

Verkeersveiligheid
voor en door
jongeren



Inhoudsopgave

Over Responsible Young Drivers	3
<u>Alcohol & Drugs</u>	
3D-Tripping Bike	4
3D-Tripping Car	5
3D-Tripping Car klassikaal	6
Lachgas simulator	7
Alcohol & Drugs	8
Frislteam	9
Alcokart	10
Alcoholslagboom	11
BOB-sport	12
LED-scherf	13
Lespakket Sleutel tot veilig verkeer	14
Pitch	15
Lagerhuisdebat	16
Peer Drive Clean	17
<u>Combi Alcohol & Drugs / Afleiding</u>	
Road Safety Days	18
<u>Afleiding</u>	
3D-Afleiding Bike	19
3D-Afleiding Bike klassikaal	20
3D-Afleiding Car	21
3D-Afleiding Car klassikaal	22
Fotoframe	23
<u>Snelheid</u>	
Crashtest	24
E-Bike parcours	25
E-Bike simulator	26
E-Step simulator	27
<u>Verlichting</u>	
Light It Up	28

Over Responsible Young Drivers

Het begin van Responsible Young Drivers gaat terug naar zaterdag 28 oktober 1989. Op deze dag kwam er in België op tragische wijze een einde aan het leven van de jonge Tanguy Moreau de Melen. Hij raakte met zijn auto in een slip en overleed. Tanguy werd het zoveelste jonge slachtoffer van een verkeersongeval. Dit kon zo niet langer.

Vrienden en familie van Tanguy richtten daarom de Stichting Tanguy Moreau de Melen Responsible Young Drivers op. Het doel van deze organisatie: het aantal verkeersongevallen onder jongeren drastisch verminderen. Het overbrengen van deze gevoelige boodschap op een jonge doelgroep is niet makkelijk. Daarom koos de organisatie voor een positieve en ludieke manier van voorlichting geven en het inzetten van promotieteams uit dezelfde leeftijdsgroep. Dit sloeg aan: jonge bestuurders bleken meer gemotiveerd om te luisteren naar een positieve boodschap van leeftijdsgenoten.

In de loop der jaren is de organisatie sterk gegroeid. Sinds 2003 is Responsible Young Drivers actief in andere landen. Vanaf 2004 is Responsible Young Drivers permanent vertegenwoordigd in Nederland. In 2006 werd de Stichting Responsible Young Drivers Nederland opgericht.

Responsible Young Drivers Nederland

Stichting Responsible Young Drivers Nederland is een verkeersveiligheidsorganisatie voor en door jongeren. Ons doel is het terugdringen van het aantal verkeersslachtoffers. Dit doen we door het uitvoeren van ludieke, eigenwijze, innovatieve en niet belerende bewustwordingsacties. We focussen ons daarbij op een aantal specifieke onderwerpen: alcohol, drugs, afleiding en snelheid.

Al onze campagnes worden uitgevoerd door campagneteams bestaande uit jongeren. De teams zijn specifiek opgeleid om leeftijdsgenoten op een leuke en opvallende manier aan te spreken. Belangrijk om te vermelden is dat wij niet tegen het gebruik van alcohol en drugs zijn (mits legaal). Die keuze is iedereens eigen verantwoordelijkheid. Onze boodschap is simpel: Wat je ook doet, pas op jezelf en zorg je veilig thuis komt!

Het campagneteam van Responsible Young Drivers komt op locaties waar veel jongeren zijn: discotheken, evenementen, festivals, jeugdsozen, scholen en universiteiten. Bij al onze campagnes belonen wij goed gedrag.



3D-Tripping Bike

De 3D-Tripping Bike maakt jongeren op een interactieve en realistische manier duidelijk welke gevaren het fietsen onder invloed met zich meebrengt.

Hoe werkt het?

Bij de 3D-Tripping Bike krijgt de deelnemer een virtual reality bril op en stapt hij of zij een virtuele wereld binnen. Na een gezellige avond met de nodige alcohol of drugs gaat de deelnemer op de fiets naar huis. Afhankelijk van het gebruikte middel (alcohol, xtc, paddo's of cannabis) doen zich drie verkeerssituaties voor, die meestal verkeerd aflopen. Als de deelnemer de situaties toch zonder ongelukken doorloopt, houdt de politie hem uiteindelijk aan.

Via een scherm kunnen toeschouwers meekijken met de rit naar huis. Het campagneteam zal na afloop van de simulatie op een positieve manier de gevaren van fietsen onder invloed uitleggen. Ook krijgen deelnemers tips over hoe ze na gebruik van alcohol of drugs wél veilig naar huis kunnen gaan.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van fietsen onder invloed van alcohol en drugs

