



# INSPIRATIEGIDS

Inzetten op  
autodelen in je  
gemeente

Brussels  
Hoofdstedelijk Gewest

# INLEIDING

Autodelen specifiek en gedeelde mobiliteit in het algemeen hebben tal van voordelen voor het leven in de stad. Autodelers rijden minder kilometers, gebruiken vaker het openbaar vervoer en de fiets en hebben minder wagens. Met andere woorden, hoe meer autodelers er zijn, hoe minder wagens er zullen rondrijden in de straat. Het Brussels Gewest telde eind 2021 ruim 63.000 autodelers en ruim 1.300 deelwagens, met een aanbod in elk van de 19 gemeenten. Maar het aanbod is nog niet overal even sterk, nog niet alle doelgroepen zijn even goed vertegenwoordigd bij de autodeelgebruikers en de privéwagen blijft erg populair.

Het Brussels Gewest koos er daarom ook voor om een actie binnen het Good Move-plan te wijden aan deelmobiliteit. Concreet ijvert ze ervoor de gedeelde mobiliteitsdiensten te versterken via verschillende acties zoals van deelmobiliteit geloofwaardiger maken via testprojecten, mobility hubs bestuderen, een kader uitrollen voor het aanbod van deelvoertuigen, het aanbod versterken, ...

Als gemeente sta je het dichtst bij de burger en kan je ook bijdragen aan deze omslag van autobezit naar autogebruik. Met deze gids willen we je hiertoe zoveel mogelijk inspireren met acties om bijvoorbeeld meer aanbod te creëren en welke concrete stappen daarvoor nodig zijn. Je vindt daarnaast diverse good practices 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. We stelden ook enkele voorbeeldprojecten op die je meteen op weg kunnen helpen. Extra informatie en ondersteuning vind je bij [Autodelen.net](https://www.autodelen.net) (Carshare Belgium), zie ook bijlage 3. Je kan ons contacteren via [info@autodelen.net](mailto:info@autodelen.net).



# INHOUD



## DEEL 1: WAT IS AUTODELEN?

- |  |   |
|--|---|
| 1. Autodelen georganiseerd door autodeelaanbieders | 1 |
| 2. Delen van privéwagens                           | 2 |

## DEEL 2: AUTODELEN INTRODUCEREN EN UITBOUWEN

- |   |    |
|---|----|
| ► Communicatie .....                                      | 3  |
| 1. Extra aandacht voor inclusie                           | 3  |
| 2. Inzetten op communicatie                               | 4  |
| 2.1 Aandacht trekken en aanwezig zijn                     | 4  |
| 2.2 Informeren  | 5  |
| 2.3 Overtuigen  | 7  |
| 2.4 Ondersteunen  | 8  |
| 2.5 Onderhouden en verbinden                              | 9  |
| 3. Partners en kanalen                                    | 9  |
| ► Het autodeelaanbod creëren .....                        | 11 |
| 1. Autodeelaanbod via autodeelaanbieders met eigen vloot  | 11 |
| 1.1 Uitbreiding bestaand of opstart nieuw autodeelsysteem | 11 |
| 1.2 Integratie dienstwagen in een autodeelsysteem         | 12 |
| 2. Autodelen onder particulieren                          | 12 |
| 3. Innovatieve samenwerkingen                             | 14 |
| ► Succesvol autodeelbeleid .....                          | 16 |
| Bijlage 1: Voorbeeldprojecten                             | 17 |
| Bijlage 2: Afnamegarantie                                 | 20 |
| Bijlage 3: Ondersteuning door Autodelen.net               | 21 |
| Bijlage 4: Contactgegevens autodeelaanbieders             | 23 |
| Bijlage 5: Subsidiemogelijkheden                          | 24 |

# DEEL 1

## Wat is autodelen

Bij autodelen maken meerdere huishoudens 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, al bestaan er ook hybride modellen.

### 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 homezone 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.

1

#### ROUNDTRIP STATION BASED



getaround  
Clem

2

#### FREE FLOATING OPERATIONAL AREA



GreenMobility

3

#### ROUNDTRIP HOMEZONE BASED

wibee





## 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 met aangepaste verzekering door verschillende buurtbewoners gebruikt worden. Dat kan in gesloten groepjes of vanuit één grote vloot. 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 onder).

