

FIETSEN MET FOCUS

april 2016 - november 2016
Hogeschool Utrecht | Ideate | Moorgen



Voorwoord

Hoe zorg je er voor dat jongeren over een paar jaar iets níet gaan doen waar ze nu nog amper mee bezig zijn? Dat was de complexe achterliggende vraag bij de wens van de Provincie Utrecht om basisschoolleerlingen zo aan te spreken dat ze straks, wanneer ze op de middelbare school zitten, op de fiets geen gebruik maken van hun smartphone. Best een uitdaging. Hoe kun je een basis leggen bij 12-jarigen die effect heeft, wanneer het gedrag werkelijk gaat spelen? Is dat überhaupt mogelijk?

Om bij een dergelijk weerbarstig gedragsvraagstuk met iets te komen wat enige kans van slagen heeft, is het nodig dat het van alle kanten (bijna forensisch) onderzocht wordt. Daarbij is het noodzakelijk het gewenste gedrag ('zonder afleiding op de fiets') en de doelgroep ('pubers') scherp, realistisch en heel specifiek te omschrijven. De verschillende contexten waarin diverse groepen jongeren fietsen en waarin ze hun smartphone gebruiken moeten nauwkeurig in beeld worden gebracht: waar en wanneer treedt het gedrag op en welke individuele en omgevingsfactoren spelen een rol?

In het project 'Fietsen met Focus' heeft een team van gedragswetenschappers, communicatiedeskundigen en ontwerpers samen met de doelgroep en de Provincie Utrecht de uitdaging aangenomen om (in korte tijd) uit te zoeken wat de cruciale factoren zijn die samenhangen met smartphonegebruik op de fiets. Bij een aanpak als deze, waar getracht wordt vanuit een wetenschappelijke basis zoveel mogelijk aan te sluiten bij een dynamische realiteit, is vooraf moeilijk te voorspellen wat de precieze uitkomsten zullen zijn. Dit vraagt aan alle betrokken partijen vertrouwen in elkaar en ruimte voor het interactieve proces. Niet altijd eenvoudig, maar wel heel nuttig.

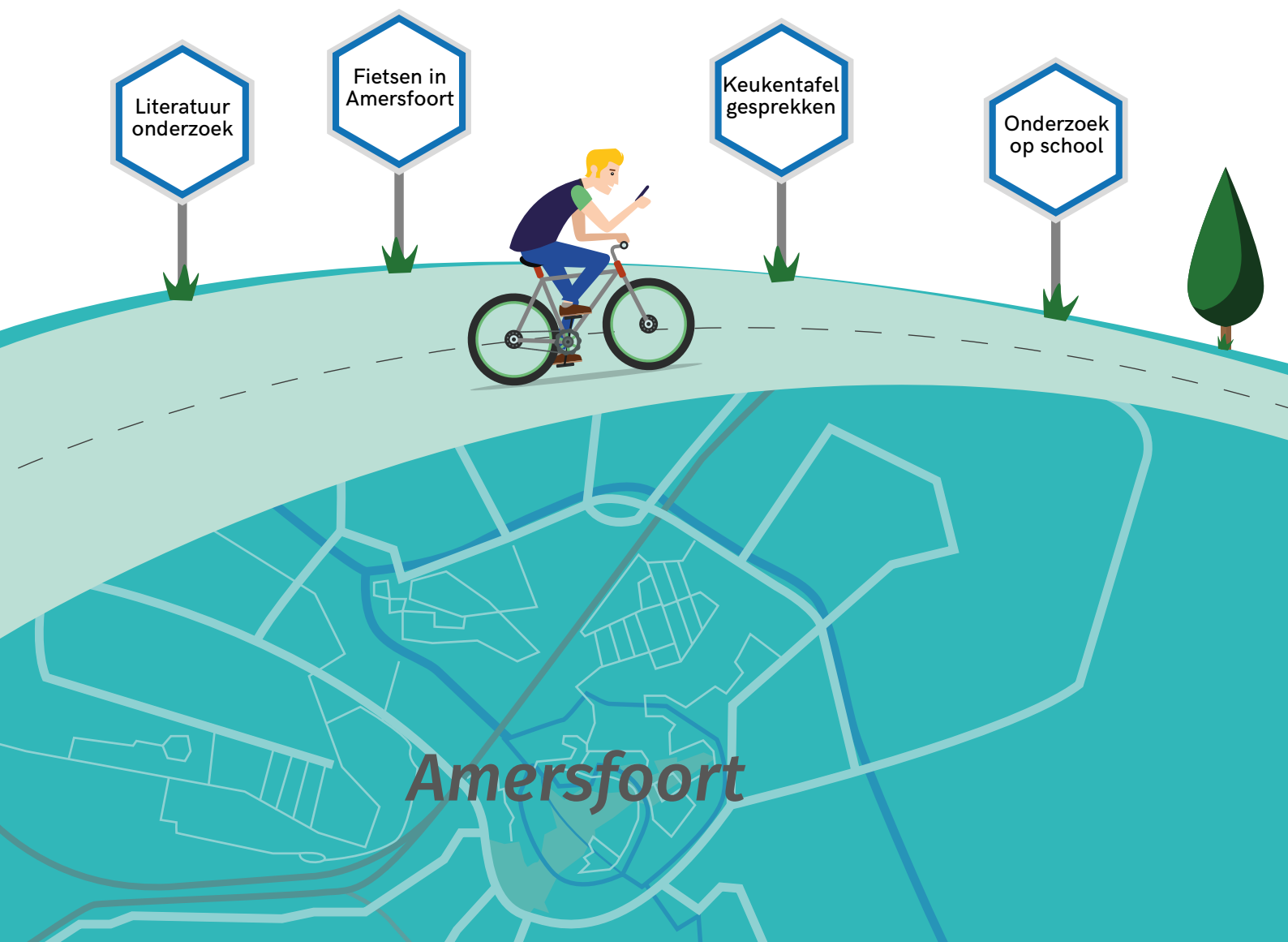
Een oprechte interesse in hun wereld en begrip voor wat ze wél doen en wat hen drijft is cruciaal om jongeren te motiveren iets níet te doen wat ze intrinsiek heel vanzelfsprekend vinden. Het resultaat van een dergelijke interesse ligt voor u. Vanuit een multidisciplinaire benadering is een schatkist vol inzichten opgehaald die het fundament vormen voor een effectieve aanpak om jongeren met de juiste focus op de fiets te krijgen.

Reint Jan Renes, november 2016

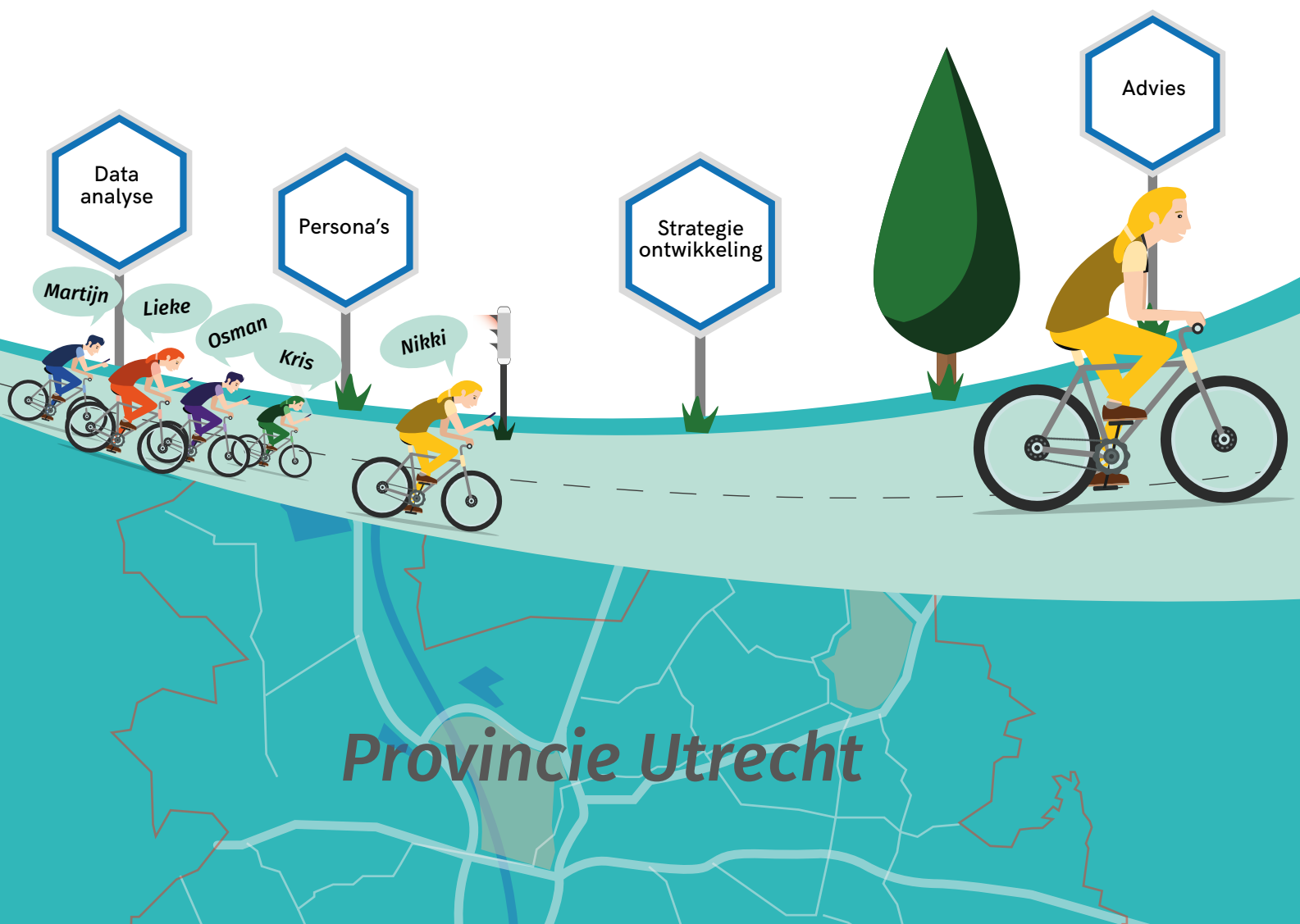
Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Inhoudsopgave	3
1. Startpunt	6
2. Resultaat	8
3. Het onderzoek	10
3.1 Aanpak	
3.2 Conclusie	
4. Persona ontwikkeling	16
4.1 Van data naar persona	
4.2 Keuze van persona en doelgedrag	
4.3 Dynamische persona's	
4.4 Samengevat	
5. Strategieontwikkeling	24
5.1 Gedragsorkestratie	
5.2 Interventiestrategie	
5.3 Fase 1: Groep 7/8	
5.4 Fase 2: Transitieperiode	
5.5 Fase 3: Middelbare school	
6. Aanbevelingen	32
6.1 Verbreden	
6.2 Verdiepen	
6.3 Testen	
7. Referenties	36
Bijlage 1: Beschrijving onderzoek	38
Literatuuronderzoek	
Veldonderzoek	
Bijlage 2: Masterclass Corderius College	42
Bijlage 3: Expertsessie	44
Colofon	47

PROCES



FIETSEN MET FOCUS



1. Startpunt

In het vroege voorjaar van 2016 klopte de Provincie Utrecht bij het Publab aan met de vraag: hoe kunnen we met een interventie voorkómen dat toekomstige verkeersdeelnemers daadwerkelijk hun smartphone in het verkeer gaan gebruiken?

Kinderen geboren in of na 2007 zijn van jongs af aan opgegroeid met de smartphone. Deze kinderen zitten nu nog op de basisschool maar zullen binnen enkele jaren zelfstandig aan het verkeer deelnemen, of doen dit al. Er is een grote kans dat kinderen die een smartphone bezitten, deze ook in het verkeer gaan gebruiken en daarmee de kans om betrokken te raken bij een ongeval vergroten. Aanleiding voor de Provincie Utrecht om hier iets aan te willen doen.

In het kader van verkeerseducatie stond in het jaarplan een digitale les voor groep 7 en 8 van de basisschool over dit onderwerp opgenomen. De Provincie Utrecht vroeg zich echter af of dat wel de meest effectieve investering zou zijn, of dat ze de jonge verkeersdeelnemers beter op een andere manier konden proberen te bereiken. Dat was voor hen de reden om de opdracht niet 'zomaar' uit te zetten bij een interventie-ontwikkelaar, maar dit vraagstuk eerst verder te laten bestuderen door een onderzoeksgroep met innovatieve expertise rondom gedrag.

De Provincie Utrecht vroeg ons een onderzoek uit te voeren en concreet antwoord te geven op de volgende vragen:

1. Op welke doelgroep en welk doelgedrag kan de Provincie Utrecht zich het best richten?
2. Welke interventie is op basis van de gekozen doelgroep het meest effectief om het gewenste doelgedrag te bereiken? Richten we ons met de interventie op het gewenste gedrag of op het creëren van een nieuwe norm?
3. Aan welke voorwaarden moet de interventie voldoen om effectief te kunnen zijn?

Het Publab werkte in dit onderzoek samen met twee creatieve partijen, innovatiestudio Moorgen en service design bureau Ideate, om zo een totaalpakket te kunnen bieden aan wetenschappelijk gefundeerde analyse en vertaling naar concrete ideeën en oplossingen.

Wij hebben ons onderzoek ingericht in 3 deels overlappende fasen:

- Onderzoek naar doelgroep en doelgedrag;
- Van data naar persona's;
- Interventie- en strategieontwikkeling.

In elke fase van dit onderzoek hebben we de (basis) scholier en diens omgeving als uitgangspunt genomen.



