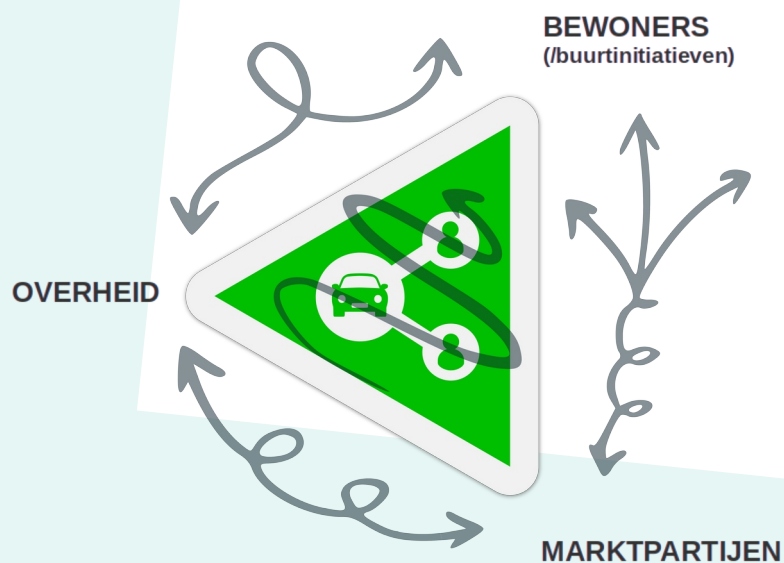
De afgelopen jaren hebben veel gemeenten gezorgd voor meer en gevarieerder aanbod van deelmobiliteit. Steeds meer gemeenten ontwikkelen specifiek beleid voor deelmobiliteit. Zij beginnen de blik te verbreden naar die vormen van deelmobiliteit waarin bewonersinitiatieven een rol spelen. Binnen het landelijk programma *Natuurlijk!Deelmobiliteit* is dan ook veel animo voor deelname aan de projectgroep Bewonersinitiatieven Deelmobiliteit.

Bewonersinitiatieven die vervoersmiddelen delen noemen we ook wel 'delen in besloten kring', of 'delen in warme kring'. In dit rapport zullen we verder vooral spreken over *autodelen*, omdat de meeste bewonersinitiatieven op dit vlak zich in feite met het delen van auto's bezighouden. Dit sluit niet uit dat er initiatieven zijn die meer soorten voertuigen delen of dat het kansrijk is om andere voertuigen te delen. Vanuit het besef dat we in de mobiliteitstransitie alle vormen van deelmobiliteit nodig hebben, stelde de projectgroep zich bij de start ten doel:

- Enerzijds inzicht en kennis te krijgen over de verschillende vormen van bewonersinitiatieven en de al bestaande initiatieven in het land. Hierbij hoort ook de positie van aanbieders en overheid daarin (wat drijft hen, waar lopen ze praktisch tegen aan en wat zijn de resultaten);
- Anderzijds de juiste tools aan te reiken aan overheid en potentiële initiatiefnemers om deze initiatieven te ondersteunen. Doel hierbij is om deze groep mobiliteitsdelers te laten groeien in Nederland.

1.1 | AUTODELEN IN DE DRIEHOEK MARKT, OVERHEID EN BEWONERS

Het delen van vervoersmiddelen speelt zich af in de bekende institutionele driehoek van Markt, Overheid en Bewoners. Daarin komen diverse dynamieken samen die leiden tot verschillende verschijningsvormen van autodelen. Deze dynamieken zorgen niet alleen voor beweging in de markt, maar ook voor uiteenlopende samenwerkingen en uitdagingen.



In beleid en debat wordt het delen van vervoermiddelen vaak zeer breed gedefinieerd. Het gaat om situaties waarin ‘meerdere gebruikers een voertuig gebruiken dat niet hun persoonlijk eigendom is’ (of waarin óók dit eigendom gedeeld wordt). Deze brede definitie leidt tot een dynamisch en veelvormig beeld waarin allerlei verschillende deelconcepten naast elkaar bestaan. Een veld waarin naast ‘pure’ peer-to-peer vormen van autodelen door particulieren, bijvoorbeeld ook autoverhuur op abonnementsbasis geïncorporeerd wordt. Maar elk deelconcept dat binnen dit veld past, brengt eigen voor- en nadelen met zich mee wat betreft de effecten op stad/gemeente en leefomgeving, speelt in op specifieke behoeften van gebruikers, of ontstaat uit marktdynamiek.

Er is vraag naar duiding hoe bewonersinitiatieven passen in dit speelveld en welke rol de gemeentes en marktpartijen kunnen spelen om dergelijke initiatieven te ondersteunen. En hoe deze initiatieven het best tot volle potentie kunnen komen.

Dit rapport heeft een nadruk op de bewonersinitiatieven, daarmee is het niet de bedoeling om de suggestie te wekken dat uitrol en ondersteuning van grote commerciële aanbieders in gemeenten niet gewenst is. Bewonersinitiatieven zien we als aanvulling op het bestaande aanbod op straat van commerciële marktpartijen. De twee categorieën versterken elkaar.

1.2 | LEESWIJZER

Door middel van kwalitatieve interviews, gehouden onder een selectie van autodeelinitiatieven en marktpartijen, heeft de projectgroep een beeld gekregen van het reilen en zeilen van bewonersinitiatieven, hun impact, de kansen en belemmeringen (onderdeel 2).

De gesprekken hebben het intuïtieve beeld van de projectgroep bevestigd dat initiatieven onderling verschillen, bijvoorbeeld in motieven, doelen en organisatievorm, én in de impact die zij teweegbrengen. De veelvormigheid in de wijzen waarop autodelen tot stand kan komen, verklaart dat in het debat over autodelen al snel appels met peren worden vergeleken. Dit maakt ook de vorming van effectief beleid lastig. De vele verschijningsvormen van autodeelmobiliteit hebben allerlei kenmerken (onderdeel 3), die inzichtelijker worden wanneer we ze in verband brengen met effecten, impact, en belangen van gemeenten. Deze aanvliegroute gaf een belangrijk inzicht: het is zinvol om het hele speelveld te overzien en de verschillende verschijningsvormen te typeren. De sets van kenmerken die de verschijningsvormen kunnen hebben, werden vervolgens de basis voor een vertaling naar een aantal *archetypen van autodelen* (onderdeel 4).

Deze rapportage legt de grond voor meer scherpte in het denken over deelmobiliteit, en helpt bewonersinitiatieven te plaatsen ten opzichte van andere vormen. Daarnaast geldt dat autodelen een landschap is waarin voortdurend nieuwe (varianten van) businessmodellen ontstaan. Het werken met archetypen geeft houvast bij het navigeren tussen de verschillende verschijningsvormen.

De beelden uit de interviews hebben we vervolgens gebruikt om enkele deelnemende gemeenten te bevragen op hun ervaringen, successen en belemmeringen in relatie tot bewonersinitiatieven. In onderdeel 5 is dit perspectief van gemeenten weergegeven.

We brengen tot slot de perspectieven bij elkaar in een conclusie en aanbevelingen voor een vervolg (onderdeel 6). Daarbij is de rode draad: partijen in elk van de (institutionele) gebieden Markt, Bewoners en Overheid hebben elkaar nodig om van deelmobiliteit een succes te maken,

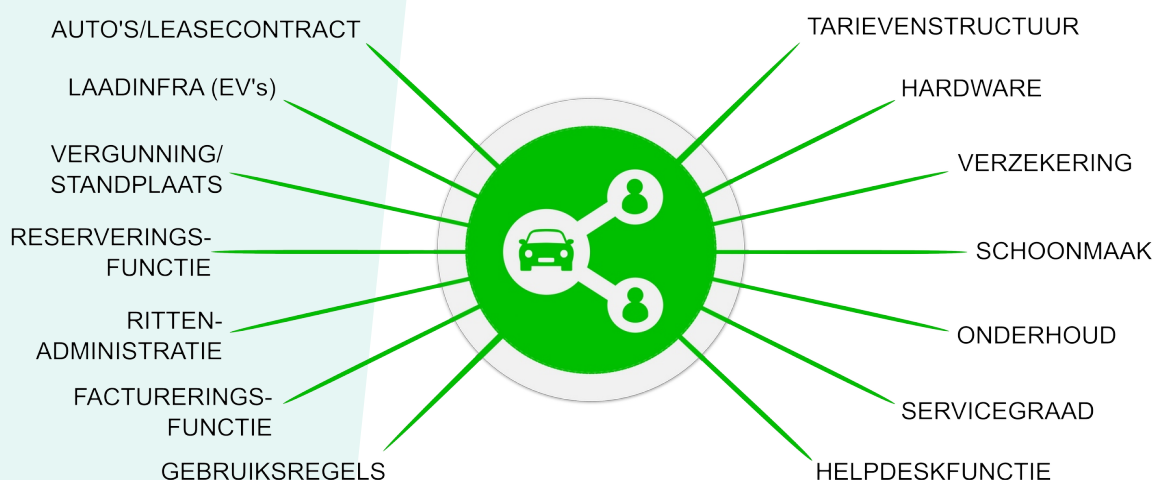
zodat de impact ervan het best van waarde kan worden voor de gemeente en haar inwoners. Integrale samenwerking in de driehoek vergroot de impact van bewonersinitiatieven.

1.3 | VERDUIDELIJKING VAN ENKELE BEGRIPPEN

Met *full service-concepten* wordt bedoeld dat het autodelen voor de gebruiker volledig verzorgd is; Individuele deelnemers rijden en betalen, en hebben geen verantwoordelijkheid in de (autodeel)operatie. Voorbeelden: MyWheels, Greenwheels, Sixt Sharing.

Met *plug & play-concepten* wordt bedoeld dat een provider een compleet autodeelconcept aanbiedt aan een formeel georganiseerd bewonersinitiatief, met alle onderdelen die autodelen in een initiatief mogelijk maken. Het service design is in dat geval gedaan door de provider van het deelconcept. Dat kan, maar hoeft niet altijd, een *full-service concept* voor de gebruiker te zijn.

Er zijn plug & play concepten die als full-service worden aangeboden aan de eindgebruikers, maar ook plug & play concepten waarbij gebruikers een rol hebben in de (autodeel)operatie. Hoe groter de eigen (operationele) verantwoordelijkheden van een initiatief in de totstandkoming van het autodeelconcept, hoe groter de betrokkenheid en eigen invloed, maar ook de organisatielast voor bewonersinitiatief en eindgebruikers. Voorbeelden: MobiGo, OnzeAuto.



Figuur 2: Belangrijke onderdelen in het service design van autodelen

Initiatieven die vanuit hun streven veel invloed willen op de wijze waarop het autodelen wordt georganiseerd, kunnen ook een eigen autodeelconcept 'bouwen' uit losse services die zij als bouwstenen afnemen van dienstleveranciers. Voorbeelden van bouwstenen (services) zijn: factureringssoftware, reserveringssoftware+app, community-software, schoonmaakservice, lease-service voor de auto's. Initiatieven doen in dit geval dus zelf het service design; dat is een extra organisatielast, en waarbij afhankelijkheid van meerdere dienstenleveranciers ontstaat.

Voorbeelden van initiatieven die het service design zelf op zich namen zijn Coöperatie Kaasmarkt (Leiden) en DeelAuto Hilversum.

Voorbeelden van services die als bouwsteen kunnen dienen zijn auto's op afroep van Commshare, coöperatieve autodeelsoftware van TMF, autodeelsoftware van WeGo en de communitysoftware van Loomio.

1.4 | PROCES VAN DE PROJECTGROEP

Voor het opstellen van dit rapport is een proces doorlopen met een zeer gevarieerde en omvangrijke projectgroep. Deelnemers uit G5 gemeentes, middelgrote gemeentes, kleine gemeentes, regio's en ministeries hebben samengewerkt om inzicht te creëren in het fenomeen bewonersinitiatieven die zich organiseren rondom deelmobiliteit. De werkgroep is meerdere malen bij elkaar gekomen om daarna in kleinere werkgroepjes interviews te houden met marktpartijen die initiatieven bedienen en met de bewonersinitiatieven zelf. Één van de doelen was om te achterhalen hoe de samenwerking met de overheid verloopt en welke eventuele belemmeringen ze nu ervaren.

Na enkele maanden werd duidelijk dat een penvoerder met inhoudelijke kennis nodig was om tot een concreet kennisproduct te komen. Gezien de gevraagde tijdsbesteding was het niet mogelijk om deze penvoerder in de werkgroep zelf te vinden. Vandaar dat Annaricht Hannema, expert bewonersinitiatieven deelmobiliteit, gevraagd is ons hierin te ondersteunen. Daarmee kwam de focus in de werkgroep om samen tot een rapport te komen, waarbij Annaricht zorgde voor de inhoudelijke borging en structuur op papier. Naast Annaricht Hannema heeft een medewerker uit het trainee programma bij de gemeente Amsterdam nog enkele stappen gezet om ook de gemeentes zelf te bevragen. Ook hierbij is gebleken dat voor dergelijke omvattende onderzoeksactiviteiten een functionaris nodig is wier tijd en focus gedeceideerd kan worden ingezet.

Dit rapport biedt vooral inzicht en overzicht op een breed gedefinieerd onderwerp met vele verschijningsvormen. Het vormt daarmee de basis om volgend jaar op door te bouwen met kennisproducten en tools. De benadering met Archetypen is met de huidige staat van uitwerking nog in een conceptuele fase (verbanden en archetypen zijn bv. nog niet voldoende feitelijk onderbouwd).

In deze rapportage presenteren we het denken vanuit archetypen daarom als *denksprong en startpunt voor doorontwikkeling*. We hebben gemerkt in de projectgroep dat het idee in de huidige vorm al helpt de discussie beter te voeren, en er ideeën ontstaan over de passing van beleid.



