

## Effectieve handhaving van verkeersasociaal 'imponeergedrag'

### 7 tips voor meer impact

*Overlast veroorzaakt door verkeersasociaal imponeergedrag van autogebruikers is bij handhavers een bekend probleem. Onder verkeersasociaal imponeergedrag verstaan we ongewenste gedragingen die bewust worden vertoond met als doel te imponeren. Denk aan: (te) hard rijden en optrekken, geluidsoverlast veroorzaken door een ronkende uitlaat of harde muziek en 'showen' op hotspots. Uit onderzoek weten we dat met name jonge, mannelijke automobilisten (<30 jaar) zich verkeersasociaal gedragen. Dit doen ze, vaak samen met vrienden, in zowel eigen auto's als gehuurde auto's.*

*Verkeersasociaal imponeergedrag kent meestal een piek in de zomermaanden. Het effectief aanpakken ervan blijkt lastig. Zo is de handhaving capaciteit vaak laag, zijn niet alle vormen van imponeergedrag daadwerkelijk strafbaar en veroorzaakt het gedrag vaak vooral een subjectief gevoel (en geen objectieve vaststelling) van onveiligheid voor de omgeving. In dit document geven we 7 tips voor handhaving met meer impact.*

#### 1: Verken het probleemgedrag

Ga na welke gedraging(en) binnen jouw gemeente het meest problematisch is/zijn. Is dit bijvoorbeeld te hard rijden? Geluidsoverlast door het afspelen van harde muziek? Of rijden onder invloed van lachgas? Formuleer vervolgens zo concreet mogelijk het gedrag dat je wél wil zien. Bedenk ook wie de doelgroep is, of er belangrijke subgroepen te onderscheiden zijn en welke waarden en normen zij belangrijk vinden (respect tonen, bij de groep horen, autoriteit uitstralen etc.). Zoek hierbij het liefst de samenwerking op met partijen die ook in nauw contact staan met de doelgroep, zoals jongerenwerkers. Deze basis zorgt ervoor dat je in jouw aanpak niet met hagel schiet, maar het probleem bij de kern aanpakt.

#### 2: Creëer bewustzijn binnen het handhavingsteam

Het is belangrijk om bewustzijn te creëren binnen het handhavingsteam als je effectief aan de slag wil met het aanpakken van verkeersasociaal imponeergedrag. Geef aan dat dit specifieke probleemgedrag de komende tijd prioriteit heeft en hoe het consequent aangepakt gaat worden. Koppel vervolgens ook de resultaten van de inspanningen terug aan het team en reflecteer op de resultaten.

#### 3: Verhoog de ervaren pakkans én de gevolgen van de asociale rijstijl

Hiermee maak je indruk op de doelgroep. Dat de ervaren pakkans als laag wordt ervaren, komt enerzijds doordat verkeersovertreders in de regel weinig handhaving op straat zien. Anderzijds weten ze dat hun gedrag niet altijd strafbaar is. Denk aan showgedrag op hotspots. Een lage pakkans en een lage risicoperceptie houden het probleemgedrag in stand. Zorg dus voor meer zichtbare handhaving en maak bekend bij de doelgroep - bijvoorbeeld door middel van grootschalige acties en communicatie - dat er meer gehandhaafd zal worden. Dit verhoogt de ervaren pakkans, wat weer een positieve werking heeft op het gewenste gedrag. Het is kansrijk om in te zetten op meer (zichtbare) handhaving en dit te combineren met sancties die indruk maken op de doelgroep (tip 4) en goede beïnvloedingstechnieken (tip 5). Verkeersovertreders delen dergelijke informatie doorgaans onderling, wat een versterkend effect heeft op het gewenste gedrag.

#### 4: Zet sterker in op effectieve maatregelen

De 'pijn' die deze maatregelen veroorzaken kan bijdragen aan gedragsverandering. Effectieve maatregelen zijn een WOK-melding, het innemen van het rijbewijs en (herhaaldelijke) verkeersboetes. Deze sancties zorgen in sterke mate voor (openbaar) gezichtsverlies en ongemak. De gevoelens die dit met zich meebrengt, wil de doelgroep voorkomen.

#### 5: Gebruik gespreks- en beïnvloedingstechnieken met aandacht voor het perspectief van de doelgroep

Dit vergroot de kans dat verkeersovertreders openstaan voor jouw boodschap en eventueel een gesprek. Dat is namelijk niet vanzelfsprekend. Verkeersasociaal imponeergedrag speelt zich af in een gesloten en belonend 'ecosysteem': een omgeving waarin vrienden hetzelfde gedrag vertonen, dit gedrag als normaal beschouwen en de positieve reacties belonend werken. Handhavers behoren niet tot dit systeem en brengen de autonomie van de doelgroep in gevaar. Het gevolg? Er ontstaat weerstand en jouw boodschap wordt niet gehoord. Het is daarom raadzaam in de huid van de doelgroep te kruipen, te begrijpen wat hen beweegt om het probleemgedrag (niet) te vertonen en gespreks- en beïnvloedingstechnieken te kiezen die hierbij aansluiten.

