

# Aandacht in het verkeer

## Vooronderzoek automobilisten



Aandacht in het verkeer

KANTAR  
PUBLIC=

© TNS 20-9-2017

Ten behoeve van het ministerie van  
I&M



Dienst Publiek en Communicatie  
Ministerie van Algemene Zaken

# Contents

---

## 1

Managementsamenvatting 3

---

## 2

De onderzoeksdoelgroep 7

---

---

## 3

De resultaten 10

---

## 4

Bijlagen 21

---

# 1

## Managementsamenvatting



# Inleiding

## Inleiding

Sinds de opkomst van de smartphone en populariteit van social media wordt het gebruik hiervan vaak gecombineerd met de rijtaak. Hoewel veel mensen weten dat 'even' naar je telefoon kijken en 'even' dat appje beantwoorden gevaarlijk is, komt dit relatief vaak voor. Jaarlijks vallen hierdoor tientallen dodelijke verkeersslachtoffers, honderden gewonden en is er daarnaast sprake van een enorme financiële schade.

Het ministerie van IenM is daarom in 2012 begonnen met een campagne gericht op aandacht in het verkeer onder de koepel 'Daar kun je mee thuis komen'. Met de campagne wil het ministerie van IenM bereiken dat automobilisten tijdens het rijden zich niet laten afleiden door social media en zich concentreren op de rijtaak.

De campagne 'ONderweg ben ik OFFline' wordt in 2017 nog één keer herhaald. IenM heeft de intentie om voor dit campagnethema in 2018 een nieuw campagneconcept te ontwikkelen. In dit rapport beschrijven we de resultaten van een vooronderzoek naar smartphonegebruik tijdens het auto rijden. De resultaten moeten input geven voor de nieuw te ontwikkelen campagne voor 2018.

## Doelgroep

Het onderzoek richt zich op automobilisten die **minimaal 3 dagen per week auto rijden**. Met betrekking tot handelingen in het verkeer met de smartphone is hierbinnen geselecteerd op automobilisten die **minimaal 1 keer tijdens de autorit hun smartphone gebruiken**.

Voor de operationalisatie van de doelgroep is een representatieve steekproef getrokken van het algemeen Nederlands publiek van 18 jaar en ouder. De doelgroep is vervolgens geselecteerd via selectievragen in het begin van de vragenlijst.

In totaal zijn n=848 personen ondervraagd die tot de doelgroep behoren. Het veldwerk vond plaats tussen 31 augustus en 13 september 2017. Steekproefbron is het panel TNS Consumerbase.

De resultaten van dit onderzoek hebben enkel betrekking op bovenstaande steekproef en zijn **niet representatief** voor alle automobilisten.

# Managementsamenvatting (1/2)

## Gebruik van de smartphone tijdens een autorit

- Van automobilisten die minimaal 3 dagen per week auto rijden (n=2741), geeft 65% aan nooit tijdens een autorit de smartphone te gebruiken (n=1652). 34% gebruikt weleens tijdens een autorit de smartphone (n=848). Hiervan doet 21% dit maximaal 1 keer per dag dat men auto rijdt, 9% minimaal 2 keer per dag en 4% doet het meerdere keren per rit.
- **25% van degenen die minimaal 3 dagen per week autorijden, leest weleens social media berichten tijdens het autorijden, 18% reageert weleens op berichten.**

*Vanaf dit punt gelden de resultaatbeschrijvingen in deze managementsamenvatting voor de doelgroep automobilisten die minimaal 3 dagen per week autorijden en wel eens tijdens het rijden hun smartphone gebruiken (n=848).*

## Gebruik van verschillende smartphonetoepassingen

- Van de verschillende smartphonehandelingen, telefoneert de doelgroep het vaakst tijdens het autorijden (81% doet dit soms of vaker).
- Handelingen die daarop volgen zijn het lezen van berichten (78% soms of vaker), navigatie bekijken (70%) en navigatie bedienen (67%).
- Als het gaat om social media berichten, dan geeft 78% aan deze weleens te lezen tijdens het rijden, 56% zegt er wel eens op te reageren en 25% geeft aan deze zelf te posten.

- Jongeren – met name 25-34 jarigen – voeren alle smartphonehandelingen relatief vaak uit. Bij ouderen valt op dat ze voornamelijk bellen, maar de andere handelingen minder vaak uitvoeren.

## Handheld versus handsfree gebruik

- 42% van de doelgroep heeft een houder op het dashboard voor hun smartphone.
- Navigatie bekijken doet men het vaakst altijd in de houder (39%), gevolgd door muziek luisteren (31%) en navigatie bedienen (30%).
- Zelf een bericht plaatsen (15%) of reageren hierop (16%) doet men het minst vaak altijd in de houder.

## Verkeerssituaties waarin automobilisten de smartphone gebruiken voor social media/navigatie

- De doelgroep gebruikt de smartphone het vaakst voor social media als de auto stil staat (circa tweederde), bijvoorbeeld op een parkeerplaats, in een file of voor een stoplicht. 45% doet dit wel eens langzaam rijdend in een file.
- Als men op gewone snelheid rijdt, zegt twee derde nooit social media te raadplegen. 35% zegt dit minimaal wel eens te doen, 15% regelmatig tot altijd.
- We zien een vergelijkbaar beeld als het gaat om het bedienen van navigatie. Het belangrijkste verschil is dat men dit vaker rijdend op 'gewone snelheid' doet (45% wel eens).

# Managementsamenvatting (2/2)

- De doelgroep gebruikt de smartphone het vaakst op de snelweg (74% soms of vaker). Het minst vaak doet men dit op wegen in een woonwijk (58% soms of vaker). Toch zegt nog steeds 23% dit regelmatig tot vaak te doen.

## Redenen voor gebruik social media/ navigatie tijdens het rijden

- De belangrijkste reden voor social mediagebruik tijdens het rijden is **nieuwsgierigheid naar de inhoud** van een binnenkomend bericht (32% vindt dit (heel) belangrijk). De daarop volgende belangrijkste redenen zijn dat men dit **uit gewoonte** doet (17% (heel) belangrijk), of **uit verveling** (14%).
- De redenen 'mijn vrienden verwachten dat ik snel reageer' en 'lage pakkans' vindt men het minst vaak belangrijk (respectievelijk 5% en 7%).
- Als het gaat om navigatiegebruik tijdens het rijden, is de belangrijkste reden dat men een **route zonder file of vertragingen** wil (39% (heel) belangrijk). **Tijdgebrek** (23%) is daarna de belangrijkste reden.
- De minst belangrijke redenen zijn dat men de pakkans laag inschat (6% (heel) belangrijk) en dat men het doet als de telefoon in de houder staat, want dan mag het volgens de wet (14%).

