



# Gedragsverandering & Nudging in het Verkeer

Lunch-webinar / Key Insights



UNRAVEL

Webinar Woensdag

# **Geen webinars missen?**

Wil je weten wanneer we de volgende webinar houden?

Schrijf je in om op de hoogte te blijven!

- ✓ Krijg **live** antwoord op je vragen
- ✓ Ontvang de **opname** en sheets altijd via de mail
- ✓ Webinar toevoegen aan je **agenda** met 1 klik 🥳

 **Klik hier je in te schrijven**

*Je bent met ruim 5100 anderen in goed gezelschap!*



UNRAVEL

Webinar Woensdag

# Deze webinar terugkijken:

---

De opname van dit webinar vind je via onderstaande link:

Klik hier 📌

<https://www.unravelresearch.com/webinars/gedragsverandering-en-nudging-in-het-verkeer>

## Alle webinars terugkijken?

Ga naar de overzichtspagina en kijk al onze afgelopen webinars terug. Bijvoorbeeld over De Psychologie van de Supermarkt, of De Psychologie van Onweerstaanbare Brand Assets.

Klik hier 📌:

<https://www.unravelresearch.com/webinars/>



UNRAVEL

# Inzicht #1. Te gast: Fawad-Kahn van BUKO

Vandaag hebben we Fawad-Khan Bahadur van BUKO Infrasuport te gast. Bij BUKO Infrasuport verzorgen ze verkeersborden langs de weg en de bijbehorende verkeersmaatregelen. Projecten lopen uiteen van de Dutch Grand Prix waar ze betrokken waren bij de verkeersmaatregelen, maar daarnaast ook lokale N-wegen die aangepakt worden (bijvoorbeeld wanneer stoplichten worden verwijderd, dan zorgt BUKO ervoor dat de situatie alsnog veilig is).

Veranderingen roepen vaak weerstand en onduidelijkheid op, en dat zijn de twee uitdagingen die ze te overwinnen hebben. Daarom is BUKO Bereikbaar opgericht. Dat doen ze op locatie, maar ook van tevoren het nodige doen om een verandering zo zacht mogelijk te laten landen bij het publiek.

**BUKO.** INFRASUPPORT

# Inzicht #2. **Het Belang van Informeren**

Mensen hechten veel waarde aan een goede informatievoorziening. Op het moment dat mensen geen informatie krijgen over verkeerssituaties, raken ze gefrustreerd. Uit veel onderzoeken blijkt ook dat wanneer mensen boosheid of spanning ervaren, hun rijgedrag ook negatief beïnvloed wordt. Uit onderzoek in een simulator bleek bijvoorbeeld dat zij sneller optrokken, harder bleven rijden en ook vaker snelheidsovertredingen begingen. Het is dus belangrijk om ervoor te zorgen dat mensen voldoende informatie krijgen.



# Inzicht #3. Gedrag in het verkeer (1/2)

BUKO houdt zich bezig met allerlei vraagstukken rondom verkeerspsychologie. Een voorbeeld daarvan is het probleem dat mensen redelijk vaak rode kruizen negeren en daardoor gevaarlijke situaties creëren voor wegwerkers. Bij BUKO onderzoeken we waardoor dat komt. Het blijkt dat dit deels onbewust gebeurt, en ook deels bewust. De oorzaken van dit gedrag zijn de volgende:

- **De automatische piloot:** Vaak rijden we op de automatische piloot en zijn we niet erg bewust van alles wat er om ons heen gebeurt. Het kan dus zijn dat het rode kruis überhaupt niet wordt gezien door de bestuurder. Daarnaast blijven bijrijders vaak stil bij moeilijke rijacties van de bestuurder.
- **Overschatten van rijvaardigheid:** Ongeveer 40% van de Nederlanders overschat zijn rijvaardigheid. We noemen dat in de psychologie ook wel de Overconfidence Bias. Mensen denken wellicht dat ze nog best even snel over de rijstrook kunnen rijden, maar dat blijkt dan niet zo te zijn en dat leidt tot gevaarlijke situaties. Door deze zelfoverschatting gebruiken ook veel mensen telefoons tijdens het rijden (>50%) wat tot 2,5x meer kans op een ongeluk leidt. Men denkt: dat overkomt mij niet, maar die kans is gewoon groter.

