

# :: Toolkit sociale veiligheid Openbaar Vervoer ::

■ voor de evaluatie van  
maatregelen sociale  
veiligheid in het  
openbaar vervoer

Nicole Arts  
Henk Ferwerda  
Gerdien Verhagen





**:: Colofon ::**

**In opdracht van**

Ministerie van Verkeer en Waterstaat  
Directoraat - Generaal  
Adviesdienst Verkeer en Vervoer

**Met dank aan**

E. Broersma (RET)  
J. Dietz (NS Reizigers)  
G. Hermans (AVV)  
I. de Jong (GVB)  
P. Kolen (BBA)  
P.J.W. Peters (HTM)  
R. Post (HTM)  
W. Valkenburg (SVD)

**Vormgeving, foto's & DTP**

Advies- en Onderzoeksgroep Beke

*:: Nicole Arts, Henk Ferwerda & Gerdien Verhagen ::*

**Toolkit sociale veiligheid Openbaar Vervoer  
voor de evaluatie van maatregelen sociale veiligheid  
in het openbaar vervoer**

© 2003. Advies- en Onderzoeksgroep Beke, Arnhem

*Niets van deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar  
gemaakt worden door middel van druk, fotokopie microfilm of welke wijze dan ook, zonder  
voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur en/of opdrachtgever.*

**www.beke.nl**



## :: Toolkit voor evaluatie maatregelen sociale veiligheid openbaar vervoer ::

### **Evaluatie maatregelen ter verbetering van de sociale veiligheid binnen het openbaar vervoer**

Sociale veiligheid in het openbaar vervoer is een onderwerp dat flink in de belangstelling staat. Ter verbetering van de sociale veiligheid wordt binnen openbare vervoerbedrijven een veelheid aan maatregelen getroffen. Te denken valt bijvoorbeeld aan repressieve kaartcontrole, cameratoezicht, huisregels en begeleiding van scholieren in de tram. Veelal is het doel van de maatregelen tweeledig. Enerzijds gaat het om het verminderen van het aantal feitelijke incidenten (objectief) en anderzijds om het verhogen van het veiligheidsgevoel (subjectief) in en rond het openbaar vervoer voor zowel reizigers als personeel. Het gedegen evalueren van getroffen maatregelen gebeurt helaas sporadisch. Dit maakt dat er weinig zicht is op de effectiviteit en efficiëntie van maatregelen.

### **Het belang van evaluatie:**

Waarom is het zo belangrijk om een maatregel te evalueren? Er zijn drie redenen om een maatregel te evalueren:

**1.** In geval het een maatregel betreft die als **pilot** wordt uitgezet, is het van belang om te weten of de maatregel ook op grotere schaal ingevoerd kan worden. Een goede evaluatie kan helpen een maatregel op de juiste manier op 'de rails' te krijgen. Bij de evaluatie van maatregelen staat de vraag centraal wat wel werkt en wat niet.

**2. Interne communicatie:** Met een evaluatie worden gelden verantwoord. Verantwoording van een directie over de kosten en de baten van een ingevoerde maatregel en/of verantwoording naar subsidieverstrekkers die als eis stellen dat een x-percentage van de subsidie besteed wordt aan een gedegen evaluatie. Evaluatie is ook een vorm van feedback naar het personeel die betrokkenheid en motivatie van het personeel kan bevorderen.

**3. Externe communicatie:** Door maatregelen uit te voeren en hierover naar buiten toe te communiceren, laat men zien sociale veiligheid als agendapunt serieus te nemen en het op een gedegen manier aan te pakken.

### **Toolkit voor evaluatie:**

Veelal wordt tegen evaluatieonderzoek aangekeken als zijnde een langdurig en moeizaam proces. De baten overstijgen de kosten vaak niet, zo is de gedachte.

Deze toolkit biedt de mogelijkheid om op relatief eenvoudige wijze een gedegen evaluatieonderzoek te doen. Geënt op wetenschappelijke criteria neemt de toolkit de gebruiker aan de hand en laat hem in acht stappen maatregelen evalueren.