*“Deelnemers denken bewuster na of
een autorit nodig is door het
‘rekeningrijden effect’”*

– Coöperatie Kaasmarkt

PERSPECTIEF BEWONERSINITIATIEVEN

In dit onderzoek hebben we negen verschillende initiatieven geïnterviewd en drie marktpartijen die aanbieder zijn van of betrokken zijn in autodeelconcepten. De geïnterviewde initiatieven zijn gekozen om hun variatie in context, grootte, locatie en organisatievorm. Daarmee gaven deze gesprekken een goed totaalbeeld van de dynamieken die zich afspelen vanuit het perspectief van de bewonersinitiatieven. De interviews laten diversiteit in benaderingen, doelen en uitdagingen zien, waaruit we vervolgens bruikbare kenmerken, patronen en onderlinge samenhang kunnen opmaken die in dit rapport worden uitgewerkt.

OVER HET VELDWERK

De projectgroep bewonersinitiatieven heeft 9 lokale (auto)deelinitiatieven geïnterviewd, en 3 landelijk opererende marktpartijen (OnzeAuto, DEEL en coöperatie MobiGO).

Geïnterviewde lokale initiatieven:

- De Kersentuin (Utrecht)
- New Harlem (Haarlem)
- OnzeAuto Assendorp (Zwolle)
- Samen Slim Rijden (Haren)
- Iris Elektrick (Eindhoven)
- Bomenbuurt DEELt (Den Haag)
- DeelAuto Hilversum (Hilversum)
- Coöperatie Kaasmarkt (Leiden)
- Westpark (Groningen)

Deze initiatieven zijn geselecteerd met het oog op diversiteit. Zij zijn geïnterviewd op basis van een vragenlijst die breed was opgesteld en vroeg naar zaken als organisatievorm, businessmodel, motieven en ambities, kansen en belemmeringen. Alle initiatieven richten zich voornamelijk op het delen van auto's.

De interviews zijn afgenomen door een aantal leden van de projectgroep.

GEÏNTERVIEWDE INITIATIEVEN IN HET KORT

DE KERSENTUIN | UTRECHT



De Kersentuin is een buurt in Utrecht-Leidsche Rijn die in Collectief Particulier Opdrachtgeverschap (CPO) tot stand is gekomen. De initiatiefnemers wensten een eco-wijk met veel ruimte voor groen, en wilden daarom graag minder parkeerplekken laten aanleggen. Tijdens de bouw van de 94 woningen waren de initiatiefnemers al in gesprek over autodelen. Ze kwamen in contact met Henry Mentink, die destijds *Wheels for all* (nu: MyWheels) net had opgericht. Bij de start van het autodelen in 2003, ontwikkelden de initiatiefnemers een eigen parkeersysteem vanuit de VVE. In de begintijd was er nauwe samenwerking met Wheels for All. Later, toen MyWheels groter werd, veranderde dit, en liep ook het aantal deelnemers terug.

Schaal en betrokken partijen:

1 Greenwheels (elektrisch) op eigen terrein. Aanvullende deelmobiliteit: 1 bakfiets, 1 bolderkar en 1 aanhangwagen. Daarnaast worden 5 deelauto's (elektrisch) van MyWheels in omliggende buurten gebruikt. Naar schatting maken momenteel rond de 20 huishoudens gebruik van het deelvervoer.

NEW HARLEM | HAARLEM



New Harlem is een appartementengebouw voor jonge starters, grenzend aan de binnenstad van Haarlem. Het gebouw is in 2021 opgeleverd in een gebied waar parkeren deels gereguleerd is. New Harlem bestaat uit 60 kleine huurwoningen met enkele gedeelde ruimtes en voorzieningen, maar zonder parkeerplaatsen. De ontwikkelaar heeft deelauto's van MyWheels verbonden aan New Harlem, en gepoogd het eigen autobezit voor huurders (formeel) uit te sluiten. Dit hield geen stand bij de rechter, en sindsdien worden eigen auto's alsnog geparkeerd in de omliggende buurt, - wat onder buurtbewoners tot veel commotie leidde. De huurders, overwegend alleenstaanden en stellen in de leeftijd 25-40 jaar, gebruiken de resterende deelauto's met name als aanvulling op het openbaar vervoer.

Schaal en betrokken partijen:

2 elektrische deelauto's van MyWheels op eigen terrein, die inmiddels ook door abonnees uit de omliggende buurt worden gebruikt. Overloopcapaciteit: deelauto's van MyWheels in omringende buurten. Het is onbekend hoeveel huurders gebruik maken van deze deelcapaciteit.

ASSENDORP | ZWOLLE



De wijk Assendorp ligt aan de rand van de historische binnenstad van Zwolle. Het initiatief **OnzeAuto Assendorp** ontstond vanuit de wens om de parkeerdruk in de buurt te verlagen, en ruimte te maken voor een mooiere buurt. Net als privéauto's van bewoners hebben de deelauto's een vergunning voor een sector (*zone floating*). Hiervoor is gekozen om voor deelmobiliteit draagvlak te creëren in de wijk. In een later stadium van het initiatief heeft de gemeente geregeld dat ingeleverde parkeervergunningen niet direct opnieuw worden verleend aan nieuwe bewoners. De gemeente houdt aan dat 1 deelauto 5 privéauto's vervangt. De 4 vrijkomende parkeerplaatsen mogen anders worden ingericht, bv. met groen of fietsparkeren. Hierdoor neemt de parkeercapaciteit - en daarmee het aantal parkeervergunningen en de parkeerdruk - af met de komst van deelauto's.

Schaal en betrokken partijen:

4 elektrische leaseauto's in het deelconcept van OnzeAuto voor ca. 20 huishoudens.

Overloopcapaciteit: 2 deelauto's van OnzeAuto in een naastgelegen buurt.

SAMEN SLIM RIJDEN | HAREN



Samen Slim Rijden is al enkele jaren actief in Haren; een forensenplaats ten zuidwesten van de stad Groningen. Het initiatief is gestart vanuit idealistische en pragmatische overwegingen. Het won in 2024 de DeelAward in de categorie voor buurtinitiatieven. Deelnemers vinden gemeenschapszin belangrijk, en zijn goed verbonden met het sociale netwerk in het dorp. Daarnaast willen veel deelnemers elektrisch rijden, maar dit kan niet via het aanbod van de marktpartijen in Haren. Het initiatief koos in eerste instantie voor het lokale autodeelbedrijf uit Midwolda: Easy Driving. Toen deze in de zomer van 2023 failliet ging, stapte het initiatief over naar OnzeAuto. Gemak en duidelijkheid over de kosten zijn belangrijke punten voor het initiatief. Het initiatief zou autodelen graag goedkoper zien worden, bijvoorbeeld door van tweedehands elektrische deelauto's gebruik te kunnen maken. Het bewonersinitiatief heeft groeiambities, en verbindt zich daarvoor aan de energiecoöperatie Duurzaam Haren.

Schaal en betrokken partijen:

3 elektrische auto's voor 15 huishoudens in het deelconcept van OnzeAuto. De auto's staan geparkeerd op eigen opritten van deelnemers, met eigen laadfaciliteiten. Overloopcapaciteit via Greenwheels auto's in de buurt.

BOMENBUURT | DEN HAAG



In de **Bomenbuurt**, een vooroorlogse woonwijk in Den Haag, kwam het autodeelinitiatief tot stand vanuit het besef dat eigen autobezit duur en niet noodzakelijk is. De initiatiefnemer ontmoette Walter Dresscher van DEEL, en dit concept sprak hem meteen aan. Een belangrijk pluspunt van dit autodeelconcept was het zelf kunnen bepalen van de tarieven. Toen enkele buurtbewoners in dezelfde periode voor hoge onderhouds- en vervangingskosten van hun eigen auto kwamen te staan, besloten zij autodelen via DEEL uit te proberen. De groep organiseerde zich vervolgens in een coöperatie, waarbij DEEL allerlei werkzaamheden uit handen nam, en de gemeente een opstartsubsidie gaf voor de eerste zes maanden. Zonder de ondersteuning van DEEL hadden initiatiefnemers niet voor deze organisatievorm gekozen. Inmiddels is de organisatie en deelvervoercapaciteit van 2 coöperaties gebundeld in Bomenbuurt DEELt.

Schaal en betrokken partijen:

13 elektrische leaseauto's voor 93 huishoudens, in eigen beheer met het concept van DEEL. Overloopcapaciteit via MyWheels auto's in omliggende buurten.

IRIS ELEKTRICK | EINDHOVEN



Iris Elektrick is in 2018 ontstaan in de Irisbuurt, een centrumwijk in Eindhoven. Het initiatief heeft zich georganiseerd in een stichting. Initiatiefnemers deden eerder ervaring op met het onderling delen van eigen auto's met burens. Vanaf het begin vonden initiatiefnemers het belangrijk om autodelen zo goedkoop mogelijk te regelen, zodat het ook betaalbaar is voor mensen met minder geld. Initiatiefnemers willen zo bijdragen aan het verminderen van de tweedeling die de energietransitie teweegbrengt. Vanuit dit streven doet de stichting alles in eigen beheer, en kiest ze niet voor lease, maar voor aankoop van (tweedehands) auto's. Deelnemers lenen hiervoor geld aan de stichting (niet verplicht). De stichting is goed verbonden in het sociale netwerk van Eindhoven, en kan ook nieuwe deelgroepen ondersteunen. Nieuwe groepen moeten wel vanaf de start zelfstandig zijn en (zelf) risico dragen. De stichting heeft al veel initiatieven en zelfbouw-groepen op weg geholpen met hun kennis en ervaring.

Schaal en betrokken partijen:

3 elektrische deelauto's voor 20 huishoudens, in eigen beheer. Overloopcapaciteit: deelauto's van MyWheels in omliggende buurten.

DE KAASMARKT | LEIDEN



De Kaasmarkt is gelegen in de binnenstad van Leiden, waar de parkeerdruk hoog is en de bereikbaarheid onder druk staat. In 2020 is de **coöperatie Kaasmarkt** opgericht om een duurzaam en gelijkwaardig (betaalbaar) alternatief te bieden voor mensen die regelmatig een auto gebruiken. De initiatiefnemer is een ervaren ondernemer. Hierdoor kon de coöperatie relatief eenvoudig opgestart worden, mede dankzij een startsubsidie van de gemeente Leiden. De leden komen driemaal per jaar bijeen en bepalen dan welke type auto's nodig zijn en hoe ze deze willen en kunnen financieren. De coöperatie werkt bewust kleinschalig, zodat ieder elkaar goed kent, en er (low-tech) met sleutels, een rekensheet en een kalender-app gewerkt kan worden. Ook het vrijmaken van ruimte is een belangrijke drijfveer. Negen deelnemers hebben inmiddels hun eigen parkeervergunningen ingeleverd. De coöperatie helpt andere initiatieven graag op weg, maar heeft niet de ambitie om zelf nieuwe coöperaties op te zetten.

Schaal en betrokken partijen:

4 auto's: 1 elektrisch en 3 op aardgas, in beheer van de coöperatie, voor 13 huishoudens. 1 auto is van de coöperatie, 1 auto is privé ingebracht, 2 auto's worden geleased.

WESTPARK | GRONINGEN

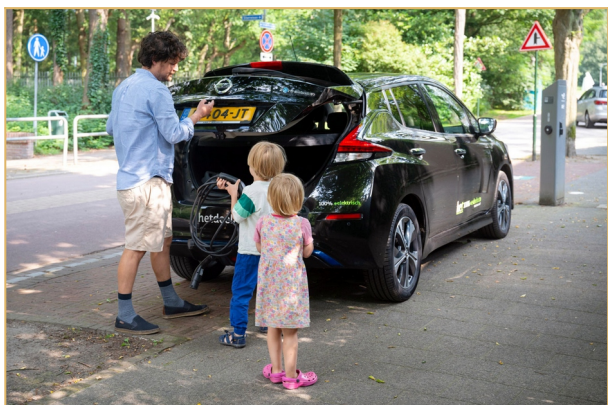


Tiny Houses Westpark is een duurzame wijk, opgezet door bewoners in het buitengebied van de stad Groningen. Duurzaamheid is voor alle bewoners (24 huishoudens) een belangrijk uitgangspunt. Bewoners kenden elkaar al goed en deelden al gereedschap, zodat begin 2024 de stap naar deelmobiliteit niet zo groot was. Een publicatie van gemeente Groningen bracht hen op het idee. Ook hielp de gemeente met informatie en het afwegen van de mogelijkheden. De keuze viel op *CommShare* omdat deze ervoor zorgt dat ze nooit zonder vervoer zitten door, indien nodig, voor 20 euro een extra auto bij te plaatsen. Ook voor specifieke gelegenheden, bijvoorbeeld vakanties, kan daar gemakkelijk een passende auto worden gehuurd. Westpark hoopt dat *Commshare* uitbreidt naar andere wijken, zodat het initiatief gebruik kan maken van die (overloop)capaciteit. Met de aanschaf van een elektrische deelfiets zou de afstand naar deze extra deelcapaciteit bovendien gemakkelijker te overbruggen zijn.

Schaal en betrokken partijen:

Deelconcept met mobiliteitsgarantie door *CommShare*. 2 elektrische leaseauto's op eigen terrein, voor 24 huishoudens van Westpark en 6 deelnemers uit het netwerk van bewoners. De deelauto's staan onder een carport met zonnepanelen voor het laden van de accu's.

