

KdG

Karel de Grote Hogeschool

Duurzame evenementenmobiliteit

Dr. Jolien Vangeel

Publieke Impact

Expertisecentrum voor de evenementensector



inspiratiedag duurzame mobiliteit
gedrag in verandering

22 september 2022 - Lamot, Mechelen



MECHELEN



interreg
Vlaanderen



Vlaanderen
Vlaanderen

mobilise



MECHELEN





Onderzoekperiode: 2021-2023
PWO-project

De mobiliteit van bezoekers van en naar de locatie van het evenement is een uitdaging. Deze verplaatsingen zorgen vaak voor sterke pieken in de in- en uitstroom van bezoekers, bovenop andere verplaatsingen. Bovendien gebeuren deze verplaatsingen vaak met weinig duurzame vervoersmiddelen.

Hoe kunnen bezoekers van evenementen gemotiveerd worden om zich op een duurzame manier te verplaatsen en te kiezen voor duurzamere alternatieven?

Naar een duurzame modal shift

Dit onderzoek gaat op zoek naar haalbare maatregelen voor de brede evenementensector die kunnen leiden tot een duurzame modal shift. Meer specifiek wil dit onderzoek inzicht krijgen in welke maatregelen inspelen op de motivaties en het beslissingsproces van bezoekers.

Organisatoren, lokale overheden en andere event professionals kunnen deze maatregelen implementeren om de in- en uitstroom van bezoekers in de publieke ruimte te optimaliseren.

Team Duurzame evenementenmobiliteit



Liese Exelmans

liese.exelmans@kdg.be

Projectleider



Eva Vermeire

eva.vermeire@kdg.be

Onderzoeker



Jolien Vangeel

jolien.vangeel@kdg.be

Onderzoeker

Context

Abstract geometric shapes in black, including a diagonal bar and a vertical bar with a horizontal base, located on the right side of the page.

65%

van de verplaatsingen naar
publieksevenementen
gebeurt met de **wagen**

(onderzoek EC PI, 2019)

50%

van de verplaatsingen naar
publieksevenementen in de
wagen betreft **autosolisme**

(onderzoek EC PI, 2019)

Modal split evenementenverplaatsingen \approx algemene **modal split** in Vlaanderen

“recreatieve verplaatsingen”: 32% \Leftrightarrow weinig tot geen kennis over aandeel evenementen

Onderzoek naar verplaatsingsgedrag i.k.v. evenementen



Verkennde gesprekken met organisatoren (drempels)

Dat komt mee aan bod bij ons interne besprekingen over **veiligheid**.

We worden daar een beetje toe **verplicht** om het voorbeeldsignaal te geven door de hogere overheid.

Ik zou niet durven zeggen dat duurzaamheid top of mind zit bij het bestuur. Het is **eerder een must**.

We hebben de experts, maar de **gedragenheid is nog ver te zoeken** zowel bij collega's die de evenementen organiseren als bij de bezoekers.

Je merkt wel dat er jarenlang een **cultuur** is gecreëerd waar je voor alles de wagen kan gebruiken en dat **omdraaien is toch moeilijk**.

Het zou een no brainer moeten worden om te kiezen voor duurzaamheid zodat ook de non-believer mee is. **De oplossingen zijn niet toereikend op dit moment**.

Voor de meeste organisatoren is het een **uitdaging om de bezoeker te overtuigen** om aan iets anders te denken dan aan de wagen. Als alle bezoekers aan de wagen denken, ben ik genoodzaakt om mijn **oplossingen op de wagen af te stemmen**.

Shuttlebussen – we hebben er al eens over nagedacht maar eigenlijk vinden wij dat omdat we een compacte stad zijn dat overbodig is. Onze events gaan door in het centrum en dan hebben we voor het aantal bezoekers voldoende parkeergelegenheid in een beperkte straal rond het centrum.

Verkenkende gesprekken met organisatoren (best practices en inspiratie)

We hebben daar een **volledig plan** rond uitgewerkt met de ambitie van de stad tijdens deze legislatuur, maar ook later. We willen echt inzetten op duurzame verplaatsingen, **niet alleen voor evenementen**, maar voor alles wat er gebeurt binnen de stad.

We begrijpen dat niet iedereen met de fiets kan komen, dus we zouden erg graag meer inzetten op **pendelbussen, shuttles en pendelparkings**.

We hebben het **STOP-principe** uitwerkt voor evenementen en we doen zelf ook veel testen. Bijvoorbeeld bij een evenement dat in de winter plaatsvindt hebben we toch **bewaakte fietsenstallingen** geplaatst en dan bleek dat er wel wat mensen met de fiets kwamen.

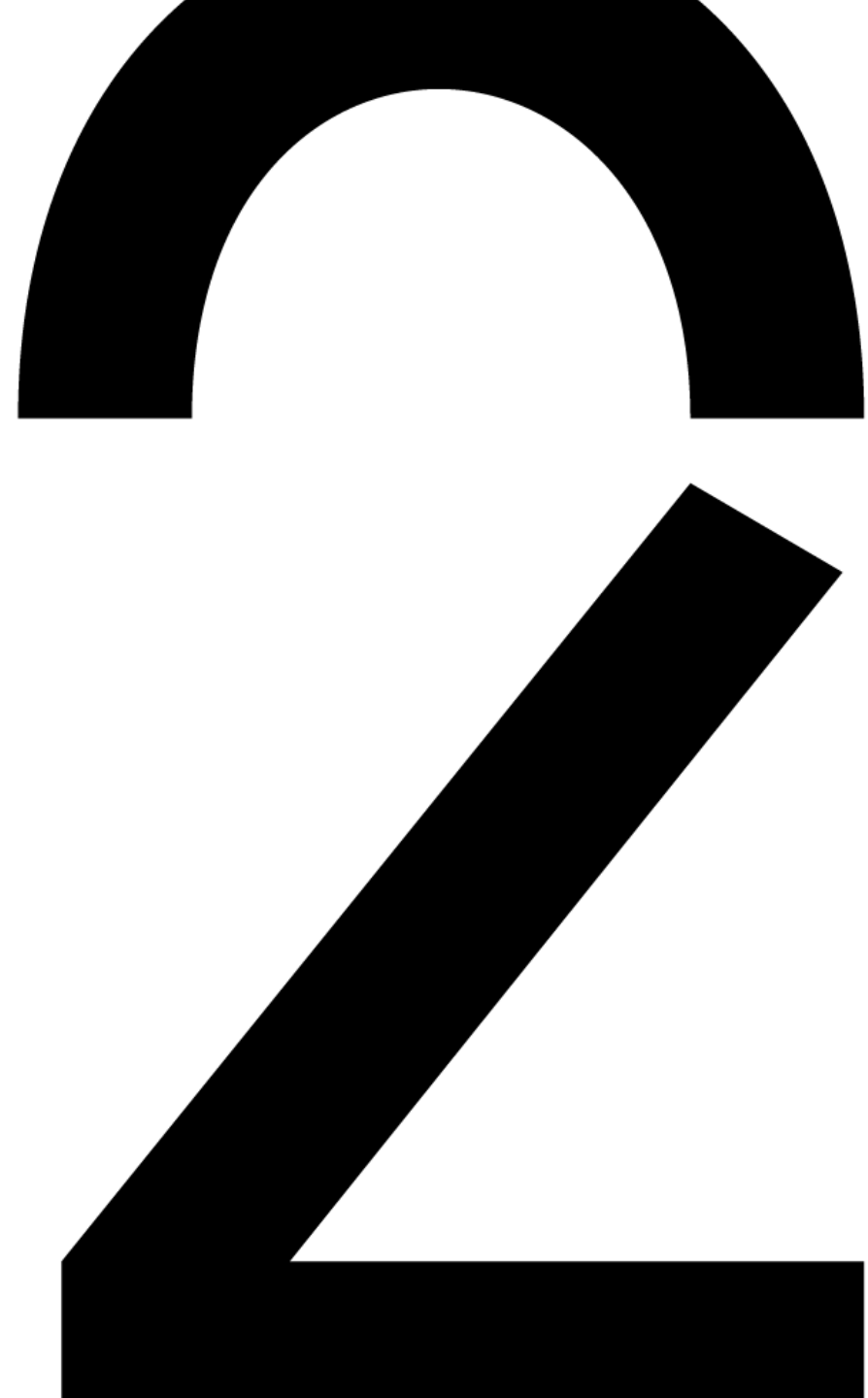
We hebben een **mobiele fietsenstalling** die iedere organisatie van de stad kan gebruiken. Die wordt ook altijd ingezet voor evenementen.