## Redenen om geen social media meer in het verkeer te gebruiken

- Ongelukken in de persoonlijke omgeving door social mediagebruik zijn het meest alarmerend voor de doelgroep: 72% zegt geen social media meer te gebruiken als men zelf een ongeluk hierdoor krijgt, 62% als een bekende hierdoor een ongeluk krijgt.
- Meer politiecontroles of hogere boetes zouden voor ongeveer de helft redenen zijn om geen social media meer te gebruiken.
- Redenen die minder zwaar wegen zijn, zijn adviezen of van telecomaانبieders, meningen van vrienden of een verbod van de werkgever.

## Kennis van de wetgeving

- Bijna iedereen (96%) zegt dat het niet is toegestaan om auto te rijden met de mobiel in de hand. Dit verbod is duidelijk en breed bekend.
- Over andere aspecten van de regels bestaat verwarring. Zo denkt 70% dat het niet is toegestaan de smartphone te bedienen terwijl die in een houder staat, terwijl dit strikt genomen mag.
- Verwarring is er ook over gebruik van de smartphone terwijl men stilstaat (bijvoorbeeld voor een stoplicht of in een file): 61% denkt dat niet mag, maar de regels staan dit wel toe.

# 2

## De onderzoeksdoelgroep

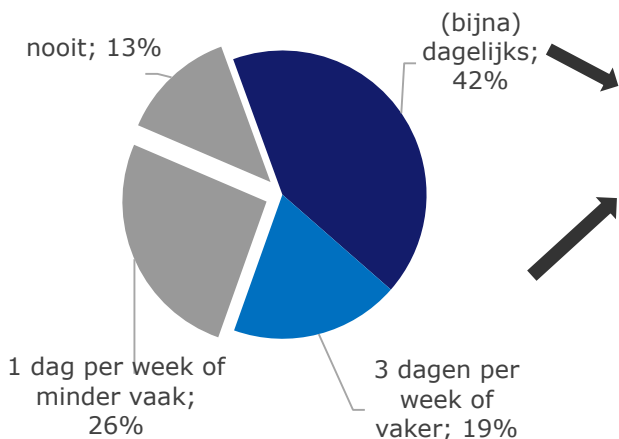


## 2.1 De selectie van de onderzoeksdoelgroep

- De onderzoeksdoelgroep bestaat uit personen die minimaal 3 dagen per week auto rijden, een smartphone bezitten én minimaal 1 keer per dag hun smartphone gebruiken tijdens een autorit.
- In onderstaand overzicht geven we de totstandkoming van de doelgroep weer, aan de hand van de gehanteerde selectievragen.
- In totaal behoort 19% (n=848) van het algemeen publiek tot de onderzoeksdoelgroep.
- De onderzoeksresultaten in dit rapport gelden alleen voor de onderzoeksdoelgroep, niet voor alle automobilisten.

### Selectievraag 1 (algemeen publiek):

Hoeveel dagen per week rijdt u auto?  
(n=4.526)



### Selectievraag 2:

Heeft u een smartphone?  
(n=2.741)

**93%**

### Selectievraag 3:

Op een dag dat u auto rijdt, hoe vaak gebruikt u dan tijdens de rit uw smartphone? Met 'tijdens de rit' bedoelen we de hele rit, ook als u tijdelijk stilstaat (bijv. voor een stoplicht of in een file)  
(n=2.525)

	%
Maximaal 1 keer per dag dat ik auto rijd	21
Minimaal 2 keer per dag dat ik auto rijd	9
Zeer vaak / altijd	4
Nooit	65
Weet niet	1

**De onderzoeksdoelgroep  
(n=848)**



## 2.2 De achtergrondgegevens van de doelgroep

Ten opzichte van het algemeen publiek van 18 jaar en ouder, bestaat de onderzoeksdoelgroep uit relatief meer mannen, jongeren en hoger opgeleiden.

	Onderzoeksdoelgroep	Algemeen publiek
<b>Geslacht</b>		<b>Gouden standaard (CBS)</b>
Man	57%	49%
Vrouw	43%	51%
<b>Leeftijd</b>		
18 t/m 34 jaar	35%	27%
35 t/m 49 jaar	40%	27%
50 jaar en ouder	26%	46%
<b>Opleidingsniveau</b>		
Laag	12%	25%
Midden	41%	41%
Hoog	48%	34%

	Onderzoeksdoelgroep	Algemeen publiek
<b>Regio</b>		<b>Gouden standaard (CBS)</b>
Drie grote gemeenten	11%	12%
West	30%	29%
Noord	8%	10%
Oost	24%	21%
Zuid	23%	24%
Randgemeenten	4%	4%

