



Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu
*Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport*

Gedragsscan voor Mobiliteitsbeleid

Inzichten in gedrag verwerken in beleid

Gedragsscan voor Mobiliteitsbeleid Inzichten in gedrag verwerken in beleid

RIVM-briefrapport 2024-0169

Colofon

© RIVM 2024

Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen op voorwaarde van bronvermelding: Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM), de titel van de publicatie en het jaar van uitgave.

DOI 10.21945/RIVM-2024-0169

N. van der Vliet (auteur), RIVM
J.L.A. Devilee (auteur), RIVM
M.E. Gerlofs-Nijland (programmahouder), RIVM

Contact:

Nina van der Vliet
Centrum voor Duurzaamheid, Milieu en Gezondheid
Nina.van.der.vliet@rivm.nl

Dit onderzoek is verricht in opdracht van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, directie Duurzame Mobiliteit in het kader van de opdracht 50.01 Duurzame Mobiliteit en Transport van Programma 50.

Dit is een uitgave van:
**Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu**
Postbus 1 | 3720 BA Bilthoven
Nederland
www.rivm.nl

Publiekssamenvatting

Gedragsscan voor Mobiliteitsbeleid

Inzichten in gedrag verwerken in beleid

Beter begrip van menselijk gedrag kan helpen om beleid van de overheid effectiever te maken. Het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW) wil daarom handvatten om kennis over gedrag in mobiliteitsbeleid te verwerken. Anders gezegd, inzicht krijgen in wat mensen nodig hebben om duurzamer te gaan reizen, zoals vaker de fiets nemen of het openbaar vervoer. Dat gaat verder dan alleen het verbeteren van de technologie en infrastructuur.

Het RIVM heeft daarom de Gedragsscan voor Mobiliteitsbeleid ontwikkeld. Deze tool is een methode waarmee beleidsmakers inzichten in gedrag kunnen verwerken in mobiliteitsbeleid. Gedrag van mensen wordt niet alleen door rationele keuzes beïnvloed, maar vooral door andere factoren, binnen en buiten hen zelf. Denk aan gewoonten en overtuigingen, invloeden vanuit de omgeving, en zowel kennis als vaardigheden om iets te kunnen doen.

De scan helpt beleidsmakers beter te begrijpen of mensen het gewenste gedrag kunnen en willen uitvoeren, en of de fysieke en sociale omgeving hen hierbij helpt. Mensen moeten beleid, wet- en regelgeving niet alleen begrijpen, maar er ook naar kunnen handelen (hun 'doenvermogen'). Bij te veel stress, bijvoorbeeld als er veel van mensen wordt gevraagd, komt dit onder druk te staan.

De scan helpt ook om tegenstrijdigheden in het mobiliteitsbeleid in kaart te brengen. Wanneer maatregelen beter op elkaar aansluiten, is het voor mensen makkelijker om het gewenste gedrag uit te voeren in plaats van daarin te worden beperkt.

De scan is zowel voor nationaal als lokaal beleid te gebruiken. Hij is speciaal ontwikkeld voor mobiliteitsbeleid, maar kan ook voor ander beleid worden gebruikt. Beleidsmakers wordt aanbevolen de scan met een gedragsexpert in te vullen, maar ze kunnen het ook zelf doen. Door de opzet in modules hoeven gebruikers niet de hele scan door te lopen en kunnen ze gericht kiezen welke onderdelen het beste passen bij hun specifieke beleid. De scan is getest met enkele casussen en verbeterd.

Kernwoorden: gedrag, gedragsinzichten, mobiliteit, mobiliteitsbeleid, COM-B model, beleidsondersteuning, instrument, doenvermogen

Synopsis

Behaviour scan for Mobility Policy

Incorporating behavioural insights into policy

A better understanding of human behaviour can help make government policy more effective. That is why the Ministry of Infrastructure and Water Management is looking for tools to incorporate behavioural insights into mobility policy. In other words: gaining insight into what people need to travel more sustainably, such as cycling more often or using public transport. More is needed than merely improving the technology and infrastructure.

To support this effort, the National Institute for Public Health and the Environment (RIVM) has developed the Behaviour Scan for Mobility Policy, a tool that allows policymakers to incorporate behavioural insights into mobility policy. Human behaviour is influenced not only by rational choices, but also by a range of other factors, both internal and external. This includes habits and beliefs, environmental influences, and both the knowledge and skills to do something.

The scan helps policymakers gain a better understanding of whether people can and want to carry out the desired behaviour, and whether the physical and social environment helps them in this. People not only need to understand legislation and regulations, they also need to be able to act accordingly (their capacity to act). This capacity can be compromised, for example, when a lot is asked of people.

The scan also helps to map inconsistencies in mobility policy. When measures are more cohesive, it becomes easier for people to adopt the desired behaviour instead of being limited in their capacity to do so.

The scan can be used for both local and national policy. It was developed specifically for mobility policy, but it can also be applied in other policy sectors. Policymakers are recommended to fill in the scan with a behavioural expert, but they can also do it themselves. The modular design allows users to select only the sections that are most relevant to their specific policy, rather than completing the entire scan. The scan has been tested with a number of case studies and refined based on feedback.

Keywords: behaviour, behavioural insights, mobility, mobility policy, COM-B model, policy support, tool, capacity to act

Inhoudsopgave

Samenvatting — 9

1 Inleiding — 11

1.1 Aanleiding — 11

1.2 Doel en meerwaarde — 11

1.3 Leeswijzer — 13

2 Werkwijze — 15

3 Checklist: met welke modules aan de slag? — 17

4 Module Doel, doelgroep, doelgedrag — 19

5 Module Capaciteit — 21

5.1 Fysieke capaciteit — 21

5.2 Mentale capaciteit — 23

6 Module Gelegenheid — 29

6.1 Fysieke gelegenheid — 30

6.2 Sociale gelegenheid — 31

7 Module Motivatie — 35

7.1 Waarden en overtuigingen — 35

7.2 Voordelen en nadelen — 36

7.3 Gewoonten — 38

8 Module Consistentie van beleid — 41

8.1 Schetsen van een beleid- en effectenboom — 41

8.2 Consistentie van beleid — 44

Referentielijst — 45

Bijlage 1 Methode — 47

Bijlage 2 Lijst met informatiebronnen — 48

Bijlage 3 Achtergrondkenmerken van doelgroepen — 53

Bijlage 4 Mentale belastbaarheid — 55

Samenvatting

Mensen moeten beleid, wet- en regelgeving niet alleen begrijpen, maar er ook naar kunnen handelen. Er is bovendien een toenemend besef dat gedragsinzichten een cruciale rol spelen bij het ontwikkelen van effectief beleid. Gedragsinzichten helpen beleidsmakers om beleid te ontwerpen dat beter aansluit bij het menselijke gedrag. Het kabinet heeft daarbij een verplichting om in de beleidsvorming rekening te houden met doenvermogen, de mentale belastbaarheid van mensen.

De Gedragsscan voor Mobiliteitsbeleid is ontwikkeld om beleidsmakers te ondersteunen bij het integreren van gedragsinzichten in het ontwerp en de verbetering van mobiliteitsbeleid. De gedragsscan biedt een gestructureerde methode om gedragsfactoren mee te nemen in beleidsontwikkeling. Het helpt beleidsmakers na te denken over hoe de fysieke en sociale omgeving het gedrag van hun doelgroep(en) beïnvloedt. Daarnaast worden capaciteiten en motivaties van de verschillende doelgroepen in kaart gebracht, zodat zij hiermee rekening kunnen houden bij hun beleidskeuzes. Door de factoren te analyseren, krijgen beleidsmakers inzicht in hoe gedragsverandering bij hun doelgroep kan worden bereikt. Er is aandacht voor de verschillende doelgroepen. Ook is er aandacht voor de mate waarin doelgroepen het beleid kunnen uitvoeren en hoeveel het beleid vraagt van de doelgroep (doenvermogen). De scan biedt bovendien handvatten om inconsistenties in het mobiliteitsbeleid te identificeren en samenhang te verbeteren.

Het onderliggend onderzoek richtte zich op de ontwikkeling van een gedragsanalyse-instrument, gebaseerd op het COM-B model (Capability, Opportunity, Motivation – Behaviour). Hierbij werd voortgebouwd op eerdere gedragsinstrumenten. De gedragsscan is ontwikkeld en getest met behulp van verschillende casussen uit het mobiliteitsbeleid. Hierbij zijn de verschillende modules doorlopen, waarbij gedragsfactoren zoals capaciteit, motivatie en gelegenheid van de doelgroep werden geanalyseerd. Gedurende het ontwikkelproces werd de scan verder verfijnd aan de hand van de feedback van beleidsmakers en gedragsexperts. De scan bevat voorbeeldantwoorden, bedoeld om een beter idee te krijgen van het belang van de vragen en het soort antwoorden dat gezocht wordt. De scan bestaat uit modules die de beleidsmaker naar keuze kan doorlopen, afhankelijk van het mobiliteitsbeleid waarvoor de gedragsscan gebruikt wordt. Daarbij staan er praktische tips en voorbeeldantwoorden op een bestaande mobiliteitsbeleidsmaatregel, om de vragen beter te kunnen begrijpen en een idee te krijgen van het soort antwoord dat op de vragen gegeven kan worden. Het wordt aanbevolen om de scan samen met een gedragsexpert te doorlopen. De scan is ontwikkeld voor mobiliteitsbeleid, maar kan ook door andere beleidssectoren worden gebruikt.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Er is globaal steeds meer erkenning dat een beter begrip van gedrag kan bijdragen aan beter overheidsbeleid (1, 2). Het gebruik van gedragsinzichten helpt beleidsmakers om beleid te ontwerpen dat aansluit op de manier waarop mensen daadwerkelijk beslissingen nemen, in plaats van hoe beleidsmakers verwachten dat ze zich zouden moeten gedragen. In plaats van uit te gaan van een volledig rationele 'homo economicus', wordt het steeds duidelijker dat het gedrag van mensen voorkomt uit gewoonten, impulsen en allerlei invloeden vanuit de omgeving, en dat een kleiner deel voorkomt uit bewuste beslissingen. Het begrijpen van hoe persoonlijke en omgevingsgerelateerde factoren het uiteindelijke gedrag beïnvloeden kan beleidsmakers helpen bij het ontwerpen van beleid dat rekening houdt met, en inspeelt op, die gedragsfactoren. De directie Duurzame Mobiliteit van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW) heeft het RIVM gevraagd om een scan te ontwikkelen om beleidsmakers te ondersteunen bij het verkrijgen van gedragsinzichten bij de ontwikkeling van duurzamer mobiliteitsbeleid. De Gedragsscan voor Mobiliteitsbeleid was onderdeel van de opdracht 50.01 Duurzame Mobiliteit en Transport van Programma 50 in 2023 en 2024.

1.2 Doel en meerwaarde

Dit briefrapport bevat een gedragsscan, bedoeld voor beleidsmakers op nationaal, regionaal en lokaal niveau die zich bezighouden met het (door)ontwikkelen van mobiliteitsbeleid. De scan biedt handvatten om het gedrag van doelgroepen beter te begrijpen en deze inzichten te integreren in mobiliteitsbeleid. Het doel van deze scan is het in kaart brengen van de verschillende gedragsaspecten die een rol spelen bij het beoogde beleid, hoe hier rekening mee te houden en op in te spelen met beleidsmaatregelen, evenals het identificeren van kennislacunes.

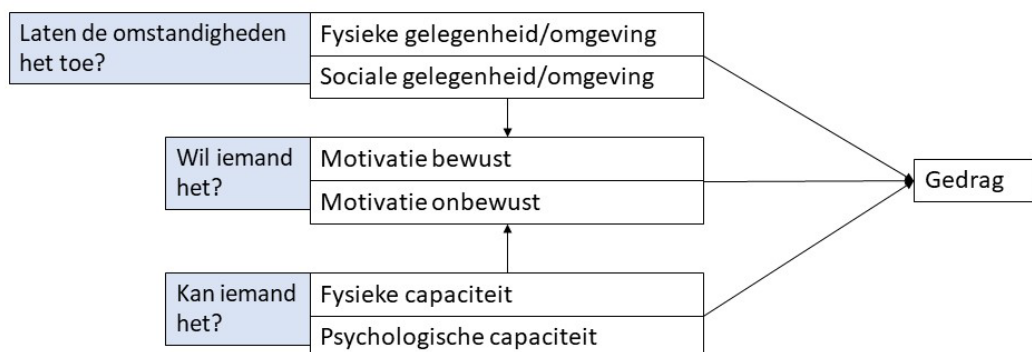
Er zijn al verschillende tools beschikbaar waarmee beleidsmakers gedragsinzichten mee kunnen nemen in hun beleid (3). De gedragsscan bouwt voort op bestaande tools. Hoewel de gedragsscan specifiek is ontwikkeld voor mobiliteitsbeleid, is de scan ook op ander beleid toepasbaar. De scan maakt gebruik van een relatief eenvoudig gedragsmodel om te achterhalen of de doelgroep het gedrag kan en wil uitvoeren en of de omgeving het gedrag voor de doelgroep faciliteert of juist belemmert (4). Daarnaast voegt deze scan het concept mentale belastbaarheid (doenvermogen) toe. Ook worden beleidsmakers gestimuleerd om na te denken over verschillende doelgroepen. Het is daarbij van belang om rekening te houden met zowel de directe als de indirecte doelgroepen wiens gedrag moet of kan veranderen door het beoogde beleid. Denk bijvoorbeeld aan beleid gericht op werkgevers, waar wordt verwacht dat werknemers via acties van de werkgevers ook hun gedrag aanpassen. Het is dan van belang om ook na te gaan wat de werknemers nodig hebben van hun werkgevers om hun gedrag aan te passen. Tot slot is er aandacht voor consistentie van het beleid.