Er wordt soms ook een **beloning** gegeven aan fietsers zoals het geven van een bon voor een gratis drankje.

Mensen vragen naar **bewaakte fietsenstallingen**. Ook wordt vaak de vraag gesteld of **de fietsenstalling overdekt** is. Daar willen we dan ook meer op inzetten, niet alleen voor evenementen, maar voor alle inwoners van de stad.

Wij zullen bijvoorbeeld voor in eerste instantie duurzame mobiliteitskeuzes **promoten**. Wanneer we verschillende opties aangeven om naar ons evenement te komen zal de eerste optie altijd de meest duurzame optie zijn. Fiets of te voet staat altijd bovenaan, de auto onderaan – in de mate dat het kan.

Onderzoeksaanpak



Centrale onderzoeksvraag

Welke **maatregelen** dienen steden, gemeenten en andere evenementenorganisatoren te nemen om **bezoekers** van publieksevenementen te **motiveren voor een modal shift** van wagen naar een duurzamer alternatief?

Status quo evenementenmobiliteit

Doelstelling?

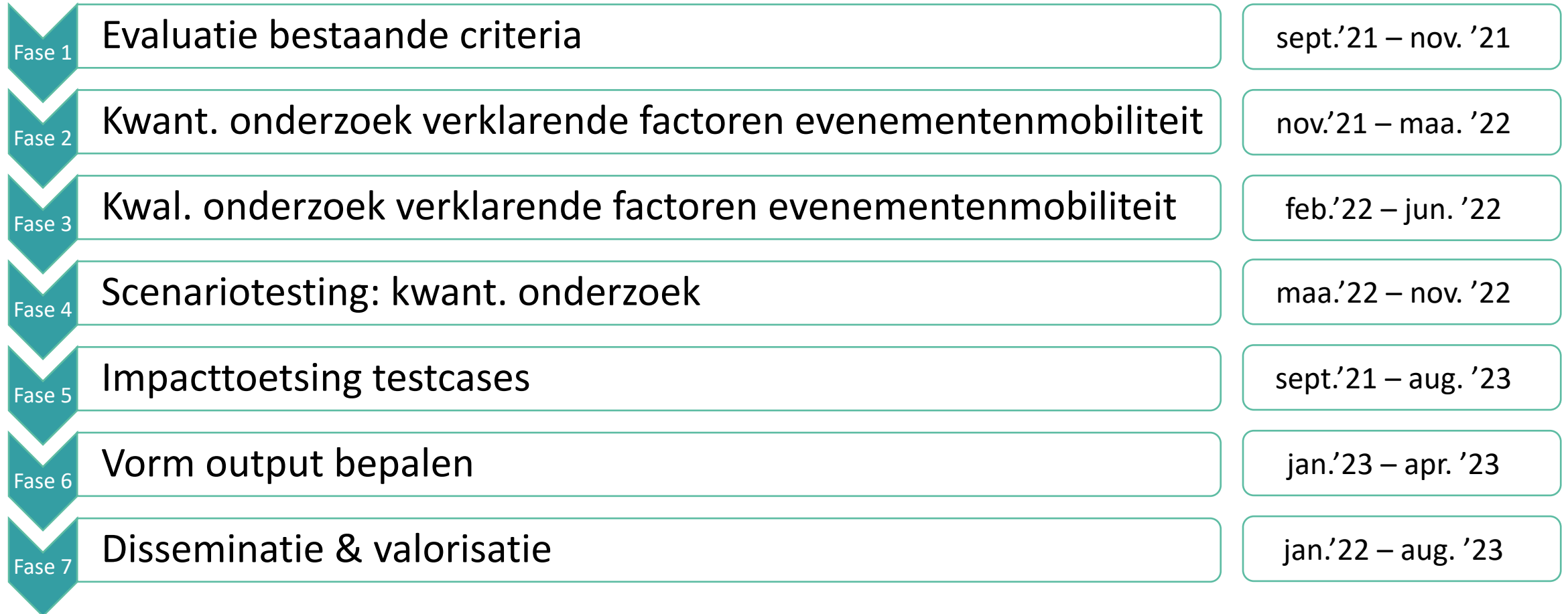
Inzichten verwerven in evenementenmobiliteit in Vlaanderen

⇒ Op zoek naar **generieke** maatregelen die leiden tot **duurzame modal shift**

Wat beïnvloedt mobiliteitskeuzes (voor evenementen)?

- *Built environment* factoren (eigenschappen van de omgeving, bv. reistijd, toegang tot openbaar vervoer in eigen woonplaats)
- Persoonlijke factoren (bv. attitudes, gewoonten, persoonlijkheid)
- Evenementenfactoren (bv. locatie, infrastructuur, duurtijd evenement)

Onderzoeksfasen



Literatuurstudie



Verplaatsingsgedrag evenementen

Literatuur zéér beperkt

Inzichten lenen van aangrenzende domeinen, o.a. toerisme

Focus op woon-werk, case-studies van mega-events, specifieke locaties

Koning auto voor ontspanning, sport & cultuur



Wat weten we wel? (1)

