Slim investeren in deelmobiliteit

Maatregelen die veel opleveren met beperkte middelen

Een inspiratiebundel vanuit de Green Deal 'Deelmobiliteit en wonen'

November 2026



Inhoudstafel

Inleiding 3

Hoe gebruik je deze gids? 4

A. Gebruik bestaande deelwagens verhogen 5

Maatregel 1: Promotiecampagnes naar een breed publiek 5
Maatregel 2: Doelgroepgerichte acties 7
Maatregel 3: Inzetten op kantelmomenten 9
Maatregel 4: Dienstverplaatsingen met de deelwagens 10

B. Het delen van bestaande wagens en wagenparken stimuleren 13

Maatregel 5: Slimme partnerschappen met bedrijven en organisaties 13
Maatregel 6: Particulier autodelen stimuleren 15

C. Het toepassen van alternatieve financieringsvormen 17

Maatregel 7: Sponsoring/funding 17
Maatregel 8: Financiële lasten voor projectontwikkelaars 18
Maatregel 9: Aanbieders die een alternatieve financiering gebruiken 19

Andere inkomstenbronnen in de toekomst? 21

Inleiding

Steeds meer lokale besturen investeren in autodelen. Ze voorzien standplaatsen, geven een afnamegarantie aan een aanbieder of nemen deelwagens op in hun mobiliteitsbeleid. Dat is een bewuste keuze, en een goede. Een goed gebruikte deelwagen kan meerdere privéwagens vervangen, maakt publieke ruimte vrij en geeft inwoners toegang tot een wagen zonder dat ze er zelf een moeten bezitten. Voor gezinnen buiten de stad is een deelwagen vaak een volwaardig alternatief voor een tweede wagen.

Tegelijk staan de gemeentebudgetten onder druk. Elke uitgave wordt kritisch bekeken, ook die voor deelmobiliteit. De vraag die we steeds vaker horen, is dan ook: willen we hier nog in blijven investeren?

Met deze gids wil de Green Deal 'Deelmobiliteit en wonen' die vraag niet ontwijken, maar beantwoorden. Investeren in deelmobiliteit blijft zinvol. Het komt er wel op aan om slim te investeren: zorgen dat elke euro zo veel mogelijk oplevert. Daarvoor zijn er drie sporen.

1. **Meer gebruik van de deelwagens die er al zijn.** Autodelen heeft, zeker buiten de grote steden, vaak tijd nodig om rendabel te worden. Veel gemeenten overbruggen die periode met een degressieve afnamegarantie. Hoe vaker de wagens rijden, hoe sneller je bijdrage daalt. (Deel A)
2. **Bestaande wagens deelbaar maken.** In elke gemeente staan wagens van bedrijven, organisaties en particulieren het grootste deel van de tijd stil. Wie die wagens openstelt, laat het aanbod groeien zonder extra wagens te plaatsen. (Deel B)
3. **Andere financieringsbronnen aanboren.** De gemeente hoeft niet de enige financier te zijn. Sponsoring, financiële lasten bij omgevingsvergunningen en coöperatieve modellen kunnen een deel van de kost dragen. (Deel C)

Slim investeren betekent niet dat alles gratis is. Sommige maatregelen vragen een beperkt budget, andere vooral personeelstijd. Bij elke maatregel vind je daarom een inschatting van beide. Zo kan je zelf afwegen wat past bij jouw gemeente.

De maatregelen versterken elkaar. Laat je je personeel met de deelwagens rijden voor dienstverplaatsingen, dan vinden je medewerkers ook in hun vrije tijd makkelijker de weg naar deelwagens. Laat je projectontwikkelaars mee investeren en communiceren over deelmobiliteit, dan bereik je inwoners op het kantelmoment 'verhuis' waarop de kans groter is dat ze daadwerkelijk van gedrag veranderen. Combineren loont dus.

De focus van deze gids ligt op autodelen. Veel maatregelen werken ook voor deelfietsen en andere vormen van deelmobiliteit.

Hoe gebruik je deze gids?

Elke maatregel volgt dezelfde opbouw:

- een korte toelichting: wat houdt de maatregel in en waarom levert ze iets op?
- praktijkvoorbeelden van lokale besturen en organisaties die al inzetten op deze maatregel;
- de doelgroep;
- een inschatting van de kosten en de personeelstijd;
- lessons learned: wat werkt, en waar let je best op?
- contactpersonen, als je meer wil weten.

De gids bundelt ervaringen uit de praktijk van lokale besturen, aanbieders en organisaties in heel Vlaanderen.

Wens je meer info over de voorbeelden die je leest, contacteer dan de mobiliteitsdienst van de vermelde lokale besturen.

A. Gebruik bestaande deelwagens verhogen

Autodelen heeft in minder dichtbevolkte of commercieel minder aantrekkelijke wijken vaak tijd nodig om rendabel te worden. Veel gemeenten vangen dat op met een degressieve afnamegarantie. De gemeente draagt tijdelijk financieel bij, en die bijdrage daalt naarmate het gebruik stijgt.

