



## Verslag marktconsultatie Mobiliteitspanel Nederland

### Inleiding

Hierbij ontvangt u het verslag behorende bij de marktconsultatie Mobiliteitspanel Nederland, welke is gepubliceerd op Tenders.nl. Met het publiceren van het verslag is de marktconsultatie formeel afgerond.

De marktconsultatie is uitgevoerd ten behoeve van het Mobiliteitspanel Nederland (MPN). Naar aanleiding van het gepubliceerde Marktconsultatiedocument (MCD) op 18-12-2015 en daaropvolgend Nota van Inlichtingen d.d. 14-1-2016 hebben vijf partijen op het MCD gereageerd waarmee nog toelichtende gesprekken hebben plaatsgevonden. Met de volgende vijf partijen heeft er een gesprek plaatsgevonden:

- ARS T&T
- I&O Research
- MWM2
- TNS Nipo
- ToTTA

De onderdelen welke tijdens de gesprekken naar voren zijn gekomen zullen in dit verslag worden beschreven. Het verslag is geanonimiseerd en vertrouwelijke informatie is niet in het verslag opgenomen.

### Korte omschrijving doel MPN

Het MPN heeft als doel het in kaart brengen van 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. 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?

### Toelichting antwoorden op gestelde vragen MCD

Het doel van de marktconsultatie was om voor enkele onderwerpen meer inzicht te krijgen naar de haalbaarheid en input te krijgen vanuit de markt welke mogelijkheden er zijn, bijvoorbeeld:

- Inzicht te verkrijgen in de haalbaarheid van het project en in de randvoorwaarden waaronder het project kan worden uitgevoerd;
- Input vergaren voor de aanbestedingsstrategie en de aanbestedingsstukken;
- De markt in een vroeg stadium bij het project te betrekken om de aanbestedingsstukken zo goed mogelijk te kunnen afstemmen op de marktsituatie en te toetsen hoe de markt tegen de opdracht aankijkt;
- Informatie vanuit de markt verkrijgen om voor de komende aanbesteding een 'level playing field' te creëren.

### **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 voor het MPN-onderzoek mogen worden benaderd. Alle respondenten uit wave 4 en wave 3 (indien niet gerespondeerd in wave 4) dienen mee te doen aan het veldwerk behorende bij de nieuwe aanbesteding. Het is belangrijk dat het verlies van panelleden met het oog op het longitudinale karakter van het MPN zoveel mogelijk wordt beperkt. Het behouden van de huidige panelleden en het zoveel mogelijk beperken van uitval zal dan ook extra inspanning van de inschrijvende partij vergen.

In de verschillende gesprekken is naar voren gekomen dat het belangrijk is dat vooraf duidelijke afspraken worden gemaakt met de huidige leverancier (TNS NIPO) m.b.t. het gebruik van de huidige respondenten uit het MPN. De respondenten kunnen door een nieuwe partij niet worden overgenomen. Er zal moeten worden bekeken welke taken bij de huidige leverancier blijven en welke werkzaamheden door de nieuwe opdrachtnemer zullen worden uitgevoerd. Mede naar aanleiding van deze uitkomsten heeft de opdrachtgever besloten de inkoopstrategie aan te passen. Op basis van het gewijzigde inzicht is er besloten een nieuwe marktconsultatie te starten.

In het beschrijvend document van de komende aanbesteding wordt opgenomen hoe de verantwoordelijkheid met betrekking tot de uitval van de respondenten wordt geregeld. De markt is gevraagd of het genoemde percentage uitval voor de komende aanbesteding haalbaar is? Partijen kijken verschillend tegen het door het MPN genoemde maximale percentage uitval aan. Over het algemeen kan gezegd worden dat partijen verwachten dat met goede tijdige communicatie richting de respondenten waarin wordt uitgelegd waarom en op welke wijze de overgang naar een nieuwe opdrachtnemer plaatsvindt het percentage uitval beperkt zal kunnen worden.

