

Helft van de Nederlanders wil graag naar kantoor, vooral als ze niet ver hoeven te reizen

UTRECHT - Ongeveer de helft van de werknemers wil (erg) graag (weer) naar kantoor. 48% is het er mee eens of helemaal mee eens om weer op de werkvloer te verschijnen. Maar onder werknemers die ver, meer dan 30 km, moeten reizen is dit enthousiasme een stuk minder groot: 38% wil (erg) graag terug naar kantoor. Dat blijkt uit onderzoek van het zakelijke mobiliteitsplatform [Toogethr](#) en onderzoeksbureau [Ruigrok Netpanel](#).

Met name de jongste groep werknemers, tussen de 25 t/m 34 jaar, is in vergelijking met 'oudere' werkenden (55 t/m 64 jaar) minder enthousiast om naar kantoor te gaan. Ongeveer een vijfde (21%) van de 'jongeren' is het er (helemaal) mee oneens versus een tiende van de 'ouderen'. De jongste groep moet relatief verder reizen, wat van invloed kan zijn op het enthousiasme om naar kantoor te gaan.

Van de werkende Nederlanders verwacht driekwart (74%) in september naar kantoor te gaan. Dit is vergelijkbaar met het aantal dat in juli (78%) naar kantoor ging. Wel is er een significante stijging ten opzichte van het gemiddelde aantal dagen dat men naar kantoor verwacht te gaan: 3 dagen in juli versus 3,5 dag in september. Werknemers die het minst hoeven te reizen - minder dan 10 kilometer - verwachten vaker een of meerdere dagen naar kantoor te gaan degenen die meer dan 30 kilometer moeten reizen (79% versus 67%).

Vóór de uitbraak van het coronavirus ging 60% van de werkende Nederlanders met de auto en bijna een derde (31%) met de fiets naar werk. Maar in september verwacht ruim twee derde (67%) met de auto te forenzen, terwijl het aandeel van fietsers gelijk blijft (30%). Een zevende van de werknemers nam voor corona de trein (13%) en/of de metro, tram, bus (13%) om naar werk te gaan, in september zal dit bijna halveren, respectievelijk 8% en 7%.

Joost Bijlsma, oprichter en CEO van zakelijk mobiliteitsplatform Toogethr: "De situatie verschilt per werknemer, hoe vaak en met welk vervoersmiddel ze naar kantoor willen komen. Dat is niet alleen afhankelijk van de afstand tot kantoor, maar hangt ook samen met de leeftijd en of ze wel of niet rekening willen houden met coronamaatregelen. Dit vergt een intensieve planning van de HR-afdeling en facilitair management. Die zullen dus meer data moeten verzamelen, zoals hoe, hoe vaak, wanneer en waarom werknemers naar kantoor komen, om de exacte bezettingsgraad te weten."

Einde persbericht

*** Over het onderzoek**

Het onderzoek is uitgevoerd tussen 5 en 18 augustus door Ruigrok NetPanel, in opdracht van Togethr. De doelgroep voor dit onderzoek bestaat uit werkende Nederlanders van 25 jaar en ouder en de steekproef is representatief naar geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, bedrijfsomvang en sector. Representativiteit is verkregen door middel van een weging van de resultaten achteraf. Als steekproefkader is gebruikgemaakt van NetPanel, het online consumentenpanel van Ruigrok NetPanel. In totaal hebben n=538 respondenten van 25 jaar en ouder de online vragenlijst ingevuld.

Over Togethr

Togethr is een zakelijk mobiliteitsplatform dat op een eenvoudige manier woon-werkverkeer prettiger, efficiënter en duurzamer wil maken. Sinds de oprichting in oktober 2016 speelt Togethr een sterke rol in Nederland en België op het gebied van volwaardige en duurzame mobiliteitsoplossingen, zoals ridesharing en fietsstimulering voor werknemers en slimme parkeeroplossingen voor bedrijven. Het in Utrecht gevestigde bedrijf werkt voor organisaties zoals Shell, Tata Steel, DOW, IJmond Bereikbaar, Gemeente Nijmegen, Radboud UMC en Schiphol.

Over Ruigrok NetPanel

Wij helpen organisaties hun klant centraal te stellen door waardevolle inzichten te geven waarmee producten, diensten en merken nóg succesvoller worden. Door middel van online vragenlijsten, diepte-interviews en groepsdiscussies gaan wij in gesprek met tal van klanten en doelgroepen. Zodoende vertegenwoordigen wij de stem van jouw doelgroep... aan de bestuurstaafel, in ieder business- of innovatieplan en bij alle belangrijke beslissingen die genomen moeten worden.

Ontdekken zit in ons DNA, we helpen organisaties al 30 jaar om hun positie in de markt te bepalen of versterken. Met zo'n 30 collega's, verdeeld over een kwantitatief en kwalitatief team, zijn we zoals dat heet 'big enough to cope, small enough to care'. Vindingrijk, richtinggevend, scherpzinnig, avontuurlijk en hartelijk zijn kernwaarden die bij ons centraal staan. Hiermee brengen we goed onderzoek naar de praktijk, met voldoende persoonlijke aandacht voor onze klanten.