

Berichtjes en bellen tijdens het rijden? Vooral met het thuisfront

Belg gebruikt smartphone in de wagen vooral om met kinderen en partner te communiceren

- *Niet de werkgever zorgt voor afleiding in de auto, maar wel het thuisfront*
- *Slechts een minderheid van de chauffeurs laat zich niet afleiden*
- *Resultaten kunnen impact hebben op arbeidsongevallen tijdens woon-werkverkeer en moeten leiden tot meer sensibiliseringscampagnes*

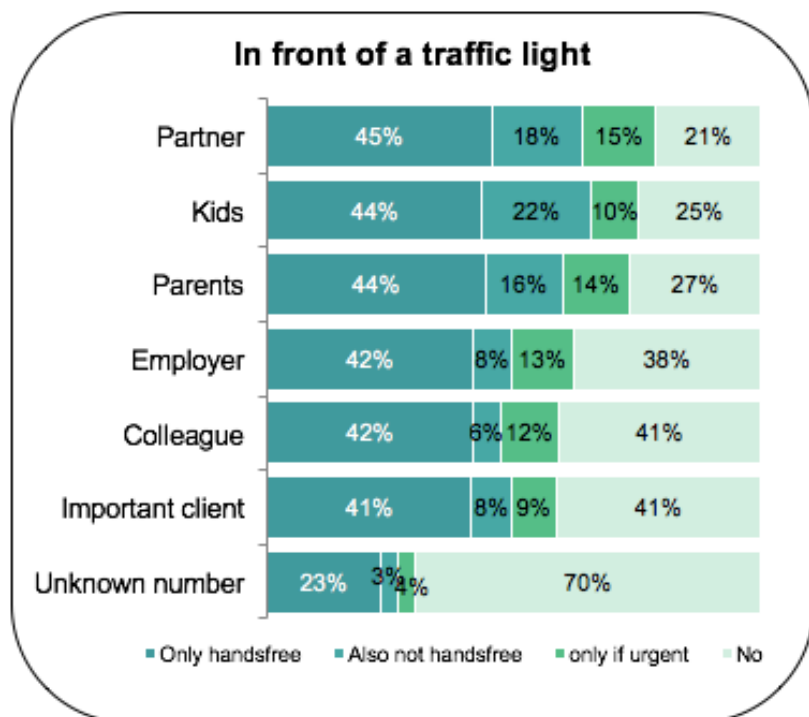
Antwerpen 29 maart 2017 – Verzekeraar Fidea stelt nieuw onderzoek voor naar wat of wie de Belgische chauffeur aanzet om zich door de telefoon te laten afleiden in de wagen. Eerder onderzoek van de verzekeraar toonde al aan dat chauffeurs weten dat het gebruik van de gsm en smartphone in de wagen voor afleiding zorgt en dus de kans op een ongeval verhoogt.

De cijfers: niet de werkgever, maar het thuisfront leidt af in de wagen

“Fidea wil met dit onderzoek meer inzicht krijgen in de omstandigheden die ervoor zorgen dat een chauffeur toch gestoord wil worden. We hadden verwacht dat de chauffeur vooral zou opnemen als de werkgever, collega of klant belt. Maar dat klopt niet,” aldus Christel Michiels, communicatiemanager bij Fidea. “Het thuisfront haalt het met stip van iedereen.”

Respondenten geven aan eerder niet op te nemen voor het rode licht als ‘het werk’ belt, dan wanneer het thuisfront belt. Fidea verwachtte dat slechts een minderheid wél zou opnemen. Dat bleek niet het geval: een meerderheid is geneigd op te

nemen, tenzij een onbekend nummer belt.



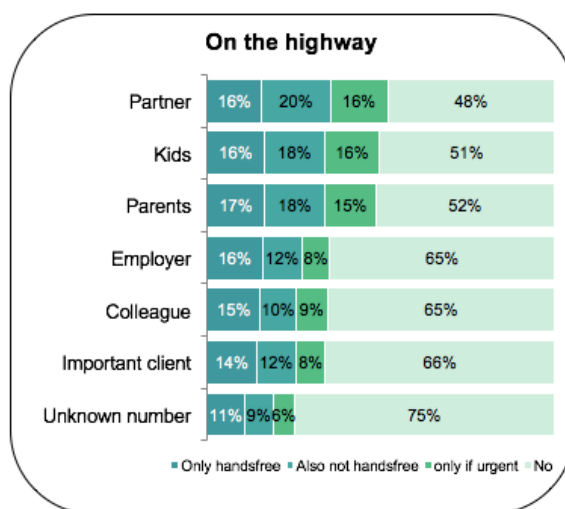
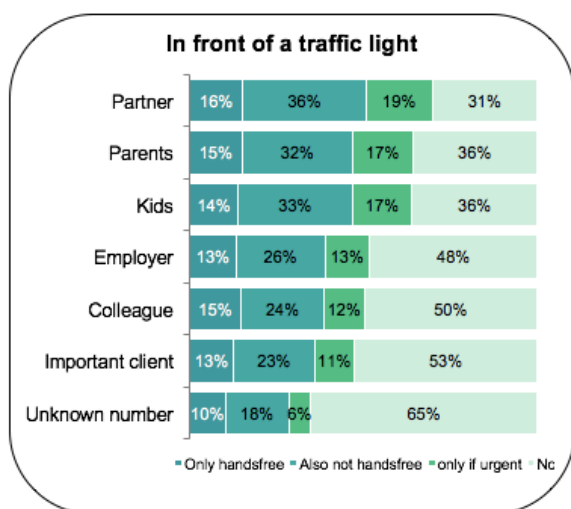
Het merendeel van de Belgen geeft wel aan dat ze handsfree telefoontjes beantwoorden. Maar van zodra het thuisfront belt, neemt ongeveer 20% toch ook manueel de telefoon op.