Het COM-B model

We hebben vaak goede intenties voor een gezondere of duurzamere leefstijl. Bijvoorbeeld vaker de fiets pakken in plaats van de auto. Maar in de praktijk komt dat er toch niet van: we doen vaak niet wat we gepland hadden. Onderzoek laat zien dat maar ongeveer de helft van onze intenties zich omzetten in actie. De intentie-gedragskloof wordt vaak aangehaald om uit te leggen waarom mensen vaak niet doen wat ze zich voornemen. Weten wat je zou moeten doen, of wat je zou willen doen, betekent nog niet dat je het daadwerkelijk doet. Dit komt omdat er allerlei factoren op ons gedrag van invloed zijn, zoals omgevingsfactoren (geen goede fietspaden in de buurt, slechte weersomstandigheden), sociale invloeden (vrienden of collega's die altijd de auto nemen), gewoontes (het routinematig nemen van de auto naar het werk) of kennis (niet op de hoogte zijn van veilige fietsroutes).

Er bestaan vele theorieën en modellen die proberen te verklaren welke gedragsfactoren of 'gedragsdeterminanten' ons gedrag beïnvloeden. Een relatief eenvoudig en breed toepasbaar model is het COM-B model (zie Figuur 1). COM-B staat voor Capability-Opportunity-Motivation-Behaviour (4). Het betreft de gedragsfactoren capaciteit (is iemand fysiek en mentaal in staat het gedrag te vertonen; kunnen), motivatie (welke bewuste en automatische drijfveren heeft iemand om het gedrag te vertonen; willen) en gelegenheid (welke fysieke en sociale omstandigheden maken het gedrag mogelijk; mogelijkheden).

De drie factoren beïnvloeden elkaar en bepalen samen of een persoon bepaald gedrag zal vertonen. Als iemand fysiek in staat is om naar het werk te fietsen (capaciteit), in een buurt woont met veilige fietsinfrastructuur (gelegenheid) en ook weet welke routes fijn en snel te fietsen zijn (capaciteit), en tevens vanuit het werk een aantrekkelijke fietskilometervergoeding krijgt (gelegenheid), verhoogt dit de kans dat iemand op de fiets naar het werk gaat (gedrag).



Figuur 1 Het COM-B model

De scan kan zowel met als zonder een gedragsexpert worden ingevuld, maar door de complexiteit van gedrag wordt het aanbevolen de scan met een gedragsexpert in te vullen. Waar andere gedragstools veelal generiek voor alle beleidssectoren zijn opgesteld, is deze scan specifiek voor mobiliteitsbeleid opgesteld. Zo zijn er voorbeeldantwoorden op een mobiliteitsbeleidsmaatregel en is er extra informatie toegevoegd over mobiliteitsgedrag. De scan is opgedeeld in

verschillende modules. Daarnaast is de scan ook beschikbaar in de vorm van een online invulformulier (zonder voorbeeldantwoorden) waarbij de modules los ingevuld kunnen worden. Hiermee is geprobeerd om de omvangrijke scan toch praktisch uitvoerbaar te houden. De ontwikkeling van de gedragsscan stond centraal binnen de opdracht. De voorbeeldantwoorden zijn daarom illustratief om de gebruiker te helpen in de juiste richting te denken bij het beantwoorden van de vragen. De voorbeeldantwoorden zijn dus niet gebaseerd op een volledig gedragsonderzoek met beleidsmakers van de betreffende beleidsmaatregel. Voor informatie over de ontwikkeling van deze gedragsscan, zie de methode in [Bijlage 1](#).

1.3 Leeswijzer

In Hoofdstuk 2 staat de werkwijze van de gedragsscan. Hoofdstuk 3 bevat een checklist om te bepalen welke modules na de module over Doel, doelgroep en doelgedrag uit Hoofdstuk 4 het meest relevant zijn. In Hoofdstuk 3 identificeer je het probleem, beleidsdoelen en maatregelen, doelgroepen en het gewenste doelgedrag. Hoofdstukken 5 (capaciteit), 6 (gelegenheid) en 7 (motivatie) behandelen gedragsfactoren met het COM-B model, waarbij je onderzoekt of doelgroepen fysiek en mentaal in staat zijn het gewenste gedrag uit te voeren, welke waarden of overtuigingen zij hebben, en of de omgeving het gewenste gedrag voor hen faciliteert of juist belemmert. Met de opgedane inzichten in Hoofdstuk 8 ontwikkel je een beleid- en effectenboom waarmee je vervolgens de consistentie van het mobiliteitsbeleid kan evalueren.

2 Werkwijze

Je start met de module Doel, doelgroep en doelgedrag (Hoofdstuk 4). Daarna kijk je in de checklist (Hoofdstuk 3) om te bepalen met welke module je verder gaat. Gebruik bij het uitwerken van de vragen bestaand onderzoek en refereer hiernaar (bijv. landelijke peilingen of rapporten) of wetenschappelijke literatuur. In [Bijlage 2](#) vind je een lijst met nuttige informatiebronnen, die kan helpen bij het invullen van de vragen.

Aan het eind van de modules is er ruimte om nieuwe inzichten op te schrijven. Je kunt ook noteren welke vragen verder onderzoek vereisen, want het is goed mogelijk dat niet op elke vraag nu antwoord te geven is door een gebrek aan informatie. Omdat inzichten uit één module invloed kunnen hebben op antwoorden in andere modules, kan het nuttig zijn om eerder ingevulde modules opnieuw te bekijken en aan te passen.

Bij elke vraag staat een voorbeeldantwoord dat is gebaseerd op de beleidsmaatregel 'Besluit CO₂-reductie werkgebonden personenmobiliteit' (5). Deze antwoorden zijn gebaseerd op openbare documenten zoals rapporten, bestaande websites en op gedragswetenschappelijke inzichten. Naast de vragen vind je ook praktische tips met gedragsinzichten die je helpen bij het formuleren van antwoorden. In [Bijlage 3](#) staan Achtergrondkenmerken van doelgroepen, om te helpen nadenken over de verschillende doelgroepen bij het beantwoorden van de vragen. Bij het ontwerpen van nieuw beleid is het van belang om na te denken over wiens gedrag door het beleid kan of moet veranderen. Soms heeft beleid ook indirect gevolgen voor (het gedrag van) andere doelgroepen. Als het beleid bijvoorbeeld niet direct gericht is op de burger, denk dan ook na over de (in)directe gevolgen voor de burger en diens gedrag, en hoe hier mee rekening te houden in beleid. Bij beleid gericht op verduurzamen van werkgebonden personenmobiliteit door werkgevers, is het dus van belang ook na te denken over hoe werkgevers hun werknemers vervolgens kunnen stimuleren en faciliteren in het kiezen voor duurzamere vervoerswijzen.

Het wordt aanbevolen om deze scan samen met een gedragsexpert uit te werken. Indien gewenst kan het RIVM hierbij ondersteunen, samen doorlopen we dan de modules van de gedragsscan. De gedragsscan kan ook online worden ingevuld, neem hiervoor contact op met de auteurs van dit rapport.

3 Checklist: met welke modules aan de slag?

Je start altijd met de **Module Doel, doelgroep, doelgedrag**.

Hierin wordt behandeld:

- Op welk probleem of uitdaging dit beleid is gericht.
- Wat het doel van dit beleid is.
- Wat de maatregelen zijn van het mobiliteitsbeleid.
- Wiens gedrag moet veranderen om het doel te bereiken (doelgroepen).
- Welk gedrag er bij de verschillende doelgroepen moet veranderen om het doel te bereiken.

Ga nu eerst naar de [Module Doel, doelgroep, doelgedrag](#).

Na het doorlopen van de Module Doel, doelgroep en doelgedrag gebruik je deze checklist om te bepalen welke modules het meest relevant zijn om in te vullen. Bijvoorbeeld omdat hier nog het minst duidelijkheid over is. De checklist is ook bedoeld om tussentijds bij te houden welke modules je hebt doorlopen. Aan het eind van elke module staat een link waarmee je direct terugkeert naar deze checklist.

Module Capaciteit.

Is het voldoende duidelijk:

- Welke fysieke vaardigheden nodig zijn zodat de doelgroepen het gewenste gedrag kunnen uitvoeren (zoals fysiek in staat zijn te kunnen fietsen).
- Welke mentale vaardigheden de doelgroepen nodig hebben om de gewenste doelgedragingen van het beleid te kunnen uitvoeren (zoals kennis van vergoedingen en fietsroutes).
- Hoe en welke doelgroepen verschillen in deze vaardigheden.
- De mate waarin de doelgroepen ervaren dat zij in staat zijn om het gedrag uit te voeren (eigen effectiviteit).
- Hoe het beleid rekening kan houden met (verschillen in) vaardigheden.
- Wat de [mentale belastbaarheid](#) is van de doelgroep(en).
- Hoeveel mentale belasting het beleid vraagt van de doelgroepen.
- Hoe de mentale belasting van het beleid verlaagd kan worden om de uitvoerbaarheid van het doelgedrag te verhogen.

Als je hier niet alle items kunt afvinken en je wilt meer duidelijkheid, ga dan naar de [Module Capaciteit](#).

Module Gelegenheid.

Is het voldoende duidelijk:

- Welke externe factoren of omstandigheden het doelgedrag faciliteren of juist belemmeren (zoals fysieke, sociale, politieke, economische invloeden).
- Of en hoe deze omstandigheden verschillen tussen doelgroepen.
- Welke sociale invloeden (bijv. normen en cultuur) een rol spelen bij het doelgedrag.
- Hoe beleidsmaatregelen deze externe factoren en hun invloed op gedrag kunnen veranderen, rekening houdend met de verschillen tussen doelgroepen.

Als je hier niet alle items kunt afvinken en je wilt meer duidelijkheid, ga dan naar de [Module Gelegenheid](#).

Module Motivatie.

Is het voldoende duidelijk:

- Wat de waarden en overtuigingen van de doelgroep zijn rond het huidige gedrag, het doelgedrag en het doel van het beleid.
- Wat de (ervaren) voor- en nadelen zijn van het doelgedrag en het huidige gedrag voor de doelgroep.
- Of er sprake is van gewoontegedrag en hoe hier in beleid rekening mee te houden.

Als je hier niet alle items kunt afvinken en je wilt meer duidelijkheid, ga dan naar de [Module Motivatie](#).

Module Consistentie van beleid & beleid- en effectenboom

Is het voldoende duidelijk:

- Welke maatregelen het doelgedrag stimuleren of juist ontmoedigen.
- Welke maatregelen het huidige gedrag ontmoedigen of juist stimuleren.
- Hoe de verschillende onderdelen van het mobiliteitsbeleid samenhangen en zich tot het gestelde doelgedrag verhouden.
- Hoe beleid dat binnen de eigen invloed ligt het doelgedrag ontmoedigt of juist faciliteert.
- Hoe beleid dat buiten de eigen invloed ligt het doelgedrag ontmoedigt of juist faciliteert.

Als je hier niet alle items kunt afvinken en je wilt meer duidelijkheid, ga dan naar de [Module Consistentie van beleid](#).

4 Module Doel, doelgroep, doelgedrag

Na het invullen van deze module heb je een beter beeld van:

- Op welk probleem of uitdaging dit beleid is gericht.
- Wat het doel van dit beleid is.
- Wat de maatregelen zijn van het beleid.
- Wiens gedrag moet veranderen om het doel te bereiken (doelgroepen).
- Welk gedrag er bij de verschillende doelgroepen moet veranderen om het doel te bereiken.

Het probleem

1. Op welk probleem of welke uitdaging gaat dit beleid zich

richten? Gebruik indien beschikbaar aantallen en percentages voor de urgentie en omvang van het probleem.

Voorbeeldantwoord: *Klimaatverandering waarvan CO₂-uitstoot één van de oorzaken is. Het Besluit CO₂-reductie werkgebonden personenmobiliteit richt zich op het reduceren van broeikasgassen en het bewust kiezen door werkgevers voor duurzame mobiliteit.*

Het doel

2. Wat moet er bereikt worden met dit beleid? Wanneer is de uitvoering van dit beleid geslaagd?

Formuleer dit indien mogelijk concreet en meetbaar.

Voorbeeldantwoord: *Het doel is de CO₂-emissie door werkgebonden personenmobiliteit (zakelijke mobiliteit en woon-werkmobiliteit) in 2030 met 1,5 Mton terug te dringen (Informatieblad Besluit CO₂-reductie werkgebonden personenmobiliteit, 2023).*

De beleidsmaatregelen

3. Wat zijn de beoogde beleidsmaatregelen?

Gaat het hier om nationaal, regionaal en/of lokaal beleid?

Voorbeeldantwoord: *Het gaat om nationaal beleid. Het Besluit CO₂-reductie werkgebonden personenmobiliteit vloeit voort uit het Klimaatakkoord. In dat akkoord is afgesproken dat de Rijksoverheid regels maakt voor werkgevers met 100 of meer werknemers om negatieve klimaateffecten van werkgebonden personenmobiliteit (zakelijke mobiliteit en woon-werkmobiliteit) terug te dringen. Vanaf 1 juli 2024 zijn werkgevers met 100 of meer werknemers verplicht om jaarlijks ter rapporteren over hun werkgebonden personenmobiliteit. Op basis van de gerapporteerde gegevens monitort IenW de CO₂-uitstoot. Als het beoogde reductiedoel van 1,5 Mton in 2030 niet gehaald gaat worden, kan er een norm voor individuele werkgevers worden ingevoerd.*

Doelgroepen

4. Wiens gedrag moet veranderen om het gestelde doel van dit beleid te halen? Denk hierbij aan zowel directe als indirecte doelgroepen. Als het beleid bijvoorbeeld niet direct gericht is op de burger, ga dan ook na of het gedrag van de burger indirect ook verandert of moet veranderen om het doel van dit beleid te halen.

