

Spitsmijden in Brabant: hoe krijg je automobilisten zover?

Yvonne van Velthoven-Aarts
Samenwerkingsverband Regio Eindhoven
y.vanvelthoven-aarts@sre.nl

Pierre van Veggel
APPM Management Consultants
veggel@appm.nl

Ingeborg van Egmond
Tappan Communicatie
ivegmond@brabant.nl

**Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk
22 en 23 november 2012, Amsterdam**

Samenvatting

Spitsmijden in Brabant: Hoe krijg je automobilisten zover? Gedragsverandering door nieuw routinegedrag, consistentie en commitment.

Spitsmijden in Brabant is één van de landelijke mobiliteitsprojecten. In deze praktijkproef onderzoeken de provincie Noord-Brabant en het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven (SRE) op een innovatieve en praktijkgerichte manier of spitsrijders te verleiden zijn tot gedragsverandering. Met deze kennis bouwen we aan het oplossen van toekomstige bereikbaarheidsproblemen in de steden van Noord-Brabant en Nederland. De praktijkproef loopt sinds oktober 2010 en duurt tot eind 2012. Spitsmijden in Brabant heeft rond de 2.000 deelnemers.

Onderdeel van de monitoring en evaluatie zijn ritregistraties, cameraregistraties en enquêtes. Deze gegevens leveren ons informatie over wat deelnemers doen, maar onvoldoende over waarom deelnemers doen wat ze doen. De sociaal-economische en demografische factoren geven geen verklaring voor het (verschil in) gedrag. Daarom hebben wij aanvullend gedragspsychologisch onderzoek gedaan. Hierdoor hebben we inzicht gekregen in de bewuste en onbewuste motivatoren om de spits al dan niet te mijden.

De resultaten zijn veelbelovend: door nieuw routinegedrag te stimuleren worden in de experimentele groep 27% meer spitsmijdingen gerealiseerd dan in de controlegroep. Verder hebben we geleerd dat we de communicatie (werving en binding van de deelnemers) moeten richten op de door de deelnemers genoemde motivaties om de spits te mijden, zoals een rustige weg, relaxt op het werk komen, werken aan de conditie op de fiets, etcetera. De motivatie wordt hierdoor niet door communicatie opgelegd, maar na hun eerste ervaringen bepaald door de deelnemers zelf. Een ander resultaat is dat we mensen het best kunnen prikkelen om het reisgedrag aan te passen, door samen met hen te werken aan een nieuwe routine en hen te blijven herinneren aan hun eigen motivatie (consistentie en commitment). Beide uitkomsten zijn een verrijking voor dit project en voor vervolgprijzen. De onderzoeksresultaten bieden nog veel meer aanknopingspunten om mee te experimenteren in vervolgonderzoek. Hiermee voegen we een nieuw onderzoeksveld toe aan de mobiliteitsprojecten.

Bovenstaande resultaten zijn te meer interessant omdat we weten dat we niet eindeloos door kunnen gaan met het belonen voor het mijden van de spits. Wij werken aan een methode om het nieuwe gedrag te bestendigen, zonder externe financiële beloning, maar door persoonlijke, individuele voordelen te belichten. Bij Spitsmijden in Brabant experimenteren we door deelnemers te vragen uitspraken te doen over hun motivatie om de spits te mijden. Deze interventie loopt op dit moment nog. De resultaten zullen wij presenteren tijdens het CVS-congres.

1. Gedragsonderzoek Spitsmijden in Brabant

In de praktijkproef 'Spitsmijden in Brabant' onderzoeken we op een innovatieve en praktijkgerichte manier of spitsrijders te verleiden zijn tot gedragsverandering. We leren over de invloed van een beloning en informatie op het reisgedrag van automobilisten. Onderdeel van de monitoring en evaluatie zijn ritregistraties, cameraregistraties en enquêtes. Deze gegevens leveren ons informatie over wat deelnemers doen, maar nog onvoldoende over waarom deelnemers doen wat ze doen. De sociaal-economische en demografische factoren uit de enquête geven geen verklaring voor het (verschil in) gedrag. Het profiel van niet-deelnemers verschilt nauwelijks van het profiel van deelnemers. Blijkbaar bepaalt 'iets anders' het reisgedrag en de gevoeligheid voor prijs- en informatieprikkels.

