

Bereikbaarheid als voorwaarde voor personeel en groei

Tips om samen te werken aan beter bereikbare bedrijventerreinen

Een goed bereikbaar bedrijventerrein is aantrekkelijk voor werknemers, werkgevers én de regio. Toch is voor veel werknemers de reis naar werk zonder auto een uitdaging, terwijl werkgevers op zoek zijn naar nieuw talent en voldoende personeel.

Nieuw onderzoek toont aan dat ongeveer een kwart van de bedrijven op bedrijventerreinen moeite heeft vacatures in te vullen doordat ze moeilijk bereikbaar zijn. Haltes liggen te ver weg of een bus rijdt geen logische route die aansluit bij de werklocaties. Wanneer een locatie slecht bereikbaar is, vinden werkgevers het vooral lastig jongere werknemers aan te trekken. Zo'n 60 procent van de werkgevers vindt het dan ook belangrijk dat werknemers meer mogelijkheden hebben dan alleen de auto om naar het werk te komen.

Door te investeren in beter openbaar vervoer, slimme overstappunten en praktische oplossingen vanaf het station of de bushalte, kunnen bedrijventerreinen voor veel meer mensen bereikbaar worden.

In deze brochure laten we aan de hand van praktijkvoorbeelden zien hoe bedrijven, vervoerders en overheden samenwerken aan innovatieve mobiliteitsoplossingen. Laat u inspireren door deze initiatieven en ontdek de mogelijkheden om ook uw bedrijventerrein beter bereikbaar te maken.

Colofon:
Natuur & Milieu
Programma Verduurzaming Bedrijventerreinen

Deze brochure is mede tot stand gekomen door de bijdragen van deelnemers tijdens een expertise-sessie op 26 mei 2026. Wij danken de deelnemers voor het delen van hun kennis en inzichten

**NATUUR
& MILIEU**
Laat zien dat het kán

De onbenutte kansen voor een sterkere arbeidsmarkt

Bijna één op de drie werkende Nederlanders werkt op een bedrijventerrein.

Toch is ongeveer [een vijfde](#) van de bedrijventerreinen zeer slecht of helemaal niet bereikbaar met het ov. Daardoor zijn veel banen voor een deel van de werknemers feitelijk buiten bereik. Bovendien verslechterde de bereikbaarheid van banen met het openbaar vervoer de afgelopen tien jaar, vooral voor werknemers op de basisarbeitsmarkt.

Een betere bereikbaarheid biedt daarom kansen voor zowel werknemers als werkgevers. Het vergroot de toegang tot werk, biedt mogelijkheid om meer uren te werken of een betere baan te vinden, en vergroot de vijver waaruit bedrijven kunnen werven.

Samen zorgen voor nieuwe vervoersmogelijkheden

Er zijn verschillende manieren om te zorgen voor beter vervoer van en naar bedrijventerreinen:

- **Deelmobiliteit:** (elektrische) deelfietsen of -scooters kunnen helpen bij het laatste stukje tussen ov-halte en de werklocaties op het bedrijventerrein.
- **Collectief besloten vervoer:** een andere optie is het organiseren van vanpooling of een pendel- of shuttlebusje naar een ov-station (zie ook kader). Dat is meestal besloten vervoer, dus alleen toegankelijk voor deelnemende bedrijven.
- **Een nieuwe of aangepaste buslijn:** werkt het best als de totale vervoersstroom in een gebied rond het bedrijventerrein groot genoeg is, of als een bestaande lijn vrij makkelijk kan worden aangepast. Denk aan een andere route, of meer bussen 's avonds.

Welke vervoersoplossing past bij welke situatie?

Situatie	Kansrijke oplossing(en)	Vooral geschikt wanneer...
Bedrijventerrein ligt op fietsafstand van een station of ov-halte (1-5 km)	Deelfietsen, bedrijfsfietsen, goede fietsroutes	... veel werknemers in potentie met trein of bus kunnen en het laatste deel van de reis een drempel vormt.
(Klein) bedrijventerrein ligt verder van een station (5-15 km)	Shuttlebus	... er voldoende werknemers zijn die vanaf hetzelfde station reizen en een vaste verbinding rendabel maken.
Werknemers wonen verspreid, maar geconcentreerd in enkele woongebieden	Vanpooling	... groepen werknemers vergelijkbare werktijden hebben en vanuit dezelfde regio naar het werk reizen.
Veel werknemers werken in ploegdiensten of buiten reguliere ov-tijden	Vanpooling, shuttlebus op maat	... regulier openbaar vervoer onvoldoende aansluit op begin- en eindtijden van diensten.
Groot bedrijventerrein met veel werkgevers, veel groei, of de potentie van combinaties met andere bestemmingen	Shuttlebus, verbeterde ov-lijn, mobiliteitshub	... de gezamenlijke vervoersvraag groot genoeg is om collectief vervoer te organiseren of regulier openbaar vervoer te rechtvaardigen.

