

Metropoolregio Rotterdam Den Haag
Doorrekening vijf tariefmaatregelen –
Arrangementen voor minima of senioren

Datum: 03-02-2020
Auteurs: John Kleppe, Rob Rijnhout
Versie: F01



HYPERCUBE
BUSINESS INNOVATION

Inhoud

1	Inleiding	2
2	Bestaande kennis.....	3
2.1	Huidig aanbod MRDH en werkwijze	3
2.2	Ervaringen en inzichten vervoerders MRDH	4
2.3	Ervaringen elders in Nederland	5
3	Oplossingsrichtingen	5
3.1	Menukaart	5
3.1.1	Keuze-opties menukaart	5
3.1.2	Mogelijkheden toekomstige techniek in het OV	7
3.1.3	Betalingswijze/prijzen keuze-opties menukaart	7
3.1.4	Interoperabiliteit	8
3.2	Stappenplan.....	8
3.2.1	Vraagarticulatie	8
3.2.2	Inventarisatie.....	9
3.2.3	Aanbod	9
3.3	Regierol MRDH	10
4	Toetsing aan doelstellingen.....	11
4.1	Spreiding reizigers	11
4.2	Extra middelen	11
4.3	Toegankelijkheid.....	11
5	Samenvatting uitkomsten verkenning varianten	11
	Bijlage I: Menukaart	13
	Actueel aanbod abonnementen consumentenmarkt.....	13
	Menukaart en stappenplan samengebracht.....	13

1 Inleiding

De Bestuurscommissie Vervoersautoriteit van de Metropoolregio Rotterdam Den Haag (MRDH) heeft op 10 juli 2019 een position paper ‘Tarievenkader OV’ vastgesteld. Daarin wordt het tarief (zowel prijs als producten) benoemd als een passend middel/instrument om bij te dragen aan een toekomstbestendig, goed en toegankelijk OV in MRDH. Voor de reiziger van vandaag en die van de toekomst dient het tarief als instrument om:

- reizigers beter te spreiden en/of het (bestaande) systeem beter te benutten;
- (extra) middelen te genereren als (co)financiering voor nieuwe investeringen en/of uitbreiding van het voorzieningenniveau;
- het OV toegankelijk te houden voor de inwoner van het gebied, meer in het bijzonder voor specifieke doelgroepen.

In het position paper worden vijf mogelijke tariefmaatregelen genoemd om hieraan bij te dragen. Hypercube is gevraagd deze tariefmaatregelen uit te werken en per maatregel een rapport op te leveren. Dit rapport heeft betrekking op de maatregel *Arrangementen voor minima en senioren*.

Deze arrangementen zijn van belang, omdat gemeentelijke overheden het openbaar vervoer toegankelijk willen houden voor kwetsbare doelgroepen, zodat zij volwaardig kunnen deelnemen aan de samenleving. Het onderhouden en uitbreiden van sociale en zakelijke contacten is van groot belang.

De gemeenten binnen MRDH ondervinden momenteel echter een aantal problemen omtrent arrangementen voor hun minima/senioren. Ten eerste hebben ze niet de capaciteit en kennis om met een of meerdere vervoerders goede afspraken te maken over arrangementen. Ze vragen MRDH daarom een centrale rol te willen spelen. Dit is extra relevant voor gemeentes die met meerdere vervoerders een afspraak willen/moeten maken. Ten tweede is er behoefte aan meer passende producten, oftewel alternatieven voor afgekochte reisrechten waarmee door de reiziger altijd kosteloos gereisd kan worden, zodat de toegankelijkheidsdoelstellingen met een kleiner budget gerealiseerd kunnen worden.

De insteek is om een “menukaart” te ontwikkelen waarbij gemeentes bij MRDH kunnen aangeven welk type pakket (bijvoorbeeld altijd gratis reizen in het dal of een specifiek bestedingspotje) met gebiedsaanduiding (bijvoorbeeld heel MRDH of specifieke concessies) ze voor een door hen te kiezen groep (bijvoorbeeld minima, ouderen, etc.) willen afnemen. De opties op de menukaart hebben een prijs of een indicatie daarvan. Bovendien kan MRDH haar overheden organisatorisch ontlasten bij de uitvoering.

We beschrijven eerst in hoofdstuk 2 de huidige arrangementen in MRDH met bijbehorende ervaringen en inzichten. Ook komen wat arrangementen aan bod die elders in Nederland voor dergelijke doelgroepen worden gebruikt. In hoofdstuk 3 werken we de mogelijke werking van een menukaart verder uit. Onderdeel daarvan is ook een stappenplan om een verzoek te vertalen naar concreet productaanbod. Ook de regiorol van MRDH komt aan bod. In hoofdstuk 4 toetsten we de maatregel aan de algehele doelstellingen van MRDH. In hoofdstuk 5 worden de verschillende mogelijkheden afgewogen. In Bijlage I staat een concreet voorbeeld van een menukaart en het sjabloon voor een doelgroep x product – matrix.

