



INSPIRATIEGIDS

**Inzetten op koolstofvrije deelmobiliteit
dankzij het Lokaal Energie- en Klimaatpact**

INHOUD

INLEIDING	3
DEEL 1: WAT IS AUTODELEN	4
1. Autodelen georganiseerd door autodeelaanbieders	5
2. Delen van privéwagens	5
DEEL 2: DOELSTELLING LEKP	7
1. Toegangspunten zichtbaar maken op het terrein	7
1.1 Gedifferentieerd parkeerbeleid op maat van het autodeelsysteem	7
2. Toegangspunten online zichtbaar maken	9
DEEL 3: AUTODELEN INTRODUCEREN EN UITBOUWEN	10
1. Het autodeelaanbod creëren	10
1.1 Autodeelaanbod via autodeelaanbieders met eigen vloot	10
1.2 Autodelen onder particulieren	13
1.3 Innovatieve samenwerkingen	14
2. Communicatie (bekend maakt bemind)	15
2.1 Gedrag veranderen	15
2.2 Communicatieacties	16
2.3 Partners en kanalen	21
3. Succesvol autodeelbeleid (flankerende maatregelen)	23
BIJLAGE 1: LEKP VOORBEELDPROJECTEN	24
BIJLAGE 2: OVERZICHTSLIJST ACTIES VOOR LEKP	27
COLOFON	30

INLEIDING

Met het Lokaal Energie- en KlimaatPact (LEKP) wil de Vlaamse overheid steden en gemeenten ondersteunen om op drie concrete werven (planten van bomen, energetische renovaties en toegangspunten voor deelmobiliteit) lokaal een grote sprong voorwaarts te zetten en zo mee werk te maken van de Vlaamse klimaatdoelstellingen. Steden en gemeenten die het LEKP ondertekenen kunnen beroep doen op trekkingsrechten waarmee ze concrete acties uitvoeren die bijdragen aan één van de drie pijlers van het pact.

Binnen de derde pijler heeft de Vlaamse regering de ambitie om tegen 2030 per 1.000 inwoners één deelsysteem ter beschikking te hebben, wat zich vertaalt in 6.600 toegangspunten voor deelmobiliteit (= 13.200 deelwagens). Deze doelstelling en de daaraan gekoppelde financiering biedt enorme kansen om de uitrol van autodelen in Vlaanderen in een stroomversnelling te brengen. Lokale overheden moeten niet op voorhand aangeven wat ze gaan doen met de trekkingsrechten. Daarom deze inspiratiegids.

Met deze gids willen we steden en gemeenten inspireren om de derde pijler van het LEKP optimaal te benutten en lokaal de omslag van autobezit naar autogebruik door te zetten. We reiken voorbeelden aan van hoe je als stad of gemeente bijkomende deelpunten kan creëren (bv. afnamegarantie) en welke concrete stappen daarvoor nodig zijn. Je vindt daarnaast diverse goede voorbeelden van hoe je als lokaal bestuur je burgers informeert en betreft bij dit verhaal. Dat laatste is immers cruciaal om de nieuwe deelsystemen maximaal te laten renderen.

Kortom, dit is een inspiratiegids boordevol tips & tricks om onmiddellijk aan te slag te gaan. Op het einde van deze gids vindt u een drietal concrete en becijferde voorbeelden van projecten die u kan ondernemen met de financiële middelen van de trekkingsrechten. Als bijlage vindt u tot slot de volledige lijst met concrete acties (inclusief schatting van kostprijzen) die in het document beschreven staan. Voor extra informatie en ondersteuning kan het Vlaams netwerk autodelen (Autodelen.net) gecontacteerd worden via overheden@autodelen.net.

DEEL 1: WAT IS AUTODELEN

Om de Vlaamse klimaatdoelstellingen te halen is het van cruciaal belang om de omslag **van autobezit naar autogebruik** verder te zetten en zo mee werk te maken van een **structurele modal shift**. Een aantal indicatoren geven aan dat deze shift meer dan ooit aan de orde is.

Jaar na jaar neemt het aantal ingeschreven personenwagens in ons land toe. Op ruim vijftien jaar tijd rijden er meer dan een miljoen extra auto's op onze wegen. De rechtstreekse gevolgen van het toenemende autobezit zijn lokaal heel zichtbaar. De privéauto eist steeds meer openbaar domein als parkeerplaats op, terwijl die schaarse ruimte op een maatschappelijk veel waardevollere manier zou kunnen ingevuld worden.

Onze mobiliteitskeuzes hebben steeds een impact op anderen. Mensen die geen (tweede) wagen bezitten hebben zowel ecologisch als ruimtelijk een kleinere voetafdruk en mensen die autodelen kiezen vaker voor zachte vervoersmodi. Autodelen versterkt met andere woorden de modal shift. Bovendien zijn er minder wagens nodig om aan de totale mobiliteitsbehoefte te voldoen. Een deelwagen vervangt, afhankelijk van de vorm van autodelen en de verstedelijkingsgraad, tussen de 4 en 16 privéwagens.

Bij **autodelen** maken **meerdere personen om beurt gebruik van één (of meer) wagen(s)**. Autodelen gaat uit van een eenvoudig principe: de wagen wordt gebruikt wanneer hij nodig is. Wanneer de wagen niet nodig is kan deze door een ander huishouden gebruikt worden. Autodelen biedt grote milieu-, sociale en economische voordelen. Het **vermindert het aantal auto's**, de **CO₂-uitstoot**, de **parkeerdruk** en de **individuele kost voor het gebruik van een wagen** en leidt tot een duurzame modal shift. Autodelen is een duurzaam en flexibel alternatief voor het bezit van een privéwagen.

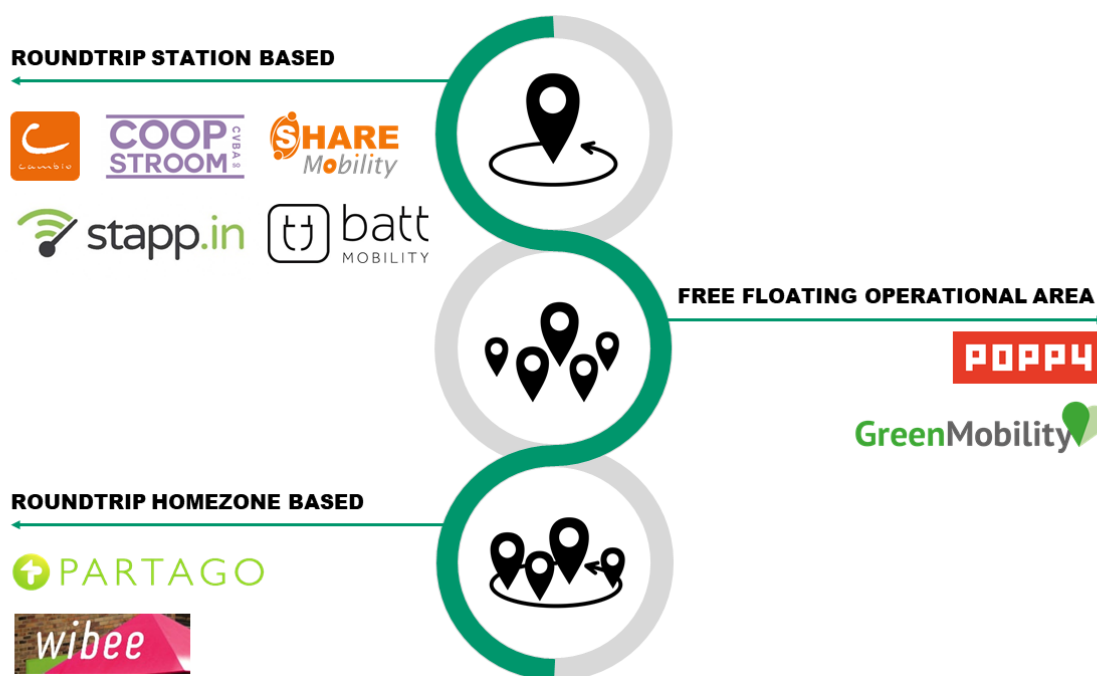
Grosso modo kan je de autodeelinitiatieven opdelen in het **delen van privéwagens** enerzijds en **autodelen georganiseerd door autodeelaanbieders** met een eigen wagenpark anderzijds.



1. AUTODELEN GEORGANISEERD DOOR AUTODEELAANBIEDERS

Dit zijn aanbieders die een wagenpark ter beschikking stellen aan hun leden of klanten. Het wagenpark verschilt per aanbieder en kan uit verschillende modellen bestaan. De gebruiker betaalt aan de aanbieder voor het gebruik van een wagen, wat meestal een bedrag per gereden kilometer of per verbruikte kWh inhoudt en/of een prijs per tijdseenheid.