Deels komt het dus doordat mensen de kruizen niet zien, en deels doordat men de kruizen wel zien maar dat ze zichzelf overschatten. Om te weten waar het probleem precies ligt zou je Eye Tracking kunnen gebruiken; dat geeft inzicht in of het een aandachtsprobleem is of een interpretatieprobleem.

Een grappig weetje is dat we het over het algemeen wel eens zijn over het automerk van de mensen die het meest gevaarlijk rijden. Uit onderzoek blijkt dat mensen daar een bepaald merk aan koppelen: BMW.



# Inzicht #3. Gedrag in het verkeer (2/2)

Andere gedragingen die we ook vaak terugzien zijn de volgende:

- **Automatisme:** Eerst rechts kijken en dan links kijken bij het oversteken in het Verenigd Koninkrijk. Dat is gevaarlijk, maar toch doe je het automatisch. Grote pijlen op straat kunnen dit probleem deels verhelpen door aandacht te sturen.
- **Frequentie-illusie:** Na het aanschaffen van een auto zie je ineens dezelfde auto overal rijden. De mentale beschikbaarheid is dan hoger. We negeren dus heel veel, en alleen de dingen die al een beetje in ons hoofd zitten (beschikbaar zijn), heel relevant zijn of heel erg opvallen die interpreteren we.

Deze gedragingen laten goed zien wat voor psychologische cocktail verkeerssituaties eigenlijk zijn en dat het dus niet alleen om verkeersborden gaat maar ook veel psychologie erin terugkomt. Dat wordt goed inzichtelijk wanneer je je verplaatst in iemand die die verkeerssituatie beleeft. Dat kan me Eye Tracking. Dan krijgt de bestuurder een bril op en dan kunnen we zien waar een bestuurder kijkt.



# Inzicht #4. Nudging en veiligheid

Uit Eye Tracking onderzoek is gebleken dat mensen grotendeels op de automatische piloot rijden, en voornamelijk recht voor zich uitkijken. De ogen zijn gefixeerd op het punt recht vooruit, waarbij veel zaken in de omgeving worden gemist. Pas wanneer er iets onverwachts gebeurt, wordt de aandacht heel kort gericht op dat wat er gebeurt.

## **Hoe zorg je ervoor dat mensen met meer aandacht autorijden**

Kennis en bewustwording is vaak niet voldoende om spontaan gedrag te beïnvloeden. Campagnes gericht op kennis en bewustwording hebben geen invloed op gedrag. In het verkeer gedraagt men zich vaak op de automatische piloot. En vaak zonder bedachtzaam en logisch over situaties na te denken.

Pas wanneer er een nieuw probleem wordt voorgelegd, waar men zich nog niet van bewust is geweest, wordt die bewustwording omgezet in gewenst gedrag.

Door op gevaarlijke situaties te wijzen, zoals snelheidsovertredingen en visuele obstructies, of het piepende geluid van de gordel, wordt de aandacht gegrepen en kan het gedrag aangepast worden.