Doelgroep

Jongeren van 16-25 jaar

Inzetbaarheid

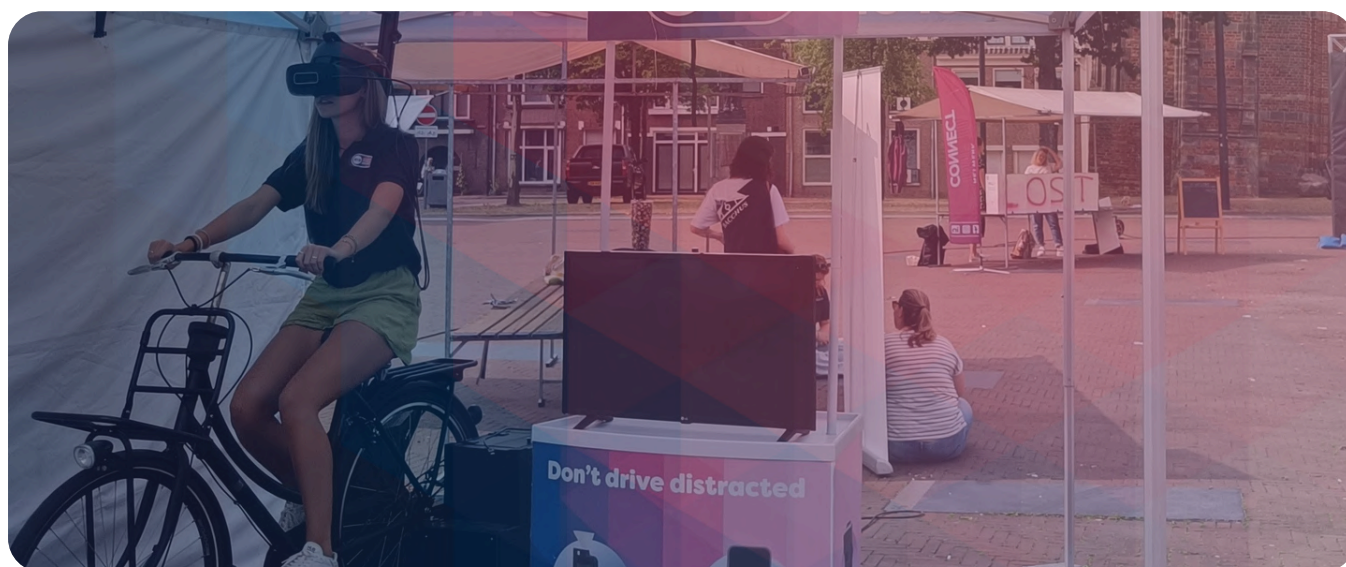
Festival, evenement, middelbare school (bovenbouw), mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



3D-Tripping Car

De 3D-Tripping Car laat deelnemers op een realistische manier ervaren wat de gevolgen zijn van autorijden onder invloed van alcohol of drugs.

Hoe werkt het?

Bij de 3D-Tripping Car krijgt de deelnemer een virtual reality bril op en stapt hij of zij een virtuele wereld binnen. Op dit feestje gebruikt de deelnemer alcohol of drugs. Na afloop van het feestje rijdt hij of zij onder invloed terug naar huis. Per gebruikt middel (alcohol, xtc, paddo's of cannabis) doen zich drie verkeerssituaties voor, die meestal verkeerd aflopen. Als de deelnemer de situaties toch zonder ongelukken doorloopt, houdt de politie hem uiteindelijk aan.

Via een scherm kunnen toeschouwers meekijken met de rit naar huis. Het campagneteam zal na afloop van de simulatie op een positieve manier de gevaren van autorijden onder invloed uitleggen. Ook krijgen deelnemers tips over hoe ze na gebruik van alcohol of drugs wél veilig naar huis kunnen gaan.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van autorijden onder invloed van alcohol en drugs

Doelgroep

Jongeren van 16-27 jaar

Inzetbaarheid

Festival, evenement, middelbare school (bovenbouw), mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



3D-Tripping Car klassikaal

De 3D-Tripping Car klassikaal laat leerlingen op een realistische manier ervaren wat de gevolgen zijn van autorijden onder invloed van alcohol en drugs.

Hoe werkt het?

Bij de 3D-Tripping Car krijgt de deelnemer een virtual reality bril op en stapt hij of zij een virtuele wereld binnen. Op dit feestje gebruikt de deelnemer alcohol of drugs. Na afloop van het feestje rijdt hij of zij onder invloed terug naar huis. Per gebruikt middel (alcohol, xtc, paddo's of cannabis) doen zich drie verkeerssituaties voor, die meestal verkeerd aflopen. Als de deelnemer de situaties toch zonder ongelukken doorloopt, houdt de politie hem uiteindelijk aan.

De klassikale inzet van de 3D-Tripping Car bestaat uit drie onderdelen. Het hoofdonderdeel is de 3D-Tripping simulator, waar één leerling per keer gebruik van maakt. De overige leerlingen gaan aan de slag met het 'Tafelgesprek alcohol & drugs' en het 'Safe Smart and Sober kwartet'. Na verloop van tijd wisselen de groepjes, zodat elke leerling aan alle onderdelen meedoet.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van autorijden onder invloed van alcohol en drugs

Doelgroep

Jongeren van 16-27 jaar

Inzetbaarheid

Middelbare school (bovenbouw), mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 3 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Lachgas simulator

De Lachgas simulator laat jongeren op een realistische manier ervaren wat de gevolgen zijn van autorijden onder invloed van lachgas.

Hoe werkt het?

Bij de Lachgas simulator krijgt de deelnemer een virtual reality bril op en rijdt hij of zij in een virtuele wereld met de auto. De deelnemer ervaart wat de gevolgen van rijden onder invloed van lachgas kunnen zijn. De waarneming van de deelnemer wordt hierdoor aangetast. Op deze manier kunnen deelnemers op een veilige manier de gevolgen van rijden onder invloed van lachgas ervaren.

Via een scherm kunnen toeschouwers meekijken met de rit. Het campagneteam zal na afloop van de simulatie op een positieve manier de gevaren van autorijden onder invloed uitleggen. Ook krijgen deelnemers tips over hoe ze na gebruik van lachgas wél veilig naar huis kunnen gaan.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van autorijden onder invloed van lachgas

Doelgroep

Jongeren van 16-27 jaar

Inzetbaarheid

Festival, evenement, middelbare school (bovenbouw), mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Alcohol & Drugs

Bij Alcohol & Drugs maakt het campagneteam afspraken met jonge bestuurders over het gebruik van alcohol en drugs. Ook wordt een alcohol- en drugstest ingezet om te voorkomen dat jongeren onder invloed achter het stuur stappen.

