



Marktconsultatie document

Onderwerp : **Mobiliteitspanel Nederland (MPN)**

Departement : **Ministerie van Infrastructuur en Milieu**

DG / Directie : Kennisinstituut Mobiliteitsbeleid

Contactpersoon : **Mevr. S. Passerini**

E-mail : silvia.passerini@minienm.nl

Telefoon : 06-11869198

Datum : 17-12-2015

Versie : **0.9**



Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	2
1 Inleiding.....	3
1.1 Aanleiding marktconsultatie	3
1.2 Doel marktconsultatie	3
1.3 Vraagstelling IenM	3
1.4 Informatie over IenM	4
2 Informatie over het onderwerp van de marktconsultatie	4
2.1 Mobiliteitspanel Nederland (MPN)	4
2.2 Waarom deze marktconsultatie?	4
2.3 Doel MPN	6
2.4 Databehoeftes MPN	6
2.5 Afbakening opdracht: veldwerk MPN	7
2.6 Onderdelen veldwerk MPN.....	8
2.7 Aanpak van de marktconsultatie op hoofdlijnen	12
3 Verloop van de marktconsultatie	13
3.1 Planning.....	13
3.2 Vertrouwelijkheid	14
3.3 Overige bepalingen ten aanzien van de marktconsultatie	14
4 Vragenlijst	15
4.1 Vragen met betrekking tot de hobbels behorende bij het opnieuw aanbesteden	15
4.2 Vragen met betrekking tot de verbeteringen in de veldwerkinstrumenten	15
4.3 Algemene vragen	17



1 Inleiding

Voor u ligt het marktconsultatie document (verder te noemen 'MCD') voor het onderwerp als genoemd op het titelblad ten behoeve van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu (verder te noemen 'IenM').

1.1 Aanleiding marktconsultatie

Deze marktconsultatie dient ter voorbereiding op de voorgenomen aanbesteding. IenM hecht grote waarde aan de mening van marktpartijen en wil hen vroegtijdig en actief betrekken voordat de voorgenomen aanbesteding van start gaat.

1.2 Doel marktconsultatie

IenM heeft dit MCD gepubliceerd op Tendersnet met als doel om zoveel mogelijk marktpartijen te bereiken, te interesseren en te stimuleren tot meedenken.

IenM beoogt met deze marktconsultatie:

- inzicht te verkrijgen in de reële haalbaarheid van het project en in de randvoorwaarden waaronder het project kan worden uitgevoerd;
- input te vergaren voor de aanbestedingsstrategie en de aanbestedingsstukken (nieuwe ideeën opdoen, bestaande ideeën toetsen);
- de markt in een vroeg stadium bij het project te betrekken om de aanbestedingsstukken zo goed mogelijk te kunnen afstemmen op de marktsituatie en de wensen vanuit de markt.

Daarnaast beoogt IenM met deze marktconsultatie informatie uit de markt te verkrijgen waarmee voor de komende aanbesteding het "level playing field" kan worden gecreëerd.

1.3 Vraagstelling IenM

IenM nodigt marktpartijen uit om mee deel te nemen aan deze marktconsultatie.

IenM verzoekt de markt / marktpartijen beantwoording te geven op de in dit MCD gestelde vragen waarbij de beantwoording van de gestelde vragen wordt vervat in een marktinformatie document (verder te noemen 'MID').

IenM benadrukt dat deze marktconsultatie geen deel uitmaakt van de aanbesteding en er geen rechten aan kunnen worden ontleend. Verkregen inzichten uit de marktconsultatie gebruikt IenM (waar relevant) in de voorbereiding van de aanbesteding en de aanbestedingsstukken. IenM behoudt zich het recht voor om deze inzichten niet of niet volledig te gebruiken.



1.4 Informatie over IenM

Beschrijving IenM

IenM zet in op leefbaarheid en bereikbaarheid, met een goede doorstroming in een schone en veilige omgeving. IenM werkt aan krachtige verbindingen over de weg, het spoor, het water en door de lucht, beschermt tegen wateroverlast en bevordert de kwaliteit van lucht en water. Het departement maakt daarvoor vernieuwend beleid en zorgt voor de uitvoering en handhaving. Vlot, veilig en leefbaar: dat is IenM.

Voor nadere informatie over IenM verwijzen wij u naar de website <http://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ienm>.

Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid

De marktconsultatie wordt uitgevoerd voor het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM). Het KiM is onderdeel van het ministerie van Infrastructuur en Milieu en maakt analyses van mobiliteit die doorwerken in het beleid. Dit met als doel de strategische kennisbasis voor het mobiliteitsbeleid te versterken en te verbreden en zo de kwaliteit van het mobiliteitsbeleid te vergroten. Hiervoor wordt wel de term evidence-based policy gebruikt: het baseren van beleidskeuzen op relevante feiten, gedegen analyses en betrouwbare inschattingen van risico's tegen de achtergrond van (inter)nationaal beschikbare kennis. Voor meer en actuele informatie over het KiM zie: www.kimnet.nl.

2 Informatie over het onderwerp van de marktconsultatie

Met betrekking tot het Mobiliteitspanel Nederland is de navolgende informatie van belang om een beeld te krijgen bij de informatie waar IenM op zoek naar is en om correcte beantwoording te kunnen geven.

2.1 Mobiliteitspanel Nederland (MPN)

Het MPN is in 2013 gestart, waarbij het veldwerk gegund is aan TNS NIPO. Het lopende veldwerk bestaat uit 4 waves, wat inhoudt dat de laatste wave in 2016 plaats zal vinden. Er is besloten om het MPN ook in de periode 2017-2020 voort te zetten. Deze voortzetting betreft in ieder geval vier jaar. IenM bekijkt de mogelijkheid om de voortzetting voor een langere periode (bijvoorbeeld 7 jaar) te laten gelden. Sinds de start van het MPN, is er al het nodige onderzoek op MPN data uitgevoerd. Zo is er onder andere gekeken naar de invloed van ICT op winkelmobiliteit en vrijetijdsmobiliteit. Algemene informatie over het MPN en een overzicht van wat er tot nu toe gepubliceerd is op basis van MPN data is te vinden op www.kimnet.nl/mobiliteitspanel-Nederland. Tevens zijn in november de data van wave 1 gepubliceerd op www.mpndata.nl.

