

Rapportage

Nulmeting draagvlak **vaartonline**

Onderzoek naar het draagvlak bij binnenvaartondernemers voor RIS
Najaar 2006

Uitgevoerd in opdracht van het ministerie van Verkeer en Waterstaat
Adviesdienst Verkeer en Vervoer

Rotterdam 15 maart 2007

Rapportage nulmeting draagvlak *vaartonline*

Onderzoek naar het draagvlak bij binnenvaartondernemers voor RIS
Najaar 2006

Rotterdam maart 2007

Inhoud

1. Inleiding	3
2. Onderzoeksverantwoording	4
2.1 Methode en uitvoering	4
2.2 Vragenlijst.....	4
2.3 Steekproef	4
2.4 Respons.....	5
2.4.1 Non-respons.....	5
2.5 Representativiteit	6
2.5.1 Respons in relatie tot populatie	6
2.5.2 Statistische bruikbaarheid	9
3. Uitkomsten	11
3.1 Melden	11
3.2 Volgen.....	13
3.3 Communicatie	16
3.4 Kaarten	19
3.5 Stimulering.....	21
4. Conclusies:.....	22
5. Aanbevelingen	24

Bijlagen

Mailing en uitgebreide vragenlijst

Nulmeting draagvlak *vaartonline*

Uitslagen en eindrapportage

1. Inleiding

In het najaar van 2006 is Bureau Telematica Binnenvaart (BTB) in het kader van *vaartonline* een onderzoek gestart onder varende ondernemers naar hun meldgedrag en het aanwezige draagvlak voor RIS. Hierbij zijn de onderstaande onderzoeksthema's middels een enquête aan de orde gesteld:

- Melden;
- Volgen;
- Communicatie;
- Kaarten;
- Stimulering.

De uitkomsten van dit onderzoek zijn van belang voor de invulling en implementatie van de campagne *vaartonline* 2006 - 2008, die BTB uitvoert in opdracht van AVV. Daarnaast dienen zij, in combinatie met de nulmeting naar het gebruik van BICS (op basis van cijfers uit het IVS'90, zie hiervoor een nog definitief op te stellen rapportage van dhr. R. Visser), om de resultaten c.q. de effecten van deze campagne meetbaar te maken.

Verder omvat het onderzoek ook een globale evaluatie van bestaande RIS diensten, zowel van de zijde van de overheid als ook vanuit het bedrijfsleven.

De opbouw van deze rapportage bestaat uit een uitgebreide toelichting in hoofdstuk 2 op de gehanteerde onderzoeksmethode. De uitkomsten worden aan de hand van de bovengenoemde onderzoeksthema's nader uitgewerkt in hoofdstuk 3. In de hoofdstukken 4 en 5 volgen dan de conclusies en aanbevelingen.

2. Onderzoeksverantwoording

2.1 Methode en uitvoering

Eind 2006 is een enquête uitgezet onder ruim zeshonderd varende ondernemers in de binnenvaart. Hierbij is een tweetal onderzoeksmethodes gehanteerd. Zo is er gebruik gemaakt van een 'DVD-variant', in plaats van de bekende schriftelijke verspreiding, waarmee gegevens digitaal konden worden verwerkt. De tweede methode was een telefonische enquête.

Op de DVD stond een groot aantal vragen, dat met behulp van een computer in een logische, vaste structuur door de respondent konden worden doorlopen. Deze opzet vergde geen verdere installatiehandelingen van de respondent. Na beantwoording werd automatisch een e-mail voor verzending gegenereerd. Na ontvangst van deze mail door BTB, werden de gegevens automatisch in een database opgenomen.

De tweede methode betrof een telefonisch enquête die is gehouden vanuit het secretariaat van Bureau Telematica Binnenvaart. Daarbij is gebruik gemaakt van de vaste structuur en techniek zoals die ook op de DVD stond. Ook hier konden de resultaten automatisch in een database worden opgenomen. De laatste telefonische enquête is gehouden op 18 januari, dat was tevens de sluiting van de DVD-versie.

De gegevens uit de database zijn vervolgens in File Maker Pro geplaatst zodat de achterliggende analyses konden worden uitgevoerd aan de hand van rechte tellingen en kruisverbanden tussen variabelen.

2.2 Vragenlijst

In overleg met de opdrachtgever is een uitgebreide vragenlijst opgesteld. In totaal zijn 31 vragen opgenomen, waaronder een negental dat kan worden gekarakteriseerd als socio-economisch en waarmee de antwoorden verder kunnen worden geduid.

Met de andere 22 vragen zijn de in hoofdstuk 1 genoemde thema's bij de respondenten bevraagd. Hierbij is zoveel mogelijk getracht van gesloten vragen gebruik te maken.

Bij een achttal vragen bestond de mogelijkheid het gesloten gedeelte van de vraag nader toe te lichten. Deze open gedeeltes zijn achteraf gerangschikt om eventuele trends c.q. veel voorkomende antwoorden te achterhalen.

2.3 Steekproef

Vooraf is gekozen zo'n 500 respondenten met de enquête te benaderen. Dit getal vertegenwoordigde ongeveer 10% van de totale populatie Nederlandse binnenvaartondernemers.

Voor wat betreft de verspreiding van de DVD is gekozen deze zoveel mogelijk te beperken tot de zogenaamde doelgroepschepen, deze groep heeft doorgaans de meeste ervaring met elektronisch melden.

Aan de organisaties in de binnenvaart (CBRB, Kantoor Binnenvaart en Koninklijke Schuttevaer) is gevraagd adressen van deze doelgroep aan te leveren. Dit heeft uiteindelijk 1.089 adressen opgeleverd en is ook nog aangevuld met 30 adressen van deelnemers aan BICS gebruikersgroep. Uit het resulterende bestand is ad random een steekproef getrokken van 400 adressen.

