

**DOEL!**
VAN 27% → 40% DUUR-  
ZAME VERPLAATSINGEN
IN '30

**THEMA:** COMMUNICATIE BIJ GEDRAGSVERANDERING  
**VERSLAGGEVER:** Mark Thoelen

**1** Vraag & antwoord.

**2**

Wat nemen we mee m.b.t. dit thema,  
 wat is **belangrijk en/of interessant** voor ons hier in Limburg,  
 omdat het ons kan helpen in het realiseren van ons doel?

goede analyse  
en definiëring  
van doelgroepen

betrokkenheid  
vergroten

stille meerderheid  
versus  
weerstandsgroepen.  
focus op het eerste:

informereren

voordelen van  
nieuw gedrag /  
systeem benoemen

feedback  
voorzien op  
vragen

aanknopingspunten  
vinden met  
maatschappelijke  
thema's

**3**

Wat is er **nodig, van wie**, om met dit thema  
 tot een gedragsverandering te komen in functie van ons doel?

communicatie  
heeft herhaling  
en tijd nodig

communicatie  
positief en  
duidelijk insteken

benadruk de  
financiële impact

ambassadeurs nodig  
in verschillende  
doelgroepen

**DOEL!**  
**VAN 27% → 40% DUUR-  
 ZAME VERPLAATSINGEN**  
**THEMA: HOPPINPUNTEN - groep 1**  
**IN '30**  
**VERSLAGGEVER: Ralph Urlings**

**1** Vraag & antwoord.

**2**

Wat nemen we mee m.b.t. dit thema,  
 wat is **belangrijk en/of interessant** voor ons hier in Limburg,  
 omdat het ons kan helpen in het realiseren van ons doel?

Kan antwoord bieden op de vraag of 2e wagen nog nodig is.

toegankelijkheid is KEY: het moet gegarandeerd werken

Mensen op het OV krijgen, en houden.

Overstappen zou vlot moeten gaan.

Communicatie: waarom, wat, waar?

Gemak ten opzichte van betaalbaarheid (kluis, fiets huren,...)

bepalen van mankracht en prioriteit binnen de gemeente.

**3**

Wat is er **nodig, van wie**, om met dit thema tot een gedragsverandering te komen in functie van ons doel?

Raamcontract voor vb fietskluisen, bebording,...

Juiste oriëntatie van zuilen en borden

makkelijk toegankelijke info via de app

imago-campagne: niet enkel voor niet-autogebruikers

totaaloplossing vraagt ook aandacht voor veilig fietsparkeren

aangename wachtplekken (wifi,...)

quid bouwvergunning?

eerste ervaring van aanbod en infra moet positief zijn, we leggen de lat meteen hoog

faciliteren door werkgever, fietsen,...

# VAN 27% → 40% DUURZAME VERPLAATSINGEN

DOEL!

THEMA: HOPPINPUNTEN - groep 2

VERSLAGGEVER: Dominique Van Dijk

IN '30

**1** Vraag & antwoord.

**2**

Wat nemen we mee m.b.t. dit thema, wat is **belangrijk en/of interessant** voor ons hier in Limburg, omdat het ons kan helpen in het realiseren van ons doel?

gedrag gaat maar wijzigen als er een mobiliteitsaanbod is

locatie bekendheid gemakkelijk aangenaam

belang van goede eerste indruk

samenbrengen van lokale en bovenlokale plannen: meteen, niet achteraf

uitbreidbaar, ook naar bedrijventerreinen

werkgeversaangepak (bedrijven kijken hoe ze bereikbaar zijn)

**3**

Wat is er **nodig, van wie**, om met dit thema tot een gedragsverandering te komen in functie van ons doel?