Voorbeeldantwoord: *Het beleid is gericht op werkgevers met 100 of meer werknemers. Die werkgevers moeten jaarlijks rapporteren over hun werkgebonden personenmobiliteit. Daarnaast worden de werkgevers gestimuleerd om hun werkgebonden personenmobiliteit te verduurzamen en hun werknemers te stimuleren duurzamere keuzes te maken in het zakelijke en woon-werkverkeer. Hiervoor heeft de overheid ander aanvullend mobiliteitsbeleid gemaakt om de werkgever te ondersteunen.*

5. Wat is het huidige gedrag van de doelgroep(en)?

Hoe gedraagt de doelgroep zich nu? Omschrijf het gedrag dat moet veranderen of verminderen, geef indien beschikbaar aantallen/percentages.

Voorbeeldantwoord: *Voordat de registratie verplicht was voor werkgevers met 100 of meer werknemers, was het mogelijk vrijwillig gegevens in te dienen. Een deel van de werkgevers heeft al veel gedaan om hun werkgebonden personenmobiliteit te verduurzamen. Het grootste deel doet nog onvoldoende, waardoor de CO₂-uitstoot niet genoeg wordt teruggedrongen zonder overheidsingrijpen.*

Doelgedrag

6. Wat is het doelgedrag van de doelgroep(en)?

Welk gedrag of welke gedragingen moet(en) er bij de doelgroep veranderen of plaatsvinden om het doel te behalen? Formuleer zo concreet en meetbaar mogelijk per doelgroep.

Voorbeeldantwoord: *Werkgevers met 100 of meer werknemers verzamelen en rapporteren jaarlijks tijdig de correcte gegevens over zakelijke mobiliteit en woon-werkmobiliteit van hun werknemers. Werkgevers brengen hun CO₂-uitstoot omlaag door hun werknemers duurzamer te laten reizen, bijvoorbeeld met de fiets, OV, deelmobiliteit of elektrisch vervoer, of door hen minder te laten reizen, bijvoorbeeld door thuiswerken of online vergaderen te stimuleren. Hiervoor passen zij onder andere hun duurzaam mobiliteitsbeleid aan.*

Na het invullen van de andere modules, kan het van belang zijn om terug te keren om aanvullingen of aanpassingen te doen in deze module. Mogelijk leveren de volgende modules nieuwe inzichten op voor deze module.

Ga nu naar de [checklist](#) om te bepalen met welke module je aan de slag gaat.

5 Module Capaciteit

In de komende drie modules breng je met behulp van het COM-B model (4) de drie relevante gedragsfactoren in kaart voor jouw doelgroep(en).

Capaciteit

De eerste gedragsfactor capaciteit komt in deze module aan bod. Heeft de doelgroep de benodigde fysieke capaciteit (vaardigheden of fysieke gezondheid) en mentale capaciteit (kennis, bewustzijn en mentale belastbaarheid) om het doelgedrag uit te voeren? Zie de blauwe tekst op pagina 22 voor een voorbeeld van hoe factoren gerelateerd aan capaciteit bijdragen aan fietsarmoede.

Na het invullen van deze module heb je een beter beeld van:

- Welke fysieke en mentale vaardigheden de doelgroep heeft of zou moeten hebben om het doelgedrag te kunnen uitvoeren.
- Hoe en welke doelgroepen verschillen in deze fysieke en mentale vaardigheden.
- Hoe de doelgroepen ervaren dat zij in staat zijn om het gedrag uit te voeren (eigen effectiviteit).
- Hoe het beleid rekening kan houden met (verschillen in) fysieke en mentale vaardigheden.
- Wat de mentale belastbaarheid is van de doelgroepen.
- Hoeveel mentale belasting het beleid vraagt van de doelgroepen.
- Hoe de mentale belasting van het beleid verlaagd kan worden om de uitvoerbaarheid van het doelgedrag te verhogen.

5.1 Fysieke capaciteit

1. Welke fysieke vaardigheden zijn nodig om het doelgedrag succesvol uit te kunnen voeren?

Voorbeeldantwoord: *Werkgevers met 100 of meer werknemers hebben geen specifieke fysieke vaardigheden nodig om het doelgedrag te kunnen uitvoeren, het gaat hierbij meer om het hebben van voldoende digitale vaardigheden en mentale vaardigheden zoals kennis van de maatregelen.*

Het is bij de volgende vraag, en andere vragen rond doelgroepen, belangrijk in de leefwereld van de doelgroep(en) te duiken. Maak hierbij eventueel gebruik van [Bijlage 3](#) Achtergrondkenmerken van doelgroepen.

2. Zijn er met het oog op fysieke vaardigheden doelgroepen onvoldoende in staat om het doelgedrag uit te voeren? Beschrijf de (mogelijke) subgroepen waar dit niet voor geldt.

Voorbeeldantwoord: *Nee, alle werkgevers zijn wat betreft fysieke capaciteit in staat om het doelgedrag uit te voeren. Werkgevers moeten op hun beurt wel rekening houden met de fysieke capaciteit van hun werknemers als zij duurzamer mobiliteitsbeleid opstellen. Zo zijn niet*

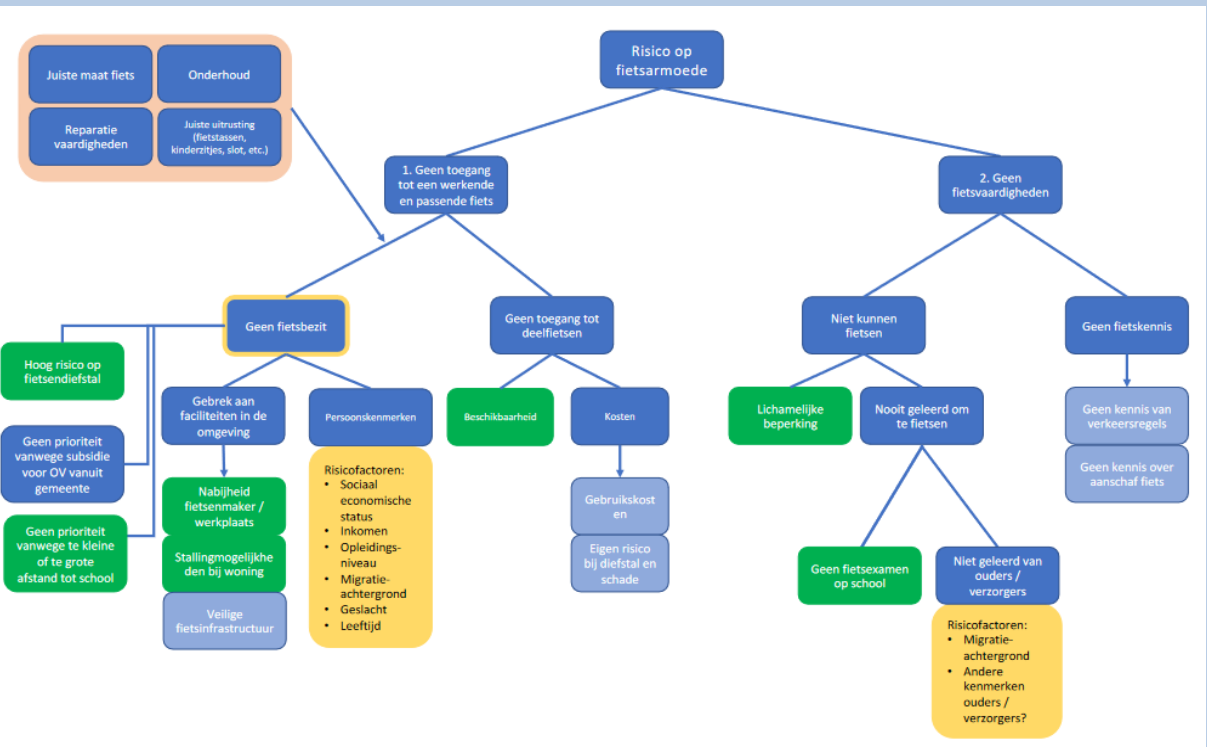
alle werknemers fysiek in staat om met fiets of OV naar het werk te reizen, bijvoorbeeld door gezondheidsproblemen.

3. Kun je voor deze groep(en) uitzonderingen maken in het beleid, of voorzien in extra ondersteuning om het doelgedrag voor hen ook mogelijk te maken? Beschrijf deze uitzonderingen of extra ondersteuning.

Voorbeeldantwoord: *Er spelen geen problemen met de fysieke capaciteit van werkgevers. Werkgevers kunnen in het opstellen van het duurzame mobiliteitsbeleid van hun organisatie rekening houden met specifieke groepen werknemers (dit is dus geen direct onderdeel van deze nationale beleidsmaatregel).*

Fietsarmoede

Een ander voorbeeld van een maatschappelijk probleem waar zowel capaciteit en gelegenheid een rol spelen, is fietsarmoede. Hiermee wordt bedoeld dat er geen fietsvaardigheden zijn en/of er geen toegang is tot een werkende en passende fiets. Dat mensen vanuit de fiets of een andere vervoersmodaliteit kunnen overstappen op de fiets, is niet voor elke doelgroep vanzelfsprekend. In Figuur 2 staat een theoretisch kader met verschillende factoren die wijzen op een verhoogd risico voor fietsarmoede. Dit figuur is opgesteld door Mobycon (6).



Figuur 2 Theoretisch kader Fietsarmoede, overgenomen uit Onderzoek feiten en cijfers 'Fietsen voor Iedereen' (6)

5.2 Mentale capaciteit

4. Is het bekend of de doelgroepen de benodigde kennis, bewustzijn en/of begrip hebben om het doelgedrag uit te kunnen voeren? Beschrijf (mogelijke) verschillen tussen subgroepen.

Voorbeeldantwoord: *Er is een digitaal systeem waarin werkgevers hun gegevens moeten invoeren, wat voldoende digitale vaardigheden vereist. Daarnaast is het belangrijk te onderzoeken of werkgevers weten hoe zij aan de verplichte registratie kunnen voldoen, hoe zij hun mobiliteitsbeleid kunnen verduurzamen, waar relevante informatie te vinden is en hoe zij regionale werkgeversnetwerken kunnen benutten. In 2024 gaf een kwart van de werkgevers aan behoefte te hebben aan meer informatie over het verduurzamen van werkgerelateerde mobiliteit. Ze waren vooral geïnteresseerd in voorbeelden van succesvolle aanpakken bij andere organisaties en informatie over hoe fiscale regelingen kunnen worden ingezet om deze verduurzaming te ondersteunen.*

5. Welke maatregelen kun je nemen om te zorgen dat de doelgroepen voldoende kennis, bewustzijn of begrip hebben om het doelgedrag uit te kunnen voeren?

Voorbeeldantwoord: *Er zijn verschillende maatregelen genomen. Alle werkgevers die onder het besluit vallen, hebben een brief ontvangen met informatie over het besluit. Ook is een handreiking uitgegeven bedoeld om te helpen met het verzamelen van de benodigde informatie. Ook zijn afspraken gemaakt met dienstaanbieders over het aansluiten van administratieve systemen op het besluit. Binnen het bredere programma zijn er regionale werkgeversnetwerken, die werkgevers kunnen helpen bij het verduurzamen van mobiliteit. In het voortraject van de invoering Besluit CO₂-reductie werkgebonden personenmobiliteit zijn stakeholders betrokken geweest en geïnformeerd over mogelijkheden voor werkgevers om de uitstoot van hun woon-werkmobiliteit of zakelijke mobiliteit te verminderen.*

6. Indien er mogelijk verschillen zijn in kennis, bewustzijn en begrip tussen doelgroepen: Kun je maatregelen nemen om het doelgedrag ook voor deze doelgroepen mogelijk te maken? Denk aan uitzonderingen of extra ondersteuning.

Voorbeeldantwoord: *Werkgevers van kleinere organisaties of relatief nieuwe organisaties hebben mogelijk extra ondersteuning nodig. Mocht er een individuele norm worden ingevoerd, dan kan het bevoegd gezag op basis van de regels met maatwerkoplossingen bieden.*

7. Heeft de doelgroep vertrouwen in hun eigen vermogen om het gewenste gedrag uit te voeren?

Voorbeeldantwoord: *Na enige tijd van verplichte registratie zou onderzocht kunnen worden of werkgevers het vertrouwen hebben om gegevens goed bij te kunnen houden en rapporteren.*

8. Bekend maakt bemind. Als het doelgedrag een gedrag is waar mensen nog niet bekend mee zijn: Kun je maatregelen nemen zodat de doelgroep ervaringen kan opdoen met het nog onbekende doelgedrag?

Voorbeeldantwoord: *Werkgevers zijn tijdig geïnformeerd dat zij jaarlijks moeten rapporteren over hun werkgebonden personenmobiliteit vanaf juli 2024. Daarvoor konden ze vrijwillig rapporteren en daarmee ervaring opdoen met het elektronisch formulier van de RVO.*

Mentale belastbaarheid

Een onderdeel van capaciteit is de mentale belastbaarheid van een individu. Het is essentieel om beleid zo vorm te geven dat het voor de doelgroep gemakkelijk is om het gewenste gedrag te begrijpen en praktisch toe te passen. Dit concept is gerelateerd aan Doenvermogen (7). Zie [Bijlage 4](#) voor meer informatie over mentale belastbaarheid.

De doelgroep die mentaal minder belastbaar is hoeft niet perse de eerder genoemde doelgroep te zijn, maar kan daar ook een subgroep van zijn. Denk wat betreft de voorbeeldcasus bijvoorbeeld aan kleine organisaties waarvoor het registratiesysteem relatief meer belasting met zich meebrengt dan voor grotere organisaties.

