



Ministerie van Infrastructuur
en Waterstaat

Digitale reisinformatie: Gebruik en gepercipieerde effecten bij auto- en ov-reizen



Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid | KiM

Anne Durand, Marije Hamersma en Sytze Rienstra

Samenvatting en inhoud

Digitale reisinformatie biedt reizigers voordelen, maar leidt soms ook af
Veel reizigers ervaren voordelen van persoonlijke digitale reisinformatie bij het reizen met de auto of het ov. Maar er zijn ook aandachtspunten. Zo kunnen autoreizigers (door de informatie) worden afgeleid tijdens hun rit en zijn niet alle reizigers digitaal vaardig. Dit blijkt uit de KiM-publicatie 'Digitale reisinformatie: gebruik en gepercipieerde effecten bij auto- en ov-reizen'.

Het gros van de **ov-** en **auto**reizigers in het KiM-onderzoek maakt gebruik van digitale vormen van reisinformatie. Het merendeel van de respondenten vindt persoonlijke hulpbronnen als navigatiesystemen en apps tegenwoordig ook noodzakelijk om te kunnen reizen. De meeste reizigers ervaren door het gebruik van (persoonlijke) digitale reisinformatie meer zekerheid tijdens hun reis, meer flexibiliteit in hun vertrektijdstip en routekeuze, en een kortere reistijd. 30-50% van de respondenten voelt zich hierdoor veiliger onderweg. Een klein deel (10-30%) van de respondenten geeft aan dat de digitale reisinformatie effect heeft op de keuze van hun vervoerwijze of op het combineren van vervoerwijzen.

Naast genoemde voordelen, zijn er ook aandachtspunten. Zo geeft 20-30% van de **auto**reizigers aan te worden afgeleid door de reisinformatie. Daarnaast vindt ongeveer 10% van de respondenten het lastig om de digitale reisinformatie te gebruiken. Dit zijn vooral ouderen en lager opgeleiden.¹ Het kan zijn dat dit aandeel in werkelijkheid nog wat hoger ligt, omdat de onderzoekers gebruik hebben gemaakt van een online vragenlijst.

Mensen die digitaal minder vaardig zijn, ervaren over het algemeen minder voordelen van de digitale reisinformatie. Daarom is het belangrijk om ook aanvullende vormen van informatie (zoals borden onderweg) te blijven aanbieden. Ook in algemene zin geeft een meerderheid van de respondenten aan reisinformatieborden onderweg te gebruiken, al dan niet naast persoonlijke digitale reisinformatie.

De voordelen die gebruikers ervaren kunnen maatschappelijk gezien gunstig uitpakken, maar niet altijd. Zo kan het gemak van digitale reisinformatie ertoe leiden dat mensen vaker de auto nemen. Als dit leidt tot meer drukte in het verkeer, kan dat nadelig zijn voor de samenleving als geheel.



1 Het belang van (digitale) reisinformatie



2 Digitale reisinformatie: zoekgedrag en appgebruik



3 Gepercipieerde effecten van digitale reisinformatie



4 Verschillen in de toegang tot digitale reisinformatie



5 Mogelijke aan-grijpingspunten voor beleid

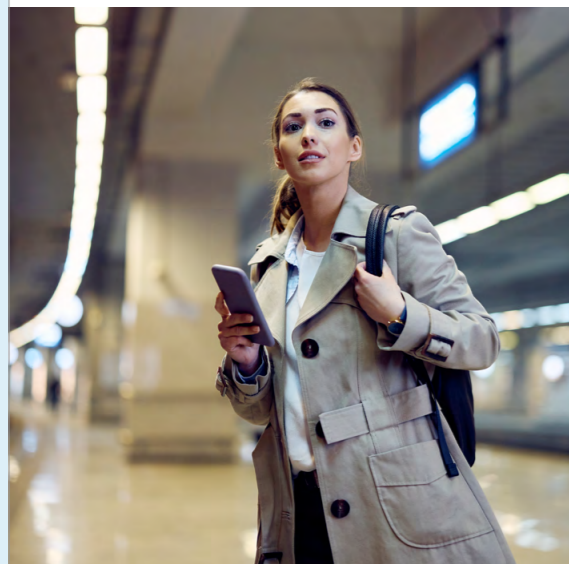
¹ Voor het beschrijven van de gevolgde opleiding gebruiken we de termen 'laag', 'midden' en 'hoog' opgeleid. Wel we zijn we ons ervan bewust dat we met deze termen niet de lading van opleidingsverschillen dekken. Het één is niet beter dan het ander. Op dit moment beschikken we echter niet over een goed alternatief in situaties waarin het niet mogelijk is de specifieke opleidingen (mavo, mbo, universiteit, etc.) afzonderlijk te vermelden.

1 Het belang van (digitale) reisinformatie

Hoe minder voorspelbaar de reis, hoe belangrijker de (digitale) reisinformatie

In de meeste situaties vinden **auto-** en **ov-**reizigers het belangrijk om voor of tijdens hun reizen reisinformatie te (kunnen) ontvangen. De behoefte aan die informatie neemt bovendien toe naarmate de reis minder voorspelbaar is.

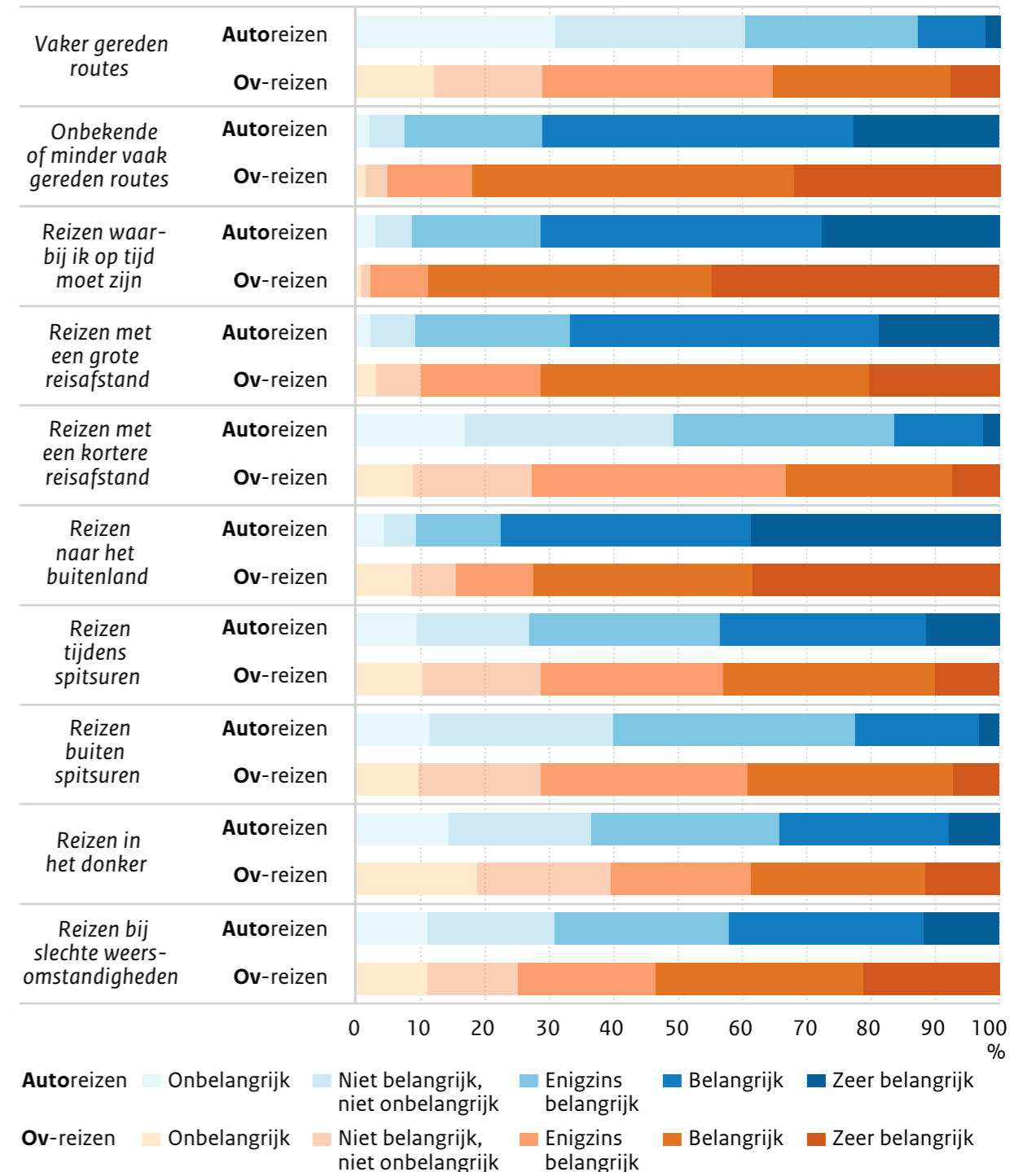
Auto- en **ov-**reizigers hebben meer behoefte aan (digitale of niet-digitale) reisinformatie als ze onbekende of minder vaak bezochte bestemmingen bezoeken, bijvoorbeeld in het geval van vakantie. Ook als zij ergens op tijd moeten zijn, of over een grote afstand reizen, zoeken zij vaker naar reisinformatie dan in andere situaties.



