

Communicatie over gewenst gedrag bij naderende voorrangsvoertuigen



Communicatie over gewenst gedrag bij naderende voorrangsvoertuigen

Versie: 1.0, 14 mei 2014

Instituut Fysieke Veiligheid
Postbus 7010
6801 HA Arnhem
Kemperbergerweg 783, Arnhem
www.ifv.nl
info@ifv.nl
026 355 24 00

Colofon

Opdrachtgever: Facilitair Dienstencentrum
Titel: Communicatie over gewenst gedrag bij naderende
voorrangsvoertuigen. Inhoudelijke adviezen aan weggebruikers en
een implementatievoorstel voor de communicatie over deze
adviezen.

Onderdeel van het programma Kenniscentrum Voorrangsvuortuigen

Datum: 14 mei 2014
Status: Definitief
Versie: 1.0
Auteurs: mw. drs. K. Groenewegen - ter Morsche
mw. ing. N. Oberijé
Projectleider: mw. drs. K. Groenewegen - ter Morsche
Review: dhr. dr. ir. N. Rosmuller
Eindverantwoordelijk: dhr. ir. F.S. van der Aart
Adviescommissie: mw. G. Baan (Regionaal Orgaan voor de Verkeersveiligheid in
Overijssel)
dhr. H. van Elteren (Veilig Verkeer Nederland)
dhr. F. A. Korpel (Centraal Bureau Rijvaardigheidsbewijzen)
mw. drs. L. Voogt (Bureau Dijksterhuis en Van Baaren)
dhr. M. Wigbers (Regionaal Orgaan voor de Verkeersveiligheid in
Overijssel)
Stuurgroep: dhr. D.D. van Dijken, Nationale Politie
dhr. H. Gubbels, Ambulancezorg Nederland
dhr. M. Straathof, ANWB
dhr. ing. P. Verhage MCDm, IFV
dhr. drs. W. Vermeulen, Rijkswaterstaat

Inhoud

Managementsamenvatting 4

Inleiding 6

Deel A Gedragsadviezen 8

1 Achtergrond 9

- 1.1 Verkennend onderzoek en voorlopige gedragsadviezen 9
- 1.2 Wensen van automobilisten 9
- 1.3 Effect van gedragsadviezen 11

2 Uitgangspunten bij communicatie van gedragsadviezen 14

- 2.1 Uitgangspunten voor de communicatie van de inhoudelijke boodschap 14
- 2.2 Uitgangspunten bij de keuze van een communicatiemiddel 15

3 Gedragsadviezen 16

- 3.1 Oorspronkelijke gedragsadviezen 16
- 3.2 Informatieverstrekking over het nieuwe handelingsperspectief 17
- 3.3 Beïnvloeding uitvoering van het nieuwe handelingsperspectief 19

Deel B Implementatieplan 21

1 Doelgroepen en middelen 22

- 1.1 Doelgroepen 22
- 1.2 Middelen 22

2 Voorgestelde aanpak voor de implementatie 25

- 2.1 Te ontwikkelen producten 25
- 2.2 Te betrekken partners 25
- 2.3 Pretest en pilot 26
- 2.4 Communicatie 27
- 2.5 Borging 27

Bijlage 1 Literatuurstudie d&b 28

Managementsamenvatting

Uit eerder onderzoek¹ is gebleken dat bestuurders van voorrangsvoertuigen regelmatig geconfronteerd worden met gedrag van weggebruikers, dat afwijkt van het door hen gewenste of verwachte gedrag. Automobilisten blijken niet goed te weten wat ze moeten doen als er een voorrangsvoertuig nadert en vinden het met name in de bebouwde kom en op kruisingen lastig een voorrangsvoertuig voor te laten gaan. Bovendien brengen zij zichzelf soms in gevaar door hun reactie op het naderende voorrangsvoertuig. Hierdoor komt de verkeersveiligheid en een snelle aanrijdtijd van het voorrangsvoertuig in bepaalde gevallen in het geding. Uit een enquête² onder ruim 2000 automobilisten bleek vervolgens dat 90% van de ondervraagde automobilisten behoefte heeft aan voorlichting over hoe te handelen bij naderende voorrangsvoertuigen. Tenslotte is uit praktijkonderzoek uitgevoerd in een rijnsimulator³ gebleken dat het geven van gedragsadviezen aan automobilisten zeer effectief is voor het bevorderen van de doorstroming van het voorrangsvoertuig en de verkeersveiligheid.

Het Facilitair Dienstencentrum (voorheen Landelijke Faciliteit Rampenbestrijding) heeft daarom binnen het project 'Kenniscentrum Voorrangsvoertuigen' opdracht gegeven om gedragsadviezen op te stellen die de weggebruikers en met name de bestuurders van gemotoriseerde voertuigen een handelingsperspectief bieden bij een confrontatie met voorrangsvoertuigen (deel A van dit document), alsmede om een plan te maken voor de implementatie van deze gedragsadviezen (deel B van dit document).

Gedragsadviezen

In 2012 is door een werkgroep van onder andere bestuurders van voorrangsvoertuigen én de opleiders van deze bestuurders vastgesteld wat het gewenste gedrag van automobilisten zou zijn voor bestuurders van voorrangsvoertuigen. Deze inhoudelijke adviezen zijn door communicatie- en gedragsdeskundigen bekeken en in deel A van dit document waar nodig vormtechnisch aangepast aan de laatste wetenschappelijke inzichten op het gebied van communicatie en gedrag. Zo is het voor de inhoud van de boodschap belangrijk dat doelgedrag beschreven wordt in plaats van probleemgedrag (goede voorbeeld) en dat er zo concreet mogelijk beschreven wordt wat men in een bepaalde situatie het beste kan doen. Bij de vorm van de boodschap moet er onder andere rekening gehouden worden met het aanbieden van een beperkte hoeveelheid informatie per keer.

.....

¹ Groenewegen – ter Morsche, K., Van den Dikkenberg, R.P., Van Rossum, W.F., Bangoer, M.M. (2012). *Weggebruikers met voorrang benaderd, een verkennend onderzoek naar het huidige en gewenste gedrag van weggebruikers bij confrontatie met voorrangsvoertuigen*. Arnhem: NIFV.

² Groenewegen – ter Morsche, K., Van Rossum, W.F., Wolfs, G.J. (2013). *Automobilisten geconfronteerd met voorrangsvoertuigen. Een enquêteonderzoek naar de ervaringen, kennis en wensen van automobilisten bij de confrontatie met voorrangsvoertuigen*. Arnhem: IFV.

³ Groenewegen – ter Morsche, K., Oberijé, N. & Sniijders, M.E.M. (2013). *Gedragsbeïnvloeding van automobilisten bij confrontatie met voorrangsvoertuigen. Een simulatoronderzoek naar het effect van early warning, het geven van gedragsadviezen en het rijgedrag van het voorrangsvoertuig*. Arnhem: IFV.

Er is een onderscheid gemaakt tussen informerende adviezen en adviezen die gedrag dienen te beïnvloeden:

- Het belangrijkste informerende advies is het feit dat het voorrangsvoertuig in principe zelf zijn weg zoekt en de weggebruiker alleen als dat niet kan, zelf een veilige oplossing kiest.
- De belangrijkste gedragsbeïnvloedende boodschap is: "Als ik een voorrangsvoertuig tegen kom, dan blijf ik kalm en rustig".

Bij de gedragsbeïnvloedende boodschap is gebruik gemaakt van een zogenaamde 'implementatie intentie'. Deze "als.... dan..." constructie zorgt ervoor dat het gewenste gedrag automatisch geactiveerd wordt op de momenten dat dit nodig is en dat mensen daadwerkelijk rustiger worden.

Implementatieplan

In deel B van dit document is een implementatieplan opgenomen om te bereiken dat de weggebruiker op een zodanige manier op de hoogte wordt gesteld van de gedragsadviezen, dat deze ook daadwerkelijk worden opgevolgd.

Daarbij is de boodschap hetzelfde voor de doelgroepen, maar er wordt wel onderscheid gemaakt in doelgroepen (beginnende bestuurders, ervaren bestuurders, oudere bestuurders en beroepsbestuurders) zodat gebruik gemaakt kan worden van de bestaande middelen om deze groepen te bereiken. De doelgroep beroepsbestuurders heeft hierbij een lagere prioriteit dan de overige doelgroepen.

Bij de implementatie is onderscheid gemaakt in middelen voor de overdracht van informatie en middelen voor het inslijten van informatie. Deze middelen zijn aanvullend ten opzichte van elkaar en zorgen ervoor dat de doelgroep:

- op de hoogte wordt gebracht van wat het gewenste gedrag is
- in de gelegenheid wordt gesteld zich deze kennis eigen te maken en toe te passen.

Het kenniscentrum voorrangsvoertuigen zet in op het faciliteren bij de implementatie van de opgestelde gedragsadviezen door middel van:

- het opleveren van een informatiepakket inclusief website en waar mogelijk een serious game
- het aanleveren van kennis voor aanpassing van de rijopleiding in theorie-examen, lesstof en instructie van rijinstructeurs.

De daadwerkelijke implementatie van de informatie naar de weggebruiker zal door partners op het gebied van verkeersveiligheid moeten gebeuren.

Tot slot moet opgemerkt worden, dat de opgestelde adviezen zeer zorgvuldig zijn gekozen en verwoord om het effect op gedrag te optimaliseren. Ondanks deze zorgvuldigheid zijn deze gedragsadviezen nog nooit op een dergelijke manier toegepast in de situaties waarin ze ingezet gaan worden. Het is cruciaal om de gedragseffecten van de interventies te meten, voordat deze massaal uitgezet worden. Aanbevolen wordt een regionale pilot en pretest uit te voeren voordat de gedragsadviezen op landelijk niveau worden uitgerold.

Inleiding

Aanleiding

Bestuurders van voorrangsvoertuigen⁴ worden regelmatig geconfronteerd met gedrag van weggebruikers, dat afwijkt van het door hen gewenste of verwachte gedrag. Hierdoor komt de verkeersveiligheid en een snelle aanrijdtijd van het voorrangsvoertuig in bepaalde gevallen in het geding.

Bestuurders van voorrangsvoertuigen mogen van bepaalde verkeersregels afwijken en verkeerstekens negeren, zoals het harder rijden dan de normaal toegestane snelheid, het negeren van gebods- of verbodsborden en het rijden door rood licht. Wel dient de veiligheid hierbij te allen tijde in acht genomen te worden. Overige weggebruikers dienen voorrangsvoertuigen voor te laten gaan. Voor bestuurders van voorrangsvoertuigen is er in brancherichtlijnen op hoofdlijnen aangegeven op welke wijze zij verantwoord en veilig kunnen rijden met optische en geluidssignalen. Ook krijgen bestuurders van voorrangsvoertuigen een speciale opleiding.

Voor weggebruikers die geconfronteerd worden met voorrangsvoertuigen is echter niet beschreven hoe men voorrangsvoertuigen op een veilige en verantwoorde wijze voor kan laten gaan: noch in de wet of een uitwerking daarvan, noch in de lesstof voor het behalen van een rijbewijs, noch elders.

Op basis van eerder verkennend onderzoek (zie ook hoofdstuk 2) is een eerste inzicht verkregen in wat verkeersdeelnemers in de praktijk doen als zij een voorrangsvoertuig tegen komen. Het Facilitair Dienstencentrum (voorheen Landelijke Faciliteit Rampenbestrijding) heeft binnen het project 'Kenniscentrum Voorrangsvoertuigen' opdracht gegeven om gedragsadviezen op te stellen die de weggebruikers en met name de bestuurders van gemotoriseerde voertuigen een handelingsperspectief bieden bij een confrontatie met voorrangsvoertuigen, alsmede om een plan te maken voor de implementatie van deze gedragsadviezen.

In 2012 zijn de gedragsadviezen inhoudelijk vastgesteld. Deze inhoudelijke adviezen zijn door communicatie- en gedragsdeskundigen bekeken en waar nodig vormtechnisch aangepast aan de laatste wetenschappelijke inzichten op het gebied van communicatie en gedrag. Hiermee zijn in deel A van dit document de definitieve gedragsadviezen, zowel in inhoud als vorm, vastgelegd. Verder is er in deel B van dit document een implementatieplan opgenomen om te bereiken dat de weggebruiker op een zodanige manier op de hoogte wordt gesteld van de gedragsadviezen, dat deze ook daadwerkelijk worden opgevolgd.