2 Bestaande kennis

In dit hoofdstuk beschrijven we allereerst het huidige aanbod binnen MRDH en de bijbehorende werkwijze (paragraaf 2.1). Vervolgens de ervaringen en inzichten van vervoerders binnen MRDH aan bod (paragraaf 2.2). In paragraaf 2.3 bespreken we ten slotte het aanbod voor specifieke doelgroepen in andere concessies in Nederland.

2.1 Huidig aanbod MRDH en werkwijze

Onderstaande tabel toont de huidige arrangementen voor minima en/of senioren binnen MRDH.

Vervoerder	Gemeente	Doelgroep	Arrangement	Opmerkingen
EBS	Rozenburg (gemeente R'dam)	65+, AOW gerechtigden inkomensgrens	Rozenbrug Vrij AOW	Ov-chipkaart, aanvullend aan RET-product
HTM	Den Haag	AOW-gerechtigden, minima	Ooievaarspas	
	Den Haag (Stichting Leergeld)	Jongeren (12-18) uit gezinnen met een minimum inkomen		
RET	Rotterdam, Albrandswaard, Barendrecht, Capelle ad IJssel, Ridderkerk, Schiedam	AOW gerechtigde inwoners (soms inkomensgrens)	Gratis OV voor AOW-gerechtigden (op werkdagen na 9 uur)	Beperkte geldigheid op metrolijn E, niet op fastferry Hoek van Holland

De huidige minima/senioren-arrangementen worden door verschillende gemeentes direct bij de verschillende vervoerders afgenomen. Voor bijna al deze arrangementen geldt dat de prijs die een gemeente uiteindelijk betaalt afhankelijk is van de daadwerkelijk gereisde kilometers. Voor het eerste jaar wordt een aanvankelijke inschatting gemaakt op basis van een aantal parameters, zoals specifieke kenmerken van de doelgroep en kwaliteit en omvang van het OV-aanbod. In een aantal gevallen wordt er vervolgens achteraf verrekend en in de overige gevallen dienen de daadwerkelijk gereisde kilometers als input voor de prijsberekening van jaar 2, etc. In dat laatste geval weet de gemeente dus wel telkens aan het begin van ieder jaar voor welke totale kosten zij intekenen.

Uitzondering op bovenstaande is een arrangement dat Stichting Leergeld¹ afneemt bij HTM. Deze stichting betaalt een vast bedrag per deelnemer, onafhankelijk van gebruik.

Bij RET zijn de arrangementen niet geldig in de spits, de Ooievaarspas voor senioren is bij HTM sinds kort wel geldig in de spits.

Het is altijd de partij die het arrangement afneemt bij de vervoerder, die bepaalt wie er in aanmerking komt voor het arrangement.

2.2 Ervaringen en inzichten vervoerders MRDH

HTM geeft aan dat een relevant deel van de gebruikers van de Ooievaarspas niet begreep dat ze pas na 9.00 uur gebruik kon maken van het arrangement. Als gevolg daarvan is de pas nu altijd geldig. RET herkent dit niet en is juist tevreden over de werking en houdt op deze wijze deze doelgroepen uit het OV tijdens de drukste tijdsperioden.

RET heeft informatie uit eerdere onderzoeken en de monitoring van de reisgedrag in de eerste jaren van de deze projecten. Als gevolg van het gratis zijn (voor de reiziger), groeit het OV-gebruik met 30% tot 50%. Het reisgedrag van de 65-plusser blijft redelijk voorspelbaar, maar bij minima is dat een stuk minder. De kosten voor het reizen lopen dan vaak enorm op omdat de leeftijdsgroepen volwassen en jeugd (12-18 jaar) gemiddeld veel meer ritten maken en de ritten worden afgerekend op basis van regulier vol tarief saldo reizen. Het gebruik van het product door reizigers is dus vaak groter dan de doelstelling achter het arrangement. Als gevolg daarvan zijn de kosten voor de gemeenten dus vaak hoger dan nodig voor diezelfde doelstelling.

RET weet ook dat de arrangementen voor minima (in tegenstelling tot senioren) veel handlingskosten voor de gemeente - alleen de gemeente kan de selectie/inkomenstoets doen – met zich meebrengen. De distributie van een reisproduct aan een besloten doelgroep is arbeidsintensief. Ervaring leert tevens dat wanneer iemand niet meer in aanmerking komt omdat het inkomen is gestegen, het in de praktijk lastig blijkt om het vrij reizen product stop te zetten. De techniek achter de huidige OV-chipkaart maakt het nodig dat een kaarthouder zelf actie onderneemt zolang de geldigheidsduur van het product op de ov-chipkaart nog niet is verstreken. Die kaarthouder heeft daar geen intrinsieke motivatie voor.