9. Moet de doelgroep op de hoogte zijn van nieuwe regels en zich hieraan houden?

Voorbeeldantwoord: *Werkgevers moeten op de hoogte zijn van de jaarlijkse rapportageverplichting. Er wordt gecontroleerd door de omgevingsdiensten en handhaving kan plaatsvinden. Werkgevers moeten zich houden aan deze verplichting.*

10. Welke acties worden er gevraagd van de doelgroep en op welk moment?

Voorbeeldantwoord: *Werkgevers moeten vanaf 1 juli 2024 in staat zijn de gegevens (aantal gereisde kilometers, jaartotaal kilometers verdeeld over gebruikte vervoersmiddelen, verdeeld over brandstoftypen) bij te houden en te rapporteren met een digitaal formulier. Het gaat dus over gedurende het jaar gegevens monitoren, verzamelen en jaarlijks rapporteren. Zij moeten hiervoor administratiesystemen aanpassen zodat zij gegevens correct kunnen vastleggen (Gegevensverzameling werkgebonden personenmobiliteit, 2024). Daarnaast wordt uiteindelijk verwacht dat werkgevers hun werkgebonden personenmobiliteit gaan verduurzamen. Van de werknemers zullen de werkgevers verwachten dat zij hun gereisde woon-werk en zakelijke kilometers doorgeven, en de vervoersmiddelen die zij daarvoor hebben gebruikt.*

11. Moeten de doelgroep(en) 'monitoren' en herhaald taken uitvoeren of keuzes maken? Op welke momenten moeten zij dit?

Bij herhaalde taken of monitoring kunnen reminders of default opties van belang zijn.

Voorbeeldantwoord: *Werkgevers moeten jaarlijks gegevens aanleveren en de gegevens gedurende het jaar verzamelen. Daarnaast moeten werkgevers routines ontwikkelen om werknemers te informeren over mogelijkheden tot CO₂-reductie en een manier om het reisgedrag van hun werknemers te registreren.*

12. Valt het gevraagde doelgedrag samen met momenten waarop de doelgroep ook andere acties moet nemen of op momenten van grote levensgebeurtenissen? Zij zijn hierdoor mogelijk minder mentaal belastbaar.

Voorbeeldantwoord: *Voor werkgevers kunnen er ook andere grote gebeurtenissen zijn, zoals een fusie of een verhuizing. Dit is organisatie-specifiek en geldt niet voor de hele doelgroep van werkgevers.*

Werknemers zullen moeten doorgeven hoe en wanneer zij naar het werk reizen, bijvoorbeeld via een enquête. Werkgevers zouden jaarlijkse werknemers enquêtes kunnen gebruiken om de gegevens over woon-werkmobiliteit te vergaren.

De reiswijze van werknemers kan mogelijk veranderen door een levensgebeurtenis. Denk bijvoorbeeld aan verhuizen dichterbij werk, wat mogelijk leidt tot een andere vervoerskeuze. Het kan zijn dat de werkgever hen daarbij extra moet ondersteunen (Hoe levensgebeurtenissen het reisgedrag beïnvloeden, 2017).

13. Zijn er mogelijk nog andere doelgroepen die minder mentaal belastbaar zijn? Maak gebruik van [Bijlage 3](#) Achtergrondkenmerken van doelgroepen.

Voorbeeldantwoord: *Mogelijk zijn er groepen werkgevers met een hoge werkdruk.*

14. Kunnen doelgroepen onevenredig in de problemen komen of benadeeld worden als de gevraagde acties niet of niet op tijd worden uitgevoerd?

Denk bijvoorbeeld aan het doorgeven van (gewijzigde) informatie als voorwaarde voor vergoedingen.

Voorbeeldantwoord: *Omgevingsdiensten controleren of de rapportage tijdig is ingediend, compleet en inhoudelijk juist is. Werkgevers die hier niet aan voldoen riskeren een bestuurlijke sanctie.*

Zie bij het beantwoorden van de volgende vragen ook de [Tips](#) voor eenduidige informatie en [Tips](#) voor het terugbrengen van de mentale belastbaarheid.

15. Welke maatregelen kun je nemen zodat het begrijpelijk en tijdig duidelijk is voor de doelgroep wat er van hen wordt verwacht? Denk hierbij aan timing: bepaalde momenten waarop maatregelen (of bepaalde cues, communicatie) ingezet kunnen worden.

Voorbeeldantwoord: *De verplichte jaarlijkse rapportage ruim van tevoren aankondigen aan werkgevers, met een tijdslijn, brochures voorzien van tips en een stappenplan. Tips over hoe de gegevens te verzamelen die zij later moeten rapporteren (totaal aantal kilometers dat werknemers hebben afgelegd, en het jaartotaal aan kilometers verdeeld in soort vervoermiddel en brandstoftype).*

16. Welke maatregelen kun je nemen om onoplettendheid/inactiviteit van de doelgroep(en) op te vangen of onevenredige problemen te voorkomen?

Denk aan laagdrempelig herstellen van vergissingen.

Voorbeeldantwoord: *Mobiliteitskaarten zoals de OV- chipkaart kunnen worden gekoppeld zodat reisgegevens die verzameld moeten worden door de werkgever automatisch geregistreerd worden bij de werkgever.*

17. Welke maatregelen kun je verder nemen om de mentale belasting terug te brengen en de uitvoerbaarheid van het doelgedrag te verhogen?

Voorbeeldantwoord: *Werkgevers krijgen een handleiding die hen uitlegt hoe zij gegevens kunnen verzamelen en indienen via het online formulier. Er is een pagina met veelgestelde vragen zodat onduidelijkheden snel beantwoord worden. Daarnaast hoeven werkgevers niet zelf de CO₂-uitstoot te berekenen, dit gebeurt automatisch (Aan de slag met het online formulier voor de rapportageverplichting, 2023)*
Werkgevers kunnen de mentale belasting voor werknemers mogelijk verminderen door het aanleveren van reisgegevens te integreren in andere momenten waarop werknemers gegevens moeten aanleveren.

18. Zijn er aanvullende maatregelen nodig om zo goed mogelijk rekening te houden met de mentale belastbaarheid van verschillende doelgroepen?

Voorbeeldantwoord: *De werkgever kan rekening houden met nieuwe werknemers of werknemers die door privéomstandigheden minder mentaal belastbaar zijn, door hen meer ondersteuning te bieden bij het doorgeven van de reiskilometers en gebruikte vervoersmiddelen.*

Tips voor duidelijke en eenduidige informatie

- De relevante informatie die de doelgroep nodig heeft om de actie/doelgedrag uit te voeren is makkelijk vindbaar op (meerdere) voor hen logische locaties.
- Op verschillende plekken staat dezelfde informatie, de boodschap is consistent.
- Via helder en eenvoudig taalgebruik met uitleg en voorbeelden wordt het voor de doelgroep begrijpelijk wat er wordt gevraagd wat betreft gedrag, acties of beslissingen en de timing hiervan.

- De doelgroep kan terecht bij een hulpdesk voor vragen.
- Hier kunnen filmpjes -naast geschreven tekst met uitleg- ondersteunend werken.
- Trainingen en informatie over hoe het doelgedrag uit te voeren kunnen helpen.

Tips voor terugbrengen mentale belasting

- Probeer de mentale belasting zoveel mogelijk terug te brengen met standaardinstellingen (defaults): de wenselijke of meest gebruikelijke opties als standaardopties.
- Opt-out regelingen (in plaats van opt-in) houdt in dat mensen enkel actie hoeven te ondernemen als zij van een bepaalde standaardoptie willen afwijken. Belangrijk hierbij is een opt-out stelsel waarbij de doelgroep bij geen keuze geen negatieve gevolgen ondervindt.
- Kan er gebruik gemaakt worden van herinneringen zodat de doelgroep op tijd de benodigde acties of beslissingen neemt? Bijvoorbeeld via een email of telefonisch.
- Kan de doelgroep actief worden benaderd als er actie van hen vereist wordt?
- Kunnen er standaardopties ingebouwd worden waardoor inertie, of niets doen, niet tot problemen leidt? Dus vanuit het principe: wie niets doet, zit automatisch goed. Denk bijvoorbeeld aan het automatisch stopzetten van bepaalde regelingen als de situatie voor de doelgroep verandert.
- Het inbouwen van routines kan helpen om de mentale belasting te verminderen. Zo kunnen bepaalde vereiste acties door de doelgroep ingebouwd worden in systemen/formulieren of handelingen die mensen nu al gebruiken of uitvoeren.
- Is het mogelijk om 'ongewenste' keuzes beperkt mogelijk te maken?
- Als de doelgroep een bepaalde keuze heeft gemaakt is het van belang dat deze laagdrempelig aangepast kan worden. Is dit mogelijk?
- Het kan helpen om het alternatieve, nieuwe gedrag minder onzeker te maken. Bekend maakt beminde: men heeft een voorkeur voor het bekende gedrag. Persoonlijke effectiviteit, het vertrouwen dat mensen hebben dat zij in staat zijn het gedrag uit te voeren, kan hoger worden door ervaring met het gedrag. Een voorbeeld rond woon-werkverkeer: het ervaren van andere actieve vervoerswijzen kan leiden tot een (gedeeltelijke) overstap vanuit de auto.

Samenvatting en geleerde lessen Capaciteit

Vat hier voor jezelf samen wat je meeneemt uit deze module. Wat zijn nieuwe inzichten die je kunt gebruiken om jouw beleid door te ontwikkelen of verbeteren? Kijk nog eens naar de checklist, kun je de items van dit onderdeel nu afvinken?

Voorbeeldantwoord: Ten behoeve van het Besluit CO₂-reductie werkgebonden personenmobiliteit gaat het wat betreft werkgevers vooral om mentale vaardigheden zoals digitale vaardigheden en weten hoe een duurzaam mobiliteitsbeleid te ontwikkelen en implementeren. De werkgever moet rekening houden met de verschillen in fysieke

capaciteit van de werknemer, en tevens de werknemer informeren over de mogelijkheden voor duurzamere vervoersopties.

Direct terug naar de [checklist](#).

6 Module Gelegenheid

Deze module behandelt de factor gelegenheid (opportunity) in het COM-B-model. Omstandigheden of externe factoren waaronder fysieke, economische, sociale, culturele, technologische en beleidsmatige factoren, kunnen doelgedrag faciliteren of juist belemmeren. Om het doelgedrag te stimuleren, is het belangrijk dat de omgeving het gedrag zo gemakkelijk, aantrekkelijk, betaalbaar en praktisch mogelijk maakt. Een voorbeeld hiervan is de invloed van een goed aangelegde fietsinfrastructuur. Dit heeft vaak een sterk positief effect op de keuze om naar het werk te fietsen (fysieke gelegenheid). Evenzo speelt de sociale omgeving een rol: als veel buurtgenoten de fiets pakken, kan dat anderen ook aanmoedigen om hetzelfde te doen (sociale gelegenheid).

Omdat deze omstandigheden sterk kunnen verschillen per locatie en individu, is het belangrijk om deze diversiteit in acht te nemen bij het ontwikkelen van effectief mobiliteitsbeleid. Zie de blauwe tekst hieronder voor een voorbeeld rond verschillen in gelegenheid.

Na het invullen van deze module heb je een beter beeld van:

- Welke externe factoren en omstandigheden het doelgedrag faciliteren of juist belemmeren en in welke mate.
- Hoe de omstandigheden tussen doelgroepen verschillen.
- Welke sociale invloeden (bijv. normen) het doelgedrag beïnvloeden.
- Hoe beleidsmaatregelen de externe omstandigheden en hun invloed op gedrag kunnen veranderen, rekening houdend met de verschillen tussen doelgroepen.

Voorbeeld verschillen in gelegenheid: Bereikbaarheid tussen stedelijke en landelijke gebieden

In Nederland bestaat een aanzienlijk verschil in bereikbaarheid van voorzieningen en werk tussen mensen wonend in landelijke gebieden vergeleken met mensen wonend in meer stedelijke gebieden. De bereikbaarheid van voorzieningen en werklocaties is het best in de Randstad en in steden. In landelijke gebieden, maar ook in stadsranden en voorstedelijke kernen zijn voorzieningen en werk veruit het beste te bereiken met auto, en een stuk minder goed met het openbaar vervoer en de fiets (8).

Bij beleid dat erop gericht is om autogebruik te ontmoedigen, is het dus van belang dat er per gebied wordt bekeken of er genoeg alternatieven zijn om de bereikbaarheid voor bewoners voldoende te houden. Indien nodig kunnen er dan aanvullende maatregelen genomen worden om de bereikbaarheid via openbaar vervoer of fiets te verhogen.

Bij aanvullende maatregelen kan dan juist voor deze landelijke gebieden sterker ingezet worden op het sneller, frequenter en betaalbaarder maken van openbaar vervoer, maar ook op het aantrekkelijker maken van de infrastructuur voor fietsen en wandelen.

6.1 Fysieke gelegenheid

1. Welke externe factoren of omstandigheden maken het voor jouw doelgroep(en) gemakkelijker of juist moeilijker om het doelgedrag te vertonen?

Denk aan de beschikbaarheid van technologie, faciliteiten, regelingen, infrastructuur, maar ook economische factoren als vergoedingen.

Voorbeeldantwoord: Voldoende beschikbaarheid van toegankelijke digitale middelen om de gevraagde mobiliteitsgegevens te verzamelen en te verstrekken via het digitale formulier van de RVO. Maar het gaat ook over het hebben van voldoende tijd en middelen van werkgevers om dit te doen. Er zijn daarnaast verschillende omstandigheden vanuit de werkgever die de keuze van een werknemer voor een bepaald vervoersmiddel kunnen beïnvloeden. Voorbeelden zijn de bereikbaarheid van de vestiging van een organisatie met het OV, de aanwezigheid van (voldoende en gratis) parkeergelegenheid voor de auto of fiets, en voorzieningen voor elektrisch laden. Maar ook het aanbieden van verschillende vergoedingen voor het gebruik van auto, OV of fiets, of voor de aanschaf van een fiets.

2. Hoe verschillen deze externe factoren per doelgroep of locatie? Zijn er doelgroepen die te maken hebben met extra belemmeringen of juist voordelen?

Voorbeeldantwoord: Mogelijk is het voor werkgevers van grotere organisaties gemakkelijker om tijd en middelen vrij te maken voor het verzamelen en rapporteren van gegevens. Werkgevers in landelijke gebieden hebben mogelijk lagere toegang tot OV of fietsinfrastructuur dan werkgevers in stedelijke gebieden. Dit kan een belemmering vormen in de mate waarin zij hun werknemers kunnen stimuleren om deze vervoersvormen te kiezen voor woon-werkmobiliteit.

Zie de blauwe tekst op pagina 31 over economische invloeden op gedrag.

3. Welke beleidsmaatregelen zou je kunnen nemen om de externe omstandigheden te veranderen, of om de invloed van de omstandigheden te verkleinen of mitigeren?

Denk aan maatregelen waardoor het gewenste gedrag aantrekkelijker en eenvoudiger wordt, of waardoor huidig gedrag juist minder aantrekkelijk wordt. Bijvoorbeeld aanpassingen in de fysieke ruimte (voorzieningen, infrastructuur) of economische aspecten (vergoedingen, kosten van huidige gedrag) of technologische hulpmiddelen.

Voorbeeldantwoord: Werkgevers kan een duidelijk stappenplan, handvaten en eenvoudig digitaal formulier worden geboden, met gratis advisering op maat. Werkgevers kan onder andere worden geadviseerd om hun wagenpark te verduurzamen. Mocht er een individuele norm worden ingevoerd, dan is het mogelijk om voor bepaalde sectoren uitzonderingen te maken in de regels (bijvoorbeeld thuiszorg en sectoren met veel productiewerk, of bepaalde regio's of locaties met weinig openbaar vervoer). Ook het bevoegd gezag kan op basis van de

regels met maatwerkoplossingen bieden. Daarnaast is het denkbaar dat er additionele ondersteunende beleidsmaatregelen worden getroffen om verduurzaming (ook financieel) te stimuleren.

Economische invloeden: kosten en baten

Tegenwoordig kunnen de meeste Nederlanders zich een auto veroorloven. Een groot verschil met enkele decennia geleden toen auto's alleen betaalbaar waren voor de welgestelden. Toch blijven kosten nog een belangrijk onderwerp. Zo kunnen de meeste Nederlanders zich een goedkope tweedehandsauto veroorloven, maar voor sommigen is ook dat niet bereikbaar.

Een ander voorbeeld: hoewel fietsen en incidenteel OV-gebruik goedkoper zijn dan een auto bezitten en gebruiken, kan de combinatie van autobezit, -gebruik en OV-gebruik duurder uitvallen. Bovendien kunnen verschillende werkgeversregelingen de kosten beïnvloeden (denk aan het ontbreken van een fietsvergoeding, of een hoge vergoeding van autoreiskosten). Economische factoren zoals financiële kosten en baten van het gedrag vallen onder (fysieke) gelegenheid. De ervaren kosten en baten van het gedrag vallen onder mentale capaciteit.

6.2 Sociale gelegenheid

Mensen zijn gevoelig voor wat anderen doen en voor wat zij denken dat anderen acceptabel en wenselijk gedrag vinden. Vooral anderen uit groepen die dichtbij onszelf staan, de groepen waar wij onszelf mee identificeren. We kijken vaak naar het gedrag van anderen om ons eigen gedrag vorm te geven. Heersende sociale normen kunnen daardoor een sterke invloed op gedrag hebben, wat in sommige gevallen belemmerend kan werken, bijvoorbeeld als beleid doelgedrag probeert te stimuleren dat (nog) niet door de meerderheid van de doelgroep wordt uitgevoerd. Zie ook de blauwe tekst hieronder rond sociale invloeden en de autocultuur op de werkvloer.

Sociale invloeden en de autocultuur op de werkvloer

Autobezit en -gebruik zijn krachtige heersende sociale normen. We zien burens, familie, vrienden en collega's in onze omgeving volop gebruikmaken van de auto. Auto's zijn deel van het straatbeeld, we zien auto's in programma's en reclames. Dit maakt deze norm heel zichtbaar. Op de werkvloer kunnen dit soort sociale normen ook een belangrijke invloed hebben op het autogebruik van werknemers. Uit de Werkgeversenquête 2024 bleek dat 40% van werkgevers aangaf dat zij een echte autocultuur hebben. Ook 40% gaf aan dat zij actief beleid voeren op het gebied van duurzame mobiliteit. Vijftien procent gaf aan dat zij werknemers persoonlijk advies geven over duurzamere reismogelijkheden voor woon-werkverkeer. Bij een deel van de organisaties lijkt dus nog winst te behalen.

Maak bij onderstaande vragen gebruik van [Bijlage 3](#)
Achtergrondkenmerken van doelgroepen.

4. Welke geldende sociale normen bestaan er rond het doelgedrag en het huidige gedrag voor de verschillende doelgroepen?

Zijn er invloeden vanuit de sociale omgeving die faciliterend of juist belemmerend kunnen werken?

Voorbeeldantwoord: *Uit de Werkgeversenquête 2024 bleek dat 40% van werknemers aangaf dat zij een echte autocultuur hebben. Sommige organisaties hebben een sterkere autocultuur dan andere organisaties, waar het sociaal geaccepteerd is om met de auto naar het werk te reizen en het merendeel van werknemers dit doet.*

5. Welk beeld hebben de verschillende doelgroepen van het gedrag van anderen? Gelooft men dat anderen het doelgedrag uitvoeren, of dat anderen positief/negatief kijken naar het doelgedrag?

Voorbeeldantwoord: *Onbekend, mogelijk vervolgonderzoek nodig om deze vraag te beantwoorden indien relevant voor beleidsmaatregel.*

6. Is deze beleidsmaatregel of het doelgedrag sociaal gevoelig? Staan er groepen sterk tegenover elkaar?

Het kan hierbij extra belangrijk om de doelgroepen te betrekken, vroegtijdig in het beleidsproces.

Voorbeeldantwoord: *Bepaalde maatregelen die werkgevers kunnen nemen om hun CO₂-uitstoot te reduceren kunnen gepaard gaan met weerstand onder werknemers. Denk aan aanzienlijke vermindering van het aantal parkeerplaatsen voor auto's bij de werklocatie, dit kan voor ophef zorgen (Het wijdverbreide autobezit in Nederland, 2022).*

Zie [Tips](#) sociale invloeden voor de volgende vraag.

7. Kun je aanvullende maatregelen nemen om sociale invloeden mee te nemen in het beleid?

Denk o.a. over de publiekscommunicatie over het beleid.

Voorbeeldantwoord: *Wat betreft sociale invloeden op werkgevers, kan duidelijk gemaakt worden welke grote invloedrijke bedrijven al uitgebreid duurzaam mobiliteitsbeleid voeren en hun rapportage op orde hebben (Werkgeversenquête 2023/2024).*

Tips sociale invloeden

- Benadruk en vergroot bestaande veranderingen in sociale normen.
Als er al een verschuiving plaatsvindt in de sociale normen of als een subgroep al het gewenste gedrag vertoont, benadruk dit dan in de communicatie. Gebruik zinnen zoals "Steeds meer mensen kiezen ervoor om..." om te laten zien dat het gedrag in opkomst is en steeds normaler wordt.
- Pas op voor het boemerangeffect. Een boodschap die een bepaald gedrag neerzet als iets wat de meeste mensen doen, zal dat gedrag normaliseren, of het nu goed of slecht is. Dit betekent dat als een boodschap negatief gedrag laat zien als iets wat normaal is, het mensen onbewust aanmoedigt om dat negatieve gedrag ook te vertonen.
- Gebruik de kracht van sociale vergelijking
Laat mensen zien hoe hun gedrag zich verhoudt tot dat van anderen in hun omgeving (indien een groot deel van de doelgroep het doelgedrag al uitvoert)
- Vergroot de sociale acceptatie via gezamenlijke activiteiten met een collectief doel (bijvoorbeeld 'de week zonder auto' naar het werk).
- Laat het goede voorbeeld door (gelijke) anderen zien.
- Het uitlichten van het gedrag van (voor de doelgroep aansprekende) rolmodellen kan hier mogelijk helpen, maar ook toonaangevende personen of autoriteiten.
- Communiceer duidelijkheid over de wenselijkheid van het gedrag.

Samenvatting en geleerde lessen Module Gelegenheid

Vat hier voor jezelf samen wat je meeneemt uit deze module. Wat zijn nieuwe inzichten die je kunt gebruiken om jouw beleid door te ontwikkelen of verbeteren? Kijk nog eens naar de checklist, kun je de items van dit onderdeel nu afvinken?

Voorbeeldantwoord: *Het is van belang niet alleen de fysieke omgeving mee te nemen, maar ook rekening te houden met de sociale invloeden op de doelgroepen. Werken aan een cultuur waarin het wenselijk en geaccepteerd is voor duurzamere vervoerswijzen te kiezen.*

Direct terug naar de [checklist](#).

7 Module Motivatie

Deze module behandelt de factor motivatie (motivation) in het COM-B-model. Motivatie omvat zowel bewuste als onbewuste processen die mensen aanzetten tot gedrag. Dit kan worden beïnvloed door automatische processen, zoals gewoonten en emoties, maar ook door reflectieve processen, zoals bewuste afwegingen. Motivatie bestaat uit allerlei drijfveren die gedrag direct of indirect beïnvloeden. Om doelgedrag te stimuleren, is het belangrijk dat beleidsmaatregelen de motivatie versterken, bijvoorbeeld door het gedrag aantrekkelijk, belonend of betekenisvol te maken. Capaciteit en gelegenheid beïnvloeden de motivatie ook. Immers, wanneer iemand de juiste omstandigheden heeft, goed in staat is een gedrag uit te voeren en dit ook zo ervaart, zal hij of zij ook gemotiveerder zijn dit gedrag uit te voeren.

Na het invullen van deze module heb je een beter beeld van:

- Wat de waarden en overtuigingen zijn van de doelgroepen rond het huidige gedrag, het doelgedrag en het doel van het beleid.
- Wat de voor- en nadelen zijn van het doelgedrag en het huidige gedrag voor de doelgroep.
- Of er sprake is van gewoontegedrag en hoe hier in beleid rekening mee te houden.

7.1 Waarden en overtuigingen

Om te begrijpen waarom de doelgroep momenteel ander gedrag vertoont dan het doelgedrag, is het van belang goed te begrijpen wat onderliggende redenen zijn. Als dit bekend is, geeft dit aanknopingspunten voor hoe het beleid in te richten om het doelgedrag gemakkelijker te maken. Zie de box hieronder voor een voorbeeld van redenen om de auto te nemen.

Ervaren voordelen

Het is belangrijk om te begrijpen waarom de doelgroep momenteel bepaald gedrag uitvoert. Wat houdt het huidige gedrag in stand? De voordelen die het huidige gedrag biedt, kan één van de redenen zijn. Het in kaart brengen hiervan is belangrijk voor beleid, net als de nadelen van het doelgedrag. Een voorbeeld rondom autogebruik: De auto biedt bepaalde exclusieve voordelen ten opzichte van meer actieve vervoerswijzen zoals de fiets of het OV. Mensen hechten veel waarde aan privacy, gemak, flexibiliteit en de mogelijkheid tot het vervoeren van passagiers en bagage. Vaak is er sprake van een ketenreis met gecombineerde bestemmingen naast het werk, waarbij de auto de handigste optie is.

Maak bij deze vragen gebruik van [Bijlage 3](#) Achtergrondkenmerken van doelgroepen.

1. Is bekend hoe de doelgroepen aan kijken tegen het gedrag? Welke voor- en nadelen ervaren zij?

Voorbeeldantwoord: *Voor werkgevers kunnen duurzaamheidsmaatregelen op de lange termijn voordelen opleveren, maar de investeringen op korte termijn worden mogelijk als belemmering gezien.*

2. Hoe belangrijk vinden de doelgroepen het om het probleem op te lossen waar hun huidige gedrag aan bijdraagt? Vanuit welke waarden denken zij? Denk aan waarden als gezondheid, milieu maar ook aan persoonlijke of financiële voordelen.

Maak gebruik van [Bijlage 3](#) Achtergrondkenmerken van doelgroepen.

Voorbeeldantwoord: *Uit de Werkgeversenquête 2024 bleek dat bij meer dan drie op de vijf werkgevers duurzaamheid tot de kernwaarden van de organisatie behoort.*

3. Welke verschillen zijn er tussen de doelgroepen in waarden en overtuigingen?

Voorbeeldantwoord: *Binnen grote werkgevers (>500 werknemers) is duurzame mobiliteit vaker onderwerp van gesprek of aandacht dan binnen kleinere werkgevers (Werkgeversenquête 2024). Deze grote werkgevers voeren tevens vaker een actief beleid op het gebied van duurzame mobiliteit.*

4. Welke maatregelen kunnen er genomen worden, of welke informatie kan worden gecommuniceerd, die inspeelt op de waarden en attitudes van de doelgroepen?

