

Zakelijk vliegen

Achtergrondrapport

Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid

Toon Zijlstra
Sytze Rienstra

m.m.v.
Jop van Roosmalen

November 2021

Het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM) maakt analyses van mobiliteit die doorwerken in het beleid. Als zelfstandig instituut binnen het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW) maakt het KiM strategische verkenningen en beleidsanalyses.

De inhoud van de publicaties van het KiM hoeft niet het standpunt van de minister en de staatssecretaris van IenW weer te geven.



Inhoud

1	Inleiding	5	
1.1	Aanleiding		5
1.2	Doel en onderzoeksvragen		6
1.3	Leeswijzer		6
2	Methode en data	8	
2.1	Literatuurstudie		8
2.2	Survey data analyse		8
2.3	Interviews met sleutelactoren		10
2.4	Analyse rubriek de zakenreiziger		10
3	Reizen	13	
3.1	Het aandeel zakelijk verkeer		13
3.2	Absolute aantallen anno 2019		15
3.3	Bestemmingen		17
3.4	Afstand en reisduur		19
3.5	Verblijfsduur		21
3.6	Reiskosten		23
3.7	Reisklasse		24
3.8	Reistijdverrijking		24
3.9	Het loyaliteitsprogramma		26
3.10	Meer reizen genereren meer reizen		28
4	De Reiziger	30	
4.1	Het nieuwe werken		30
4.2	Veel vliegervaring		31
4.3	Positieve vliegattitude		33
4.4	Status & Identiteit		37
4.5	Suboptimale keuzes		38
4.6	Persoonskenmerken		43
5	Motieven	46	
5.1	Kenmerken werkgever		46
5.2	Redenen om zakelijk te vliegen		47
5.3	Bleisure: business & leisure		51
6	Vooruitzichten	54	
6.1	Structurele effecten van de corona pandemie		54
6.2	Klimaat en zakelijk vliegen		58
6.3	Effect van televergaderen		60

6.4	Virtual en augmented reality	64
6.5	Modal shift naar trein	64

Referenties	73
--------------------	-----------

Bijlage I: niet-zakelijk vliegen door zakenreizigers	80
---	-----------

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Luchtvaart staat volop in de belangstelling

De luchtvaart in Nederland ligt de laatste jaren onder een vergrootglas. De media berichten er regelmatig over en er zijn verhitte publieke discussies over onder meer de groei van Schiphol, de impact van vliegen op het klimaat en de opening van Lelystad. De coronapandemie heeft deze discussies zo mogelijk nog verder aangezwengeld: denk aan de steun voor Air France – KLM (Joosten, 2020), de rol van het lange-afstandsverkeer met hoge snelheden en hoge frequenties bij de spreiding van infectiezieken (Findlater & Bogoch, 2018; Hoppe, 2019) en de pandemie als kans voor structurele verandering ten behoeve van duurzaamheid ('The Great Reset'). Zelden debatteerde de Tweede Kamer zoveel over de luchtvaart en zelden werden er zoveel Kamervragen gesteld. In veel gevallen gaat het over het spanningsveld tussen de economische belangen van de luchtvaart enerzijds en gevolgen voor (leef)milieu en klimaat anderzijds.

Centrale rol voor het zakelijke vliegen

Internationale zakelijke reizigers spelen een centrale rol in het economische belang dat toegedicht wordt aan de luchtvaart in Nederland (Rienstra & Visser, 2021). Dankzij Schiphol en KLM is ons land een interessante vestigingslocatie voor de internationale bedrijvigheid, zo luidt de dominante gedachte. Het belang van snelle verbindingen wordt ook weerspiegeld in de reistijdwaardering. Die is voor een zakelijke luchtvaartreiziger bijna twee keer zo hoog als die voor een leisure reiziger (Warffemius, 2013). De reistijd van zakelijke passagiers telt zo dubbel mee in de Maatschappelijke Kosten Baten Analyses. Hoewel zakelijke reizigers vaak in de minderheid zijn, zorgen ze voor een groot deel van de omzet bij luchtvaartmaatschappijen en op de luchthavens (§3.6). Het zakelijk vliegen speelt tevens een sleutelrol in discussies over netwerkqualiteit (Rienstra & Visser, 2021). Juist voor de zakelijke markt wordt een omvangrijk netwerk van directe vluchten naar hotspots met een hoge frequentie van belang geacht.

Verder zijn er lopende politieke voorstellen en discussies die in de kern in belangrijke mate over de zakelijke reiziger gaan. Een regelmatig terugkerend voorstel is het verbieden of inperken van de vluchten op korte afstanden (§6.5). Dat raakt direct aan de zakelijke markt, want 35% van de zakelijke passagiers vliegt niet verder dan 750 km. Voor de andere reismotieven is dat aandeel veel kleiner. De zakelijke reiziger is ook bovengemiddeld goed vertegenwoordigd onder de transferpassagiers op Schiphol, wat direct raakt aan de rol van Schiphol als hub in het luchtvaartnetwerk. Een rol die ook met regelmaat ter discussie staat, want voor een klein land als Nederland is Schiphol relatief groot (RLI, 2016; Bus en Manshanden, 2020).

Zakelijk vliegen is een blinde vlek

De discussies worden lang niet altijd gevoerd op basis van de feiten. Dat is in veel gevallen ook onmogelijk. Immers, de bestaande kennis over de zakelijke luchtvaartreiziger is gering. Niet alleen bij het grote publiek, maar ook in de academische wereld (Beaverstock, Derudder, Faulconbridge, & Witlox, 2009). Zakelijk reizen klinkt belangrijk, maar is niet eenduidig gedefinieerd. Het onderscheid tussen zakelijk en leisure is in de praktijk ook niet altijd te maken.

Verder zijn over het zakelijk vliegen weinig details bekend. Wat gaan mensen eigenlijk doen wanneer ze met zakelijke motieven in het vliegtuig stappen? Kunnen die activiteiten ook online afgehandeld worden? Wat is de toegevoegde waarde van het bezoek op locatie? Veel van dergelijke vragen blijven vooralsnog onbeantwoord. Gegeven de discussies rond de positieve en negatieve effecten van de luchtvaart is het ook van belang te verkennen hoe nieuwe ontwikkelingen het zakelijk vliegverkeer beïnvloeden. De coronapandemie heeft veel van deze discussies versterkt. Zal deze pandemie het zakelijk vliegverkeer beïnvloeden? Zal videoconferencing of technologieën als virtual en augmented reality een substantieel deel van het zakelijk vliegverkeer vervangen? Wat is de invloed van de klimaatdiscussie op het zakelijk verkeer? Is de trein op de middellange afstanden een reëel alternatief?

Het KiM heeft in recente jaren meerdere studies rondom de luchtvaart uitgevoerd, maar de rol en betekenis van de zakelijke vlieger blijft daarbinnen onderbelicht. In de studie naar de mogelijkheden voor gedragsverandering stond de leisure reiziger centraal (Berveling et al., 2020). Ook bij de studie naar de mobiliteit van Nederlanders bij vakanties in het buitenland bleef de zakelijke reiziger buiten beeld (Huibregtse & Knoope, 2020). In bredere studies, zoals de luchtvaartfeiten (Huibregtse & Zijlstra, 2019) en de factsheet over de Vliegende Hollander (Zijlstra & Huibregtse, 2018), was de rol van de zakelijke reiziger bescheiden en bovendien veelal samengevoegd met andere reismotieven. Voor een goed beeld van de relatief kleine groep zakelijke vliegers zijn gerichte analyses gewenst.

1.2 Doel en onderzoeksvragen

Het doel van deze studie is om de 'black box' van het zakelijke vliegen te openen en om op die manier het publieke en politieke debat beter te kunnen voeden met feiten en beleidsmakers beter te informeren over de zakelijke vliegreizen en het zakelijke vliegen. Daarbij hanteren we de volgende onderzoeksvragen:

- 1) Hoe groot zijn de stromen van zakelijke luchtvaartpassagiers van, via en naar Nederland (anno 2019) in absolute en relatieve zin?
- 2) Wat zijn de kenmerken van de gemaakte zakelijke vliegreizen?
- 3) Wat zijn de persoon- huishoud en werkkenmerken van de zakelijke reizigers?
- 4) Wat zijn de achterliggende reismotieven van zakelijke reizigers?
- 5) Hoe beïnvloeden nieuwe ontwikkelingen, waaronder de Corona-pandemie, het zakelijk vliegverkeer?

1.3 Leeswijzer

Voorliggend rapport is de achtergrondrapportage bij de brochure '*Zakelijk vliegen: over de zakelijke reiziger, zakelijke vliegreizen en vooruitzichten*'. In de brochure geven we op een laagdrempelige wijze een beknopt overzicht van de voornaamste of meest opvallende resultaten. In de voorliggende technische verantwoording kan achterhaald worden hoe de statistieken, claims of conclusies uit de brochure tot stand zijn gekomen. Dezelfde onderwerpen worden in dezelfde volgorde uitgebreider behandeld:

- Hoofdstuk 3 bespreekt het aantal en kenmerken van zakelijke reizen
- Hoofdstuk 4 analyseert de kenmerken van de zakelijke reiziger

- Hoofdstuk 5 behandelt de motieven van reizigers en werkgevers om zakelijk te reizen
- Hoofdstuk 6 tot slot behandelt enkele relevante aspecten die het zakelijk vliegen in de toekomst beïnvloeden

In het volgende hoofdstuk (hoofdstuk 2) geven we een uitgebreide toelichting op de gevolgde werkwijze en de gebruikte data. Een dergelijke methodologische toelichting ontbreekt in de brochure.

2 Methode en data

We deden een literatuurstudie en analyseerden kwantitatieve data op basis van diverse bestaande datasets bij vragenlijststudies. Ook voerden we kwalitatieve en kwantitatieve analyses uit op al gepubliceerde interviews met zakelijke reizigers. Daarnaast zijn relevante partijen in het veld geïnterviewd. Aanvullend hebben we openbare statistieken, jaarverslagen en artikelen in de media gebruikt bij dit onderzoek.

De diversiteit van de databronnen sluit aan bij het exploratieve karakter van dit onderzoek. Bovendien is de zakenreiziger een blinde vlek of een niche binnen veel bestaande bronnen (hoofdstuk 1). Het is zodoende noodzaak om zoveel mogelijk bestaande bronnen te bundelen, immers een enkele bron komt niet tegemoet aan de kennisbehoefte. Het zelf bevragen van zakelijke luchtvaartreizigers was tijdens de looptijd van dit onderzoek minder opportuun, vanwege de coronapandemie. Daardoor was het zakelijk vliegen zeer sterk gereduceerd. De mensen die mogelijk nog wel vlogen voor zakelijke doeleinden zouden naar verwachting ook niet representatief zijn voor de normale populatie zakelijke vliegers.

Hieronder lichten we de werkwijze en de gebruikte data per onderdeel toe. We behandelen de literatuurstudie, de analyse van vragenlijstdata uit diverse vragenlijsten, interviews met sleutelfiguren en de tekstanalyse van de interviews met zakelijke reizigers uit het blad LuchtvaartNieuws. Deze bronnen en methoden zijn bij het beantwoorden van alle onderzoeksvragen benut.

2.1 Literatuurstudie

Als basis voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen deden we een literatuuronderzoek. Per thema of onderzoeksvraag hebben we aan de hand van trefwoorden via de reguliere zoekmachines (Google, Google Scholar, Scopus) gezocht naar relevante literatuur. De trefwoorden waren daarbij vrij algemeen, omdat het aantal relevante treffers bescheiden is. Voorbeelden zijn business "travellers AND air transport", "business tourism", "teleconferencing AND business travel". Voorts hebben we bij de referenties gewerkt met de terug- en vooruit verwijzingen. Hierbij analyseerden we zowel wetenschappelijke als grijze literatuur. De literatuuranalyse zelf is daarbij weinig systematisch vanwege de grote diversiteit aan behandelde onderwerpen. Een volledige referentielijst van de aangehaalde bronnen staat achter in deze verantwoordingsrapportage.

2.2 Analyse van datasets bij vragenlijsten

Diverse kwantitatieve bronnen

We hebben diverse databronnen geanalyseerd. Er is geen eenduidige databron beschikbaar die het antwoord biedt op alle vragen. Daarom hebben we ervoor gekozen om diverse datasets te combineren bij dit onderzoek. In tabel 2.1 geven we een overzicht van de gebruikte bronnen.

De onderzoekspopulatie

Een belangrijke kolom in tabel 2.1 is de onderzoekspopulatie. Deze is per dataset verschillend: de gepresenteerde data hebben dus niet betrekking op dezelfde definitie van zakelijke reiziger. CZO en CVO zijn gericht op overnachtingen buitenshuis. Iemand die in den vreemde overnacht, noemen we een toerist. Een ander relevant onderscheid is het verschil tussen de zakenreiziger en de zakelijke passagier (box 3.1).

Tabel 2.1: Overzicht met gebruikte survey-datasets

Afkorting	Naam	Jaar	(Gebruikte) onderzoekspopulatie	Bron
CZO	Continu Zakenreis Onderzoek	2019	Zakelijke toeristen, 18+	NBTC
CVO	Continu Vakantie onderzoek	2018	Niet zakelijke toeristen, 18+	NBTC
MPN	Mobiliteitspanel Nederland	2017 – 21	Uitsnede gemaakte van Nederlandse beroepsbevolking	KiM / Kantar Public
IPS	International Passenger Survey	2019	Inkomende en uitgaande passagiers voor VK, voor diverse knooppunten	Office of National Statistics
CO AMS	Continu Onderzoek Schiphol	2019	Luchtvaartpassagiers op Schiphol	Schiphol Group
VH	Vliegende Hollander	2016	Volwassen bevolking in NL, BE, DL	KiM
PPM	Motivaction Publiekspelling	2019	Nederlandse bevolking (18+)	Motivaction; Van der Leij & Oomen

Weegfactoren

Bij alle datasets zijn voor de analyse weegfactoren gebruikt om de representativiteit van de steekproef te verbeteren. In sommige gevallen gaat het om weegfactoren die al aanwezig zijn binnen de dataset. In andere gevallen hebben we zelf (opnieuw) weegfactoren berekend [MPN, CZO, PPM, VH]. Daarbij is de gebruikte uitsnede van het MPN bijvoorbeeld gewogen aan de hand van CBS-statistieken van de werkende beroepsbevolking in Nederland medio 2019. Bij de dataset van de Vliegende Hollander, hebben we de eerdere weegfactoren gebruikt, die ook gebruikt zijn bij de gelijknamige publicatie door het KiM (Zijlstra & Huibregtse, 2018). Voor CZO hebben we, voor het deel dat zakelijk vliegt, weegfactoren opgesteld die het beeld van de zakelijke passagiers op Schiphol weerspiegelen, zoals mede af te leiden is uit CO AMS. Dat zijn dus geen statistieken van de gehele populatie. De weegfactoren bij PPM zijn gelijk aan de weegfactoren die het KiM opstelde voor de publicatie 'op de groene toer' (Berveling, Zijlstra, Knoope, & Huibregtse, 2020) en wijken licht af van de oorspronkelijke weegfactoren bij het tweede draagvlakonderzoek luchtvaart (van der Leij & Oomen, 2019).

Van der Leij & Oomen (2019) rapporteren in het draagvlakonderzoek luchtvaart [PPM] ook apart over de zakelijke reizigers in de bijlage van hun rapport. De resultaten in deze rapportage komen sterk, maar niet exact overeen met onze bevindingen vanwege drie belangrijke verschillen. Ten eerste wijkt de definitie van de zakelijke vlieger af. Van der Leij & Oomen kiezen ervoor om iedereen met minimaal 1 zakelijke vlucht in de periode van 3 jaar aan te wijzen als zakelijke luchtvaartreiziger. Wij hanteren de standaard van 1 zakelijke vliegreis in de periode van 1 jaar (box 3.1). Daarmee is de groep en het aandeel zakelijke luchtvaartreizigers bij Motivaction groter (8% van de bevolking van 18 tot 75 jaar; 136 respondenten). Wij hebben de Motivaction data een extra opschoonbeurt gegeven, om enkele minder betrouwbare respondenten te wissen (zie Berveling et al., 2020). En we hanteren onze eigen weegfactoren op deze opgeschoonde data, zoals hierboven al vermeld. Data cleaning maakt het opnieuw berekenen van weegfactoren ook wenselijk.

De analyses van de survey datasets bestaan veelal in het genereren van de beschrijvende statistieken. Dergelijke statistieken komen op diverse plekken terug in deze verantwoordingsrapportage.

2.3 Interviews met sleutelactoren

Met name ter validatie van de resultaten en voor het dichtend van hiaten hebben we interviews gehouden met enkele sleutelactoren op het gebied van de zakelijke luchtvaart in Nederland. Dit waren partijen die naar verwachting meer informatie konden verstrekken over de zakelijke reiziger, de markt of gegevens zouden hebben over internationale reizen. In mei en juni 2021 hebben we 5 interviews gehouden met personen uit de volgende organisaties/bedrijven:

- Breda University of Applied Sciences
- Coalitie Anders Reizen
- KLM
- VCK Travel
- NS International

De interviews hadden een semigestructureerd karakter – vooraf waren vragen opgesteld, maar afhankelijk van de organisatie zijn deze al dan niet behandeld of uitgesproken. De afspraak was de geïnterviewden niet letterlijk te citeren, maar in het rapport in algemene zin de resultaten van de interviews te bespreken. De vragen hadden betrekking op 2 globale onderwerpen:

1. Kenmerken van de reizen en reiziger (hoofdstuk 3-5)
2. De toekomst van het zakelijk vliegverkeer (hoofdstuk 6).

Voor deze interviews hebben we meermaals uitvoerig gesproken met medewerkers van Schiphol, met name over de statistieken van passagiers op de luchthaven.

2.4 Analyse rubriek de zakenreiziger

Een kwalitatieve bron

Interviews met zakelijke reizigers is het blad Luchtvaartnieuws [LVN] vormen een kwalitatieve databron bij deze studie. Deze 67 interviews komen uit de periode juni 2014 tot en met januari 2021. De rubriek beslaat veelal 2 pagina's en is steeds geanalyseerd in NVivo 12. Dat is software die helpt bij het analyseren van meer kwalitatieve bronnen. Daarbij hebben we enkel de losse uitsneden ingelezen, met alleen de relevante pagina's uit het gehele magazine. Dit om ruis te vermijden. De analyse beperkt zich tot de tekst. Bijgevoegde afbeeldingen zijn genegeerd.

De analyse bestond uit het meermaals lezen en coderen van alle interviews. Vooraf hebben we een 18-tal interessante thema's benoemd die mogelijk aan bod zouden kunnen komen in het interview, zoals reismotief, substitutiemogelijkheden naar andere modi, attitude ten aanzien van vliegen, loyaliteit, voordelen en nadelen van het vliegen (tabel 2.2). Tekstpassages die relevant waren voor een thema zijn als dusdanig gecodeerd. Voorafgaand hebben we exploratieve kwantitatieve analyses uitgevoerd met het volledige corpus, bijvoorbeeld op woordfrequentie en samenhang.

Tabel 2.2: Overzicht van de thema's, aantal relevant interviews en aantal passages [LVN]

Thema	Aantal interviews	Aandeel van de interviews	Aantal passages	Aandeel v.d. passages
Activiteiten onderweg	41	61%	56	5%
Alternatieve modi	20	30%	28	2%
Attitude	43	64%	76	7%
Belang van de reis	18	27%	23	2%
Bestemmingen	63	94%	146	13%
Coping	32	48%	43	4%
Frequentie	58	87%	86	8%
Functie	65	97%	121	11%
Identiteit	23	34%	33	3%
Reisklasse	57	85%	70	6%
Kosten	32	48%	40	4%
Loyaliteitsprogramma	50	75%	65	6%
Motief	43	64%	70	6%
Nadelen	27	40%	50	4%
Planning en boeking	47	70%	53	5%
Prioriteiten	52	78%	107	9%
Voordelen	24	36%	32	3%
Bleisure	25	37%	33	3%

Kwalitatieve en kwantitatieve analyse van de tekst

Per gecodeerd thema hebben we vervolgens op kwalitatieve en kwantitatieve manier gekeken naar de resultaten. Kwantitatief betekent hier het absolute of relatieve aantal keer of aantal interviews dat een bepaald thema aan bod is geweest, volgens onze codering. Aanvullend hebben we ook kwantitatieve analyses uitgevoerd binnen de thema's. Per thema is bijvoorbeeld gekeken naar woordfrequenties. Aan de hand hiervan hebben we ook woordenwolken gemaakt, nadat die we corrigeerden voor veel voorkomende Nederlandse woorden (het, een, dat, wij, ook) en korte woorden (1 of 2 tekens). De woordenwolken zijn een aantal keer overgenomen in deze rapportage.

De kwalitatieve benadering richt zich op het beeld of het patroon dat ontstaat bij de gecodeerde passages. Het gaat om de wijze waarop de verschillende zakelijke reizigers spreken over het bepaalde thema. In de rapportage geven we dit algemene beeld, vaak geïllustreerd met één of meerdere citaten. Daarbij vermelden we enkel uitspraken van de zakelijke reizigers, niet de interpretatie en duiding van de journalist. Citaten zijn gecodeerd met nummer van LuchtvaartNieuws. In dat desbetreffende nummer is het volledige interview terug te vinden.

Voor- en nadelen bij deze interviews

Deze unieke databron biedt een aantal voordelen. Ten eerste beschikken we over interviews over een langere periode en kunnen we dus ook patronen in de tijd volgen. Zo was televergaderen voor de coronapandemie geen gespreksonderwerp. Verder komen er onderwerpen aan bod die compleet buiten de scope liggen van vragenlijststudies. Deze onderwerpen worden soms ook meer diepgaand besproken,

met ook ruimte voor nuance. Het biedt een uniek inkijkje in de wereld van de zakelijke vlieger.

Er zijn ook nadelen te noemen. Deze kwamen vooral aan het licht tijdens de analyse. Ten eerste is er veelvuldig sprake van zelfselectie. Mensen konden zich aanmelden om geïnterviewd te worden voor de rubriek. Daarmee verminderen de kansen op een willekeurige steekproef van zakelijke vliegers aanzienlijk. Het is daarmee de vraag in welke mate deze personen representatief zijn voor de groep met frequente zakelijke vliegereizen. Ten tweede gaat het om een getrapte bron. Het is de journalist die de vragen stelt en de antwoorden verwerkt. Het zijn niet onze vragen. Wij hebben ook niet de mogelijkheid om door te vragen. Ten derde, in het verlengde van het voorgaande, lijkt het soms alsof journalisten de taak hadden om enkele sponsors of belangrijke partners van het blad de revue te laten passeren in de interviews. Deze commerciële insteek staat verder af van onze onderzoeksvragen en kennisbehoefte.

3 Reizen

3.1 Het aandeel zakelijk verkeer

Het aandeel zakelijke reizigers op Schiphol is al jaren stabiel, rond de 32% (figuur 3.1). Het motief 'congres / studie' wordt sinds het Schiphol jaarverslag van 2015 niet meer als aparte categorie opgevoerd in de jaarverslagen. Verwacht mag worden dat een substantieel deel dat voorheen onder 'congres' te boek stond, nu in de categorie 'zakelijk' zit. Daarbij is echter niet bekend wat de verdeling tussen studie en congres was in de categorie 'congres/studie'.

Box 3.1: passagier, reiziger en reis

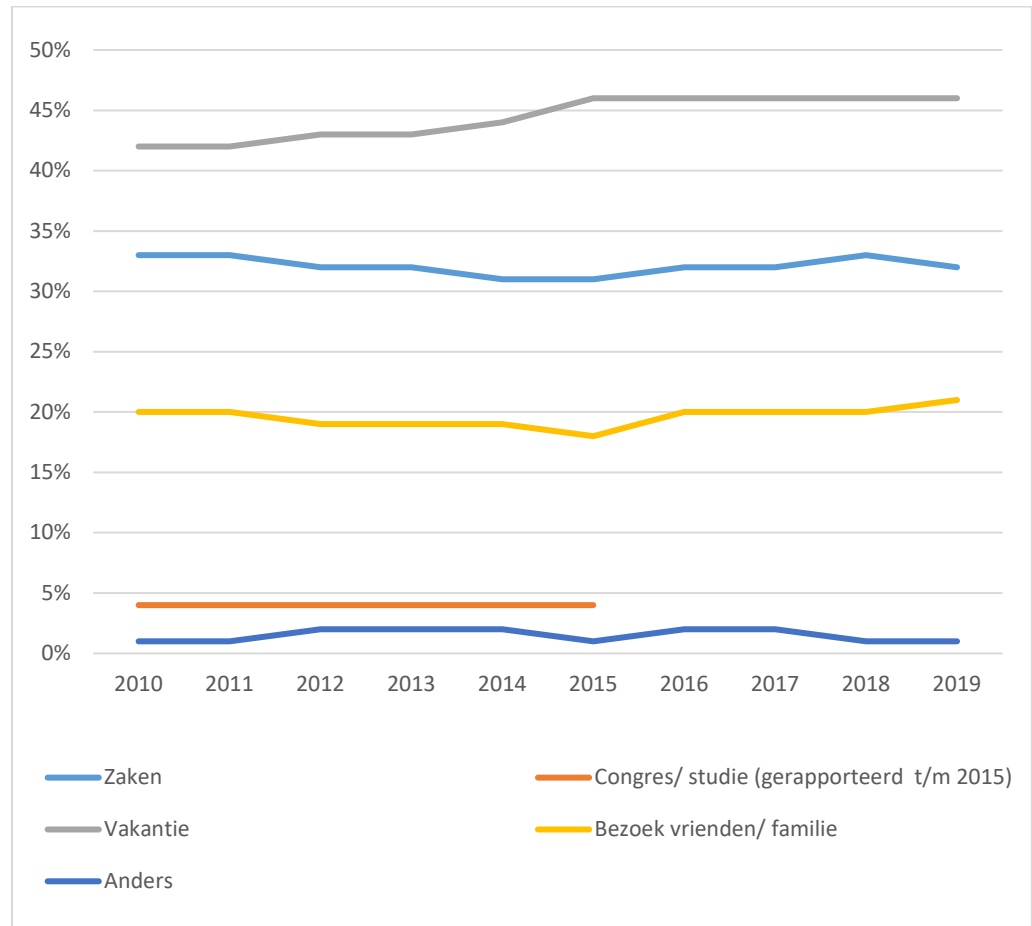
Het is goed om het onderscheid tussen reizigers, reizen, vluchten en passagiers te verduidelijken. Een passagier is iemand die in een voertuig, vliegtuig reist of op een luchthaven (achter de douane) en op weg is naar een andere locatie. Personeel aan boord telt doorgaans niet mee als zijnde passagiers.

Zakelijke reizigers zijn mensen die in een vaste periode minimaal 1 keer een zakelijke passagier geweest zijn. Qua periode rekenen we in deze studie met een periode van een jaar (12 maanden).

Iemand kan dagelijks in een vliegtuig zitten en dus ook dagelijks een passagier zijn. Of iemand kan slechts één keer in het vliegtuig zitten in een periode van 12 maanden. En dus slechts eenmalig meetellen als passagier. In beide gevallen is de persoon een zakenreiziger, omdat de minimale vereiste van één reis voor zakelijke doeleinden per jaar gehaald wordt. Alleen de ene reiziger zorgt voor veel meer passagiersbewegingen dan de andere.

Een vlucht wordt gemaakt door een vliegtuig van de ene luchthaven naar de andere. Een reis is het geheel van vertrek tot aankomst terug thuis. Een reis kent daarmee veelal een vlucht heen en een vlucht terug (tenzij voor heen of terugreis bijvoorbeeld auto of trein gebruikt worden). De heen en/of terugreis kunnen ook meer dan één vlucht kennen, namelijk wanneer er een transfer is van het ene vliegtuig naar het andere vliegtuig. Het aantal vluchten is daarmee altijd minimaal het dubbele van het aantal reizen.

In absolute aantallen zijn de zakelijke passagiers tussen 2010 en 2019 natuurlijk behoorlijk gegroeid. Immers het aantal passagiers op Schiphol groeide in die periode met 37%, van 45 miljoen naar 72 miljoen.



Figuur 3.1: verdeling van de reismotieven op Schiphol, alle passagiers. Bron: Jaarverslagen Schiphol, Mobiliteitsbeeld KiM

Vergelijking met het buitenland

Als we naar het buitenland kijken, zien we veelal vergelijkbare percentages aan zakelijke reizigers. Zo heeft circa 28% van de passagiers op Brussels Airport een zakelijke reismotief (Brussels Airport Company, 2019). Grootschalig survey onderzoek onder passagiers op 12 voornamelijk Franse luchthavens in de jaren 2015 en 2016 wijst uit dat 25% van de passagiers reist voor werk, zaken, congressen of conferenties. Daar kan nog eens 3% bij opgeteld worden, wanneer studie ook tot een zakelijk motief gerekend mag worden (Direction générale de l'Aviation civile, 2017). Op Frankfurt heeft 35% van de passagiers een zakelijk reismotief (Fraport, 2019).

Op de Britse luchthavens zien we een relatief laag aandeel zakelijke passagiers. In 2019 komt het aandeel in het VK uit op 13% van de passagiers [IPS]. London Heathrow heeft circa 23% van de passagiers dat reist met een zakelijk motief. Voor de overige luchthavens in de UK komt het aandeel gemiddeld uit beneden de 10%. Het aandeel niet-zakelijk komt daarmee voor Heathrow uit op 77% en bij de overige luchthavens op 90%. Dat zijn forse aandelen niet-zakelijk. Dat heeft vermoedelijk te maken met het gegeven dat het om een eiland gaat. Mensen die op vakantie willen naar het buitenland, zullen sneller in het vliegtuig stappen, terwijl veel Nederlanders veel makkelijker met de auto naar het buitenland reizen voor vakanties (Huibregtse & Knoope, 2020).

Wereldwijd is het zakelijke reismotief goed voor 13% van de internationale reizen, aldus de UNWTO. Daarbij heeft het vervoer per vliegtuig de overhand (UNWTO, 2017). Naar mate het besteedbare inkomen in een land stijgt, neemt het aandeel zakelijk vliegen af. Niet omdat er minder zakelijk gevlogen wordt, maar omdat niet-zakelijk vliegen toeneemt en dominantier wordt (Doganis, 2013). In rijke landen heeft het niet-zakelijke de overhand. In armere landen domineert het zakelijke motief. Dat is steeds relatief. In absolute getallen is het vliegen vooral iets voor de rijkere landen (Gössling & Humpe, 2020; Hopkinson & Cairns, 2021).

Luchthavens met een hub-functie

Algemeen zien we dat luchthavens met een hub functie bovengemiddeld veel zakelijke reizigers trekken. Dat hangt naar verwachting samen met het sturende karakter van de bestemming. Zakelijke reizigers moeten naar een specifieke bestemming toe en zijn aangewezen op een overstap wanneer er geen directe verbinding beschikbaar is. Leisure reizigers kunnen daarentegen veelal de bestemming kiezen. Zij geven dan de voorkeur aan een bestemming waarbij een overstap niet noodzakelijk is. Op Schiphol had bijna 36% van de transferpassagiers een zakelijk reismotief [CO AMS]. Dat ligt boven het eerder genoemde gemiddelde van 31% van alle passagiers op deze luchthaven. Kortom, onder de herkomstbestemming (OD) passagiers ligt het aandeel beneden het gemiddelde (~28%). Ook in de IPS data zien we dat zakelijke reizigers bovengemiddeld relatief vaak een overstap maken tijdens de reis.