Bij RET zijn alle arrangementen momenteel in opdracht van een gemeente. Per project wordt een apart reisproduct gemaakt met eigen productvoorwaarden. De gemeente selecteert de deelnemers en het reisproduct wordt op de persoonlijke chipkaart van de deelnemers geplaatst. Voordeel is dat het reisgedrag van de totale groep gemonitord kan worden zodat na het eerste jaar de kosten van het reizen nauwkeurig bepaald kunnen worden per gemeente/project. Een ander voordeel van een product per gemeente is dat er makkelijk afgerekend kan worden per gemeente en dat ook starten en stoppen op iedere gewenste datum per gemeente kan ingaan. Een nadeel van de huidige situatie is dat er meerdere producten onderhouden moeten worden.

¹ De stichting is een samenwerking tussen de Gemeente Den Haag, lokale fondsen, het bedrijfsleven en particulieren en richt op kinderen van 4 tot 18 jaar uit gezinnen met een laag inkomen.

2.3 Ervaringen elders in Nederland

In Limburg biedt Arriva een systeem aan waarbij gemeenten een keuze maken uit de bestaande reisproducten, zoals bijvoorbeeld korting of een afgekocht reisrecht, voor een door de gemeente bepaalde doelgroep.

De gemeente Amsterdam (en ook Diemen) koopt een interoperabel product in bij de vervoerders voor oudere minima dat geldig is op het grondgebied van de gemeente. Het nieuwe GVB Flex biedt een kans voor het gratis of goedkoper laten reizen van ouderen of minima, waarbij de gemeente de kosten voor het product deels of geheel voor haar rekening neemt. Zo koopt de gemeente dus niet per definitie het volledige gebruik af, maar voorziet het de minima in een passende korting.

In Noord-Brabant hebben de gemeenten Eindhoven en Tilburg reisproducten voor specifieke doelgroepen ingekocht bij hun vervoerders. Tilburg biedt minima de Meedoenpas aan. Die pas was aanvankelijk niet persoonlijk met overmatig gebruik door verschillende personen als gevolg. Mede daardoor resulteerde de vaste prijsafsprake tussen Tilburg en Arriva tot een – in de ogen van Arriva – te lage opbrengst per kilometer. Eindhoven biedt minima en ouderen gratis OV in de daluren. Hermes voert daarvoor een specifiek reisproduct Dal Vrij Brabant.

3 Oplossingsrichtingen

We gaan in paragraaf 3.1 eerst in op de menukaart (aanbod) waarbij we onderscheid maken tussen keuze-opties en de combinatie van betalingswijze en prijs daarvan. Ook kijken we naar korte en lange termijn mogelijkheden. Daarnaast heeft interoperabiliteit specifieke aandacht. Daarna komen in paragraaf 3.2 aandachtspunten aan bod en geven we een stappenplan voor het vertalen van een probleemstelling naar een concreet productaanbod. Vervolgens werken we in paragraaf 3.3 de regierol van MRDH (inclusief een mogelijk gezamenlijke uitvoeringsorganisatie) verder uit.

3.1 Menukaart

We maken onderscheid tussen de keuze-opties op de menukaart en de betalingswijze/prijs van die keuze-opties. Zowel de additionele mogelijkheden voor de toekomstige techniek aangaande OV-betalen als interoperabiliteit krijgen daarnaast specifieke aandacht.

3.1.1 Keuze-opties menukaart

Het ligt voor de hand dat de menukaart grotendeels bestaat uit het huidige assortiment aan reisproducten voor de consumenten- en/of zakelijke markt. Dat voorkomt ontwikkel-, implementatie- en eventuele extra exploitatiekosten. Voor bestaande producten bestaan verkoopkanalen en zijn er indien nodig afspraken over de opbrengstverdeling. Mogelijk vraagt aanbod aan een besloten groep wel extra inspanningen voor informatie, service, verkoop- en/of distributie.

De mogelijkheden van de huidige OV-chipkaart en het aanbod door de diverse vervoerders binnen de metropoolregio zijn bekend. In de bijlage zijn abonnementen opgenomen die in alle concessies van

MRDH geldig zijn. Voor het specifieke aanbod per concessie, verwijzen we naar de website van betrokken vervoerder.

In de basis bevat de menukaart dus het geldende productaanbod, zoals Regio Abonnementen en kortingsproducten. Relevant is dat kortingsproducten an sich naar oordeel van de werkgroep geen uitkomst bieden voor de relevante doelgroepen, omdat het OV-reizen ze dan alsnog geld kost. Een belangrijk inzicht voor Regio Abonnementen en andere Altijd Vrij reizen producten is dat het resulteert in overbenutting. Onderzoek van RET toont aan dat dit kan gaan om 30 tot 50% extra reizen vergeleken met reizigers die zelf voor een dergelijk product betalen.