Voorbeeldantwoord: *In de communicatie is het van belang dat er wordt vertrokken vanuit het oogpunt van de doelgroep. Werkgevers waarbij duurzaamheid al tot de kernwaarden van de organisatie behoort, kunnen geïnformeerd worden over welke stappen zij kunnen nemen om een duurzamer mobiliteitsbeleid te voeren, passend bij deze kernwaarde.*

Zie bij het beantwoorden van de volgende vragen ook [Tips](#) rond voor- en nadelen voor de doelgroep

7.2 Voordelen en nadelen

5. Welke directe en indirecte voor- en nadelen zijn er voor de doelgroep als zij het doelgedrag wel of juist niet uitvoeren? Het gaat hier dus niet om hoe de doelgroep deze voor- en nadelen ervaart zoals bij vraag 1 van deze module.

Voorbeeldantwoord: *Voor werkgevers brengt het niet verzamelen en rapporteren van gegevens het risico met zich mee dat zij te maken krijgen met sancties. Hoeveel waarde zij aan de verplichte rapportage hechten, hangt waarschijnlijk af van de ernst van deze gevolgen. Aan de andere kant heeft het verzamelen en rapporteren van gegevens nadelen, zoals extra tijd en kosten voor het opzetten, bijhouden en*

rapporteren van de gegevens (Informatieblad Ontwerpbesluit CO₂--reductie werkgebonden personenmobiliteit, 2023).

6. Zijn er verschillen in deze voor- en nadelen tussen doelgroepen? Maak hierbij gebruik van [Bijlage 3](#) Achtergrondkenmerken van doelgroepen.

Voorbeeldantwoord: Voor werkgevers kan de uitdaging om gegevens te verzamelen en te rapporteren verschillen, waarbij grotere organisaties dit waarschijnlijk eenvoudiger kunnen organiseren dan kleine organisaties. De vestigingsplaats van werkgevers en de bereikbaarheid van het openbaar vervoer of de fiets hebben invloed op de mogelijkheden voor verduurzaming van de werkgebonden personenmobiliteit.

7. Kun je maatregelen instellen waarmee voor- en nadelen veranderen? Kan er via communicatieve maatregelen benadrukt worden wat de voordelen zijn voor de doelgroepen? Maak hierbij gebruik van [Bijlage 3](#) Achtergrondkenmerken van doelgroepen.

Voorbeeldantwoord: Werkgevers kunnen voor hun werknemers allerlei maatregelen nemen waardoor de tijd en de kosten verbonden aan woon-werkmobiliteit toe- of afnemen. Bijvoorbeeld fietsvergoedingen voor werknemers of voorzieningen als oplaadpunten voor elektrische auto's of fietsen.

8. Is er voldoende inzicht in het draagvlak van de doelgroep voor de beoogde maatregelen en het gewenste gedrag? Is er een risico op weerstand, en wat zijn de mogelijke oorzaken hiervan?

Voorbeeldantwoord: Een maatregel die een werkgever kan opnemen in het eigen mobiliteitsbeleid is betaald parkeren (voor niet-elektrische) auto's bij het werk. Voor werknemers die altijd met de auto reizen wekt dit mogelijk weerstand op en is er weinig draagvlak voor deze maatregel, zeker de groep die beperkte openbaarvervoersopties heeft en voor wie de afstand per fiets te groot is (Beter Bereikbaar?, 2024).

9. Kun je rekening houden met mogelijk beperkt draagvlak of zelfs weerstand tegenover de beoogde maatregelen?

Voorbeeldantwoord: Het is van belang dat de werkgever de werknemers betreft bij het opstellen en uitvoeren van de beoogde plannen voor een duurzamer mobiliteitsbeleid. Daarnaast kan het helpen om de bezwaren te erkennen en waar mogelijk oplossingen te bieden. Kleine stappen zoals eerst een pilot met duurzamere reisopties kunnen ook helpen om weerstand te verminderen (Verbieden, verplichten of verleiden, 2021).

Tips rond voor- en nadelen doelgedrag voor de doelgroep

- ❑ Geef inzicht in welke voordelen het gedrag kan opleveren. Probeer de voordelen te benadrukken voor de doelgroep zelf.
- ❑ Creëer andere voordelen, die bijvoorbeeld eerder in de tijd komen (mensen hechten meer waarden aan voordelen nu, dan voordelen later). Of leg meer de nadruk op deze eerdere voordelen.
- ❑ Geef inzicht in welke voordelen het gedrag kan opleveren. Probeer de voordelen te benadrukken voor de doelgroep zelf.
- ❑ Garandeerde voordelen zijn aantrekkelijker dan nog onzekere voordelen na uitvoer van het doelgedrag.
- ❑ Door de doelgroep het doelgedrag te laten ervaren, kan de motivatie ook verhoogd worden. Bekend maakt beminde!

7.3

Gewoonten

Gewoontegedrag, levensgebeurtenissen en timing van beleidsmaatregelen

Een groot deel van ons gedrag is gewoontegedrag. Gewoontegedrag ontstaat als we telkens hetzelfde gedrag in dezelfde context uitvoeren. Dit gedrag voeren we routinematig en automatisch uit en wordt in gang gezet en in stand gehouden door cues vanuit de omgeving. Hierbij denkt men niet elke keer bewust na over het gedrag. Als een bepaalde vervoerswijze eenmaal een ingesleten gewoonte is geworden, is het nog lastig te veranderen. Reisgedrag naar het werk is een typisch voorbeeld van sterk gewoontegedrag, juist omdat er telkens rond dezelfde tijd naar dezelfde plaats wordt gereden.

Het is makkelijker om nieuwe gewoonten te vormen dan om bestaande gewoonten te veranderen. Bij gewoontegedrag staan mensen minder open voor informatie over andere keuzes en zullen zij hun gewoonten niet gemakkelijk heroverwegen. Gewoontegedrag wordt vaak alleen heroverwogen als er grote veranderingen zijn in de omstandigheden waarin het gedrag plaatsvindt, zoals bij levensgebeurtenissen of grote aanpassingen in de fysieke ruimte (een nieuwe baan of verhuizing, of langdurige wegwerkzaamheden op de route naar werk). Het is van belang om deze situaties of momenten in het beleid te benutten.

Levensgebeurtenissen zijn daarom een interessant moment om gedragsveranderingsmaatregelen in te zetten, evenals grote veranderingen in de leefomgeving (de context waarin gewoontegedrag plaatsvindt). Denk bij dat laatste aan omvangrijke wegwerkzaamheden waardoor autoverkeer beperkt mogelijk is, of een verhuizing van de bedrijfslocatie. Dit is dus het moment voor werkgevers om hun werknemers te stimuleren voor duurzamere vervoerswijzen te kiezen. Bijvoorbeeld door hen goed te informeren over de beschikbare voorzieningen en (aanschaf en reis) vergoedingen voor fiets, OV of de elektrische auto, of hun werknemers de beschikking geven over een tijdelijke fiets om actief reizen uit te proberen.

10. Denkend aan huidig gedrag dat dit beleid beoogd te veranderen, is er dan sprake van gewoontegedrag of gaat het om een enkele beslissing of actie die niet routinematig uitgevoerd hoeft te worden?

Voorbeeldantwoord: *Voor werkgevers is het opzetten van de registratie en het rapporteren van de mobiliteitsgegevens in het begin nieuw gedrag waarvoor bewust beslissingen moeten worden genomen. Daarna moet er jaarlijks een rapportage plaatsvinden.*

Indien er sprake is van gewoontegedrag:

11. Wat zijn de externe prikkels of signalen uit de fysieke of sociale omgeving die dit gewoontegedrag beïnvloeden?

Voorbeeldantwoord: *Wat betreft het mobiliteitsbeleid dat werkgevers kunnen veranderen: bij boekingssystemen voor zakelijk verkeer kan het zo zijn dat treinreizen niet als standaardoptie ingesteld staan.*

12. Zou je de externe prikkels of signalen via het beleid kunnen veranderen? Denk bijvoorbeeld aan herontwerpen van de fysieke ruimte, via duidelijke signalen of borden of via keuze-aanpassingen zoals standaardopties.

Voorbeeldantwoord: *Wat betreft het mobiliteitsbeleid dat werkgevers kunnen veranderen: bij boekingssystemen voor zakelijk verkeer kan de treinreis als standaardoptie worden gepresenteerd (in plaats van een vergoeding voor autokilometers)(Werkgeversenquête 2023).*

13. Kun je in het beleid rekening houden met levensgebeurtenissen of andere verandermomenten waarop jouw doelgroepen mogelijk nieuwe gewoonten ontwikkelen?

Voorbeeldantwoord: *Dit is mogelijk, bijvoorbeeld bij het vernieuwen van het wagenpark, het verhuizen van een werkgever of het aanbesteden van nieuwe softwarepakketten voor de interne administratie.*

Samenvatting en geleerde lessen Module Motivatie

Vat hier voor jezelf samen wat je meeneemt uit deze module. Wat zijn nieuwe inzichten die je kunt gebruiken om jouw beleid door te ontwikkelen of verbeteren? Kijk nog eens naar de checklist, kun je de items van dit onderdeel nu afvinken?

Voorbeeldantwoord: *Mensen maken bij het vormen van nieuwe gewoonten nog allerlei afwegingen. Op die momenten van nieuwe gewoontevorming kan beleid inspelen.*

Direct terug naar de [checklist](#).

8 Module Consistentie van beleid

Het is belangrijk dat het faciliteren van het doelgedrag op alle niveaus is geregeld en afgestemd. Gedrag wordt beïnvloed door vele factoren, zowel binnen als buiten de persoon, en deze factoren zijn vanuit meerdere beleidssectoren te beïnvloeden. Zie de blauwe tekst hieronder voor meer informatie over draagvlak door consistent beleid.

Na het invullen van deze module heb je een beter beeld van:

- Welke maatregelen het doelgedrag stimuleren of juist ontmoedigen.
- Welke maatregelen het huidige gedrag ontmoedigen of juist stimuleren.
- Hoe de verschillende onderdelen van het mobiliteitsbeleid samenhangen en hoe zij het doelgedrag beïnvloeden.
- Hoe beleid dat binnen de eigen invloed ligt het doelgedrag ontmoedigt of juist faciliteert.
- Hoe beleid dat buiten de eigen invloed ligt het doelgedrag ontmoedigt of juist faciliteert.

Draagvlak door consistentie van beleid

In de theorie over vertrouwen in overheden worden drie componenten onderscheiden: de waargenomen deskundigheid, de mate van waargenomen zorgzaamheid en de waargenomen mate van eerlijkheid/oprechtheid van de overheid (9). Of dit inderdaad zo is, is door burgers lastig te beoordelen en leidt men af van hoe processen lopen en hoe het beleid georganiseerd is. De mate van vertrouwen is van invloed op de motivatie om mee te gaan in het door het beleid gewenste gedrag. Dit geldt zeker in de context van duurzame mobiliteit, waarin mobiliteitsgedrag een collectief goed is.

De mate van motivatie om te kiezen voor een duurzamere vorm van mobiliteit heeft daarom niet alleen met relatieve voor- en nadelen en waarden en overtuigingen te maken, maar ook met de indruk dat er door de overheid consistent beleid wordt gevoerd. Dat wil zeggen dat het totale pakket aan maatregelen inderdaad leidt tot duurzame mobiliteit, dat er geen strijdigheden in zitten of dat specifieke doelgroepen onevenredig zwaar getroffen worden door de maatregelen.

8.1 Schetsen van een beleid- en effectenboom

Je weet welk en wiens gedrag je wilt veranderen met het beleid. Daarnaast weet je welke gedragsfactoren bij jouw doelgroepen spelen. De volgende stap is via een beleid- en effectenboom de verschillende beleidsmaatregelen in kaart brengen, samen met hun effecten op zowel doelgedrag als huidig gedrag. Welke maatregelen stimuleren het doelgedrag en welke maatregelen ontmoedigen het huidige gedrag? Een beleid- en effectenboom geeft een overzicht van de manier waarop verschillende onderdelen van het beleid samenhangen en zich tot het doelgedrag verhouden.

Het doel is dat je zo goed mogelijk een beeld schetst van de maatregelen die het doelgedrag kunnen beïnvloeden. Dat hoeft niet

perfect te zijn; het visuele overzicht geeft vaak al een idee van de samenhang en wederzijdse beïnvloeding van beleid. Voor een voorbeeld van een beleid- en effectenboom, zie het Ecorys rapport 'Verkenning van de kwantitatieve impact van gedragsmaatregelen op mobiliteit' (10). Zie Bijlage 2 voor een link naar het rapport. In dat rapport staat een voorbeeldboom met beleidsmaatregelen en effecten op het doelgedrag 'gebruikmaken van deelauto's'.

Gebruik de volgende pagina voor het schetsen van een eigen beleid- en effectenboom. Volg het stappenplan:

1. Variabelen: Ga na welke variabelen/maatregelen het doelgedrag aantrekkelijk (de wortel) of minder aantrekkelijk maken (de stok).
2. Categorieën: Categoriseer de variabelen/maatregelen. Gaat het om een losse variabele of horen deze samen in een categorie? (bijvoorbeeld alle maatregelen die de infrastructuur verbeteren).
3. Maak een eerste schets waarbij de variabelen links staan en het doelgedrag rechts, en trek lijnen van de (categorieën van) variabelen/maatregelen en het doelgedrag. Ga na of het mogelijk is om de schets verder aan te vullen.
4. Optioneel: Ga na of het mogelijk is om de richting van effecten aan te geven. Dit kan niet altijd omdat (categorieën van) variabelen soms zowel een positief als een negatief effect kunnen hebben.

Gebruik de ruimte hieronder voor het maken van de beleid- en effectenboom.