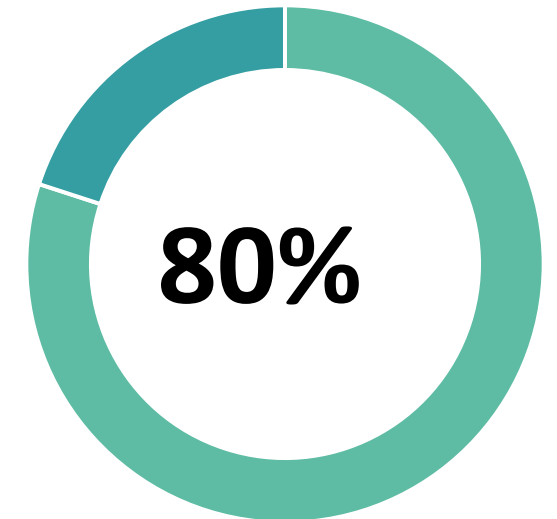
Evenementenmobiliteit is uniek

- effecten geconcentreerd in tijd en ruimte
 - "journey of origin" is zeer breed
- => inzichten lenen van aangrenzende disciplines is moeilijk

Evenementenmobiliteit zet **grote druk op de omgeving** en heeft een negatieve sociale en ecologische impact

Maatregelen gericht op **korte-termijn oplossingen** (vlotter verkeer), eigen stad of evenement (cases)

- ⇒ Duurzame oplossingen theoretisch interessant, maar niet praktisch en economisch
- ⇒ "damage control"



Wat weten we wel? (2)

Factoren die evenementenmobiliteit beïnvloeden

- (1) **Setting**: stedelijk vs. ruraal, permanent vs. Tijdelijk
- (2) **Duur & frequentie**: kortstondige, zeldzame evenementen niet interessant
- (3) **Timing**: weekend & late night (+ seizoenen)

Perspectief van de bezoeker

Bestaande maatregelen beperkt succes door tekort aan inzichten in bezoeker, o.a.

- Nood aan bezoekersprofielen
- Motivaties voor bepaalde vervoerskeuzes
- De mens als gewoontedier

Evenementen als mogelijke “**showcase**” van best practices: laagdrempelig beïnvloeden van gedrag?

Resultaten kwantitatief onderzoek

Kwantitatief veldwerk

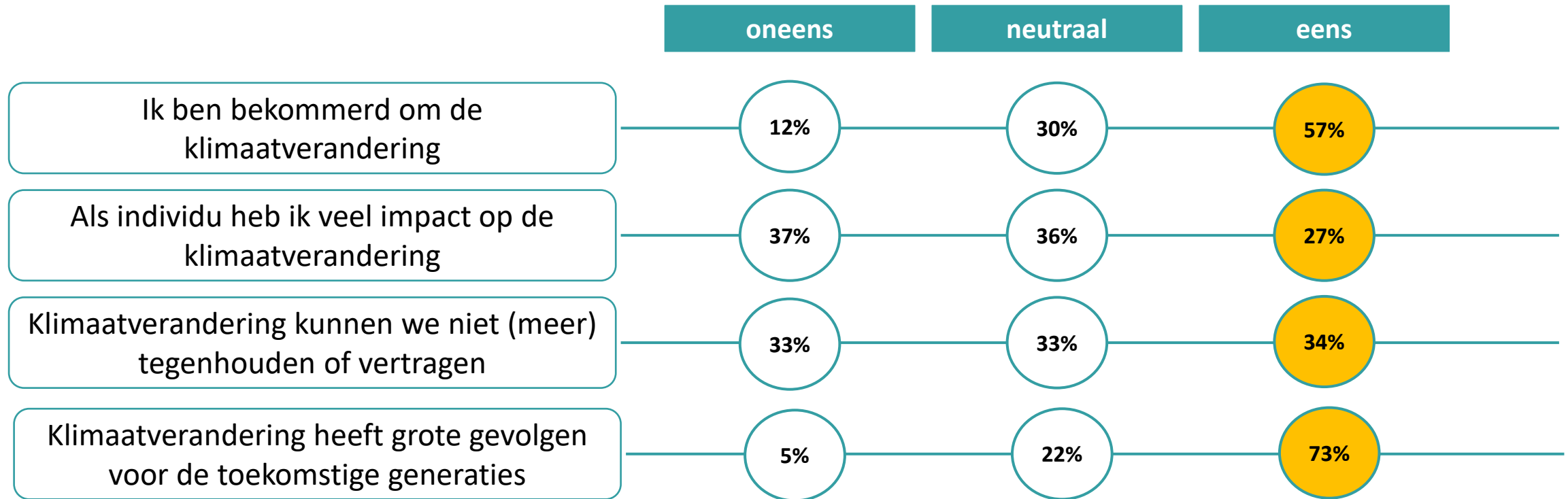
Wat? Online bevraging bij representatieve steekproef van +/- 1000 Vlamingen

Waarom? in kaart brengen van de voorkeuren en motieven m.b.t. evenementenmobiliteit, en de omstandigheden die deze keuze beïnvloeden

Steekproefomschrijving

- **Geslacht:** 50% mannen; 50% vrouwen
- **Leeftijd:** 18-24 (8%) | 25-34 (19%) | 35-44 (14%) | 45-54 (23%) | 55-64 (12%) | 65-74 (19%) | 75+ (5%)
- **Opleidingsniveau:** 61% hoogstens hoger middelbaar; 39% hoger onderwijs
- **Jobstatus:** 57% werkenden, 43% niet-werkenden
- **Woonplaats:** 43% respondenten uit verstedelijkte gebieden, 57% uit landelijke gebieden

Klimaatattitudes



Algemene modal split

Op welke manier verplaats je je doorgaans in het dagelijks leven (bv. naar het werk, in je vrije tijd, ...)?

Het is mogelijk dat je een combinatie van vervoerswijzen gebruikt. Gelieve in dat geval de vervoerswijze te selecteren waarmee je de langste afstand aflegt.

Auto, als bestuurder alleen	44.1%
Auto, als bestuurder met andere passagiers	13.8%
Auto, als passagier	6.6%
Taxi/Uber	0.7%
<i>Auto totaal</i>	65.6%
Trein	6.5%
Tram/(pré)metro (de lijn, <u>mivb</u> , <u>tec</u>)	2.5%
Bus (de lijn, <u>mivb</u> , <u>tec</u>)	2.5%
Motor, brom-/snorfiets	0.7%
Fiets	17.8%
Te voet	4.5%

Modal split evenementen

Op welke wijze verplaats je je het vaakst naar evenementen?

Het is mogelijk dat je een combinatie van vervoerswijzen gebruikt. Gelieve in dat geval de vervoerswijze te selecteren waarmee je de langste afstand aflegt.

