AUTODELEN.NET

Autodelen, iets voor sociale woonwijken!

EEN INSPIRATIEGIDS VOOR LOKALE BESTUREN EN WOONMAATSCHAPPIJEN

Interreg North Sea
Co-funded by the European Union

SHARE-North Squared

IOK
beweging.net

Inleiding 1

Knelpunten 3

Zo start je met autodelen in sociale huisvesting 5

1 Zorg voor een visie op lange termijn 5

2 Voer een omgevingsanalyse uit 7

3 Betrek de juiste stakeholders 10

4 Werk de deelprocedure uit 12

5 Zorg voor communicatie op maat 24

Communicatie 25

Uitgelichte voorbeelden 32

Beweging.net - Onze buurt deelt vervoer (Landen en Moorsel) 32

De Zonnige Kempen - Vorselaar 34

Andere voorbeelden 36

Neem contact op met de autodeelaanbieders 38

Meer advies nodig? 39

Bijlagen 40

Inleiding

Bij autodelen maken meerdere mensen na elkaar gebruik van eenzelfde wagen. Hierdoor hoeft autobezit niet langer de norm te zijn, maar gebruikt men een wagen wanneer dat nodig is. Op andere momenten kunnen anderen hem gebruiken. Ook bij sociale huisvestingsprojecten kan autodelen een grote maatschappelijke meerwaarde zijn, dankzij de sociale en ecologische impact.

Strijd tegen vervoersarmoede

Eén van de terugkerende oorzaken die kwetsbare bewoners weerhoudt van een volwaardige deelname aan de maatschappij is het gebrek aan (betaalbare) mobiliteitsopties om op hun bestemming te geraken (gaande van werk, medische consultaties tot bezoek aan familie en vrienden). Niet iedereen kan zich een auto permitteren, maar dat neemt niet weg dat men die wel af en toe nodig heeft. Nog afgezien van een hoge aankoopprijs, zijn bijkomende kosten als verzekering, parkeerplaats, onderhoud belangrijke drempels om een eigen wagen aan te schaffen, waardoor die mobiliteitsoptie wegvalt. Autodelen kan een deel van de oplossing zijn voor deze problematiek. Met autodelen wordt autogebruik immers voor een grotere groep beschikbaar, aan een lagere kost. De drempel om zich aan het autodelen te wagen, wordt bovendien lager wanneer dit wordt georganiseerd door een vertrouwde instantie zoals de woonmaatschappij.

Autodelen draagt bij aan de klimaatdoelstellingen

Vlaamse deelwagens worden vaak aangedreven door ‘schonere’ technologie dan de gemiddelde privéwagen. Door de kortere doorlooptijd, zijn deze wagens veelal recente modellen met een lagere

Kwalitatieve leefomgeving

Eén deelwagen vervangt gemiddeld 4 tot 12 privéwagens. Op die manier zullen er minder parkeerplaatsen nodig zijn en komt er meer ruimte vrij voor maatschappelijk relevante invullingen zoals groen, speel- en ontmoetingsruimte. Zo profiteert iedereen in de buurt van de woonontwikkeling van het autodeelproject. Als er bovendien wordt gekozen voor een open deelsysteem (waarbij niet alleen sociale huurders of kopers toegang hebben tot het deelsysteem, maar ook de omwonenden van het huisvestingsproject), hebben ook de buurtbewoners er een mobiliteitsoptie bij.

CO2-uitstoot. Als ook de (soms verouderde) wagens van kwetsbare bewoners kunnen worden ingeruild voor één schone wagen valt er een grote CO2-uitstoot reductie te boeken.

Daarnaast rijden autodelers gemiddeld minder autokilometers dan autobezitters, met een 8 – 13% lagere CO2-uitstoot per autodeler per

jaar als gevolg. De integratie van autodelen in sociale huisvesting kan de groei van autodelen (en zijn impact) verder versnellen. Mits een goede communicatie en ondersteuning, kunnen deelsystemen binnen sociale huisvesting een goede bezettingsgraad van sociale huurders én buurtbewoners halen en de bovengenoemde CO2-reductie bewerkstelligen.

Kortom, de potentiële sociale en ecologische impact is groot wanneer autodelen bij (de aanvang van nieuwe) sociale huisvestingsprojecten wordt gestimuleerd.

Ben je als lokaal bestuur of als woonmaatschappij vaak betrokken bij de (her)ontwikkeling van sociale huisvestingsprojecten en/of wil je inzetten op duurzame omgevingen en duurzame mobiliteit in bestaande sociale woonwijken? Dan is deze gids iets voor jou. Autodelen.net, de expert op vlak van autodelen in Vlaanderen en Brussel, werkte samen met Beweging.net en de Intercommunale Ontwikkelingsmaatschappij Kempen (IOK) aan deze gids, waarin we je op basis van onze ervaringen binnen specifieke projecten tips en tricks geven om het autodelen structureel in te bouwen in sociale huisvestingsprojecten.

Veel leesplezier!

Knelpunten

De huidige groep gebruikers van autodelen is vrij homogeen (hoogopgeleide tweeverdieners tussen 25 en 40 jaar). In sociale woonwijken woont vaak een ander publiek, nl. mensen die ouder, lager geschoold of minder digitaal vaardig zijn, of mensen die minder financiële middelen hebben. Autodeelsystemen kunnen deze doelgroep vandaag nog te weinig bereiken. Autodelen kan nochtans een grote verbetering qua mobiliteit betekenen voor mensen buiten de standaard doelgroep. In dit kader is het wel belangrijk bewust te zijn van verschillende potentiële drempels van autodelen voor een divers publiek. We lijsten de bestaande drempels hieronder kort op, maar willen vooral focussen op oplossingen in de volgende hoofdstukken.

Financiële knelpunten

Een auto kopen is voor sommige mensen erg duur. Hoewel autodelen goedkoper is dan wagenbezit, kan ook de kostprijs van autodelen is soms toch nog te hoog zijn. Zeker de waarborg en abonnementskosten vormen een drempel. Men weet graag op voorhand hoeveel een rit zal kosten en wat daarin inbegrepen is. Daarbovenop vragen bepaalde autodeelorganisaties een kredietkaart voor de transacties.

Cognitieve knelpunten

Niet iedereen is mee met de digitale revolutie. Voor de grote groep 'digibeten' is er nood aan 'live' informeren, registreren, reserveren en een fysieke sleuteloverdracht. De technische taal in de administratie rond het autodelen zorgt ook voor moeilijkheden bij mensen met beperkte cognitieve vaardigheden of die het Nederlands niet als moedertaal hebben. Daarnaast vraagt het gebruik van autodeelsystemen (registreren, reserveren...) de capaciteit om vooruit te denken en te plannen.

Psychologische en culturele knelpunten

Voor sommige mensen is autodelen onder buren moeilijk. Een groep verlaten of problemen hebben met een autodeler uit de buurt is voor hen vervelender dan bij een (anoniem) bedrijf. Er leeft ook een schrik voor aansprakelijkheid en het niet (meteen) kunnen betalen van (grote) kosten als men een ongeluk zou veroorzaken.

De auto blijft voor velen een statussymbool en autodelen kan zodoende een angst voor 'gezichtsverlies' meebrengen. Daarnaast is het reserveren en plannen, dat komt kijken bij het gebruik van (sommige) autodeelsystemen een aspect dat moeilijk kan liggen bij niet planmatig ingestelde culturen. Men kan hierdoor het gevoel krijgen dat de bewegingsvrijheid wordt beknot of vrezen voor "missing out" van

sociale aangelegenheden. Geld vragen voor het uitlenen van een wagen is voor sommige groepen ook ‘not done’. Voor sommige mensen leeft bovendien een angst voor drugssmokkel in de deelwagen bij het ter beschikking stellen.

Knelpunten rond nabijheid en bekendheid

De nabijheid en de bekendheid van een geschikt autodeelsysteem en/of andere bevredigende mobiliteitsoplossingen is een belangrijke voorwaarde om de weg te vinden naar autodelen. De bekendheid van autodelen is in 2023 nog vrij laag bij meerdere bevolkingsgroepen.

Zo start je met autodelen in sociale huisvesting

Om succesvol te starten met autodelen in sociale huisvesting, heb je een goede strategie nodig. Die heeft steeds de volgende ingrediënten:

- een doordacht mobiliteitsbeleid in de regio van het sociale huisvestingsproject en voldoende flankerende maatregelen om autodelen daar te versnellen
- het engagement van de juiste partners en ambassadeurs
- autodeelformules die aangepast zijn aan de noden van de doelgroep
- een goede begeleiding van de gebruikers van de deelauto's
- een heldere en goed doordachte communicatiestrategie voor autodelen op lange termijn

Uit de ervaringen met verschillende pilootprojecten, stelden we een plan van aanpak op om autodelen te verankeren binnen sociale huisvesting. We onderscheiden vijf stappen.

1 Zorg voor een visie op lange termijn

Maak een plan

Deelmobiliteit in een sociale huisvestingsproject staat nooit op zichzelf. Een goede integratie van gedeelde mobiliteit kent een natuurlijke wisselwerking met de omgeving van het sociale huisvestingsproject waarin de deelwagen komt. Autodelen zorgt voor een gereduceerde parkeerbehoefte omdat het autobezit zal dalen. Tegelijkertijd betekent het vaak dat er meer nood is aan openbaar vervoer en goede fietsinfrastructuur, omdat gebruikers van deelmobiliteit vaker alternatieven voor de wagen zullen gebruiken.