Om inzicht te krijgen in het gedrag en motivaties van de (basis)scholier, zijn we vanaf dag 1 via allerlei verschillende routes in de huid van doelgroep gekropen. Gesprekken met pedagogen, literatuuranalyse, observaties van fietsende (basis)scholieren en jongeren in de brugklas, keukentafelgesprekken met ouders en kinderen en een kennissessie met verkeers- en jeugdexerts; al deze verkenningen hebben ons geholpen een beeld te krijgen van wat een jongere drijft of weerhoudt om de smartphone op de fiets te gebruiken. Met deze inzichten van de doelgroep hebben we kansrijke 'hotspots' voor gedragsverandering geïdentificeerd.

Hotspots zijn interessante aanknopingspunten in de tijdslijn van de doelgroep waarop een interventie aan kan sluiten.

Zoals in dit rapport beschreven staat, heeft een test- en uitvoeringsfase van de kansrijke hotspots geen deel uitgemaakt van dit project. Middels een 'test and learn' cyclus kunnen we via pilots het beoogde effect toetsen aan de werkelijkheid.

De drie fases zijn verder beschreven in hoofdstuk 3 'Het onderzoek', hoofdstuk 4 'Persona ontwikkeling' en hoofdstuk 5 'Strategie ontwikkeling'. Dit rapport sluit af met aanbevelingen (hoofdstuk 6). In hoofdstuk 2 beschrijven we kort de belangrijkste bevindingen en resultaten van het onderzoek.



2. Resultaat

Ons doelgroeponderzoek maakte zeer duidelijk dat we te maken hebben met complexe problematiek. Aan het eind van de basisschool staat het leven van kinderen op het punt een stroomversnelling in te gaan. Ze gaan naar de middelbare school waarbij ze vaak verder fietsen dan voorheen en ze krijgen te maken met een nieuw schoolsysteem met roosters, cijfers en lokalen. Ook verandert hun sociale omgeving in hoog tempo; ze leren in korte tijd veel nieuwe mensen kennen en vrienden worden steeds belangrijker. Zelf veranderen ze ook; ze gaan op zoek naar hun eigen identiteit, trekken opgelegde regels veelal in twijfel en leren steeds beter argumenteren en relativeren. Bovendien laat ons onderzoek zien dat basisschoolkinderen het probleemgedrag – bedienen van de smartphone op de fiets – vaak nog niet vertonen.

Een simpele, enkelvoudige interventie op de basisschool zal dan ook niet voldoende zijn om smartphonegebruik op de fiets uit te bannen. Dat neemt niet weg dat de basisschool een belangrijk moment is om te beginnen met een interventie. Het is alleen zaak om een interventie-strategie door te laten lopen als scholieren de overgang naar de middelbare school maken. Dit is nodig om aan te kunnen haken bij alle veranderingen die er in deze periode op ze af komen.

Het voorkomen van smartphonegebruik op de fiets door kinderen vraagt om een zogeheten gedragsorkestratie. Het idee van gedragsorkestratie is dat wanneer (verschillende) uitingen zorgvuldig op elkaar afgestemd worden over een bepaald tijdspad, een veel sterker effect bereikt kan worden dan wanneer een enkele interventie wordt ingezet. Wij adviseren een meerjarige interventiestrategie gericht op de tijdsperiode vanaf groep 7/8 tot en met de eerste jaren van de middelbare school. Het doel van de strategie is om de jongeren stap voor stap, bewust en onbewust, te stimuleren om niet hun telefoon te bedienen tijdens het fietsen. De meerjarige strategie beschrijft drie verschillende fases, te weten groep 7/8, de transitieperiode van groep 8 naar de brugklas (inclusief vakantieperiode) en de middelbare school. De strategie sluit in elke fase aan op de eigenschappen en veranderingen waar de doelgroep op dat moment mee te maken krijgt.

Door in te spelen op deze fases kunnen wij optimaal de verschillende aangrijpingspunten benutten om zo het gewenste gedrag te bereiken: het niet bedienen van de smartphone tijdens het fietsen.



3. Het onderzoek

3.1 Aanpak

Met een combinatie van literatuuronderzoek en veldwerk hebben we rijke inzichten opgedaan in onze doelgroep en hun (doel)gedrag. Met het literatuuronderzoek achterhaalden we wat bekend is over smartphonegebruik door jongeren, zowel in het algemeen als op de fiets, en hebben we ons verdiept in de cognitieve ontwikkeling die de doelgroep doormaakt. Met het veldwerk onderzochten we de rol van de smartphone (op de fiets), de sociale omgeving en de transitie van de basis- naar de middelbare school. De bevindingen van het literatuuronderzoek zijn meegenomen in het opstellen van de vragen voor het veldwerk en vice versa. Het veldwerk bestond uit het observeren en bevragen van (fietsende) jongeren, het bezoeken van klassen en het interviewen van 12-jarige kinderen en hun ouders (keukentafelgesprekken). Een gedetailleerde beschrijving van de onderzoeksaanpak staat in bijlage 1.

De verzamelde inzichten uit het onderzoek zijn naast de gedragslenzen¹ gelegd en vertaald naar persona's. Persona's zijn fictieve profielen die een specifiek deel van de doelgroep vertegenwoordigen met overeenkomende interesses en eigenschappen (Stickdorn et al, 2011). Persona's hebben als doel om ruwe inzichten beter (be)grijpbaar te maken en worden veelal door designers gebruikt om zich in te leven in de doelgroep bij het ontwikkelen van een interventie.



Compensatiegedrag

Verschillende vormen van compensatiegedrag (bijv. langzamer fietsen of muziek luisteren met één oortje) voor smartphonegebruik op de fiets zijn geobserveerd (De Waard et al, 2010; Goldenbeld et al, 2012). Oudere fietsers vertonen over het algemeen meer compensatiegedrag dan jongeren (Goldenbeld et al, 2010).



Sociale omgeving

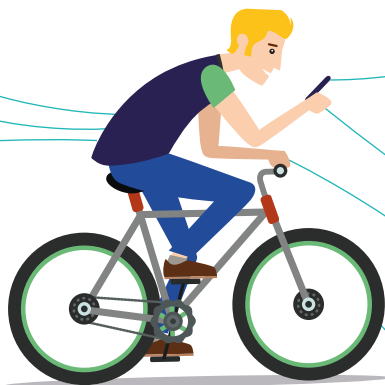
Jongeren hebben een constante behoefte aan contact met de buitenwereld. Sociale acceptatie en uitsluiting worden in de overgang van de basisschool naar de middelbare school steeds belangrijkere thema's (Youngworks, 2014).

¹De gedragslenzen helpen om scherper zicht op het gedrag van de doelgroep te krijgen. Met 5 sets vragen, ontwikkeld op basis van gedragswetenschappen, worden doelgroep en doelgedrag systematisch in kaart gebracht. Voor meer info, zie <http://touchpoints-hu.nl/toolkit/>.



Cognitieve veranderingen

Aandacht, concentratie en planmatig werken verbeteren. De doelgroep gaat meer argumenteren; neemt geen dingen meer klakkeloos aan. De doelgroep leert relativeren; komt er achter dat dingen niet overal gaan zoals thuis. Egocentrisme komt nadrukkelijker naar voren: ontwikkeling van het iedereen-kijkt-naar-mij-gevoel (imaginaire publiek) en er-is-niemand-zoals-ik gevoel (persoonlijke legende) (Kohnstamm, 2002).



Determinanten telefoongebruik op de fiets

- Sociodemografische factoren kunnen een rol spelen in smartphonegebruik op de fiets. Er bestaan verschillen tussen jongens en meisjes, tussen kinderen uit stad of dorp, en tussen hoge en lage SES (sociaal-economische status). De verschillen zijn niet dusdanig groot om op basis ervan een subdoelgroep te selecteren (Schroer, 2014).
- Hoe verder men fietst, hoe leuker en normaler telefoongebruik op de fiets wordt gevonden (Schroer, 2014). Mogelijke verklaring: over een lange afstand is het saai om je enkel met de rijtaak bezig te houden.
- Hoe meer fietservaring jongeren krijgen, hoe kleiner ze de kans op een fietsongeluk met de telefoon achten (Schroer, 2014). Risicoperceptie is ook afhankelijk van de beschikbaarheid en representativiteit van voorbeelden (Kohnstamm, 2002).



Regels

Er zijn regels over smartphonegebruik op school (bijv. inleveren of uitzetten) en thuis (bijv. over hoe lang/vaak, met wie en kosten). De regels veranderen met de leeftijd (Mijn Kind Online, 2012).



Telefoongebruik op de fiets

Er kan onderscheid gemaakt worden tussen telefoongedrag dat geïnitieerd wordt door de fietser zelf of door een ander (bijv. een bericht sturen vs. ontvangen en lezen).



Leeftijd

Telefoonbezit is leeftijdsafhankelijk. In Nederland had in 2011 24% van de 8-jarigen al een telefoon, tegenover 69% van de 11-jarigen (Stichting Mijn Kind Online, 2012). Het zelf betalen van telefoonkosten neemt ook met de leeftijd toe (Van der Schors et al, 2013).



Telefoongebruik

De telefoon wordt gebruikt voor uiteenlopende functies, waaronder bellen, appen, social media, muziek en spelletjes. Hoe de telefoon gebruikt wordt lijkt samen te hangen met het type abonnement of prepaid kaart.

“Omdat vrienden het doen, doe ik het ook”

“Als de straat rustig is, kan je even kijken”

“Dan pak je gewoon die telefoon en dan ga je even bellen, even appen onderweg”

“Op whatsapp wordt altijd gezegd of we uitval hebben”

Klasbezoek basis- en middelbare school

Belangrijkste bevindingen groep acht:

- Kinderen gaven aan vrijwel geen telefoon te gebruiken op de fiets, muziek luisteren uitgezonderd.
- Bij ‘gevaarlijk fietsen’ wordt er niet/nauwelijks gedacht aan smartphonegebruik op de fiets. Kinderen denken eerder aan het overtreden van de verkeersregels en trucjes op de fiets.

Belangrijkste bevindingen middelbare school:

- Er is een groot verschil zichtbaar in de ontwikkeling tussen de verschillende leerlingen. Zo gedroeg de ene leerling zich volwassener dan de andere leerling.
- In tegenstelling tot de kinderen in groep acht waren deze jongeren meer bezig met het ‘verhouden’ tot/vergelijken met elkaar. De jongeren schatten in waar zij zichzelf zouden moeten plaatsen door zichzelf te vergelijken met klasgenoten.



De klasbezoeken waren bedoeld om feeling te krijgen met de beleavingswereld van de doelgroep en de dynamiek binnen een klas.



In beide klassen is er een ‘lijnenspel’ gedaan. Op de grond werd een lijn getrokken met tape. Het begin en het einde van de lijn vertegenwoordigden bijvoorbeeld ‘veel’ of ‘weinig’. Aan de klas werden enkele vragen gesteld, bijvoorbeeld: “hoe vaak gebruik jij je telefoon? Kinderen werden gevraagd een positie op de lijn in te nemen die gelijk stond aan het antwoord, om vervolgens in gesprek te gaan.

Fietsen in Amersfoort

Belangrijkste bevindingen:

- Jongeren gaven aan dat alleen fietsen saaier is dan samen fietsen, waardoor de telefoon eerder wordt gebruikt wanneer ze alleen fietsen.
- Indien de jongeren (zonder wifi) internet hadden, was dit vaak prepaid, waardoor bijvoorbeeld WhatsAppen op de fiets niet zo snel gedaan werd. Muziek werd wel vaak beluisterd op de fiets.
- Op de fiets wordt wel eens gebruik gemaakt van voice messages in Whatsapp. Dat wordt als makkelijker ervaren dan een verhaal typen.



Tijdens het rondfietsen in Amersfoort zijn er 18 jongeren aangesproken over hun smartphonegebruik op de fiets in de leeftijd 12 tot 15 jaar, fietsend in groepjes van twee tot vier jongeren.

“Ik zit nooit op 3G, anders is het snel op”



“En omdat je vaker op de fiets gaat mis je het gevoel van vaker op je mobiel zitten”

💡 De keukentafelgesprekken waren bedoeld om diepgaand inzicht te krijgen in de rol van de smartphone in het leven van de doelgroep, de rol van de smartphone in relatie tot de fiets, de sociale omgeving en de aankomende transitie tussen basis- en middelbare school.

“Een jongen uit mijn klas die had met zijn zusje 24 apps aangemaakt”

💡 Voorafgaand aan het gesprek hebben zowel de kinderen als de ouders een zogeheten ‘sensitizer’ ontvangen. Deze werkboekjes dienden apart van elkaar ingevuld te worden door de ouder en het kind en hielpen de deelnemers om zich voor te bereiden voor het gesprek.

💡 De sensitizers bevatten vragen rondom de thema’s telefoongebruik, telefoongebruik op de fiets, sociale omgeving, verwachtingen van de middelbare school en de definitie van een veilige fietser.

“Nou, soms is het ook niet heel boeiend, bijvoorbeeld Instagram, dat heeft niet echt veel nut op je leven.”

“Ik zou misschien ‘m ook nog kunnen gebruiken voor een whatsappje, maar ja, daarvoor hoeft je geen 3g te kopen ofzo, want er zijn ook plekken waar je gewoon gratis wifi kan krijgen, dus.”

