

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 58

van **RITA MOORS**

datum: 30 september 2021

aan **LYDIA PEETERS**

VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT EN OPENBARE WERKEN

Gebruik van audio-accessoires door autobestuurders - Sensibilisering

Een steeds vaker optredend fenomeen blijkt het gebruik van audio-accessoires (AirPods, koptelefoon, ...) bij autobestuurders. Het lijkt in eerste instantie een nieuwe vorm van handsfree bellen, maar bij deze 'nieuwe' vorm valt het gehoor volledig weg, wat leidt tot de nodige gevaren bij deelname aan het verkeer.

Plant de minister sensibiliseringscampagnes met betrekking tot het gebruik van audio-accessoires door autobestuurders?



**Vlaams
Parlement**

ANTWOORD

op vraag nr. 58 van 30 september 2021

van **RITA MOORS**

Onderzoek toont aan dat vooral visuele afleiding de kans op een ongeval verhoogt. Het gaat hierbij om het intoetsen van een telefoonnummer, het typen of lezen van een tekstbericht, maar bijvoorbeeld ook om het reiken naar een object in de auto of het langdurig kijken naar objecten buiten de auto. Meer informatie kan u onder andere terugvinden op <https://www.swov.nl/feiten-cijfers/factsheet/afleiding-het-verkeer>

Bij en tijdens het gebruik van audio-accessoires is er vooral auditieve en cognitieve afleiding. Niettemin is het uiteraard altijd belangrijk om tijdens het besturen van een voertuig de volle aandacht bij het verkeer te hebben en te houden zodat je als bestuurder bijvoorbeeld ook tijdig een prioritair voertuig hoort naderen.

In Vlaanderen voeren we al enkele jaren sensibiliseringscampagnes over de gevaren van afleiding onder de titel "automodus". Dit staat voor de bewuste keuze van de autobestuurder om afleiding in het verkeer te vermijden. We communiceren over de gevaren en geven een haalbare oplossing mee. Een bestuurder van een voertuig kan in "automodus" gaan door de smartphone buiten handbereik te leggen, door de "niet storen"-functie in te schakelen of door het toestel op stil te zetten. Na de meest recente campagne, die we voerden in februari van dit jaar, gaven in de nameting 68% van de respondenten aan dat ze bekend zijn met het begrip "automodus". In de peiling naar gedrag stelden we een stijging vast op het vlak het wegleggen - buiten handbereik - van het toestel, van 28 naar 35%.

Nieuwe technologische evoluties waarbij afleiding in de auto verschuift van de gsm of de smartphone naar het infotainment- of besturingssysteem van de wagen, noodzaakt ons om in de toekomst ook onze aanpak te verbreden. We willen uiteraard ook nieuwe vormen van afleiding vermijden. Momenteel loopt de denkoefening over de volgende campagne nog. We gaan na welke vormen van afleiding tijdens het besturen van een auto het grootste risico met zich meebrengen en dus de meeste aandacht vragen in onze campagne.