8.2 Consistentie van beleid

Gebruik bij onderstaande vragen de geschetste beleid- en effectenboom en [Bijlage 3](#) Achtergrondkenmerken van doelgroepen. Er zijn geen voorbeeldantwoorden geformuleerd op deze vragen. Beleidsmakers hebben zelf de meest geschikte kennis om de mate van consistentie van het beleid en betrokken partijen in te schatten.

1. In hoeverre is het beleid van de eigen sector/directie consistent?

Het gaat dus om beleid binnen de eigen invloedssfeer dat het huidige doelgedrag faciliteert of belemmert.

2. Zijn er mogelijkheden om aanpalend beleid te veranderen om de consistentie binnen het eigen beleidsdomein te verhogen?

3. In hoeverre ondersteunt of belemmert het overig overheidsbeleid het huidige beleid rondom het doelgedrag?

Het gaat dus om beleid buiten de eigen invloedssfeer.

4. Welke aanpassingen in dit overig overheidsbeleid zouden de kans kunnen vergroten dat het doelgedrag plaatsvindt?

5. Zijn er andere spelers dan de overheid die invloed uitoefenen op het doelgedrag van de doelgroep(en)?

Hoe kan er met deze andere spelers worden samengewerkt?

6. Heeft het beoogde beleid mogelijk onbedoelde neveneffecten?

Bijvoorbeeld op andere doelgroepen, of juist op het gedrag van de doelgroep.

Samenvatting en geleerde lessen Module Consistentie van Beleid

Vat hier voor jezelf samen wat je meeneemt uit deze module. Wat zijn nieuwe inzichten die je kunt gebruiken om jouw beleid door te ontwikkelen of verbeteren? Kijk nog eens naar de checklist, kun je de items van dit onderdeel nu afvinken?

Direct terug naar de [checklist](#).

Referentielijst

1. WRR. Met kennis van gedrag beleid maken 2014.
2. OECD. Behavioural Insights and Public Policy: Lessons from Around the World. Paris; 2017.
3. BIN NL. Tools voor toepassing gedragsinzichten
4. Michie S, Van Stralen MM, West R. The behaviour change wheel: a new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation science*. 2011;6(1):1-12.
5. Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. Informatieblad. Besluit CO2-reductie werkgebonden personenmobiliteit 2023.
6. Mobycon. Onderzoek feiten en cijfers 'Fietsen voor Iedereen'. 2022.
7. Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR). Weten is nog geen doen. Een realistisch perspectief op redzaamheid.; 2017.
8. Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid. Mobiliteit en bereikbaarheid in stedelijk en ruraal Nederland. Ontwikkelingen, kansen, bedreigingen en oplossingsrichtingen. Achtergrondrapport. 2023.
9. Grimmelhuijsen S, Knies E. Validating a scale for citizen trust in government organizations. *International Review of Administrative Sciences*. 2017;83(3):583-601.
10. Ecorys. Verkenning van de kwantitatieve impact van gedragsmaatregelen op mobiliteit. 2022.
11. Tweede Kamer der Staten-Generaal. Vaststelling van de begrotingsstaten van het Ministerie van Justitie en Veiligheid (VI) voor het jaar 2018. Nr 88. . 2018.
12. Tweede Kamer der Staten-Generaal. Vaststelling van de begrotingsstaten van het Ministerie van Justitie en Veiligheid (VI) voor het jaar 2018. Nr 113. 2016.

Bijlage 1 Methode

De scan is ontwikkeld op basis van een groot aantal bestaande gedragstools, en een eerder ontwikkelde doenvermogenscan door het RIVM. Voorbeelden van bestaande gedragstools zijn de DOE MEE tool, het Beter Benutten Gedragshuis, de Gedragstoets 2.0 en SUMO.

Via gesprekken met de opdrachtgever en andere partijen is gekeken wat er nodig was om de gedragsscan meerwaarde te geven ten opzichte van bestaande tools.

Om gedrag voor de beleidsmaker uit te leggen, is gebruikgemaakt van het COM-B gedragsmodel, onderdeel van de Behaviour Change Wheel, ontwikkeld door Michie et al. (4). Dit relatief simpele gedragsmodel legt gedrag uit als resultaat van drie factoren die met elkaar interacteren en gezamenlijk gedrag beïnvloeden:

- Capaciteit: kan iemand het gedrag fysiek en mentaal uitvoeren?
- Gelegenheid: faciliteert of belemmert de fysieke en sociale omgeving het gedrag)
- Motivatie: welke bewuste en onbewuste processen of drijfveren sturen het gedrag, zoals houding, waarden, gewoonten maar ook reflectie

Daarnaast is er een checklist toegevoegd waarmee de gebruiker kan nagaan welke modules het meest relevant zijn voor het betreffende beleid in ontwikkeling, of waar nog geen duidelijkheid over bestaat. Dankzij de modulevorm kan de gedragsscan uitgebreid zijn en tegelijkertijd praktisch uitvoerbaar blijven. Er is gekozen voor zowel een briefrapport met voorbeeldantwoorden als een online invulbare gedragsscan.

De scan is enkele keren getest met beleidsmakers, op een casus naar keuze. Op basis van deze testsessies is de scan verbeterd en bruikbaar gemaakt. Daarnaast is de scan besproken met andere experts en op basis van de feedback uit deze gesprekken is de scan verder verbeterd.

Er zijn voorbeeldantwoorden toegevoegd om de gebruiker te helpen bij het begrijpen van de vragen. Deze voorbeeldantwoorden zijn uitsluitend gebaseerd op openbare documenten en gedragswetenschappelijke kennis. Er ligt geen uitgebreid onderzoek aan ten grondslag, de antwoorden zijn dus niet volledig. Zij zijn slechts bedoeld om een beter idee te geven van het belang van de vraag en het soort antwoord dat gezocht wordt.

Gedrag is complex en factoren die gedrag beïnvloeden, interacteren ook met elkaar. Het COM-B model is een versimpelde weergave van gedrag, en ondanks dat er via de vragen veel gedragsinzichten in kaart kunnen worden gebracht, is deze scan niet uitputtend omwille van uitvoerbaarheid. Door de complexiteit van gedrag wordt het aanbevolen de scan samen met een gedragsexpert uit te voeren. Deze gedragsexpert heeft naast kennis vaak ook toegang tot gedragswetenschappelijke literatuur, wat helpt bij het invullen. Als een specifieke gedragsfactor erg belangrijk blijkt na het invullen van deze scan, kan een beleidsmaker besluiten om een uitgebreider gedragsonderzoek te laten uitvoeren.

Bijlage 2 Lijst met informatiebronnen

Beter Bereikbaar?

In dit rapport heeft het PBL met historische microdatasets veranderingen in de bereikbaarheid van voorzieningen en banen in Nederland onderzocht tussen 2012 en 2022, en de mate waarin veranderingen in de ruimtelijke ordening en in het vervoersysteem hieraan hebben bijgedragen.

<https://www.pbl.nl/publicaties/beter-bereikbaar>

Beleidskompas

Op deze website van het Kenniscentrum voor beleid en regelgeving staan hulpvragen rond doelen die handig zijn bij Module 1.

<https://www.kcbr.nl/beleid-en-regelgeving-ontwikkelen/beleidskompas/1-wat-het-probleem>

Mobiliteitsbeeld 2023

In dit rapport worden de ontwikkelingen in mobiliteit en daaraan gerelateerde effecten besproken in de periode 2012-2022

[Mobiliteitsbeeld 2023 | Publicatie | Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid \(kimnet.nl\)](https://www.kimnet.nl/mobiliteitsbeeld-2023)

Kerncijfers Mobiliteit 2022

In deze publicatie kijkt het Kennisinstituut Mobiliteit terug op de ontwikkelingen in mobiliteit tussen 2010 en 2021. Ook schetst het KiM een beeld voor de korte- en middellange termijn aan de hand van 3 scenario's.

<https://www.kimnet.nl/mobiliteitsbeeld/publicaties/publicaties/2022/11/15/kerncijfers-mobiliteit-2022>

Landelijk reizigersonderzoek 2022 en 2023

[Landelijk reizigersonderzoek 2022 | Rapport | Rijksoverheid.nl](https://www.reizigersonderzoek.nl)

[Landelijk Reizigersonderzoek 2023 | Rapport | Rijksoverheid.nl](https://www.reizigersonderzoek.nl)

Deze onderzoeken brengen trends in kaart in de mobiliteit van de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder. Daarbij is er aandacht voor verschillende reismotieven, maar met name het woon-werk verkeer in de periode 2018-2022. De onderzoeken maken daarbij onderscheid naar de modaliteiten auto, openbaar vervoer en fiets. De onderzoeksresultaten geven ook inzicht in de ontwikkelingen in thuiswerken.

Fietsmonitor Jaarrapportage 2022

[Fietsmonitor Jaarrapportage 2022](https://www.fietsmonitor.nl)

Over de ontwikkeling in het aantal fietsforensen en het fietsgebruik in het woon-werkverkeer. Ook aandacht voor verschillen tussen groepen forensen op basis van onder andere leeftijd, opleidingsniveau en stedelijkheidsgraad van de woonlocatie.

Fietsfeiten (2023)

[Fietsfeiten 2023 | Brochure | Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid \(kimnet.nl\)](#)

Het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM) heeft nieuwe inzichten en actuele gegevens over het fietsgebruik in Nederland samengebracht in de nieuwe brochure Fietsfeiten 2023.

Aanschaf en gebruik van de elektrische fiets (2022)

[Aanschaf en gebruik van de elektrische fiets | Publicatie | Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid \(kimnet.nl\)](#)

In dit rapport staan trends en verwachtingen rond aanschaf en gebruik van de elektrische fiets.

Eindrapportage Fietsgedrag kinderen (2019)

[https://www.fietsberaad.nl/getmedia/35a9fff3-966b-4751-8bfc-5f07bc7af216/Eindrapportage-fietsgedrag-kinderen-\(TourdeForce\).pdf.aspx?ext=.pdf](https://www.fietsberaad.nl/getmedia/35a9fff3-966b-4751-8bfc-5f07bc7af216/Eindrapportage-fietsgedrag-kinderen-(TourdeForce).pdf.aspx?ext=.pdf)

Dit onderzoek brengt in beeld hoe het in verschillende steden, groot en klein, in Nederland is gesteld met de fietsvaardigheid van basisschoolleerlingen, en of zij op de fiets naar school gaan.

Waar is de ov-reiziger gebleven? (2023)

[Waar is de ov-reiziger gebleven? | Publicatie | Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid \(kimnet.nl\)](#)

Het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM) heeft verklaringen onderzocht voor het niet volledige herstel van OV-gebruik sinds de coronapandemie, om een beter in beeld te krijgen of het aannemelijk is dat reizigers nog terugkeren naar het OV.

Modal shift van auto naar de combinatie fiets-ov (2024)

<https://www.kimnet.nl/publicaties/notities/2024/04/25/modal-shift-van-auto-naar-de-combinatie-fiets-ov>

Dit onderzoek geeft inzicht in welke mate het autogebruik in potentie (door effectieve beleidsmaatregelen) vervangen kan worden door de combinatie van fiets en openbaar vervoer (fiets-ov). Er is ook aandacht voor gewoontegedrag, levensgebeurtenissen, ontmoedigen en stimuleren, en attitude en gedrag.

Het wijdverbreide autobezit in Nederland (2022)

[Het wijdverbreide autobezit in Nederland | Publicatie | Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid \(kimnet.nl\)](#)

De effecten van autobezit onder particulieren worden in deze publicatie in kaart gebracht. Het gaat daarbij om auto-afhankelijkheid, economie en ecologie, maar er is ook aandacht voor politieke gevolgen, autogebruik en parkeren en financiële dimensies.

Verklaringen voor autobezit in Nederlandse huishoudens (2022)

[Het wijdverbreide autobezit in Nederland | Publicatie | Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid \(kimnet.nl\)](#)

Deze publicatie geeft inzicht in waarom er verschillen zijn in het autobezit tussen Nederlandse huishoudens.

De relatie tussen gezondheid en het gebruik van actieve vervoerwijzen (2019)

<https://www.kimnet.nl/publicaties/rapporten/2019/9/24/de-relatie-tussen-gezondheid-en-het-gebruik-van-actieve-vervoerwijzen>

Dit rapport besteedt ook aandacht aan gezondheidsverschillen tussen mensen met verschillend reisgedrag. Er is ook gekeken naar de fysieke beweging die mensen krijgen met de dagelijkse mobiliteit.

Toegang voor iedereen? Een analyse van de (on)bereikbaarheid van voorzieningen en banen in Nederland (2022)

[Toegang voor iedereen? | Planbureau voor de Leefomgeving \(pbl.nl\)](#)

Dit rapport presenteert de resultaten van de eerste fase van het PBL-project Bereikbaarheid, waarin bereikbaarheidsindicatoren zijn ontwikkeld om op buurtniveau inzicht te geven in de toegang tot banen, gezondheidszorg, onderwijs, winkels en groen met verschillende vervoerswijzen.

De ontwikkeling van de mobiliteit en de bereikbaarheid in stedelijk en ruraal Nederland. (2023)

<https://www.kimnet.nl/publicaties/publicaties/2023/04/03/de-ontwikkeling-van-de-mobiliteit-en-bereikbaarheid-in-stedelijk-en-ruraal-nederland>

O.a. over de ervaren bereikbaarheid in stedelijke en landelijke gebieden.

Ruimtelijke kenmerken, geografische bereikbaarheid en reisgedrag (2016)

[Ruimtelijke kenmerken, geografische bereikbaarheid en reisgedrag | Nieuwsbericht | Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid \(kimnet.nl\)](#)

Rapport geeft op een beknopte wijze meer inzicht in de invloed van ruimtelijke kenmerken op het reisgedrag en op de geografische bereikbaarheid, ook wel aangeduid als nabijheid.