DEELAUTO | HILVERSUM



In 2017 nam de Hilversumse Energiecoöperatie (HET) het initiatief om elektrische auto's te delen onder de naam **DeelAuto Hilversum**. Het initiatief richtte zich meteen op alle wijken in Hilversum, en inmiddels maakt het merendeel van de leden van de energiecoöperatie gebruik van de deelauto's. De drijfveren zijn een combinatie van het streven naar (meer) buurtkwaliteit, meer leefruimte en betere luchtkwaliteit. Er is veel en breed gecommuniceerd over dit initiatief in Hilversum, dat ook een driejarige startsubsidie ontving. De reacties uit de wijken zijn positief. Het Hilversumse parkeerbeleid speelt hierin ook mee, want het wordt steeds lastiger om de eigen auto voor de deur te parkeren. De groei van het aantal deelnemers verliep tot nu toe lineair, en iets langzamer dan bij de start van het initiatief gedacht. DeelAuto Hilversum merkt dat nieuwe inwoners die van Amsterdam naar Hilversum verhuizen, gewend zijn aan deelmobiliteit – en dit meteen opzoeken in hun nieuwe woonplaats.

Schaal en betrokken partijen:

13 elektrische auto's voor 350 gebruikers, verspreid over diverse wijken van Hilversum. De service werkt met autodeelsoftware van The Mobility Factory. De coöperatie zou graag met eigen auto's rijden omdat leasen duur(der) is, maar dit liep stuk op de verzekering.

*“We kozen voor autodelen met
buren vanwege de sociale
component: je deelt niet met
vreemden, maar met bekenden”*

– OnzeAuto Assendorp

REFLECTIES & INZICHTEN UIT DE INITIATIEVEN INTERVIEWS

2.1 | DE CONTEXT VERSCHILT

Initiatiefnemers onder bewoners maken zich sterk voor autodelen omdat zij op een bepaalde manier in een mobiliteitsbehoefte willen voorzien. Autodelen is vaak een oplossing in een specifieke context, die daarmee bovendien sturend is voor de vorm waarin de deelmobiliteit tot stand komt. Zo is de bereikbaarheid van het tiny house-dorp in het buitengebied van de stad Groningen duidelijk een andere context voor deelmobiliteit dan de binnenstad van Leiden, waar parkeerdruk wordt ervaren en bereikbaarheid onder druk staat. Deze initiatieven hebben daarom andere wensen en belangen en organiseren hun concept doorgaans verschillend. Ook hebben ze andere randvoorwaarden in te vullen. In het buitengebied van Groningen heeft beschikbaarheid en betrouwbaarheid van het vervoer hoge prioriteit en dient achtervang te worden geborgd voor de gevallen waarin de deelauto's niet beschikbaar zijn. In stedelijke context vragen initiatieven om standplaatsen voor de deelauto en maatregelen om parkeerruimte vrij te spelen om hun omgeving leefbaarder te maken.

2.2 | EEN ROL IN VRAAGVERZAMELING VOOR DE MARKT

De markt voor deelmobiliteit is in een groeistadium. Maar deze groei komt nog niet vanzelf; veel marktpartijen hebben bewoners(groepen) actief nodig voor vraagontwikkeling. Zowel de geïnterviewde initiatieven als de geïnterviewde marktpartijen zijn er sterk van overtuigd dat autodelen dient te beginnen bij een *bottom-up* beweging. "Gewoon *top-down* auto's neerzetten werkt niet", is hun inzicht.

Marktpartijen die daarentegen wel *aanbodgericht* deelmobiliteit kunnen plaatsen, doen dat op basis van data-analyse, zodat zij deelauto's dáár plaatsen waar in aanvang voldoende potentie is voor gebruik. Voor zover een groep bewoners of een bewonersorganisatie zoals een VVE hierin betrokken is, betreft dit vaak een rol als 'verzamelaar' van de behoefte aan deelmobiliteit; deze wordt door de bewonersorganisatie of VVE uitgezet bij een marktpartij. De contracten met bewoners worden vervolgens individueel afgesloten. Hier is niet zozeer sprake van een formeel bewonersinitiatief, noch van een contractuele verbinding tussen marktpartij en VVE of informele groep van bewoners. Er vindt in dergelijke verschijningsvormen van autodelen vaak wel accountbeheer plaats waarin de VVE of een huurdersvereniging het centrale aanspreekpunt is. Soms wordt aan dergelijke (woon)concepten (bij de start) een betaalde communitymanager verbonden. In andere gevallen, zoals in de gemeente Haarlem (New Harlem) bijvoorbeeld, maken de huurders (onderling anoniem) gebruik van het aanbod van de marktpartij, waarbij het aanbod aan deelauto's deels in de openbare ruimte staat, - waar ze ook toegankelijk zijn voor andere abonnees van de marktpartij -, en deels op eigen terrein van de huurdersvereniging (besloten kring).

2.3 | DE FINANCIËLE REALITEITEN VAN EEN INITIATIEF

Veel startende bewonersinitiatieven beginnen met een oriëntatie op mogelijke formele organisatievormen en krijgen daarna te maken met alle aspecten van een 'onderneming' in de breedste zin van het woord. Daarbij lopen zij al snel aan tegen de uitdaging van opstartfinanciering en risicoborging van de leverancier van (vaak) lease-auto's. De opstartkosten zijn vooral nodig om een eerste auto in het initiatief te brengen. Doordat bewonersinitiatieven maatschappelijk gedreven zijn, en niet winstgedreven, hebben ze vaak een relatief beperkt schaalpotentieel. Het lage rendement dat op investering kan worden geboden, maakt ze weinig aantrekkelijk voor investeerders of crowdfunders. Opstartfinanciering moet daarom vaak uit eigen middelen van deelnemers komen. Dat maakt opstarten van initiatieven (extra) intensief, beperkt de schaal en werpt een belangrijke drempel op om als initiatief van de grond te komen.

Veel initiatieven ondervangen dit door te kiezen voor een vorm waarin een marktpartij een compleet autodeelconcept als plug & play aanbiedt aan de formele bewonersorganisatie. Omdat een bewonersorganisatie in die situatie zelf verantwoordelijk blijft voor de (eigen) business case, zit de financiële uitdaging op het vlak van de kosten vs. de te heffen tarieven, en de kwestie van betaalbaarheid voor de deelnemende bewoners.

"We leasen nu auto's maar dit is heel duur. We hebben wel gezocht om een eigen auto aan te schaffen, maar dit liep stuk op de verzekeringsmarkt."

– DeelAuto Hilversum

Diverse initiatieven geven in de interviews aan te zijn gestart met een betaalbaar tarief, maar kregen daarna te maken met (meerdere) tariefsverhogingen van de aanbieder die buiten hun controle liggen. Dit komt vaak op een moment dat bewoners hun mobiliteitsgedrag al hebben aangepast op de nieuwe situatie, en voor het persoonlijk autovervoer afhankelijk zijn geworden van de deelconcept-aanbieder. Uit de interviews blijkt wel vaak goed contact te zijn tussen initiatief en marktpartij over de benodigde capaciteit. Maar dit neemt niet weg dat, wanneer de marktpartij het gebruik als te weinig rendabel beoordeelt, de capaciteit kan worden afgeschaald, waarmee beschikbaarheid in gevaar kan komen. Op deze manier wordt de veelgehoorde (eerste) perceptie van potentiële nieuwe deelnemers – dat je bij autodelen niet zou kunnen vertrouwen op de beschikbaarheid van het vervoer – dan bevestigd.

2.4 | INFRASTRUCTUUR UITBREIDEN

Wanneer bewoners duurzame keuzes willen maken in hun deelmobiliteit, blijkt het lastig de (laad)infrastructuur hiervoor passend en uitgebreid te krijgen. Veel initiatieven willen graag vaste standplaatsen, om een van de drempels weg te nemen die de gedragsverandering om te gaan autodelen, in de weg staat. Het initiatief in Eindhoven (Iris Elektrick) wilde daarnaast laadpalen onder eigen beheer brengen door ze (zelf) aan te schaffen en te exploiteren, en aan de openbare weg te plaatsen. Deze gewenste (semi-)permanente ingreep in de openbare ruimte bleek lastig te realiseren. Want er wordt een risico gezien in het mogelijk verdwijnen of falen van het initiatief: wie neemt dan de palen over; passen ze dan in het systeem van een andere aanbieder, of wie neemt de kosten van verwijdering op zich? En hoe zit het met veiligheid en aansprakelijkheid? Hier rijst dus de vraag hoe een gemeente het ondernemerschap en de intentie van haar bewoners moet duiden, ook om de eventuele exploitatie in de openbare ruimte te kunnen legitimeren en borgen.

2.5 | PASSENDE MOBILITEIT

We zien dat weinig initiatieven meerdere modaliteiten aanbieden, daarom beschrijft deze analyse primair *autodeelmobiliteit*. In de interviews merken we op dat bewonersinitiatieven die een plug & play-service-concept afnemen van een dienstverlener, en dus niet zelf het service concept hebben ingericht, een gemis in de mobiliteitsmix soms zelf parallel complementeren. Bijvoorbeeld met een collectief aangeschafte bakfiets, die vervolgens gedeeld wordt middels low-tech hulpmiddelen. Maar meestal dient iedere deelnemer zelf een passend alternatief te regelen in de gevallen dat de aangeboden mobiliteit niet voldoet voor het reisdoel (verhuizen, klussen, vakantie). Initiatieven die hun deelconcept (volledig) zelf organiseren, nemen vaak vanaf het begin al diversiteit mee in hun denken. Zo ook de coöperatie MobiGo die landelijk een plug & play (en bovendien fullservice)-concept levert, zelf is gestart als lokaal bewonersinitiatief (in Zeist) en nu op nationale schaal de combinatie van deelauto's en bakfietsen (geïntegreerd) aanbiedt. Daarnaast zien we in de interviews het patroon dat diverse initiatieven deelauto's van het openbare aanbod van marktpartijen gebruiken als overloopcapaciteit, en zo de eventueel tekortschietende capaciteit van hun eigen deelconcept complementeren, als een 'flexibele schil'.

2.6 | IMPACT EN DE ROL VAN DATA

Uit de interviews blijkt dat bewoners over het algemeen niet bewust bezig zijn met de waarde van data. Bij marktpartijen is dat bewustzijn er wel, en zij borgen dan ook het eigendom over de data die zij verzamelen en het gebruiksrecht op persoonlijke data. De kleinschalige initiatieven zien bovendien geen waarde in dataverzameling, omdat hun processen overzichtelijk zijn: "Als er te weinig capaciteit is, merken we het wel". Dit betekent anderzijds ook: er wordt door autodeelinitiatieven en marktpartijen gesproken over impact, maar niet gemeten of gerapporteerd op bijvoorbeeld de terugdringing van het aantal autokilometers en het eigen autobezit. De gemeente Amsterdam wil hier meer zicht op krijgen, en heeft daarom in een proef met bewonersinitiatieven de voorwaarden opgenomen dat deelnemers verplicht zijn om een aantal datapunten met de gemeente te delen. Andere gemeenten denken aan gebruikersonderzoek. Anderzijds geven gemeenten aan te willen waken voor overvraging van bewonersinitiatieven.

2.7 | IMPACT ALS DOEL OF ALS EFFECT

Elke vorm van autodelen creëert effect – en bovendien verschillend effect – en daarom hebben we alle vormen nodig. Uit de interviews blijkt dat initiatieven die impact als *doel* nemen, andere keuzes maken en daarmee een andere betekenis krijgen dan bewonersinitiatieven en marktpartijen voor wie impact een *effect* is. Over het algemeen zien we dat bewonersinitiatieven duurzaamheid en leefbaarheid (fysiek en sociaal) nastreven. En ook, dat de initiatieven die zich impact expliciet ten doel stellen, meer zeggenschap willen hebben over de wijze waarop hun deelconcept georganiseerd wordt (eigenaarschap, besluitvorming, winstbestemming, service-design, tarieven, etc.) en zichtbaarder optreden als ambassadeur van gedragsverandering in de lokale context. Tegelijkertijd missen zij in dit streven de steun en erkenning van de gemeente. Dergelijke initiatieven besteden tijd en energie aan het veranderen van de perceptie van omwonenden die niet meedoen aan het initiatief. (Zo is onder bewoners de mening dat deelauto's de toch al hoge parkeerdruk extra belasten, terwijl autodelen juist (parkeer)ruimte kan opleveren.) Verschillende initiatieven merken op dat gemeenten dit positieve effect van autodelen

onvoldoende bewust zijn of erkennen en onvoldoende benutten in hun opgave om leefbaarheidsproblematiek op te lossen. Hier willen initiatieven graag het gesprek aangaan en meedenken over bijvoorbeeld het anders inrichten van de vrijkomende ruimte indien parkeervergunningen voor privaat autobezit in de buurt worden ingeleverd om te gaan autodelen.

2.8 | ORGANISATIEVORM VERSUS ORGANISATIELAST

Hoe meer impact bewoners willen maken, hoe meer ze de organisatie van het autodeelconcept zelf ter hand nemen. Daarmee wordt de organisatielast ook groter. De realiteit een onderneming te moeten oprichten, de vele regels en plichten waaraan initiatieven moeten voldoen - en hoe hier wegwijst in te worden - kosten tijd en energie, naast de werving van de benodigde financiële middelen.

“Het is soms lastig om vaste gebruikers te krijgen, omdat mensen toch bang zijn dat er geen garantie op beschikbaarheid is.”

– Westpark Groningen

We zien dat initiatiefnemers soortgelijke achtergronden hebben. Vaak werken zij in vakgebieden van waaruit een logische verbinding is ontstaan met een initiatief: bv. vanuit duurzaamheid, techniek en/of ondernemerschap. Met de kennis en vaardigheden vanuit hun eigen professionele achtergrond en een flinke dosis maatschappelijke betrokkenheid, zijn zij als collectief doorgaans in staat om de zaken goed te organiseren.

Van daaruit beginnen initiatiefnemers vaak vol goede moed, maar komen onderweg veel drempels tegen. Voor de stabiliteit van het initiatief zoekt men de balans in de gewenste (eigen) sturing en de organisatielast die dat impliceert, organisatievorm en financiële risico's. Met vallen en opstaan, vinden initiatieven soms de 'sweet spot': daar waar het voor bewoners duurzaam vol te houden is om het deelconcept te organiseren naast het 'gewone' leven. Uit de interviews blijkt dat ondersteuning vanuit gemeenten verlichting kan geven, bijvoorbeeld door kortere tijdlijnen, eenvoudigere procedures en door minder organisatielast te verlangen voor het regelen van randvoorwaarden, zoals vergunningen, inrichting van een parkeerplek/hub en laadinfra. En door het streven van bewonersinitiatieven te (h)erkennen.