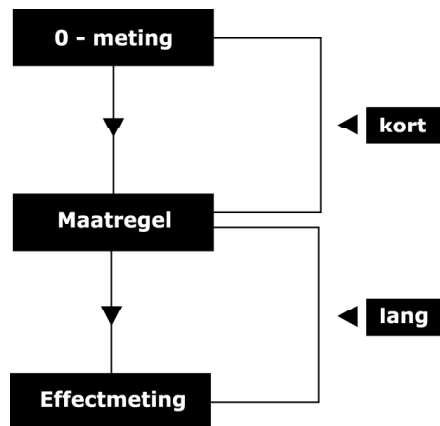
### **Evaluatie in acht stappen:**

1. Probleemanalyse (huidige versus gewenste situatie)
2. Formuleren van doelstellingen (SMART)
3. Keuze van doelgroep en steekproefomvang
4. Keuze van type maatregelen (afzonderlijk evalueren)
5. Motivatie voor evalueren
6. Keuze van onderzoeksmethode
7. Nulmeting
8. Vaststellen resultaten en communicatie

De bedoeling van deze toolkit is dat Openbaar Vervoerbedrijven een handreiking krijgen om op een relatief eenvoudige wijze een ingevoerde maatregel te kunnen evalueren. Het kan natuurlijk zijn dat deze toolkit niet op alle vragen een antwoord geeft. Mocht dat het geval zijn dan kan de helpdesk **CVOV, Afdeling sociale veiligheid, Tel. (010) 282 7569** geraadpleegd worden.



## :: De effectevaluatie in vogelvlucht ::



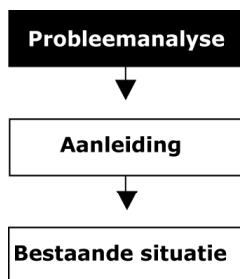
**:: tip ::**  
Voer, als het kan,  
de 0-meting uit vóór  
de introductie van de  
maatregel.

**:: tip ::**  
Denk eraan dat de  
introductie van de  
maatregel in een  
'normale' periode valt.  
Dus niet in vakantie-  
periodes of in het  
weekend.

Met **kort** wordt de lengte van de tijdsduur tussen de 0-meting en de invoering van de maatregel bedoeld. De tijdsduur tussen de invoering van de maatregel en de effectmeting moet **lang** zijn omdat de maatregel de kans moet krijgen om te 'wortelen', voordat de effectmeting wordt uitgevoerd.



## :: 1. Maak een probleemanalyse ::





## ■ :: 1. Maak een probleemanalyse ::

Bij de **probleemanalyse** beschrijven we achtereenvolgens de aanleiding en de bestaande situatie.

### **Aanleiding:**

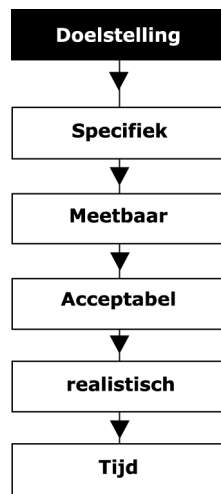
Bijvoorbeeld; een reeks klachten en/of incidenten.  
Beschrijf deze.

### **Bestaande situatie:**

Hoe frequent is het ongewenste verschijnsel?  
Onder welke omstandigheden en bij welke groepen treedt het op?



## :: 2. Formuleer doelstelling(en) ::



**:: tip ::**  
Combineer type  
doelstellingen.

**:: valkuil ::**  
Een maatregel kan  
leiden tot zowel  
positieve als negatieve  
neveneffecten.  
Denk erover na welke  
deze effecten kunnen  
zijn.

**Voorbeeld:**  
De plaatsing van  
camera's in een gebied  
kan naast het terug-  
dringen van geweld in  
dit gebied, het geweld  
ongewenst verplaatsen  
naar een ander gebied.



## :: 2. Formuleer doelstelling(en) ::

### **De doelstelling:**

Formuleer een doelstelling die **meetbaar, kwantificeerbaar en specifiek** is zoals de SMART-methodiek het voorschrijft. Bv. Treinen moeten op tijd vertrekken. Om deze doelstelling meetbaar te maken, wordt het voorbeeld: treinen mogen maximaal twee minuten na geplande vertrektijd vertrekken. Door '80% van de treinen' aan de doelstelling' treinen mogen maximaal twee minuten na geplande vertrektijd vertrekken toe te voegen, wordt de doelstelling ook kwantificeerbaar. Tenslotte voegen we een tijdslimiet toe om de maatregel nog verder te specificeren. Uiteindelijk wordt de doelstelling: Aan de regel '80% van de treinen mag maximaal twee minuten na geplande vertrektijd vertrekken' moet per 1 januari 2004 voldaan zijn.