Voor de telefonische enquête is getracht zoveel mogelijk andere categorieën (met wellicht minder interesse in ICT) bij het onderzoek te betrekken. Deze zijn uit diverse bestaande bestanden bij BTB gehaald.

2.4 Respons

De totale respons op zowel DVD als ook telefonische enquête bedraagt 147 reacties. Dit kan verder worden onderverdeeld in 72 elektronische en 75 telefonische deelnemers. Hiervan bleek een drietal elektronisch ingestuurde vragenlijsten niet bruikbaar.

Zoals gezegd zijn 400 DVD's verspreid, hier is dus een respons gehaald van 18%. Voor de telefonische enquête zijn ongeveer 249 adressen nodig gebleken, wat een responspercentage oplevert van 30%. Daarmee komt de gemiddelde respons voor dit onderzoek te liggen op 22,6% en dat valt voor dit soort onderzoek doorgaans zeer goed te noemen.

Bij eerder onderzoek van BTB werden responspercentage van 10% gerealiseerd (ICT behoeftepeiling). Tegen deze achtergrond kan worden gesteld dat 22,6% een goede score is geweest, dit zou kunnen duiden op een stijgende belangstelling voor ICT en alles wat daar in het kader van RIS mee samenhangt.

2.4.1 Non-respons

Ook bij deze enquête is natuurlijk sprake geweest van non-respons. Het is interessant om na te gaan wat zoal redenen zijn geweest om de enquête links te laten liggen. Voor wat betreft het telefonische gedeelte is dit nauwkeurig bijgehouden. Het totale aantal non-respons op de telefonische enquête bedroeg 174, de oorzaken zijn als volgt te rubriceren:

1. Niet aanwezig/niet bereikbaar	46 / 26,5%
2. Komt niet uit/geen tijd	46 / 26,5%
3. Geen mobiel of correct nummer	28 / 16,2%
4. Geen interesse/opgehangen	10 / 5,8%
5. Voicemail	9 / 5,2%
6. Niet meer actief in de binnenvaart	9 / 5,2%
7. In buitenland/liever geen roaming	8 / 4,6%

De gevonden redenen en percentages wijken niet af van wat bij telefonische enquêtes doorgaans gebruikelijk is. Het feit dat binnenvaartondernemers ook in het buitenland opereren en geen roamingkosten willen betalen, is specifiek voor deze doelgroep maar met minder dan 5% verder niet verontrustend.

2.5 Representativiteit

Geven de onderzoeksuitkomsten een goed beeld van wat de populatie - de Nederlandse binnenvaartondernemer - over de diverse onderwerpen denkt? Staan de respondenten uit de steekproef model voor de doorgaans rijk geschakeerde mening van de binnenvaartondernemer? Het antwoord hierop kan worden gevonden in samenstelling van de respondenten en de betrokken aantallen.

2.5.1 Respons in relatie tot populatie

Er is een zevental vragen gesteld waarmee, aan de hand van de antwoorden, kan worden gekeken of de samenstelling van de respondenten representatief is voor de onderzoekspopulatie. Deze worden onderstaan toegelicht en gewaardeerd.

Scheepsgrootte

Een doorgaans heel herkenbare variabele is de scheepsgrootte. De verdeling van de respondenten over de diverse categorieën komt erg goed overeen met de werkelijke samenstelling van de vloot. Op dit aspect is de steekproef representatief te noemen. De exacte uitkomsten zijn als volgt:

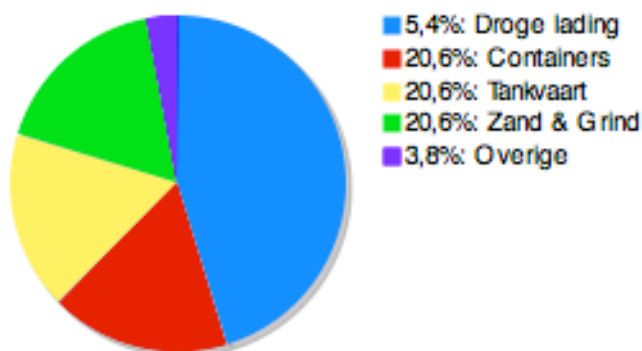
Tabel 1 - Scheepsgrootte

	#	%
20 – 250 ton	3	2,2
250 – 400 ton	4	2,9
400 – 650 ton	9	6,5
650 – 1.000 ton	20	14,5
1.000 – 1.500 ton	27	19,6
1.500 – 3.000 ton	54	39,1
> 3.000 ton	21	15,2
N=138		100%

Sector

Gevraagd is in welke sector men zoal actief is. In de antwoorden is een zekere overlap zichtbaar, met name bij de droge lading en containers zijn schepen vaak uitwisselbaar. De onderlinge percentages lijken goed met de werkelijkheid overeen te komen. De overige categorie bestond uit personenvervoer en duwvaart.

Grafiek 1 - Sector



Vaargebied

Ook is gevraagd naar het vaargebied waarin men opereert. Duidelijk is dat met een 100% score op vaargebied, conform de opzet, uitsluitend Nederlandse ondernemers zijn benaderd! Tevens is duidelijk dat het overgrote deel zich op de Europese vaarwegen beweegt, hier zijn zoals valt te verwachten vooral Duitsland en België veel voorkomende landen.

De gevonden antwoorden en de onderlinge verhoudingen geven geen aanleiding om aan de representativiteit van de steekproef te twijfelen. Tabel 2 geeft een en ander duidelijk weer.

Tabel 2 - Vaargebied

	#	%
Nederland	139	100
Duitsland	106	75,3
België	107	77,0
Frankrijk	61	43,9
Zwitserland	51	36,7
Oostenrijk	14	10,1
Anders	2	1,4
N=139		344,4%

Activiteit

Doelgroep van de enquête waren varende ondernemers en 85% van de respondenten geeft aan tot deze groep te behoren, al dan niet met één of meer schepen. Iets meer dan tien procent geeft in loondienst te zijn c.q. te worden ingehuurd. Daarmee heeft de steekproef voldaan aan het vooraf gestelde doel.