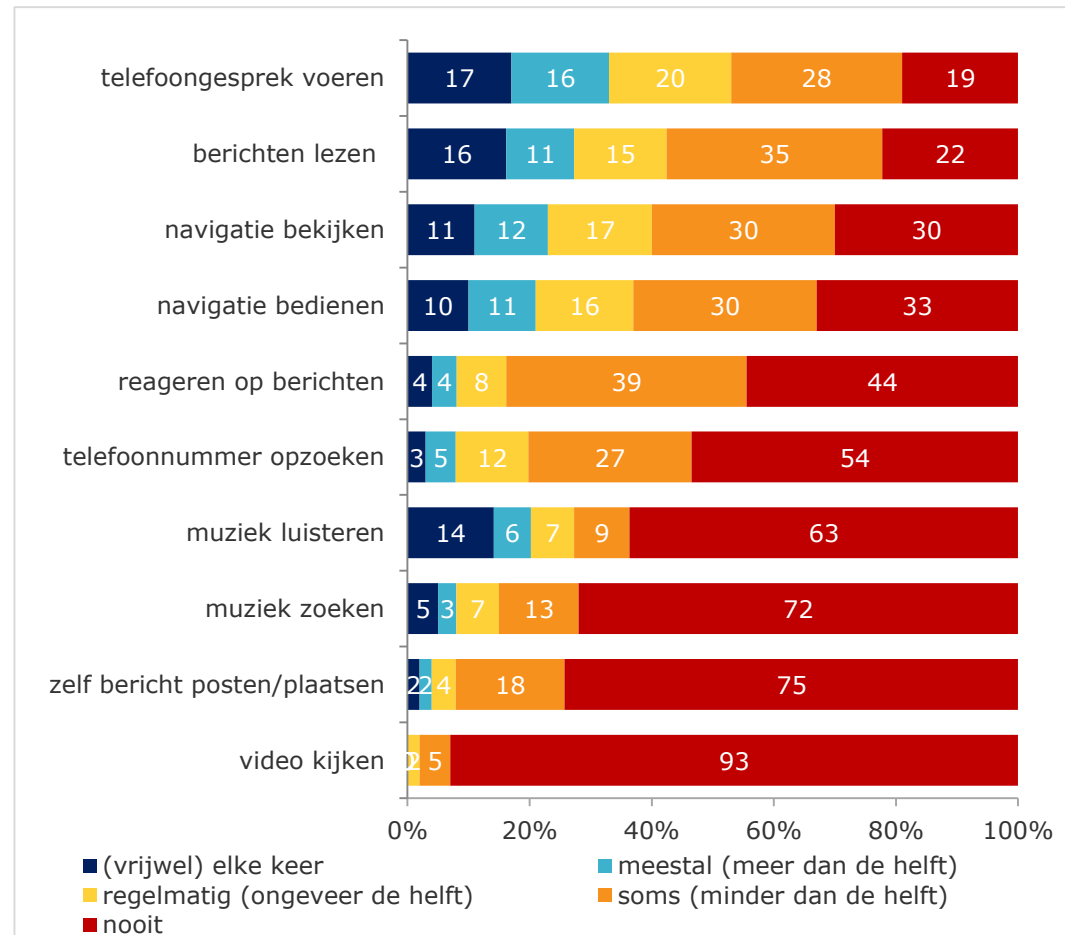
# 3

## De resultaten



### 3.1 Handelingen - Bellen en berichten lezen meest voorkomen handelingen achter het stuur

- Tijdens de laatste 10 keer dat de doelgroep de smartphone gebruikte tijdens het autorijden, was dit het vaakst in de vorm van een telefoongesprek.
- Handelingen die daarna het vaakst voorkomen zijn: berichten lezen, navigatie bekijken en de navigatie bedienen.
- Minder vaak kijkt de doelgroep video's, posten ze berichten of zoeken ze muziek tijdens het autorijden.



Hoe vaak deed u het volgende tijdens de laatste 10 keer dat u uw smartphone gebruikte tijdens het autorijden? (basis: n=848)

## 3.1 Handelingen - Jongeren voeren meer typen handelingen uit en doen dit vaker dan ouderen

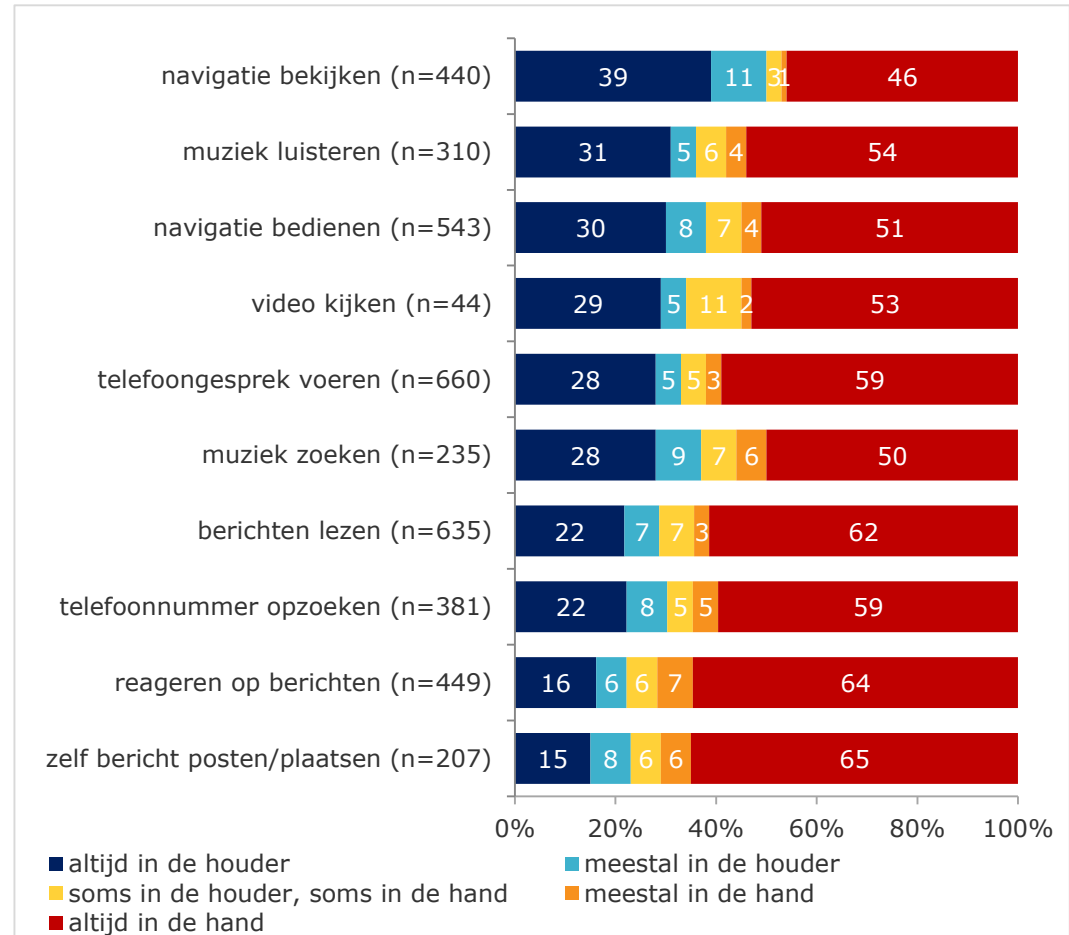
- Kijkend naar leeftijdsverschillen, dan zien we dat 25-34 jarigen de verschillende handelingen vaker uitvoeren dan 50-64-jarigen en 65-plussers.
- 65-plussers voeren relatief vaak een telefoongesprek in de auto.
- 25-34-jarigen lezen en reageren relatief vaak op berichten. Ook zijn ze relatief vaak bezig met hun navigatie of het zoeken naar/luisteren van muziek.
- 35-49-jarigen luisteren en zoeken relatief weinig naar muziek tijdens het rijden.

