

Nudging in Kopenhagen

Karin Broer

'Hé, fietser, dank voor het veilig rijden.' Op Velo-city 2017 komt een aantal sprekers van de gemeente Kopenhagen iets vertellen over gedragscampagnes en nudging in de Deense hoofdstad. We vroegen Jacqueline Vink van Schuttelaar en partners, auteur van de Nederlandse inspiratiegids nudging, of we iets van de Denen kunnen leren.

'Kopenhagen is voortdurend bezig om met campagnes en nudging mensen te verleiden tot gewenst gedrag', meldt Morten Steen van het fietsprogramma van Kopenhagen. Hij geeft drie voorbeelden waar ze trots op zijn: de Havneringen (de Havenring), Sikker Cykelby (een veilige fietsstad), een campagne gericht op veilig fietsgedrag, en Indsats målrettet færre korte bilture, ofwel een doelgerichte poging het aantal korte autoritten in de stad te verminderen.

Havneringen

De Havneringen is een 13 kilometer lange fietsroute rond de haven van Kopenhagen. De route, feestelijk geopend in 2016, is mogelijk gemaakt door de aanleg van verschillende fietsbruggen. De route telt er nu 10. Er zijn nieuwe verbindingen gemaakt tussen stadsdelen waardoor lokale bedrijven een boost hebben gekregen. En het fietsgebruik is flink toegenomen, meldt Steen. De Havneringen is niet alleen een fietsroute, het is ook een samenwerkingsverband van 24 bedrijven en organisaties dat zorgt voor voortdu-

rende bedrijvigheid rond de route. De route wordt gepromoot als toeristische attractie maar is ook voor gewone fietsers in Kopenhagen een aanwinst. Het project is een combinatie van infrastructuur (nieuwe bruggen), bewegwijzering en marketing.

Vink: 'Ik vind dit een mooie combinatie. Door de aanleg van bruggen maak je fietsen daadwerkelijk gemakkelijker en aantrekkelijker. Tegelijkertijd betrek je bedrijven erbij en heeft het project naast gezondheidseffecten ook economische betekenis. Het integrale van het project spreekt mij erg aan. Met één project meerdere doelstellingen bereiken en intersectoraal werken. Je zou dit vaker kunnen doen bij het fietsvriendelijk maken van binnensteden of een nieuwe wijk.'

Sikker Cykelby

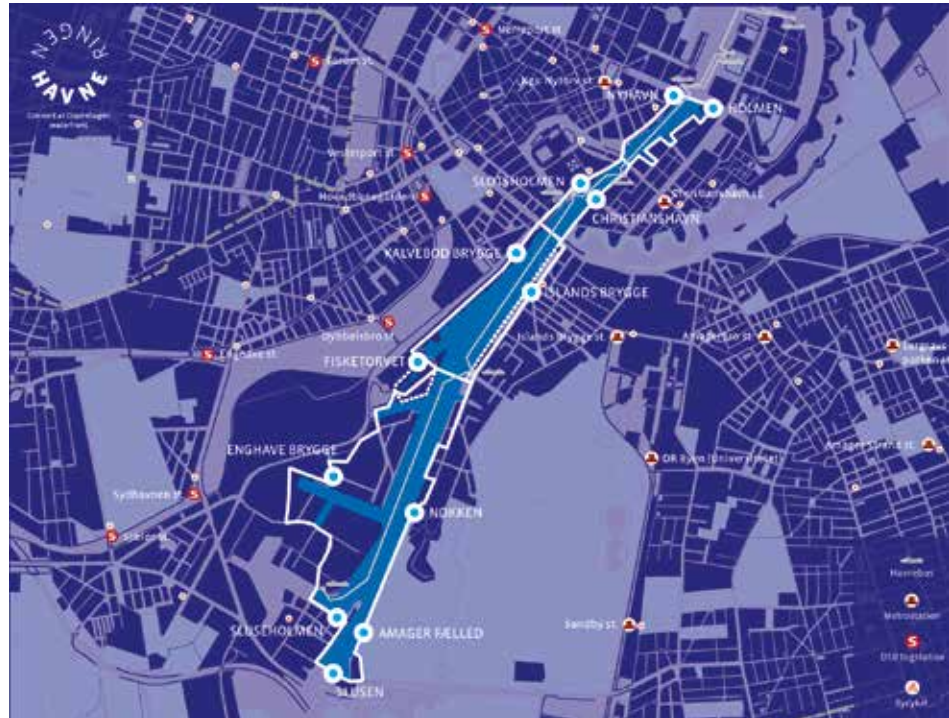
Sikker Cykelby was een campagne in 2015 en 2016 gericht op veiliger gedrag in het verkeer. Het project richtte zich via infostands langs drukke routes en informatiemateriaal vooral op het conflict tussen fietsers en voetgangers en fietsers onderling. Campagneslogans



