

Onderzoek sociaalmaatschappelijke waarde doelgroepenvervoer

Aanleiding van dit onderzoek

Goede mobiliteit een voorwaarde geworden om volwaardig mee te doen aan de maatschappij. Voor de meeste mensen levert dat geen problemen op. Maar sommige groepen zijn niet in staat om mee te bewegen. Ouderen, mensen met een beperking en kinderen met bijzondere behoeften rond onderwijs en werk zijn bijvoorbeeld minder mobiel, maar moeten vaak juist verder reizen naar hun bestemmingen, door specifieke de behoeften die zij hebben. Zo ontstaat door ongelijkheid in mobiliteit ook ongelijkheid in *mogelijkheden*: bepaalde groepen worden beperkt in hun kansen op cruciale zaken als werk, school, toegang tot publieke en commerciële voorzieningen, zorg en een sociaal leven. Voor deze groep, waarvoor bereikbaarheid tot gewenste bestemmingen beperkt is, is doelgroepenvervoer beschikbaar.

Eerder onderzoek geeft ons vooral inzicht in wat er nog niet goed gaat in het doelgroepenvervoer. Dit onderzoek richt zich op de *sociaalmaatschappelijke waarde* van doelgroepenvervoer. Met andere woorden: de meerwaarde van doelgroepenvervoer voor mens en maatschappij. Uiteraard zullen ook verbeterpunten aan bod komen in de gesprekken: ook tekortkomingen kunnen illustrerend zijn voor de waarde van doelgroepenvervoer.

Beoogde impact van het onderzoek

- Bijdragen aan kennis over de menselijke waarde van doelgroepenvervoer, zodat ook dit meegewogen kan worden in aanbestedingen.
- Bijdrage aan kennis over wat mobiliteit kan betekenen voor actuele thema's in het sociaal domein, zoals zelfredzaamheid, zelfbeschikking en autonomie. En wat dit kan betekenen voor thuis kunnen (blijven) wonen, participatie, meedoen in de maatschappij en kansen op persoonlijke ontwikkeling. Stuk voor stuk thema's die centraal staan in gemeentelijke wetten van het sociaal domein.
- Door de brug te slaan tussen de domeinen van vervoer en maatschappelijke ondersteuning kan mobiliteit effectiever ingezet worden als middel om participatie te bevorderen, kansen te vergroten en mensen te helpen om volwaardig mee te doen in de maatschappij.

De centrale vraag van het onderzoek is **Wat is de huidige en potentiële sociaalmaatschappelijke waarde van doelgroepenvervoer voor reizigers en hun naasten?**

Plan van aanpak



Stap 1: Literatuurstudie

Inzicht in wat er al bekend is over doelgroepenvervoer



Stap 2: Sessie afbakening

Interactieve bijeenkomst rondom afbakening sociaalmaatschappelijke waarde



Stap 3: Survey meting 1

Landelijke vragenlijst onder reizigers doelgroepenvervoer



Stap 4: Interviews

55 narratieve interviews met reizigers (en eventuele andere kennisdragers)



Stap 5: Survey meting 2

Landelijke vragenlijst onder reizigers doelgroepenvervoer



Stap 6: Analyse

Totaalanalyse van resultaten: van data naar antwoorden op de onderzoeksvragen



Stap 7: Rapportage

Eindrapportage met managementsamenvatting en infographic



Toelichting belangrijkste onderzoeksstappen

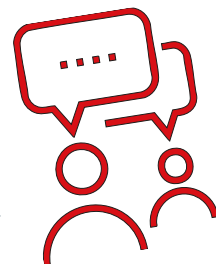
Survey (meting 1)

We starten het uitvoerend deel van het onderzoek met een korte vragenlijst onder een brede groep reizigers. In deze vragenlijst willen we inzicht krijgen in de populatie reizigers en een eerste indruk van welke waarde zij hechten aan het vervoer. Ook vragen we op welke bestemmingen zij kunnen komen, doordat zij gebruikmaken van doelgroepenvervoer. In deze vragenlijst vragen we reizigers ook of zij willen deelnemen aan een interview.



Interviews

Voor dit onderzoek interviewen we **55 reizigers** van doelgroepenvervoer. Bij deze interviews zijn naast de reiziger zelf ook naasten welkom om aan te sluiten. In deze interviews krijgen wij inzicht in de rol die doelgroepenvervoer speelt in het leven van de reizigers en hun naasten. De sociaalmaatschappelijke waarde zal immers niet alleen ervaren worden door reizigers zelf, maar ook door ouders, kinderen, partner en/of anderen. Ook bespreken we wat het vervoer zou kunnen betekenen voor reizigers, als het verbeterd zou worden.



Survey (meting 2)

De laatste stap van het onderzoek is een tweede meting onder de respondenten van de eerder uitgezette vragenlijst. In deze vragenlijst toetsen we de resultaten van de interviews aan een brede populatie. Zo kijken we in hoeverre de resultaten van de interviews gelden voor de brede populatie.



Uitvoering