### **Incentive structuur**

Met de huidige afname in responsbereidheid in marktonderzoek ligt er een uitdaging om 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 MPN een longitudinaal huishoudpanel is, liggen hier extra uitdagingen wat betreft een incentive structuur. Bij de huidige aanbesteding ontvangt het huishouden een incentive van € 10. Een huishouden ontvangt de incentive echter pas als alle leden van het huishouden alle vragenlijsten en dagboekjes hebben ingevuld. Naast deze huishoudincentive van € 10 worden ook een aantal familie-uitjes (naar pretparken, restaurants, etc) verloot.

Het is niet wenselijk dat de nieuwe opdrachtnemer respondenten een lagere incentive geeft dan dat zij op dit moment ontvangen, omdat een lagere incentive als risico heeft dat de respons aanzienlijk lager zal zijn.

### **Database/webontwerp**

Voor het MPN wordt gebruik gemaakt van een locatie-gebaseerd dagboekje. Ook in de veldwerkperiode waarop de komende aanbesteding betrekking heeft, zullen de verplaatsingsgegevens via een locatie-gebaseerd dagboekje ingewonnen moeten worden. Het dagboekje kon in wave 1-4 niet in de normale vragenlijstsoftware geprogrammeerd worden. Voor wave 1-4 is gekozen dit als een webpagina te programmeren. Dit bood de mogelijkheid om de ingevoerde locaties en verplaatsingen in een dagplanner te visualiseren. 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.

Er zijn enkele punten waarop het huidige dagboekje verbeterd kan worden. Indien een respondent een ingevoerde locatie en/of activiteit wil corrigeren moet het mogelijk zijn alleen deze locatie en/of activiteit te wijzigen zonder dat de eerder ingevoerde informatie van de andere locaties en/of activiteiten verloren gaat. Tevens moet de website en de achterliggende database het meer dan nu 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 verschijningsvorm gehandhaafd blijft. De achterliggende database dient echter wel verbeterd te worden ten opzichte van de huidige versie om deze extra controles mogelijk te maken en om de verzamelde data snel toegankelijk te maken.

### **Consortium**

Bij enkele partijen was enige onduidelijkheid ontstaan m.b.t. de term consortium. Met deze term wordt vanuit het MPN een samenwerking met een mogelijke partij waarbij bijvoorbeeld een hoofd- en onderaannemer zich inschrijven. Over het algemeen genomen zien de marktpartijen hier zeker mogelijkheden voor. Zo wordt gedacht aan een samenwerking tussen bijvoorbeeld een traditioneel veldwerkbureau met een bedrijf dat zich richt op de ontwikkeling van apps of een bedrijf dat databases ontwerpt en bouwt.

### **Geschikt voor nieuwe devices**

Het is van belang dat er bij het veldwerk rekening gehouden wordt met de sterke toename van het gebruik van tablets en smartphones. 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).

Verschillende partijen geven aan dat de vragenlijsten zo opgezet kunnen worden dat deze te gebruiken zijn op nieuwe devices. Aangegeven wordt dat vragenlijsten niet te lang moeten zijn en dat langere vragenlijsten wellicht moeten worden opgeknipt. Matrix-vragen vergen extra aandacht. Er zal goed gekeken moeten worden hoe men deze kan aanpassen zodat deze goed op een nieuwe device kan worden beantwoord en toch vergelijkbaar blijft met de vraagstelling zoals deze in de huidige vragenlijst staat (beperken methodebreuk). Bij verbeteringen in de vragenlijsten en het dagboekje moet een zorgvuldige afweging gemaakt worden tussen innovatie enerzijds en het beperken van een methodebreuk anderzijds.

### **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 stappen is verkeer- en vervoerkennis nodig. Voor de nieuwe aanbesteding staan wij voor de keuze of we deze stappen ook willen opnemen in de aanbesteding. Marktpartijen zien hier geen obstakels; samenwerking met andere partijen is zeker een optie.

Om er voor te zorgen dat partijen een goede aanbieding kunnen doen hebben zij aangegeven dat het erg belangrijk is de aanbestedingsvorm te beschrijven. Vanuit het MPN wordt toegejuicht als partijen een samenwerking aangaan om tot een optimale aanbieding te komen. Innovatie zal een belangrijke rol spelen binnen de nieuwe aanbesteding (gegeven dat de resultaten vergelijkbaar blijven).