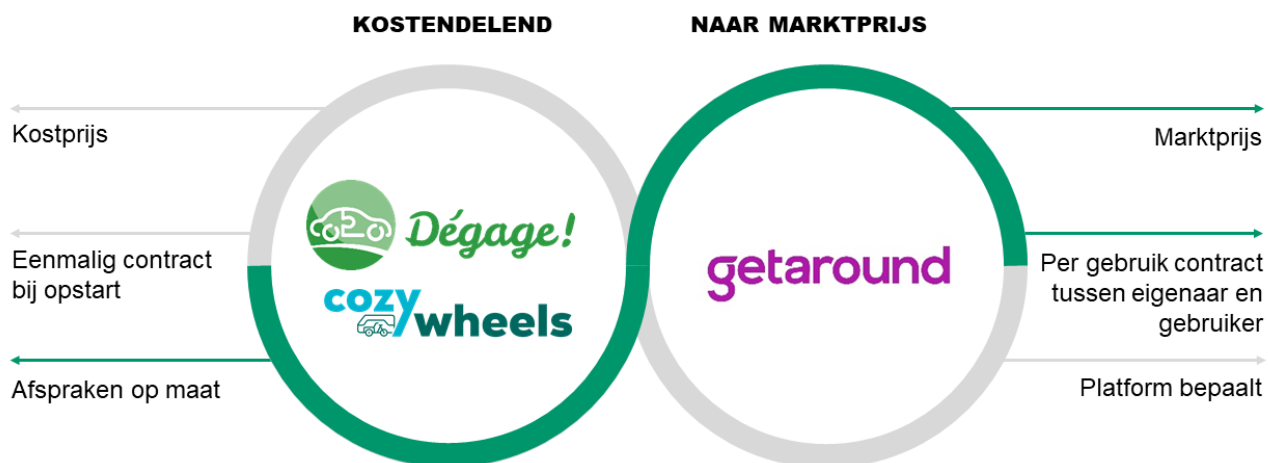
Bij sommige aanbieders moet je de wagen ophalen en terugbrengen op dezelfde locatie. Dit wordt ook wel **roundtrip stationbased autodelen** genoemd. Bij andere systemen kan je de auto oppikken en achterlaten in dezelfde zone of wijk (= **roundtrip home zone based autodelen**). Tot slot zijn er aanbieders waarbij je de wagen ophaalt en kan achterlaten op het volledige grondgebied van een stad (of zelfs een andere stad). Dit is het zgn. **free floating autodelen** (zie Figuur 1).



Figuur 1: Autodeelaanbieders met eigen vloot in België – mei 2021

2. DELEN VAN PRIVÉWAGENS

Ook privéwagens lenen zich perfect om te delen met meerdere huishoudens. We onderscheiden **twee vormen van autodelen met private wagens**. Enerzijds is er het **kostendelend** particulier autodelen waarbij één of meerdere private wagens door verschillende buurtbewoners gebruikt worden in een, meestal kleinschalig, zelfstandig systeem. De eigenaar van de wagen maakt geen winst, maar krijgt de reële kostprijs van de wagen vergoed per gedeelde kilometer. Daarnaast is er het particulier autodelen **aan marktprijs** waarbij bedrijven een online platform ter beschikking stellen waarop eigenaars hun wagen kunnen registreren en delen met anderen. Iedereen die zich vervolgens als gebruiker aanmeldt, kan elke wagen op het platform huren tegen een door de eigenaar bepaalde vergoeding (kilometerprijs en/of uurprijs). Een deel van deze opbrengst gaat naar het bedrijf voor het gebruik van het online platform, verzekering en pechbijstand (zie Figuur 2).



Figuur 12: Platformen voor particulier autodelen in België – mei 2021



Autodelen onder burens © Netwerk Duurzame Mobiliteit n.a.v. Week van de Mobiliteit 2020

DEEL 2: DOELSTELLING LEKP

Deze inspiratiegids biedt handvatten om de concrete doelstelling te behalen binnen de derde werf van het LEKP. Deze doelstelling is als volgt SMART vastgelegd:

Tegen 2030 is er één deelsysteem per 1.000 inwoners wat zich vertaalt in 6.600 toegangspunten voor deelmobiliteit (= 13.200 deelwagens).

Om de voortgang te monitoren en visueel te maken is het belangrijk dat deze toegangspunten zowel online als op het terrein duidelijk zichtbaar gemaakt worden.

1. TOEGANGSPUNTEN ZICHTBAAR MAKEN OP HET TERREIN

Het permanent zichtbaar maken van autodelen en de toegangspunten in het straatbeeld is een belangrijke subdoelstelling van het LEKP. Het zorgt er onder andere voor dat buurtbewoners steeds weer opnieuw ingelicht worden over het bestaan van het concept autodelen. Verder zullen we poneren (in deel 3, punt 2.2.1) dat autodelen een mentaal proces is en dat de boodschap verschillende keren moet herhaald worden om tot de gewenste gedragsverandering te komen. Het parkeerbeleid is hierin een essentieel en eenvoudig instrument.

1.1 GEDIFFERENTIEERD PARKEERBELEID OP MAAT VAN HET AUTODEELSYSTEEM

Een gedifferentieerd afdwingbaar parkeerbeleid, aangepast aan de diverse vormen van autodelen, is essentieel voor het succes van autodelen in een gemeente. Het zorgt voor de noodzakelijke voorwaarden om als autodeelsysteem operationeel te kunnen zijn, voor incentives om mensen over de streep te trekken en voor een permanente promotie van het concept.

Een autodeelstandplaats (toegangspunt) kan bestaan uit één of meerdere voorbehouden parkeerplaatsen voor autodelen. Die parkeerplaatsen kunnen daarnaast al dan niet toegewezen zijn aan een bepaalde autodeelorganisatie, met behulp van een extra onderbord (zie onder bij 'inrichting').

Het parkeerbeleid ten aanzien van autodelen vertrekt idealiter vanuit de definiëring van de verschillende types van deelwagens (zie 'wat is autodelen'). Autodeelorganisaties die bv. roundtrip deelwagens aanbieden hebben nood aan een vaste standplaats voor de deelauto's. Een free floating deelwagen zal eerder gebaat zijn bij een parkeervergunning voor het ganse grondgebied. Voor een particulier gedeelde wagen is een vaste standplaats geen echte noodzaak, hoewel dat in gebieden met grote parkeerdruk wel een goede incentive kan zijn.

1.1.1 Inrichting



De inrichting van een parkeerplaats autodelen dient conform artikel 70.2.1. van het Belgische verkeersreglement (verkeersborden voor parkeer- en stilstandverbod, verkeersborden voor beurtelings parkeren en verkeersborden die het parkeren toelaten of regelen) te gebeuren. Daarbij wordt het onderbord autodelen toegevoegd.



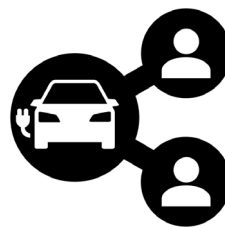
Voor elektrische deelwagens zijn er twee mogelijkheden: ofwel wordt het onderbord zoals hiernaast staat gebruikt, ofwel het onderbord voor elektrische auto's. Dit impliceert wel dat de standplaats wettelijk gezien ook kan gebruikt worden door elektrische wagens die niet gedeeld worden. Wij adviseren dan ook het onderbord autodelen te gebruiken. Beide onderborden samen gebruiken, zowel die voor autodelen als voor een elektrische auto, is voorlopig niet rechtsgeldig.



Indien we te maken hebben met een autodeelstandplaats met meerdere parkeerplaatsen voor autodelen waar deelwagens van verschillende aanbieders te vinden zijn, is het aangewezen om te werken met een extra onderbord met de naam van de organisatie. Dit zorgt ervoor dat de eindgebruiker duidelijk weet welke parkeerplaatsen zijn voorbehouden voor de deelwagen waar hij of zij op dat moment mee rijdt. Dit onderbord heeft echter geen enkele juridische waarde: deelwagens die geparkeerd staan op de parkeerplaats van een andere organisatie zijn volgens de wegcode niet in fout.

1.1.2 Extra visibiliteit

Een duidelijk zichtbare autodeelstandplaats draagt bij tot de herkenbaarheid van het concept autodelen in het straatbeeld en speelt een belangrijke rol binnen de promotie van duurzame mobiliteit. Autodelen.net raadt aan om op de grond extra signalisatie aan te brengen. Inspiratie kan gevonden worden in de [Hoppin stijlguide](#), zeker wanneer de autodeelstandplaats geïntegreerd wordt bij een mobipunt. Indien dit niet van toepassing is voor het betreffende toegangspunt raden we aan het Europees icoon voor autodelen en/of de tekst “uitsluitend deelwagens” te gebruiken. Meer info over de Europese iconen voor gedeelde mobiliteit vindt u [hier](#).



Autodeelstandplaats © Solva

1.1.3 Zichtbaar maken van particulier autodelen

Zoals gezegd is een vaste standplaats niet steeds noodzakelijk als het particuliere deelwagens betreft. Toch is het interessant om ook deze deelwagens zichtbaar te maken in het straatbeeld. Dit kan via een aantal eenvoudige acties:

- Het voorzien van ‘vrije’ standplaatsen autodelen in het centrum of op andere bestemmingen waar de parkeerdruk hoger is dan gemiddeld. Met ‘vrije’ standplaatsen bedoelen we standplaatsen die exclusief voorzien zijn voor autodelen maar niet onmiddellijk zijn toegewezen aan een autodeelaanbieder.
- Het voorzien van parkeervergunningen voor particuliere deelwagens zodat zij kunnen gebruik maken van de ‘vrije’ standplaatsen autodelen.
- De voorziene parkeervergunningen laten gelden op het ganse grondgebied van de gemeente zodat particuliere deelwagens overal (voordelig) kunnen parkeren.
- Het voorzien van een uniforme bestickering van deelwagens waaruit duidelijk blijkt dat de wagen gedeeld wordt door meerdere huishoudens.
- Het voorzien van affiches of borden die eigenaars van particuliere deelwagens in de tuin, op de oprit of voor het venster kunnen plaatsen. Dit is ook ideaal om de voordelen van autodelen te beschrijven en te verwijzen naar de gemeentelijke webpagina(s) betreffende autodelen (zie verder deel 3, punt 2.2.2).