Ov-reizigers hebben (ook) bij bekende routes meer behoefte aan reisinformatie dan **auto-**reizigers. Hier kan meespelen dat zij (anders dan bij de auto) niet zelf het voertuig besturen en daardoor minder controle over de reis ervaren.

Voor **ov-**reizigers zijn donkere of slechte weersomstandigheden geen specifieke reden om extra belang aan digitale reisinformatie te hechten. Wel valt op dat vrouwen het bij het reizen in het donker belangrijker vinden om over digitale reisinformatie te beschikken dan mannen.

Belang van digitale reisinformatie in verschillende omstandigheden, met onderscheid naar ov- en autoreizen



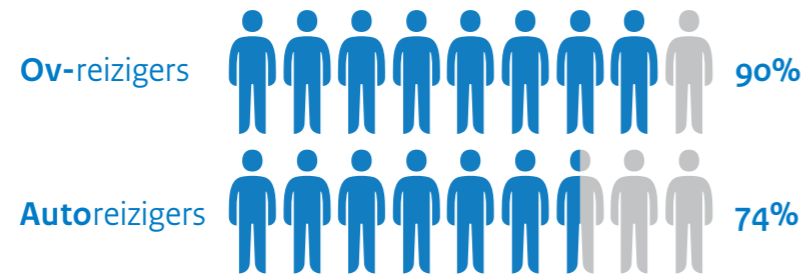


Meeste reizigers gebruiken digitale reisinformatie

Een grote meerderheid van de **auto-** en **ov-**reizigers gebruikt (weleens) digitale vormen van reisinformatie. In dit onderzoek gaat het hierbij om 96% van de respondenten.

De smartphone is de meest gebruikte bron voor digitale reisinformatie. Dit geldt zowel voor **ov-** (90%) als voor **autoreizigers** (74%).

Reisinformatie via smartphone



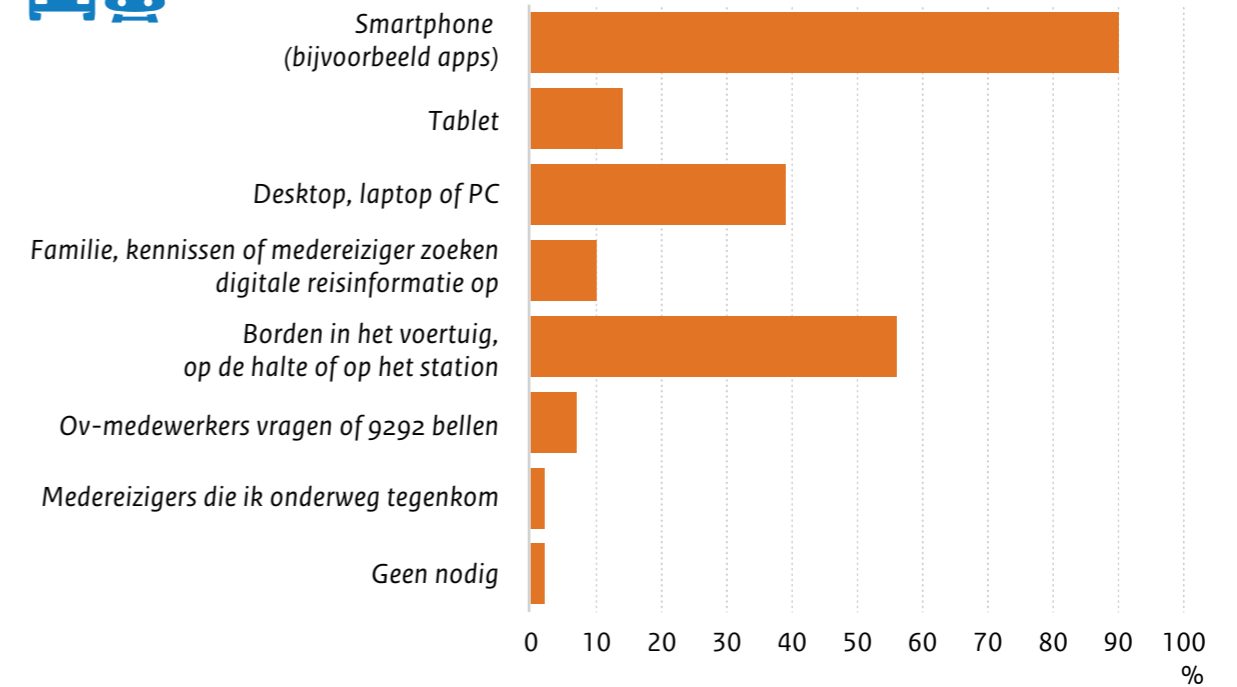
De meeste **autoreizigers** gebruiken naast de smartphone weleens een navigatiesysteem (62%) bij het reizen. En een minderheid van de **ov-** en **autoreizigers** zoekt de reis informatie weleens op een desktop, laptop, PC of tablet.

Nadere toelichting:

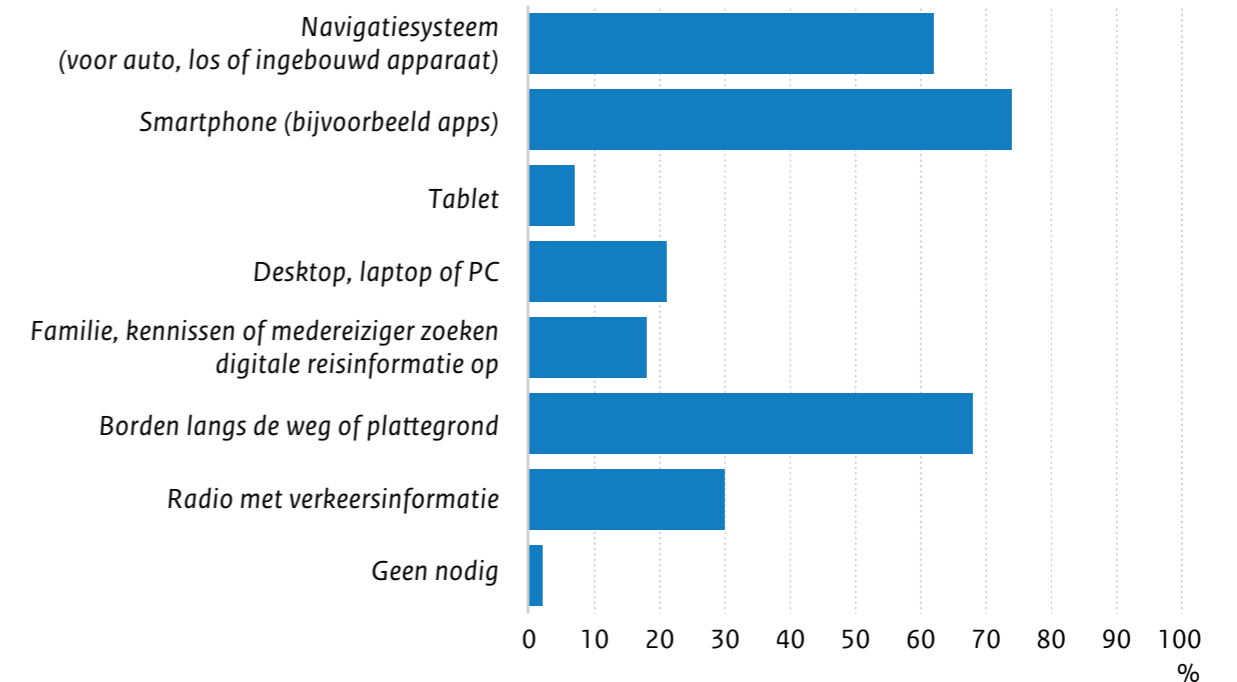
We hebben voor dit onderzoek een online vragenlijst gebruikt, omdat we de nadruk willen leggen op de gebruikers van digitale reis informatie. Dit betekent wel dat mensen die weinig of geen gebruik maken van digitale hulpmiddelen, in ons onderzoek ondervertegenwoordigd zijn. Het is dus aannemelijk dat wij het gebruik en de voordelen van digitale reis informatie voor burgers overschatten.



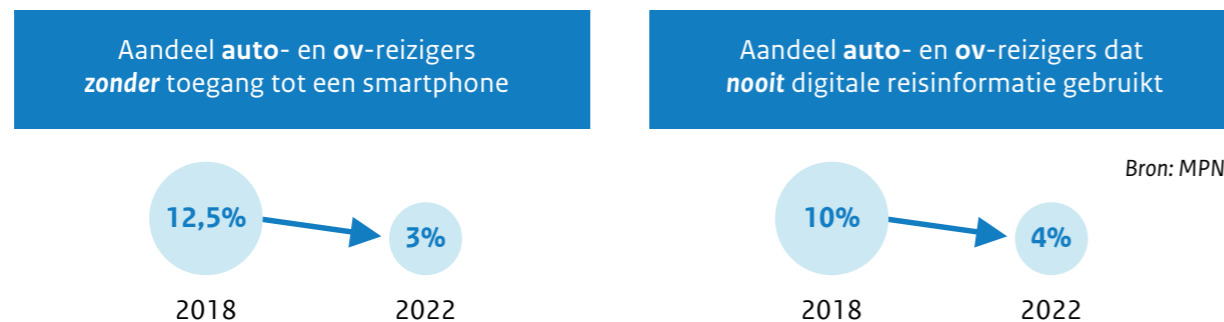
Bronnen van reis informatie bij ov-gebruik



Bronnen van reis informatie bij auto gebruik



Het bezit van een smartphone en het gebruik van digitale reisinformatie is (onder een subgroep van respondenten) overigens duidelijk toegenomen. Deze subgroep (22% van de steekproef) kreeg ook in 2018 al enkele vragen over digitale hulpmiddelen voorgelegd.