Enkele kansrijke beïnvloedingstechnieken ter inspiratie:

- *Erken weerstand.* Hiermee wek je sympathie en staat de doelgroep meer open voor de boodschap. Geef bijvoorbeeld in een gesprek aan dat je begrijpt dat het verleidelijk is het gaspedaal in te drukken. Vraag vervolgens of de bestuurder redenen kan bedenken waarom dit niet gewenst is en bespreek deze inzichten. Het liefst leg je de doelgroep niet het gewenste gedrag op, maar laat je ze dit zelf bedenken.
- *Denormaliseer het probleemgedrag.* Benadruk in de communicatie met de doelgroep dat veel (belangrijke) mensen het probleemgedrag afkeuren. Hiermee denormaliseer je het probleemgedrag. De juiste nuance is hierbij cruciaal. Als je de doelgroep en het probleemgedrag publiekelijk te sterk afkeurt, kun je op weerstand rekenen. Zeg bijvoorbeeld dat de meiden op het terras het harde gas geven irritant/niet cool/niet chill vinden. Ook kun je duidelijk maken dat je ter plaatse bent, omdat er klachten van buurtbewoners over geluidsoverlast zijn binnengekomen. Vraag eventueel of de chauffeur zich dit kan voorstellen.
- *Verander het perspectief.* Imponeergedrag wordt vaak vertoond in groepsverband: wanneer vrienden samen zijn. In andere situaties, bijvoorbeeld wanneer automobilisten met familieleden rijden, vindt het probleemgedrag niet/minder plaats. Plaats de automobilist in dit andere perspectief, zodat er op het eigen gedrag gereflecteerd wordt ("Hoe zou jij het vinden om hier te wonen met zoveel overlast van auto's?" of "Hoe rijd je als je moeder/zus/vriendin naast je zit?").
- *Pas altercasting toe.* Met deze techniek plaats je je doelgroep in een gewenste rol, in dit geval die van goede chauffeur. Vraag bijvoorbeeld welke kenmerken horen bij het zijn van een goede chauffeur. De kans dat hij zich hier vervolgens naar gedraagt, neemt dan toe. ("Ik denk zeker dat je een goede chauffeur bent. Wat maakt jou een goede chauffeur?")

#### 6: Faciliteer de omgeving

Dit kan door geregeld met melders en andere stakeholders in gesprek te gaan. Zorg hierbij voor tweerichtingsverkeer. Luister niet alleen, maar geef ook actieve terugkoppeling over welke acties men

zélf kan ondernemen. Een wijkagent kan bijvoorbeeld goed contact onderhouden en samenwerken met een bewonersorganisatie. Maak bovendien inzichtelijk welke acties handhaving onderneemt en wat deze opleveren. Dit verhoogt wederzijds begrip. De omgeving betrekken bij de verkeersveiligheidsaanpak heeft bovendien als voordeel dat er meer context rond de probleemgedragingen ontstaat. Het is immers de omgeving die er met de neus bovenop zit: voor handhaving is dit simpelweg niet mogelijk. Een win-win situatie.

#### **7: Pak het probleemgedrag aan in samenwerking met andere eenheden**

Bekend is dat de doelgroep uit verschillende regio's samenkomt op de zogenaamde hotspots. Wanneer er op een bepaald moment in de ene stad strenge handhaving plaatsvindt, merken de nabijgelegen steden vaak een stijging van het probleemgedrag: het verplaatst zich. Maak hier onderling afspraken over. Zoek de samenwerking op en leer van elkaars succesverhalen.

#### **Gesprekskaartje; het inzetten van kansrijke beïnvloedingstechnieken**

1. Open het gesprek door **weerstand te erkennen**. "Ik begrijp dat het verleidelijk is om in deze auto het gaspedaal in te drukken, maar ik zou toch graag even met je in gesprek gaan."
2. **Denormaliseer het probleemgedrag** door aan te geven dat veel (belangrijke) mensen het probleemgedrag afkeuren. "De meiden op het terras vinden het irritant/niet cool/niet chill als je zo hard gas geeft, ze hebben last van het geluid. Kun je je dat voorstellen?"
3. **Verander het perspectief** zodat hij op zijn gedrag reflecteert. "Hoe zou jij het vinden om hier te wonen met zoveel overlast van auto's?" of "Hoe rij je als je moeder/zus naast je zit?"
4. **Plaats de doelgroep in de gewenste rol**, in dit geval die van goede chauffeur. Vraag bijvoorbeeld welke kenmerken hierbij horen. De kans dat hij zich hier vervolgens naar gedraagt, neemt dan toe. "Ik denk dat je een goede chauffeur bent. Wat maakt jou een goede chauffeur?"