

**SCHRIFTELIJKE VRAAG**

nr. 1095  
van **MARIUS MEREMANS**  
datum: 27 april 2021

---

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

---

*Campagne rond veilig fietsen - Verloop en effecten*

Op 22 maart 2021 kondigde de minister aan een grootscheepse hoffelijkheidscampagne rond veilig fietsen op poten te zetten in samenwerking met de Vlaamse Stichting Verkeerskunde (VSV). De campagne zou worden ondersteund door 188 Vlaamse steden en gemeenten.

Ondertussen zijn we ruim een maand na de aankondiging. Ik ben dan ook benieuwd naar het verloop van de campagne, de effecten tot op vandaag en de plannen na afloop ervan.

1. Hoe verloopt de campagne tot nu toe? Zijn alle geplande locaties inmiddels voorzien van een campagnebord?
2. Hoe evalueert de minister de campagne tot nu toe?
3. Hoe verloopt de samenwerking met de steden en gemeenten? Hoe staan zij tegenover deze hoffelijkheidscampagne? Wat zijn hun reacties?
4. Kan de minister een indicatie geven van de kostprijs van de campagne?
5. Heeft de minister een concrete timing in gedachten voor de duur van de campagne? Tot wanneer zullen de borden in het straatbeeld te zien zijn?
6. Zal er aan het einde van de campagne een nieuwe bevraging worden gehouden om de impact ervan na te gaan?

**ANTWOORD**

op vraag nr. 1095 van 27 april 2021

van **MARIUS MEREMANS**

---

1. De organisatie van de campagne is goed verlopen. De Vlaamse Stichting Verkeerskunde verdeelde meer dan 5000 borden bij 190 lokale besturen.

Op 22 maart stonden alle borden op relevante locaties waar hoffelijk gedrag een verschil kan maken. De campagne kreeg ook veel weerklank in de media. Vooral in de regionale nieuwsberichten met meer dan 80 vermeldingen tot nu toe.

2. Er is nog geen formele evaluatie van deze campagne. Ik ben tevreden wat betreft de samenwerking met de lokale overheden. De VSV peilde bij de deelnemende lokale besturen naar hun ervaring. Van de 190 aangeschreven besturen reageerden 138 gemeenten. Meer dan 90% evalueerde de hoffelijkheidscampagne positief. Dit zowel wat betreft de aanpak van de campagne als de aangeboden communicatiematerialen en de ondersteuning die ze hierbij kregen. Een ruimere evaluatie van alle aspecten volgt nog.
3. Deze verliep zoals aangegeven in de vorige vraag zeer goed.
4. De campagne kostte 125.000 € inclusief btw. Alle elementen (concept, strategie, ontwikkeling, productie, verzending, media) zitten in dit budget verwerkt.
5. De lokale besturen kregen het advies om de borden een maand tot 6 weken te laten hangen.
6. De VSV laat een onafhankelijk bureau een postmeting uitvoeren. Deze meting omvat zowel het bereik van de campagne als de appreciatie en de impact. We verwachten de resultaten in juni.