



ritten

Vraagspecificatie

Project: Slimme reis- en routeinformatie A44
Zaaknummer: 31205949

Datum 4 april 2025

Colofon

Uitgegeven door	Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat Rijkswaterstaat Grote projecten en Onderhoud (GPO)
Datum	4-4-2025
Status	Definitief
Versienummer	1.2

Inhoud

1	Inleiding	4
1.1	Identificatie	4
1.2	Het project Vervanging en Renovatie Kunstwerken A44	4
1.2.1	Beschrijving programma	4
2	Opdrachtomschrijving	5
2.1	De opdracht	5
2.1.1	Scope opdracht	5
2.2	Leeswijzer	7
3	Specificatie van de vraag	8
3.1	Aanpassing kaartmateriaal navigatie	8
3.2	Geofencecampagnes	9
3.3	Sms- en/of whatsapp-dienst (op aanmelding)	10
	Bijlage I: voorbeeld uitwerking geofencecampagnes 2025 en 2026	11

1 Inleiding

1.1 Identificatie

Deze Vraagspecificatie maakt onderdeel uit van de overeenkomst met zaaknummer 31205949, ten behoeve van Slimme reis- en routeinformatie A44.

1.2 Het project Vervanging en Renovatie Kunstwerken A44

1.2.1 Beschrijving programma

Het project Vervanging en Renovatie Kunstwerken A44 behelst werkzaamheden aan een viertal kunstwerken op de A44: Lissewegviaduct, Hoofdvaartviaduct, Kaagbrug en Spoorwegviaduct. Door de werkzaamheden ontstaat hinder. In de voorbereiding op de werkzaamheden zijn inschattingen van de verkeershinder bij de verschillende verkeersfaseringen nodig om tot onderbouwde keuzes te komen in de uitvoering i.s.m. de aannemer. De werkzaamheden starten in Q4 2025 volgens huidige planning. In Q4 2024 is de aanbesteding afgerond en gegund aan de *combinatie A44*. Parallel aan het werk van de aannemer werkt het projectteam van Rijkswaterstaat in samenwerking met de omgeving (gemeentes en provincies) aan een pakket aan maatregelen om de regio bereikbaar te houden tijdens de werkzaamheden. Voor meer informatie zie de projectwebsite op www.projecta44.nl.

2 Opdrachtomschrijving

2.1 De opdracht

2.1.1 Scope opdracht

De opdracht omvat drie typen diensten:

1. Het aanpassen van online kaartmateriaal in navigatiediensten met daarin actuele informatie over wegafsluitingen, snelheden of beperkingen;
2. Geofencecampagnes: het bereiken van de (verwachte) weggebruikers op de te ontlasten wegen (A44 en omleidingsroutes) en deze bereiken met in-app notificaties en online advertenties in hun (navigatie)apps, social media, Google (Ads) en andere (media)kanalen waar deze doelgroepen te vinden zijn;
3. Sms- en/of andere berichtenservice-dienst, zoals whatsapp, signal of telegram (op aanmelding).

Met als doel frequente en incidentele weggebruikers te informeren over de afsluitingen, omleidingen en alternatieven, het verbeteren van de hinderbeleving én het verleiden tot ander reisgedrag (niet de weg op gaan, reizen met andere modaliteiten dan de auto, etc.).

Beoogd bereik

- Een zo groot mogelijk bereik van (relevante) doelgroepen: zowel de frequente weggebruikers op de relevante routes als de *verwachte* (incidentele) weggebruikers op die routes;
- Dat een zo groot mogelijk deel van (elk van) deze doelgroepen de boodschap tenminste eenmaal en bij voorkeur enkele keren ziet (maar geen overkill);
- Dat een zo groot mogelijk deel van deze doelgroepen wordt verleid tot het doorklikken naar meer informatie.

Doelgroepen

Wij gaan uit van de volgende typen weggebruikers (automobilisten, motorrijders, vrachtverkeer) die bereikt moeten worden (frequente gebruikers):