3.2 Absolute aantallen anno 2019

Totaal aantal zakelijke reizen

Voor gedetailleerde analyse van de stromen van zakelijke luchtvaartpassagiers beperken we ons tot het jaar 2019. Simpelweg omdat de situatie voor de coronapandemie naar verwachting een beter beeld geeft van de stromen van zakelijke reizigers vanaf 2022 en verder dan dat de jaren 2020 en 2021 doen. Eerdere jaren, van voor 2019, zijn moeilijk te reconstrueren, omdat niet alle gegevens beschikbaar zijn. De trend, zoals geschetst in figuur 3.1, gaat enkel en alleen over Schiphol. In deze paragraaf hanteren we een bredere blik. Alle statistieken hebben enige foutmarge, omdat geen enkele bron het volledige beeld geeft. Het gaat hier om schattingen.

In 2019 werden er 3,7 miljoen zakelijke vliegtrips gemaakt door Nederlandse ingezetenen. Hiervan reizen er 3,3 miljoen via een Nederlandse luchthaven en 0,3 á 0,4 miljoen via een buitenlandse luchthaven, net over de grens.

Een belangrijke basis voor de schatting is CO AMS. In dit databestand komen we op 3 miljoen zakelijke reizen door Nederlandse ingezetenen (woonland = Nederland) via Schiphol. Daarbij behandelen we de motieven zakelijk/werk, congres/studie als zijnde zakelijke reizen. De uitsnede uit de steekproef bestaat daar uit 6.960 respondenten en om tot een totaal aantal reizen te komen gebruiken we de ophoogfactoren van Schiphol zelf. In de gesprekken met medewerkers van de luchthaven hebben zij dit aantal ook bevestigd.

Voor alle overige luchthavens hebben we op basis van het aantal OD-passagiers (= alle passagiers – transfer passagiers), het aandeel NL-ers en het aandeel zakelijke reizen een verdere inschatting gegenereerd van het aantal reizen (zie bijvoorbeeld tabel 3.1 voor de buitenlandse luchthavens). De schattingen zijn vergeleken met de gekozen luchthavens door zakelijke reizigers bij de laatst gemaakte vlucht, zoals beschikbaar in CZO en VH (zie onder). Voor de regionale luchthavens in Nederland komen we uit op circa 370.000 zakelijke vliegtrips door Nederlanders. Het aantal Nederlanders dat over de grens vertrekt voor een zakenreis is ongeveer even groot (tabel 3.1)

Tabel 3.1: Schattingen t.b.v. zakelijke reizen door Nederlanders vanaf luchthavens over de grens (alle aantallen x 1.000).

Luchthaven	OD pass. in 2019	Aandeel NL-ers	Zakelijk	Zakelijk NL	Zakelijke passagiers NL	Zakelijke reizen NL
Düsseldorf	21.930	5.50%	28%	1.54%	338	169
Weeze	1.230	38.10%	10%	3.81%	47	23
Zaventem	21.648	4.00%	32%	1.28%	277	139
Charleroi	8.200	4.00%	5%	0.20%	16	8
Overige luchthavens (Munster, Antwerpen, Luik, Keulen, etc.)					22	11
TOTAAL					700	350

Eén vliegreis heeft daarbij een aankomst en een vertrek (box 3.1). Het genereert daarmee minimaal 2 vluchten. De 3,7 miljoen zakelijke vliegreizen staan gelijk aan 7,4 miljoen Nederlandse passagiers op Nederlandse luchthavens of net over de grens. Het aantal vluchten kan verder oplopen wanneer er een transfer is op heenreis en/of terugreis.

Het aantal zakelijke reizen vanuit het buitenland naar Nederland is iets groter: 4,0 miljoen passagiers. Naar schatting reizen circa 0,2 miljoen mensen door naar het buitenland met auto of trein. Via buitenlandse luchthavens bezoeken daarentegen 0,1 á 0,2 miljoen zakelijke reizigers Nederland. Het aantal zakelijke reizigers met een transfer en dat dus achter de douane bleef, is de grootste groep en bedraagt 4,6 miljoen. Let wel, hier kan één vliegreis, met een transfer op de heenweg en een transfer op de terugweg, tellen voor 2 reizen en 4 passagiers (vlucht 1 op heenreis overstap op Schiphol en vlucht 2 op heenreis + vlucht 1 op terugreis overstap op Schiphol en vlucht 2 op heenreis). De groep van 4,6 miljoen kent daarmee sowieso een volledige dubbeltelling, wanneer we uitgaan van dezelfde heenweg als terugreis.

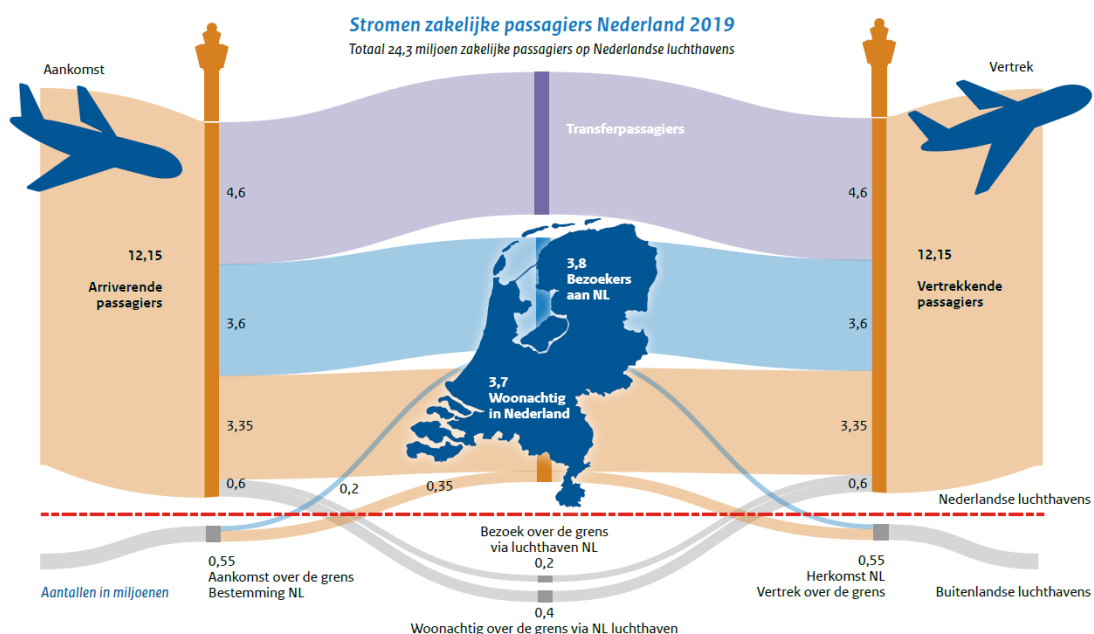


Fig. 3.1: zakelijke passagiers, situatieschets 2019.

Door zakelijke reizigers gebruikte luchthavens

Schiphol vervult voor de Nederlandse zakenreizigers een centrale rol (tabel 3.2). Bij circa 80% van de 3,7 miljoen zakelijke vliegreizen door Nederlanders was Schiphol de vertrekluchthaven en de haven van terugkeer. De regionale vliegvelden in Nederland, te weten Rotterdam, Eindhoven, Groningen en Maastricht, waren goed voor circa 10%. En nog eens circa 10% kenden als vertrekluchthaven een vliegveld over de grens, zoals Zaventem, Düsseldorf, Weeze of Bremen (zie ook tabel 3.1).

Tabel 3.2: Vertrekluchthaven voor zakenreizen door Nederlanders. Bron: CZO, bew. KiM

Vertrekluchthaven	Aandeel
Amsterdam Airport Schiphol	81%
Eindhoven Airport	6%
Düsseldorf	4%
Rotterdam The Hague Airport	3%
Brussels International Airport (Zaventem)	2%
Andere luchthavens in NL	1%
Andere buitenlandse luchthavens	3%

De categorie 'andere luchthavens in NL' in tabel 3.2 bestaat feitelijk uit Maastricht en Groningen. Opvallend is dat Düsseldorf een groter aandeel heeft dan Rotterdam – The Hague airport.

Reizigers hebben in het algemeen een sterke neiging om een vertrekluchthaven in eigen land te gebruiken, ook al is er op papier een goed alternatief net over de grens. Wel is dit grenseffect voor zakelijke reizigers significant minder groot dan bij leisure reizigers (Zijlstra, 2020).

In eerder genoemde cijfers hebben we aangenomen dat transfers in Nederland vrijwel allemaal op Schiphol plaatsvinden. Voor de andere vliegvelden in Nederland hebben we verondersteld dat het aantal transfers te verwaarlozen is.

3.3 Bestemmingen

De top-5 van zakelijk reisbestemmingen in het CZO bestaat uit het VK, Duitsland, Spanje, VS en Italië (tabel 3.3). Samen zijn deze 5 landen goed voor 50% van alle zakelijke vliegreizen. Het VK staat op nummer 1, met een totaal aandeel van 19%. Op plaatsen 6 tot en met 10 Polen, Frankrijk, Portugal, Denemarken en Zweden. Dit betekent dat alle landen in de top 10, op één land na (de VS), Europese landen zijn.

Tabel 3.3: belangrijkste zakelijke reisbestemmingen, Data: CZO

Top-5	Land	aandeel
1	Verenigd Koninkrijk	19%
2	Duitsland	9%
3	Spanje	9%
4	Verenigde Staten	7%
5	Italië	6%
6+	<i>Overige landen</i>	50%

CO AMS laat een vergelijkbaar beeld zien met dezelfde top-5 en sterk overeenkomstige aandelen. Bij de nummers 6 tot en met 10 zien we wel enige afwijking. Dit kan verklaard worden door het gegeven dat Schiphol 20% van de reizen niet afhandelt. De topbestemmingen vanuit CZO zijn overigens ook niet

zonder foutmarge, want hier beperkt de bevraging zich tot de laatste 2 bestemmingen uit het afgelopen kwartaal. Desalniettemin is het algemene beeld duidelijk, vanwege de sterke overeenkomsten tussen CO AMS en CZO.

Een verdere uitsplitsing naar bestemmingen binnen een land is niet haalbaar. Dat komt doordat CO AMS zich beperkt tot de bestemmingsluchthaven en niet de daadwerkelijke eindbestemming. Verdere uitsplitsingen van de data zijn ook onwenselijk vanwege de gevoeligheid van de data voor luchtvaartmaatschappijen. De CZO biedt niet het gewenste detailniveau voor veel belangrijke bestemmingslanden. Op basis van de IPS zien we wel dat London een zeer belangrijke bestemming is voor zakelijke reizigers naar het VK. Ook het CZO laat zien dat Engeland meer zakenreizen trekt dan de overige landsdelen van het VK tezamen.

Handel

Qua reisbestemmingen zien we een duidelijke overlap met de handelsrelaties van Nederland. In 2019 waren de 7 voornaamste uitvoerlanden, zoals gemeten in uitvoerwaarde voor Nederlandse goederen: Duitsland, België, Frankrijk, VK, VS, Italië en Spanje. België en Frankrijk staan niet in de top5 van zakelijke vliegbestemmingen, maar wel in de top van handelslanden. België staat, met 0,4% van alle zakelijke vliegreizen, niet eens in de top 30 van bestemmingen. Zakelijke reizigers kiezen blijkens de CZO data voor trips naar België de auto en de trein. Het zal in veel gevallen sneller zijn. Hetzelfde zal ook, maar in minder mate, gelden voor zakelijke reizen naar Frankrijk.

Duitsland staat daarentegen wel prominent op de tweede plek qua reisbestemming voor een zakelijke reis door Nederlanders terwijl het een buurland is. Mogelijke verklaringen hier is het feit dat Duitsland veel belangrijker voor de Nederlandse handel is dan Frankrijk. Dat scheelt bijna een factor 3. Bovendien heeft Duitsland ook economische centra op grote afstand van Nederland, zoals Berlijn en München, die alternatieve reismogelijkheden als de auto, bus of trein minder aantrekkelijk maken. Terwijl het economische zwaartepunt in Frankrijk relatief gunstig ligt ten opzichte van Nederland. Ter illustratie: Utrecht – Parijs is 3,5 uur met de trein en Utrecht – München is 8,5 uur met de trein.

Globetrotter

In LVN presenteert men zich graag als globetrotter, in 18 van de 67 interviews (27%) wordt gesteld dat de desbetreffende persoon 'de hele wereld' over vliegt. In meer detail zien we echter ook hier uiteindelijk een sterke dominantie van Europese bestemmingen. Dat gevolgd door Noord-Amerika (VS) en Azië (China, Singapore, Dubai). Midden-Amerika, Zuid-Amerika, Afrika, Australië, Oceanië worden zelden of nooit genoemd. Een meer gedetailleerde analyse van de bestemmingen is met deze kwalitatieve bron echter onhandig.

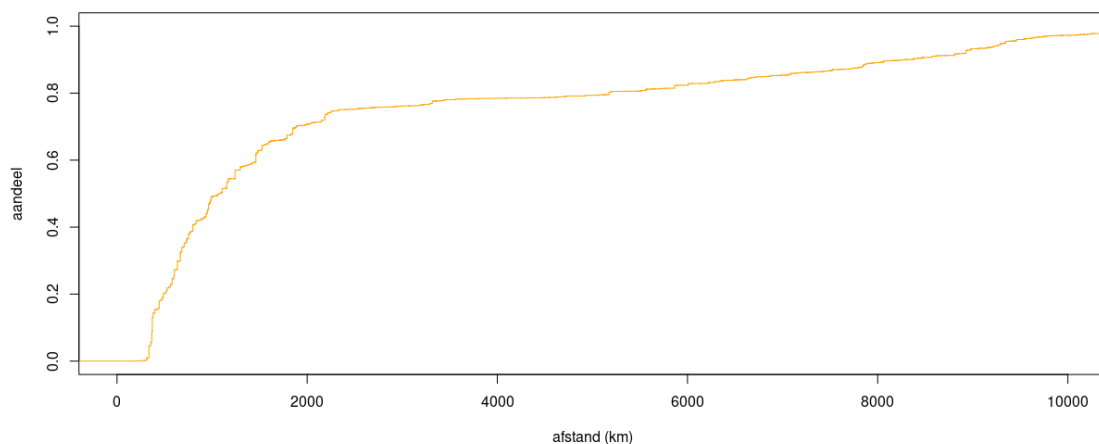


Figuur 3.2: Woordenwolk met de genoemde bestemmingen. Data: LVN

3.4 Afstand en reisduur

De reisafstanden voor zakelijke vliegvluchten zijn korter dan die van niet-zakelijke. Dit zien we terug in diverse dataset [CO AMS, IPS, VH, CZO in vergelijking met CVO] en in analyses van anderen (Doganis, 2013; Thune-Larsen & Farstad, 2018). Ook de hiervoor behandelde bestemmingen (§3.3), met burens VK en Duitsland op positie 1 en 2 in de top van meest bezochten landen, versterkt dit beeld.

Tot 250 km wordt er nauwelijks gevlogen en kiezen de zakenreizigers voor de auto, bus, trein of fiets (hoofdstuk 6). Vanaf 250 km zien we een typische afstandsverval functie, met een snel afnemende intensiteit. 37% van de zakelijke vliegvluchten door Nederlanders is korter dan 750 km, 71% is korter dan 2.000 km, zo zien we aan de hand van de gemaakte zakelijke vliegvluchten vanaf Schiphol (figuur 3.3).



Figuur 3.3: Cumulatieve distributie van totale vliegafstand bij zakenreizen. Data: CO AMS 2019

Vergelijking met andere motieven

In vergelijking met andere reismotieven wordt de relatief korte afstand voor zakelijk vliegen duidelijk (tabel 3.4). De gemiddelde vliegafstand enkele reis, inclusief een eventuele aansluitende vlucht vanaf een tweede luchthaven, voor zaken (zaken/werk + congres/studie) is afgerond 2500 km. Voor vakantiedoeleinden komt deze zelfde afstand uit op circa 3300 km. Het bezoek aan vrienden of familie kent ongeveer hetzelfde gemiddelde. Voor congres of studie liggen de afstanden veel dichterbij de gemiddelde afstand voor vakanties, dan bij het motief zaken/werk. Het mag duidelijk zijn van de gemiddelden hier steeds behoorlijk naar boven worden getrokken door een kleine groep lange afstandsreizen. Immers, 77% van de zakelijke reizen is korter dan 2000 km, terwijl het gemiddelde dik boven de 2000 km ligt. De mediaan, het punt op de helft van de observaties, ligt voor alle motieven duidelijk onder het gemiddelde.

Tabel 3.4: Reisafstand (km, hemelsbreed) OD-passagiers Schiphol naar de eindbestemming (incl. doortransfer) per reismotief. Bron: CO AMS 2019

Primaire reismotief	Gemiddeld	Mediaan
Zaken of werk	2.286	952
Congres of studie	3.243	1.461
<i>Alle reizen met zakelijk motief</i>	<i>2.491</i>	<i>974</i>
Vakantie	3.293	1.847
Bezoek aan familie of vrienden	3.343	1.481
<i>Alle reizen</i>	<i>3.023</i>	<i>1.461</i>

Op basis van analyse van IPS2019, met verschillende luchthavens in het VK, zien we dat internationale vliegereizen, inclusief een eventuele transfer en vervolgvlucht, voor niet-zakelijke motieven gemiddeld genomen 30% meer reiskilometers hebben dan zakelijke vliegereizen. Dit sluit goed aan bij de analyses op basis van CO AMS. En kan daarom gezien worden als validatie.

Meer transfers

Gelet op de relatief korte afstanden hebben zakelijke reizen vaak een transfer, ten opzichte van niet-zakelijke vluchten. Reisafstand is een zeer goede voorspeller voor de aanwezigheid van een overstap tijdens de reis. Des te verder de eindbestemming, des te kleiner de kans op een directe vlucht. Simpelweg omdat het aantal directe bestemmingen snel terugloopt. Omgekeerd zal men op kortere

afstanden, waarbij een overstap noodzakelijk is en de totale reisduur snel oploopt, eerder grijpen naar alternatieven, zoals auto en de trein.

Een logistisch regressie model, met een doortransfer als afhankelijke variabele en enkel OD-reizigers van Schiphol in de dataselectie, toont het effect van afstand overduidelijk (tabel 3.5). Daarbovenop zien we dat wanneer het motief zakelijk is de kans op een doortransfer aanmerkelijk hoger ligt. De schatting is sterk significant. De omvang van het effect is te vergelijken met 950 kilometer extra vliegen ($0.95 * 0.372 = 0.354$). Hierbij is het goed te vermelden dat het vooral de vakantievluchten zijn met beduidend minder vaak een doortransfer. Ook bij het bezoek aan familie of vrienden is de bestemming vaak gegeven en wordt de overstap onvermijdelijk, net als bij sommige zakelijke bestemmingen.

Ter aanvulling zien we dat het aandeel zakelijk onder de transfer reizigers hoger ligt dan bij de OD-reizigers op Schiphol (Lieshout, Boonekamp, & van Spijker, 2019). Transfer reizigers hebben per definitie een overstap.

Tabel 3.5: resultaten logistische regressie voor aanwezigheid doortransfer op bestemmingsluchthaven.
Data: CO AMS, enkel OD-passagiers

Onafhankelijke variabele	Schatting (std. fout)
Vliegafstand naar eindluchthaven (x 1000 km)	0.372 (0.005)***
Motief: zakelijk (ref. niet-zakelijk)	0.351 (0.045)***
Constante	-3.361 (0.034)***

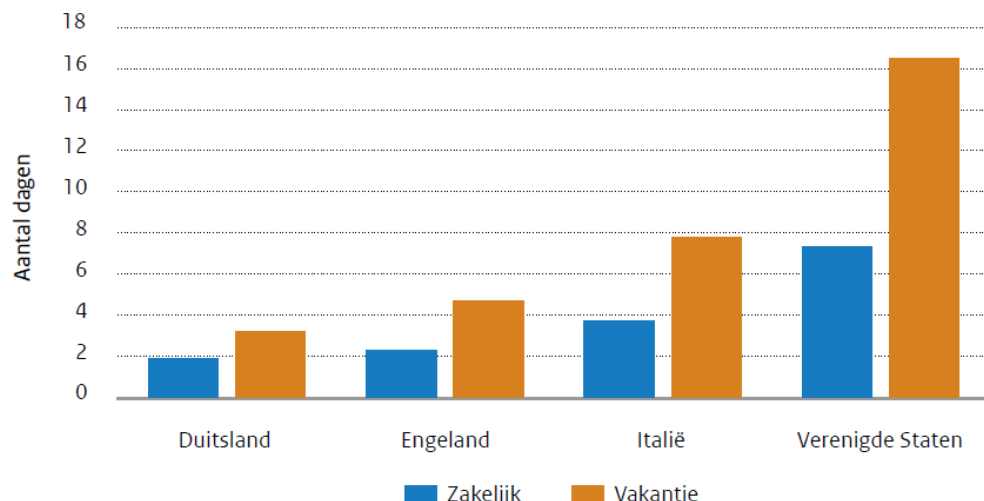
Sig.: *** p<0.001

3.5 Verblifdsduur

Reisduur en verblijfsduur gaan vaak gelijk op

Bij veel van de gemaakte verplaatsingen zien we een positieve relatie tussen de reistijd en de verblijfsduur (Dijst & Vidakovic, 2000; Gronau, 1970). Ook meer specifiek voor zon, zee en strandvakanties wordt deze positieve relatie geobserveerd (Bell & Leeworthy, 1990), of vliegreizen in bredere zin (Doganis, 2013). Daarbij kan het reizen naar een bepaalde bestemming gezien worden als een investering die zichzelf moet terugbetalen door een langer, rijker verblijf op locatie (Bell & Leeworthy, 1990; Dijst & Vidakovic, 2000). Over de tijd, met snellere en goedkopere manieren van reizen, zien we dan ook voor dat de verblijfsduur op de bestemming daalt of men ziet mogelijkheden om verder te reizen (Gössling, Scott, & Hall, 2018; Peeters, 2017). In een periode van slechts 20 jaar, van 1995 tot 2015, daalde de verblijfsduur van leisure en zakelijke toeristen gemiddeld met bijna 15%. Ook in Nederland zien we deze trend: in 1995 was de verblijfsduur van toeristen gemiddeld 3,0 dagen, in 2015 was de verblijfsduur 2,5 dagen (Gössling et al., 2018).

In de voor ons beschikbare data voor vliegreizen zien we ook een positieve relatie tussen reisafstand en verblijfsduur: een lange reisduur en lange verblijfsduur lopen samen op (figuur 3.3). Daarbij is echter wel een scherp verschil tussen zakelijke en leisure vliegreizen te zien (Doganis, 2013). Bij zakelijke reizen is de verblijfsduur een factor 2,5 korter (figuur 3.3). Ter illustratie: een vakantie naar Griekenland duurt gemiddeld 10 dagen, een zakenreis duurt gemiddeld 4 dagen.



Figuur 3.3: Verblijfsduur in dagen voor 4 populaire bestemmingen. Data: CVO 2018 en CZO 2019. Bewerking door het KiM

Met veel zakenreizen binnen West-Europa blijft ook de gemiddelde verblijfsduur van een zakelijke vliegreis bescheiden. Het gemiddelde is 3,9 dagen. De mediaan is 3 dagen. De helft van alle zakenreizen kent minder dan 3 overnachtingen. Maar de verschillen zijn dus aanzienlijk, afhankelijk van de bestemming en het motief.

Dagranders

5% tot 10% van de zakelijke vliegreesen, kent geen overnachting op de plek van bestemming. De zakelijke reizigers gaan dan op één dag heen en weer. Dat kan door vroeg te vertrekken en een late terugkeer te accepteren. We noemen deze groep dan ook de dagranders. Natuurlijk is dit alleen haalbaar met relatief korte reistijden en gunstige reisschema's, zoals naar London.

De schatting van het aandeel dagranders komt voort uit diverse bronnen. Daarom wordt er een bandbreedte gehanteerd. Schiphol vraagt in het continu onderzoek naar de verblijfsduur. Deze variabele is echter niet beschikbaar in onze dataset [CO AMS]. Op ons verzoek heeft Schiphol wel een inschatting gegeven van de groep dagranders vanaf Schiphol. Zij komen op 211.000 (7%) van de 3 miljoen zakelijke Nederlandse reizigers in 2019. Omdat Schiphol 80% van de zakelijke trips verwerkt, komt het totaal op 7% tot 9%. Bij CO AMS kan sprake zijn van enige onderrapportage, omdat dagranders mogelijk bovengemiddeld veel haast hebben en daarom minder geneigd zijn om mee te doen aan het vragenlijst onderzoek. Op basis van schattingen met parkeerdata kwam Schiphol hoger uit voor de schatting van aantal dagranders.

Op basis van de IPS zien we dat 17% van de zakelijke luchtvaartreizigers vanuit Nederland naar het VK geen overnachting heeft in het VK. Omgekeerd geldt dat voor 16% van de zakelijke passagiers uit het VK die naar Nederland reizen. Dat is dus prima in balans, wat vertrouwen geeft in deze statistieken. Het gegeven dat men geen transfer heeft en geen overnachting, maakt het aannemelijk dat men dezelfde nog dag terugvliegt. 17% van de zakenreizen naar het VK uit de 19% van de zakenreizen in het totaal geeft circa 112 duizend dagranders van Nederland naar het VK. Dat zijn niet noodzakelijk unieke personen. Een persoon kan meermaals per jaar een dagrande zijn.

Beeld vanuit CZO over verblijfsduur minder betrouwbaar

In CZO zit ook verblijfsduur. Echter, omdat CZO expliciet uitgaat van overnachtingen in het buitenland voor zakelijke doeleinden beschouwen wij deze dataset niet bruikbaar voor het bepalen van de dagranders.

3.6 Reiskosten

Ticketkosten

De kosten voor vliegtickets worden zelden uitgevraagd in vragenlijsten. De enige bron in dit onderzoek die we hebben is IPS, met vluchten van of naar het VK. Uit analyses van IPS 2019 blijkt dat voor vliegereizen van en naar het VK zakelijke passagiers gemiddeld genomen 28,1 cent per kilometer betalen. Bij niet-zakelijke passagiers is dit 10,1 cent. Totaal zijn de zakelijke luchtvaartreizigers goed voor 11,4% van de vliegkilometers en 25,1% van de omzet uit vliegtickets. Per kilometer betalen zakelijke reizigers dus 2,8 keer zoveel. Per reis gaat het om een factor 2,2. Per reis zijn de kosten lager, omdat de gemiddelde reisafstand ook korter is.

De factor 2,8 verschil in ticketprijs tussen leisure en zakelijk kan deels toegeschreven worden aan de wijze waarop ticketprijzen tot stand komen (Belobaba, Odoni, & Barnhart, 2017). Ticketprijzen zijn slechts beperkt een afspiegeling van de kosten voor de luchtvaartmaatschappij (ICF, 2018). Voor dezelfde vlucht, met dezelfde herkomst en bestemming, kunnen de prijzen sterk uiteenlopen. Hierbij is het moment van het plaatsen van de boeking erg bepalend voor de prijs. Zakelijke reizigers, die vaak gebonden zijn aan tijd en plaats, hebben een veel hogere betalingsbereidheid dan de niet-zakelijke reizigers, met meer flexibiliteit in het reisschema en vrijheid in de bestemmingskeuze. Die laatste groep wordt door luchtvaartmaatschappijen op bepaalde relaties vooral gebruikt om het vliegtuig op te vullen, met soms tickets onder de kostprijs. Daarbij anticiperen de luchtvaartmaatschappijen op tickets boven de kostprijs op de terugvlucht of additionele bestedingen (bagage, omboeken, consumpties aan boord).

Additioneel zien we dat zakelijke luchtvaartreizigers vaker kiezen voor een hogere reisklasse (§3.7) en extra's, zoals beenruimte. Wat gepaard gaat met extra bestedingen. Zakelijke reizigers zijn minder gevoelig voor de kostprijs van extra's (Martín, Román, & Espino, 2011), omdat zij zelf vaak niet de kosten dragen van deze extra's, maar deze kunnen declareren bij de werkgever (Doganis, 2013). In het verlengde daarvan zien we dat de ontvangende partij regelmatig de rekening betaalt. In de CZO 2019 zien we dat 10% van de reizen (direct) betaald is door 'de ontvangende partij in het buitenland'. Hierdoor vermindert de gevoeligheid voor prijsprikkels mogelijk verder.

Zakenreizigers belangrijk voor luchtvaartmaatschappijen

Als bovenstaande bedragen voor vluchten van en naar het VK ook voor Nederland gelden dan zijn zakelijke luchtvaartreizigers (30% van het totaal) goed voor zeker de helft van de totale omzet bij de airlines die in Nederland actief zijn. Volgens U.S. Global Investors genereren de zakelijke passagiers (12% van het totaal) samen 60% van de omzet van luchtvaartmaatschappijen (genoemd in Van Ammelrooy, 2021). Natuurlijk varieert dit wel sterk per luchtvaartmaatschappij. Desalniettemin mag duidelijk zijn dat een eventuele wegval van zakelijke reizigers (hoofdstuk 7) vergaande gevolgen heeft voor de bedrijfsresultaten van luchtvaartmaatschappijen.

Aandeel in de bedrijfskosten

Voor bedrijven zijn de kosten op het totaal van alle bedrijfskosten gemiddeld genomen klein. De verschillen tussen sectoren zijn echter groot (Stravagem, 2004). Op individueel werknemersniveau zullen de verschillen ook groot zijn, omdat het gros van de werknemers helemaal niet reist en enkelingen vaak. Desondanks wordt

de coronapandemie voor veel organisaties aangegrepen als moment om de reisbudgetten in te krimpen (van Ammelrooy, 2021; hoofdstuk 6).

3.7 Reisklasse

Businessclass vliegen en zakelijke vliegen worden onterecht nog al eens door elkaar gehaald. Lang geleden ging die vergelijking mogelijk op (Mason, 2005), maar op basis van onze gegevens en de gehouden interviews blijkt dat business class reizigers lang niet altijd met een zakelijk motief reizen. Sowieso reist het merendeel van de zakenreizigers niet in de business klasse (tabel 3.6).

Tabel 3.6: reisklasse bij zakelijke vliegreis. Data: CZO 2019

Reisklasse	Aandeel
First of Business class	12%
Comfort class	12%
Economy class	70%
Tourist class	4%
Overige	1%

Hieruit blijkt dat driekwart van de zakelijke passagiers in de economy of tourist class zit, en 12% in de business class. Uit de interviews blijkt dat de keuze tussen economy en business class afhangt van de reisduur. Hoe langer de vlucht, des te vaker business class gekozen wordt. Dit is ook vaak opgenomen in de richtlijnen van organisaties en bedrijven. Het belang van uitgerust aankomen op de bestemming, de betere mogelijkheden om onderweg te werken of het uitsluiten van mogelijke hinder tellen zwaarder mee op langere vluchten. Ook uit de LVN analyse komt dit beeld naar voren:

"Dat is voor mij behoorlijk essentieel. Na aankomst van de vlucht heb ik vaak gelijk afspraken staan. Alleen als ik op vakantie ga vlieg ik Economy Plus." #34

"Alleen op vluchten langer dan zes uur. Op kortere vluchten doen we dat uit kostenoverwegingen niet. Ik probeer dan wel Economy Comfort of iets vergelijkbaars te boeken. Dan heb je iets meer beenruimte en kun je sneller in- en uitstappen." #51

"Alleen als ik een nachtvlucht heb wil ik wel voor een upgrade betalen. Dan kies ik voor premium of business class, zodat ik nog kan een beetje slapen" #26

De reisklasse is vanuit meerdere perspectieven relevant. Voor de airlines is het vaak een essentieel onderdeel van het verdienmodel. In de analyse van Mason (2005) was 10,7% van de passagiers in 2002 in de businessclass te vinden, zij waren goed voor 28,0% van de omzet (zie ook: van Ammelrooy, 2021). Vliegen in businessclass heeft ook gevolgen voor de effecten op klimaat, overlast en leefomgeving. Immers, op de plek van één businessclass reiziger kunnen gemiddeld 2 economy stoelen staan (Berveling et al., 2020).

