In dit document vind je een overzicht van de meest gestelde vragen tijdens de infosessie communicatie basisbereikbaarheid op 9 en 10 december 2021. Tijdens deze infosessies werd het communicatieplan voor de eerste helft van 2022 toegelicht.

Deze FAQ focust op vragen over de publicatie van de two-pager in het kader van de eerste publiekscampagne. De antwoorden zijn een aanvulling op de PowerPoint-presentatie van de infosessie.

* **Wat is het communicatieplan basisbereikbaarheid?**

In het kader van de uitrol van basisbereikbaarheid werd vanuit het Departement Mobiliteit en Openbare Werken in samenwerking met De Lijn een communicatieplan uitgewerkt. Het huidige plan loopt gedurende de eerste helft van 2022 en bestaat uit vier fasen: informeren, begeleiden, lanceren en motiveren.

Momenteel bevinden we ons in de fase ‘informeren’. In deze fase informeren we Vlamingen over de principes achter basisbereikbaarheid en maken we hen klaar om samen de overstap te maken naar de nieuwe mobiliteitsvisie. Hiervoor ontwikkelen we heldere communicatietools op maat van verschillende doelgroepen.

Ongeveer zes maanden voor de lancering van basisbereikbaarheid starten we de fase begeleiden. Het communicatieplan slaat de brug tussen enerzijds de testfases in functie van de ontwikkeling van de Hoppinapp, en anderzijds de brede publiekscommunicatie, waaronder een eerste publiekscampagne.

* **Wat is de publiekscampagne?**

Centraal in het communicatieplan basisbereikbaarheid voor de eerste helft van 2022 staat een eerste publiekscampagne. Deze campagne loopt van 1 maart 2022 tot en met midden april 2022 en wordt uitgerold in samenwerking met de vervoerregio’s en lokale besturen.

* **Wat is het doel van de publiekscampagne?**

De eerste publiekscampagne maakt deel uit van de fase informeren uit het communicatieplan basisbereikbaarheid. Met de publiekscampagne willen we de Vlaming informeren over de principes achter basisbereikbaarheid en de mobiliteitsswitch die we samen zullen maken. De concrete aanleiding hiervoor zijn onder meer de verschillende praktijktests in functie van de ontwikkeling van de Hoppinapp. Die tests staan gepland in het voorjaar van 2022. De publiekscampagne betekent het startschot van de communicatie over basisbereikbaarheid naar het brede publiek.

* **Is de publiekscampagne een regionale campagne, een campagne vanuit de Vlaamse overheid, of beide?**

De publiekscampagne wordt vanuit de Vlaamse overheid, Departement Mobiliteit en Openbare Werken, gelanceerd in de vijftien vervoerregio’s. Hiervoor bundelen we in het voorjaar van 2022 de krachten met de vervoerregio’s en lokale besturen. De lokale besturen ontvangen het campagnemateriaal vanuit hun vervoerregio.

* **Worden zowel de mobiliteits- als communicatieambtenaren betrokken bij de communicatie over basisbereikbaarheid?**

Om te communiceren over basisbereikbaarheid slaan wij de handen in elkaar met zowel de mobiliteits- als communicatieambtenaren. Wij houden hen op de hoogte via onze [nieuwsbrief ‘Samen communiceren over basisbereikbaarheid’](https://mow.vlaanderen.be/samen-communiceren/). Verder organiseren we regelmatig infosessies. Ook dit wordt gecommuniceerd via de nieuwsbrief.

* **Wat is de two-pager?**

Voor de publiekscampagne bekeken we samen met de vijftien vervoerregio’s – en op basis van de beschikbare informatie – wat we op dit moment kunnen communiceren en hoe we dat het best aanpakken. Het centrale communicatiemiddel wordt een two-pager op maat van elke vervoerregio. De two-pager bestaat uit twee pagina’s die de lokale besturen kunnen opnemen in het infomagazine van hun stad of gemeente.

* De linkerpagina focust op de algemene principes rond basisbereikbaarheid en is voor elke vervoerregio identiek.
* De rechterpagina toont vier regiospecifieke reistrajecten die vertellen hoe we ons in de toekomst kunnen verplaatsen met het openbaar vervoer. Verder vat de pagina in 2 à 3 bullets samen waarop in het gezamenlijk regionaal openbaar vervoerplan wordt ingezet. Alle informatie op de rechterpagina wordt in overleg met de vervoerregio’s bepaald.
* **Wat is het doel van de two-pager?**

Met de two-pager willen we enerzijds de algemene principes achter basisbereikbaarheid toelichten en anderzijds de nieuwe mobiliteitsvisie voor de Vlaming iets concreter maken. De centrale boodschap van de two-pager is: “Samen maken we de mobiliteitsswitch”. De two-pager maakt deelt uit van de fase informeren uit het communicatieplan basisbereikbaarheid.