Informatieborden nog van belang

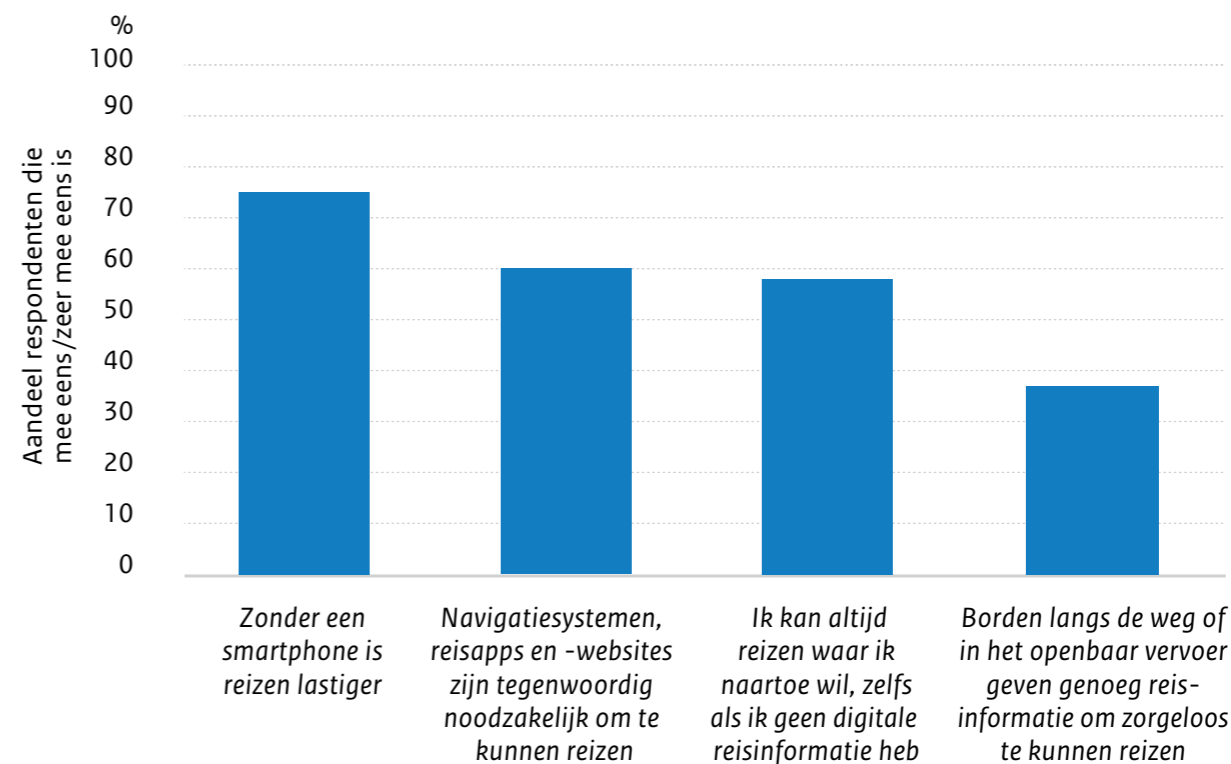
Hoewel veel **ov-** en **autoreizigers** dus persoonlijke digitale bronnen zoals de smartphone en de computer gebruiken, blijven ook andere vormen van reis informatie onderweg belangrijk. Zo maakt een meerderheid van de **auto-** en **ov-reizigers** (respectievelijk 68% en 56%) gebruik van de borden langs de weg of de informatieschermen in ov-voertuigen. Een kanttekening hierbij is dat slechts 37% van hen vindt dat deze borden (alleen) voldoende informatie geven om zorgeloos te kunnen reizen.

Digitale reis informatie is onmisbaar

Het merendeel van de **auto-** en **ov-reizigers** denkt dat digitale vormen van reis informatie tegenwoordig noodzakelijk zijn bij het reizen. 15 jaar na de introductie van de eerste smartphone (de iPhone in 2007), is deze op vele vlakken essentieel geworden. Voor 3 op de 4 **auto-** en **ov-reizigers** is het, naar eigen zeggen, anno 2022 lastiger om zonder een smartphone te reizen.



Onmisbaarheid van digitale hulpmiddelen in mobiliteit





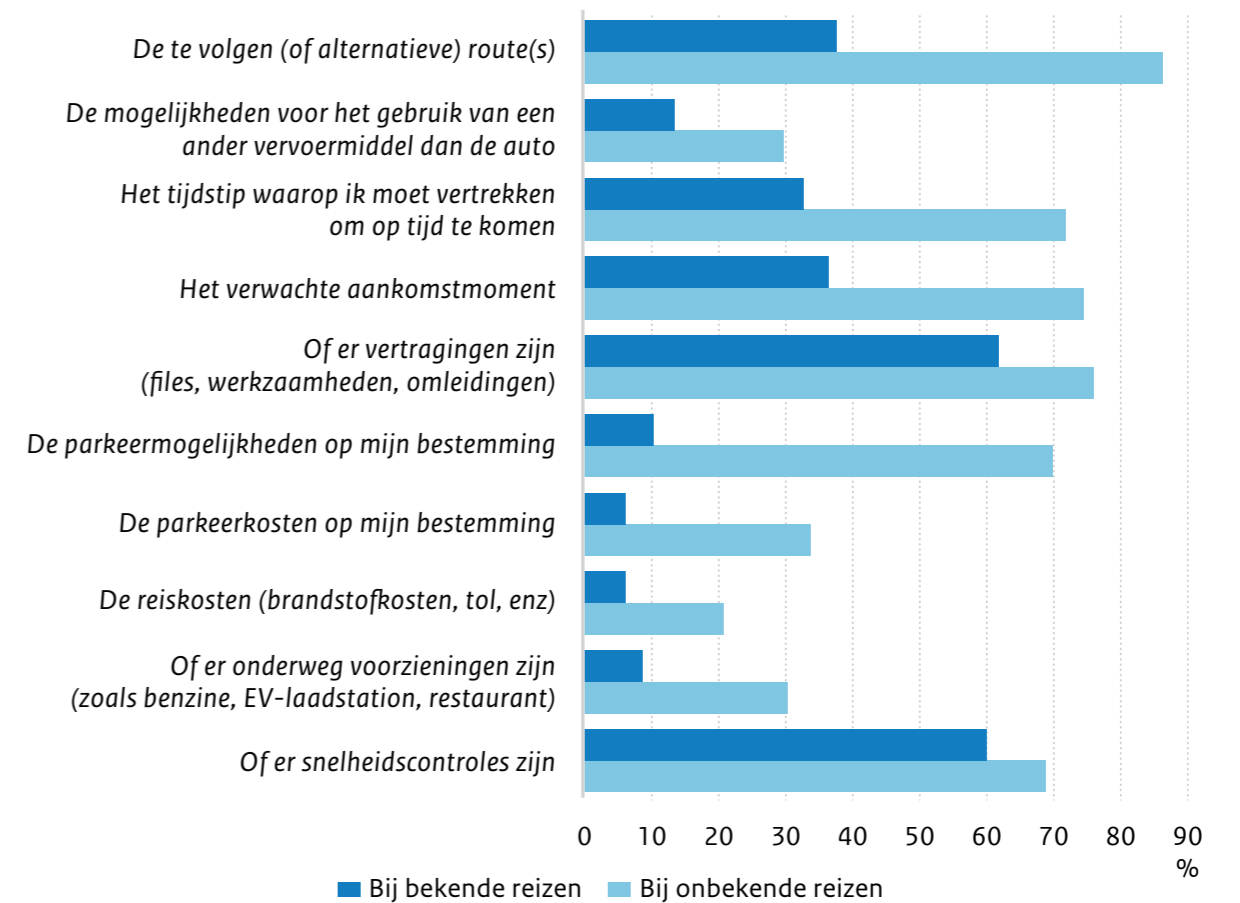
2 Digitale reisinformatie: zoekgedrag en appgebruik



