

Plan van Aanpak “Het Nieuwe Rijden (HNR-3.0)”

Klimaattafel Mobiliteit

door Martin Kroon en Henk Wardenaar
juni 2018

1. Inleiding

De reductie die door de Klimaattafel Mobiliteit in 2030 bereikt moet worden bedraagt 7,3 Mton CO₂ (Volkskrant 11 juni 2018). Mobiliteit moet iets meer gaan reduceren dan Gebouwde omgeving en Landbouw tezamen ... voorwaar geen geringe opgave.

Alle zeilen zullen moeten worden bijgezet om dat te bereiken. Een no regret-maatregel die geen investeringen vraagt is *Het Nieuwe Rijden* (HNR). In het begin van deze eeuw is dit programma door de overheid met succes (en zeer kosten-effectief: <10 euro/ton CO₂!) ingevoerd met als resultaat dat in 2010 een CO₂-reductie van circa 0,7 Mton is bereikt. Helaas is HNR onder Rutte-1 niet gecontinueerd als overheid-gestuurd klimaatprogramma.

Als we uitgaan van een vloot-breed haalbare reductie van 10% van de jaarlijkse 14 miljard liter brandstofverbruik, dan kan HNR, mits met de juiste instrumenten bevorderd, ca. 1,4 miljard liter per jaar besparen, dat is ruim **3 Mton CO₂**. Deze potentie mag niet langer onbenut blijven. Als korte termijn doelstelling kan een reductie van 1 Mton CO₂ per jaar gelden, voor de middellange termijn lijkt 3 Mton CO₂ per jaar haalbaar.

HNR wil een gedragsverandering bereiken van automobilisten en vrachtwagenchauffeurs die resulteert in een vermindering op korte termijn van 10% van het brandstofgebruik en daarmee van de CO₂-uitstoot.

Hoe kan dat bereikt worden?

Het programma HNR is gericht op communicatie van de zeven tips die leiden tot de aantoonbaar haalbare verbruiksreductie van gemiddeld 10%, waarbij de belangrijkste tip die is van doorschakelen naar een hogere versnelling bij 2000 toeren per minuut. Door bij elke snelheid met lagere toeren te rijden wordt de voor iedere automobilist realiseerbare afname van het brandstofgebruik gerealiseerd en daarmee van de CO₂-uitstoot.

Dit Plan van Aanpak richt zich op het proces, de doelgroep, de partners (intermediarissen) en de te bereiken resultaten. Voorts is het van belang om voldoende budget ter beschikking te krijgen. Tijdens de vroegere HNR-campagne werd 0,7 Mton CO₂/jaar besparing bereikt met een budget van 1 á 2 miljoen euro!

2. Proces

Nadat het rijk het programma HNR gedurende 10 jaar heeft uitgevoerd (HNR1.0), is het naar de markt gebracht. Verantwoordelijk voor de uitvoering werd RAI-BOVAG die het Instituut voor Duurzame Mobiliteit (IvDM) belastten met de taak om het programma HNR2.0 uit te voeren.

De toevoegingen 1.0 en 2.0 bij HNR slaan op de opeenvolgende stadia dat een andere uitvoerder verantwoordelijk was. De inhoud (met als kern de rijgedrag-tips) blijft in grote lijnen hetzelfde. Het komende programma wordt HNR3.0.

In het Energie-akkoord is HNR opgenomen als een uitvoeringsmaatregel, resultaten zijn hiervan niet bekend.

Aansluiten bij de Klimaattafel Mobiliteit biedt een nieuwe kans om met HNR3.0 resultaten te boeken voor de bij Mobiliteit te halen CO₂-reductie. Zonder HNR ('laaghangend fruit') wordt de reductie van 7,3 Mton CO₂/jaar bijkans onhaalbaar.

De doelgroepen zijn automobilisten en vrachtwagenchauffeurs. Bij NS is voor de treinmachinisten een grootscheeps HNR-energiebesparingsstelsel geïmplementeerd, dat is gebaseerd op HNR (uitrollen bij nadering van een station in plaats van remmen).

De jongere automobilisten hebben de principes van HNR (sinds 2006) in hun opleiding aangeleerd. Niet duidelijk is in hoeverre zij dit nog toepassen nu er geen effectieve publiciteit meer aan gegeven wordt.

Behalve dat in de communicatie de principes/tips van HNR benadrukt worden, is het van belang om voortdurend "onderhoud" te plegen. In het stressvolle leven van de automobilist (veiligheid en tijdsdruk) dreigt HNR regelmatig naar de achtergrond te verdwijnen.