Keukentafelgesprekken

Belangrijkste bevindingen:

- De ondervraagde kinderen zitten over het algemeen nog niet vaak met hun telefoon op de fiets. Wij hoorden verschillende verklaringen hiervoor, waaronder: gebrek aan internet op telefoon (geen of beperkte bundel), zuinig zijn op de telefoon (niet meenemen vanwege angst hem te verliezen) of het gedrag afkeuren (het is onveilig en niet volgens de regels om met je telefoon te fietsen).
- De ouders zeiden vaak zelf niet het juiste voorbeeld te geven door zelf wel met de telefoon op de fiets te zitten.
- Het soort telefoongebruik verschilde tussen de jongeren sterk. Sommige kinderen waren vooral bezig met de sociale functies zoals Instagram, Snapchat, YouTube en groepschats, terwijl anderen de telefoon vooral gebruikten voor gamen en het nieuws lezen. Sommige kinderen volgden Vloggers, terwijl andere kinderen daar helemaal niets mee hadden. Bellen werd naar eigen zeggen vrij weinig gedaan.
- De kinderen zaten vaak in groepschats (bijv. van de klas en/of sport). De inhoud en intensiteit varieerde; soms functioneel (bijv. samen rijden naar sport), soms minder (bijv. ‘duizenden berichtjes op één avond’ bij de Voice of Holland).

“Nou ik kijk gewoon heel even op de voorpagina om te kijken wat ik binnen krijg, maar ik ben nooit zelf iets aan het sturen of zo.”

“Ik verveel me heel vaak en dan ga ik op mijn telefoon.”

Invloed verandert

Uit de pedagogische literatuur weten we dat leeftijdsgenoten een steeds belangrijkere rol krijgen, waardoor de rol van de ouder relatief kleiner wordt (Kohnstamm, 2002). Jongeren zetten zich in deze periode in toenemende mate af tegen gezag.

Norm

Er zijn verschillende manieren waarop ouders invloed kunnen uitoefenen op het smartphonegebruik van hun kinderen. Allereerst door hun voorbeeldrol; de manier waarop ze zelf met hun telefoon en de regels daaromtrent omgaan. Gedragsregels hebben doorgaans meer effect wanneer de ouders zich er zelf ook aan houden. Op deze manier laten ouders zien wat de norm volgens hen is (descriptieve norm). Als er duidelijke regels zijn kunnen kinderen hun ouders corrigeren als zij zich niet aan die regels houden, wat de norm verder kan bestendigen.

Nakomen regels

Verwant aan de norm is hoe ouders omgaan met het niet nakomen van de regels. Als hier consequent nadelige gevolgen op volgen, is de regel effectiever.

“Ik denk dat ik het snelste naar papa luister. [...] Omdat ik weet dat jij niet erg goede straf geeft.”

Aanschaf telefoon

Het aanschaffen van de telefoon kan gezien worden als een moment om regels te maken, al dan niet in samenspraak tussen ouder en kind.

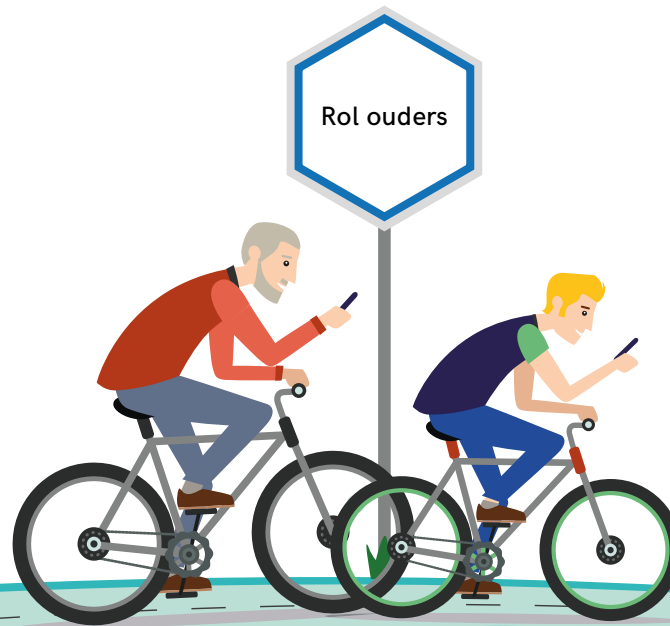
Type invloed

Uit de literatuur blijkt dat ouders met name belangrijk lijken voor maatschappijopvattingen, schoolkeuze en aspiraties, terwijl leeftijdsgenoten belangrijker zijn voor opvattingen over mode, muziek, taalgebruik en onderlinge omgangsvormen (Kohnstamm, 2002).

Schaamte

Een ander fenomeen dat optreedt bij deze leeftijdsgroep is dat zij zich hartgrondig kunnen schamen voor hun ouders. Dit hangt ermee samen dat zij in deze periode erg gevoelig zijn voor groepsdruk en vooral niet negatief willen opvallen (Hoekstra et al, 2013).

“Het kan dus echt niet dat je vader mee fietst. Hij mag niet komen als ik mijn lunch ben vergeten, en eigenlijk mogen mijn vriendinnen niet weten dat hij mijn vader is.”

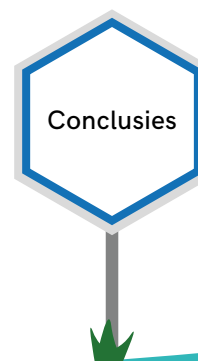


3.2 Conclusie: De belangrijkste gedragisdeterminanten

Uit het gecombineerde literatuur- en veldonderzoek kunnen we drie onderliggende gedragisdeterminanten identificeren die goede aanknopingspunten kunnen vormen voor interventiestrategieën. Die determinanten zijn:

1. **Rol van de ouders.** De invloed van ouders in deze leeftijdsfase neemt af en wordt steeds meer ingevuld door leeftijdsgenoten en andere rolmodellen. Dat betekent niet dat ouders geen invloed hebben op het telefoongebruik van hun kinderen (op de fiets), integendeel. Ten eerste vervullen zij een voorbeeldrol door de manier waarop ze zelf met hun telefoon omgaan. Ook bepalen zij, al dan niet in samenspraak met hun kind, de regels omtrent telefoongebruik en het handhaven daarvan. Tot slot kan ingespeeld worden op het feit dat jongeren zich hartgrondig kunnen schamen voor hun ouders.
2. **(Sociale) omgeving.** Ook de (sociale) omgeving is van invloed op het telefoongebruik van kinderen (op de fiets). Denk hierbij aan de fietsafstand, de constante behoefte aan contact met de buitenwereld, en de verschuiving van de invloed van ouders naar leeftijdsgenoten en andere rolmodellen. Jongeren in deze periode zijn erg gevoelig voor groepsdruk en willen vooral niet negatief afsteken: ze zijn beducht op kritiek en afwijzing door hun leeftijdsgenoten.

3. **Identiteit.** Bij jongeren van deze leeftijd speelt identiteitsvorming een grote rol. Er zijn verschillende veranderingen die optreden richting volwassenheid, zoals een toenemend vermogen tot aandacht, concentratie en planmatig werken, meer argumenteren, relativeren en meer egocentrisme. Het zelfbeeld is belangrijk, hoe jongeren denken dat ze overkomen bij anderen. Daarnaast kunnen onrealistische percepties van de werkelijkheid bestaan, bijvoorbeeld het iedereen-kijkt-naar-mij-gevoel en er-is-niemand-zoals-ik-gevoel.

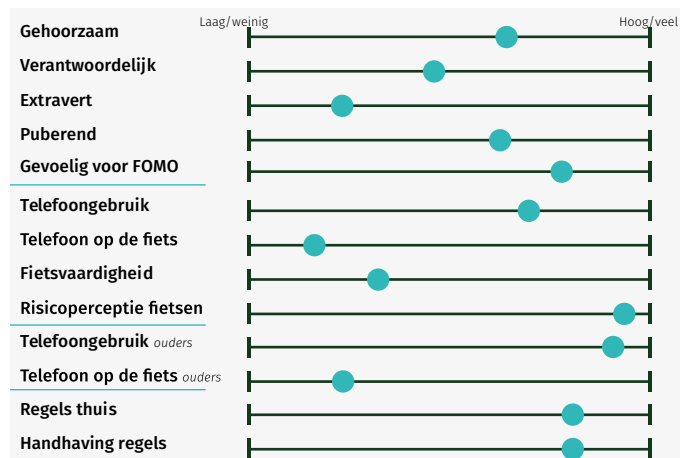


4. Persona ontwikkeling

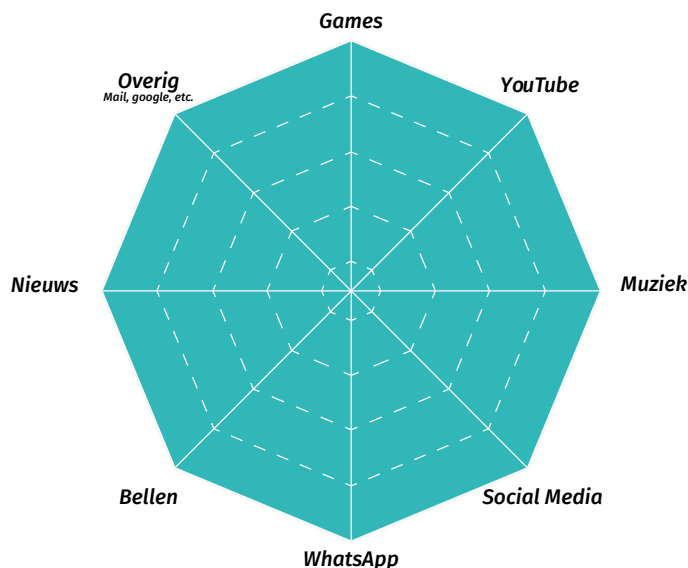
4.1 Van data naar persona

De eerste stap in de persona ontwikkeling (zie pagina 10) is het achterhalen van thema's die uit het onderzoek naar voren komen als relevant voor de doelgroep. De thema's in dit project zijn voortgekomen uit analyse van de transcripties van keukentafelgesprekken door het projectteam – eerst ieder voor zich en vervolgens in een gezamenlijke workshop –, aangevuld met inzichten vanuit literatuuronderzoek.

De thema's zijn gebruikt bij de ontwikkeling van vijf persona's die de diversiteit binnen de doelgroep weerspiegelen. Er zijn per thema meerdere assen opgesteld waarop persona's verschillend konden scoren. De volgende assen zijn gebruikt:



Om de verschillen in de doelgroep goed te kunnen vangen met de persona's, was het van belang om alle extremen op de assen terug te laten komen. Naast deze assen, is ook de diversiteit in telefoongebruik naar voren gebracht. Hiervoor is een 'spinnenweb' gemaakt van type telefoongebruik. De persona's zijn beschreven op basis van de citaten van de deelnemers van de keukentafelgesprekken.

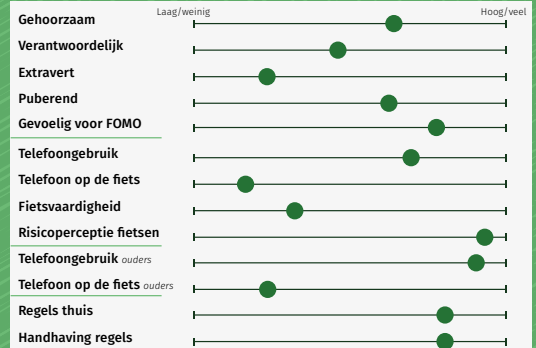


Tot slot hebben de persona's naast karaktereigenschappen ook een naam en een gezicht gekregen om ze echt tot leven te laten komen. De uitgewerkte persona's Kris, Lieke, Martijn, Nikki en Osman staan op de volgende bladzijdes.



Dit ben ik: Kris
 Leeftijd: 12 jaar
 Woonplaats: Houten
 Gezinssituatie: Broertje van 9
 Niveau middelbare school: Havo
 Zo lang fiets ik straks naar school: Half uur
 Type internet op telefoon: Alleen wifi

Kris valt niet heel erg op in de klas. Ze zoekt zelden de extremen op. Ze groeit vrij beschermd op in Houten en is wat zorgelijk aangelegd.



Kris over haar telefoon:

"Op schoolkamp mocht de telefoon niet mee. Ik dacht dat ik mezelf zou gaan vervelen zonder telefoon, maar dat viel uiteindelijk wel mee. De YouTube app vind ik het leukst. Instagram vind ik ook heel leuk, want dan volgen mensen je en krijg je likes. Ik doe mijn telefoon niet op stil op de fiets want stel je voor, iemand belt en er is iets heel ergs, dan wil ik gewoon op kunnen nemen."

Kris over telefoongebruik op de fiets:

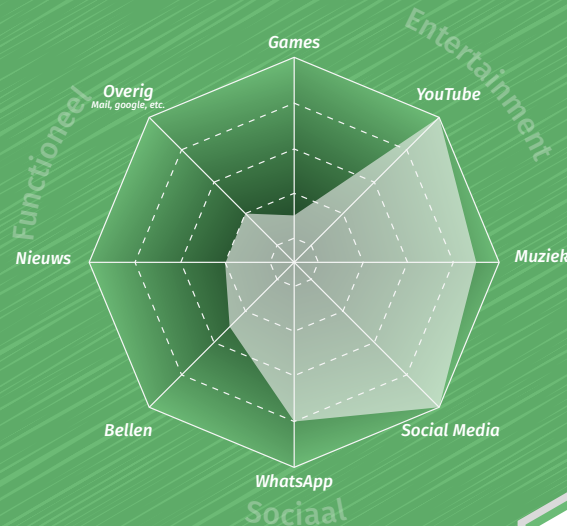
"Ik vind fietsen wel leuk, maar ik ben niet zo'n goede fietser. Je moet de hele tijd goed opletten en ik ben een keer hard gevallen. De 'coole' kinderen uit mijn klas gebruiken hun telefoon op de fiets, dat heb ik ook wel eens geprobeerd. Het was niet dat dat helemaal fout ging, maar ik dacht wel bij mezelf waarom doe ik dit eigenlijk want ik kan toch niet WhatsAppen omdat ik geen 3G heb."

Kris over de middelbare school:

"Ik ga na de zomer naar de middelbare school in Utrecht. Dat is wel spannend, ik ben er nog maar een paar keer geweest. Ik mocht er nooit alleen naartoe fietsen van mijn moeder, straks mag dat wel. Op de middelbare school ga ik denk ik wel mijn telefoon vaker gebruiken, ook omdat je meer huiswerk hebt en dan denk ik dat je vaak moet overleggen."

Ouder over Kris:

"We wonen in een dorp, dus hier is het over het algemeen ook redelijk rustig. Maar als je in de stad gaat fietsen is dat anders." Kris: "Dan luister ik geen muziek."



Hoe gebruikt Kris haar telefoon?

"Ik kijk Enzo Knol gewoon elke dag hoor. Op een bepaald tijdstip, omdat zijn nieuwe vlog dan komt."

"Ik heb het gevoel dat andere kinderen in de klas 24/7 op hun telefoon zitten. Zoveel berichten krijg ik van ze."

Moeder: "Ik vind het wel fijn om te weten dat ik haar kan bellen, of dat zij mij kan bellen als ze tegoed heeft."



Kris





Dit ben ik: Lieke
 Leeftijd: 12 jaar
 Woonplaats: Leusden
 Gezinsituatie: Tweelingzus
 Niveau middelbare school: Havo/Vwo
 Zo lang fiets ik straks naar school: Half uur
 Type internet op telefoon: Pre-paid en 3G

Lieke is een sociaal meisje met een vrij groot verantwoordelijkheidsgevoel. Ze gaat mee met trends, maar volgt die niet blind. Ze is geliefd bij zowel klasgenootjes, als bij ouders en leraren.

Lieke over haar telefoon:

"Ik gebruik mijn telefoon vooral om contact te houden met vriendinnen; WhatsApp, SnapChat, Instagram. Maar het is leuker om vriendinnen in het echt te zien. Soms maken we samen een video. Thuis zijn er niet veel regels, ik mag best wel veel, maar tijdens het eten mag ik echt niet op mijn mobiel. Dat begrijp ik ook wel."

Lieke over telefoongebruik op de fiets:

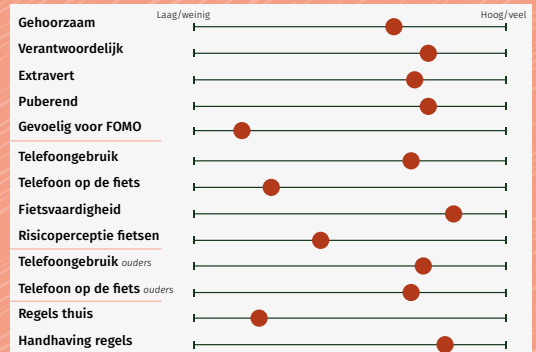
"Ik zie anderen weleens met de telefoon op de fiets. Als ze heel onhandig doen vind ik dat stom, maar als ze goed uitkijken dan kan het wel. Meestal kijken ze goed uit. Als ik op de fiets zit en mijn telefoon gaat, dan neem ik soms op en soms negeer ik het. Bij het stoplicht kijk ik wel eens op mijn telefoon, maar daarna doe ik hem weg."

Lieke over de middelbare school:

"Ik heb er zin in! Weer met nieuwe kinderen in de klas. Ik moet na de zomer een half uur fietsen naar school, dat is langer dan nu. Andere vriendinnen uit Leusden gaan naar dezelfde school, dus dan kunnen we samen fietsen. En omdat je vaker op de fiets gaat, mis je het gevoel dat je vaker op je mobiel kan zitten en ga je toch nog meer op je mobiel op de fiets omdat je thuis geen tijd hebt of omdat je veel met school bezig bent."

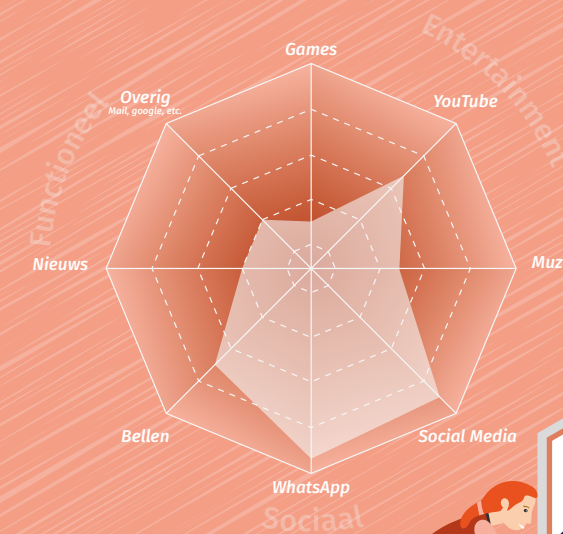
Ouder over Lieke:

Moeder: "Ik denk dat ik vaker dan Lieke met mijn telefoon op de fiets zit. Omdat zij wel opgevoed is met mobieltjes en ik niet, ben ik er veel lakser in."



"Als de straat rustig is kan je even kijken."

Moeder: "Ik denk dat kinderen veel meer iets hebben van "oh kijk die volwassenen dom bezig zijn met dat mobieltje", en dat ze daardoor de conclusie trekken van dat ga ik lekker niet doen."



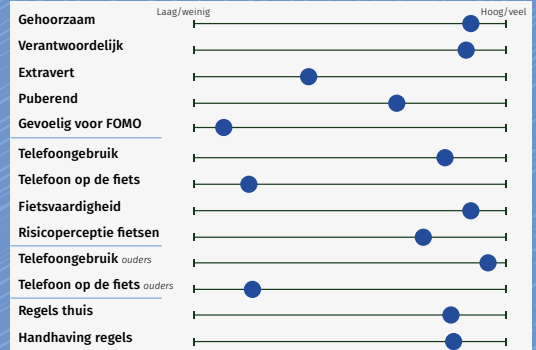
Hoe gebruikt Lieke haar telefoon?





Dit ben ik: Martijn
 Leeftijd: 12 jaar
 Woonplaats: Renswoude
 Gezinssituatie: Enkelkind
 Niveau middelbare school: gymnasium
 Zo lang fiets ik straks naar school: half uur
 Type internet op telefoon: Alleen wifi

Martijn is een slimme jongen die zich met serieuze zaken bezighoudt, zoals school en het nieuws. Hij heeft niet zo heel veel met social media. Hij vindt het fijn dat er regels zijn. Het is voor hem dan ook belangrijk om die te volgen.



Martijn over zijn telefoon:

"Ik heb gespaard voor een goede telefoon, dus ik ben er zuinig op. Ik luister muziek op mijn telefoon en ik volg er het nieuws mee. Met de klas hebben we wel een groepsapp, maar daar gaat het vaak helemaal niet over school, dus daar kijk ik niet echt op. Thuis mag mijn telefoon niet mee naar mijn eigen kamer. Dat vind ik wel goed, anders zou ik überhaupt niet gaan slapen. Ik gebruik hem vooral voor WhatsApp en de NOS app."

Martijn over telefoongebruik op de fiets:

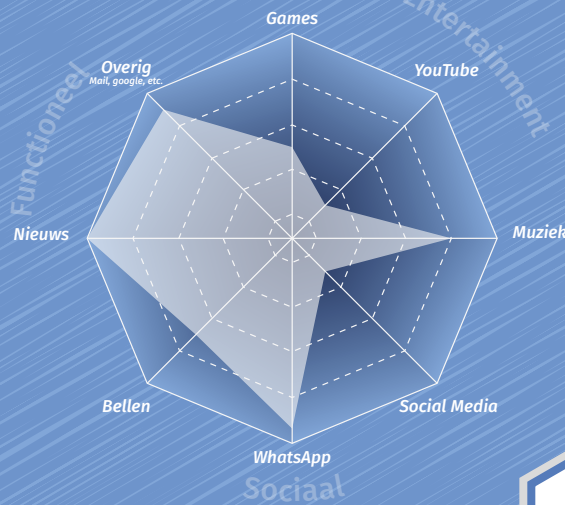
"Als je wilt bellen op de fiets dan vind ik dat je oordopjes in moet doen, maar ook dan kun je de rest niet goed horen. Ikzelf stop altijd als ik gebeld wordt, of ik laat het gewoon gaan. Ik vind het heel vervelend als mensen zich niet aan verkeersregels houden. Soms luister ik muziek op de fiets."

Martijn over de middelbare school:

"Ik denk dat ik meer ga WhatsAppen, omdat je elkaars hulp veel meer nodig hebt voor school. Ik heb wel zin in de middelbare, omdat we nieuwe vakken krijgen en ik verwacht dat het wat moeilijker is."

Ouder over Martijn:

Moeder: "We hebben altijd discussies over of ik wel mijn hand uitsteek. Ik zeg altijd dat ik dat doe, maar Martijn heeft wel heel vaak gezien dat ik het niet deed." Martijn: "Je doet het bijna nooit."



Hoe gebruikt Martijn zijn telefoon?

"Ik volg nul mensen op social media. Ik vind volgen echt zo van stalken en stalken is niet leuk."

"Ik zie gewoon dat ik bijna aangereden wordt, omdat ze me niet voor laten gaan. Ze zien me wel en dan denken ze: 'o, gewoon even doorrijden'. En dan denk ik: ben je nou blind, of weet je de verkeersregels niet?"



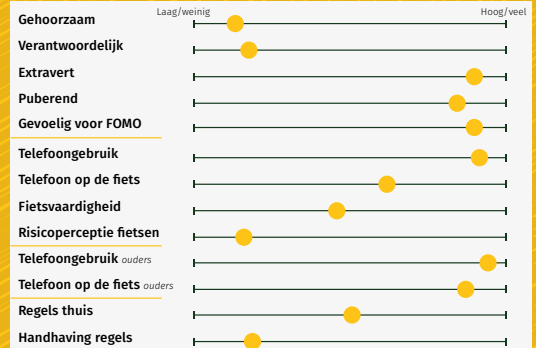
Martijn





Dit ben ik: Nikki
 Leeftijd: 12 jaar
 Woonplaats: Utrecht (stad)
 Gezinssituatie: broer (14), zus (16)
 Niveau middelbare school: VMO
 Zo lang fiets ik straks naar school: 15 minuten
 Type internet op telefoon: Pre-paid en 3g

Nikki is een echte puber. Ze wil 'er graag bij horen' en is erg beïnvloedbaar. Ze zoekt grenzen op. Regels worden standaard in twijfel getrokken.



Nikki over haar telefoon:

"Alle apps waar mijn vriendinnen ook op zitten, vind ik leuk. Instagram en Snapchat bijvoorbeeld, dan kan je zien wat je vriendinnen doen en elkaar iets sturen. Ik gebruik die apps wel vaak. Thuis zijn er wel regels, maar mijn ouders houden zich daar zelf niet eens aan, mijn moeder gebruikt haar telefoon ook de hele dag. Ze zitten gelukkig niet op Instagram en Snapchat."

Nikki over telefoongebruik op de fiets:

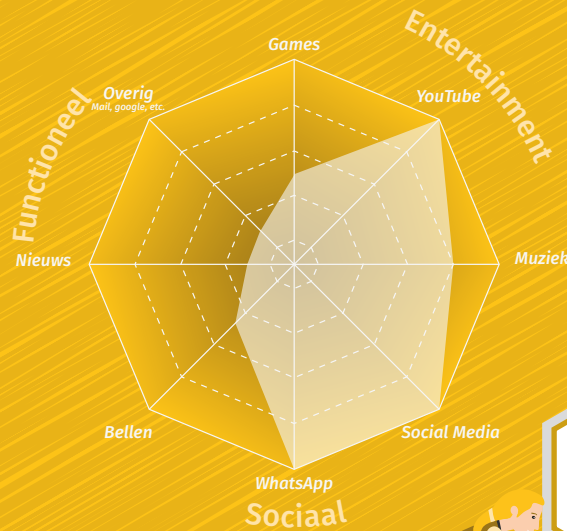
"Als ik met vriendinnen fiets, luisteren we samen vaak muziek. Alleen fietsen is saai. Ik vind stoplichten bijvoorbeeld heel lang duren, dus dan kijk ik sowieso op mijn mobiel. Mijn ouders zeggen dat de telefoon in de tas moet tijdens het fietsen, maar ik kan best opletten en typen tegelijk."

Nikki over de middelbare school:

"Als ik op de middelbare zit, krijg ik eindelijk een abonnement met internet in plaats van een prepaid kaart. Dan heb ik dus meer tegoe om Instagram en Snapchat te gebruiken en te WhatsAppen. Ik zie er wel tegenop om weer de jongste te zijn op school. Ik zou het ook echt gênant vinden als mijn ouders mij ophalen na school."

Ouder over Nikki:

Vader: "Nikki zal op de middelbare school een balans moeten vinden tussen afleiding en huiswerk. Op basis van wat we nu zien zou dat nog wel eens een worsteling kunnen worden."



Hoe gebruikt Nikki haar telefoon?

"Als ik mijn telefoon niet meer heb zou ik hem wel een beetje missen. Dat je eigenlijk niet meer online bent met WhatsApp en dat je hele belangrijke dingen kan missen die je niet weet."

"Als je blijft opletten op de fiets, is het niet gevaarlijk om je telefoon te gebruiken."

Nikki





Dit ben ik: Osman

Leeftijd: 12 jaar

Woonplaats: Amersfoort (stad)

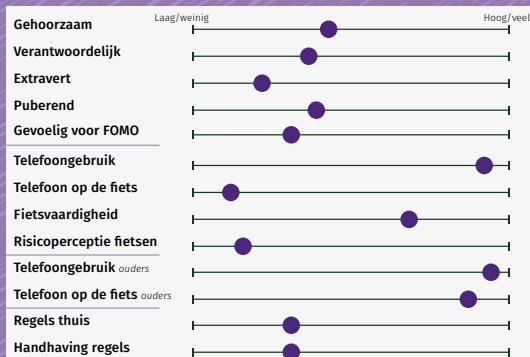
Gezinsituatie: Oudere broer (15)

Niveau middelbare school: KMBO

Zo lang fiets ik straks naar school: 15 minuten

Type internet op telefoon: Pre-paid en 3g

Osman is een introverte jongen die graag gamed. Hij heeft een paar goede vrienden en is niet gevoelig voor groepsdruk. Hij is van huis uit niet veel regels gewend en doet over het algemeen waar hij zelf zin in heeft.



Osman over zijn telefoon:

"Ik verveel me heel vaak en dan ga ik op mijn telefoon. Dan speel ik spelletjes, of kijk ik video's van Fifa. Ik heb wel WhatsApp voor vrienden, maar die groepschats van school zijn echt niet boeiend. Thuis mag ik altijd op mijn mobiel en daar heb ik wifi. Mijn ouders zitten ook vaak op de telefoon."

Osman over telefoongebruik op de fiets:

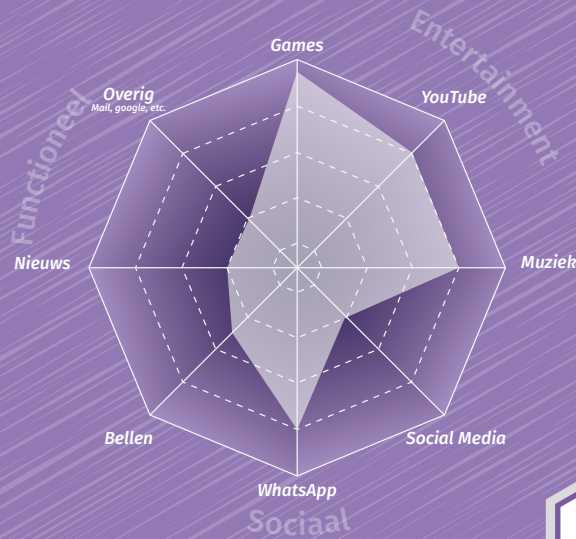
"Ik zit bijna nooit met mijn telefoon op de fiets want daar is mijn bundel te snel voor op. Ik luister wel vaak muziek op de fiets, anders is het saai. Ik zie wel eens andere mensen slingeren met de telefoon op de fiets, dan denk ik: 'als je een ongeluk krijgt, is het je eigen schuld.' Als ik gebeld word, neem ik wel gewoon op."

Osman over de middelbare school:

"De middelbare school is dichtbij. Ik heb er wel zin in. Mijn broer gaat naar dezelfde school en hij moet vaak pas laat beginnen. Hij zegt ook dat je je telefoon in de pauze mag gebruiken. Ik denk dat ik dan wel vaak ga gamen, Youtube'n en wel vaker ga WhatsAppen met vrienden."

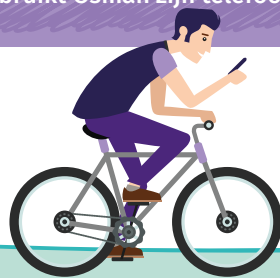
Ouder over Osman:

Moeder: "Osman heeft nu nog geen abonnement. Hij moet nog een beetje om leren gaan met het dataverbruik. Zeker omdat hij vaak zijn telefoon gebruikt, kan hij zo in de kosten zitten."



Hoe gebruikt Osman zijn telefoon?

Osman



4.2 Keuze van persona en doelgedrag

Samen met de Provincie Utrecht is ervoor gekozen de ontwikkeling van de interventie in eerste instantie te richten op de persona Nikki. Bij haar valt naar verwachting de meeste winst te behalen (in vergelijking met bijv. Osman of Martijn), omdat ze haar telefoon al veelvuldig gebruikt. Naar verwachting is Nikki het lastigst te bereiken met de bestaande interventies omdat ze rebels is, regels standaard in twijfel trekt en tegelijkertijd zeer gevoelig is voor sociale druk van vriendinnen. Het gekozen doelgedrag: het niet bedienen van de smartphone op de fiets. Het bedienen van de smartphone op de fiets leidt namelijk in grotere mate af van de rijtaak dan andere types smartphonegebruik (zoals muziek luisteren) op de fiets.

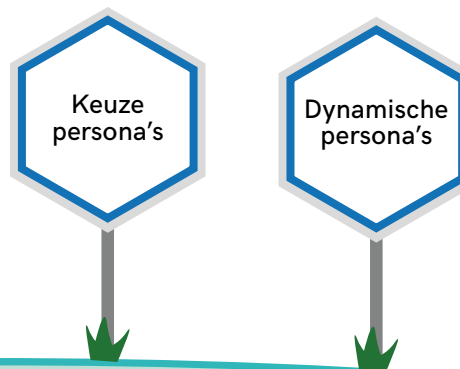
4.3 Dynamische persona's

Ons onderzoek maakte zeer duidelijk dat we te maken hebben met complexe problematiek. Basisschoolkinderen zoals Nikki staan op het punt veel veranderingen te ondergaan in hun leven. Niet alleen hun fysieke en sociale omgeving verandert, maar ook mentaal veranderen deze kinderen, waardoor ze op zoek gaan naar hun eigen identiteit en opgelegde regels veelal in twijfel gaan trekken.

Vanuit deze bevindingen moesten wij constateren dat persona's op 12-jarige leeftijd eigenlijk maar beperkt inzicht geven in de uiteindelijke doelgroep en het (doel)gedrag. Daarvoor zouden dynamische persona's gecreëerd moeten worden, die de overgang van 12-jarige naar 14-jarige beschrijven.

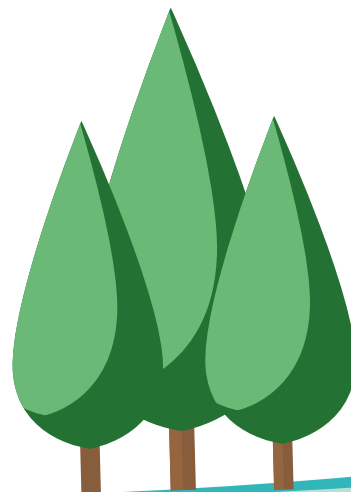
Masterclass Design & Innovation

Een Masterclass Design & Innovation op het Corderius College in Amersfoort (zie bijlage 2) gaf ons de mogelijkheid om 14-jarige kinderen zelf te laten onderzoeken hoe onze persona's zich zouden kunnen ontwikkelen en welke interventiestrategieën vervolgens zouden kunnen helpen om smartphonegebruik op de fiets te voorkomen bij deze persona's. Hoewel dit een interessante eerste aanzet is geweest, was het binnen het tijdsbestek en budget van dit project niet mogelijk deze route van dynamische persona's even grondig te onderzoeken. Meer kennis van de ontwikkelingen die de persona doormaakt is, ons inziens, van groot belang voor een succesvolle interventiestrategie.



4.4 Samengevat

We weten dus wel dát er grote veranderingen gaan plaatsvinden in de doelgroep, en ook ongeveer welke, maar nog niet precies hóe deze veranderingen tot uiting zullen komen in relatie tot smartphonegebruik op de fiets. Dit zal ook per persona verschillen. In hoofdstuk 3.2 (zie pagina 15) identificeerden we de drie belangrijkste gedragsdeterminanten, namelijk: de rol van de ouders, de (sociale) omgeving en de identiteit. Juist deze gedragsdeterminanten zijn naar verwachting aan sterke veranderingen onderhevig in de periode eind basisschool – begin middelbare school. De strategieontwikkeling is gebaseerd op de constatering dat de bovengenoemde determinanten gaan veranderen.



5. Strategieontwikkeling

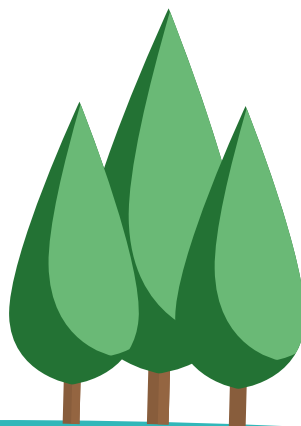
5.1 Gedragsorkestratie

De aanstaande veranderingen in het leven van Nikki, in combinatie met de constatering dat basisscholieren het probleemgedrag (smartphone bedienen op de fiets) nog niet in sterke mate vertonen, zorgen ervoor dat één enkele interventie tijdens de basisschooltijd naar verwachting zeer weinig invloed zal hebben op het toekomstig smartphonegebruik op de fiets. Zo kan het zijn dat datgene wat Nikki op de basisschool als 'normaal' of 'logisch' beschouwt, haar op de middelbare school niet meer aanspreekt of zelfs door haar wordt afgewezen. Dat neemt niet weg dat de basisschoolleeftijd een belangrijke periode is om te beginnen met een interventie. Het is echter belangrijk de interventie-effecten niet verloren te laten gaan, maar ze juist met behulp van nieuwe, doch herkenbare interventies, te versterken.

Wij verwachten dan ook dat het voorkomen van smartphonegebruik op de fiets door kinderen vraagt om een zogeheten gedragsorkestratie. Het idee van gedragsorkestratie is dat wanneer (verschillende) uitingen zorgvuldig op elkaar afgestemd worden over een bepaald tijdspad, een veel sterker effect bereikt kan worden dan wanneer telkens dezelfde boodschap herhaald wordt (Van der Lugt, 2016). Het is veel gemakkelijker om gedragsverandering te realiseren wanneer de hele context over een langere termijn wordt ingezet om een gedragsverandering te realiseren, of nieuw gedrag aan te leren.

Bij het ontwerpen van deze context hebben we rekening gehouden met de volgende onderdelen:

- **Eigenschappen van een fase:** Interventies dienen aan te sluiten bij de leef- en denkwereld van de doelgroep en zijn of haar omgeving op dat moment.
- **Hotspots:** Hotspots zijn de natuurlijke en logische momenten, situaties en locaties waar een interventie op aan zou kunnen haken. Hierbij kan gedacht worden aan bijvoorbeeld een schoolkamp, een musical, het bestellen van boeken voor de middelbare school, maar ook verkeerssituaties zoals het stilstaan bij een stoplicht.
- **Cross-mediale uitingen:** Met cross-mediale uitingen wordt gebruik gemaakt van verschillende communicatievormen en kanalen, die elkaar versterken in het bereiken van de gewenste gedragsverandering.



5.2 Interventiestrategie

Gezien de complexiteit van het probleem en de dynamiek van de doelgroep, stellen wij een meerjarige interventiestrategie voor die start in groep 7/8 en zich uitstrekt tot en met de eerste jaren van de middelbare school. Het doel van de strategie is om de jongeren stap voor stap, bewust en onbewust, te stimuleren om niet hun telefoon te bedienen tijdens het fietsen. Daarbij biedt de meerjarige interventiestrategie ruimte om in de toekomst uit te breiden naar andere doelgroepen.

Drie fases

De meerjarige strategie bestaat uit drie verschillende fases, te weten groep 7/8, de transitieperiode (eind groep 8, begin brugklas, inclusief vakantieperiode) en de middelbare school. De strategie is gebaseerd op de typische, gedragsbepalende eigenschappen van de doelgroep in elk van deze levensfasen en sluit zo veel als mogelijk aan bij de dagelijkse omgeving van de basisschool dan wel de middelbare school. Waar mogelijk zal gebruik gemaakt worden van al bestaande interventies, of worden deze benut om op voort te bouwen. Binnen iedere fase zijn er weer verschillende hotspots te benoemen waarvan gebruik gemaakt kan worden. Daarnaast is het van belang om in iedere fase gebruik te maken van cross-mediale uitingen om de doelgroep op zo veel mogelijk manieren te bereiken.

Met een dergelijke strategie (lange termijn-focus, gebruik maken van de gedragsbepalende kenmerken per fase, aansluiten bij verschillende hotspots, en een cross-mediale aanpak) wordt niet alleen de doelgroep zelf beïnvloed, Nikki in het bijzonder, maar ook de omgeving dusdanig ontworpen en benut dat het haar zal leiden naar het gewenste gedrag: het niet bedienen van de smartphone tijdens het fietsen.

Expertsessie

De interventiestrategie is voorgelegd aan een groep deskundigen tijdens een expertsessie, om onze bevindingen en ideeën te toetsen aan de hand van de kennis en ervaringen van de experts op het gebied van verkeer, gedrag en opvoeding/ontwikkeling. Een uitgebreide beschrijving van de expertsessie staat in bijlage 3. De expertsessie bevestigt de uitkomsten van ons onderzoek en laat zien dat de basis van de ontwikkelde strategie staat. Wel moet er nog kritisch gekeken worden naar de uitwerking ervan. De experts erkennen het belang van een strategie die inspeelt op een langere periode, inclusief de transitie van basisschool naar middelbare school. Hieronder staat een beschrijving per fase.

De strategie is ontleend aan de inzichten die zijn opgedaan tijdens het onderzoek. Deze strategie moet in dit stadium wel opgevat worden als een suggestie. Het testen en co-creëren van de voorgestelde strategie en bijbehorende interventies valt immers buiten de scope van dit project. We adviseren met klem genoemde richtingen te prototypen en in een kleinschalige pilot verder uit te werken. In het hoofdstuk aanbevelingen staat beschreven hoe een pilot zou kunnen worden ingericht en logisch kan aansluiten bij de aanpak die is gevolgd tijdens dit project.

INTERVENTIE

Fase 1: Groep 7/8



Fase 2: Transitieperiode



STRATEGIE

Fase 3: Middelbare school

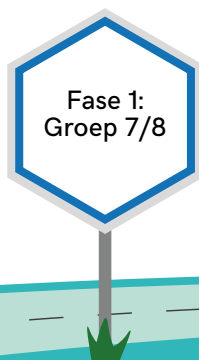


5.3 Fase 1: Groep 7/8

Doel

In de basisschoolleeftijd is deze groep, voordat ze gaan puberen, nog goed beïnvloedbaar. Ouders en docenten hebben nog maximaal invloed en het telefoongebruik is nog relatief beperkt. De regels worden vaak opgevolgd. Deze eerste fase wordt benut om kinderen bewust te maken van de gevaren van smartphonegebruik op de fiets en het leren van de juiste regels, omdat de doelgroep in deze fase het ongewenste gedrag nog maar weinig vertoont.

Tijdens deze fase wordt kennis overgedragen en geladen, door middel van emotioneren en associëren. Dat wil zeggen: positieve emoties worden gekoppeld aan het gewenste gedrag, het gewenste gedrag wordt geoefend en ongewenst gedrag wordt gesignaleerd, benoemd en besproken. Hiermee wordt een basis gelegd voor interventies in de volgende fases. Emoties hebben als belangrijk voordeel dat ze gedrag snel en moeiteloos kunnen sturen (CASI 3.0¹). Bovendien zijn mensen met weinig ervaring met het betreffende gedrag beter te beïnvloeden door middel van emotioneren en associëren, dan mensen die het gedrag al veel vertonen.



Randvoorwaarden van de fase

Focus op het individu in plaats van op de groep, omdat de samenstelling van de groep na de zomervakantie grotendeels gaat veranderen. De communicatie is positief van toon. Bij het creëren van bewustwording is vaak veel aandacht voor het ongewenste gedrag, terwijl jongeren gevoeliger zijn voor positieve dan voor negatieve prikkels (Hoekstra et al, 2013).

Hotspots

Naast de vele educatieve momenten waar op ingespeeld kan worden tijdens deze fase, zijn er ook veel momenten waarop 'onder toezicht' het gewenst gedrag kan worden vertoond, zoals het schoolkamp, het fietsexamen of een excursie op de fiets.

Interventierichtingen

Een langjarige campagne met een vertaling naar diverse doelgroepen dient als rode draad en wordt hier ingezet om een heldere boodschap te creëren, als 'fietsen doe je met focus' (framing). Door bijvoorbeeld het schoolkamp of de musical aan te grijpen als voorlichtingsmoment (entertainment education), VR-games of les van een ervaringsdeskundige wordt deze boodschap geladen en krijgt de boodschap in verschillende situaties meer betekenis. Er moet rekening gehouden worden met het feit dat angstaanjagende voorlichting averechts kan werken (Hoekstra et al, 2003).

De ouders van de kinderen worden indirect -via de kinderen- aangesproken en gestimuleerd het juiste voorbeeld te geven. Doordat de kinderen thuis komen met hun lessen en verhalen wordt de interpersoonlijke communicatie gestimuleerd.

¹<https://www.communicatierijk.nl/documenten/publicaties/2014/07/01/campagne-strategie-document-3.0>

5.4 Fase 2: Transitieperiode

Doel

De overgang van de basisschool naar de middelbare school betekent een belangrijke verandering in het leven van de puber. Deze periode is kansrijk, omdat jongeren ontvankelijker zijn voor normatieve beïnvloeding tijdens onzekere periodes, zoals de overgang naar de brugklas (Hoekstra et al, 2013). Tijdens deze fase verbinden we de doelstellingen van fase één met fase drie (het creëren van bewustwording en het creëren van een nieuwe norm) en ondersteunen we de doelgroep in het bereiken van het doelgedrag.

Randvoorwaarden van de fase

Tijdens deze fase is het belangrijk dat de interventies een voordeel voor de doelgroep bieden. In de huidige situatie ziet de doelgroep geen directe aanleiding om het gewenste gedrag te vertonen; interventies moeten dus bijdragen aan het creëren van die aanleiding. De focus tijdens deze fase ligt weer op het individu, omdat er geen vaste groep is waarbinnen de doelgroep zich begeeft. Verder is het belangrijk om het doelgedrag te faciliteren en zien we in deze fase een rol voor de ouders: door in te spelen op de verschillende hotspots waar ouders al een rol vervullen (bijv. boeken bestellen, een keer naar school fietsen), kunnen zij betrokken worden bij de interventie.

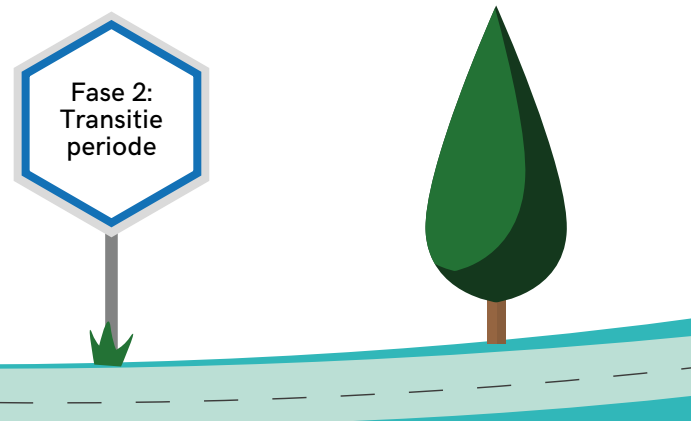
Hotspots

De fase wordt gekenmerkt door de vele voorbereidingsmomenten in de overgang naar de middelbare school. Tijdens deze fase kan ingespeeld kan worden op: introductiedagen, meeloopdagen, het bestellen van schoolboeken, de aanschaf van schoolspullen (bijv. Studiestore, Iddink en Van Dijk Educatie), de introductieperiode en het brugklaskamp.

Interventierichtingen

Voortzetten van de langjarige campagne, waarbij het accent ligt op het makkelijk maken van het vertonen van het nieuwe gedrag.

Het juiste gedrag kan worden 'uitgelokt' met stimulans nudges in de vorm van handige producten, bijv. een telefoonhouder die MB's spaart, een tas met oplader en een 'fiets veilig pakket'. Het installeren van de fietsmodus kan worden gefaciliteerd via schoolboekensites en eventuele aanschaf van een nieuwe fiets of telefoon kan worden benut om ouder en kind nog eens te attenderen op de fietsmodus of de telefoonhouder.



5.5 Fase 3: Middelbare school

Doel

De overgang naar middelbare markeert de overgang naar een nieuwe levensfase. Niet alleen verandert de fysieke en sociale omgeving ingrijpend, ook treedt de pubertijd in, waarmee veel vastigheden uit de kindertijd op losse schroeven komen te staan. Jongeren zijn in deze periode gevoeliger voor hun sociale omgeving en zijn bezig met het vormen van een eigen identiteit. Hier speelt het doel van deze fase, het beïnvloeden van de sociale norm, op in. Het is belangrijk dat interpersoonlijke communicatie gestimuleerd wordt met zowel de ouders als de peers.

Randvoorwaarden van de fase

Bij de totstandkoming van de interventies moet rekening gehouden worden met de volgende randvoorwaarden:

- Jongeren zijn in deze fase gevoelig voor normatieve beïnvloeding, onder voorwaarde dat de referentiepersoon of –groep de doelgroep daadwerkelijk aanspreekt. Met andere woorden, rolmodellen kunnen effectief zijn, mits ze aansprekend zijn voor Nikki (Hoekstra et al, 2013). Monitor de interpersoonlijke communicatie waar mogelijk en pas de communicatie daarop aan. De focus van interpersoonlijke communicatie wordt verlegd van ouders naar peers. Vanzelfsprekend betekent dit ook andere middelen en kanalen.
- Vermijd een belerende toon. Omdat jongeren in deze fase meer tegendraads gedrag vertonen, kan een ‘wijzende vinger’ een averechts effect hebben.

Hotspots

Het aantal voor de hand liggende hotspots waar op ingespeeld kan worden tijdens deze fase is kleiner dan in de vorige fase. De jongere maakt veelvuldig gebruik van magister¹, (sport)verenigingen, fietsroutes naar school, fietsverzamelpunten van scholieren en social media. Op school bieden mentorles en de directe omgeving van het gebouw aanknopingspunten voor interventies.

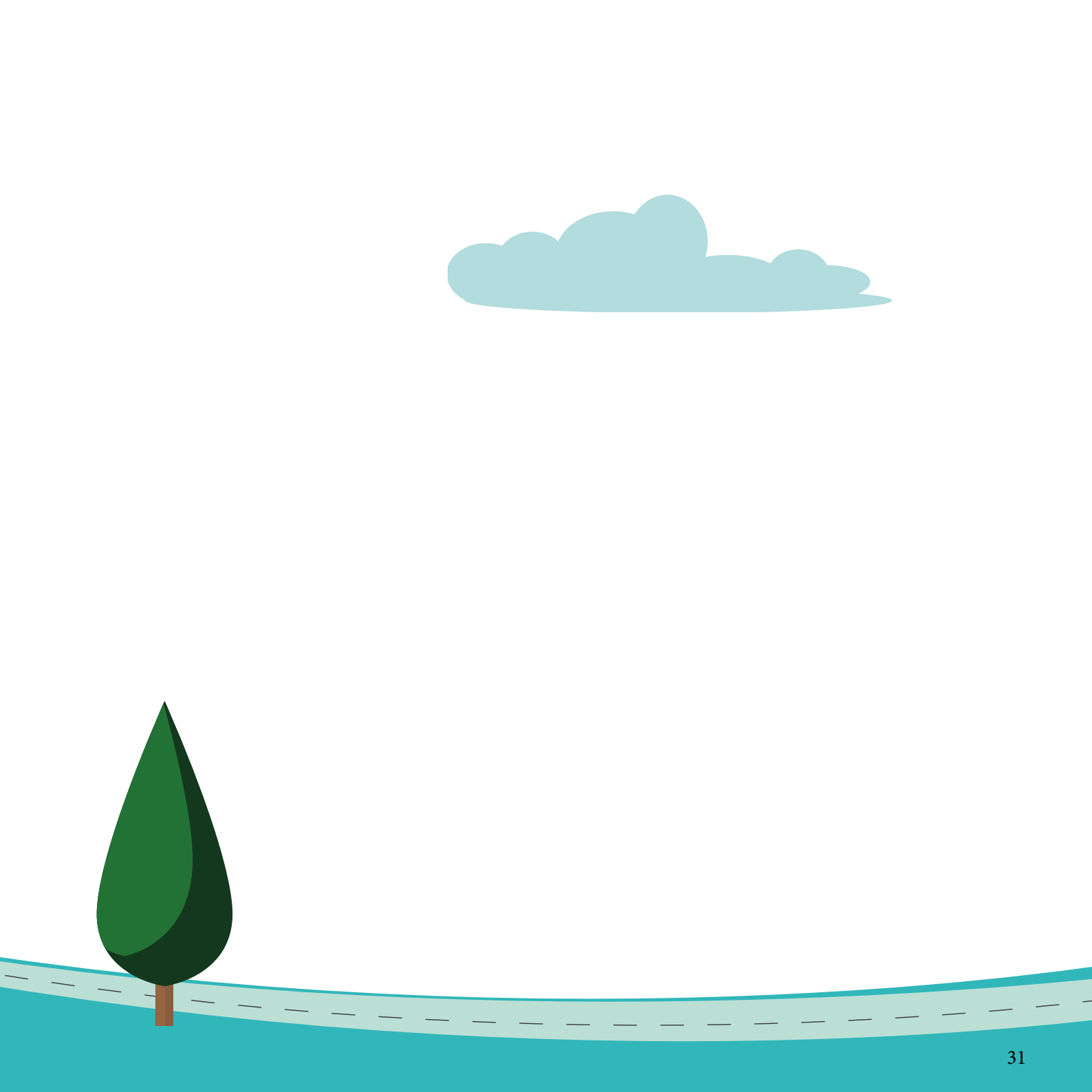
Interventierichtingen

De campagne die is ingezet op de basisschool, krijgt met een nieuwe toon en een andere boodschap een vervolg (minder de regels, meer de norm: telefoongebruik tijdens het fietsen is not done).

Rolmodellen worden ingezet om de normatieve boodschap over te brengen (bijv. een vlogger in de klas, populaire instagrammer als gezicht van een campagne). De groep wordt uitgedaagd om gezamenlijk een doel af te spreken (commitment) en het behalen van dit doel (met de groep) wordt beloond. Waar mogelijk wordt de identiteit van de jongere benut om de ouders aan te spreken op het verkeerde gedrag. Scholen en verenigingen kunnen zich, net als de klas, committeren aan de norm door een focus-school te zijn.



¹Administratiesysteem waar middelbare scholieren informatie over bijv. cijfers, huiswerk en roosters vinden.



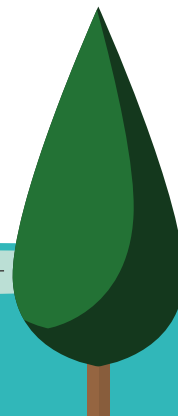
6. Aanbevelingen

6.1 Verbreden

In dit project lag de focus aanvankelijk op kinderen in het laatste jaar van de basisschool. Daarnaast hebben we met het literatuuronderzoek onderzocht hoe jongeren zich in de jaren daarna ontwikkelen, en is dit in het masterclasstraject op het Corderius College verder verkend. De rol van de ouder is ook meegenomen, met name tijdens de keukentafelgesprekken. De rol van andere stakeholders (bijv. docenten), die wel uitermate belangrijk zijn bij de implementatie van de interventiestrategie, is niet onderzocht. Daarnaast was er binnen dit onderzoek slechts ruimte om de kinderen op één tijdstip te interviewen. Het was interessant geweest om de doelgroep over een langere periode te volgen, gezien de meerjarige interventiestrategie die is voorgesteld, waarbij we de doelgroep willen bereiken gedurende een turbulente periode. Tot slot heeft de strategieontwikkeling zich beperkt tot alleen Nikki, het zou interessant zijn om ook grondiger naar de overige vier persona's te kijken. Voor vervolgonderzoek raden wij daarom aan om te kijken naar:

- **Het landschap van relevante stakeholders en organisaties:** wie zijn de stakeholders en waarom zouden zij iets aan dit probleem willen doen? Ouders, bestuurders en vrijwilligers bij verenigingen, gemeentes. Maar ook: fietshandelaren, ELO, telecomproviders, leveranciers, schoolboekleveranciers, ontwikkelaars van Fietsmodus, VVN, ANWB etc.

- **De doelen** die aan het in kaart brengen van de relevante organisaties ten grondslag liggen, zijn:
 - Inzicht in geschikte kanalen voor communicatie met doelgroep.
 - Inzicht in draagvlak onder stakeholders voor implementatie. Bij het ontwikkelen van interventies binnen de meerjarige strategie is het van belang om de verschillende stakeholders op één lijn te krijgen met hetzelfde doel voor ogen.
- **De doelgroep:** hoe ontwikkelt de doelgroep zich over een langere periode? Hoe ontwikkelen de vier overige persona's? De doelen die aan verder doelgroeponderzoek ten grondslag liggen, zijn:
 - Inzicht in veranderingen in persoonlijkheid, context, en smartphonegebruik (algemeen en op de fiets), met als resultaat het ontwikkelen van dynamische persona's.
 - Inzicht in de behoeften van de vier overige persona's: wat hebben zij nodig om het doelgedrag te vertonen?



6.2 Verdiepen

Het huidige project geeft een eerste aanzet tot de ontwikkeling van een interventiestrategie. Zoals in het onderzoeksvoorstel voor aanvang besproken, zijn aanvullende modules nodig voor de volledige uitwerking daarvan.

Concrete aanbevelingen voor de Provincie Utrecht richten zich binnen het kader van dit project om die reden nog op een verdere voorbereiding van de interventiestrategie. Wij zien verschillende concrete actiepunten voor 2017.

De voorgestelde, meerjarige interventie biedt ruimte om aan te haken bij bestaande interventies, een idee dat onderschreven werd door de experts tijdens de expertsessie. Door verbindingen te leggen maak je gebruik van bestaande investeringen en bovendien is het aannemelijk dat de boodschap sterker overkomt bij de doelgroep. Hierom raden wij aan een overzicht te maken van de huidige interventies en daarbij de volgende vragen te stellen:

- Hoe verhouden de bestaande interventies zich tot elkaar?
- Binnen welke fase kan de interventie het best plaatsvinden, passend binnen de eigenschappen en veranderingen van die fase?
- Op welke doelgroep richten de interventies zich? Hoe kan de bestaande interventie eventueel aangepast worden om beter bij Nikki aan te sluiten?

Om iets te kunnen zeggen over de (kosten)efficiëntie van de strategie is het raadzaam om de ideeën eerst te testen in pilot format. Belangrijke randvoorwaarden hierbij zijn dat de pilot uitgevoerd wordt in een omgeving waar jongeren zoals Nikki zich bevinden. Neem hierbij bijvoorbeeld opleidingsniveau mee in de overwegingen. Voor de eerste pilots achten wij het raadzaam om in fase 1, groep 7/8, te beginnen. Ideeën die zich goed lenen voor een pilot traject richten zich op het creëren van bewustwording. Concreet denken wij hierbij aan:

- Het onderwerp thuis bespreekbaar maken (bijv. het faciliteren van gesprekken tussen ouders en kinderen).
- Het beïnvloeden/bevestigen van risicoperceptie (bijv. ervaringsdeskundige in de klas).
- Het onderwerp actief behandelen in de klas, voordat de kinderen samen fietsen (bijv. een workshop voor het schoolkamp).

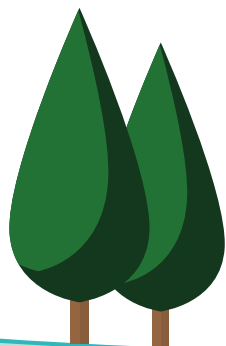


6.3 Testen

Naast verbredend en verdiepend vervolgonderzoek, zijn er voldoende aanknopingspunten om direct aan de slag te kunnen. De voorgestelde interventies zijn echter niet voorgelegd aan - of getest bij de doelgroep. Voordat de Provincie Utrecht op basis van deze rapportage een opdracht verstrekt om deze strategie uit te voeren, stellen wij voor deze in een kleinschalige pilot te testen op haar werking en werkelijk effect. Een pilot, waarin de lange termijn strategie als prototype wordt ontworpen, kan per deelinterventie op haar effectiviteit worden getest en bijgestuurd of aangepast. Daarnaast kan deze pilot uitstekend worden benut om het vervolgonderzoek te verrichten zoals beschreven in 6.1 en 6.2.

Het Corderius College in Amersfoort heeft inmiddels al aangegeven zeer geïnteresseerd te zijn in een vervolg op de masterclass serie zoals uitgevoerd dit najaar 2016. Wanneer naast het Corderius een tweetal basisscholen (waarvan jaarlijks een aanzienlijk aantal kinderen naar het Corderius gaan) worden betrokken kunnen de interventies gericht op fase 1 en fase 3 tegelijkertijd worden ontwikkeld en getest. Het masterclass-vak Design & Innovation kan in 2018 worden benut om in co-creatie met de tweede klassers een interventie gericht op het stimuleren van voorbeeldgedrag van ouders te bedenken en uit te werken. Een communicatiecampagne kan worden ontwikkeld en gedurende de pilot worden bijgewerkt. Op basis van de uitkomsten kan een grootschalige uitrol succesvol worden voorbereid.





7. Referenties

De Waard D., Schepers P., Ormel W., Brookhuis K. (2010). Mobile phone use while cycling: Incidence and effects on behaviour and safety, *Ergonomics*, 53:30-42.

Goldenbeld C., Houtenbos M., Ehlers E. (2010). Gebruik van draagbare media-apparatuur en mobiele telefoons tijdens het fietsen: resultaten van een grootschalige internetenquête. SWOV, Leidschendam. Rapportnummer: R-2010-5. Tweede, gewijzigde druk.

Goldenbeld C., Houtenbos M., Ehlers E., De Waard D. (2012). The use and risk of portable electronic devices while cycling among different age groups. *Journal of safety research*, 43:1-8.

Hoekstra A.T.G., Twisk D.A.M., Stelling A., Houtenbos M. (2013). Gebruik van mobiele apparatuur door fietsende jongeren: bouwstenen voor effectieve maatregelen. SWOV, Leidschendam. Rapportnummer: R-2013-12.

Kohnstamm R. (2002). Kleine ontwikkelingspsychologie III: de adolescentie. Bohn Stafleu Van Loghum, Houten. Tweede druk.

Mijn Kind Online en Digivaardig & Digiveilig (2012). Hey, what's app?

Schroer E. (2014). Smart Fietsen: Een onderzoek naar de vraag hoe fietsende jongeren hun telefoon gebruiken en waar verandermogelijkheden liggen. Regionaal Orgaan Verkeersveiligheid Friesland / Stichting Responsible Young Drivers.

Stickdorn M., Schneider J. (2011). This Is Service Design Thinking: Basics - Tools – Cases. BIS Publishers.

Van der Lugt R. Blog 14 januari 2016. Orkestratie: het zorgvuldig afstemmen van het gehele pad van gedragverandering. URL: <http://touchpoints-hu.nl/orkestratie-het-zorgvuldig-afstemmen-van-het-gehele-pad-van-gedragverandering/>

Van der Schors A., Madern T., Van der Werf M. (2013). Nibud Scholierenonderzoek 2012–2013. Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting, Utrecht.

Youngworks (2014). Eindrapport jongeren en telefoonkosten. In opdracht van 'Stichting weet wat je besteedt'.



Bijlage 1: Beschrijving onderzoek

De eerste fase van het project had als doel om inzicht te krijgen in de doelgroep en het (doel)gedrag. Dit is gedaan door zowel literatuuronderzoek als veldwerk. Met deze twee activiteiten hebben we op een iteratieve manier inzichten opgedaan. De bevindingen van het literatuuronderzoek zijn meegenomen in het opstellen van de vragen voor het veldwerk en vice versa. In zowel het literatuuronderzoek als het veldwerk lag de focus op kinderen in het laatste jaar van de basisschool. De mogelijke rol van ouders is expliciet meegenomen in het veldwerk, door kinderen en ouders samen te interviewen. In overleg met de opdrachtgever is er voor gekozen om het veldwerk te richten op Amersfoort.

Literatuuronderzoek

De onderzoeksvragen voor het literatuuronderzoek waren:

1. Wat is er bekend over smartphonegebruik in het algemeen bij de doelgroep?
2. Wat is er bekend over smartphonegebruik op de fiets bij de doelgroep?
3. Welke verschillen zijn er te onderscheiden binnen deze doelgroep (bijv. verschil tussen jongens/meisjes, stad/dorp en lage/hogere SES)?
4. Wat is er bekend over de cognitieve ontwikkeling van kinderen in deze leeftijdsfase?

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen hebben we wetenschappelijke en grijze literatuur¹ bestudeerd. Er bleek nog relatief weinig bekend bij kinderen jonger dan 12 jaar over smartphonegebruik in het algemeen en smartphonegebruik op de fiets. De meeste onderzoeken richten zich op kinderen vanaf 12 jaar. Ook vonden we dat enkele onderzoeken niet meer de juiste weerspiegeling waren van de werkelijkheid: de ontwikkeling van de smartphone gaat snel, waardoor literatuur van enkele jaren geleden al achterhaald is. Met het literatuuronderzoek is daardoor beperkt inzicht gekregen in het actuele smartphonegebruik in het algemeen en op de fiets bij de doelgroep. Mede door ons te verdiepen in literatuur in de leeftijdsgroep vanaf 12 jaar, heeft het literatuuronderzoek ons input gegeven voor topics die kunnen spelen bij de doelgroep, waar verder naar gekeken moest worden in het veldwerk en waar rekening mee moest worden gehouden in de persona ontwikkeling.

Veldonderzoek

De onderzoeksvragen voor het veldwerk waren:

1. Wat is de rol van de smartphone in het algemeen voor de doelgroep?
2. Wat is de rol van de smartphone in relatie tot de fiets bij de doelgroep?
3. Hoe ziet de sociale omgeving van de doelgroep eruit (vrienden, familie, leraren)?
4. Hoe ziet de transitie tussen basis- en middelbare school eruit?

¹Publicaties die niet goed in bibliografieën zijn terug te vinden (zoals rapporten, werkdocumenten, 'interne' documenten, scripties, populair-wetenschappelijk werk en krantenartikelen), maar wel zeer waardevol kunnen zijn.

Om antwoord te verkrijgen op deze vragen, hebben we de volgende activiteiten uitgevoerd:

- Fietsen in Amersfoort
- Klasbezoeken
- Keukentafelgesprekken

Fietsen in Amersfoort

Deze activiteit was een eerste oriëntatie op de doelgroep en hun gedrag m.b.t. smartphonegebruik op de fiets. We hebben rondgefietst in Amersfoort. Daar hebben we jongeren aangesproken en ze gevraagd naar hun smartphonegebruik op de fiets. Op die manier hebben we jongeren gesproken in de leeftijd 12 tot 15 jaar, fietsend in groepjes van twee tot vier jongeren. Na 18 jongeren te hebben gesproken, leken we geen nieuwe dingen meer te horen en zijn we vanwege deze verzadiging gestopt. Het resultaat van deze activiteit was een eerste feeling met de doelgroep en met de rol van de smartphone op fiets. De input van jongeren is gebruikt bij het vormgeven van het literatuuronderzoek, de klasbezoeken en de keukentafelgesprekken.

Klasbezig basis- en middelbare school

De klasbezoeken waren bedoeld om feeling te krijgen met de belevingswereld van de doelgroep en de dynamiek binnen een klas. Er is bewust gekozen voor een klasbezoek op de basisschool en een klasbezoek op de middelbare school (brugklas), om inzicht te krijgen in die verschillende momenten in het leven van een tiener.

Via bestaande connecties van het projectteam konden we de klasbezoeken op korte termijn realiseren bij twee scholen in Amersfoort. In beide klassen is er een 'lijnenspel' gedaan. Op de grond werd een lijn getrokken met tape. Het begin en het einde van de lijn vertegenwoordigden elk een uiterste (bijv. 'veel' of 'weinig'). Aan de klas werden enkele vragen gesteld, bijvoorbeeld: 'hoe vaak gebruik jij je telefoon?'. Kinderen werden gevraagd een positie op de lijn in te nemen die gelijk stond aan het antwoord. Er werd vervolgens doorgevraagd om inzicht te krijgen waarom iemand op een bepaalde plek op de lijn stond.

Verder is er op de basisschool een mini-debat gevoerd waarbij kinderen in gesprek met elkaar gingen over waarom telefoongebruik op de fiets wel of niet gevaarlijk is. Bij dit mini-debat werd de vraag gesteld 'is telefoongebruik op de fiets gevaarlijk?' Kinderen mochten aangeven voor of tegen te zijn. Twee kinderen werden vervolgens uitgekozen om argumenten te geven waarom het wel of niet gevaarlijk was.



Keukentafelgesprekken

De keukentafelgesprekken waren bedoeld om diepgaand inzicht te krijgen in de rol van de smartphone in het leven van de doelgroep, de rol van de smartphone in relatie tot de fiets, de sociale omgeving en de aankomende transitie van basis- naar middelbare school. Er is gekozen om de interviews samen met een ouder te doen, om op die manier ook inzicht te krijgen in de (voorbeeld)rol van de ouder.

De interviewvragen waren opgesteld met behulp van de bevindingen uit het eerdere veldwerk en het literatuuronderzoek. Belangrijke thema's die besproken zijn tijdens de interviews, zijn: sociale omgeving (kind), smartphonegebruik algemeen (ouder en kind), smartphonegebruik op de fiets (ouder en kind), regels met betrekking tot smartphonegebruik, fietsvaardigheid (ouder en kind) en overgang naar middelbare school.

In totaal zijn er acht interviews gehouden, in Amersfoort en omgeving. Kinderen zijn geworven via contacten van de projectgroep. De geworven deelnemers zaten allen in groep 8 en waren 12 jaar oud. Ze verschilden van elkaar in o.a. geslacht, toekomstige middelbare school en toekomstig opleidingsniveau. In zes van de gesprekken nam de moeder deel aan het interview, in één gesprek de vader en in één gesprek waren beide ouders aanwezig.

Voorafgaand aan het gesprek hebben zowel de kinderen als de ouders een zogeheten sensitizer ontvangen. Enkele pagina's van de sensitizer zijn hiernaast afgebeeld. Deze werkboekjes dienden apart van elkaar ingevuld te worden door de ouder en het kind en hielpen de deelnemers om zich voor te bereiden voor het gesprek. De werkboekjes bevatten vragen rondom de thema's telefoongebruik, telefoongebruik op de fiets en definitie veilige fietser. Het boekje voor het kind bestond daarnaast ook uit vragen over de sociale omgeving en de verwachtingen van de middelbare school. Het boekje voor de ouder bevatte nog een vraag over de plannen ter voorbereiding van de transitie naar de middelbare school. De werkboekjes vormden, ondersteund door een aansluitende interviewgids, de leidraad voor de interviews.



...je gebruik maken van de stickers.

...niet te lange tijd met fietsen

...rijden is beter dan aan 't stuur is gewoeliken

...slechte fietser

...mag niet op 'n telefoon!

...oortjes in de oorren luisteren in de stad is gevaarlijk

Stap 2: Geef me...

Waarom staat j...

meuten af. Ik...

Stap 3: Geef me...

Waarom staat h...

Went. Sam...

Stap 1. Teken in de telefoon de apps die je het meest gebruikt.

WhatsApp, Insta gram, YouTube, Clash Royale, gmail, telefoon, notitie, Camera, galerij, Chrome

AFSPRAKEN/REGELS

Stap 3. Wat zijn de belangrijkste regels en afspraken rondom het gebruik van de smartphone bij jullie?

Regels rondom: Hoe lang? Wanneer wel en wanneer niet na het avondeten, als ik uit school kom de lunch, niet na de kopje thee, en het avondeten

Regels rondom: Geld & kosten van je smartphone: ik mobiel niet zelf te betalen, maar ik wel mijn eigen beltegoed betaal

Regels rondom: Wat mag je wel en niet doen met de smartphone? Ik mag heel veel web, maar ik geld uitgeven aan bijv. gokspelletjes

Stap 4: Geef met een stip op de volgende lijntjes aan v...

Hoe streng zijn je ouders (in vergelijking) met andere smartphones?

Niet streng ← →

Hoeveel zit jij op je telefoon in vergelijking met je vrienden?

Heel weinig ← →

DE MIDDELBARE SCHOOL

Stap 1. Waar moet je aan denken als je aan de middelbare school denkt?

merk de woorden die je het meest aanspreken. Kies er zo veel als je wil.

Pubertijd, Grote school, Leuk, Cool, Spannend, Facebook, Pesten, Verlieft, Middelbare, Whatsapp, Stoer, Chillen, Volwassen, Kinderachtig

Hier verheug ik me op: meer vrienden

2. Waar denk je nog meer aan als je gaat naar de middelbare school? Waar verheug je je op? Wat gaat er veranderen?

hoe laat ben je uit?, onvoldoendes, Toelating, Nieuwe vrienden, Vlogs, Instagram, Vet, Schoolspullen, Eerste uur vrij, zenuwachtig, Ver fietsen, Kamp, Snapchat, school, Musical, Huiswerk, Stoer, Klein, Nieuwe klas, Brugklas, Schoolfeest, Toetsen, Klas, Stress, Nerd, pauze

Dit vind ik spannend: de eerste schooldag

Dit gaat er veranderen: veel meer huiswerk

Bijlage 2: Masterclass Corderius College

De gelegenheid deed zich voor om tijdens de masterclass Design & Innovation op het Corderius College in Amersfoort jongeren om input te vragen voor dit project^{1,2,3}. De masterclass werd gegeven aan ±30 tweedejaars Gymnasium scholieren en duurde drie maanden.

De masterclass was geen onderdeel van het huidige project, maar in overleg met de opdrachtgever, hebben we deze kans aangegrepen om meer zicht te krijgen op de ontwikkeling van onze persona's na de transitie naar de middelbare school. We hebben de scholieren de volgende vragen gesteld:

- Hoe zouden onze persona's veranderen qua persoon en qua smartphonegedrag (zowel algemeen als op de fiets)?
- Welke interventies kunnen de persona op middelbare schoolleeftijd helpen om de smartphone niet te bedienen op de fiets?

Om antwoord te geven op deze vragen, hebben de scholieren interviews gehouden met scholieren van andere klassen die ze 'herkenden' in de persona's. Daarbij zijn alle persona's gebruikt die wij hebben ontwikkeld. Ze hebben vervolgens onze persona's twee jaar later beschreven, hun journey in kaart gebracht en mogelijke interventies uitgedacht. Voorgestelde interventies waren:

- MB's sparen als beloning voor het niet gebruiken van de mobiel;
- Een fietskluis (met oplader) waardoor je niet bij je telefoon kunt;
- Een leuk stoplicht tegen verveling;
- Een bewegende weg tegen verveling;
- Een weerbaarheidstraining tegen groepsdruk.



¹<https://www.provincie-utrecht.nl/actueel/nieuwsberichten/@314293/amersfoortse-leerlingen-ideeen-tegengaan-smartphonegebruik-verkeer/>

²<https://www.rtvutrecht.nl/nieuws/1541001/amersfoortse-scholieren-in-actie-tegen-smartphone-op-de-fiets.html>

³<http://husite.nl/blogpublab/smartphonegebruik/>

Bijlage 3: Expertessie

De voorlopige resultaten van het gehele project zijn in deze laatste fase van het project besproken met een groep experts tijdens een zogeheten expertessie. De expertessie had als doel: onze bevindingen en ideeën voor de interventiestrategie te toetsen aan de hand van de kennis en ervaringen van de experts op het gebied van verkeer, gedrag en opvoeding/ontwikkeling. De aanwezige experts waren:

- Divera Twisk (SWOV, coördinator Fietsonderzoek)
- Winneke van der Schuur (UVA, promovendus bij programmagroep 'Youth & Media Entertainment')
- Gerard Tertoolen (Verkeerspsycholoog)

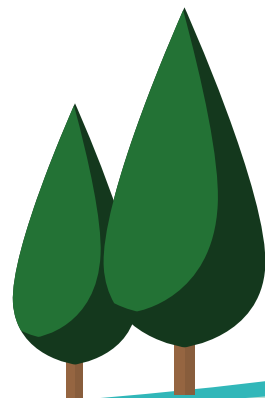
De experts zijn geselecteerd en uitgenodigd in overleg met de opdrachtgever. De opdrachtgevers Johan Wyma en Charlotte Daalderop waren zelf ook aanwezig bij de expertessie, alsmede de projectleden van 'Fietsen met Focus'. In totaal namen elf personen deel aan de discussie.

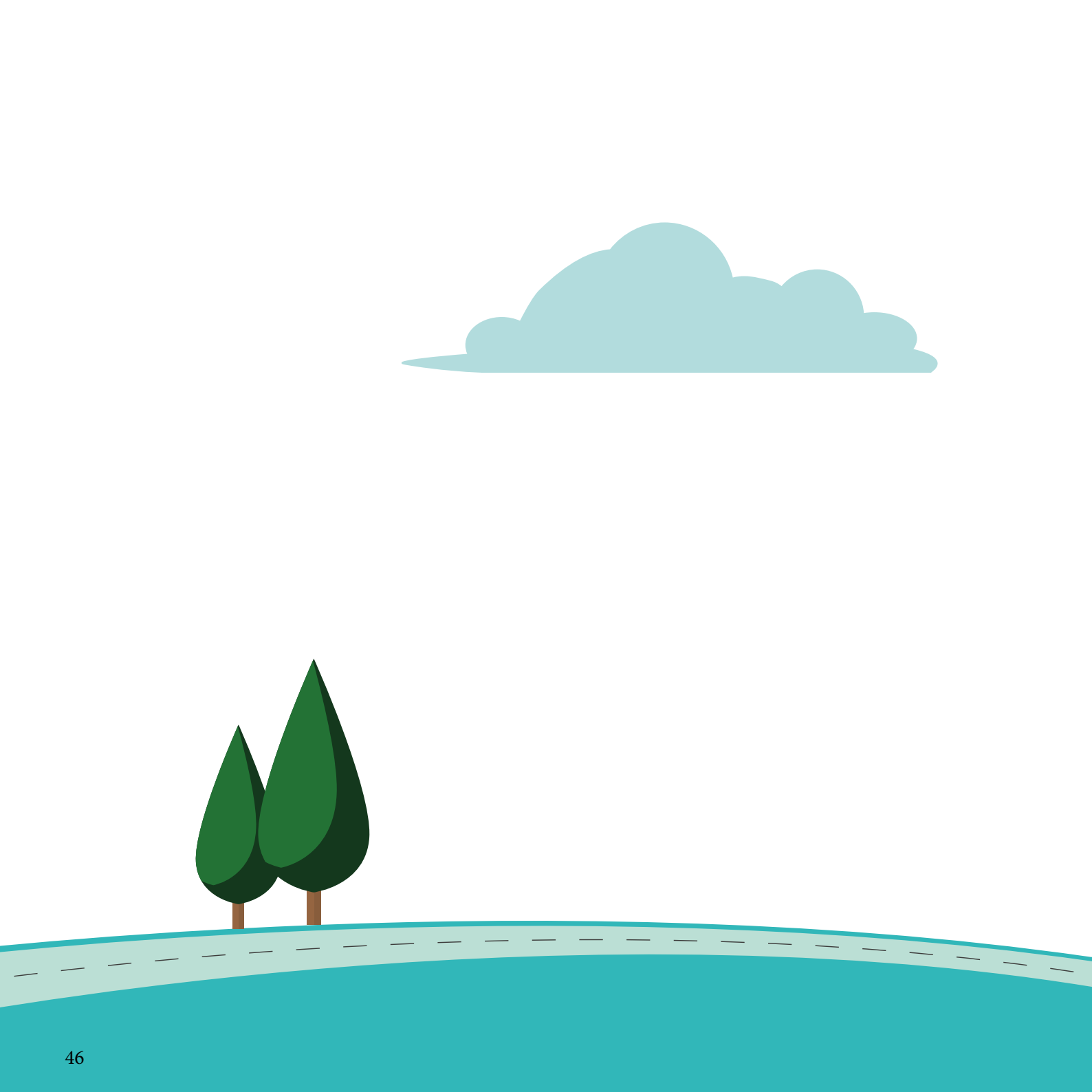
De expertessie heeft de volgende inzichten opgeleverd:

- De experts erkennen het belang van een strategie die inspeelt op een langer periode, inclusief de transitie van basisschool naar middelbare school.
- Het uitgangspunt om alles met elkaar te verbinden, inclusief dat wat al bestaat, wordt mooi gevonden. Er is al zoveel geïnvesteerd in interventies, het zou zonde zijn als we deze niet zouden benutten.

- De experts bevestigen dat het creëren van een nieuwe norm een enorme uitdaging is en benoemen een aantal randvoorwaarden:
 - Zorg dat je werkt met personen of programma's die aansprekend zijn voor de doelgroep én geloofwaardig zijn (zelf niet het ongewenste gedrag vertoont).
 - Zorg ervoor dat ouders zich bewust zijn van hun voorbeeldrol.
- De experts waarschuwen dat de oplossing niet erger moet zijn dan de kwaal. Als voorbeeld noemden ze het amuseren van mensen op de weg. Dat werkt wellicht tegen verveling, maar voor de veiligheid zijn wegen doelbewust simpel gemaakt.
- Focus in het huidige onderzoek lag op belevingswereld van de doelgroep. Bij de ontwikkeling en implementatie van interventies moet ook rekening gehouden worden met het landschap van organisaties.

De expertessie laat zien dat de basis van de ontwikkelde strategie staat, maar dat er nog kritisch gekeken moet worden naar de uitwerking daarvan. Er zijn vele kansen en mogelijkheden voor interventies besproken (zoals weerbaarheidstraining, betrekken van ouders en samen fietsen stimuleren) en de noodzaak van pilot testen is besproken.





Colofon

Fietsen met Focus

Onderzoeksproject in opdracht van Provincie Utrecht

Hogeschool Utrecht – Lectoraat Crossmediale
Communicatie in het Publieke Domein, in samenwerking
met Ideate en Innovatiestudio Moorgen

Auteurs

Sandra Bukman, Liedewij Vogelzang, Renske Bouwknecht,
Amber Ronteltap, Karen Hilhorst, Hugo Ward

Eindredactie

Karen Hilhorst en Amber Ronteltap

Vormgeving

Innovatiestudio Moorgen - Utrecht
Ideate - Amersfoort

Mocht u vragen hebben over dit onderzoek, neem dan
gerust contact op met karen.hilhorst@hu.nl, projectleider.

© Hogeschool Utrecht
November 2016