2.2 Waarom deze marktconsultatie?

Voor het voortzetten van het veldwerk voor het MPN is het wettelijk verplicht dit te doen via een nieuwe Europese aanbesteding. Echter, het feit dat de nieuwe aanbesteding voortborduurt op een eerdere aanbesteding heeft implicaties voor de nieuwe aanbesteding. Enerzijds dient het veldwerk (onderzoeksinstrumenten, methode van benadering respondenten, etc) vrijwel gelijk te blijven aan dat in de eerdere waves. Een methodebreuk is immers vanuit onderzoeksoptiek onwenselijk en dient dus zoveel mogelijk beperkt te worden. Anderzijds hebben we ook geleerd van de huidige



veldwerkperiode en is er ruimte voor verbetering. Het veldwerk behorende bij de nieuwe aanbesteding zal dus niet op alle vlakken een directe kopie zijn van het lopende veldwerk.

IenM wil een level playing field creëren. Daartoe zal IenM bij het publiceren van de aanbestedingsdocumenten alle beschikbare informatie openbaar maken die de markt nodig heeft om de onderzoeksinstrumenten, benadering van respondenten, etc op de gewenste manier vorm te geven.

Twee belangrijke uitdagingen voor de inschrijvende bureaus dragen bij aan dit level playing field. Ten eerste de uitdaging om de overgang van wave 1 – 4 naar wave 5 - 8 zo soepel mogelijk met zo beperkt mogelijke consequenties voor de continuïteit en de vergelijkbaarheid van de data te laten verlopen. De overgang naar een andere marktpartij vergt aandacht. Zo dienen de respondenten uit de eerdere waves meegenomen te worden en dient dit gerealiseerd te worden zonder veel respondenten te verliezen. Een methodebreuk dient hierbij tevens zoveel mogelijk beperkt te worden. Door middel van deze marktconsultatie wil IenM verder verkennen of de markt bij een mogelijke overgang dezelfde problemen zien als IenM of dat er misschien nog andere aspecten relevant zijn. En welke mogelijkheden zijn er om met deze aspecten om te gaan? Zie voor de vragen met betrekking tot deze hobbels hoofdstuk 4.

De tweede uitdaging heeft betrekking op het aanbrengen van verbeteringen aan de huidige veldwerkinstrumenten. Met name het dagboekje en de bijbehorende database bieden mogelijkheid tot verbetering. Daarnaast dienen de veldwerkinstrumenten aangepast te worden aan deze tijd en geschikt te zijn voor nieuwe devices zoals tablets en smartphones. Met deze marktconsultatie wil IenM deze uitdagingen verder verkennen. De vragen met betrekking tot deze uitdagingen zijn eveneens opgenomen in hoofdstuk 4.

Deze informatie zal gebruikt worden bij het aanscherpen van het aanbestedingsdocument. De mogelijkheden voor verbetering in combinatie met het beperken van de methodebreuk zullen beide meegenomen bij het beoordelen van de inschrijvingen op de nieuwe aanbesteding.

Leeswijzer

In dit document zullen we eerst in paragraaf 2.3 en 2.4 ingaan op het doel van het MPN en aan welke databehoeftes het MPN bijdraagt. Vervolgens zal de opdracht behorende bij deze marktconsultatie worden afgebakend (paragraaf 2.5). Daarna zal er worden ingegaan op de voor deze marktconsultatie relevante onderdelen van het veldwerk (paragraaf 2.6). In paragraaf 2.7 en hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de aanpak en verloop van de marktconsultatie. Ten slotte, zal er in hoofdstuk 4 geëindigd worden met de vragen behorende bij deze marktconsultatie.



2.3 Doel MPN

Het doel van het MPN is om de dynamiek in verplaatsingsgedrag van een vaste groep personen en huishoudens in de tijd in kaart te brengen, en te beschrijven hoe wijzigingen in verplaatsingsgedrag, persoonlijke en huishoudkenmerken en andere mobiliteitsbeïnvloedende factoren samenhangen. Het MPN is bedoeld voor het beantwoorden van onderstaande onderzoeksvragen:

- Wat is de invloed van life-events (bijvoorbeeld nieuwe baan, geboorte van een kind of scheiding) op de dynamiek in de mobiliteit?
- Hoe verandert het aankoopgedrag, bezit en gebruik van voertuigen en OV-abonnementen door de tijd heen en hoe is dit van invloed op de dynamiek in de mobiliteit?
- Wat is de invloed van persoonlijke voorkeuren en levensoriëntatie op de mobiliteit en de dynamiek daarin?
- Wat is de relatie tussen ruimtelijke dynamiek en veranderingen in het mobiliteitsgedrag?

De nadruk ligt dus steeds op de dynamiek, dat wil zeggen de veranderingen op persoons- en huishoudniveau. Een voorbeeldvraag die we met het MPN willen kunnen beantwoorden is: in welke mate verandert iemands mobiliteitsgedrag wanneer hij of zij van baan verandert?

2.4 Databehoefte MPN

In Nederland wordt voor verkeer- en vervoeronderzoek vooral gebruik gemaakt van cross-sectie data. Dit betekent dat voor iedere respondent op een specifiek moment in de tijd data wordt verzameld. De belangrijkste cross-sectie databron, die we in Nederland voor verplaatsingsgegevens hebben, is het Onderzoek Verplaatsingen in Nederland (OVIN) dat door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) wordt uitgevoerd. De groep respondenten die wordt benaderd, verschilt bij het OVIN van jaar tot jaar. Deze data zijn een belangrijke bron van gegevens voor het kalibreren van strategische vervoermodellen en voor het uitvoeren van beleidsanalyses.