Route en vertrek- en aankomsttijden zijn belangrijk

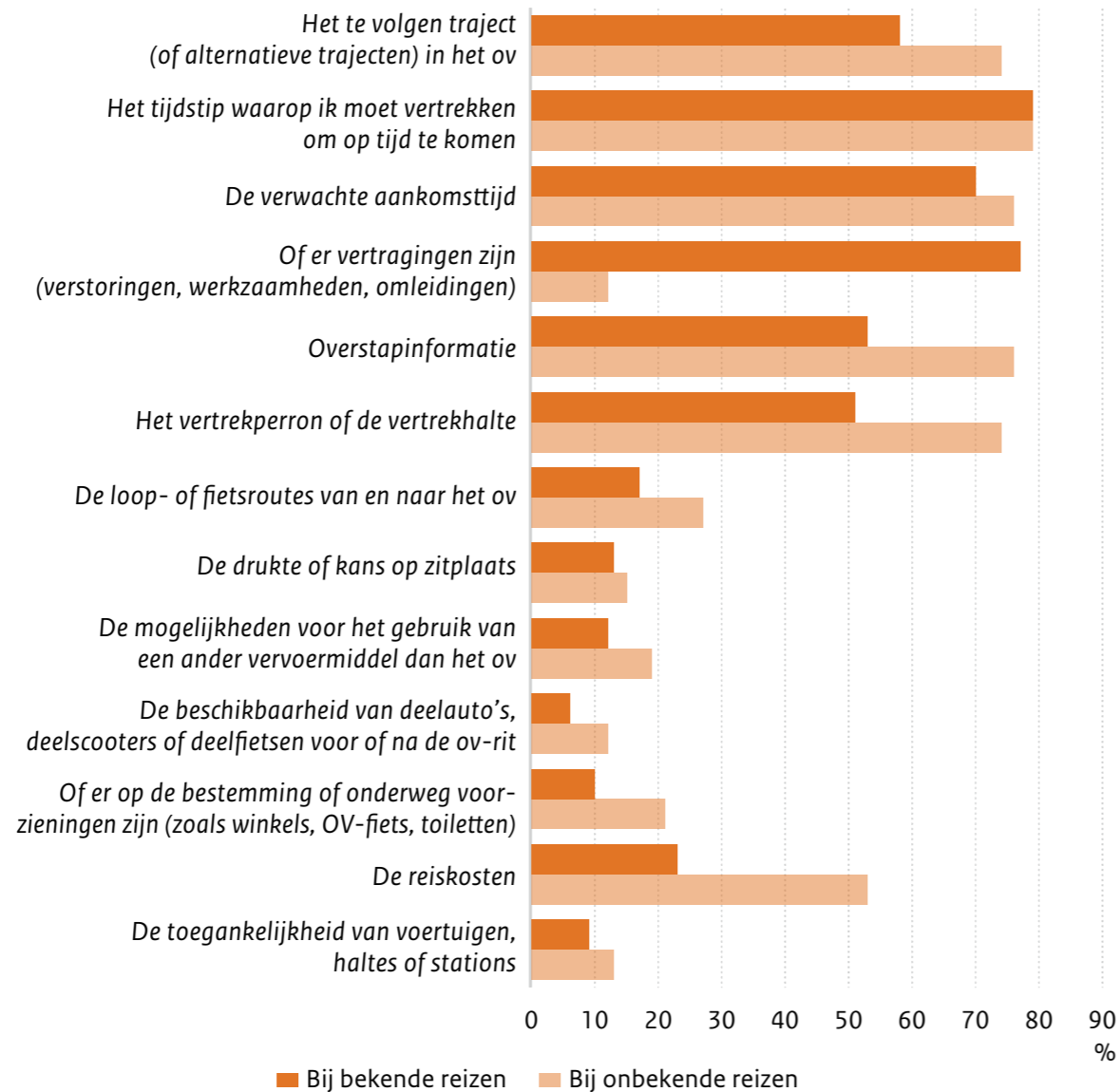
Auto- en **ov-**reizigers zoeken vooral naar de te kiezen route, de vertrek- en aankomsttijden en mogelijke vertragingen via een digitaal hulpmiddel. Daarnaast gebruikt een meerderheid van de **autoreizigers** zo'n hulpmiddel ook om te controleren of er snelheidscontroles zijn.

Aandeel autoreizigers die verschillende typen digitale reisinformatie zoekt bij bekende en onbekende autoreizen





Aandeel ov-reizigers die verschillende typen digitale reisinformatie zoekt bij bekende en onbekende ov-reizen



Bij onbekende reizen zoeken de meeste **auto**gebruikers daarnaast naar de parkeer-mogelijkheden op hun bestemming, en de meeste **ov**-reizigers naar informatie over de reiskosten en overstapmogelijkheden.

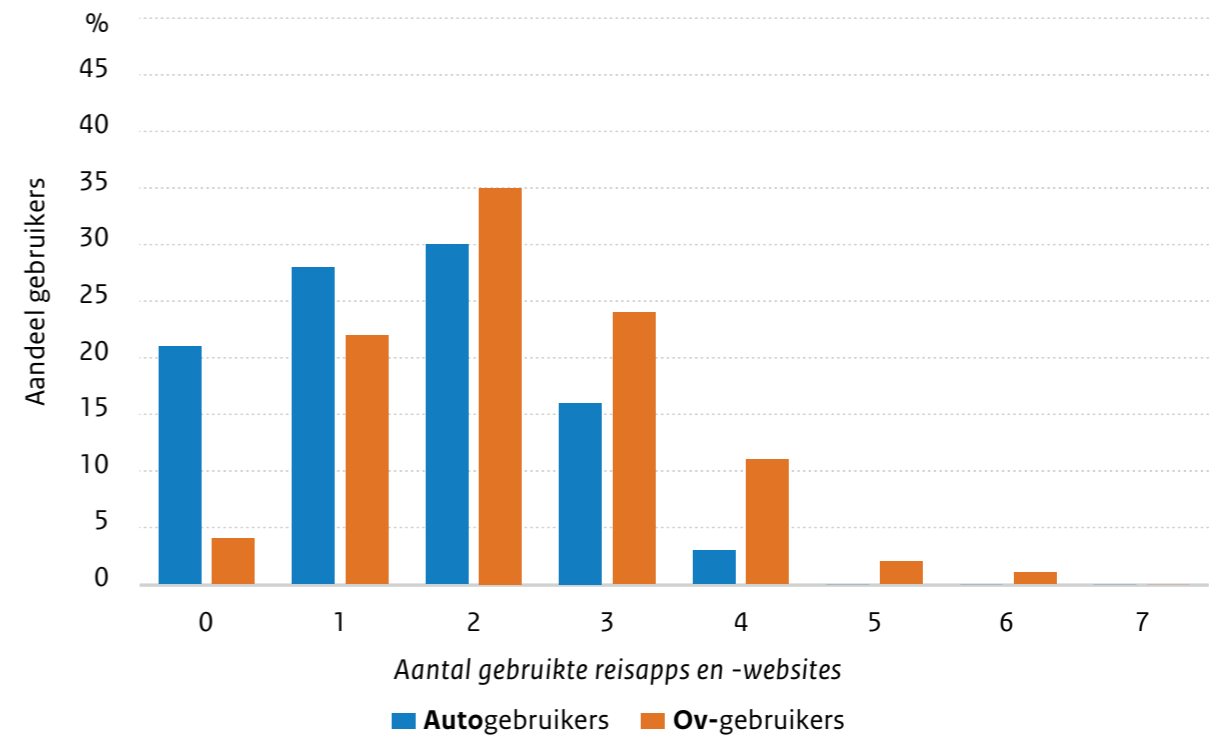
1 of 2 apps of websites

Gemiddeld gebruiken **auto**reizigers 1 à 2 app(s) of website(s) als zij de reisinformatie willen raadplegen. Google Maps staat daarbij op 1. Frequente **auto**reizigers raadplegen meer reisapps en websites dan niet-frequenten **auto**reizigers. **Ov**-reizigers gebruiken gemiddeld ongeveer 2 reisapps of -websites en er is weinig verschil tussen frequente en niet-frequenten reizigers. Voor **ov**-reizigers staat de NS Reisplanner op 1.

Actuele informatie en betrouwbaarheid zijn volgens respondenten de belangrijkste aspecten waaraan een reisapp of -website moet voldoen. Verder vinden **ov**-reizigers het belangrijker dan **auto**reizigers om alle informatie op 1 plek te kunnen vinden. Mogelijk heeft dit te maken met het feit dat ov-reizen vaker een multimodaal karakter hebben.