Een goede voorbereiding

Hoe kies je de juiste oplossing?

Er bestaat geen standaardoplossing voor een betere bereikbaarheid. Wat werkt, hangt af van de lokale situatie. Factoren zoals de omvang van het terrein, werktijden, de afstand tot een station of ov-knooppunt, verkeersveiligheid, bestaand ov-aanbod, het type werknemers en de organisatiegraad van het bedrijventerrein spelen allemaal een rol.

Daarom is het belangrijk om niet te snel voor één specifieke oplossing te kiezen. Een deelfiets, shuttlebus of vanpool kan een uitstekend middel zijn, maar pas als duidelijk is welk bereikbaarheids-

probleem ermee wordt opgelost. Begin daarom bij de vraag van werknemers en werkgevers, en kijk vervolgens welke maatregel het beste aansluit.

Een succesvolle bereikbaarheidsaanpak begint met inzicht. Waar wonen werknemers? Hoe reizen zij nu naar het werk? Tegen welke knelpunten lopen zij aan? En welke groepen potentiële werknemers worden nu mogelijk niet bereikt?

Er zijn verschillende manieren om dit in beeld te brengen:

Werknemersenquêtes geven inzicht in reisgedrag, wensen en knelpunten. Vraag niet alleen hoe mensen nu reizen, maar ook welke alternatieven zij zouden overwegen.

Werkgeversgesprekken helpen om personeelsvraagstukken te koppelen aan bereikbaarheid. Welke vacatures zijn lastig te vervullen?

Postcode-analyses laten zien waar werknemers wonen en vanuit welke gebieden personeel wordt geworven. Dit maakt zichtbaar welke ov-verbindingen kansrijk zijn.

Bereikbaarheidskaarten en reistijdanalyses brengen in beeld hoeveel werknemers een bedrijventerrein binnen een bepaalde reistijd kunnen bereiken met het ov.

Werkgeversgesprekken helpen om personeelsvraagstukken te koppelen aan bereikbaarheid. Welke vacatures zijn lastig te vervullen?

Door deze inzichten te combineren, ontstaat een duidelijk beeld van de werkelijke vraag. Dat vergroot de kans op een oplossing die daadwerkelijk wordt gebruikt. Een shuttlebus, deelfiets of nieuwe ov-lijn is pas succesvol als deze aansluit bij de reispatronen van werknemers en de personeelsbehoefte van werkgevers.

Mobiliteitsscans laten echter alleen zien waar kansen liggen. Ze zeggen nog weinig over toekomstige groei, belangen van andere partijen in de omgeving, en de bereidheid van werkgevers en

uitzendbureaus om nieuwe vervoerskeuzes actief te stimuleren.

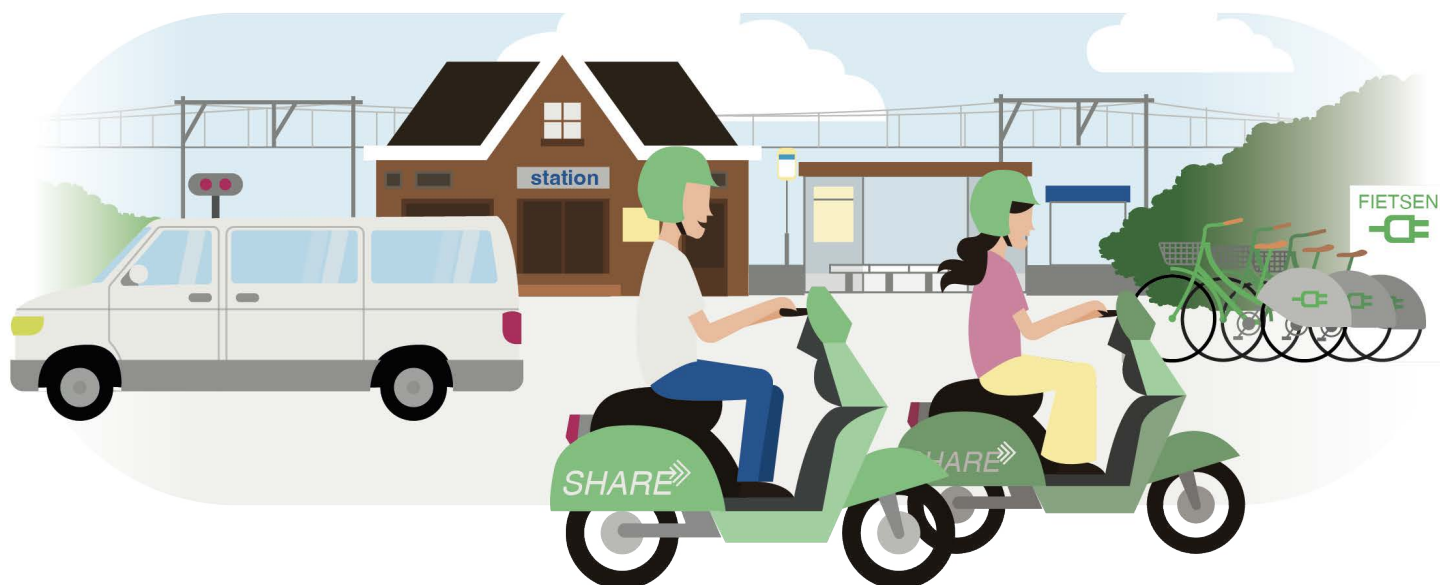
Vrijwel altijd is samenwerking daarbij een belangrijke succesfactor. Wanneer bedrijven gezamenlijk optrekken, ontstaat een beter beeld van de vervoersvraag en wordt de schaal groter. Dat maakt het eenvoudiger om vervoerders, aanbieders van mobiliteitsdiensten en overheden aan te haken. Een collectieve aanpak helpt zo om van losse wensen te komen tot een passende en haalbare oplossing.

