



Kiezen fietsers voor de juiste plek op de weg, of fietsen ze rijndik midden op de rijbaan? Lopen de voetgangers op het trottoir, en steken ze over op de daarvoor bestemde plek, of 'doen ze maar wat'? Eenmaal aangeleerd gedrag, hoe gevaarlijk ook, is lastig af te leren – daarom pakken zoveel mensen toch nog snel even hun telefoon bij het verkeerslicht. Maar ook de keuze voor een vervoermiddel is gedrag: pak je de fiets, of toch maar de auto? Hoe bepalen we ons gedrag eigenlijk? Verkeerspsychologen Gerard Tertoolen en Maartje van der Aa aan het woord.

Marcel Slofstra

'Individueel belang botst vaak met collectieve belangen'

"Er is altijd nog zoiets als de vrije wil, en als we het gedrag van mensen gaan beïnvloeden, levert dat soms wel ethische vragen op", begint verkeerspsycholoog Gerard Tertoolen. "Gedrag beïnvloeden kan, maar is vaak ook lastig, zeker op individueel niveau. Je wilt mensen aanspreken op hun intrinsieke motivatie, want van nature zijn we allemaal egoïstisch en uit op eigenbelang. Dat maakt het ook zo lastig om het gedrag van het individu bij te sturen ten gunste van het collectief."

Corona als aanjager van gedragsverandering

Corona is echter een grote aanjager van verandering in onze mobiliteitskeuzes, merkt Maartje van der Aa, adviseur en projectleider mobiliteit bij MuConsult. "Ik hou me ook bezig met de



onderwijsaanpak en de afspraken die onderwijs en vervoerders daarin met elkaar maken. We willen dat studenten op een duurzame manier naar de campus kunnen komen, maar tegelijkertijd willen we een hyperspits voorkomen waarbij de studenten en forenzen

op elkaar gepakt zitten in de metro. Daarin heeft het een kwartiertje verschuiven van lestijden al een enorme impact. Waar we in Nijmegen bij wijze van spreken jaren hebben overlegd voordat de lessen een beetje konden opschuiven, lukt dat nu ineens in twee maanden."

Van der Aa hield zich ook 'voor corona' al bezig met thuiswerken. "Het zal interessant zijn om, zodra iedereen weer naar kantoor mag, een nameting te doen om te kijken wie er nu blijft thuiswerken en wie niet." "We hebben gemerkt dat het mogelijk is het gedrag van mensen te sturen, ook op mobiliteitsgebied. Mensen zijn flexibel, we kunnen ons aanpassen – maar dat willen we vaak niet. Nu moet het, en merken mensen dat

het dus wél kan. Ook mensen die voorheen dachten dat thuiswerken voor hen geen optie was, merken nu in een aantal gevallen dat het wel degelijk kan”, stelt Van der Aa. “Maar we zien ook een verschuiving naar minder duurzaam vervoer, van openbaar vervoer naar eigen auto. Dat is wel nadelig, want het is maar de vraag of we die mensen weer de auto uitkrijgen zodra dat weer verantwoord is. Die auto staat er immers al.”

Maartje van der Aa: “Mensen zijn flexibel, we kunnen ons aanpassen – maar dat willen we vaak niet.”

Veranderkompas

Om de verschillende factoren voor gedrag in beeld te brengen, gebruikt Gerard Tertoolen het veranderkompas. Gedrag kun je dan in vier ‘windrichtingen’ indelen: motivatie en weerstanden, social proof, faciliteren en emoties en associaties. Tertoolen: “Je moet alle vier de factoren benaderen om gedrag blijvend te beïnvloeden. Motivatie en weerstand is interessant. We denken meestal meteen aan motivatie, maar weerstand vergeten we, terwijl er altijd weerstand zal zijn bij een gedragsverandering. Mensen houden niet van verandering, het vertrouwde voelt veilig. Dat is bij iedereen zo, en is voor het individu ook vaak handig.”

Van der Aa beaamt dat: “We houden graag het gevoel dat we de controle hebben. Als van ons gevraagd wordt om te veranderen, is dat gevoel van controle ook tijdelijk weg. Daarom zoeken we zoveel mogelijk naar controle. Dat zie je wereldwijd, we bouwen overal systemen in om maar het idee te hebben dat we in control zijn. Zo creëren we duidelijkheid, naar onszelf en anderen. Als ik weet dat ik om 08:10 uur in de trein moet zitten, dan een half uur in de trein zit, dan een stukje loop en op kantoor ben, voelt dat heel prettig en gestructureerd. Dat loslaten vinden mensen moeilijk. Nieuwe dingen

aanleren is eng. Grote groepen mensen doen wat ze is aangeleerd door hun ouders – als die fervente treinreizigers zijn, zijn zij dat ook, bijvoorbeeld.”

Daarmee zijn we bij social proof, de tweede windrichting uit het veranderkompas. Tertoolen: “Dat gaat over de sociale acceptatie van gedrag. Als je om je heen andere mensen ziet, en dan voornamelijk mensen die op je lijken of waar je tegenop kijkt, die bijvoorbeeld met de trein reizen, doe je dat zelf ook makkelijker. Andersom trouwens ook, als je baas altijd afgeeft op de trein en zelf met zijn BMW overal naartoe gaat, neem je dat ook eerder over. Emoties spelen daarbij ook een rol,” geeft hij de volgende windrichting aan, “daar moet je ook zeker rekening mee houden.”

Hoe ingewikkeld gedragsverandering ook kan zijn, de coronamaatregelen hebben aangetoond dat mensen flexibel zijn. “We hebben gemerkt dat het mogelijk is het gedrag van mensen te sturen, ook op mobiliteitsgebied,” zegt Van der Aa. “We kunnen ons aanpassen – maar dat willen we vaak niet. Nu het moet, merken mensen dat het dus wél kan. Ook mensen die voorheen dachten dat thuiswerken voor hen geen optie was, merken nu in een aantal gevallen dat het wel degelijk kan”, stelt Van der Aa. “Maar we zien ook een verschuiving naar minder duurzaam vervoer, van openbaar vervoer naar eigen auto. Dat is wel nadelig, want het is maar de vraag of we die mensen weer de auto uitkrijgen zodra dat weer verantwoord is. Die auto staat er immers al.”

Gerard Tertoolen: “Maak het klein, houd het dicht bij jezelf en laat het zien!”

Faciliteren, de laatste windrichting uit het kompas, kan daarbij helpen, zegt Tertoolen: “Het is eigenlijk simpel. Als je wilt dat iedereen met de leenfiets gaat, dan moet je als gemeente zorgen dat die fietsen

er zijn en ook te gebruiken zijn.” Hij plaatst wel een kanttekening: “Waar het vaak misgaat, is dat we bijvoorbeeld alleen het faciliteren aanpakken. Maar met alleen het neerzetten van leenfietsen en denken dat mensen vanzelf wel komen, ben je er niet.”

Sociaal Dilemma

Om de factoren die een rol spelen bij gedragsverandering te beïnvloeden, noemen Tertoolen en Van der Aa verschillende instrumenten. Allereerst wijst Tertoolen op het ‘sociaal dilemma’: “Voor jou persoonlijk is het misschien het handigste, fijnste of beste om met de auto naar je bestemming te reizen. Voor het collectief is dat een nadeel: we zitten vast in de auto, het is slecht voor het milieu, enzovoort. Het collectieve belang zit zo het individuele belang in de weg. De oplossing is dan vaak om een individueel voordeel te koppelen aan een collectief belang, zoals we bij bijvoorbeeld Beter Benutten hebben gedaan.”

“Wat ook goed werkt, is om het klein te maken. Begin dan niet meteen over de hele wereld, maar hou het bij je gemeente of je bedrijf. Motiveer bijvoorbeeld medewerkers om te gaan fietsen, omdat dat goed is voor de gezondheid van de medewerkers en daarmee goed is voor het bedrijf. Zo hou je het dicht bij mensen en zijn veel mensen makkelijker te bereiken.”

“Om effectief gedrag te veranderen gebruik ik vaak een regel uit een liedje van De Jeugd van Tegenwoordig: maak het klein, houd het dicht bij jezelf en laat het zien! Praat niet over mondiale klimaatproblemen of de bereikbaarheid van Nederland, maar houd het dicht bij de belevingswereld van het individu en laat zien dat je het probeert en dat vele anderen al een switch hebben gemaakt. Dat is de essentie!”

Een beter milieu begint bij de ander

Een derde methode is de meest bekende om mensen bewust te maken van hun keuzes:



"Gedrag kun je in vier 'windrichtingen' indelen: motivatie en weerstanden, social proof, faciliteren, en emoties en associaties."

voorlichting. "Dat is ook meteen de minst krachtige manier van gedrag beïnvloeden", aldus Tertoolen. "We kennen het nog van de massamediale campagnes zoals 'een beter milieu begint bij jezelf' of 'de auto kan best een dagje zonder u'. Zo'n belerende boodschap op tv, dat werkt dus niet. Voordat een boodschap effect heeft, moet je die vaak zien en tot je laten doordringen, en dan nog is het effect gering. We vinden dan wel dat mensen vaker de auto moeten laten staan, maar projecteren dat niet op onszelf. Vergelijk het met campagnes tegen roken, die werken ook niet heel goed, omdat we denken dat slechte dingen anderen overkomen, en niet ons. Evolutionair is dat overigens een heel handig mechanisme, het voorkomt dat we allemaal continu angstig zijn."

Reguleren en motiveren

Van der Aa onderscheidt grofweg twee methodes om het gedrag van mensen te veranderen, of dat nu gaat om duurzamere keuzes of om veiligheid: reguleren en motiveren. "Als we morgen alle snelwegen afsluiten, een kilometerheffing invoeren en autogebruik alleen toestaan voor bepaalde doeleinden, dan fietsen er morgen ineens veel meer mensen. Het is niet realistisch, maar met regels en beperkingen kun je wel veel bereiken. Als je autobezit aan banden zou leggen, kunnen mensen niet voor de auto kiezen en kiezen ze voor een alternatief. Maar," zo stelt ze, "om gedrag te beïnvloeden moet je zorgen voor een goede, intrinsieke, motivatie."



Maartje van der Aa,
MuConsult

Maartje van der Aa:
**"Als ik de fiets pak,
 doe ik dat omdat het
 gezond is en niet om
 bij te dragen aan het
 reduceren van het aantal
 auto's op de weg."**

Als ik de fiets pak, doe ik dat bijvoorbeeld omdat het gezond is, of gemakkelijk. Ik doe dat niet om bij te dragen aan het reduceren van het aantal auto's op de weg, ook al vind ik dat wel een goed streven." Van der Aa vreest dat uiteindelijk veel mensen toch weer, met de auto, naar kantoor gaan, ook al werken nu veel mensen thuis. "Een grote groep zal toch weer terugvallen. Dat hoeft niet erg te zijn trouwens, niet iedereen hoeft thuis te werken. Waar we wel voor moeten waken is dat niet iedereen op dezelfde dag gaat thuiswerken, dat vrijdag een soort standaard thuiswerkdag wordt en we de rest van de week weer in de file staan."

Geen doel maar middel

Van der Aa ziet ook een rol weggelegd voor werkgevers om het reisgedrag van hun werknemers te beïnvloeden. "Voor werkgevers is het van belang dat hun werknemers goed in hun vel zitten. Dat wil niet zeggen dat elke werknemer verplicht moet thuiswerken, bekijk het ook vooral per werknemer. Als iemand doodongelukkig wordt van thuiswerken, moet je dat niet gaan stimuleren. Aan de andere kant kan een werkgever wél thuiswerken ondersteunen en faciliteren voor die werknemers die daar wél blij van worden. Zie mobiliteit niet als doel, maar als middel, en maak thuiswerken onderdeel van het standaard arsenaal aan mobiliteitskeuzes. Daar zijn ook financieel en fiscaal mogelijkheden voor."

Als dat leidt tot het belonen van gedrag ziet Tertoolen wel een nadeel. "Eigenlijk wil je dat de extrinsieke motivatie omslaat naar intrinsieke motivatie, eerder is gedragsverandering niet geslaagd. Als je mensen elke keer een pak koffie geeft als ze gaan fietsen in plaats van autorijden, dan hebben ze na een tijdje wel genoeg koffie. En dan pakken ze de auto weer, tenzij ze ervaren hebben dat fietsen voor hen als individu voordeel heeft."

Als werkgever leren hoe u uw werknemers kunt uitnodigen tot een positieve gedragsverandering? Lees dan de **whitepaper** van Togethr, 'Werkgever, pak nú het moment voor gedragsverandering!', beschikbaar op www.mobiliteitsplatform.nl