Aantal reisapps en -websites per auto- en ov-gebruiker



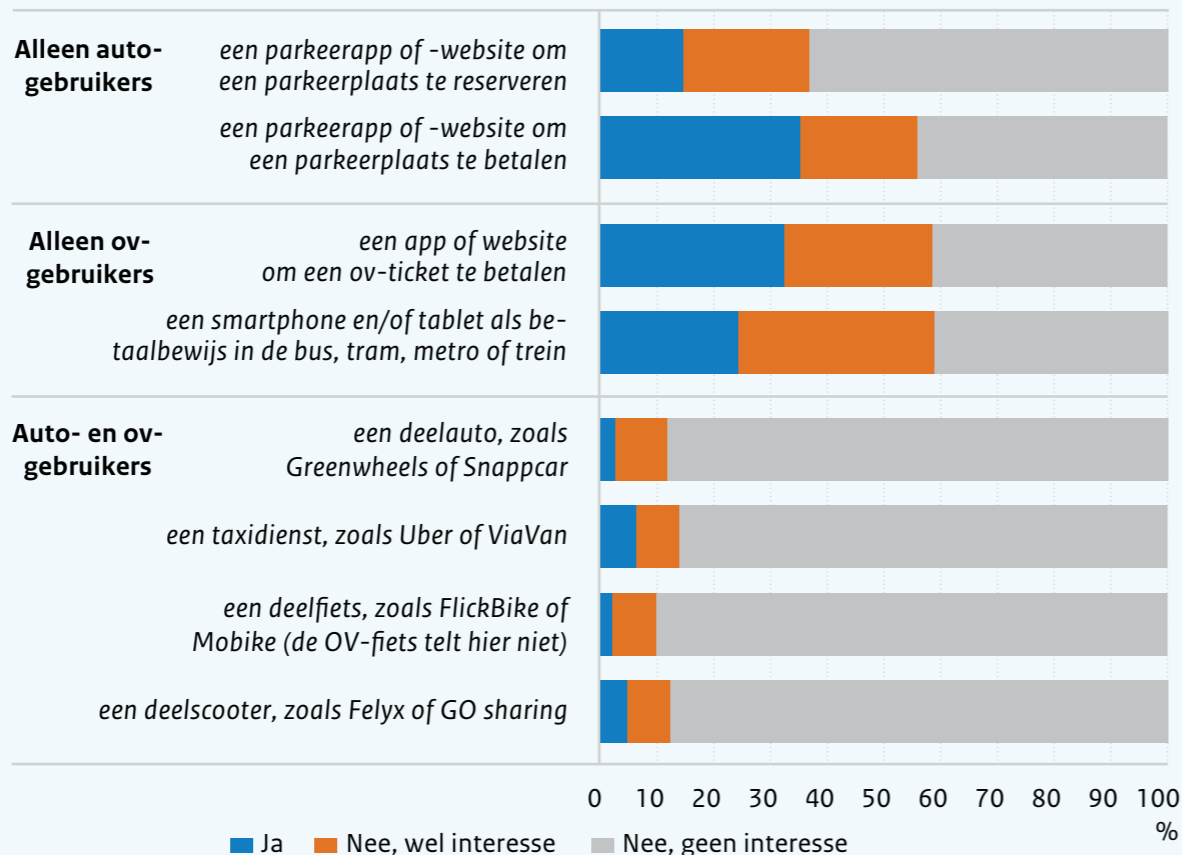
Anno 2022 gebruikt een minderheid van de reizigers digitale boek- en betaalmogelijkheden

We hebben niet alleen onderzocht in welke mate reizigers digitale reisinformatie gebruiken, maar ook of zij bij het reizen de digitale boek- en betaalmogelijkheden benutten.

- Ongeveer 35% van de **auto-** en **ov-**gebruikers heeft ervaring met het digitaal boeken of betalen van parkeerplekken of ov-tickets. Jongeren en hoger opgeleiden gebruiken de mogelijkheden hiertoe vaker dan ouderen en lager opgeleiden.
- Van degenen die geen ervaring hebben met het digitaal boeken en betalen van **auto-** of **ov-**reizen, hebben de meesten hierin ook geen interesse.



Aandeel mensen die in de afgelopen 12 maanden gebruik hebben gemaakt van:



- Slechts een zeer klein aandeel van de **auto-** en **ov-**reizigers geeft aan apps en websites te gebruiken voor deelmobiliteitsdiensten (2-6%). In de stedelijke gebieden ligt dit aandeel iets hoger.
- Van degenen die de digitale mogelijkheden om deelmobiliteit te reserveren of te betalen niet gebruiken, heeft het overgrote deel hierin ook geen interesse.

Een subgroep van de respondenten staat anno 2022 positiever tegenover het digitaal boeken of betalen van mobiliteitsproducten en diensten dan in 2018.

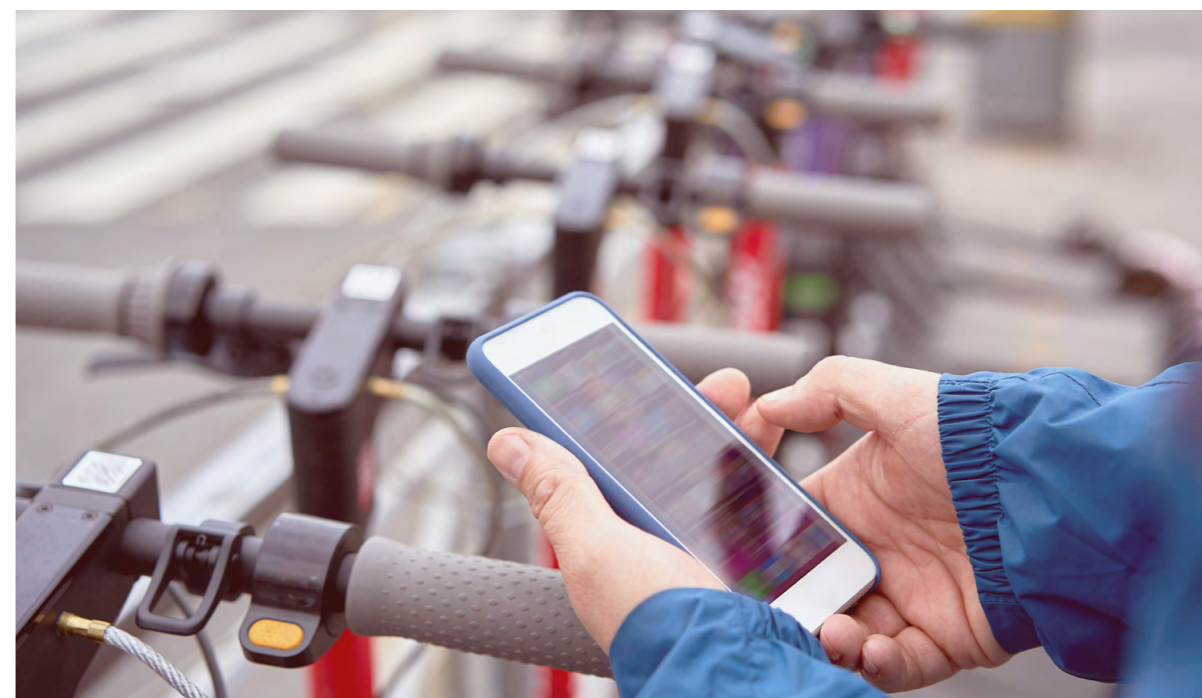
Aandeel **auto-** en **ov-**reizigers dat het **onprettig** vindt om via de smartphone/tablet producten en diensten te boeken, zoals tickets



Aandeel **auto-** en **ov-**reizigers dat het **onprettig** vindt om via de smartphone/tablet producten en diensten te betalen, zoals tickets



Bron: MPN



3 Gepercipieerde effecten van digitale reisinformatie

Gepercipieerde effecten met name op reistijd, betrouwbaarheid en routekeuze

Digitale reisinformatie draagt vooral bij aan het reisgemak. Zowel **auto-** als **ov-**reizigers vinden dat ze dankzij de digitale reisinformatie reistijd besparen en meer zekerheid ervaren over hun reis.

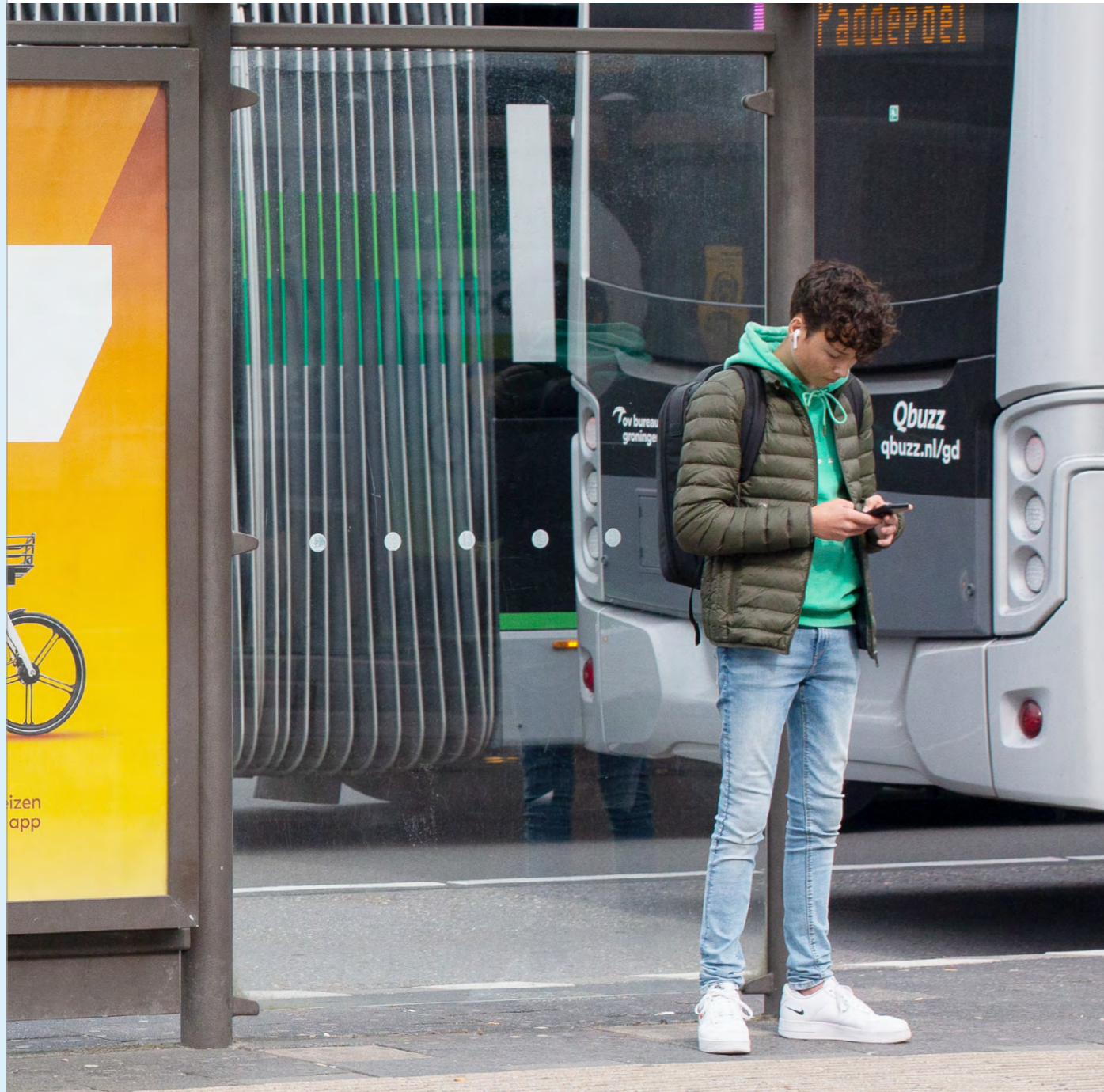
Ook vinden respondenten dat de digitale reisinformatie hen tijdens de reis en tijdens verstoringen meer rust geeft. De meeste **auto**reizigers rijden door de digitale reisinformatie naar eigen zeggen minder vaak verkeerd en de meeste **ov-**reizigers kiezen hierdoor vaker het juiste voertuig.