Het bestaande aanbod kan eventueel uitgebreid worden met enkele variaties en aanpassingen:

1. *Altijd Vrij reizen.* Deze optie kan worden toegevoegd als de huidige Regio Abonnementen niet voldoen qua afbakening. Het wordt dan geen afbakening naar zones, maar naar bijvoorbeeld vervoerder of gemeente. Deze Altijd Vrij reizen producten hebben net als de Regio Abonnementen het potentiële nadeel van overbenutting.
2. *Dal Vrij reizen:* Alleen vrij reizen gedurende de minder drukke tijdstippen. Welke tijdstippen dit zijn, hangt logischerwijs samen met de eventuele introductie van Dalkorting en welke geldigheidsperiodes daarvoor worden aangemerkt. Dal Vrij reizen maakt momenteel geen onderdeel uit van het productaanbod. Voor veel doelgroepen die in aanmerking komen voor een arrangement is het echter prima mogelijk buiten de spits te reizen. RET past dit momenteel ook toe op haar arrangementen. Door Dal Vrij reizen kan de doelgroep voorzien worden en kan er tegelijkertijd bijgedragen worden aan de doelstelling de drukke spitsperiodes te ontlasten. Maar als een doelstelling van een aanbod is om woon-werk-verkeer of woon-school-verkeer te faciliteren, past een abonnement niet dat alleen reizen in de daluren mogelijk maakt. Deze Dal Vrij reizen producten kunnen uiteraard ook resulteren in overbenutting.
3. *Reistegoed.* Dit past bij een maatwerkeraanbod en leidt tot gematigd en gepast gebruik. Het concept van een Reistegoed maakt budgetbeheersing door de overheid mogelijk. Bovendien kan het tegoed uitkomst zijn van een afweging hoeveel reizen (school, werk, recreatief) passen bij de doelstellingen voor een betrokken doelgroep. Het maakt dat reizigers bewustere en meer gerichte keuzes maken wanneer het OV te gebruiken. Met de huidige techniek van de OV-chipkaart is het echter niet goed mogelijk om reizigers een bepaald (maximaal) OV-budget te geven. Het is weliswaar mogelijk reizigers van een bepaald budget op hun OV-chipkaart te voorzien, maar dat budget is niet te oormerken. Men kan het bedrag op de chipkaart inruilen voor contant geld en dat voor andere doelen aanwenden. Bovendien kan met saldotegoed op de OV-chipkaart in heel Nederland gereisd worden.
4. *Reistegoed in combinatie met kortingsproduct.* Een kortingsproduct an sich is geen passend aanbod. In combinatie met een Reistegoed is het wel een mogelijkheid. Het biedt meer reisopties. Bovendien kan het kortingsrecht van kracht blijven als het budget op is. De reiziger kan dan zelf saldo toevoegen. Om een prijsprikkel naar minder drukke momenten te geven, kan een kortingsrecht bijvoorbeeld alleen gedurende de dalperiode van toepassing zijn. Of er kan een hoger kortingspercentage zijn in het dal dan gedurende de spitsstijden. Een kortingsrecht van 20% heeft in de praktijk niet veel effect. De korting moet minstens 40% bedragen. Een optie is te voorzien in 20% korting in de spits en 40% korting in het dal of een meer gedifferentieerd patroon. Zie daarvoor ook de rapportage Dalkorting. De kanttekeningen van het Reistegoed blijven echter van kracht met de huidige OV-chipkaart.

3.1.2 Mogelijkheden toekomstige techniek in het OV

Zoals gesteld is het met de huidige techniek van de OV-chipkaart niet mogelijk om een tegoed te oormerken voor OV-gebruik. In de toekomst wordt account based ticketing (ABT) mogelijk. De eerste toepassingsmogelijkheden daarvan zijn al praktijk bij NS en GVB. Beide vervoerders hanteren de productnaam 'Flex'. Mogelijk dat de toekomst, zoals bij NS en GVB in Amsterdam, zich in MRDH reeds op korte termijn aandient. In dat geval is het wel mogelijk om reizigers een specifiek OV-budget toe te kennen, al dan niet met korting.

Dankzij ABT is het beter mogelijk om het product af te stemmen op het doel dat het moet dienen. Tegelijkertijd vraagt de privacywetgeving (AVG) om benodigde zorgvuldigheid in het omgaan met persoonsgebonden gegevens. De inschatting is dat deze werkwijze voor dergelijke arrangementen nog ongeveer vijf jaar op zich laten wachten bij MRDH. Dit komt onder meer omdat dan ook een verkoop- en facturatiesysteem beschikbaar moeten zijn en bepaald zal moeten worden hoe de doelgroep door de kredietcheck kan komen en op wiens naam het account wordt aangevraagd.

