

De potentie van positief stimuleren van fietsgebruik: Een studie onder werknemers in Twente

Tom Thomas, Tiago Fioreze, Universiteit Twente

Inleiding

Met een toenemende filedruk blijft het terugdringen van autogebruik één van de belangrijkste doelstellingen onder beleidsmakers. Eén van de mogelijkheden om dit te doen is door het stimuleren van gedragsverandering met behulp van positieve prikkels. Er zijn aanwijzingen dat het effectiever is om mensen te stimuleren hun gedrag te veranderen, dan ze te bestraffen bij ongewenst gedrag. Belangrijke vragen hierbij zijn: Wat zijn effectieve positieve prikkels? Hoe kun je deze prikkels efficiënt overbrengen, bijvoorbeeld met behulp van apps op smartphones? En hoe kun je ervoor zorgen dat gedragsveranderingen blijvend zijn, ook wanneer de prikkels wegvallen? Daarnaast zijn er meer praktisch kwesties, zoals hoe je met privacy omgaat als mensen informatie over hun reisgedrag delen, maar ook hoe je mensen moet behandelen die al gewenst gedrag vertonen. Is het bijvoorbeeld eerlijk om alleen mensen te belonen die minder met de auto gaan, maar niet degenen die hun auto al laten staan? Binnen het Europese onderzoeksproject EMPOWER worden deze vragen in de praktijk onderzocht, met als belangrijkste doel het autogebruik in de stedelijke omgeving substantieel terug te dringen.

Eén van de meest effectieve manieren om autogebruik in de stad terug te dringen, is door het bevorderen van fietsen. De fiets is immers al een veelgebruikt vervoermiddel in de stad. Bovendien neemt de fiets relatief weinig ruimte in, is het na wandelen het duurzaamste transportmiddel. En minstens evenzo belangrijk. Het is in principe goed voor de gezondheid. Binnen Enschede, één van de deelnemers in het EMPOWER project, wordt daarom vol ingezet op het bevorderen van fietsen. De Universiteit Twente heeft in dit kader en als onderdeel van het EMPOWER project een grootschalig onderzoek gedaan onder werknemers in Twente met als doel vast te stellen met welke positieve prikkels fietsen bevorderd kan worden. De opzet en resultaten van dit onderzoek worden in dit artikel samengevat.

Onderzoeksopzet

Voor dit onderzoek hebben we een online enquête gebruikt. Om het uitsluiten van automobilisten te voorkomen, was het thema “slimmere mobiliteit” in plaats van “fietsen”. De enquête is uitgezet bij grote werkgevers binnen Twente die wilden meedoen aan dit onderzoek. Uiteindelijk hebben zes werkgevers waaronder de Universiteit Twente actief meegedaan met als resultaat dat de enquête uiteindelijk is ingevuld door 1800 werknemers. De enquête was geen standaard enquête. Naast vragen over persoonskenmerken, actueel reisgedrag, redenen om al dan niet te fietsen, en algehele houding tegenover fietsen, kregen de deelnemers ook de mogelijkheid om met een fictieve smartphone app te spelen. Een illustratie van zo een app is te zien in figuur 1. Er waren 5 apps, waarvan elke respondent er één te zien kreeg en kon uitproberen. Hierna moest de respondent vragen over de betreffende app beantwoorden. In elke app werd een positieve prikkel gepresenteerd, te weten: (1) een geldbeloning, (2) punten die men kon inwisselen voor ‘geschenken’ in een fictieve webshop, (3) aanmoedigen in de vorm van batches, (4) een ranglijst waarin de fietser die het vaakst of meest fietst een prijs kan winnen, en (5) een coöperatieve app waarbinnen deelnemers binnen een bepaalde groep uitdagingen kunnen kiezen