Omdat er bij cross-sectie data sprake is van een momentopname en een steeds wisselende groep respondenten, bieden deze data slechts beperkt de mogelijkheid om inzicht te krijgen in veranderingen in mobiliteit in de tijd en in de oorzaken die daaraan ten grondslag liggen. Om dit inzicht wel te kunnen verkrijgen is het van belang dat eenzelfde groep respondenten (bij voorkeur alle leden uit een huishouden) door de jaren heen wordt gevolgd. De hoeveelheid informatie die van deze respondenten beschikbaar is, neemt in de loop van de tijd steeds verder toe. Om waargenomen mobiliteitsveranderingen in de tijd te kunnen verklaren, is het van belang om jaarlijks naast een meting van de mobiliteit ook een groot aantal persoons- en huishoudkenmerken in beeld te brengen. Deze kenmerken kunnen gebruikt worden om de mobiliteit in dat jaar maar ook tussen de jaren te verklaren. Data die periodiek over eenzelfde groep respondenten wordt verzameld, noemt men paneldata.

Het Mobiliteitspanel Nederland past in de beleidsbehoefte van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu (IenM) om meer inzicht te krijgen in de factoren van veranderingen in verplaatsingsgedrag. Door deze factoren te kennen kan met beleidsinstrumenten beter ingespeeld worden op mobiliteitsveranderingen. Bovendien kunnen deze inzichten meegenomen worden in de aanpassing van strategische verkeers- en vervoersmodellen.



2.5 Afbakening opdracht: veldwerk MPN

De doelstelling van het MPN is om inzicht te krijgen in de dynamiek in verplaatsingsgedrag van personen en huishoudens in de tijd, en het beschrijven van de samenhang tussen wijzigingen in verplaatsingsgedrag, persoonlijke- en huishoudkenmerken en andere mobiliteitsbeïnvloedende factoren. Met het oog daarop worden vier typen informatie verzameld:

- mobiliteitsgegevens;
- persoons- en huishoudkenmerken;
- mobiliteitskenmerken op persoons- en huishoudniveau;
- overige mobiliteitsbeïnvloedende factoren.

De mobiliteitsgegevens worden verzameld via dagboekjes waarin respondenten allerlei gegevens over verplaatsingen en bijbehorende activiteiten en locaties invullen. De persoons- en huishoudkenmerken worden verzameld via drie vragenlijsten. De kern van het veldwerk bestaat dus uit het afnemen van een dagboekje en drie vragenlijsten, die jaarlijks worden ingevuld door de respondenten.

Deze marktconsultatie betreft het veldwerk ten behoeve van het MPN. Dit veldwerk bestaat ruwweg uit:

- het onderhouden, gebruiken en aanvullen (bijwerving) van het onderzoekspanel;
- het opstellen van een persoonsvragenlijst, een huishoudvragenlijst en een vragenlijst voor het bijzonder onderwerp;
- het implementeren van een dagboekje;
- het testen van de vragenlijsten en een dagboekje in een pilot;
- het jaarlijks afnemen van de vragenlijsten en het dagboekje;
- het uitvoeren van non-response onderzoek;
- beperkt nabewerken van de verzamelde data (afsplitsen onbruikbare respons, bepalen cross-sectionele weegfactoren, (her-)codering);
- jaarlijks opleveren databestanden;
- jaarlijks opleveren veldwerkverantwoording (inclusief non respons onderzoek).

Het uitvoeren van analyses op de ingewonnen data maakt dus geen deel uit van de opdracht. Zoals eerder vermeld is het MPN in 2013 gestart en zal de laatste wave van het lopende veldwerk in 2016 plaatsvinden. Er is besloten om het MPN ook in de periode 2017-2020 voort te zetten. De opdracht behorende bij de nieuwe aanbesteding betreft het veldwerk voor 2017 t/m 2020 waarbij het veldwerk steeds in het najaar plaatsvindt. De opdracht loopt (inclusief voorbereiding en nabewerking) van september 2017 t/m maart 2021 (of indien daartoe wordt besloten langer).

Een jaarlijkse dataverzamelingsperiode zal worden aangeduid met de term wave. De opdracht betreft dus tenminste vier opeenvolgende waves.



2.6 Onderdelen veldwerk MPN

2.6.1 Longitudinaal onderzoek, dus in achtereenvolgende jaren blijven responderen

Om de ontwikkeling van de mobiliteit van huishoudens en individuen door de tijd heen te kunnen volgen is het van belang dat zoveel mogelijk respondenten in het MPN jaar op jaar blijven responderen. Uitgangspunt is dat als een respondent eenmaal aan een wave heeft meegedaan hij /zij ook aan alle volgende waves mee doet. Zoals eerder vermeld is het MPN in 2013 gestart. Bij de start van de nieuwe opdracht zijn de eerste vier waves van het MPN afgerond. Voor de bruikbaarheid van het MPN voor onderzoeksdoeleinden is continuïteit van het MPN cruciaal. Het is dus van belang dat zoveel mogelijk van de respondenten uit de eerdere aanbesteding ook deelnemen aan het veldwerk uit de nieuwe aanbesteding. Bij voorkeur doet een respondent aan alle nieuwe waves (2017-2020) mee.

Het MPN is een huishoudpanel. Deze keuze is gemaakt omdat de mobiliteit van de verschillende leden van een huishouden niet los van elkaar gezien kan worden. Zo halen en brengen ouders jonge kinderen van en naar zwembaden. Als ouders de auto een avond niet gebruiken, kunnen volwassen thuiswonende kinderen deze gebruiken als ze uitgaan of gaan sporten.

De jaarlijkse omvang van de netto respons van het MPN bedraagt minimaal 2000 complete huishoudens in Nederland uitgezonderd Bonaire, Sint Eustasius en Saba. Alle huishoudleden van 12 jaar en ouder nemen aan het onderzoek deel. Uitgaande van een gemiddelde huishoudomvang van 2,2 personen van 12 jaar en ouder per huishouden omvat het MPN per jaar tenminste 4.400 respondenten.

Via verschillende responsverhogende maatregelen dient getracht te worden om alle oorspronkelijke huishoudleden gedurende meerdere jaren voor het MPN te behouden. De invloed van bovengenoemde en andere life-events (o.a. verhuizen, geboorte, verandering van baan, etc) kunnen grote invloed hebben op het verplaatsingsgedrag van individuele respondenten en huishoudens. En juist het bepalen van deze invloed is een van de hoofdonderzoeksvragen van het MPN.

Zie voor meer informatie over de opzet van het MPN en de eerste onderzoeksresultaten www.kimnet.nl/mobiliteitspanel-Nederland. Data van wave 1 evenals de gebruikte vragenlijsten zijn te vinden op www.mpndata.nl.