2.9 | VERSCHIL IN BELEID – VERSCHIL IN EFFECT

Uit de interviews blijkt dat de huidige ondersteuning vanuit gemeenten verschillend is: deze wordt door bewonersinitiatieven positief, niet-bestaand of zelfs als negatief beleefd. Deelnemende gemeenten in deze projectgroep zien de waarde van deze initiatieven, maar de initiatieven ervaren op hun beurt dus nog diverse belemmeringen. Zowel initiatieven als de marktpartijen constateren dat gemeenten de kaders missen om de verschillende verschijningsvormen van autodelen, met hun eigen kenmerken, impact, voor- en nadelen, te faciliteren en tot waarde te laten komen.

— MOGELIJKE OPLOSSINGEN VOOR ERVAREN BELEMMERINGEN

De geïnterviewde initiatieven en marktpartijen doen vele suggesties om de ervaren drempels te verlagen.

3.1 | ORGANISATIELAST EN FINANCIËLE DRUK VERLAGEN

Met name de initiatieven die hun eigen concept willen vormgeven, krijgen met een grote organisatielast te maken: ondernemen, vrijwillige inzet, het onderling eens worden, contracten aangaan en deelnemers werven. Daarnaast zijn de aanloopkosten hoog zodra zij zelf moeten investeren in deelauto's en het oprichten van een rechtspersoon. Bij inbreng van eigen auto's is bovendien de verzekering een complicerende factor. Zelfstandige bewonersinitiatieven die rijden met het plug & play autodeelconcept van een service provider kampen daarnaast met stijgende tarieven waarop zij geen invloed hebben, en merken dat dit de werving van nieuwe deelnemers bemoeilijkt.

AANGEDRAGEN OPLOSSINGEN

- Onderzoek (als overheid) de mogelijkheid om garantieverklaringen af te geven om leasecontracten los te krijgen voor initiatieven zodat zelforganisatie gemakkelijker wordt.
- Geef subsidie voor de opstartfase van het initiatief.
- Stel budget beschikbaar voor onderzoek en begeleiding in de initiatieffase (projectsubsidie).
- Verlaag de organisatielast van zelforganisatie door voorbeelden aan te reiken, succesverhalen te delen en modelteksten op te stellen voor het opstarten van coöperaties.
- Informeer actief over vergunningsaanvraagmogelijkheden.

3.2 | VERGUNNINGSTRAJECTEN VERBETEREN

De procedures voor het aanvragen van standplaatsen en laadinfra duren lang. Initiatieven besteden veel tijd aan het wegwijs worden in procedures en regels. De lange doorlooptijden nemen momentum uit het initiatief en vergroten het ondernemersrisico.

AANGEDRAGEN OPLOSSING

- Geef voorrang aan (en maak uitzonderingen voor) aanbieders/initiatieven van deelmobiliteit. Maak hiervoor een koppeling met randvoorwaarden die passen bij type(s) initiatieven.

3.3 | KWARTIERMAKERSROL VAN INITIATIEVEN ERKENNEN

Over het algemeen ervaren bewonersinitiatieven een lage bereidheid bij gemeenten om het initiatief te faciliteren en de waarde ervan voor de gemeente te erkennen. Terwijl zowel marktgroei als draagvlak voor gedragsverandering afhankelijk is van bewoners die tot initiatief komen in hun straten: de vraag verzamelen en die aan een marktpartij verbinden, of zelf deelmobiliteit organiseren. De rollen van ambassadeurs/initiatiefnemers worden door veel partijen als belangrijk gezien in de transitie naar ander mobiliteitsgedrag.

AANGEDRAGEN OPLOSSINGEN

- Zorg voor een ambassadeur/ één aanspreekpunt binnen de gemeente.
- Maak autodelen onderdeel van buurtaanpak/beleid: koppel (het effect van) autodelen aan vergroeningsdoelstellingen.
- Wijs de weg in autodeelland en/of voer actief campagne om bewonersinitiatief te faciliteren.
- Besteed ook aandacht aan bestaande wijken (naast nieuwbouw).
- Het bewonersinitiatief is zelf het belangrijkste instrument om mensen in de buurt te werven. Ondersteun die werving door een interessescan uit te voeren, contact met de buurt te organiseren en te weten wat er speelt: zorg voor ambassadeurs (aanspreekpunt en verbinder) bij de gemeente. Gemeente Amsterdam heeft bijvoorbeeld communicatiemateriaal ontwikkeld dat de initiatieven kunnen gebruiken, zoals standaard flyers, een social media toolkit en tips hoe social media in te zetten voor het werven van deelnemers.

- Trek samen met het bewonersinitiatief op bij het vinden van draagvlak bij omwonenden (die niet deelnemen aan het initiatief) en communiceer als gemeente (zelf) actief over de voordelen van autodelen. Treed ook als gemeente in contact met eventuele weerstand in de buurt. Dit komt bovendien de relaties op straat in de buurt ten goede, en is daarmee drempelverlagend voor initiatiefneming.
- Breng initiatiefnemers in kaart, ga een verbinding aan en bied iets aan in antwoord op hun inspanningen, zodat de vraag naar en de waarde van deelmobiliteit voor gemeenten, harder kan groeien.

3.4 | CATEGORIESPECIFIEK AUTODEELBELEID ONTWIKKELEN

Een bewonersinitiatief heeft andere primaire motieven dan een (internationale) marktpartij. Hoewel de schaal waarop initiatieven opereren vaak kleiner is (buurt/wijk), proberen bewonersinitiatieven actief om lokaal waarden te realiseren, zoals leefbaarheid van hun buurt/wijk, sociale cohesie, kruisbestuiving van gedragsverandering, en burgerbetrokkenheid op de buurt/wijk/stad. Maar zodra bewoners zich formeel organiseren omdat dit noodzakelijk is om de zaken stabiel te regelen, (bijvoorbeeld in een coöperatie), wordt het voor gemeenten lastiger hen te onderscheiden van commerciële aanbieders die in dezelfde openbare ruimte opereren.

AANGEDRAGEN OPLOSSINGEN

- Onderzoek of er gronden zijn om gericht beleid/maatregelen te ontwikkelen voor bewonersinitiatieven die met hun missie expliciet op duurzaamheid en de leefomgeving zijn gericht (en onderzoek hoe/in welke mate zij zouden kunnen rapporteren op maatschappelijke waardecreatie).
- Benut deze initiatieven voor draagvlakverbreding die nodig is om parkeerdruk te verlagen, of parkeerruimte te kunnen herbestemmen voor de noodzakelijke klimaatadaptatie en vergroening; zij vertegenwoordigen de beweging van bewoners die mobiliteitsgedrag (zelf) wil veranderen, én zij organiseren zelf een alternatief voor eigen autobezit in de straat.

VERTALING NAAR EEN VEELZIJDIGE BENADERING

Uit de voorgaande beschrijving van patronen, kansen en belemmeringen, zien we hoe in deelmobiliteit allerlei factoren op elkaar van invloed zijn en van betekenis voor de verschijningsvorm van autodelen in de lokale context. Het verhelderen van de onderlinge relaties is een belangrijk onderdeel van de puzzel die de projectgroep probeert te leggen om tot een (betere) benadering van bewonersinitiatieven te komen.

Als opstap naar een archetyping van autodeelvormen, werken we eerst deze verbanden uit:

4.1 | DE PUZZEL MET COMPLEXE VERBANDEN

➔ Om eigen autobezit te verminderen, dient autodeelmobiliteit toegankelijk te zijn

Toegankelijkheid in termen van betaalbaarheid hangt samen met het *type businessmodel* waarin de deelmobiliteit tot stand komt. Waar kostenreductie het streven is, kiezen bewonersinitiatieven eerder voor een beperkte schaal van operatie, tweedehands voertuigen en 'doe-het-zelf' met low tech hulpmiddelen, en is formele organisatie niet persé nodig. Dit maakt het mogelijk om de laagst mogelijke tarieven te heffen, die deelmobiliteit zo toegankelijk mogelijk maken voor deelnemende buurtbewoners.

➔ Als betrouwbaar alternatief voor eigen autobezit, dient autodeelmobiliteit in de buurt/wijk/gemeente voldoende beschikbaar te zijn

Beschikbaarheid van de deelmobiliteit hangt samen met de *servicegraad* (balans tussen de vraag en de capaciteit van het aanbod), de *stabiliteit* van die capaciteit, en met *vaste standplaatsen*. Bewoners die afstand doen van de eigen auto, zoeken een betrouwbaar en kostenconcurrerend alternatief. Capaciteit is daarbij belangrijk, maar ook vaste standplaatsen: deze nemen een drempel tot de gevraagde gedragsverandering weg (en maken de beschikbaarheid zichtbaarder in de buurt). Deelauto's van commerciële marktpartijen in de openbare ruimte fungeren voor bewonersinitiatieven vaak als overloopcapaciteit; de 'flexibele schil' complementeert zo de betrouwbaarheid van bewonersinitiatieven. Dit laat zien dat beide vormen elkaar kunnen versterken.

➔ Deelmobiliteit kan helpen om ruimte te maken op straat

Het belang van de stad bij de *fysieke ruimte* en *ruimtecreatie* hangt samen met de *schaal van operatie* (en schaalbaarheid) van autodeelconcepten, met hun *schaalambities*, en *missie/drijfveren* tot schaal. We weten dat, om ruimte te maken op straat voor stadsontwikkelingen, klimaatbestendigheid, leefbaarheid en vergroening, het eigen autobezit daadwerkelijk dient te verminderen. De mate waarin autodelen dit effect

teweegbrengt, hangt af van de schaal waarop de gedragsverandering tot stand komt en hoe die gedragsverandering leidt tot afname van eigen autobezit. Zo noemen bewonersinitiatieven 'ruimte maken in de straat' bijna zonder uitzondering als doel, en koppelen ze dit aan het actief afstand doen van hun eigen auto en (zelfgeïnitieerde) vergroeningsactiviteiten in hun straat/buurt.

➔ **(Duurzame) deelmobiliteit kan helpen om uitstoot (lokaal) te verminderen**

Uitstootreductie hangt samen met de *missie* van aanbieders, die de keuze stuurt voor fossiele/waterstof/elektrische aandrijving. De meeste bewonersinitiatieven ontstaan vanuit duurzame motieven, en kiezen vaak principieel voor elektrisch.

➔ **Deelmobiliteit heeft een sleutelrol in de mobiliteitstransitie die nodig is om gemeenten bereikbaar en leefbaar te houden**

Het *tempo van de mobiliteitstransitie* hangt samen met de mate waarin (de totstandkoming van) de deelmobiliteit leidt tot kruisbestuiving en gedragsverandering van andere bewoners. Denk daarbij ook aan *betrouwbaarheid* van de service, *betrokkenheid* van de gebruiker, *missie & drijfveren*, *communicatie & vraagverzameling* (waarmee wordt bedoeld: het inspireren, werven en bundelen van de vraag naar deelmobiliteit). Deze factoren vormen een samenspel in bewonersinitiatieven, en maken hen tot een (potentieel) belangrijke speler in de noodzakelijke beweging naar alternatieven voor eigen autobezit. Gemeenten kunnen deze beweging niet top-down afdwingen, maar hebben met bewonersinitiatieven een bottom-up beweging die ze kunnen stimuleren, en waarmee ze kunnen samenwerken. Want ook de mobiliteitstransitie is mensenwerk, ondanks de focus in het debat op marktbevingen, businessmodellen en technologie.

➔ **De beschikbaarheid van de deelmobiliteit waarop bewoners gaan vertrouwen is mede afhankelijk van de stabiliteit van de aanbiedende organisatie(s)**

Stabiliteit (hier: van de aanbieder van deelmobiliteit) hangt samen met *marktontwikkelingen* maar ook met factoren als *zeggenschap*, afhankelijkheid van *vrijwillige inzet* (in bewonersinitiatieven) en het *business-model* (kostenstructuren) waarmee gewerkt wordt. Dergelijke factoren zijn van invloed op de stabiliteit van de aanbiedende organisatie zelf van de deelmobiliteit, of dit nu een marktpartij is of een bewonersinitiatief. Denk bijvoorbeeld aan een te grote afhankelijkheid van subsidies, of initiatieven waar de zeggenschap en besluitvorming te weinig gedeeld worden in de bredere groep van deelnemers. Een business-model dat mede is gebaseerd op de inzet van onbetaalde tijd van deelnemers en daarmee kostenefficiëntie realiseert, dient dit goed te borgen in het deelconcept (gebruiksvoorwaarden) omwille van de operationele stabiliteit. Marktpartijen die met veel investeringskapitaal concurrentie voeren, kunnen juist door de grote marktbevingen en hoge risico's wel degelijk omvallen. Bewonersinitiatieven die teveel op één initiatiefnemer drijven zijn vaak niet voldoende robuust.

➔ **Het is nodig dat (de impact van) deelmobiliteit groeit, en dat die groei ook in de toekomst verantwoord blijft verlopen**

Verantwoorde groei van deelmobiliteit hangt samen met het *businessmodel* van aanbieders en de *missie*, (bv. *for profit* of niet). Veel gemeenten willen autodelen laten opbloeien. Marktpartijen kunnen door hun omvang en schaalbare concepten snel schaal maken en navenante impact hebben op de afname van privaat autobezit in buurten. Een punt om over na te denken is wat er gebeurt als zij in de toekomst goed gepositioneerd zijn en de markt een bepaald punt van verzadiging bereikt: in hoeverre zullen vervoersbewegingen dan worden aangejaagd? Bewonersinitiatieven laten door hun duurzaamheidsstreven en kostenbewustzijn weliswaar juist een afname van reisbewegingen met de auto zien, – maar enkele losse initiatieven op zichzelf kunnen het schaafeffect van grote marktpartijen niet verwezenlijken. We zien dat voorlopers zoals gemeente Utrecht, Amsterdam en Nijmegen inzetten op meer regie zodat zij invloed hebben op het aanbod en een veerkrachtige mix van concepten en aanbieders in hun stad kunnen realiseren.

