

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 1418
van **CAROLINE BASTIAENS**
datum: 13 juli 2016

aan **BEN WEYTS**

VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT, OPENBARE WERKEN, VLAAMSE RAND, TOERISME EN DIERENWELZIJN

De Lijn - Actie "Trouwe sms'er"

Vervoersmaatschappij De Lijn organiseerde in het najaar van 2015 reeds een eerste sms-actie gericht op jongeren. Na aankoop van 10 sms-tickets kregen ze een elfde ticket gratis. 30 procent van de trouwe sms'ers reisde toen vaker met De Lijn.

Na deze succesvolle actie lanceerde De Lijn tussen 2 mei en 30 juni jongstleden een tweede wedstrijd voor haar reizigers. Via de website www.trouwesmser.be kon elke reiziger zich registreren om weer een gratis vervoersticket te winnen. De eerste 10.000 reizigers die zich registreerden en tien keer hun ticket via sms gekocht hadden, voor 30 juni, wonnen eveneens een 11^{de}, gratis sms-ticket.

1. Hoeveel reizigers registreerden zich ditmaal voor deze wedstrijd? Indien de vooropgestelde 10.000 werd gehaald, op welke termijn gebeurde dat?
2. Hoeveel geregistreeerde reizigers kochten minimaal 10 sms-tickets in de vooropgestelde periode?
3. Hoeveel reizigers deden in de periode van 2 mei tot 30 juni meer ritten dan dat ze opgaven normaal te doen?
4. Hoe wordt deze actie geëvalueerd ten opzichte van die van in het najaar 2015? Worden er in de toekomst nog meer van deze of andere acties gepland? Zo ja, welke? Eventueel ook voor niet-gebruikers van het openbaar vervoer?
5. Hoeveel van de geregistreeerde gebruikers behoorden tot de beoogde doelgroep?
6. Hoeveel nieuwe sms-gebruikers registreerden zich?

BEN WEYTS

VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT, OPENBARE WERKEN, VLAAMSE RAND, TOERISME EN DIERENWELZIJN

ANTWOORD

op vraag nr. 1418 van 13 juli 2016

van **CAROLINE BASTIAENS**

1. Aan de tweede sms-actie namen 3.741 reizigers deel. De vooropgestelde 10.000 werd niet gehaald.
2. 1.208 geregistreerde reizigers kochten minimaal tien sms-tickets in de vooropgestelde periode. Dit bedraagt 32,3% van het totaal aantal reizigers dat aan de actie deelnam.
3. De data om een analyse van de gebruiksfrequentie te maken is momenteel nog niet beschikbaar. Eind september is de streefdata om deze data volledig te analyseren.
4. Een uitgebreide evaluatie van de actie is later dit najaar voorzien.
Op basis van de evaluatie zal er worden beslist of er in de toekomst dezelfde of andere acties worden gepland.
5. 77,5% van de geregistreerde reizigers behoort tot de doelgroep 18-30 jarigen.
6. De Lijn kan niet meegeven hoeveel reizigers voor de eerste maal aan de sms-actie deelnamen. De gsm-nummers worden wegens privacy-redenen maar een bepaalde periode bijgehouden, waardoor De Lijn niet met zekerheid kan zeggen welk nummer wel of niet reeds in het verleden deelnam.