

## Over Antwerpen

**Naam:** Stad Antwerpen

**Modal split:** Te voet: 15.3%

**Fiets:** 28.9%

**Land:** België

Auto: 41.4%

Openbaar vervoer: 14.4%

**Bevolking:** 516.009 inwoners

**Topografie en reliëf:** Vlak

**Oppervlakte:** 204,51 km<sup>2</sup>

**Slimme en actieve mobiliteit** staat centraal in het Antwerps mobiliteitsbeleid, gezien er de komende jaren **grote infrastructuurwerken** gepland zijn.

## De SWITCH campagne in Antwerpen

### Waarom starten met een SWITCH campagne?

Met 516.009 inwoners is de stad Antwerpen de grootste stad van Vlaanderen (België). De stad verwacht tegen 2030 100.000 nieuwe inwoners. Dit brengt verschillende stedelijke uitdagingen met zich mee, waaronder mobiliteit. De stad heeft al een uitgebreid netwerk van openbare vervoersmodi (trein, tram, bus, deelfietsen) en zal in de toekomst nog meer investeren in openbaar vervoer en fiets. Deze investeringen zijn zeker noodzakelijk gezien de grote infrastructuurwerken die aan de gang zijn sinds 2015. Antwerpen beschouwt dit als een opportuniteit om mensen te overtuigen om slimme en actieve mobiliteitskeuzes te maken. In het licht van de wegenwerken wil de stad zo veel mogelijk bewoners, werknemers, ondernemers, studenten en leerlingen overtuigen om slimme, actieve mobiliteitskeuzes te maken voor hun dagelijkse pendel. In het kader van het SWITCH project ontwikkelde Antwerpen een strategie om duizenden individuen persoonlijk te bereiken door met hen een gesprek aan te gaan, één op één.

### Doelgroep en aanpak om SWITCHers te bereiken

Om de impact van de wegenwerken zo goed mogelijk op te vangen en zo veel mogelijk bewoners en pendelaars te overtuigen, werkt de stad samen met geselecteerde werkgevers en organisaties om potentiële SWITCHers te bereiken via een persoonlijke dialoog. De Antwerpse SWITCH campagne focust op werknemers van grote werkgevers.

Als het management het project wil uitrollen, voorziet het SWITCH team in ondersteuning op drie vlakken: 1) Ambassadeurs vinden binnen de eigen organisatie; 2) Een mobiliteitsgids maken op maat van de geselecteerde organisatie; 3) Een plenaire sessie organiseren en daarbij alle betrokkenen informeren over de wegenwerken. Daarbij wordt ook aangekondigd dat alle potentiële SWITCHers aan een informatiestand persoonlijke reisadviesgesprekken kunnen hebben en van het SWITCH team een persoonlijk reisadviespakket kunnen ontvangen. Dit pakket houdt in: een mobiliteitsgids, een selectie van folders en gadgets zoals aangevinkt in het aanvraagformulier.





## Tijdslijn en activiteiten

### Identificatie van de doelgroep

Februari 2015

Antwerpen selecteerde verschillende grote werkgevers en organisaties die een impact zullen ondervinden van de infrastructuurwerken. Vanwege het grote aantal werknemers focust het SWITCH-project in de eerste plaats op grote werkplekken.

### Contact met het management van de werkplekken

Maart 2015

Antwerpen legde contact met het management van de geselecteerde organisaties (onder andere CEO's, mobiliteitscoördinatoren, HR-managers, facility managers, communicatiemanagers,...). In eerste instantie telefonisch, daarna volgde een vergadering ter plekke bij de geselecteerde organisatie.

### Aankondigingsbrief

April 2015

Het management presenteert het project aan alle werknemers en nodigt hen uit voor een plenaire informatiesessie.

### Rekruteren van deelnemers, nulmeting en opleiding van interviewers

April 2015 – mei 2015

Op basis van de nulmeting worden individuele werknemers uitgenodigd voor een persoonlijk gesprek (met een gepersonaliseerd marketingpakket). Interne ambassadeurs binnen de organisatie worden gerekruteerd voor de interne SWITCH campagne.

### Persoonlijk reisadvies

Mei 2015 – juni 2015

Het SWITCH team zorgt voor klaargemaakte marketingpakketten en houdt persoonlijke gesprekken met alle werknemers van de geselecteerde werkplekken.

## Lokale contactpersoon:

**Steven Windey** - projectleider in Antwerpen

Adres: Grote Markt 1, 2000 Antwerpen

Email: [steven.windey@stad.antwerpen.be](mailto:steven.windey@stad.antwerpen.be)

Telefoon: 03 338 49 52

Voor meer informatie, kijk op [www.switchtravel.eu](http://www.switchtravel.eu)



Medegefinancierd door het programma  
Intelligente energie Europa van de  
Europese Unie

## Evaluatie-enquêtes

Juni 2015 – juli 2015

De stad voert kort na de campagne een evaluatie-enquête uit. Later volgt een tweede enquête om de resultaten en impact van de campagne te meten.

## Verwachte uitkomst en resultaten

De stad Antwerpen rolde reeds eerder projecten rond persoonlijk reisadvies uit bij verschillende werkgevers en in universiteiten en scholen. Zo contacteerde de stad al duizenden mensen (uit verschillende doelgroepen) persoonlijk.

Een eerste zeer positieve output hiervan was het enthousiasme waarmee het SWITCH team in de geselecteerde organisaties werd onthaald door het management, werknemers, studenten, leerlingen en hun ouders. Sommige organisaties waren zelfs zodanig geïnspireerd dat zij zelf verder investeerden in verschillende maatregelen ter bevordering van actieve en slimme mobiliteit in de eigen organisatie.

Met het SWITCH project wil Antwerpen minstens 2.500 personen bereiken via persoonlijk reisadvies en met gepersonaliseerde marketingpakketten. Met behulp van een opvolgingsinstrument zal de stad het effect berekenen van minder autoritten en meer wandelen en fietsen. Tegelijk willen we de gezondheid van de bevolking verbeteren en informeren over maatschappelijke en persoonlijke gezondheidsthema's gerelateerd aan mobiliteit.

De verschillende werkplekken zullen informatie ontvangen uit de evaluatie- en monitoringsfases. Hopelijk kan dit hen overtuigen om nog meer mobiliteitsmaatregelen te nemen. Tot slot bieden de finale resultaten van de SWITCH campagne extra informatie en motivatie voor alle betrokkenen.