Bovenstaand voorbeeld maakt duidelijk dat doelstellingen gelaagd kunnen zijn, m.a.w. steeds specifiek en concreter geformuleerd kunnen worden. 'Het terugdringen van het aantal incidenten' is wat dat betreft minder specifiek als 'het terugdringen van het aantal geweldsincidenten'.

### **Type doelstellingen:**

Ook kunnen we wat betreft doelstellingen een onderscheid maken in doelstellingen die gebaseerd zijn op:

- Het vergroten van de objectieve veiligheid  
Voorbeeld 1: terugdringen van het aantal incidenten  
Voorbeeld 2: het aanhouden van daders
- Het vergroten van de subjectieve veiligheid  
Voorbeeld: veiligheidsgevoel van de reizigers moet toenemen

Een manier om op een effectieve manier doelen of afspraken te formuleren, is via de SMART-methodiek.

### **S.M.A.R.T. is een afkorting van:**

**Specifiek:** doelen en afspraken zijn specifiek, geformuleerd in termen van concrete resultaten.

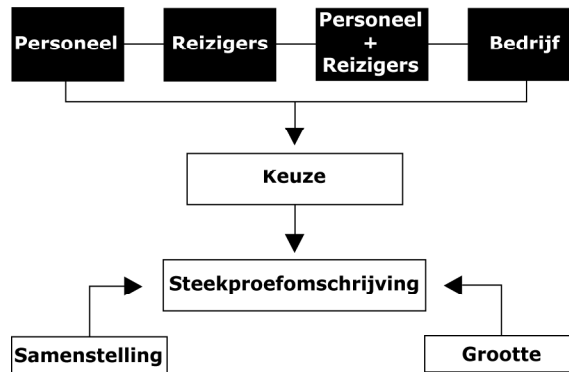
**Meetbaar:** de doelen en afspraken zijn meetbaar in termen van kwantiteit, kwaliteit, tijd en geld.

**Acceptabel:** de doelen en afspraken zijn voor jezelf en anderen acceptabel.

**Realistisch:** de doelen en afspraken zijn realistisch in de zin van haalbaarheid en uitvoerbaarheid.

**Tijd:** er staat een bepaalde tijd voor, voorzien van een (eind)datum

### :: 3. Doelgroep- en steekproefomschrijving ::



**:: tip ::**  
Hoe groter de steekproef,  
hoe betrouwbaarder de  
resultaten.



### ■ :: 3. Doelgroep- en steekproefomschrijving ::

**Steekproefomschrijving:**

Bepaal mede a.d.h.v. de doelgroep de samenstelling van de steekproef.

*Bijvoorbeeld :*

*de doelgroep: reizigers.*

**Samenstelling:**

*Bijvoorbeeld:*

*O.V. kaarthouders en kortingkaarthouders t/m 35 jaar.*

**Grootte:**

Bepaal de grootte a.d.h.v. reizigersaantallen (wanneer dit de doelgroep is) en de te verwachten respons.

Zorg voor een a-selecte, representatieve en een betrouwbare steekproef.

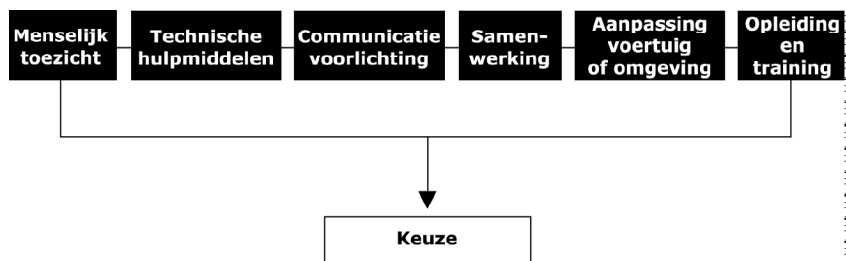
**Keuze:**

Kies één van de doelgroepen (uit het schema op pagina 9).