* **Kunnen we de regiospecifieke voorbeeldtrajecten aanpassen op maat van onze stad of gemeente in plaats van op het niveau van de vervoerregio?**

De huidige voorbeeldtrajecten werden zorgvuldig door de vervoerregiovoorzitters geselecteerd en afgestemd op de trajecten van andere vervoerregio’s. De trajecten aanpassen op het niveau van je stad of gemeente is in deze fase niet mogelijk.

* **Wie heeft de two-pager gemaakt?**

De two-pager werd opgemaakt door de Vlaamse overheid in samenwerking met de vijftien vervoerregio’s.

* **Hoe wordt de two-pager verspreid?**

De two-pager zal worden verspreid vanuit de lokale besturen. Zij ontvangen de drukklare bestanden via hun vervoerregiovoorzitter en kunnen die naar hun inwoners verspreiden via verschillende lokale kanalen. Centraal staat een publicatie in het infomagazine van de stad of gemeente. Verder wordt er ook campagnemateriaal ter beschikking gesteld voor de website, een print of online nieuwsbrief en socialmediakanalen (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, …).

* **In welke periode mag de two-pager gepubliceerd worden?**

De two-pager wordt verspreid in de periode maart 2022 – april 2022. De publicatie in het infomagazine van de stad of gemeente is afhankelijk van de specifieke verschijningsdata. Wij houden hiermee rekening.

* **Wanneer ontvangen wij de bestanden?**

Wij leveren de drukklare bestanden van de two-pager aan midden januari 2022.

* **In welk formaat wordt de two-pager aangeleverd?**

De two-pager wordt op twee manieren aangeleverd:

* Als een afgewerkte A4 die als één geheel kan worden gepubliceerd in het infomagazine van de stad of gemeente.
* Als een aantal losse onderdelen die de lokale besturen zelf in een eigen lay-out en een gewenst formaat kunnen puzzelen. Zo kunnen zij het formaat aanpassen naargelang het kanaal dat ze willen inzetten voor de verspreiding van de two-pager.
* **Hoe ontvangen wij de bestanden?**

De bestanden zullen door de vervoerregio’s per e-mail worden bezorgd.

* **Kunnen we de two-pager in een eigen huisstijl zetten?**

De two-pager wordt gemaakt door de Vlaamse overheid in samenwerking met de vervoerregio’s voor de lokale besturen. Het is dus zeker mogelijk om verschillende elementen van de two-pager in de eigen huisstijl te plaatsen. Wij zullen de elementen aanleveren om zelf mee aan de slag te gaan.

* **Wordt er een Franstalige versie van de two-pager voorzien voor de faciliteitengemeenten?**

Ja, we voorzien en Franstalige versie van de two-pager voor de vervoerregio’s met faciliteitengemeenten. Dat zijn de vervoerregio’s Kortrijk, Limburg, Vlaamse Ardennen, Vlaamse Rand en Westhoek.

* **Waar kunnen wij een voorbeeld van de two-pager bekijken?**

Een voorbeeld van de two-pager kan bekeken worden in de PowerPoint-presentatie van de infosessie ‘communciatie basisbereikbaarheid’ die werd gedeeld in de nieuwsbrief ‘Samen communiceren over basisbereikbaarheid’ van eind december.

* **Wat kunnen mensen vinden op de website** [**www.mobiliteitsswitch.be**](http://www.mobiliteitsswitch.be)**?**

De link is aangemaakt, maar is nog niet live. Momenteel wordt er hard gewerkt aan de inhoud van deze webpagina. In de toekomst kan je hier meer informatie vinden over de nieuwe mobiliteitsvisie, de voorbeeldtrajecten van andere vervoerregio’s, een FAQ, …

* **Waar kunnen wij terecht met (praktische) vragen over de publiekscampagne?**

De vervoerregio’s, lokale besturen en de mobiliteits- en communicatieambtenaren kunnen met al hun vragen terecht op het e-mailadres communicatiebasisbereikbaarheid@mow.vlaanderen.be.