Ministerie van Infrastructuur en Milieu

Mobiliteitspanel Nederland

Een samenwerking tussen:

Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid

UNIVERSITEIT TWENTE.

adviseurs mobiliteit Goudappel Coffeng



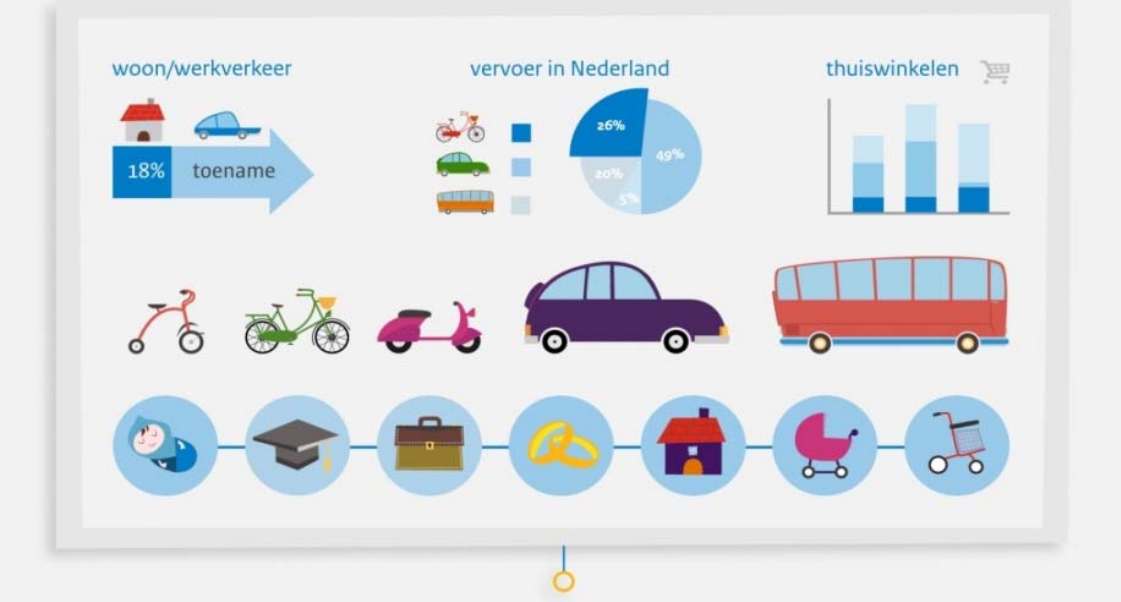
Ministerie van Infrastructuur en Milieu

Mobiliteitspanel Nederland

Sascha Hoogendoorn-Lanser

NPSO-dag
8 september 2016

Animatie


woon/werkverkeer
18%
toename
vervoer in Nederland
26%
49%
20%
5%
thuiswinkelen

Achtergrond panelstudie

- Het MPN is een initiatief van het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM), Goudappel Coffeng en de Universiteit Twente.
- Het veldwerk wordt uitgevoerd door TNS NIPO. Het opstellen van de vragenlijsten en het dagboekje is uitgevoerd door initiatiefnemers van het MPN.
- Het MPN wordt gefinancierd door het KiM. GC en UT dragen in natura bij.

Inhoud panelstudie

- Doel MPN is in kaart brengen veranderingen in verplaatsingsgedrag van vaste groep mensen en huishoudens over langere periode.
- MPN kan zo samenhang verkennen tussen wijzigingen in verplaatsingsgedrag en persoonlijke en huishoudkenmerken en andere mobiliteitsbeïnvloedende factoren.
- De jaarlijkse netto-respons van het MPN bedraagt minimaal 2.000 huishoudens in Nederland (uitgezonderd Bonaire, Sint Eustasius en Saba). Inclusief incomplete huishoudens bestaat MPN uit 6000 a 7000 respondenten.
- Doelpopulatie is Nederlandse bevolking. Alle huishoudleden van twaalf jaar en ouder zijn gevraagd aan MPN deel te nemen.