2. TOEGANGSPUNTEN ONLINE ZICHTBAAR MAKEN

De online monitoring ligt in het handen van Autodelen.net (het Vlaams Netwerk Autodelen) en zal in een later stadium geconcretiseerd worden in samenspraak met de bevoegde Vlaamse diensten. De ondertekenaars zullen zich engageren om bepaalde informatie door te geven aan Autodelen.net.

In het najaar wordt een nulmeting georganiseerd bij de ondertekenaars van het LEKP. Het aantal vaste standplaatsen en parkeervergunningen voor autodelen zal opgevraagd worden en er worden unieke codes gegeven aan elke standplaats/parkeervergunning om het fysieke te koppelen aan de digitale databank.

Tegelijk met bovenstaande actie wordt een nulmeting georganiseerd bij de Vlaamse autodeelaanbieders zodat we exact weten hoeveel deelwagens er momenteel beschikbaar zijn per gemeente. Het is immers perfect mogelijk dat bepaalde deelwagens wel actief zijn maar niet opgenomen binnen het lokaal parkeerreglement (denk bv. aan het delen van privéwagens).

Na de nulmeting wordt de informatie actueel gehouden door een combinatie van periodieke bevestigingen en het zelfstandig doorgeven van beleidsbeslissingen omtrent toekenning van extra standplaatsen en/of parkeervergunningen voor autodelen. Alle info zal steeds beschikbaar zijn via de website van Autodelen.net. Er wordt verder onderzocht om de data via een API ter beschikking te stellen van andere stakeholders.

DEEL 3: AUTODELEN INTRODUCEREN EN UITBOUWEN

Om van **autodelen** een **succesverhaal** te maken in uw gemeente is het noodzakelijk om quasi **gelijktijdig in te zetten op 3 sporen**, nl. het **aanbod**, de **vraag** en het **kader** (= flankerende maatregelen). Het is essentieel om actie te ondernemen op elk van bovenstaande 3 sporen want bv. deelwagens zonder gebruikers zullen niet renderen, gebruikers zonder deelwagens hebben geen mogelijkheid om te starten en het introduceren van autodelen zonder bv. een aangepast parkeerbeleid of het uitdenken van een wervende communicatiecampagne zal niet optimaal van start kunnen gaan.

In dit deel leest u achtereenvolgens welke concrete acties kunnen ondernomen worden op vlak van aanbod (deelwagens in uw gemeente), op vlak van vraag (communicatie en sensibilisering) en welke flankerende maatregelen (kader) essentieel zijn om van autodelen een lokaal succes te maken. Er is ook steeds aandacht voor de concrete acties die u als gemeente kunt ondernemen met de trekkingsrechten uit het LEKP (zie telkens 'uitgelicht'). Bovendien geven we steeds extra tips mee die onontbeerlijk zijn om autodelen in uw gemeente mainstream te maken.

1. HET AUTODEELAANBOD CREËREN

Het creëren van een lokaal autodeelaanbod kan op verschillende manieren. Er dient onderscheid gemaakt te worden tussen het creëren van een aanbod van deelwagens in het beheer van autodeelaanbieders en het creëren van een aanbod van particuliere deelwagens (zie ook supra 'wat is autodelen'). Hieronder worden beide apart besproken en voorzien van concrete tips en tricks. Autodelen.net adviseert echter om gelijktijdig in te zetten op beide vormen van aanbodcreatie. Zeker voor wat betreft minder verstedelijkte gebieden is het stimuleren van particulier autodelen vaak een opstap naar een succesvol autodeelecosysteem.

1.1 AUTODEELAANBOD VIA AUTODEELAANBIEDERS MET EIGEN VLOOT

Er zijn twee opties om met een autodeelproject van start te gaan via aanbieders met een eigen vloot. Bij sommige aanbieders kan een bestaande dienstwagen geïntegreerd worden in de autodeelvloot van de aanbieders. Vaak wordt deze dienstwagen dan na de kantooruren gedeeld met de inwoners van de gemeente. Anderzijds kan er geïnvesteerd worden in de opstart van een autodeelaanbieder met eigen vloot, waarbij de deelwagens (bij voorkeur) ook door het gemeentebestuur gebruikt worden.

1.1.1 Integratie dienstwagen in een autodeelsysteem

Het **integreren van een bestaande wagen in een autodeelsysteem** (m.a.w. het inbouwen van een boordcomputer van een autodeelaanbieder, het kunnen gebruik maken van het reservatiesysteem en het 'keyless' openen van de wagen) kost afhankelijk van de gekozen autodeelaanbieder tussen de € 500 en € 2.000 bij de opstart. De maandelijkse prijs varieert tussen € 50 en € 500 naargelang de aanbieder en in sommige gevallen naargelang het gebruik van de wagens door de burgers.



VOORBEELD 1

De stad Oudenaarde stelt buiten de kantooruren een dienstwagen ter beschikking van haar inwoners via het deelsysteem van cambio. Daarnaast zet de stad ook sterk in op de ondersteuning van particulier autodelen.



VOORBEELD 2

Het gemeentebestuur van Brasschaat deelt sinds 2017 vier elektrische dienstwagens met haar burgers en doet dit via het platform van autodeelorganisatie Partago.

1.1.2 Opstart volwaardig autodeelsysteem

Daarnaast kan een gemeente ook de **opstart van een volwaardig autodeelsysteem mee financieren bij de opstartfase**. Dit kan door het principe van de **degressieve afnamegarantie** (zie 'uitgelicht: concrete actie 1') te gebruiken. Er kunnen afspraken gemaakt worden met de respectieve autodeelaanbieders om de deelwagens tijdens de kantooruren vast te reserveren voor het gemeentepersoneel. Autodelen.net raadt echter aan om als gemeente ook gewoon te reserveren voor de periodes dat de wagen nodig is. Op die manier is de deelwagen meer beschikbaar voor de inwoners van de gemeente (en zal de minimale omzet voor de autodeelaanbieder ook sneller behaald worden, zie 'uitgelicht: concrete actie 1').

De kostprijs voor de opstart van een deelwagen van een autodeelaanbieder kost tussen de € 1.000 en € 2.000. Daarnaast moet de deelwagen een minimale maandelijks omzet genereren van ca. € 600 à € 800. Daarin zit ook de kostprijs voor het ter beschikking stellen van de wagen aan de bevolking. Bij een aantal aanbieders kan die maandelijks prijs zakken naargelang er meer gebruik is door inwoners.



VOORBEELD 1

De stad Torhout biedt ondersteuning aan autodeelaanbieders Coopstroom en cambio die samen een 5-tal deelwagens ter beschikking stellen die ook door het stadspersoneel gebruikt worden.



VOORBEELD 2

De Zuid-Oost-Vlaamse gemeente Lierde werkt samen met autodeelorganisatie SHARE Mobility en beschikt over 3 elektrische deelwagens voor haar inwoners, bedrijven en personeel.

CONCRETE ACTIE 1: Trekkingsrechten aanwenden voor degressieve afnamegarantie

Momenteel is het vaak moeilijk voor autodeelaanbieders om een economisch rendabel aanbod te creëren in minder verstedelijkte gebieden of in commercieel minder interessante stadswijken. Door de duurdere investeringskost en de nog steeds wat afwachtende houding van de Vlaming t.a.v. elektrisch rijden, is het business model voor elektrisch autodelen nog uitdagender. Een rendabele deelwagen dient, afhankelijk van de operator, gemiddeld op jaarbasis tussen 20.000 en 30.000 kilometer te rijden, wat neerkomt op ca. 1.800 à 2.500 uren. Indien een autodeelsysteem tijdens de opstartfase deze drempels niet behaalt, dan biedt een **(degressieve) afnamegarantie** soelaas om tot een rendabel business model te evolueren. De trekkingsrechten vanuit het LEKP zijn ideaal om dit te voorzien.

Bij een **afnamegarantie-contract** sluit de lokale overheid een overeenkomst met de autodeelaanbieder waarbij er maandelijks een bepaald bedrag betaald wordt aan de aanbieder om de deelwagen(s) blijvend aan te bieden, ongeacht of die op korte termijn rendabel is (zijn). Een degressieve afnamegarantie houdt in dat de lokale overheid maandelijks minder zal moeten betalen als de deelwagen(s) meer gebruikt wordt (worden).

Door deze afnamegarantie beschikken autodeelaanbieders over een minimale omzet, die noodzakelijk is om de deelwagens blijvend aan te bieden en hebben ze voldoende tijd om een kritische massa te bereiken teneinde een structureel, rendabel lokaal autodeelaanbod ter beschikking te stellen. Autodelen.net adviseert contracten van minimaal 2 jaar in verstedelijkte, en minimaal 3 jaar in minder verstedelijkte gebieden.

Hieronder geven we een overzicht van de **maximale prijs van de jaarlijkse afnamegarantie**. Het is uiteraard de bedoeling dat deze prijs gevoelig daalt doordat zowel het gemeentepersoneel als de inwoners meer en meer gebruik maken van het autodeelsysteem.