Versnellers

De noodzaak om de bereikbaarheid van een bedrijventerrein te verbeteren, ontstaat vaak geleidelijk. Juist daarom blijft actie soms uit. Toch zijn er ook situaties waarin de urgentie plotseling toeneemt, of waarin andere veranderingen ervoor zorgen dat nieuwe mobiliteitsoplossingen sneller van de grond kunnen komen. Daarnaast zijn er meer acute redenen om vervoerskeuze te creëren. Let daarom op ontwikkelingen die als versneller kunnen werken:

- **De komst van een groot nieuw bedrijf** zorgt voor een sterke groei van het aantal werknemers. Daardoor ontstaat voldoende schaal om bijvoorbeeld een shuttlebus, collectief vervoer of betere ov-verbindingen rendabel te maken.
- **Concurrentie om personeel** creëert urgentie. Zeker wanneer nabijgelegen bedrijventerreinen beter bereikbaar zijn met het openbaar vervoer, kan het lastiger worden werknemers zonder auto aan te trekken.
- **Wegwerkzaamheden en verkeershinder** verslechteren de bereikbaarheid per auto tijdelijk of structureel. Dat maakt de behoefte aan alternatieve vervoersmogelijkheden vaak direct zichtbaar.
- **Minder ruimte voor parkeren** is vaak aanleiding om alternatieven te ontwikkelen. Bijvoorbeeld wanneer nieuwe gebouwen worden gerealiseerd of een bedrijf uitbreidt. Of wanneer een terrein wordt heringericht met meer groen, fietsvoorzieningen of andere functies.
- **Nieuwe woningbouw in de regio** biedt kansen op betere ov-verbindingen voor werknemers uit nieuwe woonwijken. Bij de ontwikkeling van nieuwe woongebieden moet altijd worden gekeken naar de ontsluiting van het gebied. Door daarbij ook de vervoersvraag van nabijgelegen bedrijventerreinen mee te nemen, ontstaat mogelijk voldoende vraag om een nieuwe ov-verbinding of mobiliteitsvoorziening haalbaar te maken.
- **Samenwerken met andere grote bestemmingen** in de omgeving helpt om voldoende vervoersvraag te bundelen. Denk aan ziekenhuizen of onderwijsinstellingen, of andere grote werkgevers. Deze voorzieningen trekken vaak veel werknemers, studenten en bezoekers en hebben vergelijkbare bereikbaarheidsvraagstukken. Door gezamenlijk op te trekken, ontstaat een grotere en meer voorspelbare reizigersstroom. Dit maakt een nieuwe ov-verbinding, shuttlevoorziening of mobiliteitshub sneller haalbaar.

Op bedrijventerrein [Het Klooster](#) ontstond zo urgentie door werkzaamheden aan de A27. Mede met hulp van de 'hinderaanpak' van Rijkswaterstaat en een mobiliteitsmakelaar, is tijdig een buslijn aangepast om de ov-bereikbaarheid te verbeteren. Met een mobiliteitsscan werd de ov-potentie voor het bedrijventerrein in kaart gebracht. Veel medewerkers bleken met de bus vanaf Utrecht Centraal te kunnen reizen, maar de dienstregeling sloot niet goed aan op de werktijden van bedrijven. Inmiddels zorgt de nieuwe buslijn 66 tussen 5.30 en 24.00 uur elk halfuur voor een directe verbinding met Utrecht CS.



Aan de slag

Een concreet stappenplan

Een succesvolle vervoersoplossing begint met samenwerking. Geen enkele partij beschikt namelijk over alle informatie die nodig is om de vraag, kosten, baten en kansen volledig in beeld te brengen. Pas wanneer bedrijven, overheden, vervoerders en andere betrokken organisaties hun kennis en belangen combineren, ontstaat een overtuigende businesscase voor nieuwe vervoerskeuzes.