Dat betekent ook: elke extra rit verlaagt je kost. In dit deel lees je hoe je als lokaal bestuur, samen met de autodeelaanbieder, het gebruik van de bestaande deelwagens kan verhogen en dus de eigen kosten kan laten dalen.

Maatregel 1: Promotiecampagnes naar een breed publiek	
Toelichting	Veel mensen kennen autodelen wel, maar hebben de stap nog nooit gezet. Vaak uit onwennigheid: hoe reserveer je, hoe open je de wagen, hoe breng je hem terug? Een campagne waarbij inwoners de deelwagen goedkoop of gratis kunnen uittesten, met begeleiding, neemt die drempel weg. Wie het één keer gedaan heeft, doet het sneller opnieuw. Daarnaast overtuigen mensen die het systeem al kennen beter dan de gemeente zelf. Bestaande autodelers of herkenbare lokale gezichten die hun ervaring delen, zijn geloofwaardig en staan dicht bij de inwoners. Beide aanpakken versterken elkaar. Hoe meer mensen autodelen uitproberen en zich laten overtuigen door andere gebruikers, hoe meer de wagens rijden. En hoe kleiner het bedrag dat je als gemeente nog moet bijpassen.
Praktijkvoorbeelden	• **Regio Rivierenland.** Klimaan lanceerde de Snuffeldeal. Inwoners kunnen een deelwagen uitproberen zonder eerst coöperant te worden. Geen langdurig engagement, geen administratie vooraf: zo wordt "gewoon eens proberen" heel eenvoudig. • **Maldegem, Mechelen en Harelbeke.** Way To Go zette een testcampagne op met bestaande gebruikers als ambassadeurs. Zij zochten inwoners die de deelwagens tijdens een gratis testperiode wilden uitproberen, met persoonlijke begeleiding door een buddy. • **Hasselt.** De stad betaalt nieuwe autodeelgebruikers tijdelijk hun opstartkosten terug. Een communicatiecampagne zet de voordelen van autodelen in de verf: goedkoper, minder zorgen, een aangenamere wijk en beter voor het milieu. Het aantal plaatsen is beperkt, wat ook een gevoel van urgentie geeft.

	• **Regio Vlaamse Ardennen – Dender.** De autodeelaanbieder organiseert er testmomenten. Inwoners kunnen vragen stellen, het reservatiesysteem leren kennen en de wagens bekijken of uittesten. • **Zuid-West-Vlaanderen.** Onder de noemer "Mobiliteit is delen" zetten Leiedal, Way To Go en verschillende gemeenten een regionale campagne op met twee sporen. Ambassadeurs (bestaande autodelers) deelden hun ervaring, aangevuld met lokale infosessies. In een videocampagne verbonden de schepenen van mobiliteit van de deelnemende gemeenten hun gezicht aan het verhaal. • **Harelbeke.** De stad organiseerde infosessies en participatiemomenten per wijk, met voetbalster Tessa Wullaert als herkenbaar gezicht van de campagne. Daarnaast liep de wedstrijd "Harelbeke duurzaam op de baan": vijf gezinnen testten drie maanden lang deelwagens en deelfietsen, met een mobiliteitsbudget van maximaal €200 per maand.
Doelgroep	Alle inwoners, en in het bijzonder wie autodelen wel kent maar het nog nooit uitprobeerde.
Inschatting kosten	**€€ tot €€€**
Inschatting personeelstijd	📝📝📝 **tot** 📝📝📝📝
Lessons learned	• Combineer communicatie met een concreet voordeel: een gratis test, een terugbetaling, een wedstrijd. Communicatie alleen overtuigt vaak niet. • Een lage instapdrempel is doorslaggevend. Geen coöperant worden, geen instapkost, geen langdurig engagement: hoe minder hindernissen, hoe meer mensen het proberen. • Persoonlijke begeleiding, zoals een buddy of een testmoment met de aanbieder, vergroot de kans dat een test uitmondt in blijvend gebruik. De onwennigheid rond reserveren, openen en terugbrengen verdwijnt. • Bestaande gebruikers en lokale gezichten zijn geloofwaardigere afzenders dan de gemeente. Hun ervaring overtuigt sneller dan informatie alleen. • Een beperkt aantal plaatsen of een vaste einddatum houdt de kost onder controle en zet mensen aan om nu in te stappen.

	• Een campagne is geen eindpunt. Hou autodelen ook tussendoor zichtbaar, bijvoorbeeld via persberichten, signalisatie of een fotowedstrijd ("Wie herkent deze standplaats?"). Zorg daarnaast voor actuele basisinformatie: een goed onderhouden webpagina, een overzichtsfolder en duidelijke info aan de standplaatsen. • Koppel testmomenten en promotieacties aan bestaande publiekstrekkers, zoals Autovrije Zondag, de jaarmarkt, de wekelijkse markt of activiteiten van lokale verenigingen. • Stem je campagne af op de agenda van de lokale aanbieders. Een jaarlijkse kortingsactie van een aanbieder kan je bijvoorbeeld meenemen in je campagne. • Een testmoment met weinig bezoekers is niet per se een mislukking. Enkele nieuwe gebruikers kunnen via mond-tot-mondreclame een groter effect hebben. Het resultaat is niet altijd meteen zichtbaar: geef het tijd.