Verbieden, verplichten of verleiden - Een onderzoek naar maatregelen om reisgedrag te beïnvloeden (2021)

[Verbieden, verplichten of verleiden - Een onderzoek naar maatregelen om reisgedrag te beïnvloeden | Rapport | Rijksoverheid.nl](#)

In dit rapport wordt de lezer meegenomen in de mogelijkheden van gedragsmaatregelen voor het bereiken van beleidsdoelstellingen. O.a. informatie over het begrijpen en verklaren van menselijk gedrag en mogelijke interventies.

Verkenning van de kwantitatieve impact van gedragsmaatregelen op mobiliteit. Systematische onderbouwing van kansen en effecten uit de literatuur (2022)

[Verkenning van de kwantitatieve impact van gedragsmaatregelen op mobiliteit | Rapport | Rijksoverheid.nl](#)

In dit onderzoek is de beschikbare kennis over mogelijkheden van gedragsmaatregelen gestructureerd van beleidsopties naar doelgedrag en maatschappelijke effecten. Er is gekozen voor vijf thema's

(deelmobiliteit, gereguleerd parkeren bij bedrijven, gereguleerd parkeren in de openbare ruimte, Mobility-as-a-Service, spitsmijden).

Verkenning van de kwantitatieve impact van gedragsmaatregelen op mobiliteit (2022)

[Verkenning van de kwantitatieve impact van gedragsmaatregelen op mobiliteit | Rapport | Rijksoverheid.nl](#)

Bureau Ecorys heeft in opdracht van het ministerie van IenW een verkenning uitgevoerd naar de kwantitatieve impact van gedragsmaatregelen op mobiliteit en Brede Welvaart. Dit is gedaan door een systematische onderbouwing van kansen en (kwantitatieve) effecten uit beschikbare literatuur.

Effecten van maatregelen op doorstroming en verduurzaming reisgedrag (2024)

<https://www.kimnet.nl/publicaties/publicaties/2024/04/22/effecten-van-maatregelen-op-doorstroming-en-verduurzaming-reisgedrag>

Het KiM vat in dit overzicht de bestaande kennis uit 25 factsheets samen over verschillende typen maatregelen op doorstroming en verduurzaming van reisgedrag.

Tussen duurzaam denken en duurzaam doen (2024)

<https://www.scp.nl/publicaties/publicaties/2024/04/23/tussen-duurzaam-denken-en-duurzaam-doen>

In dit onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau en de Protestantse Theologische Universiteit (PThU) staan de houding van burgers ten opzichte van het klimaat en het klimaatbeleid, hun drijfveren, hun leefstijl én hun veranderbereidheid centraal. Het onderzoek gaat in op de mogelijke maatregelen die genomen kunnen worden.

Online beïnvloeding van het reisgedrag (2023)

[Online beïnvloeden van het reisgedrag | Publicatie | Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid \(kimnet.nl\)](#)

Het KiM onderzocht de beïnvloeding van apps, met bijzondere belangstelling voor de verleiding. Aan de hand van literatuuronderzoek en de analyse van 32 mobiliteitsapps.

Fietsdiefstal in Nederland (2020)

[Download Bekereeks Fietsdiefstal-in-Nederland 20aug.pdf \(bureaubeke.nl\)](#)

Wat zijn de omvang, kenmerken, ontwikkelingen en verschijningsvormen van fietsdiefstal in het algemeen en de mate van georganiseerdheid in het bijzonder (daders en modus operandi), wat is de impact van fietsdiefstal op slachtoffers en welke kansen zijn er voor de aanpak (preventie en repressie).

Factsheet – Hoe levensgebeurtenissen het reisgedrag beïnvloeden (2017)

[Factsheet – Hoe levensgebeurtenissen het reisgedrag beïnvloeden | Brochure | Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid \(kimnet.nl\)](#)

Hoe veranderen mensen hun reisgedrag nadat een levensgebeurtenis heeft plaatsgevonden? Dit rapport gaat over reisgedrag dat vaak gewoontegedrag is, en hoe een levensgebeurtenis een kans is om gewoonten te doorbreken.

Werkgeversenquête 2023 en 2024

[Werkgeversenquête 2023: Onderzoek onder werkgevers over stimuleren duurzaam reisgedrag werknemers | Rapport | Rijksoverheid.nl](#)

[Werkgeversenquête 2024: Onderzoek onder werkgevers over stimuleren duurzaam reisgedrag werknemers | Rapport | Rijksoverheid.nl](#)

Deze rapporten geven inzicht in maatregelen en regelingen die werkgevers zelf treffen om duurzaam reisgedrag te bevorderen. Het betreft werkgevers met 100 of meer werknemers.

Op weg naar gezonder en duurzamer kort woon-werkverkeer.

Pak de fiets of het OV! (2023)

[Op weg naar gezonder en duurzamer kort woon-werkverkeer. Pak de fiets of het OV! \(openrepository.com\)](#)

Het RIVM onderzocht op basis van gedragspsychologie waarom mensen voor een bepaald vervoersmiddel kiezen. Ook heeft het RIVM onderzocht welke maatregelen, zowel vanuit de overheid als van werkgevers, werkenden stimuleren om op een actieve manier naar het werk te gaan.

Zo Werkt Het.

<https://zowerkthet.nl/>

Landelijk platform voor werkgevers om samen te werken aan duurzame mobiliteit.

Dashboard Klimaatbeleid

<https://dashboardklimaatbeleid.nl/mosaic/mosaic/mobiliteit>

Gegevens over de voortgang van het nationale klimaatbeleid en de ontwikkeling van de broeikasgasemissies in Nederland, waaronder mobiliteit.

Monitor duurzaam leven

<https://www.milieucentraal.nl/professionals/factsheets-en-rapporten/monitor-duurzaam-leven-2023/>

Milieu Centraal onderzocht onder ruim 4000 respondenten het duurzame gedrag en de openheid tot het duurzame gedrag van 98 gedragingen.

Informatieblad Ontwerpbesluit CO2 reductie werkgebonden personenmobiliteit

<https://abx04.sitearchief.nl:8443/co2reductiemobiliteit/20240502125856/https://www.co2reductiemobiliteit.nl/img-uploaded/downloads/20230721-informatieblad-ontwerpbesluit-co2-reductie-werkgebonden-personenmobiliteit.pdf>

Met dit informatieblad informeert IenW belanghebbende organisaties over de regels in het besluit CO2-reductie werkgebonden personenmobiliteit.

Bijlage 3 Achtergrondkenmerken van doelgroepen

Het is van belang na te gaan of er doelgroepen zijn voor wie het beoogde doelgedrag of het beleid ongewenste effecten heeft of waar extra maatregelen nodig zijn om het doelgedrag mogelijk te maken. Onderstaande tabel helpt nadenken over verschillende doelgroepen bij het invullen bij de gedragsscan.

Achtergrondkenmerk doelgroep	Voorbeeld woon-werkmobiliteit
Inkomen	Of men een (elektrische) auto, een scooter, een (elektrische) fiets of het gebruik van OV kan betalen, is afhankelijk van het inkomen.
Leeftijd	Jongeren zijn vaak afhankelijk van openbaar vervoer, fietsen of lopen. Ouderen hebben soms beperktere mobiliteit.
Leef- gezins- en werksituatie	Woont men alleen of met partner, kinderen? Heeft men een beroep waar thuiswerken mogelijk is of kan het enkel op locatie?
Culturele achtergrond, taalvaardigheid	Beleed moet toegankelijk zijn voor mensen met een verschillende culturele achtergrond en taalvaardigheid. Dit betekent dat informatie in meerdere talen en culturen begrijpelijk moet zijn.
Geografische locatie	Stedelijke gebieden: Mensen in steden hebben vaak toegang tot een groter scala aan mobiliteitsopties (openbaar vervoer, deelauto's, fietsen). Plattelandsgebieden: Hier is openbaar vervoer vaak beperkter, waardoor mensen afhankelijker zijn van privévoertuigen.
Houdingen, waarden	Stel dat een deel van de bevolking sterk milieubewust is en waarde hecht aan duurzaamheid. Deze groep zal bijvoorbeeld liever kiezen voor fietsvervoer, elektrisch openbaar vervoer of deelauto's, omdat dit past bij hun overtuiging dat het belangrijk is om hun ecologische voetafdruk te verkleinen. Er is ook een groep die denkt dat hun eigen gedrag weinig impact heeft of dat anderen zich ook niet duurzaam gedragen. Weer anderen hebben geen ruimte om hierover na te denken door bijv. moeite met financieel rondkomen.
Persoonlijke voorkeuren	De keuze voor een type vervoer wordt deels gevormd door persoonlijke motieven, zoals wat mensen een prettige en comfortabele vervoersvorm vinden. Ook waarden spelen een rol, moet iets snel, goedkoop, gezondheid of duurzaam zijn?
Beschikbaarheid en vindbaarheid van informatie over beleid en gevraagd gedrag	Niet iedereen weet waar de juiste informatie te vinden is, en men verschilt in vaardigheden van informatie zoeken en verwerken. Dit is o.a. afhankelijk van opleidingsniveau, de beheersing van de Nederlandse taal, digitale vaardigheden, maar

Achtergrondkenmerk doelgroep	Voorbeeld woon-werkmobiliteit
	ook van de mate waarin en manier waarop deze informatie aangereikt wordt.
Auto- en fietsbezit of het hebben van een (elektrische) fiets of leaseauto van het werk	Een voorwaarde voor het kunnen kiezen voor een bepaalde vervoersvorm is het bezitten van die vervoersvorm. Autobezit en het hebben van een leaseauto vanuit de werkgever hangen dan ook sterk samen met de keuze voor dat vervoermiddel.
Bereikbaarheid van werk per openbaar vervoer of fiets	Sommige mensen moeten voor het werk regelmatig een aanzienlijk afstand overbruggen. Dat kan absoluut zijn (kilometers), maar ook relatief (tijd). Dit kan verschillen per regio (stedelijk of regionaal).
Bereikbaarheid woonplaats per openbaar vervoer of fiets	Sommige mensen moeten als gevolg van hun woonplaats regelmatig een aanzienlijk afstand overbruggen. Of OV-verbindingen zijn beperkt of het OV gaat niet frequent.
Bereikbaarheid andere mobiliteitsdoelen per openbaar vervoer of fiets	Dit gaat over hoe mensen belangrijke bestemmingen, zoals werk, scholen, zorgvoorzieningen, winkels en recreatieve locaties, kunnen bereiken.
Lichamelijke beperkingen	Als mensen niet meer goed ter been zijn, kunnen ze afhankelijk worden van de auto.
Ervaren tijdsdruk, noodzaak tot efficiëntie	De keuze voor een auto als vervoersmiddel kan ook het gevolg zijn van een ervaren noodzaak om in bijvoorbeeld een druk gezinsleven verschillende reiscombinaties mogelijk te maken.
Levensgebeurtenissen	Grote levensgebeurtenissen zoals een nieuwe baan of een verhuizing bieden kansen voor het doorbreken van gewoontegedrag, ook rond mobiliteit. Maar door de vele beslissingen kan de mentale belastbaarheid ook lager zijn. Met beide aspecten van levensgebeurtenissen kan rekening gehouden worden in beleid.
Sociale invloeden	De sociale omgeving en de sociale normen die daarbij horen hebben een sterke invloed op het gedrag. Denk aan wat familie en vrienden doen, en wat zij denken dat ik hoor te doen. Ook als op een werk een sterke autocultuur heerst kan dit van invloed zijn op het eigen autogebruik.

Bijlage 4 Mentale belastbaarheid

Mensen moeten niet alleen begrijpen wat bepaald beleid, wet- en regelgeving inhoudt, zij moeten er ook naar kunnen handelen. Het gaat hierbij niet om het gevraagde gedrag of de gevraagde acties *willen* uitvoeren, maar het ook *kunnen*. Mensen verschillen in de mate waarin zij in actie kunnen komen, met tegenslagen om kunnen gaan en vol kunnen houden. Deze zogenaamde mentale belastbaarheid van burgers is een concept dat door de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid *doenvermogen* wordt genoemd (7). Enkele belangrijke aspecten:

- Mensen verschillen in de mate waarin zij zichzelf kunnen organiseren (executieve functies);
- Dit is lastig aan te leren of te trainen;
- Doenvermogen verschilt van denkvermogen, wat gaat over cognitieve vermogen zoals intelligentie. Doenvermogen gaat over niet-cognitieve aspecten zoals zelfcontrole en temperament;
- Stress of levensgebeurtenissen die veel vragen van de mentale belastbaarheid, kunnen ervoor zorgen de focus niet altijd ligt op het bijhouden van administratie of op de hoogte zijn van regelingen etc;
- Beleid vraagt soms een permanente alertheid of monitoring (bijvoorbeeld het zelf moeten doorgeven van veranderende situaties om in aanmerking te blijven voor een subsidie);
- Ook is er soms sprake van cumulatie van verschillende beleidsmaatregelen, waarbij er veel verschillende acties gevraagd worden op een moment.

Het gevolg kan zijn dat doelgroepen, voor een belangrijk deel buiten hun schuld, onevenredig in de problemen komen. Aan het beleid wordt daarom gevraagd om hier rekening mee te houden (11, 12). In feite is dit een verplichting. Hoewel de bovenstaande analyse voor het grootste deel gebaseerd is op het belastingendomein, is het ook voor het domein duurzame mobiliteit belangrijk om rekening te houden met de mentale belastbaarheid van burgers bij het ontwikkelen van mobiliteitsbeleid.

Dit is een uitgave van:

**Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu**

Postbus 1 | 3720 BA Bilthoven

Nederland

www.rivm.nl

december 2024

De zorg voor morgen
begint vandaag