

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 1257
van **MARIUS MEREMANS**
datum: 31 mei 2021

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

Functionele verplaatsingen en woon-werkverkeer per fiets - Promotiecampagne

Recent vernamen we dat de minister in samenwerking met de Vlaamse Stichting Verkeerskunde (VSV) een campagne op poten heeft gezet om functionele verplaatsingen en woon-werkverkeer per fiets te stimuleren. In de maand mei waren langs hoofdwegen en op gemeentelijke aanplakborden vier verschillende ludieke affiches te zien. Daarnaast ontvingen de klanten van verschillende bakkers in meer dan twintig steden hun brood in een broodzak waarop de tekst 'Even strakke billen krijgen als je pistolets? Fiets.' te prijken staat.

De minister heeft met deze campagne een duidelijk doel voor ogen: "Het is onze ambitie om tegen 2025 het aandeel van de fiets bij functionele verplaatsingen te laten stijgen tot 20%. Fietsen is goed voor de gezondheid, voor de mobiliteit en voor het milieu."

1. Welke concrete doelstellingen wenst de minister te bereiken met deze campagne?
2. Is de minister ervan overtuigd dat deze vrij kortstondige campagne zal volstaan om de mindset bij mensen om te kiezen voor de fiets duurzaam te veranderen? Of kadert deze korte campagne binnen een grotere sensibiliseringscampagne?
3. Er is een duidelijk target gesteld: tegen 2025 wil de minister 20% van de functionele verplaatsingen per fiets zien gebeuren.

Welke bijkomende initiatieven zal de minister nemen om dat target te halen?

4. Op basis van welke criteria werden de bakkers en de steden uitgekozen? Is er een reden waarom dat ludieke initiatief niet Vlaanderenbreed wordt uitgerold om zo een breder publiek te bereiken?

ANTWOORD

op vraag nr. 1257 van 31 mei 2021

van **MARIUS MEREMANS**

1. Via deze tweede grote positieve affichecampagne (na de campagne "Blijven Fietsen Allemaal in 2020") wil ik zoveel mogelijk Vlamingen overtuigen om ook voor functionele verplaatsingen, bijvoorbeeld naar en van het werk, voor de fiets te kiezen.

Tijdens de coronaperiode heeft de Vlaming de fiets (her)ontdekt. Dat zien we niet enkel aan het stijgend aantal fietsverplaatsingen maar ook aan de stijging in de fietsverkoop.

Het is onze ambitie om tegen 2025 het aandeel van de fiets bij functionele verplaatsingen te laten stijgen tot 20%. Fietsen is goed voor de gezondheid, voor de mobiliteit en voor het milieu.

Die positieve fietstendens wil ik blijven stimuleren, ook voor functionele verplaatsingen. De campagne focust dan ook onder meer op het fietsen in kader van het woon-werkverkeer. Meer dan de helft van de Vlamingen woont op minder dan 15 kilometer van het werk, dat is een enorme doelgroep want het gaat over een afstand die perfect te overbruggen is met de fiets. Daarnaast mikt de campagne ook op andere korte functionele verplaatsingen. Zoals bijvoorbeeld naar de bakker, naar een terrasje of naar de sportclub fietsen.

2. Deze campagne alleen zal uiteraard niet volstaan om deze doelstelling waar te maken. Naast communicatie investeer ik daarom ook volop in infrastructuur. Dit jaar gaat het om 355 miljoen euro die er voor moet zorgen dat mensen veiliger en comfortabeler kunnen fietsen. Daarnaast trek ik ook 30 miljoen euro uit om schoolroutes verkeersveilig te maken én heeft de Vlaamse Regering ook 150 miljoen euro uitgetrokken voor de zogenaamde Kopenhagensubsidies, om fietspaden op gemeentewegen aan te leggen.
3. Het target waar u naar verwijst past in de intentieverklaring die werd getekend in het kader van 'de Grote Versnelling'. Dit is een samenwerkingsverband tussen de Vlaamse overheid en onze provincies, steden en gemeenten. Samen willen we het fietsbeleid in Vlaanderen versnellen en verdiepen. We willen als het ware een schaa sprong functioneel fietsen realiseren. Dit zal gebeuren via het afsluiten van fietsdeals: overeenkomsten tussen diverse overheden, bedrijven, verenigingen, scholen, kennisinstellingen...

Op 8 april gaven we samen het startschot met de ondertekening van een intentieverklaring. Waarbij we, naast het door u aangehaalde target van 20% van de functionele verplaatsingen per fiets, ook de veiligheid van de fietsers willen verhogen - met 0 dodelijke fietsslachtoffers in 2040 - en een nauwere aansluiting willen realiseren tussen enerzijds het functioneel fietsgebruik en anderzijds het sportief of recreatief fietsen.

4. De Vlaamse Stichting Verkeerskunde laat voor iedere campagne een mediaplan uitwerken om met de beschikbare middelen de geselecteerde doelgroep of doelgroepen zo goed mogelijk te bereiken. De broodzakken waar u naar verwijst

vormden hierbij 1 kanaal. Daarnaast communiceerden we over het volledige Vlaamse grondgebied via affiches langs de hoofdwegen.