

Belgisch Instituut voor de Verkeersveiligheid vzw

Haachtsesteenweg 1405 - B-1130 Brussel

Telefoon 02/244.15.11 - Telefax 02/216.43.42

E-mail : info@bivv.be - Internet : www.bivv.be

BTW BE 432.570.411



PERSCONFERENTIE VAN 1 APRIL 2009

Voorstelling van de sensibilisatiecampagne: *“Laat je niet verrassen door motorrijders”*

06/04/2009 – 03/05/2009

Patric DERWEDUWEN
Afgevaardigd Beheerder van
het Belgisch Instituut voor de Verkeersveiligheid

Jaarlijks organiseert het BIVV in samenwerking met de Gewesten een sensibilisatiecampagne over zwakke weggebruikers. In 2005 en 2006 stond deze campagne in het teken van de veiligheid van motorrijders. Nadat het in 2007 de beurt was aan de fietsers en in 2008 aan de voetgangers, zet de campagne van 2009 de gemotoriseerde tweewielers opnieuw in de kijker.

De lente is natuurlijk de ideale periode om een campagne te lanceren over dit thema. De terugkeer van het mooie weer zorgt namelijk voor een forse toename van het aantal gemotoriseerde tweewielers op onze wegen. Uit analyse van de ongevallenstatistieken blijkt trouwens dat in april het hoogste aantal motorongevallen wordt genoteerd.

AANPAK VAN DE CAMPAGNE

De nieuwe campagne loopt van 6 april tot 3 mei 2009 en speelt in op het onveiligheidsgevoel bij motorrijders, zonder daarom met beschuldigende vinger naar de automobilisten te wijzen. Het zichtbaarheidsprobleem van de tweewielers vormt de rode draad doorheen de campagne. De aanpak van deze campagne is bewust niet agressief, maar benadrukt het gedrag dat van elke weggebruiker gewenst wordt. De boodschap is positief, niet moraliserend en vooral humoristisch.

MEDIAPLAN

Affiche

De affiche bestaat in twee verschillende versies.

De eerste richt zicht tot automobilisten en verwijst naar de tv-spot. We zien een motorrijder die als een duivel uit een doosje springt. De slogan is duidelijk: "*Laat je niet verrassen door motorrijders. Kijk 2 keer uit*". Deze affiche strookt uiteraard met de filosofie van de campagne om de andere weggebruikers bewuster te maken van de aanwezigheid van motorrijders in het verkeer. Door rekening te houden met deze aanwezigheid werken de automobilisten actief mee aan de verbetering van de veiligheid van de gemotoriseerde tweewielers.

Op de tweede affiche prijkt een boodschap voor de motorrijders: "*Motorrijders, zorg dat je gezien wordt*". Deze slogan kan natuurlijk algemeen geïnterpreteerd worden: motorrijders moeten zoveel mogelijk opvallen in het verkeer. Ze kunnen hiervoor onder meer gebruik maken van een fel gekleurde helm, vandaar de humoristische toespeling met de verfpot.

Maar de slogan bevat ook een onderliggende boodschap: motorrijders moeten voor hun eigen veiligheid voortdurend controleren of de andere weggebruikers hen daadwerkelijk gezien hebben.

Naast de affiches langs de wegen, zullen ook nog eens meer dan 18.000 affichettes worden verzonden via het BIVV-adresbestand, dat een duizendtal geadresseerden bevat, waaronder gemeentebesturen, autorijsscholen, jeugthuizen, culturele centra, bedrijven, verzekeringsmaatschappijen, banken, enz.

Tv-spot

De tv-spot is de tweede campagnepijler. Hij zal uitgezonden worden op Eén, Canvas en VTM langs Nederlandstalige kant. De Franstalige versie is te zien op la Une, la Deux en RTL-TVi en de Duitse spot wordt uitgezonden op BRF.

We zien allerhande taferelen uit het dagelijkse leven: een vrouw die de gordijnen van haar salon opentrekt, een man die de koffer van zijn wagen opent om er zijn sportzak in te zetten, een bediende die op het punt staat om een schuif te openen, enz. Telkens weer duikt een motorrijder op, zodat de persoon in kwestie zich een bult schrikt. Het gaat hier natuurlijk om een humoristische zinspelende op een mogelijke gebeurtenis in het verkeer, waarbij een onoplettende automobilist plots verrast wordt door een motorrijder die uit het niets lijkt op te duiken. Automobilisten moeten dus onder alle omstandigheden, maar in het bijzonder bij het uitvoeren van een manoeuvre, rekening houden met de aanwezigheid van motorrijders.