3.1.3 Betalingswijze/prijzen keuze-opties menukaart

Er zijn in principe drie manieren voor gemeentes om vervoerders te betalen voor de gekozen opties van de menukaart. De eerste is dat er vooraf een prijs per deelnemer overeengekomen wordt die alleen afhankelijk is van de gekozen optie en eventueel een korting op basis van het aantal deelnemers. De gemeente weet dan aan de voorkant waar het aan toe is. In deze variant is het daadwerkelijk gebruik irrelevant, ook voor een eventuele prijs in het volgende jaar. In dat geval bestaat dus de kans dat een gemeente (structureel) meer (of minder) betaalt dan het reisgedrag van de deelnemers aan het arrangement rechtvaardigt.

In de tweede variant wordt er een prijs voor het eerste jaar bepaald, maar ontstaat de prijs voor het volgende jaar telkens op basis van het daadwerkelijk gebruik van de afgenomen producten binnen het arrangement. De gemeente weet ook in dit geval aan het begin van ieder jaar voor welk bedrag zij intekent. Deze variant wordt momenteel in de meeste gevallen toegepast.

In de derde variant betaalt de gemeente daadwerkelijk op basis van het geconstateerde gebruik over het afgelopen jaar. In deze variant weet de gemeente niet aan het begin van het jaar voor welk bedrag zij intekent.

Voor varianten 2 en 3 is het noodzakelijk dat de vervoerder het daadwerkelijk gebruik van een bepaald arrangement voor een gemeente kan vaststellen. Dit kan in de huidige situatie alleen door het aanmaken van een specifiek product. Een specifiek product biedt verder het voordeel dat start- en/of einddatum eenvoudig per gemeente ingeregeld kunnen worden. Daarnaast kunnen bij separate producten de productvoorwaarden aangepast worden naar wens van de gemeente, met eventuele prijsconsequenties.

Voor zowel variant 2 als 3 geldt echter dat er geen algemene menukaart inclusief prijzen aan de verschillende gemeentes aangeboden kan worden. In variant 2 zal de door de vervoerder voorgestelde prijs (voor het eerste jaar) namelijk afhankelijk zijn van specifieke kenmerken van de doelgroep en gemeenten, zoals kwaliteit en omvang van het OV-aanbod. En in variant 3 is de prijs pas achteraf bekend. Dit staat los van de technische werking van het huidige of toekomstige OV-betalen en is een direct gevolg van de wijze van verrekening.

De conclusie is dat alleen in de eerste variant het mogelijk is om de gemeentes een menukaart met goede indicatieve prijzen aan te bieden. Er is dan echter geen sprake van maatwerk als het gaat om de prijsvoering van een product. Het zal werkbaar zijn voor vervoerders om alle keuze-opties van een goede prijsopgave te voorzien als het aantal opties, buiten het standaard productaanbod, beperkt is.

De gemeente kan er in varianten 1 en 2 voor kiezen om slechts een deel van de kosten op zich te nemen en daarmee de mogelijke deelnemers aan het arrangement een korting te geven op de aanschaf van een product in plaats van ze het gratis aan te bieden. Dit past bij de insteek om de beleidsdoelen met een kleiner budget te kunnen halen. In variant 3, waar er achteraf wordt afgerekend, is dit richting de deelnemers sowieso geen werkbare situatie.

Het is aan MRDH en de gemeentes om een keuze te maken uit de beschikbare varianten.

3.1.4 Interoperabiliteit

Als er gekozen wordt voor producten uit het bestaande consumentenassortiment dan is interoperabiliteit in de meeste gevallen gegarandeerd. De Regio Abonnementen zijn interoperabel (binnen heel MRDH en provincie Zuid-Holland) en dat geldt ook voor Altijd Korting (zelfs landelijk). Het ligt voor de hand dat eventueel nieuw te introduceren producten zoals Dalkorting ook binnen heel MRDH geldig zullen worden.

Voor producten buiten dit assortiment is dat lastiger te realiseren. Als een reisproduct bij meerdere vervoerders geldig moet zijn, dan kan dat, maar het maakt het beheren van het contract complexer en duurder. Dat komt mede door de noodzaak van het verdelen van de opbrengsten. In dat geval ligt het mogelijk meer voor de hand om bij verschillende vervoerders aparte producten af te nemen.

3.2 Stappenplan

Deze paragraaf geeft een stappenplan voor het vertalen van een probleemstelling, bijvoorbeeld in een gemeentelijke motie, naar een concreet productaanbod. Veel onderdelen hangen met elkaar samen. Het is dan ook geen lineair proces.

3.2.1 Vraagarticulatie

Het is allereerst cruciaal om de vraag/het probleem van een gemeente in relatie te brengen tot bepaalde wensen voor OV-gebruik. Daarvoor zijn een aantal stappen nodig.

