

De spelregels voor gedrag

GOED DOORDACHTE PROBLEEMANALYSE CRUCIAAL VOOR SUCCESVOLLE UITROL



Beïnvloeding in het verkeer

De laatste jaren zien we een duidelijke verschuiving. Sociale psychologie wint terrein ten opzichte van verkeerskundige en verkeerstechnische maatregelen, waarbij het draait om het herkennen en beïnvloeden van het gedrag van weggebruikers. Hoewel de toepassing van gedragsmaatregelen in het verkeer zich nog in de experimentele fase bevindt, is er wel een aantal basisprincipes die als houvast kunnen dienen. Een goed doordachte probleemanalyse is hoe dan ook een cruciaal ingrediënt voor succes, waarbij creativiteit en maatwerk de bovenaan voeren. Zie gedragsmaatregelen vooral als een uitbreiding op het bestaande maatregelenpalet en lees je goed in, luidt het devies van gedragsdeskundige Matthijs Dicke-Ogenia. Verkeerspsycholoog Gerard Tertoolen vult aan dat vooral het in kaart brengen van de motieven en weerstand van je doelgroep cruciaal is, net als feedback geven; je moet mensen meenemen in het veranderproces.

Gerard Tertoolen, werkzaam bij XTNT en De Verkeerspsycholoog GTI, stelt dat Beter Benutten een belangrijke impuls aan verkeerspsychologie heeft gegeven, door de factor gedrag toe te voegen aan het maatregelenpakket voor betere bereikbaarheid. Tegelijkertijd zorgden maatschappelijke ontwikkelingen tot herziening van de oude denkwijze, zoals de verstedelijking en de exponentiele technische ontwikkelingen. Tertoolen: "Men kwam tot het besef dat er een limiet zit aan asfalt smeren. Bovendien dwong de economische crisis overheden anders met budgetten om te gaan, waardoor de gedragscomponent een serieuze aanvulling werd op het terugdringen van congestie en het verbeteren van de verkeersveiligheid." Maar er hangt nog steeds een mythische sfeer rond het onderwerp, vindt de verkeerspsycholoog. "In feite is alles wat een verkeerskundige doet al gedragsbeïnvloeding, van de aanleg van een rotonde tot een nieuwe verkeersregelininstallatie. Het is een mooi en effectief middel dat niet zo mysterieus is als gedacht. Het vereist ook geen jarenlange studie; met een aantal handvatten kan al veel worden gerealiseerd. Het mooie van sociale psychologie is dat het voor iedereen herkenbaar is. Mensen wordt in feite een spiegel voorgehouden, waardoor het besef groeit dat deze handschoen

gezamenlijk opgepakt moet worden. Dat zorgt voor een verbindende factor."

Vanuit CROW is de publicatie 348 'Mobiliteit en Gedrag' verschenen, wat vooral ingaat op de praktische invulling van sociale psychologie in de verkeersbranche. Hoe verklaren hoofdauteur Matthijs Dicke-Ogenia (Goudappel Coffeng) en projectmanager Marleen Hovens (CROW) de verschuiving van infra naar weggebruiker? "Naast de genoemde ontwikkelingen is ook buiten de verkeersbranche veel meer aandacht voor de mens en gedragsbeïnvloeding", aldus Dicke-Ogenia. "Denk aan het in 2011 gepubliceerde boek 'Influence' van Robert Cialdini, waarin hij de zes universele principes van beïnvloeding beschrijft, in te zetten om mensen te verleiden tot een bepaalde actie: sociale bewijskracht, autoriteit, schaarste, commitment en consistentie, sympathie en wederkerigheid. Veel mensen hebben het boek gelezen, maar vragen zich af hoe het toepasbaar wordt in de verkeer- en vervoerwereld."

Toverformule of leidraad?

