MAZDA MOTOR BELUX – PERSBERICHT

HOE MAZDA BIJDRAAGT AAN HET CREËREN VAN EEN ZINVOL OVERGANGSMOMENT TUSSEN WERK EN PRIVÉ

- Studie wijst uit dat nagenoeg 1 op de 2 Belgen de rit van werk naar huis beschouwt als verloren tijd.
- Nochtans geeft 67% van de Belgen aan dat die terugrit toch zorgt voor een moment van rust die de overgang van werk naar privé-situatie vlotter laat verlopen.
- Door haar wageninterieurs te ontwerpen volgens het Japanse principe van “ma” of lege ruimte, helpt Mazda dat moment van rust te vinden tijdens het pendelen.

Willebroek, 12 november 2026. De pendelaar beschouwt de werk-woonrit vaak als verloren tijd, en hoopt die liefst zo snel mogelijk achter de rug te hebben. Toch noteren we een opvallende paradox: bijna de helft van de Belgen ervaart de rit naar huis als verloren tijd, terwijl 7 op de 10 Belgen toch aangeven dat diezelfde rit helpt om het werk mentaal los te laten. Dit blijkt uit nieuw onderzoek in opdracht van Mazda (samen met onderzoeksbureau Ivox). Het toont aan hoe pendelen meer is dan gewoon onderweg zijn: het is namelijk ook een overgangsmoment tussen de drukte van het werk en de rust van thuis. Prof. dr. Lode Godderis, CEO van IDEWE en Professor Arbeidsgeneeskunde aan de KU Leuven en Mazda pleiten ervoor om bewuster met die dagelijkse overgang tussen werk en privé om te gaan.

Pendelrit verloren tijd? Voor nagenoeg 7 op de 10 Belgen (67%) is de terugreis ook een moment voor zichzelf

Het dagelijkse woon-werkverkeer heeft niet bepaald het beste imago. Het wordt vaak bekeken als tijd die we zo kort mogelijk willen houden. Bijna de helft van de Belgen (48%) noemt de pendeltijd verloren tijd en meer dan 1 op 5 (23%) geeft aan dat een kortere/betrouwbaardere reistijd de terugreis aangenamer zou maken.

Daarentegen blijkt die terugreis voor de meeste pendelaars toch een positieve kant te hebben. Meer dan 6 op 10 Belgen (67%) beschouwt die terugreis namelijk als een moment voor zichzelf. 62% zegt rustiger thuis te komen dan bij het vertrek van het werk en 58% voelt zich bij aankomst minder gespannen. We zien de reis naar huis dus rationeel als tijd die we verliezen, terwijl we daardoor misschien net iets belangrijks terugwinnen: rust in ons hoofd.

Je hoofd heeft geen aan-uitknop

Volgens prof. dr. Lode Godderis, CEO van IDEWE en Professor Arbeidsgeneeskunde aan de KU Leuven, onderschatten we hoe belangrijk het is om niet alle momenten van de dag voortdurend te willen invullen. Hij waarschuwt:

> “*We beoordelen tijd vaak vanuit wat we er zichtbaar mee gedaan hebben. Maar tijd waarin ogenschijnlijk niets ‘productiefs’ gebeurt, kan wel degelijk een functie hebben en waardevol zijn. Ons brein heeft ook momenten nodig waarop er niet voortdurend nieuwe input bijkomt, zodat wat er gebeurd is, kan bezinken.*”

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:
Mazda Motor Belux, Blaasveldstraat 162, 2830 Willebroek
mazda-press@mazdaeur.com www.mazda-press.be

Wie blijft werken, blijft ook in werkmodus

Die rust gunnen we onszelf echter niet altijd. Maar liefst 43% van de Belgen probeert de terugreis zo nuttig mogelijk in te vullen. Bijna een derde (31%) geeft aan de afgelopen vier weken minstens één keer te hebben doorgewerkt tijdens de terugreis, door bijvoorbeeld werkgerelateerde telefoontjes te doen in de auto.
Opvallend: net wie onderweg doorwerkt, rapporteert vaker stress (38% tegenover 23%) en heeft meer moeite om het werk mentaal los te laten (41% tegenover 25%). Ook het gevoel van tijdverlies ligt bij hen hoger (54% tegenover 46%).

We proberen dus zelfs van onze pendeltijd productieve tijd te maken, terwijl net die momenten ons kunnen helpen om afstand te nemen van het werk. De resultaten roepen wel de pertinente vraag op: moeten we werkelijk iedere minuut van onze dag nuttig besteden?

> "*We hebben niet per se minder pendeltijd nodig, maar wel meer aandacht voor de overgang tussen werk en privé. We proberen onze dagen voortdurend efficiënter in te vullen, terwijl we vergeten dat ook momenten waarop we even niets moeten waardevol kunnen zijn. De reis naar huis kan zo'n moment zijn. Niet omdat langer onderweg zijn beter is, maar omdat we de tijd die er al is ook kunnen gebruiken om mentaal afstand te nemen van het werk*," vertelt prof. dr. Lode Godderis.