**1. kennis: wie doet wat**

stappenplan, handleiding, ondersteuning richting gemeentes die nu te weinig kennis en koudwatervrees hebben

netwerk- studiedag

ook online beschikbaar

**2. coördinatie van uitrol / aanbieders / netwerk**

**projectleider**

**3. communicatiecampagne van bovenaf met zelfde boodschap op verschillende niveaus**

samenwerking van verschillende partners VDAB, scholen, werkgevers

**4. kwetsbare groepen niet vergeten**

# DOEL! VAN 27% → 40% DUURZAME VERPLAATSINGEN IN '30

**THEMA:** REKENINGRIJDEN - groep 1 en 2  
**VERSLAGGEVER:** Ronald Wolfs en Nele Meex

## 1 Vraag & antwoord.

## 2 Wat nemen we mee m.b.t. dit thema, wat is **belangrijk en/of interessant** voor ons hier in Limburg, omdat het ons kan helpen in het realiseren van ons doel?

- modal shift = het waarom
- doel: verhouding in € tussen bezit en gebruik veranderen
- elke vorm van mobiliteit tegen de juiste prijs
- brede amplitude OV, verknoopt in ruimte en tijd
- rekening houden met ECHT alternatieven voor de auto: ruim aanbod deelwagens,.. snel en divers
- Vlaanderen als pionier, met ambitie om ruimer te gaan. Politieke moed.
- pilootprojecten: leren en de beste van de klas worden
- lokale kennis nodig
- leer uit de fouten van aanpak vrachtverkeer
- samenwerking met steden en gemeenten
- rekening houden met gebiedstypologie en lengte van verplaatsing
- gedifferentieerd tarief: afhankelijk van wegtype, segment, lengte van de rit en beschikbaarheid van alternatieven, aantal passagiers
- maar ook: sociaal aspect: mensen in armoede
- inkomsten transparant herbesteden in alternatief

## 3 Wat is er **nodig, van wie**, om met dit thema tot een gedragsverandering te komen in functie van ons doel?

- app met kostprijs van een rit (zelfs nog los van rekeningrijden: bewustzijn verhogen)
- zijn en honing, in die volgorde
- hervorming fiscaliteit bedrijfsmobiliteit:
- afschaffen salariswagens door overheid, of: realistische prijs
- deelmobiliteit als mogelijkheid door werkgever
- mogelijkheden tot fietslease
- goede communicatie en draagvlakcreatie vooraf aan het rekeningrijden
- prijsverhouding kwaliteit van de alternatieven

# VAN 27% → 40% DUUR- ZAME VERPLAATSINGEN

DOEL!

THEMA: PARKEREN EN TRAJECTCONTROLE

IN '30

VERSLAGGEVER: Dana Deliever en Pamela Uyttendaele

1 Vraag & antwoord.

2

Wat nemen we mee m.b.t. dit thema, wat is **belangrijk en/of interessant** voor ons hier in Limburg, omdat het ons kan helpen in het realiseren van ons doel?

Steden en gemeenten zouden moeten samenwerken ivm parkeren. Communicatie naar de burger wordt zo veel duidelijker.

Samen met de Limburgse gemeenten 1 verhaal brengen: tarief, tijd,...

Weinig vat op private uitbaters van parkings. Zelf regie in handen houden.

Verwerking van info trajectcontroles kan ook op bovenlokaal niveau, is te veel voor kleine gemeenten.

1 gedeelde databank, niet per gemeente (vb: mindervaliden moeten hun nummerplaat nu in elke gemeente registreren)

Wat is er **nodig, van wie**, om met dit thema tot een gedragsverandering te komen in functie van ons doel?

3

In het regionaal mobiliteitsplan acties opnemen om bovenlokale afspraken te maken rond vb. financiering trajectcontroles.



# VAN 27% → 40% DUURZAME VERPLAATSINGEN

DOEL!