Michiels: "Handsfree bellen leidt ook tot risicovolle situaties, hoewel het toegelaten wordt. Je aandacht verdelen over een gesprek en het verkeer zorgt voor cognitieve afleiding. Je bent niet meer voor 100% met de situatie op de weg bezig. Niet-handsfree bellen is wel verboden, maar toch blijkt een belangrijke groep bestuurders zich daar niet aan te storen."

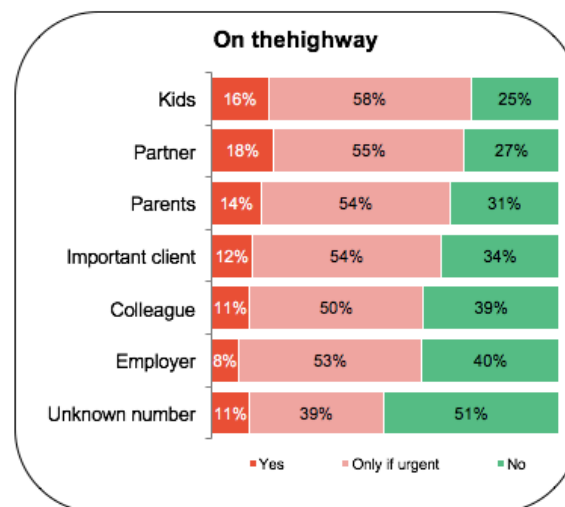
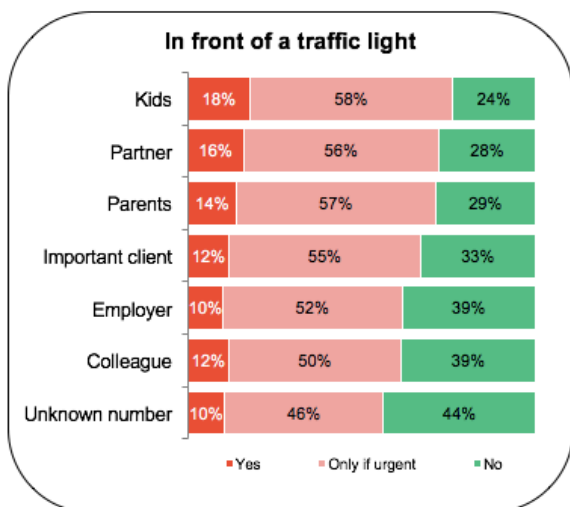
Berichtjes worden vooral voor het rode licht en afkomstig van het thuisfront gelezen

Voor het ontvangen van berichten (sms, Whatsapp, Facebook messenger...) tekent zich een gelijkaardig verhaal af. Meer dan een derde van de respondenten geeft aan dat ze berichten manueel lezen, zelfs niet dringende. Berichten worden eerder voor

het rode licht dan op de autostrade gelezen. Ook hier is de Belg meer geneigd berichten van de partner, kinderen en ouders te lezen, dan berichten in een professionele context.