➔ **Autodelen in bewonersinitiatieven leidt tot meer sociale cohesie onder de deelnemers**

In welke mate een autodeelconcept ertoe leidt dat *sociale cohesie* op enige manier verbetert, hangt samen met de noodzaak tot *onderlinge betrokkenheid* van de autodelers en het *model van eigenaarschap*. Voor bewonersinitiatieven is sociale cohesie vaak onderdeel van hun streven, dat noodzakelijk gepaard gaat met betrokkenheid van de deelnemer bij de organisatie van het initiatief, de ontwikkeling van het autodeelconcept en de operationele taken daarin, de communicatie in de buurt en de werving van deelnemers door informeel ambassadeurschap. Initiatieven waarin deelnemers in hoge mate betrokken zijn, kiezen relatief vaker voor een model van gedeeld eigenaarschap voor bewoners in een coöperatie. Initiatieven waarin gebruiksgemak meer voorop staat, maken graag gebruik van plug & play serviceconcepten, zodat de deelnemers aan het initiatief zo min mogelijk zelf hoeven organiseren; in deze wijze van organiseren is minder gelegenheid en noodzaak tot interactie en (dus) minder onderlinge betrokkenheid.

Overigens staat de *rechtsvorm coöperatie* waar formele bewonersinitiatieven vaak voor kiezen op zichzelf niet zonder meer garant voor maatschappelijke waardecreatie – want dit is afhankelijk van de integratie van (meervoudige) waarden in het deelconcept. Dit begint bij de formulering van de missie van het initiatief, en hoe in de resulterende coöperatie met winst wordt omgegaan, – hoe dit is vastgelegd in statuten.

➔ **Autodelen in bewonersinitiatieven leidt tot meer betrokkenheid op de lokale omgeving**

De mate waarin bewonersinitiatieven vanuit betrokkenheid kwartiermaken hangt samen met factoren als de *missie*, *drijfveren* en *lokaliteit* van het initiatief. Bewonersinitiatieven streven vrijwel zonder uitzondering naar maatschappelijke waardecreatie in hun lokale leefomgeving. Autodelen, en de eventuele onderneming die het initiatief opricht om deelmobiliteit te organiseren, is voor hen het *middel* om bij te dragen aan betere luchtkwaliteit, meer sociale betrokkenheid, ruimte voor vergroening en/of expliciete

vermindering van eigen autobezit. Daarmee zijn bewonersinitiatieven in de praktijk krachtige (potentiële) ambassadeurs voor gedragsverandering.

4.2 | VERTALING NAAR ARCHETYPEN

De voorgaande beschrijving van de puzzelstukken laat zien 'hoe alles met alles te maken heeft': de complexiteit. Het verklaart ook waarom spraakverwarring gemakkelijk optreedt. Keuzes vanuit beleid, maar ook claims over impact door zowel marktpartijen als bewonersinitiatieven zijn vaak lastig te onderbouwen en te erkennen. Daarom is het belangrijk om deze factoren beter inzichtelijk te maken. Ook initiatieven hebben belang bij dit inzicht, want uit de interviews blijkt dat zij zich vaak niet (goed) begrepen voelen in het contact met hun gemeente. De hierna uitgewerkte 'Archetypen' helpen om de verschijningsvormen van autodelen inzichtelijk en werkbaar te maken in de verhouding van gemeenten tot deelinitiatieven en (nog te vormen) beleid.

Er is daarmee dus niet één sluitende definitie waarmee deze categorie (bewonersinitiatieven) van autodelen beschreven kan worden. Dit besef is noodzakelijk om de categorie niet in een keurslijf te stoppen. Archetypen helpen om toch grip te krijgen op de verschillende vormen binnen de zelforganisatie van deelmobiliteit door bewonersinitiatieven.

4.3 | WAT ZIJN ARCHETYPEN EN WAT KUN JE ERMEE?

De archetypen zijn afgeleid uit patronen die we zien in de verschijningsvormen van autodelen in de praktijk. Archetypen zijn hier een typering van die verschijningsvormen, op basis van kenmerken en bepalingen die van belang kunnen zijn voor gemeente of leefomgeving. Ze hebben daarmee de potentie om beleidsmedewerkers het volgende te bieden:

- Een praktisch handvat: archetypen helpen bij het plaatsen van autodeelinitiatieven in een breder denkkader over de rol die deelmobiliteit voor een gemeente, bewoners en de leefomgeving kan hebben.
- Het ondersteunen van beleidsmakers bij het ontwikkelen van passende maatregelen of instrumenten.
- Het ondersteunen van bewonersinitiatieven om in vroeg stadium bewust te kunnen kiezen welke vorm het beste bij hun wensen past.
- Strategische toepassing in specifieke contexten: door archetypen te koppelen aan impact-indicatoren, kunnen beleidsmakers beter onderbouwde keuzes maken over bijvoorbeeld (hulp bij) financiering, facilitering, subsidiëring/stimulering en/of regulering.

4.4 | DE GROND VOOR ARCHETYPERING

De verbanden die we in onderdeel 4.1 uitwerkten, lieten zien hoe allerlei bepalingen in de verschijningsvormen van autodelen van invloed worden op belangen voor bewoners, gemeente of leefomgeving. Per verschijningsvorm van autodelen leiden die bepalingen tot andere waarden en effecten.

Na analyse kunnen we ze groeperen en laten zich 7 archetypische verschijningsvormen van autodelen afleiden.

NB: De benadering is nog in de conceptuele fase. In deze rapportage presenteren we het daarom als *denksprong* en *startpunt voor doorontwikkeling*. Verder onderzoek kan bovendien uitwijzen of deze indeling ook bruikbaar is voor andere deelvervoermiddelen.

We zien met de kennis van nu dat verschillen tussen archetypen zichtbaar worden in aspecten zoals:

- *Wijze van organiseren*: Welke partijen zijn betrokken en hoe wordt het initiatief beheerd? Is er sprake van formele organisatie? Tussen welke partijen zijn de contractuele afspraken voor het leveren van de mobiliteitsdienst aan de gebruikers? Wie bepaalt de servicegraad en tarieven?
- *Doelstellingen*: Met welk streven komt het autodelen tot stand? In welke mate richt de aanbiedende partij zich (in de missie) op duurzaamheid, kostenbesparing, of sociale cohesie, of op winst maken?
- *Serviceconcepten*: Hoe wordt de dienst aangeboden aan gebruikers? Hebben zij daarin een rol of taken, buiten het gebruiken en betalen van de dienst?
- *Impact*: Welke effecten worden beoogd of bereikt, zoals minder autogebruik, uitstootreductie, of gedragsverandering? Zijn ze onderdeel van het streven en wordt er op doelstellingen 'geleverd', of zijn ze bijvangst?
- *Schaaleffect*: Op welke schaal werkt het autodeelconcept? Is het concept schaalbaar? Wat zijn de schaalambities? Wat betekent dit voor de impact?

“De helft van de bewoners doet mee om duurzaamheidsredenen, de andere helft voor kosten of gemak.”

– Samen Slim Rijden

Dit is vertaald naar (een beschrijving van) de volgende kernkenmerken per archetype:

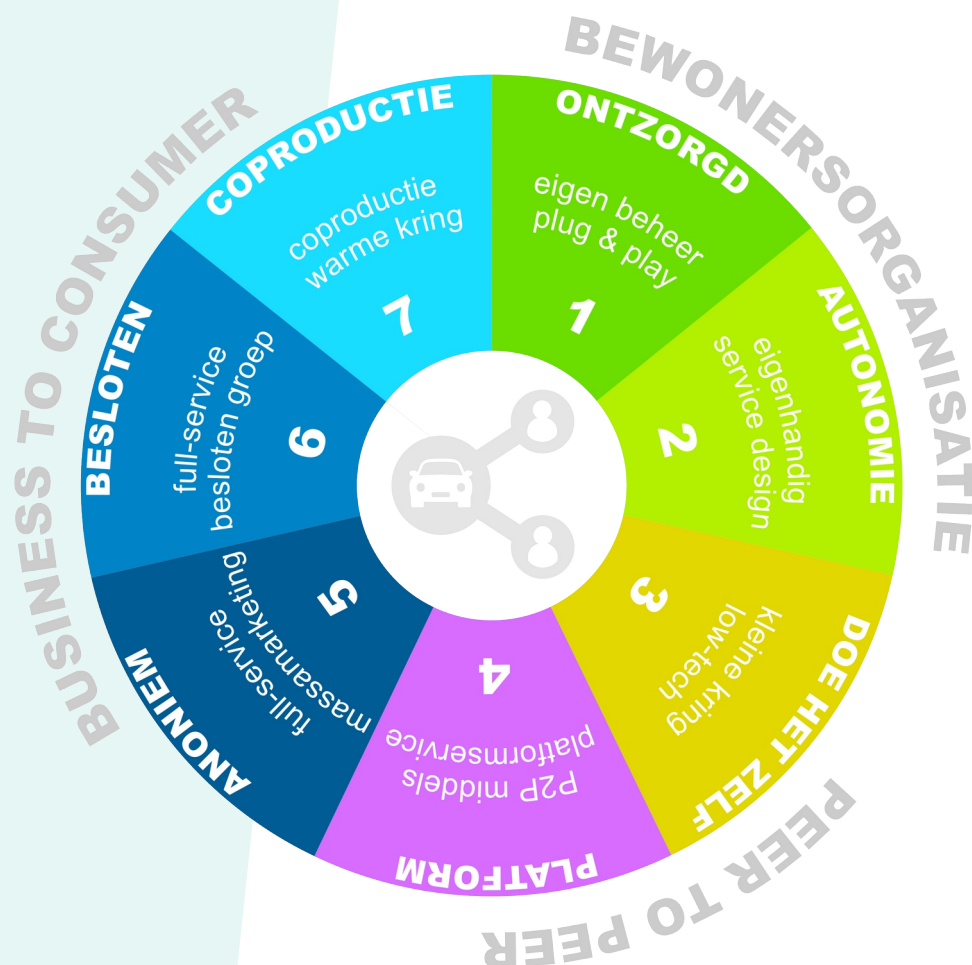
- | | |
|-----------------------------------|----------------------|
| • Verschijningsvorm | • Impact |
| • Schaal/Schaalbaarheid | • Ruimte |
| • Drijfveren/missie | • Vervoersbewegingen |
| • Toegankelijkheid: prijsstelling | • Duurzaamheid |
| | • Sociale cohesie |

De beschrijvingen van de archetypen in **Bijlage 1** zijn vooralsnog geïnterpreteerd uit patronen die zichtbaar werden in de interview data. Dit vraagt in een volgende fase nader onderzoek.

4.5 | ZEVEN ARCHETYPEN VAN AUTODELEN

Onderstaand diagram toont schematisch de verschillende archetypen. De archetypen zelf zijn uitvoeriger beschreven in **Bijlage 1**. De zeven archetypen zijn geplaatst in een cirkel, omdat sommige verschijningsvormen van autodelen in de praktijk niet precies in één enkel archetype vallen, en kenmerken van (vaak naastgelegen) archetypen verenigen. Wel kun je stellen dat de meeste verschijningsvormen in één dominant archetype te plaatsen zijn.

NB: De archetypen gaan over de *verschijningsvormen van autodelen*, dus niet om services die geleverd worden op een *onderdeel van het autodeelconcept* (bv. een app, zoals The Mobility Factory).

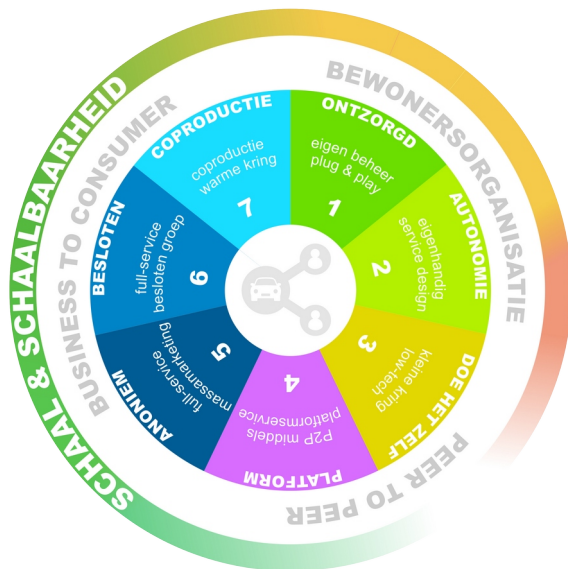


Figuur 3: Het 'tasting wheel' van autodeel-archetypen

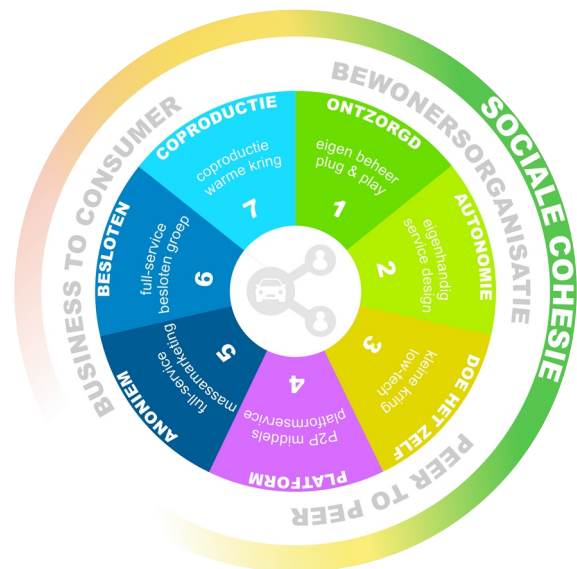
De cirkel bevat 7 archetypen, met elk eigen kenmerken en voor- en nadelen (zie **Bijlage 1**).

