

Gemeente Wijchen

Positief beïnvloeden van
(auto)verkeersgedrag rond school

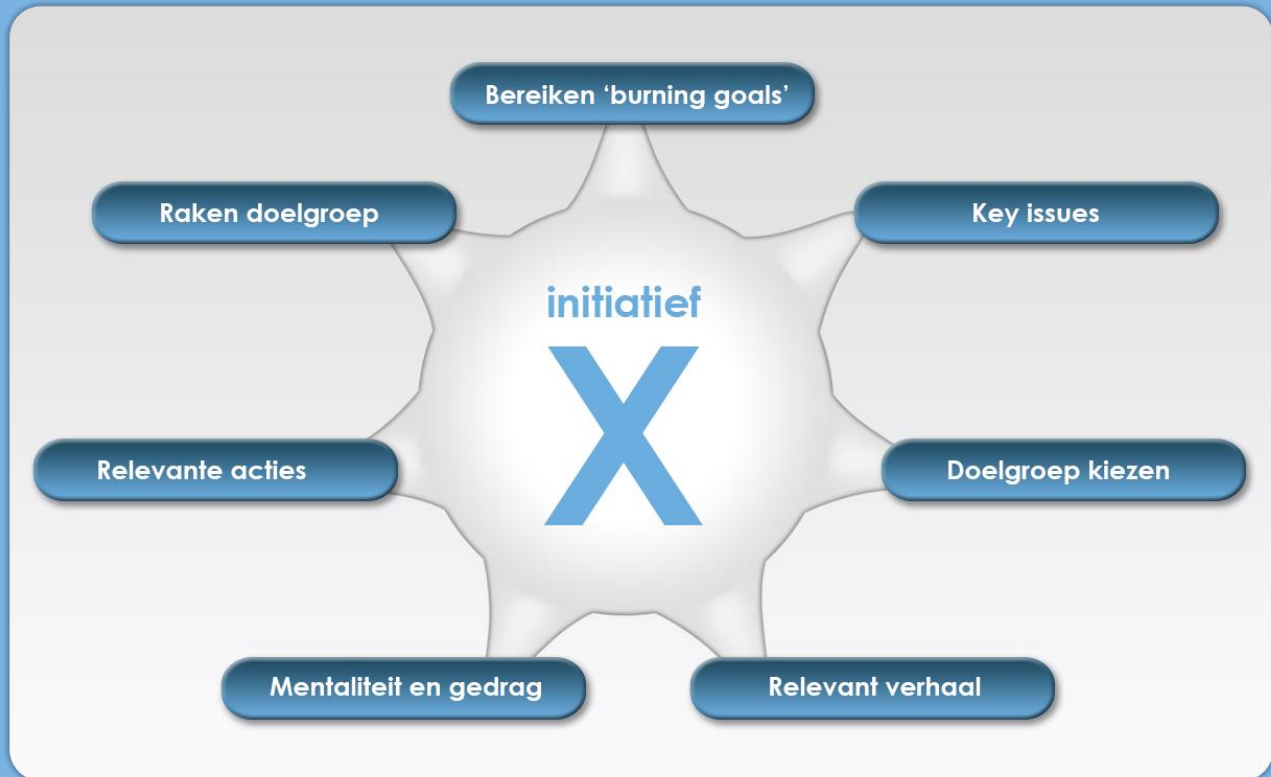
Korte achtergrond

- In Wijchen loopt al sinds 2002 een flinke discussie over het verkeer in en uit de wijk Kerkeveld. Met zo'n 1400 woningen is het er een komen en gaan van (auto)verkeer
 - Nog versterkt door de basisschool Trinoom, met 800 leerlingen (merendeel uit dezelfde wijk)
 - Ouders brengen hun kinderen veelal (toch) met de auto, waardoor er chaotische situaties ontstaan die leiden tot (een gevoel van) onveiligheid
 - Niet alleen voelen de ouders onveiligheid en irritatie, maar ook buurtbewoners ervaren overlast van de duizenden auto's die 'dagelijks langs mijn deur' gaan
- In het kader van de bredere discussie over het verkeer in Kerkenveld (en een mogelijke extra ontsluiting van de wijk) is er, mede naar aanleiding van een enquête, steeds meer focus komen te liggen op het in ieder geval aanpakken van het autoverkeer van en naar de school
 - Illusie is nadrukkelijk niet dat **alleen** het terugdringen van dat (school)verkeer de irritatie bij **alle** wijkbewoners over drukte en bereikbaarheid weg zal nemen, maar het zou wel een stap in de goede richting zijn
 - Eerder zijn er al maatregelen besproken en ingezet, waaronder (les)methodes vanuit Regionaal Orgaan Verkeersveiligheid Oost Nederland (ROVON), gericht op de basisschoolkinderen
- Intussen is Wethouder Loermans op zoek naar een programma dat het autogebruik van/naar de Trinoom duidelijk vermindert – zonder dat dit weer extra druk legt op de lesactiviteiten
 - Een programma dat vervolgens ook door te vertalen is naar de andere basisscholen in Wijchen, verenigd in de Samenwerkingsstichting Kans & Kleur
- Hoe kan UBACHS/full contact bij deze uitdaging helpen?

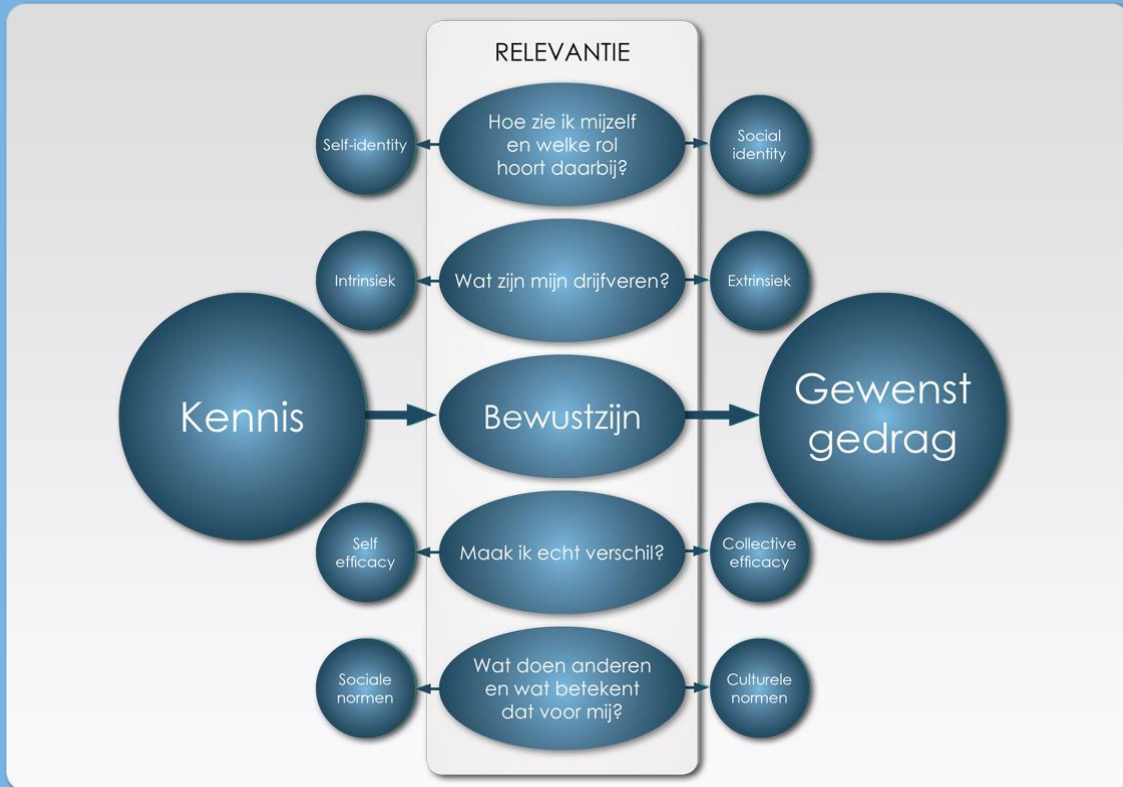
Ons uitgangspunt

- Wij werken steeds vanuit een en dezelfde overtuiging:
 - Het succes van je initiatief, je oproep tot actie, vraagt om RELEVANTIE in de ogen van de doelgroep
 - Pas als er sprake is van ECHT contact komen mensen blijvend in beweging
- Samen met onze opdrachtgevers werken we daarom, vooral ook vanuit gedragswetenschappelijk perspectief, aan het genereren van die relevantie en *het maken van ECHT contact*.
- Dat doen we aan de hand van zelfontwikkelde discussiemethoden, gebaseerd op inzichten uit de argumentatie- en gedragswetenschap, met hoofdrollen voor onze eigen modellen - de VerhaalCyclus© en de Gedragsboom©. (zie volgende pagina's)

De VerhaalCyclus©



De Gedragsboom©



Ons uitgangspunt - vervolg

- Werkend vanuit de VerhaalCyclus en de Gedragsboom gaan we gestructureerd en overzichtelijk aan de slag om een geselecteerde doelgroep in de gewenste beweging te krijgen
 - We doorlopen het proces stap voor stap, zodat we constant zien waar we staan, welke acties we moeten ondernemen en wat de effecten zijn.
- Daarbij werken we in vijf fasen*
 1. The Initiative Check – **waar willen we naartoe, waar staan we nu, wat zou werken?**
 2. Inkadering van het probleem – **wat belemmert/beweegt de doelgroep?**
 3. Advies voor 'het relevante verhaal' – **ontwikkelen van 'de paraplu'**
 4. Ontwikkelen implementatieplan voor interventies en communicatie
 5. Uitrol van dat plan



***Noot: deze fasen lopen vloeiend in elkaar over. En deels overlappen ze elkaar.**

DE 5 FASEN NADER BEKEKEN

Fase 1 – The Initiative Check

Interactieve werksessies met diverse stakeholders (2 x 1 dagdeel)

- Werksessies volgens een tweetrapsraket:
 - Interactief, vanuit co-creatie
 - Stap 1: Gezamenlijk referentiekader bouwen
 - Denkend vanuit de VerhaalCyclus®, gecombineerd met de nieuwste kennis en inzichten uit de gedrags- en andere sociale wetenschappen
 - Stap 2: Samen aan de slag
 - Ieder vanuit eigen expertise en dagelijkse ervaringen
 - » Met constant houvast voor zinnige, vruchtbare discussies
 - Deelnemers: 10-15 mensen, uit diverse vakgebieden zoals school, gemeente, handhaving
 - Uitwerking van deze resultaten, door U/fc

Aan het eind van deze werksessies hebben deelnemers:

- Duidelijk gezamenlijk referentiepunt
- Met hun input de basis gelegd voor een zinnig programma, door het benoemen van:
 - De belangrijkste **doelen** van het programma
 - Jullie belangrijkste **doelgroep** en hun **(intrinsieke) drijfveren**
- Inspiratie om vervolgens SAMEN mee te werken aan verdere ontwikkeling van het programma

Fase 2 – Analyse van de factoren voor relevantie

- Wetenschappelijke analyse van de gesignaleerde problematiek, aan de hand van vragenstellingen als:
 - Welke **barrières** staan het gewenste gedrag in de weg?
 - Welke rol speelt de **huidige context** daarbij?
 - Wat zijn voor deze doelgroep veelbelovende **factoren voor relevantie (en actie)**?
- Deze analyse voeren we mede uit aan de hand van:
 - Literatuurstudie
 - Vooronderzoek bij doelgroep (kwalitatief/kwantitatief)*
 - Bijvoorbeeld door vragenlijsten en/of diepte-interviews

** Noot: De BeestenBende is nadrukkelijk op de Trinoom vertegenwoordigd. Van deze BeestenBende-community kunnen we eventueel gebruikmaken bij het vragenlijstonderzoek en het afnemen van de interviews (en eventueel ook later, in fase 5).*

Fase 3 – Advies voor relevant verhaal en interventies

- Vanuit het ingekaderde probleem geven we advies voor een relevant verhaal, doorvertaald naar een centraal concept
 - Gericht op een blijvende beweging bij de doelgroep, inspeland op intrinsieke motivatoren
 - Uitgaand van de in fase 2 blootgelegde factoren voor relevantie
- In lijn met dit centrale concept, ontwikkelt ons team:
 - Een eerste advies voor concrete interventies
 - Een eerste advies voor de te volgen communicatie-strategie
 - Om het verhaal écht te laten landen, bij de doelgroep(en) en hun omgeving

Fase 4 – Implementatieplan voor interventies en communicatie

- In nauw overleg met de opdrachtgever bepalen we welke adviezen van fase 3 we verder, tot in detail, uitwerken
- Van daaruit stellen we een gedetailleerd plan van aanpak op
 - Met aandacht voor zaken als
 - de inrichting en uitvoering van de interventies
 - de ontwikkeling en inzet van de communicatiemiddelen
 - de effectmeting*
 - En:
 - welke materialen zijn daarvoor nodig?
 - wat is het tijdspad dat daarbij komt kijken?
 - wat is de rolverdeling?
 - wat is het benodigde budget?

** Noot: Een zinnige effectmeting is cruciaal om het succes van de gekozen benadering te bepalen*

Fase 5 – Uitrol van het concept

- In deze fase zetten we het plan om in ACTIE!
- De relevante acties rollen we uit in nauwe samenwerking en toetsen we in de praktijk
 - Tijdens de effectmeting bepalen we of de relevante factoren achter het probleem succesvol zijn beïnvloed en hoe groot het effect is op de doelgroep(en)
 - » Aanpak:
 - Implementatie van de relevante acties, in combinatie met effectmeting
 - Analyseren van de verkregen data
 - Verwerken van de resultaten in een compacte rapportage, inclusief aanbevelingen voor vervolg
- Ons bureau werkt hierbij, waar nodig/relevant, tevens nauw samen met andere bureaus (zoals vormgevers en productie) en met universitaire instanties (op gebied van psychologie, sociologie en andere sociale wetenschappen)

BEGROTING

Begroting

De genoemde bedragen zijn in euro, exclusief BTW, 6% bureaunkosten en kosten derden (zoals reiskosten en materialen)

- **fase 1 The Initiative Check** **3750**
 - Voorbereiden werksessies als intern startpunt
 - Samenstellen overall programma, inclusief 'huiswerk'
 - Faciliteren werksessies (2 x 1 dagdeel)
 - Rol als presentator/moderator
 - Uitwerken resultaten

- **Fase 2 Inkadering problematiek** **5950**
 - Wetenschappelijke analyse van de gesignaleerde problematiek, aan de hand van:
 - Literatuurstudie
 - Vooronderzoek bij doelgroep

- **fase 3 Advies voor relevant verhaal en activatie** **ntb**
 - Gericht op een blijvende beweging bij de doelgroep, inspelend op intrinsieke motivatoren

- **Fase 4 Ontwikkelen implementatieplan voor interventies en communicatie** **ntb**
 - Opstellen van gedetailleerd plan van aanpak

- **fase 5 Uitrol van het plan** **ntb**
 - Uitrol jaar 1
 - Effectmeting in de praktijk

Volgende stappen

- Jullie reactie op dit voorstel
- Bij 'groen licht'
 - Eerste gesprek met vertegenwoordiging Trinoom
 - Nadrukkelijk betrekken bij het programma
 - Hun ervaringen, expertise, (toekomstige) betrokkenheid
- Selecteren en uitnodigen deelnemers sessies
 - Zoals gezegd: liefst zo multi-disciplinair mogelijk
- Inplannen en ontwikkelen sessies, door U/fc