Hoe werkt het?

Het campagneteam spreekt jongeren aan en maakt met hen de afspraak om géén alcohol of drugs te gebruiken als ze nog een voertuig moeten besturen. De afspraak wordt middels een RYD-polsbandje vastgelegd.

Aan vertrekkende jongeren wordt gevraagd om een alcohol- en drugstest af te leggen. RYD maakt bij deze testen gebruik van de nieuwste technologieën. Bij een negatieve uitslag krijgen nuchtere bestuurders als beloning een leuke gadget. Is de bestuurder onder invloed? Dan gaat het campagneteam samen met de bestuurder op zoek naar een veilige oplossing, bijvoorbeeld door met de taxi of het openbaar vervoer naar huis te gaan.

In het kort

Doel

Verminderen aantal jongeren dat na uitgaan onder invloed aan het verkeer deelneemt

Doelgroep

Jongeren van 18-25 jaar

Inzetbaarheid

Festival, evenement, feest en uitgaansgelegenheid

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Fris!team

Het Fris!team gaat tijdens alcoholcontroles met automobilisten in gesprek over de gevaren van alcohol en belooft nuchtere bestuurders.

Hoe werkt het?

Het Fris!team is het gehele jaar actief en wordt ingezet bij grotere alcoholcontroles, waar voldoende bestuurders zijn om het gesprek mee aan te gaan. De controledata worden in overleg met de politie bepaald.

Bestuurders kunnen een alcoholcontrole soms als negatief ervaren. Het Fris!team geeft hier een positieve draai aan. Het team gaat namelijk op een leuke manier het gesprek aan met bestuurders over de gevaren van alcohol in het verkeer. Bestuurders die niet gedronken hebben worden beloond met een leuke gadget.

In het kort

Doel

Verminderen van het aantal jongeren dat onder invloed van alcohol of drugs aan het verkeer deelneemt

Doelgroep

Automobilisten

Inzetbaarheid

Alcoholcontrole

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Alcokart

De Alcokart is een speciale kart die jonge bestuurders duidelijk maakt wat de gevolgen zijn van het rijden onder invloed.

Hoe werkt het?

De Alcokart is een speciale kart met een 'rijden onder invloed'-stand. Hierdoor reageert de kart alsof de bestuurder onder invloed van alcohol is. In de Alcokart nemen een bestuurder en een passagier plaats. Na een korte instructie gaan de twee deelnemers 'nuchter' een ronde over het parcours rijden.

Bij de volgende ronde wordt de 'rijden onder invloed'-stand van de Alcokart ingeschakeld. Het rijden wordt zo een stuk lastiger, omdat de kart traag reageert en het sturen moeilijk gaat. Dit effect komt overeen met een bestuurder die 1,2 promille alcohol in zijn bloed heeft. De kans is dan ook groot dat de kart de bocht uit vliegt. Om echte ongelukken te voorkomen kan het campagneteam de Alcokart op afstand stoppen.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van autorijden onder invloed van alcohol

Doelgroep

Jongeren van 16-24 jaar

Inzetbaarheid

Festival, evenement, jeugdsoos, middelbare school (bovenbouw), mbo, hbo en universiteit

Benodigde afmetingen

30 bij 30 meter

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Alcoholslagboom

Bij de Alcoholslagboom maakt het campagneteam afspraken met bestuurders om geen alcohol te drinken in ruil voor een gratis parkeerplek. Bij vertrek wijst de uitslag van een blaastest uit of de slagboom wel of niet open gaat.

Hoe werkt het?

Het campagneteam spreekt bestuurders aan en maakt met hen de afspraak om géén alcohol te gebruiken als ze nog een voertuig moeten besturen. De afspraak wordt middels een RYD-polsbandje vastgelegd. In ruil hiervoor mag de bestuurder kosteloos parkeren op het parkeerterrein dat is afgesloten met de Alcoholslagboom.

Bij het verlaten van de parkeerplaats moet de bestuurder eerst een blaastest doen. Nuchtere bestuurders mogen naar huis en worden beloond met een leuke gadget. Is de uitslag van de blaastest positief? Dan gaat de slagboom niet open en zet het campagneteam een interventie in. Het campagneteam gaat samen met de bestuurder op zoek naar een veilige oplossing, bijvoorbeeld door met de taxi of het openbaar vervoer naar huis te gaan.

In het kort

Doel

Verminderen van het aantal jongeren dat na het uitgaan onder invloed aan het verkeer deelneemt

