

PUBLAB



BETER

BENUTTEN

BEHAVIOURCHECK

VRAGENLIJST

Maart 2014
Anita van Essen
Reint Jan Renes

Beter Benutten Behaviourcheck

Vragenlijst voor slimme maatregelen gericht op gedragsverandering.¹

Waar gaat het om?

Sinds 2011 werken Rijk, regio en bedrijfsleven samen in het programma Beter Benutten om de bereikbaarheid in de drukste Nederlandse regio's over weg, water en spoor te verbeteren. De ambitie van het Programma Beter Benutten is om de komende jaren de reistijd op de grootste knelpunten van de in de probleemanalyse benoemde herkomst en bestemmingsrelaties met 10% te verbeteren ten opzichte van een situatie zonder het vervolprogramma Beter Benutten. Het beïnvloeden van mobiliteitsgedrag zal in het vervolprogramma een nadrukkelijke rol spelen.

Om kansrijke maatregelen te ontwikkelen en effectief het gedrag van reizigers te beïnvloeden, zijn heldere strategische keuzes nodig. De sociale wetenschap biedt steeds meer inzichten in welke factoren een rol spelen bij gedragsverandering. Om deze inzichten in de praktijk van Beter Benutten toe te passen, is een vragenlijst ontwikkeld die professionals helpt om op een systematische manier een scherpe probleemanalyse te maken gericht op gedragsverandering. Deze vragenlijst sluit nauw aan op het overzichtsschema **CORT en Krachtig**, en kan voornamelijk ingezet worden voor de gedragsanalyse binnen dit schema.

Wat doet de vragenlijst?

De vragenlijst helpt de betrokken partijen binnen het Programma Beter Benutten op een gestructureerde wijze een scherpe analyse van het bestaande mobiliteitsgedrag en mogelijke aanpassingen daarvan. De vragen helpen om de focus op gedragsverandering aan te scherpen en het beïnvloedingspotentieel van de gekozen aanpak te versterken. Per gebiedsanalyse kan bekeken worden welke vragen relevant zijn om langs te lopen.

Hoe is de vragenlijst opgezet?

Het realiseren van maatregelen bestaat grofweg uit 3 onderdelen, namelijk probleemanalyse, verkennen van oplossingen /ontwerpen van maatregelen en uitvoering van maatregelen. Deze vragenlijst is toegespitst op het onderdeel probleemanalyse, met een focus op gedragsverandering. De analyse is in vier analyselevels opgesplitst.

1. Regionale opgave: welk mobiliteitsgedrag is gerelateerd aan de regionale opgave? *pg. 3*

2. Omgevingsanalyse: welke sociale en fysieke omgevingsinvloeden beïnvloeden het gedrag? *pg. 4*

3. Gedragsanalyse: wat beweegt doelgroepen om bepaald gedrag te vertonen? *pg. 5*

4. Maatregelcheck: stelt de maatregel de doelgroep in staat het gedrag te vertonen? *pg. 7*

Aanbevolen bronnen: relevante onderzoeken en rapportages *pg. 10*

¹ Deze vragenlijst is grotendeels gebaseerd op het rapport "Gedragsverandering via campagnes" (Renes, et al., 2011) en het Campagne Strategie Instrument versie 2.0 (CASI 2.0) van het Ministerie van Algemene Zaken.

Analyselevel 1 REGIONALE OPGAVE

CORT en Krachtig

Verkeerskundige analyse

Voordat er wordt nagedacht over de in te voeren maatregel is het van belang om na te gaan wat precies de regionale opgave is en welk mobiliteitsgedrag daaraan is gerelateerd.

Regionale opgave: realiteitscheck

- De dagelijkse realiteit: wat is er aan de hand?
 - Wat is het verkeerskundige vraagstuk?
 - Wat is het mobiliteitsgedrag dat wordt vertoond? Het
- De ideale realiteit: waar streven we naar?
 - Wat is het verkeerskundige doel?
 - Wat is het doelgedrag?

Voorbeeld Uithof

Er zijn sterk vertraagde ritten af te leiden uit de landelijke foto. Het gedragsdoel is dan bijvoorbeeld het verminderen van het autogebruik in de avondspits tussen 0-7,5 km.

Afbakening gedragsprobleem: focus aanbrengen

- Waar, in welke situatie vindt het te veranderen gedrag plaats (plaats, tijd)?
- Welke cijfers en feiten zijn er bekend over het gedrag?
- Wie vertoont het gedrag?
 - Hoe is de groep die het gedrag vertoont te omschrijven (leeftijd/geslacht, sociaal economische status, etc.)?
 - Is de groep die het gedrag vertoont grotendeels gelijk of onder te verdelen in verschillende subgroepen?
 - Let op! Als de groep onder te verdelen is in verschillende subgroepen, dan de vragenlijst voor iedere subgroep opnieuw doorlopen.
- Ziet de groep die het gedrag vertoont zelf ook de noodzaak dit te veranderen?
 - Welke weerstanden tegen verandering zijn er in deze groep?