- Bepalen doelgroep: Gaat het bijvoorbeeld om senioren, of om inwoners met een bepaald minimuminkomen (zoals onder 120% WSM). En gaat het dan om individuen of gezinnen? Zie ook de rapportage Gezins- en groepsarrangementen over de mogelijkheden om alle kinderen tot 12 jaar binnen MRDH goedkoper of gratis te laten reizen.
- Identificatie doelgroep: In hoeverre is het mogelijk de bedoelde doelgroep ook daadwerkelijk te identificeren? Als dat moeilijk, of wellicht onmogelijk is, dan zal de doelgroep (wellicht) opnieuw gedefinieerd moeten worden.
- Volume doelgroep: Hoe groot is de doelgroep?
- Welk doel wil je bereiken? Wil je de doelgroep bijvoorbeeld de mogelijkheid bieden om sociaal-recreatief actief te zijn, of gaat het om woon-werk-verkeer?

- Van doelstelling naar reisbehoefte: Doelstellingen als ‘het onderhouden en uitbreiden van sociale en zakelijke contacten’ moeten vertaald worden naar een reisbehoefte. Moet de doelgroep onbeperkt kunnen reizen of past een aanbod waarmee ze bijvoorbeeld tien keer per maand kunnen reizen?

3.2.2 Inventarisatie

Op het moment dat het duidelijk is om welke doelgroep het gaat en welke reisbehoefte voor hen ingevuld moet worden, kan er gekeken worden naar de beschikbare (huidige) mogelijkheden en organisatorische complexiteit.

- Beschikbare oplossingen: In hoeverre zijn er momenteel al oplossingen praktijk om de reisbehoefte voor de doelgroep in te vullen?
- Toetsing: Afhankelijk van de doelgroep kan het noodzakelijk zijn periodiek te toetsen of deelnemers nog aan de voorwaarden voldoen. Een senior blijft senior (tot overlijden), maar als de doelgroep bijvoorbeeld afhankelijk is van het inkomen, dan kan dat veranderen
- Informatievoorziening: Hoe worden potentiële deelnemers geïnformeerd over de mogelijkheden van het aanbod?
- Juridische vraagstukken: Betrek tijdig juridische expertise. Toets of het type aanbod is toegestaan. Heb bijzondere aandacht voor het feit dat je werkt met persoonsgegevens. Wat mag wel, wat mag niet, met name in relatie tot de AVG?
- Distributie: Hoe komt het reisrecht bij de deelnemer terecht? Omdat de Rotterdamse metro is afgesloten, moet iedere reiziger over een eigen OV-chipkaart beschikken om de poortjes te openen. Dat is zeker een aandachtspunt als er een aanbod uitgewerkt wordt voor gezinnen. Zie ook hier de rapportage Gezins- en groepsarrangementen.
- Uitvoering: Er is altijd sprake van extra uitvoeringskosten, zowel bij gemeente(n) als vervoerder(s). Denk bij gemeenten aan de afwikkeling van aanvragen. Mag iemand gebruik (blijven) maken van het aanbod? Indien de doelgroep al bekend is in andere regelingen kunnen deze kosten meevallen. Voor specifieke, nieuwe groepen kunnen de gemeentelijke kosten € 70,- per aanvraag bedragen. Periodiek zal er een nieuwe beoordeling moeten zijn. In geval van een maatwerkproduct dan maakt de vervoerder kosten. Allereerst zijn er kosten voor ontwikkeling. Dit kan beperkt blijven door aanbod te kiezen dat zoveel mogelijk op een bestaand product lijkt. Daarnaast zijn er kosten voor het plaatsen van dat product en eventueel saldo op een kaart en het distribueren van die kaart. Ook deze kosten kunnen oplopen (indicatie € 3 per kaart).
- Beschikbare middelen: Welke financiële middelen zijn er beschikbaar om bij te dragen aan het (deels) behalen van de doelstelling?

3.2.3 Aanbod

De combinatie van reisbehoefte, doelgroep en budget vertaalt zich naar specifiek productaanbod.

- Periode: Over welke periode wil je een reisrecht aanbieden? Voor een maand, voor een jaar, voor altijd? Het is met de huidige techniek niet eenvoudig om een bepaald reisrecht zonder medewerking van de reiziger van de kaart af te halen. Daarom ligt een afgebakende periode meer voor de hand. Maar er geldt een afweging ten opzichte van de kosten om het product periodiek op de kaart te plaatsen.

- Reisgebied: In welk gebied wil je reizen voor de doelgroep faciliteren? Binnen geheel MRDH? Binnen een bepaalde gemeente? Bij een bepaalde vervoerder? De grote gemeenten Den Haag en Rotterdam zullen veelal grenzen trekken bij het aanbod 'binnen de stadsgrenzen' van HTM en RET. De kleinere gemeentes neigen eerder naar een arrangement dat ook de gelegenheid biedt buiten de gemeente te reizen. School, werk of vermaak kan immers verder weg, buiten de eigen gemeentegrenzen te vinden zijn.
- Reismoment: Op welke momenten wil je reizen voor de doelgroep faciliteren? Altijd? Alleen op werkdagen? Alleen buiten de (ochtend)spits? Dit hangt natuurlijk voornamelijk af van de doelstelling. Zo is voor het stimuleren van OV-gebruik voor woon-werk-verkeer het niet passend alleen reizen buiten de (ochtend)spits te willen stimuleren.
- Kortingspercentage: Hoeveel korting wil je de doelgroep geven op het reizen? Wil je ze gratis laten reizen (100% korting) of wil je ze goedkoper laten reizen (minder dan 100% korting)?
- Bijdrage gebruiker: Welke bijdrage verlang je van de deelnemers? Geef je het reisproduct gratis weg, of verlang je ook een bijdrage van hen?

