



Embracing Active Travel for Health

Campagnefiche #2

De doelstelling van het SWITCH-project is om op grote schaal SWITCH-campagnes te implementeren in vijf grote Europese steden. De voornaamste doelstelling van SWITCH-campagnes is de vermindering van BKG (broeikasgassen)-emissies en primaire energieconsumptie door autoritten te vervangen door wandelen en fietsen (actieve modi) voor korte stedelijke verplaatsingen. De campagnes combineren elementen van personalised travel planning (PTP, gepersonaliseerde reisinformatie), informatie over gezondheid en 'gamificatie' middels ICT-toepassingen.

Deze fiche geeft een overzicht van de implementatie van de SWITCH-campagnes in de vijf SWITCH-implementatiesteden: Antwerpen (België), Donostia/San Sebastian (Spanje), Wenen (Oostenrijk), het Londense district Hounslow (Verenigd Koninkrijk) en Gdansk (Polen). Daarnaast focust deze fiche op bewonersparticipatie.

Antwerpen

3.700 werknemers in 4 SWITCH-bedrijven

In de stad Antwerpen, waar de SWITCH-campagne geïmplementeerd wordt in het kader van zeer grote wegenwerken en de koepelcampagne Slim naar Antwerpen, heeft de campagne betrekking op vier bedrijven.

Bijna 3.700 werknemers van alle vier locaties werden gecontacteerd door het Antwerpse SWITCH-team. Zij werden allemaal uitgenodigd voor een plenair informatiemoment op hun eigen werkplek, kregen de vraag om een vragenlijst en een fiche met mogelijke, persoonlijke mobiliteitsproducten en diensten in te vullen en ontvingen allemaal een persoonlijk pakket met relevante reisinformatie voor hun woon-werkverkeer. Sommigen kregen na aanvraag een persoonlijk reisinformatiegesprek.

De enquêtes zorgden voor nuttige kwantitatieve data, terwijl de focusgroeps gesprekken meer kwalitatieve inzichten boden met betrekking tot de campagne.

De twee types informatie zullen het Antwerpse SWITCH-team helpen om toekomstige campagnes rond het veranderen van mobiliteitsgedrag te verbeteren. Zulke campagnes zullen nodig zijn, gezien de stad met grote mobiliteitsuitdagingen kampt, vooral wegens wegenwerken die reeds gestart zijn en de komende jaren zullen voortduren en zelfs toenemen.

Donostia / San Sebastian

Welkom aan de nieuwkomers! Beweeg mee!

Meer dan 3.000 mensen die recent verhuisden naar en/of in Donostia / San Sebastian of medisch advies kregen om meer aan lichaamsbeweging te doen, werden gecontacteerd tijdens de eerste fase van de SWITCH-campagne in Donostia / San Sebastian.

Alle deelnemers die de basisenquête invulden werden uitgenodigd om hun SWITCH-pakket te kiezen door middel van een fiche met mogelijke, persoonlijke mobiliteitsproducten en diensten. Er werden PTP-sessies en ICT-instrumenten aangeboden. Bijna 450 SWITCH-pakketten werden reeds afgeleverd, met meer dan 3.000 informatiedocumenten met alle inlichtingen over het aanbod van de stad inzake actieve mobiliteit en gezondheid. Bovendien toonde het PTP-advies duidelijk het sterke engagement aan van de deelnemers om oplossingen te zoeken voor hun persoonlijke mobiliteitssituatie.

Tijdens de campagne werd zowel kwantitatieve als kwalitatieve informatie verzameld. Kwalitatieve informatie werd voornamelijk bekomen tijdens een focusgroepsessie waarin deelnemers hun persoonlijke indruk van het SWITCH-project en hun visies over mobiliteit in de stad met elkaar deelden.

Wenen

De campagne werpt haar eerste vruchten af

In Wenen maakte de SWITCH-campagne deel uit van het Jaar van het Wandelen. De SWITCH-campagne werd bekendgemaakt tijdens verschillende evenementen, via de sociale media en in nieuwsbrieven. Ongeveer 20.000 postkaarten werden verdeeld. Dit resulteerde in de deelname van 1.539 mensen aan de SWITCH-campagne, waarvan 957 mensen verder informatiemateriaal bestelden, zoals:

- Informatie en links voor navigatie-apps
- Kaarten voor fiets-, wandel- en trektochten
- Informatie over de gezondheidsvoordelen van actieve verplaatsingen
- Wandel- en fietsinformatie op maat



Pictures: Christian Fuertner / Mobility Agency Vienna

Diensten zoals fietsreparatiewerkshops, PTP-gesprekken en gepersonaliseerde reisplannen voor voetgangers en fietsers betekenden een meerwaarde voor het informatiepakket.