3.8 Reistijdverrijking

Voor een enkele zakenreiziger is de reistijd ook echt de tijd dat ze aan het werk zijn. Dit geldt bijvoorbeeld voor horse grooms, beveiligers of koeriers. Voor veel andere reizigers is de reistijd eerder een periode van rust.

In de literatuur zien we heel veel aandacht voor de snelheid van boarding, de reistijden van vliegtuigen tussen herkomst en bestemming, benodigde omkeertijden tussen landen en opnieuw opstijgen, maar weinig aandacht voor tijdgebruik door passagiers aan boord van het vliegtuig. Ook in alle datasets die tot onze beschikking staan (hoofdstuk 2) is eigenlijk geen aandacht voor de manier waarop de reistijd wordt ingevuld.

Gebrekkige werkruimte

Werken aan boord van het vliegtuig wordt niet altijd als even handig ervaren, zo maken we op de analyse van LVN en de schaarse literatuur op dit vlak (Cornet, Lugano, Georgouli, & Milakis, 2021; Jain & Lyons, 2008). Zakenreiziger ergeren zich aan de mogelijkheden of voorzieningen, met name de beperkte ruimte aan boord van het vliegtuig springt eruit:

"De stoelen worden kleiner, terwijl mensen steeds groter worden. Op een gegeven moment is de rek er wel uit en dat geldt niet alleen voor de budget airlines. Ook andere maatschappijen proberen zoveel mogelijk stoelen in het vliegtuig te krijgen. Dat begrijp ik vanuit een zakelijk oogpunt, maar als passagier vind ik het irritant." #52

"Als je een dier in Economy zou vervoeren, dan zouden dierenrechtenorganisaties je komen opzoeken. Het is niet gezond. Het wordt steeds krappere. Zeker met mijn lengte is dat niet uit te houden, zelfs op korte vluchten binnen Europa." #34

"Het is wachten tot het moment dat ze zo'n gele tag aan je oor bevestigen. Ze pakken nog net niet de zweep erbij om het klootjesvolk bij elkaar te drijven. Je wordt als vee behandeld." #72

Voorkeur voor rust en ontspanning tijdens de reis

Uit LVN blijkt ook dat de voorkeur gegeven wordt aan andere activiteiten aan boord van het vliegtuig, zoals gebruik van het entertainment systeem, praten met medereizigers, rusten en slapen.

"Ik heb een strak schema. Ik kijk twee films, ondertussen krijg ik een maaltijd geserveerd. Vervolgens slaap ik zes uur en dan krijg ik ontbijt. Ik werk niet aan boord." #46

"Om dit soort vluchten draaglijk te maken heb ik altijd een Victor&Rolf tasje van KLM bij me. Hierin zitten wat handige dingetjes voor onderweg. Vooral het oogmasker gebruik ik veel. Samen met mijn capuchon en noise-cancelling oordoppen kan ik me dan afsluiten van mijn omgeving en uitrusten." #18

Er is soms ook asymmetrie te zien tussen de heen- en de terugreis, zo maken wij op uit de gesprekken die wij voerden (§2.3). Het kan zijn dat mensen vliegen op de heenreis en de trein pakken op de terugreis, of andersom. Ook kunnen mensen bewust kiezen voor een vertrek in de avond, om zo aan boord van het vliegtuig te kunnen slapen. Dat lijkt populairder te zijn voor de terugweg, dan voor de heenweg. De asymmetrie ontstaat ook door de richting waarin men vliegt: tegen de tijd in of met de tijd mee. Dit laatste blijkt ook uit LVN:

"Ik probeer meestal rond 22.00 uur te vertrekken uit Amerika. Dan gaat het licht uit en kun je tot aan het ontbijt slapen. Dankzij noise cancelling headphones lukt me dat vrij aardig." #54

"Ik kijk wel naar vliegtijden. Als ik vanuit Japan terugvlieg, geef ik de voorkeur aan Air France. Zij hebben van vrijdag op zaterdag een nachtvlucht en dan ben ik zaterdag thuis. KLM heeft op zaterdag overdag een vlucht; dan ben ik pas zaterdagavond thuis." #46

Hoe de reistijd gebruikt dient te worden wordt vanuit de werkgever zelden expliciet gemaakt (Gustafson, 2012). Er wordt niet opgedragen om aan boord aan de slag te gaan met het werk. Omgekeerd is het voor de zakenreizigers ook verschillend of de reistijd onderdeel is van de betaalde werkuren of dat men reist in de eigen tijd (dit hangt ook af van het tijdstip).

3.9 Het loyaliteitsprogramma

Het loyaliteitsprogramma biedt de frequentere zakelijke reiziger voordelen op diverse manieren, zoals: snel aan boord en snel van boord van het vliegtuig (via priority lanes), gebruik van lounges, omboeken en andere extra services. Des te hoger de status, des te meer voordelen. Enige voorwaarde om die voordelen te plukken is dat met de desbetreffende luchtvaartmaatschappij gevlogen wordt, of een eventuele gelieerde airline binnen de alliantie. Punten van eerdere vluchten kan de zakenreiziger gebruiken om bepaalde upgrades te krijgen, zoals beenruimte of het opwaarderen naar businessclass. Des te langer en intensiever met vliegt, des te hoger de status binnen het programma.

In VH zien we dat 42% van de mensen waarbij het meest recente reismotief zakelijk van aard was er tevens meegedaan wordt met een loyaliteitsprogramma. Daarbij doet men soms ook mee aan de programma's van meerdere airlines. De kans op het meedoen met een dergelijk programma stijgt met het aantal vluchten per jaar: mensen die niet vliegen zitten niet in een loyaliteitsprogramma. Mensen die regelmatig vliegen zitten regelmatig in een dergelijk programma. En vrijwel iedereen met 8 vluchten of meer per jaar doet mee aan een dergelijk programma. Gemiddeld genomen doet 15% van de volwassen Nederlanders die vliegen (zakelijk of privé) mee met een loyaliteitsprogramma. Dat is bij benadering 7% van de totale populatie.

Bij zakelijke reizen is in de regel zo dat degene die de kosten draagt voor de reis niet degene is die de punten benut (De Boer, 2018). De punten kunnen soms ingezet voor privédoeleinden, zoals een vakantievlucht (Suzuki, 2003; de Boer, 2018). Gössling en Nilsson (2010) laten zien dat 79% van de mensen die actief participeren in een loyaliteitsprogramma de punten inzetten voor privé vluchten of tickets voor vrienden of familie. Bij bijvoorbeeld de rijksoverheid mag dit overigens niet. De aantrekkelijkheid van het programma zien we ook veelvuldig terug in LVN:

"Bij voorkeur geef ik mijn punten uit aan intercontinentale vluchten. Met mijn punten kan ik eens per twee jaar een intercontinentale vakantie voor twee personen boeken. Ik zie dat als een leuke secundaire arbeidsvoorwaarde." #44

"De gespaarde credits gebruik ik dan weer voor regelmatige privéreizen naar Spanje, waar mijn ouders een huis hebben." #60

"Ik neem mijn gezinsleden nooit mee omdat er te weinig tijd is om leuke dingen te doen. Wel gebruik ik gespaarde miles voor vlieguren met het

gezin. Ik ben zo vaak weg en vind dat mijn familie daar iets voor terug moet krijgen.” #79

“De gespaarde miles geef ik met name aan mijn kinderen; een van hen woont in het buitenland.” #86

“... En om af en toe tickets te kopen voor een vakantie met de kids” #41

Naar schatting 4% tot 12% van de beschikbare stoelen wordt aangewend voor beloningen vanuit het loyaliteitsprogramma (De Boer, 2018). The Economist (2005) kwam eerder met de schatting dat 7%-8% van de passagiers aan boord van een vliegtuig voor het ticket betaalde met punten. Met 40 vluchten per jaar krijg je gemiddeld 2,75 vluchten cadeau, zo berekenen Gössling en Nilsson (2010).

Het effect van deelname aan een programma is dat de reiziger eerder voorkeur voor een bepaalde airline of alliantie heeft, ook als deze duurder is of als de vlucht onaantrekkelijk is wat betreft bijvoorbeeld reistijd (De Boer, 2018; Lassen, 2006). Dit effect wordt ook door Sluymer (2003, p. 90) geobserveerd bij auto-journalisten:

“Vrijwel alle journalisten lopen met hun KLM-pasje te zwaaien om FD-punten (Flying Dutchman) te verzamelen en ze hebben dan ook de pest in als er met een andere maatschappij als de KLM wordt gevlogen. Dat kost punten. [...]. Zelfs al is een andere maatschappij goedkoper, dan nog wordt er met de KLM gevlogen om de journalisten aan KLM-punten te helpen.”

We zien de voorkeur voor een bepaalde airline als gevolg van het FFP ook terug in onze LVN analyse:

“Ik wil ook graag mijn Platinum- status bij KLM behouden.” #43

“Ik heb nu Silver en ben onderweg naar Gold-status. Dat hoop ik in oktober te bereiken. Omdat ik regelmatig naar de Verenigde Staten vlieg en meestal in Business Class, gaat dat redelijk snel.” #60

“Omdat ik ben aangesloten bij Flying Blue probeer ik zoveel mogelijk met SkyTeam-airlines te vliegen” #66

“Als je eenmaal een Flying Blue-pas hebt, blijf je loyaal.” #67

Uit LVN blijkt in veel gevallen ook een redenering in omgekeerde richting. Er wordt dan niet gevlogen met een bepaalde luchtvaartmaatschappij om punten te sparen, maar men spaart punten bij een maatschappij omdat men daar nu eenmaal vaak mee vliegt. Een beperkt aantal reizigers neemt dan ook deel aan meerdere programma's (Gössling & Nilsson, 2010), zo zien wij ook in onze data [VH].

Punten sparen met extra kilometers

Om punten te sparen kunnen reiziger extra lange vluchten maken, extra transfers accepteren en in het meest extreme geval enkel op pad gaan om punten te sparen (Gössling & Nilsson, 2010). Dat laatste staat bekend als de mileage-run (Chun & Ovchinnikov, 2019; Del Nero, 2014). In de survey van Gössling & Nilsson (2010) zegt 4% van de respondenten meer te vliegen dan noodzakelijk is, vanwege het loyaliteitsprogramma. Een eerdere Amerikaanse poll vond in 2013 dat de meerderheid van de frequente vliegers (n=813) wel eens een extra reis maakt voor de punten, om de status in het programma veilig te stellen (Del Nero, 2014). In LVN

treffen we sporadisch indicaties voor het reizen om punten te sparen, zoals bijvoorbeeld deze:

"Ik woon in Antwerpen en ga meestal met de Thalys naar Schiphol. Om mijlen te sparen, vlieg ik de laatste tijd ook regelmatig vanuit Brussel via Amsterdam naar bijvoorbeeld Kopenhagen." #60

Naast deze genoemde bezwaren is er ook nog een ethisch bezwaar dat de niet-frequente vliegers betalen voor beloningen voor de frequente vliegers (E. R. de Boer, 2018). Ook de volgende LVN quote geeft dit aan:

"Ik hou niet van loyaliteitsprogramma's, veel te veel gedoe. Ik zie liever dat de prijzen omlaag gaan, zodat we meer geld kunnen besteden aan onze projecten." #21

3.10 Meer zakelijke reizen genereren meer vliegreizen

Er is een zelfversterkend effect gaande waarbij meer zakenreizen uitmonden in meer reizen. Meerdere kleine vicieuze cirkels vormen samen dit zelfversterkende effect. We beschrijven de diverse kleinere cirkels. Op meer geaggregeerd niveau kan gesteld worden dat we hier een toegepaste vorm zien van het proces van mondialisering (Appadurai, 1990; Kellerman, 2010; Young, 2020).

Meer ervaring – minder reisweerstand

De kennis en ervaring die reizigers opdoen bij de reis verlaagt de reisweerstand voor toekomstige reizen en maakt het dus relatief makkelijker om nog eens op pad te gaan. Daarbij wordt erkent dat reizen zelf een vaardigheid is, die ook ontwikkeld kan worden door praktijkervaring op te doen (Kaufmann, Bergman, & Joye, 2004; Urry, 2007). Het reizen als vaardigheid geldt zeker voor het internationale reizen met het vliegtuig. Het gaat immers om een multimodale verplaatsing waarbij een landsgrens wordt doorkruist, beide elementen dragen bij aan de complexiteit ervan. Omgekeerd kan de onbekendheid met vliegen, luchthavens, verblijf in het buitenland, visa en andere zaken mensen afschrikken.

Een groter netwerk

Een deel van de zakelijke reizen heeft als doel het uitbreiden van het zakelijke of het klantennetwerk. Wanneer deze expansie succesvol is, komt automatisch een ander reisdoel in beeld, namelijk het onderhouden van netwerk of klantenbestand. De zakelijke reiziger kan ook privé zijn eigen sociale netwerk uitbreiden dankzij de zakenreis (Monbiot, 2008; Urry, 2012). Om de nieuwe zakelijke of privécontacten warm te houden kunnen reizen wenselijk zijn. In de analyse van de rubriek de zakenreiziger [LVN] komen we diverse voorbeelden hiervan tegen. In hoofdstuk 6 stellen we ook dat virtuele contacten via ZOOM of Teams een verkeer genererend effect hebben. Het is dan ook plausibel dat hetzelfde geldt voor daadwerkelijke verplaatsingen.

Punten sparen en besteden

Het hierboven besproken loyaliteitsprogramma zorgt voor extra vluchten (§3.9). Hierdoor kan men weer een hogere status krijgen. Dit vermindert de reisweerstand, omdat men voorrang krijgt op de luchthaven en bij boarding en omdat men toegang krijgt tot de lounges. Voorts moet men blijven vliegen om de status te behouden. Een zeker deel van de beschikbare stoelcapaciteit is gereserveerd voor vluchten met punten uit het loyaliteitsstelsel (§3.9).

Aantrekkelijker aanbod

Wanneer de vraag naar vluchten toeneemt, zal het aanbod - wanneer mogelijk - meebewegen. Daardoor ontstaat meer capaciteit per toestel, een hogere frequentie of een directe vlucht, waar voorheen nog een overstap noodzakelijk was. Met name door de laatste 2 punten wordt de reisweerstand voor iedereen verminderd. Daardoor zullen meer mensen op reis gaan (Gillen, 2017): een toename in de vliegfrequentie van 50% - met bijvoorbeeld 6 in plaats van 4 vluchten per week op een OD-paar - leidt tot 19% meer vraag (Fu et al., 2014). Dit fenomeen kennen we als het Mohring-effect (Mohring, 1972). Het werd aanvankelijk toegepast op busdiensten, maar blijkt goed toepasbaar in de luchtvaart (Betancor & Nombela, 2002; Forsyth, 2021; Gillen, 2017).

Meer mensen in de lucht

Meer vluchten betekent ook meer personeel. Dat personeel vinden we deels in de vliegtuigen, al telt dat niet mee voor de passagiersstatistiek. De uitzondering daarbij is de indien plaats beschikbaar regeling. Met meer vluchten en meer personeel is de kans op een IPB-vlucht groter.

Kruissubsidies

Tot slot lijkt er sprake van kruissubsidie binnen de luchtvaart. De zakelijke reizigers betalen per vlucht of per kilometer aanzienlijk meer dan de leisure reizigers (§3.6). Daarmee zijn de zakelijke reizigers veel vaker kostendekkend, dan de niet-zakelijke reizigers. Die laatste groep profiteert van de eerste groep. Meer zakelijke reizen kunnen, dankzij de hogere betalingsbereidheid, tickets 'subsidieren' voor niet-zakelijke reizigers. Dat werkt natuurlijk alleen als het aanbod groeit en er geen sprake is van verdringing.

4 De Reiziger

4.1 Het nieuwe werken

Sinds begin jaren tachtig van de vorige eeuw hebben we een transitie gezien van meer controle van bovenaf naar meer zelfsturing op de werkvloer (Boltanski & Chiapello, 2005; Dardot & Laval, 2013; Rose, 1992, 1999). Een overgang die ook mooi zichtbaar is gemaakt bij Rijkswaterstaat in het proefschrift door Van den Brink (2009).

Voor de jaren '80 was de directeur de persoon met de meeste kennis en expertise op het onderwerp; een autoriteit in het vakgebied (hoofd ingenieur directeur). Vaak had hij netjes alle treden van het interne carrière-pad bewandeld. Radartjes binnen het systeem die het werk uitvoeren wat voor hen in hapklare brokken is verdeeld. Werknemers werden binnengehaald met een mooi bedrag op het loonstrookje en beloond na jaren van trouwe dienst met een gouden horloge. Bijhorende trefwoorden zijn planning, controle, expertise en berekeningen (Roby, 2014; Rose, 1992; Zijlstra, 2016).

In de periode van zelfcontrole, die vanaf de jaren tachtig steeds meer vorm kreeg, is de directeur een manager geworden. Hij of zij is niet langer diegene met de meeste expertise, maar eerder iemand die een neus heeft voor talent, voelsprietten voor gevoelige kwesties en prima de kaders en processen weet te bewaken. De directeur van weleer is nu een kunstenaar geworden, zo observeren Dardot & Laval (2014). Prijsvragen, talentenjachten, awards en afvalraces zijn de gewoonste zaak geworden om uitzonderlijke capaciteiten bij personen bloot te leggen. Werknemers worden hi-potentials en zijn zelf in hoge mate verantwoordelijk voor het zien, oppakken en afhandelen van taken. Het talent wordt geprikkeld door te sturen op de intrinsieke motivatie; er wordt gezocht naar drijfveren. Bijhorende trefwoorden zijn flexibiliteit, reflectie, zelfsturing, competitie en individualisering (Rose, 1992). Tegen deze achtergrond moeten we kijken naar de hedendaagse zakenreiziger (Holley, Jain, & Lyons, 2008; Roby, 2014). De zakenreiziger is vaak die hoogopgeleide kenniswerker. Bij de uitoefening van zijn beroep of werkzaamheden geniet hij een hoge mate van autonomie. Het is aan de zakenreiziger om vooral zelf te oordelen over het nut en de noodzaak van de zakenreis en de afweging te maken tussen de kosten en de baten (Holley et al., 2008; Kesselring, 2015; Lassen, 2016). De zakenreizigers komt zelf met voorstellen voor interessante beurzen, congressen en netwerk-events die in zijn ogen het bezoeken waard zijn.

Werkgevers zullen, in de strijd voor talent, geneigd zijn om verzoeken vanuit werknemers te honoreren. Niet alleen in het individuele geval, maar ook voor de profilering. Een internationaal werkveld, bezoek aan dynamische steden en contacten met nieuwe mensen en culturen zijn voor sommige potentiële werknemers immers een aantrekkelijk vooruitzicht. Zeker wanneer er ruimte is voor sociale of recreatieve activiteit buiten het werk om (§5.3). In de huidige economie draait veel om talent. Ziekenhuizen beconcurreren elkaar niet op patiënten, maar op de beste artsen en chirurgen. Universiteiten beconcurreren elkaar niet op studenten, maar op de beste professoren en onderzoekers. Medewerkerstevredenheid is een belangrijke driver achter het zakelijk vliegen (Fenich, Vitiello, Lancaster, & Hashimoto, 2015; Oxford Economics, 2009).

Het traditionele beeld bij de zakenreis waarbij de werkgever de werknemer sommeert om op reis te gaan en de werknemer dit heeft te slikken mag op de

helling, voor zover hier nog sprake van was. De wensen van de werknemer zelf zijn vaak leidend.

4.2 Veel vliegervaring

Ervaring met vliegen is duidelijk scheef verdeeld (Büchs & Mattioli, 2021; Gössling & Upham, 2009; Zijlstra & Huibregtse, 2018). Circa 1% van de wereldbevolking is goed voor 50% van alle gemaakte vliegkilometers in de wereld (Gössling & Humpe, 2020). Een belangrijke rol daarbij is weggelegd voor de zakelijke reizigers, vanwege het grote aantal reizen die deze groep maakt voor zakelijke en privé motieven (Cohen & Gössling, 2015; Hopkinson & Cairns, 2021).

In Nederland is de verhouding minder scheef, zo maken wij op uit diverse datasets [MPN, PPM, VH]. Ongeveer 5,4% van de totale bevolking vliegt zakelijk (tabel 4.1). Deze groep zorgt voor het volledige aandeel zakelijk vliegen onder de Nederlandse bevolking plus nog een aanzienlijk deel van de niet-zakelijke vluchten door Nederlanders (zie ook hieronder & bijlage). Het aandeel van zakelijke vliegreizen op het totale aantal vliegreizen, schatten wij op 23%-24% van het totaal. Het aandeel niet-zakelijke vluchten door deze groep schatten wij op 6-7%. Daarmee komt het totaal uit op circa 30% van alle vliegreizen door de 5% van de Nederlandse bevolking met zakelijke reizen.

Binnen de groep zakelijke luchtvaartreizigers zijn aanzienlijke verschillen te zien (tabel 4.1). De grootste groep zakelijke luchtvaartreizigers vliegt 1 of 2 keer per jaar voor zakelijke doeleinden. Dan gaat het om 4% van de totale bevolking en 71% van de groep die zakelijk vliegt. Een kleine groep van nog ongeveer 0,6% van de bevolking, ongeveer 109.000 personen, vliegen veelvuldig voor zakelijke doeleinden. Dat wil zeggen minimaal 6 vliegreizen tot meer dan honderd vliegreizen per jaar. Om deze statistieken (tabel 4.1) aan te laten sluiten bij het totale aantal gemaakte vliegreizen, het totaal van 3,7 miljoen, zou de laatste groep gemiddeld 19 keer per jaar moeten vliegen.

Binnen de laatste groep zijn de frequenties ook zeer scheef verdeeld, zo zien we ook in LVN, VH en PPM. De meeste mensen in de laatste categorie hebben meer dan 5 vliegreizen en minder dan 19 vliegreizen. Een kleinere subgroep van de subgroep vliegt (aanzienlijk) meer met 30, 60 of wel 100 vliegreizen per jaar. De uitschieters trekken het gemiddelde omhoog.

Tabel 4.1: verhoudingen voor zakenreizen. Schattingen op basis van MPN en PPM

Reisfrequentie zakelijk reizen	Aandeel bevolking	Aantal personen (x 1.000)	Aandeel zakelijke vliegreizen	Geschat aantal reizen p.j.
Niet	94.6%	16.396	0%	0
1-2 keer p.j.	3.9%	674	30%	1.5
3-5 keer p.j.	0.9%	161	18%	3.8
6+ keer p.j.	0.6%	109	60%	19

Eerder rapporteerde het KiM dat 8% van de populatie goed is voor 40% van de vliegreizen (Zijlstra & Huibregtse, 2018). Die genoemde 8% had betrekking op de onderzoekspopulatie van 18 tot 80 jaar en is dus feitelijk 6% van de totale Nederlandse populatie. Verder gingen deze statistieken niet noodzakelijk over zakelijke vliegers, maar over veel-vliegers. In die analyse waren de veel-vliegers de groep met 4 vliegreizen of meer per jaar. Er zijn zakelijke vliegers die geen veel-vlieger zijn en veel-vliegers die geen zakelijke vluchten maken. In de praktijk zien we echter dat zakelijk vliegen en veel-vliegen wel vaak samen vallen.

Niet-zakelijke vliegreizen door zakenreizigers

Reizigers die zakelijk vliegen, vliegen vaak ook voor privé-motieven, zo blijkt uit PPM en MPN. Op basis van een simpele vergelijking is dat ook te verwachten. Mensen die zakelijk vliegen hebben immers ook een hoog opleidingsniveau, wonen meer stedelijk en hebben een hoger inkomen. Dat zijn allemaal kenmerken van de vliegende bevolking. De kans op vliegen in de privé-situatie blijft echter aantoonbaar groter, wanneer we in een multivariaat controleren van deze kenmerken (zie ook bijlage I).

Op basis van een meer gedetailleerde analyse op de groep werkenden in MPN zien we aanzienlijke en significante verschillen in de vlieggeneigtheid in de privé-sfeer (tabel 4.2). Voor deze analyse koppelden we het exacte profiel van zakelijke reizigers aan dat van niet-zakelijke reizigers (Ho, Imai, & King, 2013), op basis van inkomen (3 niveaus), leeftijd (5 klassen), stedelijk wonen (2 klassen) en geslacht (2 klassen), met het idee de modelafhankelijkheid sterk te reduceren (Ho, Imai, King, & Stuart, 2007). Op al die vlakken zijn de respondenten dus gelijktijdig hetzelfde. Vervolgens zien we, via modelschattingen met deze perfect gepaarde dataset, dat 48% werkenden zonder zakelijke vliegreizen in deze sub-selectie in de periode van 12 maanden minimaal één vliegreis maakte om privé-redenen. Voor mensen met zakelijke vluchten is dat 73%.

Ook de frequentie van privévluchten door zakelijke reizigers ligt hoger, wanneer we kijken naar de beschrijvende statistieken van de perfect gepaarde dataset. Onder de streep maken zakelijke vliegers bijna twee keer zoveel vluchten om privé-redenen dan soortgelijke mensen, maar dan zonder zakelijke vluchten (gemiddeld 1,65 niet-zakelijke vluchten voor zakelijke vliegers tegenover 0,85 niet-zakelijke vluchten voor niet-zakelijke vliegers). Additionele tests met een standaard multivariaat regressiemodel bevestigen het bestaan van significante verschillen tussen beide groepen (bijlage I). Zakelijk vliegen lijkt daarmee een goede voorspeller te zijn voor niet-zakelijk vliegen. Dat terwijl zakelijk en niet-zakelijk vaak ook gecombineerd wordt (hoofdstuk 5).

Tabel 4.2: Frequentie van vliegen voor privé-redenen. Data: MPN, exact gepaarde data

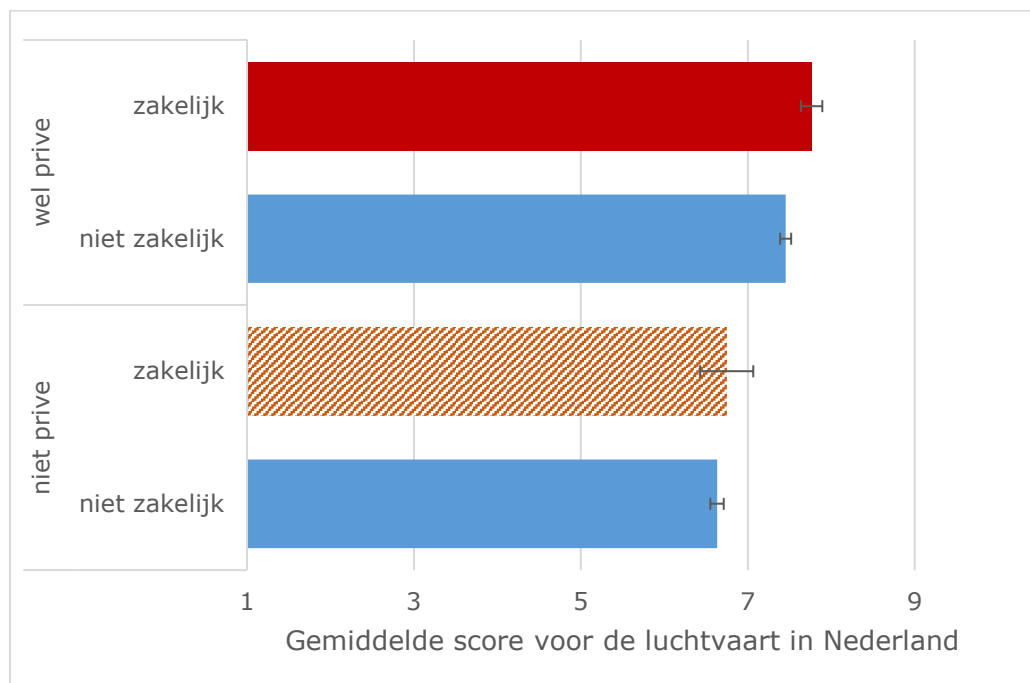
Aantal niet-zakelijke vliegreizen in periode van 12 maanden	Persoon heeft geen zakelijke vluchten	Persoon heeft wel zakelijke vluchten
Geen vliegreizen	50%	26%
1 tot 2 keer	41%	56%
3 tot 5 keer	8%	14%
6 keer of meer	1%	4%
<i>Schatting van gemiddeld aantal vliegreizen</i>	<i>0.85</i>	<i>1.65</i>

NB. Omdat het hier om een specifieke uitsnede van het MPN gaat zijn de statistieken niet representatief voor de populaties met of zonder zakelijke vluchten. Het gaat hier om het maken van een goede vergelijking tussen de groepen.

Een enkele reiziger heeft het juist helemaal niet zo op het vliegtuig, maar is bijvoorbeeld wel dol op reizen in het algemeen, de baan of de bestemming. LVN geeft naar verwachting geen gebalanceerde afspiegeling van de zakenreizigers (zie hoofdstuk 2), maar andere bronnen bevestigen het beeld van een positieve attitude ten aanzien van vliegen.

Algemeen oordeel over de luchtvaart

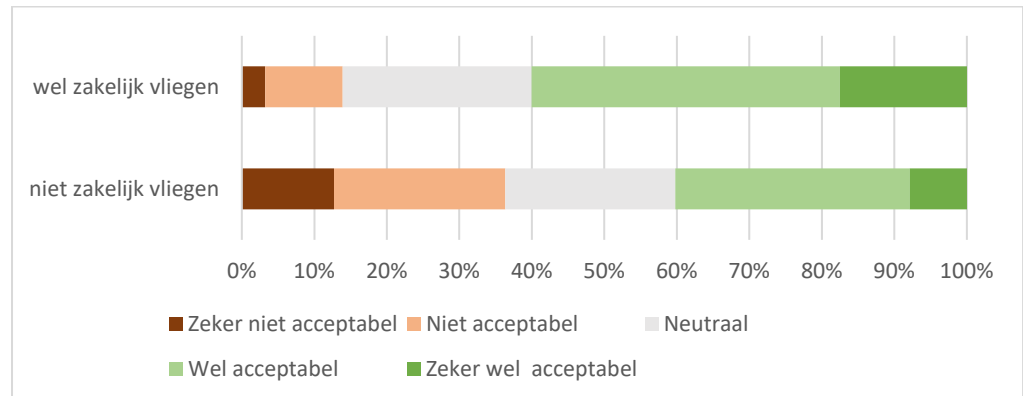
In de PPM zien we dat zowel frequente vliegers als de groep zakelijke vliegers een significant positievere houding hebben ten aanzien van het vliegtuig, dan de groepen niet-vliegers, incidentele vliegers en niet-zakelijke reizigers. Groepen frequente vliegers en zakelijke vliegers hebben natuurlijk een grote overlap. Gevraagd naar de algemene houding ten opzichte van luchtvaart in Nederland, met als 1 zeer negatief en 10 zeer positief, geeft de zakelijke luchtvaartreiziger gemiddeld een 7,6. Circa 22% van hen geeft zelfs het cijfer 9 of 10. Het cijfer is significant hoger dan het cijfer door mensen die alleen vliegen voor privédoeleinden. Het grootste verschil bestaat echter tussen de groepen die wel of niet vliegen (figuur 4.2). De groep die wel zakelijk vliegt, maar niet om privéredenen is te klein voor een goede schatting van de gemiddelde score. In de brochure hebben we deze groep dan ook achterwege gelaten.



