

Hoe pak je als gemeente verkeersasociaal 'imponeergedrag' aan?

8 tips voor gedragsverandering

Overlast door verkeersasociaal imponeergedrag van autogebruikers kent vele vormen en is in veel gemeenten 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. Verkeerasociaal gedrag kent meestal een piek in de zomermaanden.

Herken je de problematiek in jouw gemeente en wil jij aan de slag met het positief beïnvloeden ervan? Onderstaande tips helpen je op weg.

1: Specificeer welk gedrag je niet én juist wel wil zien. Verkeerasociaal imponeergedrag is een containerbegrip. Ga daarom eerst 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 en of er belangrijke subgroepen te onderscheiden zijn. Deze basis zorgt ervoor dat je in jouw aanpak niet met hagel schiet, maar het probleem bij de kern aanpakt.

2: Leer de doelgroep kennen. Dat kan bijvoorbeeld met interviews, focusgroepen en/of observaties. Door met je doelgroep in contact te treden, kom je er niet alleen achter op welke manier het ongewenste gedrag zich manifesteert, maar ook wat redenen zijn voor de doelgroep om het gedrag (niet) te vertonen. Dit zijn 'haakjes' waar je in jouw aanpak op kunt inspelen. Bovendien is het zinvol om andere stakeholders te spreken, zoals wijkagenten, jongerenwerkers of omwonenden. Zij kunnen vaak meer vertellen over de factoren die een rol spelen bij het (on)gewenste gedrag.

3: Zoek naar een match in taal en afzender. Dit vergroot de kans dat je de aandacht van de doelgroep trekt. Verkeerasociaal 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. Om in dit

ecosysteem binnen te komen, is het belangrijk dat je de taal van de doelgroep spreekt. Letterlijk en figuurlijk. Ook een goede match tussen afzender en ontvanger werkt weerstandverlagend. Vaak roept een boodschap vanuit de gemeente automatisch weerstand op, zeker bij jongeren. Kies daarom voor een afzender uit de zogenaamde in-group van jonge automobilisten. Dit kan een bekende *influencer* zijn, een leeftijdsgenoot of een belangrijke andere, zoals een familielid of sportleraar.

4: Maak gebruik van beïnvloedingstechnieken in de communicatieboodschap(en).

Met zo'n technieken til je de boodschap naar een hoger niveau en kun je gedrag sturen. Er zijn honderden beïnvloedingstechnieken. Welke kansrijk zijn, hangt af van de doelgroep, de omgeving en het gedrag. Een paar voorbeelden van geschikte technieken:

- *Communiceer het gewenste gedrag.* Het is belangrijk om de focus te leggen op het gedrag dat je wél wil zien ("Bedankt dat je je aan de snelheid houdt"). Dit geldt in elke situatie. Door in communicatie ongewenst gedrag te benadrukken, normaliseer je namelijk het foute gedrag.
- *Erken weerstand.* Hiermee wek je sympathie en staat de doelgroep meer open voor jouw boodschap. Geef bijvoorbeeld in een gesprek aan dat je begrijpt dat het verleidelijk is om het gaspedaal in te drukken. Vraag vervolgens of de bestuurder redenen kan bedenken waarom dit niet gewenst is en bespreek gezamenlijk deze inzichten.
- *Denormaliseer het probleemgedrag.* Benadruk in de communicatie met de doelgroep dat veel (belangrijke) mensen het probleemgedrag afkeuren, zoals familieleden of *influencers*. 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.
- *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 hij op zijn gedrag reflecteert ("Rijd je ook zo als je met je moeder naar de supermarkt rijdt?").
- *Pas altercasting toe.* Met deze techniek plaats je de doelgroep in een gewenste rol, in dit geval die van goede chauffeur. Vraag bijvoorbeeld of de bestuurder zichzelf een goede/verantwoordelijke chauffeur vindt, koppel terug welke elementen hierbij horen en ga hierover in gesprek. De kans dat hij zich hier vervolgens naar gedraagt, neemt dan toe.

5: Richt de (verkeers)omgeving optimaal in voor het gewenste gedrag. De omgeving waarin gedrag plaatsvindt, is namelijk van grote invloed op ons doen en laten. Met omgevingsaanpassingen kun je gedrag sturen. Denk aan het simpelweg moeilijk of zelfs onmogelijk maken van imponeergedrag op bepaalde hotspots, bijvoorbeeld met drempels, ribbelstroken of (tijdelijke) afzettingen. Maar ook aan het bemoeilijken van het huren van

(luxe) auto's. Dit kan door de laagdrempeligheid van het verhuurproces weg te nemen of juist de herkenbaarheid van gehuurde auto's te vergroten, bijvoorbeeld met een speciale sticker of een afwijkende kentekenplaat. Dit verkleint de beloning voor de doelgroep. Het is dan ook raadzaam de mogelijkheden voor lokaal beleid omtrent verhuurbedrijven te inventariseren.

6: Zet in op extra en effectieve handhaving. Verkeersovertreders schatten de kans dat zij voor hun gedrag worden beboet of opgepakt doorgaans laag in. Extra (tijdelijke) handhaving kan het gevoel van deze zogeheten pakkans vergroten. Hoewel handhaving *alleen* meestal geen langdurige oplossing voor probleemgedrag in het verkeer is, kan het wel een tijdelijke boost in de juiste richting geven. Zet tevens in op effectieve sancties. Boetes maken doorgaans weinig indruk op de doelgroep en kunnen zelfs een stoere – en daarmee belonende – werking hebben. Een WOK-melding (oftewel 'Wachten Op Keuren': een melding op het kenteken omdat het voertuig niet aan de wettelijke eisen voldoet en herkeurd moet worden) en het innemen van het rijbewijs doen meer pijn.

7: Kies een mix aan interventies om het gedrag te beïnvloeden. Verkeerasociaal imponeergedrag is een complex en hardnekkig probleem. Alleen een poster of tijdelijke omgevingsaanpassing biedt vaak geen langdurige oplossing. Kies daarom voor een mix aan interventies om het gedrag te beïnvloeden. Focus je hierbij het liefst op maatregelen voor zowel de korte termijn (bijvoorbeeld een communicatiecampagne) als de lange termijn (bijvoorbeeld effectieve sancties en het structureel bemoeilijken van het probleemgedrag). Streef bovendien naar een interdisciplinaire aanpak waarbij je belangrijke stakeholders betreft. Denk aan communicatiespecialisten, jongerenwerkers, beleidsmedewerkers openbare ruimte/verkeersveiligheid, politie, lokale ondernemersverenigingen en wijkraden.

8: Reflecteer en evalueer. Onderzoek tot slot de effectiviteit van de ingezette interventies. Heeft jouw aanpak geleid tot gedragsverandering bij de doelgroep en zo ja, in welke mate? Ook het uitblijven van bepaalde effecten geeft goede inzichten. Dit opent namelijk deuren voor andere invalshoeken.

Wil je meer informatie of advies over omgaan met verkeerasociaal imponeergedrag in jouw gemeente? Neem vrijblijvend contact met ons op via informatie@rovzh.nl. We helpen je graag verder.