	JAARLIJKSE MAXIMALE KOST	OPSTARTKOST (ÉÉNMALIG)
INTEGRATIE EIGEN WAGEN	€ 600 - € 6.000	€ 500 – € 2.000
DEELWAGEN AANBIEDER	€ 4.800 - € 9.600	€ 1.000 - € 2000

Elk lokaal bestuur kan zelf een **afnamegarantiecontract** onderhandelen met autodeelaanbieders. Autodelen.net adviseert hierin minstens volgende elementen op te nemen:

1. Minimale prijs per maand per auto
2. Aantal wagens die deel uitmaken van de overeenkomst
3. Beschrijving van de degressieve afnamegarantieprijs in geval van succes van het systeem (vanaf welke omzet/gebruik zal de gemeente minder betalen en hoeveel minder)
4. Maximale kostprijs per wagen per jaar
5. Minimale termijn waartoe aanbieder zich engageert om aanbod te blijven uitbaten
6. Verplichtingen van de lokale overheid i.f.v. communicatie (zie verder punt 2) en flankerende maatregelen (zie verder punt 3)
7. Prijs voor de eindgebruiker
8. Eventuele opstartkosten



Lokale overheden kunnen het goede voorbeeld geven door zelf ook gebruik te maken van de deelwagens voor dienstverplaatsingen. Hiermee boeken ze drievoudige winst:

1. Het zorgt voor actieve promotie en draagvlak van het deelsysteem.
2. Op termijn kan de gemeente de eigen dienstvloot afbouwen en hoeft ze zelf geen wagenpark meer te beheren.
3. De minimale omzet zal sneller behaald worden waardoor de maandelijkse facturen sneller zullen dalen. Dit laatste zorgt er bovendien voor dat er meer middelen vrijkomen om in te zetten voor communicatie en sensibilisering.

1.2 AUTODELEN ONDER PARTICULIEREN

Naast het autodelen georganiseerd door een aanbieder met een eigen vloot, is het ook belangrijk om te werken aan het autodelen onder particulieren in de gemeente. Deze vorm van autodelen is zowel aanvullend als voor sommigen een opstap naar het afzien van wagenbezit. Veel gezinnen hebben (zeker in meer landelijk gebied) twee of zelfs drie eigen wagens. Deze bijkomende wagens doen echter vaak onvoldoende kilometers om rendabel te zijn. Door deze auto's te delen via een aangepast online platform kunnen de eigenaar en de gebruikers de kosten van het autobezit delen. Je kan als gemeente het aanbod via particulier autodelen stimuleren door verschillende maatregelen.



VOORBEELD 1

In Kapijke resulteerde een infoavond over autodelen in de opstart van een Cozywheelsgroepje. Via Cozywheels kunnen burens particuliere wagens delen via een kostendelend principe en met een aangepaste verzekering. Daartoe wordt een gesloten autodeelgroep opgericht waarbinnen afspraken worden bepaald. Zo worden de kosten voor wagenbezit gedeeld. De gebruikers betalen naargelang hun autogebruik.



VOORBEELD 2

In Lievegem werd het particuliere autodeelsysteem Dégage! gelanceerd. Dégage! hanteert een open vloot zodat elk lid alle wagens kan ontlenden aan uniforme regels. Ook Dégage! werkt volgens een kostendelend principe en met een aangepaste verzekering.

CONCRETE ACTIE 2: Trekkingsrechten aanwenden om particulier autodelen te ondersteunen

- Het installeren van een subsidie voor de aankoop van elektrische wagens door particulieren op voorwaarde dat zij hem delen met buurtbewoners (Autodelen.net adviseert dat de wagen structureel gedeeld wordt met minstens 4 andere gezinnen).
Kostprijs: afhankelijk van plafond dat gemeente wil instellen. Autodelen.net adviseert tussenkomsten van € 2.000 à € 4.000 per gedeelde elektrische wagen.
- Het intekenen op de startbegeleiding van de particuliere autodeelorganisatie Cozywheels of Dégage voor lokale overheden. Hierbij worden x-aantal infosessies georganiseerd, mensen samengebracht en actieve promotie gemaakt voor het delen van eigen wagens.

Kostprijs: € 2.000 à € 4.000/jaar



- Promoten van de mogelijkheden voor autodelen onder particulieren zoals communicatie, organiseren van autodeelparty's ... (zie verder punt 2 'communicatie').
- Het installeren van een parkeerreglement dat het autodelen onder particulieren begunstigt bv. door speciale parkeerkaarten en/of het voorzien van voorbehouden parkeerplaatsen (zie verder punt 3 'flankerende maatregelen').
- Maak de deelwagens visueel herkenbaar door acties beschreven onder het punt supra 'Toegangspunten zichtbaar maken op het terrein'.

1.3 INNOVATIEVE SAMENWERKINGEN

Je hoeft het als gemeente niet allemaal zelf te doen als het op autodelen aankomt. Met de juiste partnerschappen zijn verrassende projecten mogelijk. Denk eens 'out-of-the-box'. Wellicht zijn er heel wat wagens (en wagenparken) in de gemeente die jaarlijks minder dan 10.000 km rijden. Dat betekent dat er nog heel wat potentieel is voor autodelen, want ook deze wagens kunnen worden gedeeld.

Door deze wagens (en hun eigenaren) in kaart te brengen en te engageren, slaat de gemeente twee vliegen in één klap. Als deze potentiële partners beslissen om het wagenpark te delen kan de autodeelvloot in de gemeente/stad fors uitbreiden én bereik je bovendien vlot de achterban van deze partners. Ook voor de potentiële partners is er een win: zij delen de kosten van wagenbezit. Ze kunnen zelfs de lasten van wagenbezit vermijden als ze de wagens integreren in een bestaand autodeelsysteem.

Denk bij het inventariseren van partners bijvoorbeeld aan lokale ondernemers, geëngageerde organisaties, lokale garagehouders, sportverenigingen, coöperaties, enz. Ook om van autodelen een inclusief verhaal te maken, zijn innovatieve, aangepaste projecten en maatregelen nodig.



VOORBEELD 1

In Glabbeek werd het autodeelproject gesponsord door de lokale handelaars. In ruil voor de financiële bijdrage werden de logo's van de deelnemende handelaars op de deelwagen voorzien. En extra plus voor de lokale handelaars: autodelers shoppen lokaler.



VOORBEELD 2

AVIRA staat voor Autodelen Voor Iedereen met Rolstoelvriendelijke Auto's. Het sociaal huis van Kortemark heeft een rolstoelvriendelijk voertuig dat gebruikt wordt binnen de lokale werking van de Minder Mobielen Centrale en daarnaast gedeeld wordt met omwonenden.

Zo gaan autodelen en inclusie hand in hand en wordt het voertuig zo efficiënt mogelijk ingezet.



VOORBEELD 3

In de strijd tegen vervoersarmoede deelt ook sociale huisvestingsmaatschappij De Ideale Woning (Antwerpen) wagens met zijn sociale huurders. Zowel in het weekend als op weekavonden kunnen (buurt)bewoners de auto ontlene. Dankzij een sociale tarifiering betalen de huurders van een sociale woning minder waarborg en een lagere prijs per gebruiksuur.

CONCRETE ACTIE 3: Trekkingsrechten aanwenden voor innovatieve samenwerking

Het uitwerken van een subsidie voor organisaties en/of bedrijven die starten met autodelen. Dit kan vb. ingezet worden voor:

- Het inbouwen van een boordcomputer bij bestaande dienstwagens in eigendom van een organisatie of bedrijf
Kostprijs: zie degressieve afnamegarantie
- Een communicatiebudget om te communiceren over de opstart.
Kostprijs: afhankelijk van plafond dat gemeente wil instellen (zie verder punt 2 'communicatie')
- Een ondersteuning door Autodelen.net bij de opstart.
Kostprijs: € 3.000 à € 5.000



- Inventariseer en informeer potentiële partners in de stad/gemeente zoals MVO bedrijven, vzw's, organisaties met een sociaal oogmerk, sociale huisvestingsmaatschappijen, zorgvoorzieningen met aangepaste wagens voor rolstoelgebruikers, lokale garagehouders, netwerk van lokale ondernemers (winkels, bakker, lokale markten, wereldwinkel, enzovoort) ... Ga in dialoog met deze partners en bekijk hoe de gemeente hen kan ondersteunen om te beginnen met autodelen. (Zie gids '[Autodelen voor bedrijven en organisaties](#)')
- Maak de deelwagens visueel door acties beschreven onder het punt supra 'Toegangspunten zichtbaar maken op het terrein'.

2. COMMUNICATIE (BEKEND MAAKT BEMIND)

Het installeren van het aanbod van een autodeelsysteem is slechts één van de drie stappen die essentieel zijn om autodelen lokaal succesvol uit te bouwen. De transitie van het privébezit van een wagen naar gedeelde mobiliteit is een mentaal proces dat niet van vandaag op morgen doorlopen wordt. Burgers moeten regelmatig en op verschillende manieren aangesproken worden over de mogelijkheden en de voordelen van autodelen. Dit onderdeel beschrijft de manier waarop een lokaal bestuur kan inzetten op de vraagzijde van autodelen.

2.1 GEDRAG VERANDEREN

Beginnen met autodelen is gedrag veranderen. De mens is een gewoontedier, zeker wat de eigen auto betreft. Voor we dieper ingaan op de concrete communicatieacties, is het interessant om kort stil te staan bij de verschillende stadia van gedragsverandering:

- 1. Niks voor mij:** Mensen die niet openstaan zijn moeilijk te bereiken. Ze zijn onwetend over hun eigen gedrag. Via continue zichtbaarheid ga je hen wel onbewust kennis leren maken met gedeelde mobiliteit.
- 2. Inzicht krijgen:** Probeer subtiel hen te tonen dat hun mobiliteit beter, gezonder en goedkoper kan. Zonder met de vinger te wijzen toon je dat urenlang in de file staan niet oké is en dat het anders moet. De uitkomst is dat ze openstaan voor alternatieve oplossingen.