2.6.2 Vormgeving en opzet gebruikte instrumenten

Het gehele onderzoek is tussen 2013-2016 web-based uitgevoerd, dat wil zeggen dat zowel de vragenlijsten als het dagboekje via Internet ingevuld kunnen worden op zowel pc, laptop als tablet. De respondent kan op een zelfgekozen tijdstip binnen een daarvoor aangewezen tijdvak de vragenlijsten invullen (self-completion). Op daarvoor aangegeven dagen dient het dagboekje aan het eind van de dag te worden ingevuld. Om gedurende de dag informatie over locaties en activiteiten te gebruiken, krijgen respondenten een papieren geheugensteuntje.

Voordeel van web-based onderzoek is dat er tijdens het invullen al datacontroles mogelijk zijn, wat de kwaliteit van de gerapporteerde gegevens ten goede komt. Ook kunnen databases aan een vragenlijst of dagboekje gekoppeld worden, zoals een databestand met alle adressen in Nederland. Dit vergemakkelijkt het ingeven van de



adressen van bezochte locaties. De datacontrole tijdens het invullen draagt er ook toe bij dat de gegevens na afloop van het veldwerk sneller beschikbaar zijn.

Om een methodebreuk zoveel mogelijk te voorkomen is het van belang dat de onderzoeksinstrumenten (op enkele aantoonbare verbeteringen na) gelijk moeten blijven aan de gebruikte instrumenten in de eerdere aanbesteding. Zoals eerder vermeld wordt er gebruik gemaakt van 3 vragenlijsten voor het verzamelen van de persoons- en huishoudkenmerken, namelijk: 1) de huishoudvragenlijst; 2) de persoonsvragenlijst; en 3) de vragenlijst behorende bij het bijzonder onderwerp. De mobiliteitsgegevens worden verzameld via dagboekjes. In het vervolg van deze paragraaf zullen de verschillende onderzoeksinstrumenten nader worden toegelicht.

a) Huishoudvragenlijst

Per deelnemend huishouden vult één volwassen huishoudlid een aantal vragen over het huishouden in. Doordat het onderzoek longitudinaal is, groeit na verloop van tijd de beschikbare informatie per huishouden. In de huishoudvragenlijst wordt onder andere gevraagd naar:

- Huishoudsamenstelling, hoofdkostwinner, jaarlijks huishoudinkomen
- Aanwezigheid pc's en laptops
- Vervoermiddelenbezit huishouden en parkeermogelijkheden
- Autokenmerken (merk, model, bouwjaar, brandstofsoort, bijtelling, jaarkilometrage, hoofdgebruiker)

b) Persoonsvragenlijst

Iedereen in het huishouden die 12 jaar of ouder is, vult een aantal vragen over zichzelf in. Ook hier geldt dat na verloop van tijd de beschikbare informatie per respondent toeneemt. In de persoonsvragenlijst wordt onder andere gevraagd naar:

- Leeftijd, geslacht en persoonlijk maandinkomen en geboorteland respondent;
- Aantal arbeidsuren (totaal, thuis, op vaste werklocaties, onderweg of elders);
- Gebruik vervoermiddelen voor de woon-werkverplaatsing en eventuele reiskostenvergoedingen (auto, OV, fiets);
- Rijbewijs-, kaartsoorten en vervoermiddelenbezit;
- Voorkeur gebruik vervoermiddelen;
- Waardering verkeer en vervoer in de woonomgeving;
- Gebeurtenissen in persoonlijke levenssfeer en wijzigingen in mobiliteitsgedrag;
- Mogelijkheden en mate van gebruik van Internet voorzieningen.

c) Bijzonder onderwerp

De persoonsvragenlijst bevat een verdieping over een bijzonder onderwerp. Het gaat daarbij om maatschappelijke of beleidsmatige ontwikkelingen die aanleiding kunnen zijn tot verandering in de mobiliteit. Om deze verandering te kunnen meten, worden vragen over het bijzonder onderwerp in twee verschillende jaren gesteld. In wave 1 & 3 betrof het bijzonder onderwerp de invloed van het toenemende gebruik van ICT op de mobiliteit ten behoeve van werken, winkelen en vrijetijdsbesteding. In wave 2 & 4 betrof het bijzonder onderwerp attitudes ten aanzien van vervoermiddelengebruik en -bezit. Het bijzonder onderwerp in wave 5 & 7 zal gelijk zijn aan wave 1 & 3 (ICT en mobiliteit). Het bijzonder onderwerp voor wave 6 & 8 moet nog worden vastgesteld.



d) Dagboekje

Via een dagboekje wordt de mobiliteit van individuele respondenten in een huishouden gemeten. Voor elke respondent levert het dagboekje informatie over alle verplaatsingen en ritten die de respondent gemaakt heeft, en de bijbehorende verplaatsingsmotieven. Iedere respondent vult jaarlijks gedurende drie opeenvolgende dagen per jaar het dagboekje in. Om inzicht te krijgen in het gezamenlijk gebruik van vervoermiddelen en de wijze waarop activiteiten en verplaatsingen van huishoudleden elkaar mogelijk beïnvloeden, zijn de invuldagen voor alle huishoudleden hetzelfde. Het dagboekje is een zogeheten locatie-gebaseerd dagboekje. Hoewel het hoofddoel van het dagboekje is om verplaatsingen en ritten gedetailleerd in kaart te brengen, wordt in een locatie-gebaseerd dagboekje eerst de locaties die bezocht zijn en de hoofdactiviteiten die daar zijn uitgevoerd voor de gehele dag uitgevraagd. Daarna worden pas de verplaatsingen (en ritten) tussen deze locaties in kaart gebracht. De gedachte achter een locatie-gebaseerd dagboekje is dat mensen zich beter kunnen herinneren wat ze gedaan hebben of waar ze geweest zijn, dan welke verplaatsingen ze hebben gemaakt; verplaatsingen zijn immers afgeleiden van activiteitenpatronen (Stopher, 1992).