1

### KOSTENDELEND

- Reële kostprijs
- Eenmalig contract bij opstart
- Aspraken op maat

**cozy**wheels

**Dégage!**

2

### MARKTPRIJS

- Marktprijs
- Per gebruik een contract tussen eigenaar en gebruiker
- Platform bepaalt

**getaround**

# DEEL 2

## Autodelen introduceren en uitbouwen

Om van autodelen een succesverhaal te maken in uw gemeente is het noodzakelijk om quasi gelijktijdig in te zetten op drie sporen, nl. de vraag, het aanbod en het kader (= flankerende maatregelen). Deelwagens zonder gebruikers zullen niet renderen, gebruikers zonder deelwagens hebben geen mogelijkheid om te starten en het uitbreiden van het aanbod 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 de gemeente kan ondernemen op vlak van vraag (communicatie en sensibilisering), op vlak van aanbod (deelwagens in uw gemeente) en welke flankerende maatregelen (kader) essentieel zijn om van autodelen een lokaal succes te maken.

### COMMUNICATIE

De transitie van het privébezit van een wagen naar gedeelde mobiliteit is een mentaal proces dat niet van vandaag op morgen plaatsvindt. 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 haar inwoners kan stimuleren om de overstap naar autodelen te maken.

#### 1. Extra aandacht voor inclusie

Voordat we ingaan op de verschillende stappen die belangrijk zijn bij communicatie rond autodelen, staan we nog even stil bij de toegankelijkheid van autodelen in het algemeen en de communicatie errond in het bijzonder.

De huidige groep gebruikers van autodelen is nog vrij homogeen (hoogopgeleide tweeverdieners). Dat wil zeggen dat er nu grote groepen slecht bereikt worden. Groepen die een grote impact zouden kunnen ervaren door een verbeterde mobiliteit dankzij autodelen, maar door hun gewijzigde verplaatsingsgewoontes ook veel maatschappelijke impact zouden kunnen genereren. Denk aan mensen zonder een hogere opleiding, mensen die zich geen wagen kunnen permitteren of mensen die niet (meer) mogen rijden. In dit kader is het belangrijk bewust te zijn van verschillende potentiële drempels voor een divers publiek: de financiële drempels bij een eventueel waarborg, de cognitieve drempel en het gebrek aan kennis over hoe te starten met autodelen, de taalbarrière, de angst voor eventuele problemen, ....

Deze verschillende drempels tonen aan waarom het, zeker in een superdiverse regio als Brussel, meer dan nodig is om in te zetten op de sensibilisering rond autodelen. Zorg ervoor dat de inwoners het kennen, dat ze er mee in aanraking komen, dat ze horen van een buurtbewoner dat het gemakkelijk en goedkoop kan, ...

#### GEDRAG VERANDEREN

Beginnen met autodelen is gedrag veranderen. De mens is een gewoontedier, zeker wat de eigen auto betreft. Bij gedragsverandering doorloop je verschillende stadia: het is niks voor mij, inzicht krijgen dat het anders kan, autodelen overwegen, de start voorbereiden, overgaan tot actie en het blijven doen.

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.



## 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 co-ouderschap, 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.

## INSPIRERENDE BEELDEN

Kies 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. Inzetten op communicatie

### 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.

## OVERZICHT ACTIES

- De gemeentelijke deelwagens voorzien van aangepaste bestickering.
- Het voorzien van herkenbare, vaste, voorbehouden standplaatsen autodelen met een opvallende inkleding (neutrale informatieborden, spuitsjablonen).
- Het autodelen herhaaldelijk bij de pers en inwoners in de kijker plaatsen via de eigen gemeentelijke kanalen en inzetten op lokale persaandacht bij bv. de lancering, de jaarlijkse groei meting, 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.

## VOORBEELD

De gemeente Elsene heeft in totaal 56 gebruikersabonnementen bij cambio voor haar dienstverplaatsingen die niet met de fiets of het openbaar vervoer mogelijk zijn. Ook de schepenen maken gebruik van de deelwagens in plaats van een dienstwagen. Doordat de deelwagens een standplaats op het gemeenteplein hebben, is dit een logische optie.

*Figuur 1: Deze autodeelstandplaatsen in Lierde kregen naast een parkeerbord ook een opvallende markering en een extra universeel en herkenbaar logo.*



## 2.2 Informeren

Ga er niet vanuit dat iedereen weet wat autodelen of gedeelde mobiliteit is. Voorzie duidelijke basisinformatie, zeker via de gemeentelijke kanalen: wat is autodelen, welk aanbod bestaat er, de mogelijkheden, de voordelen, waarom doet de gemeente het, hoe doe je het, hoe start je, ...

### OVERZICHT ACTIES

- Het opzetten van gemeentebrede algemene informatiecampagnes rond alle vormen van autodelen.
- De organisatie van terugkerende informatieavonden en infostanden over alle vormen van autodelen.
- De opmaak en verspreiding van een overzichtsfolder betreffende het aanbod van autodelen in de gemeente.
- 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.
- Het bussen van bewonersbrieven omtrent de toekenning van nieuwe autodeelstandplaatsen bij alle inwoners die in een straal van 500m van een nieuwe 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.