- 3. Overwegen:** De burger erkent zijn probleem, ziet de voordelen maar kent de oplossing nog niet. Informeer deze burgers over de mogelijkheden, overtuig hen door de voordelen van gedeelde modi in de verf te zetten en werk vooroordelen weg.
- 4. Voorbereiding:** De burger heeft beslist en gaat actief op zoek naar de voor hem beste keuze: info opzoeken, kijken hoe zijn omgeving erover denkt, polsen bij zij die het al doen, eventuele vaardigheden opdoen, ... Ondersteun hen zo goed mogelijk in hun keuze (op maat).
- 5. Actie:** Dit zijn de burgers die daadwerkelijk overstappen op autodelen. Het effectief lid worden verloopt best zo drempelloos mogelijk en zorg ervoor dat hun eerste ervaring positief is zodat ze de handeling herhalen.
- 6. Vasthouden:** Hou de gebruikers tevreden. Het blijvend ondersteunen van deze groep met beloningen of voordelen is dus niet onbelangrijk. Zet hen ook in om anderen warm te maken. Zij zijn je beste promo. De gemeente doet er ook goed aan deze inwoners nauw te betrekken in het autodeelbeleid en zo de kwaliteit van het aanbod te garanderen.

Om inwoners in de verschillende fases van gedragsverandering te activeren is een gediversifieerde, geïntegreerde en permanente communicatiestrategie essentieel. Hiervoor stelt de gemeente bij voorkeur een concreet stappenplan op dat door jaarlijkse evaluatie gradueel kan opgedreven worden conform de doelstellingen.

TIMING: KANTELMOMENTEN

Een verandering in je leven doet keuzes maken. Personen die zich bevinden in een kantelmoment zijn het meest toegankelijk om hun gedrag of gewoonte te wijzigen. Het is dan ook belangrijk om binnen je communicatie stil te staan bij de kantelmomenten waar de gemeente een rol speelt en rekening te houden met deze ontvankelijkheid bij je doelgroep. Bovendien is het een meer gerichte manier om verschillende leeftijdsgroepen te bereiken. Voorbeelden zijn: rijbewijs, pensioen, nieuwe inwoner, gezinsuitbreiding of coouderschap, kinderen uit huis, nieuwe job, auto (bijna) kapot, ... Op die momenten mensen informeren en verleiden om de alternatieve vervoersmodi te testen is dus heel belangrijk.

2.2 COMMUNICATIEACTIES

Hieronder worden concrete communicatieacties beschreven waarvoor de trekkingsrechten van LEKP kunnen aangewend worden. Er wordt telkens een inschatting gegeven van de kostprijs (maar in de praktijk kan dit door tal van factoren uiteraard variëren). Diverse acties kunnen toegepast worden in meerdere stadia van gedragsverandering. Daarom zal u hier en daar soms acties vinden die herhaald worden. Het geven van infosessies kan bv. zowel interessant zijn voor acties onder 'aandacht trekken', 'informeren' en 'overtuigen'.



Kies verder voor positieve, warme en levendige teksten en beelden. Deelmobiliteit is een verhaal van en voor mensen. En voor algemeen communicatiemateriaal geldt uiteraard: zorg dat deze aantrekkelijk en herkenbaar is voor alle inwoners door oog te hebben voor diversiteit. Voor het uitwerken van communicatiematerialen en het opdoen van inspiratie uit andere gemeenten verwijzen we naar de [toolkit voor lokale overheden](#).

2.2.1 Aandacht trekken en aanwezig zijn

Autodelen is een verhaal dat regelmatig herhaald moet worden. Burgers moeten het concept leren kennen en wennen aan de idee om door het leven te gaan zonder het privébezit van een wagen. Het is een mentaal veranderingsproces. Hiervoor is het noodzakelijk dat het begrip 'autodelen' op zo veel mogelijk plaatsen aanwezig is, een positieve connotatie meekrijgt en als vanzelfsprekend wordt beschouwd. Door op gezette tijdstippen de aandacht te vestigen op het autodelen moet de algehele bekendheid van het concept autodelen verhogen.



Mensen zijn meer geneigd tot actie over te gaan als de boodschapper zelf ook actief meewerkt aan hetgeen hij verkondigt. De gemeente neemt bij voorkeur dan ook een voorbeeldrol op door in eerste instantie zelf ook gebruik te maken van autodelen en/of auto's uit de eigen vloot via autodelen ter beschikking te stellen (zie punt 1.1.1 en 1.1.2).

CONCRETE ACTIE 4: Trekkingsrechten aanwenden om aandacht te trekken

- De gemeentelijke deelwagens worden voorzien van aangepaste bestickering.
Kostprijs: ca. € 1.000.
- Het voorzien van herkenbare, vaste, voorbehouden standplaatsen autodelen met een opvallende inkleding (neutrale informatieborden, spuitsjablonen).
Kostprijs: ca. € 1.500 voor de eerste standplaats, daarna ca. € 500 à 1.000 per extra standplaats.



- Het autodelen herhaaldelijk in de kijker plaatsen via de eigen gemeentelijk kanalen en inzetten op lokale persaandacht bij bv. de lancering, de jaarlijkse groeiemeting, de 'x'-ste autodeler in de gemeente, de lancering van een bevraging, bij de start van het jaar en goede voornemens, ... Denk ook aan momenten zoals 'Week van de mobiliteit', campagnes in de gemeente/stad rond mobiliteit of gezondheid, bij stads- of dorpskernvernieuwing, participatietrajecten, heraanleg straten, ...
- Door het gemeentepersoneel dienstverplaatsingen te laten doen met de deelwagens komen de deelwagens meer in het straatbeeld en leert het gemeentepersoneel het concept kennen waardoor ze het misschien zelf gaan doen in hun vrije tijd en/of waardoor ze als natuurlijke ambassadeur fungeren naar hun burens en kennissen.
- Het opnemen van autodelen in gemeentelijke producten zoals de gemeentelijke cadeaubon of de gemeentelijke app zorgt voor meer zichtbaarheid van het concept bij diverse doelgroepen.
- Maak de deelwagens visueel herkenbaar door acties beschreven onder het punt supra 'Toegangspunten zichtbaar maken op het terrein'.

2.2.2 Informeren

Ga er niet vanuit dat iedereen weet wat autodelen of gedeelde mobiliteit is. Voorzie duidelijke basisinformatie: wat is autodelen, welk aanbod bestaat er, de mogelijkheden, de voordelen, waarom doet de gemeente het, hoe doe je het, hoe start je, ... Transparante en objectieve informatie is daarbij uiteraard een must. Naast algemene info kan je ook specifiek gaan, bijvoorbeeld een bepaalde vorm van autodelen. Als gemeente garandeer je dat de burger die info vindt via verschillende gemeentelijke kanalen.

CONCRETE ACTIE 5: Trekkingsrechten aanwenden om te informeren

- Het opzetten van gemeentebrede algemene informatiecampagnes rond alle vormen van autodelen
Kostprijs: ca. € 10.000 à € 20.000
- De organisatie van terugkerende informatieavonden en infostanden over alle vormen van autodelen
Kostprijs: ca. € 500 per infosessie
- De opmaak en verspreiding van een overzichtsfolder betreffende het aanbod van autodelen in de gemeente
Kostprijs: ca. € 1.000



- Het lanceren van een webpagina betreffende autodelen op de gemeentelijke website zorgt voor heldere en betrouwbare communicatie vanuit de gemeente.
- Het informeren via de eigen online en offline communicatiekanalen (website, infoblad, wijkkranten, flyer autodelen, posters, digitale borden, sociale media ...) is essentieel om een lokaal draagvlak te creëren. Bovendien zijn dit vaak goedkope manieren van promotie voor een gemeente.
- Als er lokale infomomenten georganiseerd worden door autodeelaanbieders is het belangrijk om dit als gemeente mee te ondersteunen en te communiceren.
- Het bussen van bewonersbrieven omtrent de toekenning van nieuwe autodeelstandplaatsen bij alle inwoners die in een straal van 500m van de standplaats wonen zorgt voor bekendheid van het aanbod. Bovendien creëert het, mits de voordelen goed uitgelegd worden, ook een lokaal draagvlak voor de inname van de publieke ruimte door een deelwagen.
- Maak de deelwagens visueel herkenbaar door acties beschreven onder het punt supra 'Toegangspunten zichtbaar maken op het terrein'.

2.2.3 Overtuigen

Naast bekendheid, streeft de gemeente met de communicatieacties uiteraard ook het effectief omschakelen naar gedeelde mobiliteit na. Als gemeente wil je de juiste omkadering scheppen zodat de burger overtuigd geraakt van autodelen.

Hier blijkt intrinsieke motivatie cruciaal: een autodeler wordt pas autodeler als die echt gemotiveerd is. Om deze motivatie aan te scherpen, moeten de voordelen van autodelen op zoveel mogelijk gevarieerde wijzen in de verf worden gezet. En wie kan er beter overtuigen dan zij die het al doen? Storytelling en herkenbaarheid is hierbij een belangrijke factor. Anderzijds kan de gemeente ook de extrinsieke motivatie van geïnteresseerden een duwtje in de rug geven door bv. het geven van (financiële) incentives. Je kan pas je burger overtuigen om te beginnen met autodelen als het duidelijk is dat de gemeente ook overtuigd is van de voordelen ervan.

Vooraf hier is het van tel om in te beuken op de kantelmomenten van je inwoners (zie supra).

CONCRETE ACTIE 6: Trekkingsrechten aanwenden om te overtuigen

- Het opzetten van gerichte communicatiecampagnes rond autodelen door bv. samenwerking met buurtwerk, buurtcentra, scholen, wijkverenigingen, lokale handelaars en/of bedrijven ...