Van elke rit wordt gevraagd of mensen samen gereisd hebben. Daarnaast wordt voor de gehele verplaatsing gevraagd of er sprake was van parkeerkosten en of er tijdens de verplaatsing vertraging is opgetreden. Nadat alle verplaatsingen en ritten zijn geregistreerd, wordt de dag afgesloten met een aantal vragen over het type dag (werkdag, schooldag, vakantiedag, ziek thuis, ...).

Het dagboekje dient aan het einde van de dag te worden ingevuld. Om gedurende de dag informatie over locaties en activiteiten te kunnen bijhouden, is voor het lopende veldwerk een papieren geheugensteuntje ter grootte van een enveloppe ontwikkeld. Deze kan eenvoudig door de respondent worden meegenomen en onderweg worden ingevuld. Dit geheugensteuntje is er voor bedoeld om te zorgen dat de respondent het dagboekje zo volledig mogelijk invult. Zonder geheugensteuntje is de kans groter dat korte verplaatsingen die onderdeel uitmaken van een keten, verplaatsingen waarvan de bestemming maar kort aangedaan wordt (Wolf, 2000) of verplaatsingen aan het eind van de dag (Wolf et al., 2004) ondergerapporteerd worden. Daarnaast worden vertrek-, aankomst- en reistijden eerder afgerond en adressen vaker onvolledig of onjuist genoteerd.

Zoals eerder vermeld, bieden het ontwikkelen van het dagboekje en de bijbehorende database mogelijkheid tot verbetering. Zie hoofdstuk 4 voor vragen met betrekking tot deze mogelijkheden tot verbetering.

2.6.3 Steekproef voor het MPN

De steekproef voor het huidige MPN-panel is getrokken uit het bestaande Internet panel van TNS NIPO (NIPObase). TNS NIPO heeft ermee ingestemd dat de respondenten van het MPN-panel bij voortzetting ook door andere partijen voor het MPN-onderzoek mogen worden gebruikt. Alle respondenten uit wave 4 en wave 3 dienen gebruikt te worden voor het veldwerk behorende bij de nieuwe aanbesteding. Uitzonderingen hierbij zijn respondenten die aangegeven hebben niet meer deel te willen nemen aan het MPN. Hierbij is het belangrijk dat het verlies van panelleden en de daaruit resulterende methodebreuk zoveel mogelijk voorkomen dient te worden. Het behouden van de huidige panelleden en het zoveel mogelijk beperken van de uitval zal dan ook extra inspanning van de inschrijvende partij vergen.

We zijn ons er van bewust dat ieder jaar een zekere mate van uitval van respondenten/huishoudens plaats zal vinden (zie 2.6.4 voor verdere eisen met



betrekking tot deze uitval). Dit betekent dat het MPN zodanig zal moeten worden aangevuld met nieuwe huishoudens dat de minimale netto omvang van elk jaar 2000 complete huishoudens gehandhaafd blijft. Belangrijk hierbij is dat als een respondent/huishouden in een jaar niet gerespondeerd heeft, deze respondent/huishouden in het daaropvolgende jaar wel opnieuw mag worden benaderd. Op deze wijze wordt gezorgd dat respondenten, die bijvoorbeeld vanwege vakantie een jaar niet aan het MPN kunnen deelnemen, voor het MPN behouden blijven. Voor de bijwerving mag de inschrijvende partij gebruik maken van een bestaand panel of een nieuw panel hiervoor opzetten. Uitgangspunt hierbij is dat het mobiliteitsgedrag van leden van het MPN voldoende representatief is voor het mobiliteitsgedrag van de Nederlandse bevolking (zie 2.6.5 over steekproeftrekking).

2.6.4 Uitval

Om betrouwbare uitspraken over de ontwikkeling van de mobiliteit te kunnen doen, is het cruciaal dat respondenten meerjarig aan het onderzoek meedoen. Anders gezegd, de uitval van respondenten dient beperkt te zijn. Met het oog hierop wil IenM de volgende eisen stellen aan de uitval van leden van het MPN:

- de volledige uitval van respondenten is per jaar maximaal 20%, dat wil zeggen dat elk jaar maximaal 20% van de respondenten, die in de wave ervoor volledig, nauwkeurig in de tijd en betrouwbaar gerespondeerd heeft, mag uitvallen;
- de volledige uitval van respondenten na vier jaar is maximaal 60%, dat wil zeggen dat 40% van de respondenten, die in wave 4 volledig, nauwkeurig in de tijd en betrouwbaar gerespondeerd heeft, ook in wave 8 volledig, nauwkeurig in de tijd en betrouwbaar gerespondeerd heeft.

2.6.5 Steekproeftrekking

De steekproef voor het MPN is getrokken uit het bestaande internetpanel van TNS NIPO (NIPObase). De huishoudens zijn zo geselecteerd dat de deelnemers aan het panel representatief zijn wat betreft leeftijd, geslacht, opleiding, gezinsfase, voornaamste bezigheid en stedelijkheidsgraad van de woonomgeving. Hierbij is uitgegaan van de gouden standaard. Daarnaast is het MPN ook representatief op het gebied van autobezit van huishoudens.

Het is voor het onderzoek van belang dat de netto respons voldoende representatief is. Hierbij geldt dat eventuele uitval moet worden aangevuld met nieuwe huishoudens. De bruto steekproeftrekking bij de bijwerving dient op een dusdanige manier plaats te vinden dat het netto MPN-panel een representatieve afspiegeling van de samenleving is. Dit houdt in dat in het geval de uitval selectief is, die selectiviteit moet worden gecompenseerd. Hierbij is het van belang om te vermelden dat deze representativiteit op de combinatie van kenmerken geldt.

2.6.6 Dataverzameling

Om ervoor te zorgen dat de ingewonnen data representatief zijn voor een jaar, vindt het invullen van het dagboekje jaarlijks in het najaar plaats tussen het einde van herfstvakantie en Sinterklaas. Iedere respondent vult gedurende drie opeenvolgende dagen per jaar (met in het eerste jaar van deelname een random bepaalde startdag binnen deze periode) een dagboekje in. Alle leden in het huishouden vullen het dagboekje voor dezelfde dagen in. Als een respondent het jaar ervoor ook gerespondeerd heeft, dient de startdag (dag van de week) het jaar daarop dezelfde te zijn. In dezelfde driedaagse periode vult elke respondent ook een persoonlijke vragenlijst in. Tevens vult één volwassen lid van het huishouden in dezelfde periode een huishoudvragenlijst in. Als een respondent het jaar ervoor ook gerespondeerd heeft, dient de startdag (dag van de week) het jaar daarop hetzelfde te zijn. De



startdatum ligt in dezelfde week binnen de veldwerkperiode waarin de oorspronkelijke startdatum lag.