Maatregel 2: Doelgroepgerichte acties	
Toelichting	Het huidige publiek van autodelers is vaak vrij homogeen. Door bewust nieuwe doelgroepen aan te spreken, zoals senioren, ondernemers, eenoudergezinnen, huishoudens met een laag inkomen, nieuwkomers of toeristen, vul je gebruiksmomenten in die vandaag onbenut blijven. Elke doelgroep heeft immers een ander verplaatsingspatroon. De "klassieke" autodeler rijdt vooral in het weekend of buiten de spits. Zorgbehoevenden hebben eerder overdag een wagen nodig, toeristen net in vakantieperiodes en weekends. Hoe breder en toegankelijker het aanbod, hoe beter de wagens over de week bezet zijn. En hoe beter een deelwagen gebruikt wordt, hoe minder de gemeente hoeft bij te dragen.
Praktijkvoorbeelden	• **Zulte.** Het OCMW voorziet een tussenkomst van maximaal €250 voor personen en gezinnen in financiële moeilijkheden, voor het gebruik van deelfietsen of deelauto's in de gemeente. Deelfiets en openbaar vervoer krijgen voorrang op de deelwagen. Voor de deelfiets krijgt elke aanvrager een eenmalige voucher voor Blue-bike. Voor autodelen vervalt de instapkost. De tarieven voor tijd en afstand betaalt de aanvrager zelf. • **Gavere.** De gemeente nodigde de lokale deelfietsaanbieder uit op een event voor alle B&B's in de regio. De B&B's informeren op hun beurt hun gasten.

	• **Gent (senioren).** In opdracht van de stad organiseerde Way To Go testmomenten voor senioren in alle lokale dienstencentra. Zorgcentra en ouderenverenigingen hielpen mee communiceren. De lokale digipunten kregen een opleiding en handleidingen, zodat ze senioren met digitale vragen verder kunnen helpen. • **Gent (nieuwkomers).** Eveneens in opdracht van de stad informeerde Way To Go nieuwkomers over deelmobiliteit, via infosessies in nooddorpen en onthaalcentra, samen met lokale tolken. • **Mechelen.** Een intern reglement geeft ondernemers een korting van €150 op het gebruik van autodelen.
Doelgroep	Groepen die vandaag ondervertegenwoordigd zijn bij autodelers: senioren, ondernemers, eenoudergezinnen, huishoudens met een laag inkomen, nieuwkomers, toeristen en bezoekers.
Inschatting kosten	**€ tot €€€**
Inschatting personeelstijd	📝📝 **tot** 📝📝📝📝
Lessons learned	• Verdiep je eerst in de doelgroep. Ga met mensen praten: wat hebben ze nodig, en hoe informeren ze zich? • Soms volstaat aangepaste communicatie (tekst, beeld, kanalen). Vaak is er meer nodig, en moet ook het aanbod zelf toegankelijker worden. • Werk via tussenpersonen en netwerken die het vertrouwen van de doelgroep al hebben: dienstencentra, zorgcentra, ouderenverenigingen, digipunten, tolken, B&B's of ondernemersnetwerken. Dat werkt beter dan rechtstreeks communiceren. • Bouw bij financiële tussenkomsten voor kwetsbare doelgroepen een volgorde in: eerst deelfiets en openbaar vervoer, dan pas de deelwagen. Zo stimuleer je eerst de meest betaalbare en duurzame optie. • Onderschat de digitale drempel niet. Praktische ondersteuning, zoals de opleiding voor de digipunten, is minstens even belangrijk als informatie.

Maatregel 3: Inzetten op kantelmomenten	
Toelichting	Mensen staan het meest open voor een nieuwe manier van verplaatsen op kantelmomenten: momenten waarop ze hun gewoonten toch al moeten herbekijken. Denk aan een verhuis, een nieuwe job, het behalen van een rijbewijs, een pensioen, de heraanleg van de straat, een (strengere) lage-emissiezone of een dure herstelling aan de wagen. Op zo'n moment staan inwoners meer open voor informatie over andere mobiliteitsopties. Als lokaal bestuur kan je ervoor zorgen dat die informatie hen op het juiste moment bereikt.
Praktijkvoorbeelden	• **Temse** leidt gemeenschapswachten op, zodat ze vragen over (nieuwe) deelwagens en voorbehouden parkeerplaatsen kunnen beantwoorden en inwoners actief kunnen informeren. • **Deinze en Nazareth-De Pinte** nemen enkele slides over deelmobiliteit op in de infoavond voor nieuwe inwoners. • **Eeklo** steekt een mobiliteitsfiche met info over deelmobiliteit in het starterspakket voor nieuwe inwoners. • **Rotselaar en Brasschaat** organiseerden een infobeurs voor nieuwe inwoners, met onder meer een stand over deelmobiliteit. Die had veel succes: nieuwe inwoners zijn sowieso nieuwsgierig naar wat hun gemeente te bieden heeft. • **Gent** liet Way To Go de inloopteams voor jonge moeders informeren, zodat zij kunnen doorverwijzen naar deelmobiliteit wanneer dat relevant is. • **Mobilize Share** verspreidt flyers bij nieuwe en bestaande standplaatsen. Omwonenden ontdekken zo dat er een deelwagen "om de hoek" staat, en dat die er ook voor hen is. De flyers zijn gestandaardiseerd, maar worden aangepast aan de lokale situatie.
Doelgroep	• Mensen die voor een levensgebeurtenis staan: een verhuis, een rijbewijs, een nieuwe job, een scheiding, een pensioen. • Mensen die te maken krijgen met een verandering in hun omgeving: een nieuwe deelwagenstandplaats (en een parkeerplaats minder), hinder door de heraanleg van de straat of een (strengere) lage-emissiezone. • Mensen die geconfronteerd worden met hoge kosten aan hun wagen, of met een wagen die niet meer (betaalbaar) te herstellen is.