Doelgroep

Automobilisten

Inzetbaarheid

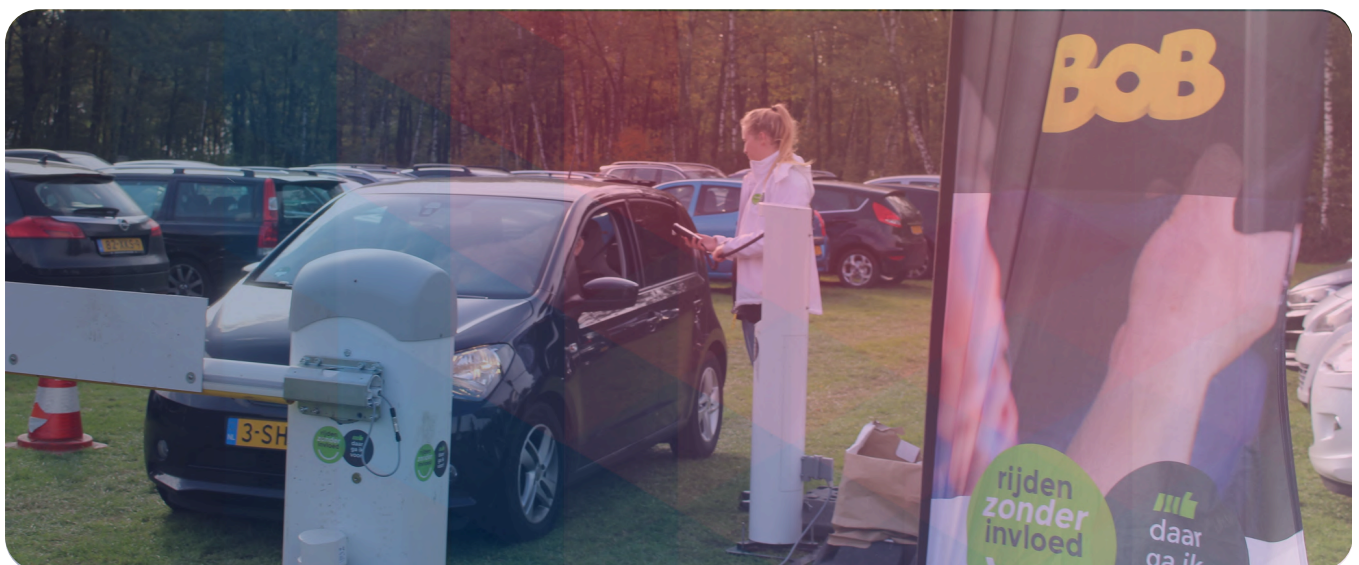
Festival, evenement, feest en uitgaansgelegenheid

Campagneteam

1 teamleider en 4 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



BOB-sport

Bij BOB-sport bezoekt het campagneteam sportclubs en sporttoernooien om aandacht te vragen voor de BOB-afspraken en nuchtere bestuurders te belonen.

Hoe werkt het?

Het campagneteam komt op zaterdag- of zondagmiddag langs bij een sportclub of sporttoernooi. Tijdens dit bezoek spreekt het BOB-team bezoekers in de sportkantine en toeschouwers aan. De speciale BOB-autodeur wordt ingezet als BOB-challenge om de aandacht op het team te vestigen. Het is een echte aandachtstrekker en geeft een makkelijke ingang om in gesprek te komen. Bezoekers wordt gevraagd of ze BOB zijn. Met hen wordt de afspraak gemaakt om geen alcohol te drinken. Ook worden zij uitgenodigd voor een alcoholblaastest. Nuchtere bestuurders ontvangen als beloning een BOB-sleutelhanger.

In het kort

Doel

Verminderen van het aantal bezoekers dat na bezoek aan een sportclub onder invloed van alcohol aan het verkeer deelneemt

Doelgroep

Sportclub

Inzetbaarheid

Sportclub en sporttoernooi

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts



LED-scherm

Het LED-scherm staat in een stadscentrum en toont feiten over alcohol en drugs in het verkeer. Het campagneteam gaat het gesprek aan met voorbijgangers, waarna ze op de foto kunnen met een fotoframe.

Hoe werkt het?

In een stadscentrum staat een opvallend Volkswagenbusje met een groot LED-scherm. Op het scherm worden feiten over alcohol en drugs en beelden van de 3D-Tripping Car simulatie getoond. Het campagneteam gaat het gesprek aan met voorbijgangers over de risico's van alcohol en drugs in het verkeer.

Deelnemers worden ook gevraagd om een BOB-belofte te doen. Hiermee geven ze aan op welke manier zij bijdragen aan een veiliger verkeer. De belofte wordt op een fotoframe geschreven, waarmee de deelnemer op de foto gaat. Deelnemers mogen deze polaroidfoto meenemen naar huis.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van autorijden onder invloed van alcohol en drugs

Doelgroep

Jongeren van 16-25 jaar

Inzetbaarheid

Evenement en stadscentrum

Campagneteam

1 teamleider en 1 teamlid

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Lespakket Sleutel tot veilig verkeer

Het lespakket Sleutel tot veilig verkeer laat toekomstige bestuurders op een interactieve manier kennismaken met verkeersveiligheid.

Hoe werkt het?

Het lespakket bestaat uit verschillende onderdelen. In het eerste onderdeel geeft het campagneteam uitleg over de belangrijkste oorzaken van verkeersongevallen en de rol die alcohol, drugs en geneesmiddelen daarbij spelen. Bij het tweede onderdeel ervaren jongeren middels alcohol- en drugsbrillen hoe gevaarlijk het is om onder invloed te rijden. In het laatste onderdeel wordt goed gedrag in het verkeer behandeld. Tijdens de les zijn de jongeren zelf veel aan het woord en helpt het campagneteam om de discussie onderling op gang te brengen.

In het kort

Doel

Jongeren leren over verkeersveiligheid en de risico's van rijden onder invloed

Doelgroep

Jongeren van 16-24 jaar

Inzetbaarheid

Middelbare school (bovenbouw) en mbo

Campagneteam

1 teamleider

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Pitch

Bij de Pitch geven jongeren een pitch over de gevaren van alcohol en drugs in het verkeer.

Hoe werkt het?

Het campagneteam sluit aan bij een les over presenteren. De leerlingen krijgen opdracht om in groepjes een pitch te geven over de gevaren van het rijden onder invloed van alcohol en drugs. Ze krijgen een uur de tijd om de pitch voor te bereiden. Daarna presenteren de groepjes hun pitch aan elkaar. Het campagneteam beoordeelt de pitches en het groepje met de beste pitch wordt beloond.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van alcohol en drugs in het verkeer

Doelgroep

Jongeren van 16-24 jaar

Inzetbaarheid

Vmbo-, havo- en vwo-klas middelbare school (bovenbouw), mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Lagerhuisdebat

Tijdens het Lagerhuisdebat gaat een klas onder leiding van het campagneteam met elkaar in discussie over alcohol en drugs in het verkeer.