Handeling	18-24 jaar		25-34 jaar		35-49 jaar		50-64 jaar		65+	
	% elke keer - soms	% nooit	% elke keer - soms	% nooit	% elke keer - soms	% nooit	% elke keer - soms	% nooit	% elke keer - soms	% nooit
Telefoongesprek voeren	81	21	81	19	78	22	83	17	<b>92+</b>	<b>8-</b>
Berichten lezen	87	13	<b>88+</b>	<b>12-</b>	80	20	<b>71-</b>	<b>29+</b>	<b>33-</b>	<b>67+</b>
Navigatie bekijken	84	16	<b>81+</b>	<b>19-</b>	63	27	<b>58-</b>	<b>42+</b>	<b>27-</b>	<b>73+</b>
Navigatie bedienen	75	25	<b>77+</b>	<b>23-</b>	65	35	62	38	<b>39-</b>	<b>61+</b>
Reageren op berichten	<b>71+</b>	<b>29-</b>	<b>69+</b>	<b>31-</b>	55	45	<b>43-</b>	<b>57+</b>	<b>20-</b>	<b>80+</b>
Telefoonnummer opzoeken	47	53	49	51	48	52	43	57	34	66
Muziek luisteren	<b>64+</b>	<b>36-</b>	<b>49+</b>	<b>51-</b>	<b>28-</b>	<b>72+</b>	32	68	29	71
Muziek zoeken	<b>48+</b>	<b>52-</b>	<b>41+</b>	<b>59-</b>	<b>21-</b>	<b>79+</b>	<b>22-</b>	<b>78+</b>	17	83
Zelf bericht posten	35	65	28	72	25	75	21	79	15	85
Video kijken	7	93	<b>11+</b>	<b>89-</b>	6	94	5	95	0	100

Hoe vaak deed u het volgende tijdens de laatste 10 keer dat u uw smartphone gebruikte tijdens het autorijden? (basis: n=848)  
 Percentages die dikgedrukt zijn wijken significant af van het gemiddelde van alle leeftijdsgroepen. De + en - geven de richting aan.

## 3.2 Handheld vs handsfree - Berichten lezen of plaatsen gebeurt vaker in de hand, navigatie in de houder

- 42% van de onderzoeksdoelgroep heeft een houder op het dashboard voor hun smartphone.
- Aan de doelgroep is per handeling gevraagd hoe men hierbij de smartphone gebruikte. Degenen die geen houder op het dashboard hebben, scharen we onder de categorie 'altijd in de hand'.
- Navigatie bekijken, muziek luisteren en navigatie bedienen doet men relatief vaak in de houder.
- Berichten plaatsen, lezen of hierop reageren doet men relatief vaak in de hand.



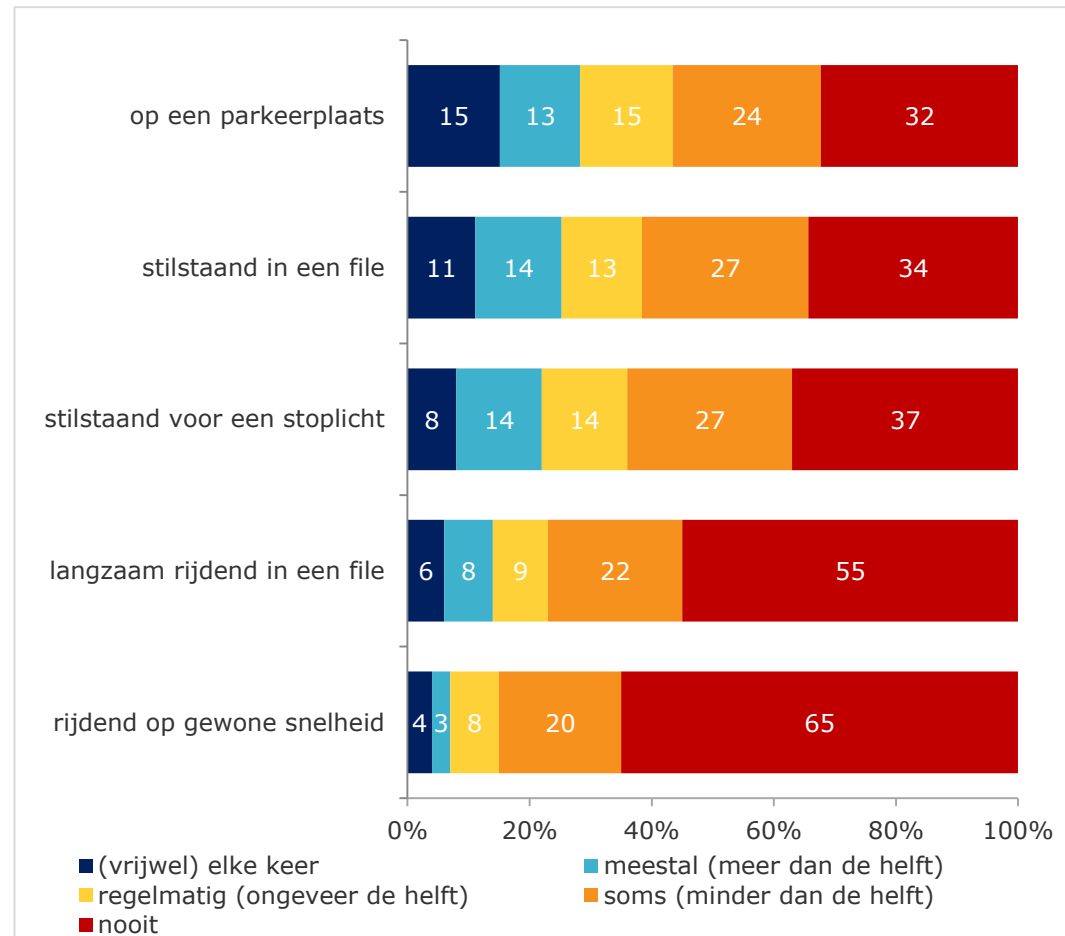
Hoe gebruikte u uw smartphone in het verkeer? Denk hierbij weer aan de laatste 10 keer dat u uw smartphone gebruikte tijdens het autorijden. (basis: degenen die de handeling wel eens uitvoeren)

### 3.3 Verkeerssituaties - De doelgroep gebruikt de smartphone het vaakst voor social media als de auto stil staat

- De doelgroep gebruikt social media het vaakst als men stilstaat, op een parkeerplaats, in een file of voor een stoplicht.
- Minder vaak gebruikt men de smartphone voor social media als men langzaam rijdt in een file.
- Het minst vaak gebruikt men de smartphone voor social media terwijl men op gewone snelheid rijdt.
- 35% van de doelgroep gebruikt weleens de smartphone voor social media als men op gewone snelheid rijdt.

#### Verschillen naar leeftijd (niet in de grafiek)

- Voor alle verkeerssituaties geldt dat jongeren (18-34-jarigen) vaker hun smartphone gebruiken voor social media dan 65-plussers.
- Als het gaat om 'rijdend op gewone snelheid', zeggen 47% van de 18-24-jarigen en 40% van de 25-34-jarigen dit minimaal soms te doen. Onder 65-plussers is dit 17%.