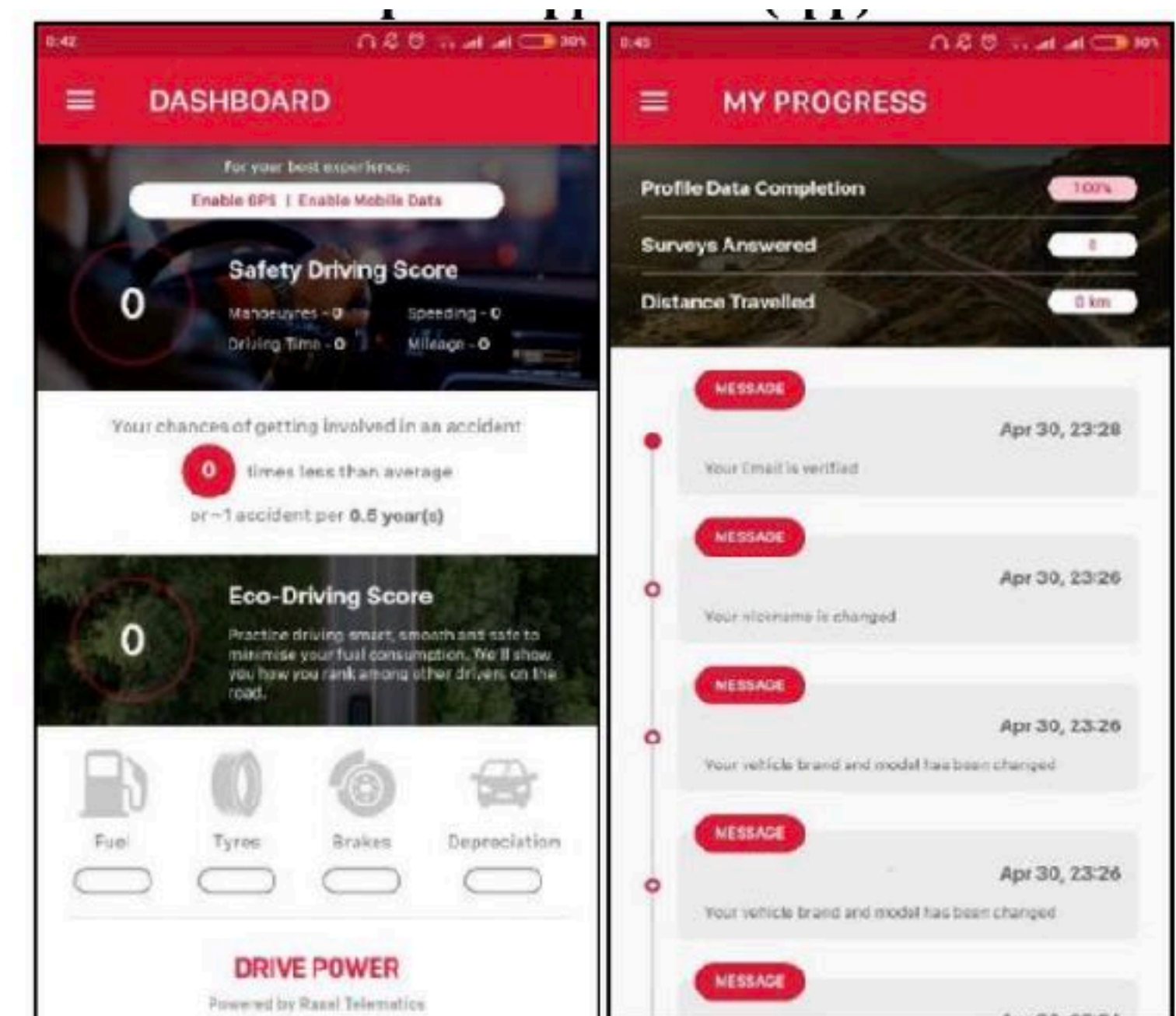
# Inzicht #5. Met Beloningen Veilig Gedrag Stimuleren

Telefoongebruik in de auto is een grote boeman in verkeersveiligheid en de waarschijnlijkheid dat telefoongebruik tot gevaarlijke situaties zal leiden, wordt door veel mensen onderschat.

Een recente nudge die ontwikkeld is om mensen veiliger te laten rijden, is de app DrivePower. Dit is een app die bijhoudt hoe veilig mensen hebben gereden. Het berekent de score van elke autotrip op veiligheid en duurzaamheid. Er ontstaat wat **gamification** waardoor het enigszins leuk blijft om veilig te rijden. Je gaat intuïtief zodanig rijden dat je er een hoge score voor krijgt. Het blijkt dat dit tot 18% veiliger rijgedrag zal leiden.

Een andere manier is het belonen van bestuurders bij het gebruiken van bijvoorbeeld de fiets in plaats van de auto, door hen punten te geven of een gratis kop koffie langs een fietspad. Bovendien creëert het draagvlak in de omgeving door samen te werken met partijen die hier betrokken bij zijn.

Ook het klassieke puntensysteem van het rijbewijs, waarbij mensen punten verliezen wanneer zij een overtreding maken in het rijgedrag, lijkt minder effectief dan het géven van punten bij het vertonen van goed rijgedrag.



# Inzicht #6. Alternatieve Nudges

Het bieden van snelle, makkelijke alternatieven verlaagt de weerstand wanneer je mensen op de fiets probeert om te leiden, auto's zich aan de verkeersregels wilt laten houden of wanneer je ander gedrag wilt stimuleren. Om mensen te bewegen om veiliger te rijden, kunnen een aantal psychologische principes toegepast worden.