⁴ Voorrangsvoertuigen zijn motorvoertuigen van politie, brandweer en spoedeisende medische hulpverlening en andere door de Minister aangewezen diensten die een blauw zwaai-, flits- of knipperlicht en een tweetonige hoorn voeren om kenbaar te maken dat zij een dringende taak vervullen (art. 29 lid 1 RVV).

Aanpak

Om te komen tot de definitieve gedragsadviezen en het implementatieplan is een adviescommissie samengesteld met deelnemers van Veilig Verkeer Nederland (VVN), het Centraal Bureau Rijvaardigheidsbewijzen (CBR), het Regionaal Orgaan voor de Verkeersveiligheid in Overijssel (ROVO) en onderzoeks- en adviesbureau Dijksterhuis en Van Baaren (d&b). d&b is een spin-off van de Radboud Universiteit Nijmegen en vormt de brug tussen universiteit en praktijk. De oprichters van d&b, prof. dr. Ap Dijksterhuis en prof. dr. Rick van Baaren kennen beiden hun oorsprong aan de Radboud Universiteit Nijmegen als hoogleraren Gedrag & Maatschappij en de Psychologie van het Onbewuste en zijn hier nog steeds werkzaam.

Met deze adviescommissie is een viertal werksessies gehouden. In de eerste sessie zijn de uitgangspunten voor de communicatieboodschap in het implementatieplan benoemd (zie deel A, hoofdstuk 2). Op basis hiervan zijn in de tweede werksessie de aangepaste gedragsadviezen geformuleerd (zie deel A, hoofdstuk 3). De derde werksessie is besteed aan het inventariseren van doelgroepen voor de communicatie van de gedragsadviezen. De resultaten daarvan zijn opgenomen in deel B, hoofdstuk 1. In de vierde en laatste werksessie zijn aandachtspunten geformuleerd voor de implementatie en is een prioritering gemaakt van in te zetten middelen. Deze zijn weergegeven in deel B, hoofdstuk 2.

Deel A Gedragsadviezen

1 Achtergrond

1.1 Verkennend onderzoek en voorlopige gedragsadviezen

In opdracht van de Landelijke Faciliteit Rampenbestrijding (LFR) en gefinancierd door het Ministerie van Veiligheid en Justitie is in 2011/2012 door het Instituut Fysieke Veiligheid (IFV, destijds nog Nederlands Instituut Fysieke Veiligheid (NIFV) geheten)⁵ een verkennend onderzoek uitgevoerd naar het huidige en gewenste gedrag van automobilisten bij het tegenkomen van voorrangsvoertuigen⁶ in het verkeer.

Aan de hand van een literatuurstudie, een verkennende filmbeeldenanalyse, waarin bijna 600 confrontaties tussen voorrangsvoertuigen en andere weggebruikers zijn beoordeeld en een enquête onder ruim 2000 bestuurders van voorrangsvoertuigen is inzicht verkregen in het gedrag van automobilisten bij het tegenkomen van een voorrangsvoertuig. Uit het onderzoek is gebleken, dat het gedrag van bestuurders van met name personenvoertuigen in een aantal gevallen de doorstroming van het voorrangsvoertuig belemmert, waardoor de voorrangsvoertuigen vertraging oplopen bij de uitvoering van hun spoedeisende taak. Ook, en wellicht belangrijker nog, is gebleken dat bestuurders van personenvoertuigen zichzelf in gevaar brengen door hun reactie op het naderende voorrangsvoertuig. Het gaat hierbij met name om acties als het plotseling remmen, het uitwijken naar een gevaarlijke plaats, zoals een zachte berm of een fietspad of het door een rood verkeerslicht de kruising op rijden⁷. De meeste van deze situaties vinden plaats op doorgaande wegen binnen en buiten de bebouwde kom. Dit gegeven is onwenselijk, zowel vanuit de optiek van de hulpdiensten die daardoor belemmerd worden in de uitvoering van hun taak, als vanuit het perspectief van de algehele verkeersveiligheid. Om de reactie van automobilisten op naderende voorrangsvoertuigen te verbeteren heeft een expertgroep met onder andere professionele bestuurders van voorrangsvoertuigen binnen dit project een eerste aanzet gegeven tot gedragsadviezen ten behoeve van bestuurders van personenvoertuigen.

1.2 Wensen van automobilisten

In 2012/2013 is een vervolgonderzoek⁸ uitgevoerd, gericht op de ervaringen van automobilisten. Aan de hand van een enquête onder ruim 2100 automobilisten in Nederland is inzicht verkregen in de ervaringen, kennis en wensen van automobilisten bij de confrontatie met voorrangsvoertuigen. De verkregen resultaten zijn hieronder kort beschreven.

.....

⁵ Sinds 1 januari 2013 maken de LFR en het NIFV (samen met enkele andere instituten) beide deel uit van het IFV.

⁶ Groenewegen – ter Morsche, K., Van den Dikkenberg, R.P., Van Rossum, W.F., Bangoer, M.M. (2012). *Weggebruikers met voorrang benaderd, een verkennend onderzoek naar het huidige en gewenste gedrag van weggebruikers bij confrontatie met voorrangsvoertuigen*. Arnhem: NIFV.

⁷ Uit de filmbeeldenanalyse blijkt bijvoorbeeld dat van de 124 situaties waarbij de weggebruiker voor rood licht stond men in 52 gevallen (42 %) door het rode licht reed om het voorrangsvoertuig te laten passeren.

⁸ Groenewegen – ter Morsche, K., Van Rossum, W.F., Wolfs, G.J. (2013). *Automobilisten geconfronteerd met voorrangsvoertuigen. Een enquêteonderzoek naar de ervaringen, kennis en wensen van automobilisten bij de confrontatie met voorrangsvoertuigen*. Arnhem:IFV.

Ervaringen van automobilisten bij confrontatie met voorrangsvoertuigen

De meeste automobilisten komen enkele keren per maand tot enkele keren per jaar een voorrangsvoertuig tegen. Zij geven zichzelf een ruime voldoende als het gaat om het veilig voor laten gaan en het niet hinderen van het voorrangsvoertuig. Dit in tegenstelling tot de bestuurders van voorrangsvoertuigen die, in het eerder genoemde verkennend onderzoek van het NIFV in 2011/2012, het rijgedrag van de automobilisten met een krappe voldoende beoordelen.

Als echter gevraagd wordt naar concrete situaties en kennis over de omgang met voorrangsvoertuigen, blijkt dat er een aantal knelpunten te constateren zijn. Zo vindt een ruime meerderheid van de respondenten het wel eens lastig een voorrangsvoertuig veilig en snel voor te laten gaan. Met name wegen binnen de bebouwde kom, kruispunten met verkeersregelinstanties en rotondes worden genoemd als situaties waarin het soms moeilijk is om een voorrangsvoertuig voor te laten gaan. Als reden noemen zij daarbij beperkingen door de inrichting van de weg, het gedrag van andere weggebruikers en het te laat opmerken van het voorrangsvoertuig.

Wat daarbij opvalt, is dat men over het algemeen (zeer) tevreden is over de hoor- en zichtbaarheid van het voorrangsvoertuigen, maar dat circa een derde van de respondenten aangeeft een voorrangsvoertuig toch niet altijd tijdig op te merken. Als reden hiervoor noemen de respondenten het feit dat het geluid van de sirene onvoldoende doordringt in de auto, bijvoorbeeld omdat de auto goed geïsoleerd is of vanwege geluid in de auto, zoals het voeren van een gesprek of het geluid van een autoradio.

Van de respondenten geven 53 personen aan dat zij in de afgelopen twee jaar een (bijna)aanrijding gehad hebben met een voorrangsvoertuig. In de beschrijvingen van de (bijna)aanrijdingen worden incidenten met ambulances relatief vaak genoemd. De beschreven incidenten vonden veelal plaats op kruispunten, zowel met als zonder verkeerslichten, en bij inhaalmanoeuvres van het voorrangsvoertuig.

Kennis over het gedrag van voorrangsvoertuigen

Het merendeel van de respondenten is op de hoogte van wat een voorrangsvoertuig mag in het verkeer. De kennis van respondenten wat betreft de bevoegdheden van de politie, wanneer zij rijden zonder optische en geluidssignalen, laat sterk te wensen over. Zo weet bijna 80% van de weggebruikers niet dat de politie ook zonder optische en geluidssignalen vrijstellingen heeft zoals het rijden door rood licht en het overschrijden van de maximum snelheid.

Kennis over het gewenste gedrag bij de confrontatie met voorrangsvoertuigen

Het ontbreekt automobilisten aan kennis over wat zij zelf wel of niet mogen doen wanneer zij een voorrangsvoertuig tegenkomen. Hierbij gaat het om het al dan niet mogen overschrijden van de toegestane maximumsnelheid en het rijden door een rood verkeerslicht om het voorrangsvoertuig voor te laten gaan. Zo geeft de helft van de respondenten aan dat zij om een voorrangsvoertuig voor te laten gaan, door een rood verkeerslicht zouden rijden, terwijl niet duidelijk is of dit is toegestaan. Ook geeft een derde aan indien nodig harder te gaan rijden dan de toegestane snelheid, en denkt 53% dat dit in een dergelijke situatie geoorloofd is.

Ook geeft de helft van de respondenten aan dat zij de stoep of het fietspad op zouden gaan om ruimte te maken, terwijl dit niet gewenst is. Driekwart van de respondenten geeft aan op een provinciale weg uit te wijken naar de berm om ruimte te maken voor het voorrangsvoertuig, hetgeen eveneens ongewenst is.

Daarentegen blijkt uit de enquête dat bij het merendeel van de respondenten wel bekend is dat zij een baan vrij moeten laten als er een baan vrij is, dat zij niet plotseling moeten

remmen wanneer er een voorrangsvoertuig achter hen rijdt en dat zij richting aan kunnen geven om te laten zien dat zij het voorrangsvoertuig hebben opgemerkt. Ook zijn weggebruikers over het algemeen goed op de hoogte van de locatie van het voorrangsvoertuig op de snelweg (in principe over de vluchtstrook), hoewel circa 10% denkt dat een voorrangsvoertuig in Nederland altijd middendoor rijdt.

Dat veel weggebruikers niet goed weten hoe zij voorrangsvoertuigen in specifieke situaties voor moeten laten gaan, is niet vreemd omdat uit de enquête blijkt dat bijna de helft van de respondenten niet heeft geleerd hoe zij moeten omgaan met voorrangsvoertuigen. De respondenten die dit wel geleerd hebben, geven voornamelijk aan dat ze hebben geleerd dat zij het voorrangsvoertuig voor moeten laten gaan, maar niet zozeer hóé zij dat dan zouden moeten doen.

Wensen en verbeterpunten

Van de ondervraagde automobilisten geeft ruim 90% aan behoefte te hebben aan voorlichting op het gebied van voorrangsvoertuigen en bijna driekwart van de respondenten geeft aan behoefte te hebben aan een voorlichtingscampagne. De respondenten wensen meer voorlichting te krijgen over hoe te handelen bij een confrontatie met een voorrangsvoertuig, wat een voorrangsvoertuig wel en niet mag in het verkeer en wat ze zelf wel en niet mogen doen om een voorrangsvoertuig voor te laten gaan.

De respondenten hebben aangegeven dat de voorspelbaarheid van voorrangsvoertuigen moet worden verbeterd door meer duidelijkheid en eenduidigheid te scheppen in het rijgedrag van bestuurders van voorrangsvoertuigen. Tevens willen ze meer duidelijkheid over en eenheid in het gebruik van optische en geluidssignalen door de hulpdiensten.

1.3 Effect van gedragsadviezen

Om te testen of aanvullende voorlichting over hoe te handelen bij een naderend voorrangsvoertuig effect zou hebben op de doorstroming en de verkeersveiligheid heeft het IFV een onderzoek uitgevoerd naar gedragsbeïnvloeding⁹ van bestuurders van personenvoertuigen.¹⁰ Het onderzoek is uitgevoerd met behulp van een rij simulator. De deelnemers aan het onderzoek reden een rit in de simulator en kwamen drie maal een ambulance tegen: éénmaal op een provinciale weg, éénmaal op een kruising met rood licht en éénmaal op een kruising met groen licht. Van de reacties van de deelnemers in deze drie verschillende scenario's zijn gegevens vastgelegd. Een groot aantal variabelen is gemeten. Deze variabelen vielen onder te brengen in de volgende categorieën: veiligheid, doorstroming en rijgedrag algemeen. Ook is de deelnemers naar hun beleving gevraagd van hun eigen gedrag en het gedrag van de ambulance.