## :: 4. Type maatregel ::



**:: tip ::**  
Evalueer altijd één maatregel tegelijkertijd!.

**:: tip ::**  
Denk bij het opstellen van het projectplan ter invoering van de maatregel na over de planning en taakverdeling van het evaluatieonderzoek.





#### ■ :: 4. Type maatregel ::

##### **Voorbeeld:**

**Menselijk Toezicht:** inzet BOA's

**Technische hulpmiddelen:** plaatsen van camera's

**Communicatie en voorlichting:** voorlichting aan scholieren

**Samenwerking:** handhavingsarrangement

**Aanpassing voertuig of omgeving:** plaatsen van tourniquets

**Opleiding en training:** weerbaarheidstraining voor chauffeurs

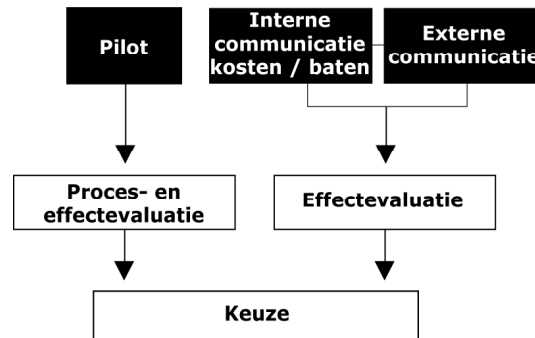
**Keuze:** kies één van de maatregelen  
(uit het schema bladzijde 11).

In de praktijk worden vaak combinaties van maatregelen ingevoerd. Hierdoor is de verleiding groot om maatregelen tegelijkertijd te evalueren. Echter, om te onderzoeken welke maatregel verantwoordelijk is voor welk effect, dienen maatregelen apart geëvalueerd te worden.





## :: 5. Reden voor evaluatie ::





## **:: 5. Reden voor evaluatie ::**

### **Reden:**

#### ***Pilot:***

Een maatregel wordt op kleine schaal ingevoerd met de bedoeling om bij gebleken succes de maatregel op grotere schaal in te voeren

#### ***Interne communicatie:***

Bijvoorbeeld om het management te informeren over het succes van een maatregel of verantwoording van gelden

#### ***Externe communicatie:***

Bijvoorbeeld om reizigers te informeren over het succes van een maatregel (preventieve werking)

#### ***Keuze:***

Kies één van de evaluaties (uit het schema op pagina 13).

### **Procesevaluatie:**

- gaat over de begeleiding of invoering van de maatregel
- is kwalitatief
- is explorierend
- heeft een open instelling. Er zijn geen duidelijke verwachtingen voor wat betreft de uitkomsten van het onderzoek

Een **procesevaluatie** wordt vaak tijdens de invoering van een maatregel uitgevoerd om maatregel bij te sturen.

Een manier om dit te doen, is om het projectteam periodiek bijeen te roepen en hen de onderstaande vragen te stellen.

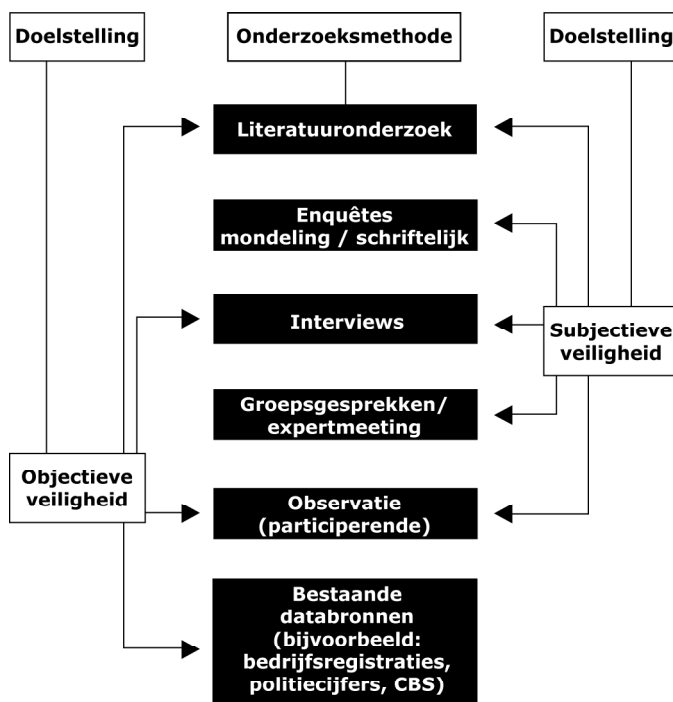
### **Vragen die u zich bij een procesevaluatie kunt stellen:**