Figuur 4.2: Algemene waardering luchtvaart in Nederland. Data: PPM

Luchtvaart moet kunnen groeien

De positievere houding ten aanzien van vliegen blijkt ook uit andere onderdelen van de PPM. Mensen die (regelmatig) vliegen voor zakelijke doeleinden (n=126) reageren positiever op stellingen als 'de luchtvaart moet kunnen groeien'. Onder de mensen die niet zakelijk vliegen is er geen meerderheid voor verdere groei van de luchtvaart. Onder mensen die wel zakelijk vliegen is er wel een meerderheid (60%) die verdere groei acceptabel acht. Slechts 14% acht het onacceptabel. Een groot deel van de mensen in de controlegroep (alle mensen die niet zakelijk vliegen) vliegt daarbij wel, maar niet voor zakelijke doeleinden (figuur 4.3a).



Figuur 4.3a: mate waarin men verdere groei van luchtvaart acceptabel acht. Data: PPM

Er is een kleine afwijkende groep van 15 mensen op het totaal van 126 zakelijke reizigers. Zij reizen wel voor het werk, maar niet om privéredenen met het vliegtuig [PPM]. De gemiddelde score die zij geven voor de luchtvaart is relatief negatief, ongeveer even negatief als mensen die niet vliegen. Omdat het om een kleine groep gaat, is het lastig om hier conclusies uit te trekken. De onzekerheidsmarges zijn groot.

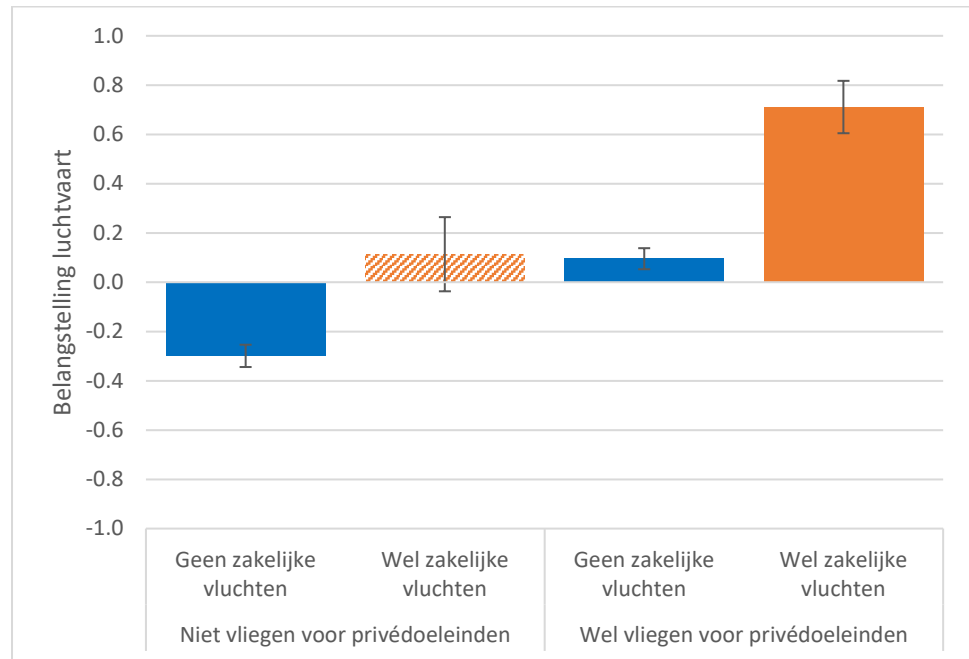
Belangstelling voor de luchtvaart

In het verlengde van het voorgaande zien we dat zakelijke luchtvaartreizigers bijzonder veel interesse in de luchtvaart hebben. Op basis van 4 stellingen over deze interesse in de PPM dataset hebben we de latente variabele '*belangstelling luchtvaart*' opgesteld, met een standaard normale verdeling. Deze stellingen waren:

- Ik heb interesse in het onderwerp luchtvaart in Nederland
- Ik weet veel over het onderwerp luchtvaart in Nederland
- Als ik iets hoor of lees over luchtvaart in Nederland, dan heb ik daar meestal ook een mening over
- Ik zou graag door de overheid betrokken willen worden bij het maken van voor de luchtvaart van de toekomst

De antwoordopties liepen daarbij in 5 stappen van zeer oneens naar zeer eens. De gegeven antwoorden op de 4 stellingen gaan daarbij uitstekend samen ($\alpha=0.84$). Hetgeen het bestaan van één onderliggende latente variabele voor deze belangstelling steunt.

De gemiddelde score voor de groep zakelijke vliegers is 0.64. Dat ligt significant boven de gemiddelde of referentiescore van nul. De zakelijke vliegers kunnen opnieuw uitgesplitst worden in de groep met daarnaast geen privé vliegereizen of de groep met privé vliegereizen, met de scores van 0,11 en 0,71 respectievelijk (figuur 4.3b). Afgezet tegen de groep die enkel voor niet-zakelijke doeleinden vliegt, met de score 0,10, is het verschil met de zeer kleine groep die enkel zakelijk vliegt, niet significant. Het verschil met alle zakelijke vliegers of met de groep die zakelijk en privé vliegt is daarentegen overduidelijk: zakelijke vliegers 'hebben iets' met de luchtvaart. Daarmee is overigens nog niet gezegd dat deze belangstelling leidt tot vliegen, of dat vliegen leidt tot belangstelling.



Figuur 4.3b: belangstelling voor de luchtvaart. Data: PPM

Het lage aantal zakelijke reizigers met een negatieve attitude is ook in de LVN analyse klein. 2 van de 70 respondenten noemen dat er sprake is van vliegangst. Het gebruik van het vliegtuig wordt voor lief genomen of gezien als een noodzakelijk kwaad, bijvoorbeeld omdat men wel dol is op reizen.

In de vlieggeneigdhedenenquête uit 2016 [VH] zien we geen bewijs voor een significant positievere houding ten aanzien van de luchtvaart bij zakelijke reizigers. Omgekeerd is het ook niet zo dat zij een negatievere attitude laten zien. Het ontbreken van significante resultaten in deze analyse kan volgens ons worden toegeschreven aan 2 zaken. Ten eerste is het lastig om de zakenreizigers op een juiste manier te identificeren in deze dataset, omdat we enkel het reismotief weten van de laatst gemaakte reis. Bovendien werd de enquête gehouden in de vakantieperiode (augustus 2016). Ten tweede zijn de stellingen om de attitudes bloot te leggen gebaseerd op vrij extreme emoties. Er werd namelijk gevraagd naar de mate waarin men de gevoelens afkeer, vreugde en angst associeert met vliegreizen. De reacties op de stellingen laten ook relatief weinig samenhang zien (cronbach's $\alpha = 0.63$), ondanks het gegeven dat ze na elkaar uitgevraagd werden. Kortom, gelet op de analyse van de vlieggeneigdhedenenquête, met bijbehorende bedenkingen, zien we geen reden om te twijfelen aan de andere resultaten.

De verklaring voor de positieve attitude is waarschijnlijk zelfselectie. Mensen kiezen niet voor niets een baan met een internationaal werkveld. Mensen met een positieve houding ten opzichte van vliegen, de luchtvaart of reizen in meer algemene zin maken meer zakelijke vliegreizen dan mensen met een minder positieve attitude. Hierbij kan ook sprake zijn een omgekeerd verband, namelijk mensen die veel vliegen ontwikkelen een positievere houding ten aanzien van de luchtvaart, dan mensen die minder of niet vliegen. Dat is niet uit te sluiten, bij een gebrek aan longitudinale gegevens. Wij achten deze causale richting echter, met het oog op de literatuur en de langere termijn keuze voor een baan die eraan vooraf gaat, minder krachtig dan de relatie van attitude naar vlieggedrag.

4.4 Status & Identiteit

Platinum-for-life

Zakelijke reizigers ontlenen een deel van hun identiteit uit het internationale reizen. In de LVN verwijzen ze naar zichzelf als wereldburger, globetrotter, wereldwijd of kosmopoliet. Dat sluit direct aan bij de positieve attitude ten aanzien van het vliegen of reizen. Ook lijkt men enige trots te ontlenen aan het idee dat zij herkend worden door het personeel op luchthavens of aan boord van het toestel.

"Overigens ben ik een fervent verzamelaar van Delftsblauwe KLM-huisjes. Dat is een soort hobby van me. Ik heb de hele serie van 99 huisjes compleet. Die heeft een prominente plek in mijn huiskamer, waarvoor ik het ontwerp speciaal voor de huisjes heb aangepast." #70

"Het is voor mij een lifestyle geworden. In het begin was het wel erg wennen voor mijn gezin, maar dat is niet anders. Ik heb de afgelopen twintig jaar zoveel gereisd dat mijn sociale leven zich over de wereld heeft verspreid." #88

"Ik ben Platinum-for-Life bij Flying Blue" #79 (nadruk toegevoegd)

Reizen werkt statusverhogend

Extreme geografische mobiliteit of 'bereisd zijn' lijkt in recente decennia tot sociale norm te zijn geworden (Hall, 2011; Kesselring, 2015; Shaw & Thomas, 2006; Urry, 2012). Waarbij het idee leeft dat het onder andere de carrièremogelijkheden verhoogt in bepaalde sectoren, zoals in de academische wereld (Lassen, 2016; Richardson & McKenna, 2003). De promotie van stages in het buitenland, het uitdragen van reizen als hobby en speciale beurzen voor buitenlandse ervaring voeden het bestaan van de norm. Ook de snelheden die eigen zijn aan het vliegen, drukke reisschema's en tal van verplichtingen elders dragen mogelijk bij aan het statusverhogende karakter (Bellezza, Paharia, & Keinan, 2017).

Reizen is in meer algemene zin een manier om identiteit en positie in de samenleving te benadrukken (Hall, 2011; Oswald & Ernst, 2021; Reese, 2016). Mensen met internationale reizen zijn modern, zelfredzaam, wereldwijd en beschikken blijkbaar over de financiële mogelijkheden om de wereld af te struinen. Omgekeerd worden mensen die thuisblijven of enkel lokaal actief zijn geportretteerd als conservatief en wereldvreemd (Bourdieu, 2015; De Botton, 2018; Gustafson, 2009; Oswald & Ernst, 2021).

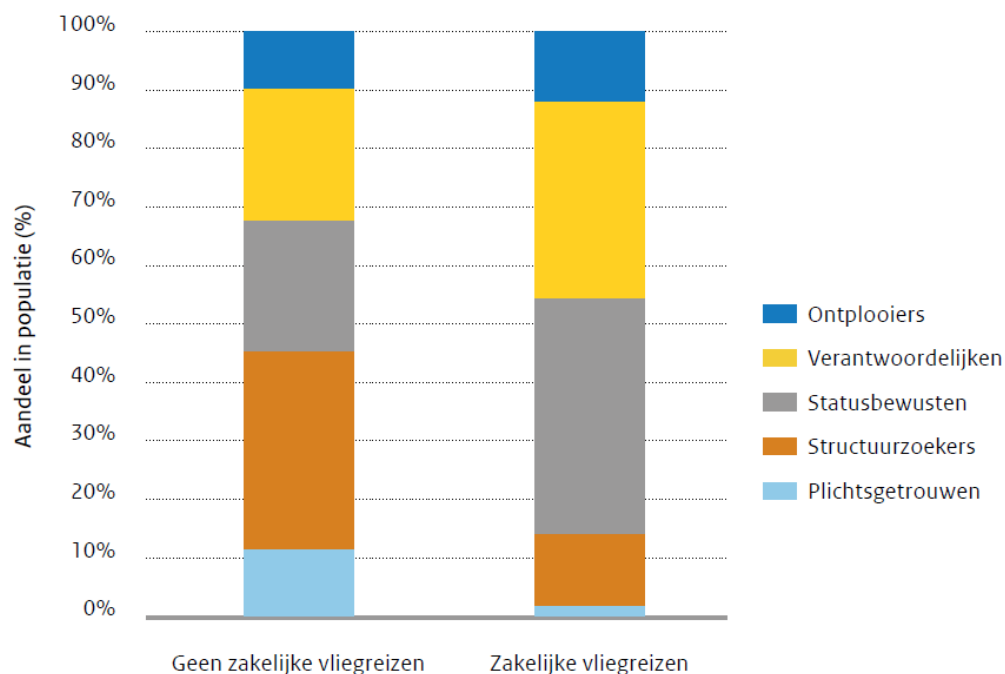
Hierin vinden we mogelijk ook een verklaring voor de discrepantie tussen klimaatbewustzijn enerzijds en veelvuldig vliegen anderzijds (Walsh, Dodds, Priskin, Day, & Belozerova, 2021). Diverse studies tonen aan dat mensen met een hoog ontwikkeld ecologisch bewustzijn desondanks bovengemiddeld veel vliegen (Kroesen, 2013; Lassen, 2010).

Duurzaamheidsprofielen

Motivaction heeft 5 informatieve duurzaamheidsprofielen opgesteld (Motivaction, 2018). Bij de verdeling van deze profielen zien duidelijke contrasten tussen de groep zakelijke vliegers en de groep die niet zakelijk vliegt, zoals Motivaction (van der Lelij & Oomen, 2019) trouwens zelf ook al signaleert op basis van dezelfde data [PPM]. Opnieuw lijkt status een centrale rol in te nemen. We bespreken de 2 meest opvallende profielen in deze analyse (figuur 4.4).

Ongeveer 11% van de Nederlanders is 'plichtsgetrouw'. Zij zijn maatschappelijk betrokken, solidair en bezorgd om het milieu. Ze hebben relatief minder geldingsdrang (Motivaction, 2018). Onder de groep mensen die zakelijk vliegt is deze groep nagenoeg afwezig: 1,6% van de zakenreizigers behoort tot de categorie 'plichtsgetrouw'. Dat is 86%, ofwel 10 procentpunt, minder dan bij de mensen die

niet zakelijk vliegen. Omgekeerd zien we dat 23% van de Nederlanders behoort tot de groep die we kunnen aanduiden als 'statusbewust'. Zij ambiëren het verwerven en uitbouwen van sociale status en carrière maken, hebben materiele dromen (Motivaction, 2018). In de groep zakelijke reizigers is het aandeel van deze roep 40%. Dat is 78% meer en 18 procentpunt meer dan bij de groep die niet vliegt voor zaken.



Figuur 4.4: duurzaamheidsprofielen naar zakelijk vliegen. Data: PPM

4.5 Suboptimale keuzes

De klassieke economische utiliteitstheorie stelt dat een verplaatsing alleen gemaakt zal worden wanneer de baten opwegen tegen de kosten. Qua kosten kan daarbij gedacht worden aan de reis- en verblijfskosten, kosten voor het regelen, boeken en reserveren, eventuele misgelopen werkuren door ongunstige reisschema's, verminderde productiviteit als gevolg van het reizen of een jetlag en dergelijke (Cohen & Gössling, 2015). Qua baten is te denken aan het binnenhalen van nieuwe klanten of het behoud ervan, het aanboren van nieuwe leveranciers, kennisontwikkeling, vergroten van de naamsbekendheid, investeringen in het team of in individuele medewerkers. Voor zakelijk vliegen betekent dit dat alle gemaakte vluchten een economisch nut hebben. Immers, anders zouden deze niet gemaakt worden (Huibregtse et al. 2021).

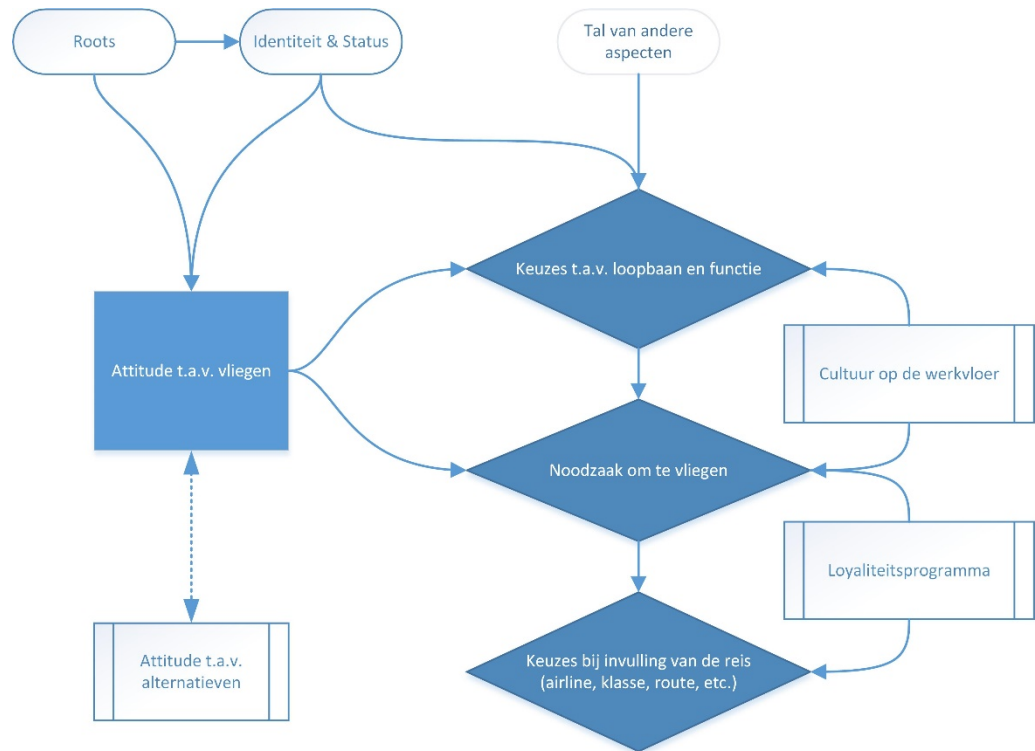
Vanuit verschillende perspectieven kan beargumenteerd worden dat de bovenstaande aanname te kort door de bocht is. Ten eerste zal het zeer lastig zijn om een actueel en volledig beeld te hebben van de kosten en de baten. De kosten van een vliegticket verandert continu, daarmee is de informatie die gebruikt wordt voor de afweging mogelijk al achterhaald bij het besluit. Daarbij worden structureel bepaalde kosten of baten ook over het hoofd gezien, omdat mensen niet alwetend zijn. Veel nadelen van vliegen zijn bijvoorbeeld niet bekend bij het grote publiek (Cohen et al., 2018). Kosten als de additionele klimaatimpact worden mogelijk helemaal niet meegenomen in de overweging. Lassen (2010) oordeelt dan ook dat de voordelen veel zichtbaarder zijn dan de nadelen. Ten tweede kunnen de kosten

en baten eigenlijk alleen achteraf bepaald worden, terwijl de beslissing vooraf genomen moet worden. Pas achteraf is bekend of de klant binnengehaald is, het congres inspiratie biedt en of de reis het energieniveau van de medewerker verhoogd heeft. De kosten gaan voor de baat uit. Er kunnen aanzienlijk verschillen zijn tussen de verwachtingen en de praktijk (R. de Boer, 2015; De Botton, 2018). Ten derde weten we dat mensen geen lopende rekenmachines zijn (Kahneman, 2011; Tiemeijer, Prast, & Thomas, 2009). Ook al heeft men alle relevante informatie vooraf, dan nog zullen er beoordelingsfouten gemaakt worden. Er zijn structurele denkfouten of vertekeningen die maken dat we minder rationeel zijn, dan soms wel voorgesteld wordt. Ten vierde, slaan kosten en baten niet neer bij een enkele partij, maar kennen ieder een eigen verdeling en samenstelling bij werknemer en werkgever. Dit vierde punt werken we hieronder uit.

Moeten of mogen reizen voor het werk

Het oordeel over de noodzaak om op internationale zakenreis te gaan kent nadrukkelijk een subjectief element (Derudder, Devriendt, Van Nuffel, & Witlox, 2010; Lassen, 2016). Wanneer gesteld voor dezelfde situatie zal de ene persoon oordelen dat de reis niet nodig is, terwijl de andere persoon zijn koffers al aan het pakken is. Dit subjectieve element is veelal slecht zichtbaar in de gehanteerde modellen binnen de transport economie, waarbij juist de meer objectieve elementen, zoals vluchtschema, reistijd en reis- en verblijfskosten, centraal staan. Gesteld voor dezelfde feiten worden er wel andere keuzes gemaakt.

Wanneer mensen met een (zeer) positieve houding ten aanzien van vliegen, reizen of vliegereizen in het bijzonder, zelf actief op zoek gaan naar een baan met een internationale reismogelijkheden kan het zijn dat zij eenmaal in deze positie opvallend vaak positief oordelen over de noodzaak om op reis te gaan of het nalaten om alternatieve oplossingen te verkennen (figuur 4.5). Tijdens een van de interviews (§2.3) werd ook opgemerkt dat mensen 'niet voor niets kiezen voor een baan met een internationaal werkveld'. Omgekeerd zal iemand met schrik van vliegen of een meer neutrale positie ten aanzien van vliegen eerder alternatieven voor het vliegen onderzoeken, zoals bellen, televergaderen, het bundelen van afspraken of het reizen met de trein.



Figuur 4.5: conceptualisering relaties tussen status, attitudes en zakelijk vliegen

Bepaalde baten van het reizen strijken neer bij de werknemer en blijven mogelijk buiten het zicht van de werkgever. Reizigers kunnen zo op kosten van de baas het sparen van de loyaliteitspunten optimaliseren, in plaats van het minimaliseren van de reiskosten of reistijd. Deze punten worden vervolgens niet ingezet om in het vervolg de kosten voor een zakelijke reis te drukken, maar om een ticket cadeau te doen aan de kinderen (§3.9). Het bezoek aan het eigen sociale netwerk, de mogelijkheden om vrienden mee te nemen op reis en de voorkeur van de partner voor het strand kunnen de bestemmingskeuze, timing of route van de zakenreizigers kleuren (§5.3). Daarmee wordt niet noodzakelijk het zakelijke belang geoptimaliseerd. Martin et al (2011) laten zien dat luchtvaartreizigers die zelf de tickets bekostigen bereid zijn om 13 tot 17 euro te betalen voor (extra) beenruimte. Wanneer de rekening betaald wordt door de baas loopt de gemiddelde betalingsbereidheid op tot 70 euro. Wanneer men ook nog eens voor punten spaart in het loyaliteitsprogramma loopt de betalingsbereidheid op tot boven de 100 euro (gemiddeld 101 euro). Kortom, werknemers maken andere keuzes wanneer een ander de rekening betaald.

Oswald en Ernst (2021) laten zien dat veel zakelijke reizen een hoge mate van vrijwilligheid kennen oftewel dat het maken van de reis de keuze is van de reiziger (§4.1). Wel is deze vrijwilligheid lager dan bij niet-zakelijke reizen (figuur 4.6). Op een schaal van 0 (niet-vrijwillig) tot 100 (volledig vrijwillig) scoren leisure reizen gemiddeld 90 (standaard deviatie = 18) en de zakelijke reizen gemiddeld 67 (standaard deviatie = 28). Uit de analyse blijkt dat 25-30% van de zakelijke reizen eerder gezien wordt als een verplichting dan een vrijwillige reis (< 50 op schaal 0 tot 100). Bij de resterende 70-75% is de score boven de 50 (eerder vrijwillig dan onvrijwillig).



Figuur 4.6: Mate van vrijwilligheid voor zakelijke en leisurereizen. Oswald and Ernst (2021), bewerking KiM

Dat de reiziger vaak zelf beslist hangt ook samen met zijn positie in het bedrijf. Gemiddeld heeft men een salaris dat boven twee keer het modale inkomen ligt en maakt veel werkuren. Ook uit de LVN analyse blijkt de relatief hoge functie.



Figuur 4.7: Functieomschrijving door veel vliegers in een woordenwolk. Data: LVN.

Reisbeleid

Vat krijgen op de reiskosten is een uitdaging voor organisaties en de reden dat er vormen van 'travel management' worden geïntroduceerd (Gustafson, 2012; Lubbe, 2003; Wickham & Vecchi, 2016). Een vorm van dergelijk management is het werken met een jaarlijks reisbudget of maximum aantal reizen per jaar (Wickham & Vecchi, 2016; Van Ammelrooy, 2021; LVN). Een reisbudget beïnvloedt het reisgedrag van de werknemers [LVN]:

"In de eerste helft van het jaar reis ik meer, want in januari komen de budgetten vrij. Vanaf september is het budget meestal op en vlieg ik alleen als het echt noodzakelijk is." #45

Door beperkingen op te leggen aan het reizen worden er impliciet of expliciet vraagtekens geplaatst bij het nut en de noodzaak van reis op zich of bij de wijze waarop de reizen ingevuld en uitgevoerd worden door de zakelijke reizigers (Gustafson, 2012; Lubbe, 2003). Het ter discussie stellen van het reizen kan daarom ook tot interne spanningen leiden (Gustafson, 2012; Lubbe, 2003). Veel travel managers hebben dan ook een weinig dankbare taak, zo observeert Lubbe (2003).

Het idee dat iedere reis nuttig is – want de baten zijn hoger dan de lasten – verhoudt zich niet helemaal lekker met het idee van inperkingen. Ofwel bedrijven maken suboptimale beslissingen door nuttige reizen door zelfsturende teams en professionals aan banden te leggen. Ofwel de zakelijke reizigers maken suboptimale beslissingen door alweer in het vliegtuig te stappen, te opteren voor upgrades en onvoldoende oog te hebben voor alternatieve mogelijkheden, zoals videobellen. Bij de invulling van het reisbeleid worden organisaties geholpen door de fiscus die beperkingen oplegt aan de aftrekbaarheid van de reiskosten. In de regel gelden de kosten als bedrijfskosten en zijn daarmee volledig aftrekbaar. Wanneer het verblijf op locatie veel langer duurt dan het congres kan de aftrek in het geding komen, omdat de fiscus het dan niet langer aanmerkt als een volledig zakelijke reis.

Het formele reisbeleid van de werkgever is niet altijd waterdicht of succesvol (Lubbe, 2003), blijkt uit diverse zaken in ons onderzoek. Een van de hoofdtaken van een travel manager binnen een bedrijf is ook zorgen voor de naleving van het reisbeleid van de organisatie (Gustafson, 2012). Reisagentschappen (TMC'S) die mede de rol hebben om op de naleving van het reisbeleid te controleren, worden omzeild of overruled door het afdelingshoofd. Binnen het CZO zien we dat het juist de medewerkers van een bedrijf met reisbeleid zijn die vaker in het vliegtuig stappen, dan bijvoorbeeld in de trein of auto. Wat een indicatie geeft van een mogelijke mismatch. Binnen één organisatie kunnen er grote verschillen zijn in het reisgedrag. Afhankelijk van de heersende cultuur op een afdeling en de mate waarin het afdelingshoofd georiënteerd is op zijn medewerkers, kunnen binnen een organisatie grote verschillen zijn in het reisgedrag. Ook in LVN zien we voorbeelden waarbij de zakenreiziger het vaste reisagentschap omzeild. Daarbij weten wij overigens niet of dat direct een overtreding is van het reisbeleid van de werkgever:

"Als bedrijf werken we wel met een travel management company, maar ik houd dat het liefst in eigen hand." #33

"We maken als bedrijf gebruik van Uniglobe, maar omdat ik zoveel vlieg boek ik mijn reizen zelf." #72

Bestemmingskeuze

Bij het gros van de afspraken zal de bestemming van de zakenreis een gegeven zijn, dat voortvloeit uit de locatie van de ontvangende partij. Daarbij kan de ontvangende partij ook de werkgever zelf zijn, wanneer het gaat om een nevenvestiging of hoofdkantoor buiten Nederland. Niettemin zien we ook bij de bestemmingskeuze dat de voorkeuren van de zakenreiziger invloed hebben op de gemaakte reizen. Spanje en Italië zijn zo niet alleen populaire vliegbestemmingen voor vakantiegangers, maar ook voor zakelijke reizigers. Ook in LVN zien we de invloed van de voorkeur van de zakenreiziger.

"Ik probeer de wat warmere locaties zoveel mogelijk in onze winter te bezoeken." #70

In het onderzoek naar zakelijk vliegen observeert Lassen (2016) dat academici op een Deense universiteit een bijzonder voorkeur hebben voor congressen in het Middellandse Zeegebied, bij voorkeur in de periode net voor het hoogseizoen. Naast de aantrekkelijke locatie, kan dit ook te maken hebben met de beschikbaarheid van vluchten en het aanbod aan capaciteit (met lage prijzen buiten het hoogseizoen).

4.6 Persoonskenmerken

Geslacht

Ruim twee derde van de mensen die zakelijk vliegen is een man. Circa 11% van de volwassen mannen maakt wel eens een zakelijke vlucht. Tegenover nog geen 5% van de volwassen vrouwen (figuur 4.8). Voor een klein deel kan het grotere aantal mannen worden toegeschreven aan de verschillen in arbeidsparticipatie en het aantal gemaakte werkuren. Vliegen voor zakelijke doeleinden is minder evident wanneer mensen niet werkzaam zijn of weinig werkuren maken.

De verschillen tussen de geslachten worden groter wanneer we kijken naar het aantal gemaakte reizen. Des te meer zakelijke vliegereizen, des te groter de kans dat het om een man gaat. Die trend in onze datasets wordt ook ondersteund door de statistieken van CO AMS en IPS2019. Circa 75% van de zakelijke passagiers is een man. Om van een 1:2 verhouding qua reizigers tot een 1:3 verhouding te komen bij de passagiers moeten mannen dus vaker vliegen dan vrouwen.

Opleiding

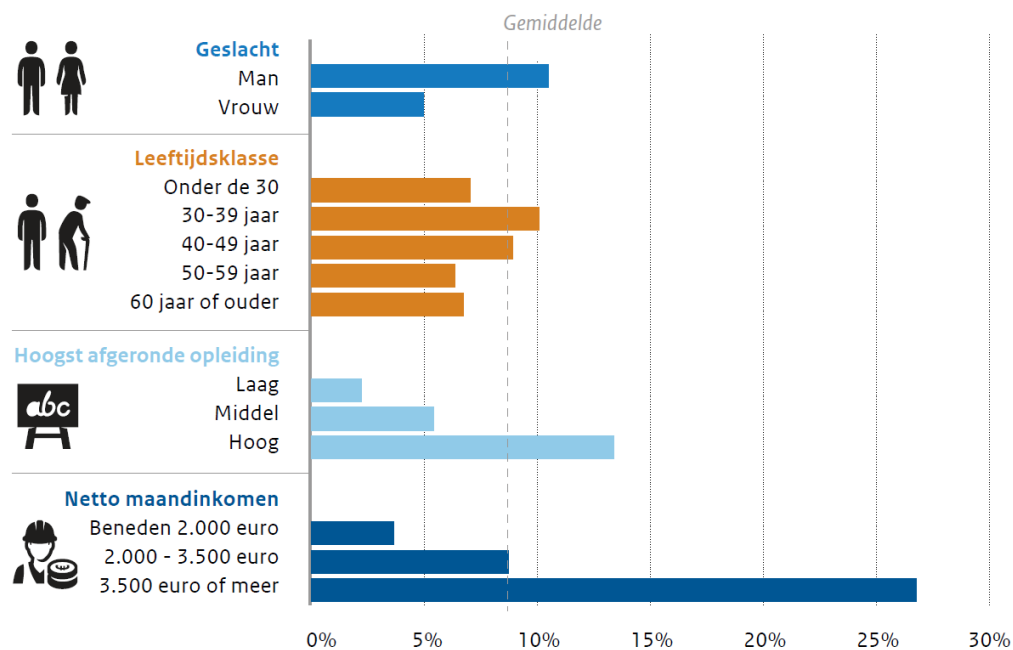
Hoger opgeleiden vliegen vaker dan lager opgeleiden (Berveling et al., 2020; Zijlstra & Huibregtse, 2018). Bij zakelijke reizigers geldt dit nog sterker (figuur 4.8). Uit PPM blijkt dat 60% van de zakelijke reizigers een hoog opleidingsniveau heeft, terwijl datzelfde voor 38% van de werkende beroepsbevolking geldt (CBS).