In het onderzoek heeft één onderzoeksgroep (36 personen) vooraf gedragsadviezen ontvangen over hoe je het beste kunt handelen als je een voorrangsvoertuig tegenkomt in het verkeer. De basis hiervoor waren de eerder opgestelde gedragsadviezen. De resultaten van de groep met gedragsadviezen zijn vergeleken met de resultaten van de controlegroep (36 personen) die geen adviezen had ontvangen.

⁹ Naast het effect van het geven van gedragsadviezen is in dit onderzoek tevens het effect van 'early warning' en het effect van het rijgedrag van de ambulance getest.

¹⁰ Groenewegen – ter Morsche, K., Oberijé, N. & Snijders, M.E.M. (2013). *Gedragsbeïnvloeding van automobilisten bij confrontatie met voorrangsvoertuigen. Een simulatoronderzoek naar het effect van early warning, het geven van gedragsadviezen en het rijgedrag van het voorrangsvoertuig*. Arnhem: IFV.

De gedragsadviezen zijn gecommuniceerd in een 3 minuten durende video-instructie voorafgaand aan de rit in de simulator. In de video-instructie werden de gedragsadviezen in beeld en geluid weergegeven, met tussendoor filmpjes met voorbeelden van gewenst en ongewenst gedrag.

Vervolgens is door middel van een aantal stellingen gevraagd om een oordeel te geven over de verstrekte adviezen. Uit de reacties blijkt dat bijna alle deelnemers (96%) de gegeven adviezen erg nuttig vonden. 80% van de deelnemers geeft aan dat zij de adviezen ook daadwerkelijk hebben opgevolgd en 75% van de deelnemers vindt dat de adviezen hielpen om goed te reageren op het voorrangsvoertuig en dat zij daardoor beter wisten wat ze moesten doen. Tenslotte gaf 55% van de deelnemers aan dat zij zich zekerder voelden door de adviezen en lette 53% van de deelnemers extra op door de gegeven adviezen.

Tenslotte is gevraagd, als men de adviezen niet in alle scenario's heeft uitgevoerd, wat hiervan de reden was. Geen enkele respondent gaf daarbij aan dat hij/zij de gedragsadviezen vergeten was, of dat hij/zij deze niet juist vond. De meeste personen gaven aan dat ze geen tijd hadden om na te denken, gevolgd door het antwoord dat zij deden wat zij meestal deden. Ook gaven enkele personen aan dat de ambulance anders reageerde dan verwacht¹¹. Drie personen gaven aan dat zij niet wisten wat de juiste beslissing was in dat geval.

Uit het vertoonde rijgedrag in de simulator blijkt dat het geven van gedragsadviezen— in elk geval op korte termijn - veel effect heeft op het gedrag dat automobilisten vertonen als zij geconfronteerd worden met een voorrangsvoertuig. Het geven van gedragsadviezen lijkt vooral effectief bij verkeerssituaties waarbij er voldoende tijd en mogelijkheid is om een oplossingsrichting te kiezen. Zo is er in de scenario's waarbij er voldoende tijd is om een keuze voor een oplossing te maken, meer doorstromingsbevorderend gedrag te zien. In het scenario waarbij de ambulance plotseling verschijnt, is dit niet het geval. Desalniettemin heeft het geven van de gedragsadviezen in *alle* scenario's geleid tot veiliger rijgedrag dan dat van de weggebruikers die geen gedragsadviezen hadden ontvangen.

De meest onthouden gedragsadviezen zijn door de deelnemers zeer goed opgevolgd waardoor onveilige gedragingen als het rijden door rood licht en het uitwijken naar de berm op snelheid niet of nauwelijks voorkwamen. Met name bij de scenario's waarin de deelnemer voldoende tijd had om een oplossing te kiezen zijn de deelnemers met gedragsadviezen veel meer tevreden over het eigen gedrag dan deelnemers die geen gedragsadviezen hebben ontvangen. De deelnemers zijn enthousiast over het ontvangen van de adviezen en vinden het meerwaarde hebben bij de confrontatie met een voorrangsvoertuig. Wel is duidelijk dat er niet teveel adviezen tegelijk gegeven moeten worden, en ook dat er situaties zijn waarin er te weinig tijd of ruimte is om ze op te volgen. Op welke wijze de adviezen het beste kunnen worden gegeven en hoe ze het beste onthouden blijven, is in dit onderzoek niet aan de orde geweest. Dit wordt verder uitgewerkt in het volgende hoofdstuk.

.....

¹¹ Dit had waarschijnlijk te maken met de uitvoering van de simulatie. Deelnemers dachten dat er ruimte genoeg was voor de ambulance om door te rijden, maar deze deed dat niet, waardoor deelnemers na enige tijd zelf andere oplossingen gingen bedenken.

Kortom, uit eerder onderzoek is gebleken dat:

- *Het gedrag van automobilisten in een aantal gevallen de doorstroming van het voorrangsvoertuig belemmert, waardoor het voorrangsvoertuig vertraging oploopt bij de uitvoering van zijn spoedeisende taak.*
- *Automobilisten niet goed weten wat ze moeten doen als er een voorrangsvoertuig nadert.*
- *Automobilisten het met name binnen de bebouwde kom en op kruisingen lastig vinden een voorrangsvoertuig voor te laten gaan.*
- *Automobilisten zichzelf soms in gevaar brengen door hun reactie op het naderende voorrangsvoertuig.*
- *Het geven van gedragsadviezen aan automobilisten zeer effectief blijkt te zijn voor het bevorderen van de doorstroming van het voorrangsvoertuig en de verkeersveiligheid.*
- *90% van de ondervraagde automobilisten behoefte heeft aan voorlichting over hoe te handelen bij naderende voorrangsvoertuigen.*

2 Uitgangspunten bij communicatie van gedragsadviezen

Hieronder is een aantal uitgangspunten benoemd met betrekking tot enerzijds de inhoud van de communicatieboodschap en anderzijds het in te zetten middel voor deze boodschap. De uitgangspunten zijn geformuleerd op basis van de expertise van de deelnemers in de adviescommissie. Een groot deel van de uitgangspunten is terug te vinden in de wetenschappelijke literatuurstudie die specifiek hiervoor is uitgevoerd door bureau d&b (zie bijlage 1).

2.1 Uitgangspunten voor de communicatie van de inhoudelijke boodschap

In de werksessie zijn de volgende uitgangspunten benoemd voor de inhoudelijke boodschap:

1. Het doelgedrag in plaats van probleemgedrag beschrijven: communiceren wat je wel moet doen i.p.v. wat je niet moet doen. Het goede voorbeeld geven.
2. Niet teveel informatie tegelijk geven (afhankelijk van moment en middel). Mensen kunnen maar een beperkte hoeveelheid informatie tegelijk bevatten. De informatie per boodschap moet dan ook beperkt worden tot bij voorkeur één onderwerp.
3. De boodschap zo concreet mogelijk maken; dat betekent dat je een zo concreet mogelijke situatie moet beschrijven en een zo concreet mogelijke handeling die daaraan gekoppeld is.
4. Zorgen voor uniformiteit van de boodschap; het is essentieel dat landelijk en via alle gebruikte communicatiekanalen een uniforme boodschap gecommuniceerd wordt.
5. Geen angst gebruiken ('fear appeal'), alleen als daar direct een handelingsperspectief aan gekoppeld kan worden om die angst tegen te gaan. Als dat niet het geval is kan met fear appeal namelijk een tegengesteld effect bereikt worden, dat mensen zich afsluiten voor deze boodschap.
6. Niet inspelen op schuldgevoel.
7. Niet betuttelen, dat werkt niet motiverend.
8. Selectieve omgang met humor; gebruik van humor kan afleiden van de boodschap.
9. Voor gedrag waarvoor men niet direct intrinsiek gemotiveerd is: benoem de voordelen, wat levert het op?
10. Inspelen op, of rekening houden met, onbewust gedrag (optische en geluidssignalen roepen onbewust vluchtgedrag op, je wilt juist dat mensen niet direct gaan vluchten maar eerst tot 10 tellen).
11. Inzetten op het gezamenlijk belang: We moeten het samen doen.
12. Inzetten op kennis; gebleken is dat veel mensen niet precies weten wat de hulpdiensten nu wel en niet mogen als zij optische en geluidssignalen voeren. Zo leiden de wettelijke mogelijkheden van de politie zonder het voeren van optische en geluidssignalen vaak tot onbegrip.

2.2 Uitgangspunten bij de keuze van een communicatiemiddel

Wat betreft de keuze voor het communicatiemiddel geeft de adviescommissie de volgende uitgangspunten mee:

1. Zoveel mogelijk gebruik maken van meerdere communicatiemiddelen (voorlichting, educatie, rijlessen, infopunt, gamification (serious games). Via hoe meer kanalen de boodschap binnen komt hoe beter.
2. Mensen leren het beste van eigen ervaringen. Daarom is het belangrijk om mensen situaties met voorrangsvoertuigen te laten ervaren en daarbij direct gericht feedback te geven. Dit kan bijv. via een computer/serious game of in de rijopleiding.
3. Gebruik maken van implementatie intenties. Het blijkt dat het goed werkt als mensen voor zichzelf uitspreken welke handeling men gaat ondernemen in een bepaalde situatie. Dit blijkt zelfs geschikt te zijn om emoties te reguleren (bijvoorbeeld 'Als ik een voorrangsvoertuig tegen kom, dan blijf ik kalm en rustig).
4. Gebruik maken van 'social proof': positieve boodschap van anderen. Mensen zijn erg gevoelig voor het gedrag van anderen. Dit voorbeeldgedrag van anderen is een krachtige manier om het gedrag van mensen te beïnvloeden.
5. Gebruik maken van experts voor de communicatie van de boodschap. Voor de geloofwaardigheid van de boodschap is het belangrijk gebruik te maken van experts die door mensen als betrouwbaar worden gezien. Bestuurders van voorrangsvoertuigen kunnen deze rol vervullen.
6. Timing van boodschap is essentieel, je moet er op dat moment wat mee kunnen. Dit is lastig bij boodschappen over voorrangsvoertuigen, omdat je deze niet al te vaak tegen komt.
7. Geen app die je op dat moment waarschuwt via je telefoon. Dat leidt onnodig af.
8. Niet onnodig afleiden met visuele signalen; het gebruik van borden langs de weg levert bijvoorbeeld als risico dat weggebruikers afgeleid worden van de verkeerssituatie; dit moet dan ook met zorg toegepast worden.
9. Zoveel mogelijk aanhaken bij bestaande initiatieven.
10. Zoveel mogelijk maatwerk per doelgroep leveren. Jongeren kun je op een andere manier aanspreken dan bijvoorbeeld ouderen.
11. Doelgroep niet beperken tot automobilisten alleen.

Deze uitgangspunten zijn gehanteerd voor de herformulering van de eerder opgestelde inhoudelijke gedragsadviezen.

Kortom:

Op basis van de wetenschap over gedragsbeïnvloeding en ervaring van de adviesgroep in het communiceren over verkeer zijn bovenstaande uitgangspunten geformuleerd. Zo is het voor de inhoud van de boodschap belangrijk dat doelgedrag beschreven wordt in plaats van probleemgedrag (goede voorbeeld) en dat er zo concreet mogelijk beschreven wordt wat men in een bepaalde situatie het beste kan doen. Bij de vorm van de boodschap moet er onder andere rekening gehouden worden met het aanbieden van een beperkte hoeveelheid informatie per keer. Implementatie-intenties zijn een goede vorm om een concrete situatie aan een uit te voeren actie te koppelen.