- In hoeverre verschilt de werkelijk uitgevoerde maatregel van de maatregel zoals gepland?
- Wat is de geleverde financiële, personele, organisatorische inspanning?
- Zijn de voorwaarden gerealiseerd waaronder de maatregel plaatsvindt?
- Welke maatregelvarianten doen zich voor? Welke is de beste?
- Welke doeleinden lijken bereikt, welke niet, hoe komt dat?
- Welke knelpunten treden op?
- Neveneffecten?

### **Effectevaluatie:**

- gaat over de beoordeling van de maatregel
- is veelal kwantitatief
- is interpretatief
- toetst de verwachtingen t.a.v. de maatregel

## :: 6. Kies onderzoeksmethode(n) ::



**:: tip ::**  
Combineer, wanneer mogelijk, meerdere bronnen en methodieken.

**:: tip ::**  
Ga vooraf na hoeveel informatie u al heeft. Vaak is dit meer dan u denkt.

## :: 6. Kies onderzoeksmethode(n) ::

### **Literatuuronderzoek:**

Hoort in elk onderzoek thuis. Eerdere publicaties kunnen helderheid en inzicht geven in het huidige onderzoeks- onderwerp en veel werk besparen. De mogelijkheid bestaat namelijk dat huidig onderzoek al eerder op vergelijkbare wijze is uitgevoerd. Deze publicaties vormen een handige bron van waaruit informatie voor het huidige onderzoek geput kan worden. Een doorgetrokken voorbeeld hiervan is de meta-analyse. Hierbij worden de resultaten van een groot aantal onderzoeken rondom eenzelfde probleem met elkaar vergeleken.

### **Enquête:**

Een systematische ondervraging van personen op een groot aantal vraagpunten. Enquêtes worden gehanteerd wanneer het er om gaat cijfers te verkrijgen over de frequentieverdeling van opinies, houdingen, motieven, aspiraties of toekomstplannen van een aantal personen.

Hierbij moet gedacht worden aan telefonische enquêtes, post-enquêtes en face-to-face enquêtes (antwoorden worden verwerkt in het bijzijn van de enquêteur).

### **Interviews:**

Hier gaat het minder om de vergelijkbaarheid van antwoorden dan wel om het uitlokken van opinies, motieven en vooroordelen. Omdat het geen vergelijkingsmateriaal oplevert, wordt het vooral gebruikt om *subjectieve* onderzoeksvragen te ondersteunen.


### **Groepsgesprekken/expertmeetings/klantenpanel:**

Ook hier gaat het minder om de vergelijkbaarheid van de antwoorden dan wel om het uitlokken van opinies, motieven, vooroordelen. Een samengestelde deelgroep van de steekproef of een uitgekozen groep bestaande uit experts of contactpersonen van betrokken organisaties.