Tabel 3 - Activiteit

	#	%
Varend ondernemer, particulier scheepeigenaar	114	77,5
Varend ondernemer met meerdere schepen	12	8,2
In loondienst	9	6,1
Anders (o.a. afloskapitein)	7	4,8
Geen antwoord/onbekend	5	3,4
Totaal	147	100%

Leeftijd

In voorgaande onderzoeken van BTB is reeds naar leeftijd gevraagd. Hieruit kwam een vergelijkbaar beeld naar voren. De grootste groep bestaat uit ondernemers tussen de 41 en 50 jaar.

Verder lijkt de onderstaande verdeling in tabel 5, waarin bijna 90% van de respondenten een leeftijd heeft tussen de 30 en 60 jaar niet ongewoon. Ondernemer in de binnenvaart wordt je vaak niet op jonge leeftijd. Ook dit kwam uit eerder onderzoek naar voren.

Tabel 4 - Leeftijd

	#	%
< 20	2	1,4
21 – 30	14	10,0
31 – 40	32	22,9
41 – 50	51	36,5
51 – 60	38	27,1
> 60	3	2,1
N=140		100%

Opleiding

Met betrekking tot opleiding is weinig informatie uit eerder onderzoek bij BTB beschikbaar. Duidelijk is dat alle binnenvaartondernemers natuurlijk beschikken over de noodzakelijke beroepsopleidingen (van middelbaar en hoogniveau) zoals Rijn- en radarpatenten, ADNR, etc. De onderstaande tabel is met name ter informatie en kan bij herhaling van dit onderzoek als basis dienen.

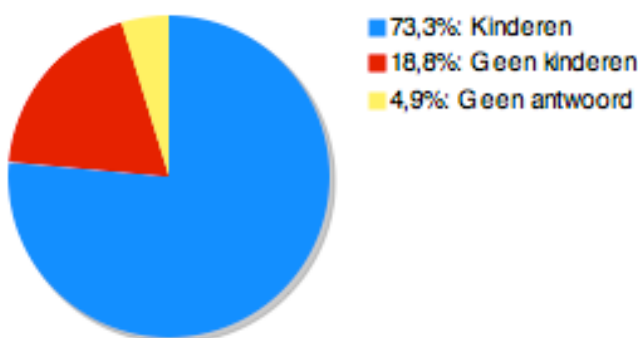
Tabel 5 - Opleiding

	#	%
Lagere school	1	0,8
LBO	27	21,4
Mavo/Mulo	16	12,7
KOF en diverse binnenvaartopleidingen	45	35,7
Havo/Hbs	8	6,4
VWO	2	1,6
MBO	22	17,4
HBO	5	4,0
Universiteit	0	0
	126	100%

Gezinssituatie

Ook op dit punt heeft BTB geen onderzoek beschikbaar. Dit onderzoek geeft aan dat bijna driekwart van de respondenten een gezin met kinderen heeft.

Grafiek 2 - Gezinssituatie



Conclusie representativiteit

Op basis van de voorgaande socio-economische en specifieke transportaspecten, kan worden gesteld dat de steekproef representatief is voor de Nederlandse binnenvaart.

2.5.2 Statistische bruikbaarheid

Aan dit onderzoek hebben 147 respondenten meegewerkt, hiervan bleken 144 ingevulde enquêtes uiteindelijk bruikbaar. Globaal kan dus worden gesteld dat van de totale onderzoekspopulatie bijna 3% bij het onderzoek betrokken is geweest.

Doorgaans kan dit percentage als heel behoorlijk worden beschouwd, echter, vanuit statistische analyse is er met 144 deelnemers sprake van een beperkt aantal.

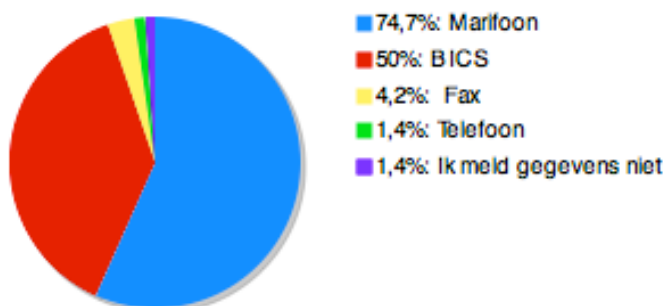
Uitspraken met een hoge betrouwbaarheid, bijvoorbeeld met een percentage van meer dan 97,5% c.q. afwijkingen van +/- 2,5%, zijn zeker niet mogelijk. Dit onderzoek is derhalve vanuit statistisch perspectief als indicatief te beschouwen.

3. Uitkomsten

3.1 Melden

Uit dit onderzoek komt naar voren dat de marifoon met 75% veruit de belangrijkste vorm van melden is. Marifoon wordt echter regelmatig gecombineerd met de andere meldmethodes zoals BICS, telefoon en fax. 50% van de betrokken ondernemers zegt ook BICS te gebruiken, waarvan 21,8% uitsluitend BICS (45,8% uitsluitend marifoon). De onderstaande grafiek geeft de exacte verdeling.

Grafiek 3 – Wijze van melden



Het percentage 'uitsluitend BICS gebruikers' kan als hoog worden aangemerkt. Er is echter bij het samenstellen van de steekproef bewust voor gekozen deze groep wat over te vertegenwoordigen, om zo meer concrete feedback over elektronisch melden te verkrijgen.