Hoe langer de pendeltijd, hoe minder ruimte om op adem te komen

Ook de duur van de terugreis speelt een belangrijke rol. Hoe langer de pendeltijd, hoe vaker we hem als verloren tijd zien. Bij wie langer dan 45 minuten onderweg is, loopt dat aandeel op tot 76%, tegenover 26% bij wie binnen het kwartier thuis is. Ook het aandeel dat de terugreis als een stressmoment ervaart, ligt aanzienlijk hoger in dat geval (43% tegenover 17%).
Dat verschil laat zich ook voelen bij thuiskomst. Bijna twee op de drie van deze pendelaars (63%) komt mentaal vermoeid thuis. En ook het aandeel dat rustiger thuiskomt dan bij het vertrek van het werk, ligt aanzienlijk lager: slechts 49% van wie langer dan 45 minuten onderweg is, tegenover 68,5% van wie maximaal een kwartier pendelt.

De onderschatte waarde van werk-woonverkeer

We pendelen nu eenmaal. En hoewel niemand zit te wachten op extra files of langere treinritten, hoeft de tijd tussen werk en thuis daarom niet automatisch verloren tijd te zijn. Vanuit die gedachte roepen Mazda en prof. dr. Lode Godderis op om bewuster om te gaan met de dagelijkse terugreis. Niet als pleidooi om langer te pendelen, noch als voorschrift voor wat mensen onderweg moeten doen, maar als uitnodiging om die tijd niet automatisch als verloren tijd te beschouwen of opnieuw met werk te vullen.

Mazda-interieurs geïnspireerd door de Japanse filosofie van "ma" – lege ruimte

Door de wageninterieurs te ontwerpen geïnspireerd door "ma", de Japanse filosofie die het belang van lege ruimten tussen objecten viert, en die je bijvoorbeeld ook terugvindt in de traditionele Japanse huizen, creëren de Mazda-designers een rustige en comfortabele omgeving, gericht op sereniteit en welzijn. Ook dat draagt bij tot het terugvinden van de rust tijdens de rit naar huis.

Die aandacht voor de tijd tussen vertrek en aankomst zit dus ook vervat in Mazda's kijk op mobiliteit. Want naast de bestemming speelt ook de beleving van de rit zelf een rol:

"*Voor ons maakt dit principe al lang deel uit van onze Japanse ontwerpfilosofie: ma. De ruimte tussen twee objecten maar ook de pauze tussen twee momenten, die niet als leeg of nutteloos wordt beschouwd, maar net een zinvolle betekenis krijgt. Die filosofie trekken we ook door naar de dagelijkse werk-woonrit. Niet alleen de bestemming telt, maar ook de tijd ertussen en hoe je die als bestuurder beleeft,*" vertelt Jo Stenuit, Design Director bij Mazda Motor Europe.

Mazda geeft ook als werkgever pendeltijd de aandacht die hij verdient

Mazda wou de waarde van de werk-woonrit niet alleen onderzoeken, maar er zelf ook mee aan de slag gaan als werkgever. Daarom moedigt Mazda haar medewerkers aan om tijdens hun pendeltijd het werk los te laten en die tijd bewust voor zichzelf te nemen. Gebruik de rit naar huis als ruimte om de werkdag af te sluiten. Of dat nu gebeurt met muziek, in stilte of met volle aandacht voor de rit: hoe medewerkers die overgang invullen, kiezen ze zelf.

Met dit initiatief willen we medewerkers aanmoedigen om bewuster stil te staan bij hun rit naar huis en bij de overgang van werk naar privé. Zo krijgt mobiliteit niet alleen betekenis in de bestemming, maar ook in de weg ernaartoe.

"*We kijken bij mobiliteit heel vaak naar vertrek en aankomst: hoe snel raken we van A naar B? Maar uiteindelijk zit er een mens achter het stuur. Voor Mazda telt daarom niet alleen wanneer iemand aankomt, maar ook hoe je aankomt,*" vertelt Tim Bosmans, Managing Director bij Mazda Motor Benelux.

Noot voor de redactie

Over het onderzoek

Het onderzoek werd uitgevoerd door onderzoeksbureau iVox in opdracht van Mazda tussen 22 september 2026 en 30 september 2026. De online enquête bij 1000 werkende Belgen 18+ is representatief op taal, geslacht, leeftijd en diploma. De maximale foutenmarge bij 1000 werkende Belgen 18+ bedraagt 3,02%.
Interesse om het volledige onderzoek in te kijken? Geef dan zeker een seintje via gaya@mmbsy.com.

Einde