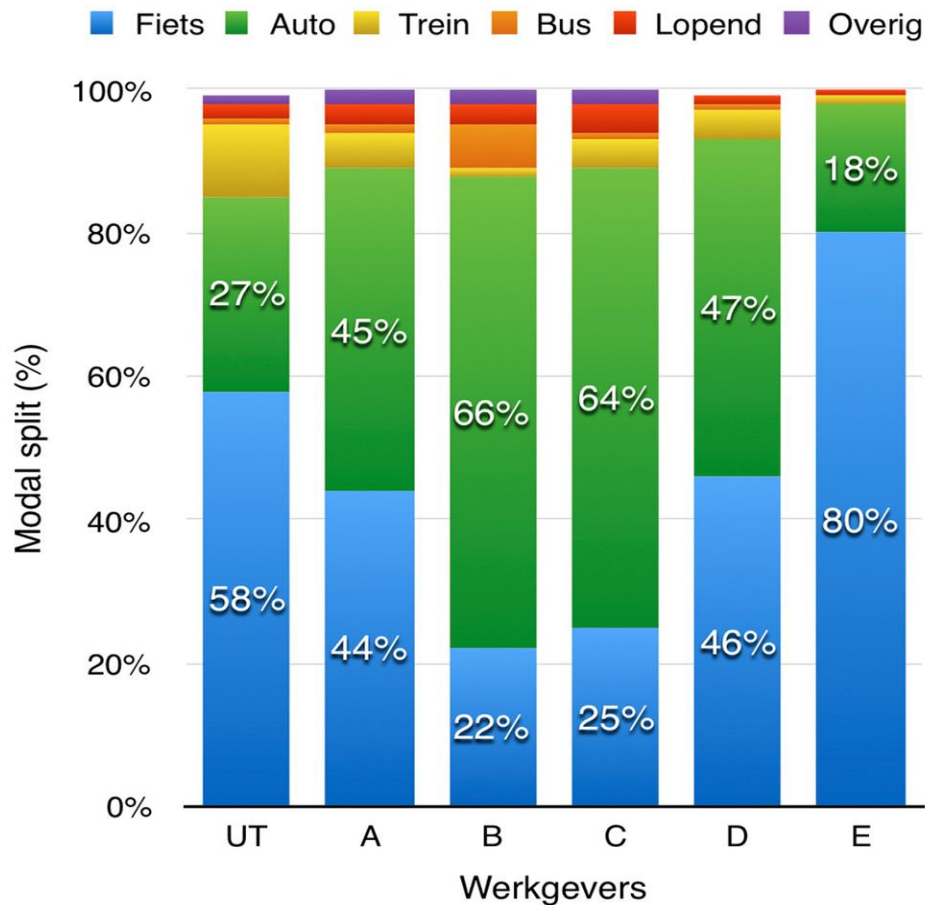
met als doel om als groep zoveel mogelijk punten te winnen. Om een zo een realistisch mogelijke omgeving na te bootsen werd steeds uitgegaan van het actuele reisgedrag dat de respondent eerder in de enquête had aangegeven.



Figuur 1: voorbeeld schermen in de fictieve apps

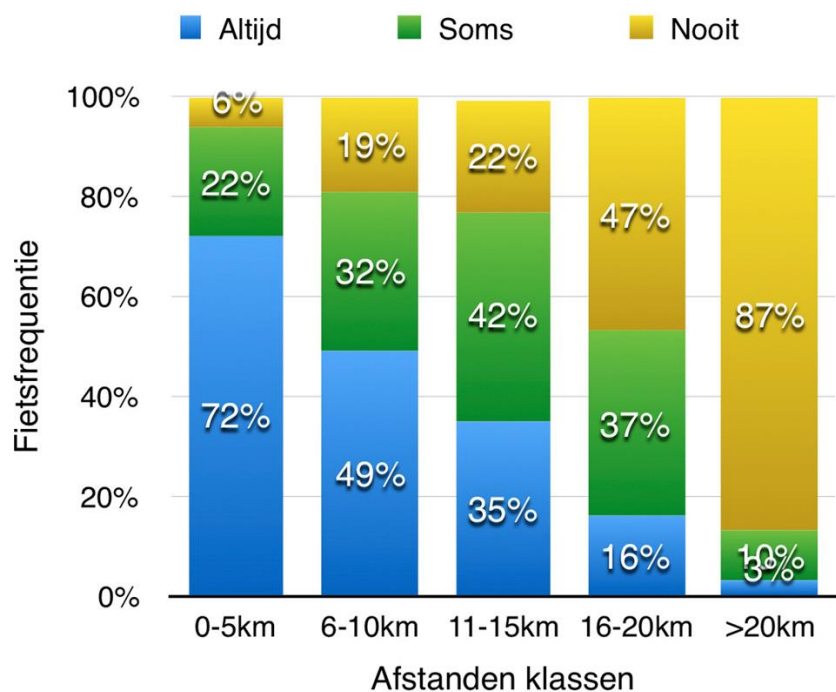
Reisgedrag en redenen om al dan niet te fietsen

Allereerst is het huidige reisgedrag bekeken. Zoals figuur 2 laat zien, varieert de modal split behoorlijk tussen de werknemers van de verschillende werkgevers. Gedeeltelijk komt dit door de locatie van de werkgever, waarbij autogebruik relatief groot is als de werkgever buiten de stad gelokaliseerd is. Toch kan locatie niet alles verklaren. Ook het beleid van de werkgever lijkt van belang. Zo stimuleert werkgever E (werkgevers worden niet met naam genoemd omdat dit in vergelijkingen gevoelig kan liggen) haar werknemers actief om met de fiets naar werk te gaan en dit beleid lijkt succesvol. Daarnaast blijkt dat het aandeel fietsen onder onze steekproef relatief hoog ligt vergeleken met landelijke CBS cijfers (uit Onderzoek Verplaatsingen in Nederland). In een vergelijking met een ander, representatief verplaatsingsonderzoek onder werknemers van de Universiteit Twente, blijken er echter geen noemenswaardige verschillen te zijn. Werknemers van de universiteit gaan daadwerkelijk bovengemiddeld vaak met de fiets. Onze conclusie is dan ook dat onze steekproef representatief is wat betreft de werknemers voor een gegeven werkgever, maar dat de werkgevers niet een representatieve steekproef vormen. Het lijkt ook niet onlogisch dat werkgevers die reeds met mobiliteitsmanagement bezig zijn, eerder geneigd zijn om met dit soort onderzoeken mee te doen. Dit raakt echter een wezenlijk punt. Het is niet alleen belangrijk om werknemers te stimuleren reisgedrag te veranderen, maar ook om werkgevers te stimuleren gedragsverandering te faciliteren.



Figuur 2: modal split van de werknemers per werkgever

Om reisgedrag te kunnen beïnvloeden, is het uiteraard van belang de woonwerkafstand te weten. Uit onze enquête blijkt in overeenstemming met de literatuur dat reistijd en reisafstand belangrijke overwegingen zijn bij het kiezen van een vervoerswijze. Boven een bepaalde woonwerkafstand is de fiets geen realistische optie en heeft het geen zin fietsen te stimuleren. Uit figuur 3 blijkt deze grens ongeveer bij 20 kilometer te liggen, hoewel opgemerkt dient te worden dat deze grens kan worden opgerekt met de opkomst van de elektrische fiets. Opvallend is het relatief hoge aandeel werknemers dat wel eens de fiets neemt, ook voor een woonwerkafstand boven de 10 kilometer. Deze zogenaamde keuzereiziger neemt soms de fiets en soms een andere vervoerswijze, meestal de auto. Dus hoewel het aandeel fietsritten snel afneemt met afstand is deze afname minder sterk als we alle werknemers die weleens fietsen (ook al is dit maar één keer per week) als fietser beschouwen. Dit is een belangrijk resultaat. Onderzoek (waaronder deze studie) wijst uit dat het lastig is om mensen uit de auto te krijgen als ze nooit met de fiets gaan. Het is echter makkelijker keuzereizigers die wel eens de fiets nemen te stimuleren meer de fiets te pakken. Het is positief dat dit volgens deze steekproef om behoorlijke aandelen gaat, zelfs tot relatief grote woonwerkafstanden. De belangrijkste reden voor deze groep om de fiets te laten staan is overigens slecht weer. Ongeveer 53% van de respondenten gaf dit aan. Dat betekent dat idealerwijs positieve prikkels ter bevordering van fietsen voor deze groep vooral belangrijk is tijdens slecht weer met name als het regent.



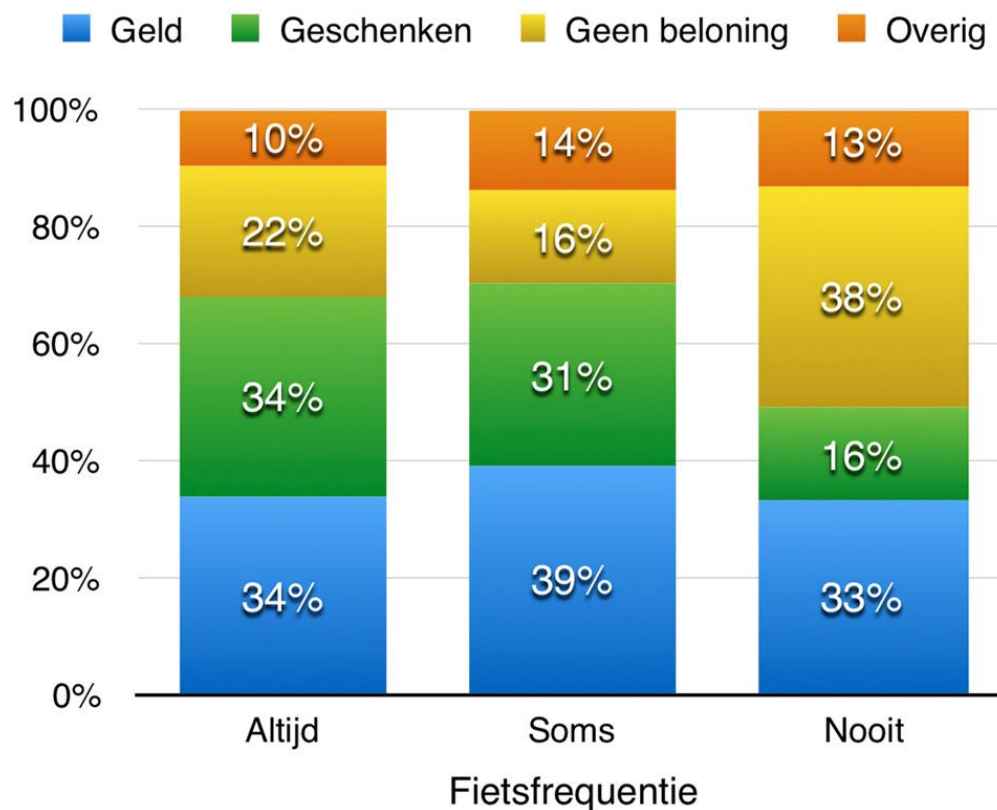
Figuur 3: Aandeel type reiziger (niet, soms en altijd fietser) per afstandsbij

Een belangrijk resultaat van onze enquête is dat vrijwel iedereen positief tegenover fietsen staat. Zelfs onder respondenten die nooit de fiets naar werk pakken, is dit het geval. Voor hen is reisafstand en / of reistijd de meest beperkende factor om de fiets te pakken. Toch is deze reden soms ook subjectief. Voor heel wat van deze respondenten is er wel een andere respondent te vinden die verder van werk woont en toch soms de fiets pakt. Het belangrijkste verschil tussen werknemers die soms en nooit fietsen is de reden die ze opgeven voor hun vervoerswijze keuze. Voor mensen die soms of altijd naar werk fietsen is dit niet reistijd of reisafstand maar gezondheid. Maar liefst 82% van deze groep geeft aan dat gezondheid een rol speelt om voor de fiets te kiezen. Het is een interessante vraag of en hoe gedragsverandering onder mensen die nooit fietsen bewerkstelligd kan worden met gezondheid als thema. Hoewel het verre van triviaal is deze vraag te beantwoorden, geven onze resultaten in ieder geval aan dat gezondheid een zeer belangrijke factor is, niet alleen beleidsmatig maar ook in de overweging van reizigers zelf. Iets dat tot nu toe onderbelicht is gebleven.

Positieve prikkels via smartphone apps

Nu er een beeld is van het reisgedrag van de werknemers, is het interessant te achterhalen of dat gedrag veranderd kan worden door het geven van positieve prikkels via een smartphone app. Allereerst is daarbij gekeken naar het gebruik van smartphone apps. Hoewel vrijwel iedereen van de respondenten een smartphone heeft, is het gebruik van fiets apps met 27% relatief beperkt onder de respondenten. Apps ter stimulering van lopen of fietsen zijn vooral vanuit gezondheidsoverwegingen ingestoken. Eerder genoemde resultaten tonen dat dit wellicht geen slechte keuze is. In de fictieve apps van deze studie kregen respondenten uitdagingen om meer te

gaan fietsen naar werk. Hoewel de manier waarop de uitdagingen worden geformuleerd (bijv. “fiets deze week 4 keer naar werk”, of “verbrand deze week 500 kcal door 4 keer naar werk te fietsen”) van belang kan zijn, lag de focus hier vooral op de vraag hoe het behalen van de uitdagingen het beste gemotiveerd kan worden. Als respondenten hier direct naar gevraagd worden, geven de meesten aan door een geldbeloning gestimuleerd te kunnen worden. Voor mensen die nooit de fiets pakken, geeft echter het grootste deel aan helemaal niet gestimuleerd te willen worden door een beloning. Deze resultaten die in figuur 4 getoond worden, bevestigen het beeld dat mensen die nooit fietsen niet makkelijk gestimuleerd kunnen worden om te gaan fietsen. Merk op dat de uitdagingen afhangen van actueel reisgedrag en in alle gevallen tot een extra inspanning leiden waarbij mensen die soms fietsen, worden gestimuleerd vaker te gaan fietsen en mensen die nooit fietsen gestimuleerd worden soms de fiets te pakken (bijv. één keer per week).



Figuur 4: keuze voor type beloning ter stimulans om meer te fietsen

Dat respondenten geld verkiezen boven geschenken (punten die kunnen worden ingewisseld in een webshop) is op zich niet vreemd, omdat onderzoek heeft aangetoond dat mensen vaak geld verkiezen als de opties naast elkaar worden getoond. Echter, wanneer respondenten met een specifieke app mochten spelen, scoorde de app met geschenken beter dan de app met geldbeloningen. Maar liefst 72% van de respondenten was (gematigd) positief over de app met geschenken. Dit percentage lag hoger dan voor alle andere apps. Dit resultaat lijkt strijdig met de resultaten uit figuur 4. De verklaring ligt waarschijnlijk in het persoonlijke karakter en verrassingseffect van deze app. In de webshop kunnen mensen zelf iets kiezen dat ze leuk vinden

wat bijdraagt aan het gebruikersplezier van de app. Er is daarbij ook een duidelijk verschil tussen mannen en vrouwen. Vrouwen zijn meer geneigd te kiezen voor de app met geschenken, terwijl mannen meer geneigd zijn om voor een beloning in de vorm van geld te kiezen.

Tenslotte hebben we gekeken naar de potentiële effectiviteit van de apps. Mensen kunnen wellicht positief zijn over een app, maar zijn ze ook bereid meer te gaan fietsen? Voor de apps met badges, geschenken en geld konden mensen een uitdaging kiezen die zij aantrekkelijk vonden. Zoals eerder genoemd werd de respondent in alle gevallen uitgedaagd extra te gaan fietsen ten opzichte van zijn of haar huidige reisgedrag. Iemand die dus bijvoorbeeld nu twee keer in de week met de fiets naar werk gaat, kon kiezen tussen een uitdaging om drie, vier of vijf keer per week naar werk te gaan. Daarbij nam de beloning proportioneel toe met het aantal keer extra fietsen. Het blijkt dat respondenten die positief zijn over de app, altijd wel een uitdaging kiezen, maar vaak maar één of twee keer per week extra willen fietsen. Dit suggereert dat uitdagingen in het begin niet te moeilijk moeten zijn om gedragsverandering te initiëren en dat een substantiële gedragsverandering het beste in kleine stappen tot stand gebracht kan worden.

Conclusie

Binnen het Europese project EMPOWER dat beoogd mensen via positieve prikkels uit de auto te krijgen, heeft de Universiteit Twente onderzoek gedaan naar redenen van fietsgebruik onder werknemers in Twente en de mogelijkheden om fietsgebruik te bevorderen middels positieve prikkels. Eén van de belangrijkste conclusies is dat er grote verschillen zijn tussen werknemers die nooit de fiets pakken en werknemers die soms fietsen. Voor de eerste groep zijn traditionele verkeerskundige grootheden zoals reistijd en reisafstand de belangrijkste factoren voor hun vervoerswijze keuze. Voor de laatste groep is gezondheid echter de belangrijkste overweging om de fiets te pakken, terwijl slecht weer juist de reden is om de fiets te laten staan. Werknemers die nooit fietsen staan daarnaast beduidend minder welwillend tegenover het idee van beloningen om fietsen te stimuleren dan werknemers die soms de fiets pakken. Een belangrijke vraag is of het mogelijk is om mensen die nooit fietsen te overtuigen de fiets uit gezondheidsredenen te pakken. Wellicht dat dit mogelijk is, omdat werknemers die niet de fiets pakken naar werk over het algemeen ook positief staan tegenover fietsen.

Hoewel bij een keuze uit meerdere beloningen, de geldbeloning het meest wordt gekozen, blijkt uit de evaluatie van de fictieve apps, dat de app met geschenken het positiefs wordt gewaardeerd. Daarbij zijn respondenten veelal bereid de uitdaging aan te gaan om extra te gaan fietsen, maar meestal wel als het relatief kleine gedragsveranderingen betreft. De resultaten suggereren dat een app met geschenken het meest kansrijk is, dat het belangrijk is deelnemers niet te dwingen om te moeilijke uitdagingen aan te gaan en dat de beste groep om op te focussen de keuzereiziger is die vooral tijdens slecht weer mogelijk geprikkeld kan worden toch de fiets te nemen.

Ten slotte is het belangrijk op te merken dat hoewel de situatie zo realistisch mogelijk is nagebootst we in dit onderzoek naar intenties hebben gevraagd die niet noodzakelijkerwijs hetzelfde zijn als het daadwerkelijke gedrag. De volgende stap in het project is daarom om de bevindingen met een echte app te testen in Enschede.