In figuur 3 is gekozen om in de buitenste cirkel globaal te laten zien in welke archetypen er sprake is van de grotere commerciële aanbieders (*business to consumer* – 5, 6 & 7), in welke er sprake is van een daadwerkelijk zelforganiserend, formeel bewonersinitiatief (bewonersorganisatie – 1 & 2) en waar er sprake is van het pure peer-to-peer autodelen (*peer to peer* – medio 3 & archetype 4) zonder formeel georganiseerd initiatief (– en uiteindelijk weer met tussenkomst van een (grote) commerciële partij (archetype 4) die services levert.)

Maar, afhankelijk van het onderwerp dat we van belang vinden, kunnen we op basis van de kenmerken van de archetypen meer cirkels trekken: bijvoorbeeld die van *Schaal & Schaalbaarheid* (figuur 4), of de mate waarin *Sociale cohesie* zal ontstaan (figuur 5).



Figuur 4: Schaal & Schaalbaarheid



Figuur 5: Sociale cohesie

4.6 | MOGELIJKHEDEN TOT VERDERE UITWERKING

Het concept van archetypen betreft in dit stadium een *denksprong*. Het hier voorgestelde model heeft in de ogen van de projectgroep potentie, maar vraagt verdere uitwerking in co-creatie met relevante stakeholders.

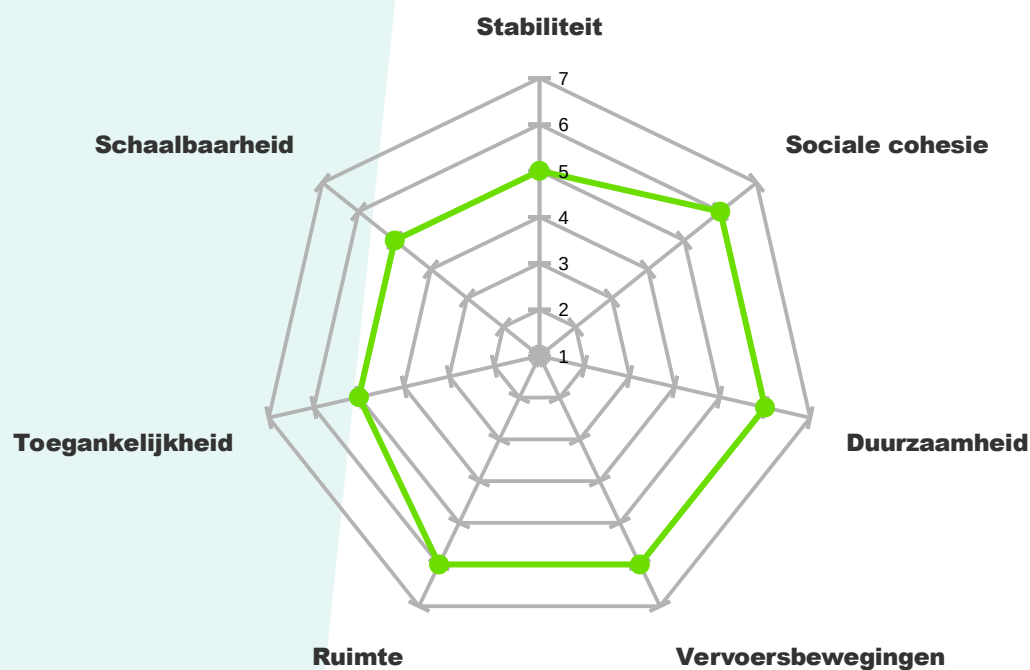
Dit dient in een volgende fase te worden opgepakt, waarin:

- De scheidslijnen tussen archetypen verder worden aangescherpt.
- Mogelijkheden worden onderzocht om archetypen te koppelen aan specifieke beleidsdoelen en mogelijke maatregelen en producten (bijv. parkeren).
- Mogelijkheden worden onderzocht om archetypen te koppelen aan indicatoren voor impactmeting, zodat de effectiviteit van maatregelen beter kan worden beoordeeld

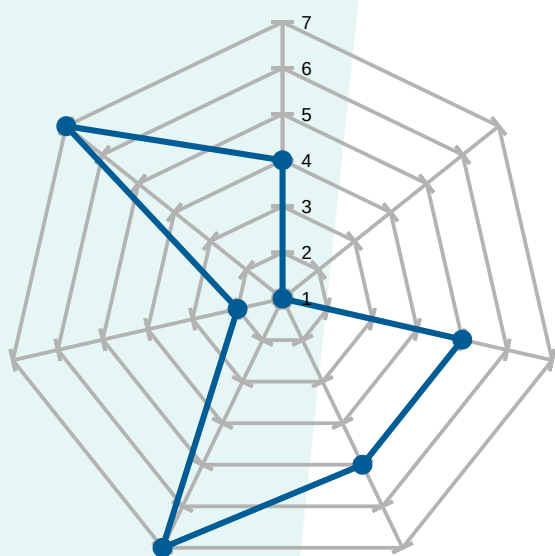
Wanneer we in een eventuele vervolgfase kunnen komen tot een gedegen onderlinge weging van kenmerken, wordt het mogelijk de archetypen grafisch te vergelijken (hieronder een conceptueel voorbeeld), en te passen op de doelstellingen van gemeenten.

Onderstaande grafieken bevatten een (intuïtieve) onderlinge weging van kenmerken. Een hogere waarde betekent een positieve invloed ten aanzien van het kenmerk.

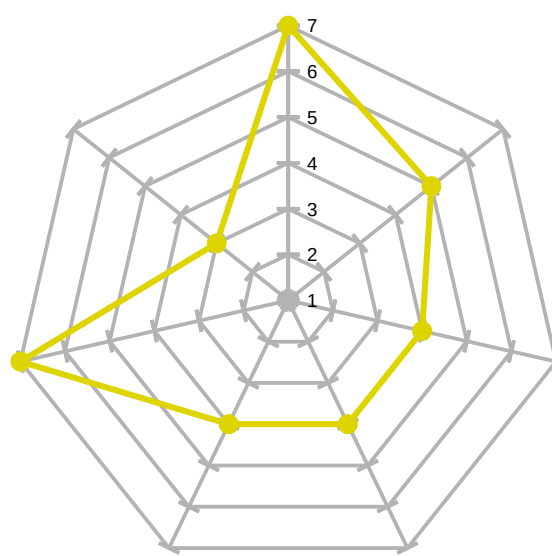
In dit stadium is de representatie nog conceptueel bedoeld: in een volgende fase zouden de scheidslijnen van de archetypen worden verscherpt, door een methode te ontwikkelen om de relevante kenmerken van de archetypen goed te kunnen wegen, en daarmee beleidskeuzes te onderbouwen.



Figuur 6: Archetype 1 - Ontzorgde Zelforganisatie



Figuur 7: Archetype 5 - Commercieel & Anoniem



Figuur 8: Archetype 3 - Doe-Het-Zelf Organisatie

PERSPECTIEF GEMEENTEN

In een enquête aan gemeentes binnen de projectgroep is uitgevraagd hoe op dit moment wordt aangekeken tegen bewonersinitiatieven met autodelen binnen hun gemeente, welke belemmeringen ze ervaren en of ze al bestaand beleid of bestaande maatregelen hebben die bewonersinitiatieven ondersteunen.

Hieruit blijkt dat deze gemeentes de potentie zien van bewonersinitiatieven, al is het nog onduidelijk hoe ze hun ondersteuning beter kunnen inrichten. Voor een aantal gemeentes is ondersteunen nog niet aan de orde door gebrek aan prioritering, handvatten of capaciteit. Daarom was er bij de start van de projectgroep ook interesse in een inventarisatie van maatregelen die anderen al hebben genomen (of uitgeprobeerd). We denken daarom dat het uitbreiden van de vragenlijst naar (alle) gemeentes waardevol is, zodat een kennisbank kan ontstaan. De inzichten fungeren daarmee meteen als een barometer.

5.1 | BELEMMERINGEN

In de grote vraagstukken van deze tijd (gebrek aan ruimte, klimaatverandering) zien veel gemeentes inmiddels de potentie van deelmobiliteit als oplossingsrichting voor deze vraagstukken. De focus in bestaand deelmobiliteitsbeleid ligt momenteel voornamelijk op de marktpartijen, en vergunning nodig hebben om in de openbare ruimte deelauto's te mogen neerzetten. Gemeentes hebben hier een duidelijke rol en kunnen gemakkelijkere regie nemen.

Wanneer bewonersinitiatieven bij gemeentes aankloppen kunnen zij hen niet zo snel helpen, omdat onduidelijk is in welk 'hokje' het initiatief geplaatst moet worden. Bewonersinitiatieven komen bovendien vaak terecht bij een buurtbemiddelaar die werkzaam is in het sociaal domein die niet verbonden is met mobiliteit. Daardoor worden initiatieven niet direct geholpen met hun concrete vragen over standplaatsen, parkeren en laadpalen. Als er dan geen ambassadeur voor die initiatieven bij de gemeente is, stagneert het initiatief. Stel de gemeente heeft wel een ambassadeur, dan moet diegene veel maatwerk verrichten door de grote variëteit aan bewonersinitiatieven met autodelen. Daarbij is bijvoorbeeld nog onduidelijk hoe een subsidietraject kan worden opgestart voor de beginfase van een initiatief. Ook ontbreekt de juiste argumentatie om beleid te legitimeren. Dit neemt veel tijd in beslag en veroorzaakt bovendien verwarring bij marktpartijen die zich aan strenge(re) regels moeten houden.

De ondervraagde gemeentes ervaren de volgende belemmeringen:

➔ Ontbrekende wet-/regelgeving

- Er mist een definitie voor bewonersinitiatieven die het mogelijk kan maken deze initiatieven te ondersteunen, danwel een vaste parkeerplaats toe te kennen.
- Door het ontbreken hiervan duren de gemeentelijke processen lang, wat het enthousiasme van de initiatieven remt en energie doet afvloeien. En daarmee verdwijnt voor het initiatief momentum.
- Het blijkt lastig om proeven en pilots met initiatieven naderhand te formaliseren.

→ Prioriteiten

Het onderwerp bewonersinitiatieven heeft niet de hoogste prioriteit, en wordt nog niet door iedereen binnen de gemeente gezien als een bewezen deel van de oplossing voor mobiliteitsambities zoals vermindering van autogebruik en eigen autobezit.

→ Vergunningsvoorwaarden

Voorwaarden van parkeervergunningen sluiten niet aan bij de variëteit aan verschijningsvormen van autodelen door bewonersinitiatieven

- Gemeente heeft meer onderbouwing nodig voor het verstrekken van een parkeervergunning
- Vergunningsvoorwaarden zijn strikt, en passen vaak alleen bij het (specifieke) concept van een proef met autodelen, waardoor later opkomende (nieuwe) initiatieven niet in aanmerking komen voor een parkeervergunning.

→ Onrendabele top

De onrendabele top op laadpalen van deelauto's met vaste standplaats maakt het plaatsen van laadpalen onaantrekkelijk en duur, terwijl een vaste standplaats voor initiatieven een belangrijke waarde is voor het gebruik en slagen van het initiatief. Dit remt de oprichting van bewonersinitiatieven af.

→ Balans in beleid

Het is moeilijk een balans te vinden tussen het opstellen van beleid en regelgeving enerzijds en 'niet alles willen dichttimmeren' anderzijds; initiatieven geven immers ook zelf aan dat dit ongewenst is. Daarnaast willen gemeenten zoveel mogelijk gelijk speelveld creëren en niemand onterecht (concurrentie) voordeel bieden.

“Voor ons is deelmobiliteit meer een aanvulling op openbaar vervoer, dan vervanging van een eigen auto”

- New Harlem

5.2 | MAATREGELEN/INSTRUMENTEN GEMEENTEN

De gemeentes bevinden zich in verschillende fases op het gebied van bewonersinitiatieven deelmobiliteit. Met enkele gemeentes uit de projectgroep is gekeken naar behoeften en mogelijkheden met betrekking tot voorgestelde maatregelen door bewonersinitiatieven. Hierbij een greep uit de maatregelen die al genomen zijn (of worden) door de ondervraagde gemeentes, - wat weer voeding kan bieden voor gemeentes in een beginfase. In een vervoltraject kunnen maatregelen op meer detail bekeken worden.

Hierbij globaal de genomen maatregelen:



“De gemeente hielp financieel mee door een startsubsidie te verlenen. Hiermee kan de deelcoöperatie een startperiode ingaan van een half jaar.”

– Bomenbuurt DEELt

➔ **Ambassadeur aanstellen**

een ambassadeur die een initiatief kan helpen wegwijs te worden in de gemeente, dus een eerste aanspreekpunt en een gezicht bij de gemeente.