De partners van HNR zijn die organisaties die als intermediair fungeren naar de doelgroepen. Vier groepen onderscheiden zich:

- Organisaties gericht op de verkoop van auto's zoals importeurs van verschillende merken die bij de verkoop van een auto met hun klant, de automobilist, in contact komen. RAI en BOVAG zijn de branche-organisaties van de verkopers en van de autowerkplaatsen.
De bandenleveranciers vormen een aparte groep naast de autoleveranciers, zij spelen ook een rol om over bandenspanning met de klant/automobilist in contact te komen.
Leasemaatschappijen en fleetowners kunnen ook een rol vervullen.
- Organisaties gericht op de consument/automobilist: de ANWB en de Consumentenbond, en MilieuCentraal.
- De keten van brandstofleverantie (de oliemaatschappijen) en de uitbaters van tankstations waar de automobilist regelmatig langs komt om te tanken.

De mate en de wijze van klantcontact varieert, maar biedt voor elk van de groepen mogelijkheden om HNR uit te dragen.

De uitvoerder van HNR2.0 is de RAI-BOVAG/IvDM, maar bovenstaande opsomming van actoren laat zien dat zij nooit alleen de klus kunnen klaren.

Bij HNR1.0 was een heel netwerk ontwikkeld om partners bij de uitvoering van het HNR-programma te betrekken. Er werden ook (half-)jaarlijks partnerbijeenkomsten gehouden om de resultaten door te spreken en van elkaar te leren.

De stap naar HNR3.0 lijkt nodig om tot een versnelling van het halen van resultaten te komen.

3. HNR3.0

Financiën

Het is zaak om bij de uitvoering van HNR3.0 voldoende financiële middelen aan de uitvoerder toe te kennen om een netwerk op te bouwen en maatregelen te bekostigen. De gedachte gaat uit naar een startbudget van € 1 miljoen per jaar. Bij HNR1.0 werd het programma voor tenminste € 1 miljoen per jaar uitgevoerd.

De eerder genoemde zeven tips om zuinig te rijden zijn:

1. Schakel zo snel mogelijk door naar een hogere versnelling (bij 2000 - 2500 toeren per minuut);
2. Rij met een gelijkmatige snelheid met een laag toerental in een hoge versnelling (bv. 50 km/h in de 4^e versnelling);
3. Kijk ver vooruit en anticipeer op het overige verkeer; trek rustig op met maximaal halfgas.
4. Als je snelheid moet verminderen of als je moet stoppen (bv. voor een verkeerslicht), laat dan het gaspedaal los en laat de auto uitrollen in de versnelling waarin hij op dat moment staat;
5. Controleer (maandelijks) de bandenspanning;
6. Gebruik de toerenteller en de boordcomputer in de stand “actueel verbruik”;
7. In een elektrische auto en in een automaat rijd je zuiniger door rustig op te trekken (actieradius versus acceleratie).

Communicatie

HNR3.0 staat of valt met de inzet van voldoende communicatiemiddelen. Een veelheid aan middelen en media is mogelijk en die zijn in het verleden ook gebruikt. Nieuwe sociale media kunnen een belangrijke rol vervullen, afhankelijk van wie de afzender is.

- *Radio- en tv-commercials* zijn bij HNR1.0 veelvuldig toegepast en hebben een groot bereik. De naamsbekendheid van HNR teert nog steeds op deze commercials (‘Doeks uut Hasselt’). Dit is een effectieve maar relatief dure maatregel die om een voortdurende herhaling vraagt (vergelijk de BOB-reclame van de overheid);
- *Kaartjes/ hand-outs met de HNR-tips* om te verspreiden. Een relatief goedkope maatregel, die voor verschillende afzenders interessant kan zijn vanwege reclamemogelijkheden;
- *Een bedrijfscursus* van een halve of hele dag voor zakelijke en beroepschauffeurs (bus of vrachtwagen – in company) is relatief duur, maar zeer effectief. Het verhoogt het comfort van de buspassagiers en verlaagt de exploitatiekosten duidelijk. Deze maatregel rendeert altijd al via schadereductie. Het “zuinig rijden-programma” van NS laat de voordelen zien;
- *De nieuwe sociale media* vervullen een belangrijke rol om de tips en de voordelen van HNR over te brengen. Verschillende afzenders (consumentenorganisaties en oliemaatschappijen) kunnen deze media benutten om een mix te zenden van hun advertorials en de tips van HNR;
- *Free publicity* helpt om de boodschap te verspreiden in het kader van een publicatie. Dit kan zowel een krant als een weekblad zijn. Ook verenigingsbladen zoals die van de ANWB, de Consumentenbond of eventueel vakbladen zijn effectief omdat er dan een geïnteresseerd publiek is. Ook Shell heeft in zijn eigen blad verslag gedaan van bijvoorbeeld een zuinigheidsrace.

