

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 32
van **KARIN BROUWERS**
datum: 11 oktober 2019

aan **LYDIA PEETERS**
VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT EN OPENBARE WERKEN

De Lijn - Proefabonnement

Voor het tweede jaar op rij laat De Lijn Vlaamse scholieren die in september aan het eerste middelbaar beginnen de hele maand september kosteloos met bus en tram reizen. 14.513 scholieren hebben onlangs een gratis proefabonnement aangevraagd. Het proefabonnement heeft een waarde van 33 euro.

1. Hoeveel scholieren hebben in 2018 (september 2018) een proefabonnement aangevraagd? Hoeveel keer werd gebruikgemaakt van het proefabonnement door de jongeren? Hoeveel van deze scholieren hebben daarna (na september 2018) effectief een abonnement genomen en om welk abonnement ging het dan? Graag een opsplitsing per soort abonnement.
2. In 2018 kregen ouders een bijbehorend sms-ticket voor een heen- en terugrit om de jongeren te begeleiden bij de eerste rit.
Hoeveel van deze tickets werden effectief gebruikt door ouders?
3. Hoeveel keer werd gebruikgemaakt van het proefabonnement door de jongeren in 2019? Hoeveel van deze scholieren hebben daarna (na september 2019) effectief een abonnement genomen en om welk abonnement ging het dan? Graag een opsplitsing per soort abonnement.
4. In 2018 kostte de hele promotieactie voor De Lijn 1,9 miljoen euro.
Hoeveel kostte in 2019 de hele promotieactie rond het proefabonnement?
5. Kunnen in 2019 ouders opnieuw een sms-ticket krijgen om de jongeren bij hun eerste rit te vergezellen?
6. In 2018 werd het proefabonnement op een magneetkaart geplaatst.
Werd het proefabonnement in 2019 eveneens op een magneetkaart geplaatst? Indien niet, op welke drager dan wel?
7. Hoe werd promotieactie van het proefabonnement van 2018 geëvalueerd? Is het mogelijk om deze evaluatie te bezorgen? Welke aanpassingen werden doorgevoerd in 2019 t.o.v. 2018?

ANTWOORD

op vraag nr. 32 van 11 oktober 2019

van **KARIN BROUWERS**

1. In 2018 kregen alle scholieren geboren in 2006 automatisch een probeerabonnement opgestuurd. De Lijn verstuurde in totaal 61.029 probeerabonnementen. In september 2018 werden er 139.124 ontwaardingen met een probeerabonnement geregistreerd. In oktober 2018 waren er 20.823 abonnementen in omloop in deze doelgroep.
2. Er werden bij deze actie 6.592 sms-tickets aangevraagd door ouders, waarvan 2.212 sms-tickets effectief gebruikt werden.
3. In september 2019 werden er 131.888 ontwaardingen met een probeerabonnement geregistreerd. In oktober 2019 waren er 21.096 abonnementen in omloop in deze doelgroep.
4. 1,9 miljoen euro is de commerciële waarde van 61.000 maandabonnementen voor jongeren ($=61.000 \times 32$ euro). De kostprijs voor De Lijn cash-out bedroeg in 2018 104.000, om deze actie te promoten. In 2019 bedroeg de kostprijs om de actie te ondersteunen 130.000.
5. Tijdens het voorjaar konden secundaire scholen gratis infomateriaal aanvragen over Buzzy Pazz en De Lijn om de bereikbaarheid van de school met bus en tram in de kijker te zetten. Ouders konden tot en met 30/09/2019 gratis sms-tickets aanvragen om samen met hun kind vooraf het traject van en naar school uit te proberen.
6. Het proefabonnement werd in 2019 ook op de magneetkaart geplaatst.
7. De actie in 2018 werd positief geëvalueerd door De Lijn. De Lijn kon rekenen op 2.000 extra abonnementen in omloop. In 2018 heeft De Lijn naar alle leden van de doelgroep (+ 60.000) een magneetkaart met probeerabonnement gestuurd. In 2019 heeft De Lijn gekozen voor een online aanpak. Ouders kregen een brief in de brievenbus met vraag om zich online te registreren op de campagnepagina delijn.be/probeeractie. Nadien werd het probeerabonnement per post opgestuurd. Zo werden er minder probeerabonnementen aangemaakt en verkreeg De Lijn meer info van de deelnemers. Een week voor de afloop van het probeerabonnement werd er dan online gevraagd om het abonnement online aan te kopen, indien men nog beroep wou doen op de diensten van De Lijn.