Voor werkgevers is het belangrijk te weten dat investeren in extra vervoerskeuzes niet automatisch betekent dat zij moeten meebetalen aan de exploitatie. Wel hebben overheden die verantwoordelijk zijn voor openbaar vervoer behoefte aan duidelijkheid. Zij moeten inschatten of een nieuwe verbinding of aangepaste route voldoende maatschappelijke waarde oplevert en wordt gebruikt.

Daarvoor is meer nodig dan alleen een herkomstbestemmingenonderzoek. Naast inzicht in waar werknemers wonen en werken, zijn ook antwoorden nodig op vragen als: hoeveel werknemers verwachten bedrijven in de toekomst nodig te hebben? Welke andere bestemmingen kunnen van de verbinding profiteren? En hoe actief zijn werkgevers bereid nieuwe vervoersmogelijkheden onder de aandacht te brengen?

Hoe concreter deze informatie, hoe sterker de businesscase voor een collectieve vervoersoplossing.

Stap 1.

Breng de opgave in beeld

Start met een gezamenlijke analyse van de arbeidsmarkt- en bereikbaarheidsopgave. Welke vacatures zijn lastig te vervullen? Welke doelgroepen worden nu onvoldoende bereikt? En welke rol speelt bereikbaarheid daarin?

Stap 2.

Verzamel gegevens over de vervoersvraag

Breng in kaart waar werknemers wonen, hoe zij reizen, welke werktijden zij hebben en welke knelpunten zij ervaren. Kijk daarbij ook naar toekomstige ontwikkelingen, zoals groei van bedrijven, nieuwe woningbouw of veranderingen in de omgeving.

Stap 3.

Zoek naar gezamenlijke belangen

Betrek niet alleen bedrijven, maar ook gemeenten, provincies, vervoerders, onderwijsinstellingen, ziekenhuizen en andere grote bestemmingen in de omgeving. Vaak ontstaat een sterkere businesscase wanneer de vervoersvraag van meerdere partijen wordt gecombineerd.

Stap 4.

Verken mogelijke oplossingen

Onderzoek welke maatregelen passen bij de lokale situatie. Denk aan een aangepaste buslijn, shuttlebus, vanpooling, deelfietsen, een mobiliteitshub of een combinatie van maatregelen. Vergelijk de verwachte effecten, kosten en benodigde organisatie. [De ParkManager Tool - Collectieve Vervoersoplossingen](#) kan hierbij helpen.

Stap 5.

Schat gebruik, impact en maatschappelijke opbrengsten in

Maak een realistische inschatting van het aantal gebruikers, de effecten op bereikbaarheid, en de bijdrage aan arbeidsmarktvragestukken. Kijk niet alleen naar huidige werknemers, maar ook naar potentiële nieuwe werknemers die hierdoor bereikbaar worden. Breng daarnaast bredere maatschappelijke opbrengsten in beeld. Zoals hogere arbeidsparticipatie, betere kansen voor mensen zonder auto, minder verkeersdruk, en een duurzamer mobiliteitssysteem.

Stap 6.

Verdeel rollen, kosten en opbrengsten

Bespreek welke partijen belang hebben bij de oplossing en welke bijdrage zij kunnen leveren. Denk aan financiële bijdragen, communicatie, het beschikbaar stellen van ruimte of het organiseren van vervoer. Juist omdat de opbrengsten vaak bij meerdere partijen terechtkomen, is het belangrijk ook gezamenlijk naar de financiering te kijken.

Stap 7.

Start met een pilot

Test de oplossing eerst op beperkte schaal. Een pilot maakt zichtbaar hoeveel gebruik er daadwerkelijk van wordt gemaakt. En het laat zien welke aanpassingen nodig zijn voordat structurele investeringen worden gedaan.

Stap 8.

Monitor en schaal op

Meet gebruik, tevredenheid en effecten op werving, bereikbaarheid en arbeidsparticipatie. Gebruik deze inzichten om de businesscase verder te onderbouwen, de oplossing te verbeteren en waar mogelijk op te schalen.

Organiseer de samenwerking

Voor het realiseren van nieuwe vervoerskeuzes is het belangrijk dat bedrijven gezamenlijk optrekken en een duidelijk aanspreekpunt hebben voor overheden en vervoerders.

Dat kan beginnen met een informele werkgroep of een tijdelijk samenwerkingsverband rond een concreet mobiliteitsvraagstuk.

Wanneer de samenwerking structureler wordt, kiezen veel bedrijventerreinen voor een formele organisatievorm. Bijvoorbeeld een ondernemersvereniging, parkmanagementorganisatie, stichting, coöperatie of Bedrijveninvesteringszone (BIZ). Deze vormen maken het eenvoudiger om belangen te bundelen, financiering te organiseren, gegevens te verzamelen en namens het bedrijventerrein afspraken te maken met overheden en vervoerders.

Welke vorm het beste past, hangt af van de omvang van het terrein, de ambities en de gewenste mate van samenwerking. Verdiep u daarvoor in de verschillende organisatievormen en ontdek welke structuur het beste past bij uw ambities, schaal en mobiliteitsopgaven. Concrete handvatten hiervoor vindt u bij [Programma Verduurzaming Bedrijventerreinen](#).

