

Slim vooruit

Effectief informeren, communiceren en opleiden voor een verkeersveiliger Nederland in 2020-2030

Context en status document

Dit document is het product van een kleine werkgroep van leden van verschillende overheden en maatschappelijke organisaties (zie bijlage 2). Zij hebben in een aantal werksessies in februari en maart 2018 gezamenlijk gewerkt aan de visie in dit document.

De input voor dit document werd gevormd door een eerste inventarisatie van oplossingsrichtingen op het gebied van Informatie, Communicatie en Educatie uit vier bouwsteenwerkgroepen (zie een clustering hiervan in bijlage 1). Op basis hiervan heeft deze werkgroep een advies opgesteld voor de schrijvers van het Strategisch Plan Verkeersveiligheid 2030.

Dit document is daarmee expliciet geen wetenschappelijk afgewogen analyse of eindproduct en draagt ook geen kant en klare maatregelen aan, maar geeft wel een richting voor randvoorwaarden en succesfactoren voor succesvol beleid op dit gebied in de toekomst.

1. Inleiding

Deze oplegnotitie is bedoeld om meer richting te geven wanneer keuzes gemaakt moeten worden voor beleid in het Strategisch Plan Verkeersveiligheid 2030. De oplegnotitie kijkt vanuit de invalshoek van informatie, communicatie en educatie naar de oplossingen die uit de verschillende bouwstenen zijn voortgekomen.

Deelnemers aan deze oplossingsrichting zijn gevraagd om hier een bijdrage aan te leveren op basis van hun expertise op dit onderwerp. Doel is om de opstellers van het SPV van input te voorzien, zodat keuzes over mogelijk beleid en daaruit voortvloeiende maatregelen gebaseerd worden op ervaring uit de praktijk.

De uiteindelijk te kiezen maatregelen hangen volledig af van de gekozen prioriteiten in het verkeersveiligheidsbeleid. Omdat deze bij het schrijven van dit document nog niet bekend zijn, kan deze werkgroep hier geen conclusies over trekken.

Wel reflecteren we in dit stuk in het algemeen op wat er volgens ons in het SPV terug moet komen op dit thema.

2. Visie op oplossingen in de richting van Informatie, Communicatie en Educatie

Een visie op informeren, communiceren en educatie hoort bij een integrale aanpak van verkeersveiligheid. Een duurzaam veilig verkeerssysteem bevat op elkaar en op de menselijke maat afgestemde maatregelen (SWOV, 2010):

- de infrastructuur is zo ontworpen dat deze aansluit bij de menselijke capaciteiten en beperkingen;
- het voertuig ondersteunt en beschermt de bestuurder bij het uitvoeren van de verkeerstaak;
- de verkeersdeelnemer zelf is goed geïnformeerd en geoefend;
- daar waar nodig wordt gecontroleerd of de verkeersdeelnemer op correcte wijze zijn verkeerstaak uitvoert.

Door middel van informatie, communicatie en educatie kan de verkeersdeelnemer bewust worden gemaakt. Dit veroorzaakt potentieel een gedragsverandering. Daarnaast kan door middel van het trainen van vaardigheden een aantal onbewuste gevaarlijke gedragingen worden verminderd. Bovendien kan met dit soort type maatregelen ook draagvlak gecreëerd worden voor maatregelen op andere terreinen (SWOV, 2010).

Er dient continu gezocht te worden naar samenhang in de maatregelen vanuit het gekozen doelgedrag: welk gedrag bij welke groep moet worden aangepakt (prioritering), welke interventies horen hierbij (in samenhang) en wie is aan zet?

Het is daarom essentieel dat maatregelen op het gebied van informatie, communicatie en educatie een volwaardige rol vervullen in de verkeersveiligheidsaanpak op alle niveaus (Rijk, provincie, regio en gemeente).

Werkzame elementen

Maatregelen op dit gebied hebben een grotere kans van slagen als aan meerdere van onderstaande voorwaarden wordt voldaan:

1. De verkeersdeelnemer staat centraal

De verkeersdeelnemer en zijn/haar omgeving dienen centraal te staan en er dient geredeneerd vanuit de ontvanger. Door middel van informatie, communicatie en educatie stuur je op het gedrag van de verkeersdeelnemer. Er dient daarom een goede analyse gemaakt te zijn van het gedrag en de determinanten om de maatregelen hier op toe te spitsen. Richting 2030 is de verwachting dat technische ontwikkelingen het mogelijk maken om verkeersdeelnemers individueler te benaderen, makkelijker een persoonlijk profiel opgebouwd kan worden en daarmee interventies ook beter afgestemd kunnen worden op het individu.

2. Bijdrage aan een nieuwe sociale norm

Er is behoefte aan een nieuwe sociale norm waarbij verkeersveiligheid bij alle verkeersdeelnemers een hogere prioriteit krijgt. Dit betekent dat boodschappen over verkeersveiligheid duidelijk gecommuniceerd dienen te worden en voor alle doelgroepen te begrijpen zijn, op meerdere plaatsen terugkomen en langdurig volgehouden worden. Het succes van de BOB-campagne is grotendeels afhankelijk van de duidelijke taal en vasthoudendheid ervan.

3. Terugkerende boodschap vanaf jonge leeftijd

De boodschap over verkeersveiligheid zou zo jong mogelijk naar voren moeten komen en vervolgens gedurende iemands hele leven worden herhaald. Kinderen hebben dan weer een positieve invloed op de ouders. Ouders hebben een voorbeeldrol naar kinderen. Die wisselwerking is heel waardevol. Dit blijkt ook uit de positieve effecten van begeleid rijden op ouders.

4. Slim gebruik van veranderingen in levensfase

Maatregelen werken als ze gericht zijn op momenten waarop de levensfase van de verkeersdeelnemer verandert en daarmee ook een mobiliteitswijziging plaatsvindt. Verandering o.a. van school, baan en ouderschap kunnen er voor zorgen dat verkeersdeelnemers gaan fietsen in plaats van lopen, langere stukken gaan fietsen, vaker de

auto nemen etc. Deze levensmomenten bieden meer kansen om gedragsverandering te bereiken, omdat iemand op een dergelijk moment zijn/haar routine en keuzes heroverweegt.

5. **Koppeling met andere thema's**

Het is zeer waardevol om de koppeling te leggen met andere educatiedoelen (zoals algemene weerbaarheid, zelfstandigheid, gezondheid etc.). Een complicerende factor hierbij is dat publieke gelden vaak specifiek zijn gereserveerd voor verkeersveiligheid en er geen duidelijke overheidspartij is om gecombineerd aanbod te trekken, vaak ook omdat dit binnen overheden bij verschillende afdelingen is belegd.

6. **Van klein naar groot**

Een projectmatige aanpak is vaak succesvol: interventies klein proberen, de effectiviteit onderzoeken en vervolgens pas verder uitbouwen.

7. **Integrale aanpak van de 3E's**

Maatregelen in deze hoek zijn succesvol wanneer zij in combinatie met andere oplossingsrichtingen wordt opgepakt. Wegbeheerders kunnen een risicoanalyse uitvoeren en vervolgens ook kijken hoe de 3E's geregeld zijn. Alle drie moeten op een bepaald niveau zijn om de risico's te verkleinen.

Randvoorwaarden

Oplossingen in deze richting kunnen succesvol zijn als aan de volgende vijf randvoorwaarden is voldaan:

1. **Bestaande kennis wordt voldoende benut**

In bestaande literatuur staan bepaalde checklists opgenomen voor succesvolle maatregelen, bijvoorbeeld op het gebied van verkeerseducatie. Uit het boek *Mobiliteit en Gedrag* (CROW) weten we dat verkeerseducatie werkzaam is wanneer:

- Theorie en praktijk geïntegreerd worden
- Nadruk is op zelflerend vermogen
- Kennis, inzicht, begrip in zinvolle context aangeleerd wordt
- Gebruik gemaakt wordt van informeel leren
- Aandacht besteed wordt aan alle niveaus van veilig handelen
- Aandacht besteed wordt aan sociale, communicatieve en morele aspecten van verkeersdeelname

Deze uitgangspunten passen ook bij de kwaliteitscriteria voor interventies die zijn samengevat in een checklist verkeerseducatie van CROW. Interventies worden sinds 2012 hieraan getoetst. Het aandacht hebben voor en stimuleren van kwaliteit van verkeerseducatie is belangrijk maar niet (meer) zaligmakend. Een 'herijking' van de verkeerseducatieve benadering van jongeren laat zien dat er meer nodig is dan wat nu gebeurt: beïnvloeding van verkeersgedrag moet meer dan ooit in de dagelijkse praktijk gebeuren, samenwerking met andere thema's is nodig (gezondheid, beweging etc.)

2. **Publieke en private partijen werken samen**

Veel thema's waarop je vanuit verkeersveiligheid gedrag zou willen beïnvloeden, zoals alcohol, drugs, veilig fietsen etc. vragen om een integrale benadering. Dit vraagt op nationaal niveau dat ministeries van IenW, OCW en VWS nauwer samenwerken dan nu het geval is. Ook op decentraal niveau is het nodig dat de verschillende afdelingen van gemeenten en provincies die gaan over verkeer, onderwijs en zorg elkaar beter weten te vinden.

Ook niet-overheden zouden betrokken moeten worden. Stakeholders, zoals verzekeraars, wisselen nu al heel veel uit en hebben veel informatie beschikbaar die bij de overheid ontbreekt.

3. Verantwoordelijkheden zijn duidelijk belegd

Het is randvoorwaardelijk dat verantwoordelijkheden voor verkeerseducatie beter worden belegd en dat gemeenten, regio's en provincies duidelijk voelen over welk deel van informeren, communiceren en opleiden zij gaan. En duidelijk hebben wie wie hoort aan te spreken als de ander zijn rol niet goed oppakt. Momenteel hebben provincies en regio's een regierol in verkeerseducatie, maar ervaren deze (nog) te beperkt.

4. De effectiviteit van maatregelen wordt gemeten en er wordt van geleerd

Effectiviteit meten bij dit soort maatregelen is lastig (om effecten aan te tonen zijn grote groepen nodig. Bovendien is causaliteit niet altijd aan te tonen), maar is wel mogelijk en nodig.

5. Er is voldoende budget beschikbaar om de maatregel volledig uit te voeren

Maatregelen in de categorie informatie, communicatie en educatie worden soms ingezet wanneer onvoldoende budget beschikbaar is voor andere (bijvoorbeeld infrastructurele) oplossingen. Het uitvoeren van gedegen maatregelen op dit terrein kan echter ook een flinke investering met zich mee te brengen. In sommige gevallen wordt hier onvoldoende rekening mee gehouden. Dit is bijvoorbeeld het geval bij de interventies binnen het programma Doortrappen, die als doel hebben een zeer grote doelgroep persoonlijk te bereiken. Dit vraagt om een zeer grote capaciteitsinzet die (momenteel) niet altijd beschikbaar is.

6. Afweegkader oplossingen Informatie, Communicatie en Educatie

In bijlage 1 van dit document staat een cluster van mogelijke oplossingen die uit de bouwsteenwerkgroepen naar boven zijn gekomen. Als Rijk, provincies, regio's of gemeenten de diverse maatregelen tegen elkaar af gaan wegen, adviseren wij om rekening te houden met de volgende criteria:

- Effectiviteit en bijdrage aan verminderen van het risico
 - Aannemelijke effectiviteit (bijdrage aan gedragsverandering, waarvan wordt verwacht dat deze het risico verlaagt)
 - Korte/lange termijn: stapsgewijs werken throughput/output/outcome: zelfgerapporteerde verandering in gedrag -> verlaging in aantal ongevallen -> minder schade
- Bereik en doelgroep
- Kosten/baten verhouding
- Haalbaarheid
- Opschaalbaarheid (naar andere doelgroepen of regio's)

De meeste van de genoemde oplossingen uit de bouwsteenwerkgroepen zouden in onze optiek effectief kunnen zijn, mits een goede analyse is gedaan van de doelgroep, de risico's en de maatregel voldoet aan de werkzame elementen en randvoorwaarden die eerder in dit document genoemd zijn. Het is daarmee moeilijk om voorafgaand te stellen dat bepaalde maatregelen effectiever zijn dan andere. Dit is erg afhankelijk van de inrichting van de interventie.

Eén van de weinige type oplossingen waarover op voorhand gezegd kan worden dat deze niet effectief zijn, zijn de oplossingen die enkel draaien om het hoogover informeren van bepaalde risicogroepen (zoals jongeren) over het feit dat zij meer risico lopen, zonder concreet te maken welke handelingen risicovoller zijn dan andere. Bekend is dat dit soort hoogover type interventies die moeilijk te vertalen zijn naar iemands dagelijkse praktijk vaak niet leiden tot een aanpassing in het gedrag.

7. Analyse oplossingen uit bouwsteenwerkgroepen

Er zijn zeer veel mogelijke oplossingen verzameld. Over het algemeen vallen deze te categoriseren in:

- Het informeren van de verkeersdeelnemer of andere stakeholders (verschaffen van inzicht, geven van voorlichting, uitwisselen van kennis, attenderen op aanwezigheid van bepaalde informatie etc.)
 - In het bijzonder is veel aandacht besteed aan (landelijke/regionale/lokale) campagnes
- Het opleiden van de verkeersdeelnemer of andere stakeholders (cursussen, trainingen, opleidingen, informele educatie etc.)
- Stimuleren van de verkeersdeelnemer of andere stakeholders (creëren van ene sociale norm, verleiden om gedrag te veranderen, nudging, aanzetten tot, straffen/belonen voor bepaald gedrag etc.)
- Uitvoeren van onderzoek en analyses met betrekking tot bovenstaande categorieën

Met name in de eerste twee categorieën (informeren en opleiden) zijn veel oplossingen benoemd.

Voor de opstellers van dit document komen de meeste van de genoemde oplossingen bekend voor. Een groot deel van de oplossingen wordt momenteel ook al in de praktijk toegepast.

Wat verder opvalt in de lijst met oplossingen uit de bouwstenen is dat bij veel van de oplossingen geen medium of exacte invulling is gegeven van de maatregel. "Beter informeren over...", maar niet precies op welke manier. Dit maakt dat de oplossingen nog aangepast kunnen worden aan de media die in de toekomst beschikbaar zijn.

Wat we missen in de lijst zijn oplossingen die verkeer(sveiligheid) actueel, interessant en leuk maken. Een deel van de gevonden oplossingen is belerend ingestoken. Dit werkt niet, zeker niet als de gemiddelde verkeersdeelnemer verkeersveiligheid (nog) niet als probleem ervaart voor zichzelf, vaak omdat ze van mening zijn dat ze zelf beter kunnen rijden dan gemiddeld. Oplossingen zouden daarom ook meer gericht moeten zijn op 'winst' voor de betrokken partij: "what's in it for me"?

Tegelijkertijd vinden veel verkeersdeelnemers wel dat anderen slecht kunnen rijden. Wellicht zijn mensen daarom wel bereid op anderen te letten, ze iets te leren of anderen tot voorbeeld te dienen. Deze invalshoek kan ook kansen bieden voor andersoortige maatregelen dan nu al genoemd.

Kansrijke doelgroepen

Doelgroepen uit de lijst met oplossingsrichtingen die kansen bieden voor aanvullende maatregelen bovenop huidig beleid zijn wat ons betreft:

- Werkgevers: deze kunnen beter geïnformeerd worden over mobiliteitsopties en risico van stress, vermoeidheid en afleiding tijdens de reis. Hierbij kan een link gelegd worden met maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- Zorgverleners: deze kunnen beter geïnformeerd worden over hun rol bij het constateren van een mogelijke verminderde rijgeschiktheid
- Kwetsbare groepen onder verkeersdeelnemers, zoals onervaren/oudere verkeersdeelnemers: dit blijven de meest risicovolle groepen, waar continu aandacht voor nodig blijft
- Rijbewijsbezitters: deze kunnen vaker een opfriscursus krijgen, zowel voor hun bestaande vervoersmiddel als bij het gebruik van een nieuw vervoersmiddel
- Beleidsmakers: deze kunnen beter geïnformeerd over de (on)mogelijkheden van informatie, communicatie en educatie binnen het verkeersveiligheidsbeleid

- Leveranciers, fabrikanten, zorgverleners etc.: deze partijen kunnen een intermediaire rol spelen in het overdragen van de boodschap over verkeersveiligheid richting verkeersdeelnemers en kunnen daarvoor beter geequipt worden

Kansrijke thema's

De lijst met oplossingsrichtingen biedt ook een aantal thema's waarop in de toekomst (meer) maatregelen ontwikkeld kunnen worden aanvullend bovenop huidig beleid:

- Het belang van het maken van veiligere afwegingen voor vervoerskeuze voorafgaand aan de reis, bijvoorbeeld veiligere alternatieven zoals OV of veiligere routes (ook met werkzaamheden)
- Het veilig gebruik van veiligheidssystemen in auto's
- De risico's van het gebruik van verdovende middelen, met name ook medicijnen en drugs (nu soms onderbelicht)
- Sociaal emotionele kant van verkeersveiligheid: hoe gedraag ik me, hoe ten opzichte van een ander, zelfinschatting, eigen verantwoordelijkheid
- De verantwoordelijkheid van een ouder in het bieden van voorbeeldgedrag, het maken van goede keuzes bij het naar school brengen van kinderen en het veilig vervoeren van kinderen (bakfiets, kinderzitjes, helmen etc.)
- Zichtbaarheid op de weg (o.a. fietsverlichting en kleding)
- Alertheid en de risico's van afleiding (voortzetting en intensivering van wat in het convenant Afleiding is besproken)

8. Advies

Om maatregelen omtrent informatie, communicatie en educatie effectief te maken, is het nodig dat de risicoperceptie wordt verhoogd en de sociale norm rondom verkeersveiligheid wordt aangescherpt, zodat men ook ontvankelijker is voor informatie en eerder bereid is het eigen gedrag aan te passen.

Op dit moment wordt vaak te laks omgegaan met verkeersveiligheid. Er is een soort vanzelfsprekendheid dat we het wel goed geregeld hebben in Nederland. Een aantal voorbeelden:

- We worden continu blootgesteld aan beelden van verkeersonveilige situaties. Het NOS journaal laat bijvoorbeeld regelmatig videobeelden zien van appende jongeren op de fiets, kleine kinderen die zonder helm fietsen. Als we verandering willen bereiken, zouden ook deze media het goede voorbeeld moeten geven.
- Op werk is vaak geen aandacht voor veiligheidscultuur (en al helemaal niet in relatie tot verkeersveiligheid). Veel werkgevers verwachten dat werknemers tijdens deelname aan het verkeer gewoon bereikbaar zijn.
- Om een zwemdiploma te halen moet je daadwerkelijk goed kunnen zwemmen, maar een verkeersdiploma halen gaat vrij makkelijk, terwijl we vaker in het verkeer deelnemen dan zwemmen.

Veel verkeersdeelnemers onderschatten het eigen kennen en kunnen in het verkeer en hebben een lage risicoperceptie ("mij overkomt het niet"). Bovendien ervaren zij een lage pakkans bij verkeerd gedrag.

Men stelt zichzelf al snel centraal. Er heerst daarom een gebrek aan verantwoordelijkheidsgevoel voor de veiligheid van een ander in het verkeer. Auto's zijn de afgelopen jaren steeds veiliger en comfortabeler geworden voor de automobilist (maar niet

voor botspartner 'fiets en voetganger'). Dat draagt bij aan een veilig en onaantastbaar gevoel waardoor er meer risico's worden genomen.

Keuze maatregelen

Er is rondom oplossingen in deze richting al heel veel bekend. Daar moet men op alle overheidslagen in samenwerking met maatschappelijke partners mee aan de slag. Wel dienen hiervoor scherpe keuzes gemaakt te worden.

Wij adviseren dat op korte termijn landelijk een aantal thema's gekozen wordt, waarbij alle betrokken stakeholders de intentie uitspreken om hiermee aan de slag te gaan en hier ook acties/middelen aan gekoppeld worden.

Het is de rol van de landelijke overheid om hier in de regie te pakken door het opstellen van een landelijke visie, belangrijkste landelijke prioriteiten aan te geven en de decentrale overheden te faciliteren door middel van beleid, richtlijnen en handreikingen. Het ontwikkelen van landelijke campagnes, slogans en informatiematerialen die makkelijk regionaal en lokaal te vertalen zijn, zou bijdragen aan de kwaliteit en eenduidigheid van maatregelen door decentrale overheden.

Provincies hebben op hun beurt weer een regierol richting gemeenten, waarbij zij op provinciaal niveau verkeersveiligheidsthema's agenderen, prioriteren en gemeenten aanspreken op resultaten van gevoerd beleid.

Belangrijk is dat het beleid voor een langere periode (3-5 jaar) op deze prioriteitsthema's toegespitst wordt. Thema's die hiervoor in aanmerking komen zijn bijvoorbeeld: gevaarlijk gedrag (o.a. snelheid), middelengebruik, oudere fietsers, afleiding in het verkeer en veilige infrastructuur. Dit is een proces van de lange adem, waarbij pas op de lange termijn resultaten verwacht moeten worden.

Het belang van integraliteit is essentieel. Niet alleen binnen de oplossing (enkel eenmalig informeren heeft een gering effect), maar ook tussen de verschillende oplossingsrichtingen. Voor de prioriteitsthema's zouden daarom de drie oplossingsrichtingen aan elkaar gekoppeld moeten worden (bijvoorbeeld in integrale veiligheidsplannen van gemeenten) en zou de effectiviteit van de combinatie van alle maatregelen gemeten kunnen worden.

Dit hoeft niet tot 2030, maar kan steeds met een aantal jaren vooruit (einddoel en tussendoelen), waarbij prioriteiten tussentijds kunnen worden herijkt.

Voor de integraliteit is het belangrijk dat ook partners uit andere domeinen en sectoren (zorg, veiligheid, onderwijs, sociaal domein) op alle niveaus goed aangehaakt zijn.

Wij geloven dat het hierbij helpt om overheden concrete handvatten te bieden bij het ontwerpen van interventies (toolbox) en dat er een structuur nodig is om ervaringen en best practices met elkaar uit te wisselen. Het ontwerp van campagnes, educatieproducten etc. gebeurt nu nog vaak door gemeenten en provincies afzonderlijk, waarbij eenieder een eigen bureau inschakelt om de interventie te ontwerpen en uit te voeren. Het gezamenlijk optrekken hierin, waarbij wel nog steeds mogelijkheid is om lokale accenten aan te brengen is efficiënter en effectiever.

Hierbij moet niet de illusie zijn dat alle maatregelen vooraf bewezen wetenschappelijk effectief moeten zijn, maar moet er ook ruimte zijn voor aannemelijk effectieve maatregelen. 'Proberen en doen' zoals via een start-up community.

Bij het kiezen voor oplossingen rondom informatie, communicatie en educatie moet goed nagedacht worden over het moment van beïnvloeding in de keten. Wil je verkeerd gedrag bestrijden of wil je daarvoor al (fysiek) onmogelijk maken om dit gedrag te vertonen? Als dit laatste mogelijk is, is dat vaak effectiever.

Op het gebied van Informatie, Communicatie en Educatie is maatwerk vereist. Risico's kunnen bij meerdere doelgroepen voorkomen, maar de uitwerking van oplossingen kan verschillend zijn vanwege verschillende achterliggende oorzaken per doelgroep. Naarmate de technologische ontwikkelingen vorderen, wordt het steeds beter mogelijk om individuele verkeersdeelnemers te analyseren en met persoonlijke boodschappen te benaderen. Deze kansen dienen benut te worden.

Tot slot is een onderzoeksagenda voor educatiemaatregelen gewenst: effectiviteit van veel maatregelen is nog beperkt bewezen. Het is nodig om de belemmerende factoren bij verschillende doelgroepen te onderzoeken zodat interventies kunnen inspelen op de ontvankelijkheid van de doelgroep. Fundamenteel onderzoek is hiervoor nodig. Momenteel past dit onderzoek niet binnen het takenpakket van CROW en SWOV pakt het ook niet van nature op. Het is daarom wenselijk dat aan het SPV2030 een strategische onderzoeksagenda gekoppeld is waar ook educatieve maatregelen een belangrijk onderdeel van vormen, zodat de kennisinstellingen daar rekening mee kunnen houden in de programmering van hun onderzoek.

Bijlage 1. Clustering oplossingen uit werkgroepen bouwsteen 1 t/m 4

Overheden algemeen.....	10
Rijksoverheid	15
Decentrale overheden.....	18
Werkgevers.....	20
App ontwikkelaar / data leveranciers.....	21
(Voertuig)leveranciers en verkopers.....	23
Politie / Handhaving.....	25
Zorgverleners	26
Onderwijsinstellingen/opleiders /maatschappelijke organisaties rondom verkeerseducatie	29
CBR en rijsscholen	31
Kennispartners en onderzoeksinstituten	34

Overheden algemeen

Oplossingsrichtingen die op meerdere overheidsniveaus opgepakt kunnen worden

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none"> — Informatie verstrekken aan werkgevers over de voordelen van thuis werken, de mogelijkheden van alternatieve modaliteiten (bijv. OV Business card) en de voordelen van deelconcepten — Informeren werkgevers over alternatieve modaliteiten (bijv. OV Business card) — Informeren werkgevers over risico's druk op vrachtwagenchauffeurs met nadruk op MVO 	<ul style="list-style-type: none"> — Voorlichting over risico's in het verkeer en consequenties van gedrag op scholen — Jongeren eerder laten starten met meekijken/programma's als 2todrive zodat ze eerder vaardigheden ontwikkelen — Stimuleren voorbeeldgedrag vanuit ouders/peers -> door communicatie of educatie 	<ul style="list-style-type: none"> — Gerichte campagnes om werkgevers te stimuleren actiever mobiliteitsmanagement te voeren — BOB-campagnes en overige anti-alcohol voorlichting doorzetten. Voorlichting over risico's en alternatieven door continueren BOB-campagne (zowel alcohol als drugs) — Online campagne met filmpje en app die laat zien hoe slecht fietsers zonder verlichting zichtbaar zijn voor anderen; Online campagne met filmpje en app die laat zien hoeveel beter weggebruikers met goede kleding zichtbaar zijn voor anderen 	<ul style="list-style-type: none"> — Stimuleren dat huishoudens beschikken over meer keuzemogelijkheden (bijvoorbeeld aanwezigheid van OV chipkaart) — Stimuleren van vervoeren kinderen in bakfietsen (is veiliger) door campagnes en voorlichting over voordelen — Deelconcepten (Peerby) gebruiken om kinderzitjes en andere middelen voor veilig vervoer van kinderen te stimuleren — Meer sturen op mobiliteit om drukte in bepaalde gebieden af te laten nemen: Beter Benutten maatregelen, mobiliteitsmanagement. Hierbij niet alleen sturen op meer lopen/fietsen, want fietsen kan in bepaalde gebieden juist meer risicovol zijn 	

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none"> — Organiseren betere kennisuitwisseling over verkeersveiligheid zodat effect van keuzes uit het verleden omtrent de infrastructuurinrichting op nieuwe situatie duidelijk is voor zowel jongere en oudere generaties werknemers — Bijhouden en communiceren hoeveel ongevallen (waaronder verkeer) er tijdens wegwerkzaamheden zijn ontstaan ("Al 100 dagen zonder ongeval") — Communiceren over overgangen tussen verschillende milieus/systemen (woonwijk, centrum, platteland etc.), zodat er herkenbaarheid is dat er een omschakeling is 		<ul style="list-style-type: none"> — Voorlichtingscampagne inzetten ten tijde van verzetten klok (wintertijd of zomertijd?) vlak daarna heb je een periode van overlast door laagstaande zon — Meer campagnes, m.n. voor 25-40 jaar omtrent te hard rijden — Campagnes over snelheid, gericht op specifieke doelgroepen — Campagne ter stimulering van fietshelmgebruik onder risicogroepen — Kennis en bewustwording vergroten over onveilig vervoer kinderen door campagnes en educatie — Verlichtingsactie/campagne voor goede verlichting — Campagne vooraf en tijdens reis (op resp. tv/bioscoop en radio/tekstkarren) over gebruik navigatie 	<ul style="list-style-type: none"> — Stimuleren dat mensen het OV nemen bij werkzaamheden aan infrastructuur — Door middel van (kortings)acties mensen verleiden veiligere alternatieven uit te proberen en het comfort ervan te ervaren — Informeren over voordelen reizen op andere tijden — Prijzen uitreiken voor meest veilige infrastructuurproject (situatie tijdens werkzaamheden) — Gebruik maken van bezorgdiensten stimuleren 	

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none"> — Toevoegen van waarschuwing via borden of op navigatie bij bochten en andere plekken die onverwacht gevaarlijk zijn — Plaatsen van meer herhalingsborden voor snelheidslimiet — Meer gebruik van tekstkarren om weggebruikers te attenderen op geldende regels en potentiële risico's — Voorlichten over opties die veiligere vervoersmiddelen bieden voor jouw reisgezelschap (groot gezin kan ook met de trein en hoeft niet per se met de auto) 		<ul style="list-style-type: none"> — Campagnes om belang van rij- en rusttijden vrachtwagenchauffeurs duidelijk te maken — Op doelgroep (jongeren) gerichte campagne om sociale norm rondom drugs in samenwerking met specifieke partners aan te pakken (horeca, overheid, scholen, sportclubs, werkgevers) — Met campagnes/educatie vooroordelen over bepaalde vervoersmiddelen wegnemen 		

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)

Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)

Campagnes

Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)

Onderzoeken/analyseren

- Informeren verkeersdeelnemer over waar veilige routes liggen
 - Informeren verkeersdeelnemers over signalen dat onderhoud veiligheidsniveau nodig is
 - Meer onder aandacht brengen van de app strooirouteplanner
 - Door middel van (kortings)acties mensen verleiden veiligere modaliteiten uit te proberen
-

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)

Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)

Campagnes

Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)

Onderzoeken/analyseren

- Voorlichting over beschikbare alternatieven, gevaren en voordelen van elke modaliteit, zodat verkeersdeelnemer in staat is om een afgewogen keuze te maken voor zijn/haar vervoersmiddel
-

Rijksoverheid

Oplossingsrichtingen die logischerwijs landelijk op te pakken zijn

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none"> Met voorlichting kennis over gevaren van emotie in het verkeer bij weggebruikers en werkgevers vergroten Voorlichting over hogere veiligheid bij minimaal aantal uren reizen per jaar per modaliteiten (zoals minimaal aantal operaties per jaar bij artsen) Introduceren landelijke Kennisbrigade die door wegbeheerders ingeroepen kan worden bij inrichting weginfrastructuur Informereren verkeersdeelnemers over de mogelijkheden die MaaS-concepten bieden 	<ul style="list-style-type: none"> Neem verkeersveiligheid (meer) mee in de ARBO regels. Dit kan bijvoorbeeld door bij een nieuwe leaseauto verplicht een nieuwe rijles te nemen Sneller updaten rijopleiding en examens naar ontwikkelingen Stimuleren kennis en gebruik ADAS-systemen door ztodrive (kan zowel bij ouders als jongeren helpen) Stimuleren van autoverkopers om techniek uit te leggen 	<ul style="list-style-type: none"> Voorlichtingscampagne over gevaren overige afleiding in het verkeer (opmaken, spullen zoeken etc.) Met campagnes stimuleren dat mensen meer gebruik maken van optie die bv. Google Maps al biedt Campagnes om veiligere vervoersmiddelen aantrekkelijk te maken Campagne over het risico van rijden zonder gordel (ook BIBEKO) Campagnes over risico's verkeersongevallen, ook voor voetgangers 	<ul style="list-style-type: none"> Stimuleren dat een groter aandeel van de personen voorafgaand aan de reis meest actuele informatie checkt en reis hier op afstemt Stimuleren dat bij verschaffen van adviezen over files en vertragingen ook verkeersveiligheid wordt meegenomen Deelconcepten stimuleren door informeren of fiscale maatregelen (i.s.m werkgevers) Neerzetten van sterkere sociale norm voor gebruik smartphone in het verkeer (vorm verschilt per doelgroep) Verleiden personen om bij vervoerskeuze naast gezondheid ook verkeersveiligheid mee te wegen; Verleiden personen om bij vervoerskeuze naast duurzaamheid ook verkeersveiligheid mee te wegen 	<ul style="list-style-type: none"> Diepere analyse uitvoeren waarom sommige wegbeheerders onvoldoende kunnen investeren in kennis

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none"> – Helder maken aan lokale politiek wat de (maatschappelijke) kosten zijn van ongevallen om zo prioriteit te scheppen voor verkeersveiligheid – Informatie verstrekken over belang verkeersveiligheid als criterium voor routekeuze – Informeren over risico's te snel rijden – Voorlichting over wat hogere snelheid oplevert (meer risico's en weinig winst reistijd) – Voorlichting over gevaar snelheidsverschillen – Voorlichting over de effecten van drugsgebruik in het verkeer – Voorlichting risico's jonge bestuurders 	<ul style="list-style-type: none"> – Voorbeeldgedrag vanuit kinderen naar ouders toe versterken: bijv. voorwaarden voor begeleider ztoDrive aanscherpen, opfriscursus/toets voor ztoDrive begeleiders – Samenwerken met VWS op het gebied van verslavingszorg; preventie door verslaving aan te pakken in plaats van risico's die daaruit voortvloeien (verkeer, diefstal, ontslag, ...) – Verbeteren kennis verkeersdeelnemers van verkeersregels door verplichte opfriscursus per x-aantal jaar 	<ul style="list-style-type: none"> – Campagne over de vergevingsgezinde weggebruiker, om weggebruikers beter te laten anticiperen op fouten van anderen – Aanspreken van omgeving door stellen van sociale norm door campagnes – Gedragscampagnes voor risico's en gevaarherkenning – Meer benadrukken eigen verantwoordelijkheid van weggebruikers, bijvoorbeeld door campagnes – Campagnes (met bv. apps) om mensen bewust te maken van hun eigen onvermogen (onbewust gevaarlijk gedrag) – Campagnes om weggebruikers gevaren van gebruik smartphone in het verkeer in te laten zien 	<ul style="list-style-type: none"> – Beloning van goed gedrag omtrent fietshelmen, het stellen van een standaard door het bij kinderen te stimuleren via campagnes en educatie. Een goed voorbeeld is daarbij de skihelm – Stimuleren gebruik ADAS-systemen – Informeren consument over belang rijtaakondersteunende systemen, zodat de vraag toeneemt en producenten deze opties standaard aan hun voertuigen gaan toevoegen – Neerzetten van sterkere sociale norm voor gebruik smartphone in het verkeer (vorm verschilt per doelgroep) – Verleiden personen om bij vervoerskeuze naast gezondheid ook verkeersveiligheid mee te wegen; – Verleiden personen om bij vervoerskeuze naast duurzaamheid ook verkeersveiligheid mee te wegen – Stimuleren van helm dragen tijdens korte ritten 	

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none"> — Voorlichting over wanneer welke smartfuncties wel en niet veilig gebruikt kunnen worden in het verkeer — Vergroten veiligheidscultuur door verstrekken van informatie aan professionele vervoerders/verhuurders over belang van onderhouden veiligheidsniveau — Beter vindbaar maken bestaande CROW kennis over innovatieve netwerken en bijzondere inrichtingsvarianten — Pushberichten met voorlichting over de juiste zitjes bij mensen die op internet zoeken naar tweedehands kinderzitjes 		<ul style="list-style-type: none"> — Campagnes om veiligere vervoersmiddelen aantrekkelijk te maken — Versterken sociale norm met betrekking tot ROI (alcohol en drugsgebruik in het verkeer) door campagnes en aanbieden van handelingsperspectief 	<ul style="list-style-type: none"> — Beloning van goed gedrag omtrent fietshelmen, het stellen van een standaard door het bij kinderen te stimuleren via campagnes en educatie. Een goed voorbeeld is daarbij de skihelm — Stimuleren dat kledingfabrikanten reflectie ook in 'gewone' kleding verwerken zonder dat dit direct zichtbaar is of dit ten kosten gaat van de esthetische kwaliteiten 	

Decentrale overheden

Oplossingsrichtingen die logischerwijs door provincie, vervoerregio of gemeente op te pakken zijn

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none">— Energie van burgers bundelen en benutten in wijkwerkgroepen die lokale problemen opzoeken en voorlichting geven over gevaarlijk gedrag— Verminderen lokale drukte door communiceren alternatieve routes— Meer voorlichting voor mantelzorgers over mogelijke impact medicatie— Informatie verstrekken over aanwezigheid en (live) beschikbaarheid parkeerplaatsen/stalling		<ul style="list-style-type: none">— Informeren over beschikbaarheid en voordelen alternatieven voor vervoerskeuze door: campagnes, apps, op school, door ouders, zorgverleners, in horeca, etc.— In lente en zomer lokale campagnes ter voorlichting over risico's en over veilig gedrag van groepen (bv. racefietsers)	<ul style="list-style-type: none">— Stimuleren dat mensen lokaal inkopen doen, in de buurt werk zoeken, etc.— Stimuleren dat veiligere vervoersmiddelen in een huis gedeeld worden (bijvoorbeeld uitlenen nieuwe auto aan kinderen door ouders)— Brede groep partijen (sportclubs, horeca) inzetten voor voorlichting en sociale controle op alcohol en drugsgebruik in het verkeer— Verkoop of uitdelen fietsverlichting op plekken waar fietsers zonder goede verlichting komen, bijvoorbeeld universiteiten en uitgaansgebieden stationsfietsenstallingen (bv. in automaten)— Kortingsacties fietsverlichting met fietsmakers, bijvoorbeeld bij begin herfst	

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none"> — Beter begrip creëren voor verschillende talen en belangen tussen verkeerskundige en stedenbouwkundige — In gesprek gaan over belang verkeersveiligheid met organisaties die criteria opstellen voor vervoersmiddelen bijvoorbeeld OV-concessieverleners of gemeenten vanuit Wmo — Delen van kennis verkeersveiligheid van inrichtingsvarianten infrastructuur tussen wegbeheerders 			<ul style="list-style-type: none"> — Ondersteunen initiatieven als de Swapfiets waarmee de kwaliteit van de fiets (en verlichting) geborgd wordt — Binnen 48 uur het gesprek aangaan met veroorzakers van een incident waarbij alcoholmisbruik is geconstateerd, binnen of buiten het verkeer — Communiceren over handhaving op schadelijke acties met eigen vervoersmiddel, zoals het opvoeren van een snorfiets (vergroten verwachte pakkans) 	

Werkgevers

Oplossingsrichtingen waarbij werkgevers onmisbaar zijn

Informeren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none">— Informatie verstrekken aan werknemers over de voordelen van thuis werken— Informeren over de mogelijkheden die het OV biedt voor multitasken— Samenwerking met (werkgevers)organisaties voor voorlichting en educatie over risico's van stress en vermoeidheid— Voorlichting aan (tijdelijke) buitenlandse werknemers/bestuurders om normen en verkeersregelgeving bij te brengen	<ul style="list-style-type: none">— Via werkgevers ook de grote middengroep bereiken die al jarenlang aan het verkeer deelnemen en die mogelijk sommige zaken weer vergeten zijn. Hoe zat het ook al weer met.....?— Maak voorlichting over gebruik ADAS-systemen een onderdeel van MVO		<ul style="list-style-type: none">— Stimuleren spitsmijden— Samen met werkgevers werken aan verkeersveiligheid (o.a. alcohol en rest-alcohol in je bloed)— Nudges, apps om op het juiste moment mensen te attenderen op risicovolle gesteldheid— Meer plaats bij werkgevers voor stallingen voor bakfietsen	

App ontwikkelaar / data leveranciers

Oplossingsrichtingen waarbij app ontwikkelaars / data leveranciers onmisbaar zijn

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none">— Informeren over gebruik veiligheidsopties in voertuigen— Meer inzicht bieden in alternatieve route-opties— Op verkeers- en weerapps berichten plaatsen die weggebruikers van tijdelijke risico's van het weer (laagstaande zon, gladheid, regen etc.) op de hoogte brengen— Direct bij veranderende (weers)omstandigheden weggebruikers attenderen op ontstane risico's				

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)

Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)

Campagnes

Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)

Onderzoeken/analyseren

- Informeren over alternatieven, bijvoorbeeld via een app: "Als je een andere route neemt, kom je veiliger thuis"
 - Voorlichting over actuele en historische drukte en zitplaatskans, zodat verkeersdeelnemers in staat zijn een betere afweging te maken over de tijdstip van de reis
-

(Voertuig)leveranciers en verkopers

Oplossingsrichtingen waarbij (voertuig)leveranciers en verkopers onmisbaar zijn

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none"> — Beter informeren verkeersdeelnemers over technische opties (en ADAS-systemen) door leverancier, verkoper — Laagdrempelig informatie beschikbaar maken over de veiligheid van (nieuwe) modaliteiten — Meer informatie beschikbaar stellen over veiligheid van vervoersmiddelen en veiligheidsopties — Informeren over extra te nemen veiligheidsmaatregelen (goede banden, verlichting etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> — Educatie over ADAS die ondersteuning kan bieden en training om daarmee om te gaan — Cursussen voor meer en beter gebruik technologieën — Voorlichting over verschillen tussen verschillende ADAS-systemen/merken — Meer aandacht ADAS bij aanschaf auto, bijvoorbeeld verplichte les bediening 	<ul style="list-style-type: none"> — Reclamecampagnes vanuit autobranche ter stimulering van gebruik veiligheidsmiddelen 	<ul style="list-style-type: none"> — Veiligheidsinsstructie bij de koop van een e-bike en speed pedelec, als je de instructie volgt krijg je een "cadeaubon" voor bijv. onderhoud of kop koffie op een van de fietstochten 	

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)

Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)

Campagnes

Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)

Onderzoeken/analyseren

- Verbeteren kennis over nut en toepassing van veiligheidsmiddelen
 - Verbeteren informatievoorziening over veilige kinderzitjes
 - Burgers beter informeren over snelheid bij aankoop van nieuwe modaliteit (door verkopers)
 - In de marketing van deelconcepten meer inzetten op ervaren verkeersdeelnemers
-

Politie / Handhaving

Oplossingsrichtingen waarbij politie/handhaving onmisbaar is

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none">— Subjectieve pakkans versterken door communicatie over op handen zijnde controles, mogelijke straffen en resultaten controles. Bijvoorbeeld door af en toe grootschalig in te zetten en daarover berichten				

Zorgverleners

Oplossingsrichtingen waarbij zorgverleners onmisbaar zijn

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none">— Zorgverleners vaker door laten verwijzen voor onderzoek bij twijfel over rijgeschiktheid— Meer voorlichting over noodzaak tot (periodiek) onderzoek rijgeschiktheid wanneer hier een noodzaak toe is— Meer informatieverstrekking om mensen bewust te maken van oorzaken en risico's verminderde rijgeschiktheid door functiestoornissen en aandoeningen, in brede zin, maar in ieder geval ook op het moment dat een aandoening wordt geconstateerd	<ul style="list-style-type: none">— Mentale en lichamelijke training voor ouderen om fitheid van ouderen te borgen (samenwerking met sociaal domein)— Balanstrainingen en valpreventie voor ouderen		<ul style="list-style-type: none">— Stimuleren meer inschakelen sociaal netwerk risicogroepen ter beoordeling/feedback rijgeschiktheid	

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)

Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)

Campagnes

Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)

Onderzoeken/analyseren

- Standaard informatie over effecten van medicijnen bij recepten of bijsluiter geven
 - Personen die contact hebben met verslaafden laten informeren over de gevaren van deelname aan het verkeer
 - Meer voorlichting voor mantelzorgers over mogelijke impact medicatie
 - Ouderen bekend maken met de mogelijkheden van bezorgdiensten
 - Voorlichting netwerk herkennen verminderde rijgeschiktheid en handelingsperspectief bieden (melden bij CBR, overleg met artsen, etc.)
-

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)

Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)

Campagnes

Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)

Onderzoeken/analyseren

- Voorlichting over risico's en alternatieven omtrent met medicatie deelnemen aan het verkeer
-

Onderwijsinstellingen/opleiders /maatschappelijke organisaties rondom verkeerseducatie

Oplossingsrichtingen waarbij onderwijsinstellingen / opleiders / maatschappelijke organisaties rondom verkeerseducatie onmisbaar zijn

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
<ul style="list-style-type: none"> — Aandacht voor reeds beschikbare informatie over veilig vervoer kinderen zoals de informatie die VeiligheidNL al aanbiedt 	<ul style="list-style-type: none"> — Verkeerseducatie richten op leeftijd 0-6 jaar — Kinderen in het basisonderwijs informeren over hoe veilig om te gaan met vrachtauto's in het verkeer — Permanente verkeerseducatie net zo belangrijk maken als regulier onderwijs en zo het kind veranderen tussen 4-18 jaar — Gebruikmaken van verkeersleerkrachten (bv. ouders) die op scholen voorlichting geven over gevaarlijk gedrag — Extra aandacht bij overgang naar nieuwe fase (bv. brugklassers) 	<ul style="list-style-type: none"> — Van jongs af aan mensen bewust maken van risico's verschillende modaliteiten, bijvoorbeeld door campagnes op scholen over brommer vs. fiets 	<ul style="list-style-type: none"> — Stimuleren dragen fietshelm voor <12 jaar, bijvoorbeeld via schoolprojecten, fietswinkel en pushadvertenties — Oprichten van een leenbank voor kinderzitjes via ANWB, scholen of monteurs 	

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)

Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)

Campagnes

Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)

Onderzoeken/analyseren

- Educatie om inzicht te geven in eigen gedrag: bewust onbekwaam maken / inschatting eigen effectiviteit verlagen
 - Weerbaarheidstrainingen bij jongeren voor betere omgang met groepsdruk
 - Algemene educatie voor volwassen weggebruikers
 - Voorlichting en cursussen ouders
-

CBR en rij scholen

Oplossingsrichtingen waarbij CBR / rij scholen onmisbaar zijn

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
	<ul style="list-style-type: none">– Rij scholen gebruiken om nieuwe technologieën uit te leggen– Meer aandacht voor bediening nieuwe technieken/hulpmiddelen (ADAS) in rij examens bijvoorbeeld door positieve framing hiervan (hulpmiddel!) middels communicatie– Meer aandacht bij theorie- en praktijkexamen voor hogere orde vaardigheden, bijvoorbeeld door goede gevarenkennistest en – training in het rij examen voor jongere bestuurders			

Informeren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)

Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)

Campagnes

Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)

Onderzoeken/analyseren

- Sociaal-morele component in de opleidingen versterken: hoe gedraag ik me, kies ik voor mezelf of voor de ander, hoe ga ik om met afleiding, etc.
 - Rijopleiding minder richten op behalen examen en meer op verkeersveiligheid, bijvoorbeeld door les in gevaarherkenning en houding en gedrag
 - Minimale hoeveelheid rijlessen invoeren
 - Strengere exameneisen
 - Na 1 jaar opnieuw rijttest om rijbewijs definitief te laten zijn of nog een jaar tijdelijk rijbewijs
 - Voortgezette rijopleiding voor motorrijders, na het behalen van het rijbewijs
-

Informeren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)

Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)

Campagnes

Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)

Onderzoeken/analyseren

- Opriscursussen, privaat of door het CBR (waar effectief en waar het gaat om vaak gebruikte vaardigheden, zeker niet contraproductief)
 - Tijdens rijopleiding een dag organiseren met slipcursus
 - Versterken hogere orde vaardigheden zodat anticipatie andere weggebruikers verbetert
 - Lessen in risico- en zelfinschatting geven
-

Kennispartners en onderzoeksinstituten

Oplossingsrichtingen waarbij kennispartners en onderzoeksinstituten onmisbaar zijn

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)	Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)	Campagnes	Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)	Onderzoeken/analyseren
				<ul style="list-style-type: none">— Meer onderzoek naar welke aandoeningen echt effect hebben op rijgeschiktheid en hoe hier simpel op getoetst kan worden zodat artsen dit makkelijker kunnen toetsen— Meer onderzoek naar effectiviteit van educatie bij jongeren— Onderzoek doen naar de effecten van drugsgebruik— Onderzoek om gevolgen toenemende drukte in maatschappij (en bijbehorende stress en vermoeidheid) te kwantificeren

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)

Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)

Campagnes

Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)

Onderzoeken/analyseren

- Onderzoeken of technische hulpmiddelen kunnen ondersteunen bij het voorkomen van afwijkend verkeersgedrag door vermoeidheid. Bijv. Feedback systemen, trillen van het stuur of stoel, of geluidsignaal, etc.
 - Onderzoeken of speciale educatieprogramma's voor nieuwe Nederlanders nodig zijn
 - Onderzoek waarom sommige campagnes (Gordeldier) wél werken, en pas dit toe in campagne over snelheidsverschillen
 - Nagaan of 'shotgun'-training effect heeft
-

Informereren (inzicht, voorlichting, kennis delen, attenderen)

Educatie (trainen, opleiden, informele educatie)

Campagnes

Stimuleren (sociale norm, verleiden, nudging, aanzetten tot, straffen, belonen)

Onderzoeken/analyseren

- Meer onderzoek naar welke aandoeeningen echt effect hebben op rijgeschiktheid en hoe hier simpel op getoetst kan worden zodat artsen dit makkelijker kunnen toetsen
-

Bijlage 2. Deelnemers werkgroep

- Henk Schravemade – TeamAlert
- Maartje Burghgraef – TeamAlert
- Wim van Tilburg - CROW
- Wilma Slinger – CROW
- Hélène de Bruine – Vervoerregio Amsterdam
- Myrthe Ronteltap – Ministerie van IenW
- Marije Slagboom – Ministerie van IenW
- Sipke van der Meulen – Regionaal Orgaan Verkeersveiligheid Fryslân
- Bas Lieferink – VVN
- Yvette Melis – Interpolis
- Trude Rietveld – Provincie Noord-Brabant