Kostprijs: ca. € 5.000 à € 15.000

- Het financieel ondersteunen van autodelen. Voorbeelden zijn: het (eerste) lidgeld van een autodeelorganisatie terugbetalen aan inwoners, organisaties en bedrijven; voordelen in natura voor autodelers (zoals een (korting op) jaarabonnement op het openbaar vervoer, korting bij taxigebbruik, korting op culturele activiteiten...), het toekennen van een mobiliteitsbudget aan inwoners die een nummerplaat indienen...

Kostprijs: afhankelijk van het plafond dat de gemeente wenst in te stellen ca. € 1.000 à € 10.000.

- Het uitrollen van testprojecten bv. d.m.v. de invoering van gratis probeercheques en het uitrollen van delende buurten projecten (zie toolkit delende buurten voor gemeenten).

Kostprijs: ca. € 20.000



- Het inzetten van ambassadeurs van autodelen (uit verschillende doelgroepen) bij on- en offline communicatie blijkt een groot succes te zijn om mensen te overtuigen.
- Het communiceren op 'transitiemomenten' bv. bij aanbod voor startende ondernemingen, onthaal nieuwe inwoners, ophalen rijbewijs ... en op bijbehorende webpagina's.
- Om je boodschap kracht bij te zetten helpt het als de boodschapper zelf ook actief meewerkt aan hetgeen hij verkondigt. De gemeente neemt bij voorkeur dan ook een voorbeeldrol op door in eerste instantie zelf ook gebruik te maken van autodelen en/of auto's uit de eigen vloot via autodelen ter beschikking te stellen (zie punt 1.1.1 en 1.1.2).



2.2.4 Ondersteunen

Ondersteunen gaat een stapje verder dan informeren: via tools, via antwoorden op persoonlijke vragen... kunnen inwoners worden ondersteund om de stap naar autodelen te zetten. Merk hierbij op dat niet alle doelgroepen met dezelfde ondersteuning aan de slag kunnen. Elke behoefte is individueel. Het is aangewezen om in samenwerking met de juiste partners tools op maat van de verschillende subdoelgroepen uit te werken (zie ook punt 2.3 'partners en kanalen'). Hoe meer de **informatie op maat** is, hoe beter en gemakkelijker de keuze kan worden gemaakt.

CONCRETE ACTIE 7: Trekkingsrechten aanwenden om te ondersteunen

- Het oprichten van een solidariteitsfonds om kansentarieven te voorzien voor autodelen. Dit kan bv. via de ontwikkeling van autodeelcheques die mensen met een verhoogde tegemoetkoming kunnen aankopen aan een verlaagd tarief, via een derdebetalerssysteem, via de (gedeeltelijke) borgstelling door een derde partij voor mensen met een verhoogde tegemoetkoming...
Kostprijs: afhankelijk van het plafond dat de gemeente wenst in te stellen € 5.000 à € 15.000.
- Het inrichten van een adviespunt rond duurzame mobiliteit voor bedrijven in de regio inclusief de mogelijkheden om over te stappen op autodelen.
Kostprijs: ca. € 2.500.
- De organisatie van terugkerende informatieavonden en infostanden over alle vormen van autodelen.
Kostprijs: ca. € 500 per infosessie.



- Periodiek organiseren van een autodeelloket in buurthuizen, gemeentehuis, bibliotheken enz. Hier krijgt men neutrale info over autodelen (en andere duurzame mobiliteitsoplossingen). Ook te gebruiken om mensen te helpen een wagen te reserveren (voor wie bv. zelf geen smartphone en/of internet heeft)...
- Het promoten van de prijsvergelijker www.savewithcarsharing.be waarbij men voor de eigen situatie een financiële vergelijking kan maken tussen autobezit en autodelen.
- Het opleiden van personeel van OCMW en/of Sociaal huis met het oog op het correct informeren en ontzorgen van kwetsbare doelgroepen op gepaste tijdstippen. Speciale aandacht gaat daarbij naar de tool www.savewithcarsharing.be.
- Het opvolgen en bijhouden van binnenkomende vragen van geïnteresseerde inwoners en het met elkaar in contact brengen van matchende profielen voor het opstarten van bijkomende (particuliere) deelprojecten.

2.2.5 Onderhouden en verbinden

Kiezen voor autodelen is één ding. Het blijven doen is iets anders. Herhaling en een gevoel van verbondenheid creëren is dan ook belangrijk binnen deze gedragsverandering. Probeer top of mind te blijven bij de autodelers en zorg voor **betrokkenheid en interactie rond autodelen** door nu en dan te polsen naar (bijkomende) noden, gerichte feedback te vragen, het inzetten van ambassadeurs ...

CONCRETE ACTIE 8: Trekkingsrechten aanwenden om te verbinden

- Het inzetten van autodelers-ambassadeurs (al dan niet tegen een kleine vergoeding voor bv. hun autodeelkosten) in communicatie naar burgers. Zij kunnen zowel een rol spelen als gezicht van communicatiecampagnes, als spreker op infosessies, als bij mond-aan-mond reclame... (zie 'Toolkit autodelen boosten in je buurt')
Kostprijs: ca. € 2.500
- Het voorzien van een (burger)budget om lokale ambassadeurs, autodelers en autodeelorganisaties te laten experimenteren met het verder verspreiden van autodelen op buurniveau.
Kostprijs: afhankelijk van het plafond dat de gemeente wenst in te stellen € 5.000 à € 15.000.



- Het periodiek communiceren over de groeicijfers van autodelen in de gemeente versterkt het gevoel deel uit te maken van een nieuwe hype (of de hype te missen ...).
- Inzetten op beleidsparticipatie door autodelers, bijvoorbeeld door middel van vertegenwoordiging in de adviesraad voor mobiliteit of milieu.
- Het opstarten van een lerend netwerk rond vervoersarmoede met relevante actoren (eerstelijnsorganisaties, adviesraden, academici, lokale autodeelgroepen ...) die deze bezorgdheid delen en die hun schouders willen zetten onder een inclusief autodeelbeleid in de gemeente.

2.3 PARTNERS EN KANALEN

Het is logisch dat permanente communicatie gericht is naar alle inwoners in de gemeente. Maar even belangrijk, of wellicht zelfs belangrijker, is meer gericht communiceren naar een specifiek segment van je inwoners. Zo kan je meer inspelen op de eigenschappen en gevoeligheden van deze doelgroep en meer informatie en ondersteuning op maat aanbieden. Zo is het uiterst zinvol om een meer intensieve campagne te voeren in bepaalde regio's van de gemeente. Autodelen is immers bij uitstek een buurtverhaal dat een bijkomende dynamiek kan geven aan de buurt of wijk. Naast de standaard gemeentelijke kanalen en de klassieke advertentiekkanalen (pers, billboards, social media...), zullen dus ook andere kanalen en vooral communicatiepartners een grote rol spelen in het succes van autodelen.

We lijsten hieronder, niet limitatief, enkele potentiële partners (en kanalen) op per potentiële doelgroep. Doe deze oefening voor je eigen gemeente.

DOELGROEPEN	KANALEN EN PARTNERS RICHTING DOELGROEP (VOORBEELDEN)
BURGERS OP TRANSITIEMOMENTEN	Loket rijbewijzen, rij scholen, rijexamencentra, keuringscentra, welkomstpakket/moment nieuwe inwoners, start nieuwe ondernemingen ...
MENSEN MET INTERESSE IN MILIEU	Milieuorganisaties, alternatieve festivals, burgercoöperaties ...
MENSEN DIE ALTERNATIEVE VERVOERSWIJZEN REEDS KENNEN EN GEBRUIKEN : FIETS, BUS, TREIN	Station, bushaltes, fietsenstallingen, fietshandelaars, fietsherstel, Repair Cafés
MENSEN DIE GEEN (TWEEDE) WAGEN KUNNEN BETALEN	Armoedeverenigingen, opbouwwerk, seniorenverenigingen, Uitpas, OCMW, Sociaal huis, scholen...
MENSEN DIE ELKAAR KENNEN EN VERTROUWEN	Buurtcomités, lokale lidverenigingen, collega's, Buurtwerkers, schoolcomités, dorps- en buurthuizen, lokale dienstencentra, bestaande autodeelgroepen en vrijwilligers ...
MENSEN DIE OP FIETSAFSTAND VAN HET WERK WONEN	Lokale werkgevers met grotendeels lokale rekrutering (vb. met focus op MVO)
MENSEN MET INTERESSE IN CIRCULAIRE ECONOMIE (repareren, geven, delen, tweedehands...)	Repair Cafés, LETS, tweedehandsbeurzen (vb. van Gezinsbond), rommelmarkten
MENSEN DIE ZICH NIET DAGELIJKS VERPLAATSEN (thuiswerkers, immobiele mensen, gepensioneerden...)	Seniorenverenigingen, voorzieningen voor mensen met een beperking, lokale handelaars, thuiszorgdiensten ...
BREDE, DIVERSE BEVOLKING	Adviesraden van de gemeente (seniorenraad, adviesraad etnisch-culturele diversiteit, adviesraad toegankelijkheid...)
KWETSBARE DOELGROEPEN	Sociale huisvestingsmaatschappijen, Logo, OCMW, sociaal huis, tewerkstellinginstanties, sociale economie bedrijven, zelforganisaties Integratiediensten/-centra, welzijnsorganisaties, assistentiewoningen, Minder Mobielen centrales, onderwijs- en vormingsinstellingen (zoals CVO, basiseducatie, Avansa, Huis van het Nederlands), thuiszorgdiensten ...

