

Verslag Praktijkatelier Mobiliteit

donderdag, 03 oktober 2024 in Palace | 09h - 13h

Workshop geleid door Bart Busschaert en Frederik Vervaecke van [Scelta Mobility](#).

Waarom een mobiliteitsplan opstellen?

- Toegankelijkheid voor alle soorten publiek en hun vervoermiddelen
- Veiligheid
- Duurzaamheid
 - Uitstoot verminderen
 - Kwaliteitsvol gebruik van de ruimte
- Lokale overlast
- Verbeterde bezoekerservaring
- Vermindering van kosten op de lange termijn. Wordt vaak geen rekening mee gehouden.

→ TIP > meten van de CO2 uitstoot:

Omdat we de belangrijkste gevolgen per sector kennen en daarom ook weten wat prioriteiten is, is het niet nodig om een dure balans op te maken. Kijk gewoon naar voorbeelden van vergelijkbare structuren.

Hoe stel je een mobiliteitsplan op ?

1. Keuze van locatie (indien mogelijk)
2. Maak een analyse voor je begint...
3. ...en bedenk dan pas welke maatregelen je wil nemen → pas op dat je niet begint met een “ik wil een fietsenstalling” maatregel. Want als je de herkomst en vervoersmiddelen van je publiek niet kent, heeft dat geen zin.

1. Analyse

- Activiteit wanneer: tijden, in/uitgang, komen en gaan, werknemer
- Soort activiteit → bepaalt publiek
 - B2B: auto met 1 persoon erin want bedrijfsauto
 - Familie: meerdere personen per auto
- Breng de bereikbaarheid van de locatie in kaart, wat wordt er aangeboden met verschillende vervoersmiddelen? → TIP probeer het zelf, kruip in de huid van het publiek (tijd, geld, leeftijden, enz.)
 - Welke modi
 - Infrastructuurcapaciteit en -kwaliteit (fietsen, parkeren, trottoirs, bewegwijzering, enz.)
 - Netwerkcapaciteit en -kwaliteit (openbaar vervoer en dienstregelingen, verkeer, enz.)

- Behoeften van bezoekers/werknemers/kunstenaars/anderen, wat is de vraag? → TIP zoek uit waar je het communicatiebudget op moet inzetten (*bv vraagt het een heel andere communicatie als deelnemers van buiten BXL komen met de auto of deelnemers uit Brussel komen met openbaar vervoer.*)
 - Hoe en wanneer werkt het ?
 - Ticketing: vraag naar postcodes, maar pas op voor internationale bezoekers
 - Enquêtes
 - Een vragenlijst voor het event door studenten met tablet
 - Enquêterterminal aan het einde van tentoonstellingen
 - Vragen bij de receptie hoe iemand is gekomen?
 - Vragen
 - Hoe ben je gekomen? Welk vervoersmiddel?
 - Met hoeveel personen?
 - Van waar?
 - Zijn zij bereid hun gedrag te veranderen onder welke voorwaarden?
 - Ervaringen?

2. Maatregelen

- Infrastructuur
- Verkeersmaatregelen: hoe leidt je de bezoekers naar de ingang
- Mobiliteitsmaatregelen
 - 1 verplaatsing = 1 keuze-keten → breng de verschillende keuze-ketens van ons publiek in kaart in een tekening
 - Invloed van organisatoren op het publiek → informatie en aanbiedingen
 - Tijd van aankomst en vertrek
 - Vervoermiddelen: wat prioritair communiceren
 - Aanbod / korting
 - 1 parkeerticket voor slechts 4 personen
 - -50% korting op treinticket voor iedereen, gratis ticket voor de eerste 100 personen
- Organisatorische maatregelen
 - Het programma aanpassen aan de dienstregeling van het openbaar vervoer (*bv AB die de concerten zo plannen dat deze om 22h30 zijn afgelopen*)
 - Communicatie / bewustmaking van mobiliteitsinitiatieven
 - Toon op schermen vertrektijden van treinen / shuttles / carpoolen etc
 - Website: slechts 25% van de bezoekers zoekt informatie op de site
 - Combineren met sterke acties
 - Ambassadeur avec message positif
 - Beloningen / sancties
 - Maak het parkeren duurder
 - Gratis drinken voor fietsers
 - Werknemer: OV en fiets vergoed en auto betaald, of slechts 30 dagen per jaar parkeren aanbieden
 - 'Koolstof-quota' voor het verplaatsen van kunstwerken
 - Moet ik reizen? Is dat nodig?

- Medewerkers trainen in het zoeken naar 'zachtere' vervoersmiddelen
- Focus op de ervaring, maak de reis comfortabel!
 - Podcast of afspeellijst voor onderweg
 - Geanimeerde fietstocht

Welke maatregelen moet je kiezen?

- Denk multimodaal
- Prioriteit: lopen → fietsen → openbaar vervoer → parkeren
- Communiceer niet alle mogelijkheden die er zijn, maar, maak keuzes voor het publiek om hen zacht een bepaalde kant op te duwen

3. Het mobiliteitsplan uitvoeren

- Planning stroomopwaarts
- Creëer interne mobiliteitsreflexen → 1 toegewijde medewerker in elke werkgroep

4. Evaluatie

- Verzamel gegevens over resultaten, maar ook kwalitatieve tevredenheidsgegevens
- Veranderingen in mobiliteit kosten tijd, raak niet ontmoedigd
- Voorbeeld *Ronquières ging van 300 naar 2100 fietsers: door betere communicatie en betere parkeer faciliteiten.*