### VOORBEELD 1

Brussel Leefmilieu organiseert in het kader van de Lage Emissie Zone [mobility.visits](#) die aan te vragen zijn via [mobilitycoach@leefmilieu.brussels](mailto:mobilitycoach@leefmilieu.brussels). Daarnaast kan je als individu ook een virtuele coachingsessie aanvragen.

### VOORBEELD 2

Gemeenten zoals Koekelberg of Brussel-Stad werkten aan een duidelijke webpagina over deelmobiliteit op hun gemeentelijke website.



## GEDEELDE VOERTUIGEN



Bij **deelsystemen met een standplaats**, kunt u een auto huren per uur, voor een hele dag of voor langere periodes. Dit is de ideale oplossing voor iedereen die occasioneel een auto nodig heeft. Deze auto's beschikken over een gereserveerde parkeerplek waar de auto aan het einde van de huurperiode weer geparkeerd moet worden.

**Vrijevlootssystemen** geven de mogelijkheid een auto per minuut te huren, de auto kan binnen het bedrijfsgebied van de aanbieder overal worden achtergelaten. Deze auto's zijn niet gebonden aan een gereserveerde parkeerplaats.

Dankzij de **Carpool-dienst** van Taxisstop kunt u uw dagelijkse woon-werktraject met anderen delen. U bent chauffeur? Zoek dan in de databank van Carpool een of meerdere passagiers om u naar het werk te vergezellen en de reiskosten te delen. U bent passagier? Raadpleeg dan de databank om een chauffeur te vinden!

U kunt ook **uw eigen wagen delen** met burens of vrienden. Door enkel de reële kosten van het gebruik aan te rekenen, bespaart u als eigenaar € 1000 tot € 3000 euro per jaar, en betaalt u als autodeler een minimale prijs voor uw autogebruik.

Wil je weten hoeveel je bespaart door aan autodelen te doen? Dankzij de prijscalculator [savewithcarsharing.be](https://www.savewithcarsharing.be) kom je je autodeelvoordeel te weten t.o.v. een eigen wagen en wordt er een vergelijking gemaakt voor de verschillende formules van de autodeelaanbieders.

Figuur 2: Een voorbeeld van een duidelijke webpagina over deelmobiliteit door de gemeente Koekelberg

## 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.

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

### OVERZICHT ACTIES

- ▶ Het opzetten van gerichte communicatiecampagnes rond autodelen door bv. samenwerking met buurtwerk, buurtcentra, scholen, wijkverenigingen, lokale handelaars en/of bedrijven ...
- ▶ 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...
- ▶ Het uitrollen van testprojecten bv. d.m.v. de invoering van gratis probeercheques (zie ook het [gewestelijke MobilitySwitch-project](#)) en het uitrollen van delende buurten projecten (zie [toolkit delende buurten voor gemeenten](#)).
- ▶ 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 deel 2, punt 1.1 en 1.2).

### VOORBEELD 1

Brussel Mobiliteit en de FOD Mobiliteit en Vervoer organiseren in het najaar van 2022 voor families die een eigen wagen bezitten een testmaand onder de noemer Mobility Switch. Gedurende een maand kunnen ze de eigen wagen niet gebruiken, maar wel een mobiliteitsbudget en een elektrische familiefiets of step. Achteraf zullen deze families hun ervaringen delen.



### VOORBEELD 2

Autodelen.net interviewde drie Brusselse autodelers ([Aude](#), [Christophe](#) en [Arno](#)) en gebruikte hun getuigenissen in een campagne op Facebook, maar ook in het testimonials-luik op hun website.

*Aude is een van de Brusselaars die getuigt over hoe zij autodelen gebruikt in haar persoonlijk en professioneel leven.*





## 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. Het is aangewezen om in samenwerking met de juiste partners tools op maat van de verschillende subdoelgroepen uit te werken (zie ook punt 1.3. 'partners en kanalen'). Hoe meer de informatie op maat is, hoe beter en gemakkelijker de keuze kan worden gemaakt.

### OVERZICHT ACTIES

- De organisatie van terugkerende informatieavonden en infostanden over alle vormen van autodelen.
- 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](http://www.savewithcarsharing.be) waarbij men voor de eigen situatie een financiële vergelijking kan maken tussen autobezit en autodelen.
- Het opleiden van het OCMW-personeel 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](http://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.
- 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... Deze actie overstijgt het gemeentelijk niveau maar is wel uitvoerbaar op gewestelijk niveau.

