

## MONO campagne 'Stop weg - Stap op!' in gemeente [naam].

Wij leveren als gemeente graag een positieve bijdrage aan de MONO campagne om de bewustwording van ongestoord onderweg zijn bij de doelgroep kinderen van 10-12 jaar te verhogen. Daarom bezoekt het campagneteam van de 'Stop weg - Stap op!' onze gemeente op [datum] bij [locatie]. [Onze wethouder [naam] van [portefeuille] onderschrijft het belang van de actie en is om [tijdstip] uur aanwezig om het campagneteam te verwelkomen.]

### 'Stop weg - Stap op!'

Met de MONO campagne richten we ons op de doelgroep 10-12 jaar. Rond deze leeftijd krijgen kinderen hun eerste mobiele telefoon. Het is op deze leeftijd belangrijk om het juiste gedrag aan te leren: 'Stop weg - Stap op!' En dat is hard nodig, want maar liefst 68% van de verkeersongevallen wordt veroorzaakt doordat een verkeersdeelnemer afgeleid is. De mobiele telefoon is hierbij één van de belangrijkste redenen.

### MONO in gemeente [naam]

Onder de vlag van deze MONO campagne wordt een aantal acties aangeboden gericht op de belevingswereld van de doelgroep. Als gemeente [naam] maken wij gebruik van [interactieve gastlessen/een pop-up stand

- Interactieve gastlessen  
De kinderen gaan onder andere aan de slag met een quiz, het maken van een vlog en afspraken met zichzelf (en hun ouders) over MONO in het verkeer.
- Een pop-up stand  
Een reizende pop-up stand verschijnt op locaties als scholen, sportverenigingen en muziekscholen. Een jong team gaat in gesprek met de kinderen. Ze ontvangen een sleutelhanger voor zichzelf en een zelf versierde geurhanger voor hun ouders, als herinnering aan hun gemaakte afspraken.
- Vlogchallenge  
In een vlog overtuigen kinderen anderen ervan om MONO in het verkeer te zijn. Hiermee maken ze kans op een meet and greet met de bekende vlogger Tommy van Lent. Tijdens deze meet and greet krijgen de winnaars een gloednieuwe fiets uitgereikt van Tommy. Deze vlogchallenge wordt online op sociale media gepromoot en in de gastlessen en bij de pop-up stand.

Met de acties wordt de doelgroep op verschillende momenten en locaties aangesproken door de campagneleden. Naast de doelgroep zelf, spreken we ook de sociale omgeving van de 10-12 jarigen. Juist omdat de sociale omgeving een belangrijke voorbeeldfunctie heeft.

### Met z'n allen MONO

De campagne wordt uitgevoerd door Bureau Kragten, SMILE Promotions, SHIFT gedragsverandering en Einder Communicatie in opdracht van de Provincie Overijssel en de Provincie Gelderland. In Gelderland en Overijssel vinden dit jaar gastlessen plaats en zijn we op locaties te vinden met onze pop-up stand. Daarnaast loopt de vlogchallenge het gehele jaar door. Met deze campagne dragen we bij aan de sociale norm om je telefoon in je tas te laten wanneer je deelneemt aan het verkeer.

Hiervoor werken we samen met verschillende gemeenten in Gelderland en Overijssel die verkeersveiligheid belangrijk vinden en de acties faciliteren. De campagne duurt tot het einde van 2023.

### Meer informatie?

Voor meer informatie over deze campagne kunt u terecht op onze website

[www.wijrijdenmono.nl/stopwegstapop](http://www.wijrijdenmono.nl/stopwegstapop) of kunt u contact opnemen met:

Wiebe Dankers van Adviesbureau Kragten bereikbaar op 088 33 66 150 of [mono@kragten.nl](mailto:mono@kragten.nl)