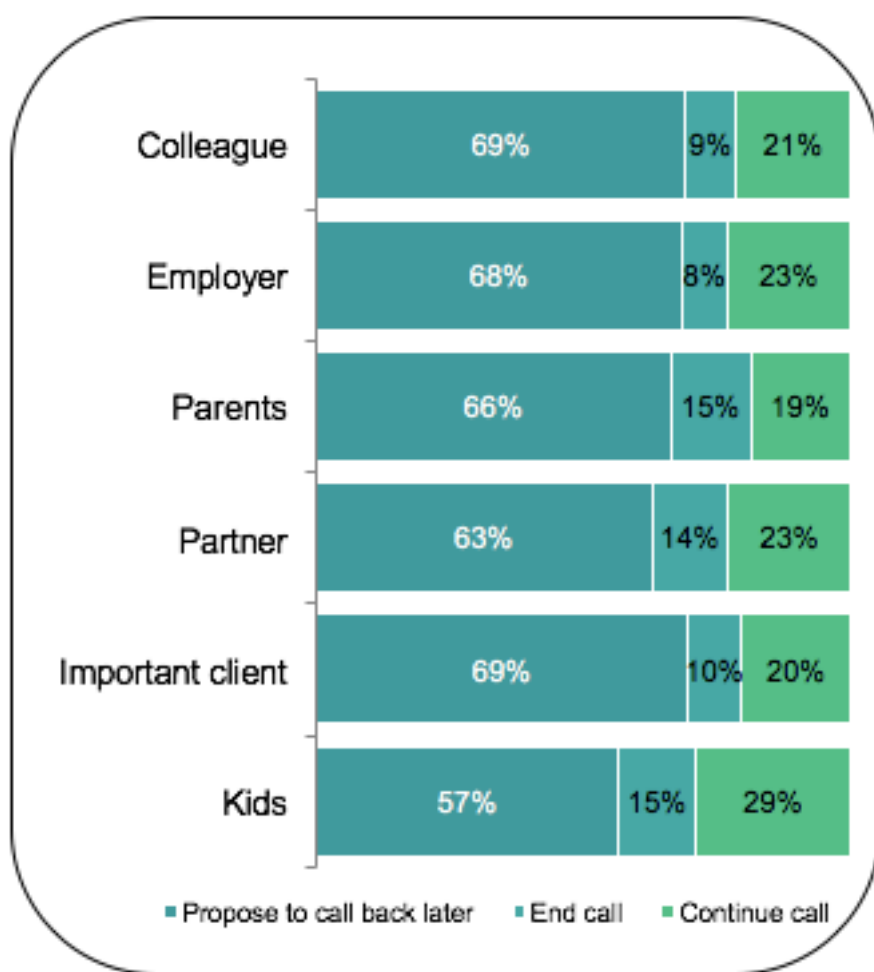


Misschien zelfs nog meer zorgwekkend is dat een belangrijk deel van de respondenten **ook aangeeft berichten te beantwoorden**, zelfs al rijdend op de autostrade. Wat hier opvalt is dat bijna 60% van de respondenten zal antwoorden naar het thuisfront als ze denken dat het dringend is.



Wat als we zelf iemand bellen die duidelijk in de wagen zit?

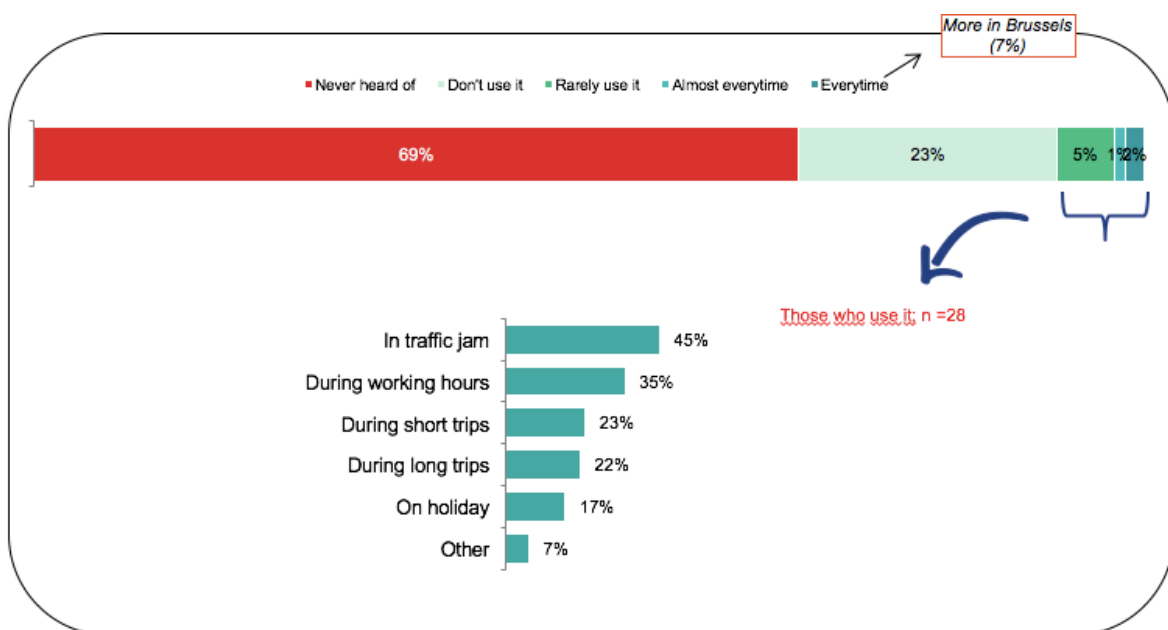
Wie iemand opbelt die in de wagen zit, zal in 20% van de gevallen het gesprek gewoon verderzetten zonder de bedenking te maken dat dit eigenlijk gevaarlijk is. Slechts in 10 à 15% van de gevallen zullen we het gesprek beëindigen.



