

# Wat zie jij er uitgeslapen uit...

Monitoringsrapport 2.0



adviseurs  
mobiliteit  
**Goudappel  
Coffeng**

*apm*  
**apm**

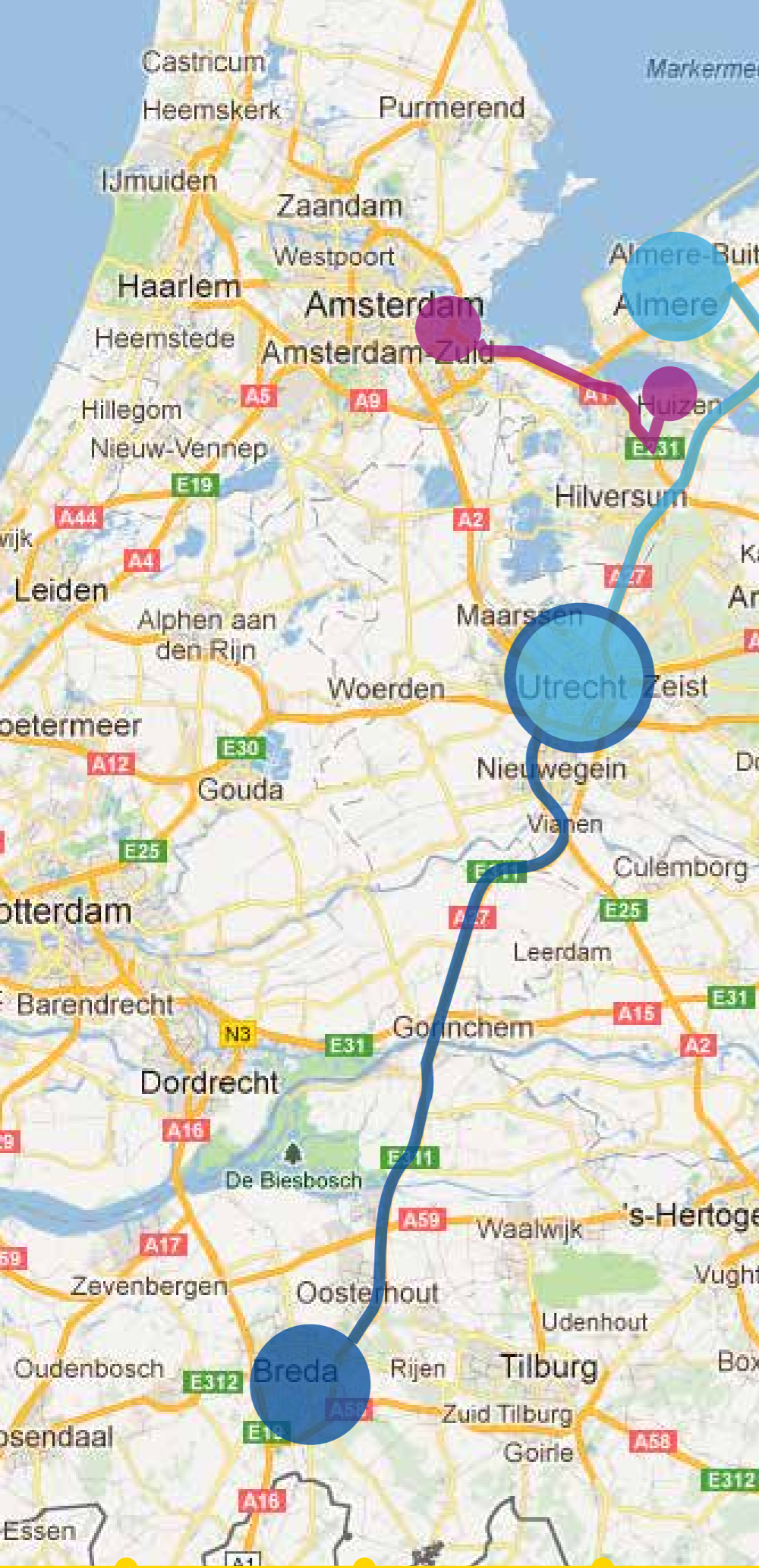
| campagne

zeker met de **bus.nl**



## Inhoud

1	Inleiding.....	5
2	Werving en achtergronden deelnemers .....	6
2.1	Interpretatie van de gegevens .....	6
2.2	Werving.....	6
2.3	Doelgroep.....	7
2.4	Kenmerken deelnemers.....	7
2.5	Bezit OV-chipkaart.....	8
2.6	De trajecten waarop de respondenten reizen .....	8
3	Resultaten campagne 2.0.....	9
3.1	Op welke manier actie snelbus leren kennen .....	9
3.2	Modal split.....	9
3.3	Bestemming.....	11
3.4	Activiteit tijdens reis .....	11
3.5	Beoordeling.....	12
3.6	Reden deelname.....	13
3.7	Stellingen.....	13
3.8	Reizen na de proef.....	15



Trajecten:

- Almere/Blaricum/  
Utrecht-Uithof
- Blaricum/Muiden/  
Amsterdam-Amstel
- Breda/Oosterhout/  
Utrecht-CS  
Utrecht-Uithof



# 1 Inleiding

Deze rapportage geeft een overzicht van de resultaten van campagne 2.0. Aan campagne 2.0 deden 471 mensen mee. Deze mensen kregen 5 probeerkaartjes voor de snelbus. Deze konden ze tijdens de pilotperiode gebruiken als dagkaart voor de snelbus op de trajecten Almere-Utrecht, Blaricum Amsterdam en Breda/Oosterhout-Utrecht. Deelname was alleen mogelijk na het invullen van een startenquête. Als verdere tegenprestatie werd aan de deelnemers gevraagd om tussentijds en aan het einde van de periode een enquête in te vullen. Vragen in de enquête gingen over het reisgedrag en de kwaliteit van de snelbus en wensen ten aanzien van de snelbus. Na het invullen van de tweede enquête konden de deelnemers nog een set van vijf probeerkaartjes ontvangen.

In deze rapportage worden de resultaten van campagne 2.0 gepresenteerd.



Ontdek de voordelen van reizen met de bus.

Reizen met de bus biedt veel voordelen. Wat dacht je van zeker op tijd zijn omdat de bus niet vaststaat in de file, onderweg kunnen (net)werken of je social media contacten bijhouden nog voordat je op je werk bent? Ontdek dit najaar zelf het gemak, het comfort en de zekerheid van reizen met de snelbus met een aantrekkelijk probeeraanbod.

Meld je nu aan en ontvang GRATIS probeerkaartjes. Kijk op zekermetdebus.nl of scan de QR-code!

Initiatief van:

zeker met de bus.nl

met de bus biedt veel voordelen. Wat dacht je van zeker op tijd zijn omdat de bus niet vaststaat in de file, onderweg kunnen (net)werken of je social media contacten bijhouden nog voordat je op je werk bent? Ontdek dit najaar zelf het gemak, het comfort en de zekerheid van reizen met de snelbus met een aantrekkelijk probeeraanbod.

Meld je nu aan en ontvang GRATIS probeerkaartjes. Kijk op zekermetdebus.nl of scan de QR-code!

Meld je nu aan voor GRATIS probeerkaartjes!

zeker met de bus.nl

## 2 Werving en achtergronden deelnemers

### 2.1 Interpretatie van de gegevens

Door het afnemen van een enquête hebben we inzicht verkregen in het reisgedrag en de mening van de deelnemer aan campagne 2.0. In het meest ideale geval vullen alle deelnemers alle enquêtes in. Dan zijn conclusies te trekken over alle deelnemers aan de campagne. Meestal, en ook in het geval van de snelbus, vullen niet alle deelnemers de enquête in. Dat betekent dat op basis van minder antwoorden een uitspraak gedaan moet worden over de hele groep deelnemers aan de campagne. Drie belangrijke opmerkingen ten aanzien van de interpretatie van de resultaten:

- We rapporteren voornamelijk in percentages. Door het kleine aantal deelnemers is de marge rondom het percentage ruimer dan bij een hoger aantal deelnemers. De percentages geven daarom een orde van grote aan, ze moeten niet gezien worden als een precies bepaald percentage;
- Niet iedereen vult een enquête in. De deelnemers aan de enquête zijn mogelijk vooral de gemotiveerde deelnemers. Zij zijn mogelijk positiever dan deelnemers die geen enquête invullen en meer gemotiveerd om met de snelbus te reizen;
- Hoe meer het aantal respondenten afwijkt van het aantal deelnemers aan de campagne, hoe minder goed de resultaten doorvertaald kunnen worden naar alle deelnemers aan de campagne.

De campagne was met 471 deelnemers succesvol. Echter, de campagne kende te weinig deelnemers om met behulp van enquêteresultaten precieze uitspraken te doen. De resultaten zijn indicatief. Wanneer de resultaten zijn bepaald op 50 respondenten hebben toevallige uitschieters weinig invloed. Maar bij uitsplitsingen waarbij het aantal respondenten onder de 10 respondenten komt, mogen geen conclusies getrokken worden uit de resultaten. Bijvoorbeeld: bij het geven van een rapportcijfer heeft een respondent die een 10 geeft een grote invloed op het gemiddelde cijfer.

In de rapportage vermelden we zoveel mogelijk de omvang van de groep respondenten waarop het resultaat gebaseerd is.

### 2.2 Werving

Deelnemen aan campagne 2.0 van de snelbus was mogelijk door aanmelding via de website. In het aanmeldformulier werd een aantal vragen gesteld op basis waarvan bepaald werd of de aanmelder tot de doelgroep van de campagne hoorde. Reden voor uitsluiting was:

- Niet reizen op een van drie trace's;
- Wonen buiten het invloedsgebied van de drie trace's;
- Reizen met een studenten OV-kaart;
- De reizen op de genoemde trace's hoofdzakelijke met openbaar vervoer maken;

Bovendien was een voorwaarde dat de startenquête werd ingevuld.

De werving heeft 471 deelnemers opgeleverd. De startenquête is dus ook door 471 deelnemers ingevuld. Alle deelnemers hebben een uitnodiging ontvangen om een tussenenquête en een eindenquête in te vullen. De meeste deelnemers hebben zich aan het begin van de campagne ingeschreven. Echter, tijdens de campagne kwamen ook nog inschrijvingen binnen. Om informatie van zoveel mogelijk deelnemers te verzamelen, zijn de deelnemers die zich later hebben aangemeld ook ondervraagd. Zij hebben de tussenenquête en eindenquête als één enquête ontvangen. De response op de enquêtes is weergegeven in de volgende tabel. De startenquête is door alle deelnemers ingevuld (was voorwaarde voor deelname). De tussenenquête werd door ongeveer de helft van de deelnemers ingevuld. Een derde vulde de eindenquête in. Ongeveer een kwart van de deelnemers heeft alle enquêtes ingevuld. Zie tabel 2.1.

	Aantal	Percentage
Startenquête	471	100
Tussenenquête	196	42
Eindenquête	146	31
Alle enquêtes	123	26

Tabel 2.1: aantal ingevulde enquêtes.

### 2.3 Doelgroep

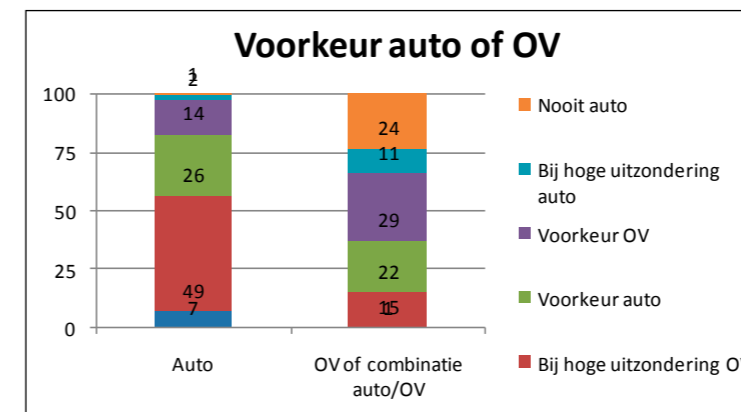
Het doel van het project is om automobilisten die in de ochtendspits op de drie trajecten rijden met de snelbus te laten reizen. De doelgroep voor de snelbus is daarom de automobilist die in de ochtendspits met de auto langs één van de trajecten rijdt waar ook de snelbus rijdt. Bij aanmelding van deelname moest aangegeven worden op welke manier voor aanmelding werd gereisd. Van de deelnemers behoorde 58% tot de doelgroep 'autorijders' en 43% tot de deelnemers die met de trein reisden of die een combinatie maakten tussen reizen met de auto en het openbaar vervoer. Zie tabel 2.2.

	Aantal	Percentage
Auto	271	58
Trein	59	13
Combinatie auto en OV	141	30
Totaal	471	100

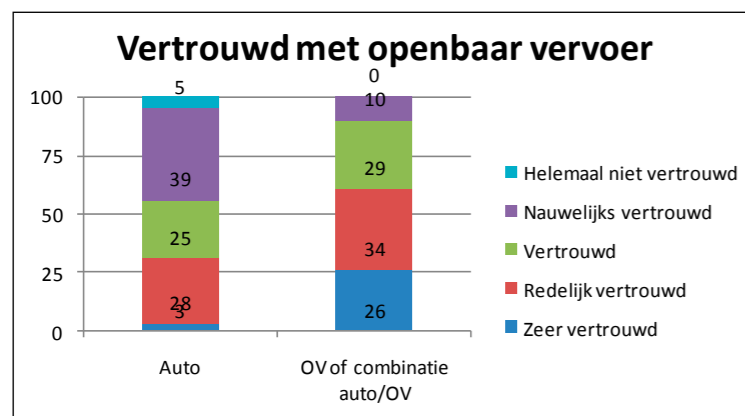
Tabel 2.2: meest gebruikte vervoermiddel op het traject vooraf aan deelname campagne 2.0.

### 2.4 Kenmerken deelnemers

Van de deelnemers is 296 (63%) vrouw en 175 (37%) is man. De gemiddelde leeftijd is 51 jaar. Van de groep 'Auto' heeft ongeveer de helft al eens met de snelbus gereisd. Voor de groep 'OV of combinatie OV' is dat 60%. Wat betreft voorkeur voor auto of openbaar vervoer zijn de twee groepen verschillend samengesteld. Zie figuur 2.1. Ruim 50% van de groep auto geeft aan nooit of alleen bij hoge uitzondering met openbaar vervoer te reizen. Bovendien geeft bijna de helft aan niet vertrouwd te zijn met openbaar vervoer. Zie figuur 2.2.



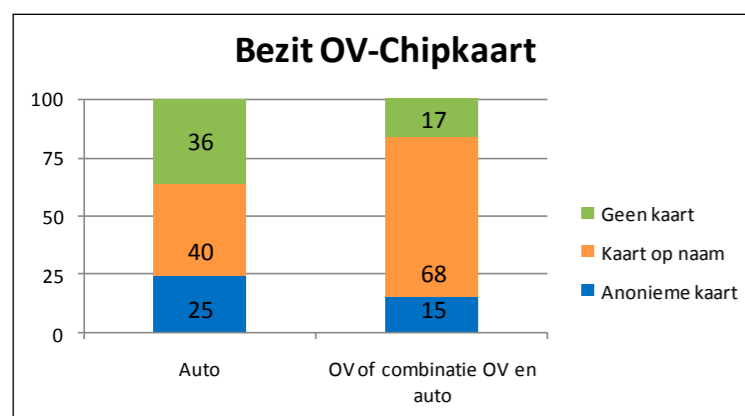
Figuur 2.1: mate van voorkeur voor auto of openbaar vervoer.



Figuur 2.2: mate waarin de deelnemers vertrouwd zijn met openbaar vervoer.

## 2.5 Bezit OV-chipkaart

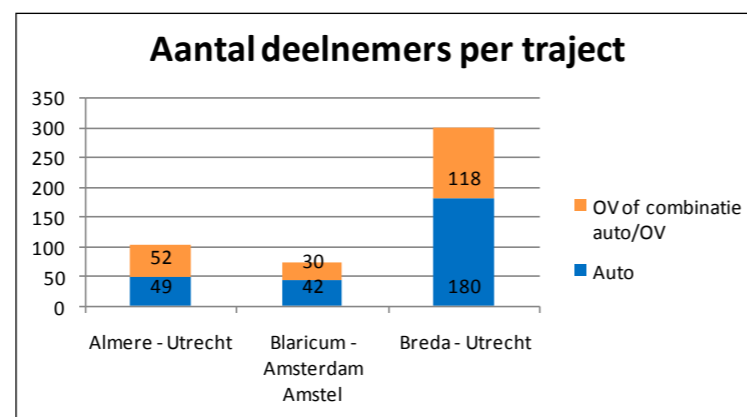
Van de groep 'Auto' bezit 36% geen OV-Chipkaart, zie figuur 2.3. Dat betekent dat de meeste deelnemers uit deze groep (tweederde) waarschijnlijk ervaring hebben met reizen met openbaar vervoer, ook als ze op het traject waarvoor ze zich hebben ingeschreven nog niet met openbaar vervoer reisden.



Figuur 2.3: bezit OV-chipkaart.

## 2.6 De trajecten waarop de respondenten reizen

De meeste deelnemers (bijna 300) aan campagne 2.0 reizen op het traject van Breda/Oosterhout naar Utrecht. Zie figuur 2.4.



Figuur 2.4: verdeling van deelnemers over de trajecten.

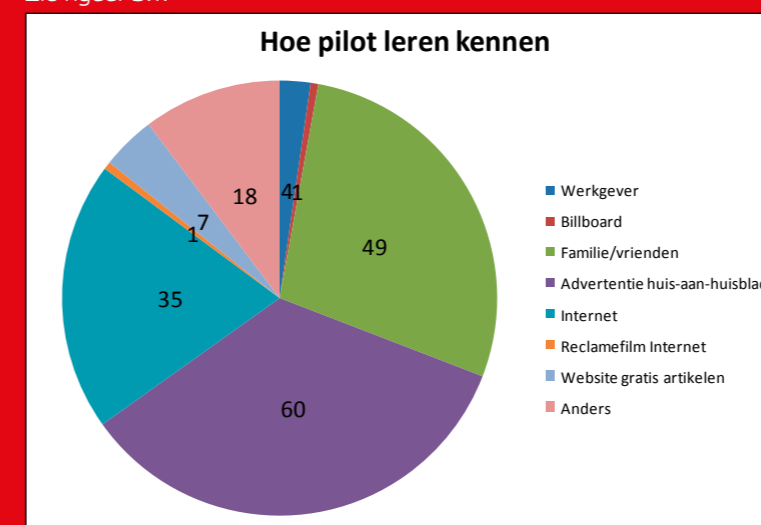
# 3 Resultaten campagne 2.0

## 3.1 Op welke manier actie snelbus leren kennen

Voor de promotie van de actie met de snelbus zijn de volgende middelen ingezet:

- Billboard auto
- Advertentie in huis-aan-huisblad
- Reclame via internet en eigen website
- Actie bij werkgevers

De meeste deelnemers zijn geworven via de advertentie in huis-aan-huisbladen, via internet en via de billboard-auto. Vervolgens is via vrienden en kennissen (waarschijnlijk deelnemers) nog een flink deel van de deelnemers geworven. Zie figuur 3.1.



Figuur 3.1: wijze waarop de deelnemers de pilot van de snelbus hebben leren kennen, n=175.

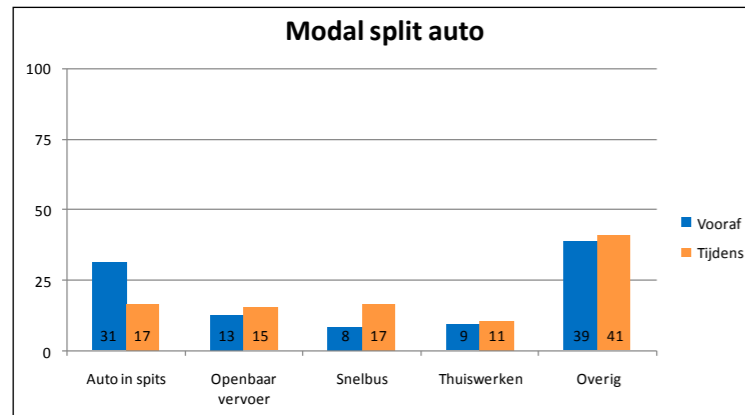
## 3.2 Modal split

Aan de deelnemers is op verschillende momenten gevraagd op welke manier ze reizen. In de volgende figuren staat de modal split vooraf aan deelname van beide groepen en op het moment vlak voor het einde van campagne 2.0.

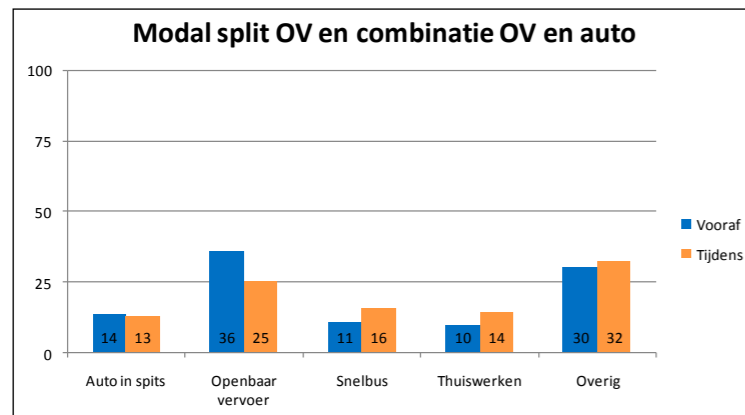
De groep 'Openbaar vervoer' is een verzameling van de reguliere bus en trein. De groep 'Overig' is een verzameling van:

- Met de auto buiten de spits
- Met de auto als passagier
- Motor
- Bromfiets/scooter
- Anders

In figuur 3.2 staat de modal split voor de groep 'Auto' en in figuur 3.3 staat de modal split voor de groep 'OV en OV in combinatie met auto'. Het betreft het percentage ritten per vervoermiddel voor de ochtendspits. Deelnemers die vooraf aan campagne 2.0 voornamelijk met de auto reisden op het traject zijn tijdens de periode met probeerkaartjes minder met de auto gaan reizen en meer met de snelbus. De overige alternatieven (regulier openbaar vervoer, thuiswerken en overig) worden iets vaker toegepast. Voor de deelnemers die vooraf aan campagne 2.0 met openbaar vervoer reisden of een combinatie met openbaar vervoer en auto maakten gaan meer met de snelbus reizen en minder met regulier openbaar vervoer. Bovendien gaan ze meer thuiswerken.



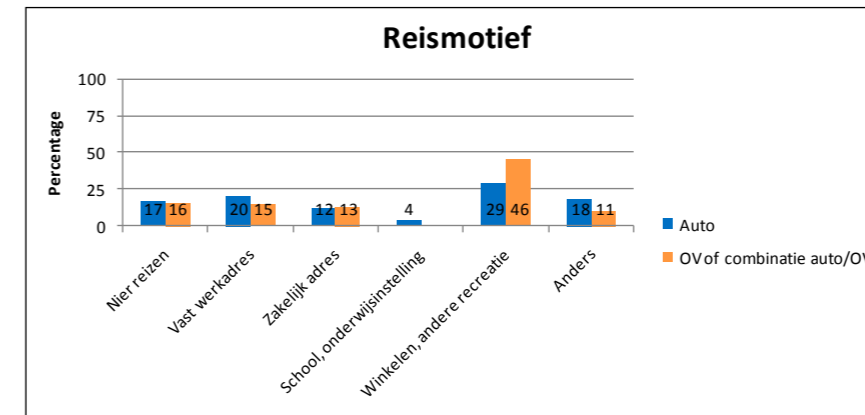
Figuur 3.2: modal split voor de groep die vooraf aan deelname voornamelijk met de auto reisde op het traject.



Figuur 3.3: modal split voor de groep die vooraf aan deelname voornamelijk met openbaar vervoer reisde of met een combinatie van openbaar vervoer en de auto.

### 3.3 Bestemming

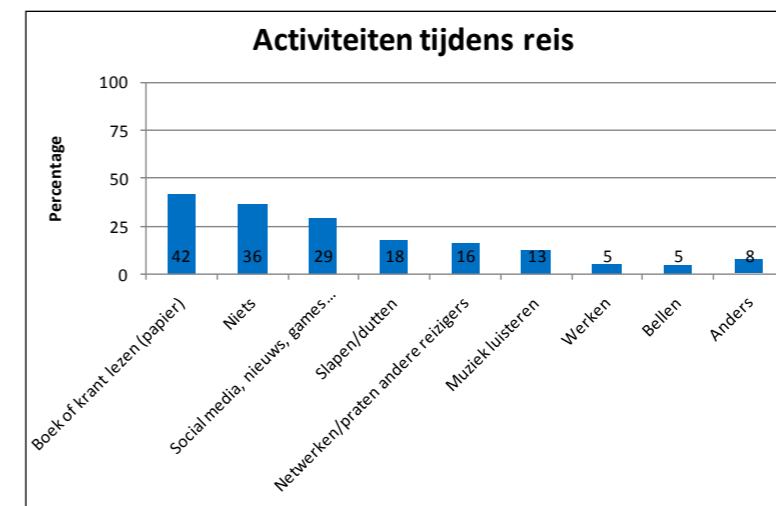
Aan de respondenten is gevraagd naar welke bestemmingen ze reizen als ze reizen op het traject dat ze hebben opgegeven. Ze kunnen daarbij meerdere antwoorden aangeven, bijvoorbeeld als ze naar een vast werkadres reizen en andere keren een zakelijke rit maken. De bestemmingen van de respondenten zijn weergegeven in figuur 3.4. Door bij aanmelding te selecteren op bezit van een studenten OV-kaart komt het motief 'school, onderwijsinstelling' bijna niet voor.



Figuur 3.4: reismotief, deelnemers konden meerdere reismotieven opgeven.

### 3.4 Activiteit tijdens reis

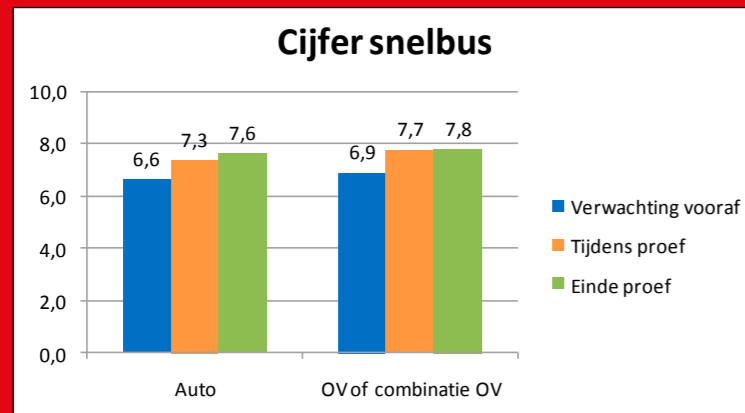
Er is weinig verschil tussen de twee groepen als het gaat om activiteiten onderweg. De gegevens over alle deelnemers zijn weergegeven in figuur 3.5. Meest uitgevoerde activiteiten onderweg zijn 'boek of krant lezen (papieren versie)', 'social media, nieuws, games op tablet of telefoon', 'netwerken/praten' en 'slapen/dutten'.



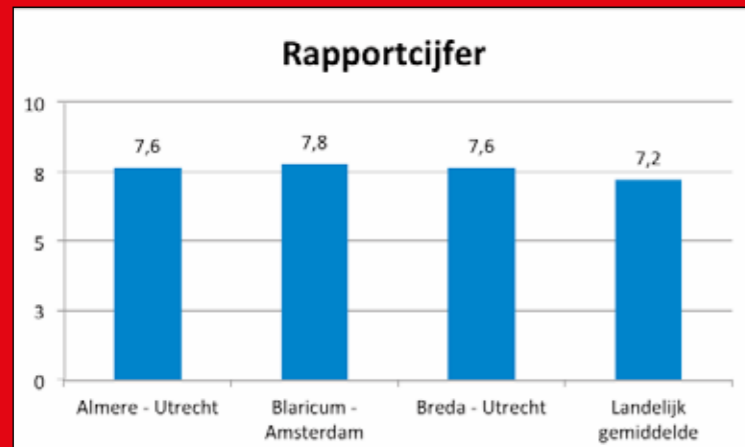
Figuur 3.5: activiteiten tijdens de reis.

### 3.5 Beoordeling

De snelbus pakt positiever uit dan de deelnemers vooraf verwachten. Aan het einde van de proef wordt een 7,5 gegeven door de groep 'Auto' en een 7,8 door de groep 'OV of een combinatie OV en auto' (zie figuur 3.6). In figuur 3.7 staat het rapportcijfer per traject.



Figuur 3.6: rapportcijfer snelbus.



Figuur 3.7: rapportcijfer snelbus per traject (inclusief landelijk gemiddelde uit de OV-klantbarometer).

### 3.6 Reden deelname

De redenen om deel te nemen aan campagne 2.0 zijn weergegeven in tabel 3.1. Er waren meerdere antwoorden mogelijk.

	Auto n=90	OV of combinatie auto/OV n=51
Andere manier reizen proberen	57	49
Bijdrage oplossen volle wegen	38	27
Vanwege de probeerkaartjes	36	45
Uitproberen of snelbus bevalt	32	24
Ervaren of reizen bus oplossing is voor files	21	2
Leuke actie	17	20
Betrouwbaarheid aankomsttijd uitproberen	14	12
Probeerkaartjes mooi meegenomen	14	10
Proberen of reizen met snelbus bevalt	13	12
Soepeler woon-werk reis	12	8
Bijdrage leveren beter milieu	4	4
Comfort uitproberen	3	4
<b>Totaal</b>	<b>262</b>	<b>26</b>

Tabel 3.1: redenen om gebruik te maken van het aanbod met probeerkaartjes.

### 3.7 Stellingen

Aan de deelnemers is gevraagd een aantal stellingen te beoordelen op een 5-puntsschaal. Score 1 staat gelijk aan 'helemaal mee oneens' en een score van 5 aan 'helemaal mee eens'. De stellingen hadden betrekking op allerlei aspecten van de snelbus en mogelijke ervaringen. De resultaten zijn per traject weergegeven in tabel 3.2. Een cijfer van 3 betekent dat de deelnemer neutraal staat tegenover de stelling. Een cijfer hoger dan 3 betekent dat de deelnemer positief is over de stelling. Uitzondering hierop is de stelling 'Door de pilot met de snelbus ga ik vaker met de bus reizen'. Hier geldt juist dat een lager cijfer (3 of lager) een positieve houding van de deelnemer betekent.

De gegevens voor beide groepen zijn samengenomen omdat er geen verschil was tussen beide groepen. In tabel 3.2 staat het overzicht per traject. Voor de trajecten Almere-Utrecht en Blaricum-Amsterdam geldt dat per stelling ongeveer 20 deelnemers hebben gereageerd. Deze resultaten zijn indicatief, ze kennen een behoorlijke marge tussen de waarderingen.

Conclusie uit de resultaten is dat deelnemers de snelbus comfortabel vinden, de kwaliteit hoog waarderen en de zekerheid in aankomsttijd herkennen. Voor deelnemers waren de probeerkaartjes de belangrijkste aanleiding om met de snelbus te gaan reizen. Het traject Almere-Utrecht verschilt met de andere twee trajecten als het gaat om het verschil in reistijd tussen auto en snelbus op het traject en tevredenheid over de frequentie. Als gevolg daarvan is ook de intentie om na de proef met de snelbus te blijven reizen lager voor Almere/Utrecht.

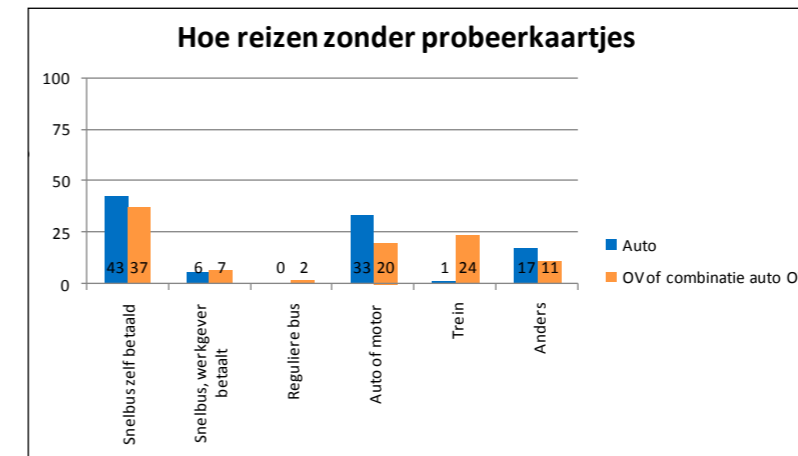
In figuur 3.2 staat de modal split voor de groep 'Auto' en in figuur 3.3 staat de modal split voor de groep 'OV en OV in combinatie met auto'. Het betreft het percentage ritten per vervoermiddel voor de ochtendspits. Deelnemers die vooraf aan campagne 2.0 voornamelijk met de auto reisden op het traject zijn tijdens de periode met probeerkaartjes minder met de auto gaan reizen en meer met de snelbus. De overige alternatieven (regulier openbaar vervoer, thuiswerken en overig) worden iets vaker toegepast. Voor de deelnemers die vooraf aan campagne 2.0 met openbaar vervoer reisden of een combinatie met openbaar vervoer en auto maakten gaan meer met de snelbus reizen en minder met regulier openbaar vervoer. Bovendien gaan ze meer thuiswerken.

	Almere-Utrecht n=19	Blaricum-Amsterdam n=15	Breda-Utrecht n=99
Door de pilot met de snelbus ben ik meer dan voorheen met de bus gaan reizen	3,4	3,6	3,4
Reizen met de snelbus is voor mij sneller dan met de auto	2,6	3,7	3,2
Reizen met de snelbus is voor mij tijdwinst	2,7	3,3	3,1
Reizen met de snelbus is comfortabel	3,9	4,1	4,2
Reizen met de snelbus betekent een zekere aankomsttijd	3,8	3,9	4,0
De probeerkaartjes waren voor mij de belangrijkste aanleiding om de snelbus uit te proberen	4,1	4,4	4,0
Door de pilot met de snelbus ga ik vaker met de bus reizen	2,8	3,3	3,5
De probeerkaartjes hebben geen invloed op mijn reisgedrag gehad omdat ik al regelmatig met de bus reisde	1,9	2,1	2,4
De kwaliteit van de snelbus is goed	4,3	4,4	4,4
Zonder probeerkaartjes ga ik ook met de snelbus reizen	3,1	3,5	3,5
De frequentie van de snelbus is goed	3,0	4,1	3,9

Tabel 3.2: stellingen over de snelbus per traject.

### 3.8 Reizen na de proef

Bijna de helft van de deelnemers geeft aan na de proef te gaan reizen met de snelbus. Voornamelijk zelf betaald. De overige deelnemers gaan vermoedelijk terug naar het gebruik van auto en/of trein of ander regulier openbaar vervoer. Zie figuur 3.8.



Figuur 3.8: methode reizen zonder probeerkaartjes.



**Initiatief van:**



Ministerie van Infrastructuur en Milieu



Provincie Noord-Holland

Provincie Noord-Brabant



Gemeente Almere



Regio Utrecht

**Vervoerders:**

connexion 

 **VEOLIA**  
TRANSPORT