

# 'Gedragseffecten zijn niet altijd wat ze

Marieke Martens, hoogleraar Human Factors aan de Universiteit Twente, werkzaam bij TNO, in deze Verkeerskunde gasthoofdredacteur en in dit interview zelf aan het woord. Want Martens heeft nieuws. Vier jaar lang leidde zij vanuit TNO één van acht verkennende onderzoeken onder het Enabling Technology Programme Gedrag en Innovatie.

Op 20 november eindigde 'haar' ETP-project over 'mobiliteit en gedrag'. Deze studie leverde eyeopeners op, nieuwe vakkennis over de determinanten van gedrag én een tool: FOUNTAIN, een gedragseffect- en verkenningmodel op basis van nieuwe metakennis. Martens: 'Gedrag betrof in dit geval 'flexibel reizen', ofwel wat bepaalt nu waarom mensen al dan niet in de spits in de auto stappen, want dat willen we graag beïnvloeden. Tot nu toe keken we vooral achteraf naar de uitkomst van projecten: is er een meetbaar positief effect, dan rollen we een maatregel verder uit, zo niet, dan stoppen we ermee. Wij wilden meer weten en begrijpen welke factoren op welk moment, op wie van invloed zijn. En terecht, want meetbaar effect betekent nog niet dat een maatregel altijd en voor iedereen op elk moment goed werkt. Hoe meer mensen bijvoorbeeld thuis gaan werken, hoe rustiger het op de weg wordt. Maar na een tijdje wordt het toch weer druk, omdat anderen de weg (weer) op gaan omdat het rustiger wordt. Dan werkt de maatregel in principe wel, maar loopt de weg toch weer vol. Het zou dan een fou-

tieve conclusie zijn om te denken dat de maatregel an sich geen goede maatregel is.

Zoals we al wisten dat 'de mens' niet bestaat, weten we nu ook dat 'de maatregel' niet bestaat. Mobiliteit in de spits duurder maken maakt sommige mensen bijvoorbeeld helemaal niet uit, terwijl andere mensen de spits wel willen mijden maar simpelweg spitsgebonden zijn vanwege werk of schooltijden. En woon je dichtbij een OV-station en hoe is je gezinssituatie? Daarnaast hebben we gekeken naar de effecten van een omslag in het denken over mobiliteit. Hierbij is sociale beïnvloeding belangrijk en zullen maatschappelijke normen en waarden veranderen over de tijd, net als met roken.

## Gegevens met elkaar in verband brengen

Kortom, we hebben op micro- (individuele mens), meso- (gezin en werk), en macro- (samenleving) niveau literatuuronderzoek gedaan en praktijkdata verzameld. Alle determinanten, factoren en triggers van alle niveaus hebben we in een agent based model verwerkt



Een fietsenstalling bij de bushalte overkappen is effectief als je doel is om blijvende fietsers te krijgen, maar je krijgt er geen automobilist mee in de bus

tot het FOUNTAIN model. Zo kunnen we nu gegevens met elkaar in verband brengen en kun je zien waarom mensen wel of niet bereid zijn gedrag te veranderen en hoe factoren van elkaar afhankelijk zijn.



Esther de Lange, Programmamanager Beter Benutten Vervolg, Rijkswaterstaat Midden Nederland

## Wat zijn de belangrijkste onderzoeksvragen in actuele mobiliteitsbeïnvloedingsprojecten in de regio Utrecht?

'In de regio Midden Nederland zijn we sinds een paar maanden druk bezig met de voorbereidingen van het programma Beter Benutten Vervolg. Dit programma heeft als doel om de bereikbaarheid van de economische kerngebieden in Midden Nederland structureel te verbeteren. Het programma wil dit bereiken door zich primair te richten op het veranderen van reisgedrag van mensen in de ochtend- en avondspits, zodat de bestaande infra-

structuur voor fiets, OV en auto, beter wordt benut. De vier economische kerngebieden waar we de grootste bereikbaarheidsproblemen zien, en waar we ons daarom in eerste instantie op richten zijn: Utrecht Centrum, Amersfoort Noord, Utrecht Science Park + Rijnsweerd en Nieuwegein Centrum + 't Klooster.

## Integraal en organisatie-overstijgend

In tegenstelling tot eerdere samenwerkingsprogramma's is er voor Beter Benutten Vervolg door de bestuurders in de regio bewust gekozen voor een aparte programma-organisatie die wordt

bemenst door deskundigen vanuit de verschillende moederorganisaties. Hierdoor is het meer dan voorheen mogelijk om integraal en organisatie-overstijgend naar de bereikbaarheidsproblematiek en -oplossingen in ons gebied te kijken.

## Meerwaarde

De komende maanden moet duidelijk worden of we deze meerwaarde kunnen vertalen in concrete projectplannen. Als programmamanager heb ik daar alle vertrouwen in!