Om dit verschil te kunnen verklaren hebben we onder de deelnemers aan Spitsmijden in Brabant aanvullend gedragspsychologisch onderzoek gedaan. Hierdoor hebben we inzicht gekregen in de bewuste en onbewuste motivatoren van deelnemers en niet-deelnemers om de spits al dan niet te mijden. Dit leert ons waarop we de communicatie (werving en binding deelnemers) moeten richten om effect te sorteren. Ook weten we beter welke groepen gevoelig zijn voor prikkels die het reisgedrag aan kunnenpassen. Beide uitkomsten zijn een verrijking en een meerwaarde voor dit project en vervolgprojecten. Hiermee voegen we een nieuw onderzoeksveld toe aan de mobiliteitsprojecten.

Wij geloven dat, wanneer wij aansluiten bij de motivatie en de (onbewuste) belevingswereld van de automobilist, wij een meer robuuste gedragsverandering teweeg kunnen brengen. Dit zal meer bijblijven dan een van buitenaf, door de overheid, opgelegde verandering.

De onderzoeksvraag luidt:

- a. Welke bewuste en onbewuste motivaties spelen een rol bij spitsmijden (in de werving, maar ook bij het aantal spitsmijdingen)?
- b. Hoe vertaal je dit binnen het bestaande project in een campagne of experiment om het aantal spitsmijdingen en het aantal deelnemers te vergroten?
- c. Hoe is dit toepasbaar in vervolgprojecten?
- d. Hoe kun je de uitkomsten van het onderzoek gebruiken om duurzame gedragsverandering te bewerkstelligen?

Het gedragsonderzoek dat hiervoor is ontworpen bestaat uit de volgende onderdelen:

- Online test
- Interventie 1: persoonlijk mijdplan
- Interventie 2: structureel maken mijdgedrag

2. Online test

2.1 Inleiding

Doel: Ontdekken van onbewuste associaties die spelen rond het onderwerp spitsmijden.

In het najaar van 2011 zijn bij 689 deelnemers onbewuste associaties met het project 'Spitsmijden in Brabant' gemeten, en constructen daaromheen, zoals een drukke en een rustige weg, de On Board Unit en verschillende vervoermiddelen. Er is iedere keer gekeken naar een verband tussen de sterkte van de associaties en het mijddgedrag van de deelnemers: in welke mate hangen deze onbewuste associaties samen met het daadwerkelijk mijden van de spits? Hoe verschillen veelmijders en weinigmijders van elkaar op belangrijke associaties? Tevens is gekeken naar de rol van flexibiliteit en het gezinsleven bij het mijddgedrag van de deelnemers.

2.2 Conclusies

Uit de analyse van de online test kan het volgende worden geconcludeerd:

- De deelnemers hebben geen negatieve associaties met het project 'Spitsmijden in Brabant'.
- Veelmijders zijn trots op hun prestatie.
- Bij het mijden van de spits spelen ook andere prikkels een rol dan alleen financiële (bv. vrijheid, vrije tijd, een rustige reis etc.).
- Deelnemers hebben in het algemeen geen hekel aan de On Board Unit.
- Wel is er een duidelijk verband met eerlijkheid, schade en stress: hoe eerlijker de OBU, hoe meer mensen de spits mijden, hoe sterker schade en stress geassocieerd zijn, hoe minder mensen de spits mijden (en omgekeerd). Welke conclusies precies aan dit verband moeten worden gekoppeld, dat vereist nader onderzoek. Wanneer we precies willen weten wat de deelnemers met 'eerlijk', 'schade' en 'stress' bedoelen, dan moeten we ook daar nader onderzoek naar doen.
- De deelnemers hebben positieve associaties met (alternatieve) vervoersmiddelen. Er lijken geen duidelijke negatieve associaties te zijn die als oorzaak gezien kunnen worden voor weinigmijders om minder te mijden.
- Wel is er veel verschil tussen mensen die wel eens gebruik maken van een alternatief (OV of fiets) en mensen die dit nooit doen. Niet-gebruikers zijn veel negatiever over het alternatieve vervoer dan deelnemers die hier wel gebruik van maken. Dit lijkt echter niet samen te hangen met het mijddgedrag (wel of niet vaak de spits mijden)
- Flexibiliteit alleen is geen excuus om de spits niet te mijden. Gemiddeld gezien zijn weinigmijders net zo flexibel in werktijden als veelmijders, maar mijden ze wel veel minder vaak de spits.
- De subjectieve moeite die het kost om de spits te mijden speelt wel een rol: weinigmijders schatten deze moeite veel hoger in dan veelmijders, maar dit staat dus los van de objectieve flexibiliteit die zij hebben op het werk.
- Mijdingen lijken gepland gedrag: deelnemers denken eenmalig na over hun mogelijkheden te mijden en willen zo min mogelijk afwisseling. Veelmijders zijn vaker mensen die minder afwisseling hebben in routes of tijden.
- Wanneer met bewuste vragen gevraagd wordt naar de inschatting over *andere deelnemers* is te zien dat weinig mijders zaken als inkomen, gezinsleven en het hebben van kinderen onterecht als excuus gebruiken. Weinigmijders denken dat deze zaken een grote rol spelen bij mijddgedrag, terwijl veelmijders dit niet zo zien.
- Kansen binnen het huidige project liggen met name bij het kweken van positieve prikkels (anders dan financiële) bij de mijders en tevens het internaliseren van het gewenste mijddgedrag van deze groep. Zorgen dat veelmijders mijden uit intrinsieke motivatie en niet vanwege de beloning, zodat dit gedrag duurzaam wordt.
- Tevens moet ingezet worden in het concreet en behapbaar maken van mijddgedrag (bijvoorbeeld door implementatie-intenties) en het inzetten op bekrachtiging van het goede gedrag (bv. schouderklopjes voor trotse mijders).