2.6.7 Ter beschikking stelling data aan derden via DANS

IenM zal jaarlijks de data uit het MPN aanbieden aan Survey Data Nederland (SDN). SDN is een initiatief van CentERdata en DANS dat zich richt op het dissemineren en het duurzaam opslaan van surveydata en de onderliggende meetinstrumenten (www.surveydata.nl). SDN borgt de opslag van data (inclusief achtergrondinformatie over inwinning, bewerkingslagen, etc) en stelt deze – conform de afspraken met IenM - beschikbaar aan derden. Dit is de enige manier waarop MPN-data aan derden beschikbaar zullen worden gesteld. De inschrijvende partij mag dus zelf geen MPN-data aan derden beschikbaar stellen.

2.6.8 Maat- en meerwerk

IenM wil het MPN incidenteel gebruiken om bijzondere onderzoeksvragen beantwoord te krijgen. Dit zogeheten maat- of meerwerk kan alleen worden aangevraagd via KiM. Het kan hierbij bijvoorbeeld gaan om additionele vragen, waarvoor een extra wave moet worden gehouden en het vergroten van de steekproefomvang ten behoeve van regionale verdichting of specifieke doelgroepen.

2.7 Aanpak van de marktconsultatie op hoofdlijnen

De marktconsultatie bestaat uit twee delen. Allereerst vindt er een schriftelijke vragenronde plaats met alle partijen die zich hebben aangemeld en een bijdrage willen leveren. Direct daarop volgend vinden toelichtende gesprekken plaats met partijen die in één-op-één gesprekken hun visie op de gestelde vragen verder uiteen willen zetten.



3 Verloop van de marktconsultatie

3.1 Planning

Activiteit	Datum en tijdstip
Publiceren MCD	18 december 2015
Uiterste datum tot het stellen van vragen	6 januari 2016 16:00 uur
Uiterste datum publiceren nota van inlichtingen	14 januari 2016
Uiterste datum tot het indienen van het MID	20 januari 2016
Data toelichtende gesprekken*	1. 25 januari 2016 2. 27 januari 2016 3. 28 januari 2016
Afronding	Medio februari 2016

Belangstellenden kunnen aan bovenstaande planning geen rechten ontleen. IenM behoudt zich het recht voor de planning te wijzigen.

Stellen van vragen

Marktpartijen hebben de gelegenheid vragen te stellen over onduidelijke formuleringen in het MCD met als doel transparante en eenduidige communicatie. Als partijen vragen hebben over het MCD, kunnen deze per email aan de op het titelblad genoemde contactpersoon worden gesteld vóór de in de planning genoemde 'uiterste datum tot het stellen van vragen'.

Nota van inlichtingen

De (geanonimiseerde) vragen van marktpartijen beantwoordt IenM in een nota van inlichtingen die op Tendered wordt gepubliceerd.

Indienen MID

Iedere geïnteresseerde marktpartij die van mening is dat zij een bijdrage kan leveren aan de marktconsultatie wordt verzocht om de antwoorden op de vragenlijst uit hoofdstuk vier van dit MCD als MID in te dienen per e-mail aan de op het titelblad genoemde contactpersoon vóór de in de planning genoemde 'uiterste datum tot het indienen van het MID'.

Toelichtende gesprekken

IenM houdt de optie open om naar aanleiding van de ingediende MID's partijen uit te nodigen om mondeling een aanvullende toelichting te geven op hun antwoorden. Marktpartijen worden verzocht de beschreven data / tijdstippen vrij te houden in de agenda. Er wordt zo snel als mogelijk kenbaar gemaakt of met uw organisatie een toelichtend gesprek gewenst is en zo ja, op welke datum / tijdstip u verzocht wordt op kantoor van IenM (te Den Haag) te komen.



Afronding

Afronding, middels het afsluiten van de marktconsultatie op Teneder.nl, vindt plaats op de datum / het tijdstip als genoemd in de planning.

IenM zal in de aanbestedingsstukken duidelijk maken hoe de oorspronkelijke ideeën en / of vragen naar aanleiding van de marktconsultatie zijn bijgesteld of ingevuld en zal hierin de conclusies op hoofdlijnen opnemen.

3.2 Vertrouwelijkheid

IenM behandelt de input van deelnemende marktpartijen vertrouwelijk. IenM toont deze informatie uitsluitend aan medewerkers en adviseurs die direct bij de marktconsultatie en / of bij de aanbesteding zijn betrokken, tenzij IenM op grond van wettelijke voorschriften gehouden is tot verdergaande bekendmaking. IenM is wel gerechtigd de verstrekte informatie te gebruiken ten behoeve van het opstellen van de aanbestedingsdocumenten. IenM neemt geen specifieke verwijzingen naar deelnemers of commercieel gevoelige informatie op in de aanbestedingsstukken.

3.3 Overige bepalingen ten aanzien van de marktconsultatie

De marktconsultatie maakt geen deel uit van de aanbesteding. Om deelnemers aan de marktconsultatie niet in een bevoordeelde positie te brengen maakt IenM de uitkomsten van de marktconsultatie openbaar in de aanbestedingsstukken. Daarnaast zal alle informatie die IenM tijdens de marktconsultatie deelt, deel uitmaken van de aanbestedingsstukken.

Bij de aanbesteding bestaat er geen onderscheid tussen partijen die al dan niet hebben deelgenomen aan de marktconsultatie.

Informatie in deze marktconsultatie kan afwijken van informatie, die later (in het kader van een aanbesteding of ander verwervingstraject) wordt verstrekt. Aan de informatie die in het kader van de marktconsultatie wordt verstrekt kunnen geen rechten worden ontleend. De informatie is indicatief en louter bedoeld om de kwaliteit van de marktconsultatie te verhogen. Indien deze informatie strijdig is met de informatie, die later (in het kader van een aanbesteding of ander verwervingstraject) wordt verstrekt, is de laatstgenoemde leidend.

