

Nationaal verkeerskundecongres 2017

Jongeren en de smartphone op de fiets; Werkt gedragsbeïnvloeding?

Een onderzoek naar de kwaliteit en het effect van interventies die gericht zijn op verantwoord smartphonegebruik op de fiets

Thijs Homan
Arcadis Nederland B.V.

Patrick Kalders, Jos Vrieling, Janne Hofstee & Tim Wools
Arcadis Nederland B.V.

In samenwerking met Maarten Ederveen
Ministerie Infrastructuur en Milieu

Samenvatting

Het gebruik van smartphones op de fiets door jongeren en de daarmee verbonden afleiding zorgt in toenemende mate voor gevaarlijke situaties in het verkeer. Dit onderzoek richt zich op de kwaliteit en effectiviteit van interventies die gericht zijn op verantwoord smartphonegebruik door jongeren op de fiets. In het onderzoek zijn acht interventies onder de loep genomen waarbij de kwaliteit van de opzet van de interventies (de output) en het effect op het gedrag van jongeren (de outcome) zijn onderzocht. Dit is o.a. gedaan d.m.v. interviews, een enquête via Facebook & Instagram en paneldiscussies met jongeren. Het onderzoek toont aan dat de kwaliteit van de opzet van de verschillende interventies hoog is en veel verschillende beïnvloedingsprincipes in de interventies worden gebruikt. Ook komt uit het onderzoek dat ruim 40% van de jongeren aangeeft hun smartphone minder zijn gaan gebruiken nadat zij hebben deelgenomen aan een interventie.

Trefwoorden

Smartphone, Fietsen, Jongeren, Gedragsbeïnvloeding, Effectiviteit

ORGANISATIE 2017



Jongeren en de smartphone op de fiets; Werkt gedragsbeïnvloeding?

Een onderzoek naar de kwaliteit en het effect van interventies die gericht zijn op verantwoord smartphonegebruik op de fiets

Inleiding

Aanleiding

Een seconde is genoeg om je smartphone uit je jaszak te pakken. Een seconde is genoeg om dat ene appje te lezen. Maar een seconde van afleiding is ook genoeg om een bij een ongeluk betrokken te raken. Volgens inschattingen van de Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid (SWOV) speelt smartphonegebruik een rol bij één op de vijf fietsongelukken waarbij jongeren betrokken zijn.

Het gebruik van smartphones en de daarmee verbonden afleiding zorgt in toenemende mate voor gevaarlijke situaties in het verkeer. De Tweede Kamer heeft de Minister van Infrastructuur en Milieu gevraagd om met passende maatregelen te komen om te anticiperen op deze trend. De Minister heeft de Tweede Kamer toegezegd een wetgevingstraject te starten. Als onderdeel van dit wetgevingstraject zijn de huidige interventies die gericht zijn op verantwoord smartphonegebruik onderzocht.

De centrale vraagstelling van dit onderzoek is: *Wat is de kwaliteit van en hoe effectief zijn de interventies voor verantwoord gebruik van de smartphone op de fiets? Oftewel, in hoeverre hebben de interventies bijgedragen aan het bewerkstelligen van verkeersveilig gedrag bij de jongeren die ermee zijn bereikt?*

Scope van het onderzoek

In dit onderzoek hebben we de volgende definitie van interventie gehanteerd:

Een interventie is een doelbewuste actie om bepaald gedrag van een bepaalde doelgroep te veranderen, oftewel ongewenst gedrag te veranderen naar het gewenste doelgedrag, door de doelgroep actief te betrekken bij de interventie en een-op-een met de doelgroep te communiceren over reden/motivatie waarom dit gedrag veranderd dient te worden.