## 2.5 Onderhouden en verbinden

Kiezen voor autodelen is één ding. Het blijven doen is iets anders. 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, te vragen naar gerichte feedback, ambassadeurs in te zetten...

### OVERZICHT ACTIES

- ▶ Het inzetten van autodelers-ambassadeurs 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](#)')
- ▶ Het voorzien van een (burger)budget om lokale ambassadeurs, autodelers en autodeelorganisaties te laten experimenteren met het verder verspreiden van autodelen op buurtniveau.
- ▶ 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.

## 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. 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.



<b>DOELGROEPEN</b>	<b>KANALEN EN PARTNERS RICHTING DOELGROEP (VOORBEELDEN)</b>
<b>Burgers op transitiemomenten</b>	Loket rijbewijzen, rij scholen, rijexamencentra, keuringscentra, welkomstpakket/moment nieuwe inwoners, start nieuwe ondernemingen ...
<b>Mensen met interesse in milieu</b>	Milieuorganisaties (zoals Natuurpunt), alternatieve festivals, burgercoöperaties ...
<b>Mensen die alternatieve vervoerswijzen reeds kennen en gebruiken : fiets, bus, trein</b>	Stations, tram-, bus- en metrohaltes, fietsenstallingen, fietshandelaars, fietsherstel, Repair Cafés
<b>Mensen die geen (tweede) wagen kunnen betalen</b>	Armoedeverenigingen, opbouwwerk, seniorenverenigingen, Paspartoe, OCMW, Sociaal huis, scholen...
<b>Mensen die elkaar kennen en vertrouwen</b>	Buurtcomités, lokale lidverenigingen, collega's, buurtwerkers, schoolcomités, dorps- en buurthuizen, lokale dienstencentra, bestaande autodeelgroepen en vrijwilligers ...
<b>Mensen die op fietsafstand van het werk wonen</b>	Lokale werkgevers met grotendeels lokale rekrutering (vb. met focus op MVO)
<b>Mensen met interesse in circulaire economie (repareren, geven, delen, tweedehands...)</b>	Repair Cafés, LETS, tweedehandsbeurzen (vb. van Gezinsbond), rommelmarkten
<b>Mensen die zich niet dagelijks verplaatsen (thuiswerkers, immobiele mensen, gepensioneerd...)</b>	Seniorenverenigingen, voorzieningen voor mensen met een beperking, lokale handelaars, mensen die grotendeels vanuit thuis werken zoals medische zelfstandigen, freelancers, thuiszorgdiensten ...
<b>Brede, diverse bevolking</b>	Adviesraden van de gemeente (seniorenraad, adviesraad toegankelijkheid...)
<b>Kwetsbare doelgroepen</b>	Sociale huisvestingsmaatschappijen, OCMW, sociaal huis, tewerkstellinginstanties, sociale economie bedrijven, zelforganisaties Integratiediensten/-centra, welzijnsorganisaties, assistentiewoningen, Mobitwin, onderwijs- en vormingsinstellingen (zoals CVO, basiseducatie, Avansa, Huis van het Nederlands), thuiszorgdiensten ...

# HET AUTODEELAANBOD CREËREN

Het creëren en verbeteren van een lokaal autodeelaanbod kan op verschillende manieren. Er dient onderscheid gemaakt te worden tussen het creëren van 1) een aanbod van deelwagens in het beheer van autodeelaanbieders en 2) het stimuleren 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 om gelijktijdig in te zetten op beide vormen van aanbod.

## 1. Autodeelaanbod via autodeelaanbieders met eigen vloot

In een dichtbevolkt gebied als het Brussels Gewest zullen autodeelaanbieders meestal vragende partij zijn om standplaatsen te krijgen voor deelwagens die zij volledig zelf financieren. Het is wel mogelijk dat ze een voorkeur hebben voor bepaalde wijken en dat ze andere (commercieel minder aantrekkelijke) wijken aanvankelijk minder interessant vinden. Als gemeente kan je in dat geval toch het aanbod uitbreiden door zelf te investeren in de opstart of uitbreiding van een autodeelaanbieder met eigen vloot.

### 1.1 Uitbreiding bestaand of opstart nieuw autodeelsysteem

Daarnaast kan een gemeente ook de uitbreiding van een bestaand of eventueel de opstart van een nieuw autodeelsysteem mee financieren. Dit kan zowel een uitbreiding zijn naar andere wijken, als naar andere type wagens zoals elektrische deelwagens. Dit kan door het principe van de degressieve afnamegarantie (zie bijlage 2) te gebruiken. De gemeente kan natuurlijk ook zelf gebruik maken van deze deelwagens. De gemeente geeft zo het goede voorbeeld, kan zo haar eigen vloot verkleinen én zal bijdragen aan de minimale omzet voor de afnamegarantie. Er kunnen afspraken gemaakt worden met de respectievelijke 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 [bijlage 2](#)).