Feedback van deelnemers en resultaten van een focusgroep onthulden de grote mate van acceptatie en de positieve invloed van de campagne op het dagelijkse verplaatsingsgedrag. De kwantitatieve impact in termen van modal shift en verminderd autogebruik wordt gemeten in het kader van een permanente evaluatie.

Het Londense District Hounslow SWITCH overstijgt de verwachtingen

De Hounslow SWITCH-campagne overtrof de doelstellingen voor wat lokale participatie betreft. Het SWITCH-team werkte met 36 lagere scholen, contacteerde 1.000 ouders met pas beginnende schoolkinderen en hield 400 PTP-sessies voor autobegebruikers.

De organisatoren introduceerden het Traffic Snake-spel ('verkeersslangspel') in 16 lagere scholen (en vijf zogenaamde juniorscholen). Meer dan 11.000 mensen namen deel aan de campagne Beat the Street ('Klop de straat') en wandelden en fietsten samen meer dan 63.000 km (39.000 mijl).

De belangrijkste voordelen van Beat the Street waren een fitter en gezonder gevoel, een plezierige belevenis en de verkenning van de lokale omgeving. Acht op tien mensen vonden dat Beat the Street hen hielp om minder met de wagen te reizen.



Boven: Beat the Street in Hounslow (VK)

Rechts: Bitwa na Kilometry in Gdansk (PL)

Gdansk

Een onvergetelijke ervaring

30 herfstdagen volstonden voor de SWITCH-campagne om meer dan 2.000 families helemaal te enthousiasmeren. Bitwa na kilometry – een wandel- en fietsspel gebaseerd op het Beat the Street-concept uit het Verenigd Koninkrijk – sloeg erin om hele families, generaties, scholen en buurten te motiveren om gezondere en meer duurzame vervoerskeuzes te maken, in het bijzonder voor korte verplaatsingen.

Met behulp van RFID-technologie (identificatie van radiogolven) registreerden campagnedeelnemers 171.383,5 actieve kilometers, dat is het equivalent van 4,3 reizen rond de wereld.

De drie betrokken scholen namen de uitdaging van het spel zeer ernstig. Zij zorgden voor speciale lessen om het bewustzijn te vergroten en organiseerden extra evenementen zoals weekend- en avondwandelingen, speciale dagen gewijd aan een gezonde voeding en levensstijl en groepsjogging tijdens de les lichamelijke opvoeding. De sfeer was geweldig en de competitie was scherp, maar uiteindelijk was iedereen winnaar.

Van de 4.269 actieve deelnemers waren er 53,8% schoolkinderen en 46,2% volwassenen (leerkrachten en ouders). Statistisch gezien maakten zij 5.700 actieve verplaatsingen per dag, met een gemiddelde van 40 km per actieve deelnemer. Als een dergelijke afstand met de auto zou worden afgelegd, zou de lucht in Gdansk een bijkomende 46,450 kg CO2 moeten verwerken, wat gelijk is aan het maximum absorptievermogen van 25.340 bomen in 30 dagen.

De evaluatie is nog niet afgerond, maar de statistieken lijken veelbelovend. Samenvattend heeft elke stap van de SWITCH-campagne een grote overwinning betekend, en zal het grote enthousiasme waarop de Bitwa-wedstrijd kon rekenen nog een lange tijd in het geheugen van de deelnemers gegrift staan.

Contact:

Projectcoördinatie

DI Wiebke Unbehaun

Universiteit voor Natuurlijke Grondstoffen en
Biowetenschappen - Wenen
Instituut voor transportstudies

Peter-Jordan-Straße 82 - 1190 Wenen - Oostenrijk

E-Mail: wiebke.unbehaun@boku.ac.at

Telefoon: +43 1 47654 5304

Projectcommunicatie

Florinda Boschetti & Thomas Mourey

Polis

Troonstraat, 98

1050 Brussel

Email: FBoschetti@polisnetwork.eu

TMourey@polisnetwork.eu

Telefoon: +32 2 500 56 70

Voor meer informatie kunt u terecht op www.switchtravel.eu



Medegefinancierd door het programma
Intelligente energie Europa van de
Europese Unie