

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 30

van **KARIN BROUWERS**

datum: 27 september 2021

aan **LYDIA PEETERS**

VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT EN OPENBARE WERKEN

De Lijn - Verkoop abonnementen en tickets

Het dagelijkse leven herneemt en het telewerk neemt af. Het gebruik van het openbaar vervoer lijkt echter niet te volgen. De Lijn vervoerde begin september 2021 bijna de helft minder reizigers dan in dezelfde periode in 2019.

De reizigersvereniging TreinTramBus vreest dat het voorbije jaar de voorgaande inspanningen ter promotie van het openbaar vervoer teniet heeft gedaan.

1. Kan de minister een overzicht bezorgen van het aantal abonnementen gesloten bij De Lijn in de eerste 9 maanden van 2021, met een uitsplitsing tussen de verschillende abonnementsformules en tariefformules? Graag een overzicht per maand.
2. Kan de minister een overzicht bezorgen van het aantal verkochte tickets bij De Lijn voor 2019, 2020 en de eerste 9 maanden van 2021, met een uitsplitsing tussen de verschillende tariefformules? Graag een overzicht per maand.
3. Plant De Lijn nog sensibiliseringscampagnes naast 'Stap gerust op jouw lijn' om de reizigers opnieuw naar de bus en/of tram te krijgen? Indien niet, waarom niet? Indien wel, wat is de inhoud van deze campagne en wat is de timing?



**Vlaams
Parlement**

ANTWOORD

op vraag nr. 30 van 27 september 2021

van **KARIN BROUWERS**

1. In de tabel in bijlage 1 vindt u een overzicht van de maandelijkse verkopen per soort abonnement voor de eerste negen maanden van 2021 dat De Lijn aan mij bezorgde.
2. In de tabel in bijlage 2 vindt u een overzicht van het gebruik van de occasionele vervoerbewijzen bij De Lijn (exclusief overstappen) dewelke De Lijn aan mij bezorgde. Het overzicht is uitgedrukt in ritten: bij een lijnkaart met 10 ritten, bijvoorbeeld, wordt elke rit afzonderlijk opgenomen in de tabel.
3. Tijdens de zomerperiode heeft De Lijn onder de koepel 'Stap gerust op jouw lijn' sterk ingezet op zowel sensibilisering als op het (opnieuw) aantrekken van gebruikers van bus en tram. Deze inspanningen zal De Lijn ook de komende maanden verder zetten.

Inhoudelijk verloopt de heractivatiecampagne in fases:

- Bij de start lag het accent sterk op communicatie rond 'securisatie': hoe kunnen reizigers veilig het openbaar vervoer gebruiken en wat doet De Lijn om dit zo goed mogelijk te ondersteunen?
- In een volgende fase, tijdens de zomer, lag de focus op het heractiveren van de occasionele reizigers. Voor deze doelgroep werkte De Lijn een promo-aanbod uit.
- Daarna sprak De Lijn haar abonnees aan, met het oog op de ondersteuning van de abonnementenverkoop in de belangrijke maand september.

De komende maanden zet De Lijn haar heractivatie-inspanningen verder, zowel naar occasionele reizigers als naar abonnees. De inhoud van deze campagnes wordt momenteel nog geconcretiseerd in samenwerking met het communicatiebureau van De Lijn. De campagnes zullen plaatsvinden in het vierde kwartaal van 2021. In deze campagnes zal De Lijn zich richten op alle segmenten:

- Buzzy Pazz-abonnementen voor jongeren.
- Omnipas-abonnementen voor volwassenen en senioren.
- Occasionele vervoerbewijzen voor niet-frequente reizigers.

BIJLAGEN

1. [Overzicht van de maandelijkse verkopen per soort abonnement voor de eerste negen maanden van 2021](#)
2. [Overzicht van het gebruik van de occasionele vervoerbewijzen bij De Lijn](#)