Inschatting kosten	€
Inschatting personeelstijd	📝📝
Lessons learned	• Kantelmomenten werken omdat mensen hun gewoonten toch al doorbreken. De stap naar ander mobiliteitsgedrag is dan kleiner dan op een willekeurig moment. • Je hebt zelden een nieuw kanaal nodig. De sterkste voorbeelden haken in op contactmomenten die de gemeente of haar partners al organiseren, zoals een infoavond, een starterspakket, een inloopteam of de teamoverleggen van de gemeenschapswachten. • Nieuwe inwoners zijn een bijzonder ontvankelijk publiek. Ze zoeken actief informatie over hun nieuwe gemeente. • Lokale herkenbaarheid verhoogt de impact. Standaardmateriaal dat je aanpast aan de concrete situatie ("de standplaats om de hoek") voelt persoonlijker aan. • Met kortingscodes kan je het effect op korte termijn meten. Het effect op lange termijn is moeilijk meetbaar.

Maatregel 4: Dienstverplaatsingen met de deelwagens	
Toelichting	Een heel directe manier om je bijdrage te verkleinen: laat je eigen personeel de deelwagens gebruiken voor dienstverplaatsingen. In plaats van een eigen wagenpark aan te houden, rijden je medewerkers met de deelwagens in de gemeente. Dat is om twee redenen interessant: • **Je betaalt niet twee keer.** Zonder deze aanpak betaal je voor je eigen wagenpark (aankoop of lease, onderhoud, verzekering) én, via de afnamegarantie, voor deelwagens die een groot deel van de tijd stilstaan. Met deze maatregel betaal je voor één vloot die intensiever gebruikt wordt, in plaats van voor twee vloten die allebei vaak stilstaan.

	• **De wagens rijden meer rond.** Medewerkers die de deelwagen kennen van op het werk, gebruiken hem sneller ook privé. Zo stijgt de totale bezetting van de wagen. Bovendien geeft de gemeente zelf het goede voorbeeld: ze toont dat ze achter het verhaal staat dat ze promoot. En wagens die meer rondrijden, vallen meer op bij andere inwoners. Je kan als lokaal bestuur het gebruik van deelwagens voor dienstverplaatsingen ook verplichten. Zo ben je zeker dat je medewerkers ze effectief gebruiken.
Praktijkvoorbeelden	• **Sint-Lievens-Houtem** voegde een bijlage met duidelijke gebruiksafspraken toe aan het arbeidsreglement en voorziet interne opleidingen voor de medewerkers. • **Lierde** verving zijn dienstvoertuigen door deelwagens en moedigt het gebruik aan via het arbeidsreglement. • **Menen** maakt het gebruik van deelwagens voor dienstverplaatsingen verplicht via het arbeidsreglement. • **Berlaar** maakte een beslissingsboom voor dienstverplaatsingen. Is de fiets of het openbaar vervoer geen optie, dan wordt de deelwagen aangeraden. De beslissingsboom en een handleiding staan op het intranet. • **Merelbeke-Melle** organiseert Lunchtalks met demo's rond deelmobiliteit voor het gemeentepersoneel.
Doelgroep	• Medewerkers van het lokaal bestuur die dienstverplaatsingen maken. • Leidinggevenden die mobiliteitskeuzes mee sturen. • Personeelsdiensten die het arbeidsreglement beheren.
Inschatting kosten	**€**
Inschatting personeelstijd	📝📝
Lessons learned	• Plaats de deelwagen dicht genoeg bij de werkplek. • Hou zo weinig mogelijk eigen wagens in de vloot zodat de keuze voor deelwagens evident is. • Maak duidelijke afspraken. Stel een richtlijn voor dienstverplaatsingen op en formaliseer die. Leg vast welke dienst de administratie en het vlootbeheer opvolgt, bijvoorbeeld HR of de facilitaire of technische dienst.