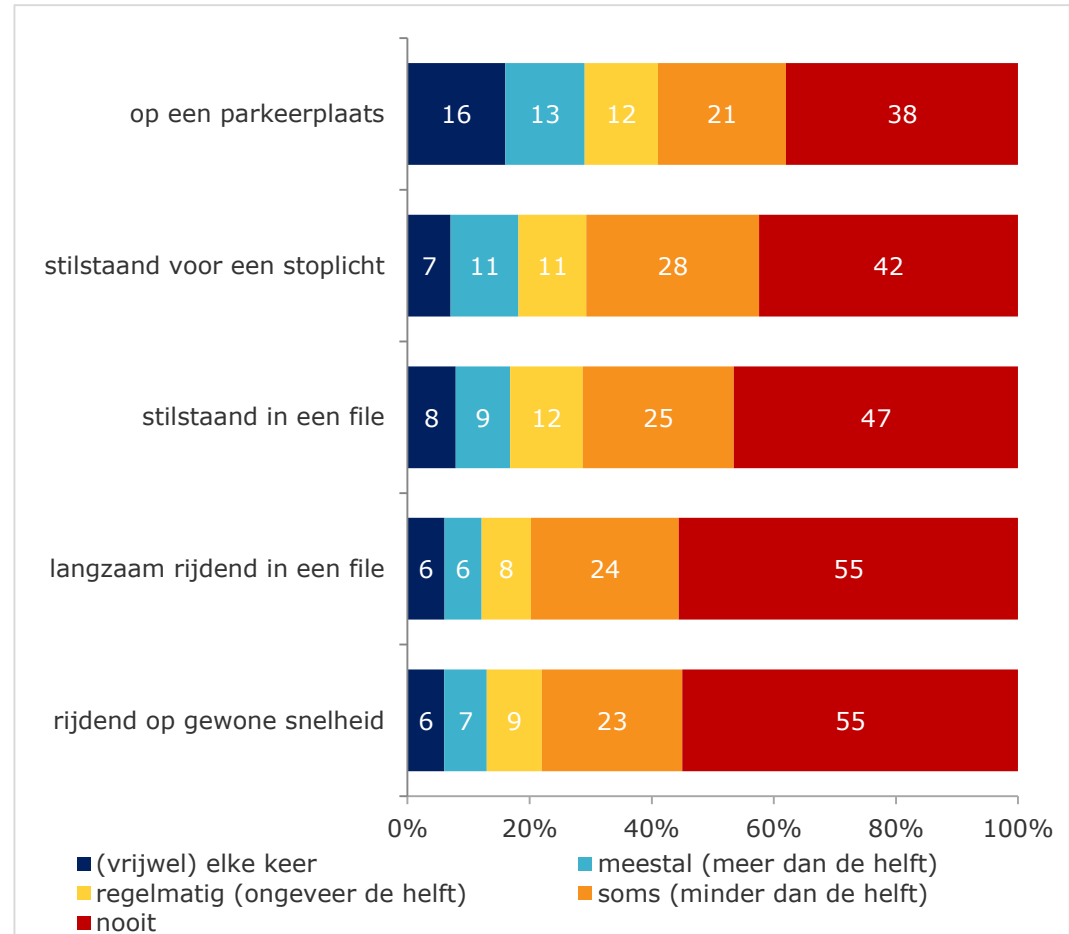
In welke verkeerssituatie gebruikte u uw smartphone voor social media?  
(basis: n=848)

### 3.3 Verkeerssituaties - Navigatie bedient men ook vaker als de auto stil staat

- Als het om het gebruik van navigatie gaat, doet de doelgroep dit ook het vaakst in een situatie waar de auto niet rijdt.
- Ten opzichte van het social media gebruik valt op dat men navigatie vaker al rijdend bedient.

#### Verschillen naar leeftijd (niet in de grafiek)

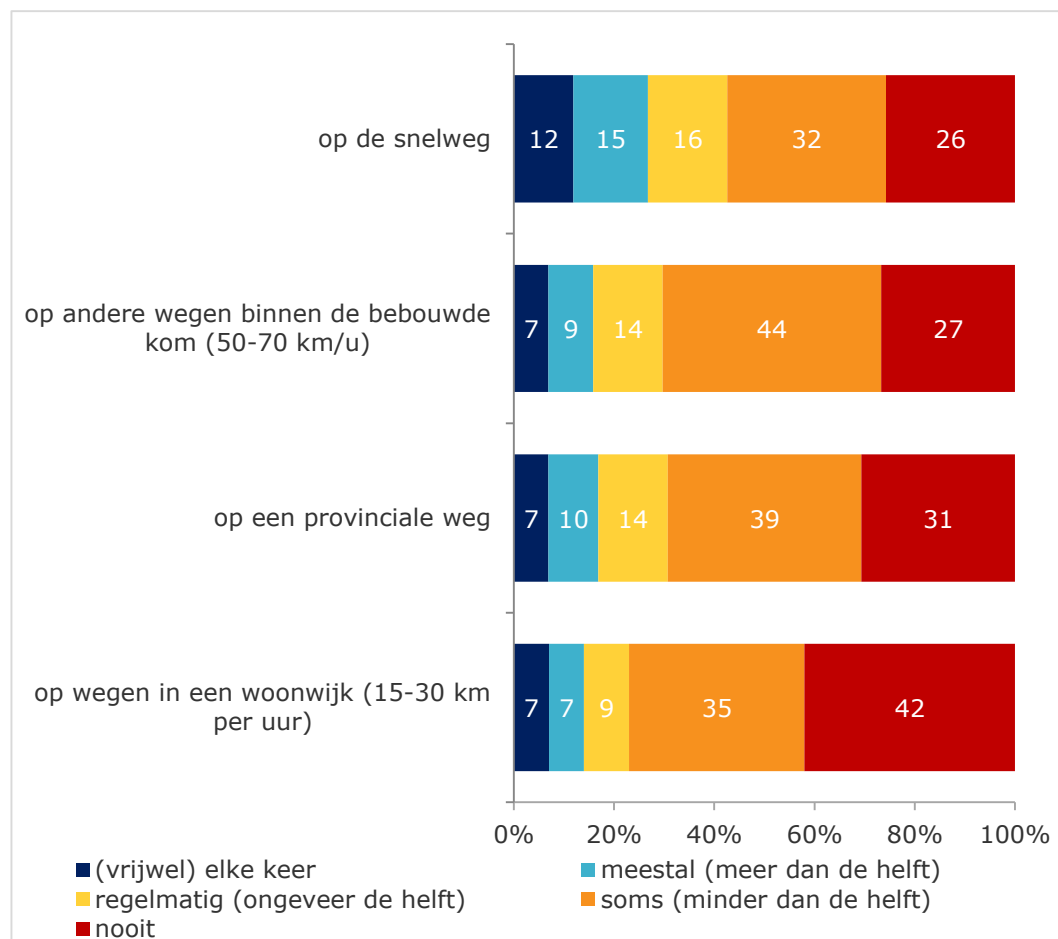
- Net als bij social media gebruik, zien we dat jongeren navigatie ook vaker in alle verkeerssituaties gebruiken.
- Als het gaat om 'rijdend op gewone snelheid' doen 68% van de 18-24-jarigen en 55% van de 25-34-jarigen dit minimaal soms. Onder 50-34-jarigen is dit 31%, onder 65-plussers 20%.



