

# Nationaal verkeerskundecongres 2017

## In het belang van de klant; Meer regie over mobiliteitsdiensten

Dirk-Jan de Haan  
*Enigma Consulting Mobility*

Frits Touw  
*Enigma Consulting Mobility*

Roxane van der Laan  
*Enigma Consulting Mobility*

### Samenvatting

Het mobiliteitsgedrag in onze samenleving verandert ingrijpend. Traditionele patronen zoals een '9 tot 5 baan' en 'met de auto naar het werk' staan onder druk. Door het besef dat we zorgvuldig moeten omgaan met onze aarde streven we naar duurzaamheid. Ook de toenemende digitalisering van de infrastructuur en een groeiend aantal alternatieven zorgt voor verandering in mobiliteitspatronen.

In dit nieuwe nog deels onontgonnen speelveld streven overheden, marktpartijen én klanten hun eigen belangen na. Overheden zoeken hoe hun beleid gerealiseerd kan worden. Bestaande mobiliteitsdiensten moeten keuzen maken, terwijl nieuwe initiatieven als paddenstoelen uit de grond schieten. Nieuwe initiatieven veelal met deeloplossingen voor een specifiek mobiliteitsthema, en elk met een eigen methode en techniek om toegang te krijgen tot die specifieke oplossing. Voor de klant is dit verre van optimaal, hij wil juist eenvoud, transparantie en eenduidigheid. We zullen de klant centraal moeten stellen want het succes van de nieuwe mobiliteitsketens is afhankelijk van de acceptatie door de klant.

### Stelling

*Bij de huidige onstuimige groei van mobiliteitsdiensten is meer regie noodzakelijk om de belangen van de klant, en daarmee het succes van duurzame mobiliteit, veilig te stellen.*

### Trefwoorden

klant, scheme owner, mobiliteitsdiensten, mobiliteitsaanbieders, MaaS

ORGANISATIE 2017



## INLEIDING

Nederland is altijd vooruitstrevend geweest op het gebied van mobiliteit maar tegenwoordig ondervinden we ook de nadelen hiervan. Inmiddels dient de groei van het verkeer beteugeld en het liefst teruggedrongen te worden.

De voortschrijdende techniek, de maatschappelijke bewustwording, de beperkingen van de openbare ruimte leiden ertoe dat we breed maatschappelijk nadenken over - en experimenteren met alternatieven voor het huidige auto gebruik. Dit wordt nadrukkelijk gestimuleerd door de overheid onder meer met programma's als Beter Benutten.

Het gevolg is dat er naast efficiënter autogebruik middels o.a. autodeelsystemen en stimulatie maatregelen voor thuis of flex werken, fiscaal vriendelijke aanschaffen van fietsen, OV gebruik etc. ook een waaier van al dan niet door de markt gedreven initiatieven ontstaat. Deze initiatieven omvatten oplossingen als fietsparkeervoorzieningen, deelfietsen, deelauto's, leenfietsen, leenscooters, etc.

De vraag is in welke mate deze groei aan initiatieven een bijdrage levert aan de mobiliteitsbehoefte van de Nederlander. En op welke manier dit eventueel verbeterd kan worden.

## BELANGEN VAN STAKEHOLDERS

### De Klant

Voor klanten is het breder beschikbaar zijn van mobiliteitsdiensten een positieve ontwikkeling vanwege de veelheid van mobiliteitsdiensten die er worden aangeboden, elk met hun eigen voordelen. De klant heeft het voor het kiezen welke dienst hij van welke aanbieder afneemt.

Verder zijn voor de klant de kenmerken van een goede dienst dat deze

- Eenvoudig en gemakkelijk *anywhere anytime* te gebruiken zijn
- Er geen verassingen zijn bij het gebruik van de dienst
- Een prima kwaliteit kent dus voldoet aan hetgeen er normaliter van de dienst verwacht kan worden
- Een prijs heeft die te verantwoorden is dus zeker niet te duur.

Echter elke mobiliteitsaanbieder hanteert zijn eigen *onboarding* (klantregistratie) proces, techniek om toegang te krijgen tot de dienst (veelal een app of een kaart), autorisatie en identificatie en betaalwijze. De klant wordt hiermee geconfronteerd. Dat betekent dat in een normale klantreis, waarbij veelal gebruik gemaakt wordt van meerdere aanbieders, voor elke stap een apart proces doorlopen moet worden. Dit is niet erg klantvriendelijk en kan tot verwarring leiden.