Auto, als bestuurder alleen	12.6%
Auto, als bestuurder met andere passagiers	40.3%
Auto, als passagier	20.8%
Taxi/Uber	1.1%
<i>Auto totaal</i>	<i>75.2%</i>
Trein	7.3%
Tram/(pré)metro (de lijn, <u>mivb</u> , <u>tec</u>)	4.3%
Bus (de lijn, <u>mivb</u> , <u>tec</u>)	2.5%
Motor, brom-/snorfiets	0.3%
Fiets	6.4%
Te voet	3.9%

Motieven voor vervoerskeuze

- Omwille van de **afstand** van mijn woonplaats
- Het was de **goedkoopste** manier om me te verplaatsen
- Het was de meest **ecologische** manier om me te verplaatsen
- Het was de **veiligste** manier om me te verplaatsen
- Het was de **comfortabelste** manier om me te verplaatsen
- Het was de **snelste** manier om op het evenement te geraken
- Het was de meest **ontspannende** manier om me te verplaatsen
- Ik op die manier **alcohol** kon drinken op het evenement
- Het was **makkelijker** met de **kinderen**
- Het was de beste vervoerskeuze gezien de **weersomstandigheden**
- Ik moest me op deze manier geen zorgen maken over de pandemie en mogelijke **gezondheidsrisico's**
- Mijn **gezelschap** ging op dezelfde manier naar het evenement
- Het was de **enige manier** om na afloop van het evenement thuis te geraken
- Ik was **onvoldoende op de hoogte** van andere manieren om het event te bereiken

Motieven voor vervoerskeuze

Auto

1. Het was de comfortabelste manier om me te verplaatsen (91.6%)
2. Het was de snelste manier om me te verplaatsen (90.6%)
3. Het was de meest ontspannende manier om me te verplaatsen (80.6%)

Fiets

1. De afstand van mijn woonplaats (84.3%)
2. Het was de goedkoopste manier om me te verplaatsen (77.6%)
3. Het was de meest ontspannende manier om me te verplaatsen (77.4%)

Openbaar vervoer

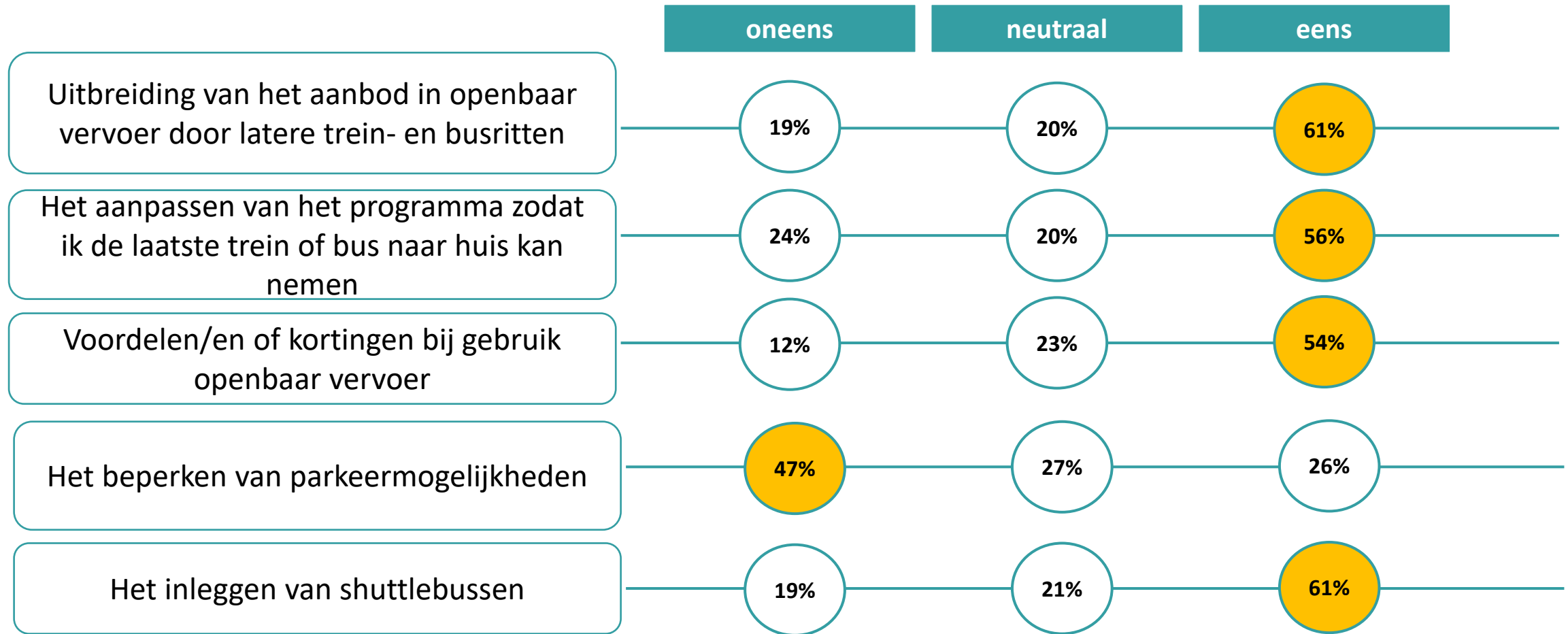
1. Het was de meest ontspannende manier om me te verplaatsen (73.8%)
2. Mijn gezelschap ging op dezelfde manier naar het evenement (73.1%)
3. Omwille van de afstand van mijn woonplaats (71.1%)

Te voet

1. Het was de comfortabelste manier om me te verplaatsen (89.1%)
2. De afstand van mijn woonplaats (83.7%)
3. Het was de goedkoopste manier om me te verplaatsen (83.8%)

