

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 878
van **RITA MOORS**
datum: 15 maart 2021

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

Rijgedrag in de buurt van wegwerkzaamheden - Sensibilisering

Uit cijfers van SOFICO, de Waalse tegenhanger van het Agentschap Wegen en Verkeer (AWV), blijkt dat er in Wallonië gemiddeld 5 mensen per jaar sterven en 171 gewond raken omdat er geen aangepaste snelheid toegepast wordt in de buurt van wegwerkzaamheden. Om het aantal ongevallen terug te dringen, komt Wallonië nu met een nieuwe campagne. Om bestuurders te wijzen op het gevaar, gebruiken ze daarbij affiches met beelden van echte ongelukken. Ze zetten daarmee in op een shockeffect. Naast de campagnebeelden komen er ook trajectcontroles.

Naar aanleiding van de aankondiging van de voor 2021 38 geplande snelwegwerven, riep de minister ook nog op om de verkeerssignalisatie en bijbehorende snelheidsverlagingen ter hoogte van wegwerkzaamheden steeds te respecteren. Dat is noodzakelijk voor de veiligheid van de aanwezige arbeiders en de weggebruikers. De minister gaf daarop nog mee dat er in 2021 extra zal worden ingezet op het sensibiliseren van chauffeurs om hun rijstijl aan te passen en aandachtig te blijven in de buurt van wegenwerken.

1. Hoe staat de minister tegenover de campagne in Wallonië? Zal de minister een gelijkaardige campagne toepassen?
2. Op welke manier zal de minister in 2021 extra inzetten op het sensibiliseren van rijgedrag in de buurt van wegwerkzaamheden?

ANTWOORD

op vraag nr. 878 van 15 maart 2021

van **RITA MOORS**

1. De vraag of op angst gebaseerde campagnes al of niet doeltreffend zijn, is niet eenduidig te beantwoorden. Vanuit wetenschappelijk oogpunt is het gebruik van angst nogal omstreden, want de evaluatiestudies van campagnes die deze aanpak toepassen melden zowel positieve als negatieve effecten. Meestal hebben deze effecten alleen betrekking op gedragsveranderingen en -intenties. Het is moeilijk om te bepalen of het gebruik van angst daadwerkelijk leidt tot minder ongevallen.

Meer informatie over dit onderzoek:

https://www.vias.be/publications/Themadossier%20verkeersveiligheid%20n%C2%B016%20-%20Communicatie%20en%20campagnes/Themadossier_verkeersveiligheid_nr._16_-_Communicatie_en_campagnes_over_verkeersveiligheid.pdf

De Vlaamse overheid werkt via haar campagnes met positieve boodschappen, humor of herkenbare situaties. Angst, choquerende beelden of negatieve boodschappen worden momenteel niet gebruikt.

2. Elk jaar besteedt het Agentschap Wegen en Verkeer via tal van verschillende kanalen, aandacht aan veiligheid rond wegenwerken. In eerste instantie proactief: via campagnes op de afficheborden langs de snel- en gewestwegen. En wanneer noodzakelijk ook reactief: via een reactie in de pers of na een incident via sociale media.

Enkele voorbeelden van de voorbije jaren:

- Zomer 2018: [lancering fluo campagne](#)
- Begin 2019: [media offensief nav cijfers van snelheidscontroles bij wegenwerken](#)
- Maart 2019: de "[we zijn weg van jou](#)" campagne kaderde volledig rond het vermenschlijken van de werf en de wegenwerkers zelf in de kijker zetten.
- December 2019: op [sociale media](#) ingespeeld op zware ongevallen.
- Mei 2020: [affichecampagne rond rood kruis negatie](#).
- Juni 2020: [tweemaal](#) op [sociale media](#) ingespeeld op zeer slechte resultaten van controles aan de wegenwerken op de E17.
- Maart 2021: start van het werfseizoen: ingespeeld op veiligheid aan wegenwerken op [sociale media](#).

Ook in 2021 plant het Agentschap Wegen en Verkeer nog een affichecampagne om weggebruikers te sensibiliseren rond o.a. het respecteren van de snelheidsbeperkingen in de buurt van wegenwerken.