Leeftijd

De zakelijke reiziger is jonger dan de gemiddelde werknemer. Relatief gezien is het aantal dertigers het meest oververtegenwoordigd, gevolgd door veertigers en dertigminners. De vijftigplussers zijn daarentegen ondervertegenwoordigd (figuur 4.8). Het idee van de relatief goede functie binnen de organisatie en de relatief zwakke vertegenwoordiging van de groep van 50 jaar en ouder verhouden zich niet helemaal lekker tot elkaar. Voor velen geldt immers dat men het eigen of het interne carrière pad bewandeld om op hogere leeftijden uit te komen bij de beste functies. We hebben dit niet verder uitgezocht.

Inkomen

Meest opvallende persoonskenmerk is mogelijk wel het persoonlijke netto maandinkomen. De kans dat iemand zakelijk vliegt stijgt sterk met een hoger inkomen. Onder de 2.000 euro per maand vliegt 1 op de 25 werkenden zakelijk. Boven de 4.000 euro per maand is dit 1 op de 3 met minimaal 1 zakelijke vliegpreis per jaar.

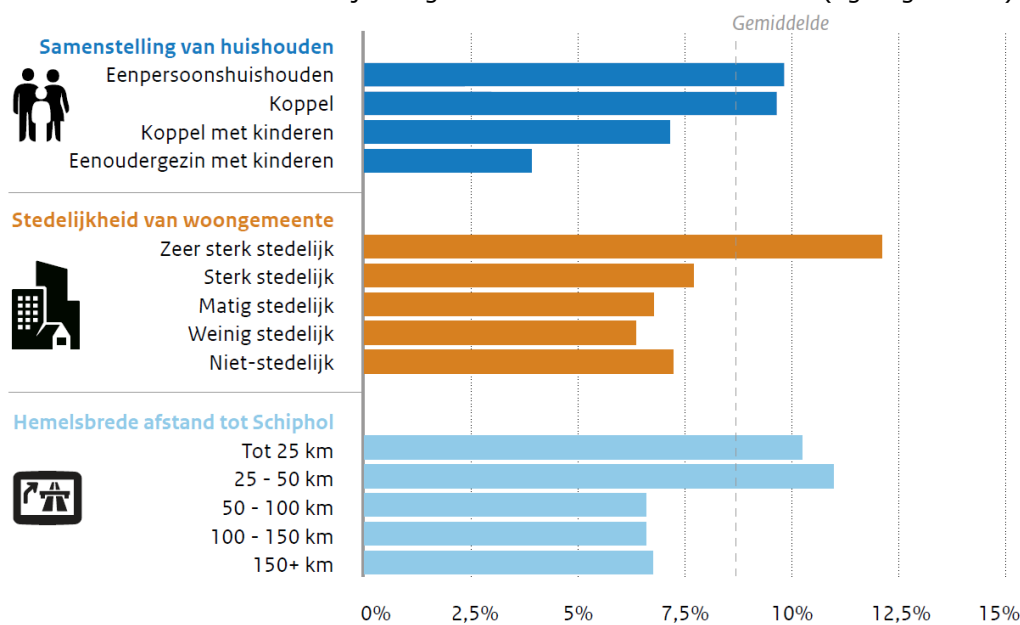


Aandeel van de werkzame beroepsbevolking met zakelijke vliegereizen

Figuur 4.8: Persoonskenmerken van zakelijke vliegers. Data: MPN, 2019

4.7 Huishoudkenmerken

Als we naar de samenstelling van het huishouden van de zakelijke reiziger kijken, zien we in veel gevallen weinig verschil met het gemiddelde (figuur 4.9). De alleenstaande ouder vliegt wel beduidend minder snel voor zakelijke redenen. Het aantal kinderen in het huishouden, de leeftijd van de kinderen en meer van dergelijke verschillen laten slechts kleine afwijkingen zien ten opzichte van het te verwachte aandeel dat zakelijk vliegt. Uitschieters komen niet voor (vgl. figuur 4.8).



Aandeel van de werkzame beroepsbevolking met zakelijke vliegereizen

Figuur 4.9: Huishoudkenmerken en zakelijk vliegen. Data: MPN

Afstand tot Schiphol

Er bestaat een verband tussen de afstand van woning tot Schiphol en zakelijke vliegen (figuur 4.9). Er is ook een verband tussen afstand van woning naar Schiphol en het aantal zakelijke vluchten. De nabijheid van Schiphol vergroot de kans op het maken van minimaal 1 zakelijke vlucht per jaar. Ook vergroot het de kans op het frequenter maken van zakelijke vluchten. Dit verband bleek ook uit Stratagem et al. (2004) en wordt hierbij dus bevestigd op basis van MPN data.

Het effect verdwijnt echter wanneer we controleren voor andere factoren die duidelijk samenhangen met zakelijk vliegen, zoals het opleidingsniveau. Daarmee is het ook de vraag of het vliegen als vast onderdeel van het werk enige invloed uitoefent op de woonlocatiekeuze.

Stedelijkheid

We zien ook een relatie tussen de stedelijkheidsgraad van de woongemeente en het zakelijke vliegen (figuur 4.9). Daarbij valt vooral het contrast op tussen mensen die wonen in de zeer stedelijke gemeenten (> 2500 adressen per km²) en in de rest van het land. In deze restcategorie, met de niveaus sterk stedelijk tot niet-stedelijk, zien we nauwelijks verschillen in de kans om zakelijk te vliegen.

In tegenstelling tot de analyses naar de afstand tot Schiphol, blijft het verband tussen wonen in zeer sterk stedelijk gebied en zakelijk vliegen overeind wanneer we controleren voor leeftijd of opleidingsniveau. We kunnen daarom concluderen dat de kans om zakelijk te vliegen groeit wanneer men woonachtig is in zeer sterk stedelijk gebied.

5 Motieven

5.1 Kenmerken werkgever

Niet-Nederlandse bedrijven

Uit een eerdere enquête onder zakelijke luchtvaartpassagiers op Schiphol bleek 31% van de Nederlandse reizigers te werken voor een niet-Nederlands bedrijf (Stratagem, 2004). Ze zijn dan werkzaam bij een multinational met een nevenvestiging in Nederland. Of ze vertegenwoordigen het bedrijf in Nederland, en eventueel omliggende landen, zonder dat er sprake is van een bedrijfsvestiging in Nederland. Ook in LVN zien we regelmatig iemand die werkt voor een bedrijf uit het buitenland, met of zonder vestiging in Nederland. In de overige bronnen die wij tot onze beschikking hebben is het wel of niet Nederlands zijn van de werkgever geen onderdeel van de opgenomen informatie. Analyses hierop zijn dan ook niet mogelijk.

Private of publieke sector

De meeste zakelijke passagiers zijn actief in de commerciële sector. Op basis van CZO 2019 zien we dat 73% werkt bij een bedrijf of niet-commerciële instelling, zoals een stichting. Nog eens 14% werkt als zelfstandige. Iets minder dan 10% werkt voor de overheid en onderwijs. Op basis van het MPN, met blik op de zakelijke reiziger, zien we dat 62% een aanstelling heeft buiten de overheid, 21% is zelfstandig en 12% werkt bij de overheid. Volgens CBS Statline werkte in 2019 ongeveer 17% van de werkenden als zelfstandige en werkte ongeveer 11% bij de overheid (openbaar bestuur, politie, defensie, onderwijs). Kortom, de verdeling tussen overheid en niet-overheid en tussen werknemers en zelfstandigen lijkt redelijk gereflecteerd te worden onder de reizigers. Zakelijke reizigers die werken in de commerciële sector reizen gemiddeld genomen wel iets vaker; de gemiddelde reisfrequentie ligt hoger.

Groot, middel en klein bedrijf

Wanneer het gaat om zakelijk vliegen wordt er al snel gekeken in de richting van de multinationals (Young, 2020; Stratagem et al., 2004). De associatie tussen wereldwijde activiteiten en internationaal reizen is natuurlijk ook snel gemaakt. Onze analyses laten een iets genuanceerder beeld zien.

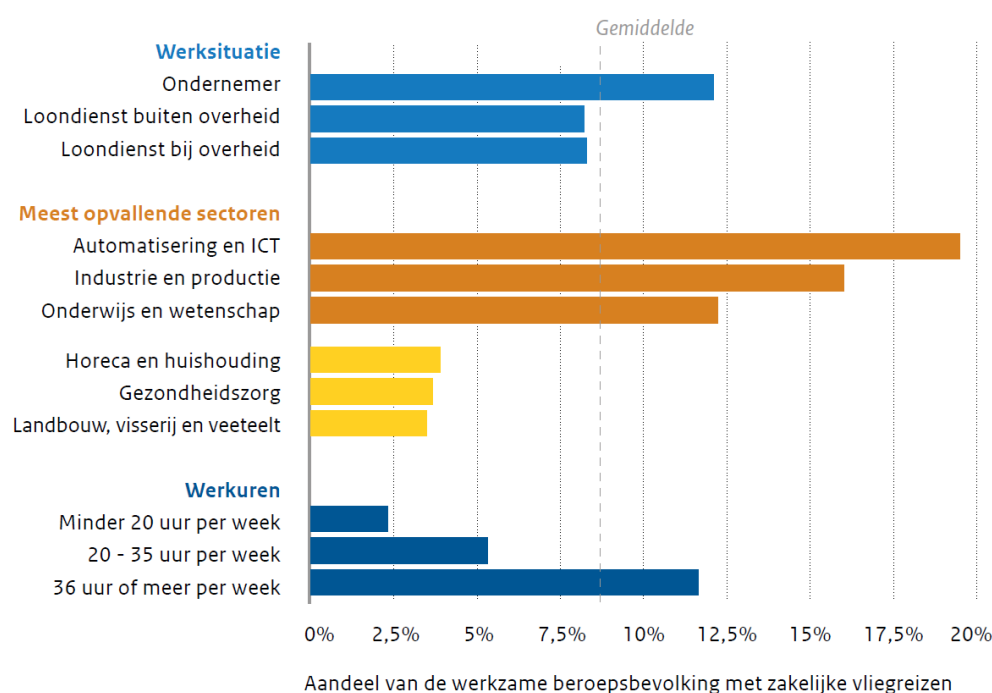
Op basis van CZO zien we dat de 37% werkt bij een bedrijf met 500 medewerkers of meer. Op basis van de CBS statistieken maken wij op dat 42% van de werknemers in Nederland werkt bij een organisatie met 500 medewerkers of meer. Dit suggereert dat er in grotere organisaties niet noodzakelijk meer gevlogen wordt. Tot slot kunnen we nog een nuance plaatsen bij het onderzoek van Stratagem et al. (2004) dat zakelijke passagiers op Schiphol vaak werkzaam zijn bij grotere bedrijven. Ongeveer 63% werkt bij een werkgever met meer dan 100 werknemers. Dat wordt direct gelinkt met een internationaal werkveld in de begeleidende tekst. Gelijktijdig zal het MKB veel strakker op de kosten letten, zo wordt gesteld (p. 47). En daarom is het niet meer dan logisch dat de grote bedrijven domineren. Echter, op basis van de CBS- statistieken uit deze periode kunnen we opmaken dat 60% van de banen te vinden was bij een werkgever met 100 werknemers of meer. Daarmee is de genoemde 63% niet significant meer dan verwacht mag worden. Oftewel, werknemers van bedrijven met minder dan 100 werknemers vliegen ruwweg even vaak als die van grote bedrijven.

Branche

Zakelijke luchtvaartreizigers zitten vaak in de industrie, groothandel, transport, grondstoffenwinning, zakelijke dienstverlening of ICT. Sectoren waarin relatief weinig gevlogen wordt zijn gezondheidszorg, bouw, detailhandel en de horeca, blijkt uit zowel MPN als CZO. In figuur 5.1 tonen we de 3 sectoren met het hoogste aandeel en het kleinste aandeel van de werkende in de desbetreffende sector die vliegen. Kleine sectoren, met te weinig observaties in het MPN, zijn hierbij achterwege gelaten.

De grondstoffenwinning kwam niet bovendrijven als relevante sector in onze analyses van het MPN en CVO, maar dat resultaat wordt weersproken door eerdere studies (Stratagem, 2004) en de interviews (§2.3), waarbij gesteld wordt dat oliewinning wel degelijk relevant is. Een verklaring voor de afwezigheid van de mijnbouw, olie- en gaswinning en de winning van delfstoffen is de bescheiden omvang hiervan in het aantal banen. Minder dan 1% van de werkende Nederlanders is actief in deze sector. We hebben dan ook nauwelijks observaties in onze steekproeven. Oliewinning is wel een mondiale activiteit en is daarmee snel afhankelijk van internationaal zakelijk reizen. Nederlandse medewerkers op locatie, zoals in Qatar, werken 6 aaneengesloten weken, om vervolgens 6 weken verlof te hebben in Nederland. Dat geeft 4 of 5 reizen per jaar. 3 keer per jaar mogen ze familie in laten vliegen.

In de gehouden interviews kwam ook de zeevaart meermaals in beeld als relevant voor de zakelijke luchtvaart. Het gaat om het transport van personeel om de schepen te bemannen of het begeleiden van het vervoer van essentiële onderdelen voor schepen.



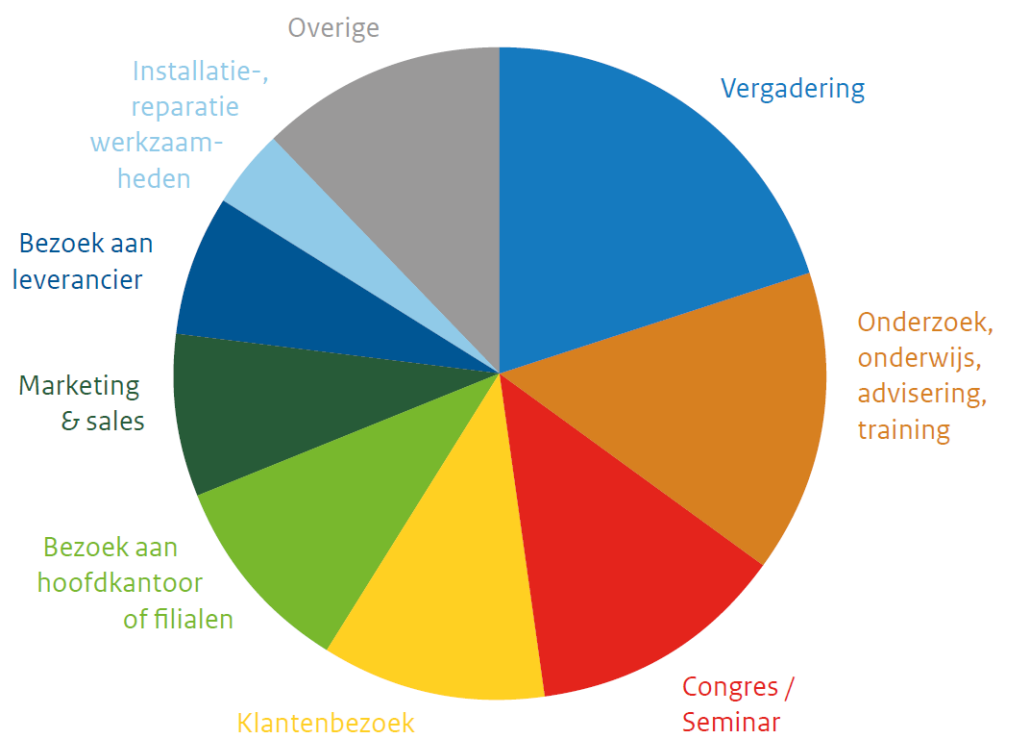
Figuur 5.1: Werkgerelateerde kenmerken van zakelijke luchtvaartreiziger. Data: MPN

5.2 Redenen om zakelijk te vliegen

Hoewel de reden om een zakelijke reis te maken een relatief eenvoudige vraag lijkt, is het antwoord hierop niet eenvoudig te geven. Diverse reismotieven kunnen

samenvallen binnen één reis. Verder zien we dat de spaarzaam beschikbare bronnen met elkaar conflicteren op de categorieën en de verhoudingen daartussen. Voorts wordt het onderscheid tussen *wat* en *waar* niet altijd netjes gemaakt.

Figuur 5.2 is gebaseerd op CZO en geeft een indicatie van de motieven voor zakelijke reizen. Hierin zien we ook dat hetgeen mensen gaan doen gecombineerd wordt met de mogelijke locaties voor de activiteit. Vergaderen is een belangrijke activiteit. Echter, tijdens bezoek aan klanten (11%), bezoek aan hoofdkantoor (9%) of bezoek aan leverancier (7%) wordt er mogelijk ook vergaderd. Echter, mensen kunnen bijvoorbeeld ook naar het hoofdkantoor gaan om te beginnen aan de werkweek, met tal van activiteiten in die week, waarbij de vliegreis woon-werkverkeer wordt.



Figuur 5.2: Verdeling van reismotieven bij laatst gemaakte zakelijke reis door Nederlanders. Data: CZO

Ook in onze meer kwalitatieve bron [LVN] is de oogst qua reismotieven mager. Bij 24 van de 67 interviews hebben we geen duidelijke verwijzing gevonden naar de redenen waarvoor mensen op zakenreis gaat. Bij de interviews lijkt het alsof de functietitel voldoende toelichting moet bieden, zoals 'ik ben relatiemanager', terwijl de relatiemanager natuurlijk tal van activiteit kan ondernemen. Ook hier wordt de bestemming is genoemd, in plaats van (of naast) de kernactiviteiten ('ik ga naar het hoofdkantoor'). Wanneer het motief wel gegeven wordt, in de overige 43 interviews, blijft dit vaak mager toegelicht. Desondanks lijkt het bezoek aan klanten in LVN een hoofdrol te vervullen (figuur 5.3). Een goede vergelijking met het CZO is niet mogelijk bij deze kwalitatieve bron.



Figuur 5.3: Woordenwolk met woordfrequenties in passages over het reismotief. Data: LVN

Op basis van de reismotieven, werkzaamheden, verblijfsduur en andere kenmerken hebben we een aantal profielen opgesteld, met het idee om meer structuur aan te brengen.

Werkend onderweg

Voor een kleine minderheid van de zakelijke passagiers geldt dat de reis zelf het uitvoeren van de werkzaamheden is. Voor hen vallen reismotief en reis samen waardoor de reis ook geen afgeleide vraag is, maar het doel op zich. Dat is bijvoorbeeld het geval bij paardenstewards (horse grooms) die als taak hebben om de paarden tijdens de reis te verzorgen. De werkende nomade kan tot deze groep gerekend worden, wanneer de reis tot doel heeft om een ideale deur-tot-deur trip samen te stellen. Koeriers vallen ook in deze groep. Er zijn bijvoorbeeld koeriers van belangrijke juridische documenten, medische hulpmiddelen of organen, machine onderdelen en zeer waardevolle spullen, zoals diamanten. Deze koeriers verzorgen de verplaatsing van het ene land naar het andere land, inclusief de vliegreis. Het personeel van luchtvaartmaatschappijen zelf zou ook gerekend kunnen worden bij de groep die werkt door onderweg te zijn. Luchtvaartpersoneel wordt niet meegeteld als passagier, tenzij er gevlogen wordt buiten werktijd of met status non-working (om naar een andere locatie gevlogen te worden, waar vandaan men gaat werken). Hoewel deze bijzondere groep naar verwachting zeer klein is, drukken zij wel een stevige stempel op het aantal reizen. In het aandeel passagiers zijn ze dus

zeker niet te verwaarlozen. De paardenstewardestes die we tegen komen in LVN vliegt 30 tot 40 keer per jaar. De koerier die aan het woord komt in LVN vliegt tot wel 400.000 mijl (640.000 km) per jaar. Dat zijn 50 retourvluchten van Amsterdam naar Atlanta.

Woon-werkverkeer

Dagelijks heen- en weervliegen is ongebruikelijk, maar een bescheiden groep professionals heeft een wekelijkse pendel met het vliegtuig, omdat woonplek en werklocatie te ver uit elkaar liggen. Soms is men actief op meerdere vestigingen van hetzelfde bedrijf. Ook voor deze groep geldt dat zij een relatief grote invloed hebben op het totale passagiersvolume of het aantal afgelegde kilometers. Met een wekelijkse pendel en 45 werkweken per jaar gaat het om 45 reizen en minimaal 90 vluchten. Vliegen is voor deze mensen gewoon geworden (Kesselring, 2015). Of en in hoeverre de werkenden gecompenseerd worden voor de kosten bij het woon-werkverkeer is moeilijk vast te stellen. Bij een spreiding van werklocaties is een bijdrage vanuit de werkgever te verwachten. Verder is het salaris van deze personen waarschijnlijk dusdanig hoog dat deze reiskosten voor lief genomen worden.

Relocatie

Een groep van 10%-15% van de werkenden heeft geen vast werkadres (Verhetsel, Vanoutrive, & Zijlstra, 2014), een klein deel daarvan moet daarom weleens een beroep doen op de luchtvaart, bijvoorbeeld omdat ze werken aan boord van een zeeschip of diverse olieplatformen bezoeken voor het werk. Ook personeel van luchtvaartmaatschappijen wordt soms verplaatst om elders aan de slag te gaan. Met een non-working status tellen zij ook mee als passagiers. Expats, arbeidsmigranten, diplomaten en soortgelijke groepen vinden we, mede afhankelijk van de verblijfsduur, ook in deze groep.

Installatie- en reparatiewerkzaamheden

Het gaat hier om het uitvoeren van specialistische handelingen op locatie, soms als onderdeel van het contract dat gesloten werd bij levering van de machines of apparatuur. Het vlot trekken van een gestrand containerschip kan ook tot deze categorie gerekend worden. Veel van de werkzaamheden in deze groep kunnen niet eenvoudig online of telefonisch afgewerkt worden. In de CVO data zit 4% van de zakelijke reizen in deze groep (figuur 5.2).

Vergaderen

Bij vergaderingen kan een belangrijk onderscheid gemaakt worden tussen de meetings die binnen een multinationale organisatie georganiseerd worden en het afspreken met zakelijke contacten buiten de organisatie. Vergaderingen gaan niet alleen over de inhoud, maar hebben vaak ook een informeel of sociaal element. Het fysiek treffen binnen een organisatie kan voor de werkgever ook tot doel hebben dat collega's elkaar beter weten te vinden. Vergaderingen zijn een voornaamste redenen om een zakelijke reis te maken (figuur 5.2).

Opleidingen

Interne opleidingen voor personeel, cursussen voor PhD-studenten en andere specialistische opleidingen worden enkel verzorgd op een select aantal locaties. Daarmee is vliegen soms noodzakelijk voor deelname, zeker wanneer er geen online uitwijkmogelijkheid geboden wordt. Studenten die vliegen voor een opleiding, semester of stage in het buitenland worden soms ook meegeteld als zakenreizigers.

Events

Congressen, beurzen en conferentie zijn voorbeelden van events waarvoor gereisd wordt. Daarbij kan men diensten, kennis of producten aanbieden, vergaren of een combinatie van beide. Veel wetenschappers en experts bezoeken (wetenschappelijke) congressen om bij te blijven in het vakgebied. Bij deze categorie gaat het niet zozeer de frequentie, maar meer om de omvang van sommige events. Er zijn beurzen en congressen die duizenden mensen trekken van over de hele wereld. De impact van één event kan daarmee groot zijn, terwijl het voor de individuele deelnemers voelt alsof zij een van de vele zijn.

Bedrijfsuitjes en incentive reizen

Het verschil tussen een bedrijfsuitje en een incentive reis is dat in het eerste geval alle collega's meedoen, terwijl in het tweede geval het een bijzondere individuele beloning of prikkel betreft. De categorie incentive reizen en bedrijfsuitjes is klein in het CZO – deze motieven zijn opgenomen onder 'overig', het gaat hier om enkele procenten (figuur 5.2). Dat bescheiden aandeel verhoudt zich lastig tot internationale bronnen (Fenich et al., 2015; Gilligan & Hosford, 2019; Oxford Economics, 2009), waarbij percentages tot wel 15% worden genoemd (Pearce, 2021).

Het kan zijn dat er in Nederland nauwelijks dergelijke recreatieve uitstapjes gemaakt worden op kosten van de baas. Of het kan zijn dat respondenten dit niet als zakelijke trip opnemen, maar classificeren als vakantie (Kellerman, 2010). Het kan ook zijn dat de pretreizen gecombineerd worden met inhoudelijke programmaonderdelen, waardoor het niet langer als uitje te boek staat, maar als cursus, training of vergadering. Bij 90% van de bedrijfsuitjes of incentive reizen in Europa staan bepaalde inhoudelijke meetings op het programma (Gilligan & Hosford, 2019). Dat biedt voordelen bij de fiscus. De pret-reisjes willen nog al eens voor maatschappelijke ophef zorgen in Nederland, zeker wanneer dit gefinancierd wordt door een belanghebbende partij (Dekker, 2019; Pols, 2020; Sluymer, 2003; Timmermans, 2012; Van Rooij, 2020). Het bedrijfsuitje op het randje van het wat we normaal zouden classificeren als zijnde een zakelijke reis. In het volgende deel gaan we verder in op de overlap tussen zakelijk en niet-zakelijk.

5.3 Bleisure: business & leisure

Statistieken en datasets maken regelmatig een eenduidig onderscheid tussen zakelijke en overige reismotieven. In praktijk is dit niet altijd zo eenduidig; er zijn vaak behoorlijke overlappen tussen het zakelijke en niet-zakelijke aspect van de reis (Kellerman, 2010; Lichy & Mcleay, 2018). Als er naast een zakelijk ook een duidelijk niet-zakelijk reismotief is, wordt wel gesproken van een 'bleisure' trip (Lichy & Mcleay, 2018; Wallin, 2020). Een overlap kan ontstaan door het combineren van de zakelijke reis met een langer verblijf op locatie voor privédoeleinden.

Congreslocaties worden door het organisatiecomité regelmatig zorgvuldig uitgekozen, zodat een langer verblijf om privéredenen een aantrekkelijk perspectief is en deelname aan het congres aantrekkelijker wordt (Expedia Group, 2018). Zo observeert Lassen (2006) ook dat medewerkers van een Deense universiteit een bijzondere voorkeur hebben voor congressen in het Middellandse Zee gebied. Ook de analyse van de interviews uit LVN laten dit zien, zo illustreren ook de onderstaande quotes:

"Als ik naar Amerika ga plak ik er vaak een paar dagen aan vast om nog wat te kunnen zien. Ik heb er met mijn vrouw gewoond, en heb hier en daar vrienden zitten. Het is dan leuk om die weer eens te bezoeken. Als de

agenda het toelaat probeer ik op zo'n trip het noodzakelijke te koppelen aan privé leuke dingen doen." #68

"Laatst zijn we met het bedrijf een paar dagen naar China geweest om de fabriek te bezoeken. Toen heb ik er een weekje achteraan geplakt. Binnen Europa doe ik het ook weleens, afhankelijk van de bestemming en of iemand zin heeft om mee te gaan. Gelukkig heb ik in heel Europa vrienden die ik in combinatie met een zakenreis kan bezoeken." #77

Een recente internationale survey toont dat 63% van de zakelijke reizigers in de periode van een jaar minimaal één zakelijke reis combineerde met recreatieve activiteiten (Skift + TripActions, 2020). Expedia (2018) komt, op basis van een survey in 5 landen (n=2551) op een totaal van 52% van de internationale zakenreizen waarbij additionele dagen toegevoegd worden voor privédoeleinden. Leisure is daarbij dus niet noodzakelijk vakantie, maar kan ook het bezoek aan vrienden of familie zijn of het vastplakken van een dagje strand of cultuur aan een zakelijke reis.

Het reisgezelschap kan ook gemengd zijn, met een mengeling van zakelijke en minder zakelijke reismotieven. In de Expedia survey (2018) zegt 35% van de zakenreizigers dat er familie of vrienden meereisden bij de gemaakte bleisure reizen. Wanneer 52% van de reizen een bleisure karakter heeft, impliceert dit dat op 18% van de zakenreizen vrienden of familie meereizen.

Ook in LVN zien we voorbeelden van het gemengde reisgezelschap terug:

"Als het even kan neem ik mijn vriendin of ouders mee en dan plakken we er een paar dagen Kruger Park aan vast. Op zo'n moment komen de gespaarde punten op mijn Flying Blue-kaart goed van pas." #36

De recreërende zakenreiziger kan ook additionele vluchten maken vanuit of tussen zakelijke afspraken. Verschillende zakenreizigers in LVN geven aan collega's, vrienden of bekenden te hebben in het buitenland die ze graag nog eens bezoeken of waarmee ze samen op pad gaan. Ruim een derde van de respondenten (36%) in de Expedia survey (2018) zegt vrienden of familie te hebben op de plek van de bestemming.

Werken en reizen: de werkende nomade, expats

Naast deze recreërende zakenreiziger hebben we 'de werkende nomade'. Dankzij de vele mogelijkheden die de digitalisering biedt kan in bepaalde sectoren of kan er bij bepaalde beroepsgroepen eenvoudig op afstand – en dus op een andere locatie – gewerkt worden. Thuiswerken is dan niet noodzakelijk vanuit huis, maar vanaf een Canarische Eiland, de Griekse kust of Aruba. Het gevolg is dat mensen reizen naar een bestemming die compleet los staat van de inhoud van het werk. Denk daarbij aan een schrijver die in alle rust aan een nieuw boek wil werken. In enquêtes is het aan de respondent om zelf te oordelen of een dergelijke reis voornamelijk ingegeven was door zakelijke of recreatieve motieven.

Onder de werkende nomaden kunnen we mogelijk ook de mensen scharen die werkzaam zijn in de toeristische sector. Qua bestemmingen, activiteiten en timing lijkt het vlieggedrag misschien sterk op het gedrag van de toerist, maar de desbetreffende reiziger verdient er zijn brood mee. Daarbij is te denken aan mensen die reisgidsen schrijven, werknemers van een hotelketen die vanwege de drukte elders ingezet worden, iemand die pakketreizen samenstelt of huisjes verhuurt in toeristische hotspots (Lichy & Mcleay, 2018). Het laatste genoemde voorbeeld zien

we ook in één van de interviews met zakenreizigers in LVN. De desbetreffende man vliegt met low-cost carriers op secundaire luchthavens in Spanje en Portugal, om vervolgens vakantiewoningen te bezoeken, bij wie de reisfrequentie ook nog eens hoger ligt in het hoogseizoen. De kans is aanzienlijk dat deze persoon zonder aanvullende informatie aangewezen zou worden als zijnde toerist.

Ook de expat kan in de schemerzone vallen tussen zakelijk en privé. In principe werkt en woont de expat in het buitenland. Bezoek aan het thuisland kan daarmee afgedaan worden als het bezoek aan familie en vrienden voor privédoeleinden. De vraag daarbij is wel waar de grens getrokken moet worden. In één van de LVN interviews komt een expat aan het woord die werkzaam en woonachtig is in Zwitserland. Bijna wekelijks vliegt deze expat naar huis, want vrouw en kinderen zijn in Nederland blijven wonen. Daarmee is er eigenlijk niet 1, maar zijn er 2 woonlocaties. Het bezoek aan familie of vrienden kan evenwel aangeduid worden als woon-werkverkeer en daarmee ook als een zakelijke reis, een reis in het kader van het werk.

Slim combineren?

Het combineren van werk en privé zou het totale aantal reizen kunnen drukken. Immers, wanneer je na een zakenreis nog een paar dagen op locatie verblijft wordt een aparte reis overbodig. Wanneer de partner bovendien meegaat op reis is er mogelijk al helemaal weinig redenen of tijd over om ook nog om privéredenen te vliegen. Toch zien we hier niets van terug bij het totale aantal reizen dat zakelijke luchtvaartreizigers maken. Mensen die voor zakelijke redenen in het vliegtuig stappen vliegen significant meer, en zeker niet minder, voor privé doeleinden (zie §4.2; bijlage I).

