

## Zwaardere straffen bij negeren rood kruis

door Mariëtte Berrays

**DE HAAG** - De politie gaat stringenter controleren op het negeren van een rood kruis boven de weg. Dat kondigde minister Schultz van Infrastructuur, waterstaat, ruimtelijke ordening en openbare Werken van maandag 11 oktober aan. Vanaf januari onder het strafrecht. Op meerdere van zulke overtredingen kan een rijverbod of zelfs een celstraf staan.

Op snelwegen waarvan bekend is dat de kruisen op de martroubden vaak worden genegeerd, plaatst Rijkswaterstaat waarschuwingsborden. Beruchte punten zijn de Aa bij Amsterdam, de A12 tussen Ede en Utrecht en de A10 bij knooppunt Verbruggenplein.

In oktober kwam een wegwerker om het leven en raakte een andere zwaargewond doordat een vrachtwagenchauffeur 's nachts een rood kruis had genegeerd. Daarnaast zijn dit jaar zeventien auto's van weginspecteurs van Rijkswaterstaat aangehouden door automobilisten die op een afgeleiden wegvak reden.

Tot nu toe wordt het negeren van een rood kruis afgedaan met een boete van 110 euro. Vanaf januari valt zo'n overtreding onder het strafrecht. Na de eerste overtreding volgt een boete, maar als de automobilist in behandeling valt, kan het Openbaar Ministerie overgaan tot een rijverbod of zelfs celstraf.

Het is voor weggebruikers niet altijd duidelijk waarom een rijverbod is afgeleiden. Vaak is er niets te zien. Dat is bijvoorbeeld het geval als een rijverbod is afgeleiden in verband met gebieden met milieuproblemen. Die straffen mogen alleen open zijn bij een bepaalde hoeveelheid verkeer. Maar een rijverbod kan ook afgeleiden worden vanwege een ongeval of pechgeval.

► Het negeren van een rood kruis levert je nu een boete op. Vanaf januari valt het onder het strafrecht

GLOSSY'S

# Naam BN'er alleen zorgt niet voor succes

Linda heeft er een. Wendy van Dijk nu ook. Mensen die aan hun voornaam genoeg hebben, willen een eigen glossy.

66 Wat Linda kan, kunnen wij ook, werd er gedacht. Maar het is hartstikke moeilijk

Caroline Vader, bladzijde

door Monique Brandt en Erika Grooten

**MILVERHAM** - Na maanden van voorbereiding heeft Wendy van Dijk haar eigen blad én website. Pardon: mediaconcept. Met het-glossy Wendy (eindertien: een zoektocht naar geluk), en bijbehorende website wendymagazine.nl, loopt ze Nederland in een jaar tijd 'een beetje gekkiger' te maken. Want: „Er is negativiteit genoeg in de wereld.” In de eerste editie een fotoportage van haar eigen sprookjeswiel op Ibiza. Heeft het persoonlijkheid nog kans van slagen op de overvolle Nederlandse markt? We hebben er tentelend al zoveel zien meevallen. Catherine van Catherine Keyl, Felderhof van Rik Felderhof en Sonja van Sonja Bakker, om er een paar te noemen.

Blindendokter Caroline Vader gelooft in de potentie van Wendy van Dijk in magazinevorm. Maar, stelt ze, er wordt te makkelijk gedacht over het uitgeven van je eigen bladje. „Vroeger was het maken van een tijdschrift iets van grote uitdagingen. Door de digitalisering kan tegenwoordig iedereen een tijdschrift starten. Veel BN'ers grijpen die kans.”

Er zijn volgens Vader twee smaken in de ijsschik. „Grote uitgeveries die een bekende Nederlandse benadering voor een mediaconcept, zoals bij LINDA. Daar kwamen vervolgens ook de eenzijdige



► Grote foto: Wendy van Dijk presenterende glorieus het tijdschrift dat haar naam draagt. Foto: Douglas MALVIN

glossy's GULLIT, en MATTHEJS uit voort. Aan de andere kant heb je ook BN'ers die zelf zeggen: ik heb wat te vertellen dus ik wil ook een eigen blad.”

Mislukking ligt op de loer, leert de ervaring Vader. „Meestal omdat de concepten niet goed genoeg zijn. Alleen een bekende naam verkoopt niet. Het moet echt ergens over gaan.”

Sonja Bakkers bladzijdevoorzitter is een goed voorbeeld van hoe het mis kan gaan. Dat begon in een tijd dat haar boeken en diert populair waren.

Toen het 'sonjabakkeren' voorbij was, sneuvelde ook het tijdschrift. Catherine Keyl's magazine miste een sterke formule, ook Vader. „Dat ging over wat Catherine interessant vond en dat sprak kennelijk niet genoeg mensen aan. Daarbij kreeg ze ook nog eens ruzie met de uitgever.”

Grappig genoeg doen juist de personalitybladen die niet al te over zijn ophangen aan een gezicht het goed. „De inhoud moet voorop staan.” Het blad - de enige echte katholieke

glossy' - van priester Antoine Brodat, vindt Vader een goed voorbeeld. „Antoine gaat over heiligen erg interessant. De Maarten van Maarten van Rossum is ook een goed gemaakt opmaat voor actualiteit en geschiedenis.” LINDA is al jaren een liefskind voorbeeld in het tijdschriftenschip indrukwekkende opgevoerd, overloden met lol (voorgaand nog tijdschrift van het jaar). Vader: „Een mooi gemaakt blad met een sterke formule. De teksten zijn goed, de foto's origineel. In de huidige tijd kun je niet zonder online activiteiten. Zij pakken dat goed aan met een site en straks een videoaanbod.”

Linda de Med inspireerde veel andere BN'ers. „Wat Linda kan, kunnen wij ook, werd er gedacht. Maar het is hartstikke moeilijk om de juiste formule te vinden, dat wordt onderschat.” Een BN'er die zijn blad niet mislukken, heeft het zich niet persoonlijk aan te trekken. Succes staat of valt met strategie. Simpel en kwaliteits, ongeacht wie er op de cover staat. Zoals Patricia Paay het aanpakte - ze trok na een jaar al de stekker uit haar online blad - moest het in ieder geval niet. „Dat businessmodel klopte niet. Het blad kostte geld en mensen zijn juist erg terugkijkend en voor online content te betalen. Je moest Patricia op haar woord vertrouwen dat ze waar voor je geld kreeg.”

advertentie

'Nederland sprak

wel met rebellen'