IenM kent geen vergoeding toe aan deelnemers van de marktconsultatie.



4 Vragenlijst

De vragen behorende bij deze marktconsultatie zijn georganiseerd in 3 groepen. Ten eerste de vragen behorende bij de hobbels behorende bij het opnieuw aanbesteden van het veldwerk. Ten tweede de verbeteringen, die doorgevoerd dienen te worden in de veldwerkinstrumenten. Ten slotte nog enkele algemene vragen.

4.1 Vragen met betrekking tot de hobbels behorende bij het opnieuw aanbesteden:

4.1.1 Gebruik respondenten eerdere waves

Het huidige veldwerk is gegund aan TNS NIPO en de steekproef voor het MPN-panel is getrokken uit het bestaande Internet panel van TNS NIPO (NIPObase). TNS NIPO heeft ermee ingestemd dat de respondenten van het MPN-panel bij voortzetting ook door andere partijen voor het MPN-onderzoek mogen worden benaderd. Alle respondenten uit wave 4 en wave 3 (indien niet gerespondeerd in wave 4) dienen benaderd te worden voor het veldwerk behorende bij de nieuwe aanbesteding. Uitzonderingen hierbij zijn respondenten die aangegeven hebben niet meer deel te willen nemen aan het MPN. Hierbij is het belangrijk dat het verlies van panelleden en de daaruit resulterende methodebreuk zoveel mogelijk wordt voorkomen. Het behouden van de huidige panelleden en het zoveel mogelijk beperken van de uitval zal dan ook extra inspanning van de inschrijvende partij vergen. Welke mogelijkheden ziet u, binnen de wettelijke privacy regels, om gebruik te maken van het bestaande MPN-panel dat onderdeel uitmaakt van de NIPObase? Kunt u een indicatie geven van de kosten die met deze mogelijkheden gemoeid zijn?

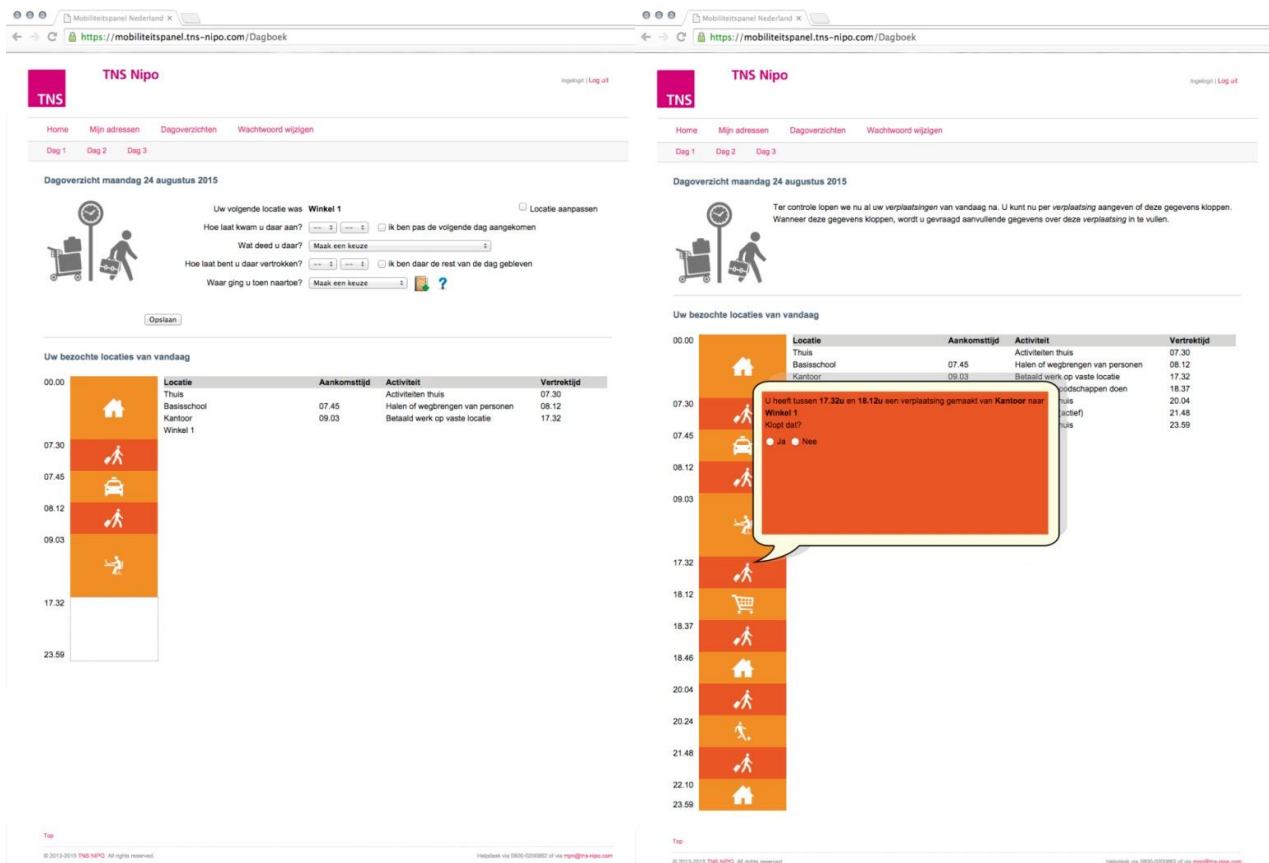
4.1.2 Incentive structuur

Met de huidige afname in responsbereidheid in marktonderzoek ligt er een uitdaging in de uitval van respondenten zoveel mogelijk te beperken. Daar komt bij dat er een nadrukkelijk verschil in respons is tussen verschillende groepen respondenten. Aangezien het veldwerk een longitudinaal huishoudpanel betreft, liggen hier andere uitdagingen wat betreft een incentive structuur. Bij de huidige aanbesteding krijgen respondenten persoonlijk NIPOints voor hun deelname. Daarnaast krijgt een huishouden een aanvullend incentive van € 10. Een huishouden ontvangt de incentive echter pas als alle leden van het huishouden alle vragenlijsten en dagboekjes hebben ingevuld. Naast deze huishoud-incentive van € 10 worden ook een aantal familie-uitjes (naar pretparken, restaurants, etc) verloot. Hoe dient de incentive structuur ingericht te zijn om deze uitval zo veel mogelijk te beperken? En ziet u nog andere mogelijkheden om deze responsbereidheid te vergroten en de uitval zoveel mogelijk te beperken?

