

De nieuwe OV-Klantenbarometer: kenmerken en eerste ervaringen

Paul van Beek – Goudappel Coffeng – pvbeek@goudappel.nl

Christine Witman – KpVV – christine.witman@crow.nl

Marc Stemerding – Goudappel Coffeng – mstemerding@goudappel.nl

Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk

22 en 23 november 2018, Amersfoort

Samenvatting

De OV-Klantenbarometer is momenteel het grootste onderzoek dat in de sector van het openbaar vervoer wordt gehouden. Jaarlijks vertellen ruim 120.000 reizigers ons hoe zij hun OV-reis ervaren. En klanttevredenheid staat bij de OV-autoriteiten hoog in het vaandel.

In dit paper geven we informatie over de OV-Klantenbarometer. Voor degenen die dit onderzoek niet kennen kan dit een stimulans zijn dit onderzoek te gebruiken voor onderzoek of beleid. Voor degenen die het onderzoek al wel kennen biedt dit paper inzicht in de vernieuwingen die zijn doorgevoerd en de vernieuwingen die er nog aankomen.

Het paper laat de ontwikkeling in de klantwaardering door de tijd zien. In 2001 was de klantwaardering op een breed front laag: reizigers beoordeelden de aangeboden kwaliteit ergens tussen de 6.0 en 7.0. Dit oordeel is sterk verbeterd en er zijn eigenlijk geen zwakke broeders meer qua klantwaardering. De sterke positie van het OV op de Waddeneilanden is op meerdere plekken in Nederland geëvenaard. Ook laat het paper zien dat het onderzoek intensief wordt gebruikt ten behoeve van de monitoring van de concessies. Met bonus/malus afspraken die afhangen van de klantwaardering probeert men te komen tot een betere aangeboden kwaliteit.

De paper beschrijft hoe het onderzoek is opgezet, welke zaken worden gemeten en wanneer dat plaatsvindt. Ook staan we stil bij de wijzigingen die zijn doorgevoerd om de klantwaardering te verbeteren en, volgens de klantwenspiramide van van Hagen te meten. Dit jaar wordt het onderzoek voor het eerst elk kwartaal gehouden, vinden er metingen plaats op het hoofdrailnet en de Waddenveren en wordt voor de Engelstaligen een Engelse vragenlijst aangeboden.

Maar de modernisering gaat door en de paper beschrijft hoe tot een OV-Klantenbarometer nieuwe stijl wordt gekomen.

Kortom de paper geeft een breed overzicht van dit belangrijke meetinstrument in het openbaar vervoer in Nederland. Hopelijk biedt dit paper een uitdaging aan onderzoekers en beleidsmakers om hier voor het eerst of herhaald gebruik van te maken.

1. OV-Klantenbarometer een kort overzicht

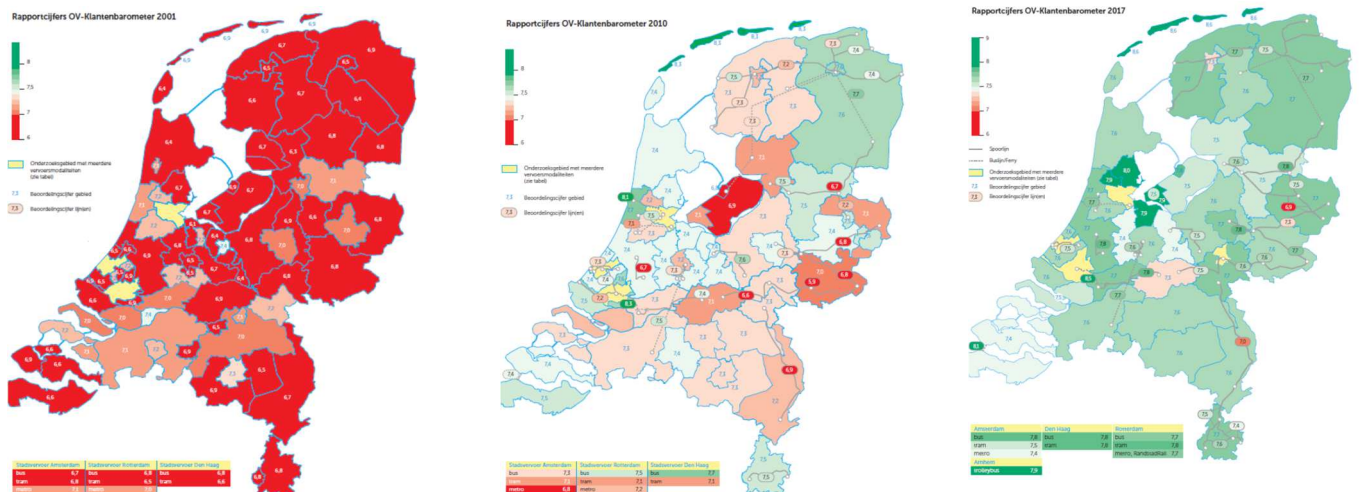
1.1 Inleiding

De OV-Klantenbarometer is momenteel het grootste onderzoek dat in de sector van het openbaar vervoer wordt gehouden. Jaarlijks vertellen ruim 120.000 reizigers ons hoe zij hun ov-reis ervaren. En klanttevredenheid staat bij de ov-autoriteiten en de vervoerders hoog in het vaandel.

In dit paper geven we informatie over de OV-Klantenbarometer. Voor degenen die dit onderzoek niet kennen kan dit een stimulans zijn dit onderzoek te gebruiken voor onderzoek of beleid. Voor degenen die het onderzoek al wel kennen biedt dit paper inzicht in de vernieuwingen die zijn doorgevoerd en de vernieuwingen die er nog aankomen.

1.2 Een korte historie

Sinds 2001 voert CROW-KpVV dit onderzoek uit. Zowel ov-autoriteiten als vervoerders erkennen dit onderzoek als onafhankelijk meetinstrument voor ov-klantwaardering. En het onderzoek laat zien dat er heel wat is gebeurd met de klantwaardering. De bijgevoegde figuren laten dit mooi zien.



Was in 2001 de klantbeleving nog overwegend roodgekleurd (gemiddelde rapportcijfer tussen 6.0 en 7.0), in 2010 ontstonden er al gebieden met een lichtgroene kleur (7.5-8.0) en in 2017 zijn overal de rode cijfers verdwenen en komen de gebieden met een donkergroene kleur (hoger dan 8.0) steeds vaker voor. Deze verbeterde klantwaardering hangt ongetwijfeld samen met de verbetering van de objectieve kwaliteit van het aanbod. Deze verbetering is tot stand gekomen door onder meer beter materieel zoals de voertuigen en de haltes/overstapunten. Maar ook door een betere service door het bedienend personeel. De OV-Klantenbarometer is het goede instrument gebleken om deze kwaliteitsverbetering te objectiveren. Dat komt doordat niet enkel naar het totaaloordeel wordt gevraagd maar ook naar een hele verzameling van deelvragen. De dienstverlener en de aanbesteder van het openbaar vervoer kan hieruit leren wat al goed gaat en wat verbetering behoeft.

Het onderzoek is steeds vergelijkbaar opgezet en uitgevoerd. Enkele kenmerken zijn:

- Er is een onderscheid naar gebieden (onder beheer van de ov-autoriteiten) en modaliteiten (bus, tram, metro, vervoer over water, trein)
- In elke gebied/modaliteit combinatie worden jaarlijks voldoende (circa 1.000) reizigers ondervraagd
- Ondervraging vindt plaats tijdens de reis. Alle reizigers in een rit van begin- tot eindhalte wordt een enquête aangeboden. Ook worden reizigers geteld om het responspercentage te kunnen berekenen
- Het onderzoek wordt gefinancierd door de overheden (rijk, provincies en MRDH/Vervoerregio Amsterdam)
- Het onderzoek wordt (Europees) aanbesteed en steeds voor langere periodes van 5-7 jaar gegund

1.3 Vernieuwing

Vanwege een aantal redenen was er aanleiding het onderzoek te moderniseren. We gaan er in dit paper dieper op in.

1.4 Waarvoor wordt het onderzoek gebruikt?

De OV-Klantenbarometer wordt meer en meer gebruikt om uitgegeven ov-concessies op ervaren kwaliteit te monitoren. Van de 46 concessies in het openbaar vervoer waren er in 2016 slechts zestien die niet stuurden op klantwaardering. In veel concessies wordt gestuurd op een beperkt aantal items. Zo wordt in Brabant gestuurd op het deelloordeel 'Informatie bij verstoringen' en in de concessie Amsterdam op het totaaloordeel. Ook zijn er echter concessies zoals uitgegeven door MRDH en de provincie Utrecht waarbij op zeer veel aspecten gestuurd wordt. De uitslagen per jaar of per kwartaal worden gebruikt voor het uitdelen van bonussen maar ook soms voor bonussen en malussen. Kortom de OV-Klantenbarometer is een belangrijk meetinstrument dat veelvuldig wordt gebruikt voor de monitoring van de kwaliteit.

2. Wat zijn de vernieuwingen?

Zoals in de inleiding is beschreven was er voldoende aanleiding om tot een vernieuwing te komen. De belangrijkste vernieuwingen betreffen:

- Een herziene vragenlijst
- Metingen per kwartaal in plaats van eenmaal per jaar
- Hoofdrailnet/NS en Waddenveren ook geheel volgens de OV-Klantenbarometer
- Engelse vragenlijst

Deze worden hieronder toegelicht.

2.1 Herziene vragenlijst

KpVV heeft in de periode 2016-2017 een intensief traject afgelegd om de vragenlijst te verbeteren. De aanleiding daarvoor was dat gebleken was dat sommige vragen zoals naar de kaartsoorten niet meer valide waren en sommige formuleringen feitelijk niet correct. Zo werd er gevraagd naar de kwaliteit van het overstappen het moment dat iemand nog in het voertuig is: 'Als u straks overstapt, of bent overgestapt op ander openbaar vervoer, hoe beoordeelt u de overstaptijd?'. Ook bleek dat er onderwerpen ontbraken. Ook was de vragenlijst ietwat uitgedijd waardoor de invultijd was toegenomen. Ten slotte ontbraken er onderwerpen die in de Klantwenspiramide van de

NS (Marc van Hagen) voorkomen, met name aspecten zoals comfort en beleving. Kortom er was behoefte aan vernieuwing.

Om tot deze vernieuwing van de vragenlijst te komen zijn twee richtingen uitgewerkt:

- De eerste richting was om klanttevredenheid te meten in de vorm van stellingen. De oude vraag 'Wat vond u van de stiptheid (op tijd rijden) van het voertuig bij de vertrekhalte?' werd dan vervangen door 'Dit voertuig rijdt op tijd'. Dit is getest in een schaduwonderzoek. Op zichzelf was dit een aantrekkelijke optie omdat de vragen veel korter werden. Na analyse bleek echter dat het oordeel over de totale reis veel minder goed verklaard kon worden door de deeloordelen. Vandaar dat besloten is niet op stellingen over te gaan.
- Het tweede schaduw onderzoek betrof een groot aantal wijzigingen van de vraagstellingen. Ook de vraagstelling over het oordeel over de totale reis werd gewijzigd. De oude vraag 'Wat is uw oordeel over de totale rit in het algemeen?' werd gewijzigd in 'Wat is uw totaaloordeel over deze rit?'. Bovendien zijn meerdere belevingsaspecten toegevoegd. Na analyse bleek dat dit onderzoek beter uit de verf kwam: de deeloordelen verklaren beter het oordeel over de totale reis. Op grond van dit onderzoek is besloten over te gaan op de nieuwe vraagstelling(en).

De volgende items bevat het onderzoek in 2018:

- | | | |
|-----------------------|-------------------------------|--------------------------|
| - zitplaats vinden | - oordeel instaphalte | - stiptheid |
| - gemak instappen | - klantvriendelijkheid | - rijstijl |
| - reissnelheid | - netheid | - geluid |
| - klimaat | - inrichting | - informatie instaphalte |
| - reisinformatie | - gemak vervoerbewijs kopen | - prijs |
| - last medereizigers | - stress | - frequentie |
| - totaaloordeel | - informatie bij vertragingen | - gemak chipkaart |
| - veiligheid algemeen | - veiligheid rit | - veiligheid halte |

Daarnaast worden enkele andere kenmerken gemeten: reismotief, reisfrequentie, voortransport, kaartsoort, wat verbeterd moet worden, slachtoffer/ooggetuige incidenten en geboortjaar.

2.2 Metingen per kwartaal

Tot en met 2017 werd de OV-Klantenbarometer eenmaal per jaar afgenomen en wel in de maand november/begin december (tot aan de nieuwe dienstregeling). De cijfers werden opgeleverd in de maand maart van het jaar erop volgend.

Met ingang van 2018 wordt per kwartaal gemeten. De redenen hiervoor zijn:

- Dit geeft een veel betere afspiegeling van het jaar omdat er rekening wordt gehouden met seizoenseffecten
- De NS meet ook per kwartaal
- Er zijn ook metingen in de vakantieperiode: er wordt rekening gehouden met de vakantiespreiding in Nederland en het onderzoek wordt in de desbetreffende regio in de vakantieperiode gehouden.
- Inzicht in voorlopige kwartaalcijfers biedt ov-autoriteiten en vervoerders mogelijkheden om mogelijke signalen van reizigers eerder op te pakken

2.3 NS en Waddenveren geheel volgens de OV-Klantenbarometer

De derde wijziging betreft de metingen onder reizigers op het hoofdrailnet van NS en op de Waddenveren.

Het hoofdrailnet wordt 'bemeten' in vijf gebieden, namelijk de spoortafels (zuidvleugel, noordvleugel, noord, oost, west en zuid) en met onderscheid tussen intercity's en sprinters. Ook het NL-gedeelte van de noord-zuidlijn wordt gemeten. De NS doet ook eigen onderzoek naar de klanttevredenheid.

De Waddenveren betreffen de veerdiensten naar Vlieland, Terschelling, Ameland en Schiermonnikoog. Voor de NS is het nieuw om aan de OV-Klantenbarometer mee te doen. Voor de Waddenveren betreft dit een vernieuwing van de vragenlijst in een lopende monitor.

2.4 Engelse vragenlijst

Tijdens het veldwerk de afgelopen jaren bleek dat er, in sommige regio's, behoefte is aan een vragenlijst in het Engels. Daarom is in 2017 een pilot gehouden onder een aantal regio's in de Randstad. Daaruit bleek het volgende:

- In sommige gebieden is het aandeel Engelse vragenlijsten hoog, namelijk boven de 20%. Een voorbeeld is de tram in Amsterdam
- De klanttevredenheid onder degenen die de Engelse vragenlijst invullen is significant hoger
- Naast toeristen zijn er ook aanzienlijk veel mensen die bijvoorbeeld op weg zijn naar het werk of de studie die een Engelse vragenlijst invullen.

Deze pilot gaf aanleiding om in 2018 een stap verder te gaan. De Engelse vragenlijst is aangeboden vanaf kwartaal 2 in alle gebieden. De eerste resultaten bevestigen de bevindingen uit de pilot.

3. Welke vernieuwingen komen er nog aan?

De doorgevoerde vernieuwingen leiden tot een OV-Klantenbarometer 2.0. Dit is al een behoorlijke verbetering ten opzichte van de 'oude' methode. Er zijn echter overwegingen om nog een slag verder te gaan met vernieuwing. De volgende overwegingen gelden daarvoor:

- De non respons is soms hoog. Dat geldt met name voor periodes dat het druk is in de voertuigen. De non-respons kan oplopen tot 75%. We weten nog weinig van de selectiviteit van de (non)respons.
- In korte ritten is het bijna niet mogelijk de vragenlijst geheel in te vullen. De invultijd is circa 6 minuten.
- Dit leidt ertoe dat in sommige gebieden er te weinig respondenten worden bemeten.
- Er zijn nieuwere technieken beschikbaar die efficiënter de informatiebehoefte kunnen vervullen. Voorbeelden daarvan zijn geo-fencing, iBeacons, QR-codes enzovoort.

Onder andere deze overwegingen leiden er toe dat er een ontwikkeling is gestart naar een verdere modernisering op weg naar de OV-Klantenbarometer 3.0. Op het moment van het schrijven van dit paper is dit proces in volle gang. Tijdens het CVS kan er al wel een tipje van de sluier worden opgelicht. Wel kan worden gemeld welke randvoorwaarden de nieuwe OB-Klantenbarometer meekrijgt:

- Het onderzoek vindt plaats 'in the moment of truth'. Dat houdt in dat naar de beleving van het openbaar vervoer wordt gevraagd op het moment dat men er gebruik van maakt (of kort erna).
- Vermoedelijk zal de vragenlijst korter worden en door meer reizigers te ondervragen kan toch aan de informatiebehoefte worden voldaan
- Flexibel aan te passen wanneer de informatiebehoefte dat vraagt

- Er is differentiatie mogelijk tussen regio's omdat de informatiebehoefte niet overal hetzelfde zal zijn.
- Op meer momenten in het jaar komen resultaten beschikbaar.
- Er zal gebruik worden gemaakt van nieuwe technieken die worden beproefd in pilots

4. Tot slot

In dit paper is nader ingegaan op de OV-Klantenbarometer nieuwe stijl. Wij hebben er voor gekozen om het publiek van het CVS mee te nemen in de ontwikkeling van dit instrument. Dat is van belang omdat dit onderzoek momenteel het grootste is in zijn soort. Ruim 120.000 reizigers vullen jaarlijks enquêtes in waarmee zij ons vertellen hoe zij de aangeboden kwaliteit ervaren. De onderzoekers en beleidsmakers die op het CVS komen kunnen overwegen dit onderzoek ook voor hun doel te gebruiken. Dat kan goed omdat de data openbaar is op het moment dat de jaarcijfers beschikbaar komen.