#### OVERZICHT ACTIES

- ▶ Het aanbod uitbreiden door te investeren in een degressieve afnamegarantie.
- ▶ Als overheid zelf gebruik maken van deelwagens voor dienstverplaatsingen.

#### VOORBEELD

De stad Leuven was al een van de koplopers in België op vlak van aantal deelwagens, maar heeft nog extra ingezet op het aanbod. Zo investeerde de stad in een elektrische deelwagen en bestelbusje van cambio dat de stadsdiensten gebruiken tijdens de kantooruren, maar die daarna en tijdens het weekend ter beschikking staan van de inwoners.

## ZICHTBAAR IN HET STRAATBEELD

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. We raden 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: [share-north.eu/resources](https://share-north.eu/resources).



### 1.2 Integratie dienstwagen in een autodeelsysteem

De gemeente kan haar eigen vloot delen met haar inwoners en lokale organisatie. Dit kan door de wagen te integreren 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) en dit 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. Daarnaast kan de wagen ook gedeeld worden via een kostendelende organisatie (zie supra). Deze optie vraagt meer tijd van de gemeente (sleuteloverdracht, facturatie, ...) maar is goedkoper.

#### OVERZICHT ACTIES

- Bestaande dienstwagens integreren in een autodeelsysteem.

#### VOORBEELD 1

In het Franse Pays du Mans delen 15 gemeenten ieder 1 of 2 elektrische wagens onder hun medewerkers, verkozenen en inwoners via autodeelaanbieder Clem-e. Deze wagens zijn gegroepeerd onder de noemer Mouvngo.

#### VOORBEELD 2

De Stad Bilzen deelt al enkele jaren één van haar dienstwagens via Cozywheels met haar inwoners.

## 2. Autodelen onder particulieren

Deze vorm van autodelen doet beroep op reeds bestaande (maar vaak onderbenutte) wagens en is voor de lokale overheid een laagdrempelige en goedkope manier om autodelen te doen groeien. Particulier autodelen is bovendien vaak een opstap naar het afzien van privéwagbezit. Onderzoek toont aan dat de privéwagen zo’n 95% van de tijd stilstaat. 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.



## OVERZICHT ACTIES

- ▶ Het terugbetalen van het (eerste) lidgeld van een particuliere autodeelorganisatie als financiële incentive voor de gebruikers.
- ▶ Het invoeren 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).
- ▶ Het intekenen op de startbegeleiding voor lokale overheden van autodeelorganisaties Cozywheels of Dégage. Hierbij worden x-aantal infosessies georganiseerd, mensen samengebracht en actieve promotie gemaakt voor het delen van eigen wagens.
- ▶ Promoten van de mogelijkheden voor autodelen onder particulieren zoals communicatie, organiseren van autodeelparty's ... (zie verder punt 1 'communicatie').
- ▶ Het pleiten voor 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').

### VOORBEELD 1

Particulieren die aangesloten zijn bij een autodeelgroep via de erkende organisatie Cozywheels, kunnen in de stad Leuven een voorbehouden parkeerplaats aanvragen.

### VOORBEELD 2

De stad Mechelen voert een sensibiliseringscampagne rond particulier autodelen door ambassadeurs aan het woord te laten: Mechelaars die goede ervaringen hebben met particulier autodelen.



Figuur 3: Een screenshot van één van de promofilmmpjes van de stad Mechelen rond particulier autodelen

### 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.

Ten slotte loont het de moeite na te gaan of je als gemeente subsidies kan krijgen voor je projecten. Zie ook bijlage 5 voor een aantal mogelijke pistes.

#### OVERZICHT ACTIES

- ▶ Inzetten op innovatieve samenwerken door 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
  - ▶ Een communicatiebudget om te communiceren over de opstart of uitbreiding.
  - ▶ Een ondersteuning door Autodelen.net bij de opstart of uitbreiding.
- ▶ 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](#)')

#### VOORBEELD 1

De Brusselse start-up MonkeyDonkey werkt samen met lokale ondernemers om elektrische deelbakfietsen in de markt te zetten. De lokale ondernemers laden de batterijen op en zorgen ervoor dat de bakfietsen 's nachts veilig geparkeerd staan en kunnen in ruil genieten van een voordelig abonnement.

#### VOORBEELD 2

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 ontlend. Dankzij een sociale tarifiering betalen de huurders van een sociale woning minder waarborg en een lagere prijs per gebruiksuur.