THEMA: **RUIMTELIJK BELEID**

VERSLAGGEVER: Annemie Rossenbacker

IN '30

**1** Vraag & antwoord.

**2**

Wat nemen we mee m.b.t. dit thema, wat is **belangrijk en/of interessant** voor ons hier in Limburg, omdat het ons kan helpen in het realiseren van ons doel?

vandaag krijgt de auto teveel ruimte itt andere weggebruikers

breder groepen moeten in dit thema getriggerd worden (gemeenten, cultuurhuizen, de mindset in de brede maatschappij)

modal shift zal maar gebeuren als netwerken en randvoorwaarden in orde zijn

**3**

Wat is er **nodig, van wie**, om met dit thema tot een gedragsverandering te komen in functie van ons doel?

stoppen met pleisters plakken: keuzes maken, consequent zijn, op verschillende beleidsniveaus

regionaal duurzaam hoogwaardig OV netwerk

vraagt betere R.O.

nieuwe generaties moeten keuzes maken waar ze gaan wonen

vraagt huisvestingsbeleid en nadenken over onroerende voorheffing van wonen in dure stad

positieve signalen: minder interesse voor autobezit bij jongeren

mobiliteit krijgt vaak de problemen op de hals die door andere sectoren gecreëerd zijn

mindshift: ieder maakt zijn keuze, maar ze moet duurzamer zijn

keuze-aanbod zit nu nog niet goed in elkaar: de goede keuze zou voor de hand moeten liggen

samenwerkingen vandaag werken wel, maar randvoorwaarden zijn niet altijd simpel

kleinschalig starten, de kleine groep overtuigen groter maken

goede voorbeelden tonen en duiden met insteek: wij zijn een voorbeeldland

VVR kan goede voorbeelden bundelen en onderling verspreiden

# DOEL!

## VAN 27% → 40% DUURZAME VERPLAATSINGEN

**THEMA: GEDRAGSVERANDERING**  
**VERSLAGGEVER: Sven Lieten**  
 IN '30

**1** Vraag & antwoord.

**2**

Wat nemen we mee m.b.t. dit thema, wat is **belangrijk en/of interessant** voor ons hier in Limburg, omdat het ons kan helpen in het realiseren van ons doel?

We moeten meer de focus leggen op de persoonlijke motivatie.

Maatschappelijk faciliteren is super belangrijk, vb een **tijdsvergoeding** ipv een fietsvergoeding!

Een gejaagd leven zorgt ervoor dat ik automatisch voor de auto kies. Gezinnen met kinderen moeten haast vaak ook voor de auto kiezen in kader van Taxi mama/papa.

Wat is er **nodig, van wie**, om met dit thema tot een gedragsverandering te komen in functie van ons doel?

**3**

Respect voor ieders mening

5% regel is een zeer goede insteek – Pecha Kucha Helmut was in zekere zin bevrijdend omdat niemand gestigmatiseerd wordt. Er wordt gespeeld op het persoonlijk verantwoordelijkheidsgevoel, de intrinsieke motivatie.

We moeten projectmatiger en integraler werken. Dus niet enkel infra, maar ook op gedrag, communicatie, ....  
Opmaak van een globaal Limburgs plan, waarbij het de doelstelling moet zijn om meer mogelijkheden aan de Limburgers aan te bieden om zich duurzamer te verplaatsen. Dit kan best meegenomen worden in het definitieve mobiliteitsplan.

Harmoniseren van beleid en regelgeving: één parkeerverordering, één snelheidsbeleid, één .... In gans Limburg. Uitdaging voor het RMP, op te nemen als aanbeveling.

Focus leggen op één netwerk vb fietsen zodat daar resultaat geboekt kan worden. Als we de middelen over alle middelen verdelen, dan is de vooruitgang slechts beperkt zichtbaar.

Inzetten op Kinderen en Jeugd, zij zijn de toekomst. Via hen proberen de volwassenen hun gedrag te beïnvloeden.

Op het vlak van Klimaat zijn we te weinig ambitieus (40/60). We gaan er zo niet komen. De voertuigkilometers moeten echt wel op korte termijn drastisch omlaag. 15% is een absoluut minimum. We moeten weg van de kip-en-ei discussie. Er is in Limburg geen OV 's avonds, dus is OV geen optie. Dus er moet veel meer geld geïnvesteerd worden in OV willen we effectief de Modal Shift beïnvloeden.