➔ **Hulp bieden bij opstarten**

- Subsidies
 - Eenmalige opstartkosten (onderdeel van proef)
 - Opstartkosten (opgenomen in beleid)
 - Inzetten van organisatie(s) die bewonersinitiatieven kan/kunnen helpen met opstarten

➔ **Sectorvergunningen deelauto's (parkeren)**

- Soms in combinatie met het herinrichten van vrijgekomen parkeerplaatsen na het verstrekken van sectorvergunning
- Kan verleend worden aan marktpartijen en bewonersinitiatieven
- Gedeelde vergunning voor onderling autodelen (*peer-to-peer* tussen particulieren)

➔ **Faciliteren vaste deelautoplek**

- Soms in combinatie met laadpaal
- Utrecht biedt vaste parkeerplaats voor SnappCar

➔ Communicatie en werving

- Bewonersavonden over autodelen organiseren
- Deelmobiliteitscampagne door de stad
- Communicatie(wervings)materiaal beschikbaar stellen

“Buren zagen het initiatief eerst als: ‘we zijn een parkeerplek kwijt aan een deelauto’, terwijl we met autodelen juist ruimte winnen”

– Iris Electrick

“Buurtgenoten hebben we op verschillende manieren betrokken bij het initiatief: via-via, gesprekken op straat, flyers en met informatieavonden”

– Coöperatie Kaasmarkt

CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN

Hoewel autodelen nog een nichemarkt is, zien we diversiteit aan initiatieven groeien. Deze variatie maakt deelmobiliteit als oplossing veerkrachtig en biedt kansen voor initiatieven om elkaar te versterken. Markt, overheid en bewoners hebben elkaar nodig om deelmobiliteit als goed alternatief voor privaat autobezit beschikbaar te maken. We hebben het dan over oprichting van een organisatie, het kunnen vertrouwen op deelvervoer tegen een betaalbare prijs en het bewerkstelligen van een duurzaam positieve impact op de leefomgeving.

De suggesties om drempels te verlagen, laten zien dat met samenwerking en een integrale aanpak nog veel te winnen is. Zo kunnen gemeenten (meer) sturen op ondersteuning van deelmobiliteit, en bewoners kunnen actief bijdragen aan het succes van deze initiatieven. Het benutten van het volledige potentieel is daarmee afhankelijk van (nog) betere samenwerking in de driehoek van markt, overheid en bewoners. Het bouwen van sterke partnerschappen in publiek-civiele samenwerking kan bijdragen aan de groei en acceptatie van autodelen, zodat het een grotere rol gaat spelen in de duurzame mobiliteitstransitie.

6.1 | ZEVEN AANBEVELINGEN

Bij de start van de projectgroep Bewonersinitiatieven was de intuïtieve gedachte dat kleinschalige en lokaal georganiseerde oplossingen een belangrijke rol kunnen spelen in de lokale groei van deelmobiliteit. Deze analyse bevestigt dit, met de toevoeging: 'mits goed geïntegreerd in een breder beleid'. Deze (tussen)rapportage geeft de gedachte meer grond onder de voeten, en nodigt uit tot verdere uitwerking en vertaling naar producten voor de doelgroepen gemeenten en bewonersinitiatieven. De projectgroep doet hiervoor de volgende zeven aanbevelingen:

➔ INTERESSE-/ACTIVATIE(BUURT)SCAN

Ontwikkel een scan die de vraag naar deelmobiliteit in buurten kan inspireren en verzamelen, en ambassadeurs/initiatiefnemers kan identificeren. De scan kan ook voor bewoners duidelijk maken uit welke vormen van het organiseren van deelauto's ze kunnen kiezen. Hiermee kan een interessescan de opstart van een bewonersinitiatief versnellen en vergemakkelijken. Deze interessescan omvat een vragenlijst die verspreid wordt door de gemeente, waarin bewoners kunnen aangeven of ze interesse hebben in het gebruik van deelauto's en hoe vaak ze verwachten een deelauto te gebruiken. Daarnaast geven ze aan waarom ze interesse hebben in autodelen, bijvoorbeeld duurzaamheid, samen met de buurt, of betaalbaarheid. De interessescan kan de verbinding leggen tussen overheid en geïnteresseerden in deelvervoer. Gemeenten kunnen op deze manier inventariseren in welke buurten of kernen het kansrijk is om een bewonersinitiatief te faciliteren. Vanaf het begin ontstaat hiermee een eerste beeld van een groep bewoners die mee wil doen met het initiatief en of er ambassadeurs zijn die het initiatief willen helpen opzetten. Met de resultaten kunnen geïnteresseerden gekoppeld worden aan bv. aanbieders van een plug & play concept, of op weg worden geholpen met het opzetten van een coöperatie.

→ **SAMEN KWARTIERMAKEN**

In een buurtaanpak kunnen gemeenten samen met bewoners kijken welk deelautoconcept het meest passend is, en er kan in samenwerking een aanpak worden opgesteld om dat te organiseren. Het is aan te bevelen om een ambassadeur binnen de gemeente aan te wijzen, zodat initiatieven een duidelijk aanspreekpunt en verbinder hebben. Een aantal deelnemers van de projectgroep gaat deze aanbeveling komend jaar uitvoeren, of heeft dit al ingevuld. Deze ambassadeurs worden in het vervolgtraject gevraagd de ervaringen in te brengen op het ontwikkelproces van de producten.

→ **FINANCIERING**

Onderzoek met bewonersinitiatieven en leasemaatschappijen de mogelijkheden tot financiering met behulp van garantstellingen. De wenselijkheid van een 'franchise-formule' voor initiatieven in het hele land dient hierin te worden mee genomen.

→ **PARKEREN**

Het verlenen van parkeervergunningen aan bewonersinitiatieven past niet goed binnen de huidige kaders/beleid. Initiatieven vragen om een uitzonderingspositie. Eerder in dit rapport zijn al verschillende parkeerproducten genoemd die relevant kunnen zijn voor de verschillende archetypen. Zoals een zone-vergunning, een vaste plek - al dan niet met laadpaal -, en een vergunning waarin delende huishoudens op verschillende adressen mogen parkeren. Aan de hand van de archetypen kunnen koppelingen worden gemaakt met de modelteksten van het N!D en kunnen de teksten beter op maat worden gemaakt van de verschillende archetypen, voor toepassing in parkeerbeleid.

→ **VERZEKERING**

Het verzekeren van initiatieven die eigen auto's inbrengen dient gemakkelijker te worden, zodat de organisatielast van dit - verder aantrekkelijke - concept wordt verlicht en meer mensen hiervoor zullen kiezen. Verzekeringen voor deelauto's zijn prijzig, omdat er meerdere bestuurders van een voertuig zijn, waarmee het gepercipieerd risico hoger is. Voor (bak)fietsen zijn er ook geen geschikte verzekeringen. Indien men een privéauto verhuurt via een platform, is de verzekering geregeld via het platform. Indien een privéauto met verschillende huishoudens wordt gedeeld, bestaat er een verzekering voor leden via de Vereniging voor Gedeeld Autogebruik. Voor plug & play serviceconcepten is ook de verzekering inbegrepen, maar zodra men zelf een auto of meerdere auto's wil inbrengen, hangt daar een groot prijskaartje aan. Een pool maken waarin privéauto's met nieuwe auto's worden gemixt is ook nog niet mogelijk. Premies stijgen en dat heeft invloed op de betaalbaarheid. Bovendien zijn er weinig verzekeraars waar men uit kan kiezen.

→ ONTWIKKELEN VAN BELEID

De verdere uitwerking van het Archetypen-denkconcept levert een instrument op dat gemeenten gaat helpen afwegingen en beleidskeuzes te maken. Met als beoogd effect dat het zowel gemeenten als initiatieven helpt om initiatieven beter te plaatsen, van start te laten gaan, en tot bloei te laten komen. Daarvoor is nodig om te onderzoeken of de Archetypen gekoppeld kunnen worden aan specifieke beleidsdoelen en mogelijke maatregelen en producten - waar voorgaande aanbevelingen op ingaan. Daarnaast dient te worden onderzocht of indicatoren voor impactmeting gekoppeld kunnen worden aan de Archetypen.

→ PRAKTISCHE TOOLS / KENNISBANK

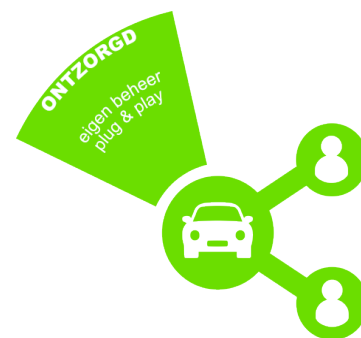
Omdat initiatieven vaak lokaal georganiseerd zijn en beperkte organisatiecapaciteit hebben, zouden zij geholpen kunnen zijn met goede voorbeelden uit andere delen van het land of nuttige (standaard) tools. Te denken valt aan standaardiseren van hulpdocumenten als statuten en deellovereenkomsten, goed ontworpen vragenlijsten om gebruikersonderzoek te doen, en rekenvoorbeelden voor huur- en kilometertarieven. Mogelijk is er ook een gedeelde behoefte aan een communicatietoolkit met beeldmateriaal, makkelijk aan te passen flyers om te verspreiden in de buurt en dergelijken. Ook zou het handig zijn om een overzicht te bieden voor alle beschikbare services voor deze doelgroep, variërend van plug & play concepten, tot leaseaanbod, software, relevante loketten of verenigingen.

“Voorlichting door de gemeente is van belang: informatie op de website, een contactpersoon en inzicht in de financiële besparing door autodelen”

– De Kersentuin

BIJLAGE 1 | BESCHRIJVING VAN ARCHETYPEN

ARCHETYPE 1: ONTZORGDE ZELFORGANISATIE



Verschijningsvorm

Bewonersinitiatief is formeel georganiseerd in een rechtspersoon en neemt een plug & play deelconcept af van een marktpartij. Het initiatief is zelf verantwoordelijk voor de business case en servicegraad, en verzorgt evt. zelf 'modules' in de operatie (bv facturering, operationeel beheer). Het gebruikersabonnement/contract is tussen deelnemer en bewonersorganisatie.

Drijfveren/missie

Kostenreductie autodelen en/of duurzaamheidsstreven. Controle hebben over de servicegraad. Minder organisatie en kennis nodig voor opstart. Meer organisatiegemak.

Stabiliteit

Hoge stabiliteit. Maar intensieve concurrentie kan servicepartijen in het plug&play concept doen omvallen en tot een beschikbaarheidsprobleem leiden.

Schaal & Schaalbaarheid

Plug & Play concept is zo schaalbaar mogelijk. Schaalstreven van initiatief zelf is echter vaak beperkt tot de eigen buurt/wijk.

Toegankelijkheid: prijsstelling

Er ontstaat afhankelijkheid van het gekozen deelconcept en prijsverhogingen door de aanbieder van het plug & play concept.

Impact

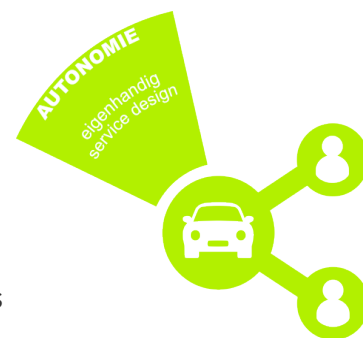
Bewonersinitiatieven hebben zonder uitzondering duurzaamheidsmotieven. In dit archetype staat betaalbaarheid en organisatiegemak soms meer voorop.

- **Ruimte**
Reductie van autobezit per deelauto hoog, maar beperkt tot buurt waar initiatief actief is.
- **Vervoersbewegingen**
Positief effect door kostenbewustzijn. (Consumptiemaximalisatie komt in streven bewonersinitiatief niet aan de orde.)
- **Duurzaamheid**
Effect mits de aandrijving van auto's uitstootvrij is. Bewonersinitiatief kiest meestal voor elektrisch, maar is hierin ook afhankelijk van de aanbieder van het deelconcept.
- **Sociale cohesie**
Door eigenaarschap en hoge betrokkenheid ontstaat een sterk wij-gevoel. Goede grond voor kruisbestuiving en gedragsverandering.

Voorbeelden

(Coöperatieve) bewonersinitiatieven met het deelconcept van DEEL, Coöperatie Auto

ARCHETYPE 2: AUTONOME ZELFORGANISATIE



Verschijningsvorm

Bewonersinitiatief is formeel georganiseerd in een rechtspersoon en ontwikkelt hoofdzakelijk zelf het serviceconcept van het deelvervoer. Is dan ook zelf eigenaar en verantwoordelijke. De mate van lokaal maatwerk kan daarmee hoog zijn. Het initiatief is haar eigen klant, de leefomgeving het doel.

Drijfveren/missie

Meervoudige waarde creëren gericht op de leefomgeving. *For-purpose* / Maatschappelijk ondernemen.

Stabiliteit

Organisatielast bewonersinitiatief is hoog; stabiliteit afhankelijk van sterke initiatiefnemers, vrijwilligheid en besluitvormingsproces. Capaciteit en beschikbaarheid worden onderling afgestemd, dit leidt tot gunstige bezettingsgraden van de deelauto's.

Schaal & Schaalbaarheid

Is een streven voor zover schaalbaarheid ten dienste staat aan betaalbaarheid en impact op de leefomgeving. Groei is vaak langzaam (maar gestaag).

Toegankelijkheid: prijsstelling

Sociale waarden drijven het streven naar inclusiviteit. Zelforganisatie geeft de meeste controle over kostenmodel en tarievenstructuur. Gebruiker kan inverdiene op gebruikskosten met (arbeids)participatie in de organisatie van het deelconcept.

Impact

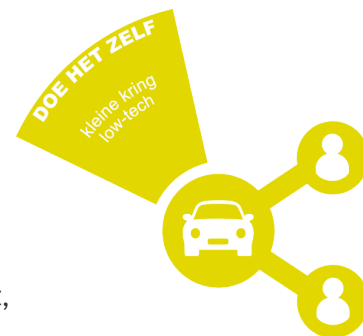
In dit archetype is impact de missie. De sterke lokale identiteit neigt echter ook tot lokale focus/schaal.

- **Ruimte**
Reductie van autobezit per deelauto hoogst, maar beperkt tot buurt waar initiatief actief is.
- **Vervoersbewegingen**
Positief effect van waardenbewustzijn dat minder autogebruik en gepaste vervoerskeuze bevordert
- **Duurzaamheid**
Missiewaarden drijven tot uitstootvrije keuzes en diversiteit in mobiliteitsmix (bv. bakfiets).
- **Sociale cohesie**
Sterkst, o.a. door eigenaarschap en hoge betrokkenheid van bewoners op de missie. Identiteit- en zingevingversterkend. Beste grond voor kruisbestuiving en gedragsverandering.

