

# Hoe stimuleer je regelnaleving in de openbare ruimte?

**A**an regels geen gebrek in de openbare ruimte: 'hier geen fietsen plaatsen', 'geen afval achterlaten', 'maximaal 30 rijden', '1,5 meter afstand houden'. Al deze regels hebben tot doel een veilige en prettige openbare ruimte te creëren. Ondanks dit prachtige doel worden ze toch vaak overtreden. Hierbij gaat het om regels die bij overtreding baten hebben voor het individu, zoals gemak, plezier en geld. De kosten daarentegen zijn laag, liggen ver in de toekomst of bij anderen. De regel dat je geen hoogspanningskabels mag aanraken is niet een regel die vraagt om een nalevingscampagne. Het plezier van aanraken is nogal laag en de kosten 'vrij hoog'. Bij het overtreden van parkeer- en zwerfafvalregels daarentegen is het gemak voor de overtreder, en de overlast en onveiligheid voor anderen. Dit laatste vormt de basis voor de meest gebruikte interventie om regelnaleving te stimuleren: sancties.

## Sancties en handhaving

Sancties verhogen de kosten van ongewenst gedrag behoorlijk, wat afschrikt. Sancties kunnen heel effectief zijn. Maar de effectiviteit van sancties in het stimuleren van regelnaleving wordt met name bepaald door twee aspecten: de hoogte en de waarschijnlijkheid van de sanctie.

Onze openbare ruimte heeft regels om de veiligheid van onszelf en anderen te garanderen. Naleving wordt gestimuleerd met sancties, verbodsborden, inrichting openbare ruimte en communicatie. Maar door de coronacrisis vraagt iedereen zich af: hoe effectief zijn deze strategieën en wat kan beter? De gedragswetenschap geeft inzicht.

Allereerst de hoogte van de sanctie. Een flitspaal die je gelijk trakteert op een boete van 2.000 euro en een paar stokslagen is effectiever dan een paal waar je wegkomt met een boete van 1,37 euro en een reprimande. Onderzoek laat daarbij zien dat mensen rationeel worden door het instellen van sancties; ze gaan kosten en baten meer afwegen. Hierdoor kan het instellen van kleine boetes zelfs resulteren in meer overtredingen dan geen boetes.

Het tweede aspect is de waarschijnlijkheid van de sanctie. Om dit uitgelegd te krijgen, kan je het best 100 meter na de flitspaal gaan staan. Wat zie je gebeuren? Juist, iedereen drukt het gaspedaal even flink in zodra de flitspaal uit het zicht verdwijnt. Zodra de kans op beboeting niet aanwezig

of laag is, verdwijnt de motivatie tot naleving. Bij de overweging om sancties in te stellen, is het dus van belang dat de handhavingmogelijkheden echt worden meegenomen in het besluit.

## Inrichting van de openbare ruimte

Met sancties probeer je de kosten van regelovertreding hoger te maken voor potentiële overtreders. Maar het verhogen van de kosten en verminderen van de baten kan ook via de inrichting en het beheer van de openbare ruimte. Soms is regelovertreding te uitnodigend. Denk aan het plein met één afdakje op een beschutte plek waar dan niet gerookt mag worden. Of het hekje vlakbij de ingang van het station, waar geen fietsen mogen worden geplaatst. Het optimisme met betrekking tot de in-



(foto: Michiel G.J. Smit)

vloed van regels is hartverwarmend maar prijzig. Het is een garantie voor meerdere inspecties per dag en wegsleepacties (voor de fietsen, niet voor de rokers). Dergelijke handhavingskosten moet je eigenlijk meenemen in de ontwerpfase van het gebied, dan ziet dat leuke afdakje of hekje er toch wat minder aantrekkelijk uit.

Het gaat bij het beoordelen van de aantrekkelijkheid van regelovertreding om de relatieve aantrekkelijkheid. Als we het hekje bij het station nemen, dan gaat het om het gemak van de fiets bij het hek zetten ten opzichte van het alternatief, de fietsenstalling. Hiermee heb je gelijk twee knoppen om aan te draaien: 'het gemak' van de fietsenstalling vergroten, evenals 'de moeite' van parkeren bij het hek. Zorg

## Mensen worden rationeel door het instellen van sancties

bijvoorbeeld dat het fietspad naadloos overgaat in de ingang van de fietsenstalling, en breng een opstapje aan in het gebied van het hekje. Want afstappen van je fiets om deze over een drempeltje te tillen is voor velen van ons toch wat te veel moeite. Zorg bijvoorbeeld ook voor opvallende afvalbakken zonder klep op zicht-

bare locaties, waar zwerfafval waarschijnlijk is, in plaats van afvalbakken die gecamoufleerd, weggestopt en onprettig in gebruik zijn. Kleine aanpassingen in het gemak die de regelnaleving sterk bevorderden. Regelnaleving al meenemen in de inrichting van de openbare ruimte kan meer worden toegepast dan nu het geval is. De strategie is effectief en vriendelijker dan sancties.