## De (decentrale) Overheid

De overheid heeft de beleidskeuze gemaakt<sup>1</sup> om reductie van het aantal autokilometers te bewerkstelligen in absolute zin ondanks de groei van de mobiliteitsbehoefte. Dit beleid zal onder meer moeten leiden tot een vermindering van het aantal autokilometers in de binnenstad. Echter de afname van autogebruik vereist alternatieve vervoersoplossingen. Daarnaast stimuleert de overheid ondernemers een onderneming op te zetten en in te richten door regulering zoveel mogelijk te beperken. Ten slotte is de overheid ook verantwoordelijk voor de invulling van de openbare ruimte. De druk op de openbare ruimte is groot waardoor de keuze hoe deze in te vullen steeds lastiger wordt.

Tallose ondernemers ontwikkelen en richten nieuwe mobiliteitsdiensten in. Daarbij worden dus meerdere doelstellingen van de overheid geadresseerd. Echter, de groei van mobiliteitsdiensten heeft ook minder positieve effecten zoals de druk op de openbare ruimte. Bovendien is er het besef dat alternatieven voor autokilometers alleen tot volwassenheid komen als ze daadwerkelijk gebruik worden en dus eenvoudig af te nemen zijn. Met de huidige hoeveelheid van mobiele deelsystemen is het maar de vraag of dat gemak groot genoeg is. Aan de andere kant blijft de prijsniveau van de mobiliteitsdiensten reëel vanwege de concurrentie.

## De Aanbieders

De aanbieders zijn de leveranciers van de mobiliteitsdiensten. Een aanbieder kan een of meerdere diensten aanbieden waaruit de klant dan een keuze kan maken.

Aanbieder A					
Aanbieder B					
Aanbieder C					
Aanbieder D					
voorbeelden	Dienst Bus vervoer	Dienst Fiets parkeren	Dienst Transferium	Dienst Huurfiets	Dienst Trein vervoer

De aanbieders hebben er baat bij dat de diensten zo breed mogelijk beschikbaar zijn voor zoveel mogelijk afnemers, en dat hun product zo prominent mogelijk in de openbare ruimte

<sup>1</sup> Er wordt hier gesproken over één beleid, maar decentrale overheden hebben natuurlijk elk hun eigen beleid dat zeker niet altijd overeenkomt. De algemene tendens is als hier beschreven.

beschikbaar is. En bovenal dat er zo min mogelijk regels het vrij ondernemerschap in de weg zitten. De openbare ruimte is echter niet onbeperkt. Amsterdam heeft onlangs bijvoorbeeld besloten deelfietsystemen aan banden te leggen<sup>2</sup>. De deelfietsen gebruiken de openbare fietsparkeerplekken, die juist bedoeld zijn voor reguliere fietsen.

### Trias Mobiliteit

De drie stakeholders, klant, overheid en mobiliteitsaanbieders hebben elk hun eigen, vaak conflicterende belangen maar ze hebben elkaar ook nodig. Ze vormen een ecosysteem dat voor veel mobiliteitsconcepten nog in de kinderschoenen staat.

Het is onze overtuiging dat het klantbelang de belangrijkste *driver* is voor het vinden van een nieuw evenwicht en die de grootste stappen voorwaarts mogelijk maken.

### MOBILITEITSKETENS

Het grote verschil met de 'auto' is dat bij een alternatief voor die auto de mobiliteitsvraag vrijwel altijd uit een keten van mobiliteitsdiensten bestaat. Om de klant goed te bedienen, is het zaak zijn keten goed te faciliteren. Daarvoor is een kanteling noodzakelijk die de laatste jaren populair is binnen veel sectoren: van *productgericht* naar *klantgericht* denken. De verschillende mobiliteitsdiensten worden niet langer behandeld als losstaande, onafhankelijke voorzieningen, maar als een van de vele onderdelen van een grotere klantreis.

Hoewel we het tot nu toe steeds hebben over 'de klant' en 'de mobiliteitsketen', bestaan deze beiden natuurlijk helemaal niet. Er zijn vele klanten die allemaal gebruik maken van hun eigen mobiliteitsketen. Zo zijn er de forenzen, de schoolgangers, de shoppers, de stedentrippers, de verstokte ov-reiziger, de vandaag-geen-auto-reiziger, de disruptieve reiziger, de digibeet-reiziger en ga zo maar door.

Door mobiliteitsdiensten aaneen te 'rijgen', te bundelen, ontstaat er een mobiliteitsketen die geschikt is voor en gericht is op een bepaalde doelgroep. Een mooi voorbeeld daarvan is het NS abonnement. Sinds het OV-fiets abonnement onderdeel is geworden van het reguliere NS abonnement, en de onboarding niet meer is dan een vinkje op de website, is het gebruik van de OV-fiets enorm gestegen. Een ander voorbeeld is het [A&RTT](#) (Amsterdam & Region Travel Ticket) kaartje dat beschikbaar is speciaal voor de doelgroep toeristen in de regio Amsterdam waar alle openbaar vervoersdiensten in Amsterdam en omgeving voor een periode van 1 of meerdere dagen ontsloten worden door 1 ticket.