**VAN 27% → 40% DUUR-  
ZAME VERPLAATSINGEN**  
IN '30

**1**

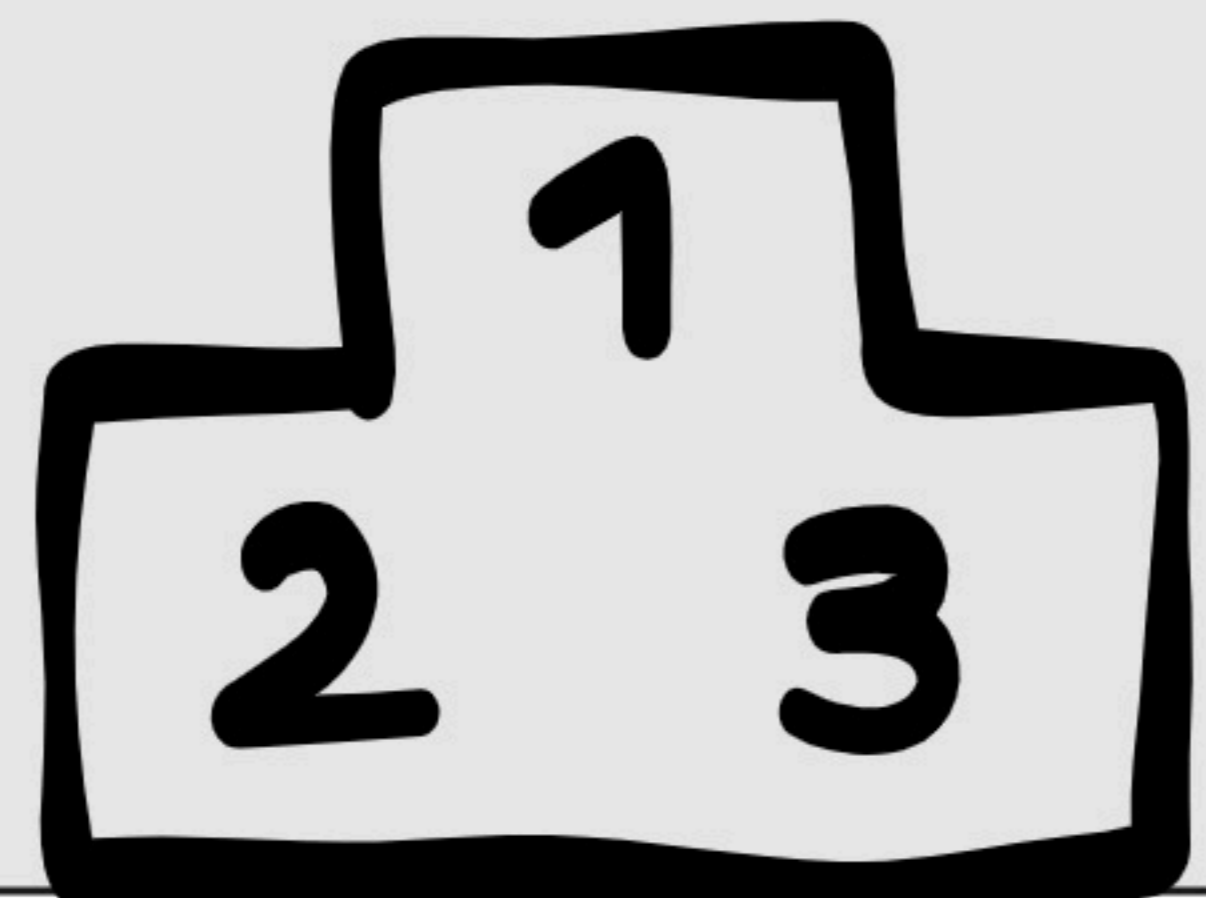
Hoe kunnen en willen 86 deelnemers van het mobiliteitsatelier hun verplaatsingen verduurzamen?