	• De lancering vraagt een inspanning. Medewerkers moeten zich registreren in de app en hebben een infosessie nodig over het gebruik: reserveren, openen, een rit starten en een rit afsluiten. Een testmoment met testritten helpt om de drempel te verlagen. Bij elektrische deelwagens toon je ook hoe het laden aan de laadpaal werkt. • Zorg voor een goede onboarding. Het personeelsbestand wisselt voortdurend, dus neem nieuwe medewerkers meteen mee in het systeem. Collega's die onboardingsgesprekken voeren, brengen de deelwagen daar altijd ter sprake. Een vast moment voor nieuwe medewerkers geeft ruimte voor meer uitleg, bijvoorbeeld een overleg om de twee maanden. • Communiceer helder, en blijf herhalen dat het aanbod er is. Een deelwagen voor verdere dienstverplaatsingen moet een vanzelfsprekende keuze worden. Hoe meer collega's het doen, ook leidinggevenden, hoe logischer die keuze wordt. • Hou de info op het intranet actueel. • Ambassadeurs onder het personeel of het bestuur kunnen hun ervaringen delen in de interne communicatie. Zij zijn ook een aanspreekpunt voor collega's met vragen. • Biedt de aanbieder voordelige privéaccounts aan? Zet die dan zeker in de verf.

B. Het delen van bestaande wagens en wagenparken stimuleren

In elke gemeente staat een groot deel van de wagens het grootste deel van de tijd stil. Denk aan de tweede wagen van een gezin, de dienstwagen van een lokale ondernemer of het voertuig van een vereniging, mutualiteit of zorgorganisatie. Al die wagens vormen een potentieel deelaanbod dat vandaag onbenut blijft, vaak gewoon omdat niemand de eigenaar heeft aangesproken.

In plaats van alleen in te zetten op nieuwe deelwagens, kan je als lokaal bestuur die eigenaars en beheerders in kaart brengen en hen aanmoedigen om hun wagen te delen. Bedrijven en organisaties doen dat via een klassiek autodeelsysteem, particulieren via kostendelend particulier autodelen. Dat levert een dubbele winst op: het deelaanbod groeit zonder één extra wagen, en de eigenaar deelt de kosten van een wagen die anders stilstaat.

Maatregel 5: Slimme partnerschappen met bedrijven en organisaties	
Toelichting	Naast of in plaats van een professionele autodeelaanbieder kan je als lokaal bestuur organisaties in kaart brengen die al een wagenpark hebben. Denk aan bedrijven, vzw's, mutualiteiten, coöperaties, woonmaatschappijen, onderwijsinstellingen, zorg- en welzijnsorganisaties of garagehouders. Je ondersteunt hen om hun wagens, die vaak deels stilstaan, open te stellen voor de buurt. Dat kan op twee manieren. Ofwel stelt de organisatie haar eigen wagens open. Ofwel vervangt ze haar dienstwagens door deelwagens van een aanbieder en maakt ze afspraken over de beschikbaarheid. Zo groeit het aanbod zonder dat de gemeente zelf in extra voertuigen investeert.
Praktijkvoorbeelden	• **UGent, campus Diergeneeskunde (Merelbeke-Melle).** Sinds januari 2026 investeert UGent er in deelmobiliteit. Een interne bevraging leverde 35 geïnteresseerden op. Daarna polste UGent bij organisaties in de buurt (Ilho, Zorgband, Karus) naar interesse om samen te werken. Omdat de campus na 17 uur en in het weekend gesloten is, kon de deelwagen niet op eigen terrein staan. Via Karus kwam hij op een parking in de buurt. • **Roeselare.** Verschillende lokale organisaties investeren mee in het autodeelaanbod, elk vanuit hun eigen werking. CAW gebruikt een deelwagen van Claus2you voor dienstverplaatsingen, maar stelt hem ook open voor andere gebruikers. Xplo vzw koos eveneens voor Claus2you: naast een vaste deelwagen aan de vestiging kunnen

	medewerkers ook wagens gebruiken vanuit hun woonplaats. Xplo zette intern in op infomomenten en ambassadeurs. Pleegzorg West-Vlaanderen plaatste, met steun van de Provincie West-Vlaanderen, een elektrische deelwagen van CoopStroom op een publieke parkeerplaats aan het kantoor. Zowel medewerkers als omwonenden kunnen hem gebruiken. • **Zorgpunt Waasland** investeerde eind 2025 in elf elektrische deelwagens van Mobilize Share, verspreid over campussen in Sint-Niklaas, Beveren, Bazel, Burcht en Zwijndrecht. De wagens dienen in de eerste plaats voor dienstverplaatsingen, bijvoorbeeld om bewoners van het woonzorgcentrum naar de tandarts te brengen. Daarnaast staan ze open voor bewoners van de serviceflats, voor medewerkers in hun vrije tijd en voor buurtbewoners. Die brede doelgroep loont: eind 2025 kwam 44% van de boekingen van externe gebruikers, goed voor 64% van de gereden kilometers.
Doelgroep	Organisaties met een eigen wagenpark: lokale ondernemers, middenveldorganisaties, mutualiteiten, coöperaties, woonmaatschappijen, zorgorganisaties (onder meer met aangepaste voertuigen), garagehouders, onderwijsinstellingen en welzijnsorganisaties.
Inschatting kosten	**€**
Inschatting personeelstijd	📝📝📝
Lessons learned	• In het verleden kwamen dergelijke projecten vaak tot stand uit eigen initiatief van de organisaties en bedrijven. De gemeente zou echter ook een pro-actieve rol kunnen spelen door communicatie-acties op te zetten naar deze doelgroep en doorgedreven ondersteuning te voorzien (gaande van praktische begeleiding bij de uitwerking tot financiële incentives). • Neem bij een aanbesteding een clausule op waardoor ook woonmaatschappijen, welzijnsorganisaties en andere instanties die gebonden zijn aan de wet op overheidsopdrachten hetzelfde bestek kunnen afnemen. Dat bespaart hen administratief werk en vergroot de kans dat ze instappen. • Zorgorganisaties zijn sterke partners. Hun wagens rijden overdag voor de dienst en staan 's avonds en in het weekend vaak stil. Dat zijn net de momenten waarop buurtbewoners een wagen nodig hebben.

