

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 726

van **CARMEN RYHEUL**

datum: 2 februari 2023

aan **LYDIA PEETERS**

VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT EN OPENBARE WERKEN

Verkeersveiligheid - Campagnes

De Vlaamse Regering heeft de ambitie om de verkeersveiligheid en -leefbaarheid te verhogen. Onder andere via doelgerichte campagnes en initiatieven wordt er werk gemaakt van een verkeersveilige attitude en dit voornamelijk bij risicogroepen. Ook in 2022 werd via algemene sensibiliseringscampagnes gericht op doelgroepen gewerkt aan een veiliger verkeersgedrag.

1. Kan de minister een overzicht geven van de verkeerscampagnes van 2022? Wie was telkens de organisator, welke doelstellingen werden er vooropgesteld en hoe werden deze geëvalueerd?
2. Kan de minister bij elke verkeerscampagne ook meedelen naar welke doelgroep de campagne was gericht en welke informatiekkanalen er werden gebruikt om het publiek te bereiken? Hoe werden die telkens uitgewerkt (baanaffiches, radio, tv, sociale media ...)? Met welke actoren werd samengewerkt?
3. Wat was de kostprijs van deze campagnes?
4. Welke campagnes plant de minister deze legislatuur nog op te starten?



**Vlaams
Parlement**

ANTWOORD

op vraag nr. 726 van 2 februari 2023

van **CARMEN RYHEUL**

1-3.Vorig jaar werden de volgende campagnes gevoerd:

Maand	Organisator	Doelstelling en doelgroep (primaire)	Kanalen	Evaluatie	Kostprijs
Januari	AWV	Reddingsstrook en afstand houden in tunnels.	Perslancering, baanaffiche, sociale media	Bereik voldoende (45% doelgroep), zeer goede appreciatie (85%), goede impact op gedrag (actie ondernomen, i.e. vaker reddingsstrook vormen) (70%)	41.000
Februari	VSV (in opdracht van MOW)	Slaperigheid ("stop op tijd voor een powernap").	Perslancering, baanaffiche, tankpistolen, website, radiospot, redactionele samenwerking radio MNM, online advertenties, influencers.	Goed bereik waarbij 69% van de doelgroep werd bereikt, goed appreciatie (75% duidelijk, 64% geloofwaardig), stijging inzake kennis (+6%).	210.521
Maart	AWV	Campagne "Snelweg-werven" om weggebruikers te informeren over grote wegenwerken.	Perslancering, baanaffiche, radiospots, sociale media	Goed bereik (65%), goede appreciatie (69%), zeer goede spontane decodering (81%)	476.000
Maart	VSV (in opdracht van MOW)	Korte rit? Fiets ("x keer naar x fietsen is ook de Ronde van Vlaanderen rijden"). Campagne moedigt de Vlaming (doelgroep: 18-54 jaar, in het bezit van auto en fiets) aan om bij	Persluik met 2 boegbeelden: Jesse Vandenbulcke en Eddy Planckaert, online, influencers, 128 lokale besturen (kleine affiches).	Geen postmeting.	137.500

		dagelijkse verplaatsingen nog vaker voor de fiets te kiezen.			
April	VSV (in opdracht van MOW)	Snelheid ("wie te snel rijdt, ziet hem niet").	Perslancering, baanaffiche, website, radiospot, online advertenties, influencers, brief bij boetes.	Goed bereik (69% van de doelgroep), Goede appreciatie (72% duidelijk en 68% geloofwaardig)	213.079
Mei	VSV (in opdracht van MOW)	Afleiding ("negeer je gsm").	Perslancering, baanaffiche, radio, sociale media, samenwerking met StuBru, tankstations (toiletdeuren), lokale politie en werkgevers.	Goed bereik (69% van de doelgroep), Zeer goede appreciatie (78% duidelijk en 72% geloofwaardig).	199.043
Juni	AWV	Veiligheid op werven. Weggebruikers aanmanen om voorzichtig te zijn bij wegenwerken	Perslancering, baanaffiche, sociale media	Voldoende bereik (49%), Goede appreciatie (74%), zeer goede decodering (79%), goede impact op gerapporteerd gedrag werven (77%)	51.000
Juli	VSV (in opdracht van MOW)	Rijden onder invloed van drugs – Groot gelijk dat je nuchter rijdt.	Perslancering, baanaffiche, radio, online, video's, digitale infoborden, influencer, Belgica bus (stubru op festivals), Q beach house, samenwerking met politie.	Zeer goed bereik met 72% van de doelgroep. Zeer goede beoordeling op vlak van duidelijkheid (78%) en geloofwaardigheid (75%).	253.922
Augustus	AWV	Reddingsstrook om weggebruikers te informeren over de verplichte toepassing van de reddingsstrook bij filevorming.	Herhaling campagne, met baanaffiche, perslancering, sociale media, digitale tekstborden (vms), vrt: vermelding reddingsstrook in verkeersbulletin	Goed bereik (mooie stijging tov januari) met 61%, zeer goede appreciatie (80%)	28.000

Oktober	VSV (in opdracht van MOW)	Snelheid.	Baanaffiches en online.	Beperkt bereik (48%), redelijke appreciatie (68 % duidelijk, 67 % geloofwaardig	171.464
November	DPG Media in samenwerking met MOW	"Zie ons schitteren", benadrukken van het belang van fietsverlichting bij fietsers en wandelaars.	Persmoment, tv spot, radiospot, advertenties, baanaffichage, online, DPG boegbeelden, wedstrijd.	Loopt nog.	125.000
December	VIAS – Belgische Brouwers - Assuralia	Rijden onder invloed van alcohol – BOB beschermt levens.	Persmoment, baanaffiche, online video ("it's my life"), digitale schermen en affiches in Carrefour.	Loopt nog	18.920
December	VSV (in opdracht van MOW)	Rijden onder invloed van drugs – Groot gelijk dat je nuchter rijdt.	Perslancering (in discotheek Versuz), influencers, samenwerking met clubs (affiches in toiletten, digitale schermen), online video.	Loopt nog	184.060

4. De (voorlopige) kalender voor 2023 is de volgende:

Januari: Reddingsstrook
 Februari: Afleiding
 Maart: Grote werven
 April: Motorrijders
 April: Fietspromotie
 Mei: Veiligheid aan wegen
 Juni: Afleiding
 Juli: Rijden onder invloed
 Augustus: Pechstrook
 Oktober: Snelheid
 December: Rijden onder invloed

Voor 2024 is er momenteel nog geen kalender.