**INGESTELDHEID**

TOP 3

verplaatsingen < 10 km = fiets of te voet (#6)

noodzakelijke verplaatsingen met de wagen inplannen en bundelen (#8)



- woon-werk te voet of met de fiets (#4)
- duurzame reismodi in vrije tijd - ook vakantie (#4)

varia

niet laten afschrikken door de kans op regen

motiverende en voorbeeldrol opnemen

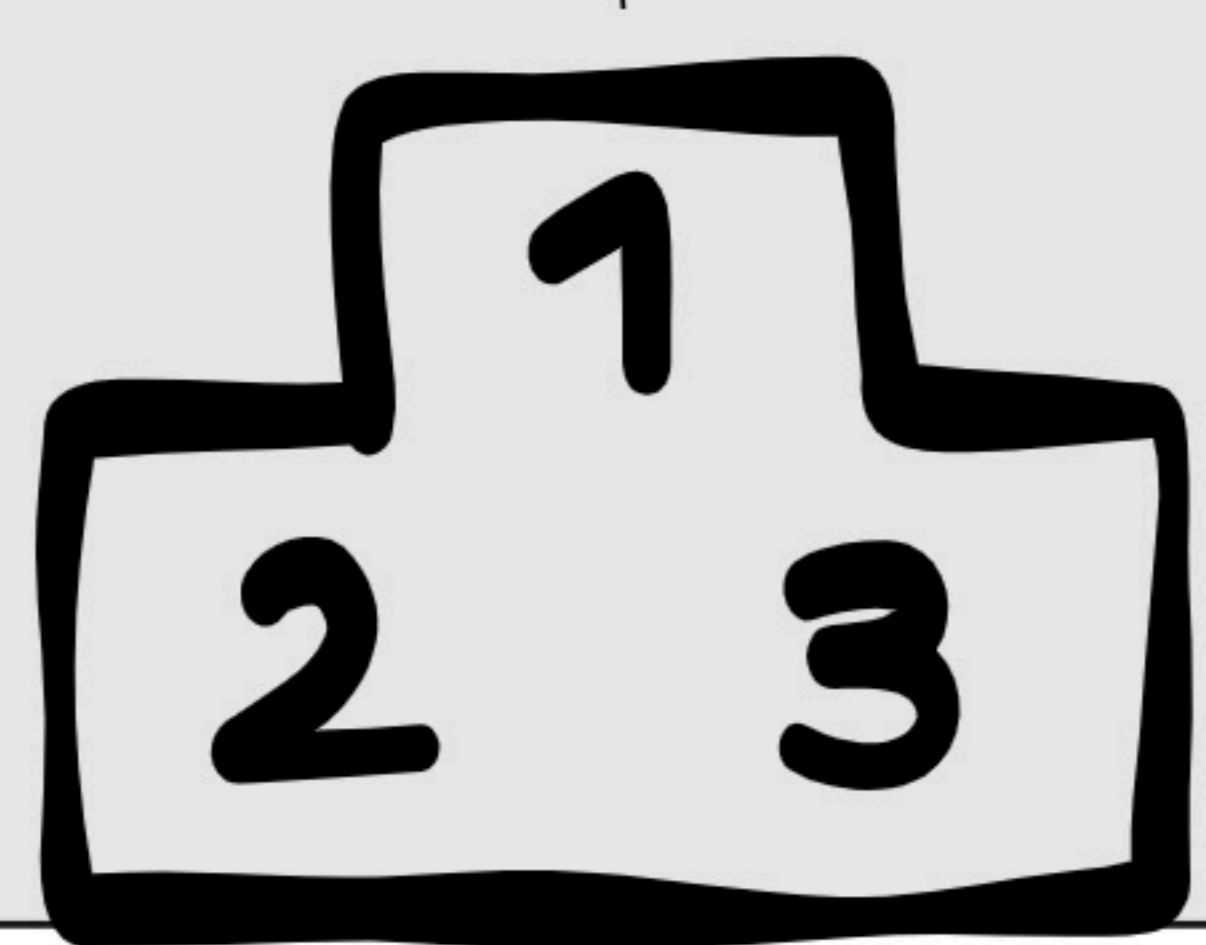
situatie vaak evalueren: wat kan anders?