Aanpak om de regionale opgave te realiseren: zicht op randvoorwaarden

- Welk scala aan mogelijkheden kan worden ingezet om het beoogde gedrag te bereiken?(regelgeving? voorzieningen? financiële incentives ? communicatie?)
- Zijn er al eerder maatregelen gericht op dit probleem ingevoerd? Zo ja, met welk doel?
 - Is dit een vervolg- of aanvullende maatregel?
 - Kunnen we iets leren van eerdere maatregelen?

CONCLUSIE REGIONALE OPGAVE

- Welk huidige mobiliteitsgedrag is gerelateerd aan de regionale opgave?
- Wat is het beoogde doelgedrag?
- Wie is de doelgroep voor gedragsbeïnvloeding?
- Wat is de beoogde doelstelling/rol van de gedragsbeïnvloeding (ten opzichte van bovenliggend beleid)?

Analyselevel 2 OMGEVINGSANALYSE

CORT en Krachtig

Stakeholderanalyse

Nu de focus op het gedrag en de doelgroep van de in te voeren maatregel helder is, is het cruciaal aanknopingspunten voor een effectieve maatregel verder te verkennen. Daarvoor is allereerst een verdiepende analyse van de omgeving nodig. Gedrag vindt altijd plaats in een bepaalde omgeving. Daarbij spelen zowel andere mensen (sociale omgeving) als de fysieke omgeving (infrastructuur, faciliteiten en voorzieningen) een rol.

Sociale omgeving: Wie?

- Wie is van invloed op het te veranderen mobiliteitsgedrag? (**sociale** omgeving: relevante anderen, etc.)
 - Vindt het gedrag alleen of met anderen plaats?
 - Is het gedrag waar mensen met anderen over praten?
 - Wat is de gedeelde norm: hoe "hoort het" volgens de doelgroep?
 - Wat voor mobiliteitsgedrag vertonen de voor de doelgroep relevante anderen?
- Is groepsdruk een belangrijke factor?
- Is de sociale omgeving ondersteunend of belemmerend voor het vertonen van het huidige en te veranderen gedrag?
- Kan de sociale omgeving ingezet worden om het doelgedrag te realiseren?

Voorbeeld Uithof

Op de Uithof zijn verschillende groepen mensen van invloed op het autogebruik; bijvoorbeeld werkgevers op het gedrag van werknemers .

Fysieke omgeving: Wat?

- Wat beïnvloedt het huidige mobiliteitsgedrag? (**fysieke** omgeving; omgeving waarin het gedrag plaatsvindt, bijvoorbeeld thuis, op het werk, in de openbare ruimte)
 - Hoe en in welke mate is de bestaande infrastructuur en keuzearchitectuur van invloed (positief, negatief) op het gedrag?
- Kun je met een nieuwe maatregel hierop inspelen?
 - Welke belanghebbenden spelen hierbij een rol (bijvoorbeeld: werkgevers, dienstverlenende instanties, horeca, etc.)?

Voorbeeld Uithof

Op de Uithof zijn verschillende omgevingsinvloeden mogelijk: bijvoorbeeld bedrijfscultuur, reiskostenvergoeding, etc.

CONCLUSIE OMGEVINGSANALYSE

- Welke sociale en fysieke omgevingsinvloeden vormen voor mensen mogelijk een *belemmering* om ander gedrag te vertonen?
- Welke sociale en fysieke omgevingsinvloeden *stimuleren* ander gedrag?

Analyselevel 3 GEDRAGSANALYSE

CORT en Krachtig

Gedragsanalyse

Naast sociale en fysieke omgevingsinvloeden zijn er ook individuele factoren die een rol spelen bij mobiliteitsgedrag. Wat beweegt mensen om het gedrag te vertonen? Van sommige factoren is men zich bewust, van andere juist niet. Een maatregel kan het huidige gedrag ontmoedigen of doelgedrag stimuleren. Om deze afweging goed te kunnen maken, is het nodig het gedrag te analyseren.