Als lokaal bestuur moet je een goed en doordacht plan hebben over de wisselwerking tussen mobiliteit en ruimtelijke ordening in de regio. Jij bepaalt welke locaties geschikt zijn voor wonen en welke locaties geschikt zijn voor duurzame vervoerssystemen. Het is belangrijk dat die goed op elkaar afgestemd zijn. Een doordachte visie over deelmobiliteit is daarbij essentieel. De plaats van deelmobiliteit in het STOP-principe bevindt zich onder het stappen, trappen en openbaar vervoer, maar boven de privéwagens. Met dit principe in het achterhoofd kan je als lokaal bestuur nadenken over het opzetten van een actieplan gedeelde mobiliteit, waarbij zo'n geïntegreerde visie ontwikkeld wordt en

omgezet wordt in concrete acties. De integratie van deelmobiliteit in (sociale) woonontwikkelingen kan één van deze acties zijn.

Ook als woonmaatschappij kan je een visie uitwerken over mobiliteit in jouw projecten. Hoe kan je ervoor zorgen dat je bewoners zich op een andere manier dan met een privéwagen gaan verplaatsen? Wat is daar, naast de integratie van autodelen, nog voor nodig? Welke acties kan je zelf ondernemen en waar heb je de hulp van het lokaal bestuur voor nodig? Een duidelijke visie over hoe je mobiliteit in jouw projecten ziet, kan helpen om autodelen in nieuwe projecten te integreren.

Parkeerbeleid

Flankerende maatregelen, zoals een gedifferentieerd parkeerbeleid dat autobezit ontraadt en deelmobiliteit stimuleert, kunnen helpen om de deelwagens te laten gebruiken.

Het is aan te raden de parkeersituatie in de onmiddellijke omgeving van het project mee aan te pakken. Gratis parkeren en veel publieke parkeerplaatsen in de buurt zorgen er bv. voor dat bewoners een (te) gemakkelijk parkeeralternatief hebben en dus nog steeds geneigd zullen zijn om een privéwagen aan te schaffen. Hierdoor ontstaat een grotere

parkeerdruk in de buurt. We adviseren m.a.w. de parkeeralternatieven in de buurt te verminderen en/of aanzienlijk duurder te maken.

Tegelijkertijd is het belangrijk om voor deelwagens een voordelig parkeerbeleid te hanteren. Zorg ervoor dat de deelwagens een vaste plaats hebben en dat gebruikers niet voor het parkeren van een deelauto moeten betalen. Dat stimuleert het gebruik van autodelen ten voordele van privéwagens.

2 Voer een omgevingsanalyse uit

De integratie van autodelen in een woonproject (sociale huisvesting of anders) start je niet zomaar op. Je wil met autodelen meestal een oplossing bieden voor een bestaand mobiliteitsprobleem, beantwoorden aan een nood van de (buurt)bewoners of de druk op de publieke ruimte verlichten. Bepaal op voorhand goed op welke vraag je een antwoord wil bieden. Waarom is het relevant om te starten in dit specifieke sociale huisvestingsproject? En bovenal: wat is de context van het project? De verschillende parameters binnen je sociale huisvestingsproject zullen een invloed hebben op de manier waarop je met autodelen kan beginnen.

Doelgroep

Voor wie biedt autodelen een oplossing en wie moet dus allemaal toegang krijgen tot de deelvoertuigen? Wat zijn de kenmerken van deze doelgroep? Hoe divers is de doelgroep? Welke (verschillende) noden heeft deze doelgroep? Op basis van deze informatie dien je de deelprocedure aan te passen en verschillende stakeholders te betrekken. Voor mensen die minder goed overweg kunnen met een smartphone of computer kan je bijvoorbeeld best een aangepaste reservatieprocedure per telefoon of aan een loket en voor mensen met

een lager budget moet je natuurlijk geen autodeelformule kiezen die hoge waarborgen of instapkosten vraagt. Rijden de mensen waarop je mikt dagelijks met de wagen naar het werk omdat ze geen alternatieven hebben, dan wordt de implementatie van deelmobiliteit moeilijk. De doelgroep bepaalt dus steeds de deelprocedure én ook welke stakeholders je moet betrekken. Elke doelgroep heeft andere vertrouwenspersonen (organisaties of personen waar ze vertrouwen in stellen) die kunnen helpen bij het overtuigen tot het gebruik van een deelwagen.

TIP Als je de mogelijkheid hebt, bevraag dan steeds de doelgroep die je de overstap wil laten maken tot deelmobiliteit. In sociale huisvestingsprojecten in Landen en Tervuren bevroeg Beweging.net samen met het lokaal bestuur en de woonmaatschappij alle inwoners van de buurt vóór er deelmobiliteit werd geplaatst in de buurt van de huisvestingsprojecten. Daardoor wisten ze welke noden de toekomstige gebruikers van de deelwagens hadden en daar konden ze verder op inspelen in het uitwerken van de deelprocedure. Ook voor het sociale huisvestingsproject Woonhaven in Deurne werd de beoogde community bevraagd naar hun noden.

TIP Je kan je doelgroep op papier (of online) bevragen, maar het wordt extra interessant om in gesprek te gaan met bewoners. Koppel hier bijvoorbeeld een evenement aan: deel gratis soep of speculaas uit in ruil voor input van de bewoners.

Als je met autodelen start in een sociaal huisvestingsproject, betekent dat niet automatisch dat enkel de inwoners van dit project gebruik kunnen maken van de deelauto's. Het is juist interessant om de deelsystemen ook open te stellen voor de de buurtbewoners rond de sociale huisvesting, pas dan kan je het gebruik van de deelwagens echt maximaliseren en zo stigmatiseer je de huurders en kopers ook niet.

Locatie

Welke kenmerken heeft je sociale huisvestingsproject en haar ruimere omgeving? De deelformule zal steeds verschillen door de volgende factoren:

- de aanwezigheid van voorzieningen. Hoe dichterbij verschillende soorten voorzieningen zijn, hoe gemakkelijker mensen zich zonder auto kunnen verplaatsen. Kunnen ze al wandelend of al fietsend naar winkels, de zorginstanties, scholen, enzovoort, dan hebben ze een wagen vooral nodig voor sporadische of verre verplaatsingen. Die kunnen dan ideaal opgevangen worden door een deelwagen. Merk je juist dat de winkels verder gelegen zijn, dan zal de deelwagen voornamelijk gebruikt worden voor winkelbezoeken en dan is een wagen met een grote laadruimte noodzakelijk.
- De aanwezigheid van alternatieven. Kan de doelgroep zich ook gemakkelijk verplaatsen met de bus of met de fiets? Is er voldoende infrastructuur om zich veilig te voet te verplaatsen? Hoe meer alternatieven er zijn, hoe minder nood aan een wagen en hoe meer beroep ze kunnen doen op een deelwagen. Tegelijkertijd zullen deelwagengebruikers meer beroep doen op alternatieven (bv. als de deelwagen niet beschikbaar is). Hoe minder alternatieven er zijn, hoe minder succes de deelwagen zal hebben.
- De aanwezigheid van andere deelwagens in de buurt. Als dit het geval is, is het nodig om te kijken of een bijkomende deelwagen nodig is (meet bijvoorbeeld hoe succesvol hij wordt gebruikt) en installeer je best een extra wagen van hetzelfde systeem, zodat gebruikers uit de buurt die aangesloten zijn bij het systeem meteen gebruik kunnen maken van de bijkomende deelwagen zonder een extra contract te sluiten bij een nieuw systeem.
- De grootte van de locatie. Hoe groter het terrein is waarop de sociale huisvesting zich bevindt, hoe meer wooneenheden en potentiële gebruikers. In zo’n geval is het interessant om meerdere wagens te voorzien. Daarnaast heeft de grootte van de locatie ook invloed op de wandelafstand naar de deelwagen. Bekijk voor je project steeds op welke locatie zoveel mogelijk mensen op korte (wandel)afstand tot bij de deelwagen kunnen komen. Dat is steeds de beste locatie voor de deelwagen(s)?

Op basis van deze factoren zullen de aanpak en de noden rond (deel)mobiliteit verschillen. Vergeet zeker niet de noden van de locatie naast de noden van de doelgroep te plaatsen.

Een project waar de afstanden tot basisvoorzieningen erg lang zijn en er geen kwalitatief openbaar vervoer is, zal eerder nood hebben aan grote deelwagens of deelbakfietsen (voor bv. winkelbezoeken). Een project in een dichtbebouwde omgeving heeft waarschijnlijk meer nood aan kleinere deelwagens die gemakkelijk te parkeren zijn of waarmee je gemakkelijk in de stad kan rijden.

Juridische richtlijnen

Hou rekening met de stedenbouwkundige richtlijnen die van kracht zijn voor je project, want daar ben je wettelijk aan gebonden. De richtlijnen creëren als het ware de speelruimte waarbinnen deelmobiliteit geïntegreerd kan worden.[1] Welke parkeernormen zijn er van kracht? Wordt er over autodelen gesproken als mogelijkheid om af te wijken van de parkeernorm? Zo niet, dan wordt het moeilijk om als dusdanig autodelen te integreren in je project. Het lokaal bestuur en de woonmaatschappij kunnen echter overeenkomen dat autodelen een goede oplossing biedt voor de mobiliteitsnoden in het project en samen aan de slag gaan om met autodelen te starten binnen de sociale huisvesting. Dat brengt ons bij de tweede belangrijke stap.