**ACTIES**

TOP 3

woon-werkafstand verkleinen door verhuis (#7)

e-bike aankopen (#9)



- 1 auto weg (#6)
- thuiswerk verhogen (#6)

varia

carpoolen met ouders ipv papa-taxi

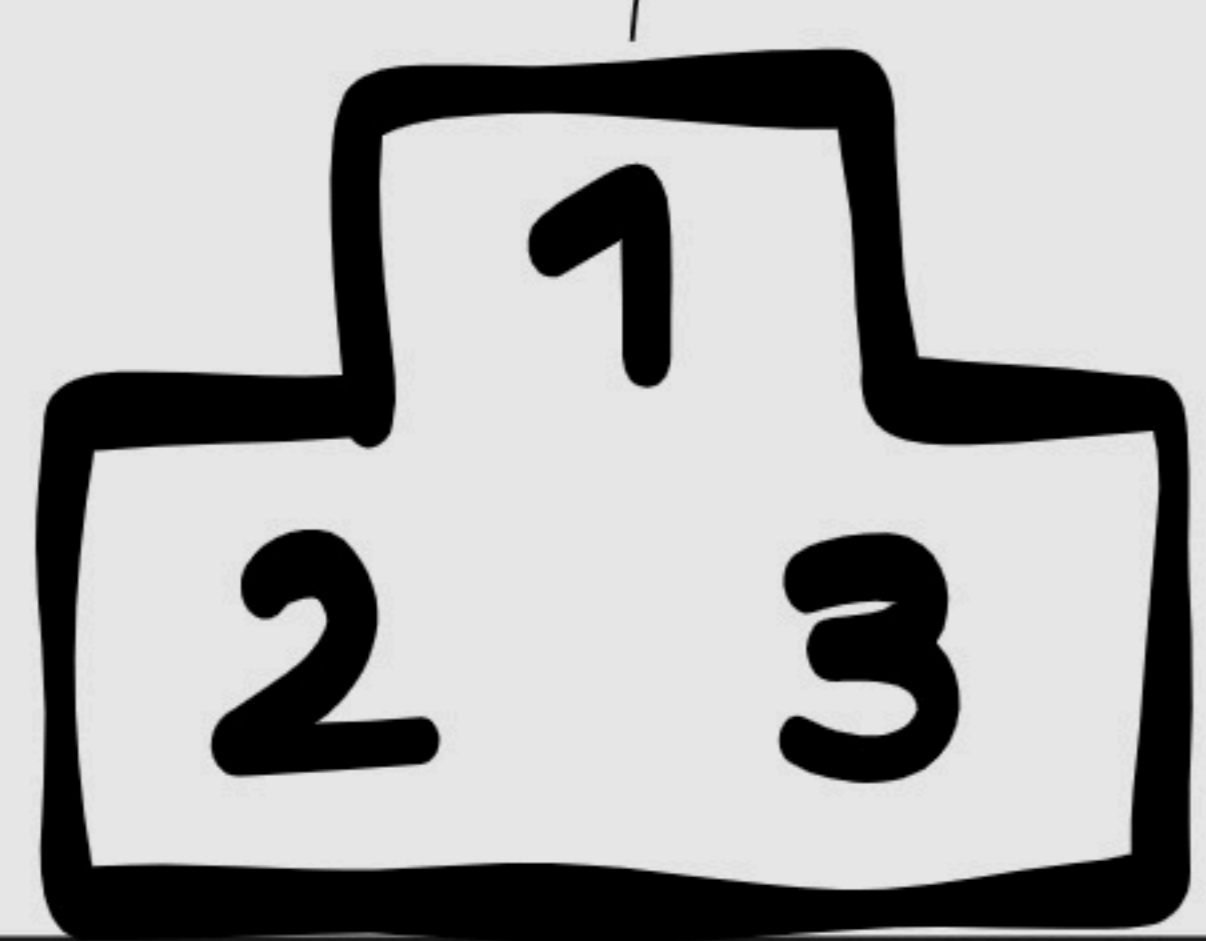
fietstassen kopen (#3)