Scheepgrootte

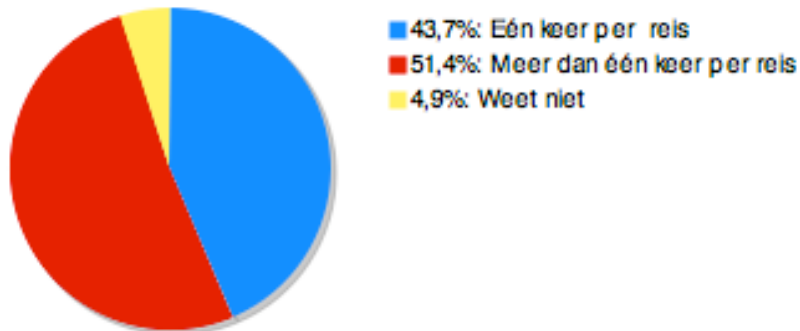
Nadere analyse duidt op een voorkeur bij ondernemers met schepen onder de 1.000 ton voor meer dan gemiddeld uitsluitend marifoongebruik. Verder komt naar voren dat ondernemers met schepen tussen de 1.000 en 1.500 ton weer meer dan gemiddeld uitsluitend BICS zeggen te gebruiken. Toch lijkt scheepsgrootte geen sterke indicator voor het meldgedrag van ondernemers.

Sector

Meer opvallende uitkomsten zijn in dit verband aanwezig als meldgedrag wordt gekoppeld aan de sector waarin de ondernemer opereert. Zo komt uitsluitend marifoon gebruik voor bij tweederde van de betrokken ondernemers in de sector van het zand & grind. Verder levert dit onderzoek geen sterke indicatie op voor significant meer gebruik van BICS in de sectoren containers of tankvaart. De 'massa' BICS gebruikers zit hier vooral in de sector droge lading (vaak in combinatie met containers).

Ondernemers in de tankvaart bedienen zich overigens meer dan gemiddeld van alle beschikbare communicatiemiddelen naast elkaar.

Grafiek 4 – Aantal meldingen per reis

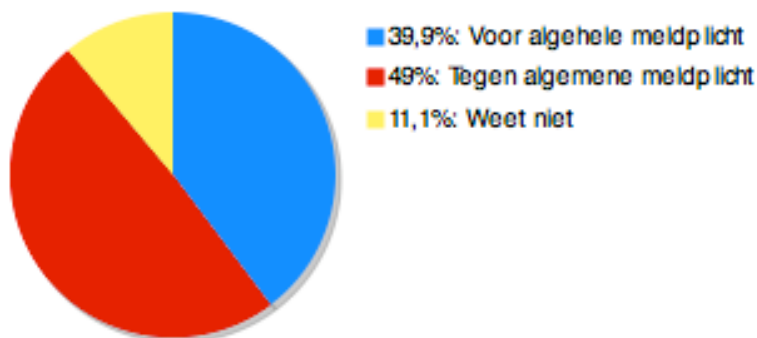


De respondenten is vervolgens gevraagd of het voorkomt dat men zich meer dan één keer moet melden. Meer dan de helft (51,4%) geeft aan dat dit inderdaad het geval is. Vervolgens is gekeken of er significante verschillen optreden indien deze uitkomsten worden gecombineerd met de wijze van de melden.

De 73 respondenten die zeggen zich vaker te moeten melden, zijn als volgt onder te verdelen: 46,6% uitsluitend marifoon, 19,2% uitsluitend BICS en 34,2% combinatie van marifoon/BICS/telefoon/fax. Hier zijn dus geen significante verschillen te ontdekken en meer dan één keer melden komt dus overal voor.

Aan de respondenten die zeggen zich vaker dan één keer te moeten melden, is vervolgens gevraagd waar dat over het algemeen gebeurt. Analyse laat zien dat dit vooral voorkomt in het grensoverschrijdende verkeer.

Grafiek 5 – Algemene meldplicht

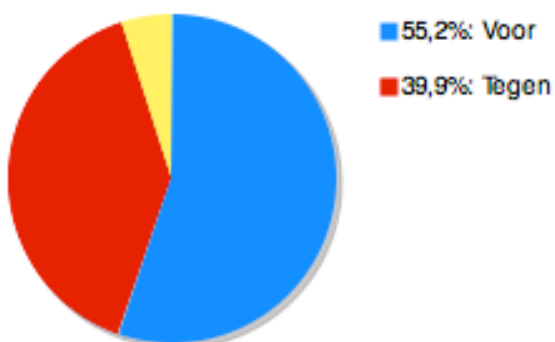


Invoering van een algemene meldplicht wordt door de helft van de respondenten afgewezen, toch is ook bijna veertig procent voor.

Voorstanders zijn vooral te vinden in de hoek van de tankvaart. Iets meer dan gemiddelde tegenstand komt uit de sector zand & grind. Het aantal meldingen per reis maakt hierbij niet uit, met andere woorden, voor- en tegenstanders zijn in gelijke mate verdeeld over de categorieën één keer of meer dan één keer melden.

Ondernemers met schepen < 1.000 ton lijken eerder geneigd tegen te zijn, > 1.000 ton lijken eerder voor. Van de tegenstemmers zegt meer dan 40% vooral het nut van een meldplicht niet in te zien, dit onafhankelijk van de wijze waarop men zich momenteel meldt.

Grafiek 6 – Alle schepen melden zich elektronisch in de toekomst



Als wordt gemeld dan lijkt dus 55,2% van de respondenten in de toekomst voor elektronisch melden te zijn. Vooral droge lading in combinatie met containers schaarst zich meer dan gemiddeld achter deze opvatting. Ondernemers met een schip tussen 1.000 en 1.500 ton zijn ook meer dan gemiddeld voor. Met 60,1% zijn het met name de ondernemers die BICS nu reeds gebruiken, die voor zijn.