6 Vooruitzichten

6.1 Structurele effecten van de corona pandemie

Tijdens het onderzoek en bij het schrijven van deze rapportage is er nog volop sprake van een pandemie met de bijhorende beperkende maatregelen om verspreiding van het corona-virus te remmen. Daardoor is er minder vliegverkeer dan voor de uitbraak van de coronapandemie, begin 2020. Een groot deel van de overleggen en congressen vindt online plaats – waardoor activiteiten toch voortgang kunnen vinden. Voor deze studie is het met name relevant hoe het zakelijk vliegverkeer zich ontwikkeld na de beperkende maatregelen.

Effecten algemene economische ontwikkelingen op zakelijk vliegen

Een eerste effect van corona kan ontstaan als er sprake is van vermindering van economische activiteiten en de wereldhandel. Tijdens de pandemie is er in Nederland en veel andere landen sprake van een afname van het BBP. Recente prognoses van het CPB (2021) geven aan dat er sprake is van een groei van het BBP na het eindigen van de beperkende maatregelen. In 2025 is naar verwachting het BBP 1,5% lager dan in de prognoses van voor de pandemie. Dit betekent dat er uiteindelijk relatief weinig aan de prognoses voor de lange termijn van de BBP groei verandert zodat dit uiteindelijk weinig invloed op het zakelijk vliegverkeer heeft.

Effecten structurele veranderingen in de economie op zakelijk vliegen

Naast de algemene economische groei kunnen er ook structuurwijzigingen optreden door de corona-epidemie. Er kan gekozen worden voor meer lokale productie en minder internationale afhankelijkheid, bijvoorbeeld ingegeven door de tekorten die overal ter wereld ontstonden en waardoor hele fabrieken platgelegd werden. Maar omgekeerde trends zijn ook denkbaar. Op dit moment is hier weinig inzicht in, anders dan dat de prognoses van het CPB (2021) al in 2021 een herstel van de wereldhandel laten zien – in 2022 is de wereldhandel dan weer op het niveau van voor de pandemie. Op langere termijn is het effect op zakelijk vliegen dus niet goed te voorspellen.

Impact corona op de luchtvaartsector

Op de korte termijn is de impact van corona op de luchtvaartsector groot. En dat is mogelijk nog een understatement. Zo was het aantal vliegbewegingen op Schiphol in 2020 bijna 55% en het aantal passagiers ruim 70% lager dan in 2019 (schiphol.nl). Carriers zoals KLM-Air France ontvangen steun van de staat om niet failliet te gaan, hierdoor neemt de schuldenlast van deze bedrijven fors toe. De internationale luchtvaartorganisatie IATA verwachtte in mei 2021 dat de schuldenlast voor de sector tot het einde van het jaar 2021 kan oplopen tot 550 miljard dollar. Ook de reissector (reisbureaus, hotels, autoverhuur) staat onder druk.

Eerdere crises zoals de Twin Tower aanslagen in 2001, de SARS pandemie in 2004 en de financiële crisis in 2009 laten zien dat de sector zich toen snel herstelde. De impact van de COVID pandemie is echter veel groter zowel op vervoervolumes als qua tijdsduur (Pearce, 2021). Hoe groot het effect daarom op lange termijn zal zijn is onduidelijk: er zullen nieuwe carriers opstaan als bestaande failliet zijn. Ook is de toekomst van carriers die staatssteun ontvangen niet duidelijk, maar ook hierbij geldt dat winstgevendende activiteiten ook in de toekomst ondernomen zullen worden. Uit de interviews blijkt dat op termijn de sector zich naar verwachting zal herstellen

– maar er komt ook geen eenduidig beeld naar voren over effecten op het aanbod, de ticketprijzen en andere ontwikkelingen.

Ook kunnen er andere structurele effecten optreden. Omwonenden raken gewend aan minder overlast, er worden eisen aan carriers gesteld om te verduurzamen als voorwaarde voor steun en er kan sprake zijn van permanente maatregelen om een nieuwe pandemie trachten te voorkomen. Of en in welke mate dit effect heeft is onzeker.

Korte termijn ontwikkeling

Uit de interviews, maar ook berichten in de media, is de algemene verwachting dat niet-zakelijk verkeer zich op korte termijn sneller herstelt dan het zakelijk verkeer. Dit komt mede doordat zeker intercontinentaal naar verwachting voorlopig reisrestricties blijven gelden. Werkgevers willen werknemers niet blootstellen aan bepaalde risico's: een reis naar Indonesië kan een mooi vooruitzicht zijn, een ziekenhuisopname aldaar is een ander verhaal [LVN]. Ook worden grotere congressen en events uitgesteld of online georganiseerd. Pearce (2021) presenteert een inschatting op basis van typen zakelijke reizen in welke mate er een kans is dat de vraag afneemt (tabel 6.1).

Tabel 6.1: Kans op afname per motief door COVID 19 pandemie. Bron: Pearce, 2021

Motief	Kans op afname
Conferenties, beurzen	Groot
Interne overleggen en trainingen	Medium
Product lancering	Laag
Incentive reizen	Groot
Overleg met klanten	Medium
Management overleg	Laag

Middellange termijn ontwikkeling

Bouwer et al. (2021) verwachten dat in 2024 het zakelijk verkeer 20% achterblijft ten opzichte van de pre-corona periode. Dit effect ontstaat doordat er nu meer ervaring is met online overleggen en congressen, waardoor die meer geaccepteerd zijn en er positieve ervaringen zijn. Ook zijn de werkpatronen versneld veranderd: mensen werken meer thuis en hebben hier beter toegang tot werkfaciliteiten. Zowel het online overleggen als veranderende werkpatronen zijn overigens geen nieuwe ontwikkelingen. Door de corona pandemie kunnen ze wel versterkt worden. In een enquête onder zakelijke reizigers in 7 Europese landen geeft bijvoorbeeld 45% aan minder te gaan vliegen en 38% geeft evenveel te blijven vliegen (theguardian.com). Andere bronnen verwachten geen grote afname ten opzicht van 2019. Luman & Soroka (2020) daarentegen verwachten mede op basis van andere bronnen dat in 2024-2025 de luchtvaart weer op het niveau van voor de pandemie zal zijn. Dit is ook in lijn met de scenario's van SEO & To70 (2020). AON (2021) geeft op basis van een enquête aan dat na de pandemie het aantal zakelijke reizen minder zal groeien dan eerder verwacht. Het niet-zakelijke verkeer daarentegen zal minder dalen. Als deze verwachtingen uitkomen is rond 2025 het vliegverkeer weer ongeveer op het niveau van 2019. Wat per saldo een afname betekent ten opzichte van de pre-corona prognoses. Ook uit de interviews (§2.3) komt het beeld naar voren dat het zakelijk verkeer in 2025 iets onder of op het niveau van 2019 uitkomt.

Inschatting effect corona op basis van het Mobiliteitspanel Nederland

Tijdens de corona pandemie heeft het KiM 5 keer het MPN ondervraagd naar het verwachte effect op het reisgedrag, waaronder het vlieggedrag. Hierover is ook meermaals gepubliceerd. De eerste vier keer is de vraag over de toekomstige vlieggeneigdheid algemeen gesteld, los van het motief om te vliegen. Bij de analyse van deze data, en op basis van andere bronnen, ontstond het vermoeden dat met

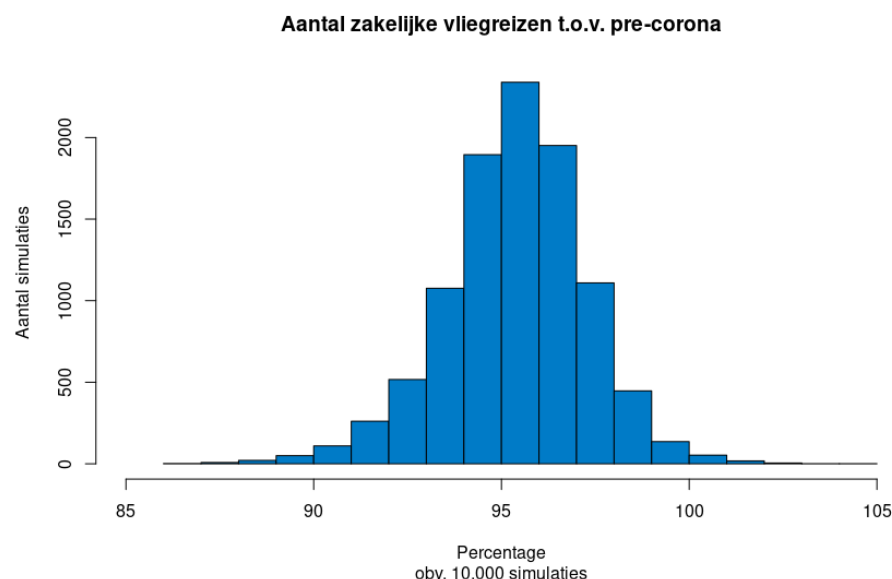
name zakelijke reizigers een verminderde vlieggeneigdheid vertoonden. Daarom is in de vijfde meting van eind april 2021 een onderscheid in de vragen gemaakt tussen zakelijk vliegen en niet-zakelijk vliegen. We geven de resultaten van de meest recente peiling, met de uitsplitsing.

Het aandeel van de respondenten dat verwacht minder te gaan vliegen na de corona-pandemie is aanzienlijk groter bij de groep zakelijke luchtvaartreizigers dan in de controle groep (tabel 6.2). 93% van de respondenten in de controlegroep verwacht even vaak te blijven vliegen. Bij respondenten die zakelijk met het vliegtuig reisden in 2019 is dit 63%. 29% geeft aan minder en 9% van de zakenreizigers in 2019 zegt meer te gaan vliegen na corona.

Tabel 6.2: Verwachting effect corona op vlieggedrag naar motief. Data: MPN-maatwerk, april 2021

Verwachting zakelijk vliegen na corona	Geen zakelijke vluchten in 2019 (n=2.196)	Wel zakelijke vluchten in 2019 (n=115)
Veel minder	3,8%	4,3%
Minder	2,3%	24,3%
Niet meer, niet minder	93,1%	62,6%
Meer	0,6%	8,7%
Veel meer	0,1%	0,0%

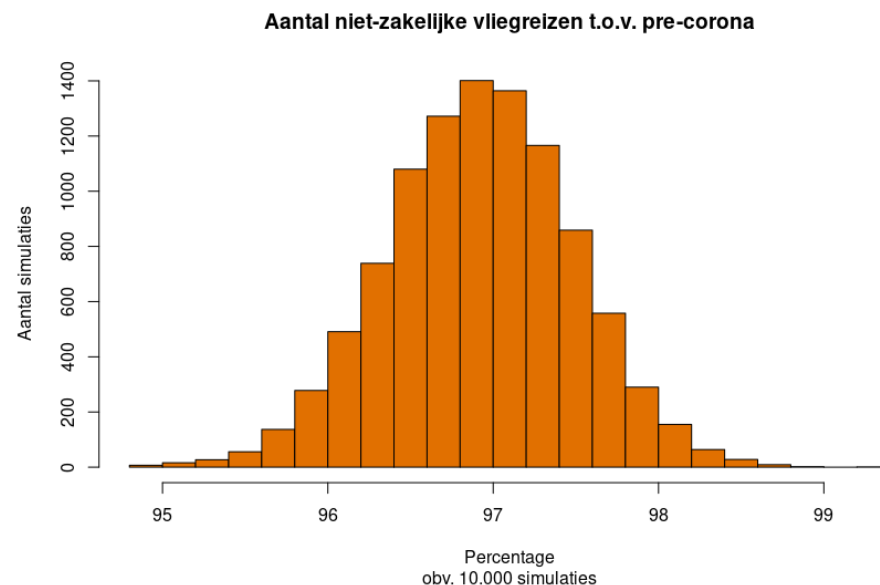
Om een inschatting te maken van het uiteindelijk verwachte effect hebben we simulaties uitgevoerd. Simulaties zijn hier welkom omdat 2 punten onzeker zijn, namelijk het exacte aantal vluchten dat men voorheen maakte en de interpretatie van (veel) meer of (veel) minder. Ten aanzien van het eerste punt moet duidelijk zijn dat er in de vragenlijst met bandbreedtes gewerkt is. De categorie 3 tot 5 keer vliegen per jaar voor zakelijke doeleinden kan in de praktijk 3,4 of 5 keer zijn. Over de verdeling van het aantal keer vliegen is een verdeling geschat. Uit deze verdeling is getrokken. Ten aanzien van de interpretatie van (veel) minder of (veel) meer vliegen werken we met relatieve groei of afname. Een gelijk aantal vlieggreizen zit tussen de -25% en +25%. Meer vlieggreizen zit tussen de 25% - 75% (minder is de inverse daarvan). Veel meer is 75% tot 100% bovenop het zakelijke vliegen in 2019 (veel minder is de inverse daarvan). In de simulaties is hiermee gevarieerd, zodat de bandbreedte ontstaat. Figuur 6.1 laat de resultaten van de simulaties zijn. Meer simulaties dan de huidige 10.000 leverde geen ander beeld op.



Figuur 6.1: Resultaten simulaties effect zakelijke vlieggreizen op basis van MPN maatwerk, apr.2021

De figuur laat zien dat in het overgrote deel van de simulaties het zakelijk vliegverkeer afneemt ten opzichte van het niveau in 2019 (figuur 6.1). Gemiddeld is de afname 4,6%, met 95% zekerheid ligt deze tussen de 1,3 en 8,3%. Deze zekerheid is daarbij wel afhankelijk van de kwaliteit van de vragenlijst, de deelnemers en de simulaties. In een beperkt aantal simulaties (0,5%) is er geen sprake van een afname, in ongeveer evenveel simulaties is de afname ten opzichte van 2019 groter dan 10%.

De gemiddelde afname van niet-zakelijke vliegreizen is duidelijk lager: 3,0% (figuur 6.2). Om deze te berekenen hebben we dezelfde methode gevolgd. Daarbij moet wel duidelijk zijn dat de distributie waaruit getrokken is veel minder uitschieters kent. Mensen vliegen wel meer dan 6 keer voor zakelijke doeleinden, maar zelden wordt er zoveel voor privédoeleinden gevlogen. Daarmee is dus ook de onzekerheidsmarge in de simulaties kleiner.



Figuur 6.2: Resultaten simulaties effect niet-zakelijke vliegreizen op basis van MPN maatwerk, apr.2021

De afname bij het zakelijke verkeer van 4,6% ten opzichte van 2019 is te interpreteren als een eenmalige daling in de vraag – het zegt niets over het groeipercentage in de komende jaren. Ervan uitgaande dat dit blijft stijgen naar aanleiding van de economische ontwikkeling is het een afname, maar stijgt de vraag vervolgens weer. Bovendien is het afwachten in hoeverre dit in praktijk uitkomt. Verwachtingen van respondenten komen lang niet altijd overeen met het toekomstig daadwerkelijke gedrag. Ook is het onduidelijk hoe lang een effect door zal werken: het kan gaan om een tijdelijk effect of een meer structurele impact. Bij bijvoorbeeld de groep die aangeeft meer te gaan vliegen kan het gaan om een tijdelijk inhaaleffect, maar het kan ook om een meer structurele toename gaan.

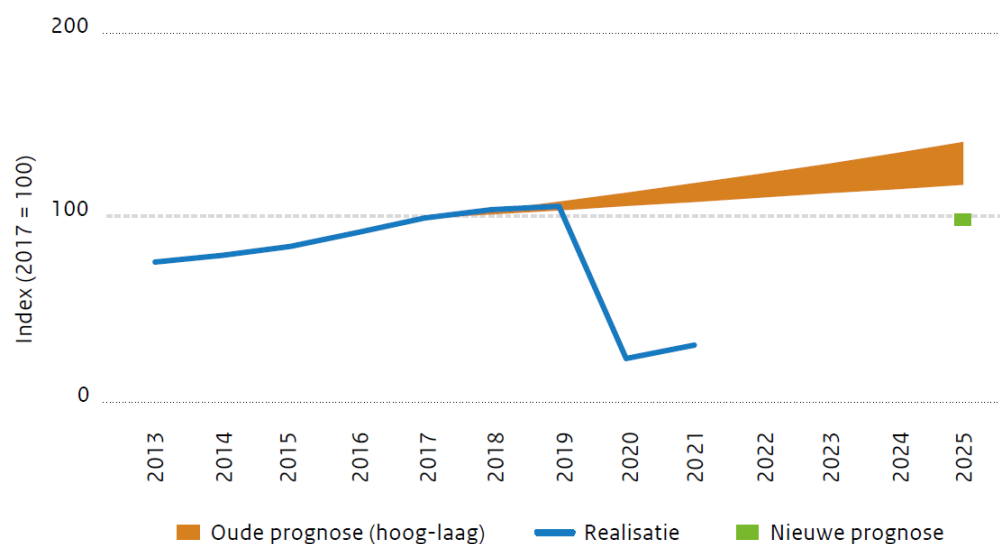
Conclusie: voor 2025 afname ten opzichte van pre-corona prognoses, daarna effect onzeker

Het beeld dat ontstaat uit de literatuur, het MPN en de interviews is dat het zakelijk vliegverkeer na de dip weer zal toenemen, en rond 2025 ongeveer gelijk zal zijn of enkele procenten achterblijft bij de pre-corona aantallen. Het aantal niet-zakelijke reizen zal naar verwachting sneller herstellen.

Uit de analyse van economische ontwikkelingen, de literatuur en de MPN analyse blijkt dat rond 2025 het zakelijk verkeer op of enkele procenten onder het niveau

van 2019 zal liggen, als de beperkende maatregelen tijdig opgeheven worden. De pre-corona prognoses van Significance & To70 (2019) lieten tot 2030 een jaarlijkse groei zien van het totale vliegverkeer van 2,1-4,4% in een laag respectievelijk hoog scenario. Als het zakelijk verkeer in 2025 gelijk of lager ligt dan in 2019 betekent dus een significante terugval van afgerond 15-30%.

Voor de periode daarna is het onzeker hoe het zakelijk vliegen zich zal ontwikkelen. Een aantal redenen hiervoor wordt in de rest van dit hoofdstuk uitgewerkt.



Figuur 6.3: prognoses voor zakelijke passagiers.

6.2 Klimaat en zakelijk vliegen

Op basis van kranten en andere media lijkt er sprake te zijn van een toenemende aandacht van bedrijven voor de klimaateffecten van hun handelen. Vliegen brengt relatief veel broeikasgasemissies met zich mee, hoewel vliegtuigen wel zuiniger worden. De kosten van deze emissies en andere negatieve effecten op milieu en leefomgeving van een vliegreis zijn duidelijk hoger dan van de trein, auto of bus (KIM, 2019). Op middellange termijn tot 2030-2040 zijn er weinig opties om dit substantieel te verminderen, al zijn wel ontwikkelingen gaande richting bio- en synthetische brandstoffen en elektrisch vliegen.

Meer en meer bedrijven hebben eigen doelstellingen wat betreft reductie van de uitstoot van broeikasgassen. Het beperken van het zakelijk vliegverkeer is dan een logische optie. Uit gesprekken van Nieuwsuur met 12 bedrijven blijkt bijvoorbeeld dat ze alle minder willen vliegen (nos.nl). Ook 99% van de zakelijke reizigers in de survey van Schmalz et al. (2021) geven aan dit een belangrijk issue te vinden. Er is dus de intentie om minder te vliegen bij veel bedrijven, wat deels samenhangt met de verbeterde mogelijkheden van en gewenning aan online-communicatie.

Coalitie Anders Reizen

In de Coalitie Anders Reizen werken 70 bedrijven en andere grote organisaties in Nederland met in totaal 500 duizend werknemers (het totale aantal werkzame personen in Nederland is ongeveer 9,5 miljoen) samen om de emissies van woon-werk en zakelijk verkeer te verminderen (andersreizen.nu). Het gaat hierbij dus om grote bedrijven en organisaties – kleinere zijn niet betrokken. Het gestelde doel is de emissies met 50% te verminderen in 2030 ten opzichte van 2016. Uit de

interviews blijkt overigens dat het reduceren van emissies door vliegen relatief lastig is, mede omdat er geen alternatieve brandstoffen benut kunnen worden.

Eén van de doelstellingen in de coalitie is het verminderen van het zakelijk vliegverkeer. Hiertoe is onder meer een vliegwijzer opgesteld (Coalitie Anders Reizen & Natuur en Milieu, 2020). Deze beveelt aan kritisch te kijken naar voorgestelde vliegreizen en waar mogelijk die niet te ondernemen. Deels kunnen vluchten bijvoorbeeld vervangen worden door videoconferencing en door de trein (zie onder). Als er gevlogen moet worden wordt aanbevolen zoveel mogelijk direct te vliegen (dit resulteert in minder emissies) en bijvoorbeeld geen businessclass te vliegen (maakt vliegen aantrekkelijker en kost meer ruimte in het vliegtuig dus meer emissies per passagier). Als er gevlogen wordt is het wenselijk dat er zoveel mogelijk gevlogen wordt met niet-fossiele brandstoffen, en als die toch gebruikt worden dat de emissies gecompenseerd wordt via compensatieprogramma's. Ook deze coalitie toont aan dat er een toenemende aandacht is in het bedrijfsleven voor de negatieve effecten van zakelijk vliegen bij deze organisaties en dat de ambitie is dit te verminderen en veranderen. Dit alles kan op termijn de vraag naar zakelijk verkeer verlagen.

Strenger reisbeleid

Veel organisaties hebben vinden in de coronapandemie het momentum voor het doorvoeren van een strikter reisbeleid. Het Rijk heeft recent nieuw reisbeleid doorgevoerd, waarbij vliegen niet toegestaan is wanneer bestemmingen binnen 8 uur reistijd met de trein bereikt kunnen worden. Achmea doet alle vliegreizen binnen 700 km in de ban (Verbeek & Smit, 2021). Ook andere bedrijven passen hun reisbeleid aan. Bij een inventarisatie door Bloomberg bij 45 multinationals gaven 38 bedrijven aan te gaan snijden in de reisuitlezen. Daarbij worden kortingen genoemd van 20-40% (van Ammelrooy, 2021). Naast minder reizen betalen sommige bedrijven ook extra voor 'bio-fuel accounts' of compensatieprogramma's om zo duurzamer te opereren. Veranderingen in het reisbeleid zijn overigens niet altijd ingegeven door altruïstische sentimenten. De coronacrisis heeft ook laten zien welke hap het reizen neemt uit de financiële balans (Verbeek & Smit, 2021); een wake up call voor menig CFO, aldus een van de mensen die wij interviewden (§2.3). Of dit echt leidt tot een reductie zonder dat er aanvullende maatregelen genomen worden is de vraag. Uit de interviews blijkt dat het officiële reisbeleid in praktijk niet altijd zo wordt uitgevoerd. Werknemers zijn toch geneigd af te wijken van het officiële instructies en hebben daar in praktijk ook vaak de mogelijkheid toe (hoofdstuk 4). Hierbij spelen naast reistijd ook gewoontegedrag en status een rol. Ook is gesuggereerd dat duurzaamheid meer als marketinginstrument wordt ingezet, maar dat de daadwerkelijke implementatie achterloopt.

Actiebereidheid van de zakelijke luchtvaartreizigers

Bij de zakelijke reizigers zien tot op heden niet of nauwelijks dat het bewustzijn van de problematiek rondom milieu en klimaat leidt tot een ander reisgedrag. Men blijft vliegen ondanks (enige) kennis van de gevolgen (Lassen, 2010; Walsh et al., 2021). Het grootste deel van de respondenten in Schmalz et al. (2021) geeft dan ook aan niet te verwachten het gedrag te veranderen ondanks het besef dat de klimaateffecten groot zijn. Zo geeft 75% van de respondenten aan dat klimaateffecten de keuze voor een modaliteit (zoals trein of vliegtuig) niet of nauwelijks beïnvloeden.

In de PPM dataset hebben we stellingen over de actiebereidheid van luchtvaartreizigers om de negatieve effecten van het vliegen te reduceren. Deze stellingen zijn enkel voorgelegd aan de groep met vliegreizen (n=971). Deze stellingen hebben we eerder geanalyseerd voor de KiM publicatie 'op de groene toer'

(Berveling et al., 2020), maar toen hebben we niet gekeken naar zakelijke luchtvaartreizigers.

Algemeen mag geoordeeld worden dat mensen die zakelijk vliegen meer mogelijkheden zien voor verduurzaming van het reisgedrag dan mensen die enkel niet-zakelijk vliegen. Op de stelling 'ik kan zelf een bijdrage leveren aan het beperken van de nadelige effecten van de luchtvaart' reageren zakelijke vliegers significant positiever. Ook bij sommige andere stellingen, zoals over CO₂ uitstoot compenseren, zien we dat zakelijke luchtvaartreizigers iets meer mogelijkheden zien.

Dit verschil verklaren is niet eenvoudig. Het kan te maken hebben met de hoeveelheid reizen die gemaakt wordt. Bij frequent vliegen zitten er mogelijk eerder reizen bij waarbij kansen voor verduurzaming zijn. Belangrijker is mogelijk dat de lasten voor een groot deel bij de werkgever liggen. Extra betalen voor CO₂ compensatie doet geen pijn in de portemonnee wanneer de rekening daarvoor toch bij de baas komt te liggen.

Ten aanzien van de substitutie van vliegtuig door trein zien we dat zakelijke reizigers positiever reageren op de stelling 'Ik ben bereid om vaker met de trein te reizen op korte vliegafstanden in plaats van met het vliegtuig, ook al kost mij dat meer tijd en/of geld'. De t-waarde van de statistische toets is bescheiden (t-waarde = 2.08). Ook hier geldt dat de zakelijke reizigers doorgaans niet zelf de kosten draagt voor de reis, ook al suggereert de stelling van wel. Ook de reistijd is mogelijk gewoon werktijd. Bovendien, en dat is mogelijk de voornaamste nuance, voor niet-zakelijke reizen wordt er nauwelijks gevlogen op afstanden tot 750 km. Bij de groep die alleen leisure vliegereizen maakt vervalt een de relevantie van de stelling deel, omdat men altijd verder reist of omdat men al niet vliegt op afstanden tot 750 km. Tot slot zien we ook dat zakelijke luchtvaartreizigers zich niet meer of minder kunnen vinden in het idee de nachttrein te nemen voor de langere afstanden. De resultaten van de ordinale regressie wijzen hier op het ontbreken van verschillen tussen niet-zakelijke vliegers en de zakelijke vliegers (t-waarde: 1,4).

In de volgende secties werken we 3 relevante ontwikkelingen met relatie tot de corona pandemie en klimaatcrisis verder uit: substitutie door televergaderen, eventueel andere technologieën (virtual en augmented reality) en door de internationale trein.

6.3 Effect van televergaderen

Uiteraard zijn online overleggen en bijvoorbeeld webinars niet nieuw. De eerste televergaderen machines dateren al van de jaren zestig van de vorige eeuw (Denstadli & Gripsrud, 2010). Skype dateert al weer uit 2003. Veel Internationaal opererende bedrijven, academici en anderen maken dan ook al veel langer en veelvuldig gebruik van de mogelijkheden om op afstand met elkaar te vergaderen of kennis te delen. Een actuele vraag is of videoconferencing door de coronapandemie, het klimaatbewustzijn (of andere recente ontwikkelingen) een blijvende impuls heeft gekregen ten koste van het zakelijk vliegverkeer.

Voor- en nadelen televergaderen

Roby (2014) geeft aan dat face-to-face overleg veelal geprefereerd wordt om de volgende redenen:

- Vaak is communiceren het doel van een overleg, niet zozeer afspraken maken of een beslissing nemen.

- Face-to-face overleggen wordt gezien als socialer en de mogelijkheden om te netwerken zijn veel groter. Online overleg leidt tot een minder grote band.
- Face-to-face haalt de anonimiteit weg, het levert daardoor meer vertrouwen op.
- Het is eenvoudiger informatie te delen en beslissingen te beïnvloeden.
- Als je fysiek komt, geef je daarmee aan het overleg belangrijk te vinden.
- Er is sprake van 'niet-werk opbrengsten': je bezoekt nieuwe bestemmingen en kunt bijvoorbeeld vrienden of familie bezoeken.

Ze geeft verder aan dat het belang van een goede communicatie toeneemt doordat er steeds meer sprake is van kennisintensief werk; teams werken veelal ook meer geografisch gespreid aan projecten of innovaties (zie ook Castells, 2000). Ook neemt (zoals eerder besproken) de autonomie van werknemers toe, waardoor ze meer betrokken zijn bij besluiten en overleggen (§4.1). Dit blijkt ook uit de (pre-corona) survey onder zakelijke reizigers van Schmalz et al. (2021). Hun respondenten geven aan niet te verwachten dat technische ontwikkelingen het zakelijk reizen zullen verminderen.

Op langere termijn: substitutie en generatie – netto-effect onzeker

Denstadli & Gripsrud (2010) geven aan dat de toepassing van meer ICT mogelijkheden kan leiden tot substitutie, oftewel het kan reizen vervangen. Echter, de betere communicatiemogelijkheden kunnen ook tot generatie leiden doordat markten geografisch groter worden en/of bedrijven groeien. Uit hun overzicht van de literatuur blijkt dat empirische studies geen eenduidige uitkomst laten zien: soms is het ene, soms is het andere effect dominantier.

Ruby (2014) geeft daarbij aan dat substitutie met name zal optreden bij grote afstanden (en hoge reiskosten), als men elkaar al kent en als het overleg of de uitwisseling minder complex is. Denstadli et al. (2013) laten op basis van een literatuuroverzicht zien dat er vaak veel verwacht wordt van nieuwe technologieën die tot vervanging van zakelijke trips kunnen leiden. De praktijk is vaak weerbarstig. Ook uit hun eigen analyses blijkt dat er veel tegengestelde effecten zijn waardoor er geen eenduidig effect aangetoond kan worden. Mogelijk is dit ook een verklaring voor het relatief grote aandeel van werknemers in de sector ICT dat zakelijk vliegt.

Ontwikkeling waardering online vergaderen tijdens de coronapandemie

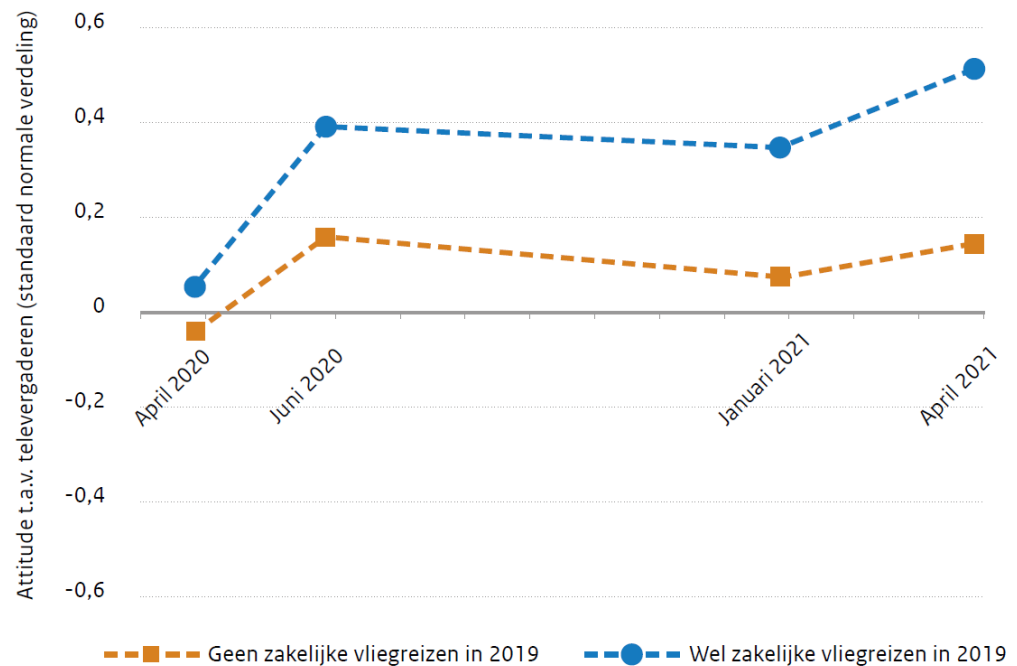
In de MPN peilingen tijdens de pandemie is de waardering voor online vergaderen gemeten. Doordat we meerdere peilingen hebben, kunnen we daar ook een trend uit destilleren. We hebben helaas geen goede nulmeting van voor de pandemie, maar de eerste vragenlijst werd wel vrij vlot uitgezet.