3.3 Regierol MRDH

MRDH kan de regierol in het proces oppakken door een uitvoeringsorganisatie te laten ontstaan en aan te sturen die de gemeentes 'ontzorgt'. Hierbij is een eerste inschatting op basis van het huidige aanbod en de frequentie waarover hier nieuwe afspraken over worden gemaakt, dat dit niet meer tijd kost dan ¼ tot ½ fte.

Het toekennen van een arrangement aan een persoon zal altijd een taak van de individuele gemeenten zijn. Zij blijven dus ook in deze opzet verantwoordelijk voor een belangrijk, en afhankelijk van de doelgroep wellicht tijdrovend, onderdeel in het proces.

Maar in andere uitvoerende taken kan het nodige synergievoordeel gevonden worden. Verschillende gemeenten zullen baat hebben bij (ontwikkeling van) specifieke expertise en gereedschap op één plek zodat de administratieve last en kosten beperkt kunnen worden.

Door de centrale rol van MRDH wordt daar onder meer kennis opgebouwd over prijs en waarde van specifieke arrangementen. MRDH zal een serieuze sparringpartner worden voor de vervoerders en de offertes van die vervoerders toetsen op plausibiliteit dan wel de facturen beoordelen op correctheid. Het kan het in paragraaf 3.2 beschreven stappenplan met een gemeente doorlopen.

Afhankelijk van de keuzes aangaande de opzet van de menukaart kan de uitvoeringsorganisatie daarnaast

- bepalen met welke vervoerders er überhaupt afspraken gemaakt moeten worden;
- eventuele opbrengstverdeling (laten) verzorgen in geval van reisproducten die bij meerdere vervoerders en/of in meerdere concessies geldig zijn;
- zorgdragen voor distributie van reisproducten naar rechthebbenden;
- ondersteunen bij communicatie met en onderhoud van de accounts van de rechthebbenden;
- informatieproducten verzorgen die inzicht bieden in feitelijk gebruik en de mate waarin het gebruik aansluit op de doelstellingen die een gemeente nastreeft;
- de menukaart onderhouden zodat deze eigentijds blijft en past bij de vraag en behoefte van gemeentelijke overheden;

- de relatie met de nodige gemeenten onderhouden.

Aangezien de inkomsten van MRDH afhankelijk zijn van de reizigersopbrengsten, is het wel de vraag of MRDH formeel gezien de juiste positie heeft om namens gemeentes met vervoerders te onderhandelen over scherpe prijzen. Mogelijk ontstaat daar een belangenverstrengeling.

4 Toetsing aan doelstellingen

Zoals gesteld in de introductie zijn de drie doelstellingen van MRDH

- Spreiding: Reizigers beter te spreiden en/of het (bestaande) systeem beter te benutten;
- Extra middelen: (Extra) middelen te genereren als (co)financiering voor nieuwe investeringen en/of uitbreiding van het voorzieningenniveau;
- Toegankelijkheid: Het OV toegankelijk te houden voor de inwoner van het gebied, meer in het bijzonder voor specifieke doelgroepen.

In dit hoofdstuk toetsen we in hoeverre deze doelstellingen gehaald worden door de doorgerekende varianten.

4.1 Spreiding reizigers

Deze maatregel heeft in principe geen effect op deze doelstelling. Uiteraard ligt het met het oog op deze doelstelling wel voor de hand om zoveel mogelijk voor de minima en/of senioren arrangementen te kiezen die het reizen buiten de spits stimuleren.

4.2 Extra middelen

Arrangementen voor minima en/of senioren kosten de gemeenten geld en genereren dus geen extra middelen.

4.3 Toegankelijkheid

Deze maatregel verhoogt nadrukkelijk de toegankelijkheid voor de desbetreffende doelgroepen. We merken hier nogmaals op dat als een doelstelling van een aanbod is om woon-werk-verkeer of woon-school-verkeer te faciliteren, een abonnement dat alleen reizen in de daluren mogelijk maakt niet past.

5 Samenvatting uitkomsten verkenning varianten

Arrangementen voor specifiek doelgroepen zoals minima en senioren dragen nadrukkelijk bij aan de doelstelling tot meer toegankelijkheid in het OV. Het mogelijke aanbod kan samengebracht worden

op een menukaart. Het is alleen afhankelijk van de gekozen verrekeningswijze of deze menukaart ook voorzien kan worden van op voorhand bekende prijzen. Het is onze inschatting dat MRDH met een beperkte inspanning de gemeenten kan ontlasten aangaande (het regelen van) deze arrangementen, in het bijzonder door gebruik te maken van het in dit document beschreven stappenplan om een aanvraag te concretiseren tot productaanbod.

De keuze voor producten om een bepaalde doelstelling met beperkte middelen te realiseren is geen eenvoudige. Kortingsproducten zijn mogelijk niet altijd passend, omdat het altijd een bijdrage van de gebruiker vereist, terwijl afgekochte reisrechten zoals Regio Abonnementen het risico van overbenutting door de gebruiker, en daarmee overbetaling door de gemeente, met zich meedragen. Het aanbieden van een Reistegoed, eventueel in combinatie met een kortingsproduct, lijkt een goede mogelijkheid. Met de huidige techniek van het OV-betalen is het echter niet mogelijk dit tegoed te oormerken voor OV-gebruik (binnen MRDH). In tegenstelling tot GVB geeft RET aan dat het naar verwachting nog wel vijf jaar duurt voordat dit wel mogelijk wordt.

Bijlage I: Menukaart

Actueel aanbod abonnementen consumentenmarkt

Onderstaande tabel toont de momenteel beschikbare reisproducten die in alle concessies van MRDH geldig zijn. Altijd Korting is een landelijk product. De prijzen zijn per maand, inclusief BTW en op prijspeil 2020. Deze abonnementen kunnen ook per jaar worden gekocht. De prijs bedraagt dan 10-maal de prijs van een maandabonnement. In paragraaf 3.1 worden ook Altijd Vrij reizen, Dal Vrij reizen, Dalkorting en een Reistegoed genoemd als opties voor een menukaart voor arrangementen voor minima en senioren. MRDH kent die abonnementen momenteel dus niet.

Product	Kind	Jeugd	Volwassen	Senior
Altijd Korting	€ 19,50	€ 19,50	€ 19,50	€ 19,50
Regio Abonnement - 1 ster	€ 35,00	€ 35,00	€ 53,00	€ 35,00
Regio Abonnement - 2 ster	€ 57,00	€ 57,00	€ 87,00	€ 57,00
Regio Abonnement - 3 ster	€ 85,00	€ 85,00	€ 129,00	€ 85,00
Regio Abonnement - 4 ster	€ 113,00	€ 113,00	€ 171,00	€ 113,00
Regio Abonnement - 5 ster	€ 14,00	€ 14,00	€ 213,00	€ 14,00
Regio Abonnement - 6 ster	€ 169,00	€ 169,00	€ 257,00	€ 169,00
Altijd Vrij Reizen	Afhankelijk van gebied			
Dal Vrij Reizen	Afhankelijk van gebied			
Dal Korting	Bestaat (nog) niet			
Reistegoed	Te bepalen door gemeente			

Menukaart en stappenplan samengebracht

Een gewenste uitkomst van de ontwikkeling van een arrangement voor kwetsbare doelgroepen is een matrix met productaanbod aan bepaalde groepen reizigers. In de cellen van de matrix komen de kosten van het productaanbod (aantal rechthebbende reizigers in de doelgroep * prijs aanbod). Hieronder de structuur van een dergelijke matrix. Deze kan van een concrete invulling voorzien worden door het stappenplan uit paragraaf 3.2 te combineren met het concrete productaanbod.

	Tegoed	Tegoed in combinatie met korting	Abonnement Vrij reizen
Doelgroep 1 (bijvoorbeeld WSM 110%)	<i>Aantal * kosten: €</i>	<i>Aantal * kosten: €</i>	<i>Aantal * kosten: €</i>
Doelgroep 2	<i>Aantal * kosten: €</i>	<i>Aantal * kosten: €</i>	<i>Aantal * kosten: €</i>
Doelgroep	<i>Aantal * kosten: €</i>	<i>Aantal * kosten: €</i>	<i>Aantal * kosten: €</i>

Kortingsproducten zonder tegoed zijn hier niet opgenomen, omdat deze naar verwachting niet passend zijn voor de doelgroep. Geldigheid en kortingspercentages kunnen afhankelijk zijn van het reis-moment. Zo heeft een Abonnement Vrij reizen dus ook betrekking op Dal Vrij reizen.

Colofon

Dit is een publicatie van:

Hypercube Business Innovation

Postbus 692

3500 AR Utrecht

Telefoon: 030 - 233 80 80

E-mail: info@hypercube.nl

KvK-nummer: 30160715

www.hypercube.nl

Hypercube is een onafhankelijk adviesbureau voor de publieke en private sector. Op economisch verantwoorde wijze onderzoekt en analyseert Hypercube sinds 1 januari 2000 onder meer voor het OV in het domein van de OV-chipkaart, reizigersinkomsten en tariefbeleid.