Voorbeelden

Coöperatie Partago (België), Iris Elektrick, DeelAuto Hilversum

ARCHETYPE 3: DOE-HET-ZELF KRING



Verschijningsvorm

Bewonersinitiatief is informeel georganiseerd, en organiseert zelf op pragmatische wijze het deelvervoer met vervoermiddelen in privébezit, vaak met low-tech hulpmiddelen of minimaal gebruik van betaalde services.

Drijfveren/missie

Het meest pure autodelen wordt vaak gedreven door zowel idealisme als het delen van de kosten van een vervoersmiddel, maar vervoerskostenreductie is vaak de belangrijkste aanleiding.

Stabiliteit

Zeer stabiel: kosten en organisatielast zijn beperkt en daarmee goed volhoudbaar. Beschikbaarheid wordt onderling afgestemd, zodat dit kan leiden tot goede bezettingsgraden. Sociale verbanden dragen de organisatiestabiliteit. Deelcapaciteit is in aanvang gebaseerd op bestaand autobezit (geen investeringsrisico).

Schaal & Schaalbaarheid

Dit is georganiseerd op kleine schaal. Kostenreductie is streven, groei en schaal niet. Alleen 'schaalbaar' door kruisbestuiving van sociale groepen in andere buurten.

Toegankelijkheid: prijsstelling

Best mogelijke betaalbaarheid voor elke deelnemer omdat puur de kosten van het vervoermiddel worden gedeeld naar gebruik en organisatiekosten (overhead) minimaal zijn.

Impact

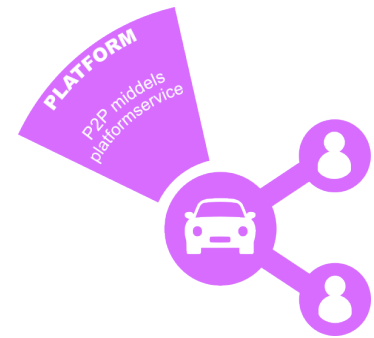
Bewonersinitiatieven hebben zonder uitzondering duurzaamheidsmotieven. In dit archetype is kosten minimaliseren vooral de aanleiding.

- **Ruimte**
Reductie van autobezit per deelauto hoog, maar beperkt tot sociale kring van het initiatief.
- **Vervoersbewegingen**
Positief effect van kostenbewustzijn autogebruik. Maar lage kosten in dit concept maken het autogebruik ook toegankelijker.
- **Duurzaamheid**
Er wordt niet persée gekozen voor uitstootvrij. (Want inzet van *bestaand* autobezit, ongeacht uitstootvrije aandrijving.) De ambitie kan er wel zijn.
- **Sociale cohesie**
Sterk want gebaseerd op bestaande, directe sociale kring, maar daardoor ook weinig uitbreidend effect.

Voorbeelden

(Kleinere) bewonersinitiatieven met DeelAuto.nl (Vereniging Gedeeld Autogebruik), Dégage (België)

ARCHETYPE 4: PEER TO PEER PLATFORM



Verschijningsvorm

Autobezitter biedt auto ter verhuur aan op digitaal platform. Platform biedt verschillende services die de aanbieder en huurder ontzorgen in de organisatielast. Platform ontvangt voor de (vertrouwens-) bemiddeling en services een fee.

Drijfveren/missie

Autobezitter: kosten private auto reduceren/ langer betaalbaar houden. Platform is winstgedreven, en bedrijft een disruptieve strategie.

Stabiliteit

Zeer stabiel: organisatielast voor autobezitter en huurder zijn beperkt. Platform draait op digitale services die door de fees worden gedekt. Capaciteit is gebaseerd op bestaand autobezit (geen investeringsrisico).

Schaal & Schaalbaarheid

In potentie zeer schaalbaar en op grote schaal mogelijk: elke autobezitter kan auto plaatsen voor verhuur.

Toegankelijkheid: prijsstelling

Platform is door disruptieve strategie sterk prijsconcurrerend met autoverhuur én autodeelmarkt. Geen vaste abonnementskosten voor huurder. Positief effect op toegankelijkheid betreft juist ook de autobezitter (immers: kostenverlaging van het bezit van een auto).

Impact

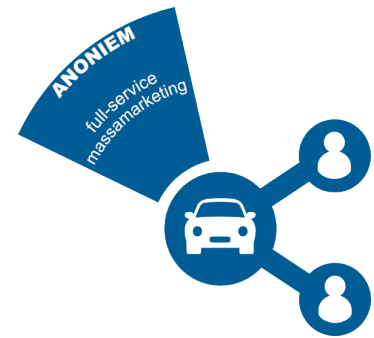
Impact op leefomgeving maken is geen doel van platform, maar disruptie van bestaande markt. (Er kunnen echter wel effecten ontstaan: huurders hoeven zelf geen auto aan te schaffen.)

- **Ruimte**
Algemeen positief effect van autodelen. Maar het autobezit dat op platform wordt aangeboden, wordt juist geïncentiveerd.
- **Vervoersbewegingen**
Vervoersbewegingen met het bestaande (eigen) autobestand in een gemeente nemen juist toe, omdat platform dit toegankelijker maakt.
- **Duurzaamheid**
Speelt geen noemenswaardige rol. Huurder kan uit aanbod op het platform principiële keuze maken voor elektrisch.
- **Sociale cohesie**
Geen doel, maar herhaald gebruik doet vertrouwensband ontstaan tussen verhuurder en huurder die kan uitgroeien tot sociale relatie.

Voorbeelden

Autobezitters en -huurders die elkaar vinden op platforms als SnappCar

ARCHETYPE 5: COMMERCIEEL & ANONIEM



Verschijningsvorm

Marktpartijen plaatsen aanbodgericht auto's voor on-demand autoverhuur o.b.v. abonnementen die via apps toegang geven aan onderling anonieme gebruikers. Zij bieden een full-service concept op plekken waar potentieel voldoende vraag is. (Inter)nationaal verzorgingsgebied.

Drijfveren/missie

Voor deze partijen is (snelle) groei van marktaandeel belangrijk. Een schaal-geoptimaliseerd concept wordt gestandaardiseerd uitgerold naar alle gebruikers.

Stabiliteit

De stabiliteit is door grote schaal hoog. Maar intensieve concurrentiestrijd in de (internationale) markt kan partijen doen omvallen en juist door de schaal in dat geval een groot beschikbaarheidsprobleem veroorzaken in steden en gebieden.

Schaal & Schaalbaarheid

Groot, en zeer groot bij internationale spelers. Het proces- en servicedesign zijn geoptimaliseerd voor schaalbaarheid en snelheid.

Toegankelijkheid: prijsstelling

Autodelen toegankelijk maken voor minder koopkrachtige doelgroepen is geen primair doel van dit type.

Impact

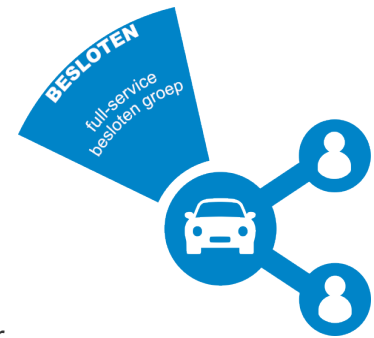
Impact maken in termen van: bijdragen aan bereikbaarheid- en/of oplossen van stadsproblematiek is een belangrijke overweging, als effect van de schaal waarop wordt gewerkt.

- **Ruimte**
De schaal waarop deze concepten draaien, kan het effect van autodelen op de afname van autobezit zeer versterken.
- **Vervoersbewegingen**
Minder vervoersbewegingen is een positief effect van autodelen in het algemeen. (Meer kostenbewustzijn over de prijs van een autoreis)
- **Duurzaamheid**
Als de aandrijving van auto's uitstootvrij is, kan veel impact worden bereikt met uitstootvrije mobiliteit.
- **Sociale cohesie**
Nihil, doordat gebruikers elkaar niet kennen, en geen verbinding hebben.

Voorbeelden

Sixt Sharing, Free2Move, MyWheels, Greenwheels

ARCHETYPE 6: COMMERCIEEL IN BESLOTEN GROEP



Verschijningsvorm

Marktpartij plaatst vraaggericht deelauto's in besloten groepen voor on-demand autoverhuur via abonnement/app. Dit kan bv. ontstaan bij nieuwbouw met verlaagde parkeernorm, waar een ontwikkelaar (maar denk ook aan werkgevers) afspraken met een aanbieder initieert. Na de ontwikkeling treedt een vereniging (van eigenaren of huurders) op als contactpersoon voor de aanbieder en/of gemeente. Maar gebruiksovereenkomsten blijven tussen de marktaanbieder en deelnemers (abonnement).

Drijfveren/missie

De aanbieder zoekt naar de economisch beste positie/beperking van investeringsrisico door het aanbod af te stemmen op directe vraag. Deelconcept wordt gestandaardiseerd uitgerold, en er is weinig ruimte om tegemoet te komen aan specifieke wensen in de lokale context.

Stabiliteit

Hoge stabiliteit, maar wanneer de besloten groep te weinig rijdt, schaaft aanbieder de capaciteit af. In geval de gebiedsontwikkelaar of de bewonersgroep geen heldere afspraken heeft gemaakt over servicegraad of continuïteit, kan dit de stabiliteit van het aanbod bedreigen.

Schaal & Schaalbaarheid

Schaaltempo volgt het ontstaan van de concrete vraag. Bij grote marktpartijen zijn het ontwerp van de service en bedrijfsprocessen geoptimaliseerd voor schaalbaarheid.

Toegankelijkheid: prijsstelling

Er ontstaat afhankelijkheid van het gekozen deelconcept en prijsverhogingen door de aanbieder.

Impact

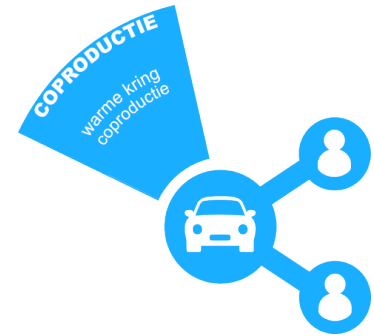
Autodelen toegankelijk maken voor minder koopkrachtige doelgroepen is geen primair doel van dit type: kostenstijgingen en marge worden door de aanbieder doorberekend in het gebruik.

- **Ruimte**
De schaalbaarheid van deze concepten kan de afname van autobezit zeer versterken. Er wordt alleen geplaatst waar daadwerkelijk vraag is.
- **Vervoersbewegingen**
Minder vervoersbewegingen is een positief effect van autodelen in het algemeen. (Meer kostenbewustzijn over de prijs van een autoreis.)
- **Duurzaamheid**
Als de aandrijving van auto's uitstootvrij is, kan op schaal veel impact worden bereikt.
- **Sociale cohesie**
Laag: bewoner(sorganisatie) treedt op als contactpersoon en kan aan vraagverzameling doen, maar deelnemers kunnen (onderling) anoniem gebruik maken van het concept.

Voorbeelden

Lokale besloten gebruikersgroepen die rijden met Hely, Greenwheels, MobiGo, CommShare, Vloto

ARCHETYPE 7: COMMERCIEEL & COPRODUCTIE



Verschijningsvorm

Marktpartijen plaatsen vraaggericht auto's in besloten groepen voor on-demand autoverhuur via abonnementen/app. De besloten gebruikersgroep vervult taken in het operationele beheer van de deelservice van de aanbieder, voortvloeiend uit de gebruiksovereenkomst. Contractanten voelen meer eigenaarschap en gaan zorgvuldiger om met de deelauto's.

Drijfveren/missie

Goede aanbod-vraag passing realiseren. Door deze samenwerking/coproductie met de gebruiker is ruimte voor margeverbetering/ gunstigere tariefstelling. Ook minder schaderisico door verantwoordelijker gebruik.

Stabiliteit

Hoge stabiliteit, mede door gunstiger kostenmodel. Aanbieder en gebruikersgroep stemmen in nauwere relatie de capaciteit af. Coproductie geeft wederzijdse afhankelijkheid en evenwichtig belang bij de relatie waardoor mogelijk iets lagere winstgevendheid van de deelcapaciteit getolereerd wordt. (Meer ruimte in de servicegraad).

Schaal & Schaalbaarheid

Concept is geoptimaliseerd voor schaalbaarheid. Het schaaltempo volgt het ontstaan van de concrete vraag. Er is iets minder druk (in vergelijking met archetype 1) op snelle opschaling, door een gunstiger kostenmodel dankzij coproductie met de gebruikersgroep.

Toegankelijkheid: prijsstelling

Brede betaalbaarheid is op zich geen doel. Hoewel er iets minder druk op de winstmarge ligt, rekent de marktaanbieder kostenstijgingen door in de gebruikstarieven.

Impact

Impact maken in termen van: bijdragen aan bereikbaarheid- en/of oplossen van stadsproblematiek is geen primair doel van de aanbieder, maar kan op schaal wel een effect zijn. De hogere mate van gebruikersbetrokkenheid kan zich vertalen naar ambassadeurschap voor gedragsverandering.

- **Ruimte**
De schaalbaarheid van deze concepten kan de afname van autobezit zeer versterken.
- **Vervoersbewegingen**
Positief effect van autodelen in het algemeen. Door nauwere relaties met gebruikersgroep zal het consumptiemaximalisatie-streven van de aanbieder minder aan de orde zijn.
- **Duurzaamheid**
Als de aandrijving van auto's uitstootvrij is, kan op schaal veel impact worden bereikt.
- **Sociale cohesie**
Grotere gebruikersbetrokkenheid. Stimuleert ook gedragsverandering.

Voorbeelden

Lokale besloten gebruikersgroepen in het deelconcept van OnzeAuto, die daarin taken vervullen

Dit document is tot stand gekomen in opdracht van N!D

Coverbeeld foto Natuurlijk!Deelmobiliteit

Copyright © Kartrekker | Annaricht Hannema 2025

annarichthannema.nl