De attitude ten aanzien van het online vergaderen is in deze analyse geoperationaliseerd aan de hand van een 3 stellingen, namelijk:

- "Ik heb positieve ervaringen met vergaderen op afstand"
- "Vergaderingen op afstand zijn minstens zo productief als fysiek overleg"
- "Vergaderen op afstand is voor de meeste afspraken geschikt"

Er waren steeds 5 antwoordmogelijkheden, variërend van 'helemaal mee eens' tot 'helemaal mee oneens'. Via een Graded Response Model zijn de 3 stellingen van de eerste peiling omgevormd tot één latente variabele: de attitude ten aanzien van televergaderen in april 2020. Deze latente variabele, ook wel trait genaamd, heeft bij benadering een standaard normale verdeling. Het gemiddelde in de eerste peiling is dus gelijk aan nul. Het model is vervolgens toegepast op de data uit latere peilmomenten. Op die manier ontstaat er een trend. We vergelijken hier de

ontwikkeling, maar ook de attitude van degenen die een zakelijke vliegreis maakten in 2019 ten opzichte van de overige respondenten (figuur 6.4).



Figuur 6.4: Ontwikkeling attitude zakelijke vliegreiziger t.a.v. televergaderen. Data: MPN maatwerk

Tijdens de eerste lockdown, in april 2020, werd de mogelijkheid om online te vergaderen iets beter gewaardeerd door de mensen die een zakelijke vliegreis maakten in 2019. Daarbij zijn de verschillen tussen de zakelijke vliegers en niet-zakelijke vliegers niet significant. Deze peiling is ons ijkpunt - het gemiddelde is nul. De algemene waardering voor online vergaderen stijgt van de eerste corona peiling naar de tweede peiling in juni van hetzelfde jaar. Daarbij zien we dat de zakelijke luchtvaartreizigers veel positiever zijn geworden. De verschillen tussen de groep die niet vliegt voor zakelijke doeleinden en wel vliegt voor zakelijke doeleinden zijn vanaf de peiling van juni 2020 steeds significant en in het voordeel van de zakelijke luchtvaartreizigers.

In april 2021 ligt de algemene waardering voor online vergaderen nog steeds duidelijk boven het niveau van de eerste peiling. En deze is duidelijk positiever dan bij mensen die niet zakelijk vliegen. Een opvallende afwijking hierbij is de zeer frequente vliegers, zij zijn minder positief dan de zakenreizigers die slechts één of enkele keren per jaar op reis gaan. Maar dit gaat om een zeer kleine groep respondenten, daarom hebben we deze groep niet apart uitgelicht.

In de bovenstaande analyse werken we met alle beschikbare respondenten per peiling. De reden daartoe is simpel: het geeft veel meer observaties en daarmee robuuste statistieken. Het aantal respondenten varieert per peiling van 466 tot 924 mensen. Daarbij loopt het aantal ook op, omdat we meer mensen deze stellingen voorgelegd hebben.

Het aantal mensen waarbij wel alle peilingen compleet hebben is daarentegen slechts 174. De subgroep van mensen die zakelijk vliegreizen maakten in 2019 is daarbij niet groter dan 34 mensen. Kortom, de spoeling is dun voor stevige uitspraken. Dat alles neemt niet weg dat de resultaten voor de groep met volledige gegevens over de 4 peilingen heen en informatie over het vlieggedrag pre-corona

een gelijksoortige trend laten zien (tabel 6.3). Mensen die zakelijk vliegen zijn positiever over televergaderen. En de houding ten opzichte van televergaderen wordt positiever over de tijd heen, met name tussen de eerste peiling en de daaropvolgende peilmomenten. Het gat tussen diegene die zakelijk vliegen en niet zakelijk vliegen blijft, ten gunste van de vliegers. De groep met 6 zakelijke vliegereizen of meer lijkt daarbij een afwijking, maar deze 'groep' bestaat uit slechts 3 personen in deze bijzondere sub-selectie van de dataset. Dat geeft grote onzekerheidsmarges.

Tabel 6.3: Ontwikkeling van de attitude ten aanzien van televergaderen voor enkel de respondenten met volledige respons in vier peilingen. Data: MPN maatwerk, april 2020 – april 2021

Zakelijk vliegen	n	Apr-2020	Juni-2020	Jan-2020	Apr-2021
Totaal niet	140	-0.075	0.280	0.191	0.349
1-2 keer	25	0.021	0.532	0.536	0.643
3-5 keer	6	0.651	0.986	0.295	0.811
6+ keer	3	0.967	0.170	0.097	0.437
Totaal wel	34	0.216	0.581	0.455	0.654
Alle	174	Ref. = 0	0.338	0.243	0.409

Verwachtingen over toekomstig gebruik in de interviews en LVN analyse

In onze interviews komt een wisselend beeld naar voren ten aanzien van het televergaderen. Juist internationale reizigers en bedrijven maakten al relatief veel gebruik van televergaderen: het leereffect door de coronapandemie is daarom kleiner dan op nationaal niveau. Ook is de behoefte aan fysiek contact en overleg in bijvoorbeeld Aziatische culturen belangrijker dan in de westerse (zie ook onderstaande LVN quote). Verder is genoemd dat wellicht werken vanuit het buitenland aantrekkelijker wordt als televergaderen meer een standaard vergadermethode wordt – dit zou een versterking van de trend van in het buitenland werken betekenen die sowieso al gaande was. Dit leidt dan tot extra reisbewegingen.

In de LVN analyse komt televergaderen tot aan de coronapandemie slechts beperkt aan bod, in slechts 2 interviews passeert het de revue. In het eerste interview zag de desbetreffende zakenreiziger televergaderen als een fijne oplossing. Op die manier kon hij contact houden met het thuisfront terwijl hij op zakenreis was. In het tweede wordt gesteld dat er al ontzettend veel gebeurt binnen het bedrijf met online vergadermogelijkheden. Er wordt alleen gereisd wanneer dat echt noodzakelijk is. Na de uitbraak van de pandemie komt het onderwerp een aantal keer ter sprake, maar niet noodzakelijk met een positieve toonzetting. Eigenlijk benadrukt iedereen het belang van face-to-face contact:

"Een Zoom-call is in mijn optiek slechts geschikt om een gericht onderwerp te bespreken met mensen die je al kent" #88

"En zeker in Aziatische landen blijven face-to-face ontmoetingen belangrijk. Daar kunnen videoconferenties niet tegenop" #81

"Je kunt veel online doen en wat dat betreft is het patroon best wel veranderd. Maar wat wij doen is mensenwerk. Om die reden moet je elkaar toch zien, enerzijds omdat het vaak complexe materie betreft. Anderzijds werken we vaak met verschillende culturen. Daar moet je rekenschap van geven. Daarnaast heb je te maken met bedrijfsculturen en lokale marktomstandigheden. Je kunt veel met Teams, maar niet alles." #87

Conclusie: op korte termijn beperkte afname, op langere termijn effect onzeker

Op korte termijn kan door de extra ervaringen met televergaderen het zakelijk vliegverkeer afnemen. Zoals zowel uit de literatuur als de interviews blijkt, is het langere termijn effect onzeker: er zal weer generatie van vervoer ontstaan, die deze substitutie compenseert. Welk effect het grootst is, is op basis van ervaringen uit het verleden niet aan te geven.

6.4 Virtual en augmented reality

SOIF (2018) heeft een aantal scenario's voor de luchtvaart ontwikkeld waarin mogelijke trends en ontwikkelingen uitgewerkt worden. Uiteraard zijn er al de eerder genoemde videoconferencing mogelijkheden. Maar Virtual en Augmented Reality technologieën zouden veel van de eerder genoemde voordelen van face-to-face contact kunnen ondervangen, waardoor zakelijk reizen minder relevant wordt. De website 30secondstofly.com geeft aan dat VR face-to-face contacten zou kunnen vervangen, als het voldoende positief ervaren wordt. Al zal veel van bijvoorbeeld non-verbale communicatie vooralsnog wegvallen. Naast zakelijke overleggen kunnen VR opties ook het fysiek presenteren van producten op beurzen of andere fysieke marketingopties vervangen.

Men noemt ook negatieve aspecten: je leert elkaar toch minder kennen (bijvoorbeeld een biertje drinken na afloop van een overleg vervalst), en verder geldt dat er minder inzicht ontstaat in elkaars cultuur. Maar er zijn ook andere nadelen: de techniek is op dit moment nog erg duur en VR maakt al gauw duizelig of ziek. Het blijft dus een kosten-baten afweging. Maar als de techniek verbetert kan het een significante invloed op zakelijk reizen hebben.

Een andere optie die tot substitutie kan leiden is Augmented Reality. Een voorbeeld hiervan is ASML, dat met behulp van deze technologie reparaties op afstand uitvoert (Volkskrant, 2021). Hierdoor kunnen snel en efficiënt reparaties gedaan worden en hoeven monteurs niet te vliegen. Een in het artikel genoemd nadeel is dat klanten dit niet altijd willen in verband met de cyber security.

Conclusie: effect onzeker

Nieuwe technologieën kunnen wellicht op termijn een deel van het zakelijk verkeer vervangen. Of dit kan, en zo ja, op welke termijn is nog niet aan te geven. Ook hierbij geldt wellicht hetzelfde als bij videoconferencing: er kan ook weer extra vraag gegenereerd worden.

6.5 Modal shift naar trein

Een veel bediscussieerde mogelijkheid om het vliegen te verminderen is door op relatief korte afstanden de overstap naar de trein te maken. Op de lange termijn kunnen mogelijk ook andere vormen van (collectief) lange afstandsvervoer als de hyperloop tot ontwikkeling komen, maar dat is op dit moment uiteraard nog niet te voorzien (SOIF, 2018).

Eerder zagen we dat 35% van de zakenreizen met het vliegtuig korter is dan 750 km (hoofdstuk 3). Dat biedt perspectief. Echter, op deze kortere afstanden zien we ook de meeste dagranders, de reizigers die op één dag heen en weer gaan. De hoge snelheid van het vliegtuig maakt dat effectieve concurrentie door andere modi lastig is bij deze groep.

Emissies van trein en vliegtuig

Het beleid richt zich vooral op de trein omdat er minder beleidsopties zijn om de concurrentiepositie van de auto te verbeteren en omdat de trein duurzamer is. Uit vergelijking van specifieke reizen blijkt dat de in geld uitgedrukte kosten van emissies, vervuiling van milieu en leefomgeving bij het gebruik van een vliegtuig 1,5-2,5 maal zo hoog zijn als die van de trein (Huibregtse et al., 2019). Koios (2020) geeft aan dat de CO2 emissies van treinverkeer 5-6 keer lager zijn per passagierskilometer dan van het vliegtuig en komt op 6-11% besparing in emissies in diverse scenario's. Om dit te realiseren is een verbetering van de kwaliteit van het treinproduct nodig en eventueel ontmoedigingsbeleid voor het vliegverkeer nodig.

De aantrekkelijkheid van de trein

In 20 van de 67 LVN interviews wordt gerefereerd aan het gebruik van andere modi dan het vliegtuig. Het is daarmee een weinig besproken onderwerp; vrijwel alle andere gecodeerde thema's komen vaker voor (tabel 2.2; §2.4). Sommige geïnterviewden noemen de auto of motor als alternatief op de kortere afstanden, enkele anderen noemen de trein. Bestemmingen in Frankrijk, Duitsland, Denemarken en België worden genoemd in relatie met die alternatieve modi. Soms gaat het om de eigen keuze of voorkeur. In andere gevallen wordt gesteld dat men overgeleverd is aan het reisbeleid van het bedrijf waarvoor men werkt. Bij te lange reistijden of ongunstige schema's wordt de keuze voor het vliegtuig onvermijdelijk, zo zien we ook terug in een aantal passages. Er ontstaat geen eenduidig beeld, zoals de volgende 2 passages ook illustreren:

"Natuurlijk kan dat ook met de auto, maar dat vind ik niet prettig. Ik kies voor vliegen omdat ik dat lekker ontspannen vind. Het geeft me een vakantiegevoel..." #23

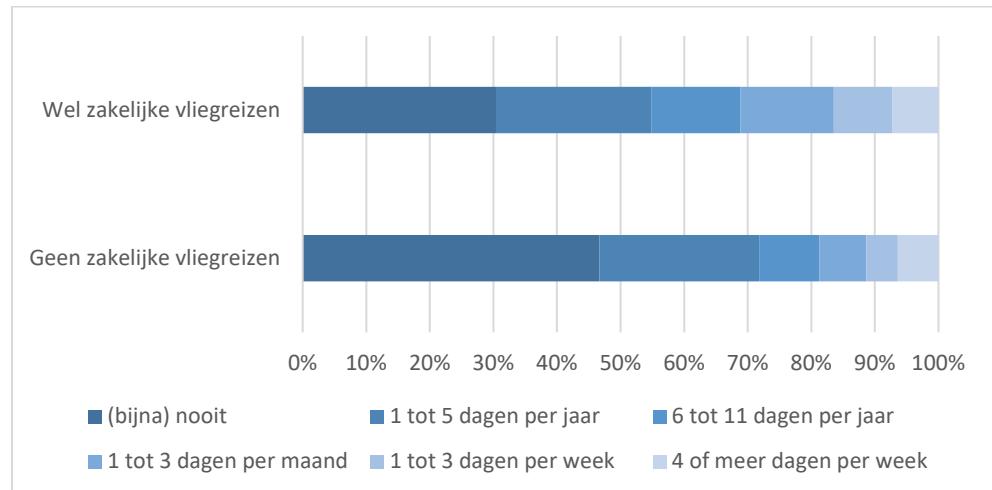
".. [Laatst ging ik] een keer met de ICE naar Frankfurt en dat beviel uitstekend. Het is heel ontspannend, want je hebt geen veiligheidscontrole en er is in de trein veel ruimte om je benen te strekken. Met een kopje koffie en een krant erbij is de reis zo voorbij. Ik kijk ook erg uit naar de komst van de Eurostar tussen Londen en Amsterdam, en die wil ik graag een keer uitproberen. Dus het kan best dat ik in de toekomst vaker van de trein gebruik zal maken voor internationale reizen." #56

Uit de survey van Schmalz et al. (2021) blijkt dat het grootste deel (64-84% afhankelijk van de gestelde vraag) van de zakelijke reizigers een voorkeur heeft voor de trein als die een aantrekkelijk product aanbiedt. Het overgrote deel heeft deze voorkeur met name omdat tijdens de treinreis makkelijker en comfortabeler gewerkt kan worden (§3.8). Daarbij moet wel aangetekend worden dat het hier gaat om een survey uit Duitsland, waarbij veel vliegreizen binnen de landsgrenzen blijven en er bovendien een redelijk goed treinproduct beschikbaar is binnen deze landsgrenzen (ICE).

Algemeen gebruik van de trein

Om een indicatie te krijgen van de bereidheid om de trein te nemen kijken we naar het algemene trein gebruik, zoals beschikbaar in het MPN. Dat is algemeen, omdat we enkel de frequentie van het treingebruik bekijken. We kijken niet naar het type trein, de herkomst of bestemming, het reismotief en of het gaat om internationale treinen. Die laatste twee zijn meest interessant, maar deze informatie is helaas niet beschikbaar.

Zakelijke luchtvaartreizigers zitten, in het algemeen, iets vaker – voor welke reden dan ook – in de trein, dan mensen die geen vliegereizen maken voor het werk (figuur 6.5). In het MPN zien we dat 47% van de werkenden zonder vliegereizen nooit de trein neemt, bij de zakelijke luchtvaartreizigers is dat 30%. De overige 70% van de zakelijke luchtvaartreizigers zit dus wel eens in de trein. Aan het andere uiteinde van de reeks zien we dat 6% van de groep die niet vliegt voor het werk dagelijks de trein neemt. Dat is 7% bij de werkenden die wel minimaal 1 zakelijke vliegreis hebben gehad dat jaar.



Figuur 6.5: treingebruik naar zakelijk vliegen voor werkenden Nederlanders. Data: MPN

Echter, we vergelijken hier twee compleet verschillende groepen. De groep die zakelijk vliegt heeft immers sterk afwijkende persoonskenmerken: zo is hij vaker een man, vaak een hoog inkomen, vaker woonachtig in hoogstedelijk gebied. Het kan goed zijn dat diezelfde persoonskenmerken in verband staan met het meer reizen met de trein. Zeker met de hoogstedelijke woonomgeving is dat verband makkelijk gelegd.

In een multivariaat ordinaal regressiemodel controleren we voor (enkele van) die afwijkende persoonskenmerken. De conclusie blijft overeind: mensen die zakelijke vliegen zitten (iets) vaker in de trein (tabel 6.4). Het verschil is sterk significant.

Tabel 6.4: ordinale regressie voor frequentie van reizen met de trein. Data: MPN

Variabele	waarde	schatting (std. fout)
Zakelijke vliegereizen (ref. geen)	<i>wel</i>	0.471 (0.121)***
Geslacht (ref. man)	<i>vrouw</i>	0.173 (0.070)*
Inkomen (ref. hoog)	<i>laag</i>	0.378 (0.158)*
	<i>mid</i>	0.205 (0.152)
Opleiding (ref. laag)	<i>middelbaar</i>	0.150 (0.094)
	<i>hoog</i>	0.852 (0.097)***
Stedelijkheid (ref. zeer sterk)	<i>sterk</i>	-0.278 (0.094)**
	<i>matig</i>	-0.415 (0.108)***
	<i>weinig</i>	-0.989 (0.107)***
	<i>niet</i>	-0.992 (0.140)***

Substitutie van of aanvulling op?

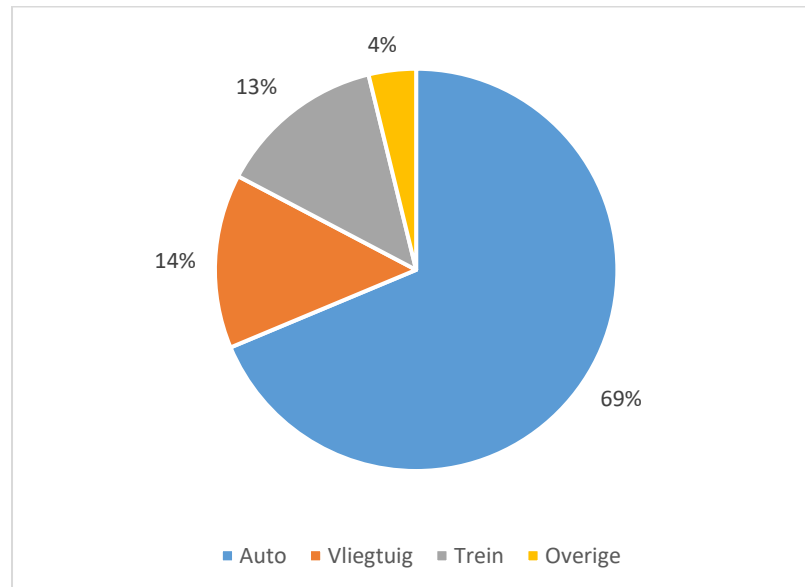
Wat hierbij onduidelijk blijft is of het treingebruik bestaat naast of in plaats van het gebruik van het vliegtuig of juist vanwege het gebruik van het vliegtuig. Met de trein naar de luchthaven is een populaire combinatie op Schiphol. Ongeveer 43% van de zakelijke luchtvaartpassagiers uit Nederland neemt de trein in het vervoer naar Schiphol, zo zien we op basis van CO AMS. Ook in het natransport, vanaf de bestemmingsluchthaven, wordt mogelijk de trein genomen om op de eindbestemming te komen. Veel treingebruik komt voort uit het gebruik van het vliegtuig en is daarmee niet in plaats van, maar in aanvulling op. Schiphol is zo niet alleen een luchthaven, maar ook een van de grootste treinstations van Nederland, gemeten in het aantal passagiers.

Zakelijke vliegers maken minder internationale treinreizen dan andere internationale zakenreizigers, zo blijkt uit een aanvullende analyse met de CZO-data. Van de 1720 respondenten zijn er 40 die zowel trein als vliegtuig hebben gebruikt op een van de internationale reizen. Een deel van de verklaring daar kan te maken hebben met de bestemmingen die mensen aandoen. Met de trein naar de VS of China is uiteraard onmogelijk. Echter, ook wanneer we kijken naar de reizen naar enkel de omliggende landen (België, Luxemburg, Duitsland, Frankrijk) zien we dat mensen die vliegen minder snel ook de trein pakken. Een andere verklaring vinden we in het gegeven dat veel mensen slechts 1 maal per jaar internationaal zakelijk reizen. Dat maakt het gecompliceerd om zowel trein als vliegtuig te gebruiken als hoofdvervoersmiddel. Wanneer we enkel kijken naar mensen die meer dan 1 zakelijke reis maken, zien we dat mensen die vliegen minder snel ook in de trein te vinden zijn, ondanks het gegeven dat ze dus zeker meermaals op pad zijn geweest voor het werk. Wanneer we enkel kijken naar de reizen richting de omliggende landen met de selectie van mensen die zeker meer dan 1 zakelijke trip hebben gemaakt zijn de verschillen niet langer significant. Het aantal die dit betreft is klein: het betreft 7 respondenten. Een voorzichtige conclusie hier is dat internationaal vliegen en internationaal reizen met de trein niet vaak door één persoon gecombineerd wordt.

Communicerende vaten?

Door het vliegtuig en de trein hier steeds samen te nemen, lijkt het alsof dit de communicerende vaten zijn op afstanden tot 750 km: wanneer iemand niet in het vliegtuig stapt, stapt diegene in de trein. Dat beeld is niet juist. En kan tot verkeerde conclusies leiden. De meeste zakenreizen over de landsgrenzen worden namelijk gemaakt met de auto.

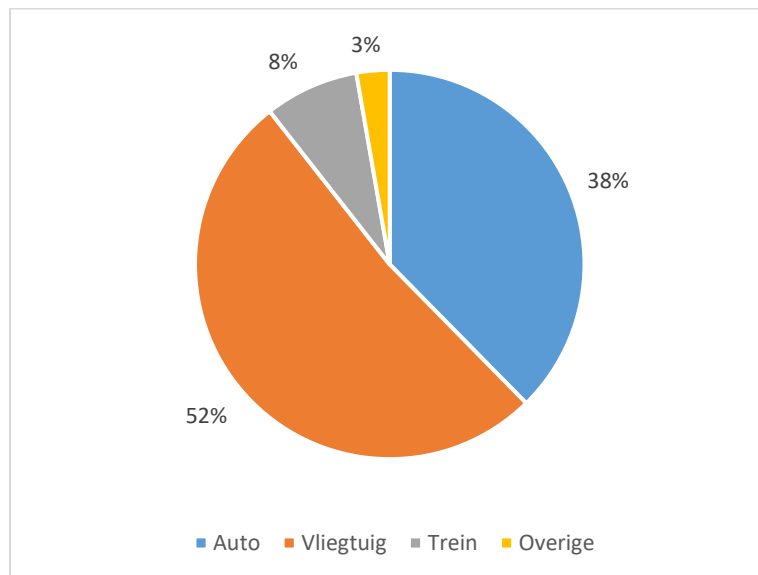
Figuur 6.6 geeft de modal split voor zakelijke verplaatsingen door Nederlanders voor bestemmingen in Frankrijk, Duitsland, België en Luxemburg. Zonder enige twijfel is hier de auto dominant (n=1313). Het aandeel is ongeveer 70%. De trein en het vliegtuig halen niet eens een kwart van het aantal verplaatsingen dat met de auto gemaakt wordt naar deze naburige landen.



Figuur 6.6: Model split voor internationale zakelijke reizen naar omliggende landen. Data: CZO (ongewogen)

De dominantie van de auto hangt in deze analyse ook samen met de bestemmingen die binnen een land worden aangedaan. Helaas zijn de beschikbare datasets ontoereikend om hier informatieve uitsplitsingen te maken, maar verwacht mag worden dat bestemmingen op korte afstand van Nederland populairder zijn dan bestemmingen op langere afstand van Nederland. Dat in lijn met het zwaartekracht model en de bevindingen bij bestemmingen met het vliegtuig. In Duitsland zullen er meer Nederlanders reizen richting Bremen, dan naar Leipzig. Of meer naar Dortmund dan naar Stuttgart. Het noorden van België, het Vlaamse deel, zal veel meer Nederlanders trekken, dan het zuidelijke deel. Idem voor Noord- of Zuid-Frankrijk. Omdat er veel meer gereisd wordt op de kortere afstanden (tot 500 km), dan op de langere afstanden (tot 1500 km) komt de auto in beeld als populairste vervoermiddel voor zakelijke reizen in West-Europa.

Voorbij de kortere afstanden in het internationale reisverkeer wint het vliegtuig snel aan terrein. Boven de 1500 km kunnen we gerust spreken van een monopolie. Het aantal verplaatsingen met de trein of de auto stijgt nauwelijks wanneer we de CZO-dataselectie uitbreiden van omliggende landen naar alle landen als bestemming voor de zakenreis. De conclusie hier is dat ongeveer de helft van de internationale zakelijke reizen gemaakt wordt met het vliegtuig (figuur 6.7). Wanneer we binnenlandse en buitenlandse zakenreizen combineren, zal de auto dominant zijn, qua aandeel. Niet reizen met het vliegtuig, betekent dus automatisch reizen met de trein.

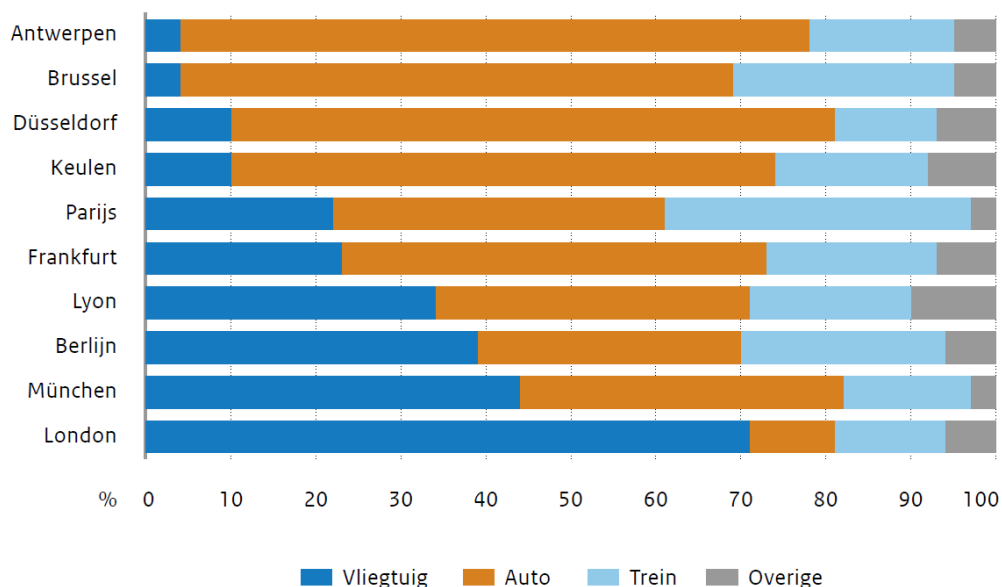


Figuur 6.7: Model split voor alle internationale zakelijke reizen. Data: CZO (ongewogen)

Populaire treinbestemmingen

Kijkend naar de 10 belangrijkste bestemmingen van NS International zien we dat in 9 van de 10 steden de auto populairder is dan de trein (figuur 6.8). Londen is hier een typische uitzondering op de regel, omdat het autorijden naar deze stad lastig is, zonder hulp van ferry of trein.

Het aandeel zakenreizigers dat met de auto reist, is gemiddeld 2,5 keer zo groot als het aandeel trein, zo blijkt uit deze gegevens. Dan hebben we het dus al over de populairste bestemmingen met de trein. Daarbuiten zal het aandeel auto ongetwijfeld nog groter zijn, denk daarbij aan bestemmingen als Luxemburg, Luik, Straatsburg, Hamburg of Aken. Ook binnen Nederland zien we dat de auto veel vaker gebruikt wordt dan de trein bij een zakelijk reismotief.



Figuur 6.8: Modal shares voor zakelijke reizen naar populaire treinbestemmingen. Data: NSI

Gevoelens bij trein en vliegtuig

In de dataset bij de Vliegende Hollander [VH] hebben we beperkte mogelijkheden om attitudes ten aanzien van trein of vliegtuig te analyseren. Deze mogelijkheden zijn beperkt omdat het enerzijds niet makkelijk is om zakelijke vliegers te identificeren en anderzijds hebben we in deze vragenlijsten beperkt aandacht gehad voor attitudes.

Zakelijke vliegers identificeren we op twee manieren. Ten eerste weten we het motief van de laatst gemaakte reis. Wanneer dit motief zakelijk is, kunnen we deze persoon aanwijzen als zakelijke reiziger. Echter, de selectie is daarmee niet compleet. Immers, de laatst gemaakte reis kan ook niet-zakelijk zijn, terwijl we toch een zakelijke reiziger hebben. Dat argument wordt belangrijker wanneer we oog hebben voor het moment van bevragen, namelijk midden tot eind augustus, precies in de vakantieperiode, waarin zakelijke reizen op een laag pikje staan en er juist veel vakantievluchten gemaakt worden. Verder weten we – op basis van analyses elders getoond – dat zakelijke luchtvaartreizigers bovengemiddeld veel niet-zakelijke vluchten maken. Een tweede manier van identificatie wordt daarmee vliegfrequentie. Mensen die veel vliegen, maken zeer waarschijnlijk zakelijke vluchten en zijn dus zakelijke luchtvaartreizigers. Voor deze analyse hebben we iedereen met het reismotief zakelijk bij de laatst gemaakte reis of met 5 of meer vlieguren bestempeld als een zakelijke luchtvaartreiziger.

Op deze manier komen we tot 8,6% van de Nederlandse bevolking tussen de 18 en 80 jaar als zakelijke luchtvaartreiziger, na het toepassen van de weegfactoren. Dat is aan de hoge kant, maar dat komt naar verwachting vooral omdat we in de uitnodiging bij de vragenlijst expliciet maakten dat het om een vragenlijst gaat over vliegen. Mensen die niet vliegen hebben minder vaak meegedaan met de vragenlijst. De vliegende populatie is oververtegenwoordigd in deze dataset [VH]. Qua attitudes hebben we gevraagd naar gevoelens van vreugde, angst en afkeer voor drie modaliteiten (vliegtuig, trein en auto). Er werd steeds gevraagd naar de mate waarin men de associatie heeft tussen de vervoerswijze en de genoemde gevoelens. Dat geeft een indicatie van de houding ten aanzien van deze vervoerswijze.