### VOORBEELD 3

Zorgorganisatie i-mens startte in 2016 met autodelen bij verschillende lokale afdelingen. Zelf gebruiken ze de wagens om ouderen te vervoeren of patiënten te bezoeken. Maar daarnaast, wanneer i-mens ze niet gebruikt, staan de deelwagens ook ter beschikking van de buurt. Zo worden de voertuigen zo efficiënt mogelijk gebruikt.





## SUCCESVOL AUTODEELBELEID

Om autodelen succesvol te lanceren is het wenselijk om het op een gestructureerde manier te verankeren in het beleid en ervoor te zorgen dat er een stimulerend kader voor autodelen is. Het gaat hierbij specifiek over autodeelgerelateerd beleid maar ook over beleid dat andere alternatieven voor de privéwagen aanmoedigt.

### OVERZICHT ACTIES

- ▶ Het (laten) vastleggen van de beleidsvisie op autodelen in een autodeelactieplan (legt de ambities en doelstellingen vast voor de komende vijf jaar).
- ▶ Het structureel integreren van autodelen bij nieuwe woningbouwprojecten (zie [inspiratieboek gedeelde mobiliteit bij woningbouw](#)).
- ▶ Als stad of gemeente is het belangrijk om 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, ...
- ▶ 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.

### VOORBEELD 1

De Brusselse huisvestingsmaatschappij (BGHM) integreert nu al deelwagens in een aantal van haar nieuwe projecten. Zo moeten er minder parkeerplaatsen gebouwd worden, moeten de bewoners minder betalen terwijl ze meer mobiliteitsopties krijgen en rijden er minder auto's door de buurt.

### VOORBEELD 2

De Duitse stad Bremen werkt sinds 2013 met innovatieve stedenbouwkundige regels. Projectontwikkelaars kunnen minder parkeerplaatsen bouwen op voorwaarde dat ze een boete betalen of dat ze aan 'mobiliteitsmanagement doen'. Dit laatste houdt in dat ze gedurende minstens vijf jaar deelwagens en abonnementen moeten aanbieden en tickets voor het openbaar vervoer (prioriteit 1) of andere mobiliteitsdiensten zoals steps, fietsen, ... (prioriteit 2).

*Figuur 4: Bij het sociaal woningbouwcomplex Blauhaus van maatschappij Gewoba in de Duitse stad Bremen werden van bij de start vier deelwagens geïntegreerd, de bewoners kregen bij aanvang een gratis abonnement om de drempel te verlagen.*



## BIJLAGE 1: VOORBEELDPROJECTEN

### VOORBEELDPROJECT 1: ZET JE BURGERS IN ACTIE

#### 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 of dit voor een deel kunnen uitbesteden

**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:

- Het inzetten op particulier autodelen en zich laten begeleiden door Cozywheels en/of Dégage. 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](#)').
- 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.
- Het voorzien van een (burger)budget om lokale ambassadeurs, autodelers en autodeelorganisaties te laten experimenteren met het versterken van autodelen op buurtniveau.
- De organisatie van terugkerende informatieavonden en infostanden over alle vormen van autodelen
- 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).

## VOORBEELDPROJECT 2: IEDEREEN DEELT MEE

### Ideaal voor:

- Steden (of gemeenten) waar het autodelen al goed ingeburgerd is
- Samenwerkingsverbanden van steden en gemeenten (zoals bv op niveau van het gewest)

**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 bijvoorbeeld d.m.v. de invoering van gratis probeercheques, het uitrollen van 'Delende Buurten'-projecten,...
- Het oprichten van een solidariteitsfonds om (eventueel ism met het gewest) 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.
- Een opleiding rond autodelen organiseren voor het OCMW- en gemeentepersoneel



### VOORBEELDPROJECT 3: NETWERK AUTODEELAMBASSADEURS

#### Ideaal voor:

- Steden (of gemeenten) waar het autodelen al goed ingeburgerd is
- Samenwerkingsverbanden van steden en gemeenten (zoals bv op niveau van het gewest)

**Doel:** Lokale ambassadeurs houden autodelen the talk of the town

#### Wat:

Met dit project informeer je de eigen administratie, lokale organisaties en inwoners over autodelen en activeer je hen om een ambassadeursrol op te nemen. Deze ambassadeurs informeren op hun beurt nieuwe potentiële autodelers en houden het autodeelverhaal levend.