3 Betrek de juiste stakeholders

Wil je autodelen integreren in sociale huisvesting, dan moet je ervoor zorgen dat alle relevante partijen mee achter jouw verhaal staan. Er zijn vier partijen van belang voor een succesvolle aanpak van autodelen in je project.

[1] Voor een uitgebreider overzicht hiervan, kan het inspiratieboek deelmobiliteit in woonomgevingen geraadpleegd worden (vanaf p. 15 voor juridisch kader omtrent deelmobiliteit in woonomgevingen).

De woonmaatschappij

De woonmaatschappij ontwikkelt niet alleen sociale huivestingsprojecten, maar beheert ze ook op lange termijn. Daarmee heeft zij het beste contact met de inwoners van haar projecten (en daarmee de doelgroep voor de geïmplementeerde deelmobiliteit) of kent de vertrouwenspersonen van de doelgroep. Zij kent de (mobiliteits)noden van de doelgroep en weet als de beste op welke manier de communicatie naar de doelgroep moet verlopen.

Het lokaal bestuur

Het lokale bestuur is een spilfiguur als het op autodelen in woonomgevingen aankomt. Als vergunningverlenende instantie bij woonprojecten kan ze de inplanting van autodelen in bouwprojecten verplichten of stimuleren. Zoals eerder gezegd is het dus belangrijk om een goed plan te hebben. Als lokaal bestuur kan je het voorbeeld van de gemeente Vorselaar volgen en een visiedocument opstellen over deelmobiliteit. Zo is het duidelijk waar je naartoe wil met deelmobiliteit in jouw gemeente. Daarnaast bereikt ze, anders dan de andere partijen in deze lijst, niet alleen sociale huurders en kopers, maar meteen alle inwoners van haar grondgebied. Op die manier kan ze autodelen stimuleren buiten het project en de succesratio ervan in het algemeen verhogen.

Aanbieder Stapp.in in gesprek met het lokaal bestuur van Tervuren

De sociale huurders of kopers zelf (en hun vertrouwenspersonen)

Om het gebruik van de deelauto's te stimuleren (= gedragsverandering!) is het belangrijk dat de sociale huurders of kopers goed bereikt en ondersteund worden. Daarvoor is het belangrijk dat de toeleiders naar de doelgroep voldoende betrokken worden. Welke actoren hebben het vertrouwen van de inwoners van sociale woonwijken en kunnen hen dus de voordelen en het gebruik van deelmobiliteit uitleggen? Zij kunnen

onder andere bestaande psychologische drempels voor autodelen wegwerken.

Betrek steeds de doelgroep (en haar toeleiders) bij het proces, vraag hen op tijd en periodiek naar wat hun noden zijn, welke drempels ze ervaren en welke vragen ze hebben over autodelen. Krijgen ze niet (op tijd) de juiste informatie of geraken ze niet overtuigd van het autodeelproject, dan worden de deelwagens in veel gevallen niet gebruikt.

De aanbieder van deelmobiliteit

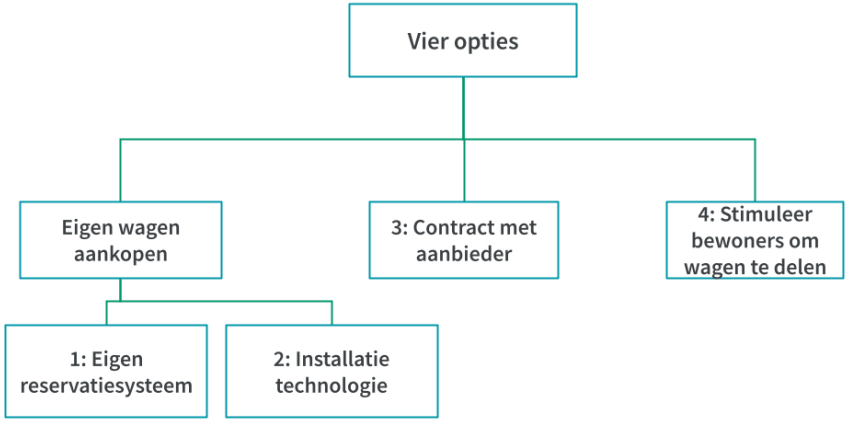
De aanbieder van deelmobiliteit zorgt voor de effectieve integratie van deelmobiliteit in sociale huisvesting: zij creëert namelijk het aanbod. Bekijk hoe de autodeelprocedure bij de verschillende aanbieders werkt en toets die af aan de noden van de doelgroep (zie 1.1). Moeten er aanpassingen gebeuren en is dat mogelijk bij de aanbieder? Betrek zeker de aanbieder bij het maken van je strategie om op tijd de nodige vragen te kunnen stellen en te onderhandelen over aanpassingen die moeten gebeuren.

4 Werk de deelprocedure uit

Na een omgevingsanalyse en met de belangrijkste stakeholders aan boord, kan je starten met het uitwerken van een deelprocedure.

Creëer een aanbod

Er bestaan vier manieren om autodelen op te starten in een woonproject, of je nu een lokaal bestuur of een woonmaatschappij bent.



1. **Je koopt zelf een auto aan en zorgt voor een eigen deelprocedure.** Een particuliere deelorganisatie kan je ondersteuning bieden bij het opstellen van contracten, bij het ter beschikking stellen van een webapplicatie om reservaties te maken, enzovoort. Via deze methode blijf je zelf eigenaar over het voertuig en ben je verantwoordelijk voor het beheer van het deelsysteem (reservaties, facturatie en sleutelafspraken). Deze aanpak is daarom redelijk tijdsintensief.
2. Je koopt zelf een auto aan en werkt samen met een deelaanbieder om **technologie te installeren in het voertuig die het delen kan faciliteren**. De aanbieder bouwt meestal een boordcomputer in zodat de wagen kan geopend worden met een chipkaart en/of smartphone. In principe staat de deelaanbieder in voor het reservatiesysteem, openingstechnologie en facturatie. Daarmee word jij ontlast in het beheer van de deelwagens.
3. **Je sluit een contract met een bestaande deelaanbieder**. Die aanbieder voorziet zelf de deelauto's en beheert de deelprocedure. Jij betaalt in vele gevallen een afnamegarantie aan de aanbieder om inkomsten te verzekeren tot het deelsysteem zelfbedruipend is.
4. **Je maakt gebruik van een bestaand aanbod** aan voertuigen dat gedeeld kan worden. Misschien zijn er bewoners in je project die hun wagen willen delen, wie weet wil een organisatie (of het lokaal bestuur) uit de buurt (een deel van) haar huidige wagenpark ter beschikking stellen voor de inwoners van het project. Deze voertuigen kunnen gedeeld worden via optie 1 of 2, zonder dat je zelf extra voertuigen moet aankopen. Het is ook mogelijk dat de buurtbewoners aangeven al informeel te delen met hun buren (zoals in het project Woonhaven het geval was). In dat geval kan je ze proberen toeleiden naar particuliere deelsystemen zoals Dégage of Cozywheels, zodat ze goed verzekerd kunnen delen en dit gemakkelijk administratief kunnen opvolgen.

	Eigen wagen met eigen reservatiesysteem	Eigen wagen met technologie	Contract met aanbieder	Bestaand aanbod delen
PRO	Je zorgt zelf voor de wagen en de deelprocedure op maat	Je bepaalt zelf voor de wagen en de deelprocedure op maat	Aanbieder regelt quasi alles in ruil voor een budget (= je wordt ontlast)	Er moet geen nieuw aanbod komen, enkel afspraken over de deelprocedure worden gemaakt
	(Soms) goedkoper dan een contract met een aanbieder	Ontlasting o.v.v. administratie via technologie	Je kan gebruik maken van erkende deelsystemen met expertise en dit geeft een grotere garantie op succes	
		(Soms) goedkoper dan een contract met een aanbieder	Aanbod kan aansluiten bij deelaanbod van regio's in de buurt en dit geeft ook garantie op succes	
CON	Veel engagement gevraagd van de beheerder (woon-maatschappij, lokaal bestuur of bewoners)	Veel engagement gevraagd van de beheerder (woon-maatschappij, lokaal bestuur of bewoners)	Afnamegarantie moet betaald worden	Veel engagement gevraagd van de beheerder (woon-maatschappij, lokaal bestuur of bewoners): je moet bewoners stimuleren om hun eigen wagen te delen
	De procedure moet zelf nog volledig uitgedacht worden, tenzij via hulp van een particulier deelsysteem		Afhankelijk van de aanbieder kan de deelformule al dan niet op maat worden gemaakt	De procedure moet zelf nog volledig uitgedacht worden, tenzij via hulp van een particulier deelsysteem
				Groot engagement van bewoners uit de buurt: zij moeten hun wagen willen delen (het is dus onzeker of er effectief een aanbod komt)
				Wanneer de autoeigenaar verhuist of stopt met autodelen valt het aanbod weg.

Je kan er steeds voor kiezen om de voertuigen enkel open te stellen voor de inwoners van het project (***closed community***) of voor de gehele buurt (***open community***). Zoals eerder gezegd zal het autodeelproject het snelst succesvol worden als meer mensen er gebruik van kunnen maken en dus als je voor een *open community* kiest.