Werk samen aan een solide businesscase

Veel mobiliteitsoplossingen starten met een tijdelijke subsidie. Dat helpt om snel te beginnen, maar als het subsidiepotje leeg is, stopt het

initiatief vaak weer. Denk daarom vanaf het begin na over de periode erna.

Er zijn grofweg twee manieren om een oplossing structureel te maken. De eerste is: het bedrijventerrein zet de exploitatie zelf voort via een vaste financieringsbron zoals een BIZ of ondernemersfonds. De tweede: de oplossing wordt onderdeel van het reguliere openbaar vervoer en de overheid neemt de verbinding over. Omdat collectieve oplossingen vaak kostbaar zijn, is het belangrijk goed zichtbaar te maken wat ze opleveren. Kijk daarbij verder dan het aantal instappers: gaat het bijvoorbeeld om medewerkers die anders niet op het terrein konden werken?

Breng ook bredere baten in beeld. Bijvoorbeeld: lastig vervulbare vacatures die nu wél kunnen worden ingevuld. Of een grotere groep waaruit bedrijven kunnen werven, en minder parkeerproblematiek of drukte op de weg. Hoe concreter u de baten maakt, hoe sterker de businesscase. En hoe groter de kans dat partijen blijvend willen meebetalen.

Verschillende vormen van publiek-private samenwerking

Er is niet één route naar een succesvolle vervoersoplossing. In de praktijk zien we verschillende vormen van samenwerking tussen bedrijven, overheden en vervoerders. Soms nemen bedrijven zelf het initiatief en organiseren zij vervoer voor hun werknemers. In andere gevallen neemt de overheid het voortouw en sluiten bedrijven aan. Daartussen bestaan allerlei tussenvormen.

Onderstaande praktijkvoorbeelden laten zien dat de rolverdeling sterk kan verschillen: van relatief weinig publieke betrokkenheid naar situaties waarin de overheid een grotere rol speelt bij financiering, organisatie of uitvoering.

Samen organiseren, overheid faciliteert

Bedrijven kunnen zelf het initiatief nemen om een vervoersoplossing te ontwikkelen en uit te voeren. Op bedrijventerrein [De President](#) in Hoofddorp zetten enkele bedrijven bijvoorbeeld drie elektrische shuttlebusjes in die werknemers vervoeren tussen station Hoofddorp en hun werk. De overheid speelt hierbij vooral een faciliterende rol. De pilot wordt ondersteund met een [COVER-subsidie](#), waarmee bedrijven nieuwe vormen van collectief vervoer kunnen verkennen en testen. De uitvoering en organisatie blijven echter grotendeels in handen van de bedrijven zelf.

Les uit de praktijk: een subsidie kan helpen de eerste stap te zetten, maar bedrijven kunnen veel zelf organiseren bij een duidelijke vervoersvraag en voldoende draagvlak. Denk daarbij wel vroegtijdig na over de periode na afloop van de subsidie. Juist een plan voor financiering, organisatie en continuïteit op langere termijn vergroot de kans dat een succesvolle pilot doorgroeit naar een structurele voorziening. Het succes van een pilot met gratis deelfietsen bij [Lage Weide](#) was zo groot, dat het budget snel op was. Na introductie van een eigen bijdrage halveerde het gebruik, omdat veel lokale werkgevers nog geen reisvergoeding gaven onder de tien kilometer.

Zelf investeren en toewerken naar publieke overname

Een stap verder is dat bedrijven niet alleen initiatief nemen, maar ook zelf investeren in een vervoersvoorziening. Op bedrijventerrein [Riekerpolder](#) in Amsterdam had de onbereikbaarheid met ov grote invloed op het aantrekken van nieuw personeel. Daarop namen vier grote bedrijven de handschoen op en richtten een BIZ op.

Samen kochten ze aanvullend openbaar vervoer in bij vervoerder GVB. De bedrijven financierden de verbinding aanvankelijk volledig zelf. De bijdrage bedroeg ongeveer 800.000 euro per jaar. Met duizend gebruikers per dag, wordt de lijn intensief gebruikt. Na tien jaar is deze lijn opgenomen in de concessie en onderdeel van het GVB-netwerk.

Les uit de praktijk: een tijdelijke investering van bedrijven kan de potentie van een verbinding aantonen, en zo de weg vrijmaken voor structurele publieke financiering.

Gezamenlijke investeringen in een mobiliteitssysteem

Rond Eindhoven werken bedrijven en overheden samen in een partnerfonds om de bereikbaarheid van een sterk groeiende regio te waarborgen. De groei van werkgelegenheid kan daar niet langer uitsluitend worden opgevangen door autoverkeer. Vanuit deze samenwerking worden onder meer [mobiliteitshubs](#) ontwikkeld. Daar komen openbaar vervoer, fietsen en deelfietsen samen. De kosten worden gedeeld tussen publieke en private partijen. Bedrijven dragen bij aan de financiering, omdat goede bereikbaarheid een voorwaarde is voor verdere groei.

