Provincie Noord-Holland

Belevingsonderzoek OV-knooppunten in Noord-Holland

Aanleiding & doel

De provincie Noord-Holland heeft een belevingsonderzoek uitgevoerd om de doelstellingen van het programma OV-knooppunten beter te kunnen monitoren. In het bijzonder de doelstelling: 'Verbeteren van stationsomgevingen als aantrekkelijke plek in stad of dorp om te wonen, werken, leren, ondernemen en/of verblijven'. Tot nu toe was het niet mogelijk om deze subjectieve doelstelling te monitoren omdat niet bekend was hoe mensen de stationsomgevingen ervaren. Met de resultaten van het belevingsonderzoek is meer inzicht verkregen in de mening van de deelnemers. Een bijkomend voordeel van het belevingsonderzoek is dat op grotere schaal de beleving van verschillende doelgroepen van een OV-knooppunt verzameld is. Ruim 11.000 mensen hebben deelgenomen.

Het onderzoek is een van de hulpmiddelen die gemeenten kan helpen bij de aanpak van hun OV-knooppunt. Zo is er een dashboard, een grafische weergave, ontwikkeld met de belangrijkste resultaten per station. Om de resultaten beter te begrijpen is op hoofdlijnen een analyse uitgevoerd. Omdat het om een analyse gaat en niet om de monitor zelf, wordt in sommige gevallen naar een verklaring gezocht voor een bepaalde gegeven. Dit moet gezien worden als een hypothese die getest zou kunnen worden in een nadere analyse van het betreffende knooppunt. Voor enkele knooppunten waarbij de provincie Noord-Holland actief betrokken is, zijn verdiepende analyses uitgevoerd. Op aanvraag kan de provincie ook voor de overige knooppunten in Noord-Holland een verdiepende analyse uitvoeren. Heeft u als gemeente interesse in een nadere analyse van een knooppunt, stuur dan een mail naar: ovknooppunten@noord-holland.nl

Onderzoeksmethodiek

Het belevingsonderzoek is in opdracht van de provincie Noord-Holland uitgevoerd door Kantar (voormalige TNS NIPO). Zij hebben locatie-specifiek onderzoek gedaan voor de 60 OV-knooppunten in Noord-Holland (alle NS-stations). Locatie-specifiek betekent dat respondenten pas werden benaderd als zij zich in de buurt van een treinstation bevonden (maximaal 1.000 meter). Om mensen te kunnen benaderen werkt Kantar samen met haar partner SO Connect/WiFi. Dit bedrijf biedt Wifi-netwerken aan bedrijven (waaronder horeca en detailhandel), waarmee bezoekers van deze bedrijven gebruik kunnen maken van gratis WiFi door zich te registreren via een zogenaamde 'opt-in' procedure. Tijdens deze procedure wordt verwezen naar de privacy policy en privacy partners. Daarin staat duidelijk vermeld met welke partners SO Wifi samenwerkt, inclusief de opt-out mogelijkheid. De opt-in is transparant en voldoet aan de wettelijke privacyregels (AVG). Alleen respondenten die zich in de omgeving van een router van SO Wifi bevinden (het gaat niet om gratis wifi via routers van de NS) hebben per e-mail een uitnodiging voor het belevingsonderzoek ontvangen via Kantar. Kantar heeft de onderzoeksresultaten gedeeld met de provincie Noord-Holland. De emailadressen zijn nadrukkelijk niet gedeeld met de provincie Noord-Holland, met uitzondering van de mensen die de keuze hebben aangevinkt om de resultaten via de mail te ontvangen. Voor de uitwisseling van de e-mailadressen is een verwerkersovereenkomst gesloten tussen de provincie en Kantar. Dankzij deze methode was het mogelijk om een bredere en meer representatieve vertegenwoordiging van de doelgroepen (frequente en niet frequente OV-gebruikers, en niet-OV-gebruikers) te benaderen.

Tijdens het onderzoek bleek deze methodiek niet (volledig) toereikend voor de kleinere stations in Noord-Holland. Om toch voldoende gegevens te verzamelen voor deze stations, is de respons aangevuld met een alternatieve methodiek. Hierbij is gekozen om respondenten per e-mail te benaderen via de eigen database van Kantar (TNS NIPObase). Aangezien deze database niet locatie-specifiek is, werd de respondenten de vraag gesteld of zij in de afgelopen 2 weken bij één of meerdere van de overgebleven stations zijn geweest en vervolgens of zij bereid waren een vragenlijst in te vullen voor het betreffende station(s). Ook deze methodiek voldoet aan de wettelijke privacyregels (AVG).

Het belevingsonderzoek vormt een aanvulling op de stationsschouwen omdat op grotere schaal de beleving van verschillende doelgroepen is verzameld. De stationsschouw is een manier om met een kleine, diverse groep belanghebbenden het functioneren van een OV-knooppunt in beeld te brengen, urgente opgaven te benoemen en vervolgens concrete afspraken te maken over de aanpak van deze opgaven. Tijdens de schouw wordt de stationsomgeving aan de hand van een (digitale) vragenlijst en worden knelpunten in kaart gebracht. Deze methodiek is al toegepast in de Corridordialoog Kennemerlijn. Bovendien is het belevingsonderzoek aanvullend op al bestaande onderzoeken van bijvoorbeeld NS en CROW die zich meer op het station of de reis zelf richten.

Bevraagde kenmerken

De respondenten zijn in het belevingsonderzoek op diverse kenmerken bevraagd. Naast hun mening over de directe stationsomgeving (circa 300 meter) is hen gevraagd naar de reden waarom zij zich in de betreffende stationsomgeving bevonden, maar ook de frequentie waarmee zij het openbaar vervoer gebruiken op dit station.

OV-gebruikers

Op basis van deze frequentie is onderscheid gemaakt tussen OV-gebruikers (minimaal drie dagen per jaar) en niet-OV-

gebruikers (maximaal twee dagen per jaar). De OV-gebruikers kregen vervolgens een iets andere vragenlijst voorgelegd dan de niet-OV-gebruikers. Zo zijn de OV-gebruikers gevraagd naar het vervoermiddel waarmee zij hebben gereisd naar of van de betreffende stationsomgeving, de reden waarom zij dit vervoermiddel gebruikten en hun waardering van deze reis. Ook is hen gevraagd naar het gemak waarin de verschillende ketenvoorzieningen (bus, tram, metro, fiets, P+R en K+R) te bereiken zijn vanaf het perron en hun mening over het aantal fietsparkeerplekken.

Niet OV-gebruikers

De niet-OV-gebruikers werden juist gevraagd naar de reden waarom zij geen gebruik maken van het openbaar vervoer op het betreffende station. Daarnaast kregen zij vragen over hun hoofdvervoermiddel voor woon-werk verkeer en het hoofdvervoermiddel wat zij meestal voor hun overige reizen (familiebezoek, uitstapjes, winkelen, sport ect.) gebruiken. Om erachter te komen of zij toch om bepaalde redenen wel gebruik gaan maken van het OV vanaf het betreffende station, werd hun diverse stellingen voorgelegd.

Multiple-choice vragen en open vragen

Voor het beantwoorden van de multiple-choice vragen hadden respondenten meestal de keus uit zes antwoorden:
ruim onvoldoende – onvoldoende – neutraal – voldoende – ruim voldoende – geen mening.
Om de duur van de enquête zoveel mogelijk te beperken, zijn slechts enkele open vragen gesteld.