**Onderzoek naar effectiviteit MONO-campagne in de Vervoerregio**

Wie zet zijn telefoon op stil tijdens het fietsen? Programmamanager Natascha Shahbaziane van de Vervoerregio werd voor Mokum52 geïnterviewd over het onderzoek wat de Vervoerregio heeft gedaan naar telefoongebruik in het verkeer. Dit onderzoek dient als nulmeting voor het monitoren van de effectiviteit van de MONO-campagne. Natascha: ‘We willen weten wat er speelt in de regio en daar de campagne op aanpassen.’

Kijk hier het interview:

**Generatieverschil**

Er zit een duidelijk generatieverschil in het telefoongebruik op de weg. Natascha: ‘de groep 18 tot 25 jarigen zijn vaak betrokken bij bijna-ongelukken. Zij kijken het meest op hun telefoon tijdens het verkeer.’ Ze licht naast het video-interview toe: ‘Jongeren willen altijd bereikbaar zijn. Dus ze zetten hun telefoon niet graag op “niet-storen” omdat ze anders het gevoel hebben dat ze iets missen. Daarnaast denken ze de gevaren van verkeer goed in te kunnen schatten.’ Overigens is de niet-storen functie op de telefoon sowieso vrij onbekend, blijkt uit het onderzoek. Slechts dertien procent van de ondervraagden wisten van deze functie.

**Monitoren**

Het onderzoek naar de bekendheid van de MONO-campagne dient als nulmeting om te bepalen hoe effectief de campagne is in de regio. Natascha: ‘de MONO-campagne is een landelijke campagne, dus we hebben als doel de campagne zo goed mogelijk aan te laten sluiten bij de bewoners van de regio. Door inzichtelijk te maken wat de stand van zaken is kan de campagne aangepast worden op bepaalde doelgroepen, zoals jongeren. Door bijvoorbeeld in te zetten op meer campagnemateriaal via sociale media.’ Helemaal bijsturen zal misschien niet lukken. ‘Bij campagnes is het moeilijk om een link leggen tussen de activiteiten die je doet en resultaat op straat. Je kan niet goed meten of mensen overgehaald zijn hun mobiel op stil te zetten door het zien van een poster, maar je kan wel meten hoe bekend een campagne is, in combinatie met het verkeersgedrag.’

**Streven naar nul verkeersslachtoffers**

Onlangs gaf Egbert de Vries, lid dagelijks bestuur van de Vervoerregio, aan dat de Vervoerregio streeft naar nul verkeerslachtoffers in 2050. Natascha: ‘Daar hebben we de MONO- campagne voor nodig.’ Maar het is niet het enige kanaal om deze boodschap uit te dragen. ‘De MONO-campagne gaat over gebruik van telefoon in het verkeer. Maar er zijn ook andere risicofactoren waarop we inzetten, zoals alcohol in het verkeer, snelheid en fietsverlichting. Al gaat dat laatste beter, bijvoorbeeld omdat de Swapfiets populair is in de stad. Deze heeft automatisch verlichting.’

**Inzet op gedrag**

De MONO-campagne is onderdeel van Verkeer & Meer. Verkeer & Meer zetten via verschillende campagnes in op gedragsverandering. Natascha: ‘de Vervoerregio neemt natuurlijk ook infrastructurele maatregelen. Maar Verkeer & Meer richt zich op de zachte kant van het verkeer, namelijk gedrag. Die kant is minstens zo belangrijk voor de verkeersveiligheid in de regio.’