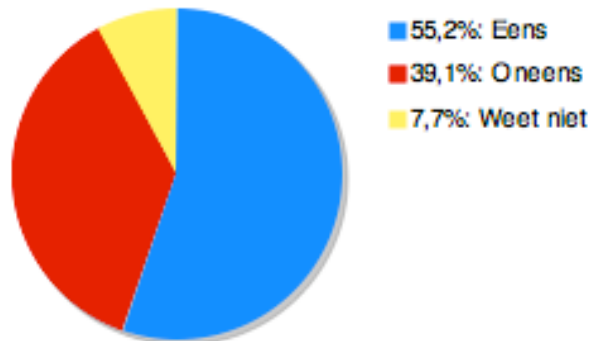
3.2 Volgen

De perceptie van de varende ondernemer op de transponder was naast het meldgedrag, een belangrijk onderdeel van dit onderzoek. Er is een vijftal vragen over dit onderwerp gesteld.

De algemene tendens is zeker niet afwijzend; veel ondernemers zien een transponder als een middel dat de veiligheid verhoogd (79%) en ook als een aanvulling op de navigatiemogelijkheden (81%).

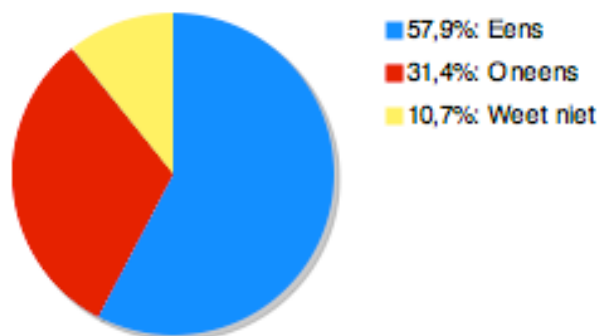
Met name de mogelijkheid om direct te kunnen oproepen in combinatie met gebruik van de informatie bij calamiteiten, wordt als belangrijkste toegevoegde waarde gezien.

Grafiek 7 – AIS verhoogt veiligheid



Met betrekking tot de ondernemers die het hiermee oneens zijn, is het moeilijk om deze groep nader te typeren aan de hand van de variabelen scheepgrootte, sector en hun meldgedrag. De 'tegenstanders' zijn echter significant vaak ouder dan 50 jaar.

Grafiek 8 – AIS aanvulling op navigatiemogelijkheden



De respondenten hadden verder de mogelijkheid in hun eigen woorden aan te geven waarom men voor of tegen is. Dit levert voor de 'tegenstanders' een interessant beeld op, een beknopt overzicht:

- Weinig vertrouwen in techniek, schijnveiligheid;
- Schippers worden erdoor gemakzuchtig, aandachtvermindering;
- Angst voor privacy;
- Onbekendheid, ongeloof, zien voordelen gewoon niet;
- Schipper is professioneel genoeg;
- Veiligheid op de vaarweg is al hoog;
- Huidige techniek voldoende;
- Met AIS weet je nog niet wat de ander gaat doen;
- Overheid wil besparen op de posten.

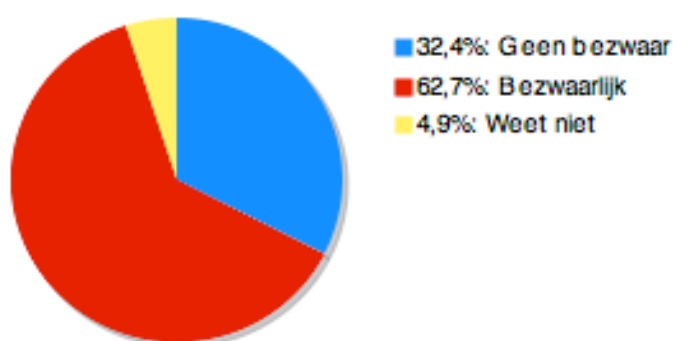
Vervolgens is bij de respondenten getracht te achterhalen hoe men aankijkt tegen privacy en kosten van AIS, aspecten die tijdens de convenantbesprekingen een belangrijke rol speelden.

Grafiek 9 – Identiteit en positie alleen zichtbaar voor RWS en Binnenvaart



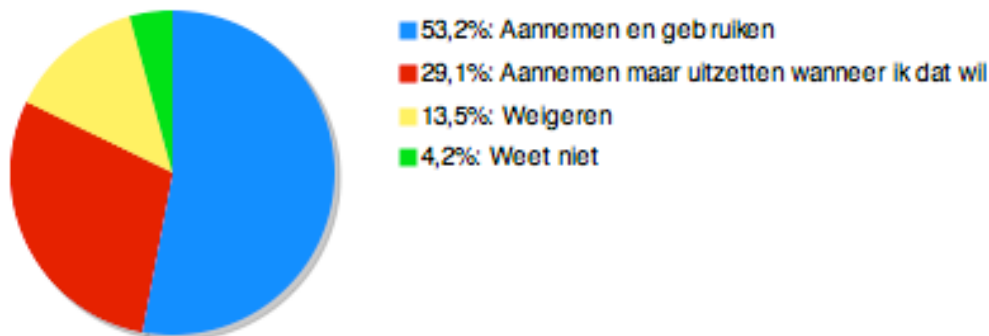
Als de inhoud van een AIS-bericht bestaat uit identiteit en positie en de zichtbaarheid beperkt blijft tot alleen RWS en de binnenvaart, dan heeft 70% van de respondenten er geen probleem mee. Met name bij tank- en containervaart kan in dit onderzoek weinig weerstand worden geconstateerd. Bijna 60% geeft wel aan dat de kosten niet te hoog mogen zijn. Tegenstander zitten vooral in de droge lading.

Grafiek 10 – Identiteit en positie voor iedereen toegankelijk



De weerstand tegen AIS neemt echter significant toe als identiteit en positie voor iedereen toegankelijk zouden zijn. Tweederde van de respondenten ziet dat als een bezwaar. Weerstand zit hier vooral in de droge lading en het zand & grind, als bezwaren worden onder andere genoemd: aantasting van privacy en vrijheid (42%) en mogelijk misbruik door de overheid (17%). Tankvaart lijkt minder bezwaren te hebben.