TIP Denk niet alleen aan deelwagens, maar ook aan deel(bak)fietsen of andere vormen van gedeelde mobiliteit. Een deelfiets kan een goede aanvulling zijn op de deelwagens die je in de sociale huisvesting plaatst. Afhankelijk van de noden van je sociale huisvestingsproject kies je het juiste aanbod.

Bepaal de locatie voor de deelauto's

Hoe zichtbaarder deelwagens zijn, hoe bekender ze zijn en hoe vaker ze worden gebruikt. Uit verschillende pilootprojecten blijkt dat visibiliteit op straat voor het grootst aantal nieuwe gebruikers bij deelsystemen zorgt. Een juiste plaats kiezen voor je deelwagens is daarom essentieel.

Deelfietsen, -bakfietsen en -wagens in Landen

Hou daarom rekening met de volgende zaken:

1. Geef elke deelwagen een vaste toegewezen parkeerplaats. Dit is de eerste belangrijke vorm van communicatie naar potentiële gebruikers toe. In het project Woonhaven was er bijvoorbeeld geen vaste plaats voor de deelwagen voorzien, waardoor de

zichtbaarheid verminderde en het succes van de deelwagen in eerste instantie daalde.

2. Zorg ervoor dat alle deelwagens publiek toegankelijk zijn en dat elk gebruiker zelfstandig tot bij de deelwagen kan geraken. In het ideale geval staan de wagens op het openbare domein.
3. Denk na over laadinfrastructuur. Niet elke deelwagen moet elektrisch zijn, maar als laadinfrastructuur al aanwezig is, kan de elektrificatie van de deelwagens gemakkelijker plaatsvinden.
4. Zorg er ook voor dat er een internetconnectie is: ook dit heb je niet altijd nodig, maar het is belangrijk dat je een connectie kan krijgen voor wanneer je wél internet nodig zou hebben om de wagens te openen.
5. Zorg ervoor dat de parkeerplaatsen voor privéwagens verder van de woningen af staan dan de deelwagens. Zo stimuleer je de bewoners om eerst te kiezen voor deelmobiliteit en dan pas voor privéwagens.
6. De deelwagen is zichtbaar en duidelijk in beeld voor bewoners en bezoekers, o.m. via duidelijke signalisatie.
7. Maak duidelijk wat autodelen is met een bord aan de parkeerplaats. Hierop kan je aangeven wat een autodeelparkeerplaats is, hoe autodelen werkt, waarom de parkeerplaats op die locatie staat, … Autodeelparkeerplaatsen zorgen vaak voor weerstand omdat mensen niet weten wat het is. Door dit goed uit te leggen, kan je deze weerstand verminderen.
8. Zorg (als lokaal bestuur) voor een aangepast parkeerbeleid in de omgeving van de locatie. Wordt er gratis parkeren toegestaan, dan wordt de deelwagen minder aantrekkelijk. Bewoners kunnen dan hun eigen wagen gemakkelijk gratis parkeren en zullen minder snel overstappen op deelmobiliteit (zie p. 6)

TIP Op een uitlegbord aan de standplaats kan je melding maken van hoe het autodeelsysteem werkt, maar ook hoeveel het kost. Maak het daarbij zo concreet mogelijk. Geef eerder een indicatie, bv. ‘even boodschappen doen kost je X euro’, dan een overzicht van de prijs per uur en per kilometer.

Een paneel aan de sociale huisvestingsprojecten in Landen en Tervuren maakt duidelijk hoe autodelen werkt

Voor de technische inrichting van een autodeelstandplaats verwijzen we graag door naar Hoofdstuk 5 in de ontwerpwijzer Hoppinpunten.

TIP Maak goede afspraken over de locatie. Staan de deelwagens op het openbare domein, dan vallen ze onder de jurisdictie van het lokaal bestuur. Staan ze op privéterrein, dan is de woonmaatschappij verantwoordelijk. Spreek dus goed af met de andere betrokken partijen over welke locatie gewenst is voor jouw project en wie verantwoordelijk zal zijn voor de inrichting ervan (signalisatie, belijning, borden, laadinfrastructuur, …).

Zorg voor een aangepast aanbod

Je zal het deelaanbod in vele gevallen moeten aanpassen aan de noden van de doelgroep. Het is niet voor iedereen gemakkelijk om de normale registratie en reservatieprocedure van de deelaanbieders te doorlopen. Met de bestaande knelpunten (zie p. 3-4) in het achterhoofd, definiëren we enkele mogelijke aanpassingen.

Maak betalen gemakkelijker en toegankelijker

Zorg voor een aangepaste betaalmethode. De betaalmethodes variëren per aanbieder, maar in vele gevallen heb je een kredietkaart nodig. Niet iedereen heeft dit zomaar. Een betaalpasje dat een gebruiker kan

opladen (telefonisch of aan een loket) is daarmee heel wat toegankelijker.

GOED VOORBEELD

In Landen en Tervuren paste aanbieder Stapp.in de betaalmethode aan zodat sociale huurders met een betaalpasje konden werken, in plaats van met een kredietkaart te moeten werken. In Tervuren werd het pasje door een vijfde van de gebruikers gebruikt. In Landen was het pasje een opstap voor gebruikers: alle mensen met een pasje stapten uiteindelijk over op de gewone betaal- en reservatiemethode.

Maak betalen in schijven mogelijk. Niet iedereen kan in één keer een hoog bedrag neertellen. Sommige aanbieders vragen een (hoge) waarborg of startkrediet en ook in geval van schade is het mogelijk dat de kosten oplopen. Met een afbetalingsplan voor gebruikers, maak je het mogelijk voor iedereen om zulke bedragen te kunnen betalen en verlaag je de drempel om in te stappen in deelsystemen.

GOED VOORBEELD

Aanbieder Stapp.in zorgde voor een afbetalingsmogelijkheid in schijven wanneer er schade aan de deelwagen was dankzij gebruikers van sociale huisvestingsprojecten in Tervuren en Landen. Dit maakte het ook voor sociale huurders mogelijk om deelwagens te gebruiken, zonder zich zorgen te maken over torenhoge rekeningen.

GOED VOORBEELD

In het Woonhaven-project in Deurne zorgden Partago en Klimplant vzw dat betalen in schijven mogelijk werd: daar konden gebruikers het verplicht aan te kopen aandeel per maand afbetalen in plaats van in één keer te storten. Daarnaast werd ook een korting gegeven bij de instapkost. Gebruikers kochten voor slechts €120 euro een aandeel, in plaats van de gebruikelijke €250. Op die manier wordt een aangepaste tarifering en betalen in schrijven mogelijk gemaakt.

Zorg voor een aangepaste tarifering. Waarborgen, abonnementskosten, opstartkosten kunnen de drempel om te starten met deelmobiliteit sterk verhogen. Bekijk welke kosten gereduceerd kunnen worden zonder daarmee de vervoerskeuze te beïnvloeden. Het is bijvoorbeeld niet de bedoeling autogebruik te stimuleren via een goedkope kilometerprijs. We willen eerder bekomen dat de stap naar delen gemakkelijker wordt gemaakt, terwijl de reële prijs van autogebruik behouden blijft.

GOED VOORBEELD

In Vorselaar werd de uurprijs voor het gebruik van een deelwagen verlaagd voor mensen met een verhoogde tegemoetkoming. De kilometers voor de deelwagen bleven even duur om autogebruik niet te stimuleren boven het openbaar vervoer, maar tegelijkertijd konden kwetsbare gebruikers wel gebruik maken van een aangepast tarief. Het OCMW stond daarbij in voor het betalen van (een deel van) de factuur voor kwetsbare gebruikers.

Werk aan een lokale oplossing voor instapkosten. Er zijn verschillende mogelijkheden om de gebruikers te ontlasten voor de instapkosten:

- Via een **rollend fonds** staat de woonmaatschappij (of een andere stakeholder) in voor het betalen van de instapkost van haar inwoners. Vertrekt een bewoner uit het sociale huisvestingsproject en komt een ander gezin in de plaats, dan gaat het lidmaatschap deelmobiliteit van de ene inwoner over naar de volgende inwoner, zonder dat de woonmaatschappij opnieuw instapkosten moet betalen. In een project met 50 wooneenheden betaalt de woonmaatschappij bijgevolg 50 keer de instapkost voor de inwoners, ongeacht wie er nu of in de toekomst woont. De kost voor de

woonmaatschappij blijft hierbij steeds gelijk. Dit brengt uiteraard wat administratie met zich mee die de verantwoordelijke moet zien op te volgen.

- Werk met **sociale tarieven**, waarbij reguliere gebruikers meer betalen en kwetsbare gebruikers minder. Zo'n systeem gaat uit van het principe dat iedereen betaalt wat hij kan.

GOED VOORBEELD

In Roeselare wordt het gebruik van deelwagens gekoppeld aan de vrijetijdspas. Mensen met recht op een kansentarief betalen dus minder voor het deelwagengebruik, reguliere gebruikers betalen gewoon de standaardprijs.

- Betaal een **premie** uit **voor wie zijn wagen wegdoet**. Met het verkregen budget kunnen inwoners daarmee hun autodeelkosten betalen.

GOED VOORBEELD

Mechelen vaardigde een mobiliteitsbudget uit waarmee eigenaars van een wagen hun nummerplaat konden inruilen tegen een budget van €250. Dit budget kon vervolgens geïnvesteerd worden in verschillende duurzame mobiliteitsopties.

