



Hoe denkt de Vlaming nu echt over duurzame mobiliteit?

Van maandag 16 september tot (autoloze) zondag 22 september vindt de Week van de Mobiliteit plaats. Overal in Vlaanderen worden er initiatieven gelanceerd rond **duurzame mobiliteit** en rond het **verkleinen van onze ecologische voetafdruk**. Duurzame mobiliteit is immers een thema dat iedereen aanbelangt.

Op **15 september** geeft De Zondag alvast dé aanzet met een **uitgebreid redactioneel dossier** rond mobiliteit.

- Wat is de visie van (nieuwe) minister van Mobiliteit?
- Hoe zit het met de stedelijke mobiliteit?
- Hoe scoort het openbaar vervoer, nu het schooljaar weer gestart is?
- Staan de elektrische wagens op de rand van een doorbraak?
- Hoe ziet de toekomst van mobiliteit eruit over 10 of 20 jaar?

De Zondag beantwoordt deze en andere vragen en draagt zo haar steentje bij aan de bewustmaking rond dit thema. Dit dossier biedt de ideale context om uw aanbod of merk extra onder de aandacht van onze ruim 1,6 miljoen lezers te brengen.

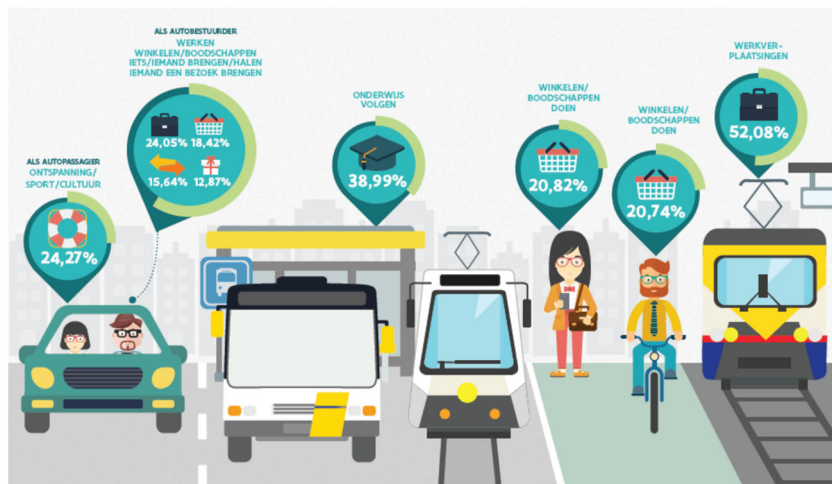
Facts

- ✓ 1 op 3 lezers van De Zondag is bereid om meer te betalen voor milieuvriendelijke producten*
- ✓ 59% van de lezers van De Zondag is bereid om zijn/haar levensstijl aan te passen ten voordele van het milieu*
- ✓ Op het vlak van mobiliteit laat 54 % van de Vlamingen de keuze van het vervoermiddel afhangen van de situatie.**
 - De auto, als bestuurder, wordt hoofdzakelijk gebruikt voor 'werken' (24,05%), 'winkelen/boodschappen doen' (18,42%) en 'iets/iemand brengen/ halen' (15,64%). Niet verrassend komt autopassagier dan weer het vaakst voor bij het motief 'ontspanning/ sport/cultuur' (24,27%). Bij de hoofdvervoerswijze trein gaat het

*Bronnen: Kantar TNS – BMM IX 2018 -2020, total reach of total brand, Base: dutch-speaking)

** www.mov.vlaanderen.be

voornamelijk om 'werkverplaatsingen' (52,08%), terwijl de lijnbus vooral gebruikt worden voor het motief 'onderwijs volgen' (38,99%). Zowel bij de fiets als te voet wordt het grootste deel van de verplaatsingen uitgevoerd voor het motief 'winkelen, boodschappen doen' (respectievelijk 20,74% en 20,82%).



Profiteer van de extra aandacht: door een aankondigingscampagne én lezersactie stimuleren we de belangstelling bij de lezer.

Jouw campagne in dit dossier



Een **omnichannel** aanpak zorgt ervoor dat je altijd en overal aanwezig bent én op het juiste moment! Kies voor een combi campagne met **een Take-Over van Gocar** en geniet van meer dan **20% korting**.

Wat is een Take-over Gocar?

Uw campagne domineert de detailpagina's van de website van Gocar/Autovlan en inspireert potentiële klanten in de doelregio van uw keuze (selectie op postcodes). Gocar/Autovlan is Belgisch marktleider voor nieuwe wagens en stockwagens met zo'n 70 000 bezoekers per dag en gemiddeld zo'n 55 000 wagens in aanbod.

Toch liever enkel print?

Perfect mogelijk! Je ontvangt alsnog 15% korting op uw advertentie!

Tarieven

Je campagne in het dossier	Normaal tarief	Je dossier tarief per editie
1/1pg advertentie + Take-over Gocar	€ 2.179	€ 1.773
1/2pg advertentie + Take-over Gocar	€ 1.535	€ 1.258
Redactieband + Take-over Gocar	€ 1.436	€ 1.179
1/4pg advertentie + Take-over Gocar	€ 1.032	€ 856
1/8pg advertentie + Take-over Gocar	€ 634	€ 537

* Take-over Gocar t.w.v. € 150 – prijzen excl. 3,85% milieubijdrage en BTW.

Meer info?

Neem contact op met je vertrouwde accountmanager of het regionale kantoor van uw streek.

Je accountmanager

Je regionaal kantoor