In welke verkeerssituatie gebruikte u uw smartphone voor het bedienen van navigatie? (basis: n=848)

### 3.4 Type wegen - De doelgroep gebruikt de smartphone het vaakst op de snelweg

- Van de verschillende wegtypen gebruikt de doelgroep de smartphone het vaakst op de snelweg.
- Daarna op andere wegen binnen de bebouwde kom (50-70 km per uur), gevolgd door op een provinciale weg.
- Het minst vaak gebruikt men de smartphone terwijl men op wegen in een woonwijk rijdt (15-30 km per uur).
- Jongeren gebruiken hun smartphone überhaupt vaker dan ouderen tijdens het rijden, het type weg maakt daarbij minder uit.

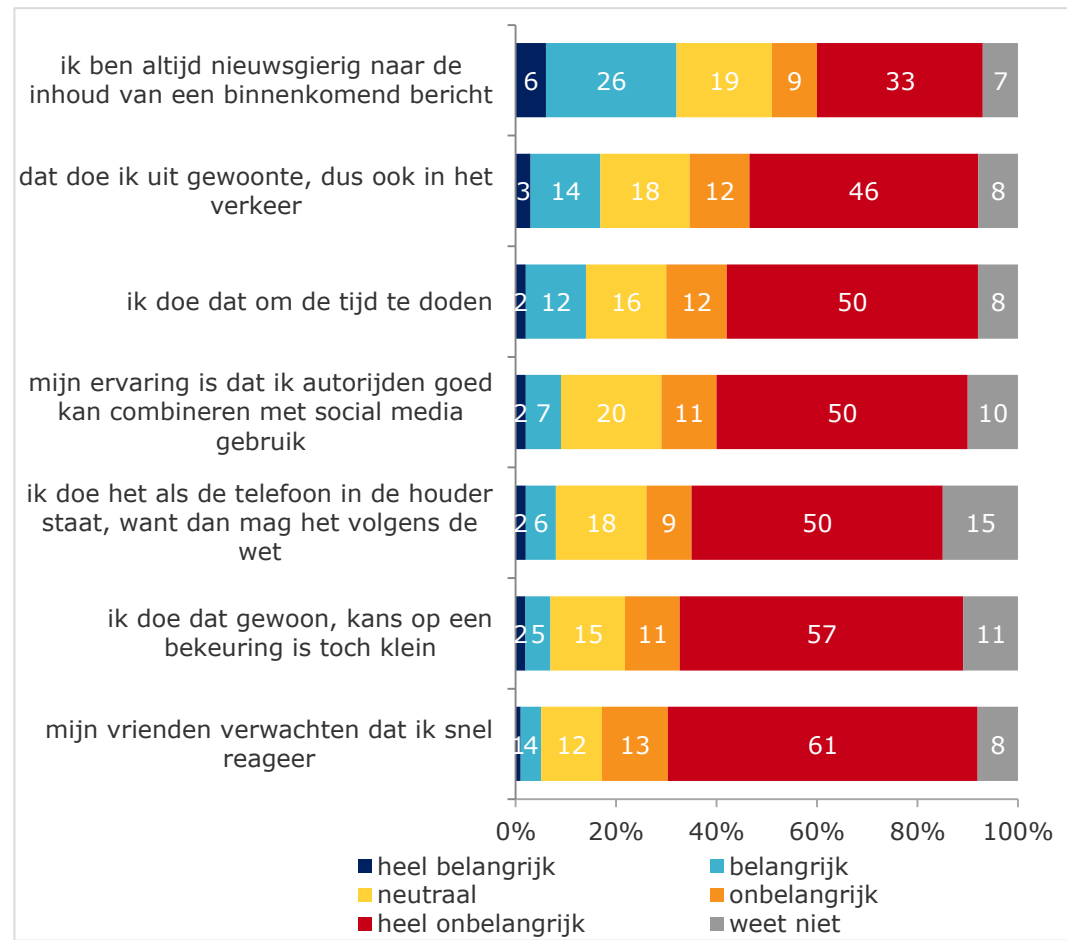


Op wat voor wegen reed u toen u uw smartphone de laatste 10 keer gebruikte? (basis: n=848)



### 3.5 Redenen social mediagebruik – Nieuwsgierigheid naar inhoud binnenkomend bericht belangrijkste reden

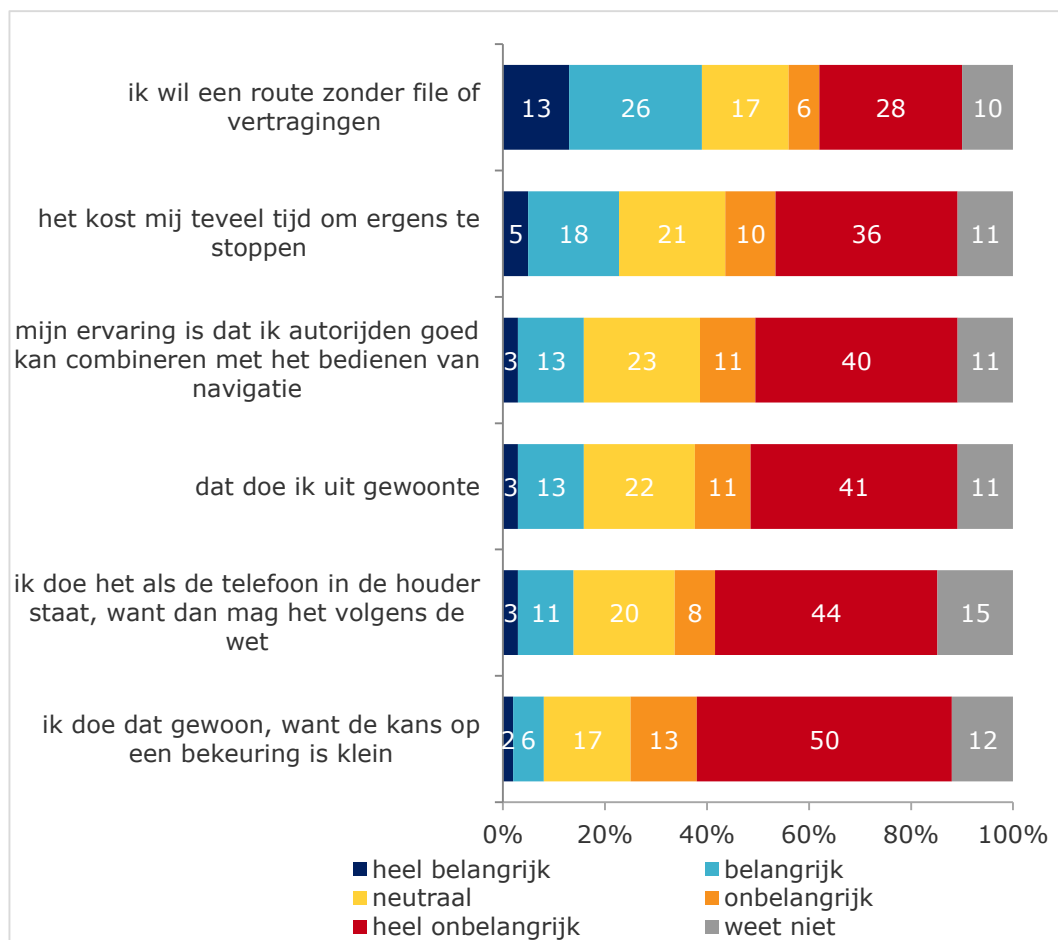
- Gevraagd is waarom men de smartphone voor social media gebruikt tijdens het autorijden.
- De meest belangrijke reden (door 32% belangrijk gevonden) is dat men altijd nieuwsgierig is naar de inhoud van een binnenkomend bericht.
- Daarna is voor 17% een belangrijke reden dat men dit uit gewoonte doet. 14% vindt 'om de tijd te doden' een belangrijke reden.
- Minder belangrijke redenen zijn dat vrienden verwachten dat ze snel reageren (5%) of dat men het gewoon doet omdat de kans op een bekeuring toch klein is (7%).
- Voor vrijwel alle redenen geldt: hoe ouder men is, hoe minder vaak men deze belangrijk vindt.



Wat zijn de belangrijkste redenen waarom u uw smartphone gebruikt voor social media tijdens het autorijden? (n=848)

### 3.5 Redenen navigatiegebruik – Men wil vooral een route zonder file of vertragingen

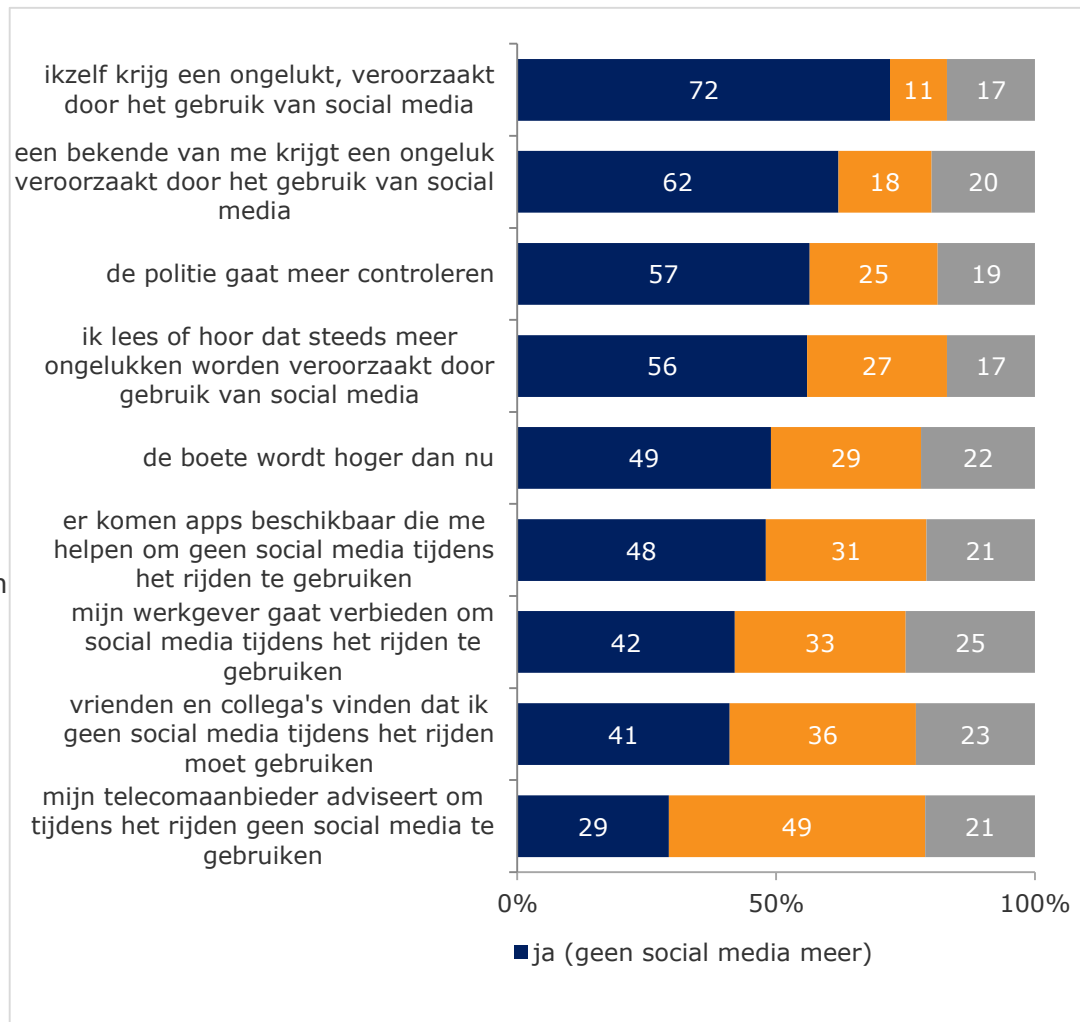
- Gevraagd is waarom men de smartphone voor navigatie gebruikt tijdens het autorijden.
- De belangrijkste reden (door 39% belangrijk gevonden) is dat men een route wil zonder file of vertragingen.
- 23% vindt het belangrijk omdat het hen anders te veel tijd kost om ergens te stoppen.
- Minder belangrijke redenen zijn dat men dat gewoon doet, omdat de kans op een bekeuring klein is (8%) of dat men het doet als de telefoon in de houder staat, want dan mag het volgens de wet (14%).
- Voor vrijwel alle redenen geldt: hoe ouder men is, hoe minder vaak men deze belangrijk vindt.