3 Gedragsadviezen

Op basis van de in hoofdstuk 2 genoemde uitgangspunten en de in bijlage 1 opgenomen wetenschappelijke inzichten van onderzoeks- en adviesbureau d&b zijn in dit hoofdstuk de oorspronkelijke gedragsadviezen vertaald in een set van gedragsadviezen die uit communicatief en gedragsmatig oogpunt hout snijden. In paragraaf 3.1 worden daartoe de oorspronkelijke gedragsadviezen tegen het licht gehouden, waarbij er aanbevelingen zijn gedaan voor de herformulering van de adviezen. Er is uiteindelijk voor gekozen om een tweedeling te maken tussen een communicatieboodschap die een informerend doel heeft en een communicatieboodschap die als doel heeft het gedrag te beïnvloeden. Deze zijn opgenomen in paragraaf 3.2 respectievelijk 3.3.

3.1 Oorspronkelijke gedragsadviezen

Hieronder zijn de geformuleerde gedragsadviezen weergegeven op basis van het eerder genoemde verkennende onderzoek (Groenewegen et al., 2012). Bij elk gedragsadvies is aangegeven hoe dit zich verhoudt tot de geformuleerde uitgangspunten.

1. *Kijk regelmatig in je spiegels zodat een mogelijk naderend voorrangsvoertuig tijdig opgemerkt kan worden.*

Dit is een erg algemeen advies dat niet specifiek is voor het opmerken van naderende voorrangsvoertuigen. Dit is een voorbeeld van een boodschap waarbij motivatie nodig zou kunnen zijn in de vorm van het noemen van de voordelen. Het zou concreet gemaakt kunnen worden door bijvoorbeeld een bord te plaatsen bij het begin van een provinciale weg 'check spiegels'.

NB. Het advies is met name bedoeld om ervoor te zorgen dat een voorrangsvoertuig eerder opgemerkt wordt. Het is de vraag of het voor dit advies niet zinvoller zou zijn om te kijken naar andere manieren waarop dit bereikt kan worden, zoals via technische maatregelen (bijv. early warning of andere optische en geluidssignalen) of organisatorische maatregelen (minimale afstand tot voertuigen).

2. *Blijf kalm en raak niet in paniek als je een voorrangsvoertuig waarneemt. Denk na wat je gaat doen.*

Dit is wel een belangrijk advies, de kern is dat er niet onmiddellijk gehandeld hoeft te worden, maar dat mensen de tijd kunnen nemen om te beoordelen of een actie nodig is en zo ja welke. Er zit op dit moment echter een negatieve formulering in (raak niet in paniek), die veranderd zou kunnen worden in het advies dat men met dezelfde snelheid de weg kan blijven vervolgen, totdat er zich een mogelijkheid voordoet om ruimte te maken. Het is overigens lastig om dit onbewuste gedrag (schrikreactie) te beïnvloeden, maar wel erg belangrijk. De techniek 'implementatie-intenties' kan hier een belangrijke bijdrage aan leveren.

3. *Reageer op tijd en voorspelbaar: laat merken dat je het voorrangsvoertuig hebt opgemerkt, geef aan wat je gaat doen en maak ruimte zodra het kan.*

Het advies om op tijd te reageren conflicteert met de eerdere boodschap dat je de tijd moet nemen om te reageren. Wel is het belangrijk dat mensen voorspelbaar reageren. Dit moet nog wat concreter gemaakt worden.

4. *Als je geen ruimte kunt maken blijf dan rijden met dezelfde, ter plaatse toegestane, snelheid en volg je weg. Rij je op een rotonde, blijf indien mogelijk dan de rotonde volgen totdat het voorrangvoertuig de rotonde heeft verlaten.*
Dit advies komt deels overeen met het geherformuleerde advies onder punt 2 (blijf rijden tot er een veilige mogelijkheid is om ruimte te maken). Blijft over het concrete punt over hoe te handelen op een rotonde. Dit advies kan ongewijzigd overgenomen worden.
5. *Als er een rijstrook vrij is, laat deze dan vrij.*
Dit advies is in tegenspraak met het advies dat ruimte gemaakt moet worden. Als voldaan wordt aan het geherformuleerde advies onder punt 2 (blijf rijden tot er een veilige mogelijkheid is om ruimte te maken) dan is dit advies in theorie overbodig. Het geeft echter wel een heel duidelijk handelingsperspectief in een concrete situatie. Dit advies wordt daarom ongewijzigd overgenomen.
6. *Ga niet plotseling remmen.*
Dit advies is negatief geformuleerd. Bovendien wordt het ondervangen met het geherformuleerde advies onder punt 2 (blijf met dezelfde snelheid rijden tot er een veilige mogelijkheid is om ruimte te maken). Dit advies kan daarom vervallen.
7. *Breng jezelf of anderen niet in gevaar bij uitwijken. Dus niet de berm in op snelheid, niet de vluchtstrook op etc.*
Dit advies is negatief geformuleerd. Het is de vraag of met alleen het gestelde onder punt 2 duidelijk is dat dit soort situaties vermeden moet worden. Daarom wordt voorgesteld dit advies te vervangen door een advies waarin duidelijk is gesteld dat men op de weg moet blijven.
8. *Ga niet te dicht achter de voorligger stilstaan, zodat er ruimte blijft om te manoeuvreren om voorrangvoertuigen voor te laten gaan.*
Dit is een algemeen advies, dat feitelijk altijd geldt. De motivatie moet hier dan ook worden uitgelegd. Het verdient aanbeveling voor dit advies aan te sluiten bij het ruimtekussen zoals dat wordt gehanteerd in de algemene rijprocedure. Voor de bestaande bestuurders is het echter de vraag of deze term voldoende duidelijk is. Wellicht kan hier in de communicatie over het ruimtekussen gezamenlijk opgetrokken worden. Dan kan als motivatie voor het ruimtekussen ook de voorrangvoertuigen genoemd worden.
9. *Overtreed geen verkeersregels: rijd dus niet door een rood verkeerslicht een kruispunt op.*
Dit advies is negatief geformuleerd. Beter is dit te vervangen door het advies dat men zich aan de verkeersregels moet houden.

3.2 Informatieverstrekking over het nieuwe handelingsperspectief

De informatie zoals deze in deze paragraaf is omschreven kan gebruikt worden in lesmateriaal of op websites en dergelijke. Er is voor gekozen de boodschap niet in de vorm van probleemgedrag, maar in de vorm van doelgedrag te formuleren. Dit is bewust gedaan, omdat uit de literatuur blijkt dat formulering als probleemgedrag als nadelig effect kan hebben dat verkeersdeelnemers juist het verkeerde gedrag onthouden en vertonen. Dit heeft ertoe geleid dat bepaalde situaties die in de oorspronkelijke adviezen expliciet benoemd zijn (niet uitwijken naar de berm) in de onderstaande adviezen niet direct te herkennen zijn (blijf op de weg). Het is echter niet duidelijk of daarmee ook het bedoelde effect (dat mensen niet de berm inrijden om een voorrangvoertuig te laten passeren) gesorteerd wordt. Voordat de

adviezen daadwerkelijk ingezet worden, is het dan ook aan te bevelen voor deze 'omgebouwde' adviezen een labtest uit te voeren om er zeker van te zijn dat met de nieuwe formulering het beoogde doel wordt bereikt.

Hieronder zijn de adviezen met als doel informatieverstrekking beschreven. Er is onderscheid gemaakt in drie hoofdcategorieën die een chronologische volgorde hebben.

1. Wees in het algemeen alert in het verkeer

Het is vaak lastig een voorrangsvoertuig op tijd op te merken. Uit onderzoek blijkt dat het op de provinciale weg, als het voorrangsvoertuig van achteren nadert, vaak voorkomt dat je het voorrangsvoertuig laat opmerkt. Het voorrangsvoertuig is dan namelijk slecht hoorbaar.

- Kijk regelmatig in je spiegels, want dan zie je een voorrangsvoertuig eerder.

Als je stilstaat is het soms lastig om ruimte te maken voor een voorrangsvoertuig. Zorg er daarom voor dat je altijd voldoende ruimte aanhoudt tot je voorganger.

- Als je stil gaat staan, zorg dan dat je de achterbanden van je voorganger nog kunt zien, zodat er ruimte blijft om plaats te maken voor een voorrangsvoertuig.

2. Als je een voorrangsvoertuig opmerkt, blijf dan kalm en rustig. Kijk eerst wat de mogelijkheden zijn en kies dan wat je gaat doen.

De bestuurders van voorrangsvoertuigen mogen van verkeersregels afwijken en verkeerstekens negeren, zoals het harder rijden dan de toegestane snelheid en het rijden door rood licht. Deze bestuurders hebben een speciale opleiding gevolgd om ervoor te zorgen dat hierbij voldoende veiligheid in acht genomen wordt. Het voorrangsvoertuig zoekt zoveel mogelijk zelf zijn weg.

Je kunt er van uitgaan dat zij er zelf voor zorgen dat zij zien waar het voorrangsvoertuig er door kan. Dan kan het zijn dat je in actie moet komen om het voorrangsvoertuig voor te laten gaan. Doe dit pas op het moment dat dat ook veilig kan. Als ruimte maken tot onveilige situaties leidt, dan is het ook voor het voorrangsvoertuig veiliger om even te wachten.

- Als het voorrangsvoertuig er niet door kan, blijf dan je weg met je huidige snelheid vervolgen, totdat je op een veilige manier ruimte kunt maken.
- Als er een voorrangsvoertuig nadert en er is een rijstrook vrij, laat deze dan vrij voor het voorrangsvoertuig.
- Als je op een rotonde rijdt, blijf de rotonde dan volgen totdat het voorrangsvoertuig de rotonde heeft verlaten.

3. Houd altijd de veiligheid en de verkeersregels in het oog als je een voorrangsvoertuig voor laat gaan.

- Sta je voor een rood verkeerslicht, kijk dan eerst of het voorrangsvoertuig zelf zijn weg kan vinden. Als het voorrangsvoertuig er niet langs kan, maak dan alleen ruimte als het veilig kan en breng jezelf en anderen niet in gevaar.
- Als een voorrangsvoertuig wil passeren, blijf dan op de weg en houd zoveel mogelijk rechts.

Bij grotere incidenten kunnen er meerdere voorrangsvoertuigen opgeroepen worden. Het is niet altijd goed hoorbaar van welke kant het voorrangsvoertuig komt en of er nog meer voorrangsvoertuigen aankomen.

- Wees er altijd alert op dat er na een voorrangsvoertuig nog meer voorrangsvoertuigen kunnen volgen.

3.3 Beïnvloeding uitvoering van het nieuwe handelingsperspectief

Hieronder zijn de communicatieboodschappen opgenomen die als doel hebben het gedrag van weggebruikers te beïnvloeden. De volgorde van de adviezen is bewust gekozen: de volgorde is zoveel mogelijk chronologisch en sluit zo goed mogelijk aan bij de situatie zoals je deze in het verkeer tegen kunt komen. De belangrijkste boodschap 'Blijf kalm en rustig' is zo vroeg mogelijk geplaatst en wordt achteraan nogmaals herhaald. Deze volgorde dient in de communicatie-uitingen steeds aangehouden te worden.

Er is voor gekozen de gedragsadviezen in de vorm van een implementatie-intentie te gieten. Uit het door d&b uitgevoerde literatuuronderzoek (zie bijlage 1) blijkt dat deze vorm goede resultaten boekt, ook bij situaties waar je emoties (zoals het tegengaan van een schrikreactie) probeert te reguleren. Cruciaal is de 'als-dan' vorm en het feit dat de implementatie-intenties in de ik-vorm beschreven zijn. Dit zorgt ervoor dat de beschreven 'als...'-situatie, als cue dient om het doelgedrag 'dan...' automatisch te activeren. Het is niet nodig dat mensen deze implementatie-intenties hardop uitspreken of opschrijven. Ze aandachtig lezen is al voldoende. Verder is het belangrijk dat de beschreven situaties én het gedrag dat men in deze situatie wil vertonen zo concreet en tastbaar mogelijk zijn. Het is mogelijk meerdere 'dan' gedragingen achter één 'als' situatie te plaatsen. Hieronder is voor alle oorspronkelijk geformuleerde gedragsadviezen de vertaalslag gemaakt naar implementatie-intenties.

Als ik me in het verkeer begeef, dan ben ik alert.

- Als ik me in het verkeer begeef, dan kijk ik regelmatig in mijn spiegels
- Als ik stil ga staan, dan zorg ik dat ik de achterbanden van mijn voorganger nog kan zien.

Als ik een voorrangvoertuig opmerk, dan blijf ik kalm en rustig, en dan kijk ik eerst wat de mogelijkheden zijn en dan kies ik wat ik ga doen:

- Als ik een voorrangvoertuig opmerk, dan blijf ik mijn weg met mijn huidige snelheid vervolgen, totdat ik op een veilige manier ruimte kan maken.
- Als ik ruimte maak, dan geef ik richting aan met mijn knipperlicht.
- Als er een voorrangvoertuig nadert en er is een rijstrook vrij, dan laat ik deze vrij.
- Als ik op een rotonde rij, dan blijf ik de rotonde volgen totdat het voorrangvoertuig de rotonde heeft verlaten.

Als ik een voorrangvoertuig voor laat gaan, dan hou ik altijd de veiligheid in het oog:

- Als ik voor een rood verkeerslicht sta, dan kijk ik eerst of het voorrangvoertuig zelf zijn weg kan vinden. Als het voorrangvoertuig er niet langs kan, dan maak ik alleen ruimte als het veilig kan.
- Als ik merk dat een voorrangvoertuig mij wil passeren, dan blijf ik op de weg en hou zoveel mogelijk rechts.
- Als ik een voorrangvoertuig langs heb zien komen, dan ben ik er alert op dat er nog meer voorrangvoertuigen kunnen volgen.

Als ik vanaf nu een voorrangvoertuig tegenkom, dan blijf ik kalm en rustig en dan weet ik wat ik moet doen.

Via mediacampagnes zou deze vorm van implementatie-intenties overgenomen kunnen worden (bv. op posters, testjes, advertenties en reclamefilmmpjes).

Kortom:

De oorspronkelijke gedragsadviezen zijn getoetst aan de verkregen inzichten op basis van onderzoek en ervaring. Er is een onderscheid gemaakt tussen informerende adviezen en adviezen die gedrag dienen te beïnvloeden:

- *Het belangrijkste informerende advies is het feit dat het voorrangvoertuig in principe zelf zijn weg zoekt en de weggebruiker alleen als dat niet kan, zelf een veilige oplossing kiest.*
- *De belangrijkste gedragsbeïnvloedende boodschap is: "Als ik een voorrangvoertuig tegen kom, dan blijf ik kalm en rustig". Dit maakt bestuurders daadwerkelijk rustiger en geeft ze de tijd de juiste handelingen te kiezen en te verrichten.*

Het gebruik van implementatie intenties (gebruiken maken van de "als.... dan..." constructie), zorgt ervoor dat het gewenste gedrag automatisch geactiveerd wordt op de momenten dat dit nodig is.

Deel B Implementatieplan

In deel A zijn de communicatieboodschappen uitgewerkt die als doel hebben de weggebruikers een handelingsperspectief te bieden bij een confrontatie met voorrangsvoertuigen. Het is belangrijk de geboden handelingsperspectieven zo goed mogelijk te implementeren bij de beoogde doelgroep: de bestuurders van motorvoertuigen in Nederland. In dit deel is daarvoor een nadere analyse uitgevoerd van doelgroepen en middelen en is een aanpak voor de implementatie geformuleerd.

1 Doelgroepen en middelen

1.1 Doelgroepen

Zoals gezegd is de beoogde doelgroep waarbij de gedragsadviezen geïmplementeerd zouden moeten worden 'alle bestuurders van motorvoertuigen in Nederland'. Beschouwd is of er nog een nader onderscheid gemaakt zou moeten worden naar subdoelgroep. Dit zou aan de orde kunnen zijn als bepaalde groepen over andere informatie zouden moeten beschikken of als bepaalde groepen op een andere manier benaderd zouden moeten worden. Ook kan de urgentie voor bepaalde groepen groter zijn dan voor andere groepen. In de verkeersveiligheidsvoorlichting wordt over het algemeen een onderscheid gemaakt tussen vier doelgroepen: de beginnende bestuurder, ervaren bestuurder, oudere bestuurder en de beroepsbestuurder. Hoewel duidelijk is dat de communicatieboodschap voor alle genoemde doelgroepen hetzelfde zal zijn, is toch besloten aan te sluiten bij deze onderverdeling om deze verschillende typen bestuurders goed te kunnen bereiken en gebruik te kunnen maken van de bestaande informatiekanaalen richting deze doelgroepen.

Hierbij wordt opgemerkt dat aan de doelgroep 'beroepsbestuurder' vooralsnog de laagste prioriteit wordt toegekend. In het eerder uitgevoerde verkennende onderzoek geven de ondervraagde chauffeurs van *voorrangsvoertuigen* aan dat zij een verschil waarnemen tussen de manier waarop verschillende typen bestuurders reageren op een naderend voorrangsvoertuig. Naar hun idee reageren professionele weggebruikers (vrachtwagenchauffeurs, buschauffeurs e.d.) adequater op naderende voorrangsvoertuigen dan andere weggebruikers. Hoewel duidelijk is dat het hier gaat om subjectieve gegevens, geeft dit voldoende aanleiding om in eerste instantie minder aandacht te besteden aan de specifieke doelgroep van beroepsbestuurders.

1.2 Middelen

Voor elke doelgroep is hieronder aangegeven welke middelen het meest zinvol lijken om in te zetten bij de betreffende doelgroep. Bedacht moet worden dat er twee soorten communicatiemiddelen nodig zijn: middelen voor de overdracht van informatie en middelen voor het 'inslijten' van het (nieuwe) gedrag. Uit onderzoek (Pajares & Kranzler, 1995) blijkt dat vertrouwen in je eigen kunnen (self-efficacy) helpt tegen een stressreactie¹². Het ervaren van de situatie en het inoefenen van het juiste gedrag via trainen in een virtuele omgeving (bijv. computerspel of simulator) ondersteunt daarbij. Deze middelen zijn dan ook terug te vinden in het overzicht van in te zetten middelen bij de verschillende doelgroepen.

Als eerste is een algemene categorie met middelen opgenomen die voor elke doelgroep benut kan worden. Het belangrijkste algemene middel daarbij is een website. De reden voor de keuze van een website is dat dit instrument verschillende mogelijkheden biedt die allemaal bijdragen aan het inslijten van het juiste handelingsperspectief van de doelgroep. Zowel het aanbieden van gedetailleerde en beeldende informatie, het bieden van een

¹² Pajares, F., Kranzler, J. (1995) Self-efficacy beliefs and general mental ability in mathematical problem-solving. *Contemporary Educational Psychology*, 20, 426-443.

vraagfunctie en het bieden van de mogelijkheid tot oefenen en trainen van vaardigheden via een serious game behoort tot de mogelijkheden. Alle doelgroepen kunnen via de website bediend worden, zo nodig kan er binnen de website onderscheid gemaakt worden naar subdoelgroepen. Ook is het mogelijk via de website altijd de meest actuele informatie aan te bieden, terwijl gedrukte tekst aan veroudering onderhevig is. Bovendien kan via andere middelen zoals borden langs de weg moeilijk de hele breedte van het onderwerp met alle nuancerings belicht worden.

Flyers en dergelijke kunnen ondersteunen, met name bij doelgroepen die in mindere mate toegang tot internet hebben. Borden langs de weg kunnen in specifieke situaties zinvol zijn met een hele specifieke instructie, waarbij er altijd voor gewaakt dient te worden dat het bord niet teveel informatie bevat en niet teveel afleidt.

Het maken van een grootscheepse reclamecampagne ligt niet direct voor de hand, aangezien de boodschap te complex is om in korte tijd uit te kunnen leggen. Wel zou de centrale boodschap 'Als ik een voorrangvoertuig tegen kom, dan blijf ik kalm en rustig en dan laat ik het voorrangvoertuig zoveel mogelijk zelf zijn weg zoeken' gecommuniceerd kunnen worden, waarbij er voor meer informatie verwezen wordt naar de website. Ook in allerlei andere uitingen kan er verwezen worden naar de website zoals artikelen in magazines, huis- aan huisbladen en dergelijke. Zie daarvoor ook het volgende hoofdstuk.

Voor de afzonderlijke doelgroepen zijn daarnaast de rijopleiding en de bijscholingen een belangrijk middel waarmee kennis en vaardigheden kunnen worden eigengemaakt.

In tabel 1 zijn de mogelijke communicatiemiddelen per doelgroep weergegeven, waarbij een eerste onderscheid gemaakt is tussen hoofdmiddelen en ondersteunende, aanvullende middelen.

Tabel 1. Mogelijke communicatiemiddelen per doelgroep

Hoofdmiddel	Aanvullende middelen
<i>Algemeen</i>	
Website (informatie, standaardpresentatie, foto's, video's, kennistoets, serious game)	Flyers en posters (tankstations, in de bus) met verwijzing naar website
Informatiepakket (folder, gadget, ...)	Mottoborden langs de weg voor specifieke situaties
	Radio/tv campagne met verwijzing naar website
<i>Beginnende bestuurder</i>	
Rijopleiding (incl. aanpassen theorieboeken/ examenvragen/lesplan/normering en informatiepakket voor de rijopleider)	Terugkomdagen
	Team Alert (richt zich op jongeren)
	Confrontatie met voorrangvoertuigen inbouwen in rijsimulatoren
<i>Ervaren bestuurder</i>	
Bijscholing (bv theorie/voorlichtingsavonden VVN, voortgezette Rij Opleiding-Risico: herhalingscursus voor motorrijders)	Technische middelen (navigatie/signaalfuncties)
	Confrontatie met voorrangvoertuigen inbouwen in rijsimulatoren
<i>Oudere bestuurder</i>	
Bijscholing (bv. BROEM-cursus: opfriscursus voor oudere automobilisten)	Ouderenbijeenkomsten

<i>Beroepsbestuurder</i>	
Opleiding (incl. aanpassen theorieboeken/ examenvragen/lesplan/normering en informatiepakket voor de rijopleider	Implementeren thema in rijstijlscan
Bijscholing (bv. Safety Programma: rijvaardigheidstrainingen via bijv. leasemerken, nascholing code 95)	Landelijke bijscholingsdagen
	Beroepsbijeenkomsten
	Aandacht via brancheverenigingen/ vakverenigingen
	Artikel in een vakblad

Kortom:

De boodschap is hetzelfde voor de doelgroepen, maar er wordt wel onderscheid gemaakt in doelgroepen zodat gebruik gemaakt kan worden van de bestaande middelen om deze groepen te bereiken. De doelgroep beroepsbestuurders heeft hierbij een lagere prioriteit dan de overige doelgroepen.

We maken onderscheid in middelen voor de overdracht van informatie en middelen voor het inslijten van informatie. Deze middelen zijn aanvullend ten opzichte van elkaar en zorgen ervoor dat de doelgroep:

- op de hoogte wordt gebracht van wat het gewenste gedrag is*
- in de gelegenheid wordt gesteld zich deze kennis eigen te maken en toe te passen.*

2 Voorgestelde aanpak voor de implementatie

Zoals blijkt uit tabel 1 in het vorige hoofdstuk is er een groot aantal mogelijke communicatiemiddelen per doelgroep te formuleren. Het kenniscentrum voorrangsvoertuigen ziet het als haar rol om te faciliteren in het beschikbaar stellen van de kennis die nodig is voor de implementatie van het door weggebruikers gewenste gedrag bij naderende voorrangsvoertuigen. De daadwerkelijke implementatie zal vooral door de verantwoordelijke organisaties op het gebied van verkeersveiligheid moeten plaatsvinden. Het is van belang de opgedane kennis op een zo toegankelijk mogelijke wijze te ontsluiten, zodat deze breed bruikbaar is voor alle instanties die een rol hebben in het informeren of opleiden en trainen van weggebruikers en bestuurders van voorrangsvoertuigen.

2.1 Te ontwikkelen producten

Voorgesteld wordt daarom in eerste instantie in te zetten op de ontwikkeling van een breed bruikbaar *informatiepakket* (voor alle geïnteresseerden, waaronder ook bijvoorbeeld rijsschoolhouders, hulpdiensten en beroepsbestuurders). Onderdeel van het informatiepakket zijn de informerende gedragsadviezen, de implementatie-intenties, een standaardpresentatie met foto- en videomateriaal en een gadget of weggevertje om de aandacht mee te trekken. Dit informatiepakket zal digitaal en zo mogelijk in hard copy ter beschikking worden gesteld en worden ondersteund met een website (met onder andere een vraag- en antwoordfunctie) in een duidelijke huisstijl. Door een informatiepakket te ontwikkelen dat makkelijk bruikbaar is voor andere organisaties kan voor een goede verspreiding van de inhoud gezorgd worden, waarbij toch de regie op de boodschap wordt behouden. Waar mogelijk zal de website een serious game bevatten. Via deze game kunnen mensen op een leuke en toegankelijke manier oefenen met het reageren op naderende voorrangsvoertuigen. Op deze manier kunnen mensen in een veilige omgeving oefenen en het juiste gedrag aanleren.

Om de nieuw instromende bestuurders van motorvoertuigen op de hoogte te stellen en vertrouwd te maken met de gedragsadviezen is het daarnaast van belang om aandacht aan het onderwerp in de *rijopleidingen* te besteden. Dit betekent dat het kenniscentrum voorrangsvoertuigen kennis zal aanleveren voor het aanpassen van het curriculum, lesboeken, de praktijkinstructie en het examen.

2.2 Te betrekken partners

Zoals gezegd zal het kenniscentrum voorrangsvoertuigen met name een faciliterende rol spelen in het beschikbaar stellen van kennis over hoe te handelen bij naderende voorrangsvoertuigen. Voor de implementatie zijn partijen van belang die een rol kunnen spelen bij het uitdragen van het informatiepakket, het ontwikkelen van een serious game en het implementeren van de adviezen in de rijopleidingen. Belangrijke partners hierbij zijn:

Ontwikkeling informatiepakket:

- Creatieve bureaus/websitebouwers
- Bureau d&b wetenschappelijke borging

Uitdragen informatiepakket:

- Veilig Verkeer Nederland (website, Landelijk meldpunt verkeersveiligheid Broemcursussen)
- ANWB, BOVAG, RAI
- Regionaal Orgaan voor de Verkeersveiligheid in Overijssel (ROVO)
- Rijkswaterstaat
- Hulpdiensten
- Team Alert (jongeren)

Ontwikkelen eventuele serious game:

- Game ontwikkelaar
- Bureau d&b wetenschappelijke borging

Uitbreiden rijopleiding

- CBR, BOVAG, ANWB, FAM (Federatie Autorijschool Management), VRB (Vereniging Rijschool Belang)
- Simulatoeraanbieders rijopleidingen

Aanbevolen wordt om bij de implementatie zoveel mogelijk de bestaande netwerken en bestaande initiatieven te benutten. Denk hierbij aan netwerken op het gebied van communicatie bij brandweer (CoBra), politie, ambulance, verkeersveiligheid, het landelijk overleg orgaan verkeersveiligheid, Rijkswaterstaat (veiligheidsdagen), maar denk ook aan aansluiting op de landelijke campagnekalender 'Daar kun je mee thuis komen'.

2.3 Pretest en pilot

In de voorgaande hoofdstukken is uitgewerkt welke boodschap naar welke doelgroepen via welke middelen gecommuniceerd zou moeten worden, om ervoor te zorgen dat bestuurders van motorvoertuigen beter weten hoe ze moeten handelen als ze een voorrangvoertuig tegen komen. Belangrijk is om te onderkennen, dat de informatie uit de voorgaande hoofdstukken is gebaseerd op kennis verworven uit de eerdere onderzoeken, maar dat niet op voorhand bekend is welke invloed de geformuleerde handelingsperspectieven op het gedrag van de weggebruikers zullen hebben. Het is voor het eerst dat geprobeerd wordt gedrag van weggebruikers te veranderen bij naderende voorrangvoertuigen in verschillende verkeerssituaties¹³. Dit betekent dat het cruciaal zal zijn om, alvorens de handelingsperspectieven landelijk uit te rollen, eerst op kleinere schaal (bijvoorbeeld in een pilot, eventueel voorafgegaan door een pretest) te bekijken of de geformuleerde boodschap inderdaad het beoogde effect heeft. Zeker bij gedrag in het verkeer kan het van levensbelang zijn om het effect van de interventies te meten, voordat de interventies massaal uitgezet worden. Dit meten is relatief eenvoudig te realiseren. Er wordt dan ook aanbevolen een dergelijke pretest uit te voeren, voordat gestart wordt met de uitrol van de communicatieboodschap.

¹³ In Nederland is wel ervaring met communicatie van het 'middendoor rijden' van voorrangvoertuigen op snelwegen, echter dat zijn veel minder complexe verkeerssituaties dan de situaties die in de voorliggende gedragsadviezen worden gecommuniceerd.

2.4 Communicatie

Nadat het informatiepakket en de website compleet zijn, is het belangrijk hiervoor veel aandacht te genereren. Daarbij kan gedacht worden aan de volgende promotieactiviteiten:

- centraal aftrapmoment (bv op een congres)
- persberichten
- artikelen in vakbladen: Blauw, Brand en brandweer, V&VN Ambulancezorg, Verkeersknooppunt, Rij-instructie, Verkeerspro
- artikelen in andere bladen/magazines (Kampioen, VVN Magazine, Plus etc.)
- artikel in huis- aan huisbladen met verwijzing naar website
- item op radio/Tv-programma, bv bij regionale omroepen
- promoten van website via sociale media en nieuwsbrieven van kenniscentrum Voorrangsvoertuigen en partners
- politiek: onderwerp agenderen

Bij de promotieactiviteiten is het van belang om vanuit het kenniscentrum Voorrangsvoertuigen 'in the lead' te blijven, zodat de boodschap integraal en op een juiste wijze wordt gecommuniceerd. Ook is het belangrijk aandacht te besteden aan de interne en externe communicatie rondom het hele traject. Het is belangrijk dat de boodschap zoals deze nu verwoord is integraal in tact blijft, aangezien de formuleringen zeer zorgvuldig gekozen zijn om een zo optimaal mogelijke gedragsverandering te bereiken. Het is belangrijk dit in alle communicatie duidelijk te maken naar alle mensen aan wie het informatiepakket op de één of andere manier wordt overhandigd.

2.5 Borging

Tenslotte is het belangrijk om in de implementatiefase al aandacht te besteden aan de borging en het beheer van de ontwikkelde producten zoals de website en het informatiepakket, zodat ook na de implementatie deze producten actueel gehouden worden en in stand gehouden worden. Er zullen afspraken gemaakt moeten worden met een organisatie die deze taak op zich zal nemen. Hierbij kan gedacht worden aan Veilig Verkeer Nederland.

Kortom:

Het kenniscentrum voorrangsvoertuigen zet in op het faciliteren bij de implementatie van de opgestelde gedragsadviezen door middel van:

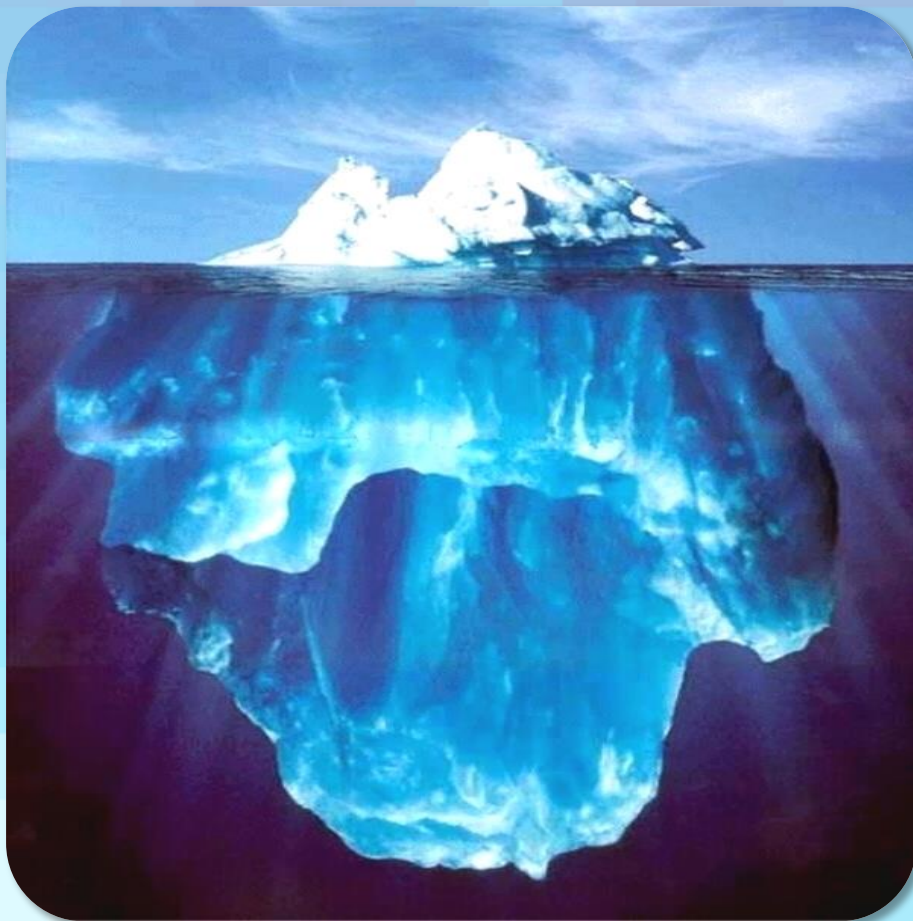
- *het opleveren van een informatiepakket inclusief website en waar mogelijk een serious game*
- *het aanleveren van kennis voor aanpassing van de rijopleiding in theorie-examen, lesstof en instructie van rijinstructeurs.*

De daadwerkelijke implementatie van de informatie naar de weggebruiker zal door partners op het gebied van verkeersveiligheid moeten gebeuren.

De opgestelde adviezen zijn zeer zorgvuldig gekozen en verwoord om het effect op gedrag te optimaliseren. Ondanks deze zorgvuldigheid zijn deze gedragsadviezen nog nooit op een dergelijke manier toegepast in de situaties waarin ze ingezet gaan worden. Het is cruciaal om de gedragseffecten van de interventies te meten, voordat deze massaal uitgezet worden. Aanbevolen wordt een regionale pilot en pretest uit te voeren voordat de gedragsadviezen op landelijk niveau worden uitgerold.

Bijlage 1 Literatuurstudie d&b

Gedragsadviezen m.b.t. voorrangsvoertuigen



d&b

In opdracht van: Instituut Fysieke Veiligheid

Datum: 8 januari 2014

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
Opdracht	3
Achtergrond van het probleem	3
Richtlijnen communicatie verkeersdeelnemers	5
Verdieping implementatie intenties	12
Referenties	17

Opdracht

Naar aanleiding van eerdere contacten met Nancy Oberije, heeft het NIFV d&b benaderd om haar expertise in te zetten ter input van een communicatieplan. Het communicatieplan heeft als doel weggebruikers de juiste gedragsadviezen aan te reiken omtrent het handelen wanneer een voorrangsvoertuig nadert. Dit plan bestaat niet alleen uit kennisoverdracht zodat weggebruikers *weten* hoe men zich hoort te gedragen wanneer een voorrangsvoertuig nadert, het gaat juist ook om het koppelen van de juiste kennis aan de juiste situatie, zodat het *gedrag* van weggebruikers ook verbetert. Dit zal voorkomen dat weggebruikers zichzelf en anderen in gevaarlijke situaties brengen en zorgt ervoor dat weggebruikers in elke situatie de meest veilige manier van handelen zullen *toepassen*.

Achtergrond van het probleem

Bestuurders van voorrangsvoertuigen worden regelmatig geconfronteerd met gedrag van weggebruikers, dat afwijkt van het gewenste of verwachte gedrag. Hierdoor komt de veiligheid en een snelle aanrijdtijd in bepaalde gevallen in het geding.

Bestuurders van voorrangsvoertuigen mogen van verkeersregels afwijken en verkeerstekens negeren, zoals het harder rijden dan de toegestane snelheid, het negeren van gebods- of verbodsborden en het rijden door rood licht. Wel dient de veiligheid hierbij in acht genomen te worden. Overige weggebruikers dienen voorrangsvoertuigen voor te laten gaan. Voor bestuurders van voorrangsvoertuigen is er in brancherichtlijnen aangegeven op welke wijze zij verantwoord en veilig kunnen rijden met optische en geluidssignalen. Ook krijgen bestuurders van voorrangsvoertuigen een speciale opleiding.

Voor weggebruikers die geconfronteerd worden met voorrangsvoertuigen is niet beschreven hoe men voorrangsvoertuigen op een veilige en verantwoorde wijze voor kan laten gaan: noch in de wet of een uitwerking daarvan, noch in de lesstof voor het behalen van een rijbewijs, noch elders.

Er zijn diverse initiatieven en innovatieve producten in ontwikkeling om ervoor te zorgen dat weggebruikers een voorrangsvoertuig eerder waarnemen. De vraag is echter nog onbeantwoord wat weggebruikers na waarneming van het voorrangsvoertuig doen en wat zij zouden moeten doen.

Kernpunten van het probleem:

- Tussen de opleidingen van brandweer, politie en ambulance op het gebied van het rijden met optische en geluidssignalen is niet of nauwelijks sprake van afstemming. Verkeersdeelnemers hebben te maken met inconsistent rijgedrag van voorrangsvoertuigen.
- Er zijn diverse initiatieven om de waarneembaarheid van voorrangsvoertuigen te verbeteren, door innovatieve systemen op basis van geluid, licht en/of trillingen om weggebruikers tijdig te waarschuwen dat een voorrangsvoertuig nadert. Echter het effect van deze systemen is niet gemeten, daarnaast zijn geen van deze systemen landelijk ingevoerd.
- In diverse onderzoeken wordt gepleit voor meer voorlichting en het opstellen van adviezen voor weggebruikers ten aanzien van het reageren op de confrontatie met een voorrangsvoertuig. De overheidscampagne 'Geef hulpdiensten de ruimte' was hiervoor een goede eerste zet, maar richtte zich uitsluitend op de wijze waarop men zich bij stagnerend verkeer op een weg met meerdere rijstroken moet gedragen. Uit de literatuurstudie, filmbeeldenanalyse, enquête en expertmeeting blijkt echter dat veel confrontaties met onvoorspelbaar gedrag van weggebruikers zich juist op andere wegen en bij andere situaties voordoen. Concrete algemene adviezen aan weggebruikers zijn nauwelijks te vinden. Aanvullende voorlichting is daarom noodzakelijk.



- Volgens de bestuurders van voorrangsvoertuigen wordt het meest voorkomende ongewenste gedrag veroorzaakt doordat weggebruikers het voorrangsvoertuig te laat opmerken of niet weten wat ze moeten doen nadat het voorrangsvoertuig is opgemerkt.

Op basis van eerder onderzoek van het NIFV, kan ingeschat worden dat weggebruikers maar al te graag de goede handelingen willen uitvoeren als er een voorrangsvoertuig nadert. In veel gevallen blijkt de kennis om dit te doen echter te ontbreken, of men weet het wel, maar kan er in de situatie zelf niet naar handelen. Doel is dus om de benodigde kennis over te brengen. Daarnaast is het van belang dat deze kennis actief wordt ingezet.

Hoewel er geen onderzoeksliteratuur voor handen is die rechtstreeks het beschreven probleem behandelt, zijn er een aantal mogelijke ingangen die kunnen helpen bij het tackelen van het probleem. Deze meer algemene richtlijnen zullen hieronder kort beschreven worden.

Richtlijnen communicatie verkeersdeelnemers

Mogelijke kanalen

Bij het opzetten van een communicatieplan voor verkeersdeelnemers is het goed om stil te staan bij de verschillende kanalen die hiervoor geschikt zijn:

- Televisie
- Radio
- Borden/Posters
- Verkeersborden
- Internet



Voor elk van deze kanalen zijn in de wetenschappelijke literatuur richtlijnen te vinden, die de effectiviteit van de communicatie via een bepaald kanaal verbeteren. Over het algemeen kan gezegd worden dat de meest effectieve campagnes (op het gebied van volksgezondheid) gebruik maken van verschillende kanalen, zodat zoveel mogelijk mensen in aanraking komen met de boodschap. Daarnaast blijkt dat campagnes die een nieuwe boodschap communiceren een grotere impact hebben dan campagnes die een al eerder vertelde boodschap overbrengen (Abroms & Maibach, 2008).

Formuleren van de boodschap

Het formuleren van een boodschap is een van de belangrijkste onderdelen bij het opzetten van een succesvolle communicatiestrategie. Hieronder volgen een aantal punten die hierbij van belang zijn.

Motivatie

Te snel rijden is een van de grootste problemen in het verkeer, aangezien het leidt tot een verhoging van het aantal ongelukken in het verkeer. Een groot aantal verkeersveiligheid campagnes over de hele wereld richt zich dan ook op dit probleem. Deze campagnes trachten de motivatie van automobilisten (t.a.v. het houden aan de snelheidsregels), te verhogen door het promoten van positieve attitudes en intenties. Echter, volgens Gollwitzer (1990) is motivatie slechts de eerste stap die ertoe leidt dat een bepaald gedrag uitgevoerd wordt. Een tweede vrijwillige stap is nodig om motivatie om te zetten in gedrag.

Opvallend is dat de meerderheid van de automobilisten over het algemeen al erg gemotiveerd zijn om zich te houden aan de snelheidslimiet. Zo bleek in een studie door Elliott et al. (2003) dat de meeste Engelse automobilisten de intentie hadden om zich te houden aan de snelheidslimiet (gemiddelde score van 2.16 op een schaal van -3 tot 3). De kans bestaat dat campagnes die zich richten op het



verhogen van motivatie met een plafondeffect te maken hebben. Voor gedragsverandering is meer nodig dan motivatie alleen.

Hetzelfde geldt voor automobilisten die te maken krijgen met voorrangsvoertuigen. Motivatie alleen (zelf als deze al aanwezig is) is niet voldoende voor het uitvoeren van het juiste gedrag. De vraag is hoe deze motivatie om is te zetten in het juiste gedrag.

Implementatie intenties

Implementatie intenties kunnen helpen om de kloof tussen intenties en gedrag te overbruggen. Het zijn 'als-dan' plannen die een specifieke situatie koppelen aan een bepaald doelgedrag. In het geval van te hard rijden bijvoorbeeld: 'Wanneer ik naar huis rijd van mijn werk, zal ik de druk die andere weggebruikers mij opleggen om harder te rijden negeren zodat ik mijn doel behaal en me houd aan de snelheidslimiet.'

Implementatie intenties kunnen helpen bij het uitvoeren van het juiste gedrag omdat ze de situaties die gespecificeerd zijn in de implementatie intentie, toegankelijker maken. Hierdoor zullen mensen mogelijkheden om het gewenste gedrag uit te voeren eerder herkennen (Milne, Orbell & Sheeran, 2002). Daarnaast gaat het hierbij om geautomatiseerd gedrag dat geïnitieerd wordt wanneer de gespecificeerde omstandigheden zich voordoen (Brandstatter, Lengfelder, & Gollwitzer, 2001).

Deze kenmerken zijn van belang als het gaat om automobilisten en voorrangsvoertuigen. Normaal gesproken worden (verkeers)borden geplaatst op plekken waar de boodschap relevant is. Aangezien ervaringen met voorrangsvoertuigen in het verkeer niet te voorspellen zijn, zijn er minder mogelijkheden voor het plaatsen van boodschappen op relevante tijden en plaatsen. Implementatie intenties kunnen hierbij van grote toegevoegde waarde

zijn, omdat ze gepland gedrag initiëren op het moment dat het gedrag relevant wordt ('als-dan').

Onderzoek heeft aangetoond dat implementatie intenties de kans vergroten dat mensen verschillende sociale gedragingen uitvoeren (Armitage, 2004, 2006; Milne et al., 2002; Orbell et al., 1997; Orbell & Sheeran, 2000; Prestwich, Lawton, & Conner, 2003). Er zijn echter weinig onderzoeken die het effect van implementatie intenties in het verkeer onderzocht hebben.

In een vrij recente studie is het effect van implementatie intenties onderzocht bij automobilisten die zich wel of niet houden aan een snelheidslimiet (Elliott & Armitage 2006). Uit de studie blijkt dat het specificeren van implementatie intenties een significant effect heeft op het gedrag van automobilisten m.b.t. de snelheidslimiet. Automobilisten die implementatie intenties vormden zijn eerder geneigd zich te houden aan de snelheidslimiet dan automobilisten die geen implementatie intenties vormden. Daarnaast blijkt dat het effect van implementatie intenties sterker is als automobilisten een grote motivatie hebben om zich te houden aan de snelheidslimiet. Tot slot blijkt dat hoe meer strategieën automobilisten specificeerden (de 'dan' component), hoe groter de kans is dat ze het gewenste gedrag uitvoeren.

Motivatie & Implementatie intenties

Een campagne gericht op het veranderen van gedrag m.b.t. voorrangsvoertuigen lijkt op een soortgelijke wijze veel baat te hebben van het gebruik van implementatie intenties. Een dergelijke campagne zal zich richten op:

- Het verstrekken van kennis en informatie m.b.t. het juiste gedrag
- Het verhogen van motivatie om het juiste gedrag uit te voeren.
- Automobilisten verschillende gedragsstrategieën laten specificeren in een 'als-dan' vorm (implementatie intenties).

Automobilisten moeten zich actief inleven in een bepaalde situatie, wil deze vorm van gedragsverandering effectief zijn. De concrete uitwerking van de boodschap is cruciaal. Het gebruik van implementatie intenties wordt verderop in dit document uitgediept.

Probleemgedrag en doelgedrag

Een opvallend verschijnsel in verkeerscommunicatie is dat de boodschap vaak wordt geformuleerd in termen van het probleemgedrag. Dit kan als nadelig effect hebben dat verkeersdeelnemers juist het verkeerde gedrag onthouden. Onderstaande afbeeldingen zijn hier een voorbeeld van.



'Ga uitgerust op weg' omschrijft het doelgedrag. De zin 'word geen slaaprijder' omschrijft juist het probleemgedrag. Dit lijkt een detail, maar hierdoor worden mensen blootgesteld aan onjuist voorbeeldgedrag waardoor de veiligheid van de verkeersdeelnemers in het geding komt. Bovendien is een ontkenkende boodschap moeilijker te verwerken. In het geval van de rechter afbeeldingen zou de zin 'rijd rustig' dan ook een makkelijker te verwerken alternatief zijn. Met dit soort details moet rekening worden gehouden bij het ontwerpen van een boodschap.

Fear Appeals en Self-Efficacy

Het formuleren in termen van het probleemgedrag hangt nauw samen met het angstig maken van mensen door ze op risico's te wijzen of ernstige beelden van slachtoffers en ongelukken te laten zien. In het verleden hebben veel verkeerscampagnes gebruik gemaakt van deze techniek (Tay & Watson, 2002). Het idee achter het gebruik van schokkende beelden is dat het mensen emotioneel aanspreekt waardoor ze gemotiveerd worden om het advies aan te nemen. Onderzoek naar het gebruik van deze Fear Appeals is niet eenduidig.

Een groot gevaar bij het gebruik van Fear Appeals is dat de ernstige of schokkende beelden en boodschappen juist gevaarlijk gedrag oproepen. Daarnaast kunnen boodschappen en borden die op angst inspelen weggebruikers afleiden waardoor er gevaarlijke situaties kunnen ontstaan. In een onderzoek door Tay & Watson (2002) wordt het gebruik van angst bij verkeersgebruikers onderzocht. Uit het onderzoek blijkt dat het gebruik van Fear Appeals van toegevoegde waarde kan zijn, wanneer er na het oproepen van angst concrete strategieën om ongelukken te voorkomen worden gegeven aan weggebruikers. Weggebruikers die na het zien van de Fear Appeals concrete strategieën kregen te zien, rapporteerden een hogere Self-Efficacy (in dit geval geloof in eigen kunnen om nare situatie te voorkomen), dan weggebruikers die alleen de Fear Appeals kregen te zien. Daarnaast rapporteerde de eerste groep weggebruikers dat ze vaker het gewenste gedrag vertoonden dan de groep die het zonder de extra strategieën moest doen.

Het gebruik van angst in het formuleren van campagneboodschappen moet zorgvuldig worden aangepakt. De kans is groot dat het beoogde effect niet behaald wordt en zelfs nadelig uit kan pakken. Wellicht is een combinatie tussen het oproepen van angst en het geven van concrete strategieën een mogelijk alternatief.



Plaatsing van interventies

Het is van belang dat het geven van informatie op een natuurlijk punt in het gedragsproces plaatsvindt.



De boodschap die bovenstaand bord geeft is helder, maar slaat de plak mis wanneer het op een irrelevante plek staat. Een dergelijke boodschap zal voordat een parkeerplaats wordt aangegeven, geplaatst moeten worden. Toch worden de borden vaak op een irrelevante plek geplaatst, bijvoorbeeld als men net de parkeerplaats verlaat. Op die manier mist de boodschap zijn doel. Het geven van de cue op het juiste moment is cruciaal.

Hoewel de onvoorspelbaarheid van contact met voorrangvoertuigen de timing en plaatsing van boodschappen bemoeilijkt, lijken implementatie intenties hier een uitkomst te kunnen bieden. Zie het kopje 'Implementatie intenties' hierboven. Toch blijft het ook in het geval van voorrangvoertuigen belangrijk om na te denken over de plaatsing van boodschappen. Zo zijn er met betrekking tot voorrangvoertuigen ook situatie specifieke gedragsregels te vinden. Het blijven rijden op een rotonde wanneer er een voorrangvoertuig opgemerkt wordt, is hier een voorbeeld van. Een boodschap die zich richt op een specifieke situatie zal dan ook goed getimed moeten worden.

Verdieping implementatie intenties

Hieronder wordt het gebruik van implementatie intenties verder uitgewerkt. Allereerst worden mogelijke beperkingen besproken. Vervolgens wordt besproken hoe implementatie intenties dienen te worden vormgegeven.

Beperkingen

Onvoorspelbaarheid contactmomenten met voorrangvoertuigen

Implementaties intenties zijn 'als-dan' plannen die een bepaald moment in de toekomst koppelen aan een concreet doelgedrag. Hoe concreter deze 'als-dan' plannen gespecificeerd worden, hoe groter de kans dat het doelgedrag uitgevoerd wordt. Het probleem is dat automobilisten niet kunnen voorspellen wanneer ze in contact komen met een voorrangvoertuigen. De 'als-dan' implementatie zal dus beperkt blijven tot 'Als ik een voorrangvoertuig met sirene signaleer, dan... '.

Uit onderzoek naar fear & disgust reacties blijkt dat deze vorm van 'als-dan' plannen echter wel *kan* werken (Gallo et al., 2009). Zo blijkt dat deelnemers met een fobie voor spinnen hun angstreacties op afbeeldingen van spinnen kunnen verminderen door de volgende implementatie intentie: 'Als ik een spin zie, dan blijf ik kalm en rustig'. Deelnemers werden gevraagd de genoemde implementatie intenties tegen hunzelf te zeggen. Uit het onderzoek bleek dat implementatie intenties significant de angstreactie op de afbeeldingen verlaagden (via ERP-metingen).

Laag vertrouwen in eigen kunnen

Het effect van implementatie intenties wordt verminderd naarmate mensen minder vertrouwen hebben in eigen kunnen. Het doelgedrag moet dus op zo'n manier gecommuniceerd worden dat het eenvoudig is te begrijpen en uit te

voeren door automobilisten. Wanneer het doelgedrag te complex is, helpen implementatie intenties niet. Het is dus van belang om implementatie intenties te koppelen aan duidelijke instructies om de self-efficacy van weggebruikers te vergroten.

Commitment

Mensen moeten een zekere verbondenheid voelen met onderwerp of doelgedrag om het effect van implementatie intenties te vergroten. Simpel gezegd: mensen moeten ook willen veranderen. Deze verbondenheid zal moeten worden opgeroepen door effectieve communicatie met de doelgroep.

Storende en afleidende stimuli

Veel onderzoek naar implementatie intenties is gedaan in een lab setting. Hierdoor worden storende variabelen uitgesloten en kunnen conclusies worden getrokken op basis van de data. In de praktijk spelen echter veel meer variabelen een rol. Automobilisten die in aanraking komen met een voorrangvoertuig worden blootgesteld aan veel stimuli tegelijkertijd. Daarnaast speelt op de weg het gedrag van anderen een grote rol. Deze extra variabelen kunnen mogelijk het effect van implementatie intenties verminderen.

Vormgeven van implementatie intenties

Het reguleren van emoties

Het doel is dat automobilisten niet in paniek raken wanneer ze een voorrangvoertuig signaleren, maar rustig handelen. Onderzoek heeft aangetoond dat implementatie intenties inderdaad een rol kunnen spelen bij het reguleren van emoties. In een recent onderzoek specificeerden deelnemers van tevoren een doel intentie gevolg door een implementatie intentie (1: Ik zal geen afgrijzen ervaren, 2: als ik bloed zie blijf ik rustig en kalm). Wanneer deelnemers vervolgens nare afbeeldingen te zien kregen van ongelukken en ongevallen ervaarde de groep



deelnemers die implementatie intenties specificerden minder disgust (weezin) gevoelens dan de groep die alleen doel intenties had gespecificeerd (Gallo et al., 2009). Deze resultaten zijn hoopgevend wat betreft de ontwikkeling van implementatie intenties om gedragsverandering omtrent voorrangsvoertuigen te bewerkstelligen.

Vormgeving van de 'als' component

De 'als' moet zo concreet mogelijk worden gespecificeerd om het effect van implementatie intenties te vergroten. Een onderzoek naar implementatie intenties en rijgedrag toont dit goed aan (Gollwitzer et al., 2009). Deelnemers reden in een racesimulatie over een track en moesten dit zo snel mogelijk doen zonder schade aan de auto op te lopen. Implementatie intenties hielpen hen hierbij. Er werden twee mogelijke intenties door deelnemers gespecificeerd:

- Als ik een zwart-wit gestreept verkeersbord zie, dan pas ik onmiddellijk mijn snelheid aan
- Als ik in een gevaarlijke situatie terecht kom, dan pas ik onmiddellijk mijn snelheid aan

De eerste intentie zorgde ervoor dat deelnemers minder schade aan hun auto opliepen, terwijl de tweede intentie geen effect had. Zaak is dus om zo concreet mogelijk te zijn bij het specificeren van de als component. Zie ook de tekst onder 'Onvoorspelbaarheid contactmomenten met voorrangsvoertuigen'.

Vormgeving van de 'dan' component

Over het algemeen kan gezegd worden dat de 'dan' component een simpele en concrete gedraging moet zijn of moet bestaan uit een handeling die goed aangeleerd is, zoals naar een sportcentrum gaan (Gollwitzer & Sheeran, 2006). Echter ook het specificeren van meerdere complexe handelingen door middel van implementatie intenties kan gewenst gedrag bevorderen, zo wijst onderzoek uit (Gollwitzer et al., 2009).



Deelnemers kregen de opdracht om water uit de ene kan (A) over te brengen naar een andere kan (E), door drie kannen met een vast volume te gebruiken (B,C & D). Dit gebeurde aan de hand van vier verschillende intenties:

- Doel intentie: Ik wil de oplossing zo snel mogelijk vinden
- Implementatie intentie 1: Als ik begin aan een nieuwe taak, dan ga ik eerst proberen om water van kan A over te gieten naar kan C.
- Implementatie intentie 2: Als ik begin aan een nieuwe taak, dan ga ik eerst proberen om water van kan A over te gieten naar kan D.
- Implementatie intentie 3: Als ik begin aan een nieuwe taak, dan ga ik eerst proberen om water van kan A over te gieten naar kan C of water van kan A over te gieten naar kan D.

Deze laatste implementatie intentie zorgde voor de beste resultaten. Een soortgelijk resultaat wordt gevonden als het gaat om het specificeren van verschillende gedragsequenties (Gollwitzer et al., 2009). Implementatie intenties die alle gewenste sequenties specificeerden zorgden voor een betere score, dan implementatie intenties die alleen de eerste sequentie specificeerden.

Het lijkt er dus op dat het wenselijk is om alle gewenste gedragingen te specificeren bij het opzetten van een implementatie intentie. 'Als ik een ambulance opmerk, dan blijf ik rustig doorrijden en ga ik ,wanneer ik kan, aan de kant'. Bij voorgaand voorbeeld moet echter wel het moment waarop automobilisten aan de kant kunnen gaan gespecificeerd worden.

Een mogelijke 'waarom' component

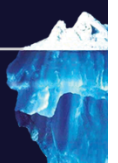
Het toevoegen van een 'waarom' component aan implementatie intenties, blijkt niet de werking van implementatie intenties te verbeteren. Een onderzoek naar implementatie intenties in gewichtsverlies toont aan dat het uitbreiden van een intentie met een 'waarom' component (Als ik tv zit te kijken, dan ga ik fruit eten, omdat ik aantrekkelijker wil worden) niet leidde tot meer gewichtsverlies



(Gollwitzer et al., 2009). De normale 'als-dan' intenties hadden in dit onderzoek wel een gunstig effect.

Communiceren en overbrengen van implementatie intenties

De meeste van de hierboven beschreven onderzoeken benadrukken de implementatie intenties door deelnemers de instructie te geven om de gespecificeerde intenties tegen hunzelf te zeggen. Het gaat hierbij om van tevoren vastgestelde intenties waar deelnemers geen invloed op hebben. De intenties zijn in de 'ik-vorm' beschreven en de deelnemer is als het ware het onderwerp. Via mediacampagnes zou deze vorm van implementatie intenties overgenomen kunnen worden (op posters, advertenties en reclamefilmpjes).



Referenties

- Abroms, L.C., Maibach, E.W., 2008. The Effectiveness of Mass Communication to Change Public Behavior. *Annual Review of Public Health*, 29, 219-234.
- Armitage, C. J. (2004). Evidence that implementation intentions reduce dietary fat intake: A randomized trial. *Health Psychology*, 23, 319-323.
- Armitage, C. J. (2006). Evidence that implementation intentions promote transitions between the stages of change. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 74, 141-151.
- Brandstatter, V., Lengfelder, A., & Gollwitzer, P. M. (2001). Implementation intentions and efficient action initiation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 946-960.
- Elliott, M. A., Armitage, C. J., & Baughan, C. J. (2003). Drivers' compliance with speed limits: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Applied Psychology*, 88, 964-972.
- Elliott, M. A., Armitage, C. J., & Baughan, C. J. (2006). Using the theory of planned behaviour to predict observed speeding behaviour. *British Journal of Social Psychology*.
- Gallo, I. S., Keil, A., McCulloch, K. C., Rockstroh, B., & Gollwitzer, P. M. (2009). Strategic automation of emotion regulation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 11-31.
- Gollwitzer, P. M. (1990). Action phases and mind sets. In E. T. Higgins & J. R. M. Sorrentino (Eds.), *The handbook of motivation and cognition* (pp. 53-92). New York: Guilford Press.
- Gollwitzer, P. M., & Sheeran, P. (2006). Implementation intentions and goal achievement: A meta-analysis of effects and processes. *Advances in Experimental Social Psychology*, 38, 69-119.
- Gollwitzer, P. M., Wieber, F., Meyers, A. L., & McCrea, S. M. (2010). How to maximize implementation intention effects. In C. R. Agnew, D. E. Carlston, W. G.

- Graziano, J. R. Kelly (Eds.), *Then a miracle occurs: Focusing on behavior in social psychological theory and research* (pp.137-161). New York: Oxford Press.
- Liu, Y.C. (2005). A simulated study on the effects of information volume on traffic signs, viewing strategies and sign familiarity upon driver's visual search performance. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 35, 1147-1158.
- Milne, S., Orbell, S., & Sheeran, P. (2002). Combining motivational and volitional interventions to promote exercise participation: Protection motivation theory and implementation intentions. *British Journal of Health Psychology*, 7, 163– 184.
- Orbell, S., Hodgkins, S., & Sheeran, P. (1997). Implementation intentions and the theory of planned behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 945–954.
- Orbell, S., & Sheeran, P. (2000). Motivational and volitional processes in action initiation: A field study of the role of implementation intentions. *Journal of Applied Social Psychology*, 30, 780–797.
- Prestwich, A., Lawton, R., & Conner, M. (2003). Use of implementation intentions and the decision balance sheet in promoting exercise behavior. *Psychology and Health*, 18, 707–721.
- Tay, R., Watson, B. (2002). Changing Drivers' Intentions and Behaviours Using Fear-Based Driver Fatigue Advertisements. *Health Marketing Quarterly*, 19, 55-68.