	• Elke partner brengt een eigen netwerk mee. Een zorgorganisatie of lokale handelaar bereikt mensen die de gemeente moeilijker bereikt, en wordt zo vanzelf ambassadeur. Zo groeit autodelen vanuit de buurt.

Maatregel 6: Particulier autodelen stimuleren	
Toelichting	Via platformen zoals Cozywheels en Dégage delen particulieren hun eigen wagen met buren. De platformen regelen de praktische en juridische kant: de reservatiekalender, contracten, verzekering en afrekening. Zo wordt een wagen die vaak stilstaat beter benut, zonder professionele aanbieder of extra voertuig.
Praktijkvoorbeelden	• **Antwerpen** geeft particuliere autodelers (via Dégage en Cozywheels) en gemeenschappelijke autodeelgebruikers (die dezelfde auto gebruiken zonder de ondersteuning van een erkende autodeelorganisatie) een aangepaste parkeervergunning. Daarmee parkeren ze gratis in (verschillende) bewonerszones. De particulier autodelers mogen bovendien ook parkeren op voorbehouden parkeerplaatsen voor autodelen. Er werden door de stad bewonersbrieven verspreid in de wijde omgeving rondom de autodeelhubs, om te informeren over particulier autodelen en de hieraan gekoppelde voordelen. • **Oostkamp, Brasschaat en Leuven** brachten geïnteresseerde autobezitters samen met buurtbewoners die willen meedelen, in een bottom-uptraject begeleid door Way To Go. Way To Go begeleidt gemeenten daarbij stap voor stap: het doelpubliek bereiken, inwoners en partners samenbrengen en de gevonden groep ondersteunen tot opstart. • **Hasselt** kende een burgerbudget toe aan het project 'Alleman op Ellentrik', dat 200 proefritten met een elektrische deelwagen financierde. • **De Nederlandse gemeenten Utrecht, Groningen, Den Haag en Nijmegen** ondersteunen burgers die samen met hun buurt willen starten met autodelen, financieel met een subsidieregeling.
Doelgroep	Inwoners die hun (tweede) wagen niet dagelijks nodig hebben, en buren die af en toe een wagen willen gebruiken.

Inschatting kosten	**€ tot €€€**
Inschatting personeelstijd	📝📝📝📝
Lessons learned	• Vertrouwen is de grootste drempel. Mensen aarzelen om hun eigen wagen uit handen te geven. Particulier autodelen heeft het meeste kans op succes in buurten met een goede cohesie. • Bestaande particuliere autodelers zijn een sterke hefboom. Als ambassadeur laten ze het aantal deelnemers groeien vanuit de gemeenschap. Inzetten op een samenhangende community is een must. • Een bottom-upaanpak vraagt tijd en betrokkenheid, maar past bij de aard van particulier autodelen: het initiatief groeit vanuit de inwoners zelf. • Een ondersteunend parkeerbeleid draagt bij tot de (organische) groei van particulier autodelen.

C. Het toepassen van alternatieve financieringsvormen

De gemeente hoeft niet de enige financier van autodelen te zijn. In dit deel lees je hoe lokale partners, projectontwikkelaars of de gebruikers zelf een deel van de kost kunnen dragen.

Maatregel 7: Sponsoring/funding	
Toelichting	Lokale actoren kunnen deelwagens mee financieren. Denk aan serviceclubs die een project steunen, of lokale handelaars die sponsoren in ruil voor zichtbaarheid, bijvoorbeeld met reclame op de wagen. Zo daalt de financiële drempel om een aanbod op te starten of uit te breiden. Bovendien krijgt de lokale gemeenschap een tastbare band met het project.
Praktijkvoorbeelden	• **Glabbeek** zette een autodeelsysteem op met sponsoring door lokale handelaars. In ruil kregen zij reclameruimte op de wagens. • **Izegem** kreeg een deelwagen voor rolstoelgebruikers, mee gefinancierd door de lokale Lions Club.
Doelgroep	Lokale handelaars, serviceclubs (zoals Lions of Rotary) en andere lokale actoren die willen bijdragen aan een project met zichtbare lokale impact, vaak in ruil voor zichtbaarheid.
Inschatting kosten	**€**
Inschatting personeelstijd	📝📝📝📝
Lessons learned	• Sponsoring werkt goed bij projecten met een herkenbaar sociaal verhaal. Een deelwagen voor rolstoelgebruikers spreekt een serviceclub sneller aan dan een "gewone" deelwagen, omdat hij aansluit bij hun maatschappelijke rol. • Voor lokale handelaars is zichtbaarheid vaak de belangrijkste drijfveer: lokale reclame die tegelijk een maatschappelijk doel dient. • Opvallende reclame op de wagen kan sommige gebruikers afschrikken. Zoek een evenwicht.