<sup>2</sup> AT5 op 1 augustus 2017: Plots einde aan deelfietsen: gemeente verwijdert rijwielen in openbare ruimte

## ONTKOPPELEN DIENST EN TRANSACTIE

De essentie van het bedienen van mobiliteitsketens is het ontkoppelen van dienst en transactie. Er zullen 2 type partijen ontstaan: zij die de fysieke dienst leveren (mobiliteitsaanbieders) en zij die de transactie faciliteren (mobiliteitsproviders). Zolang deze rollen niet ontkoppeld zijn, ervaart de klant de mobiliteitsketen als een aantal op zichzelf staande diensten in plaats van één geheel. De keten kan pas gerealiseerd worden we dit probleem oplossen.

Dit impliceert dat de mobiliteitsaanbieder zijn dienst *interoperabel* maakt. Hij levert de dienst zelf, maar de transactie kan ook via een andere partij worden geïnitieerd. Een transactie bestaat daarbij ten minste uit:

- Identificatie van de klant, zodat de aanbieder weet wie wanneer welke dienst start en eindigt,
- Authenticatie van de klant, zodat we zeker weten dat de klant echt is en het deelproduct bijvoorbeeld echt terugbrengt,
- Betaling of abonnement.

De mobiliteitsaanbieder biedt ook de Klantenservice naar de klant.

Het ligt voor de hand dat de mobiliteitsaanbieders niet staan te springen om hun dienst op deze manier te ontsluiten. Immers, het maakt ze deels afhankelijk van derden, vergroot de concurrentie en is geen bijdrage aan het belang de enige en grootste in Nederland te worden. Er zullen voorwaarden gecreëerd moeten worden waardoor het voor de aanbieders wel acceptabel wordt om op deze manier hun diensten te ontsluiten.

## REGIE

Het belang van de overheid is maximaal bediend als de klant de mobiliteitsdiensten daadwerkelijk gebruikt. De kans daarop is groter als mobiliteitsdiensten zich niet (alleen) individueel aanbieden, maar ook in ketens via mobiliteitsproviders. Deze scheiding van rollen komt niet vanzelf. De overheid kan het gebruik van openbare ruimte beschikbaar stellen onder voorwaarden. Hierin zit de sleutel: mobiliteitsdiensten krijgen vergunning voor gebruik van de openbare ruimte, mits zij interoperabiliteit ondersteunen.

Het moet dan wel duidelijk zijn hoe die interoperabiliteit georganiseerd is. En daarom is een regierol essentieel. Interoperabiliteit omvat kruislings gebruik over diensten, maar ook in ketens. Om het belang van de overheid en de burger maximaal te bedienen, zou er vanuit die belangen een regierol ingevuld moeten worden. En zou de overheid haar openbare ruimte onder voorwaarde van 'voldoen aan de regie' aan ondernemers beschikbaar kunnen stellen.

## SCHEME-BENADERING

Er zijn goede voorbeelden van hoe die regie vorm zou kunnen krijgen. Bijvoorbeeld elektronische betaalproducten zoals PIN. Een PIN transactie loopt over een aantal schijven van terminal tot aan de bankrekening van de ontvanger. Deze schakels in een betaaltransactieketen zijn vergelijkbaar met de kenmerken van de onstane

mobilitieitsmarkten; ook daar worden modaliteitschakels tot een mobiliteitsketen aaneengeregen. Banken hebben destijds ingezien dat het gebruik afhankelijk is van massale adoptie door de klant. Die massale adoptie ontstaat als de toepassing voor de klant eenduidig en eenvoudig is en dat het in elke winkel en bij elke bank identiek werkt. Het PIN-product wordt per definitie door meerdere commerciële partijen aan dezelfde klant geleverd, en elk van deze partijen heeft óók eigen belangen. Daarom was regie noodzakelijk. Er zijn afspraken gemaakt hoe de dienst optimaal is voor de klant en hoe het product voldoende waarborgen voor alle deelnemende partijen zou hebben (technische eisen). Alle partijen hebben zich verplicht aan deze eisen te voldoen. Deze vastgelegde afspraken en verplichtingen noemen we "Scheme" waarin de regievoerder toezicht houdt op de naleving. Dit Scheme principe zou toegepast kunnen worden op de mobiliteitsmarkt.

Een Scheme is dus vooral een productdefinitie die leidend is voor alle betrokken partijen die een deel van het product voortbrengen. Het doel van een Scheme is de klant een goed product te bieden, zodat het snel massaal wordt gebruikt. En dat is juist waar we in de mobiliteits markt naar streven!