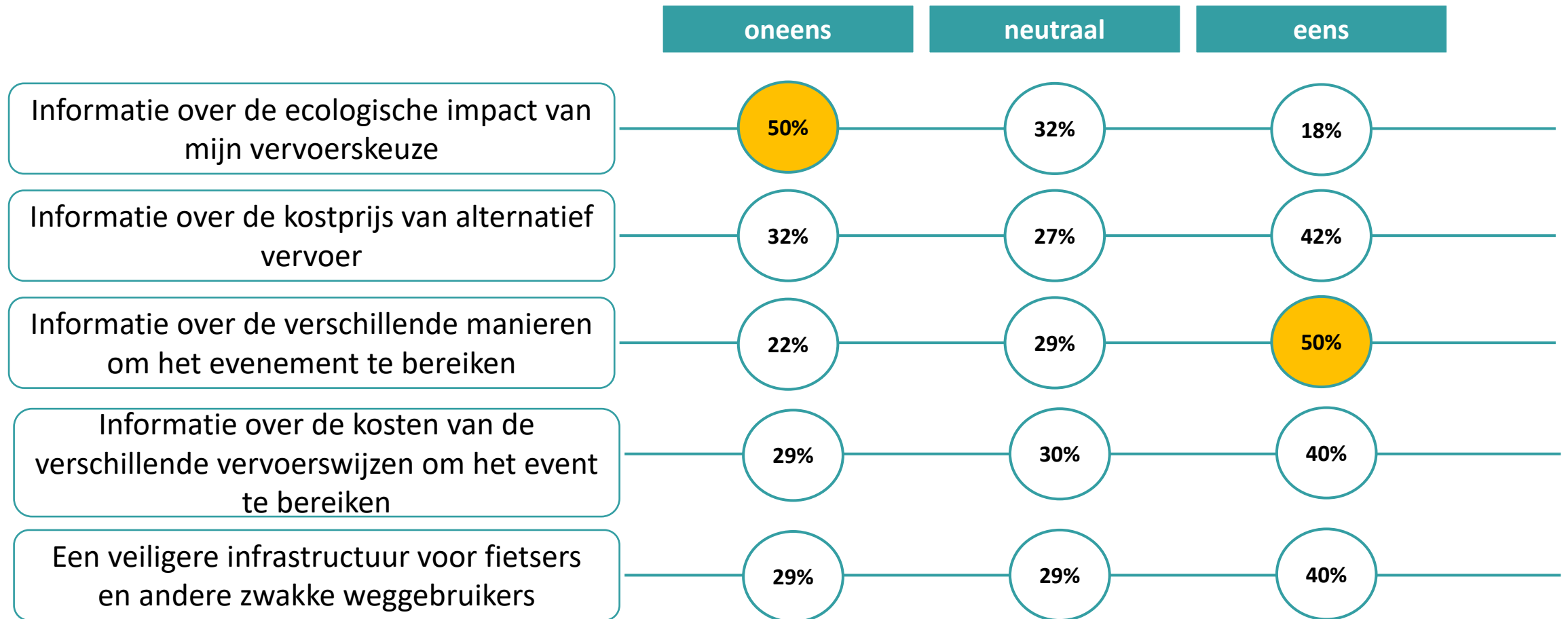
Autogebruikers

Maatregelen voor modal shift (1)



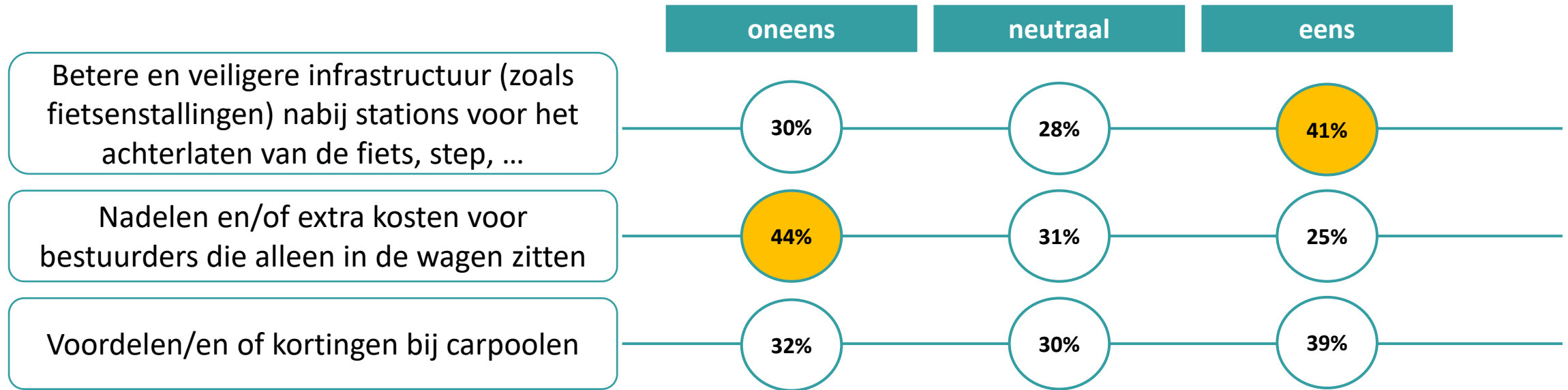
Autogebruikers

Maatregelen voor modal shift (2)



Autogebruikers

Maatregelen voor modal shift (3)



Autogebruikers - open antwoorden Maatregelen voor modal shift (4)

Beter op mekaar afstemmen van
aansluiting verschillende OV modi

Huis aan huis ophalen en afzetten van
mensen

Zorgen dat het 's nachts veiliger is voor
jonge vrouwen om over straat te
wandelen of het openbaar vervoer te
nemen

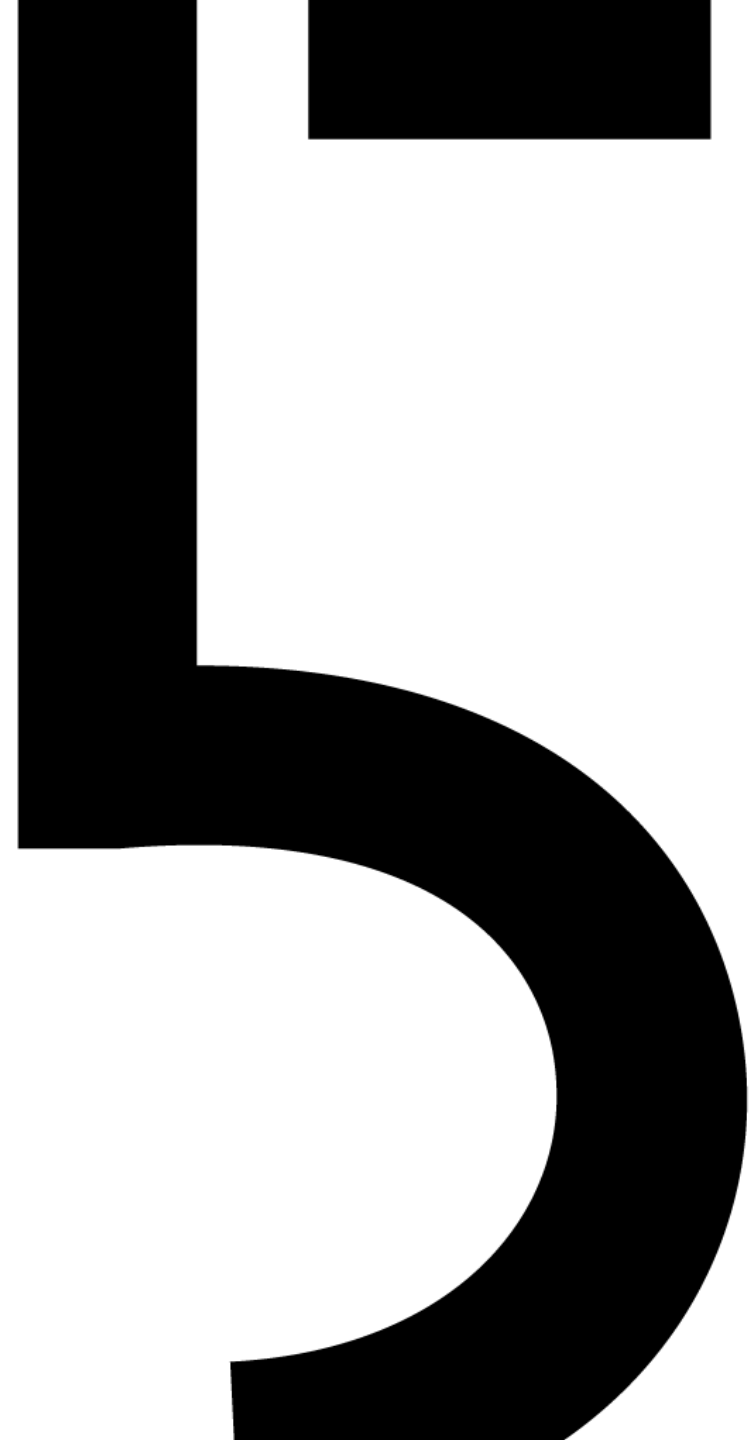
Dat ik kan zitten en niet de hele tijd moet
recht staan omdat er te weinig zitplaatsen
zijn in de bus.

Het is moeilijk te kiezen voor openbaar
vervoer als je in een kleine gemeente
woont ver van theaterzalen,
cultuurcentra, Meer lokale
evenementen organiseren.

Meer comfort en hygiëne op openbaar
vervoer.

Openbaar vervoer gezelliger maken en
linken met evenement, vb. al een glaasje
kunnen drinken.

Resultaten kwalitatief onderzoek



Kwalitatief veldwerk

4 focusgroepen met evenementenbezoekers

- **Koning Auto: autonomie, gemak & comfort**

⇔ reis-stress

⇔ carpooling-bereidheid maar tekort aan kennis & gemak

- **Openbaar vervoer: veel barrières**

beschikbaarheid & betrouwbaarheid ⇔ vertrouwen in evenementorganisator

Kostprijs ⇔ weinig zicht op ticketprijzen, overschatting van werkelijke kost

“gedoe” ⇔ tekort aan informatie

veiligheid

Kwalitatief veldwerk

Maatregelen voor duurzame mobiliteit

- **Unaniem:** geen strafmaatregelen voor autogebruikers
Toegankelijkheid/inclusie-argument
Imago evenement
- **Unaniem:** incentives
Positief gedrag belonen
- **Unaniem:** shuttlebus
- **Informatievoorziening**
- **Vervoer vastleggen bij aankoop tickets**

**Resultaten
testcases (premeting)**



Doel van het onderzoek

- Evidence-based aanbevelingen voor evenementenorganisatoren om duurzamere evenementenmobiliteit te faciliteren.
- Perspectief van de bezoeker
 - Wie zijn ze?
 - Hoe komen ze?
 - Met wie komen ze?
 - Wat kan hen motiveren om voor een duurzamer alternatief te kiezen?

Vier testcases (pretesting)

Ladies City Deluxe (Diest): 21 maart 2022

Ten Miles (Antwerpen): 24 april 2022

Winkelnacht (Roeselare): 29 april 2022

1 meifeest (Genk): 1 mei 2022

Doel testcases

In kaart brengen van
situatie *as is* inzake
evenementenmobiliteit



Uitwerken en
implementeren van
maatregelen



In kaart brengen van de
nieuwe situatie inzake
evenementenmobiliteit

VRAGENLIJST
bezoekers enquêteren
(face-to-face)



Meervoudige
regressieanalyses



Respons testcases

Testcase	Aantal respondenten
Ladies City Deluxe (Diest)	321
Antwerp Ten Miles (Antwerpen)	405
Winkelnacht (Roeselare)	384
1 meifeest (Genk)	307

Modal split



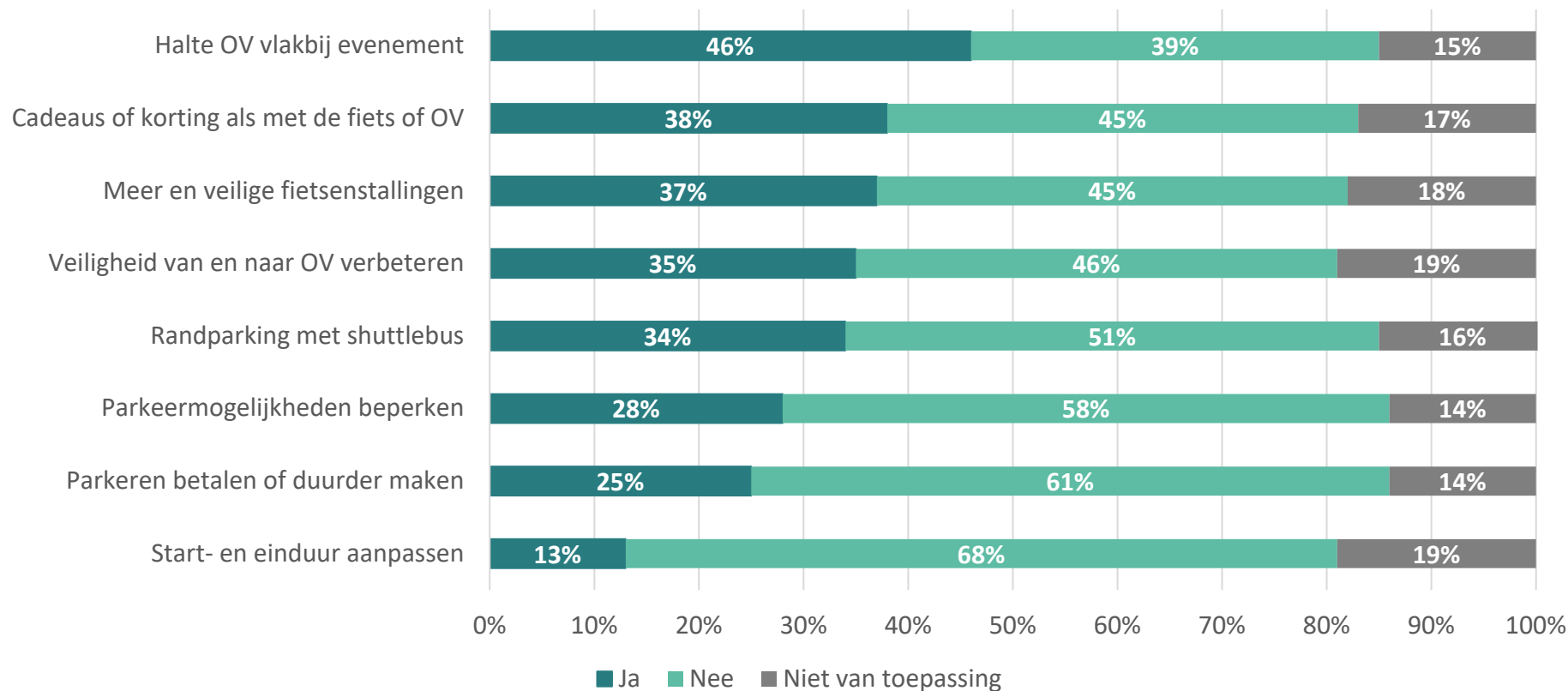
Auto	55%
Taxi of Uber	0%
Auto totaal	55%
Bus	1,6%
Trein	1,9%
Openbaar vervoer totaal	3,5%
Motor of bromfiets	0,6%
(Elektrische) fiets	8,4%
(Elektrische) step	0,9%
Te voet	28,9%

Auto + openbaar vervoer	0,3%
Fiets + auto	0,3%
Te voet + auto	1,2%
Te voet + fiets/step	0,6%

Duurzamere alternatieven



Wat zijn volgens u goede initiatieven om duurzamere vervoerskeuzes aan te moedigen bij de bezoekers van LCD?



