



Deelsessie Beïnvloeden reisgedrag

4 maart: congres Denk, Doen en Delen De Verkeersonderneming

De bijeenkomst startte met een Mentimeter waaruit naar voren kwam dat alle 43 aanwezigen in bepaalde mate werken aan dit onderwerp.

Joris Kessels, die voorheen onder andere betrokken was bij het Beter Benutten programma van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat gaf een aantal praktische tips waar je rekening mee moet houden wanneer je het gedrag van reizigers wil beïnvloeden. Zo is het belangrijk om te weten welk gedrag je wil beïnvloeden, maar ook is het belangrijk om het huidige gedrag van je doelgroep te begrijpen. Daarna kun je pas een passende oplossing aanbieden. Daarbij is timing essentieel. Zijn advies is om gebruik te maken van discontinuïteiten en gunstige omstandigheden (zoals het weer) en zorg bij een actie ook voor een vervolgaanbod om de verandering te kunnen realiseren.

Maak het ze makkelijk

Een andere tip is dat je het de doelgroep makkelijk moet maken. Neem de hobbels weg en biedt keuzevrijheid. Zorg er ook voor dat je dit in kleine stapjes aanbiedt. Om het gewenste gedrag te stimuleren kunnen er beloningen worden gekoppeld aan het gewenste gedrag. Dit kan door financieel te belonen of een spaarpuntensysteem toe te passen. Maar ook niet materiele beloningen moeten niet onderschat worden. Een smiley bij een 30 k/m paal of positieve feedback in een app die je gebruikt. De juiste framing en het taalgebruik zijn daarbij essentieel. Tot slot gaf Kessels mee dat het belangrijk is om de sociale context te benutten (mensen doen graag wat anderen doen, mond-tot-mondreclame en de inzet van super promotors). Kessels sloot zijn verhaal af met de boodschap dat mobiliteitskeuzes maatwerk is. Biedt persoonlijke feedback, dat motiveert en behoudt de interactie bijvoorbeeld via social media of gaming.

Perspectief van het type reiziger

De tweede presentatie, verzorgd door Kate Spierings, stond in het kader van praktijkvoorbeelden van De Verkeersonderneming. Vanuit De Verkeersonderneming wordt er gewerkt aan aanpakken (zoals een bewoners- en werkgeversaanpak), maar ook vanuit de Minder Hinder projecten. De Verkeersonderneming kijkt vooral naar het perspectief van het type reiziger. Wat heeft iemand nodig om een betere mobiliteitskeuze te maken? Wat beïnvloedt dat gedrag en wat zijn de behoeften en belemmeringen van reizigers? Kortom, wat is er nodig om gedrag structureel aan te passen?

De plannen voor deze projecten worden gebaseerd op gedragsinzichten verzameld door kwalitatief en kwantitatief onderzoek en verkeersdata. Deze inzichten worden vertaald naar een actieprogramma.

Van Maasmeter tot fietscircus

Een aantal voorbeelden die zijn genoemd: De Maasmeter, waarbij automobilisten onder andere inzicht krijgen in de maandelijkse kosten van hun auto en de verloren reistijd. De mobiliteitshub in Schiedam, waarbij bewoners uit bepaalde wijken gebruik konden maken van deelauto's, deelfietsen en deelscooters. Het project met de honderd huishoudens, waarbij Rotterdammers van verschillende leeftijd, culturele achtergrond en uit verschillende woonwijken vier maanden lang een budget van €200,- kregen om gebruik te maken van deelvervoer, ov en de watertaxi. Zo wilden we leren wanneer mensen wel én geen gebruik maken van de verschillende vormen van vervoer die de stad te bieden heeft. Het fietscircus dat in verschillende gemeenten is georganiseerd om fietsen onder de aandacht te brengen en de toolkit werkgeversaanpak waarbij er met werkgevers wordt gewerkt om reisgedrag van medewerkers te beïnvloeden.

Vraag van een deelnemer: Wordt er in de projecten gekeken naar cultuur? In bepaalde culturen is de auto echt een statussymbool.

Er is bij het experiment met de 100 Rotterdammers een selectie gemaakt op basis van diverse culturele achtergronden, maar ook naar besteedbaar inkomen. Hieruit hebben we geleerd dat de invloed van cultuur lijkt mee te vallen. De woonomgeving, sociale status en financiële situatie leken meer impact te hebben dan de cultuur.

Opmerkingen en discussies in de chat

- “In Arnhem Nijmegen koppelen we gedragsmaatregelen ook aan grote werkzaamheden, zoals het groot onderhoud van de Waalbrug.”
- “Wat is er nodig om het gedrag niet tijdelijk te veranderen (zolang er een beloning is), maar ervoor te zorgen dat het gedrag structureel verandert?”
- “Fysieke beloningen kunnen averechts werken en hebben weinig effect op de langere termijn. Complimenten en positieve feedback dragen wel bij aan structurele gedragsveranderingen.”
- “Is er ervaring met het sneller komen tot gedragsverandering wanneer je een hele community benadert? Omdat mensen wellicht het gedrag overnemen?”
- “In hoeverre heeft gedragsverandering zin als er geen alternatief is? Ov is bijvoorbeeld nog relatief duur en veel gedoe.”
- “Er is toch niks mis mee als iemand in de file wil staan? Doel moet wat mij betreft meer op milieuwinst en minder ruimtegebruik liggen. Wordt dat wel duidelijk gemaakt in de communicatie?”
- “Waarom eerst bewustwording en dan gedragsverandering? Vanuit de gedragswetenschap wordt het tegenovergestelde gepropageerd. Eerst gedragsverandering dan volgt bewustwording vanzelf. Dan heb je ook sneller een gedragsverandering.”
- “Ik vind het altijd fijn om verandering van gewoontegedrag te zien als proces in plaats van als event. Een effectieve strategie om iemand te overtuigen is nog geen effectieve strategie om gedrag te triggers. En een effectieve strategie om gedrag te triggeren is nog geen effectieve strategie om nieuw gedrag te bestendigen. Als we gedrag duurzaam willen veranderen kunnen we een strategie dus het best chronologisch opzetten en per stap kijken naar de relevante gedrag factoren.”

De deelsessie werd georganiseerd door Kate Spierings en Onno van der Veen van De Verkeersonderneming in samenwerking met Joris Kessels van Rijkswaterstaat.