Grafiek 11 – Als overheid AIS transponder gratis aanbiedt, dan zou ik deze:



Eerder kwam naar voren dat ongeveer 70% van de ondernemers geen bezwaar tegen AIS heeft als het bericht beperkt blijft tot RWS en de binnenvaart zelf. Als de overheid AIS gratis aanbiedt dan neemt meer dan 80% van de respondenten deze aan.

Van 29 respondenten die aangeven AIS niet te willen, ook al is het alleen zichtbaar voor RWS en de binnenvaart, zouden 11 respondenten de gratis transponder van de overheid toch aannemen (bijna 40%). Zes 'weet niet respondenten' uit deze grafiek eveneens, exact 50%.

3.3 Communicatie

Dit gedeelte van het onderzoek spitte zich toe op penetratie van de computer aan boord en de beschikbaarheid van e-mail en internet.

Met betrekking tot de penetratiegraad van de computer beschikt Bureau Telematica Binnenvaart over vergelijkbare historische cijfers over de jaren 1997, 2000 en 2002. De stijgende lijn uit deze jaren zet zich ook door in 2006, bijna 90% van de ondernemers zegt over een of meerdere computers aan boord te beschikken (er is geen onderscheid aangebracht tussen kantoorautomatisering en industriële automatisering). Tabel 6 geeft de actuele situatie weer.

Tabel 6 – Aantal computers aan boord

	#	%
1	70	47,6
2	37	25,2
3	13	8,8
4	6	4,1
5	3	2,0
Geen antwoord	18	12,3
	147	100%

Het historisch overzicht op basis van voorgaand onderzoek met betrekking PC's aan boord, laat vervolgens de onderstaande trend zien:

1997: 41%
2000: 59%
2002: 70%
2007: 87%

Vergelijkbare ontwikkelingen zien we vervolgens ook bij het hebben van toegang tot internet (88,7%) en het gebruik van e-mail (90,6%).

Tabel 7 – Aan boord toegang tot internet

	#	%
Ja	125	88,7
Nee	16	11,3
	141	100%

Tabel 8 – Gebruikt aan boord e-mail

	#	%
Ja	125	90,6
Nee	13	9,4
	138	100%

Bij eerder onderzoek is dus ook gevraagd naar de mogelijkheid voor datacommunicatie aan boord, daaruit kwamen de onderstaande cijfers naar voren:

1997: 34%
2000: 40%
2002: 89%

Bijna 70% van de ondervraagden geeft aan over een abonnement te beschikken voor datacommunicatie, 30% geeft geen antwoord. De gemiddelde respondent beschikt over meer dan één abonnement voor datacommunicatie. Met een percentage van 68% hebben UMTS en EDGE samen een groot aandeel.

Tabel 9 – Abonnement

	#	%
GSM Data	63	43,8
GPRS	32	22,2
UMTS	49	34,0
EDGE	49	34,0
Geen antwoord	46	31,9
N=144		

Ook is gevraagd naar de gebruikte antennes, met name om eventueel de kwaliteit van de diverse verbindingen verder te duiden. Aan boord worden buiten- en binnenantennes gebruikt, plakantennes komen met iets minder dan 5% minder vaak voor.

Tabel 10 – Gebruikte antenne

	#	%
Buitenantenne	66	61,1
Plakantenne op het raam	5	4,6
Binnenantenne	59	54,6
N=108		

Er zijn geen opvallende verschillen gevonden tussen de ervaren kwaliteit van de diverse verbindingen en het soort antenne dat men gebruikt. De kwaliteit van de verbindingen laat naar mening van diverse respondenten op de onderstaande plaatsen te wensen over:

GSM-data:

- Noordzeekanaal (tussen Koentunnel en Westhaven);
- Twentekanaal;
- Oosterschelde;
- Omgeving Nijmegen;
- Omgeving Schiphol;
- Markermeer, IJsselmeer en Wadden;
- Lobith en andere grensgebieden;
- Duitsland, tussen Mannheim en Iffesheim

GPRS:

- Haften;
- Dordrecht;
- Keppel;
- Venlo en richting Maastricht;
- Waal;

- Bovenrijn en Elzaskanaal;
- Twentekanaal;
- Duitsland, Kusterkanaal.

UMTS:

- IJsslemeer;
- IJtoren en Markermeer;
- Amsterdamrijnkanaal (tussen km 10 en km 25);
- Noordzeekanaal;
- Waal beneden Nijmegen en omgeving Tiel;
- Oude Maas;
- Nieuwe Merwede;
- Amer en Biesbosch;
- Breskens en Terneuzen (Braakmanhaven);
- Bovenrijn vanaf Mannheim tot Basel;
- Diverse grensovergangen.

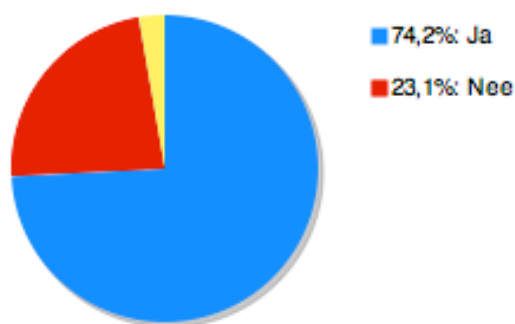
EDGE:

- Nijmegen;
- Tussen Antwerpen en Kreekrak;
- Vlaardingen;
- Dordrecht;
- Waal;
- Bovenrijn tussen Mannheim en Basel (m.u.v. Karlsruhe, Kehl en Breisach);
- Duitsland, Kusterkanaal.

3.4 Kaarten

De ENC's vormen een belangrijk product in het huidige aanbod van RIS diensten. Het gebruik van deze kaarten (doorgaans in combinatie met een viewer) heeft een grote vlucht genomen en driekwart van de respondenten geeft aan zo'n toepassing te gebruiken.