Hoe werkt het?

Het campagneteam begint met een korte uitleg en presenteert de stellingen die tijdens het debat aan bod komen. Daarna wordt de klas opgesplitst in twee groepen. Beide groepen krijgen per stelling drie minuten de tijd om zich voor te bereiden. Vervolgens wordt het debat geopend en gaan de groepen met elkaar de discussie aan. Het campagneteam leidt het debat en zorgt ervoor dat beide partijen voldoende aan het woord komen. Na afloop krijgen beide groepen punten voor hun debatvaardigheden. De winnaars krijgen een leuke prijs en eeuwige roem.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van alcohol en drugs in het verkeer

Doelgroep

Jongeren van 16-24 jaar

Inzetbaarheid

Vmbo-, havo- en vwo-klas middelbare school (bovenbouw), mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 1 teamlid

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Peer Drive Clean

Bij Peer Drive Clean geeft het campagneteam op een rijkschool theorieles over alcohol en drugs in het verkeer.

Hoe werkt het?

Het campagneteam neemt een theorieles over van een rijkschoolhouder. Het team geeft een interactieve les over alcohol en drugs in het verkeer aan jongeren die bezig zijn met halen van hun rijbewijs. Zo leren deze jongeren, nog voordat ze hun rijbewijs hebben, welke gevaren het rijden onder invloed met zich meebrengt.

Tijdens de les komen verschillende onderwerpen aan bod, van feiten over alcohol en drugs in het verkeer tot de juridische gevolgen daarvan. Ook kunnen deelnemers door middel van alcohol- en drugsbrillen ervaren hoe gevaarlijk rijden onder invloed is.

In het kort

Doel

Toekomstige bestuurders leren over de risico's van alcohol en drugs in het verkeer

Doelgroep

Jongeren van 16-24 jaar

Inzetbaarheid

Rijkschool

Campagneteam

1 teamleider en 1 teamlid

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Road Safety Days

Tijdens de Road Safety Days wordt een middelbare school drie dagen lang overgenomen door het campagneteam van RYD. Tijdens deze dagen wordt een aantal campagnes ingezet om jongeren te leren over de gevaren van afleiding, alcohol en drugs in het verkeer.

Hoe werkt het?

Verspreid over drie dagen doen alle leerlingen mee aan drie campagnes: 3D-Afleiding Bike klassikaal, 3D-Afleiding Car klassikaal en 3D-Tripping Car klassikaal. Tijdens deze campagnes komen verschillende verkeersthema's aan bod. Leerlingen doen hiermee zelfkennis en inzicht op over hun deelname aan het verkeer.

De Road Safety Days zijn een combinatie van voorlichting en ervaringen. Leerlingen kunnen bijvoorbeeld met een virtual reality bril rijden in een simulator. Hierdoor wordt er op een niet beleurende wijze bewustwording gecreëerd over de risico's van alcohol, drugs en afleiding in het verkeer.

In het kort

Doel

Toekomstige bestuurders leren over de risico's van afleiding, alcohol en drugs in het verkeer

Doelgroep

Jongeren van 12-18 jaar

Inzetbaarheid

Middelbare school (bovenbouw)

Campagneteam

3 teamleiders en 6 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



3D-Afleiding Bike

De 3D-Afleiding Bike laat jongeren op een toffe en interactieve manier ervaren wat de gevolgen zijn van afleiding op de fiets.

Hoe werkt het?

De deelnemer krijgt een virtual reality bril op en stapt vervolgens een virtuele wereld binnen. In deze virtuele werkelijkheid worden verschillende scenario's afgespeeld. De deelnemer ervaart levensecht wat het effect is van afleiding op de fiets door smartphonegebruik en het luisteren van muziek. De uitkomst laat zich raden...

Terwijl één deelnemer de simulatie beleeft kunnen anderen meekijken via een scherm. Na de simulatie voert het campagneteam een bewustwordingsgesprek met alle deelnemers. Daarbij krijgen ze tips over hoe ze afleiding op de fiets kunnen voorkomen.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van afleiding tijdens het fietsen door smartphonegebruik en het luisteren van muziek

Doelgroep

Jongeren van 12-25 jaar

Inzetbaarheid

Festival, evenement, jeugdsoos, middelbare school (onderbouw en bovenbouw), mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Deze campagne is ook te boeken onder de landelijke MONO-campagne. RYD beschikt over bijhorende materialen zoals jassen, beachflags, stands en tenten.



3D-Afleiding Bike klassikaal

De 3D-Afleiding Bike klassikaal laat leerlingen op een toffe en interactieve manier ervaren wat de gevolgen zijn van afleiding op de fiets.

Hoe werkt het?

De deelnemer krijgt een virtual reality bril op en stapt vervolgens een virtuele wereld binnen. In deze virtuele werkelijkheid worden verschillende scenario's afgespeeld. De deelnemer ervaart levensecht wat het effect is van afleiding op de fiets door smartphonegebruik en het luisteren van muziek. De uitkomst laat zich raden...

De 3D-Afleiding Bike klassikaal bestaat uit drie onderdelen. Het hoofdonderdeel is de 3D-Afleiding Bike simulator, waar één leerling per keer gebruik van maakt. De rest van de leerlingen speelt in groepjes de 'Distraction Game' en de 'Afleidingsquiz' om hun kennis over afleiding op de fiets te vergroten. Na verloop van tijd wisselen de groepjes, zodat elke leerling aan alle onderdelen meedoet.

Deze campagne is ook te boeken onder de landelijke MONO-campagne. RYD beschikt over bijhorende materialen zoals jassen, beachflags, stands en tenten.