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

- Een nulmeting van het aantal autodelers en de bekendheid van autodelen bij de bevolking.
- Het in kaart brengen van potentiële ambassadeurs
- Het organiseren van een kick-offmoment met de potentiële ambassadeurs
- Het voorzien van een budget voor de ambassadeurs die ze kunnen inzetten om autodelen bekender te maken
- De opmaak en verspreiding van een overzichtsfolder die de ambassadeurs kunnen gebruiken tijdens hun activiteiten
- Het geven van een opleiding aan het betrokken gemeente- en OCMW-personeel
- 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 bijvoorbeeld d.m.v. de invoering van gratis probeercheques, het uitrollen van 'Delende Buurten'-projecten,...
- Een eindmeting

## BIJLAGE 2: AFNAMEGARANTIE

### Investeren in autodelen met een 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 gebruiker 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 gebruiksuren. Indien een autodeelsysteem tijdens de opstartfase deze drempels niet behaalt, dan biedt een (degressieve) afnamegarantie soelaas om tot een rendabel businessmodel te evolueren.

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 twee jaar in verstedelijkte, en minimaal drie jaar in minder verstedelijkte gebieden.

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 titel 1) en flankerende maatregelen (zie titel 3)
7. Prijs voor de eindgebruiker
8. Eventuele opstartkosten

## BIJLAGE 3: ONDERSTEUNING DOOR AUTODELEN.NET

Autodelen.net heeft een ruime ervaring in het begeleiden van lokale overheden bij het ontwikkelen van een optimaal kader, aanbod en de vraag om autodelen groter te maken. Hieronder een overzicht van ons aanbod. We kunnen ook op maat van de vraag van de gemeente werken.

Om deze voordelen van autodelen te maximaliseren is een planmatige en doortastende aanpak vanuit de gemeente essentieel. Autodelen kan lokaal enkel succesvol zijn door werk te maken van een goed beleidsmatig kader, in te zetten op het verruimen van het aanbod en het stimuleren van de vraag naar autodelen. Daarom biedt Autodelen.net gemeenten die autodelen succesvoller willen maken ondersteuning op deze drie cruciale domeinen.

### OPTIMAAL BELEIDSKADER VOOR AUTODELEN

De begeleiding start met de opmaak van een autodeelactieplan. Dit beleidsplan biedt een houvast voor de gemeente om op korte en middellange termijn autodelen te ondersteunen. Dat plan bestaat uit een beschrijving van de huidige situatie en een voorstelling van de gewenste ideale situatie voor de komende jaren. Het omvat doelstellingen die meetbaar, ambitieus maar realistisch zijn, en concrete maatregelen op vlak van o.a. het creëren van extra aanbod van autodelen, parkeerbeleid, communicatie en de integratie in het ruimtelijk beleid van de gemeente. Het doel is om autodelen exponentieel te laten groeien met een maximale bijdrage tot het behalen van de klimaat- en mobiliteitsdoelstellingen. Bovendien reikt het ook handvatten aan voor het berekenen van de bespaarde CO<sub>2</sub>-uitstoot en de vermindering van het aantal voertuigen en voertuigkilometers door in te zetten op gedeelde mobiliteit. Autodelen.net begeleidt de gemeente van a tot z bij het schrijven van het actieplan en levert een plan op maat af waarmee onmiddellijk concreet aan de slag kan worden gegaan.

### CREËREN VAN EXTRA AANBOD VAN AUTODELEN

Het tweede onderdeel van de begeleiding focust op het uitbreiden van het aanbod van autodelen. De meeste steden en gemeenten staan vol met onderbenutte wagens. Door burgers te ondersteunen bij het delen van deze wagens werkt de gemeente niet enkel aan de eigen klimaatdoelstellingen, ook burgers krijgen er extra mobiliteitsoplossingen bij en leefbare buurten met een warme sociale cohesie zijn een fijn bijproduct. Met deze ondersteuning begeleidt Autodelen.net, eventueel samen met partners Cozywheels en Dégage, de stad/gemeente bij de opstart van 'autodelen onder burens'. Het resultaat is een wervingscampagne die binnen een goede context leidt tot de opstart of uitbreiding van een particulier autodeelsysteem.

Lokale besturen kunnen daarnaast ook zelf het goede voorbeeld geven door deelwagens ook voor dienstverplaatsingen in te zetten. Autodelen.net geeft advies over de verschillende mogelijkheden.

---

## **STIMULEREN VAN DE VRAAG NAAR GEDEELDE MOBILITEIT**

Tot slot is het noodzakelijk om de voordelen en mogelijkheden van de verschillende systemen van autodelen en gedeelde mobiliteit permanent en gediversifieerd kenbaar te maken aan de burger. Om bewoners te informeren over de voordelen en de verschillende mogelijkheden, adviseert Autodelen.net lokale overheden bij hun gerichte communicatieacties. Autodelen.net zet de gemeente op weg met een basis communicatieplan, waarin de minimaal te nemen communicatieacties worden toegelicht en werkt samen met de gemeente een concrete actie uit. Daarnaast krivjgt de gemeente ter inspiratie ook toegang tot een uitgebreide databank met voorbeeldmateriaal uit andere steden en gemeenten, waaronder affiches, folders, teksten en foto's.