Grafiek 12 – Maakt gebruik van elektronische kaarten



Van de 34 niet-gebruikers behoren er 17 tot de groep schepen < 1.000 ton. 22 respondenten hebben een leeftijd van > 40 jaar (waaronder 13 van > 50 jaar). Niet –

gebruikers beschikken doorgaans wel gewoon over een computer. Als leverancier wordt vooral genoemd Tresco (zowel Antwerpen als Wuustwezel).

Tabel 11 – Combineert elektronische kaart met GPS

	#	%
Ja	101	92,7
Nee	8	7,4
	109	100%

De combinatie van een Ecdiskaart met GPS is met meer 90% zeer hoog. Deze uitkomst ligt overigens zeer voor de hand omdat aan de hand van de GPS kan worden getoond waar men zit. Het niet hebben van GPS impliceert dat men de kaart op een andere manier zou gebruiken. Van de acht respondenten die zeggen deze combinatie niet te hebben, zijn er zes actief in de tankvaart.

Tabel 12 – Combineert elektronische kaart met radarbeeld

	#	%
Ja, naast elkaar op twee beeldschermen	44	40,8
Ja, kaart en radarbeeld in 1 beeldscherm	3	2,7
Nee	61	56,5
	108	100%

De combinatie van de elektronische kaart in een radarbeeld komt conform de afzetgegevens van de producenten bijna niet voor. In 40% van gevallen staat de kaart naast het radar, gebruikelijker is om dit niet te doen en de kaart apart neer te zetten (60%).

Tabel 13 – De kwaliteit van het kaartmateriaal is

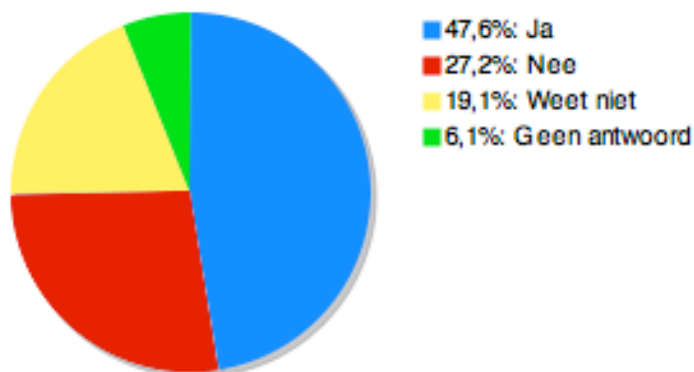
	#	%
Goed	98	66,7
Slecht	6	4,1
Geen oordeel	5	3,4
Geen antwoord	38	25,8
	147	100%

De tevredenheid over het commercieel aangeleverde kaartmateriaal is met 98% buitengewoon hoog. Daarbij dient de kanttekening te worden gemaakt dat het huidige gebruik van ECDIS beperkt blijft tot basisfuncties. Het volledige potentieel (bijv. Diepganggegevens) kan nog niet tot zijn recht komen omdat RIS nog niet zover is.

3.5 Stimulering

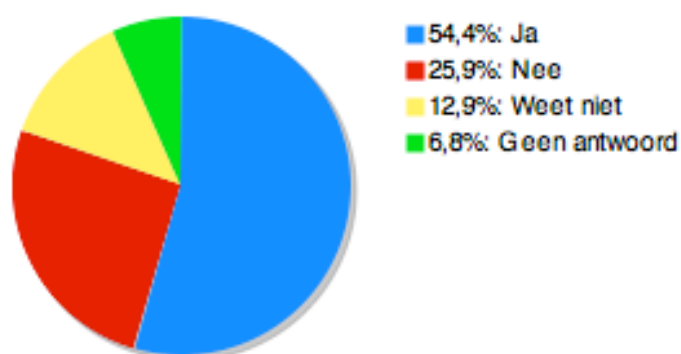
De interesse om bijeenkomsten over telematica bij te wonen bestaat bij 50% van de ondervraagde ondernemers.

Grafiek 13 – Wil een bijeenkomst over dit onderwerp bijwonen



Van de ondernemers die aangeven geen interesse te hebben, heeft bijna 70% een schip van > 1.000 ton en tweederde is ouder dan 40 jaar. Met name ondernemers in de containerbinnenvaart tonen hier meer dan gemiddelde interesse, gevolgd door Zand & Grind.

Grafiek 14 – Interesse in Telematicadag



Andere informatiebronnen die veel worden genoemd zijn:

- Internet (41x), vaart.nl wordt regelmatig genoemd;
- Vakbladen (Schuttevaer, Binnenvaartkrant en Scheepvaartkrant (40x);
- Collega's en familie (20x);
- Informatie van toeleveranciers (14);
- BTB (10x);
- E-mail (4x).

4. Conclusies:

Respons en representativiteit

De respons op de enquête is met 22,6% goed te noemen. De samenstelling van de respons is representatief voor de binnenvaart. In totaal zijn 646 binnenvaartondernemers benaderd, 147 hebben er uiteindelijk meegewerkt. De bruikbaarheid van de uitkomsten is daarmee overigens eerder kwalitatief dan kwantitatief.

Melden

Marifoon is met 75% de meest gebruikte wijze om te melden. Deze uitkomst ligt zeer voor de hand, iedereen beschikt immers over marifoon en in die zin bestaan weinig barrières. Respondenten geven daarbij vaak aan marifoon zeer makkelijk te vinden en bovendien sociaal aantrekkelijk.

In dit onderzoek is er bewust voor gekozen BICS gebruikers in de steekproef over te vertegenwoordigen. Het gebruik van en een positieve houding over BICS blijken niet exclusief aan één sector op te hangen. Niet-gebruik komt wel vaker voor in de sector zand & grind. Een en ander gevoegd bij het gemak van de marifoon, leidt tot de conclusie dat BICS gebruik niet vanzelf fors zal toenemen.