### Verbodsborden

Een interventie die wel veel wordt gebruikt is: 'het verbodsbord'. Ze worden geplaatst omdat we anders simpelweg niet weten wat de regel is ('Hier geen fietsen plaatsen'), of om bekende regels onder de aandacht te brengen ('Houd 1,5m afstand', 'Geen rommel op straat gooien'). Ons onderzoek laat



Verbodsborden op plekken waar veel overtredingen plaatsvinden werken averechts. (foto: Twitter/Susan020)

zien dat deze laatste categorie verbodsborden naleving kan stimuleren, maar níet als ze worden geplaatst in een omgeving waar de betreffende overtreding frequent en zichtbaar is. Helaas zijn dat juist de plekken waar ze vaak staan. Het bord 'geen rommel op de grond gooien' staat juist op plekken waar veel zwerfafval ligt. Het bord blijkt dan ineffectief en soms zelfs averechts te werken en ook andere typen overtredingen te stimuleren. Dat bordje met 'geen fietsen plaatsen' met een berg fietsen ervoor, levert dus niet alleen een leuke toeristenfoto op, maar ook een bron voor andere regelovertrekking. Ook blijken mensen zich door het bord meer te storen aan het gedrag. Dus fietsen geparkeerd op de stoep zijn vervelend, maar ze worden echt een ergernis als een verbodsbord duidelijk maakt dat ze er niet mogen staan.

### Communicatie

Diverse communicatiekanalen worden gebruikt om regelnaleving te bevorderen. Denk aan gemeentewebsites, billboards in de publieke ruimte, persberichten en inderdaad dinsdagavond-persconferenties.

Standaard wordt het 'vaak voorkomen' van de overtreding uitvoerig belicht om bewoners te doordringen van de grootte van het probleem. 'Heel veel mensen plaatsen hun fiets waar dat niet mag', 'houden zich niet aan de coronaregels' of 'rijden te hard'. Deze formulering is niet handig; onderzoek laat zien dat het juist overtredingen in de hand kan werken. Denk maar eens aan de stickers die je soms op boeken ziet staan: 'al meer dan 100.000 mensen kochten dit boek'. Zo werkt het helaas ook met ongewenst gedrag. Horen dat heel veel mensen de corona-, snelheids- of zwerfafvalregels níet naleven kan dit gedrag juist stimuleren. Breng het goede gedrag in beeld, blijkt uit ons onderzoek. Etaleer dat heel veel mensen de regels naleven omdat ze de veiligheid van anderen belangrijk vinden en maak duidelijk dat veel mensen overtreding en de overtreders afkeuren. Juist daar gaat een motiverende werking vanuit. Het idee dat je omringd wordt door mensen die je mogelijk aanspreken als je je niet aan de betreffende regel houdt, is erg motiverend. Met deze positieve communicatie steek je de nale-

vers ook een hart onder de riem, en maak je het waarschijnlijker dat ze overtreders aanspreken op hun gedrag.

### Conclusie: het kan effectiever, goedkoper en leuker

Het stimuleren van regelnaleving in de openbare ruimte met als doel veiligheid gebeurt vaak via sancties & handhaving, verbodsborden en via probleemgerichte communicatie. Gedragswetenschappelijk onderzoek laat een aantal aandachtspunten zien bij het gebruik van deze methoden en de potentie van naleving door inrichting van de openbare ruimte en door positieve communicatie. Inzichten uit het vakgebied bieden naast de hier besproken punten nog vele andere handvatten om regelnaleving effectiever, goedkoper en leuker te maken. \*

*Dr. Kees Keizer is adviseur, onderzoeker, spreker en trainer op het gebied van gedrags- en belevingsbeïnvloeding. Daarnaast is hij werkzaam als Assistent Professor aan de Rijksuniversiteit Groningen, waar hij onder andere de cursus 'Social influence & persuasion' verzorgt.*



(foto: Michiel G.J. Smit)