Laat deelmobiliteit gratis uittesten via een testformule. Dat kan bv. via een cadeaubon van de aanbieder, of via het terugbetalen van de instapkost door het lokaal bestuur of de woonmaatschappij. Hiermee zorg je ervoor dat inwoners eens kunnen proeven van de mogelijkheden van deelmobiliteit, zonder dat ze er meteen voor moeten betalen. Gratis testen verlaagt de drempel om de stap te wagen naar deelmobiliteit. Het kunnen uitproberen van de mogelijkheden zorgt er vervolgens voor dat gebruikers sneller overtuigd geraken en uiteindelijk betalend lid worden van de deelsystemen.

GOED VOORBEELD

In de wijk Nekkerspoel in stad Mechelen werd zo'n testproject opgezet onder de naam 'Delende Buurten'.

Faciliteer het gebruik

Naast financiële oplossingen kan je ook maatregelen treffen om het gebruik (registreren, aanmelden, enzovoort) te vergemakkelijken voor de doelgroep.

Zorg voor een aanspreekpunt. Het is belangrijk dat bewoners weten waar ze terecht kunnen met al hun vragen (groot of klein) over autodelen. In het ideale geval is dit aanspreekpunt iemand die de gebruikers ook helpt bij de registratie en waar ze reservaties kunnen maken.

Deelnemers van 'Delende Buurten' in wijk Nekkerspoel. Zij testten gratis verschillende opties voor de privéwagen uit in het voorjaar van 2022.

GOED VOORBEELD

In Landen (project Beweging.net) werd gemeenteambtenaar Gilles tot autodeelambassadeur gedoopt. Hij stond ter beschikking van alle inwoners die vragen hadden rond autodelen en stimuleerde zo het deelwagengebruik in de gemeente.

Zorg voor analoge reservatiemethodes. Een fysiek punt waar reservaties mogelijk zijn werkt het beste. Gebruikers kunnen hier rechtstreeks langsgaan om hun reservatie te maken of kunnen bellen naar het reservatiepunt.

GOED VOORBEELD

In Tervuren en Landen werd telkens iemand aangesteld die aanspreekpunt was voor deelmobiliteit. Bij deze persoon (in Moorsel de buurtwerker, in Landen een gemeenteambtenaar) konden gebruikers terecht om telefonisch of ter plaatse hun reservaties te maken. Belangrijk is dat deze persoon intrinsiek gemotiveerd is en zelf enthousiast is over het deelsysteem. Dit enthousiasme straalt dan meteen uit naar potentiële gebruikers.

Probeer het openen en sluiten van de wagens zo gemakkelijk mogelijk te houden. Begeleid de gebruikers in het openen van de deelwagen met een (geleende) smartphone. In andere gevallen kan je proberen werken met een fysieke sleuteloverdracht of een kaart. Digitalisering zal de norm worden, dus het is belangrijk dat de gebruikers daarop voorbereid zijn.

GOED VOORBEELD

In Landen en Tervuren werd de deelprocedure aangepast waardoor de wagens met een kaart geopend konden worden in plaats van met een smartphone, zoals gewoonlijk.

Leid de doelgroep op om op termijn zelf digitale reservaties te maken. Organiseer een infomoment waarop je met hen samen de stappen doorloopt en hen aanleert hoe ze dit vervolgens alleen kunnen doen.

GOED VOORBEELD

In Vorselaar (project Zonnige Kempen) werden sociale huurders opgeleid om een smartphone te gebruiken wanneer ze een deelwagen wilden ontlenen. Ze konden bovendien ook een smartphone lenen van de gemeente.

Werk met buddy's. Buddy's zijn autodelers die bereid zijn om nieuwe gebruikers wegwijs te maken in het autodeelsysteem. Zij zorgen ervoor dat nieuwe gebruikers steeds een aanspreekpunt hebben voor hun vragen en helpen hen bij het eerste gebruik van de deelwagen. Zo raakt iedereen goed op weg met een deelauto.

TIP Begin pas met een buddysysteem wanneer er al enkele doorgewinterde gebruikers aanwezig zijn in de regio. In Landen en Tervuren werd er geprobeerd om met een buddysysteem te werken, maar gebeurde te snel na de opstart van het autodeelproject. Zorg ervoor dat je deelsysteem goed verankerd is en een goed gebruik kent, vervolgens kan je werk maken van het uitwerken van een buddysysteem.

De bovenstaande lijst is zeker niet exhaustief. Bespreek zeker andere mogelijkheden op basis van de lokale noden met de andere stakeholders.

5 Zorg voor communicatie op maat

Een goede integratie van deelmobiliteit staat of valt met een goede communicatiestrategie. Autodelen gaat uit van gedragsverandering en heeft dus veel tijd nodig om ingeburgerd te geraken. Daarvoor is communicatie onontbeerlijk. De communicatiestrategie is uiteraard afhankelijk van de doelgroep. Communiceer niet alleen over autodelen naar de doelgroep van sociale huurders en kopers. Hoe bekender autodelen is, ook buiten het project, hoe succesvoller het zal zijn. Het is dus ook belangrijk om een goede communicatiestrategie te hebben voor alle inwoners van de gemeente. Dit is typisch een taak voor het lokaal bestuur. In het volgende hoofdstuk geven we daarom twee communicatieplannen, één voor alle inwoners binnen een gemeente, één meer specifiek voor sociale huurders.

Inwoners uit Moorsel wonen een infosessie bij over het autodeelsysteem in sociale huisvesting

Communicatie

Uiteraard heb je al heel wat communicatie achter de rug bij het volgen van het stappenplan uit het vorige hoofdstuk: je praat namelijk met bewoners tijdens de omgevingsanalyse en werkt samen met verschillende stakeholders om een goede deelprocedure uit te werken. In dit hoofdstuk geven we je concrete tips voor een goede communicatie over autodelen naar potentiële gebruikers van zodra je je deelprocedure hebt geconcretiseerd.

De communicatie over autodelen is één van de belangrijkste sleutels om het autodelen succesvol te maken. De communicatiestrategie over autodelen aan sociale huisvesting werkt tweeledig:

- Het bewustmaken van alle inwoners uit de omgeving over de alternatieven voor, en de gevolgen van het gebruik van de 'eigen wagen'. Hiermee kan je in de volledige omgeving van de deelauto het concept autodelen bekend maken.
- Het activeren van bewoners van het sociale huisvestingsproject om gedeelde mobiliteit te gebruiken. Daarmee vestig je specifieke aandacht op de ondersteuning van deze doelgroep tot het gebruik van deelmobiliteit.

Breed publiek

Voor de eerste doelstelling zetten we in op algemene, brede communicatie om het autodelen bekend te maken. Je voert daartoe de volgende communicatieacties uit. Ben je een woonmaatschappij, dan werk je voor deze communicatieaanpak steeds samen met de gemeente, aangezien zij de belangrijke actor is in communicatie naar alle inwoners uit een regio.

Sociale huurders en kopers

Voor de doelgroep van sociale huurders en kopers is extra zorg nodig bij de communicatie. Om de doelgroep tot autodelen te bewegen moet je inzetten op aandacht trekken, informeren, overtuigen, ondersteunen en verbinden. Een aangepaste boodschap is daarbij belangrijk. Zowel inhoudelijk (herkenbare situaties schetsen) als vormelijk (via toegankelijke teksten of anderstalige versies). Zorg voor een terugkerende 'look and feel'. Daarnaast is het ook nodig om extra aandacht te hebben voor de drempels die elektrisch rijden meebrengen, als je werkt met een elektrische deelauto. Een probeermoment is sterker om drempels in de hoofden van bewoners weg te werken dan een folder met die de voordelen van autodelen beargumenteert.

Communicatieplan gericht op een breed publiek

Tijdstip	Communicatieactie
Maand 0	Bekendmaking van het autodeelproject in sociale huisvesting Wanneer de vergunning voor een project met autodelen is goedgekeurd, kan je naar de bewoners van de gemeente communiceren (via een persbericht en/of via de gemeentelijke kanalen) dat er een sociale huisvesting komt waar autodelen zal worden opgestart. Maak dit concreet: ● Waar komen de deelwagens? ● Vanaf wanneer kunnen de inwoners er gebruik van maken? ● Verwijs door naar een webpagina waar alle informatie rond autodelen verzameld staat (zie hieronder).
Maand 0	Webpagina met neutrale info rond autodelen Er wordt een webpagina toegevoegd op de gemeentelijke website en van actuele info voorzien. Houd met volgende zaken minimaal rekening: ● Leg uit wat autodelen is en welke verschillende vormen er bestaan. Vermeld welke aanbieders er actief zijn in de gemeente en hoe inwoners zelf hun wagens kunnen delen (via particuliere organisaties) ● Link zoveel mogelijk door naar websites van aanbieders, zo blijft de info beter up-to-date ● Informeer over de verschillende stappen bij autodelen en over de voordelen ● Vermeld de tegemoetkomingen die de gemeente geeft aan (startende) autodelers ● Verwijs naar de prijscalculator van Autodelen.net op www.savewithcarsharing.be, waarop inwoners kunnen berekenen hoeveel ze besparen via autodelen ● Voorzie de webpagina van een eenvoudige URL en laat de pagina gemakkelijk te vinden zijn vanuit de homepagina van de gemeentewebsite ● Voorbeeldteksten vind je in bijlage 3. ● Verwijs ook naar de maandelijkse digitale infosessies van Autodelen.net **TIP**: Verwijs ook door naar deze pagina op de webpagina over rijbewijzen, de webpagina over parkeren in de gemeente, …
Maand 0	Bestickering Voorzie bestickering op de deelwagen die de burgers vertelt dat de wagen wordt gedeeld. Voorzie ook aanduiding op de deellocatie (vb. met 'onze buurt deelt vervoer', zoals werd gedaan in het project van Beweging.net). **TIP**: Een week voor de deelwagen wordt geplaatst, kan je een banner of infobord of andere visuele trigger plaatsen op de parkeerplaats waar de deelwagen zal komen te staan. Zo trek je meteen de aandacht voor de locatie van de deelwagen.
Maand 1	Communicatie via de gemeentelijke kanalen