Data uit onderzoeksinstrumenten

Onderdeel	Welke gegevens bevat het?
Screeningsvragenlijst	Deelnamebereidheid Mobiliteitsgegevens voor non-respons analyse
Huishoudvragenlijst	Huishoudsamenstelling en hoofdkostwinner Jaarlijks bruto huishoudinkomen Aantal pc's en laptops Vervoermiddelenbezit huishouden Autokenmerken (kenteken, jaarkilometrage, hoofdgebruiker) Parkeermogelijkheden
Persoonsvragenlijst	Leeftijd, geslacht en persoonlijk maandinkomen Geboorteland respondent, vader en moeder Contracturen, gewerkte uren, werklocaties Gebruik vervoermiddelen en vervoermiddelenbezit Reiskostenvergoedingen, rijbewijsbezit en bezit kaartsoorten Voorkeur gebruik vervoermiddelen en waardering verkeer en vervoer in woonomgeving Mogelijkheden en gebruik van Internet voorzieningen
Additionele peroonsvragenlijst	Even jaren: voorkeuren mbt autobezit en - gebruik, het milieu, de economie en de woonlocatie Oneven jaren: de impact van ICT op de mobiliteit ten behoeve van winkelen en werken, en de impact van sociale media op sociale netwerken en de mobiliteit voor sociale activiteiten
Mobiliteitsdagboekje	Bezochte locaties (pc6) en hoofdactiviteiten Verplaatsingen in termen van vertrek- en aankomsttijdstippen, volgorde gebruikte vervoerwijzen, afgelegde afstand, parkeerkosten, vertraging en reisgezelschap

Aanvullende data

Onderdeel	Welke gegevens bevat het?
Aanvulling uit registers (bv RDW en CBS)	Aanvullende autogegevens obv kenteken, zoals merk, model, bouwjaar, brandstofsoort, bijtelling Sociaal-economische kenmerken van buurten, zoals aantal banen en aantal inwoners
Aanvulling van PBL	Ruimtelijke kenmerken en kenmerken transportsysteem, zoals hemelsbrede afstand van iedere postcode tot centrum van regio, dichtstbijzijnde op-/afrit autosnelweg, dichtstbijzijnde (Intercity) station, dichtstbijzijnde metro-, tram- en bushalte met verschillende frequenties
Aanvulling uit reisplanners	Reisafstanden en reistijden voor auto, fiets en OV berekend met reisplanners
Aanvullingen van KNMI	Weergegevens per dagdeel per landsdeel

Duur en mode panelstudie

- Start MPN in 2013; MPN loopt tenminste tot 2020 met tweemaal optie tot twee jaar verlenging.
- Onderzoek vindt jaarlijks plaats in najaar. Ten tijde van het NPSO-symposium 4^{e} wave
- Juli 2013: huishoudens benaderd om tot 2016 met het gehele huishouden deel te nemen
- Augustus / september 2013 ontvingen huishoudens huishoudvragenlijst resp. persoonsvragenlijst.
- September – november: dagboekonderzoek op drie opeenvolgende dagen.
- De vragenlijsten en dagboekje worden via internet afgenomen.

Steekproef

- Steekproef getrokken uit TNS NIPObase (bestaande internetpanel van TNS NIPO).
- Huishoudens zo geselecteerd dat deelnemers representatief zijn wat betreft leeftijd, geslacht, opleiding, gezinsfase, voornaamste bezigheid en stedelijkheidsgraad van de woonomgeving (Gouden Standaard).
- Daarnaast is MPN ook representatief wat betreft autobezit van huishoudens.
- Oversampling van specifieke groepen met een lagere bereidwilligheid om mee te doen (adolescenten, ouderen en lager opgeleiden).
- Tussentijdse bijwerving op basis van leerervaringen over uitval (met name dagboekje).

Onderzoeksvragen

- Wat is invloed op mobiliteit van veranderingen in leven van mensen, zoals andere baan, geboorte kind of echtscheiding?
- Hoe verandert aankoopgedrag, bezit en gebruik van auto, fiets en openbaar vervoer door de tijd heen?
- Wat is invloed op mobiliteit van voorkeuren van mensen op gebied van vervoermiddelen, wonen en leefstijl?
- Wat is invloed op mobiliteitsgedrag van veranderingen in ruimtelijke omgeving, bv nieuw station, fietsenstalling of parkeermaatregelen?
- Wat is invloed van toenemende beschikbaarheid en toenemende gebruik van ICT op mobiliteit ten behoeve van werken, winkelen, vrijetijdsbesteding en sociale contacten?

Gebruik panelstudie

- Vakinhoudelijke inzicht over onder andere webwinkelen, autogebruik in huishoudens, attitudes ten aanzien van autogebruik en autobezit, invloed van levensgebeurtenissen op veranderingen in mobiliteitsgedrag, beleving en beeldvorming van verschillende modaliteiten.
- Methodologische inzichten over non-respons en selectieve uitval en hoe hier in het doen van analyses rekening mee te houden.

Gebruik panelstudie

- Nieuwe wave komt jaar nadat deze data gecontroleerd, gecorrigeerd en aangevuld zijn beschikbaar voor derden. Deze data zijn ontdaan van privacygevoelige informatie.
- Datadisseminatie vindt plaats via Survey Data Nederland.
- De bestanden inclusief privacygevoelige informatie zullen worden ondergebracht bij DANS (kluisfunctie).

Kosten wave 1-4

- Totale kosten incentives zijn €103.200,- excl BTW. Totale kosten veldwerk €259.898,- excl BTW (excl incentives).
- Jaarlijks:
  - ontvangen huishoudens bij volledige deelname €10,- aan NIPOints (geen gegarandeerde incentive op persoonsniveau).
  - worden 400 bol.com bonnen t.w.v. €10,- onder volledig deelnemende respondenten verloot.
  - worden 40 familie-uitjes onder volledig deelnemende huishoudens verloot.
- Jaarlijks verloten e-bike/e-scooter gestopt na wave 2 (Winkans te klein). Vervangen door verloten familie-uitjes.

Kosten vanaf wave 5

- Vanaf wave 5 zullen kosten op jaarbasis hoger zijn, Inschatting huidige kosten obv respons op vragenlijsten; respons op dagboekje is lager.
- Vanaf wave 5 onconditionele (op huishoudniveau) en conditionele incentives (op persoonsniveau).
- Nieuwe aanbesteding is uitdaging. Inkoop regels werken belemmerend!
- Respondentgegevens niet overdraagbaar naar ander veldwerkbureau.

Repons

- Initiële response wave 1:
  - Bepalen initiële response ahv screeningvragenlijst.
  - 47% bereid tot deelname, 27% is niet bereid en 26% heeft geen (volledige reactie gegeven).
  - Responsegedrag afhankelijk van persoons- en huishoudkenmerken, zoals geslacht en leeftijd.
- Response op hh-/p-vragenlijsten:
  - Ongeveer 90%.
  - Relatie met huishoud- en persoonskenmerken, maar ook met mobiliteit (zoals autogebruik en gebruik OV).
  - Belangrijkste motieven: Geen uitnodiging ontvangen, teveel werk / te druk, ziekte en inlogproblemen.

Repons

- Response op dagboekje:
  - Ongeveer 50%.
  - Wederom relatie met diverse huishoud- , persoonskenmerken en mobiliteit.
  - Belangrijkste motieven: Te druk / geen tijd, problemen met invullen, vergeten.

Repons

- Uit analyses komt dat er sprake is van selectieve response en daaruit voortkomende non-response bias, bv significante relatie tussen bereidheid en autogebruik.
- Paneluitval kan eveneens leiden tot bias en onjuiste conclusies. Hoe groot is uitval en is er een relatie is met relevante kenmerken?
- Kunnen veranderingen worden gemeten? Ja, al moet afhankelijk van soort analyses rekening gehouden worden met underreporting per dag, tussendagen en tussen waves.

En verder .....

- Op welke wijze kan dalende responsbereidheid worden tegengegaan? Dit geldt zowel voor initiële non-response, als non-response en uitval voor vragenlijst en dagboekje?
- Welke rol kunnen nieuwe inwintechnieken hierin spelen?
- Op welke wijze kan het beste voor non-response bias worden gecorrigeerd? Dit geldt met name voor het dagboekje.
- Welke rol kan aselect getrokken refreshment-sample spelen bij modelleren van non-response?
- Hoe ga je bij trekken van steekproef en bijwerven om met verschillen in respons bereid tussen individuen in huishoudens (representativiteit)?
- Hoe zorg je dat het longitudinale karakter van panelonderzoek zo min mogelijk schade oploopt van verstorende inkoopregels?