n = 321

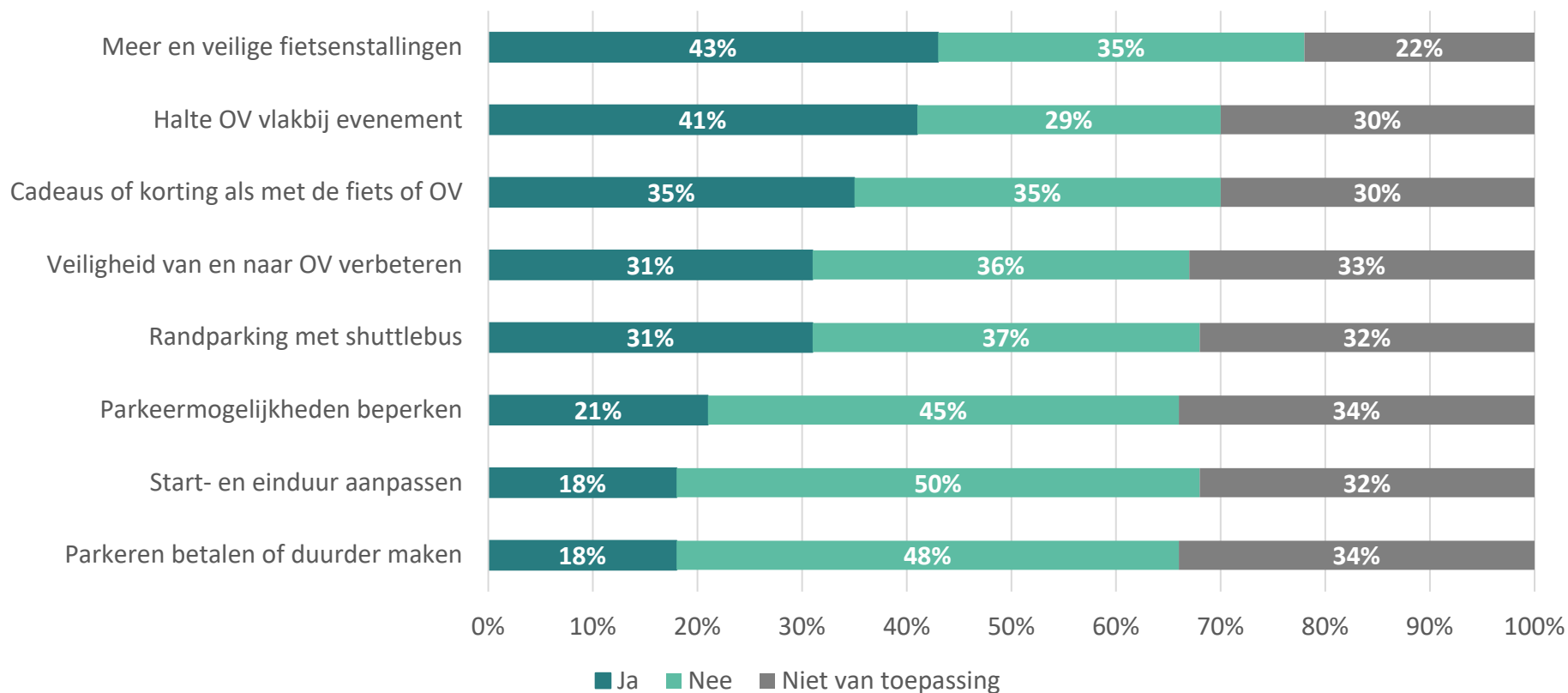
Modal split

Auto	19%
Taxi of Uber	0,7%
Auto totaal	19,7%
Bus	3,5%
Metro	2,2%
Tram	11,9%
Trein	4,9%
Openbaar vervoer totaal	22,5%
Motor of bromfiets	1,7%
(Elektrische) fiets	14,1%
(Elektrische) step	2,7%
Te voet	13,1%

Step + openbaar vervoer	0,4%
Fiets + openbaar vervoer	2,2%
Auto + openbaar vervoer	3,9%
Combi openbaar vervoer	4,5%
Fiets + auto	1,0%
Te voet + auto	1,0%
Te voet + openbaar vervoer	10,3%
Te voet + fiets/step	2,2%

Duurzamere alternatieven

Wat zijn volgens u goede initiatieven om duurzamere vervoerskeuzes aan te moedigen bij de bezoekers van AG Antwerp Ten Miles ?