	Communiceer grondig over autodelen via alle gemeentelijke kanalen:
	- Online:
	  - Sociale media (Facebook, Hoplr…). Voorbeeldteksten vind je in bijlage 3.
	  - Digitale nieuwsbrief
	  - Website (zie hierboven)
	- Offline:
	  - Infoschermen en (digitale) infoborden (indien aanwezig)
	  - Gemeenteblad of magazine
	  - Posters en folders in gemeentelijke gebouwen (voorbeelden bijlage 3)
	
	Gebruik steeds een duidelijke call-to-action (bv. nodig mensen uit op een infosessie of om hun autodeelvoordeel te berekenen). Zorg ook dat de communicatie duidelijk herkenbaar vanuit de gemeente komt (Logo, huisstijl...)
	
	TIP:
	● Het zoeken van ambassadeurs vraagt iets meer werk, maar het delen van getuigenissen via de gemeentekanalen is sterk aan te raden.

Maand 1	Bewonersbrief omwonenden en communicatie in het straatbeeld Bij de start van een autodeelproject (en de daarbij horende inname van een parkeerplaats) dien je de omwonenden te informeren. Zo vermijd je weerstand over het verminderd aantal parkeerplaatsen en zijn potentiële gebruikers meteen op de hoogte. De gemeente bust hiertoe bewonersbrieven bij omwonenden in een straal van 300 m rond de nieuw ingerichte standplaats. Vermeld zeker het volgende: ● Leg uit wat autodelen is ● Specificeer dat autodelen zorgt voor meer ruimte (en dus ook parkeerdruk) omdat een deelwagen gemiddeld 4 tot 12 deelwagens vervangt ● Geef mee waarom de gemeente inzet op autodelen ● Informeer over de verschillende stappen bij autodelen en over de voordelen ● een voorbeeldbrief vind je in bijlage 3 Je kan ook infoborden voorzien bij de pas ingerichte parkeerplaatsen voor autodelen met dezelfde inhoud als hierboven. Op de ingerichte parkeerplaatsen moet je zeker ook voorzien dat wordt uitgelegd hoe je de wagen kan ontgrendelen, wat het je kost, …. (voorbeeld op p. 17)
Maand 1	Persmoment Organiseer een persmoment voor de lokale pers bij de onthulling/lancering van de deelwagen. Tips voor het organiseren van een persmoment vind je in bijlage 3)

Vanaf maand 1	Communicatie op kantelmomenten Kantelmomenten zijn de momenten waarbij burgers nadenken over hun (mobiliteits)gedrag. Denk aan een verhuis, nieuwe job… Burgers op deze momenten info aanreiken over autodelen is dus uitermate belangrijk. Als gemeente heb je hiertoe enkele eenvoudige mogelijkheden. Stem met betrokken gemeentediensten (en de woonmaatschappij) af hoe je volgende inwoners kan bereiken: ● Inwoners die het rijbewijs komen ophalen: Vb. door posters en folders te voorzien aan de loketten waar men het rijbewijs ophaalt ● Nieuwe inwoners: vb door een folder van autodelen toe te voegen aan het onthaalpakket voor nieuwe inwoners ● Nieuwe werknemers bij de gemeente: Vb. door hen bij de indiensttreding te informeren over richtlijnen voor dienstverplaatsingen en mogelijkheden voor woon-werkverkeer. Hiervoor kan er een fiche worden ontworpen en kan ook autodelen worden opgenomen ● Nieuwe ondernemers: Vb. door het voorzien van een aangepaste folder en poster voor ondernemers aan het loket/spreekkantoor ● Mensen die in financiële moeilijkheden komen: vb. door het voorzien van een korte opleiding voor OCMW medewerkers zodat zij deze mensen correct kunnen informeren. Hierbij is de tool www.savewithcarsharing.be een belangrijk instrument. Een goede opleiding van de medewerkers van de gemeente is belangrijk (neem een kijkje bij meer advies).
Maand 2 - maand 4	Infosessie Organiseer een infosessie over autodelen en onderneem hiervoor tenminste volgende acties: ● Mailing naar gemeentelijke adviesraden en lokale verenigingen ● Communiceren via al de gemeentelijk kanalen (zie hierboven) ● Aanmaken van event op sociale media en UiTin Vlaanderen ● … **TIP**: ● Als je beschikt over een klein budget om de infosessies te promoten zijn advertenties op sociale media aangewezen. Via deze weg kan je makkelijk en goedkoop de beoogde doelgroep bereiken. Kies ervoor om een advertentie minimaal 6 tot 8 weken te laten lopen, zelfs met een beperkt budget! ● Het is (zeker in niet verstedelijkte context) sterk aan te raden om de infosessie te koppelen aan een andere thema of workshop. Denk aan een e-fiets introductie, fietsherstelworkshop, proefrit e-wagen… ● Een ambassadeur aan het woord laten op een infosessie is een plus.
Op bepaalde tijdstippen	Grijp geschikte momenten aan om autodelen telkens opnieuw in de kijker te plaatsen. De herhaling is broodnodig. Denk aan momenten zoals 'Week van de mobiliteit', Campagnes in de gemeente/stad rond mobiliteit of gezondheid, bij stads- of dorpskernvernieuwing, participatietrajecten, heraanleg straten, bij organisatie van andere evenementen rond deeleconomie, …

Jaarlijks	Je herneemt best jaarlijks de volgende acties: ● Informeren over autodelen via de gemeentelijke kanalen, dat kan bv. door de evolutie te bespreken, de 'x'-ste autodeler in de kijker te zetten, een bevraging te lanceren, tijdens de week van de mobiliteit, bij de start van het jaar en goede voornemens… ● Het organiseren van een infosessie of het promoten van de tweemaandelijkse digitale infosessies van Autodelen.net ● Nagaan of alle infokanalen nog up-to-date zijn en of alle betrokken medewerkers de meest recente info kennen en uitdragen. ● Volg de groei van en de vraag naar autodelen op. Cijfers kan je opvragen bij de aanbieder(s), behoeften kan je meten via een behoeftepeiling van de inwoners. Op basis van deze gegevens kan jij bijkomende communicatieacties opzetten of content creëren voor persberichten.
Continu	Daarnaast is ook continue opvolging belangrijk: ● Neem communicatievragen van de autodeelaanbieders en autodelers mee in de gemeentelijke communicatie ● Houd binnenkomende vragen van geïnteresseerde inwoners gestructureerd bij, verwijs hen naar de nieuwsbrief van Autodelen.net en breng geïnteresseerden met elkaar in contact bij matchende profielen voor het opstarten van bijkomende (particuliere) deelprojecten. ● Zorg voor een lokaal aanspreekpunt (zie ook eerder)

Communicatieplan gericht op sociale huurders en kopers

Tijdstip	Communicatieactie
Maand -1	Kijkdag Worden de toekomstige bewoners uitgenodigd voor een 'kijkdag', zet de aanwezige deelwagen dan in de spotlight en licht toe hoe autodelen werkt (een goed voorbeeld is de flyer van Beweging.net, zie bijlage 1). Op dit moment kan het nuttig zijn om een flyer rond savewithcarsharing.be uit te delen. Zo kunnen mensen thuis eventueel eens de berekening maken.
Bij het intrekken in het woonproj ect	Probeeracties Organiseer een probeeractie (bv. een bon om voor 1 euro de deelwagen eens te testen) en werk hiertoe een mini communicatiecampagne uit met bv. onderstaande elementen: ● Bewonersbrief met een probeerbon naar nieuwe bewoners ● Infoposters ● Communicatie via Hoplr en facebookgroepen uit de wijk (bij voorkeur door ambassadeurs/vertrouwenspersonen) ● Persoonlijk (mondeling) uitnodigen van inwoners door ambassadeurs/vertrouwenspersonen ● Eventueel: Visuele acties in de buurt zoals bv een guerillawagen met de boodschap 'steek niet al je geld in je wagen' , polls over de buurt, een infozuil rond autodelen… Een testmoment (zoals in sociale huisvesting De Molenborre in Halle) werkt ook goed om sociale huurders en kopers voor het eerst kennis te laten maken met (elektrisch) autodelen.
Vanaf maand 1	Communicatie op kantelmomenten Het communiceren op kantelmomenten is ook voor bewoners van sociale woonwijken cruciaal. Zie in bovenstaand communicatieplan over mogelijkheden om te communiceren. Voor sociale huurders en kopers zijn zeker de onderstaande kantelmomenten belangrijk: ● Mensen die in financiële moeilijkheden komen: vb. door het voorzien van een korte introductie opleiding voor OCMW medewerkers zodat zij deze mensen correct kunnen informeren. Hierbij is de tool www.savewithcarsharing.be een belangrijk instrument. ● Nieuwe bewoners die hun intrek nemen in het sociale huisvestingsproject Een goede opleiding van de medewerkers van de woonmaatschappij is belangrijk (bekijk het aanbod van Autodelen.net bij meer advies).