Les uit de praktijk: wanneer meerdere partijen profiteren van betere bereikbaarheid, kan ook gezamenlijk worden geïnvesteerd in een breder mobiliteitssysteem.

Zelf voorbereiden en de overheid verleiden

Op bedrijventerrein [Medel](#) bij Tiel reed al dertien jaar geen bus meer. Toen een groot nieuw bedrijf zich er vestigde, ontstond een momentum om opnieuw naar de bereikbaarheid te kijken. De bedrijvencoöperatie liet samen met een mobiliteitsmakelaar een herkomstbestemmingsanalyse uitvoeren en bracht de vervoersvraag in beeld. Bovendien sprak ze met tientallen bedrijven af dat zij hun werknemers actief zouden stimuleren het openbaar vervoer te gebruiken. Ook werd actief meegedacht over routes en halteplaatsen. Deze voorbereiding gaf vervoerder en overheid voldoende vertrouwen om een nieuwe busverbinding op te nemen in het vervoersplan.

Les uit de praktijk: niet alleen de vervoersvraag telt. Ook de bereidheid van bedrijven om gebruik te stimuleren en gezamenlijk verantwoordelijkheid te nemen, kan doorslaggevend zijn voor een positieve businesscase.

Zelf partijen verbinden en knelpunten oplossen

Soms is de grootste bijdrage van bedrijven niet financiering, maar het organiseren van samenwerking. Op bedrijventerrein [Krabbepolder](#) in Dordrecht bracht de lokale BIZ vervoerder, provincie en gemeente bij elkaar om een spitsbus naar het station op te zetten. De verbinding begon als een besloten voorziening voor werknemers, maar werd al snel openbaar en later onderdeel van de concessie.

De spitsbus werd opgestart met **subsidie** en later ondersteund met een **structurele bijdrage van de provincie**. Bedrijven hoefden aanvankelijk niet extra te betalen naast hun BIZ-bijdrage. De BIZ organiseerde de communicatie, hielp reizigers op weg en regelde een vangnet voor werknemers die buiten de dienstregeling onverwacht naar huis moesten. De verbinding werd bovendien vanaf het begin zichtbaar gemaakt in reisplanners. Daarna kon deze stap voor stap worden opgeschaald naar een grotere bus en een uitgebreidere dienstregeling.

Les uit de praktijk: succesvolle mobiliteitsprojecten vragen vaak om een partij die eigenaarschap neemt, partijen verbindt en praktische belemmeringen wegneemt.

De overheid neemt het voortouw

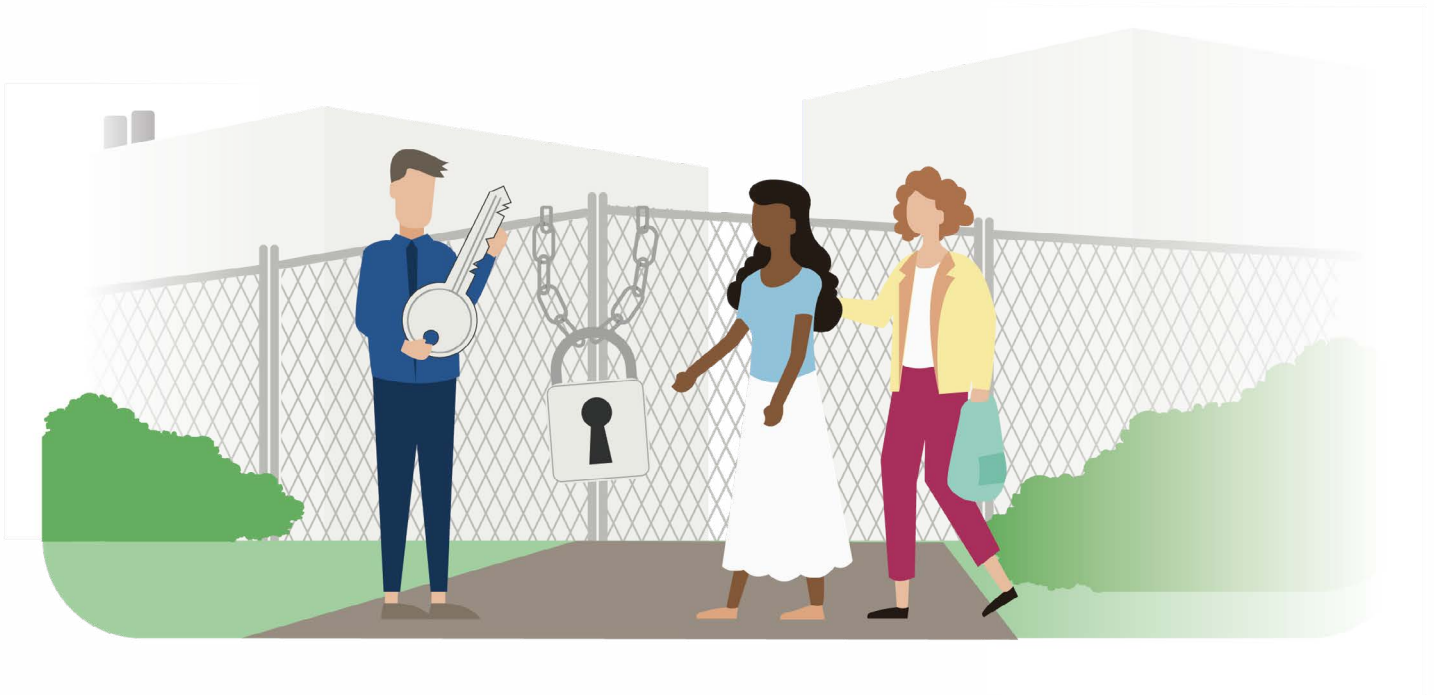
Op industrieterrein [Moerdijk](#) zijn bedrijven vertegenwoordigd via het havenbedrijf. Veel werknemers werken via uitzendbureaus en een groot deel van de toekomstige arbeidsmarkt beschikt niet vanzelfsprekend over een auto.