Als we kijken naar de antwoorden ten aanzien van de trein blijkt dat voor alle drie associaties zakelijke luchtvaartreizigers niet meer of minder uitgesproken dan de controlegroep (tabel 6.5); de associatie tussen de trein enerzijds en vreugde, afkeer of angst is min of meer gelijk. Ten aanzien van het vliegtuig zien we wel meer contrasten. Zakelijke luchtvaartreizigers associëren vliegen eerder met vreugde en minder snel met afkeer dan mensen die geen zakelijke vlieguren maken. Dat bevestigt nogmaals de positieve attitude van zakelijke luchtvaartreizigers ten aanzien van vliegen. Het zet de trein mogelijk ook op een achterstand, ook al zijn de associaties bij de trein neutraal.

Tabel 6.5: Associaties van zakelijke luchtvaartreizigers met bepaalde gevoelens bij vliegtuig en trein, ten opzichte van mensen die geen zakelijke vlieguren maken. Data: VH

Associatie	Vliegtuig	Trein
Vreugde	Meer vreugde	Geen verschil
Angst	Geen verschil	Geen verschil
Afkeer	Minder afkeer	Geen verschil

Modelmatig substitutiepotentieel

Het KiM (2018) heeft een analyse gemaakt van de potentie van het treinverkeer. Hieruit blijkt dat er 13 bestemmingen zijn waar in potentie een modal shift plaats

kan vinden. Als gekeken wordt naar deur-tot-deur reistijden dan geldt voor 4 van de 13 bestemmingen dat de trein gemiddeld sneller is dan het vliegtuig. Wel is het vliegtuig in de economy class meestal goedkoper (dit hangt ook af van het tijdstip van boeken). Een modal shift treedt alleen op als de concurrentiepositie van de trein verbetert ten opzichte van het vliegtuig, tenzij er uiteraard gereguleerd wordt of vliegen duurder gemaakt wordt.

Als de reistijd van de trein sterk verbetert (minus 1 uur voor reizen naar Londen, minus 15-45 minuten voor overige bestemmingen) komt het KiM op een modal shift van vliegtuig naar trein van 1,9 miljoen passagiers. Dit betreft ook niet-zakelijke en transferpassagiers. Als de trein ook voor transferpassagiers aantrekkelijk gemaakt wordt en de trein 20% goedkoper wordt, is dit 3,7 miljoen. RHDHV (2020) heeft 5 scenarios opgesteld, waarin het treinproduct geleidelijk aantrekkelijker wordt gemaakt. In een 'realistisch scenario' is de modal shift ten opzichte van de referentie ongeveer 2 miljoen passagiers, in een maximaal scenario (waarin grote investeringen nodig zijn) 10 miljoen passagiers.

Een kanttekening bij beide genoemde studies naar het substitutie potentieel is dat beide werken met de 'hardere' reiskenmerken, zoals reistijd en reiskosten. Eerder lieten we zien dat veel zakelijke luchtvaartreizigers een bovengemiddeld positieve attitude hebben ten aanzien van vliegen, ze verzamelen huisjes, sparen punten en ontlenen een deel van hun identiteit uit de vliegereizen die zij maken. Daardoor is het potentieel mogelijk lastig te realiseren in de praktijk.

Verbeteringen in het treinproduct

Op dit moment wordt via de zogeheten Actieagenda Air-Rail gewerkt aan het verbeteren van de concurrentiepositie van internationale treinen (MinIenW et al., 2020). Hierbij ligt de focus op de 6 meest kansrijke bestemmingen. Voor transferreizigers wordt gekeken of er verbeteringen mogelijk zijn om de overstap eenvoudiger te maken. Voor O/D passagiers geldt dat versnelling van de trein vooral mogelijk is als er fors in de infrastructuur geïnvesteerd wordt. Dat is op dit moment nog niet voorzien. Wel wordt er gekeken naar het verbeteren van boekingsmogelijkheden.

Uit de interviews (§2.3) blijkt dat er op korte termijn weinig verbeteringen van het treinproduct zelf verwacht worden. Het internationaal spoor verbeteren is een kostbaar, langdurig en stroperig proces, waardoor verbeteringen niet snel gerealiseerd worden. Wel zijn er verdere verbeteringen mogelijk van het rail-air concept van KLM, waarbij transferreizigers van relatief dichtbijgelegen herkomst/bestemmingen met de trein naar Schiphol komen. Van belang is dan de bagage-afhandeling en punctualiteit te verbeteren, en dagrandverbindingen aan te bieden die aansluiten op de wensen van zakelijke reizigers. In algemene zin wordt in de interviews als relatieve quick-win de verbetering van het reserveringssysteem genoemd. Hogere frequenties en kortere reistijden vragen om hoge investeringen. Overigens geldt hierbij dat als nieuwe infrastructuur nodig is, de trein minder duurzaam is dan als van bestaand spoor gebruik gemaakt wordt (KiM, 2019). Verder wordt ook aangegeven dat juist op de kortere afstanden op lange termijn elektrisch vliegen een optie kan worden – wellicht is vliegen dan weer milieuvriendelijker dan de trein.

Conclusie: wellicht enkele procenten modal shift

Al met al is er voor een aantal bestemmingen zeker potentie voor een modal shift, maar vergt het maken van echte grote stappen wel forse infrastructuurinvesteringen en verbeteringen die nog niet voorzien zijn. Gegeven de hiervoor genoemde studies

zal een modal shift op middellange termijn maximaal enkele procenten aan vliegbewegingen vervangen.

Wanneer vliegen minder aantrekkelijk wordt - via hogere prijzen, langere reistijden, lagere frequenties, of om een andere reden - behoeft dat niet 1-op-1 ten gunste te zijn voor het gebruik van de trein. Op basis van de huidige model split zien we dat de auto veel aantrekkelijker is voor de meeste reizigers.

Referenties

- AON, 2021, Internationaal uitzenden van medewerkers in 2021.
- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. *Theory, Culture & Society*, 7(2-3), 295-310. doi:10.1177/026327690007002017
- Beaverstock, J. V., Derudder, B., Faulconbridge, J. R., & Witlox, F. (2009). International Business Travel: Some Explorations. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 91(3), 193-202. doi:10.1111/j.1468-0467.2009.00314.x
- Bell, F. W., & Leeworthy, V. R. (1990). Recreational demand by tourists for saltwater beach days. *Journal of Environmental Economics and Management*, 18(3), 189-205. doi:10.1016/0095-0696(90)90001-f
- Bellezza, S., Paharia, N., & Keinan, A. (2017). Conspicuous consumption of time: When busyness and lack of leisure time become a status symbol. *Journal of Consumer Research*, 44(1), 118-138.
- Belobaba, P., Odoni, A., & Barnhart, C. (2017). *The global airline industry*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Berveling, J., Zijlstra, T., Knoope, M., & Huijbregtse, O. (2020). *Op de groene toer: de bijdrage van gedragsinterventies aan het verduurzamen van de luchtvaart*. Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid: Den Haag
- Betancor, O., & Nombela, G. (2002). Mohring effects for air transport. *Annex to Deliverable*, 7.
- Boltanski, L., & Chiapello, E. (2005). *The new spirit of capitalism* (G. Elliott, Trans.). London; New York: Verso.
- Bourdieu, P. (2015). *Distinction : a Social Critique of the Judgement of Taste*: Taylor & Francis Group.
- Bouwer, J., Saxon, S., Wittkamp, N., (2021). Back to the future? Airline sector poised for change post-COVID-19, McKinsey.com 2 April 2021.
- Brink, M. v. d. (2009). *Rijkswaterstaat on the horns of a dilemma*. Eburon, Delft.
- Brussels Airport Company. (2019). *BRUtrends 2018*. pp. 47. Brussel: Brussels Airport Company.
- Büchs, M., & Mattioli, G. (2021). Trends in air travel inequality in the UK: From the few to the many? *Travel Behaviour and Society*, 25, 92-101. doi:10.1016/j.tbs.2021.05.008
- Bus, L. & W. Manshanden (2020). Steun aan de luchtvaart is gebaseerd op oude inzichten, ESB, 17 november 2020.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society*. Blackwell Publishing.
- CE Delft (2018). *CO2 effect van anders reizen*. CE Delft: Delft
- Chun, S. Y., & Ovchinnikov, A. (2019). Strategic Consumers, Revenue Management, and the Design of Loyalty Programs. *Management Science*, 65(9), 3969-3987. doi:10.1287/mnsc.2018.3139
- Coalitie Anders Reizen & Natuur en Milieu (2020). *De Vliegwijzer voor minder en duurzamer vliegen*.

- Cohen, S., & Gössling, S. (2015). A darker side of hypermobility. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 47(8), 166-1679.
doi:10.1177/0308518x15597124
- Cornet, Y., Lugano, G., Georgouli, C., & Milakis, D. (2021). Worthwhile travel time: a conceptual framework of the perceived value of enjoyment, productivity and fitness while travelling. *Transport Reviews*, 1-24.
doi:10.1080/01441647.2021.1983067
- CPB (2021). Juni-raming 2021, CPB: Den Haag.
- Dardot, P., & Laval, C. (2013). *The new way of the world: on neoliberal society*. London: Verso.
- de Boer, E. (2018). *Strategy in airline loyalty : frequent flyer programs*.
- de Boer, R. (2015). Welkom in de wereld van nepwetenschap. *De Volkskrant* 4-juli-2015.
- De Botton, A. (2018). *De kunst van het reizen* (J. Noorman, Trans.). Amsterdam: Olympus.
- Dekker, W. (2019). Hoe een denktank voor duurzame handel ten onder ging aan luxe (en falend toezicht). *De Volkskrant*, 7 september 2019.
- Del Nero, J. (2014). Poll Finds Majority of Frequent Flyers Do Mileage Runs to Maintain Status. *Frequent Business Traveller*. Gezien op 3-juni-2021.
<https://www.frequentbusinesstraveler.com/2014/01/poll-finds-majority-of-frequent-flyers-do-mileage-runs-to-maintain-status/>
- Denstadli, J.M. & M. Gripsrud, 2010, Face-to-face by travel or picture – the relationship between travelling and video communication in business settings, in: Beaverstock, J.V., B. Derudder, J. Faulconbridge & F. Witlox (ed.), 2010, *International Business Travel in the Global Economy*, Ashgate, Furnham, blz. 217-238.
- Denstadli, J.M., Gripsrud, M., Hjorthol, R. & Julsrud, T., (2013). Videoconferencing and business air travel: Do new technologies produce new interaction patterns?, *Transportation Research C*, vol. 29, blz. 1-13.
- Derudder, B., Devriendt, L., Van Nuffel, N., & Witlox, F. (2010). Geographies of business air travel in Europe. In J. Beaverstock, B. Derudder, J. Faulconbridge, & F. Witlox (Eds.), *International Business Travel in the Global Economy* (pp. 31-56): Ashgate Publishing Limited.
- Dijst, M., & Vidakovic, V. (2000). Travel time ratio: the key factor of spatial reach. *Transportation*, 27(2), 179-199. doi:10.1023/a:1005293330869
- Direction générale de l'Aviation civile. (2017). *Enquête nationale auprès des passagers aériens*. Direction générale de l'Aviation civile: Paris
- Doganis, R. (2013). *Flying Off Course: the Economics of International Airlines*.
- Expedia Group. (2018). *Unpacking bleisure: Traveller trends*.
- Fenich, G. G., Vitiello, K. L., Lancaster, M. F., & Hashimoto, K. (2015). Incentive Travel: A View from the Top. *Journal of Convention & Event Tourism*, 16(2), 145-158. doi:10.1080/15470148.2015.1022917
- Findlater, A., & Bogoch, I. I. (2018). Human Mobility and the Global Spread of Infectious Diseases: A Focus on Air Travel. *Trends in Parasitology*, 34(9), 772-783. doi:10.1016/j.pt.2018.07.004

- Forsyth, P. (2021). Assessing the wider economic benefits of air transport. *Transport Policy*, 104(C), 11-18.
- Fu, X., Oum, T. H., & Yan, J. (2014). An analysis of travel demand in Japan's intercity market empirical estimation and policy simulation. *Journal of Transport Economics and Policy (JTEP)*, 48(1), 97-113.
- Gillen, D. (2017). Aviation economics and forecasting. In: Budd, L. & Ison, S. (eds.) *Air Transport Management*. Routledge: New York, pp. 23-40
- Gilligan, P., & Hosford, S. (2019). Report on incentive travel in Europe. Retrieved from
- Gössling, S., & Humpe, A. (2020). The global scale, distribution and growth of aviation: Implications for climate change. *Global Environmental Change*, 65, 102194. doi:10.1016/j.gloenvcha.2020.102194
- Gössling, S., & Nilsson, J. H. (2010). Frequent Flyer Programmes and the Reproduction of Aeromobility. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 42(1), 241-252. doi:10.1068/a4282
- Gössling, S., & Upham, P. (2009). Climate change and aviation: Issues, challenges and solutions.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2018). Global trends in length of stay: Implications for destination management and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(12), 2087-2101.
- Gronau, R. (1970). The Effect of Traveling Time on the Demand for Passenger Transportation. *Journal of Political Economy*, 78(2), 377-394. doi:10.1086/259635
- Gustafson, P. (2009). More cosmopolitan, no less local. *European Societies*, 11(1), 25-47. doi:10.1080/14616690802209689
- Gustafson, P. (2012). Travel time and working time: What business travellers do when they travel, and why. *Time & Society*, 21(2), 203-222. doi:10.1177/0961463x12444057
- Hall, C. M. (2011). Consumerism, Tourism and Voluntary Simplicity: We All have to Consume, But Do We Really have to Travel So Much to be Happy? *Tourism Recreation Research*, 36(3), 298-303. doi:10.1080/02508281.2011.11081675
- Ho, D., Imai, K., & King, G. (2013). MatchIt: Nonparametric preprocessing for parametric causal interference (Version 2.4-21): Harvard University.
- Ho, D., Imai, K., King, G., & Stuart, E. A. (2007). Matching as Nonparametric Preprocessing for Reducing Model Dependence in Parametric Causal Inference. *Political analysis*, 15(3), 199-236. doi:10.1093/pan/15.3.199
- Holley, D., Jain, J., & Lyons, G. (2008). Understanding business travel time and its place in the working day. *Time & Society*, 17(1), 27-46.
- Hopkinson, L., & Cairns, S. (2021). *Elite Status: global inequalities in flying*. London
- Hoppe, E. A. (2019). *Ethical issues in aviation*. Routledge: New York / London
- Huibregtse, O., van der Horst, M., Wortelboer, P. en Stipdonk, H. (2021). *Mobiliteit is een vehikel*. Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid: Den Haag.
- ICF. (2018). *Identifying the drivers of air fares*. ICF: London
- Jain, J., & Lyons, G. (2008). The gift of travel time. *Journal of Transport Geography*, 16(2), 81-89. doi:10.1016/j.jtrangeo.2007.05.001

- Joosten, T. (2020, 30-04-2020). Staatssteun aan KLM stroomt naar oliehandelaren en Iers belastingparadijs. *Follow the Money*.
- Kahneman, D. (2011). *Ons feilbare denken* (P. v. Huizen, Trans.). Amsterdam [etc.]: Business Contact.
- Kaufmann, V., Bergman, M. M., & Joye, D. (2004). Motility: mobility as capital. *International Journal of Urban and Regional Research*, 28(4), 745-756. doi:10.1111/j.0309-1317.2004.00549.x
- Kellerman, A. (2010). Business Travel and Leisure Tourism: Comparative Trends in a Globalizing World. In *International Business Travel in the Global Economy* (pp. 165-175): Ashgate.
- Kesselring, S. (2015). Corporate Mobilities Regimes. Mobility, Power and the Socio-geographical Structurations of Mobile Work. *Mobilities*, 10(4), 571-591. doi:10.1080/17450101.2014.887249
- KiM, 2018, *Substitutiemogelijkheden van luchtvaart naar spoor*, Den Haag.
- KiM, 2019, *Op Reis met de Trein, Auto of Bus; Een vergelijking van de infrastructuurkosten voor de overheid en de externe kosten*, Den Haag.
- Koios (2020). *Air2Rail: Reducing CO2 from intra-European aviation by a modal shift from air to rail*, Delft.
- Kroesen, M. (2013). Exploring people's viewpoints on air travel and climate change: understanding inconsistencies. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(2), 271-290.
- Lassen, C. (2006). Aeromobility and work. *Environment and Planning A*, 38(2), 301-312.
- Lassen, C. (2010). Environmentalist in Business Class: An Analysis of Air Travel and Environmental Attitude. *Transport Reviews*, 30(6), 733-751. doi:10.1080/01441641003736556
- Lassen, C. (2016). Individual rationalities of global business travel. In *International business travel in the global economy* (pp. 203-220): Routledge.
- Lichy, J., & Mcleay, F. (2018). Bleisure: motivations and typologies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(4), 517-530. doi:10.1080/10548408.2017.1364206
- Lieshout, R., Boonekamp, T., & van Spijker, V. (2019). *Het belang van leisurevervoer op Schiphol*. SEO: Amsterdam
- Lubbe, B. (2003). A study of corporate travel management in selected South African organisations and a conceptual model for effective corporate travel management. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 6(2), 304-330.
- Luman, R. & O. Soroka, (2021). Aviation Sector Outlook: the pandemic is testing airlines for far longer, ING Think Economic and Financial Analysis, artikel gepubliceerd op think.ing.com dd 17 maart 2021.
- Martín, J. C., Román, C., & Espino, R. (2011). Evaluating frequent flyer programs from the air passengers' perspective. *Journal of Air Transport Management*, 17(6), 364-368.
- Mason, K. J. (2005). Observations of fundamental changes in the demand for aviation services. *Journal of Air Transport Management*, 11(1), 19-25. doi:10.1016/j.jairtraman.2004.11.007
- Min IenW, Schiphol, KLM, NS en ProRail, (2020). *Actieagenda Trein en Luchtvaart*.
- Mohring, H. (1972). Optimization and scale economies in urban bus transportation. *The American Economic Review*, 62(4), 591-604.

Monbiot, G. (2008). *Hitte : hoe voorkomen we dat de planeet verbrandt?* Utrecht; Haarlem: Van Arkel ; Maurits groen Milieu & Communicatie.

Motivaction (2018) *Vijf tinten groener. Nederlanders op weg naar een duurzame samenleving.* Motivaction: Amsterdam.

Oswald, L., & Ernst, A. (2021). Flying in the Face of Climate Change: Quantitative psychological approach examining the social drivers of individual air travel. *Journal of*

Oxford Economics. (2009). The return on investment of U.S. business travel. Retrieved from Washington DC:

Pearce, B., (2021). How will the structure of the aviation sector be changed by COVID-19?, presentatie bij de ITF Round table on covid impact 30 april 2021, IATA.

Peeters, P. M. (2017). Tourism's impact on climate change and its mitigation challenges: how can tourism become 'climatically sustainable'?

Pols, M. (2020). Nationale-Nederlanden krijgt vier ton boete van AFM voor Olympisch snoepreispje Delta Lloyd. *Financieel Dagblad.* 24 december 2020

Reese, G. (2016). Common human identity and the path to global climate justice. *Climatic Change*, 134(4), 521-531. doi:10.1007/s10584-015-1548-2

RHDHV (2020). *Potentie AirRail substitutie ZWASH-corridor.*

Richardson, J., & McKenna, S. (2003). International experience and academic careers. *Personnel Review*, 32(6), 774-795. doi:10.1108/00483480310498710

Rienstra, S., & Visser, J. (2021). *Perspectieven op netwerkqualiteit bij schaarse capaciteit Schiphol.* Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid: Den Haag

RLI (2016). *Mainports voorbij.* RLI, Den Haag.

Roby, H. (2014). Understanding the development of business travel policies: Reducing business travel, motivations and barriers. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 69, 20-35. doi:10.1016/j.tra.2014.08.022

Rose, N. (1992). Governing the enterprising self. In P. Heelas & P. Morris (Eds.), *The values of the enterprise culture: the moral debate* (pp. 141-164). London: Routledge.

Rose, N. (1999). *Governing the soul: the shaping of the private self* (2 ed. ed.). London: Free Association Books.

Schmalz, U., Paul, A., & Gissibl, V. (2021). An explorative study of corporate travellers' perception at a German airport. *Journal of Air Transport Management*, 92, 102040. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2021.102040>

SEO & To70 (2020). *Effecten van COVID-19 op de Nederlandse luchtvaart.* SEO: Amsterdam

SEO, Decisio & Twijnstra Gudde, (2021). *Werkwijzer Luchtvaartspecifieke MKBA's.* SEO: Amsterdam

Shaw, S., & Thomas, C. (2006). Discussion note: Social and cultural dimensions of air travel demand: Hyper-mobility in the UK? *Journal of Sustainable Tourism*, 14(2), 209-215.

Significance & To70, (2021). *Actualisatie Aeolus en Geactualiseerde Luchtvaartprognoses.* Significance: Den Haag

Skift + TripActions. (2020). *The State of Business Travel 2020.*

- Sluymmer, T. (2003). *Autojournalistiek: tijdverdrijf voor meningloze zakkenvullers*. Baarn: Tirion.
- SOIF (School of International Futures) (2018). *Future of the airline industry 2035*
- Stravagem Strategic Research (2004). *Het belang van het Schipholnetwerk voor het in Nederland gevestigde bedrijfsleven*. In samenwerking met Decisio en RAND. Eindrapport.
- Sustainable Tourism*, 29(1), 68-86. doi:10.1080/09669582.2020.1812616
- Thune-Larsen, H., & Farstad, E. (2018). *The Norwegian Air Travel Survey 2017* (8248021637).
- Tiemeijer, W. L., Prast, H., & Thomas, C. (2009). *De menselijke beslisser: over de psychologie van keuze en gedrag* (W. R. v. h. Regeringsbeleid Ed.). Amsterdam / Den Haag: Amsterdam University Press.
- Timmermans, S. (2012). *Ophef over meereizen partner Bleker in regeringsvliegtuig*. *De Volkskrant*.
- UNWTO. (2017). *Tourism Highlights, 2017 edition*. Retrieved from Madrid:
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity.
- Urry, J. (2012). *Social networks, mobile lives and social inequalities*. *Journal of Transport Geography*, 21, 24-30. doi:10.1016/j.jtrangeo.2011.10.003
- Van Ammelrooy, P. (2021) *Keert de frequent flyer ooit nog terug?* *Volkskrant* 30-10-2021, *Economie* p16-17
- Van der Leij, B. & Oomen, K. (2019) *Luchtvaart in Nederland; Draagvlakonderzoek onder het Nederlandse publiek, vervolgmeting 2019*. In opdracht van Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. *Motivaction: Amsterdam*
- Van Rooij, B. J. (2020, 10-12-2020). *Teamuitje militairen in Italië kostte ruim een ton; onderzoekers kraken misstanden Vliegbasis Eindhoven*. *Eindhovens Dagblad*.
- Verbeek, J., & Smit, R. (2021, 18-juli-2020). *De zakenreis staat steeds vaker ter discussie*. *Financieel Dagblad*.
- Verhetsel, A., Vanoutrive, T., & Zijlstra, T. (2014). *Het woon-werkverkeer in Vlaanderen. Een zoektocht naar indicatoren*. Steunpunt MOBILO, UAntwerpen: Antwerpen
- Volkskrant* (2021). *Malheur in Taiwan? Dankzij slimme bril kan ASML-monteur probleem gewoon in Veldhoven verhelpen*. *De Volkskrant*, 20 januari 2021.
- Wallin, B. (2020). *How the death of business travel will change your next vacation*. Retrieved from <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/is-business-travel-a-thing-of-the-past>
- Walsh, P. R., Dodds, R., Priskin, J., Day, J., & Belozerova, O. (2021). *The Corporate Responsibility Paradox: A Multi-National Investigation of Business Traveller Attitudes and Their Sustainable Travel Behaviour*. *Sustainability*, 13(8), 4343. doi:10.3390/su13084343
- Warffemius, P. (2013). *De maatschappelijke waarde van kortere en betrouwbaardere reistijden (KiM-13-A03)*. Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid: Den Haag
- Wickham, J., & Vecchi, A. (2016). *Hierarchies in the Air: Varieties of Business Air Travel*. In *International Business Travel in the Global Economy* (pp. 151-170): Routledge.

Young, M. (2020). Capital, class and the social necessity of passenger air transport. *Progress in Human Geography*, 44(5), 938-958. doi:10.1177/0309132519888680

Zijlstra, T. (2016). On the mobility budget for company car users in Flanders. (PhD thesis). University of Antwerp, Antwerp.

Zijlstra, T. (2020). A border effect in airport choice: Evidence from Western Europe. *Journal of Air Transport Management*, 88, 101874. doi:https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101874

Zijlstra, T., & Huibregtse, O. (2018). *De Vliegende Hollander*. Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid: Den Haag

Websites

www.30secondstofly.com/ai-software/virtual-reality-will-change-corporate-travel/

www.nos.nl/nieuwsuur/artikel/2361119-grote-nederlandse-bedrijven-gaan-ook-na-corona-minder-vliegen.html geraadpleegd op 24 maart 2021.

www.andersreizen.nu geraadpleegd 1 april 2021.

www.theguardian.com/environment/2021/apr/12/business-travellers-planning-cut-future-flights-poll-finds-coronavirus

nieuws.schiphol.nl/verkeer-en-vervoercijfers-december-2020/ geraadpleegd 4 mei 2021.

Bijlage I: niet-zakelijk vliegen door zakenreizigers

Vanwege de vele vliegereizen die men al gemaakt heeft, de drukke agenda en de mogelijkheden om zakelijk en privé te combineren mag verwacht worden dat mensen die zakelijk vliegen minder vliegen voor niet-zakelijke doeleinden. Dat is gewoon het resultaat van slim combineren. Omgekeerd kan beredeneerd worden dat het opbouwen van loyaliteitspunten, de positieve attitude ten aanzien van vliegen en de uitbreiding van het sociale netwerk juist zorgen voor meer niet-zakelijke vluchten voor zakenreizigers. Daarmee gaan de verwachtingen 2 kanten op. We hebben zodoende de relatie tot zakelijk vliegen en niet-zakelijk vliegen nader onderzocht. In de hoofdtekst rapporten we al uitvoerig over de statistische test via MPN data. Hier gaan we nog kort in op de analyse aan de hand van de PPM data.

De PPM data is verkregen uit een ander panel dan het MPN, met andere vragen en andere standaard informatie over de panelleden. Daarmee is het vergelijking tussen MPN en PPM niet eenvoudig. Desondanks blijken de resultaten sterk in dezelfde richting te gaan.

In het multivariate model proberen we het effect van zakelijk vliegen op niet-zakelijk vliegen te isoleren van andere kenmerken van mensen die vliegen voor niet-zakelijke redenen. Deze kenmerken hebben we in eerder onderzoek blootgelegd (Berveling et al., 2020; Zijlstra & Huibregtse, 2018) en gaan we hier niet herhalen. De controlevariabelen die we opgenomen hebben zijn geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, inkomen en stedelijkheid van de woonlocatie. Die laatste is geoperationaliseerd aan de hand van de omgevingsadressendichtheid (OAD) op postcode-4 niveau en wordt uitgedrukt in het aantal adressen per vierkante kilometer. Het model dat hier gepresenteerd wordt is een binomiaal logistisch regressiemodel. De afhankelijk variabele is binomiaal, namelijk wel of niet vliegen voor niet-zakelijke doeleinden.

De modelresultaten zijn gegeven in tabel appx.1.1. Daarbij zien we terug dat er voor niet-zakelijke vluchten geen noemenswaardig verschil bestaat tussen mannen en vrouwen. Qua leeftijd wordt er veel niet-zakelijk gevlogen onder jongeren. Mensen met een laag opleidingsniveau vliegen duidelijk minder. En meer inkomen en meer stedelijkheid kunnen geassocieerd worden met een hogere vlieggeneigdheid.

Meest relevant in deze analyse is het effect van zakelijk vliegen. De schatting hierbij komt uit op +1,3 en het significantieniveau is aanzienlijk (t-waarde = 4,7). Geen van de andere dummy coëfficiënten is dermate groot. En de toegevoegde waarde aan de verklarende kracht van het model is aanzienlijk. Daarmee kunnen we concluderen dat mensen die zakelijk vliegen een aanzienlijk grotere kans hebben om ook niet-zakelijk te vliegen. Dat ligt ook perfect in lijn met de resultaten aan de hand van het MPN.

De modelresultaten kunnen we gebruiken om een inschatting te maken van de kans dat iemand in de periode van 12 maanden een niet-zakelijke vliegreis maakt. Dit maakt het resultaat concreter dan de lijst met coëfficiënten. Voor een doorsnee Nederlander in de steekproef komt de kans uit op 57%, wanneer deze persoon zakelijk vliegt stijgt de kans naar 83%. Doorsnee is in dit geval: man, 35 jaar, middelbaar geschoold, modaal inkomen en een omgevingsadressendichtheid van 1200 adressen per vierkante kilometer.

Tabel appx.1.1: modelresultaten vlieggeneigdheid voor niet-zakelijke reismotieven. Data: PPM

Variabele	Schatting (sig)
Zakelijke vliegers	1,307***
Geslacht: vrouw (ref. man)	-0,126
Leeftijd (in jaren)	-0,134***
Leeftijd (kwadratisch)	0,001***
Opleidingsniveau: middelbaar (ref. hoog)	-0,152
Opleidingsniveau: laag (ref. hoog)	-0,516**
Inkomen: beneden modaal (ref. minimum)	-0,191
Inkomen: bijna modaal (ref. minimum)	0,280
Inkomen: modaal (ref. minimum)	0,167
Inkomen: tussen 1 en 2 keer modaal (ref. minimum)	0,452
Inkomen: twee keer modaal (ref. minimum)	1,290**
Inkomen: meer dan 2 keer modaal (ref. minimum)	0,966
OAD woonlocatie	0,001**
OAD woonlocatie (vierkantswortel)	-0,036*
Constante	4,033***
Aantal observaties	1.656
Log Likelihood	-1.109
AIC	2.248

*p < .05; **p < .01; ***p < .001

In de bovenstaande analyse wordt al het zakelijke vliegen op één hoop gegooid of het nu om 1 of 10 zakelijke reizen gaat. In een additioneel model hebben we daarom ook rekening gehouden met het aantal zakelijke reizen in de periode van een jaar. De rest is hetzelfde gehouden. In dit model (niet getoond) zien we opnieuw significante effecten voor zakelijk vliegen. De modelschattingen suggereren dat mensen zonder zakelijke vluchten een probabilliteit van 58% hebben op het maken van minimaal 1 niet-zakelijke vliegreis in de periode van 12 maanden. Deze probabliteit neemt snel toe naar mate het aantal zakelijke vliegreizen toeneemt (tabel appx.1.2).

Tabel appx.1.2: Kans op niet-zakelijke vliegen naar aantal zakelijke vliegreizen. Data: PPM

Zakelijke vliegreizen in 12 mnd	Kans vliegen (niet-zakelijk) in periode van 12 mnd	Standaard fout
Geen	58%	4.8%
1	79%	4.8%
2	84%	4.8%
3	87%	4.6%
4	88%	4.5%
5	89%	4.3%
6	90%	4.2%
8	92%	4.0%

Colofon

Dit is een uitgave van het
Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM),
Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat

November 2021

Auteurs:
Toon Zijlstra
Sytze Rienstra

m.m.v.
Jop van Roosmalen

Vormgeving en opmaak:
Toon Zijlstra, Ingrid Vijfvinkel en Ton Hofman

Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM)
Bezuidenhoutseweg 20
2594 AV Den Haag

Postbus 20901
2500 EX Den Haag

Telefoon : 070 456 1965

Website : www.kimnet.nl
E-mail : info@kimnet.nl

Publicaties van het KiM zijn aan te vragen bij het KiM (via info@kimnet.nl) of als PDF te downloaden van onze website www.kimnet.nl. U kunt natuurlijk ook altijd contact opnemen met één van onze medewerkers.

Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen onder vermelding van het KiM als bron.