

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

613

Vragen van het lid **Heutink** (PVV) aan de Minister van Infrastructuur en Waterstaat over *het artikel waarin wordt vermeld dat het kabinet de verkeersdrukte in de ochtend- en avondspits met 10 procent wil terugdringen en dat het dit wil doen door middel van spitsmijden* (ingezonden 18 november 2025).

Antwoord van Minister **Tieman** (Infrastructuur en Waterstaat) (ontvangen 9 december 2025).

Vraag 1

Deelt u de opvatting dat spitsmijden een rookgordijn is voor het feit dat er al jarenlang niet of nauwelijks nieuwe weginfrastructuurprojecten worden afgerond, en daarmee dus niets meer dan pure armoede is? Zo nee, waarom niet?¹

Antwoord 1

Nee, ik deel die opvatting niet. IenW werkt aan bereikbaarheid. Dat betekent dat we, naast investeringen in infrastructuur, ook inzetten op het bieden van inzicht aan reizigers om het mobiliteitssysteem zo goed mogelijk te benutten. Het inzetten van al deze mogelijkheden is om de bereikbaarheid van Nederland te verbeteren. Spitsspreiden en -mijden maakt daarmee onderdeel uit van een reguliere bredere set aan maatregelen en beleidsinstrumenten.

Vraag 2

Hoeveel campagnes om spitsmijden te promoten zijn er in de afgelopen 20 jaar gestart en wat is het effect van ieder van deze campagnes precies geweest?

Antwoord 2

De campagne Spitsmijden die in 2025 is gestart, is welliswaar de eerste massamediale publiekscampagne over dit specifieke onderwerp. Maar er zijn eerder regionale campagnes uitgevoerd in het kader van Beter Benutten. Met vanAanBeter ontvangen reizigers ook informatie over reismogelijkheden, naar aanleiding van wegwerkzaamheden.

¹ BNR Nieuwsradio, 17 november 2025, Kabinet zet opnieuw in op spitsmijden: «We moeten nu echt wat gaan doen» | BNR Nieuwsradio

De campagne stimuleert forenzen om later naar kantoor te gaan of eerder te vertrekken. Het gaat hierbij om de mensen die de mogelijkheid hebben om de spits te mijden. De boodschap van deze campagne is dus alleen gericht op reizigers die anders kunnen én willen reizen. Dit sluit aan op de wens van de Kamer, uitgesproken met de motie Heutink eerder dit jaar.² Het veranderen van reisgedrag vergt een consistente, meerjarige aanpak. De effecten van een campagne zijn nooit te isoleren van andere maatregelen en maatschappelijke ontwikkelingen. De evaluatie van de campagne is nog niet beschikbaar. We verwachten de rapportage rond februari 2026.

Vraag 3

Denkt u werkelijk dat Nederlanders de auto zullen laten staan zolang NS de tarieven keer op keer blijft verhogen, maar tegelijkertijd niet verder komt dan een dienstregeling die ternauwernood voldoet aan de bodemwaarde? Zo ja, waarom? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 3

De verwachting en het doel is niet dat met deze campagne alle reizigers de auto laten staan en de trein pakken. Dat is ook niet nodig voor het verlichten van congestie. Uit studies weten we dat als 8% van de reizigers een andere keuze maakt, de spitsproblematiek grotendeels is opgelost.³ We maken reizigers bewust van de mogelijkheden die er zijn. Welke dat uiteindelijk zijn hangt van verschillende zaken af, bijvoorbeeld de prijs, de reistijd, betrouwbaarheid en het comfort van de reis. Uiteindelijk is het aan de reiziger zelf om een keuze te maken.

Vraag 4

Gaat u MIRT-projecten (Meerjarenprogramma Infrastructuur, Ruimte en Transport) die significant bijdragen aan het afnemen van de filedruk afronden? Zo ja, welke en wanneer? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 4

Het Meerjarenprogramma Infrastructuur, Ruimte en Transport (MIRT) bevat de langetermijninvesteringen in de bereikbaarheid. De Kamer wordt hier regelmatig over geïnformeerd via de MIRT brieven en het MIRT Overzicht. De afgelopen jaren zijn scherpe keuzes noodzakelijk gebleken in het investeringsprogramma van het Mobiliteitsfonds (MF), vanwege financiële tekorten bij lopende projecten en programma's, onvoldoende stikstofruimte en krapte op de arbeidsmarkt. Door deze keuzes kan worden doorgewerkt aan de MIRT-projecten die wél maakbaar zijn. Zoals de nieuwe verbinding Via15 en de verbreding van de A27 Houten Hooipolder.

Om Nederland bereikbaar te houden herstart lenW de gepauzeerde projecten gefaseerd, wanneer er voldoende ruimte is: financieel, stikstof en personeels-capaciteit. Als onderdeel hiervan wordt verkend waar ruimte kan worden gezocht rond stikstofopgaven en slimme oplossingen met capaciteit uit regio, de markt, of (inhuur door) RWS. De Kamer is geïnformeerd dat er komende jaren sprake blijft van een zeer forse financiële opgave.⁴ De bereikbaarheid en mobiliteit van Nederland staan hierdoor onder druk. Er zijn structureel meer financiële middelen nodig. Zowel voor instandhouding als nieuwe (structuur-versterkende) infrastructuur voor ons hoofdwegennet en hoofdspoor-net.

Vraag 5

Wanneer gaat u stoppen met dit soort nietszeggende campagnes en gaat u over op het aanleggen en onderhouden van kwalitatieve infrastructuur? Waarom wel of waarom niet?

Antwoord 5

Het uitbreiden van infrastructuur vraagt een zorgvuldige voorbereiding en in veel gevallen aanzienlijke financiële investeringen, voldoende vergunnings-ruimte en personeel. Nederland heeft op dit moment te maken met tekorten op al deze onderdelen. Waar het regeerprogramma hier wel ruimte voor

² Motie Heutink, 31 305, nr. 514

³ Ministerie van lenW, Achtergrondrapportage «Monitoring, mobiliteit en vervoer», nr. 35, 2020

⁴ Kamerstuk 36 600 A, nr. 64

biedt, wordt gewerkt aan infrastructurele oplossingen. Zoals in het regeerprogramma is afgesproken, wordt deze ruimte vooral gebruik voor het ontsluiten van (nieuwe) woningbouwlocaties.

Het beleid richt zich op een samenhangende aanpak. Het onderhouden van onze netwerken en het waar nodig uitbreiden van infrastructuur zijn nu en in de toekomst essentieel om onze bereikbaarheid op peil te houden. Tegelijkertijd zijn er meer instrumenten om de bereikbaarheid in Nederland op peil te houden. Bijvoorbeeld het slimmer benutten van de bestaande netwerken. De campagne spitsmijden levert hier een bijdrage aan.

Vraag 6

Vindt u het nu écht een goed idee om de automobilist, die zich nu al blauw aan het betalen is aan de pomp en zijn eigen woonwijk tot een autoluwe omgeving ziet veranderen, ook nog eens lastig te vallen over tijden waarop hij rijdt? Zo ja, waarom?

Antwoord 6

De campagne richt zich op de mensen die anders kunnen en willen reizen. Hierdoor krijgen automobilisten die niet anders kunnen of willen juist meer ruimte op de weg. De spits wordt hierdoor voor iedereen aangenamer.