

Communiceren over mobiliteit: wat verkiezen burgers en handelaars?

Studie van de master Meertalige Bedrijfscommunicatie i.s.m.
Mobiliteitsbedrijf Gent (1 mei 2025)

Mobiliteit is een 'hot topic', en de invoering van mobiliteitsmaatregelen lokt vaak uiteenlopende reacties uit. Tegelijk weten we nog maar weinig over hoe overheidscommunicatie over mobiliteit wordt ervaren en in welke mate deze effectief is. De Master in Meertalige Bedrijfscommunicatie van de Universiteit Gent heeft, in samenwerking met Mobiliteitsbedrijf Gent, een onderzoek verricht naar de voorkeuren van burgers en handelaars in verband met overheidscommunicatie rond stedelijke mobiliteit.

Het onderzoek combineert uitgebreide kwalitatieve en kwantitatieve studie:

- 15 diepte-interviews met handelaars, burgers, overheidsdiensten en een school;
- Een survey met 466 respondenten (372 burgers en 94 handelaars).

De belangrijkste resultaten zijn:

- Bij praktische zaken is er een voorkeur voor de **bewonersbrief**; zo vinden 99% van de burgers en 94% van de handelaars de bewonersbrief een geschikt medium om te vernemen dat er een mobiliteitsingreep gaat plaatsvinden in hun buurt.
- De bewonersbrief mag **digitaal** verstuurd worden. 92% van de burgers en 94% van de handelaars vinden het nuttig dat ze die via email zouden ontvangen.
- Ook **infomomenten** worden als nuttig ervaren al is het verschil tussen burgers (89%) en handelaars (62%) opvallend.
- Bij eerder algemene info verschuift de voorkeur. Voor nieuws over de verkiezing van de Vlaamse fietsstad van het jaar, bijvoorbeeld, vinden burgers en handelaars eerder het **stadsmagazine** geschikt (resp. 96% en 94%), gevolgd door sociale media (90% en 92%) en website (90% en 91%). Slechts 27% van de burgers en 25% van de handelaars vindt de bewonersbrief hiervoor geschikt. Er is een verschil tussen leeftijdsgroepen: de groep tot 45 jaar scoort sociale media en website hoger en bewonersbrief lager dan de groep boven 45 jaar (resp. 98% v. 84%, 95% v. 85% en 21% v. 33%).
- **Sociale media** worden over het algemeen als minder nuttig ervaren. Bij burgers scoort Facebook 46%, Instagram 34% en TikTok 15%. Qua leeftijd is er enkel bij Instagram een opvallend verschil: 40% van de groep tot en met 45 vindt Instagram nuttig; boven de 45 is dat slechts 27%. Bij handelaars liggen de cijfers voor sociale media lager dan bij burgers (resp. 38%, 32% en 9%).

- Wanneer de burger of handelaar de initiatiefnemer is, is er een voorkeur voor **e-mail en website**. Bij het aanvragen van een bewonerskaart bijvoorbeeld vinden 92% van de burgers e-mail geschikt; 91% vindt de website geschikt. Bij handelaars zijn de cijfers identiek: voor het aanvragen van een vergunning vindt 92% e-mail en website geschikt.

Meer info: www.mtb.ugent.be