

Vraaggericht mobiliteitspakket

De hedendaagse consument wil geen losse ov-ritten, maar mobiliteitspakketten. Vervoerders ontwikkelen daarom Mobility-as-a-Service-concepten. Een transitie van vraag- naar aanbodgestuurd werken. Dat betekent dat de klant nog meer centraal gesteld moet worden door vervoerders en ov-autoriteiten, zegt Maarten van Setten, directeur-eigenaar van Moventem.

PETER BEKKERING

Moventem houdt zich bezig met openbaar vervoer (ov) en mobiliteit. 'Bij overheden monitoren we vooral ov-concessies, onder meer op basis van mystery-guestmetingen. Daarnaast doen we beleidsevaluaties: we toetsen of het geld voor beleidsmaatregelen, ov-visies en uitvoeringsprogramma's goed en effectief besteed geld is. Bij vervoerders brengen we met name de reizigerstevredenheid in kaart, stellen we reizigersprofielen op en kijken we of de dienstverlening van de vervoerder past bij de wensen van de reizigers. Op basis hiervan geven wij adviezen richting onze opdrachtgevers.'

Mobiliteitspakket

Van Setten ziet dat een aantal ontwikkelingen – de toenemende individualisering, de toenemende behoefte aan maatwerk en de toenemende technologische mogelijkheden om daaraan tegemoet te komen – een duidelijke weerslag heeft op de manier waarop gekeken wordt naar mobiliteit. 'We zien steeds meer dat vervoerders niet 'alleen' per bus of trein ritten uitvoeren van A naar B, maar dat ze vaker ook aanpalende mobiliteitsvormen in hun portfolio willen of moeten opnemen. Uit de opkomst van Spotify en Airbnb blijkt dat gebruik belangrijker wordt dan bezit. In lijn met deze gedachte is voor de invulling van mobiliteit dus niet per definitie een eigen auto of fiets nodig. Voor vervoerders betekent dit dat zij integrale mobi-

Maarten van Setten, directeur-eigenaar van Moventem



liteitspakketten moeten aanbieden.

Tien jaar geleden werd meer uitgegaan van een zwart-witverdeling tussen automobilisten en ov-reizigers. Nu wordt het een mixed mode: mensen kiezen het middel dat het beste past bij de mobiliteitsbehoefte van dat moment.' Vervoerders bieden aanvullende diensten aan die vrijwel volledig vraaggericht zijn (Brenge flex van Connexion en de Nachtvliender van Arriva). Andere aanvullende vormen van ov zijn deelfietssystemen. 'Voorbeelden hiervan zijn de OV-fiets van NS, de Nextbike van Arriva en de KeoBike van Keolis, waarbij je je fiets ophaalt bij station X en neerzet bij station Y. Vervoerders bieden

zulke concepten aan in rustige gebieden en op rustige tijdstippen waar onvoldoende aanbod is om reguliere buslijnen te laten rijden. Op deze manier kunnen ze hun klanten toch een alternatief bieden en ov voor iedereen beschikbaar houden.'

Big data

Van Setten noemt nog een tweede trend, het feit dat steeds meer big data worden opgehaald en beschikbaar zijn. 'Daardoor kun je goed monitoren in welke mate mensen je product gebruiken, welke reizigersprofielen er zijn en welke ov-ritten wel of niet druk zijn. Zelfs kun je op basis van social media meningen over het ov in kaart brengen. En dat is weer belangrijk in verband met een derde trend: een dienstregeling wordt niet meer achter een bureau bedacht, maar er

'Vervoerders en overheden zoeken naar de juiste invulling en toepassing van Mobility as a Service'

wordt steeds meer met reizigersorganisaties of de reiziger zelf overlegd over hoe zij de gewenste dienstverlening zien. Wij begeleiden veel gemeenten bij het invullen van

Een dienstregeling wordt niet meer achter een bureau bedacht, vervoerders overleggen steeds vaker met reizigers
Foto Shutterstock



burgerparticipatie. Nu begeleiden we veel vervoerders bij het opzetten van reizigersparticipatie. Ov-bedrijven worden kortom steeds meer vraaggericht in plaats van aanbodgericht.'

Dienstverlening

De geschetste trends hebben vanzelfsprekend invloed op de door Moventem aangeboden dienstverlening. Van Setten: 'In het begin haalden we veel data op, bijvoorbeeld door fysiek te tellen en mensen vragen te stellen over hun reisgedrag. Nu gaat het steeds vaker om het verzamelen van big data, het analyseren en duiden ervan en vervol-

gens het vertalen ervan in aanbevelingen.' Moventem wordt steeds vaker ingeschakeld in de beginfase van nieuwe concepten. 'Vervoerders en overheden zoeken naar de juiste invulling en toepassing van Mobility as a Service. Daarvoor worden veel pilots uitgerold. Wij worden gevraagd wat het beste moment is, waar zo'n pilot het beste kan worden gehouden en op welke doelgroepen zich het beste kan richten.'

'Daarnaast komt het voor dat ons na een succesvolle pilot wordt gevraagd om de factoren te analyseren waardoor het project wel of niet een succes is geworden. En om te kijken

in hoeverre het kopieerbaar is naar andere gebieden en wat daarvoor de randvoorwaarden zijn.' Hierbij is het ook weer van belang om de doelgroep en de gehele keten goed te kennen, ofwel goed zicht te hebben op de complete vervoervraag van de reizigers. 'Veel is bekend van de reis tussen haltes en stations, maar niet over de reizen naar en van de haltes. Daarom gaan we ons in 2018 steeds meer richten op het in kaart brengen en monitoren van de integrale mobiliteit van de reizigers via mobiele telefoons. Zodat we samen met vervoerders en overheden kunnen bepalen hoe en waar een pilot het beste kan worden gehouden.'