

Uitkomsten marktconsultatie

Aanbesteding OV-Klantenbarometer 2024-2028

In dit onderdeel zijn wij in gesprek gegaan met de marktpartijen over algemene vragen over de aanbesteding en de kosten van uitvoering.

Hoeveel tijd heeft nu nodig voor het maken van een offerte? Is de standaard aanbestedingstermijn (40 dagen) voldoende?

Alle partijen geven aan dat deze termijn voldoende is. Voldoende tijd tussen de laatste vragenronde en het indienen van de offerte wordt als belangrijk geacht.

Hoeveel tijd heeft u nodig voor implementatie?

De gunning van de Klantenbarometer 2024-2023 staat gepland in juli 2023. Dit geeft de partij aan wie de opdracht wordt gegund vijf tot zes maanden de tijd voor de implementatie voor het onderzoek. Alle partijen geven aan dat dit voldoende is.

Wat wilt u ons meegeven wat betreft het PvE (en de uitvraag)?

De geconsulteerde marktpartijen kaarten de volgende zaken aan:

- De OV-Klantenbarometer is een belangrijk instrument dat een rol speelt bij concessiecontracten. De kwaliteit hiervan moet gewaarborgd blijven. Wees daarom voorzichtig met wijzigingen. Pas op met snijden in kosten. De status en gezaghebbendheid van dit onderzoek komt voor uit degelijke opzet, hier moet je niet te veel aan sleutelen. Blijft de bonusmalus regeling voor de concessiehouder overeind bij wijzigingen? Verhouding kosten/kwaliteit was bij vorige aanbesteding in balans. Als je de prijs terug rekent naar de prijs per enquête/per onderzoek krijg je veel waar voor je geld.
- Stel eisen aan de manier waarop AVG wordt gewaarborgd door de uitvoerende partij.
- Wanneer innovatie onderdeel wordt van de uitvraag is belangrijk om te bepalen hoe groot is de kans is dat deze innovatieve ideeën daadwerkelijk gerealiseerd gaan worden. Je moet je afvragen of het wel nodig is om dan er gunningcriterium van te maken en hoe je deze gaat beoordelen.
- Wanneer je innovatie uitvraagt bij de aanbesteding is het belangrijk dat je inzichtelijk maakt welke innovatieve ideeën in het verleden al zijn getoetst en waar definitief van af wordt gezien.
- Zorg ervoor dat je partijen contracteert die de opdracht aankunnen.
- Het cruciale deel is het inzetten van enquêteurs en het inroosteren hiervan. Er is een tekort aan enquêteurs. Denk na over of er andere methodes mogelijk zijn en in hoeverre hier ruimte voor gemaakt wordt.
- Zorg dat er goedvergelijkbare offertes uitgegeven kunnen worden op basis van de gestelde eisen. Je moet voorkomen dat je appels met peren gaat vergelijken. Sommige uitgangspunten kunnen in meerdere opzichten vertaald worden. Zeker die gaan over veldwerk zijn belangrijk want die bepalen de kosten.

We zijn ons bewust van een toename van de uitvoeringskosten nu de personeelsmarkt krap en geldontwaarding hoog is. Wat zijn in uw ogen maatregelen /aanpassingen in het PvE die wij kunnen nemen die de kosten beperken zonder dat de kern/het doel van het onderzoek (merkbaar) aantast?

De geconsulteerde marktpartijen kaarten de volgende zaken aan:

- Er zijn bepaalde onderzoeksgebieden met een overkill aan response. Wellicht kan in deze gebieden afgeschaald worden
- Er zijn veel overbodige onderzoeksgebieden, samengevoegde concessiegebieden worden als losse onderzoeksgebieden onderzocht (Rivierenland-Achterhoek bijvoorbeeld). Hier kan bespaard worden op veldwerkkosten.
- Binnen één concessie vallen meerdere modaliteiten (RET: metro, tram en bus apart, Keolis Twente: bus en trein apart). Je kan deze ook samennemen.
- Onderzoek van de bussen op de Waddeneilanden is niet per se waardevol. Maak dit gebied onderdeel van een groter geheel (van Friese concessie bijvoorbeeld).
- Het grootste aandeel van de kosten zit in het uitvoeren van het veldwerk, dit vindt ook plaats in het weekend, hier zitten kansen om de kosten te verminderen omdat er toeslagen worden gerekend in het weekend. Daarbij wordt er minder gereden tijdens het weekend, hierdoor is de planning minder efficiënt te maken.
- Er kan worden nagedacht over andere onderzoeksmethodes, minder waarnemingen of minder frequent meten bijvoorbeeld. Denk hierbij aan om het jaar meten waarbij je een soort van 5-jaarlijks gemiddelde presenteert.

Een belangrijke randvoorwaarde wanneer er gekeken wordt naar methoden om kosten te besparen is het in stand houden van de kwaliteit van het onderzoek. Uit de consultatiegesprekken komt naar voren dat kwaliteit en kosten met elkaar samenhangen.