Wat zijn de belangrijkste redenen waarom u uw smartphone gebruikt voor navigatie tijdens het autorijden? (n=848)

### 3.5 Redenen om geen social media te gebruiken – Ongelukken in persoonlijke omgeving het meest alarmerend

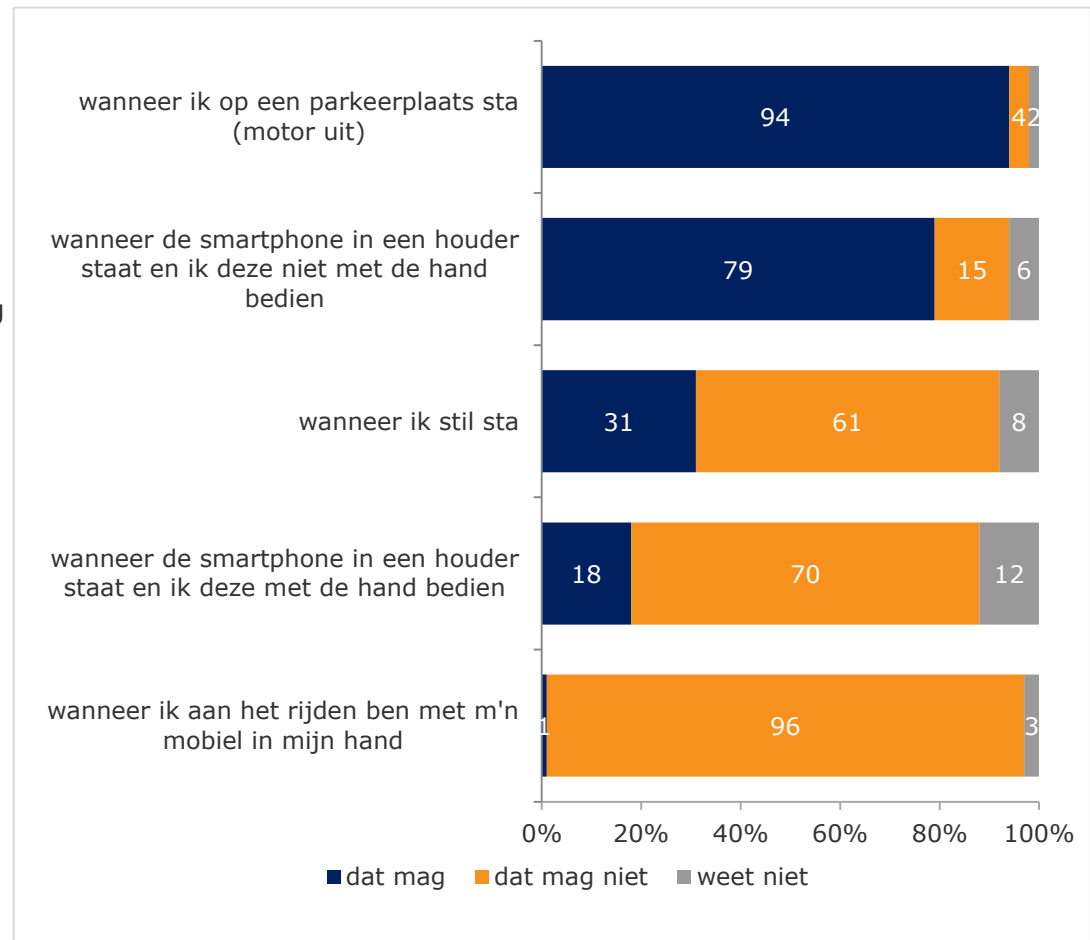
- Verschillende situaties zijn voorgelegd waarna gevraagd is of men daarna geen social media meer in het verkeer zou gebruiken.
- Situaties die dit social mediagebruik het sterkst zouden verminderen zijn: als men zelf of een bekende hierdoor een ongeluk krijgt.
- Daarna zijn meer politiecontroles of hogere boetes voor (ruim) de helft redenen om geen social media meer in het verkeer te gebruiken.
- Minder zwaar wegende situaties zijn een advies van de telecomaandbieder, sociale druk van vrienden of collega's of een verbod van de werkgever.
- Voor vrijwel alle situaties geldt: hoe ouder men is, hoe vaker de situatie er toe zou leiden dat men geen social media in het verkeer gebruikt.



Stel dat het onderstaande gebeurt. Zou u daardoor geen social media meer in het verkeer gebruiken? (n=848)

### 3.6 Wetgeving – Doelgroep redelijk goed op de hoogte van de wetgeving rond social mediagebruik

- Van verschillende situaties is nagegaan of de doelgroep denkt dat dit volgens de wet mag.
- Bijna iedereen denkt terecht dat men de smartphone mag gebruiken als men met de motor uit op een parkeerplaats staat. Ook weet bijna iedereen dat men niet met de mobiel in de hand mag rijden.
- 79% denkt terecht dat de smartphone gebruikt mag worden als deze in een houder staat en niet met de hand bediend wordt.
- Men weet minder goed of men de smartphone met de hand mag bedienen als deze in de houder staat. 70% denkt dat dit tijdens het rijden niet mag, terwijl dit formeel wel toegestaan is.
- Verwarring is er in de situatie als men met de auto stil staat. Volgens de wet is dit toegestaan, maar 61% denkt dat dit niet mag.
- We zien geen duidelijke verschillen naar leeftijd in de kennis van de wetgeving.



Mag u - volgens de wet – uw smartphone gebruiken in het verkeer in de volgende situaties? (n=848)

# 4

## Bijlagen



# 7.1 Onderzoeksverantwoording (1/3)

## Methode

De respondenten ondervraagd door middel van CAWI - Computer Assisted Web Interviewing. De respondenten zijn geselecteerd uit TNS NIPObase, het online access panel van Kantar Public met zo'n 150.000 leden.

## Veldwerk

Het veldwerk vond plaats tussen 31 augustus en 13 september 2017. Er zijn reminders uitgezet. De vragenlijst duurde gemiddeld circa 8 minuten.

## Steekproef

Het onderzoek richt zich op automobilisten die **minimaal 3 dagen per week auto rijden**. Met betrekking tot handelingen in het verkeer met de smartphone is hierbinnen geselecteerd op automobilisten die **minimaal 1 keer tijdens de autorit hun smartphone gebruiken**.

Voor de operationalisatie van de doelgroep is een steekproef getrokken van het algemeen Nederlands publiek van 18 jaar en ouder. Deze is representatief samengesteld naar de kenmerken geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, regio en huishoudgrootte. De doelgroep is vervolgens geselecteerd via selectievragen in het begin van de vragenlijst.

## Significantie

Een verschil met een overschrijdingskans  $p < 0,05$  (95% betrouwbaarheidsniveau) wordt als significant beschouwd. Verschillen met een overschrijdingskans  $p < 0,10$  zijn als indicatief gerapporteerd.

## Respons en weging

In het overzicht hieronder ziet u de belangrijkste kenmerken met betrekking tot de respons. De data van de totale respons (degenen die begonnen zijn aan de vragenlijst) zijn gewogen op de kenmerken geslacht, leeftijd, hoogst genoten opleiding, Nielsen regio en gezinsgrootte.

	Onderzoeksdoelgroep
Bruto steekproef	8.550
Totale respons	4.526
Buiten doelgroep	3.678
Netto steekproef	848
Netto respons in %	9,9%