**FACILITEITEN**

TOP 3

betrouwbaar en vlot OV = ik ga ervoor (#3)

deelwagen in mijn buurt (#4)



bewustwording van kosten autobezit en noodzaak van modal shift (#2)

varia

mijn fiets makkelijker toegankelijk maken dan mijn auto

carpoolapps voor hobbies kinderen

douche-faciliteiten @ work



**VAN 27% → 40% DUUR-  
ZAME VERPLAATSINGEN**  
in '30

**2**

**Welke recepten stellen de deelnemers van het mobiliteitsatelier zoal voor om de Limburgse modal shift te bereiken?**

- fietslease via werk of andere kanalen
- positieve voorbeelden vanuit burgers, bedrijven delen mbt ruimte / mobiliteit / fiets
- combitickets mobiliteit: bus / tram / trein
- combitrips bij gebruik van wagen (werk+boodschappen+familie,...)
- mobiliteit mee overwegen bij nieuwe job
- KI korting bij keuze voor locatie met goede mobiscor

- tarifiëring
- samenwerking en communicatie hoppingunten door iedereen op elke schaal
- bewustwording van de autokost en beloning bij minder autokost
- mensen de kans geven om alternatieven te laten uitproberen
- inzetten op korte verplaatsingen

- nabijheid van noodzakelijke functies
- sensibilisering mbt het weer: het regent niet zo vaak
- focussen op 5% verduurzamen: het hoeft niet meteen ALLES of NIKS te zijn
- kernverdichting -> verhuizen + prijzen voor woningen in de stad
- versterken van lokale netwerken (wijk, opvang,...)

- ISA-technologie inzetten
- verkeersgenererende projecten enkel toestaan obv mobiscor
- parkeernorm vervangen door mobiliteitsnorm
- de regel van Snozzi vaker toepassen
- doorgeefabonnement OV invoeren

- eenvoud in reizen (kaartjes, apps, tarieven, analogoog-digitaal)
- sexy karakter van alternatieve vervoerswijzen
- beroep doen op sociale cohesie (duurzaamheid, milieu,...)
- transparante en eenvoudige informatievoorziening

- betere verknoping van het OV
- algemeen systeem van elektrische deelfietsen
- thuiswerken flexibeler maken
- woonmarkt meer afstellen op mobiliteitssysteem
- fietsvergoeding omhoog, salariswagens en autovergoeding afbouwen
- autoluwe dag, avondklok voor auto's

- parkeerbeleid: max 1 auto op de straat
- kosten van rit met wagen direct zichtbaar maken cfr Cambio
- hoppingunten verknopen in ruimte en tijd met wifi en laders
- transparante en correcte tarieven voor OV, steeds beste tarief ipv verschillende
- stop met vakantiedienstregelingen (denk aan evenementen,...)

- app die inzichtelijk maakt hoeveel een rit kost
- ambassadeurs per doelgroep
- deelauto's op wijkniveau
- scholieren compenseren voor fietsgebruik ipv gratis jaarabonnement OV