In samenwerking met vervoerder en provincie is een pilot opgezet voor een busverbinding tussen station Lage Zwaluwe en het bedrijventerrein. Deze pilot is opgezet door de vervoerder en de provincie binnen de concessie. De overheid draagt hier feitelijk mee in de kosten, doordat de verbinding als publieke ov-pilot wordt gefinancierd. De omvang van de werkgelegenheid en de verwachte groei maakten de verbinding interessant

vanuit vervoerskundig perspectief.

De praktijk laat echter ook zien dat een goede businesscase meer vraagt dan alleen voldoende potentiële reizigers. Zonder actieve communicatie en commitment richting werknemers, blijft gebruik vaak achter bij de verwachtingen. Daarnaast kunnen praktische factoren een grote invloed hebben op het succes, zoals de kwaliteit van haltes, looproutes en overstapvoorzieningen.

Les uit de praktijk: een goede verbinding alleen is niet voldoende. Ook informatievoorziening, sociale veiligheid en de kwaliteit van de laatste meters bepalen of werknemers daadwerkelijk voor een nieuwe vervoersoptie kiezen.



Concrete tips

Wat leren deze voorbeelden?

De voorbeelden laten zien dat succesvolle vervoersoplossingen op bedrijventerreinen verschillende vormen kunnen aannemen. Sommige bedrijventerreinen investeren zelf, andere zetten vooral in op samenwerking, stimulering of het creëren van bestuurlijk draagvlak. Ook de mate van financieel commitment verschilt.

De rode draad is dat publieke en private partijen elkaar versterken wanneer zij hun kennis, belangen en middelen combineren. Juist die samenwerking vormt vaak de basis voor een succesvolle en duurzame vervoersoplossing.

Tips voor overheden en bedrijven

Samenwerking tussen overheden, vervoerders en bedrijven is de basis voor betere bereikbaarheid van bedrijventerreinen. De precieze rolverdeling verschilt per regio en project, maar uit de praktijk komen een aantal lessen steeds terug.

Tips voor overheden



Concessies als kans voor bereikbaarheid

Maak niet alleen ruimte voor tussentijdse aanpassingen binnen de concessie, maar zorg ook dat bedrijven weten hoe zij daarvan gebruik kunnen maken. Veel bedrijven weten niet hoe openbaar vervoer wordt georganiseerd en dat vooral bij een nieuwe concessie aanpassingen mogelijk zijn.

Maak daarom inzichtelijk wat wanneer kan worden aangepast, en welke informatie de overheid nodig heeft om een voorstel te beoordelen. Organiseer vaste momenten waarop werkgevers, bedrijventerreinen, vervoerders en mobiliteitsmakelaars bereikbaarheidsvraagstukken op de agenda kunnen zetten.



Maak van beleid een uitnodiging

Veel ov-visies noemen het belang van bereikbare bedrijventerreinen. Helaas bereiken deze ambities ondernemers vaak niet. Communiceer daarom actief over de bereikbaarheidsdoelen voor bedrijventerreinen. Zo weten bedrijven waar zij kunnen aanhaken, en kunnen ze met concrete voorstellen komen.



Benut de kennis van vervoerders

Vervoerders weten vaak goed welke routes kansrijk zijn, welke frequenties haalbaar en welke randvoorwaarden nodig voor succes. Betrek ze daarom vroegtijdig bij gesprekken met bedrijventerreinen en zie ze niet alleen als uitvoerder van een concessie. Stimuleer vervoerders actief mee te denken over kansen op bedrijventerreinen. Bied daarbij ruimte voor pilots en groeimodellen, waarbij een verbinding eerst kleinschalig start en bij succes kan worden uitgebreid.