Er bestaat geen blauwdruk, geen toverformule voor effectieve gedragsbeïnvloeding in het verkeer en voor iedere situatie is het maatwerk, maar er is zeker een aantal basisprincipes die

[tekst] AGNES JOOSTEMA

Hovens: "Verkeerskundigen moeten voor gedragsmaatregelen verder gaan dan een verkeerskundige probleemanalyse. Dat vergt veel creativiteit"



Het in kaart brengen van de motieven en weerstand van je doelgroep is cruciaal

Dicke-Ogenia: "Denk goed na over de keuze voor het middel. Leer verschillende soorten verkeersgedrag onderscheiden en baseer hier je keuze op"

als leidraad kunnen dienen. Tertoolen refereert aan de twee routes van gedragsbeïnvloeding die professor Daniël Kahneman in een van zijn publicaties aanhaalt: de langzame en de snelle routes, corresponderend met bewuste en onbewuste gedragsbeïnvloeding. Binnen de verkeerswereld is gedragsbeïnvloeding op drie gebieden toepasbaar:

1. Mobiliteitsmanagement: hoe zet je mensen aan tot het maken van andere mobiliteitskeuzes.
2. Verkeersmanagement: hoe leidt je verkeersstromen zo goed en efficiënt mogelijk.
3. Verkeersveiligheid: meer ingegeven door onbewuste gedragsbeïnvloeding.

Cruciale vragen

Voordat je begint aan gedragsmaatregelen is het van belang de volgende vragen te stellen:

1. Wat wil je precies?
2. Wat is het huidige gedrag en hoe omschrijf je de doelgroep?
3. Wanneer ben je tevreden?
4. Waarom zouden mensen je adviezen opvolgen? Door betere doorstroming, of hangt het samen met een financiële prikkel?

5. En waarom zouden mensen je adviezen niet opvolgen? Maak een lijst met concrete en realistische motieven.

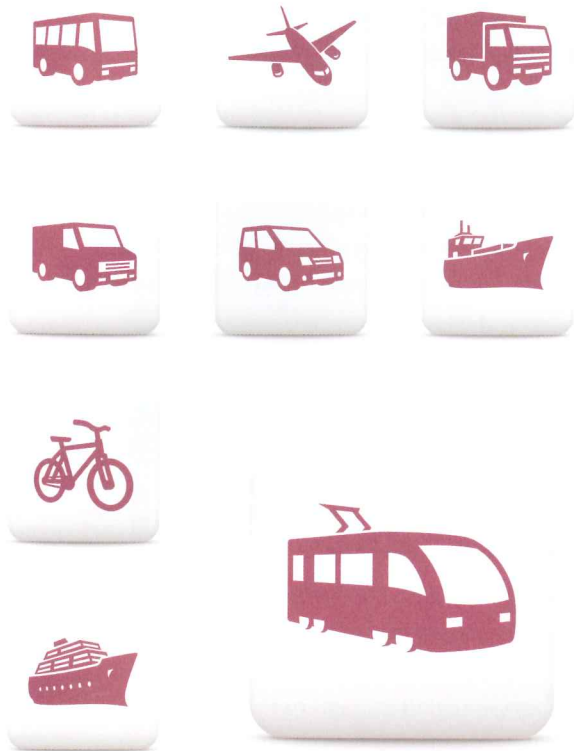
Voor de laatste twee punten – de motieven en weerstand van je doelgroep – zijn cruciaal, net als feedback geven; je moet mensen meenemen in het veranderproces. Vervolgens vind je hier passende maatregelen bij, waarbij je nadenkt over elementen die de weerstand weg kunnen nemen. Wil je het écht goed doen, dan betrek je ook de eindgebruiker bij het proces. Op deze manier kun je toetsen of hetgeen is 'voorgekookt' ook in overeenstemming is met de weggebruiker. Tertoolen erkent dat hier wel storingen in kunnen zitten. "Er is altijd een onzekere factor. Zo kan de vraagstelling in je enquête op voorhand al bepaalde antwoorden in de hand werken."