3. SUCCESVOL AUTODEELBELEID (FLANKERENDE MAATREGELEN)

Om het autodelen succesvol te lanceren is het wenselijk om het autodelen op een gestructureerde manier te verankeren in het beleid. Daarbij wordt bij voorkeur een coördinator aangesteld voor alle autodelengerelateerde projecten die de voortgang van autodelen over de grenzen van beleidsdomeinen heen bewaakt, de verschillende deelprojecten op elkaar afstemt en een intern en extern aanspreekpunt vormt. Deze coördinator waakt ook over de verankering in het meerjarenplan, het voorzien van de nodige budgetten en de tijdige bijsturing en evaluatie van het autodeelbeleid en de communicatiestrategie.

CONCRETE ACTIE 9: Trekkingsrechten aanwenden voor flankerende maatregelen

- Het (laten) vastleggen van de beleidsvisie op autodelen in een autodeelactieplan (legt de ambities en doelstellingen vast voor de komende 5 jaar). Dit kan met de ondersteuning van Autodelen.net.

Kostprijs: € 3.000



- Het aanstellen van één centraal aanspreekpunt (coördinator) voor autodelen in de gemeente. Deze persoon of dienst zorgt voor de coördinatie van de verschillende beleidsdomeinen die worden betrokken bij de uitrol van het autodeelbeleid en bewaakt de voortgang van autodelen in de gemeente. Zowel de verschillende diensten als inwoners en stakeholders kunnen bij deze ambassadeur voor autodelen terecht met vragen en opmerkingen.
- Het jaarlijks evalueren en bijsturen van het autodeelbeleid in de gemeente. Dit kan onder meer door het opvragen van de gebruikscijfers voor autodelen en het afnemen van een jaarlijkse bevraging (ism. diverse partners) om een beeld te krijgen welke profielen worden bereikt met autodelen en welke niet. Er wordt nagegaan wat de bestaande drempels en noden zijn.
- Het jaarlijks nagaan of alle infokanalen nog up-to-date zijn en alle betrokken medewerkers de meest recente info kennen en uitdragen.
- Het actief opvolgen van de ontwikkelingen rond autodelen op door bv. abonneren op nieuwsbrieven van Autodelen.net, volgen van studiedagen... Om zo het voortschrijdend inzicht te implementeren in het autodeelbeleid.
- Het structureel integreren van autodelen bij nieuwe woningbouwprojecten ([zie inspiratieboek gedeelde mobiliteit bij woningbouw](#)).
- Het uitrollen van een aangepast parkeerbeleid dat autodelers de kans geeft om steeds gratis de deelwagens te kunnen parkeren in de eigen buurt. Daarnaast worden voorbehouden parkeerplaatsen voorzien voor deelwagens van aanbieders met eigen vloot en eventueel voor particuliere deelwagens. Maak de deelwagens visueel herkenbaar door acties beschreven onder het punt supra 'Toegangspunten zichtbaar maken op het terrein'.
- Als stad of gemeente kan je ook voor een stimulerende context zorgen. Hierbij maak je de duurzame vervoersmodi de beste oplossing en maak je de eigen wagen minder aantrekkelijk. Bijvoorbeeld: minder parkeerplaats of hogere parkeerkosten, invoeren van LEZ, betalende bewonerszone, aanpassing van je ruimtelijke ordening ten voordele van de fiets, ...

BIJLAGE 1: LEKP VOORBEELDPROJECTEN

Hieronder geven we enkele mogelijke combinaties van acties die gemeenten kunnen nemen in het kader van het LEKP. Merk op dat we hier enkel de acties vermelden waar financiële middelen tegenover staan, ook de tips die hierboven worden beschreven zijn uiteraard van belang om het geheel te doen slagen.

VOORBEELDPROJECT 1: START MET AUTODELEN IN JE GEMEENTE/STAD	KOSTPRIJS
IDEAAL VOOR - Gemeenten waar nog geen autodeelaanbod is - Gemeenten wiens dienstwagens aan vervanging toe zijn	
DOEL Het autodelen lanceren	
WAT Met dit project geef je als gemeente/stad het goede voorbeeld door in te zetten op autodelen en je burgers te stimuleren om ook de overstap te wagen. De volgende acties maken onder andere deel uit van dit project: - Het vervangen van de gemeentelijke dienstwagens door autodelen met behulp van afnamegarantie (start met minstens 2 deelwagens). € 10.000 à € 16.000 - Het bestickeren van de nieuwe deelwagens OF het visueel aantrekkelijk inrichten van de autodeelstandplaatsen. € 1.000 - Het financieel ondersteunen van autodelen. Voorbeelden zijn: het (eerste) lidgeld van een autodeelorganisatie terugbetalen aan inwoners, organisaties en bedrijven; voordelen in natura voor autodelers (zoals een (korting op) jaarabonnement op het openbaar vervoer, korting bij taxigebruik, korting op culturele activiteiten...), het toekennen van een mobiliteitsbudget aan inwoners die een nummerplaat indienen ... € 6.000 - Het opzetten van gemeentebrede algemene informatiecampagnes rond alle vormen van autodelen. € 15.000 - De organisatie van terugkerende informatieavonden en infostanden over alle vormen van autodelen. € 500/ sessie - Het (laten) vastleggen van de beleidsvisie op autodelen in een beleidsdocument incl. acties om de beoogde doelstellingen te halen. Dit kan met de ondersteuning van Autodelen.net. € 3.000	
TOTALE KOST	€ 40.000 à € 50.000

IDEAAL VOOR

- Gemeenten waar al enig aanbod is
- Steden en gemeenten met enthousiaste burgers en/of een geëngageerd middenveld
- Steden en gemeenten die vrij veel personeelstijd kunnen investeren in het autodelen

DOEL

De kritische massa aan autodelers verhogen

WAT

Dit project beoogt je burgers massaal te activeren om zelf autodeelprojecten op te zetten.

De volgende acties maken onder andere deel uit van dit project:

- | | |
|---|---------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Het intekenen op de startbegeleiding van de particulier autodeelorganisatie Cozywheels of Dégage voor lokale overheden. | € 3.000 |
| <ul style="list-style-type: none"> • Het installeren van een subsidie voor de aankoop van elektrische wagens door particulieren op voorwaarde dat zij hem delen met buurtbewoners (bv. € 3.000 per voertuig op voorwaarde dat de wagen met minstens 4 andere gezinnen op een structurele manier gedeeld wordt). | € 12.000 |
| <ul style="list-style-type: none"> • Het inzetten van autodelers-ambassadeurs (al dan niet tegen een kleine vergoeding voor bv. hun autodeelkosten) in communicatie naar burgers. Zij kunnen zowel een rol spelen als gezicht van communicatiecampagnes, als spreker op infosessies, als bij mond-aan-mond reclame... (zie ‘Toolkit autodelen boosten in je buurt’). | € 2.500 |
| <ul style="list-style-type: none"> • Het opzetten van gerichte communicatiecampagnes rond autodelen door bv. samenwerking met buurtwerk, buurtcentra, scholen, wijkverenigingen, lokale handelaars en/of bedrijven waarbij de lokale ambassadeurs het gezicht zijn van de campagne. | € 7.000 |
| <ul style="list-style-type: none"> • Het voorzien van een (burger)budget om lokale ambassadeurs, autodelers en autodeelorganisaties te laten experimenteren met het versterken van autodelen op buurtniveau. | € 10.000 |
| <ul style="list-style-type: none"> • De organisatie van terugkerende informatieavonden en infostanden over alle vormen van autodelen | € 500/ sessie |

TOTALE KOST

(afhankelijk aantal inwoners gekozen regio/stad)

KOSTPRIJS

€ 3.000

€ 12.000

€ 2.500

€ 7.000

€ 10.000

€ 500/ sessie

€ 55.000 à
€ 75.000

VOORBEELDPROJECT 3: IEDEREEN DEELT MEE	KOSTPRIJS
IDEAAL VOOR • Steden (of gemeenten) waar het autodelen al goed ingeburgerd is • Samenwerkingsverbanden van steden en gemeenten (zoals bv de vervoerregio)	
DOEL Het bereik van autodelen maximaliseren	
WAT Met dit project zet je in op het maken van een gemeentebreed verhaal van autodelen. Van bedrijven en organisaties tot kwetsbare burgers, iedereen wordt betrokken. De volgende acties maken onder andere deel uit van dit project: • Het voorzien van subsidies voor organisaties en/of bedrijven die starten met autodelen. • De opmaak en verspreiding van een overzichtsfolder betreffende het aanbod van autodelen in de gemeente. • Het opzetten van gerichte communicatiecampagnes rond autodelen (zowel algemeen als bv. per wijk) door bv. samenwerking met buurtwerk, buurtcentra, scholen, wijkverenigingen, lokale handelaars en/of bedrijven.... • Het uitrollen van testprojecten bv dmv de invoering van gratis probeercheques, het uitrollen van delende buurten projecten,... • Het oprichten van een solidariteitsfonds om (eventueel ism met de vervoerregioraad) kansentarieven te voorzien voor autodelen. Dit kan bv via de ontwikkeling van autodeelcheques die mensen met een verhoogde tegemoetkoming kunnen aankopen aan een verlaagd tarief, via een derde betaler systeem, via de (gedeeltelijke) borgstelling door een derde partij voor mensen met een verhoogde tegemoetkoming ... • Het inrichten van een adviespunt rond duurzame mobiliteit voor bedrijven in de regio inclusief de mogelijkheden om over te stappen op autodelen. • De organisatie van terugkerende informatieavonden en infostanden over alle vormen van autodelen.	€ 12.000 € 2.500 € 7.000 € 20.000 € 10.000 € 2.500 € 500/ sessie
TOTALE KOST (afhankelijk aantal inwoners gekozen regio/stad)	€ 55.000 à € 75.000

- Steden (of gemeenten) waar het autodelen al goed ingeburgerd is
- Samenwerkingsverbanden van steden en gemeenten (zoals bv de vervoerregio)

Het bereik van autodelen maximaliseren

Met dit project zet je in op het maken van een gemeentebreed verhaal van autodelen. Van bedrijven en organisaties tot kwetsbare burgers, iedereen wordt betrokken.