**Welke recepten stellen de deelnemers van het mobiliteitsatelier zoal voor om de Limburgse modal shift te bereiken?**

|   |  |  |  |   |  |   |  |  |  |   |
|---|--|--|--|---|--|---|--|--|--|---|
| tarifiëring                                       | samenwerking en communicatie hoppinpunten door iedereen op elke schaal       | bewustwording van de autokost en beloning bij minder autokost                            | mensen de kans geven om alternatieven te laten uitproberen   | inzetten op korte verplaatsingen                            | van jongs af sensibiliseren op school  | een stabiel beleid dat blijft verderbouwen op duurzame mobiliteit                     | goed gedrag belonen: fietsleasing, fietsvergoeding, veilige stallingen,... | slecht gedrag moeilijker maken   |  |   |
| doelgerichte participatie van werkgevers, scholen | positieve communicatie over de voordelen voor klimaat, energie en gezondheid | fietsleaseproject voor medewerkers (fiscaal voordeling, aankoop fiets vs eindejaarsgeld) | goede afstemming openbaar vervoer, voren en natransport  | aantal bedrijfswagens moet omlaag                           | eenvoud in reizen (kaartjes, apps, tarieven, analoog-digitaal)                 | sexy karakter van alternatieve vervoerswijzen   | beroep doen op sociale cohesie (duurzaamheid, milieu,...)                  | transparante en eenvoudige informatievoor ziening                                |  |   |
| volwaardige alternatieven                         | bewustwording creëren  | rekeningrijden   | hoppinpunten op strategische locaties  | zelf het goede voorbeeld geven                              | app die inzichtelijk maakt hoeveel een rit kost                                | ambassadeurs per doelgroep  | deelauto's op wijkniveau   | scholieren compenseren voor fietsgebruik ipv gratis jaarabonnement OV            |  |   |
| ambassadeurs om hun omgeving te overtuigen        | inzetten op kinderen en jongeren   | alternatieven laten testen   | beloning bij inlevering wagen (abo OV of deelwagen)  | deelmobiliteit op wijkniveau, ondersteuning vanuit gemeente | parkeerbeleid: max 1 auto op de straat   | kosten van rit met wagen direct zichtbaar maken cfr Cambio                            | hoppinpunten verknopen in ruimte en tijd met wifi en laders                | transparante en correcte tarieven voor OV, steeds beste tarief ipv verschillende | stop met vakantiedienstregelingen (denk aan evenementen,...)                               |   |
| aanbod OV uitbreiden                              | kleine elektrische deelauto's in stedelijke gebieden                         | geen bedrijfswagens meer   | jongeren alternatieven aanbieden nu ze sowieso minder belang hechten aan de auto als statussymbool | bedrijfswagens automatisch als deelauto's inzetten          | dagelijkse activiteiten / voorzieningen op wijkniveau (wijkmarkt) + deelwagens | persoonlijke voordelen aantonen, vb: gratis OV-abo bij wegdoen wagen                  | basisveiligheid moet eerst op punt   | voldoende opties, drempels zo laag mogelijk, ik moet erop kunnen vertrouwen      | lokale deeleconomie (bakfiets, deelwagen) schrikt minder af maar moeilijker te organiseren |   |
| inspirerende verhalen en goede voorbeelden        | consistent, vaak en eenvoudig communiceren                                   | werkgevers activeren: flexibiliteit bieden, werknemers bevragen ifv mobiliteitsnoden     |  |   | betere verknoping van het OV   | algemeen systeem van elektrische deelfietsen  | thuiswerken flexibeler maken   | woonmarkt meer afstellen op mobiliteitssysteem                                   | fietsvergoeding omhoog, salariswagens en autovergoeding afbouwen                           | autoluwe dag, avondklok voor auto's                   |
| communicatie over acties                          | positieve verhalen delen   | meer inzetten op deelmobiliteit en het maas-concept                                      | maatregelen tegen auto, de auto minder aantrekkelijk maken en investeren in duurzame modi          | educatie bij jongeren                                       | beleid: faciliteren, LT visie, keuzes maken                                    | het waarom van de noodzaak geloofwaardig maken, beter uitleggen                       | integraal beleid   | communicatiecampagne nu!   | funfactor, positieve competitie organiseren  |   |
| nabijheid van noodzakelijke functies              | sensibilisering mbt het weer: het regent niet zo vaak                        | focussen op 5% verduurzamen: het hoeft niet meteen ALLES of NIKS te zijn                 | kernverdichting -> verhuizen + prijzen voor woningen in de stad                                    | versterken van lokale netwerken (wijk, opvang,...)          | financiën: deelwagen vs eigen wagen, 1000 km uitdaging                         | tijdverlies / -winst benadrukken  | imago, kwaliteit OV verbeteren   |  |  |   |
| ISA-technologie inzetten                          | verkeersgenererende projecten enkel toestaan obv mobiscore                   | parkeernorm vervangen door mobiliteitsnorm   | de regel van Snozzi vaker toepassen  | doorgeefabonnement OV invoeren                              | fietslease via werk of andere kanalen  | positieve voorbeelden vanuit burgers, bedrijven delen mbt ruimte / mobiliteit / fiets | combitickets mobiliteit: bus / tram / trein                                | combitrips bij gebruik van wagen (werk+boodschappen+familie,...)                 | mobiliteit mee overwegen bij nieuwe job  | KI korting bij keuze voor locatie met goede mobiscore |