Op basis van bovenstaande resultaten zijn wij verder gegaan met de volgende kansen en uitdagingen voor het project:

- Creëer positieve associaties met het project en met spitsmijden die buiten de beloning liggen.
- Internaliseer het goede mijddgedrag van veelmijders door hen andere redenen te (laten) geven voor het mijden van de spits dan de financiële beloning.
- Maak het mijden van de spits *concreet* en *persoonlijk* door gebruik te maken van implementatie-intenties.
- Moedig aan en bekrachtig het gewenste gedrag aan van de trotse mijders.

Twee interventies zijn ontworpen: het maken van een persoonlijk mijdplan bij nieuwe deelnemers (implementatie-intenties) en ervoor zorgen dat het spitsmijdende gedrag na het stoppen van de financiële beloning structureel wordt doorgezet.

3. Interventie 1: persoonlijk mijdplan

3.1 Inleiding

Doel: Het verhogen van het aantal mijdingen van nieuwe deelnemers aan Spitsmijden in Brabant. Nieuwe deelnemers: deelnemers die bij de werving van eind 2011 zijn ingestroomd.

De uitkomsten van de onbewuste associatietaken (online test) bieden een interessante kijk op het mijddgedrag van deelnemers aan Spitsmijden in Brabant. Deze kennis hebben we gebruikt om tot effectieve methodes te komen om het mijddgedrag te stimuleren. De interventies zijn gericht op twee fases binnen de proef Spitsmijden in Brabant: zorgen dat deelnemers tijdens de proef optimaal gaan mijden en zorgen dat deelnemers de spits ook na de proef blijven mijden.

Uit de resultaten van de eerdere fases van het gedragspsychologisch onderzoek is op te maken dat het spitsmijdende gedrag van de deelnemers grotendeels gepland gedrag is. Tijdens de proef bleven de deelnemers vaak consequent in hun gedrag. Deelnemers die maatregelen nemen om hun traject of tijden structureel aan te passen, laten de meeste mijdingen zien. Tevens zijn hier de meeste positieve associaties te zien en zijn andere beloningsgevoelens dan geld zichtbaar. Het is dus zaak om mensen structureel de spits te laten mijden.

Een kansrijke techniek om dit gedrag te stimuleren is door gebruik te maken van implementatie-intenties. Hierbij koppelt de deelnemer een concrete situatie en tijdstip aan een concrete oplossing (mijding). De deelnemer geeft via onze technieken concreet aan hoe en wanneer hij/zij de spits gaat mijden. Door het mijddgedrag concreet te maken en de deelnemer te voorzien van feedback over zijn of haar gedrag kan zo een routine gecreëerd worden. Deze techniek heeft al in veel soortgelijke experimenten bewezen zeer effectief te zijn in het langdurig sturen van gedrag. Deze technieken zijn zeer effectief in bijvoorbeeld gezondheidsgedrag (zoals sporten en gezonde voeding), duurzaamheidsgedrag (zoals energiebesparing & recycling). Zowel bij nieuwe deelnemers als bij deelnemers waarbij de beloningsprikkel wordt weggehaald kunnen implementatie-intenties en feedback een grote bijdrage leveren bij het stimuleren van mijddgedrag.