Op het einde van de spot verschijnt de campagneslogan "Laat je niet verrassen. Kijk 2 keer uit voor motorrijders". Een paar ogen zetten de baseline "Kijk 2 keer uit voor motorrijders" extra in de verf.

Folder

De folder "*Motorrijders, maak werk van jullie veiligheid*" kwam tot stand in samenwerking met de MotorCycle Council. Hij richt zich specifiek tot motorrijders en reikt hen tien gouden regels aan die ze absoluut moeten kennen om veilig te rijden. Zichtbaarheid, uitrusting, inhalen van files, defensief rijden, enz.: alle belangrijke thema's komen aan bod. De folder vormt dus een ideaal hulpmiddel bij deze campagne. Bovendien kunnen de vrijwilligers deze folder in de toekomst uitdelen wanneer ze deelnemen aan motorevents.

Brochures

Naast deze folder is er ook "Open vizier op veilig motorrijden", een veel uitgebreider gids waarin de veiligheid van motorrijders van A tot Z aan bod komt. Je vindt er alles wat je moet weten om veilig met de motor te rijden: de uitrusting van de motorrijder, stuurtechnieken, tips voor defensief rijden, de meest voorkomende gevaarlijke situaties, gedrag in files, adressen van rijvaardigheidscentra, enz.

Tot slot maakt de toename van het aantal gemotoriseerde tweewielers het noodzakelijk om bij het mobiliteitsbeleid en de wegeaanleg meer rekening te houden met deze weggebruikers. Ter herinnering, in 2004 bracht een werkgroep in kaart welke infrastructuurgebonden problemen motorrijders zoal ondervinden, om vervolgens opmerkingen te formuleren voor de wegbeheerders, die toepasbaar zijn in alle drie de Gewesten. De brochure "*Meer aandacht voor motorrijders in de infrastructuur*", die onder alle wegbeheerders werd verspreid, is het resultaat van de activiteiten van deze werkgroep.

Deze publicatie analyseert de oorzaken van gevaar of ongemak voor motorrijders en reikt oplossingen aan waarbij de vier basisprincipes van een aangepaste verkeersinfrastructuur worden gerespecteerd: goede grip bij alle weersomstandigheden, leesbare weginformatie waarop de motorrijder zijn rijgedrag kan afstemmen, een goede onderlinge zichtbaarheid en zo weinig mogelijk gevaar voor botsingen tegen hindernissen.

Zowel de folder voor motorrijders als de brochures zijn gratis beschikbaar op de website van het BIVV: www.bivv.be.

Website

Vanaf 6 april komt er een speciale campagnewebsite. Op www.zichtbaaropdemotor.be wordt onder meer een wedstrijd georganiseerd die op zoek gaat naar de "opvallendste motorrijder". Om één van de vele prijzen (helmen, motorjacks, rugzakken, horloges, enz.) in de wacht te slepen, kunnen motorrijders foto's uploaden met het resultaat van hun inspanningen om zoveel mogelijk op te vallen in het verkeer, waarna ze vrienden kunnen uitnodigen om te stemmen. Het gaat dus om een grootscheepse virale marketing-actie die volledig in de lijn ligt van de campagnedoelstelling om de motorrijders te overtuigen van het belang om zoveel mogelijk op te vallen in het verkeer.

De webstek zal naast de campagne-elementen ook praktische tips bevatten voor motorrijders, afkomstig uit de folder. Op andere motorwebsites komen ook banners met een link naar www.zichtbaaropdemotor.be, om nog meer ruchtbaarheid te maken rond de campagne.

Tv-programma's

De komende weken zullen verschillende uitzendingen, meer bepaald Kijk Uit (VRT) en Veilig Thuis (VTM) in het teken staan van de veiligheid van motorrijders. Dit zal ook het geval zijn voor Contacts (RTBF) en Ça Roule (RTL/TVi) aan Franstalige kant.

CONTROLES

Een sensibilisatiecampagne gaat natuurlijk altijd gepaard met verscherpte controles. Deze zijn absoluut noodzakelijk om een gedragswijziging te bekomen. Daarom hebben wij er bij de Zonechefs, de Federale Politie, de Procureurs-generaal en de Gouverneurs op aangedrongen om de controles en vervolgingen inzake het respect voor de veiligheid van de motorrijders op te voeren. Maar ook de motorrijders zullen zich van hun kant gepast moeten gedragen in het verkeer.

SAMENWERKING

Deze campagne is het resultaat van een samenwerking tussen het BIVV, de Gewesten en de motorrijdersverenigingen, vertegenwoordigd door MotorCycle Council. Ik wil onze partners hierbij dan ook danken voor hun waardevolle steun.