Modal split

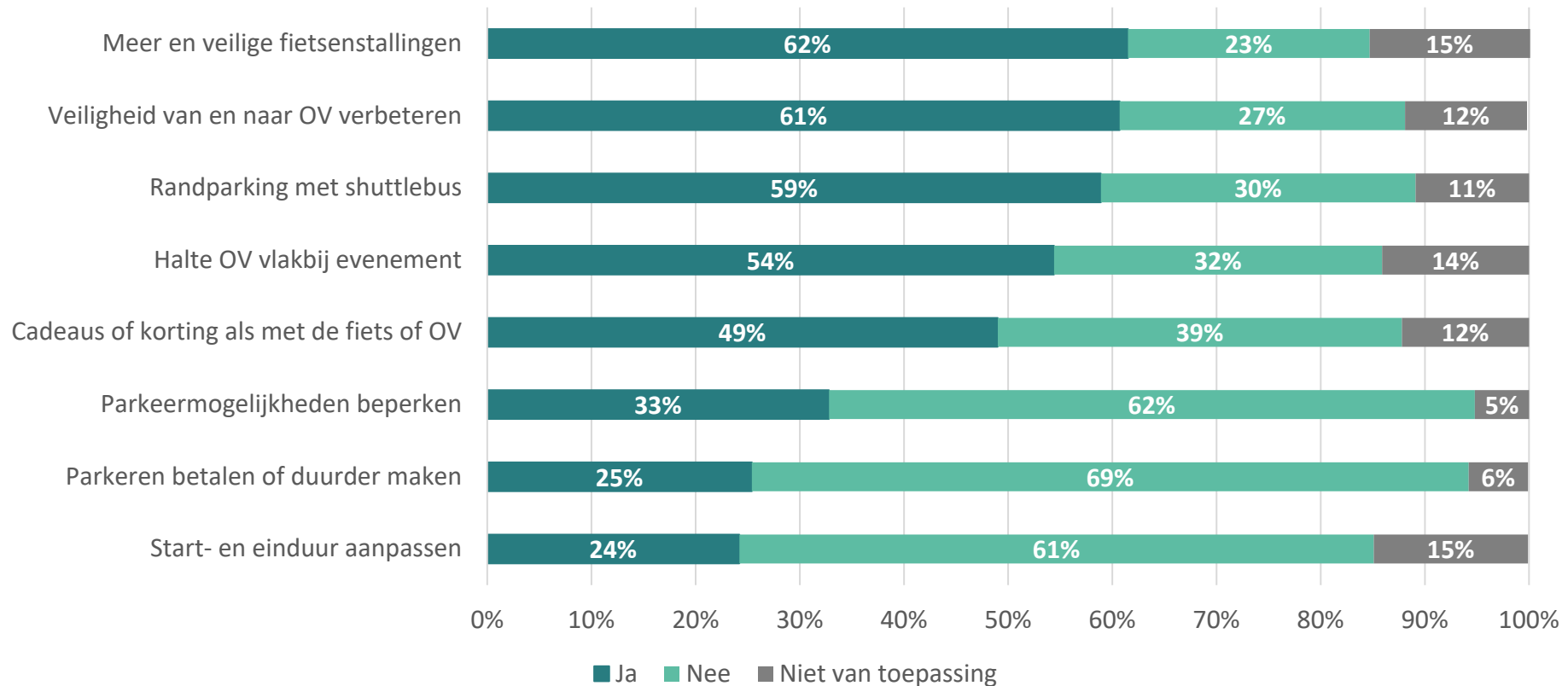


Auto	41,4%
Taxi of Uber	0,8%
Auto totaal	42,2%
Bus	5,2%
Tram	0,3%
Trein	3,3%
Openbaar vervoer totaal	8,8%
Motor of bromfiets	1,6%
(Elektrische) fiets	10,2%
(Elektrische) step	1,0%
Te voet	31,8%

Step + openbaar vervoer	0,3%
Fiets + openbaar vervoer	0,6%
Auto + openbaar vervoer	0,6%
Fiets + auto	1,0%
Te voet + auto	0,3%
Te voet + openbaar vervoer	0,3%
Te voet + fiets/step	0,3%

Duurzamere alternatieven

Wat zijn volgens u goede initiatieven om duurzamere vervoerskeuzes aan te moedigen bij de bezoekers van dit evenement?



Modal split



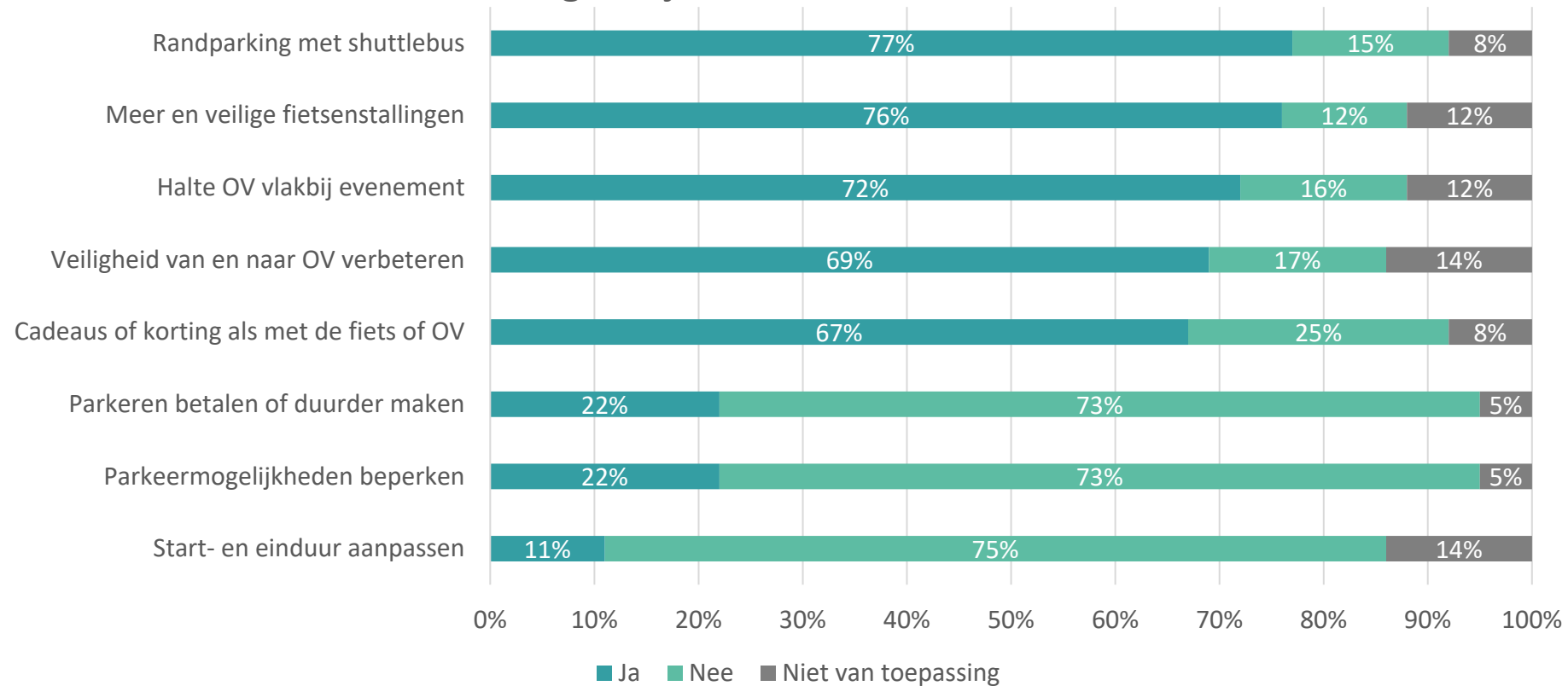
Auto	47,4%
Taxi of Uber	1,0%
Auto totaal	48,4%
Bus	9,4%
Metro	0,3%
Openbaar vervoer totaal	9,7%
Motor of bromfiets	1,9%
(Elektrische) fiets	9,4%
(Elektrische) step	1,9%
Te voet	25,6%
Shuttlebus evenement	0,6%

Te voet + openbaar vervoer	0,9%
Fiets + openbaar vervoer	0%
Gecombineerd openbaar vervoer	0,3%
Fiets + auto	0%
Te voet + auto	0,3%
Te voet + openbaar vervoer	0,9%
Te voet + fiets/step	0%

Duurzamere alternatieven



Wat zijn volgens u goede initiatieven om duurzamere vervoerskeuzes aan te moedigen bij de bezoekers van dit evenement?



Next steps



Scenariotesting

Wat? Online bevraging bij een steekproef van +/- 1000 evenementenbezoekers

Wanneer? Oktober en november 2022

Waarom? Inzicht verwerven in hoeveel bezoekers onder welke voorwaarden overgaan tot een shift van wagen naar een duurzamer alternatief

Aanvullende focusgroepgesprekken

Wat? Focusgroepgesprekken met evenementenbezoekers

Wanneer? Maart 2023

Waarom? Verdiepende inzichten verwerven in maatregelen die kunnen leiden tot gedragsverandering en de factoren die hierop een impact hebben (individueel, contextueel, evenementieel, ...)

Vervolgstappen testcases (januari-mei 2023)

In kaart brengen van
situatie *as is* inzake
evenementenmobiliteit



Uitwerken en
implementeren van
maatregelen



In kaart brengen van de
nieuwe situatie inzake
evenementenmobiliteit

VRAGENLIJST
bezoekers enquêteren
(face-to-face)



Meervoudige
regressieanalyses



Disseminatie en valorisatie



thanks!

