

Evenementbezoeker motiveren tot duurzame modal shift (Liese)

**We starten met enkele open vragen rond het project event mobiliteit van de Karel de Grote Hogeschool:**

- zitten we in de juiste richting?
- Zijn we bepaalde aspecten vergeten?
- Is 'Duurzaam' een goede titel?
- Is het **ecologische** aspect belangrijk in de vervoerskeuze?

Ecologie op zich heeft weinig impact op mensen en is niet echt een argument, **gemak en beleving** wel.

Een uitstap moet op een andere manier bekeken worden, met een andere manier van denken en aanpak.

*vb: 25% bezoekers copacabana festival komen toch nog met wagen, belangrijkste reden: regen/weer, gezinnen met kinderen*

*vb Graspop: beste parkeerplaats werd voorzien voor fietsinfrastructuur, voorheen geen fietsers*

**Er worden voorzieningen worden verwacht! en deze moeten kwaliteitsvol en veilig zijn,** (vb overdekte en afgesloten fietsstallingen)

Elektrische duurdere fietsen plaats je niet zomaar overal en een dure bakfiets eist betere voorzieningen

Voor organisatoren is het niet altijd evident

**Soms is er te veel focus om zaken die minder impact hebben,** maar waar je wel mee kan uitpakken (vb laadpalen)

Misschien is het aangeraden om te veranderen van naam, **'duurzaamheid' is immers niet meer hét verkoopargument richting organisatoren**

Het verkoopargument is ook afhankelijk van publiek en stakeholders

*vb shopping event: deze willen vooral verkopen*

**Is het niet beter om de evenementenbranche in zijn geheel te bekijken? Er zijn immers verschillende types. Niet alleen werchter, maar ook het buurtfeest in de wijk, een voetbalmatch**

- **nudging** is belangrijk
- positieve aanmoediging (vb tombola paradise city)
- wel inzet en personeel voor nodig
- **bereikbaarheid** op website goed duiden eerst fiets - Ov pas al laatste auto,...
- **stomste reden is al genoeg om een keuze te maken** (vb plectrum, lucht en vet, maar ook kans op slecht weer,...
- er moet wel goed over **gecommuniceerd** worden

- steden en gemeente gaan er soms gemakkelijk vanuit dat iedereen wel weet welke voorzieningen er zijn ter plaatse
- **goed nadenken hoe de bezoeker aan de nodige informatie kan geraken.**
- artiesten inzetten, ambassadeur,...
- **beleving starten tijdens verplaatsing** - evenementenbussen - al plezier op de trein, leuke fietsroutes richting evenement (fotoactieonderweg)
- **organisatoren moeten er allemaal opspringen**, degenen die er nog niet mee bezig zijn dreigen de trein te missen
- potentieel om grote impact te maken en nieuwe doelgroepen te bereiken
- **evenementen lokaal houden**, eerst lokaal bekend maken, evenement vullen met met directe omwonenden, is het goed om breed te werven?
- **bereikbaarheid is relatief**: met de auto raak je bijna overal, dus niet echt een argument om te kiezen voor DM
- **energieprijs** benzine ook niet (probleem bedrijfswagen)
- we vinden een **ticket duur** maar rekenen niet hoeveel wagen kost
- een concert is een groepsding: als je met 4 bent kan je evengoed de taxi nemen ipv elk ticket apart te betalen
- shoppen is nog iets anders, de incentives moeten hiervoor aangepast worden
- veel meer excuses om geen auto te nemen naar een evenement (vb iets drinken op het gemak)
- niets straffen maar misschien wel zaken moeilijker maken (vb parking)
- **langer verblijf** koppelen aan evenement (niet altijd positief of gewenst, voor steden en gemeenten : willen vooral hun stad in de picture brengen)

### **Wat zijn nog specifieke vragen richting KDG?**

De scan van VSV bestaat niet meer. Zijn er nog andere manieren om een mobiscore te berekenen? Het zou handig zijn indien er een soort tool bestaat om per type evenement de duurzame mobiliteit aan te pakken

*frappant: copacabana wordt opgelegd om fietsenstalling te zetten maar deze is niet voldoende voorhanden op de markt...markt is nog niet volledig mee (nadars te inefficiënt qua ruimtegebruik)*

Organisatoren kan je overtuigen met cijfers en metingen: per soort evenement/type vb stadsfestival:

### **Wat en hoe en hoeveel kost het?**

Plan scan: hoe duurzaam is mijn evenement

**Kortom verder onderzoek is nodig!**