Maatregel 8: Financiële lasten voor projectontwikkelaars	
Toelichting	Bij het verlenen van een omgevingsvergunning kan een gemeente een financiële last opleggen aan een projectontwikkelaar. De ontwikkelaar stort dan een bedrag in een fonds of op een rekening die de gemeente beheert, met een specifieke bestemming. Met dat geld bouwt de gemeente zelf een deelmobiliteitsaanbod uit. Bijvoorbeeld via een afnamegarantie, de inrichting van een autodeelplaats, communicatiecampagnes, kortingen op een lidmaatschap of andere incentives voor bewoners. De ontwikkelaar hoeft zich niet met het beheer van de deelwagens bezig te houden. De gemeente houdt zelf de controle: zij beslist waar deelauto's of deelfietsen komen, hoeveel, welk type en hoe erover gecommuniceerd wordt. Wordt een deelvoertuig te weinig gebruikt, dan kan de gemeente bijsturen, bijvoorbeeld door de standplaats te verplaatsen.
Praktijkvoorbeelden	Kortrijk, Beersel, Bonheiden, Harelbeke, Duffel en Halle passen financiële lasten voor deelmobiliteit al toe.
Doelgroep	Projectontwikkelaars en vergunningsaanvragers van nieuwe woonprojecten, via de omgevingsvergunning.
Inschatting kosten	**€**
Inschatting personeelstijd	📝📝 **tot** 📝📝📝📝
Lessons learned	• Een stedenbouwkundige verordening die de regels voor financiële lasten vastlegt is sinds 1 januari 2024 een harde voorwaarde (Instrumentendecreet). Het Departement Omgeving stelt daarvoor een modelverordening ter beschikking. Daarin is de bestemming van de last bewust breed omschreven als "ruimtelijk beleid", en investeringen in deelmobiliteit worden expliciet als mogelijke invulling genoemd. Je hoeft deelmobiliteit dus niet apart in de verordening op te nemen. Je kan wel specifiekere richtlijnen toevoegen, bijvoorbeeld een verplichting tot

	autodelen, kwaliteitseisen voor de standplaats, de gewenste types deelvoertuigen of incentives. Die kan je eventueel al meegeven in het vooroverleg met de initiatiefnemer. • Een financiële last geeft de gemeente meer controle en flexibiliteit dan een last in natura. Je kiest zelf waar, hoeveel en welk type deelvoertuig er komt, en je kan bijsturen als het gebruik tegenvalt. • Het vroegere nabijheidsprincipe, waarbij de opbrengst in het project zelf geïnvesteerd moest worden, geldt niet meer voor financiële lasten. Voor lasten in natura geldt het wel nog. Toch investeer je de opbrengst best in de buurt van het project, zodat de buurtbewoners er rechtstreeks voordeel van hebben. • Stem intern af met andere diensten. Ook zij kunnen vanuit hun eigen doelstellingen, zoals betaalbaar wonen of groen, lasten willen opleggen aan hetzelfde project. Dat vraagt een gecoördineerde aanpak. • Binnen de Green Deal Deelmobiliteit en Wonen werkten we een juridisch instrumentarium uit. Het helpt lokale besturen kiezen welke instrumenten ze nodig hebben om autodelen juridisch correct in woonprojecten te verankeren. Meer info: **https://www.waytogo.be/nl/infowijzer/lokale-overheden/wat-heb-je-nodig-om-autodelen-juridisch-correct-in-woonprojecten-te-integreren**

Maatregel 9: Aanbieders die een alternatieve financiering gebruiken	
Toelichting	Bij sommige autodeelmodellen ligt de financiering (deels) bij de gebruikers of bij een externe partij. Twee voorbeelden: • **Coöperatief autodelen.** Gebruikers worden mede-eigenaar van de deelwagens via een coöperatie, meestal door een coöperatief aandeel te kopen. Klimaan biedt op die manier deelwagens aan, aan coöperanten. Gebruikers hebben zo inspraak in het project en delen mee in de kosten en opbrengsten, in plaats van louter klant te zijn. • **Private lease.** Bij BattMobility kan een inwoner of bedrijf een elektrische wagen leasen en die openstellen voor anderen wanneer hij hem zelf niet gebruikt. Anders dan bij Cozywheels of Dégage krijgt de leasenemer geen vergoeding, maar wel korting op de maandelijkse leaseprijs voor de tijd dat de wagen gedeeld wordt. Hoe meer de wagen gedeeld wordt, hoe lager de leasefactuur.