Continu vanaf maand 4	<u>Communicatie binnen de sociale huisvesting</u> Maak zeker gebruik van de communicatiekanalen binnen de sociale huisvesting zelf. Denk daarbij aan: ● Krantjes of nieuwsbrieven die binnen de sociale huisvesting uitgedeeld of verspreid worden. Neem hierin de ervaring van een gebruiker van de deelauto op. Een getuigenis van een inwoner werkt vaak het beste om anderen te overtuigen van deelmobiliteit. ● Worden er buurtfeesten of evenementen georganiseerd? Laat gebruikers op deze bijeenkomst getuigen over hun ervaring met de deelwagen of organiseer hier een testmoment voor bewoners die de deelwagen nog niet geprobeerd hebben. ● Een lokaal aanspreekpunt kan helpen bij vragen rond autodelen. Dit kan bijvoorbeeld een conciërge, wijk- of buurtwerker of een andere vertrouwenspersoon zijn. ● Ervaring wijst uit dat mond-aan-mondreclame het beste werkt bij de promotie van deelmobiliteit. Maak hier ook binnen sociale huisvesting gebruik van, bv. door kortingen te geven aan autodelers die nieuwe gebruikers aanbrengen. ● Pas zeker het taalgebruik en de vormgeving naar de doelgroep aan. Werk met ondersteunende video's, met pictogrammen en met klaar taalgebruik (zie <u>bijlage 2</u> voor het voorbeeld uit Vorselaar). **TIP**: ● Via Wablief kan gemakkelijk nagegaan worden of het taalgebruik in je communicatie duidelijk is voor een divers publiek. ● De woonmaatschappij, een buurtwerker of een vertrouwensfiguur binnen de sociale huisvesting is meestal het beste op de hoogte van welke communicatiekanalen of voordelen werken om het autodeelgebruik aan te zwengelen. Betrek hen dus zeker bij de planning en uitvoering van communicatieacties.
Vanaf maand 12	<u>Buddysysteem</u> Wanneer de deelwagen al een jaar geïmplementeerd is, kan je nadenken over een buddywerking. ● Zoek onder de bestaande autodelers sociale en geduldige mensen die zin hebben om nieuwe gebruikers te ondersteunen in het gebruik van de deelwagens ● Leid deze autodelers op tot echte buddy's. Zorg ervoor dat ze een voldoende kennis hebben van het autodeelsysteem en dat ze op een juiste manier nieuwe gebruikers kunnen ondersteunen ● Bepaal met de buddy's acties die zij zelf kunnen en willen uitvoeren om het gebruik van de deelauto te versnellen. **TIP**: Buddy's hoeven niet per se bestaande gebruikers te zijn, maar kunnen ook vertrouwenspersonen zijn (professionele actoren uit organisaties vertrouwd met de doelgroep) die opgeleid worden tot autodeelexpert en zo hun doelgroep begeleiden bij het gebruik van een autodeelsysteem.

Uitgelichte voorbeelden

Beweging.net - Onze buurt deelt vervoer (Landen en Moorsel)

Opzet van het project

Beweging.net organiseerde in 2022 het pilootproject ‘onze buurt deelt vervoer’ (ondersteund door de provincie Vlaams-Brabant) waarbij inwoners van sociale huisvesting en hun buurt een jaar lang verschillende vormen van deelmobiliteit konden proeven. Het project vond plaats in Landen en Tervuren en werd begeleid door twee stafmedewerkers maatschappelijke innovatie van Beweging.net. Zij werkten samen met de belangrijkste betrokken stakeholders: de lokale besturen, de woonmaatschappijen, deelaanbieders en Autodelen.net. Er werd specifiek voor twee verschillende huisvestingsprojecten gekozen: één in het centrum van een gemeente (Landen) en één in een buitenwijk (Moorsel in Tervuren). Bij afloop van het project bleek duidelijk dat de centrumlocatie van Landen heel wat voordelen had ten opzichte van de slechter bereikbare buitenwijk in Moorsel.

Aanpassingen aan de deelprocedure

Zowel in Landen als in Tervuren werden twee deelwagens (Stapp.in), vier fietsen en twee deelbakfietsen voorzien (Blue-bike). De deelprocedure werd aangepast om het gebruik voor sociale huurders te faciliteren:

- De doelgroep kent het elektrisch autodelen niet en om de stap zo laag mogelijk te houden naar het autodelen, werd gekozen voor twee niet-elektrische auto's.
- De deelauto's kunnen zowel met een smartphone als met pasjes ontgrendeld worden. Er hoeft dus niet noodzakelijk een smartphone gebruikt te worden.
- Gebruikers kunnen de deelwagens telefonisch reserveren. Dat kan bij de aanbieder zelf of via een loket in het buurthuis of de gemeente.
- Gebruikers kunnen prepaid betalen door een bedrag op hun betaalpasje te storten om te kunnen reserveren. Dat kan ook in schijven, maar daarvoor moeten ze naar het loket. Zelf het pasje opladen kan uiteraard ook, maar dan is in schijven betalen niet mogelijk.

Communicatie over deelmobiliteit

Ook voor de promotie van autodelen werden er specifieke stappen ondernomen om zoveel mogelijk mensen naar de deelwagens toe te leiden:

- Er is een loketfunctie waar inwoners terecht kunnen met hun vragen over autodelen. Dit loket kan ook helpen met het opladen van de betaalpasjes en het maken van reservaties. Dat doen ze ook telefonisch of via de smartphone.
- Een paneel op de locatie toont hoe de deelwagens en de deelfietsen ontgrendeld kunnen worden en geeft een idee van de prijs. Het tarief van een rit op voorhand kennen, werd door bewoners in een voorafgaande enquête als zeer belangrijk aangegeven.
- Info-en probeermomenten werden zoveel mogelijk aangehaakt op bestaande events in de gemeente. Op die manier werd iedereen betrokken, ook de non-believers of zij die autodelen nog niet kennen.
- Er werd heel nauw samengewerkt met alle belangrijke stakeholders (zoals in hoofdstuk 2 besproken). De gemeente, de buurt- en wijkwerkingen werden sterk betrokken in het autodeelverhaal. Zij kennen de inwoners, de gevoeligheden en de lokale situatie het best en zijn daarom erg belangrijk om mee samen te werken.

Bewoners uit Moorsel (Tervuren) kunnen tijdens de jaarlijkse volkfeesten vragen stellen over het autodeelproject

Uit het project blijkt dat herhaling werkt. Na elke nieuwe communicatieactie (bv. de aanwezigheid op een braderie of een volksfeest) steeg het aantal geregistreerde gebruikers binnen dit project. Het is dus belangrijk om steeds opnieuw te communiceren over autodelen om zoveel mogelijk mensen te bereiken.

De Zonnige Kempen - Vorselaar

Opzet van het project

In 2022 sloeg het lokaal bestuur 'Vorselaar' de handen in elkaar met de lokale woonmaatschappij 'De Zonnige Kempen'. Nieuwe sociale wooneenheden werden er van bij de start voorzien van twee elektrische deelwagens van Kenis Share die een visueel opvallend plekje kregen binnen het nieuwe huisvestingsproject. Door de wagens van bij het begin aan te bieden, wil de gemeente er inspelen op de verhuis als kantelmoment naar autodelen. Bij een verhuis moeten mensen hun verplaatsingsgedrag immers opnieuw organiseren. Op dat moment kunnen verschillende alternatieven worden overwogen en kan autodelen mogelijks makkelijker een ingang vinden. In juni 2022 trokken de nieuwe bewoners in het project en konden ze meteen beroep dan op de deelwagens.

Aanpassingen aan de deelprocedure

De autodeelprocedure werd hier weinig tot niet aangepast aan de sociale huurders. Het lokaal bestuur koos er bewust voor om kwetsbare burgers te emanciperen door hen op te leiden om de bestaande procedures zelf te kunnen uitvoeren. Hiertoe werden er buddy's ingezet die de huurders het smartphonegebruik (voor autodelen maar ook voor andere toepassingen) konden aanleren. Kwetsbare bewoners konden bovendien gratis een smartphone uitlenen bij het gemeentebestuur. De gemeente voorzag in dit project wel een financiële tussenkomst voor kwetsbare inwoners die een deelwagen wilden gebruiken. De kilometerprijs bleef daarbij de standaard prijs, maar de uurprijs werd van een tegemoetkoming voorzien. Op die manier wil de gemeente Vorselaar een toegankelijke prijs bewerkstelligen zonder het autogebruik (financieel) te stimuleren boven bijvoorbeeld openbaar vervoer en fietsgebruik. In praktijk ging de facturatie voor de sociale huurder via het OCMW. Het OCMW krijgt samen met de factuur een overzicht van alle ritten per persoon en kan zo bekijken of ze de kost zelf dragen, doorrekenen of van een andere kost af te trekken, enzovoort.