Inhoudelijke vragen over het statistische gedeelte van het onderzoek

Vooraf aan een eerdere uitvraag hebben wij vastgesteld dat om uitspraken te doen (zie de documentatie voor de uitspraken die we doen) een minimale n nodig is. Wij zijn van mening dat die n niet opgelegd moet worden als resultaatverplichting, maar dat we in ruil een aantal minimaal te enquêteren ritten voorschrijven. In de meeste gevallen wordt de n dan ruimschoots bereikt.

Wat vindt u van deze werkwijze?

De geconsulteerde marktpartijen kaarten de volgende zaken aan:

- Zorg dat je waakzaam bent op het aantal waarnemingen wanneer je deze methode gebruikt. Vooral in rustigere regio's.
- Deze werkwijze is "the second best thing", want de doelgroep van het onderzoek zijn de reizigers, terwijl de steekproeftrekking wordt gedaan op basis van alle ritten.
- Een doorsnede van een gemiddelde rit geeft goed beeld van geheel.
- Misschien is het beter om in plaats van een aantal ritten een aantal uren op te leggen (en als eis opnemen dat de opdrachtnemer zelf moet zorgen voor een goede spreiding van de waarnemingen) om risico te voorkomen dat er vooral wordt mee gereden in lege/rustige ritten. Of eisen dat een minimaal aantal uren wordt ingezet op bepaalde (inefficiënte) tijdsblokken bijvoorbeeld.
- In veel concessiecontracten zijn bonus/malus-afspraken opgenomen tussen concessieverlener en vervoerder. De bonus of malus wordt doorgaans toegepast op stijgingen en dalingen van resultaten uit de OV-Klantenbarometer van niet groter dan Een verschil van 0.1 rapportcijfer. Daarom is het van belang dat de OV-Klantenbarometer voorziet in een betrouwbaar cijfer op dat niveau, zodat het ook rechtbank-proof is.
- Je zou kunnen redeneren dat je in regio's waar geen bonus-/malus regeling van toepassing is kunt volstaan met die lagere n . Maar in dat geval is het ook niet mogelijk om dan achteraf alsnog een bonus-/malusregeling af te spreken. Wij denken dat de OV-Klantenbarometer als instrument onafhankelijk moet zijn van de precieze concessieafspraken en altijd die kwaliteit als minimum moet bieden.

Wat is uw mening wat de minimale n zou moeten zijn ten opzichte van de uitspraken die wij willen doen?

De geconsulteerde marktpartijen kaarten de volgende zaken aan:

- Strikt genomen is de n van 800 niet nodig om een gemiddeld rapportcijfer vast te stellen; daarvoor kan worden volstaan met een n van 380. Maar dan kan een jaar-op-jaarverschil (een stijging of een daling ten opzichte van het voorgaande jaar) niet met 95% betrouwbaarheid worden vastgesteld. Om zo'n verschil statistisch significant (95% betrouwbaarheid) te kunnen duiden is een n van 800 nodig.
- De n van 800 is niet gebaseerd op een mening, maar op strikte wetenschap. Zorg dat de degelijkheid en kwaliteit van het onderzoek niet in het geding komt. Kijk eerder naar kosten besparing op andere punten.
- De exacte n is afhankelijk van het detailniveau van de uitspraken die gedaan worden.
- Houd de huidige n aan zodat de onderzoeken onderling vergelijkbaar blijven.

Op dit moment hanteren we 7 strata binnen de populatie:

- werkdag spits (07:00–10:00 uur en 16:00–19:00 uur)
- werkdag avond (na 19:00 uur)
- werkdag dal (10:00–16:00 uur)
- zaterdag voor 19:00 uur
- zaterdag na 19:00 uur
- zondag voor 19:00 uur
- zondag na 19:00 uur.

Voor het komende onderzoek willen we van 7 naar 4 strata gaan:

- werkdag spits (07:00–10:00 uur en 16:00–19:00 uur)
- werkdag avond (na 19:00 uur)
- werkdag dal (10:00–16:00 uur)
- weekend

Omdat dit in onze ogen geen kwaliteitsverlies geeft, maar de uitvoering makkelijker en dus goedkoper maakt.

Wat is uw mening hierover? Klopt onze veronderstelling?

De geconsulteerde marktpartijen kaarten de volgende zaken aan:

- Dit is onderzocht door Arnout Mouwen, en doorgevoerd sinds 2021. De samenvoeging van de strata in het weekend had voordelen, daarbij weegt deze data niet zwaar in de uiteindelijke resultaten.
- Het rooster maken en het vinden van personeel wordt hierdoor simpeler. Hierdoor zul je kosten besparen.
- Je kan hierbij wel een spreiding over de (weekend)dag eisen
- Denk na over onderscheid tussen zaterdag en zondag. Zaterdag is goedkoper dus onderzoek zal binnen deze verdeling hoofdzakelijk op zaterdag plaatsvinden en dit komt de kwaliteit van het onderzoek niet ten goede. Vergelijk de historische resultaten van beide strata en of hier afwijkingen in zitten.
- Na covid zijn de weekenden iets belangrijker geworden. Bij bovenstaande verdeling kunnen er minder gedetailleerd uitspraken worden gedaan over het weekend.
- Het is niet de verwachting dat alle interviews binnen een bepaald tijdsblok afgenomen zullen worden aangezien er een grote hoeveelheid veldwerkers worden ingezet met verschillende voorkeuren voor dagdelen.
- Het verschil tussen de spits in de ochtend en in de avond is relevant voor beleving van de reiziger. Voorbeeld: In de ochtend zijn vervoersmiddelen vaak schoner dan in de avond.
- Wij zijn meer voor het zorgen voor een goede spreiding dan voor het efficiënter maken. Het is belangrijk om te zorgen voor concrete eisen aan de spreiding (aantal enquêtes, of enquêteritten of vereiste ureninzet per blok bijvoorbeeld) zodat offertes onderling vergeleken kunnen worden. Vereiste ureninzet leidt tot meest vergelijkbare offertes.

Belangrijk uitgangspunt bij het onderzoek is dat respondenten hun mening geven over de desbetreffende rit. Tegelijkertijd maakt dit het onderzoek kostbaar; reizigers moeten in een rit naar hun mening worden gevraagd. Achteraf een mening over een rit in het verleden vragen, geeft te algemene oordelen. Wij willen tijdens uitvoering van de OV-klantenbarometer 2024-2028 in pilots uitzoeken of het mogelijk is het arbeidsintensieve enquêteren in een rit te beperken zonder kwaliteitsverlies van de opgehaalde data.

Wat kunt u ons meegeven over bovenstaand issue? Wat zouden in uw ogen mogelijkheden zijn om de kosten van het veldwerk te verlagen zonder in te boeten op de kwaliteit van de reizigersoordelen?

De geconsulteerde marktpartijen kaarten de volgende zaken aan:

- Veldwerk is een belangrijk onderdeel van de kwaliteit van de klantenbarometer.
- Achteraf is de mening van een respondent misschien niet meer het zelfde als tijdens de rit. Denk aan de vraag: "is het netjes in de bus?". Hierdoor kan kwaliteitsverlies van het onderzoek optreden.
- Je verliest respondenten als je het achteraf doet doordat het minder dwingend is. Bij onderzoek blijkt dat er gemiddeld 17 uur tussen de rit en het invullen van de enquête zit.
- Huidige design: meten in the moment, wanneer je dit wijzigt wijzig je het onderzoek. hiervoor zul je een pilot moeten uitvoeren. Wat doet dit met de efficiency, wat doet dit met de n, wat doet dit met de vergelijkbaarheid?
- Hoe minder vaak je enquêteurs op voertuigen hoeft te zetten hoe lager de kosten.

Zelf denken we aan een pilot met bijvoorbeeld QR-codes die een enquêteur uitdeelt en waarmee reizigers in het voertuig/tijdens de rit op hun telefoon kunnen meedoen. Wat is uw mening hierover?

De geconsulteerde marktpartijen kaarten de volgende zaken aan:

- Kan, eigenlijk zou je willen dat enquêteur dan ook daadwerkelijk toeziet dat de enquête on the spot wordt ingevuld, dit is lastig aangezien iedereen de hele dag op zijn telefoon zit. Proces van de papier winkel kan worden overgeslagen. Dit versnelt de doorlooptijd. Het is de vraag of dit ook in kosten besparing met zich meebrengt, er zijn namelijk andere kosten gemoeid met dit digitale proces (taken van goedkope enquêteurs worden vervangen door duurdere bureau-medewerkers).
- Zorg voor specifieke QR-codes voor specifieke ritten.
- Bij het plakken van QR-code in bussen: uit onderzoek uit Duitsland blijkt dat je hierdoor "kameel" uitslagen krijgt (2 bulten) doordat je enkel respons krijgt van mensen die erg tevreden of erg ontevreden zijn.
- Er zijn tools beschikbaar voor monitoring
- Een van de partijen heeft ervaring bij een opdrachtgever met een combinatie van directe afname en afname middels een QR-code voor later invullen. Hier is een toename in de response van ongeveer 15% gebleken. Let hierbij wel op hoe lang na de rit de enquête wordt ingevuld voordat deze data gebruikt wordt. De ervaring leert dat de groep die tijdig aanwezig is op perrons/treinen vaker geïnterviewd worden dan mensen die later zijn. Voordeel van deze combinatie aanbieden: mensen met weinig tijd die anders een enquête niet of half zouden invullen krijgen later de gelegenheid.
- Dit is een goede stap, minder handelingskosten (papier, drukken, distribueren) en een flinke stap in de verduurzaming van het onderzoek.
- Houdt rekening met digibeten, en reizigers die (om verschillende redenen) niet digitaal willen/kunnen invullen. Zorg dus voor een papieren back-up.
- Zorg ervoor dat beide methode naast elkaar toegepast worden en vergelijk de uitkomsten.