1. Het zetten van een **default optie**. Het geven van een default optie stelt mensen in staat op de automatische piloot te blijven staan en handelen, waarbij zij zelf zo weinig mogelijk hoeven na te denken.
2. Wek **verliesaversie** op: Mensen kunnen niet tegen verlies en zullen daarom meer moeite doen om verlies te vermijden. Door mensen erop te wijzen dat zij tijd zullen verliezen door de auto te nemen, zullen zij eerder handelen om dit te vermijden. Dit principe zien we ook terug bij het puntensysteem. In veel landen hebben ze een optelsysteem (start met 0 en rijbewijs kwijt bij 10). In sommige andere landen doen ze het anders en hebben ze een aftellend systeem (start met 10 punten, raak punten kwijt). Dat blijkt vaak effectiever te zijn omdat mensen een aversie hebben tegen verlies.



# Inzicht #7. Mensen richting het OV sturen

Om mensen meer van het OV gebruik te laten maken, kan het helpen om het gevoel van veiligheid te verbeteren in het OV. Verhoging van het gevoel van veiligheid in de trein kan ertoe bijdragen dat mensen vaker de trein zullen nemen. Hoewel het in Nederland met veiligheid in de bus vaak wel goed zit, is dat in het buitenland minder vanzelfsprekend. Het verhogen van de veiligheidsperceptie kan hier bewerkstelligd worden door nudges waarmee mensen aangifte kunnen doen van slecht rijgedrag van de chauffeur. Dit werkt om zowel de sociale drempel te verlagen, en ook om de chauffeur zich bewuster te maken van rijgedrag. Wat bleek, het zorgde voor 25-33% minder ongelukken.

Door middel van de **labelling techniek** wordt de identiteit van de persoon aangehaald om gedrag uit te lokken. Wanneer een boodschap jou raakt in je identiteit, ga je je er zelf naar gedragen.

Bijvoorbeeld: Wanneer je een duurzaam persoon bent, kies je voor het OV. Mensen die zich hiermee identificeren, zullen zich persoonlijk aangesproken voelen en zich ook op die manier gaan gedragen.

Dit hebben ze getest door de sleeve van OV kaarten te bedrukken met de tekst "Natúúrlijk ga ik met het OV. Doordeweeks of in het weekend, jij reist natuurlijk duurzaam". Dat leidde ertoe dat 18% meer gebruik werd gemaakt van het OV. Dit zou zelfs nog meer effect kunnen hebben op de OV kaart zelf, omdat het mapje vaak wordt weggegooid.



# Inzicht #8. Tijdelijke verkeerssituaties

Een andere case is de volgende. Hier werd een fietspad afgesloten voor 2 jaar. Fietsers moeten omgeleid worden, maar de weg blijft open voor ander verkeer. Fietsers moeten dus afstappen van hun gewoonte en zien de weg nog wel open zijn. Dat levert weerstand op en daar heb je opnieuw weer het probleem van zelfoverschatting. Een flinke uitdaging dus, en BUKO en Unravel bundelen hun krachten om deze situatie zo veilig mogelijk te houden en weerstand te verlagen. Je hebt daarbij een psychologische aanpak nodig waarbij je het probleemgedrag aanspreekt in de kern waar het vandaan komt. Waardoor komt het dat men alsnog gebruik maakt van de weg?

Een vergelijkbare situatie hebben we bij Unravel onderzocht met Eye Tracking, om te kijken hoe de situatie nu eigenlijk in elkaar zit. Wat valt op? Wat valt niet op? Valt de juiste communicatie op bij de juiste persoon? Op die vragen wilden we antwoord verkrijgen. We kunnen namelijk precies zien welke objecten (verkeerscommunicatie bijvoorbeeld) worden bekeken, en hoe lang. Dit helpt je te achterhalen welke borden goed werken, welke minder, en op welke locatie je deze het beste kunt zetten.



# Key Take-Aways

- ✓ **Veiligheid zit in de details.** Gebruik psychologie en nudging om de aandacht te sturen op de momenten die ertoe doen.
- ✓ **Ken de werkelijke factoren achter langdurige gedragsverandering.** Langdurige verandering, zoals adoptie van OV of fiets, verloopt niet strikt rationeel. Gebruik beproefde psychologische methoden om je communicatie te laten slagen.
- ✓ **Communiceer je tijdelijke situaties slim?** Zowel vooraf als op de verkeerslocatie zelf is psychologie cruciaal om weerstand te verlagen en het gewenste en veilige gedrag te activeren.

Bedankt voor je aandacht!

# Meer weten over Gedragsbeïnvloeding en Nudging?



Bespreek de mogelijkheden met Tim, onze mede-oprichter

👉 Een online afspraak plannen

← Klik hier om een online  
afspraak te plannen