In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van afleiding tijdens het fietsen door smartphonegebruik en het luisteren van muziek

Doelgroep

Jongeren van 12-27 jaar

Inzetbaarheid

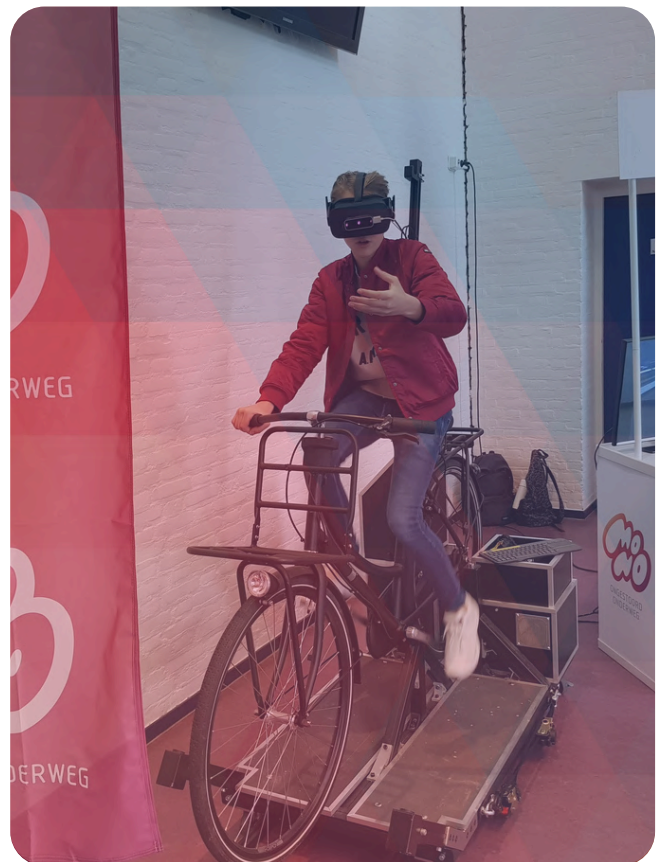
Middelbare school (onderbouw en bovenbouw), mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 3 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



3D-Afleiding Car

De 3D-Afleiding Car laat deelnemers op een originele en interactieve manier ervaren wat de gevaren zijn van smartphonegebruik tijdens het autorijden.

Hoe werkt het?

De deelnemer krijgt een virtual reality bril op en stapt vervolgens een virtuele wereld binnen. In deze virtuele werkelijkheid worden verschillende scenario's afgespeeld. De deelnemer ervaart op een realistische en veilige manier wat de gevolgen zijn van appen en bellen achter het stuur. De uitkomst laat zich raden...

Terwijl één deelnemer de simulatie beleeft kunnen anderen meekijken via een scherm. Na de simulatie voert het campagneteam een bewustwordingsgesprek met alle deelnemers waarbij ze tips krijgen over telefoongebruik. Ook krijgen de deelnemers instructies om hun telefoon zo in te stellen dat er tijdens het rijden geen berichten binnenkomen.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van afleiding tijdens het autorijden door smartphonegebruik

Doelgroep

Jongeren van 16-25 jaar

Inzetbaarheid

Festival, evenement, jeugdsoos, middelbare school (bovenbouw), mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht

Deze campagne is ook te boeken onder de landelijke MONO-campagne. RYD beschikt over bijhorende materialen zoals jassen, beachflags, stands en tenten.



ONGESTOORD ONDERWEG



3D-Afleiding Car klassikaal

De 3D-Afleiding Car klassikaal laat leerlingen op een originele en interactieve manier ervaren wat de gevaren zijn van smartphonegebruik en het praten met passagiers tijdens het autorijden.

Hoe werkt het?

De deelnemer krijgt een virtual reality bril op en stapt vervolgens een virtuele wereld binnen. In deze virtuele werkelijkheid worden verschillende scenario's afgespeeld. De deelnemer ervaart op een realistische en veilige manier de gevolgen van appen en bellen achter het stuur. De uitkomst laat zich raden...

De 3D-Afleiding Car klassikaal bestaat uit drie onderdelen. Het hoofdonderdeel is de 3D-Afleiding Car simulator, waar één leerling per keer gebruik van maakt. De rest van de leerlingen speelt in groepjes de 'MONO game' om hun kennis over afleiding in de auto te vergroten en leggen een parcours af met een afleidingsbril. Na verloop van tijd wisselen de groepjes, zodat elke leerling aan alle onderdelen meedoet.

Deze campagne is ook te boeken onder de landelijke MONO-campagne. RYD beschikt over bijhorende materialen zoals jassen, beachflags, stands en tenten.



In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van afleiding tijdens het autorijden door smartphonegebruik en het praten met passagiers