Auto- en **ov-**reizigers ondervinden door de digitale reisinformatie ook effecten op het reisgedrag. Zo zegt een meerderheid van hen door de digitale reisinformatie makkelijker de route en het vertrektijdstip aan te kunnen passen dan in het geval van analoge reisinformatie.

Vooraf effecten op (gepercipieerde) bereikbaarheid

Uit het onderzoek komen ook indicaties naar voren dat het gebruik van digitale reisinformatie vooral de gepercipieerde bereikbaarheid vergroot. Veel respondenten ervaren namelijk positieve effecten op het reisgemak. Daarnaast geven ze aan hierdoor meer na te denken over het moment van reizen en de te kiezen route. Dit laatste zou een positief effect kunnen hebben op de spreiding van het verkeer over het vervoersnetwerk, al is er meer informatie nodig om dit effect goed inzichtelijk te maken.

DIGITALE REISINFORMATIE: GEBRUIK EN GEPERCIPIERDE EFFECTEN
BIJ AUTO- EN OV-REIZEN



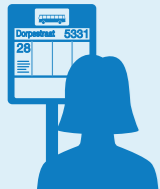
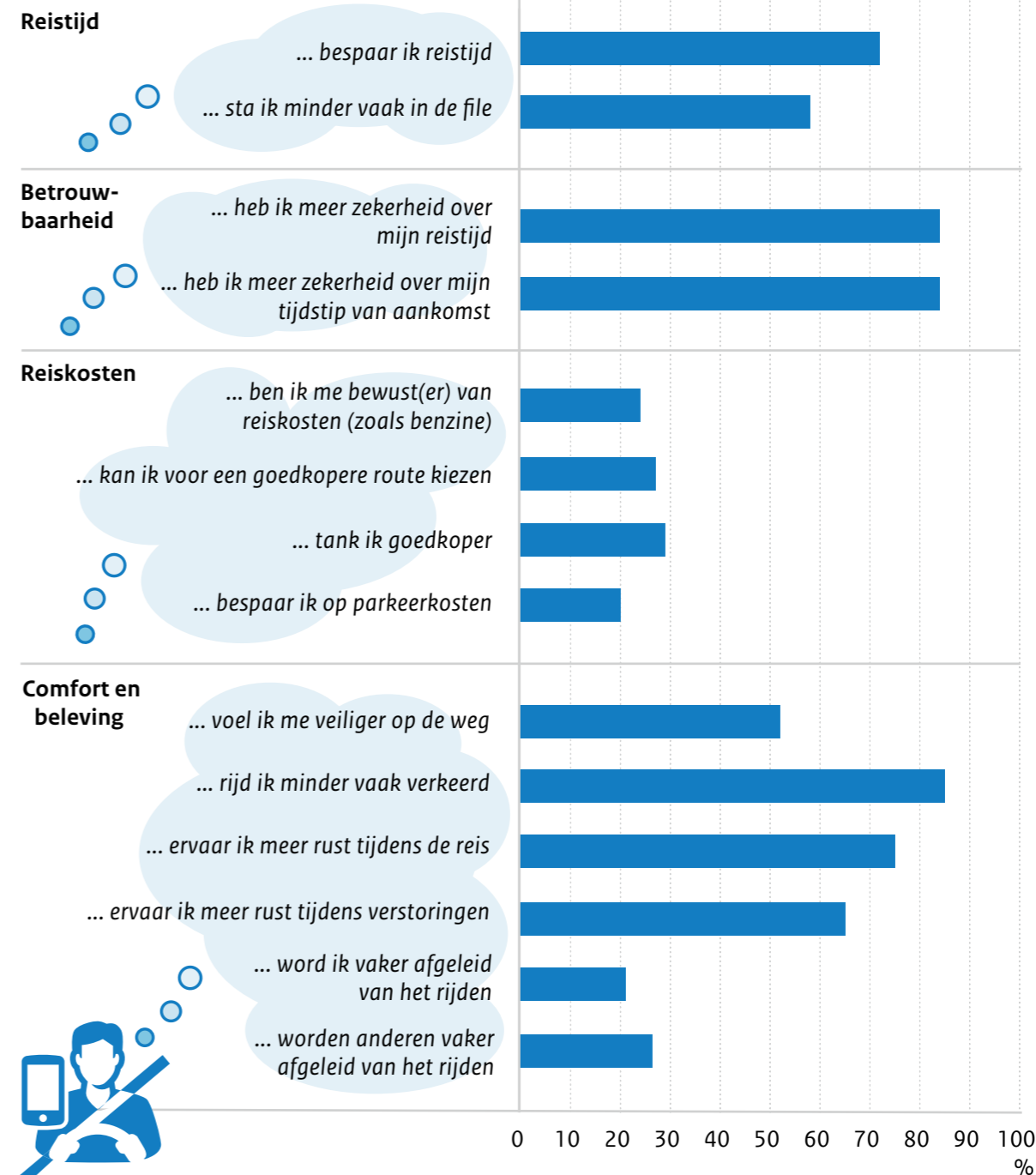
Voor de effecten van digitale reisinformatie op veiligheid en duurzaamheid is het lastiger om een eenduidig beeld te schetsen:

- Ongeveer 30% van de **ov**-reizigers en 50% van de **autoreizigers** voelt zich 's avonds veiliger door de digitale reisinformatie. Echter ondervindt ongeveer 20-30% van de **auto**gebruikers, vooral jongeren (18-24 jaar), wel enige mate van afleiding door de digitale reisinformatie.
- Ca. 10-20% van de **auto**gebruikers geeft aan door de digitale reisinformatie vaker andere vormen van vervoer te overwegen of bewuster na te denken over het combineren van vervoerwijzen. Tegelijkertijd geeft 11% van de **auto**gebruikers aan door de digitale reisinformatie méér autoverplaatsingen te zijn gaan maken. Of digitale reisinformatie respondenten ook aanzet tot minder reizen, hebben we niet onderzocht. Het netto-effect is dus lastig te bepalen. Ook de literatuur is hierover niet eenduidig.
- Over het algemeen gaat het bij veel van de bevraagde gepercipieerde effecten om voordelen voor de reiziger. Die voordelen voor de reiziger zijn overigens niet in alle gevallen ook voordelen voor de maatschappij. Zo geeft digitale reisinformatie voor de meeste respondenten een beter zicht op de snelheidscontroles. Dat kan negatieve gevolgen hebben voor de veiligheid van het mobiliteitssysteem, bijvoorbeeld als mensen op wegen waar geen controles plaatsvinden, de snelheidslimiet gaan negeren.



Vanwege digitale reisinformatie...

Aandeel **auto**gebruikers die mee eens/zeer mee eens is





Vanwege digitale reisinformatie...

Aandeel **auto**gebruikers die mee eens/zeer mee eens is

Vervoerwijzekeuze

... denk ik bewust(er) na over de keuze tussen auto en fietsen of lopen voor mijn reis

... denk ik bewust(er) na over de keuze tussen auto en openbaar vervoer voor mijn reis

... kies ik vaker voor het combineren van vervoerwijzen voor mijn reis

Vertrektijd en routekeuze

... vind ik makkelijk(er) alternatieve routes voor dezelfde bestemming

... kan ik makkelijk(er) mijn vertrektijd aanpassen

... kan ik makkelijk(er) voor een minder drukke route op een ander tijdstip kiezen

Aantal verplaatsingen

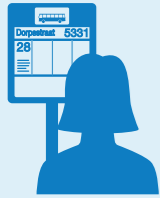
... reis ik vaker met de auto

Rijgedrag

... ben ik beter op de hoogte van snelheidscontroles

... houd ik me beter aan de snelheidslimiet

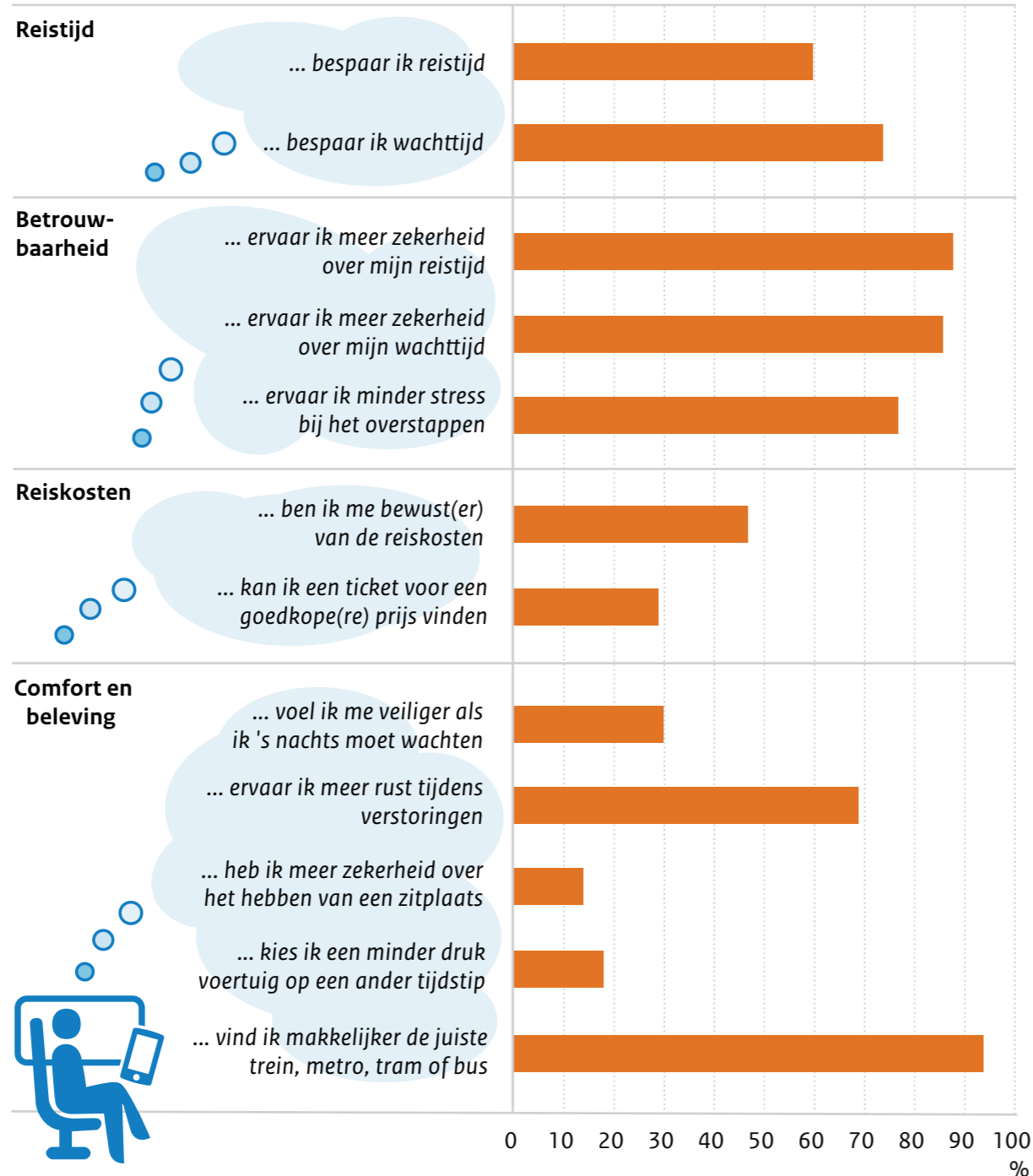
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 %





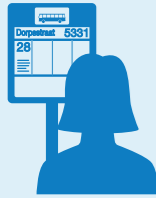
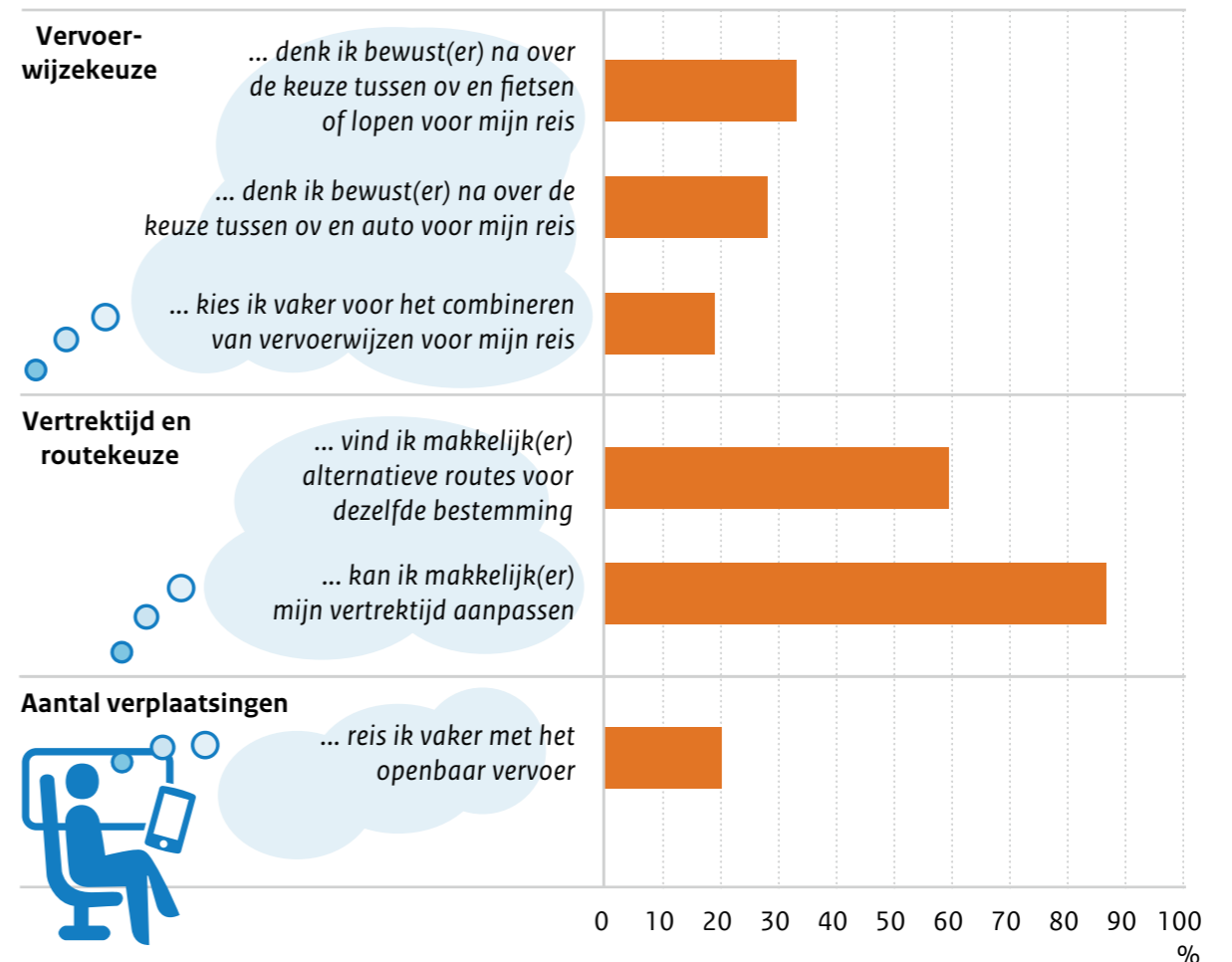
Vanwege digitale reisinformatie...

Aandeel **ov**-gebruikers die mee eens/zeer mee eens is



Vanwege digitale reisinformatie...

Aandeel **ov**-gebruikers die mee eens/zeer mee eens is



4 Verschillen in de toegang tot digitale reisinformatie

Voor de meeste mensen is de toegang tot de digitale reisinformatie op orde. Zij beschikken over een smartphone met goede functionaliteiten en hebben genoeg digitale vaardigheden. Wel zijn er verschillen tussen groepen.

Niet iedereen beschikt over even goede functionaliteiten

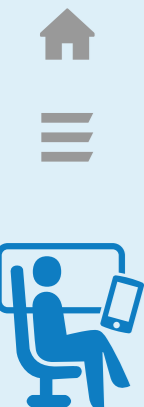
Ongeveer 8,5% van de **auto-** en **ov-**reizigers – vooral mensen met een laag inkomen en ouderen – heeft geen smartphone of beschikt niet altijd over voldoende mobiele data, batterij en opslagruimte op de smartphone. Dit kan het gebruik van de smartphone voor hen beperken, vooral tijdens een reis.

Niet iedereen heeft goede digitale vaardigheden

5% van de respondenten vindt het niet makkelijk om nieuwe apps te leren gebruiken, en 10% mijdt het gebruik van digitale hulpmiddelen als het kan. Van de **auto-** en **ov-**reizigers vindt 9% het moeilijk om een app of website te gebruiken, of lastig om een reis via een app of website te plannen.

Het zijn vooral ouderen en lager opgeleiden die aangeven over minder digitale vaardigheden te beschikken. Zoals verwacht, zijn respondenten die die vaardigheden wel hebben, meer geneigd om digitale reisinformatie te raadplegen dan de andere groep.