Investeer in uitvoeringskracht

Een succesvolle aanpak vraagt bijna altijd om iemand die het vele handwerk doet. Iemand die deuren platloopt bij bedrijven, de vervoersvraag in beeld brengt en contact onderhoudt met provincie, aanbieders en gemeenten. Dat kan een mobiliteitsmakelaar zijn, maar net zo goed een parkmanager of een projectleider vanuit het bedrijventerrein zelf. Help deze rol mogelijk te maken en te financieren. Vooral in regio's met kleinere gemeenten kan zo'n trekker een belangrijke aanvulling zijn.



Kijk verder dan reizigersaantallen

Beoordeel vervoersoplossingen niet alleen op het aantal instappers. Neem ook de meer maatschappelijke effecten mee, zoals arbeidsparticipatie, ruimte voor economische groei, verkeersdruk of brede welvaart. Betrek collega's uit het economisch en sociaal domein.

Tips voor bedrijven

Ga in gesprek met lokale overheden. Voor nieuwe verbindingen hoeft u ook niet altijd te wachten op een nieuwe concessie. In veel concessies kunnen routes, haltes en dienstregelingen jaarlijks worden aangepast wanneer daarvoor een goede businesscase bestaat.



Verzamel concrete arbeidsmarktinformatie

Een sterke businesscase begint met feiten. Begin bij de mensen die u niet bereikt. De belangrijkste vraag is niet hoe huidige medewerkers reizen, maar welke potentiële werknemers nu buiten bereik blijven. Denk aan jongeren, mensen zonder auto, studenten, zij-instromers en werkzoekenden uit omliggende gemeenten.

Verzamel bijvoorbeeld bij tien tot twintig werkgevers informatie over openstaande vacatures, afgehaakte kandidaten, werktijden, herkomst van medewerkers, stageplekken, uitzendstromen. Vraag uitzendbureaus en recruiters wat zij in de praktijk tegenkomen.

Breng daarnaast samen met andere werkgevers in beeld waar medewerkers wonen, welke vacatures moeilijk vervulbaar zijn, welke werktijden gelden en welke groei wordt verwacht. Betrek ook uitzendbureaus, recruiters en onderwijsinstellingen bij dit beeld.



Laat zien welke inzet u wilt leveren

Voor overheden en vervoerders is het belangrijk te weten hoe serieus bedrijven zijn over het stimuleren van gebruik. Denk aan stimuleringsmaatregelen zoals een ov-vergoeding, mobiliteitskaart, deelfietsregeling of pendeldienst. Hoe concreter werkgevers zijn over communicatie, mobiliteitsregelingen en verwachte groei, hoe sterker de businesscase voor collectief vervoer.



Zorg voor hulp en expertise

Er is hulp beschikbaar voor wie wil werken aan bereikbaarheid van bedrijf of bedrijventerrein. Zo kunnen landelijk mobiliteitsmakelaars u kosteloos ondersteunen bij uw mobiliteitsbeleid of de bereikbaarheid van het bedrijventerrein. Ze kunnen helpen de vervoersvraag in kaart te brengen, een businesscase te ontwikkelen en contacten te leggen met vervoerders en overheden. [RVO](#) laat zien waar mobiliteitsmakelaars zijn.



Organiseer eerst de samenwerking

Een individuele werkgever kan veel doen, maar structurele vervoersoplossingen ontstaan meestal pas wanneer bedrijven gezamenlijk optrekken. Een ondernemersvereniging, BIZ, coöperatie of parkmanagementorganisatie maakt het eenvoudiger om belangen te bundelen, afspraken te maken en als gesprekspartner op te treden.

Daarom helpen de regionale teams van het Programma Verduurzaming Bedrijventerreinen Nederland (PVB) ondernemers, parkmanagers en gemeenten om die samenwerking op te bouwen. Per [regio](#) zijn één of meer experts beschikbaar. Zij helpen bijvoorbeeld bij het oprichten van een ondernemerscollectief of het opzetten van een ondernemersfonds of BIZ.

Tot slot

Met de ervaringen, praktijkvoorbeelden en tips in deze brochure hopen we overheden, vervoerders en bedrijven concrete handvatten te bieden om samen nieuwe vervoerskeuzes mogelijk te maken. De voorbeelden laten zien dat er vaak meer mogelijk is dan op het eerste gezicht lijkt. Voorwaarde is wel dat partijen elkaar weten te vinden en gezamenlijk optrekken.

Bereikbaarheid is meer dan een mobiliteitsvraagstuk. Het is economische infrastructuur. Investeren in bereikbaarheid betekent investeren in mensen, in toegang tot werk, in een grotere arbeidsmarkt en in het verdienvermogen van regio's. Juist daarom loont het om verder te kijken dan de auto alleen en samen te bouwen aan bedrijventerreinen die voor iedereen bereikbaar zijn.