Overwegend bewuste factoren

- Intentie/motivatie
 - In hoeverre nemen mensen zich bewust voor om het huidige gedrag te gaan vertonen?
 - Indien een intentie belangrijk is om het doelgedrag te realiseren: is er al een positieve intentie?
 - Ja, er is sprake van een bestaande gedragsintentie bij de doelgroep (men wil het wel, maar doet het niet)
 - ❖ Waardoor is er een kloof tussen intentie en (gewenst) gedrag?
 - ❖ Kan een maatregel helpen om deze kloof te overbruggen?
 - Nee, er is nog geen gedragsintentie:
 - ❖ Welke gedragsintentie/actie is gewenst en welke functionele en/of emotionele voordelen kunnen hieraan worden verbonden?
 - Zijn mensen gemotiveerd om hun huidige gedrag te veranderen? Zo ja, wat is de belangrijkste drijfveer?
- Attitude
 - Wat zijn de waargenomen voor- en nadelen van het huidige gedrag?
 - Hoe belangrijk vindt men de verschillende voor- en nadelen van het huidige gedrag?
- Kennis
 - In hoeverre zijn mensen op de hoogte van alle mogelijke relevante voor- en nadelen van het doelgedrag?
 - Zit de kennis/mening gedragsverandering in de weg?
 - Is er (nu nog ontbrekende) kennis die mensen zouden kunnen laten meewegen om het doelgedrag te vertonen?
- (Waargenomen) gedragscontrole
 - Denken mensen dat ze in staat zijn het doelgedrag te vertonen?
 - Kunnen mensen het doelgedrag gemakkelijk vertonen?
 - Beschikt de doelgroep over de benodigde vaardigheden om het doelgedrag te vertonen?

- Weerstand
 - Staat de doelgroep open voor nieuwe maatregelen?
 - Is er een 'afzender' die bij de maatregel hoort?
 - Zo ja, is het mogelijk dat deze afzender een sterke tegenreactie of weerstand oproept?
 - Zo ja, kan er een andere afzender worden gekozen, of kan er zonder afzender gewerkt worden?

Overwegend onbewuste factoren

- Zelfbeeld
 - Is het huidige gedrag belangrijk voor het zelfbeeld van mensen?
 - Past ander gedrag bij hun normen en waarden?
- Gewoonten, automatismen
 - In hoeverre is het huidige gedrag gewoontegedrag?
 - Welke gewoonten en automatismen spelen een rol bij het huidige gedrag?

Voorbeeld Uithof

Het blijkt dat autorijden voornamelijk gewoontegedrag is, wat verbonden is met andere gewoontes als boodschappen doen en kinderen ophalen.

Overkoepelend

- Inspirerende voorbeelden
 - Zijn er al groepen die ander gedrag vertonen, die als inspiratie kunnen dienen of tot voorbeeld gesteld kunnen worden?
 - wat zijn voor hen de belangrijkste bewuste en onbewuste factoren om ander gedrag te vertonen? (Gebruik hiervoor bovenstaande vragen)
 - zijn deze factoren ook relevant/aantrekkelijk voor de groep die dit gedrag (nog) niet vertoont?
- Kritieke momenten
 - Is het mogelijk in te grijpen in de situatie en op het moment waarin het gedrag plaatsvindt?

CONCLUSIE INHOUDELIJKE FOCUS MAATREGEL

- Weeg af wat het meest kansrijk is: ontmoedigen van het huidige gedrag, stimuleren van nieuw gedrag, of een combinatie ervan.
- Welke factoren lijken het meest relevant?
- Op welke combinatie van factoren richt de maatregel zich dan?
- Hoe is de ontvankelijkheid van de doelgroep (m.b.t. het onderwerp, de maatregel, de afzender en het moment van ingrijpen)?
- Zijn er aanknopingspunten (bijvoorbeeld bepaalde momenten) waarin de doelgroep ontvankelijk is voor een maatregel en die van voldoende invloed is en krachtige genoeg om op het kritieke moment het gewenste gedrag te laten plaatsvinden?

Analyselevel 4 MAATREGELCHECK

CORT en Krachtig

Reflectie oplossingsrichtingen

Nadat het doelgedrag en de oplossingsrichtingen zijn vastgesteld, kan worden begonnen met het daadwerkelijk ontwerpen van de maatregelen. Direct na het bedenken van oplossingsrichtingen wordt nog eenmaal ter controle nagegaan of de gekozen maatregelen(pakket) de doelgroep daadwerkelijk in staat stelt om het gewenst mobiliteitsgedrag te gaan vertonen.

Gedragsniveau: automatisch of reflectief?

- Richten de maatregelen zich op het juiste gedragsniveau? Bij het veranderen van automatisch gedrag kan gekozen worden voor bewustwording van het huidige gedrag of direct ingrijpen in het automatische gedrag; bij het veranderen van reflectief gedrag is ingrijpen op controleerbare aspecten van gedrag noodzakelijk.
- Doorbreken de maatregelen de relatie tussen impuls / gewoonte en gedrag?
- Stelt het maatregelenpakket de doelgroep in staat om een nieuwe gewoonte te ontwikkelen?