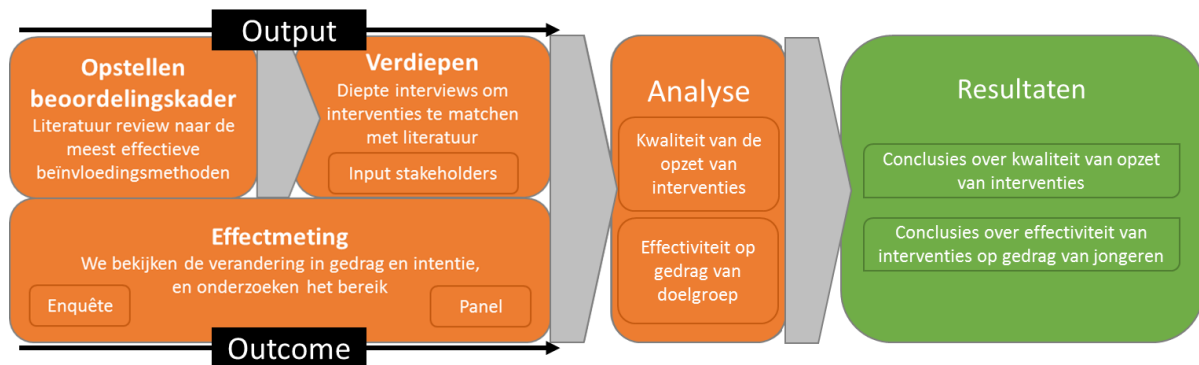
In dit geval betekent dit dat mediacampagnes, zoals posters of een reclamespotje, niet zijn meegenomen in het onderzoek. In onderstaande tabel staan de geëvalueerde interventies die gericht zijn op verantwoord smartphonegebruik op de fiets en die voldoen aan de definitie van interventie zoals hierboven weergegeven.

Tabel 1: Onderzochte interventies

Interventie	Aanbieder
Streetwise Next Level (Voortgezet Onderwijs)	ANWB
Streetwise Trapvaardig (Basis Onderwijs)	ANWB
Fietsmodus	Rijksoverheid
TommyBoy	Stichting Tbutterfly
Studio Flits!	TeamAlert
FietsAlert	TeamAlert
@TheWheel	TeamAlert
Op de fiets, even niets ...	Veilig Verkeer Nederland

Plan van aanpak

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag is een plan van aanpak opgesteld welke is weergegeven in Figuur 1. Het onderzoek richt zich zowel op de output als op de outcome. Daarom is dit onderzoek opgedeeld in twee onderdelen: aan de ene kant de kwaliteit van de opzet van de interventies (de output) en aan de andere kant het effect op het gedrag van jongeren (de outcome). Hieronder worden de verschillende stappen meer in detail beschreven.



Figuur 1 Schematische weergave van plan van aanpak

Opstellen beoordelingskader kwaliteit interventies

Om de kwaliteit van de opzet van interventies te beoordelen is een uitgebreide literatuurstudie gedaan. Onderdeel hiervan zijn studies en onderzoeken van onder andere de SWOV, Robert Cialdini, het Regionaal Orgaan Verkeersveiligheid Fryslân, het KiM en de WRR. Ook is de checklist verkeerseducatie van het CROW (2016) en het boek Puberbrein binnenstebuiten van Y. van Sark (2014) gebruikt. Dit literatuuronderzoek heeft geleid tot een beoordelingskader: de theoretische meetlat voor de kwaliteit van de opzet van de interventies. Dit beoordelingskader is opgedeeld in twee onderdelen; de opzet van de interventie en het gebruik van de belangrijkste beïnvloedingsprincipes.

De opzet van de interventie is beoordeeld op de volgende onderdelen:

- Analyse van doelgroep
- Analyse van doelgedrag
- Aansluiting bij belevingswereld van jongeren
- Bieden van handelingsperspectief

Voor het gebruik van beïnvloedingsprincipes is onderzocht in welke mate de volgende principes in de interventie worden gebruikt:

- Zelf-overtuiging
- Kennisoverdracht
- Sociale norm
- Belonen
- Wederkerigheid
- Priming/reminders
- Implementatie intenties
- Fear of missing out

Verdieping in de interventies

Om de kwaliteit van de opzet van interventies (de output) te kunnen beoordelen zijn de genoemde interventies geanalyseerd om te achterhalen op welke manieren deze interventies het gedrag van de doelgroep proberen te veranderen. Op welke manier is de interventie opgezet en opgebouwd? En welke manieren van beïnvloeden zitten in welke interventies?

Dit is gedaan door (geschreven) informatie van de interventies te analyseren. Dit deskresearch is vervolgens aangevuld met interviews met de uitvoerende partijen van de verschillende interventies. Door deze interviews is een volledig beeld gecreëerd van de kwaliteit van de opzet van de interventie en is deze beoordeeld aan de hand van het beoordelingskader.

Effectmeting door enquête en paneldiscussies

Idealiter zou je gedrag voor en na een interventie willen observeren om zodoende een objectief oordeel over eventuele gedragsverandering te kunnen geven. In dit onderzoek bleek dat niet mogelijk, aangezien de doelgroep verspreid en divers is en de interventies al plaatsgevonden hadden. Daarom is in dit onderzoek een zogenoemde zelf-rapporterende meting uitgevoerd, waarbij de ondervraagden zelf aangeven in hoeverre ze hun gedrag hebben veranderd na het plaatsvinden van de interventie.

Om de effectiviteit (de outcome) van de interventies te onderzoeken, is de doelgroep middels een enquête en paneldiscussies ondervraagd. Hiermee is onderzocht of de bewustwording, de attitude en/of het gedrag van de jongeren veranderd nadat ze hebben deelgenomen aan een interventie. Zijn jongeren door toedoen van een interventie hun smartphone daadwerkelijk minder gaan gebruiken in het verkeer en/of is hun attitude hierover bijgesteld?









De effecten van de interventies zijn op twee manieren bij de doelgroep onderzocht:

- a. Middels deze enquête is gevraagd naar de ervaringen met interventies en de mate waarin de ondervraagden hun gedrag hebben aangepast. Ook is gevraagd naar de beweegredenen voor het wel of niet veranderen van gedrag en intentie. Deze enquête is verspreid met Instagram en Facebook, twee kanalen waar jongeren relatief veel aanwezig zijn (zie tabel 2) en waar het eenvoudig is om berichten onder de aandacht te brengen. Hierbij zijn de berichten specifiek gericht op de doelgroep en mensen die de interventie (waarschijnlijk) hebben meegemaakt. Dit is gedaan met behulp van advertenties gericht om mensen met specifieke kenmerken, zoals leeftijd en interesses, het zogenoemde targeting¹. Deze targeting op de doelgroep heeft geleid tot een gerichte steekproef van de doelgroep. Met de enquête is een grote groep (>1.000 volledig ingevulde enquêtes) bereikt tegen relatief lage kosten (minder dan 1 euro per volledig ingevulde enquête).
- b. Daarnaast is middels een paneldiscussie met jongeren de diepte ingegaan. Er is op verschillende scholen met leerlingen in gesprek gegaan over hun ervaringen met de interventies en de mate waarin ze hun gedrag en attitude hebben veranderd. Daarbij is gekozen voor een samenstelling met verschillende scholen zowel qua geografische locatie, type school en type interventie om zo een diverse doelgroep te bevragen.

Kanttekening bij zelfreflectie.

Om iets over gedrag, houdingen of intenties te weten te komen worden vaak vragenlijsten afgenomen. Deze manier van data verzameling is veelgebruikt en makkelijker inzetbaar dan het gedrag daadwerkelijk te observeren. Echter, de antwoorden van de respondenten kunnen niet gecontroleerd worden en hoeven niet per se een op een overeen te komen met het daadwerkelijke gedrag.

Tabel 2: Gebruik social media naar leeftijdscategorie. Bron: Nationale Social Media Onderzoek 2017 (Newcom.nl)

% gebruik	15-19 jaar	20-39 jaar	40-64 jaar	65 - 79 jaar	80+
	96%	93%	85%	61%	36%
	80%	89%	77%	68%	61%
	86%	72%	51%	38%	26%
	13%	47%	35%	15%	7%
	66%	36%	17%	7%	3%
	23%	25%	19%	10%	8%
	16%	25%	19%	11%	4%
	67%	25%	4%	1%	0%

¹ Bij targeting worden uitingen van adverteerders zo veel mogelijk gericht aan personen waarvoor deze interessant zijn. Vanwege de technische mogelijkheden wordt audience targeting veel toegepast bij online adverteren, bijvoorbeeld met behulp van voorgestelde berichten of banners. Targeting worden toegepast op demografische gegevens, zoals geslacht, leeftijd en sociale klasse. Er wordt dan niet gewerkt op persoonsniveau, maar wordt gewerkt met "gemiddelde" profielen.

Resultaten

Na het opstellen van het beoordelingskader, de uitvoering van de verdieping in de interviews en het bevragen van de doelgroep komen al deze gegevens samen. Aan de hand hiervan zijn de kwaliteit van de interventies en het effect op het gedrag van de doelgroep geanalyseerd. De resultaten hiervan staan in deze paragraaf beschreven.

Kwaliteit van de interventies

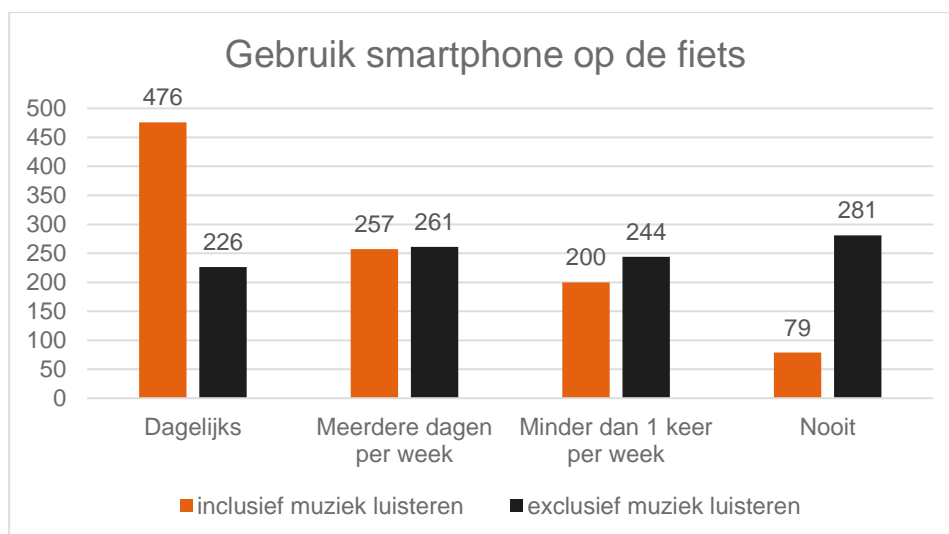
Bij de beoordeling van de kwaliteit van de interventies valt op dat bij alle in dit onderzoek beoordeelde interventies de kwaliteit van de opzet en uitvoering hoog is. Zo hebben de uitvoerders in alle gevallen de doelgroep geanalyseerd en de interventie hierop ingericht en bijgesteld indien nodig. Daarnaast is het gewenste doelgedrag geanalyseerd en in alle interventies SMART vormgegeven en wordt er aan de deelnemers in alle interventies een handelingsperspectief geboden. Ook sluiten de interventies goed aan bij de belevingswereld van de doelgroep. Veelal is bij de opzet van de interventie gebruik gemaakt van de kennis van pedagogen, psychologen en specialisten uit de praktijk. Ook is in enkele gevallen gebruik gemaakt van de doelgroep zelf, middels jongerenpanels of onderzoek onder jongeren.

Alle interventies richten zich op de beïnvloeding van de cognitie (kennis, waarden, denkbeelden) en/of het gedrag van jongeren. De interventies maken wisselend gebruik van de uit de theorie en vakliteratuur bekende beïnvloedingsprincipes. De meeste interventies zetten vooral in op kennisoverdracht, belonen, sociale norm (goed- of afkeuring door anderen) en 'priming en reminders'. Beïnvloedingsprincipes die daarnaast worden ingezet, maar in mindere mate, zijn 'self persuasion', wederkerigheid (het principe; 'voor wat, hoort wat') en implementatie-intenties (nadenken over toepassing van gewenst gedrag in de eigen situatie). Het minst aanwezig is het principe 'fear of missing out'. Dit is specifiek principe waarbij juist wordt ingegaan op het waarom er naar de smartphone wordt gegrepen wanneer deze afgaat; namelijk 'het bang zijn iets te missen'.

Effect op het gedrag van jongeren

Het gebruik van de smartphone op de fiets

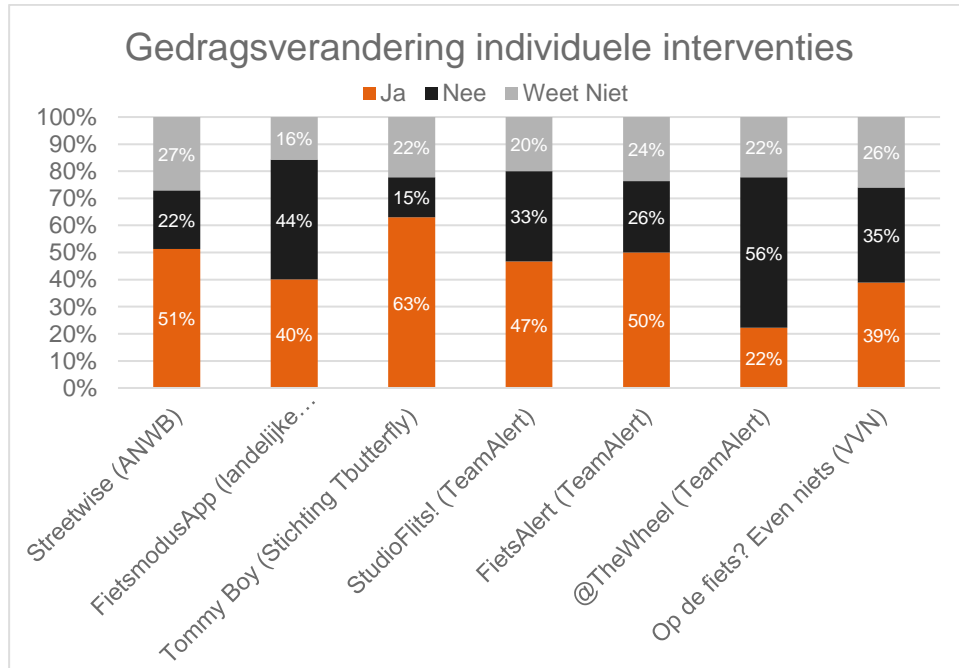
Het gebruik van de smartphone op de fiets door jongeren in de leeftijdscategorie 12-18 jaar is erg hoog, zie ook Figuur 2. Bijna iedereen (92%) gebruikt zijn of haar telefoon wel eens op de fiets (vaker dan nooit). In totaal gebruikt ca. 47% zijn/haar telefoon dagelijks, 25% meerdere keren per week en 20% minder dan 1 keer per week. Muziek luisteren, chatten en social media worden veel gebruikt (dagelijks of meerdere keren per week). Spelletjes spelen en filmpjes/vlogs kijken worden niet veel of nooit gedaan op de fiets. Opvallend hoog hierbij is het aandeel jongeren dat passief gebruik maakt van de telefoon door muziek te luisteren. Indien alleen actief gebruik wordt beschouwd (dus exclusief muziek luisteren) is het gebruik echter nog steeds hoog: 72% van de respondenten gebruikt zijn/haar telefoon dan wel eens tijdens het fietsen (vaker dan nooit). In dit geval is met name de hoeveelheid dagelijkse gebruikers kleiner.



Figuur 2: Gebruik smartphone op de fiets

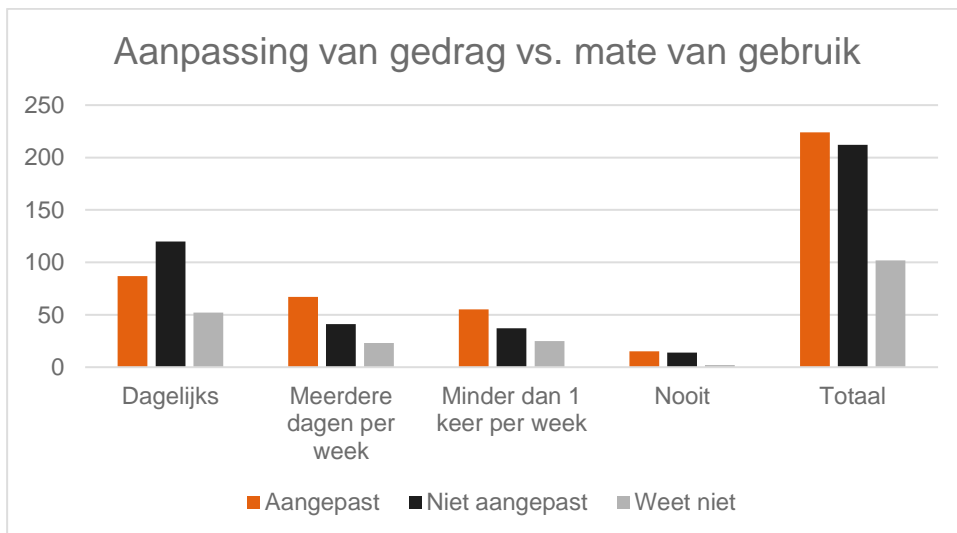
Gedragverandering door interventies

De interventies zijn bij 83% van de jongeren bekend. Van de ondervraagden heeft 53% ook daadwerkelijk aan één of meerdere interventies deelgenomen. Circa 42% van de jongeren geeft aan dat zij hun smartphone minder zijn gaan gebruiken nadat zij hebben deelgenomen aan een interventie. De effectiviteit ligt voor bijna alle interventies tussen de 39 en 63%. Dit geldt alleen niet voor @TheWheel (22%), echter is de groep respondenten die deelgenomen heeft aan @TheWheel erg klein met slechts 9 respondenten. De interventie die de grootste gedragsverandering tot gevolg heeft is de gastles 'TommyBoy' waarvan 63% van de respondenten aangeeft hun gedrag te hebben aangepast na de interventie.



Figuur 3: Gedragverandering bij interventies

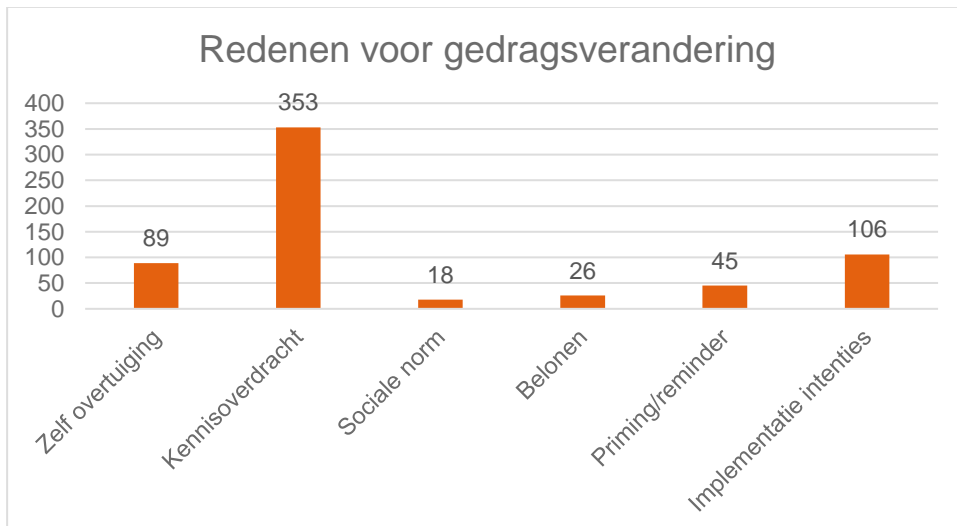
De interventies hebben effect op zowel de 'lichte' gebruikers van de smartphone (minder dan één keer per week) als de 'zwaardere' gebruikers (meerdere keren per week of zelfs dagelijks), zie hiervoor Figuur 4. Opvallend hierin is dat respondenten die hun telefoon het vaakst gebruiken (dagelijks), aangeven hun gedrag het minst te hebben veranderd. Door deze groep respondenten is vaker aangegeven dat ze hun gedrag niet aangepast hebben dan wel. In de overige groepen (meerdere dagen per week en minder dan 1 keer per week) geven meer respondenten aan hun gedrag aangepast te hebben dan niet aangepast te hebben. Dit lijkt erop dat de 'echt zware' gebruiker minder geneigd is om het gedrag te veranderen. Jongeren die hun smartphone minder zijn gaan gebruiken nadat ze een interventie hebben meegemaakt, zijn vooral minder gaan chatten, spelletjes spelen, social media en filmpjes/vlogs kijken. Daarentegen geeft circa de helft van de jongeren aan dat zij niet minder zijn gaan bellen of naar muziek luisteren.



Figuur 4: Aanpassing van gedrag

Redenen voor gedragsverandering

Circa twee derde van de jongeren (66%) die de smartphone minder zijn gaan gebruiken, geven aan dat dit met name komt doordat ze kennis hebben opgedaan over de gevaren. Dit duidt erop dat het beïnvloedingsprincipe kennisoverdracht in de interventies met succes is toegepast. Ook het uitspreken van de intentie om het gewenste gedrag te implementeren (20%) en zichzelf overtuigen (17%) worden als principes genoemd die hen helpen bij het minder gebruiken van de smartphone tijdens het fietsen. De redenen voor gedragsverandering zijn weergegeven in Figuur 5.



Figuur 5: Redenen voor gedragsverandering

Uit de paneldiscussies bleek dat de fear of missing out (het bang zijn iets te missen) vaak doorslaggevend is bij de beslissing om de smartphone op de fiets aandacht te geven. Ook wanneer de jongeren weten dat dit gevaarlijk is, willen zij op de hoogte blijven van belangrijke informatie vanuit hun omgeving. Dit speelt met name in het voortgezet onderwijs en minder in het basisonderwijs. Daarnaast is het gebeld worden door de ouders een belangrijke factor in de beslissing de smartphone in het verkeer wel of niet te gebruiken. Jongeren weten veelal van het gevaar van afleiding door smartphonegebruik uit direct of indirecte ervaring en zijn na het deelnemen aan een interventie geneigd het gewenste gedrag direct toe te passen in de praktijk.

Conclusies

Opzet van de interventies

De kwaliteit van de opzet van de interventies die zijn gericht op verantwoord smartphonegebruik van jongeren op de fiets is hoog. Alle interventies richten zich op de beïnvloeding van de cognitie (kennis, waarden, denkbeelden) en/of het gedrag van jongeren. De interventies maken wisselend gebruik van de uit de theorie en vakliteratuur bekende beïnvloedingsprincipes. De meeste interventies zetten vooral in op kennisoverdracht, belonen, sociale norm (goed- of afkeuring door anderen) en 'priming en reminders'. Beïnvloedingsprincipes die daarnaast worden ingezet, maar in mindere mate, zijn 'self persuasion', wederkerigheid (het principe; 'voor wat, hoort wat') en implementatie-intenties (nadenken over toepassing van gewenst gedrag in de eigen situatie). Weinig gebruik wordt gemaakt van het beïnvloedingsprincipe 'fear of missing out'.

Effectiviteit van de interventies

Ruim 40% van de jongeren in de leeftijdscategorie 12-18 jaar geeft aan dat zij hun smartphone minder zijn gaan gebruiken nadat zij hebben deelgenomen aan een interventie. De effectiviteit van de individuele interventies is wisselend, maar ligt voor alle interventies, op één na, tussen de 39 en 63%. De interventies hebben effect op zowel de 'lichte' gebruikers van de smartphone (minder dan één keer per week) als de 'zwaardere' gebruikers (meerdere keren per week of zelfs dagelijks).

Jongeren die hun smartphone minder zijn gaan gebruiken nadat ze een interventie hebben meegemaakt, zijn vooral minder gaan chatten, spelletjes spelen, social media en filmpjes/vlogs kijken. Daarentegen geeft circa de helft van de jongeren aan dat zij niet minder zijn gaan bellen of naar muziek luisteren. Circa twee derde van de jongeren (66%) die de smartphone minder zijn gaan gebruiken, geven aan dat dit met name komt doordat ze kennis hebben opgedaan over de gevaren. Dit duidt erop dat het beïnvloedingsprincipe kennisoverdracht in de interventies met succes is toegepast. Ook het uitspreken van de intentie om het gewenste gedrag te implementeren en zichzelf overtuigen worden als principes genoemd die hen helpen bij het minder gebruiken van de smartphone tijdens het fietsen.