

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 1523
van **BERT MAERTENS**
datum: 2 september 2016

aan **BEN WEYTS**

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

Campagne 'Het jaagpad is er voor iedereen' - Evaluatie

In april 2015 lanceerde de minister de campagne 'Het jaagpad is er voor iedereen', om de gebruikers te wijzen op de kwaliteiten van de jaagpaden en op de regels die er gelden. Via wegmarkeringen, billboards en een brochure werden de gebruikers bereikt.

1. Hoelang duurt de campagne 'Het jaagpad is er voor iedereen'?
2. Vond er reeds een evaluatie plaats?

Zo ja:

- a) Hoe evalueren de waterwegbeheerders de campagne? Welke aspecten of problematieken blijven volgens hen nog onderbelicht?
- b) Hoe evalueren gebruikersorganisaties zoals de Fietzersbond en wiel- en wandelorganisaties de campagne?
- c) Hoe evalueren bedrijven en bewoners langs het water en hulpdiensten de campagne?

Zo neen, wordt er een evaluatie gepland? Op welke manier worden de stakeholders bij deze evaluatie betrokken?

3. Krijgt de campagne een vervolg? Zo ja, wanneer? Op welke aspecten zal de focus liggen?
4. Hoeveel kostte de campagne, wie realiseerde ze en wie bekostigde ze?
5. Beschikt de minister over cijfers voor de laatste 3 jaar met betrekking tot ongevallen en conflictsituaties tussen gebruikers op jaagpaden langs waterwegen? Zo ja, kan de minister deze cijfers ter beschikking stellen? Is er een positief effect vast te stellen van de campagne(s) 'Het jaagpad is er voor iedereen'? Zo ja, in welke zin?

ANTWOORD

op vraag nr. 1523 van 2 september 2016

van **BERT MAERTENS**

1. De campagne "Het jaagpad is er voor iedereen" loopt tot en met 2017.
2. Een evaluatie van de sensibiliseringsactie is gepland in 2017. De campagne is specifiek gericht op de verschillende gebruikers van de jaagpaden. In de geplande evaluatie zullen bijgevolg de gebruikers en de gebruikersorganisaties van de jaagpaden worden bevraagd naar de impact van de campagne.
3. In functie van de resultaten van de evaluatie zullen de waterwegbeheerders zich beraden over een mogelijk vervolg van de campagne.
4. Het ontwerp van de campagneproducten heeft 9.900 euro gekost en werd door de waterwegbeheerders gefinancierd. De producten werden vervolgens in eigen beheer geproduceerd.
5. De waterwegbeheerders beschikken niet over gegevens betreffende ongevallen en conflictsituaties tussen jaagpadgebruikers. Deze calamiteiten worden immers onderling geregeld, waarbij de waterwegbeheerder geen betrokken partij is.

Door het onder de aandacht brengen van de specifieke eigenschappen van de jaagpaden is de kennis over het gebruik van de jaagpaden toegenomen.