Doelgroep

Jongeren van 17-28 jaar

Inzetbaarheid

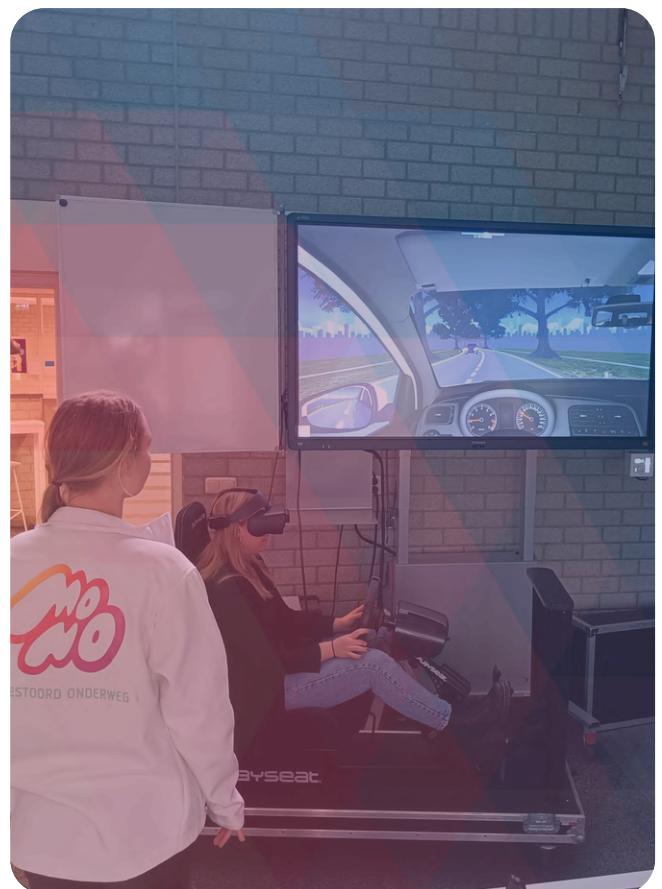
Middelbare school (bovenbouw), mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 3 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Fotoframe

Bij het Fotoframe gaat het campagneteam in gesprek met voorbijgangers over afleiding op de fiets. Deelnemers kunnen vervolgens op de foto met het Fotoframe, een fysiek fotokader.

Hoe werkt het?

Het campagneteam benadert voorbijgangers en voert een gesprek over de gevaren van afleiding op de fiets middels een fietsquiz. Deelnemers worden vervolgens gevraagd om een belofte te doen: een afspraak over de manier waarop hij of zij afleiding op de fiets gaat voorkomen. Een voorbeeld hiervan is de belofte om de smartphone op stil te zetten voor vertrek. Daarna kunnen deelnemers op de foto met het Fotoframe.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's van afleiding tijdens het fietsen

Doelgroep

Jongeren van 16-25 jaar

Inzetbaarheid

Festival, evenement of een stadscentrum

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht

Deze campagne is ook te boeken onder de landelijke MONO-campagne. RYD beschikt over bijhorende materialen zoals jassen, beachflags, stands en tenten.



Crashtest

De Crashtest maakt jongeren bewust van de noodzaak om een gordel te dragen. Ook laat het ze op een veilige manier ervaren hoe het is om een crash mee te maken.

Hoe werkt het?

Vier jongeren nemen plaats op een karretje dat met twee verschillende snelheden een frontale botsing simuleert. Dit maakt duidelijk dat het niet dragen van een gordel zowel bij lage als hoge snelheid flinke gevolgen heeft. De Crashtest laat ook brommer- en scooterbestuurders ervaren wat de risico's zijn van te hard rijden, omdat de botsingssnelheid 40-50 kilometer per uur is.

Tijdens de botsing wordt de reactiesnelheid gemeten. Na afloop geeft het campagneteam uitleg over de reactiesnelheid en de gevolgen van (te) laat reageren. Ook wordt aandacht besteed aan het goed dragen van een gordel en de werking van een airbag.

In het kort

Doel

Jongeren het belang van een gordel dragen duidelijk maken

Doelgroep

Jongeren van 18-24 jaar

Inzetbaarheid

Festival, evenement en open dag

Campagneteam

1 teamleider en 1 teamlid

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



E-Bike parcours

Het E-bike parcours laat deelnemers in een veilige setting ervaren welke risico's verbonden zijn aan het fietsen op een E-bike.

Hoe werkt het?

Steeds meer jongeren gebruiken een E-bike om naar school te gaan. Met het 'duwtje in de rug' gaat dat snel en gemakkelijk. Door de snelheid en stuwkracht wordt het besturen van de E-bike lastiger. Dat brengt veiligheidsrisico's met zich mee. Om deelnemers hier bewust van te maken heeft RYD het E-bike parcours ontwikkeld. De campagne bestaat uit twee onderdelen:

E-bike race:

Tijdens de E-bike-race kunnen jongeren in een veilige setting de snelheid en stuwkracht van de E-bike ervaren. Zo leren zij de risico's inschatten en zijn daardoor beter voorbereid op E-bike gebruik in de praktijk.

Behendigheidsparcours: Het behendigheidsparcours is gebaseerd op het praktijkonderdeel van het motorrijbewijs-examen. De leerlingen leren zo ervaren dat manoeuvreren met een E-Bike lastiger en risicovoller is dan met een gewone fiets.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's die verbonden zijn aan de snelheid van een E-bike

Doelgroep

Jongeren van 12-24 jaar

Inzetbaarheid

Evenement, jeugdsoos, middelbare school, mbo, hbo en universiteit

Benodigde afmetingen

50 bij 10 meter

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



E-Bike simulator

De E-bike simulator maakt jongeren op een interactieve en realistische manier duidelijk welke risico's verbonden zijn aan het fietsen op een E-bike.

Hoe werkt het?

Steeds meer jongeren gebruiken een E-bike om naar school te gaan. Met het duwtje in de rug gaat dat snel en gemakkelijk. Door de snelheid en stuwkracht wordt het besturen van de E-bike lastiger.

Bij de E-bike krijgt de deelnemer een virtual reality bril op en stapt hij of zij een virtuele wereld binnen. De deelnemer kan de snelheid, remweg en wendbaarheid van de E-bike ervaren. Zo leren jongeren de risico's inschatten en zijn daardoor beter voorbereid op het E-bike gebruik in de praktijk.