4.2 Vragen met betrekking tot de verbeteringen in de veldwerkinstrumenten:

4.2.1 Database/webontwerp

Voor het MPN wordt gebruik gemaakt van een locatie-gebaseerd dagboekje. Het dagboekje kan niet geprogrammeerd worden in de normale vragenlijstsoftware. Voor wave 1-4 is dit geprogrammeerd als een webpagina. Zo worden bijvoorbeeld de ingevoerde locaties en verplaatsingen in een dagplanner gevisualiseerd. Zie figuur 1 voor twee screenshots van dit dagboekje.



Figuur 1. Twee screenshots van het dagboekje

Niet alleen de verschijningsvorm maar ook de gebruikersvriendelijkheid van het dagboekje is van belang. Zo is er bijvoorbeeld een databestand met alle adressen in Nederland aan het dagboekje gekoppeld wat het invullen van de locaties makkelijker (en betrouwbaarder) maakt. Daarnaast zijn er enkele punten die verbeterd kunnen worden. Indien een respondent een ingevoerde verplaatsing wil corrigeren moet het mogelijk zijn alleen deze verplaatsing te wijzigen zonder dat de eerder ingevoerde informatie van de andere verplaatsingen verloren gaat. Tevens moet de website en de achterliggende database het mogelijk maken om datacontroles uit te voeren tijdens het invullen van het dagboekje (bijvoorbeeld controle op combinaties van antwoorden). Belangrijk hierbij is dat, om een methodebreuk te voorkomen, het dagboekje zoveel mogelijk in zijn huidige vorm gehandhaafd blijft. De achterliggende database dient echter wel verbeterd te worden ten opzichte van de huidige versie. Welke informatie dient u van IenM te ontvangen om dit dagboekje en achterliggende database te kunnen ontwerpen. Heeft u binnen uw organisatie mensen in dienst die een dussdanige database kunnen ontwerpen of dient hiervoor een consortium gevormd te worden met een andere partner? In het geval van een consortium, met wat voor type marktpartij dient er samengewerkt te worden? En ziet u binnen het huidige ontwerp van het dagboekje kansen voor het gebruik van nieuwe technologie (bijv. op basis van gps locaties op laten slaan)?



4.2.2 Geschikt voor nieuwe devices

Met de toename in het gebruik van tablets en smartphones is het van belang dat hier met het veldwerk rekening mee wordt gehouden. Voor deze nieuwe devices is bijvoorbeeld een andere schaling van de vragen en het dagboekje nodig. Voor het behouden van de leesbaarheid zijn onder andere aanpassingen in lettergrootte, maar ook aanpassing van de matrix-vragen en drop-down menu's nodig. Daarnaast dient er rekening te worden gehouden met het vluchtige gebruik van deze devices (bijvoorbeeld het onderweg invullen van de vragenlijst). Hoe speelt u met uw organisatie in op deze ontwikkelingen wat betreft nieuwe devices? Heeft u binnen uw team mensen die hierin gespecialiseerd zijn? En heeft u een voorbeeld van hoe u in eerder onderzoek ingespeeld heeft op het gebruik van deze nieuwe devices?

4.2.3 Data-controle, data-correctie en data-aanvulling

In de vorige aanbesteding zijn datacontrole, datacorrectie en data-aanvulling maar beperkt aan de inschrijvende partij gevraagd. Voor het uitvoeren van deze datastappen is verkeer- en vervoermiddelkennis nodig. Voor de nieuwe aanbesteding staan wij voor de keuze of we dit ook willen opnemen in de aanbesteding. Welke mogelijkheden ziet u om deze datastappen uit te voeren binnen uw organisatie of dient hiervoor een consortium gevormd te worden met een andere partner? In het geval van een consortium met wat voor een type marktpartij dient er samengewerkt te worden?

4.3 Algemene vragen

1. IenM wil voor de toekomstige aanbesteding een level playing field creëren. In deze marktconsultatie zijn al een aantal maatregelen besproken waarmee IenM dit level playing field wil creëren. Missen hier naar uw mening nog maatregelen of zijn de geschetste maatregelen voldoende?
2. IenM heeft de totale kosten, exclusief incentives, voor het veldwerk geraamd op €400.000 voor de totale periode van 4 jaar excl BTW. Kunt u aangeven of dit een realistische inschatting van de kosten is? Zo nee, kunt u dit motiveren?
3. Ziet u mogelijkheid tot het leveren van alle gevraagde onderdelen? Is het hiervoor van belang dat er een consortium wordt opgericht?
4. IenM bekijkt de mogelijkheid om de voortzetting voor een langere periode (bijvoorbeeld 7 jaar) te laten gelden. Het kan hierbij zijn dat de opdracht direct voor de gehele periode gegund wordt. Het is echter ook mogelijk dat de opdracht voor zeker 4 jaar wordt gegund met mogelijke verlenging van 1 of meerdere jaren. Hoe staat u hier tegenover?
5. Wat zouden voor u redenen kunnen zijn om wel of niet deel te nemen aan de aanbestedingsprocedure?
6. Heeft u nog andere ideeën, suggesties of opmerkingen of ziet u nog risico's of uitdagingen voor IenM met betrekking tot de voorgenomen aanbesteding?
7. Bent u bereid en geïnteresseerd in een toelichtend gesprek zoals nader omschreven in dit document?

Gebruikt u bij de beantwoording van de vragen svp ook onderstaande tabel.

Algemene informatie	
Naam onderneming	<vul in>
Land van vestiging(en)	<vul in>
Vestigingsplaats(en)	<vul in>
Onderdeel van een concern of holding?	<vul in>
Indien ja, gaarne toelichten	<vul in>
Contactperso(n)en(en)	<vul in>
E-mail	<vul in>
Telefoonnummer	<vul in>