1. Bewoners nabij:
 - Waar: Buitenkaag/Abbenes, Weteringbrug, Lisse(rbroek), Sassenheim
 - Wanneer: 24/7 bij langdurige afsluitingen
 - Doel: waar en wanneer kan ik A44 kruisen/onderdoor? Wanneer zijn toe en afrit nabij beschikbaar? Oproepen tot aanpassing reisgedrag waar mogelijk (fiets m.n.)
2. Inwoners regio (frequente gebruikers):
 - Waar: binnen de Bollenstreek, Holland Rijnland en Haarlemmermeer (lokaal verkeer) en N207, N208
 - Wanneer: gedurende gehele week
 - Doel: informeren over hinder waar A44 + oproep tot aanpassing reisgedrag waar mogelijk
3. Woon-werk- en zakelijk verkeer (zowel lokaal/korte afstanden als doorgaand, frequente gebruikers):
 - Waar: A44, en omleidingsroutes A4 en N207/N208
 - Wanneer: op werkdagen (binnen en buiten spits)
 - Doel: informeren over hinder + oproep tot aanpassing reisgedrag waar mogelijk (m.n. tijdens spits)
4. Vrachtwagenchauffeurs (zowel lokaal/korte afstanden als doorgaand, incidentele gebruikers):
 - Waar: op routes als genoemd bij 1 en 2. Specifieke aandacht voor verkeer van/naar Flora Holland en Schiphol, Bedrijfsterreinen waaronder Sassenheim-Zuid;
 - Wanneer: op werkdagen (binnen en buiten spits)
 - Doel: informeren over hinder + attenderen op noodzaak volgen omleidingsroutes (voorkomen zwerven)

5. Bezoekers regio (veelal incidenteel en vanaf buiten de regio, incidentele gebruikers):
- Bestemmingen: Keukenhof, Strand en Duingebied, Evenementen, Schiphol;
 - Wanneer: Reguliere bezoekersgroepen zoals Schiphol, LUMC, ESA Estec en in het bollenseizoen de Keukenhof en in de zomerperiode strandbezoekers. In principe worden werkzaamheden buiten grote events in de regio gepland (zoals Bloemencorso, Leids ontzet, Strontrace, Formule 1 Zandvoort). Deze incidentele bezoekersgroepen vallen voor deze uitvraag daarom buiten scope.
 - Doel: informeren over hinder + oproep tot aanpassing reisgedrag waar mogelijk.

Of dit ook de segmentatie is voor de verschillende boodschappen is afhankelijk van de mate waarin deze doelgroepen daadwerkelijk zo specifiek te targeten zijn aan de hand van in elk geval geofencing en online zoekgedrag (locatie geofences en zoektermen in overleg te bepalen).

In te zetten kanalen

In hoofdstuk 3 zijn per dienst de kanalen beschreven waarop door de aanbieders minimaal dient te worden ingezet. Aandachtspunt hierbij is dat de in te zetten kanalen moeten worden afgestemd op de doelgroepen (niet alle kanalen voor elke doelgroep). We verwachten dat de inschrijvers op grond van hun ervaringen m.b.t. de effectiviteit van kanalen bij verschillende doelgroepen een voorstel doen welke van de kanalen in te zetten bij welke doelgroepen.

Aanbieders worden uitgedaagd (en kunnen hierop scoren) gebruik te maken van de nieuwste/alternatieve kanalen wanneer deze naar mening van de inschrijver van grotere toegevoegde waarde zijn dan de door RWS gevraagde. Belangrijk hierbij is dat aanbieder duidelijk maakt wat de toegevoegde waarde van deze inzet is.

Boodschappen

De boodschappen (kunnen) verschillen per doelgroep, per periode van inzet, en mogelijk ook per platform waarop de boodschap wordt vertoond. Voorafgaand aan de campagnes worden de boodschappen voor de verschillende doelgroepen in onderling overleg vastgesteld. De inhoud van de boodschap wordt door opdrachtnemer opgesteld en in overleg met Rijkswaterstaat vastgesteld. Opmaak van de berichten/advertenties maakt geen deel uit van deze opdracht. Deze dienen conform de door de opdrachtgever opgegeven specificaties opgesteld te worden.

Producten/resultaten van de opdracht

Als concrete resultaten van de opdracht vragen wij:

- Bondige (schriftelijke) vastlegging van de detailafspraken uit het startoverleg over in ieder geval:
 - de doelgroepen;
 - wijze van targetting (locatie van geofences en keuze van zoekcriteria);
 - in te zetten kanalen;
 - communicatiemomenten en -boodschappen.
- Uitvoering van de aanpak, resulterend in:
 - inzicht in de doelgroepen;
 - plaatsing in-app notificaties en online advertenties/berichten via overeengekomen kanalen.
- Evaluatierapporten (per campagne) die duidelijk inzicht geven in:
 - het bereik van de uitgevoerde campagnes per kanaal/per doelgroep tot dat moment;
 - de effectiviteit: percentages kliks naar de website/hinderinformatie;
 - Bereik en zichtbaarheid: omvang bereikte groep per kanaal per inzet, bij voorkeur de leerpunten en aanbevelingen voor volgende campagnes, zodat gedurende de looptijd van het project steeds verder kan worden geoptimaliseerd o.b.v. opgedane ervaringen

Looptijd, planning en omgang met tussentijdse wijzigingen

De opdracht heeft een looptijd van medio 2025 (streven Q2) t/m eind 2030 (na afloop van de renovatie- en vervangingswerkzaamheden).

Het ligt in de lijn der verwachting dat de planning van de uitvoeringswerkzaamheden van de aannemer, en daarmee die van de campagnes, zal wijzigen. Daar gaan we als volgt mee om:

- Aanbesteder zal in de aanbesteding een aanbiedingsprijs per type campagne uitvragen en gaat uit van een x aantal campagnes, gebaseerd op de planning zoals we die als Rijkswaterstaat op dit moment voorzien.
- Na gunning van de voorliggende opdracht is naar verwachting de uitvoeringsplanning en fasering van de aannemer bekend, en vragen we onze opdrachtnemer op basis hiervan een concrete planning te maken voor het jaar 2025, en een globale planning voor de jaren erop.
- Voor de jaren 2026 t/m 2030 doen we datzelfde; Aanbesteder maakt steeds zo kort mogelijk vooraf een gedetailleerde jaarplanning met onze opdrachtnemer op grond van de planning van de aannemer van dat moment.
- Opdrachtnemer dient ook tussentijds rekening te houden met verandering van de hinderperioden (zowel aantallen als duur) en flexibel te schakelen op de nieuwe situatie. In onderling overleg worden de gevolgen voor de campagnes vastgesteld en wordt zo nodig met campagnebudgetten geschoven.
- In de Inschrijvingsstaat zal standaard een stelpost van € 30.000,00 exclusief btw worden opgenomen die voor iedere inschrijver gelijk is voor het geval door wijzigingen van planning extra campagnes nodig zijn

Voortschrijdende inzichten

Daarnaast kan gedurende het proces geconstateerd worden dat:

- Er combinaties mogelijk zijn (één campagne voor meerdere objecten)
- Er leerpunten uit voorgaande campagnes aanleiding zijn tot aanpassing/optimalisatie.

Dergelijke wijzigingen worden in overleg vastgesteld. Opdrachtnemer dient de herziene afspraken dan kort en bondig te verwerken in het plan van aanpak, zodat altijd één actueel overzicht van de campagnes beschikbaar is.

2.2 Leeswijzer

In [hoofdstuk 2](#) is de opdracht alsmede het resultaat hiervan omschreven, inclusief randwaardewaarden op basis waarvan deze tot stand dient te komen. In [hoofdstuk 3](#) wordt het programma van eisen verder geëxpliciteerd.

3 Specificatie van de vraag

In dit hoofdstuk geven we een nadere toelichting op de drie te leveren diensten door de inschrijvers.

3.1 Aanpassing kaartmateriaal navigatie

Dienst betreft: Het aanpassen van online kaartmateriaal in navigatiediensten met daarin actuele informatie over wegafsluitingen, snelheden of beperkingen.

Aanbesteder gaat hierbij uit van de volgende navigatiediensten:

- Google Maps
- Apple Maps
- TomTom
- Waze
- Flitsmeister

Qua werkzaamheden verwachten we van de inschrijvers het volgende:

1. Intekenen tijdelijke wegen (bypasses)

Voor de 3 viaducten en brug waar gewerkt zal worden zal een tijdelijke weg naast de huidige weg het verkeer op de A44 faciliteren voor een langere periode. Voor elke locatie dient de tijdelijke weg op de juiste manier ingetekend te worden op de kaarten van de navigatiediensten. Aanbieder mag uitgaan van 4 varianten van het intekenen van tijdelijke wegen op de kaart

2. Invoeren wegafsluitingen

Tijdens de bouwperiode zijn er diverse verkeerssituaties rondom de werkzaamheden die correct in de kaarten moeten worden doorgevoerd. Aanbieder wordt gevraagd uit te gaan van de volgende type wegafsluitingen.

- 4x variant afsluitingen wegvakken op A44
- 4x variant lokale afsluiting wegen onderliggend wegennet
- 4x tijdelijke verkeerssituaties, nader in te vullen (afhankelijk van specifieke plannen aannemer)

Aanbieder mag uitgaan van in totaal 12 verschillende kaartaanpassingen t.b.v. doorvoeren wegafsluitingen.

3. Voor iedere hinderperiode de juiste kaartaanpassingen laten doorvoeren bij de navigatiediensten

Voor elke hinderperiode dient tijdig en correct de kaartaanpassingen bij alle navigatiediensten te zijn doorgevoerd. Dit kan gaan om (een combinatie van) kaartaanpassingen met betrekking tot ingetekende tijdelijke wegen en kaartaanpassing m.b.t. niet beschikbare weggedelen.

Het gaat om de volgende hinderperiodes waarbij per hinderperiode kaartaanpassingen uit onderdeel 1 en/of 2 nodig zijn¹:

- 4x langdurige hinderperiode
- 4x weekafsluiting
- 30x weekendafsluiting

¹ Het exact aantal hinderperiodes zal nog wijzigen. Voor deze uitvraag hanteren we een robuuste inschatting van het aantal hinderperiodes om voor alle Inschrijvers eenzelfde aantal diensten te beprijsen in hun Aanbieding.

In totaal mag Inschrijver voor deze aanbidding uitgaan van 38 hinderperiodes waar kaartaanpassingen nodig zijn.

Het kan zijn dat een bepaalde kaartaanpassing voor meerdere hinderperiode ingezet zal worden (qua aantal verschillende type kaartaanpassingen uitgaan van de omschrijving bij activiteit 1 en 2.

3.2 Geofencecampagnes

Dienst betreft: het bereiken van de (verwachte) weggebruikers op de te ontlasten wegen (A44 en omleidingsroutes) en deze bereiken met in-app notificaties en online advertenties. Het staat de inschrijvers vrij om een platformmix te kiezen waarbij de verschillende doelgroepen bij de verschillende campagnes zo kosteneffectief mogelijk worden bereikt.

Ter referentie beschrijven we hier kanalen waar wij als Rijkswaterstaat goede ervaringen mee hebben en waar u mogelijk voor kunt kiezen.

- Navigatie-apps: mogelijk Flitsmeister (Flitsmeister heeft aangegeven als onderopdrachtnemer te willen fungeren en alle inschrijvers eenzelfde aanbidding te zullen doen, contactpersoon Febe Boogaerts (productmanager verkeer bij Be-Mobile))
- Social media: minimaal Facebook en Instagram
- Google (Ads) – gerichte advertenties op basis van zoekgedrag
- Andere veelgebruikte (media)kanalen waar deze doelgroepen te vinden zijn, waarbij gedacht kan worden aan bijvoorbeeld DPG media (banneradvertenties via Google display netwerk)

Aandachtspunten hierbij zijn:

- De in te zetten kanalen moeten worden afgestemd op de doelgroepen (niet alle kanalen voor elke doelgroep). We verwachten dat de inschrijvers op grond van hun ervaringen m.b.t. de effectiviteit van kanalen bij verschillende doelgroepen een voorstel doen welke van de kanalen in te zetten bij welke doelgroepen. Dit mogen dus ook andere kanalen zijn dan hierboven benoemd.
- Aanbieders worden uitgedaagd (en kunnen hierop scoren) gebruik te maken van de nieuwste/alternatieve kanalen wanneer deze naar mening van de inschrijver van grotere toegevoegde waarde zijn dan de door RWS gevraagde. Belangrijk hierbij is dat aanbieder duidelijk maakt wat de toegevoegde waarde van deze inzet ten opzichte van de boven genoemde kanalen.
- In-app notificaties via navigatie-apps mogen uitsluitend worden gepusht op momenten dat weggebruikers stilstaan (niet rijden).
- Overige notificaties en online advertenties worden zoveel mogelijk gepusht op momenten dat de doelgroep aandacht/tijd heeft om de boodschap tot zich te nemen.

Inzet campagnes voor diverse type hinderperiodes

In het project zijn een drietal type hinderperiodes te onderscheiden. Er zijn meerdere weekendafsluitingen van de A44 en enkele weekafsluitingen. Daarnaast zijn er voor elke bouwlocatie (Lisserwegviaduct, Hoofdvaartviaduct, Kaagbrug en Spoorwegviaduct) langdurige afsluitingen op kruisende en omliggende lokale wegen. Het verschilt per hinderperiode welke doelgroep geïnformeerd dient te worden. Hieronder is een overzicht gegeven van de doelgroepen waar de geofencecampagne op gericht moeten zijn per type hinderperiode. Naast de geofencecampagne per hinderperiode op cruciale momenten is een algemene campagne voor aanvang van de jarenlange werkzaamheden beoogd.

Hinderperiode	Doelgroepen (zie 2.1)	Doel
Algemene campagne vooraf	1 t/m 4: alle doelgroepen behalve bezoekers)	Verwachtingsmanagement lange termijn en kansen voor gedragsverandering + werven voor whatsapp/sms dienst)
Weekendafsluiting	1,2 en 5: exclusief woonwerk verkeer en vracht)	
Weekafsluiting	1 t/m 5: alle doelgroepen	
Langdurige afsluiting lokale wegen	1, 2: enkel doelgroepen inwoners nabij en inwoners regio	

Om een level playing field te organiseren, vragen we de aanbieders om allen hetzelfde aantal campagnes te **beprijzen**.

Voor deze uitvraag mag Inschrijver uitgaan van onderstaand aantal geofencecampagnes per type hinderperiode. Hierbij is ook per type hinderperiode aangegeven of het gaat om een vooraankondigscampagne, live campagne of openstellingscampagne (subcampagnes)

Hinderperiode	Aantal campagnes	Subcampagnes
Algemene campagne vooraf	1x	Vooraankondiging
Weekendafsluiting	30x	Vooraankondiging + Live
Weekafsluiting	4x	Vooraankondiging + Live
Langdurige afsluiting lokale wegen	4x	Vooraankondiging + Live + Openstelling

In 2025 is er een algemene campagne en een enkele weekendcampagne voorzien (Q4 2025). In 2026 is er een weekafsluiting en een tweetal weekendcampagnes voorzien en eenmaal een campagne voor langdurige lokale afsluitingen. De overige campagnes zijn in de periode 2027-2030 voorzien.

Ter inspiratie en verduidelijking van de aanpak van een campagne is voor de beoogde campagnes in 2025 en 2026 een beknopte uitwerking meegegeven van de boodschap per doelgroep per campagne. Zie daarvoor bijlage I.

3.3 Sms- en/of whatsapp-dienst (op aanmelding)

Dienst betreft: informatiedienst waarvoor geïnteresseerden vanuit de doelgroepen zich kunnen aanmelden om op de hoogte gehouden te worden van de hinder door werkzaamheden. Voordeel van deze dienst t.o.v. bijvoorbeeld website is dat we hiermee de doelgroep ook snel en ad hoc kunnen informeren in geval van bijvoorbeeld uitloop van een afsluiting.

Van inschrijvers verwachten we een advies of ze hierbij willen inzetten op sms, whatsapp of op beide.

Uit financiële overwegingen gaan we hierbij uit van een informatieve dienst (informatie zenden) en geen interactie of beantwoording van vragen. **Inschrijver mag ook een interactieve dienst aanbieden, mits onderbouwd en passend binnen de financiële bandbreedte.**

Inschrijver mag uitgaan van maximaal 45 hinderperiodes waarbij een verandering in verkeerssituatie optreedt en daarbij behorende berichtgeving (vooraankondiging en melding bij livegang hinder). Dit in verband met de mogelijke uitloop of wijzigingen in de planning van de renovatiewerkzaamheden.

² Een weekafsluiting kan gaan om een volledige afsluitingen van de A44 voor al het verkeer maar het kan ook zijn dat de weekafsluiting een variant betreft zoals bijvoorbeeld het afsluiten van het verkeer voor een enkele rijrichting of om een beperkt deel van de A44.

Bijlage I: voorbeeld uitwerking geofencecampagnes 2025 en 2026

In 2025 is er een algemene campagne en een enkele weekendcampagne voorzien.

2025		
Hoeveel/welke afsluitingen:		
1x weekendafsluiting A44 tussen knp Burgerveen en Aansluiting 3		
Gewenste campagnes:	Doel/doelgroep(en):	Globale boodschap
1x algemene campagne over jarenlange werkzaamheden	1: Inwoners nabij	Voor doelgroep 1 t/m 3:
	2: Inwoners regio	Let op; komende jaren hinder door werkzaamheden, pas waar mogelijk reisgedrag aan, meld je aan voor sms/whatsapp dienst
	3: Woonwerk en zakelijk verkeer	
	4: Vrachtverkeer	Voor doelgroep 4: Let op, houd rekening met extra reistijd en volg de officiële omleidingen
	<i>Niet 5: Bezoekers regio</i>	
1x campagne weekendafsluiting:	1: Inwoners nabij	Voor doelgroep 1 en 2:
Voor aankondiging Tijdens weekend	2: Inwoners regio	Voor aankondiging: Plan uw reis goed, stel zo mogelijk uit, maak zoveel mogelijk gebruik van ov Tijdens afsluiting: let op, nu dicht, (rest boodschap vergelijkbaar met voor aankondiging)
	3: <i>Woonwerk en zakelijk verkeer (kleinere groep i.v.m. weekend)</i>	<i>n.v.t.</i>
	4: <i>Vrachtverkeer</i>	<i>n.v.t.</i>
	5: Bezoekers regio: bepalen subdoelgroepen	Voor doelgroep 5 geen onderscheid voor aankondiging/tijdens afsluiting Let op: dicht in weekend X, plan uw reis slim en gebruik waar mogelijk OV of fiets

In 2026 is er een weekafsluiting en een tweetal weekendcampagnes voorzien en eenmaal een campagne voor langdurige lokale afsluitingen.

2026		
Hoeveel/welke afsluitingen:		
<p>Kortdurende hinder Q1: 1x week + weekend afsluiting A44 Burgerveen-aansluiting 3 Noordwijkerhout: Aanleggen bypass Lisserweg en omzet verkeer naar bypass Q4: 2x weekendafsluiting (aansluitend) A44 Burgerveen-aansluiting 3 Noordwijkerhout: omzet verkeer naar definitieve situatie (1 weekend per rijbaan) en openstelling</p> <p>Langdurige hinder Q1-Q4: afsluitingen Lisserweg en toe en afritten aansluiting 1 van A44</p>		
Gewenste campagnes:	Doel/doelgroep(en):	Globale boodschap
1x campagne week+ weekendafsluiting aanleggen en omzet bypass	1: Inwoners nabij	Voor doelgroep 1 t/m 3:
- Vooraankondiging	2: Inwoners regio	Vooraankondiging: Plan uw reis goed, stel zo mogelijk uit, maak zoveel mogelijk gebruik van ov
- Tijdens weekend	3: Woonwerk en zakelijk verkeer (kleinere groep i.v.m. weekend)	- Tijdens afsluiting: let op, nu dicht, (rest boodschap vergelijkbaar met vooraankondiging)
	4: vrachtverkeer	Let op, A44 dicht. Ernstige hinder. Plan uw reis goed.
	5: Bezoekers regio	Voor doelgroep 5 geen onderscheid vooraankondiging/tijdens afsluiting Let op: dicht in week + weekend X, plan uw reis slim en gebruik waar mogelijk OV of fiets
1x campagne weekendafsluiting (2 weekenden) omzet naar definitieve situatie:	1: Inwoners nabij	Voor doelgroep 1 en 2:
- Vooraankondiging	2: Inwoners regio	Vooraankondiging: Plan uw reis goed, stel zo mogelijk uit, maak zoveel mogelijk gebruik van ov Tijdens afsluiting: let op, nu dicht, (rest boodschap vergelijkbaar met vooraankondiging)
Tijdens weekenden	3: <i>Woonwerk en zakelijk verkeer</i>	<i>n.v.t.</i>
	4: <i>vrachtverkeer</i>	<i>n.v.t.</i>
	5: Bezoekers regio:	Voor doelgroep 5 geen onderscheid vooraankondiging/tijdens afsluiting? Let op: dicht

		in weekend X, plan uw reis slim en gebruik waar mogelijk OV of fiets
1x campagne langdurige afsluiting OVN	1: Inwoners nabij	Vooraankondiging - Let op OVN dicht vanaf X: gebruik de omleidingsroute. Tijdens: OVN nu dicht, gebruik omleiding. Opstelling: OVN weer beschikbaar
1x Vooraankondiging 1x Tijdens/bij aanvang 1x Na openstelling	2: Inwoners regio	Vooraankondiging: Let op aansluiting 1 dicht vanaf X, maak gebruik van N207 knooppunt Burgerveen of aansluiting 2. Tijdens: let op aansluiting 1 nu dicht, gebruik omleidingsroutes. Openstelling: OVN + aansluiting 1 dicht
	3: <i>Woonwerk en zakelijk verkeer (kleinere groep i.v.m. weekend)</i>	<i>n.v.t.</i>
	4: <i>vrachtverkeer</i>	<i>n.v.t.</i>
	5: <i>Bezoekers regio</i>	<i>n.v.t.</i>