

Duurzaamheid, innovatie en gemak in één

BMW Financial Services Nederland zet vol in op duurzaamheid, maar op een positieve manier. De Carbon Tracker is daar een mooi voorbeeld van; een gloednieuwe app die je CO₂-uitstoot eenvoudig inzichtelijk maakt en gedragsverandering stimuleert.

BMW heeft de ambitie om meer te zijn dan een autofabrikant; het bedrijf zet vol in op het stimuleren van duurzame mobiliteit, legt CMIO Greo Belgers uit. De topmarketeer stapte ruim een jaar geleden over van Triodos Bank naar BMW Financial Services, de financiële dochteronderneming van BMW waar ook Alphabet onderdeel van is. “Als premiumautomerk zijn we het aan onze stand verplicht om in te spelen op de behoeften van de samenleving en van onze klanten.”

Leuk en makkelijk

Op 1 juli 2024 treedt de Rapportageverplichting Werkgebonden Personenmobiliteit in werking voor bedrijven met meer dan honderd medewerkers; een maatregel die voortvloeit uit het klimaatakkoord. Doel: de uitstoot, veroorzaakt door mobiliteit, in kaart brengen, zodat de overheid daarna specifieke maatregelen kan nemen om tot een forse reductie van CO₂-uitstoot in 2030 te komen.

Dat is een flinke administratieve last voor bedrijven zou je denken. Maar bij BMW Financial Services,

Duurzaamheid moet niet alleen makkelijk zijn, maar ook leuk

dat een wagenpark van 130.000 auto's beheert, kijken ze er liever anders naar. Belgers: “Wij hebben direct gezegd: we gaan dit voor onze klanten zo makkelijk mogelijk maken. Het resultaat is de Carbon Tracker, een app die onder ons label Alphabet wordt uitgebracht in samenwerking met technologiebedrijf Fynch Mobility. De app registreert automatisch wanneer je begint te reizen en hoe je reist – bijvoorbeeld met de auto, het ov of de fiets. Medewerkers registreren eenvoudig alle woon-werkverkeer, zakelijke ritten en thuiswerk. Eén keer per week controleer je de gegevens handmatig, waarbij je privacy gegarandeerd is, want de

app geeft enkel gegevens door van zakelijke mobiliteit. Kortom, een kind kan de was doen.”

Coins verdienen

Belgers ziet al voor zich hoe werkegevers *challenges* uitschrijven waarbij medewerkers worden beloofd wanneer ze in een bepaalde maand de CO₂-uitstoot van hun leaseauto reduceren. “Er zitten elementen van een game in. Je kunt bijvoorbeeld *coins* verdienen als je buiten de spits reist of vaker de fiets neemt.” Het idee erachter is dat duurzaamheid niet alleen makkelijk, maar ook leuk moet zijn. “We gaan het niet redden als je steeds blijft benadrukken wat *niet* mag”, zegt Belgers. “We moeten zorgen dat mensen het leuk vinden om bezig te zijn met duurzame mobiliteit.



Met een positieve mindset komen we veel verder, daar ben ik heilig van overtuigd.”