Daarbij komt dat ervaringen met het melden over het algemeen niet positief zijn, meer dan 50% van respondenten zegt zich regelmatig meer dan één keer per reis te moeten melden. Het onderzoek toont aan dat dit geldt voor alle vormen van melden (marifoon, BICS, telefoon en fax). Vooral op internationale trajecten komt het vaak voor.

Er is dus op dit terrein veel te winnen als de interne afwikkeling van meldingen nationaal en internationaal wordt verbeterd. Ook zal een afname van het dubbel melden, een positief effect hebben op het gebruik van BICS. Dubbel melden of meer dan één keer per reis heeft immers voor een BICS gebruiker een niet te onderschatten ontmoedigende werking.

Opvallend genoeg ziet ongeveer 50% van de ondervraagden een algemene meldplicht niet zitten, terwijl tegelijkertijd 55% wel voor een elektronische meldplicht is. In feite kan worden gesteld dat een aanzienlijke groep binnenvaartondernemers niet afwijzend staat tegen veranderingen op dit terrein.

Volgen

Het merendeel van de ondervraagden ziet voordelen in het gebruik van een transponder, zowel op het gebied van de veiligheid als ook op het gebied van navigatie. Elkaar kunnen zien en met naam kunnen oproepen, wordt algemeen als groot voordeel gezien.

Door tegenstanders wordt vooral gewezen op de mogelijkheid tot het creëren van een schijnveiligheid. Het eventueel ontstaan van gemakzucht en aandachtverslapping wordt als bedreigend ervaren. Een zekere mate van onbekendheid lijkt ook aanwezig

Ook privacy wordt regelmatig genoemd. Desgevraagd geeft 70% van de ondervraagden geen bezwaar te hebben als positie en identiteit slechts aan de binnenvaart en RWS beschikbaar

wordt gesteld. Bijna 60% is echter tegen als dit vrij voor iedereen beschikbaar is. Vervolgens neemt 80% van respondenten de transponder aan als hij gratis beschikbaar komt.

Het eind 2006 overeengekomen convenant tussen overheid en binnenvaart in Nederland doet op deze punten dus recht aan de gevoelens en opvattingen bij de varende ondernemer.

Communicatie

De penetratiegraad van de computer aan boord is verder toegenomen en heeft met 87% wellicht zijn hoogtepunt bereikt (in 1997 bedroeg dit percentage nog 41%). Ook het gebruik van internet (89%) en met name e-mail (91%) is hoog en heeft er toe bijgedragen dat de binnenvaart als up to date ICT gebruiker kan worden gezien.

Naast een mobiel GSM basis abonnement (spraak + data), beschikt inmiddels zo'n 70% van de ondervraagden ook over een apart data-abonnement aan boord. Wel laat de kwaliteit volgens de respondenten op vele plaatsen te wensen. Indien naar de specifieke locaties wordt gekeken, dan bestaat stellig de indruk dat dit vooral onbevolkte gebieden zijn, die commercieel voor de providers minder interessant zijn.

Elektronische kaarten

Het gebruik van elektronische kaarten is met 75% buitengewoon hoog te noemen en kan als voorbeeld worden gesteld van toepassingen van RIS waarop de ondernemer klaarblijkelijk zit te wachten. De combinatie met een radarbeeld wordt nog nauwelijks gemaakt, vaak worden de beelden naast elkaar gebruikt.

Communicatie

50% van de ondervraagden zegt geïnteresseerd te zijn in informatie over telematica en ICT. Niet iedereen is echter instaat om bij bijeenkomsten aanwezig te zijn.

5. Aanbevelingen

Een toename van het gebruik door varende ondernemers van elektronisch melden gaat niet vanzelf en zal nadrukkelijk moeten worden gestimuleerd. Aan de perceptie en kennis over elektronisch melden is dwars door de binnenvaart, heen nog veel te verbeteren. Een stapsgewijze invoering van verplicht elektronisch melden zal een positief effect hebben, het gemak van de marifoon kan anders niet worden overwonnen. Sectoren waar de elektronische meldplicht eerder wordt ingevoerd, moeten hier wel nadrukkelijk op worden voorbereid en over worden geïnformeerd.

In de beleving van de varende ondernemer kan veel worden gewonnen als meer dan één keer melden per reis tot het verleden zou behoren. Vooral op internationale trajecten bestaat hier een uitgesproken noodzaak tot verbetering en een uitbreiding van de functionaliteit van het Duitse MIB verdient heel nadrukkelijk aanbeveling. Maar ook de bevordering van de deskundigheid van IVS operators is een belangrijk aandachtspunt. Anders gezegd, invoering van een meldplicht door een overheid (in internationaal verband) die zijn eigen zaken intern niet op orde heeft, zal op den duur op weinig sympathie kunnen rekenen.

De introductie van AIS kan op een positieve houding rekenen indien met betrekking tot privacy en kosten rekening wordt gehouden met de opvattingen van de gemiddelde binnenvaartondernemer. Het vasthouden aan het convenant en het creëren van volstrekte helderheid over hetgeen is afgesproken, is aan te bevelen. Een nauwkeurige (technische) uitleg over wat AIS is, kan en waar het voor gebruikt wordt, is hierbij een randvoorwaarde.

Inland Ecdis en e-mail worden zeer intensief gebruikt in de binnenvaart. De voordelen van deze toepassingen waren blijkbaar voor de ondernemer zeer evident. Deze vanzelfsprekendheid zou ook voor RIS informatie c.q. toepassingen moeten gelden. Daarbij zijn dan de sleutelwoorden: betrouwbaarheid, betaalbaarheid, continuïteit en beschikbaarheid.

Informatie over ICT en telematica wordt door veel varende ondernemers als interessant beschouwd. Bij de keuze voor distributiekkanalen voor een communicatieboodschap moet hiermee nog meer rekening worden gehouden.