3.2 Uitvoering

Het effect van de interventie is gemeten in een experimentele setting. Bij een extra wervingsronde is een groep van 400 nieuwe deelnemers voorafgaand aan hun deelname ingedeeld in de experimentele groep, dan wel de controlegroep. De experimentele groep is benaderd volgens de experimentele methode, waarbij implementatie-intenties, zelfreflectie en feedback een rol spelen. Een ander deel van de deelnemers kreeg geen speciale behandeling en fungeerde als controlegroep. Op basis van het mijddgedrag van beide groepen wordt de mate van succes bepaald: mijdt de experimentele groep meer dan de controlegroep tijdens de proef? Deze interventie is in december 2011/februari 2012 uitgevoerd.

De experimentele groep deelnemers kreeg per mail een uitnodiging om op de website van Spitsmijden in Brabant een persoonlijk mijdplan te maken. Dit onderdeel wordt 'Plan-je-reis' genoemd. De verwachting is dat de deelnemers die hun nieuwe reisgedrag van tevoren goed plannen, hiermee geholpen worden om de spits meer te mijden. Wetenschappelijk onderzoek toont aan dat het op een concrete manier plannen van (mijd)gedrag een significante bijdrage levert aan de uiteindelijke uitvoering hiervan. Vaak hebben wij de intentie om iets te doen, maar leiden onze intenties om verschillende redenen niet tot het daadwerkelijke gedrag. Door het gedrag dat je zelf wilt bereiken te koppelen aan een concreet moment of situatie is het veel eenvoudiger voor elkaar te krijgen én vol te houden. In de wetenschap wordt dit 'implementatie-intenties' genoemd. Wij hebben onderzocht of dit ook opgaat voor deze situatie. In het onderdeel Plan-je-reis worden er een aantal vragen aan de deelnemer gesteld. Op basis van de antwoorden op de vragen wordt het eigen mijdplan gemaakt. Elke twee weken ontvangt de deelnemer een mail van Spitsmijden in Brabant waarin het werkelijke mijdgedrag vergeleken wordt met het eigen plan. Daarbij wordt vermeld dat de deelnemer vanzelfsprekend zelf bepaalt zelf hoe hij of zij reist, en dat wij als onderzoekers alleen geïnteresseerd zijn in het werkelijke reisgedrag en in de motivatie van de deelnemer om zijn reisgedrag aan te passen. De experimentele groep ontvangt deze statusmail twee keer. De persoonlijke resultaten zijn ook te zien op de persoonlijke pagina van de deelnemer op de website.

3.3 Effect

De deelnemers zijn verdeeld in controlegroep en experimentele groep van elk ongeveer 1.150 mensen. De controlegroep krijgt de normale behandeling: geen extra's. De experimentele groep krijgt de interventie: zij worden uitgenodigd tot het maken van een persoonlijk mijdplan en krijgen twee keer een statusmail met persoonlijke resultaten. De experimentele groep en de controlegroep zijn bovendien nog verdeeld naar startdatum: Groep A heeft als startdatum de beloningsperiode vanaf 5 december 2011 en begint met het maken van het mijdplan vanaf week 51; groep B heeft als startdatum de beloningsperiode vanaf 19 december 2011 en begint met het maken van het mijdplan vanaf week 2.

Het mijdplan is door meer dan 90% van de doelgroep ingevuld. De ontwikkeling van het aantal spitsmomenten per week van de groepen is gemeten gedurende de interventie. We zien dan dat de gemiddelde afname van spitsmomenten gedurende het experiment ten opzichte van normaal, voor groep A -10% is en -27% voor groep B. Dat betekent dat deelnemers die een mijdplan maken, en hun gedrag van tevoren plannen, 27% meer spitsritten mijden dan deelnemers die dat niet doen (voor groep B). Bij de B-groep zien we meer effect dan bij de A-groep. Dit kan te maken hebben met de periode die zit tussen het maken van het mijdplan en het uitvoeren van de spitsmijdingen. Bij de A-groep zat de kerstvakantie daartussen. De A-groep kon dus, in tegenstelling tot de B-groep, niet meteen aan de slag met het plan. Dit leert ons de tijd tussen plan en verwezenlijking kort moet zijn. 'Timing is everything.'

Daarbij lijkt het er op dat er een routine wordt opgebouwd in de experimentele groep. De spreiding in de spitsmomenten is namelijk bij de experimentele groepen minder. Als toelichting moet hierbij worden vermeld dat we door middel van het mijdplan een vaste routine bij de deelnemers proberen te kweken. Een vaste manier van spitsmijden, week in week uit. Om deze routinevorming in kaart te brengen hebben we gekeken naar de mate van schommeling in het eigen mijdgedrag gedurende het experiment. Is het gedrag consequent tussen de weken of wordt er de ene week veel gemeden en de andere week juist niet? Dit is berekend door te kijken naar het gemiddeld aantal spitsmomenten per week en de spreiding hierin van de deelnemers. Neem dit voorbeeld: Jan heeft veel spreiding in zijn spitsmomenten: de ene week heeft hij 2 spitsmomenten, de andere week 7. Piet heeft weinig spreiding: de ene week heeft hij 4 spitsmomenten, de andere week 5. Te zien is dat deelnemers uit de experimentele groep minder spreiding hebben in het aantal spitsmomenten, dan deelnemers uit de controlegroep.

4. Interventie 2: structureel maken mijdgedrag

4.1 Inleiding

Doel: Het in stand houden van het mijdgedrag van huidige mijders, ook nadat de financiële prikkel is weggenomen.

Een andere techniek die vooral interessant is om het gedrag van (veel)mijders te internaliseren en daarmee een structureler karakter te geven, is het sturen van hun beleving door zelfreflectie. Door het stellen van gestuurde vragen die huidige mijders laat reflecteren op (redenen voor) hun succesvolle gedrag tijdens de proef kan de beleving en toekomstig gedrag ná de proef beïnvloed worden. Op die manier vergroten we de kans dat ze niet meer extrinsiek gemotiveerd zijn (geld/beloning), maar hun mijdgedrag ook intrinsiek gaan verklaren (ontspanning, rust). De deelnemers worden uitgenodigd in een digitale omgeving, waar bovengenoemde technieken toegepast worden. Via een webpagina worden de deelnemers benaderd en zullen zij via e-mail gedurende de eerste periode van de interventie betrokken worden.

4.2 Doelgroep

Alle spitsmijders, verdeeld in een experimentele groep en een controlegroep. Experimentele groep 1.150 (de helft) van de 2.300 deelnemers van Spitsmijden in Brabant, random gekozen.

4.3 Uitvoering

Voor deze interventie wordt een groep deelnemers benaderd rond het moment dat de financiële beloning wordt stopgezet (mei 2012). Het mijdgedrag na stopzetten van de proef wordt als mate van succes gebruikt: mijdt de experimentele groep meer dan de controlegroep, ook nadat de financiële beloning is stopgezet? Het middel is het ontlocken van uitspraken over de eigen motivatie om de spits te mijden en dit zichtbaar maken. Daarmee wordt de intrinsieke motivatie gestimuleerd.

Volgende proces wordt doorlopen met de experimentele groep:

- Telefonisch contact. Volgens een telefoonscript wordt de vraag gesteld: mogen wij u mailen met een korte vragenlijst? ('looking ahead', om de respons op de enquête te verhogen). Dit telefonisch contact heeft bij de helft van de experimentele groep plaatsgevonden. Van de deelnemers die telefonisch benaderd zijn, heeft bijna 100% ingestemd met het ontvangen van de mail. Een simpel telefoontje werkt dus erg goed. De niet-gebeldde groep heeft direct de persoonlijke e-mail ontvangen.
- Persoonlijke e-mail. In deze e-mail (die alleen aan de 'ja'-zeggERS uit de vorige ronde is gestuurd) staat een link naar de vragen op site. De 'nee'-zeggERS uit de vorige ronde zijn verder niet benaderd.
- Korte vragenlijst op persoonlijke pagina van de deelnemer op de website. Deze vragen betreffen de motivatie van de deelnemer om Spitsmijder te zijn. Met deze vragen triggeren we consistentie en commitment bij de deelnemer. Het antwoord op de enquêtevragen wordt in een bestand opgeslagen om verder aan te wenden. Als laatste vraag wordt aan de deelnemer een 'quote' gevraagd: zijn persoonlijke verhaal over spitsmijden. Ook wordt gevraagd of deze quote gepubliceerd mag worden.
- Op de website onder 'Wall of Fame' worden 10 tot 12 quotes getoond, die random worden geselecteerd uit de database (totaal ongeveer 400 quotes) bij het laden van de pagina. Zo lijkt de impact van een quote groter. De quote van de deelnemer die zijn eigen persoonlijke pagina opent, staat daarop bovenaan.
- Persoonlijke e-mail met link naar de Wall of Fame. Iedereen krijgt een speciale link, zodat iedereen zijn/haar eigen quote op de Wall of Fame ziet staan.
- Advertentie in de huis-aan-huisbladen in de regio, met daarin enkele quotes en de namen van alle spitsmijders (die 'ja' hebben gezegd tegen publicatie).

- Maandelijkse e-mail met een herinnering aan de eigen uitspraak. De experimentele groep krijgt elke 2 weken bericht van ons (herinnering quote en deelnemersnieuwsbrief), en de controlegroep maandelijks (deelnemersnieuwsbrief).

4.4 Effect

Van de deelnemers die telefonisch benaderd zijn, heeft bijna 100% ingestemd met het ontvangen van de mail. Een simpel telefoontje werkt dus erg goed. Ter vergelijking: bij de reguliere enquêtes worden ongeveer door 500 (!) deelnemers niet ingevuld (respons 75%).

[Omdat deze tweede interventie nog loopt, hebben we nog geen verdere resultaten van dit onderdeel. Deze volgen 8 oktober, op tijd voor het congres.]

5. Conclusie en impact

Bekende sociologische en psychologische theorieën van consistentie en commitment, intrinsieke motivatie en invloed van onbewuste factoren worden in de verkeerskunde onvoldoende benut. We zijn veel bezig met rationele beïnvloeding, overtuiging met argumenten. Terwijl we weten dat de meeste beslissingen niet op rationele gronden genomen worden. Ook niet in het verkeer en op het gebied van mobiliteit. In het proefproject Spitsmijden in Brabant zijn wij begonnen met het betrekken van onbewuste factoren bij het verleiden van de automobilist. Dat levert veelbelovende resultaten: 27% meer spitsmijdingen in de experimentele groep dan in de controlegroep.

Verder hebben we geleerd dat we de communicatie (werving en binding deelnemers) moeten richten op de door de deelnemers genoemde motivaties om de spits te mijden, zoals een rustige weg, relaxt op het werk komen, werken aan de conditie op de fiets, etcetera. De motivatie wordt niet opgelegd door middel van communicatie, maar bepaald door de deelnemers zelf na hun eerste ervaringen. Een ander resultaat is dat we mensen het best kunnen prikkelen om het reisgedrag aan te passen door samen met hen te werken aan een nieuwe routine en hen te blijven herinneren aan hun eigen motivatie. Beide uitkomsten zijn een verrijking voor dit project en voor vervolgproujecten. De onderzoeksresultaten bieden nog veel meer aanknopingspunten om mee te experimenteren in vervolgonderzoek. Hiermee voegen we een nieuw onderzoeksveld toe aan de mobiliteitsproujecten.

Bovenstaande resultaten zijn te meer interessant, omdat we weten dat we niet eindeloos door kunnen gaan met het belonen voor het mijden van de spits. Daarom is het interessant om te kijken naar de mogelijkheden van spitsmijden zonder financiële beloning. Een mogelijkheid daarvoor is om de in dit paper genoemde gedragspsychologische principes toe te passen op dit onderwerp. Bij Spitsmijden in Brabant hebben we geëxperimenteerd door (potentiële) deelnemers te vragen uitspraken te doen over hun motivatie om de spits te mijden. Zo vergroten we de kans dat automobilisten hun gedrag blijvend veranderen. Zie de quotes die de deelnemers zelf hebben ingevuld, hieronder.

Wall of Fame

Spitsmijden is niet makkelijk, en nu de beloningsperiode is afgelopen en deelnemers niet meer financieel voor hun inspanningen worden beloond, wordt de uitdaging des te groter. Maar echte spitsmijders hebben zo hun eigen redenen om hun goede gewoonte voort te zetten. Desgevraagd hebben zij hun motivatie genoteerd. Hieronder vindt u een selectie van hun uitspraken.

tijdens de spits alternatieve routes rijden en files mijden is een tijdbesparend en financieel aantrekkelijke bezigheid

N van Thiel

Ga met de fiets

M Bakermans

met Spitsmijden help je de drukte tegen te gaan. drukte van auto's in de stad, maar ook drukte in je eigen leven! door het net even anders te doen begin en eindig je je werkdag stukken beter. gun jezelf dat plezier!

H.R.M. van Essen

Vroeg beginnen = rustig op de weg = eerder op werk = eerder thuis.

W Vlool

Vermijd de spits, en relax

AW de Bont

Uurtje extra slapen door thuis te werken, heerlijk!