Organisatie

Om HNR3.0 tot een succes te maken is een duidelijke organisatie nodig:

- *Wie wordt de uitvoerder?*
IvDM kan zijn rol voortzetten, mits andere belanghebbenden mede verantwoordelijk worden: ANWB en een lid uit de oliebranche en enkele deskundigen
- *Wie neemt deel aan het opstellen van een (meerjaren)programma HNR3.0?*
Veel deskundigheid is aanwezig bij de RvO (vroeger Senter-Novem) en oud-projectleiders.
- *Wie worden de nieuwe partners?*
Vanuit verschillende branches dienen vertegenwoordigers zich aan: oliemaatschappijen, auto-importeurs, bandenverkopers, autorijscholen etc.
- *Welk budget komt beschikbaar en wie fourneert dat?*
De gedachte is een startbudget van € 1 miljoen te fourneren en op basis van een meerjarenprogramma een continue geldstroom mogelijk te maken. Wie de geldschieter wordt is thans niet duidelijk. Een gedachte is om het ministerie van EZ en K hiervoor de verantwoordelijkheid te laten nemen.
- *Aan wie wordt verantwoording afgelegd?*
In een stuurgroep kunnen vertegenwoordigers van de partners worden opgenomen en kan (jaarlijks) verantwoording over de besteding van gelden worden afgelegd.

Besluitvorming

Bij de auteurs zijn duidelijke ideeën aanwezig over de organisatie, financiering en vormgeving. Het lijkt zinvol deze uitwerking ter hand te nemen, wanneer het groene licht voor HNR3.0 gegeven wordt. Alle projecten en rapportages uit HNR1.0 zijn nog bij hen beschikbaar.

Opname van HNR3.0 in het pakket maatregelen van de Klimaat-afspraken Mobiliteit is een eerste noodzakelijke stap.

=====

Bijlage

HNR3.0 Acties en actoren in het kader van het Klimaat-akkoord tot 2025

Doelgroepen HNR-tips

Rijbewijsbezitters, rijkschoolleerlingen, bus- en vrachtwagenchauffeurs, bestelautochauffeurs, zakenautorijders, beroepschauffeurs

Uitvoerende partnerorganisaties en branches

RAI, BOVAG, IvDM, ANWB, VACO, TLN, EVO, KNV, OV, CB, CBR, VVN, VNA/leasemijnen, Natuur en Milieu, Milieu Centraal, fleet owners, importeurs, oliemijnen, IenW, EZ

Kanalen voor HNR

Media: TV/Radio/print media/internet, free publicity en h.a.h., vakbladen auto/transport, partner/branche-media, groene kanalen/media, in-car, publieke ruimte

Acties en communicatiemiddelen

Short stories over HNR-tips/wintertips/bandenspanning/veiligheid, hand-outs en small gifts met de tips (bijv. sleutelhangers), spotjes radio/TV/internet, BNers-sleutelfiguren (Verstappen?), trainingen en cursussen, HNR-wedstrijdjes, in-car stickers met HNR-tips, billboards met '50 in z'n 4' en '80 in z'n 5'

Communicatiesituaties

Tankstations, garages, showrooms, parkeergarages, verhuurbedrijven, werklocaties, in-car/boordcomputer, overheidsgebouwen, bibliotheken, manifestaties (TT?), groene meet-ups, roadside zichtlocaties, algemene of specifieke media

Boodschap inhoud en vorm

Hoofdregel: De HNR-kerntips centraal stellen.

De secundaire HNR-tips (EV e.d.) en detailinfo beschikbaar via de website/kanalen.

'What's in it for me?' gaat boven CO₂/klimaat/milieu, vv meer accent!

HNR sterk merk, dus gebruiken boven 'groen/eco/slim/zuinig' etc.

Spotjes met humor cf. de Doeks, logo/eenheidsstijl?

Do's & don'ts

Concreet blijven, bureaucratie vermijden, leren van/gebruiken ervaring HNR 1.0,

Snel aan-de-slag i.p.v. onderzoeken/meten/evalueren; overheid blijft low key;

Kosten/budget per actie/org voor eigen rekening, één trekker?

Acties op de korte termijn

-HNR-website updaten?

-Herstel HNR-kwaliteit in rijopleiding (training instructeurs?) [BOVAG]

-HNR-special in de Kampioen [ANWB]

-HNR-special in de verschillende partnerorganisatie-bladen [alle]

-HNR-tips hand-outs, - met sleutelhanger e.d. via tankstations, garages, showrooms en relevante auto-locaties (bedrijfsparkeren etc.) [alle]

-Verhogen basis-bandenspanning [VACO, RAI, BOVAG, ANWB, VVN]

-Instructie kopers bij nieuwverkoop in gebruik boordcomputer/cruise control/RPM/GSI [BOVAG,RAI]

-bevordering verkoop automaten en c.c., a.c.c. [RAI,BOVAG]

-HNR-training standaard voor alle beroepschauffeurs en zakenautorijders [alle]

-afstoppen internet- en garage-fabeltjes over HNR (kapotte distributie!)

-dashboard-stickers in huurauto's, Greenwheels e.d. met de HNR-tips [BOVAG]

-wintertips voorbereiden, verkoop ruitenfolie e.d. bevorderen [ANWB,CB, MC]

Succescriteria

Frequentie HNR-tips tegenkomen bijv. 1x per maand,

Afname 40% verschil test-praktijk

Bekendheid/acceptatie HNR naam en tips

Aantal HNR-cursisten