De drie bovenstaande luiken worden in één pakket aangeboden zodat lokale overheden meteen de daad bij het woord kunnen voegen en zelf de eerste stappen zetten in het uitvoeren van het autodeelactieplan. Op die manier wordt een vliegende start genomen.

Contacteer ons via [info@autodelen.net](mailto:info@autodelen.net) om de verschillende mogelijkheden te bekijken.



## BIJLAGE 4: CONTACTGEGEVENS AUTODEELAANBIEDERS

Het meest actuele overzicht van de autodeelaanbieders actief in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest is te vinden op [gedeelde mobiliteit.brussels](https://gedeelde mobiliteit.brussels) en [autodelen.net/aanbod](https://autodelen.net/aanbod).

Een aantal aanbieders biedt specifieke diensten aan voor gemeenten. Toch loont het de moeite ook de andere aanbieders te contacteren indien je als gemeente hierover een vraag hebt.

AANBIEDER	E-MAIL
<b>Roundtrip station based</b>	
cambio	<a href="mailto:bruxelles@cambio.be">bruxelles@cambio.be</a> (français) <a href="mailto:brussel@cambio.be">brussel@cambio.be</a> (Nederlands) <a href="mailto:brussels@cambio.be">brussels@cambio.be</a> (English)
Clem-e*	<a href="mailto:brussels@clem-e.com">brussels@clem-e.com</a>
Getaround	<a href="mailto:thomas.bauvin@getaround.com">thomas.bauvin@getaround.com</a>
Wibee	<a href="mailto:info@wibee.be">info@wibee.be</a>
<b>Free floating aanbieders</b>	
Poppy	<a href="mailto:hello@poppy.be">hello@poppy.be</a>
Green Mobility	<a href="mailto:hallo@greenmobility.com">hallo@greenmobility.com</a>
<b>Particuliere autodeelorganisaties</b>	
Cozywheels* **	<a href="mailto:hello@cozywheels.be">hello@cozywheels.be</a>
Dégage**	<a href="mailto:info@degage.be">info@degage.be</a>
Getaround	<a href="mailto:thomas.bauvin@getaround.com">thomas.bauvin@getaround.com</a>

\* Via deze aanbieders kan u de gemeentelijke vloot delen

\*\* Deze aanbieders kunnen de gemeente begeleiden bij de promotie van particulier autodelen

## BIJLAGE 5: SUBSIDIEMOGELIJKHEDEN

Om autodelen verder uit te bouwen zijn er regelmatig opportuniteiten om subsidies aan te vragen. Brulocalis houdt uiteraard een uitgebreide lijst bij op hun [website](#). Hieronder ook alvast enkele mogelijkheden:

NAAM	SUBSIDIËRENDE OVERHEID	MOGELIJKE ACTIES	PERIODE	MAXIMUMBEDRAG
Klimaatactie Programma	Brussel Leefmilieu	Delen wagenpark, ambassadeurswerking, integratie in woningbouwprojecten	voorjaar	€ 75.000
Week van de Mobiliteit	Brussel Mobiliteit	Infosessie geven ism lokale partners, testrit deelwagen/ deelfiets	voorjaar	€ 50.000
Opportuniteit Bouwplaatsen	Brussel Mobiliteit	Bij wegwerkzaamheden inzetten op communicatie rond duurzame mobiliteit zoals autodelen, testgelegenheden aanbieden	voorjaar	€ 50.000
HORIZON Europe	EU	Focus op onderzoek en pilootprojecten	afhankelijk per thema	cofinanciering afhankelijk van project
INTERREG Europe	EU	Groenere economie, inclusiever Europa, betere mobiliteit, ... (meer uitleg op <a href="#">website</a> )	Regelmatig nieuwe oproepen	cofinanciering door EU thv 80%



### MEER INFO

T: 09 396 70 50

E: [info@autodelen.net](mailto:info@autodelen.net)

[www.autodelen.net](http://www.autodelen.net)

### COLOFON

Deze inspiratiegids werd gepubliceerd op 8 september 2022 door Autodelen.net met de steun van Brussel Mobiliteit en Interreg North-West Europe.

Voor bijkomende vragen kan u terecht bij [info@autodelen.net](mailto:info@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 © 2022 Autodelen.net

Tekst en vormgeving: Autodelen.net