**DIGITALE REISINFORMATIE: GEBRUIK EN GEPERCIPIEERDE EFFECTEN
BIJ AUTO- EN OV-REIZEN**





Nadere toelichting:

Zoals eerder aangegeven, onderschatten we door de keuze voor een online vragenlijst voor dit onderzoek waarschijnlijk het aandeel mensen (9%) die moeite hebben met het gebruik van digitale reisinformatie. Om een goed beeld te krijgen van de mensen die niet of moeilijk mee kunnen doen vanwege de vergaande digitalisering, is een papieren vragenlijst geschikter dan een online vragenlijst. Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat 20% van de bevolking in Barcelona (Spanje) en in Duitsland vanwege hun slechte digitale vaardigheden problemen heeft met het digitaal plannen van een reis. We kunnen dit resultaat echter niet op de Nederlandse bevolking toepassen omdat de digitale vaardigheden hier (gemiddeld) beter zijn dan in het buitenland. Het is dus aannemelijk dat minder dan 20% van de bevolking in Nederland vanwege slechte digitale vaardigheden problemen heeft met het plannen van een reis via digitale hulpmiddelen.

Verbanden tussen verschillende variabelen en het gebruik van digitale reisinformatiebronnen

Onafhankelijke variabelen

- Smartphone met betere functionaliteiten
- Hogere ervaren onmisbaarheid van digitale hulpmiddelen in mobiliteit
- Betere digitale vaardigheden
- Vaker onbekende reizen maken
- Hoger opleidingsniveau

Afhankelijke variabelen

- Gebruik van digitale reisinformatie bij de auto
- Gebruik van digitale reisinformatie bij het ov



→ Positief significant verband tussen de onafhankelijke en afhankelijke variabelen



Naarmate mensen handiger zijn met digitale hulpmiddelen, is hun attitude tegenover het reizen per **auto** positiever. Ook bij het reizen per **trein** zijn daar indicaties voor, maar bij **bus/tram en metro** niet. Mogelijk is de invloed van digitalisering in de **bus, tram en metro** nog minder groot. Nader onderzoek is echter nodig om te kunnen constateren of dit echt zo is.

Enkele zorgen over privacy

Ongeveer 40% van de respondenten geeft aan bezorgd te zijn over het delen van persoonlijke informatie of over de veiligheid bij het gebruik van apps. De meerderheid (>70%) denkt naar eigen zeggen goed na voordat zij een verzoek accepteren om de locatie te delen. Weinig mensen ondernemen echter ook concrete acties in het kader van de privacy. Zo geeft (slechts) circa 15% aan bewust te kiezen voor privacyvriendelijke apps en websites.

Wellicht hebben de privacyvriendelijke mogelijkheden vooralsnog bepaalde andere nadelen waardoor mensen deze als minder aantrekkelijk ervaren. Jongeren (18-24 jaar) en hoger opgeleiden zijn overigens minder privacy gevoelig dan andere respondentengroepen.

Diverse reisinformatiebronnen, meer voordelen

Mensen die verschillende digitale reisinformatiebronnen gebruiken, geven vaker aan bij het reizen voordelen van de digitale reisinformatie te ervaren, zoals een kortere reistijd, minder reiskosten en meer rust tijdens de reis. Ouderen (65 jaar en ouder) gebruiken over het algemeen minder reisinformatiebronnen.





5 Mogelijke aangrijpingspunten voor beleid



Het Rijk, de ov-autoriteiten en de vervoerders hebben een aantal mogelijkheden om de voordelen van digitale reisinformatie voor reizigers te vergroten en mogelijke neven-effecten te beperken.

Vergroten (en verbeteren) aanbod vanwege voordelen

Veel **ov-** en **auto**reizigers hebben de weg naar de digitale reisinformatie gevonden. Dat betekent dat het vergroten van het aanbod aan digitale reisinformatie ten goede komt aan de gemiddelde gebruiker. In sommige situaties hebben reizigers een grotere behoefte aan actuele en betrouwbare reisinformatie, bijvoorbeeld bij onbekende routes, bij tijdsdruk en bij langere afstanden, vooral in het buitenland. Mogelijk kunnen de overheid (door data te ontsluiten), informatiepartijen (zoals Google, ANWB of 9292) of vervoerders (zoals NS) zich met name in deze situaties nog extra inzetten om in de behoeften van de reiziger te voorzien.

Vergroten bekendheid van bepaalde digitale reisinformatietoepassingen

Auto- en **ov-**reizigers blijken (nog) niet altijd bekend te zijn met bepaalde toepassingen van digitale reisinformatie, zoals het vinden van goedkopere kaartjes of informatie over de drukte in het ov. Onbekendheid met en de mate van vertrouwen in de beschikbare online gegevens kunnen hierbij een rol spelen. Door de kwaliteit van deze informatie te verbeteren en de bekendheid met dit soort informatie te vergroten, gaan reizigers deze toepassingen mogelijk vaker gebruiken.



Voor een deel van de **ov-** en **autoreizigers** is privacy een aandachtspunt. Deze reizigers ondervinden door privacyzaken vooralsnog weinig gevolgen in termen van minder gebruik of minder ervaren effecten. Wel is het belangrijk dat de informatieaanbieders of vervoerders hier aandacht voor houden, bijvoorbeeld door expliciet te zijn over hoe zij de gevraagde informatie gebruiken.

Ten slotte geldt dat de effecten van digitale reisinformatie en van boek- en betaal-mogelijkheden niet louter positief zijn. Zo geeft een deel van de **auto**gebruikers aan te worden afgeleid door de digitale reisinformatie. Daarnaast kunnen apps ook ongewenst gedrag belonen, zoals meer reizen of zich alleen aan de maximumsnelheid houden als er geen flitspalen op een traject worden gemeld. Vervoerders en de overheid moeten zich er dus van bewust van zijn dat digitale reisinformatie maatschappelijk gezien naast voordelen ook nadelen kan hebben, bijvoorbeeld op het gebied van veiligheid, duurzaamheid en bereikbaarheid.

Een grotere bekendheid met apps en websites voor reisinformatie kan overigens ook een ander voordeel hebben. Mensen die verschillende reisapps en -websites gebruiken, blijken namelijk vaker andere vervoerwijzen te overwegen. Bekendheid met reisinformatie-apps en -websites kan reizigers dus flexibeler maken.

Sturen op neveneffecten

Ongeveer 10% van onze respondenten heeft moeite met het gebruik van digitale hulpmiddelen. Het gaat hierbij waarschijnlijk om een ondergrens, omdat we voor ons onderzoek een online vragenlijst hebben gebruikt. Met name ouderen en lager opgeleiden ervaren over het algemeen minder toegang tot digitale hulpmiddelen, maken hiervan minder gebruik en ervaren hiervan ook minder positieve effecten. Voor een deel van de (potentiële) reizigers kan een voortgaande digitalisering daarom tot een vorm van digitale uitsluiting leiden. Deels kan dit probleem afnemen doordat jongere generaties digitaal vaardiger zijn dan oudere generaties. Toch is het van belang dat overheden en vervoerders aandacht hebben voor het feit dat snelle digitale ontwikkelingen lastig zijn voor groepen met beperkte cognitieve vaardigheden. Een inclusief ontwerp van digitale diensten en campagnes kan hierbij helpen. Ook is het van belang om alternatieven te blijven bieden, om deze reizigers niet te verliezen. Denk hierbij aan real-time informatie in voertuigen en aan de mogelijkheid om zaken via een loket te regelen. We zien ook in algemene zin dat veel reizigers de reisinformatieborden onderweg gebruiken, al dan niet naast persoonlijke digitale reisinformatie.



Verantwoording

Werkwijze

In dit onderzoek hebben we gebruik gemaakt van een literatuurstudie en van data die we verzameld hebben onder 1.657 respondenten van het Mobiliteitspanel Nederland (MPN) in 2022. Op basis van de data hebben we beschrijvende en verklarende analyses uitgevoerd. Voor de verklarende analyses waren dat vooral regressieanalyses.

Achtergrondrapport

Voor een overzicht van de relevante literatuur en meer informatie over de toegepaste methoden en resultaten verwijzen wij naar het achtergrondrapport, dat via de website www.kimnet.nl te downloaden is.



Durand, A., Hamersma, M., Rienstra, S. (2023). *Digitale reisinformatie: Gebruik en gepercipieerde effecten bij auto- en ov-reizen*. Achtergrondrapport. Den Haag: Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM).

**DIGITALE REISINFORMATIE: GEBRUIK EN GEPERCIPIERDE EFFECTEN
BIJ AUTO- EN OV-REIZEN**

Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat
Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid

www.kimnet.nl
info@kimnet.nl

Postbus 20901 | 2500 EX Den Haag
www.rijksoverheid.nl/ienw

ISBN: 978-90-8902-285-1
Maart 2023 | KiM-23-A007

Auteurs

Anne Durand, Marije Hamersma en Sytze Rienstra

Vormgeving

Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid

Publicaties van het KiM zijn als PDF te downloaden van onze website www.kimnet.nl of aan te vragen bij het KiM (via info@kimnet.nl). U kunt natuurlijk ook altijd contact opnemen met één van onze medewerkers. Delen uit deze brochure mogen worden overgenomen op voorwaarde van bronvermelding: Durand, A., Hamersma, M., Rienstra, S. (2023), 'Digitale reisinformatie: Gebruik en gepercipieerde effecten bij auto- en ov-reizen'. Den Haag: Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM).