

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

347

Vragen van de leden **Ziengs** en **Veldman** (beiden VVD) aan de Staatssecretaris van Infrastructuur en Waterstaat en de Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over *het bericht «Grote ov-campagne moet reiziger weer in de trein en bus krijgen»* (ingezonden 18 september 2020).

Antwoord van Staatssecretaris **Van Veldhoven-Van der Meer** (Infrastructuur en Waterstaat), mede namens de Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (ontvangen 7 oktober 2020).

Vraag 1

Bent u bekend met het bericht «Grote ov-campagne moet reiziger weer in de trein en bus krijgen»?¹

Antwoord 1

Ja, daar ben ik mee bekend.

In de periode tussen de door uw Kamer gestelde vragen en de beantwoording hebben zich een aantal belangrijke ontwikkelingen voorgedaan. Zoals u wellicht al hebt vernomen is de gehele campagne op 25 september door de sector tijdelijk stilgelegd². Met de oplopende besmettingsaantallen is door de sectorpartijen geconstateerd dat een oproep tot reizen (in welke vorm dan ook) nu niet gepast is. Ook is uw Kamer op 28 september geïnformeerd³ over nieuwe landelijke maatregelen die nodig zijn om de verspreiding van het virus te voorkomen. Onderdeel hiervan is ook een oproep aan mensen om de reisbewegingen zoveel mogelijk te beperken.

Vraag 2

Bent u op de hoogte van de doelstelling van de genoemde campagne om te komen tot een bezettingsgraad van 80% in het openbaar vervoer?

Antwoord 2

Ja, ik ben bekend met de doelstelling. Deze doelstelling was overigens niet een bezettingsgraad van 80% van de OV-voertuigen, maar om 80% van het aantal reizigers te vervoeren dat vóór corona met het OV reisden.

¹ Nu.nl, 17 september 2020, Grote ov-campagne moet reiziger weer de trein en bus in krijgen (<https://www.nu.nl/coronavirus/6077252/grote-ov-campagne-moet-reiziger-weer-de-trein-en-bus-in-krijgen.html>)

² <https://www.ov-nl.nl/ov-nl-zet-mediacampagne-tijdelijk-on-hold/>

³ Kenmerk: 1750958-210858-PDC19.

Vraag 3, 4, 5

Hebt u hierover in contact gestaan met de partijen achter de campagne? Zo ja, wat was de afweging om de campagne van start te laten gaan? Hoe kijkt u aan tegen deze campagne? Bent u van mening dat het verstandig is momenteel op te roepen tot meer reizen? Bent u van mening dat deze campagne botst met maatregelen om verspreiding van het coronavirus te voorkomen? Botst deze campagne niet met de dringende oproep van de overheid om zoveel mogelijk vanuit huis te werken?

Antwoord 3, 4, 5

De campagne «*Het ov is ok*» is opgezet door de openbaar vervoerbedrijven. Zij zijn verantwoordelijk voor de inhoud, maar ik heb hierover wel met hen in contact gestaan. De campagne van de sector bestaat uit twee lagen. De eerste laag laat zien dat het verantwoord is om te reizen met het OV. De tweede laag bestaat uit de voorlichtende boodschap. Het Ministerie van IenW draagt financieel bij aan de tweede, informatieve laag om reizigers er op te wijzen hoe verantwoord reizen mogelijk is en welke regels gelden voor het gebruik maken van het OV.

Sinds juli jl. is het gebruik van het openbaar vervoer weer toegestaan. Reizen in het OV kan als het verantwoord gebeurt, o.a. door drukte te mijden en alleen zitplaatsen en aangewezen staanplaatsen te gebruiken. Randvoorwaarde is verder dat reizigers zich aan de regels houden, zoals het dragen van een niet-medisch mondkapje. De campagne riep mensen niet op méér te gaan reizen, maar om bij reizen die zij moeten of willen maken weer vaker voor het OV te kiezen. De campagne past binnen de maatregelen die zijn getroffen om verantwoord te reizen. U heeft in de Kamerbrief van 28 september⁴ jl. kunnen lezen dat Nederlanders worden opgeroepen om de reisbewegingen zoveel mogelijk te beperken, waaronder dus ook met het OV.

Vraag 6

In hoeverre wordt gemonitord wat de campagne doet met het aantal mensen dat thuiswerkt en de naleving van de coronamaatregelen?

Antwoord 6

De OV-bedrijven monitoren het aantal reizigers per dag en communiceren over de naleving van de coronamaatregelen. Ook houden de OV-bedrijven onder andere door de BOA's toezicht op de naleving. OV-bedrijven hebben geen aparte monitor om bij te houden hoeveel mensen thuis werken. Daarnaast wordt periodiek in kaart gebracht in welke mate er wordt thuisgewerkt. De uitkomsten hiervan geven inzicht in de mate waarin gehoor wordt gegeven aan de oproep zoveel mogelijk thuis te werken. Het effect van een individuele campagne, zoals de OV-campagne, kan hier niet uit geïsoleerd worden.

Vraag 7, 8

In hoeverre is nagedacht wat een bezettingsgraad van 80 procent betekent voor het aantal mensen en verplaatsingen op stations? In hoeverre is op stations de 1,5 meter nog te waarborgen als de bezettingsgraad in het openbaar vervoer daadwerkelijk 80% wordt?

In hoeverre wordt er nagedacht over aanvullende maatregelen in het openbaar vervoer en op stations als de bezettingsgraad daadwerkelijk 80% is?

Antwoord 7, 8

In het OV en perrons is het niet altijd mogelijk 1,5 m afstand te behouden, daarom heeft het kabinet in juni besloten dat het dragen van een niet-medisch mondkapje in het OV verplicht is. Ook wordt dingend geadviseerd het mondkapje te dragen op perrons en in stations.

Het faciliteren van 80% van het aantal reizigers van voor de corona-periode (niet: bezettingsgraad) is mogelijk als reizigers en vervoerbedrijven zich houden aan de gemaakte afspraken. Met name spreiding van de reizigers over de rustige tijden (en niet iedereen in de spits) is hierbij essentieel. Indien reizigers met een niet-medisch mondkapje en voldoende verspreid over de dag reizen, en zich houden aan de hygiënemaatregelen, zijn geen aanvul-

⁴ Kenmerk: 1750958-210858-PDC19.

lende maatregelen noodzakelijk. Verder voorziet het OV-protocol «Verantwoord blijven reizen in het openbaar vervoer» reeds in de afspraken en maatregelen bij drukte. Op dit moment is hier slechts incidenteel sprake van. Zoals aangegeven is de campagne stilgelegd en met de oproep van 28 september om de reisbewegingen te beperken is de 80% niet meer reëel en wenselijk.

Vraag 9

Bent u van mening dat in de campagne voldoende stil wordt gestaan bij de veiligheid van de reizigers?

Antwoord 9

Uitgangspunt voor de vervoerbedrijven is altijd, en ook bij deze campagne, verantwoord en veilig reizen voor reizigers en medewerkers. Binnen de campagne was dan ook een groot deel van de communicatie-inzet gericht op het informeren van reizigers hoe verantwoord met het ov te reizen.