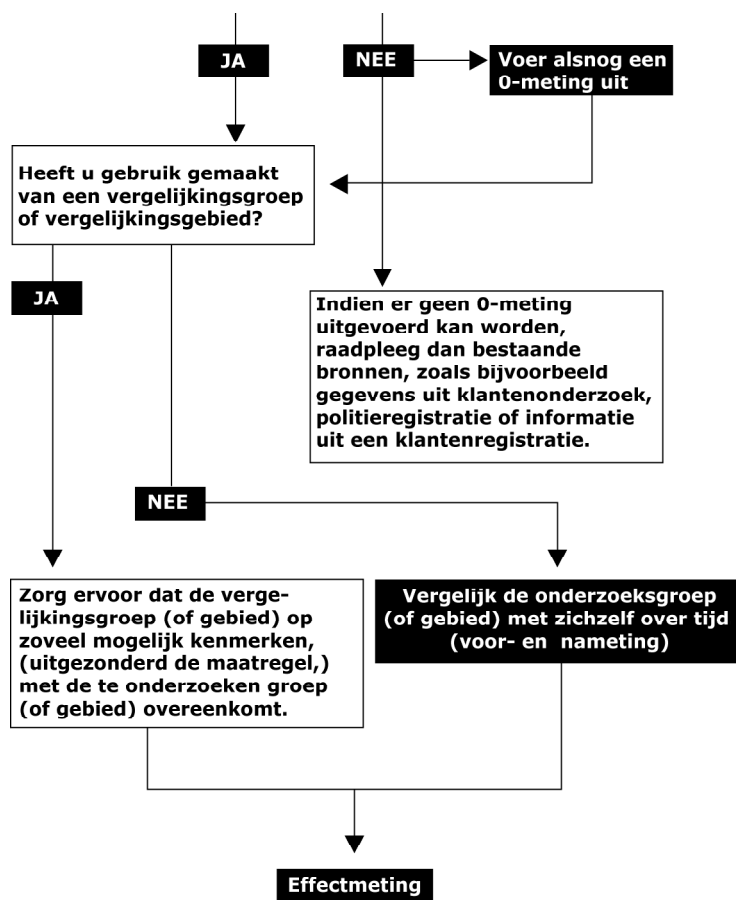
### **Observatie:**

wordt als methode gebruikt wanneer men bepaald gedrag wil registreren. Voor observatie wordt vaak gekozen als alternatief voor vragenlijstonderzoek ter voorkoming van sociale wenselijkheid. Niet elk gedrag is echter observeerbaar (bijv. zelden voorkomend gedrag of gedrag dat alleen binnenskamers optreedt). Daarnaast is het een relatief duurzame methode. Wanneer het om een grote steekproef gaat, kan men beter kiezen voor vragenlijstonderzoek. Participerend wil zeggen dat zelf wordt deelgenomen aan het dagelijks leven van de bestudeerde groep.

Bij **bestaande databronnen** moet men denken aan registraties die binnen het bedrijf worden bijgehouden zoals klachten, incidenten en het ziekteverzuim. Ook dagboekonderzoek (waarbij medewerkers wordt gevraagd rondom een thema voor een bepaalde tijd hun ervaringen vast te leggen in een dagboek) kan hieronder gerekend worden. Daarnaast bestaan er op vrijwel elk terrein statistische gegevens: geboorte, sterfte, migratie, onderwijs, arbeidsmarkt, politie en justitie. Verschillende instanties (CBS, Kamers van Koophandel) publiceren statistische overzichten of stellen deze op aanvraag beschikbaar. Verder bestaan in vele landen data-archieven waar men, vaak tegen vergoeding, data en bijbehorend materiaal (enquête, codeboek) kan opvragen. Deze gegevens kunnen gebruikt worden om nadere analyses op uit te voeren (=secundaire analyses).

 **Valkuil: De invoering van veel maatregelen leidt in eerste instantie vaak tot een toename van het aantal geregistreeerde incidenten. Dit betekent echter niet dat de veiligheid afgenomen is. Voorbeeld: wanneer in een stadscentrum camera's worden geplaatst zal het aantal geregistreeerde incidenten toenemen. Er wordt immers met camera's meer gezien dan zonder camera's.**

## :: 7. 0-meting uitgevoerd? ::



**:: valkuil ::**  
In de praktijk wordt er vaak onvoldoende tijd gereserveerd voor het vaststellen van doelstellingen en voor de uitvoering van de 0-meting.

**:: tip ::**  
Hoe meer metingen in over de tijd, hoe preciezer de waarnemingen.



## :: 7. 0-meting uitgevoerd? ::

### **De effectevaluatie:**

Beschrijft in welke mate doelen bij de doelgroep zijn bereikt

De mogelijkheid van een **0-meting**, ook wel **voormeting**, beperkt zich tot die doelvariabelen die niet alleen achteraf genoemd maar ook vooraf gemeten kunnen worden. Wanneer er een nieuwe maatregel getroffen wordt waarvan men de deelname eraan wil meten zoals het invoeren van de treintaxi, is een voormeting zinloos. Er kan immers geen voormeting 'frequentie van het gebruik van treintaxi's' gedaan worden wanneer er nog geen treintaxi's zijn. Doelvariabelen, zoals bijvoorbeeld objectieve en subjectieve veiligheid, moeten dus vooraf al aanwezig zijn.