	Beide modellen vragen geen grote investering van de gemeente. De financiering komt van de coöperanten of van een leaseconstructie die zichzelf deels terugverdient.
Doelgroep	• Coöperatief autodelen: inwoners die actief willen participeren en mee-investeren, vaak met affiniteit voor coöperatieve energie- of mobiliteitsinitiatieven. • Private lease: inwoners die een eigen (elektrische) wagen willen, maar de kosten willen drukken door hem te delen wanneer ze hem zelf niet gebruiken. Bijvoorbeeld mensen die niet dagelijks rijden, maar toch een wagen voor de deur willen.
Inschatting kosten	**€**
Inschatting personeelstijd	
Lessons learned	• Coöperatief autodelen verlaagt de drempel voor mensen die het coöperatieve model al kennen, bijvoorbeeld via een energiecoöperatie. De stap naar mede-eigenaarschap van een deelwagen voelt dan kleiner. • Private lease kan mensen aanspreken die niet willen overstappen naar 'puur' autodelen, maar wel openstaan voor een lagere leasefactuur. • Beide modellen leggen een deel van de financiering en het risico bij de gebruiker. Dat verlaagt de drempel voor de gemeente, maar betekent ook minder controle over waar en hoe het aanbod groeit. • Bij private lease is delen geen verplichting. Je hebt dus geen garantie over het aantal deelwagens dat effectief beschikbaar is. • Bij coöperatieve modellen is een gezond financieel beheer een voorwaarde voor succes. Dat liep in het verleden al mis, onder meer bij Partago en CoopStroom.

Andere inkomstenbronnen in de toekomst?

Er wordt ook gezocht naar nieuwe inkomstenbronnen om autodelen financieel duurzamer te maken, vooral in landelijke gebieden. Daar worden deelwagens niet overal genoeg gebruikt om de kosten te dekken.:

- **Laadinfrastructuur.** Het PIO-project "Laadkracht voor gedeelde mobiliteit" onderzoekt in 2026–2028 in de Denderregio en de Vlaamse Ardennen hoe inkomsten uit publieke laadinfrastructuur en slim energiebeheer kunnen bijdragen aan de financiering van deelmobiliteit. Een laadpaal is dan niet louter een kost, maar kan zelf inkomsten opleveren. Bijvoorbeeld doordat ook andere elektrische voertuigen er tegen betaling laden, of via slim laden dat inspeelt op de energieprijzen.
- **Parkeerbeleid.** Een gemeente kan ervoor kiezen om een sturend parkeerbeleid in te voeren en een deel van de opbrengsten uit parkeertarieven of parkeervergunningen te oormerken voor deelmobiliteit, zoals dat vandaag al gebeurt met financiële lasten bij omgevingsvergunningen.
- **Gebiedsgerichte financiering van deelmobiliteit.** Vandaag beoordelen aanbieders de rendabiliteit van een commerciële deelwagen meestal per voertuig. Haalt een wagen een te lage bezettingsgraad (bijvoorbeeld minder dan 20%), dan vragen ze de gemeente om het tekort bij te passen. Zo draagt de gemeente een groot deel van het exploitatierisico, en heeft de aanbieder weinig reden om het gebruik actief te verhogen. Een alternatief is om met de aanbieder af te spreken dat de rendabiliteit op een ruimer niveau wordt beoordeeld: per standplaats, per zone of voor het hele gemeentelijke of regionale netwerk. Druk gebruikte wagens helpen dan wagens te behouden op plekken met minder vraag, maar waar een aanbod toch wenselijk is voor de bereikbaarheid of inclusie. De aanbieder kan voertuigen binnen het netwerk verplaatsen en draagt meer verantwoordelijkheid voor het resultaat van het geheel. De gemeente betaalt niet langer voor elke onderbenutte wagen.

Deze pistes zitten deels nog in een onderzoeks- of proeffase. Ze vullen bestaande instrumenten zoals een degressieve afnamegarantie aan. En ze tonen een richting: van autodelen als zuivere kost voor het lokaal bestuur naar een systeem waarin de bredere mobiliteitsinfrastructuur mee de werking financiert.

Over deze gids

Dit document is het resultaat van een werkgroep binnen de Green Deal Deelmobiliteit en Wonen. In die Green Deal werkten 90 ondertekenaars, gaande van lokale besturen, woonmaatschappijen tot projectontwikkelaars, deelmobiliteitsaanbieders samen om deelmobiliteit een vanzelfsprekende plaats te geven in woonomgevingen, zowel in nieuwe als in bestaande wijken. In negen werkgroepen gingen de ondertekenaars dieper in op concrete vragen uit de praktijk rond de integratie van deelmobiliteit in nieuwe woonomgevingen, het opzetten van een aanbod van deelmobiliteit en het toegankelijker maken van deelmobiliteit. De Green Deal 'Deelmobiliteit en wonen' is een initiatief van Way To Go ism Netwerk Duurzame Mobiliteit, VVSG en UPSI-BVS, met de steun van Departement Omgeving.

November 2026

De Green Deal is een initiatief van:

Met de steun van: