

De evolutie van Spitsmijden binnen Brabant

Birgit Couwenberg
APPM

couwenberg@appm.nl

Pierre van Veggel
APPM

veggel@appm.nl

Yvonne van Velthoven-Aarts
Samenwerkingsverband Regio Eindhoven

Y.vanVelthoven-aarts@sre.nl

**Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk
21 en 22 november 2013, Rotterdam**

Samenvatting

De evolutie van Spitsmijden binnen Brabant

De afgelopen jaren is in Brabant op diverse trajecten ingezet op een betere doorstroming en minder congestie in ochtend- en avondspits aan de hand van spitsmijd-projecten. De doelstelling van de projecten Spitsmijden in Brabant en van Winnen van de file was in de basis gelijk: aan de hand van een prijs- en een informatieprikkel en gedragswetenschappelijke interventies nieuw gewoontegedrag bewerkstelligen bij automobilisten. Bij Spitsmijden in Brabant betrof het een praktijkproef zonder directe urgentie: er was geen sprake van wegwerkzaamheden, wat bijzonder is voor een dergelijke proef. In dit project werd deelnemers gevraagd de centra van Eindhoven en 's-Hertogenbosch te mijden. Het project Winnen van de file is gekoppeld aan de verbreding van de A2 tussen 's-Hertogenbosch en Eindhoven. Spitsmijden is ingezet als middel om de (verwachte) filedruk in de ochtend- en avondspits tijdens de werkzaamheden op dit traject te verminderen en voor te sorteren op een blijvende gedragsverandering.

Zowel bij Spitsmijden in Brabant als Winnen van de file was de doelstelling om automobilisten te verleiden te kiezen voor een andere modaliteit of een ander reismoment dan de gebruikelijke autorit in de ochtend- en avondspits. De aanleiding, insteek, achtergrond, financiële omvang en uitrol van de projecten was echter fundamenteel anders. In dit paper schetsen wij hoe lessen uit de eerste spitsmijd-ervaring in Brabant zijn gebruikt voor de ontwikkeling van een nieuw experimenteel project en hoe dit de huidige kijk, nu Winnen van de file (bijna) afgerond is, heeft beïnvloed.

Hierbij komen de volgende aspecten aan de orde:

- We behandelen de insteek van Spitsmijden in Brabant en geven aan wat de belangrijkste lessen geweest zijn die aan de basis hebben gelegen van de uitvraag voor Winnen van de File.
- We lichten de basis van het project Winnen van de file toe, waarom er gekozen is voor een spelvorm met KANS op een prijs in plaats van een vaste beloning voor gewenst (mijd)gedrag en de gevolgen van deze keuze.
- We behandelen de lessen uit het project Winnen van de file: impact van keuzes en aannames, relatie project en context en de (extra) commitment die we vragen van deelnemers.
- Tot slot vergelijken we de twee projecten met elkaar en benoemen de do's en don'ts voor vervolg projecten.

1. Spitsmijden in Brabant

1.1 Beschrijving project

Spitsmijden in Brabant is op initiatief van de Provincie Noord-Brabant en het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven (SRE) opgezet als leerproject. Het project was niet bedoeld om een concreet, nijpend probleem op te lossen maar om te experimenteren met spitsmijden en te leren voor vervolgprojecten. Het project was gericht op de binnensteden van Eindhoven en 's-Hertogenbosch, niet op een specifieke weg. Automobilisten werden verleid tot deelname door een prijsprikkel én een informatieprikkel. Deelnemers konden gebruik maken van een routeplanner die ook informatie gaf over parkeergelegenheid, drukte in de stad, wegwerkzaamheden en alternatieven met het openbaar vervoer, via een smartphone, de Travelstar. Met een On Board Unit werden de (gedemen) autoritten van de deelnemers geregistreerd.

Door het uitgebreide monitorings- en evaluatieprogramma, ontstond voor het eerst in de reeks spitsmijdprojecten inzicht in typen mijdingen. Binnen het project werden vier belangrijke categorieën mijders onderscheiden: tijdmijders (die op een ander moment dan gebruikelijk reisden), routemijders (die hun route anders kozen dan gebruikelijk), automobilisten die voortaan (vaker) de fiets pakten en automobilisten die voortaan (vaker) het OV verkozen boven de auto.

De deelnemers ontvingen een enquête, hierin werd naast de reden voor deelname ook naar hun profiel en kenmerken gevraagd. Ook genodigden die niet zijn gaan deelnemen aan het project hebben een (non-respons) enquête ontvangen. In deze enquête werd gevraagd naar de redenen waarom zij afzagen van deelname en ook naar het profiel van de niet-deelnemer en zijn/haar kenmerken. Opvallend was dat er weinig sociaaleconomische of demografische verschillen waren tussen de deelnemers en niet-deelnemers. Toch besloot de ene groep deel te nemen en de andere niet. Dit leidde tot de hypothese dat er dus andere (onbewuste) verschillen moeten zijn om het verschil in afweging te bepalen. Om die reden is gedragswetenschappelijk bureau Dijksterhuis & van Baaren aangetrokken. Onder leiding van d&b is een gedragsonderzoek opgezet en uitgevoerd.

In een eerste stap werd onder 800 deelnemers een zogenoemde PAT-test uitgezet waarmee onbewuste associaties, motivaties en weerstanden in beeld werden gebracht. Op basis daarvan ontstond een eerste inzicht in de onbewuste wereld van de spitsmijder. Het onderzoek liet onder andere zien dat actieve deelnemers die meer gepland gedrag vertonen trots lijken te zijn op hun spitsmijdingen. Op basis van deze inzichten zijn enkele interventies ontwikkeld. De belangrijkste was een zogenaamd "mijdplan". Met dit plan leggen (nieuwe) deelnemers hun mijdgedrag voor de aankomende week expliciet vast. Deelnemers gaan hiermee een afspraak aan met zichzelf. Na afloop van de week ontvangen deelnemers gepersonifieerde feedback over naleving van de 'afspraken' in het mijdplan en feedback over hun prestatie ten opzichte van de prestatie van andere deelnemers. De experimentele groep die het mijdplan maakte, heeft in de proefperiode 27% meer spitsritten gedemen dan de controlegroep in dezelfde periode.

Een tweede interventie had betrekking op het internaliseren van goed gedrag. Daarvoor werd gebruik gemaakt van het inzicht dat actieve mijders trotse mijders waren. De verwachting was dat het aantal mijdingen na afloop van de beloningsperiode drastisch zou dalen. Om dit te voorkomen werd de helft van de deelnemers (de experimentele groep) via een mini-enquête gevraagd argumenten te noemen waarom spitsmijden goed voor hen was. Tevens werd de boodschap "I love mijden" geframed. De genoemde argumenten werden onder vermelding van naam en woonplaats van de deelnemer op de website geplaatst. Ook werden deelnemers per mail herinnerd aan hun eigen uitspraken werden enkele citaten in huis-aan-huisbladen gepubliceerd. De controlegroep had geen speciale interventie. De experimentele groep bleek na afloop van de beloningsperiode nog steeds goed te mijden. De controlegroep hield haar mijdgedrag –tegen de

verwachting in- ook redelijk in stand. Daarmee was er geen significant onderscheid tussen de experimentele en controlegroep.

1.2 Beschrijving leerervaring

De aanpak van Spitsmijden in Brabant heeft echt gewerkt: tijdens de proef meden deelnemers gezamenlijk 53% van de spitsritten. Vier maanden na het einde van de beloningsperiode bedroeg dit aantal nog 47%. We kunnen dus spreken van een blijvende gedragsverandering, ook zonder beloning, bij de deelnemers aan Spitsmijden in Brabant. Belangrijke conclusie is wel dat de financiële beloning tijdens de proef een grote drijfveer is geweest voor de deelnemers om te starten met hun gedragsverandering.

Belangrijke wending in het project is het aantrekken van gedragswetenschappelijke kennis en de ontwikkeling en inzet van interventies. Deze interventies en de gedegen inzet hiervan hebben een belangrijke bijdrage geleverd aan de bewustwording bij deelnemers. De informatiediensten bleken niet of nauwelijks bij te dragen aan de motivatie van deelnemers.

1.3 Do's en Don'ts

- Met een relatief bescheiden beloning kan een grote groep spitsreizigers een belangrijke aanpassing in het reisgedrag realiseren.
- Tijd- en routemijdingen zijn de belangrijkste mijdmethodes. Relatief veel mensen kunnen tijd mijden. Ze doen dit echter een beperkt deel van hun ritten. Hoewel er minder mensen zijn die alternatieve routes gebruiken om de spits te mijden, zijn zij wel consequenter. Automobilisten zijn dus te prikkelen om op een ander tijdstip te vertrekken en een andere route te nemen.
- Spitsmijden is gewoontegedrag: mensen denken het liefst één keer na over hoe ze uit de spits willen blijven en houden daar vervolgens aan vast. Het is mogelijk én effectief om automobilisten te helpen bij het aanleren van een nieuwe gewoonte.
- Mensen zijn het best te prikkelen door met hen samen te werken aan een nieuwe routine en hen gemotiveerd te houden. Dit gaat verder dan het verstrekken van rationele argumenten alleen. Gedragsveranderingstechnieken uit de psychologie kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan de hoeveelheid spitsmijdingen.
- In plaats van met On Board Units, kunnen de metingen ook gedaan worden met camera's met kentekenherkenning. Metingen door camera's minimaliseren het aantal drempels dat potentiële deelnemers moeten nemen, doordat zij geen OBU hoeven te laten plaatsen. Deze laagdrempelige uitvoering blijkt cruciaal wanneer een spitsmijdenproject een groot aantal deelnemers vereist.
- Spitsmijden in een reguliere situatie lijkt een structureler effect te hebben dan spitsmijden bij wegwerkzaamheden. In een reguliere situatie is er namelijk geen reden om terug te gaan naar het oude gedrag, wanneer de beloning stopt. Is het de bedoeling om een duurzaam effect te bereiken, dan is het raadzaam om spitsmijden in een reguliere situatie toe te passen.
- Effectieve communicatie (werving en binding deelnemers) richt zich op de motivatie van de deelnemers zelf. Als deelnemers zelf de voordelen ervaren en bedenken, is dat effectiever dan de voordelen van spitsmijden vanuit de overheid aan te dragen.

2. Winnen van de file

2.1 Beschrijving project

Op de A2 tussen Eindhoven en 's-Hertogenbosch werkt Rijkswaterstaat van januari 2012 tot oktober 2013 aan een verbreding van de weg van 2 naar 3 rijstroken. Gegeven de verwachte vertraging die deze werkzaamheden voor de automobilist op dit traject op zouden leveren, is het SRE in het voorjaar van 2012 gestart met de aanbesteding van een spitsmijdproject voor dit traject: Winnen van de file. Uitgangspunten voor het project waren gebaseerd op de lessen uit Spitsmijden in Brabant en ook ingegeven door het kleinere budget dat beschikbaar was voor dit project. Het budget voor Winnen van de file bedroeg ca. 10% van het budget voor Spitsmijden in Brabant. Om die reden was al snel duidelijk dat er niet gewerkt zou worden met een gegarandeerde financiële beloning per spitsrit. Het project is gebaseerd op de vermeende intrinsieke motivatie van de deelnemer: tijd winnen.

Vanaf de start van het project en ook bij het vormgeven van de aanbestedingsstukken is, vanwege de positieve ervaring bij Spitsmijden in Brabant, gedragswetenschappelijke kennis georganiseerd. Het bij Spitsmijden in Brabant ontwikkelde mijdplan werd voorgeschreven als één van de verplichte interventies die vanaf de start van het project onderdeel zou uitmaken van de 'tools' die beschikbaar gesteld werden aan de deelnemers.

Winnen van de file is vormgegeven als een spel: de boodschap naar (potentiële) deelnemers was gericht op het winnen van kortere reistijd, het winnen van tijd om leuke dingen te doen, meer ontspannen reizen en het winnen van prijzen. Deze boodschappen zijn ontleend aan intrinsieke motivaties van deelnemers aan eerdere spitsmijd-projecten zoals Spitsmijden in Brabant.

Vanwege het beperkte beschikbare budget is de periode voorafgaand aan de uitvoeringsfase gedurende twee weken een kentekenregistratie uitgevoerd. De camera's zijn daarna verwijderd. De eigenaren van de geregistreerde kentekens zijn aangeschreven. In tegenstelling tot eerdere projecten werd gekozen voor een glossy ansichtkaart met wervende boodschap in plaats van een standaard brief van de overheid. Met de kaart werden de geadresseerden geïnformeerd over het project en verzocht zich aan te melden via de website. Na registratie konden deelnemers via een QR-code een app voor de smartphone downloaden. Deze app registreert waar de deelnemer zich bevindt gedurende de spitsvensters. Op die manier wordt het mijdgedrag van deelnemers geregistreerd. Om de app aantrekkelijk te maken en een meerwaarde te geven bevat deze eveneens gerichte reisinformatie op de A2 voor de deelnemers.

De beloning van deelnemers gebeurt aan de hand van punten. Per spelronde (een periode van 6-8 weken tussen twee schoolvakanties) worden punten uitgekeerd voor het mijden van de spits, het invullen van hun mijdplan en vanaf spelronde 3 ook voor het spelen van het online spel 'filejacht'. Aan het eind van de ronde wordt gekeken wie de meeste punten heeft. Onder de deelnemers met de meeste punten worden prijzen verloot. De spelopzet is zodanig dat mensen met meer punten een grotere kans maken op grotere (duurdere) prijzen. Prijzen variëren van een NS dagkaart of bioscoopbon van €25,- tot een hotelgiftcard van €250,-.

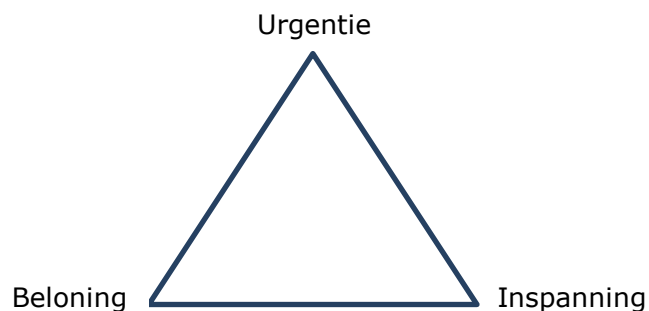
Het project Winnen van de file bestaat zoals gezegd uit 5 spelrondes van 6 tot 8 weken. Vier actieve spelrondes en één ronde van nameting. In de eerste vier spelrondes maken deelnemers kans op prijzen. In de vijfde spelronde krijgen deelnemers een gegarandeerde beloning (in de vorm van een cadeaubon) voor het aanzetten van de app. Aan de hand van de app kan gemeten worden wat het reisgedrag van de deelnemers is. De beloning werkt als incentive om de app nog niet te verwijderen na afronding van de actieve spelrondes.

2.2 Beschrijving leerervaring

De belangrijkste les die we leren uit het project Winnen van de file is dat er bij de deelnemers een noodzaak of concrete aanleiding moet zijn om de auto te laten staan of zich alleen buiten de spitsvensters op het traject te begeven. Het project is gestart vanuit het idee dat er flinke vertraging zou ontstaan door de werkzaamheden, maar in praktijk viel dit erg mee. Urgentie om gewoontegedrag aan te passen ontbreekt dus voor veel automobilisten. De app die gebruikt wordt om het reisgedrag van deelnemers te registreren voorziet ook in actuele reisinformatie. Op deze app was te zien dat er slechts sprake was van gering reistijdverlies, in het ergste geval 10 minuten. Onze conclusie is dat er te weinig noodzaak was om de spits te mijden en dat weggebruikers deze 10 minuten als 'standaard' incalculeren voor een spitsrit tijdens de werkzaamheden. De app heeft het gebrek aan urgentie richting deelnemers zelfs bevestigd.

De hypothese is dat urgentie, beloning en inspanning factoren zijn die (gezamenlijk) van belangrijke invloed zijn op de bereidheid van deelnemers om hun gewoontegedrag aan te passen. Urgentie hangt nauw samen met de beloning die deelnemers krijgen voor het vertonen van gewenst gedrag en de moeite die zij moeten doen om af te wijken van hun gewoontegedrag. Deze drie elementen kennen een balans, weergegeven in onderstaande driehoek:

- Bij voldoende urgentie hoeft de beloning niet heel groot te zijn en maakt het mensen naar verwachting minder uit hoeveel moeite (inspanning) zij moeten doen, dan wanneer de urgentie ontbreekt.
- Als er geen sprake is van urgentie, maar er wordt een voldoende grote (gegarandeerde) beloning in het vooruitzicht gesteld, maken mensen naar verwachting een andere afweging over de inspanning die zij moeten leveren om in aanmerking te komen voor deze beloning.
- Tot slot kan een beperkte inspanning (mensen hoeven weinig moeite te doen) een reden zijn om ook zonder hoge urgentie of beloning alsnog deel te nemen of gedrag aan te passen.



Wanneer we vanuit deze driehoek naar Winnen van de file kijken constateren we op basis van waarnemingen en contact met (ex)deelnemers het volgende:

- Er is weinig urgentie om gewoontegedrag aan te passen: Er is slechts beperkt sprake van file tijdens de werkzaamheden op de A2, maximale extra reistijd bedraagt (een acceptabele) 10 minuten.
- De beloning bij Winnen van de file is niet gegarandeerd: deelnemers spelen een spel met een KANS op een prijs. Het betreft een cadeau- of tegoedbon, geen financiële beloning.
- Uit de Non-actie enquête (onder deelnemers die al tijdens het inschrijfproces afgehaakt zijn) en een belronde met ex-deelnemers blijkt dat het aanmeldingsproces lastig was, deelnemers veel 'hobbels' moesten nemen om zich aan te melden, de app te installeren en de app draaiende te houden op hun telefoon.

Het model en genoemde hypothesen worden in november 2013 getoetst bij deelnemers, ex-deelnemers en niet-deelnemers van Winnen van de file in een focusgroep.

Een tweede les heeft betrekking op de belevingswereld van de deelnemer(s). Keuzes die je aan het begin van een project maakt zijn essentieel voor het verloop van het project. Zorg dat je vanaf het begin niet alleen de techniek aan de achterkant, maar ook het gebruik door de deelnemer centraal zet. Bij Winnen van de file wordt gebruik gemaakt van een app om de spitsritten te registreren. Echter, de link tussen de app en deelname aan het spel is aan de achterkant (voor het projectteam) wel duidelijk, maar deze is niet zichtbaar voor de deelnemer. De app voorziet deelnemers in reisinformatie, maar (ex)deelnemers gaven aan deze informatie via internet op te zoeken voor vertrek. Doordat de deelnemers nut en noodzaak van de app zelf niet ervoeren, stond de app vaker uit dan van tevoren gedacht. Hierdoor werden niet alle spitsritten en mijdingen geregistreerd. Dit is van grote invloed is op toekenning van punten aan deelnemers voor gemeden ritten, maar belangrijker: het projectteam heeft hierdoor slechts beperkt informatie kunnen ontvangen over het reisgedrag van deelnemers in het kader van monitoring & evaluatie. Daardoor is het vrijwel onmogelijk om goede uitspraken te kunnen doen over de effectiviteit van het project.

Een derde les is dat de werving met een glossy ansichtkaart waarbij niet een beloning maar tijdswinst in het vooruitzicht werd gesteld, niet het gewenste effect heeft gehad op de werving. Aanname was dat de brief veel weerstand opwekt bij potentiële deelnemers doordat alle eventuele weerstanden worden benoemd. De glossy kaart met verwijzing naar de website moest dit oplossen. Dit stuitte echter in eerste instantie op weerstand bij de officiële instanties die medewerking moesten verlenen bij de verzending. Daarnaast blijkt de kaart minder respons te genereren dan de standaard brieven. Dit komt deels door de boodschap (tijd in plaats van geld) en deels door de uitstraling (reclame).

Een vierde les is dat de uitvoering en timing van een mijdplan inclusief feedback zeer nauw komt. Binnen Winnen van de File is het effect van de mijdplannen te verwaarlozen, terwijl het binnen Spitsmijden in Brabant zeer effectief bleek. Dit heeft drie oorzaken: 1) het mijdplan is vooral bij de start van deelname essentieel, immers: op dat moment wordt nieuw gedrag gestart. 2) de opzet van het mijdplan is cruciaal. Bij Spitsmijden in Brabant konden deelnemers hun eigen woorden intypen. Bij Winnen van de File is in eerste instantie met keuzevelden gewerkt. Juist het met eigen woorden vastleggen van nieuwe gewoontes is belangrijk voor de (eigen) overtuigingskracht. 3) belangrijk onderdeel van het mijdplan is de feedback op het gedrag na vertoning. Door de opzet van Winnen van de File was juist deze feedback lastig te genereren. Dit verzwakt de werking van een mijdplan enorm.

2.3 *Do's en Don'ts*

- Neem bij het vormgeven van een nieuw project de driehoek urgentie-beloning-inspanning in gedachte. Verifieer aannames met potentiële deelnemers.
- Zorg voor een goede onderbouwing van je project. Baseer je project en je boodschap naar deelnemers niet op een vermeend probleem, maar op een aantoonbaar (en voor deelnemers voelbaar) probleem.
- Denk vanaf de start van het project vanuit de deelnemer: zorg dat de techniek die je in het project gebruik gemakkelijk toegankelijk is en verifieer bij de deelnemer óf de elementen in de ogen van de deelnemer duidelijk zijn en logisch samenhangen.
- Maak het de automobilist zo makkelijk mogelijk. Zorg dat (potentiële) deelnemers zo min mogelijk moeite hoeven te doen om zich aan te melden en deel te nemen.

Bestaat een project uit diverse elementen, applicaties of kanalen? Zorg dan dat de samenhang hiertussen ook voor de deelnemer voor zich spreekt.

- Je vraagt veel van de deelnemer als je vraagt of hij/zij gewoontegedrag wil veranderen. Zorg dat je daar iets tegenover stelt: zorg voor een gegarandeerde beloning, niet alleen voor een KANS op een prijs.
- Bedenk dat vooraf insteken op intrinsieke motivatie van deelnemers riskant is. Deelnemers bouwen intrinsieke motivatie op in de loop van het project, door ervaring die ze opdoen met Spitsmijden. Initieel is intrinsieke motivatie beperkt aanwezig.
- Zoek contact met (ex)deelnemers. Dit is niet alleen leuk, maar ook heel leerzaam. Alleen (ex)deelnemers weten waarom ze doen wat ze doen, beter dan het projectteam. Luister naar deelnemers en neem hun verbeterpunten mee in je project. Niet alleen in vervolprojecten, maar zorg dat je zo snel mogelijk de suggesties implementeert.
- Zorg dat de insteek van het project en de inspanning die je van deelnemers vraagt heel duidelijk is. Spitsmijden moet geen extra belasting voor deelnemers worden, maar juist een leuk 'extraatje' waar je graag (en gemakkelijk) aan mee doet.
- Blijf communiceren met je deelnemer. Zorg dat de deelnemer zich ervan bewust is dat hij deelneemt aan een project/spelletje en dat het niet 'stil' blijft vanuit de organisatie.
- Als gebruik gemaakt wordt van een app/smartphone voor het registreren van spitsritten: zorg dat de app gemakkelijk te installeren is, voor veel mensen bruikbaar en toegankelijk is en dat de deelnemer (en niet alleen de projectorganisatie) de app nodig heeft om aan het spel deel te nemen.

3 Vergelijking projecten

3.1 Wat werkt wel, wat werkt niet?

Uit de voorgaande hoofdstukken komt naar voren dat er een aantal fundamentele verschillen zijn in de opzet van de projecten Spitsmijden in Brabant en Winnen van de file. Een uitgebreide vergelijking van de opzet van beide projecten is opgenomen in de bijlage. De drie belangrijkste lessen die we hieruit kunnen trekken zijn als volgt:

Registratie mijddgedrag

Registratie van mijddgedrag van deelnemers moet nauwkeurig gebeuren. Om de beloning voor deelnemers te kunnen bepalen, maar ook voor de monitoring en evaluatie van het mijddgedrag van de deelnemers. Een OBU, zoals gebruikt bij Spitsmijden in Brabant, werkt goed. Dit is een permanente oplossing die gekoppeld is aan de deelnemende auto. Keerzijde van deze methodiek is dat de OBU erg duur is. Het gebruik van een app voor ritregistratie is vele malen goedkoper. Een app is laagdrempelig, maar deze laagdrempeligheid werkt twee kanten uit: deelnemers kunnen de app gemakkelijk installeren, maar ook gemakkelijk verwijderen als ze besluiten niet meer mee te doen. Ook een app die uit staat levert geen informatie. Hiermee is deze goedkopere optie dus minder betrouwbaar.

Beloningsstructuur

Een gegarandeerde beloning werkt om deelnemers over te halen deel te nemen. De boodschap 'win tijdwinst' werkt niet (genoeg) als deelnemers de voordelen van spitsmijden nog niet zelf ervaren hebben. Een gegarandeerde beloning helpt mensen

over een drempel heen. De kans op een prijs zoals bij Winnen van de file doet dit niet of minder. Het is voor (potentiële) deelnemer te onzeker of zij een beloning krijgen voor 'goed' gedrag.

Interventies

Interventies helpen om deelnemers te verleiden nieuw gewoontegedrag te vertonen. De kracht van gedragswetenschappelijke interventies zit hem in het inspelen op de commitment van deelnemers: het bij Spitsmijden in Brabant ontwikkelde mijdplan is bijvoorbeeld bedoeld om mensen bewuster bezig te laten zijn met hun gedrag en een 'afpraak' met zichzelf te laten maken over het te vertonen reisgedrag van de voorliggende week. Deelnemers krijgen eveneens feedback op het vertoonde gedrag en worden op deze manier geconfronteerd met het (al dan niet) nakomen van hun afspraken. Wanneer interventies goed getimed en juist vormgegeven uitgevoerd worden, is een spraakmakend resultaat mogelijk.

Bijlage 1

Vergelijking opzet Spitsmijden in Brabant en Winnen van de file.

SPITSMIJDEN BRABANT	WINNEN VAN DE FILE
WERVING	
Direct mailing	Direct mailing
Billboards, flyeractie, werkgeverspakket	Billboards
Referentieniveau 4	Referentieniveau 1
6 weken kentekenregistratie	2 weken kentekenregistratie
Aanmelden op website, Afspraak voor OBU inbouwen Testmaand Deelname	Aanmelden op website App downloaden Deelname
REGISTRATIE	
OBU in auto - Registratie van iedere autorit	App-registratie op geofences
Backup: camera's op cordon	
BELONING	
Vaste beloning per spits	Punten per spits
Variërend tussen 1,25 en 5,00 euro	Kans op een prijs via loterij
Variatie in dagen	Variatie in piek en schouders van spits
COMMUNICATIE	
Boodschap: verdien 100 euro per maand	Boodschap: win tijd, reis ontspannen
Website, persberichten, free publicity via events, frequente nieuwsbrieven	Website, persberichten
M&E	
Zeer uitgebreid	Zeer beperkt
Veel informatie en analyses	Weinig informatie, grote bandbreedte
Veel enquêtes	Weinig enquêtes
Klankbordgroepen	Focusgroepen
GEDRAGSINTERVENTIES	
Gedegen analyse vooraf, mijdplan + feedback	Mijdplan
Wetenschappelijke opzet	Pragmatische opzet