Communicatie over autodelen

De gemeente stelde een uitgebreid communicatieplan op in nauwe samenwerking met de sociale dienst en de woonmaatschappij. Enerzijds werd er breed gecommuniceerd naar de hele bevolking op evenementen zoals de jaarmarkt, via folders, banners en ambassadeurs. Anderzijds werd er naar de sociale doelgroep gecommuniceerd op de kijkdag van het sociale huisvestingsproject, werden er instructiefilmpjes gemaakt en communicatiedragers in een eenvoudig taalgebruik opgesteld. De medewerkers van de sociale dienst kregen een introductie in het autodeelsysteem om dit ter sprake te brengen bij cliënten waar nuttig. Daarnaast waren er buddy's actief die elk moment konden worden opgebeld om te assisteren bij vragen over de deelwagens.

Andere voorbeelden

De Ideale Woning - Antwerpen

Sociale huisvestigingsmaatschappij 'De Ideale Woning' (Antwerpen) deelt een auto met zijn sociale huurders. Zowel in het weekend als op weekavonden kunnen bewoners de auto ontlenen. De Ideale Woning ontwikkelde een sociale tarifering: huurders van de sociale woning betalen minder waarborg en een lagere prijs per gebruiksuur.

Ter promotie van het project nodigde De Ideale Woning alle sociale huurders in de buurt uit voor een gezellig infomoment (7/7). Voor verdere communicatie werkte De Ideale Woning samen met een lokale organisatie (de Kringloopwinkel) die voor de verspreiding van flyers en affiches in de buurt zorgde. Daarnaast communiceerden Filet Divers (vereniging waar armen het woord nemen), CAW Antwerpen en Buurtschatten over het project.

Woonpunt Zennevallei - Halle

In Halle werd aan het sociale huisvestingsproject De Molenborre een elektrische deelwagen van cambio geplaatst. Woonpunt Zennevallei werkte daarvoor samen met de stad Halle, Klimaatpunt vzw en Pajopower. De deelwagen was voornamelijk bedoeld als dienstvoertuig voor het personeel van de woonmaatschappij, maar kon eveneens gebruikt worden door sociale huurders en de omwonenden. Er werd een testmoment georganiseerd voor omwonenden om de wagen eens uit te proberen. Verder werd er (voorlopig) geen andere ondersteuning voorzien om het deelwagengebruik te faciliteren.

Woonhaven - Deurne

In de Stalinsstraat in Deurne-dorp staat een elektrische wagen van Partago. De autodeelaanbieder werkte daarvoor samen met burgercoöperatie ZuidtrAnt cvba, Klimplant vzw en Woonhaven om het autodelen daar te stimuleren. Het project werd gedeeltelijk gesteund via het Klimaatfonds.

Voor de promotie van deze deelwagen zetten de betrokken partijen extra in op de inclusie van kansengroepen. Dit gebeurt niet alleen via het ter beschikking stellen van de deelwagen voor kansengroepen, maar ook via enthousiasmerende communicatie over de deelwagen en door de community te bevragen over hun mobiliteitsbehoefte. Dit deden ze door deur-aan-deur te gaan bij de omwonenden, al was dit zonder succes. De omwonenden gaven aan ofwel niet meer te (durven) rijden, ofwel geen auto te hebben of wél een auto te hebben, maar geen interesse in deelmobiliteit. Op andere momenten botsten de initiatiefnemers op een taalbarrière en was het moeilijk om het concept uit te leggen. Het is waarschijnlijk dat deze aanpak meer succes heeft wanneer de doelgroep aangesproken wordt door hun vertrouwenspersonen, eerder dan door een onbekende aanbieder of organisatie. Daarnaast bleek uit het project dat het ook interessanter is om voor het integreren van een deelwagen eerst te peilen naar de behoeften van de buurt en daarop in te spelen.

ZuidtrAnt en Partago verlaagden de drempels voor autodelen via financiële ondersteuning bij de instapkosten. Partago is een coöperatie en elke gebruiker moet dus een aandeel aankopen. Het idee om een rollend fonds in te richten waarbij de aandelen werden doorgegeven van huurder naar huurder werd in dit project niet uitgevoerd, omdat de verschillende partners dit principe niet administratief konden opvolgen. Het idee werd vervolgens omgevormd tot een verlaging van de instapkosten, waarbij het aandeel (dankzij subsidies uit het Klimaatfonds) verlaagd werd naar € 120 om het toegankelijker te maken voor kwetsbare doelgroepen. Dit aandeel kan ook in schijven van €10 per maand betaald worden.

Kansentarief Roeselare

De stad Roeselare koppelt het gebruik van deelwagens aan de vrijetijdspas. Mensen met een vrijetijdspas kunnen genieten van een kansentarief. Inwoners met een lager inkomen krijgen daarbij 50% korting op bepaalde activiteiten die worden georganiseerd door of in samenwerking met de Stad. De Stad compenseert deze korting aan de organiserende vereniging. In Roeselare zijn er deelwagens van Coopstroom aanwezig. Inwoners met recht op een kansentarief kunnen deze deelwagens ook gebruiken aan een goedkoper tarief dankzij de vrijetijdspas. Mensen met een vrijetijdspas moeten geen CoopStroom aandeel kopen en betalen ook minder voor het gebruik van de deelwagens, omdat de Stad zelf 2 euro per uur bijlegt ten voordele van het sociaal tarief. Ook in de communicatie over het deelsysteem werd er extra aandacht besteed aan kwetsbare doelgroepen. Bij de opstart van

het deelsysteem werden bijvoorbeeld alle bewoners van de sociale verhuurmaatschappij op de hoogte gebracht en het lokaal dienstencentrum maakt haar bezoekers actief mee wegwijs naar autodelen toe.

Autodelen via OCMW in Brasschaat

In Brasschaat kunnen OCMW-cliënten gebruik maken van de Partago-deelwagens die ter beschikking zijn. Zij kunnen autodelen via het account van het OCMW, zonder eerst zelf een aandeel te moeten kopen. Daarmee wordt de instapdrempel voor deelwagens verlaagd.

Neem contact op met een van de autodeelaanbieders

Wil je deelmobiliteit integreren in een sociale huisvestingsproject, maar weet je niet welke te kiezen? Alle aanbieders van autodelen zijn verbonden in de adviesraad autodelen van Autodelen.net. Hier vind je een overzicht:
https://www.autodelen.net/nl/over-ons/bestuur-en-organisatie/.

Neem gerust contact op met de verschillende aanbieders en vraag hen naar de mogelijkheden.

Meer advies nodig?

Shared Mobility Masters

Via het collectief begeleidingstraject 'Shared Mobility Masters' voor lokale overheden kan je als lokaal bestuur de volgende stap zetten in de versnelling van je autodeelbeleid en waarin moeilijke vraagstukken (zoals het stimuleren van deelmobiliteit voor kwetsbare doelgroepen en de integratie van autodelen in woonomgeving) worden behandeld. Vragen, neem contact op met info@autodelen.net.

Opleidingen voor medewerkers van woonmaatschappijen of ambtenaren

Ambtenaren en medewerkers van woonmaatschappijen zijn de ideale actoren om gedeelde mobiliteit verder bekend te maken bij bewoners in en rond sociale huisvesting. Wil je leren hoe je dat het beste doet, dan kan je voor een opleiding en advies terecht bij Autodelen.net. Neem hiervoor gerust contact op met info@autodelen.net.

Advies Beweging.net

Dankzij de expertise uit het project 'onze buurt deelt vervoer' kan je als lokaal bestuur, woonmaatschappij of organisatie op Beweging.net beroep doen voor advies in drie, vijf of acht sessies, vanaf het voorjaar 2023. Dat gaat van wijkanalyse en wijkbepaling tot het bevragen van de buurt (noden in kaart brengen/relatie met de leefbaarheid van de wijk), de keuze van deelaanbieders, hoe laagdrempelig aanbod installeren, evaluatie en nazorg (eventueel in functie van een mobipunt/hoppinpunt op buurtniveau), en méér. Een adviessessie kost 250 € excl. btw per dagdeel + vervoersonkosten.

Voor meer info: www.uwvervoer.be of neem contact op met:

- Sofie Neyens (stafmedewerker maatschappelijke innovatie regio BHV): sofie.neyens@beweging.net of 0495/ 56 65 89
- Michiel Brems (stafmedewerker maatschappelijke innovatie regio Leuven): michiel.brems@beweging.net of 0473/ 53 68 25

Bijlagen

De bijlagen kan je hier downloaden.

Bijlage 1: Voorbeeldflyer 'Onze Buurt Deelt Mobiliteit' - Beweging.net

Onder de link bovenaan vind je een voorbeeldflyer uit Landen en Tervuren.

Bijlage 2: Voorbeeld communicatiemateriaal uit Vorselaar

Onder de link bovenaan vind je een voorbeeld van een flyer (2.1), een roll-up (2.2) en het bord aan de parkeerplaats (2.3) terug.

Voor een voorbeeld van een webpagina kan je hier terecht: https://vorselaar.be/wonen-omgeving/verkeer-mobiliteit/autodelen/

Bijlage 3: Communicatiematerialen

Bijlage 3.1: Communicatietoolkit voor lokale besturen
Neem een kijkje op PERS, PUBLICATIE EN REPORTAGE: INSPIRATIE | Autodelen.net

Bijlage 3.2: Voorbeeldteksten sociale media
Neem een kijkje op VOORBEELDTEKST SOCIALE MEDIA | Autodelen.net

Bijlage 3.3: Voorbeeldteksten voor printmateriaal
Neem een kijkje op PRINTMATERIAAL: INSPIRATIE | Autodelen.net

Bijlage 3.4: voorbeeld bewonersbrief
Onder de link bovenaan vind je het voorbeeld voor een bewonersbrief.