Blokkeringsapps zijn niet gekend en worden ook niet gebruikt

Fidea peilde ook naar de kennis en gebruik van blokkeringsapplicaties. Deze zorgen ervoor dat je niet gestoord wordt tijdens het rijden. De overgrote

meerderheid (69%) heeft nog nooit van dergelijke apps gehoord of gebruikt ze niet (23%). Wie de apps wel gebruikt, zal dit minder doen in de file en tijdens werkuren. De vraag stelt zich of de apps een verschil zouden kunnen maken, aangezien de Belg graag bereikbaar is voor de familie. Apps worden vandaag voornamelijk overwogen of toegepast binnen een bedrijfscontext.



Juistere sensibilisering en discussie arbeidsongevallen tijdens woon-werkverkeer

De resultaten van dit onderzoek tonen voor Fidea aan dat er meer moet worden ingezet op sensibilisering van de bestuurder: uiteindelijk is het de individuele verantwoordelijkheid van de bestuurder om zich verantwoord te gedragen op de weg. Bijkomend moet er volgens Fidea ook meer worden ingezet op het nemen van verantwoordelijkheid als het gaat over contact met het thuisfront.

Michiels: "Als het aankomt op afleiding tijdens het rijden zullen werkgever en werknemer vaker initiatief nemen. Ze spreken een gedragscode af binnen

bijvoorbeeld een wagen- en mobiliteitsbeleid, met daarin afspraken rond bellen en sms'en, al dan niet ondersteund door blokkeringsapps. Dat is logisch want de werkgever wil arbeidsongevallen tijdens het woon-werkverkeer graag vermijden. Dit onderzoek toont evenwel aan dat de **rol van het thuisfront groter is dan aanvankelijk aangenomen.**"

Fidea verwijst naar een aantal good practices die in Groot-Brittannië specifiek focussen op afleiding door privégesprekken (<http://think.direct.gov.uk>). De aanleiding voor een sterke sensibiliseringscampagne daar is de recent doorgevoerde verhoging van boetes op onverantwoord gebruik van de telefoon in de auto.

Fidea's geschiedenis in campagnes rond afgeleid zijn in het verkeer

Verzekeraar Fidea zet al een paar jaar in op smartphonefree rijden, met campagnes als #smartphonefreefriday en #hoezitjijachterhetstuur. Ook Sven Nijs, ex-velddrijder en ploegmanager van de Telenet Fidea Lions, engageerde zich als peter van de Fidea-acties in 2016. Meer over deze sensibiliseringsacties vindt u op www.smartphonefree.be terug.

De externe campagnes worden ook bij Fidea op de werkvloer tastbaar gemaakt: werknemers van Fidea worden via acties en initiatieven vertrouwd gemaakt met de problematiek om zelf een voorbeeldrol te kunnen opnemen. De sensibilisering binnen het bedrijf moet ook eigen arbeidsongevallen met medewerkers zoveel mogelijk voorkomen.

Over Fidea

Fidea is een onafhankelijk verzekeraar, met maatschappelijke zetel in Antwerpen en een regionale zetel in Braine-L'Alleud. Beide vestigingen tellen samen zo'n 370 werknemers. Verzekeringspolissen en -diensten van Fidea worden verdeeld via een netwerk van onafhankelijke makelaars en het



persbericht fidea

agentennetwerk van bankverzekeringpartners Crelan en Bank Nagelmackers. Zowel particuliere cliënten, zelfstandigen als ondernemers behoren tot de cliëntendoelgroep.

Fidea voert sinds jaren campagne voor veilig rijden, waarbij de focus voornamelijk ligt op afleiding in het verkeer, de zichtbaarheid en veiligheid van de fietser en het rijgedrag van de autobestuurder. In dit kader verleende Fidea ook financiële steun aan verkeersorganisaties, zoals Responsible Young Drivers en Drive Up Safety.

Fidea N.V., Van Eycklei 14, B-2018 Antwerpen, tel. 03/203 85 11 – www.fidea.be – volg Fidea op LinkedIn, Facebook en twitter – verzekeringsonderneming toegestaan onder codenummer 0033.

Perscontact?

Christel Michiels
Corporate Branding communicatiemanager
Fidea
T: 03 203 88 81
M: 0497 93 84 61
E: christel.michiels@fidea.be / communicatie@fidea.be

Bram Boriau (Talking Birds PR)
bram@talkingbirds.be of 0472 23 90 68