- | | |
|--|---------------|
| • Het voorzien van subsidies voor organisaties en/of bedrijven die starten met autodelen. | € 12.000 |
| • De opmaak en verspreiding van een overzichtsfolder betreffende het aanbod van autodelen in de gemeente. | € 2.500 |
| • Het opzetten van gerichte communicatiecampagnes rond autodelen (zowel algemeen als bv. per wijk) door bv. samenwerking met buurtwerk, buurtcentra, scholen, wijkverenigingen, lokale handelaars en/of bedrijven.... | € 7.000 |
| • Het uitrollen van testprojecten bv dmv de invoering van gratis probeercheques, het uitrollen van delende buurten projecten,... | € 20.000 |
| • Het oprichten van een solidariteitsfonds om (eventueel ism met de vervoerregioraad) kansentarieven te voorzien voor autodelen. Dit kan bv via de ontwikkeling van autodeelcheques die mensen met een verhoogde tegemoetkoming kunnen aankopen aan een verlaagd tarief, via een derde betaler systeem, via de (gedeeltelijke) borgstelling door een derde partij voor mensen met een verhoogde tegemoetkoming ... | € 10.000 |
| • Het inrichten van een adviespunt rond duurzame mobiliteit voor bedrijven in de regio inclusief de mogelijkheden om over te stappen op autodelen. | € 2.500 |
| • De organisatie van terugkerende informatieavonden en infostanden over alle vormen van autodelen. | € 500/ sessie |

(afhankelijk aantal inwoners gekozen regio/stad)

BIJLAGE 2: OVERZICHTSLIJST ACTIES VOOR LEKP

CONCRETE ACTIE 1: Trekkingsrechten aanwenden voor degressieve afnamegarantie

Maximale prijs van de jaarlijkse afnamegarantie.

	JAARLIJKSE MAXIMALE KOST	OPSTARTKOST (ÉÉNMALIG)
INTEGRATIE EIGEN WAGEN	€ 600 - € 6.000	€ 500 – € 2.000
DEELWAGEN AANBIEDER	€ 4.800 - € 9.600	€ 1.000 - € 2000

Het is uiteraard de bedoeling dat deze prijs gevoelig daalt doordat de zowel het gemeentepersoneel als de inwoners meer en meer gebruik maken van het autodeelsysteem.

CONCRETE ACTIE 2: Trekkingsrechten aanwenden om particulier autodelen te ondersteunen

- Het installeren van een subsidie voor de aankoop van elektrische wagens door particulieren op voorwaarde dat zij hem delen met buurtbewoners (Autodelen.net adviseert dat de wagen structureel gedeeld wordt met minstens 4 andere gezinnen).
Kostprijs: afhankelijk van plafond dat gemeente wil instellen. Autodelen.net adviseert tussenkomsten van € 2.000 à € 4.000 per gedeelde elektrische wagen.
- Het intekenen op de startbegeleiding van de particulier autodeelorganisatie Cozywheels of Dégage voor lokale overheden. Hierbij worden x-aantal infosessies georganiseerd, mensen samengebracht en actieve promotie gemaakt voor het delen van eigen wagens
Kostprijs: € 2.000 à € 4.000 /jaar

CONCRETE ACTIE 3: Trekkingsrechten aanwenden voor innovatieve samenwerking

Het uitwerken van een subsidie voor organisaties en/of bedrijven die starten met autodelen. Dit kan vb. ingezet worden voor:

- Het inbouwen van een boordcomputer bij bestaande dienstwagens in eigendom van een organisatie of bedrijf.
Kostprijs: zie degressieve afnamegarantie
- Een communicatiebudget om te communiceren over de opstart.
Kostprijs: afhankelijk van plafond dat gemeente wil instellen.
- Een ondersteuning door Autodelen.net bij de opstart.
Kostprijs: € 3.000 à € 5.000

CONCRETE ACTIE 4: Trekkingsrechten aanwenden om aandacht te trekken

- De gemeentelijke deelwagens worden voorzien van aangepaste bestickering.
Kostprijs: ca. € 1.000
- Het voorzien van herkenbare, vaste, voorbehouden standplaatsen autodelen met een opvallende inkleding (neutrale informatieborden, spuitsjablonen.)
Kostprijs: ca. € 1.500 voor de eerste standplaats, daarna ca. € 500 à 1.000 per extra standplaats.

CONCRETE ACTIE 5: Trekkingsrechten aanwenden om te informeren

- Het opzetten van gemeentebrede algemene informatiecampagnes rond alle vormen van autodelen.
Kostprijs: ca. € 10.000 à € 20.000
- De organisatie van terugkerende informatieavonden en infostanden over alle vormen van autodelen.
Kostprijs: ca. € 500 per infosessie
- De opmaak en verspreiding van een overzichtsfolder betreffende het aanbod van autodelen in de gemeente.
Kostprijs: ca. € 1.000

CONCRETE ACTIE 6: Trekkingsrechten aanwenden om te overtuigen

- Het opzetten van gerichte communicatiecampagnes rond autodelen door bv. samenwerking met buurtwerk, buurtcentra, scholen, wijkverenigingen, lokale handelaars en/of bedrijven....
Kostprijs: ca. € 5.000 à € 15.000 (Advies door Autodelen.net kan vanaf € 3.000)
- Het financieel ondersteunen van autodelen. Voorbeelden zijn: het (eerste) lidgeld van een autodeelorganisatie terugbetalen aan inwoners, organisaties en bedrijven; voordelen in natura voor autodelers (zoals een (korting op) jaarabbonnement op het openbaar vervoer, korting bij taxigebruik, korting op culturele activiteiten...), het toekennen van een mobiliteitsbudget aan inwoners die een nummerplaat indienen...
Kostprijs: afhankelijk van het plafond dat de gemeente wenst in te stellen ca. € 1.000 à € 10.000.
- Het uitrollen van testprojecten bv. dmv de invoering van gratis probeercheques en het uitrollen van delende buurten projecten (zie toolkit delende buurten voor gemeenten).
Kostprijs: ca. € 20.000

CONCRETE ACTIE 7: Trekkingsrechten aanwenden om te ondersteunen

- Het oprichten van een solidariteitsfonds om kansentarieven te voorzien voor autodelen. Dit kan bv. via de ontwikkeling van autodeelcheques die mensen met een verhoogde tegemoetkoming kunnen aankopen aan een verlaagd tarief, via een derdebetalerssysteem, via de (gedeeltelijke) borgstelling door een derde partij voor mensen met een verhoogde tegemoetkoming...
Kostprijs: vanaf € 10.000 maar afhankelijk van het aantal mensen er van dit systeem kunnen/willen gebruik maken.
- Het inrichten van een adviespunt rond duurzame mobiliteit voor bedrijven in de regio inclusief de mogelijkheden om over te stappen op autodelen
Kostprijs: €2.500 (vb via freelancer)
- De organisatie van terugkerende informatieavonden en infostanden over alle vormen van autodelen.
Kostprijs: €500 per infosessie

CONCRETE ACTIE 8: Trekkingsrechten aanwenden om te verbinden

- Het inzetten van autodelers-ambassadeurs (al dan niet tegen een kleine vergoeding voor bv. hun autodeelkosten) in communicatie naar burgers. Zij kunnen zowel een rol spelen als gezicht van communicatiecampagnes, als spreker op infosessies, als bij mond-aan-mond reclame... (zie 'Toolkit autodelen boosten in je buurt').
Kostprijs: ca. € 2.500
- Het voorzien van een (burger)budget om lokale ambassadeurs, autodelers en autodeelorganisaties te laten experimenteren met het verder verspreiden van autodelen op buurniveau.
Kostprijs: afhankelijk van het plafond dat de gemeente wenst in te stellen € 5.000 à € 15.000.

CONCRETE ACTIE 9: Trekkingsrechten aanwenden voor flankerende maatregelen

- Het (laten) vastleggen van de beleidsvisie op autodelen in een autopdeelactieplan (legt de ambities en doelstellingen vast voor de komende 5 jaar). Dit kan met de ondersteuning van Autodelen.net.
Kostprijs: € 3.000

COLOFON

Deze inspatiegids werd gepubliceerd op 27 mei 2021 naar aanleiding van het Lokaal Energie- en KlimaatPact (LEKP) van de Vlaamse overheid.

Voor bijkomende vragen kan u terecht bij Jeffrey Matthijs, directeur van Autodelen.net: op 0495/88.34.98 en/of overheden@autodelen.net.

Overname en gebruik van deze publicatie wordt aangemoedigd mits bronvermelding. Deze brochure is louter ter informatie opgesteld. De uitgever noch de auteurs kunnen aansprakelijk gesteld worden voor onjuiste gegevens.

Copyright © 2021 Autodelen

Tekst en vormgeving: Autodelen.net

Foto's: Jasper Leonard

