

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 1548
van **RITA MOORS**
datum: 4 juli 2022

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

Vlaamse Stichting Verkeerskunde (VSV) - Campagne 'groot gelijk' tegen rijden onder invloed

Nieuw onderzoek van de VSV toont aan dat bijna de helft van de bestuurders nog denkt veilig te kunnen rijden na druggebruik. Terwijl onder de alcoholgebruikers ongeveer 65 procent aangeeft dat het na meer dan twee glazen niet meer veilig is om te rijden. Uit het onderzoek blijkt dat de risicoperceptie bij wie drugs gebruikt, een pak lager is ten opzichte van de alcoholgebruikers. Vooral de effecten van cocaïne en cannabis worden onderschat, met alle gevaren vandien want wie onder invloed van cocaïne rijdt, loopt drie keer meer risico om in een dodelijk ongeval betrokken te raken dan een nuchtere bestuurder. Bij amfetamines ligt het risico maar liefst vijf keer hoger. Het meest gevaarlijk is de combinatie van verschillende drugs (tot 30 keer hoger risico op ongevallen), of de combinatie van drugs met alcohol (tot 200 keer hoger risico).

In de nacht van vrijdag 24 op zaterdag 25 juni kwam in Roeselare een jonge vrouw om het leven nadat ze werd aangereden door een bestuurder die onder invloed was van alcohol en cannabis. De bestuurder kwam aan hoge snelheid richting een rotonde gereden, verloor de controle over zijn stuur, waarop hij tegen twee middengeleiders botste, de fietster van de weg maaide en tegen een elektriciteitskast terechtkwam.

Met de festivalzomer in aantocht lanceert de VSV samen met de minister een nieuwe campagne met de slogan 'groot gelijk' die wijst op de risico's van rijden onder invloed van alcohol, drugs en lachgas. Naast wegaffiches zal de campagne ook aanwezig zijn op radiozenders en via online streamingdiensten, op sociale media en via digitale affichagepanelen in de Vlaamse steden. Bijkomend zullen er op het terrein door de politie extra controles op alcohol- en druggebruik in het verkeer worden uitgevoerd tijdens de zomerperiode.

In welke mate verschilt de nieuwe campagne inzake opzet van eerdere campagnes? Hoe wil de minister er met andere woorden voor zorgen dat de effectiviteit van deze campagne verzekerd wordt?

ANTWOORD

op vraag nr. 1548 van 4 juli 2022

van **RITA MOORS**

1. Tot 2019 lag de focus van onze campagnes inzake rijden onder invloed op het ontraden van alcohol in het verkeer. Recent ontwikkelde de Vlaamse Stichting Verkeerskunde (VSV) een bredere en aanvullende aanpak om ook te sensibiliseren over de gevaren van andere drugs in het verkeer. Eerst via een kleine campagne om het gebruik van alcohol én drugs te ontraden. In 2021 volgde een eerste grootschalige campagne.

De VSV voerde met 'Groot Gelijk' (dat je nuchter rijdt) een nieuw concept in. Daarbij is een doordachte mediamix ingezet om vooral jonge (mannelijke) automobilisten die graag uitgaan te bereiken. Naast de affiches langs de weg spreekt de VSV hen aan op de plekken en op de momenten dat ze de boodschap moeten zien. Tijdens het festivalseizoen en via de juiste kanalen. Het is een doelgroep die vooral consumeert via audio(visuele) streamingdiensten, sociale media en wanneer ze onderweg zijn. Dankzij een onlinecampagne via Snapchat, YouTube, Facebook en Instagram werden de campagneboodschappen specifiek gericht op 'feestvierders' tot 30 jaar. De radiospots werden voornamelijk verspreid via streamingdiensten zoals Spotify en Deezer. Tot slot heeft de VSV een doorgedreven inhoudelijke samenwerking met QMusic en StuBru om zo enerzijds ook de nodige duiding te kunnen geven, en anderzijds om via die kanalen ook onze boodschap te verspreiden. De campagne werd daarnaast ook ruim gedeeld door de politie via hun diverse sociale kanalen.

Elke grootschalige campagne die vanuit de Vlaamse overheid gevoerd wordt, wordt geëvalueerd op bereik, appreciatie en impact (gerapporteerd gedrag). Hiervoor doet de VSV via een raamcontract beroep op een onderzoeksbureau (Ipsos) dat een bevraging uitvoert bij een representatieve steekproef van de doelgroep. De resultaten worden gebruikt, indien nodig, om de campagne aan te passen en bij te sturen.

Daarnaast houd ik ook een vinger aan de pols van de gevoerde handhavingsacties. Tijdens de campagne, die tot en met 31 juli 2022 liep, hebben de Lokale en Federale Politie in Vlaanderen meer dan 98.000 alcohol- en drugtests uitgevoerd. 98% daarvan was negatief. De overgrote meerderheid van de geteste bestuurders hield zich dus aan de campagneboodschap: 'Groot Gelijk dat je nuchter rijdt'.

Belangrijk is om het effect van een campagne nooit afzonderlijk te bekijken. Campagnes maken deel uit van een breder pakket maatregelen zoals handhaving, educatie en andere initiatieven om de verkeersveiligheid te verbeteren. Bovendien speelt herhaling een belangrijke rol om impact te hebben (cf. de bekende BOB-campagnes), vandaar dat in de toekomst steeds verder gebouwd zal worden op het concept 'Groot Gelijk' om de automobilist bewuster te maken van het gevaar van rijden onder invloed (van drugs).