

Vervolgcampagne: Stop Sluipverkeer Altena

Terugblik op de Campagne uit 2020

In 2020 is de campagne "*Stop Sluipverkeer Altena*" opgezet om sluipverkeer in de gemeente Altena te ontmoedigen. Vanwege de coronapandemie, met minder verkeer en uitgestelde werkzaamheden aan de A27, heeft de campagne echter niet volledig zijn effect kunnen bereiken.

Doelstellingen van de oorspronkelijke campagne:

1. Sluipverkeer ontmoedigen door bewustwording te creëren.
2. Automobilisten die sluiproutes nemen aanmoedigen om zich als gast te gedragen.
3. Sympathieke toon hanteren met slogans zoals: "*Neem gas terug, geniet van Altena*".

Situatie in 2024

De verkeersdrukke op de A27 is toegenomen, en er staan werkzaamheden gepland tot 2031 die de situatie verder kunnen verergeren. Om het sluipverkeer te ontmoedigen gaat de gemeente een tweesporenbeleid volgen:

1. **Weren** van sluipverkeer op bepaalde wegen door inrijverboden, fysieke belemmeringen en handhaving.
2. **Ontmoedigen** van sluipegdrag op wegen waar het verkeer wel is toegestaan. Het is niet 'het faciliteren van sluipverkeer', aangezien dat te uitnodigend/verwelkomend is. Wel wordt op deze wegen ingezet op snelheidsremmende en veiligheidsverhogende maatregelen. (sluipen wordt getolereerd, mits het veilig kan).

De campagne zal zich hoofdzakelijk richten op **bewoners, bedrijven en werknemers** binnen Altena, omdat deze doelgroepen vaak de sluiproutes gebruiken en overlast veroorzaken door onder andere asociaal rijgedrag.

Doelstellingen vervolgcampagne

1. **Sluipverkeer ontmoedigen** door bewustwording te creëren over de nadelige effecten.
2. **Rijgedrag verbeteren**: vriendelijk, voorzichtig en verantwoordelijk rijden.
3. **Inwoners, werkgevers en werknemers betrekken** om samen verantwoordelijkheid te dragen.

Kernboodschappen

1. **Ratio:**
 - De A27 is meestal sneller.
 - Verkeer over binnenwegen levert vaak geen tijdwinst op.
2. **Overlast:**
 - Sluipverkeer zorgt voor overlast.
 - Respecteer bewoners en het buitengebied.
3. **Veiligheid:**
 - Een binnenweg is geen snelweg.
 - Vermijd gevaarlijke situaties door je aan de snelheid te houden.
 - Geef elkaar ruimte en benut o.a. passeerstroken.
4. **Verantwoordelijkheid:**
 - Hoe zou jij het vinden als iemand door jouw straat scheurt?
 - Een gezamenlijke verantwoordelijkheid voor een veilige omgeving.

Mogelijke middelen en aanpak

1. **Flyeracties en appeluitdeling:**
 - Op strategische in- en uitvalswegen.
2. **Huis-aan-Huis folder en via Altena Nieuws/gemeentenieuws**
 - Gericht op bewustwording en gedragsverandering.
3. **Social-media campagne:**
 - Deelbare content met video's en visuals over de gevolgen van sluipverkeer.
4. **Bedrijfsgerichte folder:**
 - Informatie voor werkgevers en werknemers over het vermijden van sluiproutes.
5. **Signing langs wegen:**
 - Deze blijven gehandhaafd
6. **Landingspagina:**
 - **StopSluipverkeerAltena.nl** met informatie, updates en betrokkenheid van bewoners. En deze dan ook actief inzetten via de andere communicatiemiddelen, discussies, presentaties, enz.

Toon en stijl

- **Vriendelijk en empathisch:** Geen belerend vingertje, maar een oproep tot samenwerking en verantwoordelijkheid.
- **Positief:** Focus op wat er wél kan en hoe iedereen kan bijdragen aan een leefbare omgeving.
- **Inlevend:** "Hoe zou jij het vinden..." als kernvraag om empathie te stimuleren.

Op sommige routes worden ook inrijverboden ingesteld. Een verbodsbord is per definitie een opgeheven vingertje, maar dat is an sich duidelijk voldoende en hoeft m.i. niet benadrukt te worden.

Opdracht Reach

Werk een campagnevoorstel uit dat logisch voortbouwt op de bestaande campagne "Stop Sluipverkeer Altena". Dit voorstel moet toegespitst zijn op de verschillende doelgroepen, zoals bewoners, bedrijven, werknemers en transportsector. Zorg ervoor dat elk segment zich aangesproken voelt door gepersonaliseerde boodschappen en passende communicatiemiddelen.

De campagne moet aandacht besteden aan:

- **Bewustwording** van de nadelige effecten van sluipverkeer.
- **Gedragsverandering** gericht op vriendelijk en verantwoordelijk rijgedrag.
- **Samenwerking en verantwoordelijkheid** binnen de gemeenschap en bedrijven.

Verzoek om Begroting:

Maak een voorstel met een heldere begroting voor de uitvoering van de campagne, inclusief kosten voor productie van middelen.

Planning

- **Half januari 2024:** Eerste conceptpresentatie.
- **Half februari 2024:** Lancering van de campagne.



Reach Brandstorytellers
Oosterhout, 12 december 2024

Toelichting grondslagen

In dit document kunt u secties vinden die onleesbaar zijn gemaakt. Deze informatie is achterwege gelaten op basis van de Wet open overheid (Woo). De letter die hierbij is vermeld correspondeert met de bijbehorende grondslag in onderstaand overzicht.

J Art. 5.1 lid 2 sub e

Het belang van de openbaarmaking van deze informatie weegt niet op tegen het belang van de eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer van betrokkenen