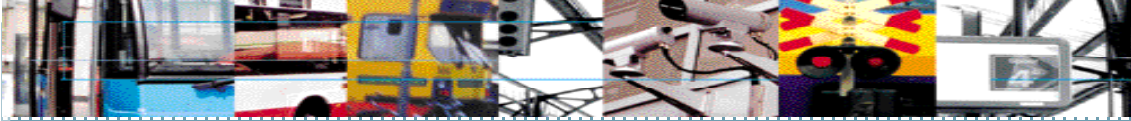
De maatregel richt zich dan op een scoreverandering op de doelvariabele. Vb effect van toegangscontrole op subjectieve veiligheid. Toegangscontrole is hier de maatregel en subjectieve veiligheid de doelvariabele waarop een 0-meting en 1-meting (nameting) uitgevoerd wordt.

Het doel van de **vergelijkingsgroep** is aan te tonen dat het de maatregel was die effect had en niet de omstandigheden waaronder de maatregel getroffen werd. Voor de ene groep wordt de maatregel wel ingevoerd en voor de andere groep niet. Het idee is daarom twee groepen of gebieden met elkaar te vergelijken die op zoveel mogelijk kenmerken en omstandigheden overeenkomen, zodat verschillen tussen de groepen of gebieden alleen het gevolg kunnen zijn van de maatregel die voor de ene groep (of gebied) wel, en voor de andere groep (of gebied) niet gold.

### **Tijdmeting:**

Wanneer zich geen mogelijkheid aanbiedt voor vergelijkingsgroepen, ligt het voor de hand om de doelgroep/ het doelgebied met zichzelf op een ander tijdstip te vergelijken. Bij dit onderzoeksdesign moet men zich realiseren dat hoe meer metingen in de tijd gedaan worden hoe preciezer je waarnemingen zijn. Maatregelen kunnen namelijk een zekere incubatietijd hebben waardoor het een periode duurt voordat effecten gevonden worden.





## :: 8. De effectmeting ::

De **Effectmeting** hoeft niet altijd een nieuw onderzoek te zijn. Over het algemeen is dit een herhaling van de 0-meting; alleen is nu de maatregel ingevoerd. Verder wordt ook hier geadviseerd gebruik te maken van bestaande databronnen. De NS heeft in Zoetermeer bijvoorbeeld a.d.h.v. schaderegistraties het effect van de maatregel 'cameratoezicht' onderzocht. Hierbij zijn schadecijfers van een periode voor de invoering van de maatregel vergeleken met schadecijfers na de invoering van de maatregel.

**::Tip::** 'Hou tijd en plaats gelijk over de 0-meting en de effectevaluatie'. Dit wil zeggen dat de Effectevaluatie zowel wat betreft de samenstelling als de grootte van de steekproef hetzelfde moet zijn als de 0-meting. Tevens moeten de omstandigheden waaronder de Effectevaluatie uitgevoerd wordt, overeenkomen met die waaronder de 0-meting plaatsvond.

### **Openbaarheid:**

Afhankelijk van het bereik van het onderzoek wordt gekozen voor het soort medium. Voorbeeld: Wanneer een maatregel op landelijk niveau (=bereik) wordt toegepast, kan men de onderzoekresultaten het beste rapporteren in een landelijk bedrijfsblad. Wanneer het een maatregel op regionaal niveau betreft, kan men de onderzoeksresultaten het best weergeven in een plaatselijke nieuwsbrief/kabelkrant. Bij het uitbrengen van de resultaten dient rekening gehouden te worden met de reden van evaluatie. In het geval van interne communicatie kan men de onderzoeksresultaten het beste presenteren in een werkoverlegsituatie.

**::Tip::** Denk bij zowel de invoering van een maatregel als bij het in de openbaarheid brengen van de resultaten aan een gepaste strategie. Belangrijke factoren hierbij zijn het bereik en de keuze van communicatiemiddelen.

**::Tip::** Het is goed om in beeld te brengen of de maatregel is ingevoerd als gepland of dat er veranderingen hebben plaatsgevonden tijdens de invoering (zie ook 'procesevaluatie' stap 5).

**::Tip::** Breng eventuele contextuele invloeden in kaart. Bijvoorbeeld bij het meten van subjectieve veiligheid: een ernstig incident dat plaatsvindt buiten het onderzoeksgebied kan invloed hebben op de beoordeling van de subjectieve veiligheid in het onderzoeksgebied.