Van probleemanalyse naar maatregelen

De publicatie 'Mobiliteit en gedrag' is ontstaan vanuit de vraag van de verkeers- en vervoersector, naar kennis over verkeersgedrag als uitgangspunt voor beleid en maatregelen. De publicatie bevat beïnvloedingstechnieken om gewenst verkeersgedrag te realiseren. Nadat de probleemanalyse helder is, is het zaak de factoren die het gedrag bepalen helder te krijgen. Dit kan beredeneerd gedrag zijn, gewoonte of attitude, of samenhangen met waarden en normen of zelfeffectiviteit. Kies hier vervolgens de juiste toepassingsrichtingen bij:

1. Fysieke, infrastructurele omgevingsmaatregelen;
2. Maatregelen als belonen, straffen en/of handhaven;
3. Informeren;
4. Educatie;
5. Inspelen op de sociale omgeving;
6. Het inzetten van campagnes;
7. Het onbewust beïnvloeden van gedrag;
8. Harde maatregelen treffen met wet- en regelgeving, fiscaliteit en beprijzen.

Dicke-Ogenia: "Denk goed na over de keuze voor het middel. Leer verschillende soorten verkeersgedrag onderscheiden en baseer hier je keuze op. Bij een school hebben andere maatregelen effect dan bij een 80 kilometerweg. Hoe ga je bijvoorbeeld de snelheid verminderen



Hoe verleid je mensen tot het overstappen op een ander vervoersmiddel?

op een 30 of 80 kilometer weg en hoe voedt je roodlichtrijders op? Schiet hierbij niet direct in de oplossingsrichting, maar analyseer eerst het probleem en onderzoek waar het gedrag vandaan komt. Bedenk dan pas de maatregelen die je gaat inzetten." Hovens vult aan: "Als je de aanbevelingen leest klinkt toepassing eenvoudig, maar vergis je niet. De verdiepingsslag in de probleemanalyse vergt de nodige voorbereiding." Dicke-Ogenia vult aan: "Bovendien los je met het toepassen van bijvoorbeeld het Cialdini principe wederkerigheid een congestieprobleem niet op. Zo'n techniek werkt heel goed om meer deelnemers te werven voor een spitsmijden project, maar daarnaast zijn sterkere middelen nodig, zoals belonen (financieel of niet financieel). Als je exact weet wat je van weggebruikers vraagt, boek je meer succes."

Hovens licht toe hoe ingewikkeld het ontwikkelproces van de publicatie – en de daaraan gekoppelde cursus – is geweest: "Gaandeweg het proces raakte ik ervan doordrongen dat een goede probleemanalyse de cruciale basis is. Als verkeerskundige ben je goed geschoold in

het uitvoeren van een probleemanalyse, maar voor gedragsmaatregelen moet je verder gaan dan een verkeerskundige probleemanalyse. Dat vergt veel creativiteit. Om tot een overzichtelijk geheel te komen hebben we een uitgebreide inhoudsopgave opgesteld en voor de verschillende hoofdstukken auteurs geregeld. Het was een lastig vraagstuk hoe je met verschillende visies tot een gestructureerd en eenduidig geheel komt." De aan de publicatie gekoppelde cursus 'Mobiliteit en Gedrag' leert je verschillende soorten verkeersgedrag onderscheiden, een goed onderbouwde probleemanalyse opzetten, strategieën om verkeers- en mobiliteitsgedrag te beïnvloeden, een concreet beïnvloedingsplan ontwikkelen, beïnvloedingstechnieken (educatie, campagnes, wegontwerp) en meedenken over het oplossen van vraagstukken van andere cursusdeelnemers.

Onontgonnen gebied

De genoemde tips en aanbevelingen gaan vooral in op rationele, bewuste gedragsbeïnvloeding, maar er ligt nog een groot onontgonnen gebied aan de onbewuste kant, met enorme potentie. Tertoolen gebruikt dit nu echter vooral ter inspiratie, omdat de verkeersbranche nog niet toe is aan daadwerkelijke toepassing. "Onbewuste gedragsbeïnvloeding draagt nog het stempel 'manipulatie' en het is lastig de daadwerkelijke effecten vast te stellen. Bovendien is de houdbaarheidsdatum niet erg lang: als mensen je truc doorhebben heeft het geen effect meer. Wat echter wél kan is self persuasion toepassen. De traditionele manier van mensen aanspreken is 'schoolmeesterachtig', wat tot weerstand kan leiden. Mensen zelf laten nadenken en tot conclusies en oplossingen laten komen is veel effectiever."

Provincie Utrecht onderzoekt effect gedragsinterventies

Het effect van een interventie als 'Spitsvrij', van de provincie Utrecht, is door een gedragsexpert op basis van ervaring en evaluaties vooraf aardig in te schatten. Maar het wordt lastiger als het effect ingeschat moet worden van (een groep van) interventies in een bepaald gebied en in het bijzonder op langere termijn. Daarvoor ontbreekt vaak de kennis over de werking van verschillende

Tertoolen: "Er hangt nog steeds een mythische sfeer rond dit onderwerp, terwijl in feite alles wat een verkeerskundige doet al gedragsbeïnvloeding is"



TNO ontwikkelde het gedragsmodel Fountain, dat als beleidsondersteunend instrument bij het ontwikkelen en monitoren van mobiliteitsprojecten en – interventies kan dienen

gedragsbeïnvloedende factoren. Daarom heeft TNO het gedragsmodel Fountain ontwikkeld, dat als beleidsondersteunend instrument bij het ontwikkelen en monitoren van mobiliteitsprojecten en –interventies kan dienen. Het instrument, een agent-based model, is toegepast in twee cases van de Provincie Utrecht: bij het onderzoeken van het mobiliteitsgedrag van reizigers van en naar Utrecht Science Park en de Uithof en het mogelijke effect van verschillende interventies hierop.

Parameters in gedragsmodel Fountain

Fountain is een waardevol instrument in het proces om tot keuzes en vormgeving van interventies te komen, omdat het effecten van verschillende interventies op de lange termijn kan simuleren en laat zien waarom bepaalde verwachte effecten optreden. Het instrument is gebaseerd op state-of-the-art theorieën en data en modelleert het gedrag van individuele reizigers aan de hand van zogenoemde agents. Een

GOED VOORBEELD: MAASTRICHT BEREIKBAAR

Een goed voorbeeld van succesvolle gedragsbeïnvloeding is het Beter Benutten initiatief Maastricht Bereikbaar. Het doel van Beter Benutten Maastricht Bereikbaar 2012-2014 was 20 procent filereductie en opvang van autonome groei van automobilititeit. Dit doel is in Maastricht voor 80 procent bereikt met gedragsbeïnvloeding. De modal shift (de overstap van auto naar fiets/e-bike/OV) is een belangrijk onderdeel van de werkgeversaanpak. Daarom is het project 'Komop! Kies slim!' gestart om automobilisten vaker met de fiets, e-bike of het OV te laten reizen. Het project is uitgevoerd in 2013 en 2014 en krijgt een vervolg in Beter Benutten 2015-2017. De aanpak is bijzonder omdat de stapsgewijze aanpak leidt tot concrete en nauwkeurig gemeten effecten en duurzame gedragsverandering, die (na het initiële 'lokkertje') gebaseerd is op intrinsieke motivatie van de individuele deelnemers. Deelnemers die alle stappen doorlopen verminderen hun autoritten voor woon-werkverkeer structureel met 75 procent. Middels een tienstappenplan is op succesvolle wijze ingezet op deze overstap. In vogelvlucht houdt dit in:

Stappen met de reiziger:

1. Doelgroep bepalen
2. Doelgroep bereiken
3. Probeer aanbod
4. Doorpakken op maat
5. Begeleiden structurele verandering

Randvoorwaarden voor succes:

6. Moment kiezen
7. Samenwerken
8. Ambassadeurs inzetten
9. Continue ondersteuning
10. Monitoring en evaluatie

Lees een uitgebreid artikel over het vervolg Burn Fat Not Fuel van Maastricht Bereikbaar op pagina 20!


agent kun je zien als een individuele reiziger met zijn eigen voorkeuren en gewoonten. Fountain bevat vele duizenden van deze agents met een gezamenlijk gedragsmodel, maar individuele parameters. De gedragsreactie van deze agents op een interventie wordt beïnvloed door hun houding en voorkeuren tegenover verschillende vervoersmiddelen en vertrektijdstippen, hun fysieke omgeving (wegennetwerk, beschikbaarheid openbaar vervoer, beschikking over auto of fiets) en hun sociale omgeving (wat anderen doen). Ze beïnvloeden elkaar en passen hun gedrag al dan niet aan, rekening houdend met de omgeving waarin ze zich bevinden en verplaatsen.

Voorafgaand bij toepassing van de twee cases heeft de provincie Utrecht een heldere probleem-analyse gemaakt en de beoogde doelgroep in kaart gebracht. Daarna zijn de mobiliteitsinterventies op hoofdlijnen uitgedacht. Vervolgens zijn de interventies samen met TNO verder geconcretiseerd zodat deze in Fountain konden worden gesimuleerd. Daarbij is een aantal basisvragen beantwoord:

1. Hoe beoogt de interventie ander mobiliteitsgedrag teweeg te brengen? Via het aanleggen van infrastructuur of via gedragsveranderende maatregelen?
2. Wat zijn de concrete onderdelen van de interventie? Bijvoorbeeld: beoogt de interventie van invloed te zijn op de beschikbaarheid van de verschillende vervoersmiddelen? Beoogt de interventie de waardering voor een bepaald vertrektijdstip te vergroten?
3. Hoe lang duurt de interventie?




Case langer blijven

Een van de in Utrecht uitgedachte interventies is 'langer blijven'. Medewerkers krijgen een gratis parkeerkaart bij vertrek uit het kantoor na 7 uur 's avonds, ter waarde van 4 euro. Tevens kunnen ze gebruik maken van een gratis maaltijd en sportgelegenheid. Het is een comfort verhogende interventie; het wordt aantrekkelijker gemaakt langer op kantoor te blijven. Fountain heeft dit een jaar gesimuleerd en de mogelijke effecten beschreven. Dit schetst ook een beeld van de vele gedetailleerde inzichten die Fountain kan geven. De verhouding tussen de modaliteiten verandert nauwelijks, maar er is een sterke verwachte stijging in het aantal medewerkers dat later vertrekt vanaf de werklocatie. Vervolgens is het interessant na te gaan wie deze langer blijvende medewerkers zijn. Verhoudingsgewijs veranderen autorijders het meest hun modaliteitskeuze. Er zijn drie 'groepen' overstappers gemarkeerd die, naast een ander moment van overstappen ook verschillende eigenschappen blijken te hebben: (1) personen die de bonus zo erg waarderen dat ze direct overstappen, (2) personen die de bonus waarderen, maar niet voor de massa uit willen lopen en (3) personen die op zich wel voordeel hebben van de bonus, maar vooral overstappen 'omdat iedereen het doet'. Groep 1 en 2 lijkt behoorlijk veel op elkaar: hun waardering van kosten, comfort en reistijd is voor alle aspecten ongeveer even hoog. Maar de agenten in groep 2 blijken voornamelijk het extra zetje van sociale acceptatie nodig te hebben. Groep 3 lijkt een ander patroon te laten zien, zij hebben duidelijk hogere waardering voor kosten en beduidend minder voor comfort. Dat betekent dat deze interventie hun relatief minder voordeel biedt, zeker voor fietsers. Het feit dat ze toch overstappen, en dat dit pas laat gebeurt, is dan ook het gevolg van toegeven aan de nieuwe sociale norm. Het 'social norm' mechanisme is echter nog onvoldoende gekalibreerd met data en lijkt hier wel heel effectief en snel te werken. TNO gaat Fountain op basis van beschikbare en geschikte data nader kalibreren en valideren, maar kan nu al worden ingezet voor het verkennen en vormgeven van (vernieuwende) mobiliteitsinterventies. TNO werkt hierbij bij voorkeur samen met adviseurs en experts die het instrument in de loop der tijd ook zelf kunnen gaan inzetten. 

Meer over Fountain

De input over het Fountain model is afkomstig van Guido Sluismans, Tineke Hof, Selmar Smit en Tanja Vonk van TNO. Lees voor meer achtergrond en de exacte werking van het Fountain model het uitgebreide artikel op www.verkeerinbeeld.nl onder zoekwoord 'fountain'. Een aanrader!

 Meer weten over de cursus en publicatie (kennisbundel) 'Mobiliteit en Gedrag'? www.crow.nl/348