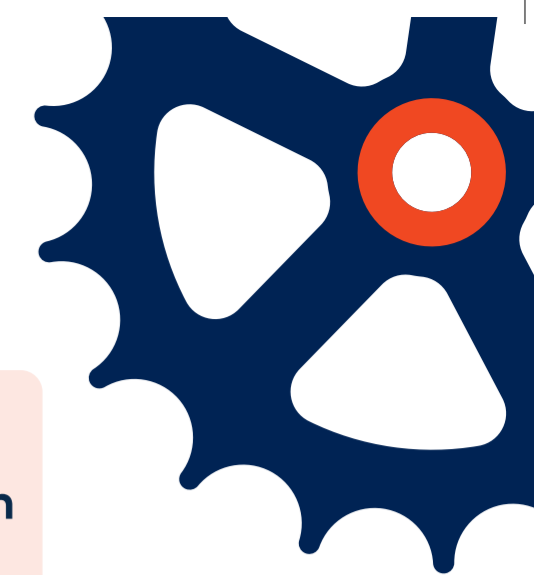


5 uitgangspunten



2

van- en door ons

De kans is groot dat een bevoogdende of betuttelende boodschap de oudere fietser niet bereikt. Wat werkt wel? Geef de doelgroep het gevoel dat Doortrappen 'van- en door ons' is en stimuleer ervaringen en tips onderling te delen.



1

herkenbaarheid en herhaling

De Doortrappenboodschap is in herkenbare stijl vormgegeven. Herhaling en consistent doorvoeren van deze stijl leidt tot herkenning bij de oudere fietser, bijv. met flyers bij de fietsenmaker. Het opstellen van een lokale communicatiekaart kan veel inzicht bieden in geschikte lokale kanalen binnen uw gemeente.

3

verbind fietsveiligheid & bewegen

Mensen vinden bewegen, sporten en actief zijn -meestal- leuk, en het is bovendien een favoriet gespreksonderwerp. Verbind de boodschap over veiligheid met wat mensen graag doen. Daarmee vergroot je de impact van de communicatie. Door samen te werken met de afdelingen sport, welzijn en zorg, benut je elkaars kennis en netwerk en daarmee het succes van Doortrappen.



4

werk samen met lokale partners

Van maart tot en met september worden er tal van lokale activiteiten georganiseerd waar ouderen samen bewegen en fietsen. Het loont om hierop aan te sluiten en met de organiserende vrijwilligers samen te werken. Omarm het enthousiasme en geef vrijwilligers de tools en het vertrouwen om de Doortrappenboodschap over te brengen aan hun achterban. En... hou het praktisch.



5

van onbewust naar ambassadeur

Het kost tijd, herhaling en veel kleine stapjes voordat een onbewuste oudere fietser openstaat voor fietstraining. Zorg daarom ook voor kleine, laagdrempelige interventies. Een gesprek over fietsonzekerheden met de buurvrouw of een instructiefilmpje 'veilig opstappen' helpen ook.



'Tijdens de koffie na de wandelgroep vind ik een gesprek over fietsen leerzaam en gezellig.'
Anke, 80, Doortrapper

'Vorig jaar vertelde mijn dochter over zo'n fietsspiegel. Ik ga er komende week één aanschaffen.'
Johan, 73, Doortrapper