Via een scherm kunnen toeschouwers meekijken met de rit. Het campagneteam zal na afloop van de simulatie op een positieve manier de risico's van fietsen op een E-bike uitleggen.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's die verbonden zijn aan de snelheid van een E-bike

Doelgroep

Jongeren van 12-24 jaar

Inzetbaarheid

Evenement, jeugdsoos, middelbare school, mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



E-Step simulator

De E-step simulator maakt jongeren op een interactieve en realistische manier duidelijk welke gevaren de E-step met zich meebrengt.

Hoe werkt het?

Met de E-step simulator stap je een virtuele wereld binnen. De deelnemer ervaart wat de gevolgen zijn van een bepaalde rijstijl op straat. Op het scherm wordt onmiddellijk aangeduid wat de remafstand is bij onverwacht stoppen. Zo leren jongeren de risico's inschatten en zijn daardoor beter voorbereid op het gebruik van de E-step in de praktijk.

Via het scherm kunnen toeschouwers meekijken met de rit naar huis. Het campagneteam zal na afloop van de simulatie op een positieve manier de risico's van de E-step uitleggen.

In het kort

Doel

Jongeren bewust maken van de risico's die in het verkeer ontstaan door het gebruik van de E-step

Doelgroep

Jongeren van 16-25 jaar

Inzetbaarheid

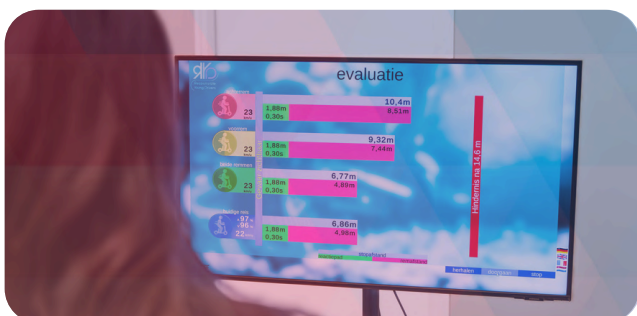
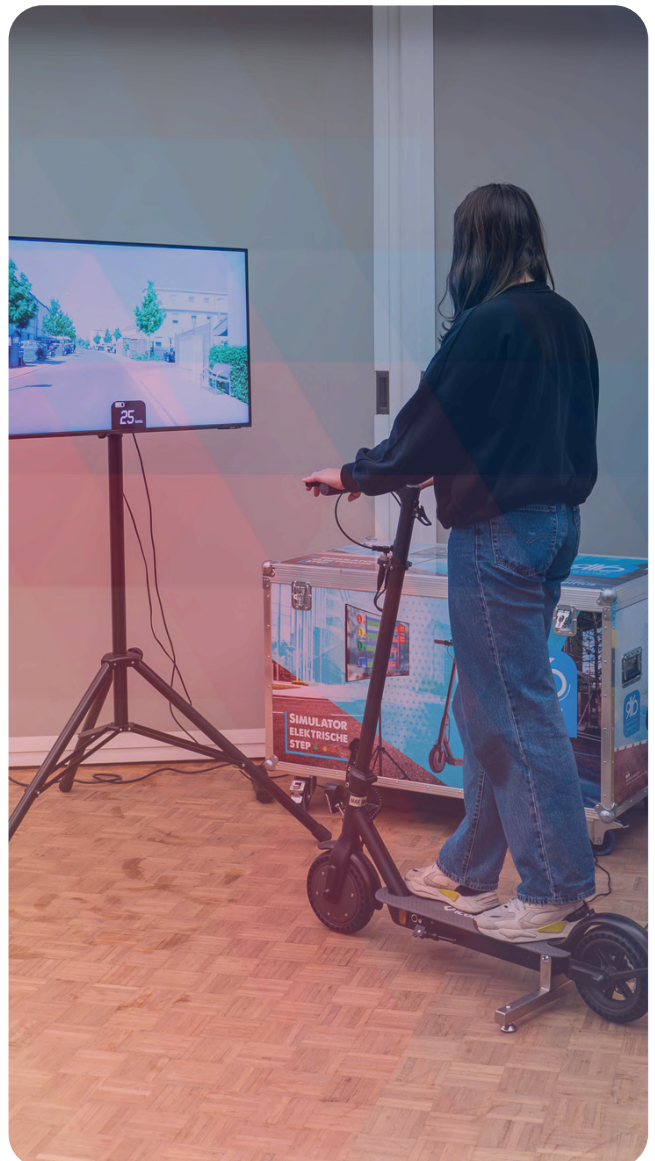
Evenement, middelbare school, mbo, hbo en universiteit

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Light It Up

Bij Light It Up gaat het team in gesprek met fietsers over het belang van zichtbaarheid in het verkeer en delen zij fietslampjes uit aan fietsers zonder verlichting.

Hoe werkt het?

Tijdens de spits staat het campagneteam op drukke fietsroutes. Hier gaan ze actief in gesprek met fietsers over het belang van goede fietsverlichting middels een quiz. Zien ze iemand zonder verlichting? Dan krijgen ze meteen een gratis fietslampje, dat ter plekke op de fiets wordt bevestigd.

Het campagneteam draagt tijdens de campagne extra opvallende kleding, bestaande uit reflecterende vesten met LED-lampjes. Zo kan niemand om de campagne heen.

In het kort

Doel

Fietsers bewust maken van de risico's van fietsen zonder verlichting

Doelgroep

Fietsers

Inzetbaarheid

Fietshotspot, forenzenroute of stadscentrum

Materiaal

Fietslampjes zijn niet bij de prijs inbegrepen

Campagneteam

1 teamleider en 2 teamleden

Na afloop

- Terugkoppeling en evaluatieverslag voor opdrachtgever
- Terugkoppeling naar overige partners
- Social media posts
- Persbericht



Contact

Accountmanager Responsible Young Drivers

Mobiel: 06-30006025

www.ryd.nl

• Terugkoppeling naar overige
partners