Maatregelfactoren

- Hoe bereikt de maatregel de doelgroep?
- Roept de maatregel weerstand op bij de doelgroep?
- Maakt de maatregel het doelgedrag aantrekkelijk, haalbaar, normaal en/of onontkoombaar?

Vergelijking oude en nieuwe gedrag

- Stelt de maatregel de doelgroep in staat om het huidige gedrag met het doelgedrag te vergelijken?
- Stelt de maatregel de doelgroep in staat om het huidige gedrag met sociale normen te vergelijken?
- Is het mogelijk om de maatregel te omzeilen door het eigen gedrag mooier voor te stellen dan het is (ik ben al best goed bezig) of de maatregel 'weg te redeneren' (niet voor mij bedoeld)?

Handelingsperspectief

- Geeft de maatregel een helder handelingsperspectief in haalbare stappen?
- Maakt de maatregel het doelgedrag voor de doelgroep gemakkelijk uit te voeren / is de moeilijkheidsgraad van het nieuwe gedrag afgestemd op de doelgroep?
- Heeft de doelgroep de kans om het nieuwe gedrag direct uit te voeren?

Voorbeeld Uithof

Er kan bijvoorbeeld worden gekozen om de maatregel de doelgroep te laten bereiken via de directe leidinggevende of collega's om zo min mogelijk weerstand op te roepen.

Motivatie, kansen en vaardigheden

- Motiveert de maatregel om het nieuwe gedrag te blijven vertonen of levert het nieuwe gedrag frustratie op?
- Zijn er extra gedragingen nodig die niets met het doelgedrag te maken hebben, maar alleen te maken hebben met het uitvoeren van de maatregel (hoe minder hoe beter)?
- Sluit de maatregel goed aan op de vaardigheden van de doelgroep?

Voorbeeld Uithof

Het vergoeden van een busrit kan een maatregel zijn om het autogebruik te verminderen. Dit kan echter frustratie opleveren als er geen halte in de buurt is.

Sociale factoren

- Stelt de maatregel de doelgroep in staat om het huidige gedrag met het gedrag van anderen te vergelijken?
- Stelt de maatregel de doelgroep in staat om informatie uit te wisselen of samen te werken aan het doelgedrag?
- Stelt de maatregel de doelgroep in staat om zich publiekelijk te verbinden aan het nieuwe gedrag?

CONCLUSIE MAATREGELCHECK

- Stelt de ontworpen set aan maatregelen de doelgroep in staat het doelgedrag te vertonen?
- Stelt de ontworpen set aan maatregelen de doelgroep in staat het doelgedrag in te laten slijten tot een nieuwe gewoonte?

AANBEVOLEN BRONNEN

- Haynes, L., Service, O., Goldacre, B., Torgerson, D. (2012). *Test, Learn, Adapt: Developing public policy with randomised controlled trials*. Behavioral Insights Team.
- Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid. (2011). *Gedrag in beleid. Met psychologie en gedragseconomie het mobiliteitsbeleid versterken*.
- Metz, F. 2013. *Easy, Attractive, Social en Timely: sleutelbegrippen bij gedragsverandering op: <http://kpvv-reisgedrag.blogspot.nl/2013/08/easy-attractive-social-en-timely.html>* .
- MuConsult (2013). *Eindevaluatie Mobiliteitsprojecten: eindrapportage (concept)*.
- Pol, B. & Swankhuisen, C. (2013). *Nieuwe aanpak in overheidscommunicatie. Mythen, misverstanden en mogelijkheden*. Coutinho.
- Rijkswaterstaat Ministerie van Infrastructuur en Milieu (2012). *Gedrag weggebruikers. Een handreiking om beter grip te krijgen op gedrag*.
- RIVM. Bijlage 2.4: Erkenningstraject interventies, criteria voor gezamenlijke kwaliteitsbeoordeling 2013-2018.
- SWOV-Factsheet, *Beloningen voor verkeersveilig gedrag*, SWOV, Leidschendam.
- Tertoolen, G. (2013). *Mobiliteitsmanagement en gedrag in Beter Benutten*, essay in kader van Expertteam M&E, XTNT, Utrecht.
- Tertoolen, G., Swankhuisen, C., De Vree, R., Ruijs, K. (2013). *Grip op Gedrag*. XTNT, Utrecht.
- Vogelaar, R. (2009). *De Superpromotor. Over de kracht van enthousiasme*. Van duuren management.