# en te zijn'



Marieke Martens, hoogleraar Human Factors aan de Universiteit Twente, werkzaam bij TNO



## Verstokte automobilist

Het model gaat ervan uit dat mobiliteitsgedrag gewoontegedrag is, hoewel de exacte gewoonte zelf voor iedereen weer anders ligt. Verder is het opgezet als een verkennend rekenmodel. Het geeft inzicht aan partijen die een mobiliteitsprobleem willen aanpakken, maar niet

goed weten hoe ze dat moeten doen. Moeten ze een brede doelgroep aanspreken (omdat ze niet weten wie de mensen zijn die ze willen beïnvloeden) of zich juist met specifieke middelen richten op een selecte doelgroep om uiteindelijk effectiever te zijn. Met dit model kun je met allerlei parameters spelen en zo een indicatie krijgen welke

factoren je het beste aan kan pakken. Zo krijg je een verstokte automobilist makkelijker zo ver om voor- of na de spits in de auto te stappen dan dat je hem/haar in het OV krijgt. Dan heeft het dus geen zin een gratis OV-abonnement aan te bieden. Ook hoor ik wel eens: 'we gaan een fietsenstalling bij de bushalte overkappen'. Dat is effectief als je doel is om blijve fietsers te krijgen, maar je krijgt er geen automobilist mee in de bus.

## Hoge inkomens gevoeliger voor prijsprikkels

Een interessant inzicht uit de studie is bijvoorbeeld dat het succes van veel spitsmijdprojecten die werken volgens het principe 'meld u vrijwillig aan en u verdient een x bedrag', met name zit in de component vrijwilligheid en minder in de beloning. De beloning fungeert vaak als trigger om over te stappen naar een ander gedrag dat eigenlijk latent al op de loer lang. Ook opmerkelijk is dat mensen met hoge inko-

mens gevoeliger lijken voor prijsprikkels. Pel je het af dan blijkt dat deze mensen meer ruimte hebben om hun werktijden zelf te kiezen.

FOUNTAIN is een operationeel model, maar zeker niet 'af'. We hebben het model getoetst aan een bestaande proef en die resultaten komen heel aardig overeen. Bovendien geven we met dit model de mogelijkheid om zaken te verkennen die in een proef niet gemeten zijn. Het mooiste is als we met data van nieuwe projecten ook benchmarkgegevens kunnen genereren en tegelijkertijd het model continu up to date houden en kennis borgen.'

Martens is hoopvol als het gaat om gerichte mobiliteitsgedragsbeïnvloeding in de toekomst. 'Met namen omdat data, bijvoorbeeld via mobiele telefoons, steeds eenvoudiger te loggen zijn. Veel van die data, ook als ze anoniem zijn, hebben zoveel waarde dat het zonde is ze niet te gebruiken. We kunnen zo veel leren over motieven en reispatronen zonder dat we mensen lastig hoeven te vallen met ellenlange vragenlijsten. Uiteindelijk zorgt dat er juist voor dat we mensen goede alternatieven kunnen aanbieden die passen bij de persoon.' (NB)

**i** Op [www.verkeerskunde.nl/dossier](http://www.verkeerskunde.nl/dossier) vindt u dit interview met links en meer informatie over de ETP-onderzoeken

## Welke conclusies en tips komen uit theorie en praktijkonderzoeken in Noord-Brabant?

'De provincie Noord-Brabant werkt samen met de triple helix aan (innovatieve) mobiliteitsbeïnvloeding. We lichten conclusies en tips toe aan de hand van twee cases.

**B-Riders** is eind 2013 gestart heeft circa 2300 deelnemers. Doel is het stimuleren fietsgebruik naar het werk met een E-Bike Bonus (terugverdienen deel aanschafkosten) en een Online Fietscoach (app). De app legt ook doelen vast (implementatie-intentie) en geeft sociale norm feedback.

Tussenresultaat is dat zo'n 30 procent van de autoritten verschuift naar de e-bike. De combinatie bonus + coach leidt tot hoger fietsgebruik. De data gebruiken we voor BikePRINT, een analysetool om (GPS-data over) fietsverplaatsingen te vertalen in beleidsrelevante informatie.

**Spitsmijden** in Brabant liep van eind 2010 tot 2012. Gemiddeld werden 53 procent van de spitsritten van de deelnemende 2500 automobilisten van de weg gehaald door een relatief kleine beloning te verstrekken. Het toepassen van theorieën uit de gedragspsychologie leidde tot interessante resultaten: zo werden 27 procent

meer ritten gemeden wanneer de deelnemer vooraf een mijdplan had gemaakt. De automobilisten kozen zelf om de spits te mijden en houden dit ook zonder beloning nog vol.

**CONCLUSIES** zijn dat de doelgroep niet vanaf de projectstart intrinsiek gemotiveerd kan worden. Dus eerst extrinsiek verleiden om mee te doen (zoals met beloning). Mensen zijn te beïnvloeden, maar alleen in kleine stapjes en dat kost (veel) tijd. De inzet van gedragsexpertise is daarbij noodzakelijk.



Ewoud Vink, beleidsmedewerker Mobiliteit, provincie Noord-Brabant