De Havneringen is een fietsroute rond de haven van Kopenhagen voor gewone fietsers en voor toeristen.

(‘Hé fietser, dank voor het veilig rijden’) waren op de belangrijkste doorgaande fietsroutes en in sociale media te zien. Belangrijkste doelgroep waren jonge mensen tussen 16 en 29 jaar.

Wat vindt Jacqueline Vink – auteur van de Nederlandse nudginggids – van het initiatief? ‘Een complimentje, dank voor het veilig rijden, is positief. Goed gedrag wordt beloond. Of dit wat is voor Amsterdam? Ik weet het niet. Je moet eerst onderzoeken wat het verkeerde gedrag triggert, waarom gedragen mensen zich zo en hoe kan je dat dan beïnvloeden. Alleen informatie werkt meestal niet echt. Complimenten maken kan een duwtje in de goede richting zijn. Het maakt dat je sneller het gewenste gedrag vertoont. Maar, nee, ik val niet van mijn stoel.’



Korte ritten

15 tot 18 procent van de autoritten in Kopenhagen zijn korter dan 5 kilometer. Om dit te verminderen zijn er campagnes gestart gericht op drie doelgroepen: ouders die de kinderen met de auto naar school brengen, mensen die in buitenwijken wonen en mensen die de auto gebruiken voor recreatieve tochtjes.

Om die doelgroepen te bedienen werden projecten opgezet als een campagne gericht op fietsgebruik van schoolkinderen, een fietsreparatieservice voor mensen in buitenwijken zonder fietsmaker en de promotie van een fietsrouteplanner met groene fietsroutes. De Denen claimen dat dergelijke campagnes mede hebben geleid tot een reductie van het aantal korte ritjes met 15% en een toename van het aantal korte fietsritjes met 5% tussen 2010 en 2015.

Vink: ‘Wat ik goed vind, is dat ze een oplossing zoeken voor de barrières, zoals die fietsreparatieservice. Kinderen op de fiets, daarvoor hebben we in Nederland ook aardige projecten. In de Inspiratiegids staan de Rotterdamse

Doortrappers. Dat komt voort uit beleid om de luchtkwaliteit te verbeteren, en is ook gericht op die korte ritjes naar school. Dus ook hier meerdere doelstellingen. De campagne maakt fietsen stoer en leuk met onder andere BMX-training en een competitie om iedereen op de fiets naar school te laten komen.’

Conclusie

Kunnen we wat leren van Kopenhagen? Vink: ‘We kunnen in Nederland nog een hele slag maken door meer gebruik te maken van kennis van gedragswetenschappers en marketeers. In de huidige gezondheids- en fietsbevordering wordt nog te vaak traditioneel gedacht vanuit kennisvergroting, maar het merendeel van ons gedrag is automatisch gedrag. De uitdaging is om de fysieke en sociale omgeving zo aan te passen dat deze automatisch uitnodigt tot het gewenste gedrag. Het gaat vaak om kleine triggers die zorgen voor gewenst gedrag. We kunnen zeker wat leren van de Denen, maar we kunnen ook nog veel leren van elkaar. Ik heb wel de indruk dat de Denen het nudgen van fietsen al hoger op de agenda hebben staan.’

