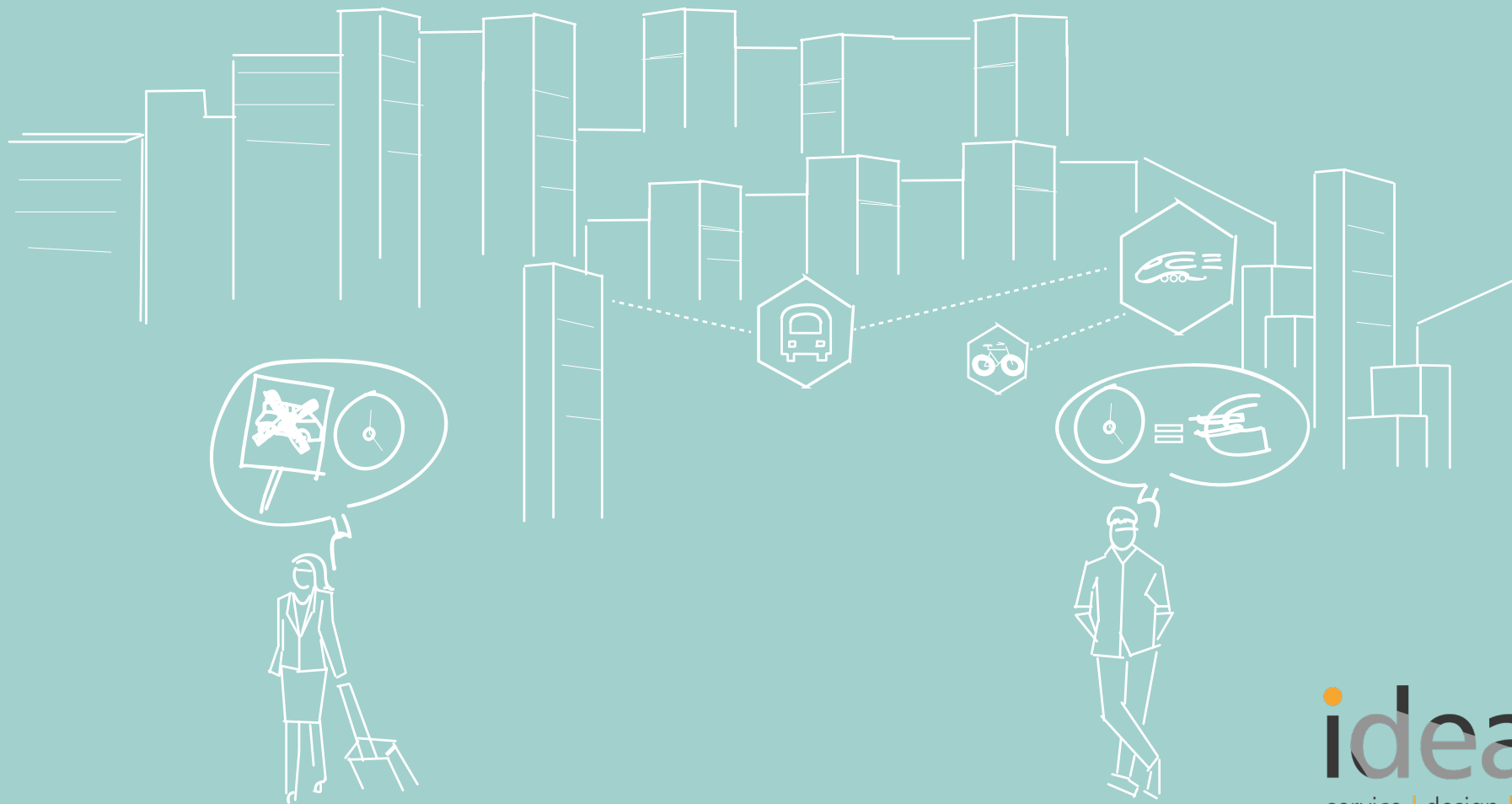
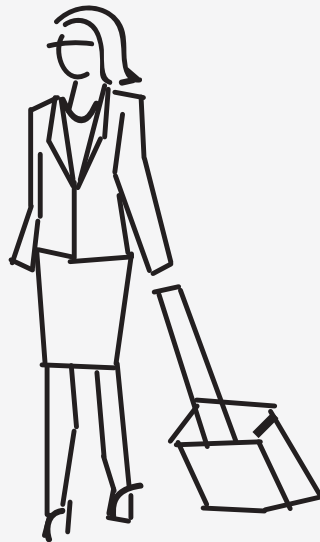


Reizigersonderzoek Zuidas Mobility Experience

Een verkenning van reizigersbehoeften, gedrag en opinies rond MaaS



“Ik had door lange werkdagen en file nooit tijd voor mezelf. Door de Experience heb ik nu een nieuwe hobby: luisterboeken in de trein. Eigenlijk is mijn werkdag ook een stuk realistischer geworden!”



Voor verdere vragen kan contact opgenomen worden met:

Over de Zuidas Mobility Experience:

Joost de Jong
joost.dejong@arcadis.com

Over de aanbesteding voor marktpartijen:

Menno van der Linden
m.vanderlinden@amsterdam.nl

Over de uitvoering van het onderzoek:

Kate Spierings
kate@ideate.nl

Introductie op het Zuidas Reizigersonderzoek

Op de Zuidas worden de komende jaren 7000 woningen en een kwart meer kantooroppervlak gebouwd. Hierdoor gaat de vraag naar mobiliteit in het gebied flink stijgen. Deze mobiliteitsvraag kan niet geaccommodeerd worden met meer asfalt. Daarom wordt er gezocht naar maatregelen die ertoe kunnen leiden dat mensen vaker de auto laten staan of buiten de spits reizen.

De Gemeente Amsterdam ziet een kans Mobility as a Service (MaaS) via werkgevers aan Zuidas medewerkers aan te bieden, om de toenemende druk op de Zuidas infrastructuur te verlagen. Om de ontwikkeling van MaaS te ondersteunen, is de Zuidas Mobility Experience in het leven geroepen. Tijdens de Zuidas Mobility Experience konden participanten gedurende een maand een MaaS-aanbod bestaand uit een grote verscheidenheid aan diensten gebruiken en ervaren. Rondom deze

Experience is een uitgebreid reizigersonderzoek uitgevoerd.

Dit rapport is het resultaat van een kwalitatief en kwantitatief onderzoek naar de behoeften, eisen en wensen van Zuidas medewerkers. Om de ontwikkeling van MaaS op de Zuidas te ondersteunen, is onderzocht wat de behoeften van verschillende type reizigers zijn. Wat is belangrijk voor hen? Wat moet MaaS ze bieden? Wanneer is MaaS een alternatief?

De inzichten en aanbevelingen die zijn voortgekomen uit het onderzoek hebben als doel de Gemeente Amsterdam te ondersteunen bij het stimuleren van MaaS op de Zuidas, en om marktpartijen te helpen bij het vormgeven van MaaS-diensten die aansluiten bij de eisen en wensen van medewerkers van bedrijven op de Zuidas. Dit onderzoek is uitgevoerd door Ideate in opdracht van de Gemeente Amsterdam Zuidas.

Dit onderzoek is uitgevoerd door:

Renske Bouwknecht (Ideate)

Onno van der Veen (Ideate)

Kate Spierings (Ideate)

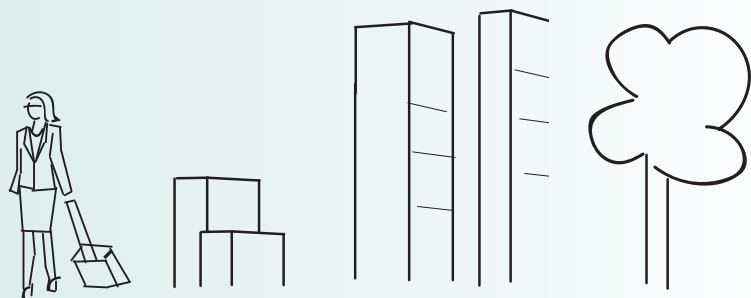
In opdracht van:

Finn van Leeuwen (Gemeente Amsterdam)

Menno van der Linden (Gemeente Amsterdam)

In samenwerking met:

Gemeente Amsterdam Zuidas, Arcadis, de Mobiliteitsfabriek en de Green Business Club



Inhoudsopgave

Kwalitatief reizigersonderzoek	6
Toelichting onderzoeksmethodiek	6
Kwalitatief onderzoek	6
Kwantitatieve validatie	6
Inzichten uit het reizigersonderzoek	7
Hoofdinzichten	7
Inzichten per stap in de MaaS reis	15
De verschillende typen Zuidas reizigers	22
Omschrijving persona dimensies	22
Zuidas personas	23
Vergelijking personas	36
Kwantitatieve validatie	38
Hoofdinzichten	38
Aanbevelingen en conclusies	42
Aanbevelingen Gemeente Amsterdam	42
Kwaliteitscriteria MaaS aanbod	46
Kwaliteitscriteria diensten	46
Discussie en vervolg	48
Colofon	48
 Bijlagen	
Onderzoeksmaterialen	

Kwalitatief reizigersonderzoek



Toelichting onderzoeksmethodiek

Over de kwalitatieve onderzoeksactiviteiten

Reisgedrag is voor een groot deel gewoontegedrag en dus veelal onbewust. We staan vaak nauwelijks meer stil bij waarom we op een bepaalde manier reizen en wat we daar eigenlijk van vinden.

In dit onderzoek is er daarom gekozen om voor de Experience het reisgedrag van participanten in kaart te brengen met een 0-meting: de voorkeuren, gewoontes en opvattingen die zij hadden rond mobiliteit en vervoer. Tijdens de Experience vond door het ervaren van een MaaS-propositie een bewustwording plaats: wat vind ik echt belangrijk rond mijn mobiliteit? Na afloop van de Experience zijn vervolgens de behoeften en ervaringen in kaart gebracht met een 1-meting.

Uit de 75 deelnemers aan de Zuidas Mobility Experience zijn 15 participanten geselecteerd voor een uitgebreid kwalitatief onderzoek. Dit onderzoek is uitgevoerd in drie fasen:

- ⬡ Een 0-meting door middel van een kort interview van ca. 30 minuten over het initiële reisgedrag voor aanvang van de Zuidas Mobility Experience
- ⬡ Een bondig, wekelijks Whatsapp onderzoek gedurende de looptijd van de Zuidas Mobility Experience, met toegespitste vragen over de ervaringen gedurende deze weken
- ⬡ Een 1-meting door middel van een semi-gestructureerd interview van ca. 90 minuten na afloop van de Experience om de behoeften en ervaringen in kaart te brengen

Over de onderzoeksparticipanten

Medewerkers van bedrijven op de Zuidas kwamen in aanmerking om mee te doen aan de Experience indien ze 3 of meer werkdagen op de Zuidas werkten en met de auto en/of het OV naar werk kwamen.

Onder de 15 geselecteerde participanten varieerde de leeftijd van 24 tot 63 jaar. Onder de participanten was een goede man-vrouw verdeling (7 vrouwen, 8 mannen), een mix van gezinssituaties en een mix van beroepen: van verpleging tot legal consultancy. Ongeveer twee-derde van de geselecteerde deelnemers was woonachtig buiten de ring van Amsterdam. Twee van de 15 participanten zijn uitgevallen voor het einde van de Experience.

Dit aantal onderzoeksparticipanten (N=15) volstaat om de meeste gangbare denkbeelden en inzichten over MaaS op te halen. Een groter aantal participanten leidt over het algemeen niet tot meer of betere inzichten. Kwalitatief onderzoek heeft als doel nieuwe inzichten te ontdekken. Hiermee kunnen we een overzicht bieden van de denkbeelden die leven, maar nog niet over welk aandeel van de bevolking er zo over denkt. Daarom is er een aanvullend kwantitatief onderzoek uitgevoerd.

Over de kwantitatieve validatie

Met een kwantitatief onderzoek zijn de inzichten en denkbeelden uit het kwalitatieve onderzoek getoetst bij een grotere populatie. Het kwantitatieve onderzoek is uitgevoerd d.m.v. een korte enquête. Voor de validatie zijn 400+ respondenten benaderd:

- ⬡ Alle 75 deelnemers aan de Zuidas Mobility Experience; met extra vragen over de beleving en hun evaluatie van de Experience. 70% van de deelnemers heeft de enquête ingevuld.
- ⬡ Respondenten woonachtig in Amsterdam en werkzaam binnen de ring; met algemenere vragen over mobiliteit. In totaal is deze enquête door 323 respondenten ingevuld.

Met een gecombineerd aantal responses van 378 is een significant aantal deelnemers bereikt. Dit betekent dat we ervanuit mogen gaan dat de bevestigde inzichten gelden voor de gehele Zuidas populatie.

Intakegesprek

t/m 20 maart



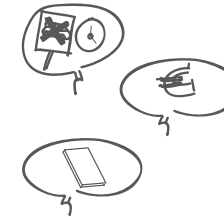
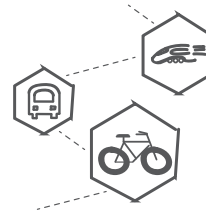
ZME

aanvang 3 april



Diepte interview

aanvang eind april



Enquete

aanvang eind mei

Verskillende profielen Zuidas reizigers in kaart

- Huidig reisgedrag, heersende opvattingen en motieven voor modaliteitskeuze
- Invloed van persoonlijke kenmerken
- Invloed van externe factoren en omgeving

Bewustwording van eigen reisgedrag

- Eigen motieven voor modaliteitskeuzes
- Cruciale details die ZME deelnemers belangrijk vinden bij het voorbereiden, plannen, reserveren, reizen, aanpassen, ondersteunen en betalen van de reis

Reisgedrag en ervaring ZME

- Situationele afwegingen om wel/niet te kiezen voor ZME diensten
- (Impactvolle) behoeften en belemmeringen tijdens ZME
- 'Totaalbeleving' en de interesse in MaaS als concept

Randvoorwaarden en wensen ophalen

- Randvoorwaarden waar aanbieders aan moeten voldoen, zodat de auto blijft staan
- Wensen ophalen rond de functionaliteiten plannen, ondersteund worden en betalen

Inzichten en persona's valideren

- Kwalitatieve hoofdinzichten kwantitatief valideren d.m.v. grote groep (n=500)
- Representatieve segmentatie reizigerspersonas

Legenda



Kwalitatief onderzoek met geselecteerde deelnemers Zuidas Mobility Experience



Kwantitatief onderzoek met deelnemers ZME en ingekochte respondenten

Hoofdinzichten reizigersonderzoek

Over de totstandkoming van deze inzichten

Tijdens een interne sessie zijn door Ideate globale inzichten over de verschillende categorieën in dit onderzoek opgehaald. De quotes zijn door Ideate in detail geanalyseerd en geïnterpreteerd. Deze analyse is verwerkt in dit verslag.

De inzichten zijn geordend en geclusterd in een aantal hoofdinzichten over het reizen met MaaS, en een aantal categorieën die samenhangen met de stappen binnen een MaaS-reis: 1e gebruik, plannen, reserveren, reizen, ondersteunen, aanpassen en betalen.

De beschreven inzichten zijn gebaseerd op de verzameling (clusters) van letterlijke quotes van wat de deelnemers hebben gezegd. Vervolgens zijn er per cluster interpretaties (inzichten) geformuleerd over de betekenis van deze quotes. De bijbehorende quotes zijn per inzicht toegevoegd ter onderbouwing.

De meest opvallende inzichten en wat zij voor MaaS betekenen zijn beschreven onder de “hoofdinzichten”. Verdere verrijking van deze hoofdinzichten en de overige inzichten en de betekenis voor MaaS zijn beschreven onder “Inzichten per stap in de MaaS reis”.

Hoge pijn rond mobiliteit = succes voor MaaS

Het voelen van pijn rond je huidige mobiliteitsoplossing is een belangrijke trigger om MaaS te willen proberen en gebruiken. Hoe groter de pijn die men voelt, des te groter de kans op een succesvolle MaaS-ervaring. Vormen van ‘pijn’ zijn bijvoorbeeld:

(Het gevoel hebben) binnenkort op werk je parkeerplaats te gaan verliezen

- *“We hebben bij ABN Amro externe parkeerplekken wegens ruimtegebrek. Ik voel vroeg of laat aankomen dat ik ook mijn externe parkeerplek wel eens kwijt zou kunnen raken”.*
- *“Kijk, als ik niet meer op werk zou kunnen parkeren, dan zou ik nog eens goed na gaan denken [of de lease auto omgeruild wordt voor de trein].”*

Hoge reiskosten ervaren voor het woon/werkverkeer

- *“Ik vind het gewoon zonde van het geld, die 2 auto's: ze zijn duur, milieuonvriendelijk, afhankelijk zijn van een externe parkeerplek, wat een gedoe zeg!”*

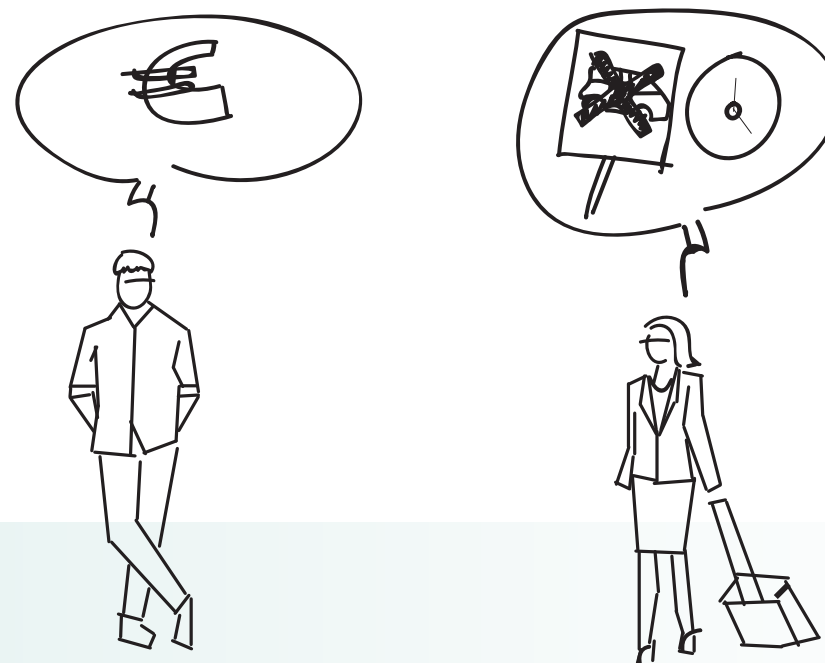
Wekelijkse files

- *“Ik heb een hekel aan file: stilstaan, het wachten, vreselijk, want je hebt geen controle. Ik rij nog liever om via de pont, kost me 2 euro, maar ik ben wel thuis.”*

Het ervaren van autorijden als stressvol na een lange werkdag of naast de werkdag geen tijd meer overhouden voor jezelf: want je kunt niets nuttigs doen, of hebt last van oplopende reistijd door file

- *“Ik rijd nu al zes en half jaar met de auto, elke dag heen en weer. En dat was in het begin ongeveer drie kwartier per enkele reis en op het laatst deed ik er gewoon standaard vijf kwartier, drie uur per dag in*

“Ik heb me opgegeven voor de Experience, omdat ik voel dat ik vroeg of laat mijn parkeerplek ga verliezen.”



de auto. Je hebt een lange dag op kantoor van meer dan acht uur en ik had dus geen enkele tijd meer voor mezelf. ”

- *“Ik ben gewoon niet zo’n fan van autorijden eigenlijk. Het is handig, maar ik vind het soms wel stressvol.*

De buitenstedeling vormt een grote bedreiging voor MaaS, en is tegelijkertijd het meest gewillig MaaS een kans te geven.

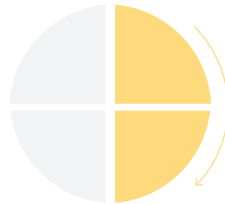
De slechte beschikbaarheid van vervoersmiddelen in het buitenstedelijk gebied en de slechte bereikbaarheid van dit gebied met regulier OV maken het moeilijk met MaaS te reizen: veel diensten vallen hierdoor simpelweg af. Daarom is de buitenstedeling vaak toch aangewezen op het gebruiken van een auto.

- *“De basis zal voor mij, zelfs met MaaS, een auto zijn. Ongeacht welke firma het uitzet en wat de regeltjes zijn. Anders kom ik gewoon niet rond in mijn omgeving.”*
- *“Waar ik woon is gewoon niks. Ja, een bus, en die rijdt met een enorm slingerende omweg richting Amsterdam. En dan ben je er nog niet, want dan moet je vanaf Bijlmer nog met de metro. Maar verder, geen trein, geen deauto, geen fietsen..”*

Ongeveer tweederde van de deelnemers aan de Experience was echter woonachtig in dit buitenstedelijke gebied. Deze groep voelt ook de meeste pijn: lange files, hoge reiskosten, lange reistijd.

“Het was wel even wennen..”

Men moet leren omgaan met MaaS: tijdens de overstap op MaaS vanaf de auto en/of het conventionele OV doorloopt men een vier-delig leerproces.



1 - Bewustwording door het ervaren van ongemakken

Mobiliteitsgedrag is gewoonte: tijdens een MaaS experiment of overstap op MaaS ondervindt men een periode van bewustwording. Dit gebeurt door de ongemakken die ze ervaren. Het wordt duidelijk wat je belangrijk vindt rond mobiliteit en welke voorkeuren je hebt.

- Over 1e keer e-bike: *“Als je dan haast hebt, moet je hard fietsen om op tijd te komen op werk. En als je dan bezweet aankomt, heb je ook geen tijd meer te douchen voor je vergadering, dan zit je daar met je plakkerige shirt”.*
- Over fietsen naar de trein: *“Ja, toen was ik wel nat, de bandplooi was goed uit mijn broek. Ze zien me al aankomen op werk. En dus ook te laat. Mijn ochtendroutine duurde nu langer.”*
- Over 1e week OV: *“Ik heb er een hekel aan als ik last heb van mensen. Als er dan iemand naast je staat in de metro met harde muziek.”*

2 - Leren reizen met MaaS

Men is gewend op de bekende manier te reizen. MaaS vraagt juist om nieuw reisgedrag. In de praktijk blijkt dat men aan enkele weken niet altijd genoeg heeft om met MaaS te leren reizen. Eerst moeten een of meerdere drempels overwonnen worden (in wisselende mate, en afhankelijk van het type reiziger). Deze leerdrempels zijn het:

A- Leren plannen van een reis en/of het leren ‘op tijd komen’:

- *“Het klinkt stom, maar het plannen met OV.. Het inchecken op station, waar is je pas? Dat soort dingen.” ‘*
- *“Waar ik steeds tegenaan liep? Simpelweg, de trein wacht niet op mij, als je hem mist, moet je weer wachten. Je zit dus vast aan die tijden.”*

B - Het leren omgaan met de bijbehorende systemen en technologie, zoals bijv. het unlocken van vervoer met apps

- *"Ik heb daar wel 10 minuten geprobeerd die HelloBike te openen, omdat ik niet wist dat je je Bluetooth moet aanzetten op je telefoon om de fiets te ontgrendelen".*
- *"En voor Urbee heb je dan je locatievoorzieningen nodig, ik las dat ergens, ik dacht 'ingewikkeld', laat maar. Ik weet niet hoe dat moet op mijn telefoon.."*

C - Het leren kennen van de individuele diensten (en hun limitaties) en in welke situatie ze voor jou van toepassing/handig zijn:

Bijv. ontdekken dat een vervoersmiddel terug gebracht moet worden naar dezelfde locatie, snappen wanneer de dienst handig is, inzicht in de tijd die het kost om 'op te stappen' op de dienst, begrijpen hoe je betaalt voor gebruik (per uur/ dagdeel/fluctuerende prijs/betalen voor stilstaan etc)

- *"Ik reed naar Amsterdam Noord met de Car2Go. Toen ik de auto op slot wilde zetten kon dat niet, ik bleek buiten het werkgebied te zijn. Achteraf gezien was het dus geen optie voor mij, ik moest weer terug rijden richting de ring. Heb toen een bus naar huis gepakt."*
- *"Toen ben ik dus in de verkeerde trein gestapt. Het klinkt stom, maar een sprinter klinkt voor mij sneller dan een intercity. Die blijkt dus juist overal te stoppen..."*



D - Het leren incorporeren van je nieuwe oplossing in je dagelijks routine:

- *"Ik ben vaker kleinere boodschappen gaan doen op de fiets, in plaats van een keer per week met de auto. Dat was veel makkelijker."*
- *"Ik kwam in de eerste week steeds te laat op werk, omdat ik voor de trein eerst nog de kinderen met de fiets weg moest brengen. Eigenlijk had ik steeds wat eerder op moeten staan."*

3 - Het ontdekken van nieuw verworven vrijheden en voordelen (maar geen unique sellings points (USPs))

Na gewinning ondervindt men nieuwe voordelen t.o.v. hun oorspronkelijke reismwijze. Deze kunnen echter niet als selling point worden gebruikt, want men is zich hier vooraf niet bewust van. Deze MaaS voordelen verschillen per type reiziger, maar zijn o.a.:

- Een betere werk-privé balans: *"Mijn werkdagen zijn een stuk realistischer geworden: op tijd weg om de trein te halen. Normaal zou ik doorwerken tot lang na de file, was ik zo tot half 8 op kantoor."*
- Meer lichaamsbeweging, omdat je het kan combineren met je woon-werkverkeer door lopen en fietsen, en meer buiten zijn: *"Na een lange werkdag en als de kinderen op bed liggen, heb je er vaak geen zin meer in. Sommige mensen denken, wat suf zo'n e-bike, maar nu heb ik toch mijn beweging gehad. Lekker in het zonnetje op de fiets naar huis."*
- Meer ontspanning en tijd voor jezelf door de stress van de file te vermijden en onderweg iets voor jezelf te kunnen doen: *"Ik had geen tijd voor mezelf meer. Nu heb ik door de Experience een nieuwe hobby, luisterboeken in de trein. Even je hoofd afdraaien, heel fijn."*

4 - Nieuw gewoontegedrag met MaaS

Ook met MaaS ontstaan er na verloop van tijd weer nieuwe routines en voorkeuren. Elke reiziger heeft zijn eigen keuze hiërarchie.

Algemeen geldt voor langere afstanden: trein vs (deel)auto en factoren

zoals kosten, totale reistijd, minimaal aantal overstappen en nuttige tijd
En voor kortere afstanden: (deel)fiets, tram, metro, bus, taxi en factoren
zoals beweging en buiten zijn, plezier, het weer

- *“Als de snelste route 5 minuten sneller is, dan de makkelijkste (minder overstappen), dan kies ik alsnog de makkelijke. Als het het 20 minuten scheelt weer niet.”*
- *“Het weer was toch wel bepalend, ga ik lopen of neem ik nu de metro?”*
- *“Als ik een paar dagen ergens heen ga, zou ik liever mijn eigen grote fiets meenemen, daar bind ik makkelijk mijn spullen op.”*
- *“Ik kijk altijd eerst of er een optie in de duurzame sector is, en daarna kies ik pas de snelste of goedkoopste optie.”*

De zakelijke vergevingsgezindheid die men voelt voor MaaS is minimaal (laag). Prive is dit minder het geval.

Men gunt MaaS voor zakelijke toepassing weinig ruimte voor fouten. Dit geldt vrijwel voor alle typen reizigers, maar om andere redenen, bijvoorbeeld:

- **Reistijd moet nuttige tijd zijn, oftewel onderweg kunnen werken:** *“Ik kan het niet maken om in de trein te gaan bellen met mijn klanten over sensitieve informatie, normaal doe ik dat in de auto wel.”*
- **Een zo kort mogelijke reistijd willen hebben aan het einde van de dag i.v.m. vermoeidheid:** *“Na een nachtdienst ben je op, je wil gewoon zo snel mogelijk thuis zijn, en dan heb je vertraging”.*
- **Snel naar huis willen om belangrijkere dingen te kunnen doen:** *“Ik ben liever thuis met mijn kinderen ontspannen op de bank, dan dat ik lang onderweg ben naar huis.”*
- **MaaS gaat ten koste van “je presence: jezelf vertegenwoordigen en aanwezig zijn op kantoor”** door vertraging of het eerder weggaan op werk om de trein te halen

- **Het aanbod en de ongemakken van MaaS onderschrijven het eigen statusgevoel niet:** *“The taxi didn’t fit my business profile, I felt awkward” & “Nou, de bandplooi was weer mooi uit mijn broek geregend hoor, ze zien je al aankomen op werk”.*

Door de vele mogelijkheden die MaaS biedt, zijn gebruikers niet trouw aan 1 dienst.

Als er problemen worden ervaren tijdens het (1e) gebruik, stapt men klakkeloos over op een ander alternatief: een first win is dus belangrijk. Met name het gebruikersgemak (rond reserveren, gebruiken en ondersteuning van de klantenservice) is belangrijk voor de individuele diensten en hun succes.

- *“Ik vond die HelloBike van een lage kwaliteit, dus toen nam ik me voor de OV fiets te gaan uitproberen.”*
- *“Ik vond het knap dat Cabby op een zaterdagmiddag met een oplossing wist te komen, nadat Uber en Transvision me niet naar wens hadden kunnen helpen”.*

Het bieden van meerdere diensten binnen 1 categorie (bijv. ‘deelfiets) zorgt ervoor dat men MaaS blijft gebruiken na een slechte ervaring: dan faalt de individuele dienst, maar nooit MaaS.

In enkele situaties haakt men gegarandeerd af van het idee van MaaS: omdat er teveel tegenwerkt

I - Wonen in buitenstedelijk gebied + flexibele werktijden (avond- en nachtdiensten):

Het is onmogelijk op bepaalde tijden te reizen met het OV, en er is weinig tot geen deelvervoer beschikbaar. Het hebben van een eigen auto is cruciaal om thuis te komen na een werkdag, omdat het OV alleen overdag een oplossing biedt.

“Een MaaS-pas vanuit werk lijkt me ideaal: dan kan ik zelf steeds kiezen hoe ik wil reizen”



II- Geen pijn voelen rond huidige vervoer + fan van de auto

De auto wordt niet gezien als puur functioneel: hij biedt ook ontspanning en vermaak. Omdat men ook geen pijn voelt of deze voor lief neemt (file, geen parkeerplek etc.), is er geen prikkel om te veranderen.

III - Hoge statusgevoeligheid + werkcultuur die niet stimulerend is voor MaaS

De ongemakken van MaaS worden ervaren als heftige, persoonlijke belemmeringen die de eigen identiteit in de weg staan. MaaS doet afbreuk aan het eigen imago. Daarnaast is de werkomgeving weinig acceptierend: denk aan opmerkingen over een natgeregend pak, of te laat zijn door treinvertraging.

Met ‘keurig’ MaaS gedrag ontstaat ook nieuw compensatiegedrag.

Na een periode van braaf MaaS-gedrag, ontstaat de behoefte om te compenseren: jezelf belonen voor het feit dat je verantwoord hebt gereisd.

- “Die Uber was super-de-luxe naar huis vanaf de vrijdagmiddagborrel. Het is dan toch wel fijn, als je even gereden wordt. Mocht ook wel even. [na het reizen met MaaS]”

- “Ja, kijk. Als ik dan een keer zo’n deelauto zou nemen omdat ik mijn eigen auto heb weggedaan, dan wil ik wel een Audi. Ik kom van een Audi A3, dat vind ik wel een prettige auto. Een beetje luxe af en toe, is dan [als je met het OV reist ipv de auto] wel prettig.”

Een werkgeversaankpak werkt!

Een werkgeversaankpak wordt gezien als logisch: veel participanten krijgen reisvergoedingen of een NS business card/OV kaart vanuit werk. Vrijwel alle participanten bedachten zelf dat het ideaal zou zijn als de werkgever direct de reistransacties voor werk afhandelt. Een deel van de participanten zou zelfs reistransacties van recreatief vervoer via werk willen laten lopen: bijv. door automatische inhouding op het salaris.

Het krijgen van een extra financieel voordeel om over te stappen op de Zuidaspas is geen must, maar wordt wel gezien als een pre.

Bijvoorbeeld door het reizen belasting aftrekbaar te maken, een fiscaal voordeel te genieten of een klein budget voor privé reizen te krijgen.

Als men huidige faciliteiten inlevert, wordt wel een tegenprestatie verwacht: denk aan gedeeltelijke sponsoring van een e-bike als je je parkeerplaats inlevert, of een deel gratis MaaS reisbudget omdat je je leaseauto opgeeft.

Om overtuigd te worden van MaaS moet men het eerst ervaren

Een uitprobeeraanbod, probeerperiode of experiment met MaaS is cruciaal om de persoonlijke voordelen van MaaS te ontdekken.

- *“Door de Experience heb ik nu een NS abonnement afgesloten. Ik had vooraf niet verwacht dat het reizen met de trein zo goed zou bevallen. Ik heb weer tijd voor mezelf.”*

Men geeft aan tijdens de Zuidas Mobility Experience

laagdrempelig dingen te hebben uitgeprobeerd, die ze anders niet zouden hebben geprobeerd. En vaak beviel het achteraf wel heel goed:

- *“Ik had al zo’n Felyx account aangemaakt ooit, maar ik had het nooit echt gebruikt. Nu wel, heel handig. Ik heb het na de Experience ook nog veel gebruikt”.*

Na een uitprobeerperiode wordt de drempel ook weer hoger:

- *“Ik had die GreenWheels nog willen uitproberen, ik wil ook wel van mijn auto af. Had alleen niet echt een gelegenheid. Ja, het klinkt stom, maar ik denk ook niet dat ik dat nu nog ga doen na de Experience.”*

Duurzaamheid blijkt op zichzelf geen verkoopargument of hoofdmotief om te kiezen voor een MaaS-oplossing, maar speelt sterk mee bij de verantwoording van keuzes

Omdat duurzaamheid ondergeschikt is aan de behoefte om je te kunnen verplaatsen en het persoonlijk belang van mobiliteit, is het nooit de belangrijkste reden specifiek vervoer te kiezen.

- *“Ik zoek altijd de snelle en goedkope optie binnen de groene sector. Maar als dat niet lukt, stap ik natuurlijk over op iets anders [minder duurzaam].*

Als duurzaamheid (enigzins) van belang is voor de gebruiker, dan kiest men sneller voor de duurzame dienst binnen een MaaS-aanbod. Het wordt gebruikt om de het eigen reisgedrag te verantwoorden:

- *“En het was een elektrische taxi, dus ik voelde me toch minder schuldig dat ik hem had besteld.”*
- *“En die zijn elektrisch, geen uitlaatje, geen dampen. Hij gaat gewoon op de stekker. Dat voelt beter, groener!” (over Urbee en Felyx)*
- *“It’s superfast, it’s electric, it’s eco. I like these kind of things, of eco services” (over Felyx)*
- *“Ik had die GreenWheels toch wel willen proberen, elektrische auto’s zijn het! Toch beter dan mijn eigen.”*
- *“Ik probeer bewust om te gaan met de grondstoffen. Een taxi, ook al is ‘ie een elektrische, [...] die verbrandt energie, die stoot afvalstoffen uit. Ik heb kleinkinderen, ik wil de wereld tot enigszins in een goede staat voor hen achterlaten. En als iedereen dat zou doen, dan zou het een stuk helpen.”*

Inzichten per stap in de MaaS reis

Een reis met MaaS bestaat uit de stappen: 1e gebruik, plannen, reserveren, reizen, ondersteunen, aanpassen en betalen. Per stap zijn de inzichten verzameld.

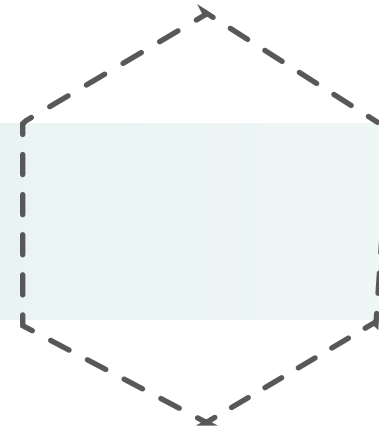
Het 1e gebruik

Een goede voorbereiding en ondersteuning is cruciaal om een dienst te blijven gebruiken.

Tijdens het 1e gebruik is het belangrijk dat het gebruik van de dienst goed wordt uitgelegd en er duidelijke communicatie is over wat men kan verwachten.

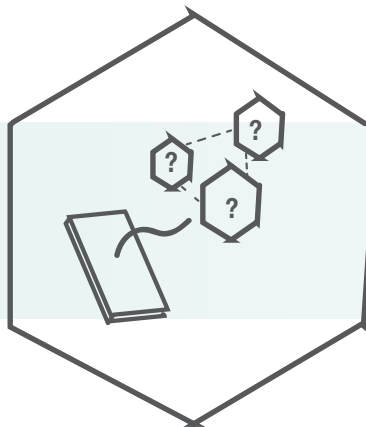
Het kan namelijk een afhaakmoment worden, bijvoorbeeld omdat:

- Het niet lukt diensten te ontgrendelen, denk aan werking van apps, locatievoorzieningen en Bluetooth.
- Men zich instelt op gebruik en er in het moment geen aanbod beschikbaar is: *"Ik moet eerlijk zeggen dat ik die OV fiets ooit wel eens heb geprobeerd. Maar toen waren ze op, en toen zei de man van de stalling dat dat altijd rond dit tijdstip is [12:30]. Ik ben daarna ook nooit meer gaan kijken".*
- Men erachter komt het vervoersmiddel terug te moeten brengen naar een vaste locatie, terwijl hij/zij het eigenlijk achter wilde laten,



- of erachter komt buiten het werkgebied van de dienst te zijn (OV fiets boete, Car2Go gaat niet op slot): *"Nou toen moest ik dus eerst bij de Zuidas nog die GreenWheels terug gaan brengen. En daarna nog rennen om de laatste metro naar huis te halen".*
& *"Ik woon ver in Noord en dacht laatst, ik neem een Car2Go naar huis. Toen kwam ik er, toen ik hem op slot wilde zetten, pas achter dat het niet mocht. Ze werken alleen binnen de ring. Moest ik weer terugrijden richting Centrum, en met de bus. Uiteindelijk deed ik er veel langer over."*
- Het daadwerkelijke gebruik van de dienst achteraf duurder blijkt dan vooraf aangegeven.

Plannen



Met MaaS moet men gevoelsmatig meer plannen

Met MaaS moet men meer plannen, of soms zelfs leren plannen (geldt m.n. voor de automobilist). Dit wordt niet per se als iets negatiefs gezien.

Wanneer en hoe uitvoerig men plant, verschilt sterk per type

reiziger: van 5 dagen van tevoren tot in het moment zelf

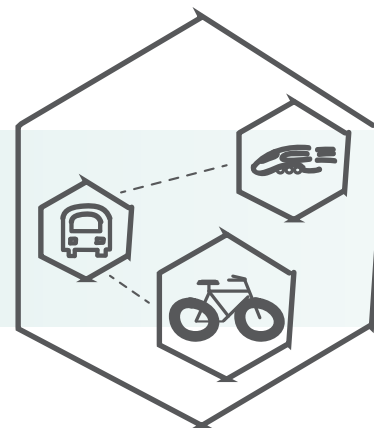
- Van leren plannen: "Het klinkt stom, maar simpelweg. De trein wacht niet op mij. In het begin kwam ik dus steeds te laat".
- Tot ontspannen plannen: "Ik keek op zondagavond altijd even met mijn agenda: waar moet ik deze week zoal heen? Hoe kom ik er ongeveer? Geen probleem!"
- Tot controleren om stress en onzekerheid te vermijden: "Ik plande meestal 's ochtends al mijn reis. Maar met mijn avondeten tijdens de avonddienst, rond 20:00, dan keek ik altijd: rijdt het nog wel?"

Een MaaS plan-app moet reizigers veel informatie bieden op een overzichtelijke manier

Rond plannen moet MaaS 1 app bieden waarin de reiziger o.a.:

- Inzicht krijgt in de verschillende vervoersalternatieven naar een bestemming en het bijbehorende reispad
- De geschatte kosten en reistijd van een specifieke rit in kan zien
- Een gemakkelijk visueel overzicht (kaart) krijgt aangeboden waarin duidelijk te zien is waar de vervoersmiddelen, haltes en stations in de omgeving zijn
- Eigen voorkeuren of favoriete reismethoden kan opslaan: men heeft vaak voorkeuren, waartussen flexibel (op basis van de situatie) gekozen wordt
- Uitgebreid reizen kan plannen, maar ook last-minute checks kan doen om te zien of het vervoer nog op tijd rijdt of beschikbaar is.

Reserveren



Reserveren = de garantie je reis voort te kunnen zetten

Het kunnen reserveren van vervoer zorgt voor controle: men heeft de garantie een reis te kunnen maken en ervaart dus geen stress.

Het vooruit kunnen reserveren van vervoer is cruciaal als de beschikbaarheid niet oneindig groot is.

Dit geldt vooral voor deelvervoermiddelen, zoals GreenWheels, Urbee en Hellobike, en taxidiensten. OV fiets is hier bijvoorbeeld al redelijk goed tegen beschermd door de grote hoeveelheid fietsen, die aanwezig zijn op stations.

- Tijdens de Mobility Experience lieten participanten overnacht zelfs hun gebruikstijd doorlopen, bij diensten die niet gereserveerd kunnen worden (Urbee, GreenWheels). Zo waren ze toch verzekerd dat ze hun reis terug naar de Zuidas de volgende ochtend konden maken: zoals het reserveren van een Urbee overnacht door de tijd door te laten lopen..

Het moet gemakkelijk zijn de benodigde diensten in een MaaS app direct na het 'plannen' te kunnen reserveren

Voor het reserveren wil men graag ook een duidelijke kostenindicatie krijgen, zodat er achteraf geen verrassingen zijn:

- "Alvorens ik die Sixt boekte, kreeg ik een indicatie van ongeveer 250 euro, 254 zoiets. Achteraf is hij meer dan 2x zo duur uitgevallen. Dat doe ik dus nooit meer."
- "Ik heb nog steeds geen melding gekregen over hoe duur de GreenWheels is, daar ben ik wel benieuwd naar. Het zou zomaar 200 euro voor 4 ritjes kunnen zijn.."
- "Het liefst een kostenindicatie vooraf, in diezelfde app (over een planapp). Dan kun je alsnog altijd besluiten iets anders te doen."

Reizen



Het dynamisch kunnen combineren van diensten wordt gezien als de kracht van MaaS.

Dit biedt reizigers namelijk flexibiliteit en controle

- Toegang tot verschillende modaliteiten - Er is altijd iets wat past bij de belangrijkste, huidige behoefte en situationele afweging
- Het hebben van een back-up - Er is altijd een alternatief bij vertraging of uitval om te zorgen dat je aankomt
- De beschikbaarheid van vergelijkbare diensten (bijv: meerdere fietsdiensten) - Er is altijd een dienst binnen het spectrum dat beter past bij je eisen/wensen: men haakt af op 1 dienst (bijv. HelloBike), en stapt over op een andere (bijv: OV fiets).

Het moeten terugbrengen van een vervoersmiddel naar een vaste locatie is een grote barrière in het gebruik

Dit geldt voor veel deeldiensten (Urbee, OVfiets, GW)

- *"The best choice is faster and something that doesn't take too much time to use, just use, and leave"*

5+ minuten lopen om een deelfiets of e-bike op te halen voelt ook omslachtig. Voor een deelauto is die marge groter.

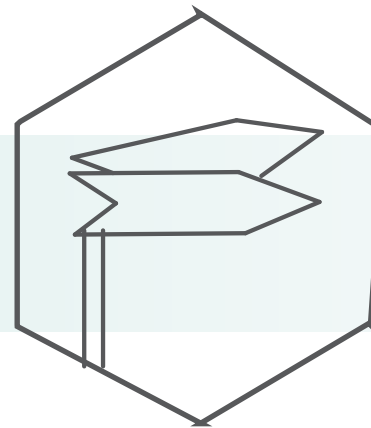
- *"Als je dan 10 minuten moet gaan lopen richting de Zuidas om die e-bike of HelloBike op te halen vanaf de VU, dat voelt overdreven, dan doe je het niet."*
- *"En die Urbee zou dan wat dichterbij mijn werk moeten staan om echt praktisch te gebruiken. Het is nu gewoon een kwartier lopen [...] dat is gewoon drie keer te lang om even snel te pakken."*

Ook het moeten betalen voor stilstaand gebruik, om te zorgen dat een vervoersmiddel 'niet verdwenen is', wordt gezien als pijnlijk.

Het maakt het gebruik gevoelsmatig onproportioneel duur

- *"Dan laat je hem overnacht dus doorlopen, en dat gebruik tikt maar door, voor hetzelfde geld had ik 3x op en neer met het OV gekund naar werk"* (over Urbee)
- Deeldienst Felyx lost dit slim op: met een stilstaand en een bewegend tarief.

Ondersteunen



Sommige typen reizigers willen onderweg graag intensief ondersteund worden, anderen minder:

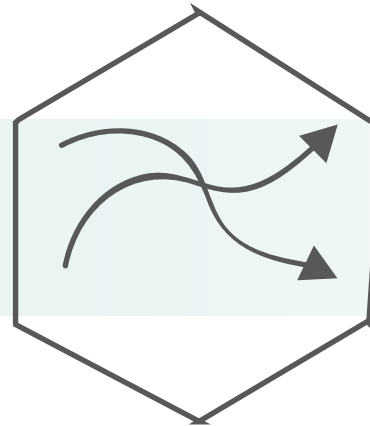
Bijvoorbeeld een uitgestippelde route met een kaart, hulp bij overstappen of het vinden van haltes en vervoersmiddelen:

- *"Ik wil gewoon zeggen, ik sta hier, en dan zien 'dit is mijn route naar de dienst', en met de overstappen erbij."*
- Dit werkt ook samen met iemand's houding: controlerend versus relaxed. Denk aan het kunnen checken van actuele vertrektijden ter controle om vertrouwen te hebben in het vervoer.

Als men een controlerende houding heeft, en ook nog onervaren is met MaaS en het OV, dan is er overall ook meer behoefte aan ondersteuning: een vlek-op-vlek principe

Zie de stap 'plannen' voor meer informatie over de gewenste ondersteuning in deze stap.

Aanpassen



Bij verstoringen/vertragingen moeten niet-planners op de hoogte gesteld worden, bijv. door alerts/push notificatie
Daarnaast is het belangrijk in een moment van uitval/vertraging een duidelijk MaaS alternatief te bieden aan reizigers

- Als men hier hulp bij zoekt, is de impact van een helpdesk groot. Tijdens ZME bleek dit niet altijd tot goede ervaringen te leiden.

In het geval van nood grijpen de meeste mensen nu toch terug op een auto, deelauto of taxidienst

Door het gevoel van controle en zekerheid die het biedt

Nood is echter een ruim begrip zo blijkt: haast voor een vergadering, reistijd 30 minuten langer na een avonddienst, dochter ernstig ziek, fietsband lek..

In het geval van nood wil men verzekerd zijn om altijd op hun bestemming aan te komen

Mogelijke uitval of slechte beschikbaarheid van vervoer op een moment supreme behoort namelijk tot een van de grote

overstapangsten van MaaS.

Om dit gevoel van wantrouwen te overkomen wil men graag een garantie of verzekering. Sommigen zien dit in de vorm van een altijd taxi-garantie of een deelfietsverzekering. Men is ook wel bereid hiervoor te betalen.

Betalen



Het kunnen combineren van twee accounts op de Zuidaspas is cruciaal: reizen voor werk, en voor privé met 1 pas.

Het faciliteren van uitsplitsingen voor de reizen is dus belangrijk.

- Voor werk zijn medewerkers wat flexibeler met hun reiskosten. Een paar euro meer of minder, het leest niet zo nauw, want :*“dit is noodzakelijk”*.
- Voor privé wil men echter een gedetailleerd overzicht krijgen van de kosten van alle ritten, en een overzicht van het verbruik om de controle te behouden (*“als het dan bijvoorbeeld op mijn salaris wordt ingehouden, handig, maar wil ik niet voor een verassing komen te staan”*).

Het betalen, ontvangen van betalingsoverzichten en inzien van individuele ritprijzen moet gekoppeld worden aan een MaaS plan app.

Binnen de MaaS plan app wil men direct kunnen betalen voor reizen en kunnen switchen tussen betaalmiddelen

Denk aan het switchen van een werkaccount naar prive, waarbij automatisch de eigen creditcard of bankpas als betaalmiddel wordt gekozen.

- *“Je werkkosten direct afgehandeld en je prive kosten ingehouden op je salaris, of dat je net zoals bij Uber je creditcard of betaalpas kan toevoegen voor een incasso.*
- *“En een alert als je dan over een bepaald bedrag heen gaat, van, nu wordt er fors ingehouden. Handig zou dat zijn!”*

MaaS moet ook prijs-competitief zijn met een eigen auto (geen leaseplan) om een serieus alternatief te zijn

Dit is met name voor buitenstedelijke reizigers lastig gezien de grote afstand en het moeten reizen met meerdere vervoerstypen.

- *“Met het OV [vanaf Zaandam] was het 40 euro per week, iets meer dan 160 per maand. [reken ter plekke kosten inclusief verzekering, onderhoud uit]. Ja, kom je stiekem op ongeveer hetzelfde uit. Met de auto is ongeveer 40 euro per week, iets minder zelfs. En meer gemak natuurlijk..”*

De verschillende typen Zuidas reizigers

‘De reiziger’ bestaat niet

Wanneer het over mobiliteit op de Zuidas gaat, denkt men aan de Zuidas medewerker, of de Zuidas reiziger. Verschillende reizigers vertonen echter verschillend gedrag, en hebben andere behoeften rond MaaS. Sommigen zijn er dagelijks, anderen wekelijks. Om duidelijk te maken welke verschillen er tussen reizigers bestaan, zijn er op basis van de resultaten van het kwalitatief onderzoek een aantal persona's ontwikkeld. Deze persona's zijn fictieve ijkpersonen, die representatief zijn voor een specifieke groep reizigers met gedeeld gedrag en overeenkomende persoonlijke karakteristieken.

De persona's hebben allen een gezicht gekregen, met een naam, leeftijd en een persoonlijk verhaal. Daarnaast is per persona het gedrag beschreven door middel van een aantal dimensies, een quote en door aan te geven welke stappen binnen een MaaS-reis belangrijk zijn voor deze persona. Per persona zijn ook de cruciale voorwaarden voor MaaS beschreven.

De persona dimensies zijn indicatoren waarop persona's verschillen. De verschillende dimensies zijn hieronder kort toegelicht en opgesplitst in twee categorieën.

Emotionele dimensies

De emotionele dimensies verhouden zich tot persoonlijke karakteristieken die samen de mindset of 'houding' van een reiziger omschrijven.

Statusgevoeligheid

Uit het onderzoek blijkt dat als reizigers een hoge statusgevoeligheid hebben dit invloed heeft op hun reisgedrag. Men acht zichzelf dan bijvoorbeeld een luxe BMW leaserijder, een duurzame OV gebruiker of een echte fietser. Het is dan belangrijk dat een modaliteit of vervoersdienst aansluit bij deze identiteit en het zelfbeeld.

Ik vs. Wij

Deze dimensie hangt samen met het verantwoordelijkheidsgevoel dat men voelt. Mensen met een sterke focus op 'ik', vinden dat zij niet verantwoordelijk zijn voor congestie, of dat ze zich niet hoeven aan te passen aan anderen. Of kiest men voor 'wij' en zien ze juist hun verantwoordelijkheid voor het parkeerprobleem op werk, of het CO2-probleem?

De vervoerskeuze

Sommige mensen kiezen per situatie flexibel hun vervoer, tot aan het experimentele toe (het uitproberen om het uit te proberen). Anderen kiezen altijd voor hun favoriete vervoerstype, bijvoorbeeld de lease auto. Dit heeft ook een grote impact op hoe iemand met MaaS zal reizen.

Controlerende vs. ontspannen houding

Mensen met een controlerende houding voelen altijd een zeker wantrouwen met betrekking tot dienstregelingen, informatievoorziening en vervoerders. Er is weinig ruimte voor fouten zoals vertragingen. Een verschil in de verwachting van een MaaS-reis en de realiteit heeft dan een grote impact. Deze houding uit zich ook in het nauwkeurig plannen en veelvuldig controleren van reisschema's. Mensen met een ontspannen reishouding hebben de neiging op de bonnevooi te gaan. Voor hen is de exacte vertrektijd en reisduur minder van belang. Zij zijn ook vergevingsgezinder als het een keer fout gaat: 1 vertraging resulteert niet in het direct nooit meer gebruiken van de trein.

Functionele dimensies

De functionele dimensies verhouden zich tot functionele factoren, zoals de fysieke omgeving, woon-werksituatie en externe situatie waarin men zich bevindt. Deze dimensies bepalen samen in feite de mate van



mobilititeit en de voorzieningen en alternatieven die iemand heeft.

Mijn bestemmingen (vast vs. divers)

Deze dimensie omschrijft of iemand naar weinig vaste locaties of juist veel diverse bestemmingen toe reist. Deze dimensie zegt dus iets over hoe vaak en naar hoeveel plekken men reist.

Beschikbaarheid en bereikbaarheid (centraal vs. afgelegen)

Woont men in het centrale binnenstedelijk gebied waar vrijwel alle vormen van mobiliteit aanwezig zijn? Of juist in een afgelegen buitenstedelijke omgeving die slecht bereikbaar is? Dit bepaalt grotendeels het aantal alternatieven dat iemand voor zijn/haar vervoer heeft. Daarnaast zijn mensen in het buitenstedelijke gebied meer aangewezen op het gebruiken van een auto.

Werkgeversstimulering van alternatieven

Wanneer de werkgeversstimulering hoog is, heeft men meer alternatieve voorzieningen via werk, zoals een OV kaart of fietsenplan. Deze mensen zijn zich ook bewuster van de Zuidas problematiek en de mogelijkheden.

Mate van pijn

Deze indicator vat de mate van pijn samen die iemand voelt rond zijn/haar mobiliteit. Deze komt voort uit de andere dimensies. Immers: hoe lager iemands mate van mobiliteit en hoe liever ze flexibel, duurzaam en ontspannen willen reizen, des te hoger de pijn die ze voelen. Persona Laurens is een mooie illustratie van deze pijn: hij heeft weinig alternatieven tot zijn beschikking, terwijl hij heel graag zonder auto naar het werk wil.



Leeftijd: 33
Woont in: Amsterdam Oost
Gezinsituatie: Woonst alleen
Werk: Projectmanager bij multinational

Over mobiliteit

Marieke heeft voor haar werk een NS business card, waarmee ze naar kantafspraken reist. Onderweg stuurt ze dan wat emails. Binnen Amsterdam gaat ze altijd op de fiets. Dat is namelijk groen en gezond! Marieke woont op een kwartiertje fietsen, in Oost in appartement. Haar vriend Tim juist in Utrecht vier avonden per week slaapt ze daar. Soms gaat ze vanuit werk al naar het station, soms eerst nog langs huis. Daardoor staat haar fiets altijd weer op een andere plek. Het plannen van haar vervoer is vaak veel gepuzzel. Ze kijkt altijd weer welk vervoer nu het handigst is. Laatst nam ze naar een overleg spontaan een Uber. Toen ze vast stond in de stad, had ze direct spijt. Marieke ziet haar duurzame levenswijze als haar persoonlijke USP. Haar boodschappen doet ze bij de Markt, en ze scheidt altijd haar plastic. Ze probeert haar collega's en vrienden ook mee te krijgen in haar goede gewoontes.

Het reisgedrag van Marieke

Mijn bestemmingen zijn...

vast ————— erg divers

Beschikbaarheid en bereikbaarheid

centraal ————— afgelegen

Werkgeversstimulering alternatieven

laag ————— hoog

Reishouding

Mijn vervoersmiddel kies ik altijd

hetzelfde ————— flexibel

Deze gaat altijd voor:

"ik" ————— "wij"

Mijn houding is...

controlerend ————— ontspannen

Statusveerbaarheid

laag ————— hoog

Interesse in MaaS

Marieke is al een zeer flexibele reiziger. MaaS biedt haar extra alternatieven boven op de opties die ze nu heeft.

Marieke kan zich geen elektrische auto veroorloven, maar zou er al en toe wel graag in willen rijden. Een goed moment Marieke van MaaS te overtuigen is als ze een auto nodig heeft: bijvoorbeeld om spullen te verplaatsen of anderen mee te nemen.

Mijn voorwaarden

- De MaaS-diensten moeten passen bij Marieke's duurzame imago.
- Marieke wil vervoersmiddelen niet terug hoeven brengen naar een vaste locatie.
- Daarnaast wil ze ervan verzekerd zijn dat ze overal binnen 5 minuten loopafstand op een deelfiets kan stappen.
- Haar eigen fiets moet altijd vergeleken kunnen worden met het MaaS-aanbod.



Plannen

Marieke wil dat een MaaS app haar favoriete vervoer en vaste vertrek- en eindpunten onthoudt, zodat ze snel kan kiezen tussen opties en minder hoeft te puzzelen. Daarnaast wil ze van OV zien hoe druk het is, zodat ze weet of ze rustig kan zitten werken.



Reizen

Om te blijven reizen met MaaS is het belangrijk voor Marieke bevrijgd te worden in haar gedrag: bijvoorbeeld door te vermijden hoeveel CO2 ze heeft betaald met haar keuzes, of hoeveel beter ze het doet t.o.v. andere reizigers.



Betalen

Voor Marieke is het belangrijk haar MaaS-voorziening gemakkelijk voor werk en prive te kunnen gebruiken. Voor werk moet het automatisch door de werkgever afgehandeld worden, voor prive bijvoorbeeld door automatische incasso of inhouding op het salaris.



Leeftijd: 36

Woont in: Muiden

Gezinssituatie: Woont samen

Werk: Senior accountant

Laurens

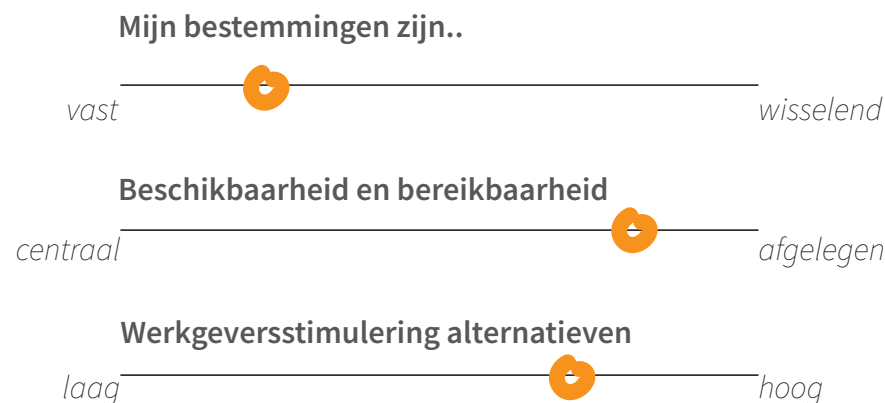
“Er zijn zoveel gave nieuwe vervoersmiddelen tegenwoordig. Zo’n e-bike lijkt me wel wat. Andere mensen denken dan ‘wat suf’, mij lijkt het eigenlijk wel sportief! Ik zie alleen op tegen de hoge aanschaffkosten en het onderhoud..”

Over mobiliteit

Laurens gaat met een eigen auto naar de Zuidas. Vaak brengt hij eerst de kinderen naar school op de fiets. Op woensdag moet Laurens naar het kantoor in Utrecht met de trein. Dan beantwoordt hij onderweg emails. Eigenlijk wil hij graag van zijn dure, tweede auto af: een voor boodschappen en zwemles lijkt hem genoeg. Dan is de wereld later ook nog leefbaar voor zijn kids. Daarnaast is zijn externe parkeerplek op werk toch wat ver weg. Via werk heeft hij laatst met collega’s meegedaan aan een low car diet. Toen bleek dat zijn enige alternatief rondom huis een omweg met de bus is.. Alle tijd in de file besteedt hij liever nuttig of met zijn familie. ‘s Avonds komt hij nu na werk vaak niet toe aan sporten, wat hij juist heerlijk vindt. Of aan het uitproberen van zijn nieuwste gadget of app natuurlijk!

Het reisgedrag van Laurens

Mate van mobiliteit



Reishouding



Bij benadering valt ongeveer 20% van de hele Zuidas populatie binnen de persona Laurens

* Gebaseerd op een clusteranalyse met zes segmenten. Onder dit percentage vallen frequente reizigers in het Zuidas gebied (werknemers, bewoners en bezoekers) die het beste passen bij de dimensiewaarden van deze persona.

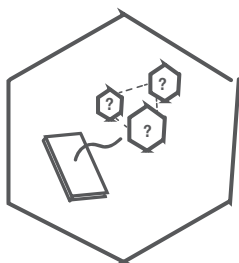
Interesse in MaaS

Laurens voelt veel pijn: file, een lange reistijd, hoge reiskosten en een externe parkeerplek. Daarnaast zijn er in zijn woonplaats weinig alternatieven, en is hij intrinsiek gemotiveerd om veel te bewegen.

Een uitprobeeraanbod in combinatie met een MaaS-meting (een vergelijking van zijn auto en MaaS kosten) is een goede manier hem te enthousiasmeren voor zijn woon-werk actiever en anders te reizen: bijvoorbeeld met een e-bike.

Mijn voorwaarden

- Laurens wil het gevoel hebben altijd toegang te krijgen tot passend vervoer om naar werk te gaan.
- Daarnaast wil hij graag inzicht hebben in de maandelijkse kosten van MaaS om dit te kunnen vergelijken met een auto.
- Dit kan ervoor zorgen dat hij op de langere termijn zijn 2e auto wegdoet.
- Voorzieningen, zoals flexibele werktijden, omkleedruimtes en douches op werk verlossen hem van zijn praktische ongemakken.



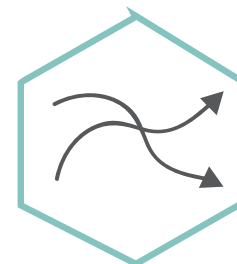
Reserveren

Totdat deelvervoer in zijn woonplaats alom beschikbaar is, wil Laurens altijd zien hoeveel deelvervoer er nog beschikbaar is, en het eventueel (overnacht) reserveren, zodat hij gegarandeerd naar werk komt.



Reizen

Om over te stappen op MaaS is het motiverend voor Laurens korting te krijgen in ruil voor het inleveren van zijn parkeerplek. Om te blijven reizen met MaaS is het motiverend voor Laurens om te zien hoeveel minuten hij per dag zelf extra heeft bewogen door MaaS (fiets- en loopafstanden)



Aanpassen

In het geval van een noodsituatie, bijvoorbeeld als er iets met zijn kinderen is, wil Laurens gegarandeerd zijn van een taxi naar huis.





Leeftijd: 24

Woont in: Zaandijk

Gezinssituatie: Woont nog thuis

Werk: Verpleegster in het ziekenhuis

Sandra

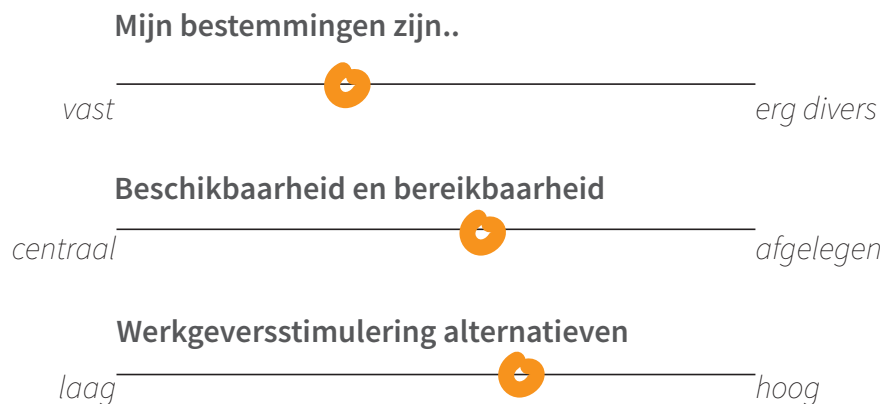
“Als ik ga stappen met vriendinnen, is er altijd iemand de bob. Met de taxi naar huis, dat vind ik veels te luxe, duur en overdreven!”

Over mobiliteit

Om naar werk te reizen, leent Sandra veel de 2e auto van haar ouders. Autorijden vindt ze eigenlijk vervelend, maar qua verbinding is het handig. Vanuit haar werk heeft ze geen parkeerplaats, en parkeren in de wijk is te duur. Vaak parkeert ze dus verder weg waar het gratis is en neemt ze de metro een paar haltes. Als Sandra avonddienst heeft, moet ze vervelend haasten om de laatste metro terug te halen. Daarnaast voelt ze zich 's avonds in een rustige metro niet erg veilig. Buiten haar werk heeft Sandra laatst een deelfiets en Felyx scooter zien staan. Dat lijkt haar best leuk om een keer uit te proberen! In het weekend gaat ze leuke dingen doen: uit met vrienden, naar de sportschool, op bezoek bij oma. Ze haalt haar oma altijd op met de auto. Die laat je niet lopen!

Het reisgedrag van Sandra

Mate van mobiliteit



Reishouding



Bij benadering valt ongeveer 16% van de hele Zuidas populatie binnen de persona Sandra

* Gebaseerd op een clusteranalyse met zes segmenten. Onder dit percentage vallen frequente reizigers in het Zuidas gebied (werknemers, bewoners en bezoekers) die het beste passen bij de dimensiewaarden van deze persona.

Interesse in MaaS

Sandra is vooral met haar auto en de bus bekend. Over het klimaatprobleem en de Zuidas problematiek is ze voorsnog onbewust. MaaS kan Sandra ontzorgen na een lange dienst, door met een veilige, frequente dienst naar huis te brengen.

Sandra moet nog overtuigd worden door MaaS. Een gratis uitprobeerperiode biedt haar de kans te ontdekken of MaaS bij haar past. Korting op een MaaS abonnement via haar werkgever maakt MaaS voor haar financieel aantrekkelijk.

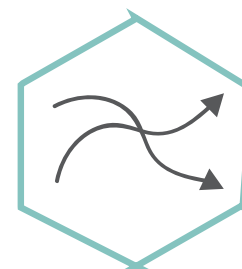
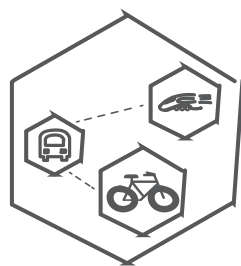
Mijn voorwaarden

- Om Sandra goed te dienen moet het OV vervoer rondom Zaandijk beter, frequenter en continu (dag en nacht) worden.
- In het MaaS-aanbod moeten voor Sandra ook een paar 'fun' diensten zitten, die ze recreatief kan gebruiken.
- Voor Sandra moet MaaS erg prijscompetitief zijn: het moet concurreren met de maandelijkse benzinekosten van ong. 150 euro die ze terugbetaalt aan haar ouders



Plannen

Sandra plant haar reis altijd vooraf, maar wil kort vantevoren controleren of haar vervoer nog beschikbaar is/ op tijd rijdt. MaaS moet haar deze gelegenheid bieden.



Aanpassen

Als er onderweg iets gebeurt, gaat Sandra zelf direct op zoek naar informatie. Het is belangrijk haar in een MaaS app actuele, real-time informatie te bieden over vertragingen en uitval, en visueel aan te geven welke alternatieven ze heeft in de buurt.



Betalen

Sandra heeft beperkt budget. Ze wil graag goed inzicht hebben in de kosten van MaaS en een alert krijgen als ze haar beoogde maandelijkse verbruik benaderd.



Leeftijd: 33

Woont in: Naarden

Gezinssituatie: Woont samen

Werk: Legal advisor bij een groot advocatenbureau

Freek

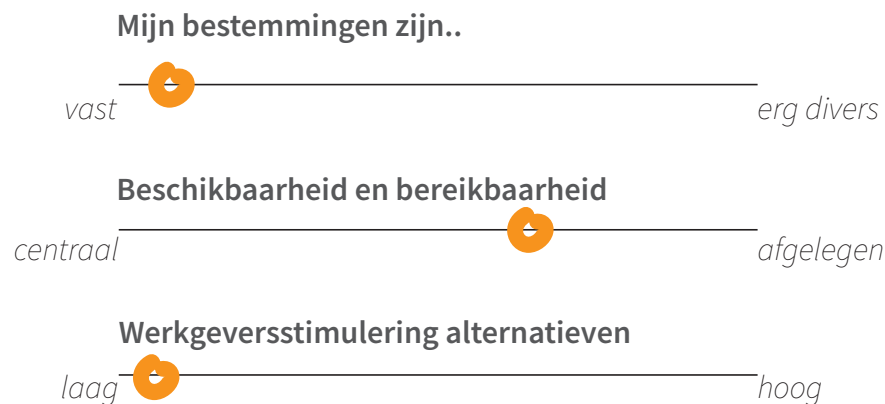
“Op werk hebben we een collega die altijd eerder naar huis gaat om de trein te halen. Laatst was hij met de fiets, zeiknat pak natuurlijk. De bandplooi was eruit zeg maar! Dat gaat niet onopgemerkt.”

Over mobiliteit

Freek woont sinds kort met zijn vriendin in het Gooi, voor een toekomstige gezinsuitbreiding. Op zijn eerste werkdag vanuit Naarden nam hij de trein. Hij miste hem met 10 seconden en heeft het sindsdien nooit meer geprobeerd. Wat irritant! En hij vindt het vreselijk als hij last heeft van anderen in het OV. Daarom rijdt hij altijd met zijn Audi A3 naar de Zuidas. Collega's geven hem vaak complimenten over zijn auto en maatpakken. Freek begint te werken in de auto: met klanten bellen, vaak gevoelige informatie. Hij werkt lange dagen. Zijn collega's doen het ook, dus hij voelt zich verplicht. Op werk noemen ze dit presence: jezelf laten zien en vertegenwoordigen. In het weekend is Freek helemaal op. Freek voelt zich niet verantwoordelijk voor het klimaat. Als je straks met een elektrische, zelfrijdende auto naar werk gereden kan worden, meldt hij zich wel als eerste aan.

Het reisgedrag van Freek

Mate van mobiliteit



Reishouding



Bij benadering valt ongeveer 8% van de hele Zuidas populatie binnen de persona Freek

* Gebaseerd op een clusteranalyse met zes segmenten. Onder dit percentage vallen frequente reizigers in het Zuidas gebied (werknemers, bewoners en bezoekers) die het beste passen bij de dimensiewaarden van deze persona.

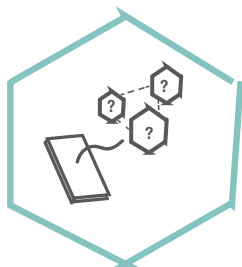
Interesse in MaaS

Freek voelt geen pijn. Daarnaast onderschrijft zijn auto zijn identiteit. Met andere modaliteiten is niet bekend. Hij is lastig uit de auto te krijgen.

Freek is erg vatbaar voor sociale normen. Als zijn rolmodel binnen de werkorganisatie MaaS gaat gebruiken en promoten, zou hij overwegen om over te stappen, omdat het sociaal wenselijk is. Een goed moment hem te overtuigen is als zijn auto naar de garage moet.

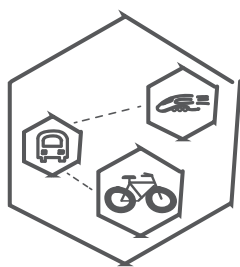
Mijn voorwaarden

- ⬡ MaaS moet Freek luxe, individualistische diensten bieden. Dit sluit aan bij zijn business imago, en hij heeft dan geen last van anderen onderweg.
- ⬡ Freek moet verzekerd worden dat hij verlost wordt van praktisch ongemak als hij met MaaS reist: bijvoorbeeld met de garantie dat hij op werk altijd gratis zijn pak kan laten stomen en drogen om toch goed voor de dag te komen.



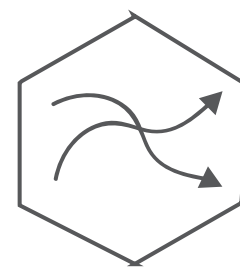
Plannen

Freek vertrekt wanneer hij wil, zonder zich aan te passen aan tijden. Een frequente OV verbinding en/of vervoer on demand vanuit Naarden is daarom belangrijk voor hem.



Reizen

Onderweg wil Freek indien nodig ongestoord kunnen werken en bellen met klanten. Dit kan gefaciliteerd worden door business lounges of 1e klas vervoer. Bij een zakelijk noodgeval wil Freek gegarandeerd zijn van een taxi naar zijn klanten.



Betalen

Freek zou graag een goed uitgesplitst overzicht van zijn reizen zien, zodat hij kan controleren of alles goed is verrekend. Bij fouten, wil hij gemakkelijk zijn geld terugvragen.



Leeftijd: 65

Woont in: Amsterdam Zuid

Gezinssituatie: Alleenstaand

Werk: Professor bij de universiteit

Ank

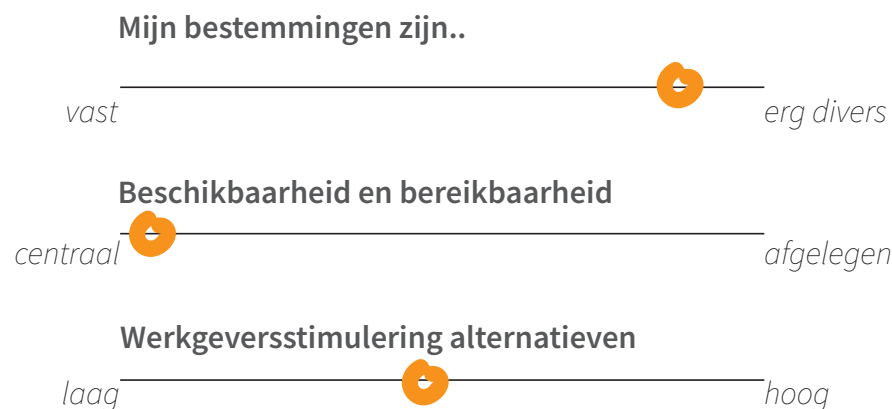
“Het verspillen van tijd, geld of het milieu vind ik maar niks. Ik ga heel bewust om met wat er is. Dat heb ik nog van mijn ouders geleerd! Als iedereen dat nou zou doen..”

Over mobiliteit

Ank acht zichzelf een stuk actiever dan menige leeftijdsgenoot. Ze wandelt dagelijks, maakt gebruik van het OV en fietst. Autorijden heeft ze nooit gedaan. Als professor moet ze soms naar andere universiteiten of locaties in de stad. Ze zoekt met 9292 altijd op wat handig is en kiest dan tussen wandelen, fietsen, of het OV. Sommige plekken vindt ze lastig bereikbaar. Haar kleinkinderen wonen in Waterland. Laatst is haar bushalte daar opgeheven. Als het mooi weer is, gaat ze nu dus maar met de e-bike. Ze bezoekt ook graag musea in andere steden. Dan neemt ze haar vouwfiets mee, maar het tillen vindt ze toch wel onhandig. Ze krijgt vaak internationaal bezoek vanuit haar research netwerk. Die logeren dan bij haar thuis. Ze vindt het wel wat knullig en onhandig om ze steeds met de trein op te halen van Schiphol. Met al die baggage..

Het reisgedrag van Ank

Mate van mobiliteit



Reishouding



Bij benadering valt ongeveer 18% van de hele Zuidas populatie binnen de persona Ank

* Gebaseerd op een clusteranalyse met zes segmenten. Onder dit percentage vallen frequente reizigers in het Zuidas gebied (werknemers, bewoners en bezoekers) die het beste passen bij de dimensiewaarden van deze persona.

Interesse in MaaS

MaaS kan Ank het extra comfort bieden, dat ze zichzelf niet altijd gunt.

Ank zal geneigd zijn over te stappen als ze kosteloos haar huidige OV en GVB abonnementen kan overzetten op een MaaS-kaart, en kan blijven gebruiken.

Ank zal de extra MaaS-diensten gebruiken om gedoe te voorkomen: bezoek bij Schiphol ophalen met de taxi; een deelfiets lenen, zodat je de vouwfiets niet hoeft te sjouwen.

Mijn voorwaarden

- ✧ Ank moet toegang hebben tot een goede helpdesk en ondersteuning voor de MaaS-diensten waarbij ze nieuwe technologie moet gebruiken, zoals apps, Bluetooth of locatievoorzieningen.
- ✧ Ank wil graag bevestigingen krijgen van haar reserveringen en overzichten van haar transacties, zodat ze in controle is en niet onzeker wordt.



Plannen

Ank wil voor elke reis de uitstoot, kosten en reistijd inzichtelijk hebben, zodat ze een goed geïnformeerde keuze kan maken voor haar vervoer.



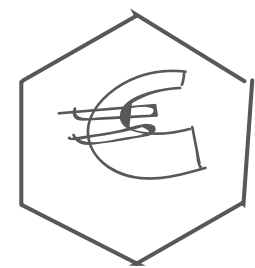
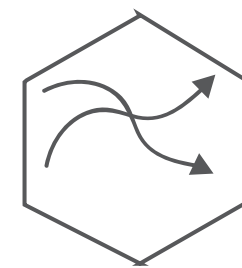
Reserveren

Om met MaaS te blijven reizen, wil Ank haar vervoer altijd kunnen reserveren, en direct een bevestiging van haar vervoer ontvangen. Anders wordt ze onzeker en verliest ze het vertrouwen in MaaS.



Ondersteunen

Het is belangrijk Ank goed te ondersteunen onderweg met micronavigatie en praktische tips: kaartjes van looproutes, hulp bij overstappen of heldere uitleg over hoe ze een deelfiets opent zijn van belang voor het goed kunnen gebruiken van de diensten.





Leeftijd: 48
Woont in: Haarlem
Gezinssituatie: Woont met vrouw en kinderen
Werk: Partner bij een consultancy

Hans

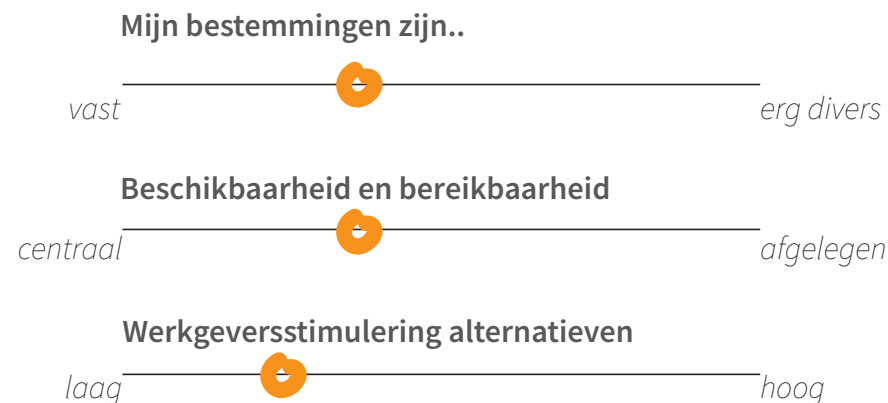
“Ik vind autorijden heerlijk. Eigenlijk zou ik voor al die korte ritjes best wat minder met de auto kunnen gaan. Maar het is zo gemakkelijk..”

Over mobiliteit

Hans woont met zijn familie in een chique buitenwijk van Haarlem. Zelf vindt hij die omgeving een fijne afwisseling met zijn drukke baan op de Zuidas. Hij gaat vaak hardlopen of wielrennen in het nabije duingebied, hij traint voor een triathlon. Als partner maakt hij lange dagen, omdat hij het goede voorbeeld wil geven. Hij is een goede people manager en toont interesse in zijn collega's. Zijn medewerkers kijken enorm naar hem op. Het comfort dat zijn Volvo hem biedt, weegt voor Hans zwaarder dan het dagelijks in de file aanschuiven. Hij vindt het heerlijk om auto te rijden, radio aan. In het weekend gaat hij soms 'even touren'. Ook voor korte ritjes, zoals een kleine boodschap een paar straten verderop, pakt hij snel de auto. Volgend jaar wil Hans met zijn beste vriend een oldtimer kopen. Hans denkt over vervuiling niet al teveel na, maar is wel financieel bewust. Hans vliegt als enige partner nooit business class voor werk: die tickets zijn zo zonde van het geld.

Het reisgedrag van Hans

Mate van mobiliteit



Reishouding



Bij benadering valt ongeveer 23% van de hele Zuidas populatie binnen de persona Hans

* Gebaseerd op een clusteranalyse met zes segmenten. Onder dit percentage vallen frequente reizigers in het Zuidas gebied (werknemers, bewoners en bezoekers) die het beste passen bij de dimensiewaarden van deze persona.

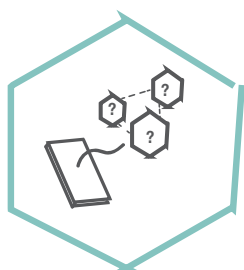
Interesse in MaaS

Hans is een echte autoliefhebber. Het is niet realistisch hem helemaal uit de auto te krijgen. De korte ritjes van Hans kunnen wel beperkt worden door vaker de fiets, het OV of een deeldienst te kiezen.

Hans kan worden overtuigd mee te doen aan een uitprobeerperiode door hem aan te spreken op de verantwoordelijkheid die hij voelt en heeft het goede voorbeeld te geven aan zijn werknemers.

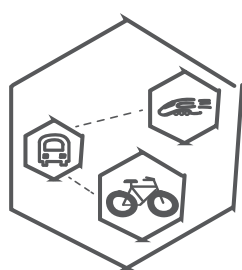
Mijn voorwaarden

- Om binnen zijn organisatie een MaaS-propositie aan te bieden, moet:
- Hexagon icon: Het MaaS-aanbod 'tried and tested' zijn, en de dienstverlening professioneel (goed werkende app en helpdesk)
- Hexagon icon: In het geval van uitval of vertraging rond belangrijke besprekingen er voor zijn werknemers altijd een noodtaxi beschikbaar zijn
- Hexagon icon: Hij gemakkelijk voorzieningen, speciaal voor kantoor, kunnen aanvragen, zoals extra deelfietsen, -auto's, of MaaS-leenpasjes voor bij de receptie.



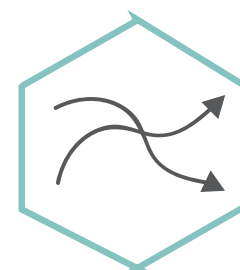
Plannen

Hans is niet gewend om te reizen met het OV. Het is tijdens het plannen met MaaS daarom belangrijk een visueel overzicht te krijgen van wat hij zoal in de buurt kan gebruiken aan MaaS-diensten.



Reizen

Om met MaaS te blijven reizen na een experiment zou het voor Hans motiverend werken te zien hoeveel van zijn medewerkers al zijn overgestapt op MaaS, mede dankzij zijn voorbeeld.



Aanpassen

Hans zoekt vertrektijden nooit op. In het geval van uitval of vertraging van een MaaS-dienst is het belangrijk hem een pushbericht of notificatie te sturen. Als hij zijn reis daardoor niet kan afmaken, wil hij een noodtaxi.





Leeftijd: 33

Woont in: Amsterdam Oost

Gezinssituatie: Woont alleen

Werk: Projectmanager bij multinational

Marieke

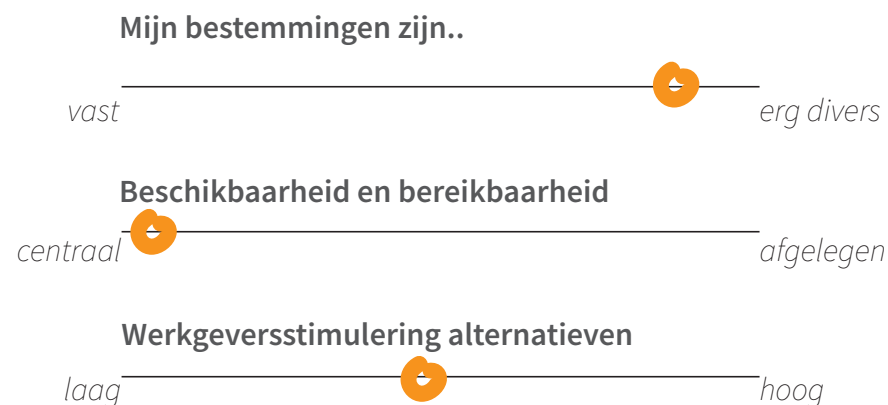
“Ik vind het heerlijk om te fietsen, in beweging te zijn. En je hebt geen herrie, geen vervuiling. Ik probeer altijd de groenste keuze te maken. Dat is belangrijk!”

Over mobiliteit

Marieke heeft voor haar werk een NS business card, waarmee ze naar klantafspraken reist. Onderweg stuurt ze dan wat emails. Binnen Amsterdam gaat ze altijd op de fiets. Dat is namelijk groen en gezond! Marieke woont op een kwartiertje fietsen, in Oost in appartement. Haar vriend Pim juist in Utrecht: vier avonden per week slaapt ze daar. Soms gaat ze vanuit werk al naar het station, soms eerst nog langs huis. Daardoor staat haar fiets altijd weer op een andere plek. Het plannen van haar vervoer is vaak veel gepuzzel. Ze kijkt altijd weer welk vervoer nu het handigst is. Laatst nam ze naar een overleg spontaan een Uber. Toen ze vast stond in de stad, had ze direct spijt. Marieke ziet haar duurzame levensstijl als haar persoonlijke USP. Haar boodschappen doet ze bij de Marqt, en ze scheidt altijd haar plastic. Ze probeert haar collega's en vrienden ook mee te krijgen in haar goede gewoontes.

Het reisgedrag van Marieke

Mate van mobiliteit



Reishouding



Bij benadering valt ongeveer 15% van de hele Zuidas populatie binnen de persona Marieke

* Gebaseerd op een clusteranalyse met zes segmenten. Onder dit percentage vallen frequente reizigers in het Zuidas gebied (werknemers, bewoners en bezoekers) die het beste passen bij de dimensiewaarden van deze persona.

Interesse in MaaS

Marieke is al een zeer flexibele reiziger. MaaS biedt haar extra alternatieven boven op de opties die ze nu heeft.

Marieke kan zich geen elektrische auto veroorloven, maar zou er af en toe wel graag in willen rijden. Een goed moment Marieke van MaaS te overtuigen is als ze een auto nodig heeft: bijvoorbeeld om spullen te verplaatsen of anderen mee te nemen.

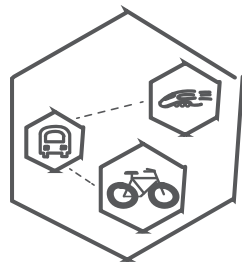
Mijn voorwaarden

- De MaaS-diensten moeten passen bij Marieke's duurzame imago.
- Marieke wil vervoersmiddelen niet terug hoeven brengen naar een vaste locatie.
- Daarnaast wil ze ervan verzekerd zijn dat ze overal binnen 5 minuten loopafstand op een deelfiets kan stappen.
- Haar eigen fiets moet altijd vergeleken kunnen worden met het MaaS-aanbod.



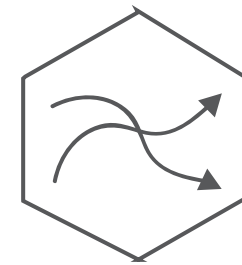
Plannen

Marieke wil dat een MaaS app haar favoriete vervoer en vaste vertrek- en eindpunten onthoudt, zodat ze snel kan kiezen tussen opties en minder hoeft te puzzelen. Daarnaast wil ze van OV zien hoe druk het is, zodat ze weet of ze rustig kan zitten werken.



Reizen

Om te blijven reizen met MaaS is het belangrijk voor Marieke bevestigd te worden in haar gedrag: bijvoorbeeld door te vermelden hoeveel CO2 ze heeft bespaard met haar keuzes, of hoeveel beter ze het doet t.o.v. andere reizigers.



Betalen

Voor Marieke is het belangrijk haar MaaS-voorziening gemakkelijk voor werk en prive te kunnen gebruiken. Voor werk moet het automatisch door de werkgever afgehandeld te worden, voor prive bijvoorbeeld door automatische incasso of inhouding op het salaris.

Vergelijking van de Zuidas persona's

Om de verschillen tussen de persona's inzichtelijk te maken zijn deze op een aantal punten nogmaals vergeleken.

	Freek	Ank	Marieke	Laurens	Sandra	Hans
Reisgedrag wordt voornamelijk beïnvloed door..	mijn status-gevoeligheid	mijn pragmatische houding	mijn duurzame, bewuste levensstijl	mijn gevoel voor gezondheid en beweging	mijn wisselende diensten en budget	mijn voorkeur voor gemak en comfort
Kiest qua vervoer..	kiest altijd zijn lease auto	kiest flexibel tussen het OV, lopen en de fiets	kiest flexibel haar vervoer en fietst veel	neemt vaak de auto, maar wil graag zonder	neemt vooral de auto en de bus	kiest altijd voor de auto
MaaS moet mij..	deur-tot-deur vervoer en luxe bieden	zekerheid en ondersteuning bieden	vervoeren zonder grote milieu impact	betrouwbaar en frequent vervoer bieden	goedkope reisalternatieven bieden	een groot financieel voordeel bieden
Beste manier om mij te overtuigen van MaaS..	door sociale druk binnen mijn organisatie en als mijn auto kapot gaat of mijn lease contract afloopt	als ik mijn huidige OV abonnementen mee kan nemen naar MaaS en als ik recreatief reis of bezoek krijg	door MaaS te framen als 'groen en gezond' en als ik een auto nodig heb om spullen te verplaatsen	door het deelvervoer rond Muiden te verbeteren en mij MaaS te laten ervaren tijdens een proefperiode	door het OV rond Zaandijk te verbeteren en mij korting te geven op een MaaS-aanbod	door mij aan te spreken op mijn voorbeeldfunctie en met een MaaS-meting (waarin ik zie wat MaaS echt kost)

Kwantitatieve validatie reizigersinzichten

Beste reiziger,

U heeft meegedaan aan de Zuidas Mobility Experience. Fijn dat u mee wil werken aan deze enquête. De resultaten van deze enquête gaan we gebruiken om de reismogelijkheden van en naar de Zuidas in Amsterdam te verbeteren. Ook willen we de reismogelijkheden beter afstemmen op de wensen en behoeften van reizigers. Het invullen van deze enquête kost u ongeveer 6 minuten.

OK

1. Welke stelling is op u van toepassing?

- ☐ Ik reis voornamelijk met de auto
- ☐ Ik reis afwisselend met de auto en het openbaar vervoer

Opzet van het kwantitatieve onderzoek

Het kwalitatieve onderzoek leverde inzichten op over het gebruik van MaaS, de verschillende typen Zuidas reizigers en hun reisgedrag. Om de resultaten uit het kwalitatief onderzoek te valideren met een grotere groep reizigers zijn er twee enquêtes opgesteld. De eerste enquête was specifiek gericht op de deelnemers aan de Zuidas Mobility Experience, de tweede enquête op reizigers in het Zuidas gebied. De resultaten van de enquêtes zijn gebruikt de kwalitatieve inzichten te verrijken en versterken. Daarnaast is er een representatieve segmentatie gemaakt van de aanwezigheid van de verschillende persona's binnen de Zuidas populatie.

Enquête I - Zuidas Mobility Experience deelnemers

De enquête gericht op Zuidas Mobility Experience deelnemers werd ingevuld door 68% van de deelnemers ingevuld: 51 van de 75 (invulpercentage van 65+% is voor $N < 100$ significant). Alle deelnemers van de Experience zijn meermaals verzocht de enquête in te vullen. Deze enquête was gericht op het valideren van de kwalitatieve inzichten uit het onderzoek en daarnaast bedoeld ook feedback op te halen van deelnemers welke niet meededen aan het kwalitatieve onderzoek. Deze enquête bevatte enkele extra vragen over de Zuidas Mobility Experience.

Enquête II - Zuidas reizigers (ingekochte respondenten)

De enquête gericht op Zuidas reizigers werd ingevuld door 327 respondenten. De doelgroep voor deze enquête is wat breder genomen: allen reizigers naar de Zuidas; voor studie, werk of klantbezoek, bezoeken aan kennissen, bezoek aan het VU MC of omdat ze zelf woonachtig zijn in het gebied; met als minimale eis het meerdere keren per maand bezoeken van de Zuidas. Deze enquête was gericht op het toetsen en extrapoleren

van de inzichten uit het kwalitatief onderzoek met een grotere populatie respondenten. Daarnaast is deze tweede enquête gebruikt als vergelijkingsmateriaal voor de enquête met ZME deelnemers. Hoe denkt men over mobiliteit en MaaS als ze niet hebben deelgenomen aan de Zuidas Mobility Experience, en is er een verschil merkbaar tussen de enquête groepen. Deze enquête bevatte enkele extra vragen over deeldiensten en een korte toelichting op het concept MaaS.

Geldigheid van de enquêteresultaten

Tezamen leverden de enquêtes 378 ingevulde responses op ($N=378$). Met een totale werknemerspopulatie van 39.000 op de Zuidas (Gemeente Amsterdam, 2018), is dit aantal reacties genoeg om de resultaten als significant te benoemen (foutmarge 5%, totaalpopulatie 39.000, $N_{sig}=375$).

Over de totstandkoming van deze inzichten

Beiden enquêtes zijn met behulp van kwantitatieve data analyses verwerkt om patronen en prioriteiten te ontdekken die relevant zijn bij het inrichten van een MaaS aanbod voor Zuidas medewerkers. Het kwalitatieve onderzoek geeft antwoord op vragen zoals: welke pijn voelen Zuidas medewerkers het meest? En hoe effectief is het ervaren van een MaaS-aanbod?

De belangrijkste inzichten uit het kwantitatieve onderzoek zijn bondig samengevat. Voor een algemene analyse van de twee enquêtes met vragenlijst, zie bijlage III en IV. De inzichten zijn steeds weergegeven in het groen, met eronder het belangrijkste kwantitatieve bewijs om dit te ondersteunen. Waar het relevant is wordt aan enquetegroep I gerefereerd als 'ZME respondenten', en aan enquete II als 'de algehele Zuidas reizigerspopulatie'.

Hoofdinzichten kwantitatief onderzoek

Hoge pijn = succes voor MaaS

Een groot deel van de reizigers naar het Zuidas gebied voelt nu al een vorm van pijn rond zijn of haar mobiliteit:

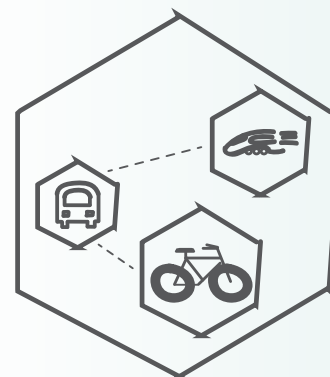
- Van de ZME deelnemers geeft 77% aan niet gemakkelijk of niet goedkoop te kunnen parkeren op het werk; 15% van de algehele Zuidas reizigerspopulatie geeft dit aan (deze werken echter niet allemaal op de Zuidas)
- 62% van de ZME deelnemers vindt autorijden in de spits stressvol; 51% van de algehele Zuidas reizigerspopulatie
- 43% van de ZME deelnemers ervaart hoge reiskosten; 36% van de Zuidas reizigerspopulatie
- 38% van de ZME deelnemers geeft aan in zijn/haar woonplaats weinig alternatieven voor de auto voorhanden te hebben; t.o.v. slechts 15% van de Zuidas reizigerspopulatie (echter is een groot deel woonachtig in Amsterdam of een stedelijk gebied)
- 34% van de ZME deelnemers geeft aan gevoelsmatig lang onderweg te zijn naar werk; 28% van de Zuidas reizigerspopulatie
- 21% van de ZME deelnemers geeft aan in zijn/haar woonplaats niet makkelijk anders te kunnen reizen dan met een auto; 15% van de Zuidas reizigerspopulatie.

Onbekend maakt onbemind, uitproberen maakt geliefd!

Meedoen aan een mobiliteitsexperiment zoals de Experience, ofwel een uitprobeerperiode, blijkt effectief:

- 85% van deelnemers ZME geeft aan nieuwe reismethoden te hebben uitgeprobeerd
- 67% wil in de toekomst vaker gaan reizen met alternatieven voor hun oude reiswijze

En ook de Zuidasreizigerspopulatie bevestigt dit. **Van wie al eens deelvervoer heeft gebruikt, is het in de toekomst waarschijnlijker**



85%

probeerde nieuwe
reismethoden uit

2/3e

wil MaaS nog meer
gaan gebruik

nog eens gebruik maken van deelvervoer:

- 86% van de respondenten heeft de afgelopen maanden nooit deelvervoer gebruikt. Van deze groep geeft vervolgens slechts 18,5% aan in de toekomst meer deeldiensten te willen gaan gebruiken, versus 51,3% die aangeeft dat dit niet waarschijnlijk of zelfs zeer niet waarschijnlijk is.
- 14% geeft aan de afgelopen maanden wel deelvervoer te hebben gebruikt: hiervan gebruikte 7% een deelauto, 3% een deelscooter, 6% een deelfiets. Van de groep van 14% deelvervoergebruikers geeft 63% aan dat het wel zeer waarschijnlijk of waarschijnlijk is dat ze in de toekomst vaker deelvervoer willen gebruiken. Slechts 2% van deze groep zegt dat het zeer onwaarschijnlijk of onwaarschijnlijk is.

Na afloop van de Experience gaat het gebruiken van alternatief vervoer ook door:

80% van de deelnemers maakte gebruik van OV (trein, bus, tram of metro)

43% van Uber; 30% van OV fiets; 15% van Felyx

MaaS biedt meerwaarde aan reizigers, maar je moet er ook wat voor terugdoen

Uit het kwalitatief onderzoek blijkt dat tijdens de overstap op MaaS men een steile leercurves doormaakt, met een aantal drempels. **Het maken van nieuwe situationele afwegingen, ofwel het ontdekken wat per situatie voor jou de meest ideale vervoerscombinatie is, blijkt hiervan de grootste drempel te zijn (51%).**

Tijdens de Zuidas Mobility Experience ervaart een groot deel van de deelnemers de geïdentificeerde leercurven van MaaS:

- 51% van de deelnemers vond het moeilijk per situatie de beste keuze voor een vervoersmiddel te maken
- 34% van de deelnemers vond het moeilijk nieuw reisgedrag af te stemmen met de dagelijkse routine
- 27% van de deelnemers vond het moeilijk reizen te plannen
- 25% van de deelnemers vond het moeilijk een nieuwe reisdienst te leren gebruiken

Onder de algemene Zuidas reizigers spelen deze drempels in het dagelijks leven minder:

- 20% geeft aan het moeilijk te vinden nieuwe vervoersdiensten te leren gebruiken
- 12 % geeft aan het lastig te vinden per situatie de beste keuze te maken voor een vervoersmiddel, en 11% vindt het lastig meerdere vervoersmiddelen af te stemmen in een reis
- 5% vindt het lastig reizen te plannen

Dit is logisch omdat men routines en gewoontes heeft rond zijn/haar mobiliteit en dus zelden hoeft na te denken. MaaS heeft in vergelijking met de normale situatie dus zeker een aantal leerdrempels.

MaaS als totaalconcept (1 app, 1 kaart, veel diensten) heeft een bestaansrecht;

- 79% van de deelnemers ZME geeft aan meerwaarde te zien in het kunnen plannen van reizen met allerlei vervoerswijzen in 1 app; 69% van de algemene Zuidas reizigerspopulatie

- 83% geeft aan MaaS te zien als een reële vervanging voor een eigen auto als ze met 1 app kunnen reizen met allerlei alternatieven tegen een redelijke prijs; 46% van de algemene Zuidas reizigerspopulatie
- Echter bleek tijdens het kwalitatief onderzoek uit het werkelijke verbruik van de deelnemers in vergelijking met de kosten van hun eigen auto (incl. verzekering, onderhoud, benzine) dat MaaS niet altijd zo prijs-competitief bleek te zijn als men vooraf verwacht.

Het verschil tussen de twee enquetegroepen kan verklaard worden door het wel of niet hebben ervaren van een MaaS-propositie en het bijbehorende inschattingsvermogen.

MaaS moet reizigers vertrouwen geven in het aanbod

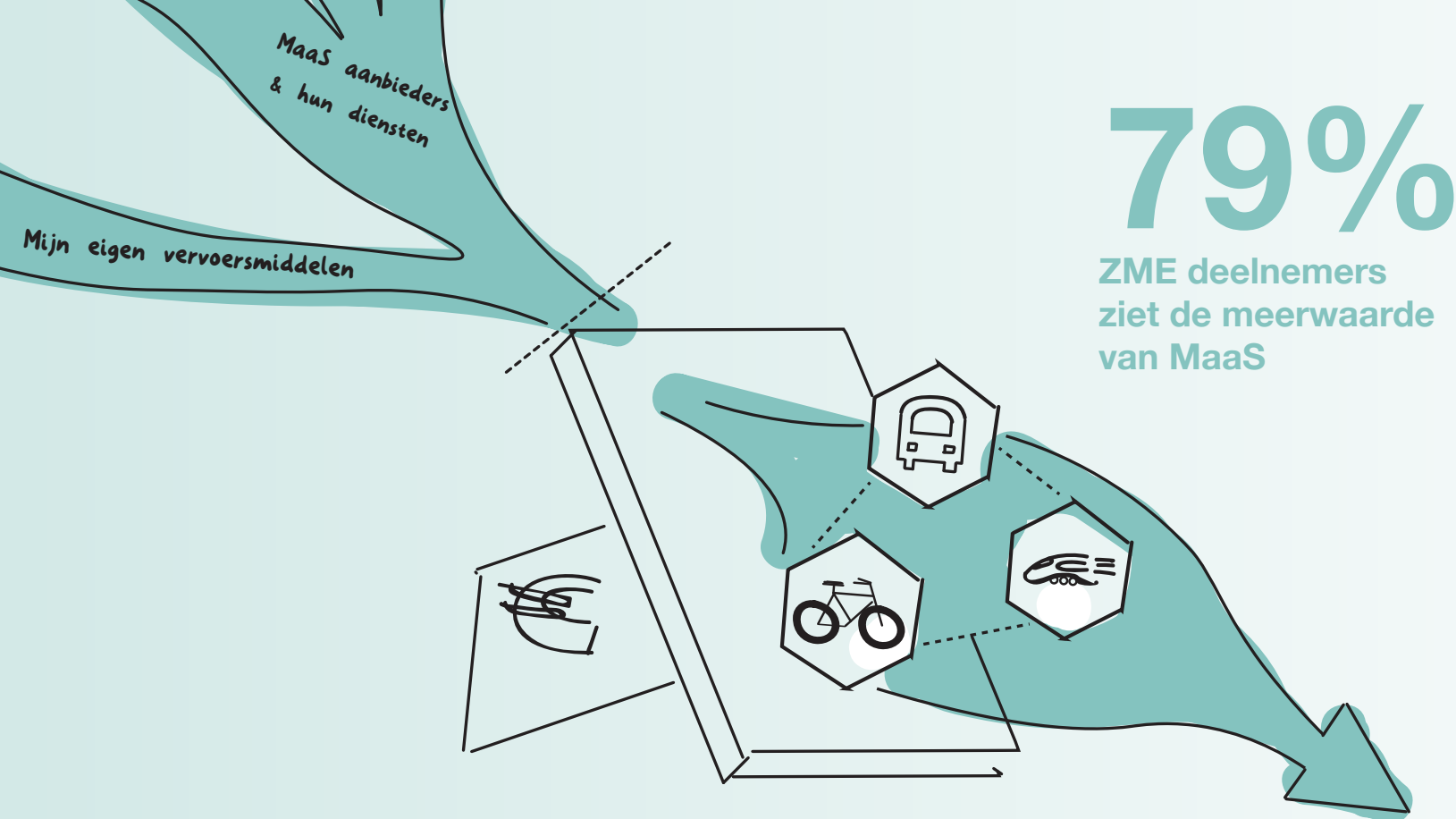
MaaS werkt als men altijd het gevoel heeft erop te kunnen vertrouwen dat ze met de vervoersdienst of het vervoersmiddel van hun keuze kunnen reizen:

- 79% van de deelnemers ZME geeft aan dat het essentieel is dat het favoriete vervoersmiddel altijd beschikbaar is
 - 70% van de algemene reizigerspopulatie Zuidas geeft dit ook aan
- In het geval van nood wil men verzekerd zijn dat ze hun reis kunnen afmaken. Hiervoor wil een deel van de reizigers zelfs betalen.**
- Het gevoel van zekerheid (de garantie dat men altijd een reis kan afmaken) bleek uit het kwalitatieve onderzoek al belangrijk. Men sprak toen over het afsluiten van een auto of taxigarantie (voor een klein bedrag per maand).
- 48% van de ZME deelnemers geeft aan in een noodsituatie zelfs extra geld te willen betalen om zeker te weten dat een reis altijd afgemaakt kan worden
 - Van de algemene Zuidas reizigerspopulatie wil 37% hiervoor betalen

De werkgever en werkcultuur hebben een grote impact

Meer dan de helft van de deelnemers aan de Experience voelt zich niet gestimuleerd door zijn/haar werkgever om anders naar werk te reizen dan met de auto:

- 6% voelt zich ontmoedigd
- 25% geeft aan dat anders reizen 'geaccepteerd' wordt
- 28% voelt zich noch ontmoedigd, noch gestimuleerd
- 41% van de deelnemers voelt zich wel gestimuleerd



69%

van Zuidas populatie
ziet meerwaarde MaaS
ook zonder het te
hebben ervaren

Onder de algemene reizigerspopulatie voelt een nog veel kleiner deel zich gestimuleerd door de werkgever om met alternatieven te gaan reizen voor een auto:

Slechts 21% voelt zich gestimuleerd door zijn/haar werkgever om alternatieven te gebruiken

51% voelt zich noch ontmoedigd, noch gestimuleerd

20% geeft aan dat het geaccepteerd wordt

8% zegt ontmoedigd te worden met alternatieven te reizen door de werkgever

Een klein deel van de ZME deelnemers (11%) geeft aan dat alleen de auto als representatief genoeg wordt gezien voor werk. Onder de algemene Zuidas reizigerspopulatie is dit zelfs 33%.

Dit geeft duidelijk aan dat sommige Zuidas organisaties nog erg auto georiënteerd zijn. Het verschil tussen de twee enquetegroepen kan verklaard worden door het feit dat deelnemers van de ZME voornamelijk afkomstig waren van organisaties waar werkgevers hun werknemers al stimuleren met OV en mobiliteitsexperimenten. Daarnaast kan het zijn dat mensen die minder weerstand voelen op reizen met alternatieven zich uiteindelijk aanmelden, waar anderen het laten. Daardoor is een deel van de ZME deelnemers waarschijnlijk minder gehecht aan de auto.

Aanbevelingen voor de Gemeente Amsterdam

Op basis van de inzichten uit het kwalitatief en kwantitatief onderzoek zijn enkele aanbevelingen geformuleerd. Deze kunnen gebruikt worden door de Gemeente Amsterdam bij het uitzetten van een MaaS-aanbod op de Zuidas.

Een MaaS-propositie die zichzelf verkoopt (door het te ervaren)

Tijdens een periode waarin men MaaS heeft kunnen ervaren, worden na verloop van tijd nieuw verworven vrijheden en voordelen ontdekt. Deze kunnen echter niet worden gebruikt als selling point.

In eerste instantie zal MaaS zich dus moeten verkopen met argumenten zoals het gebruikersgemak (met 1 kaart toegang tot een grote hoeveelheid diensten), de werkgeversstimulering (je krijgt het al van je werkgever) en prijscompetitiviteit (het is goedkoper dan een lease auto).

Mogelijkheden om MaaS te vermarkten zijn:

- Om reizigers vooraf inzicht te geven in wat MaaS hen zou kosten, kan men een gesubsidieerde proefperiode doen, of een MaaS-meting aanvragen. In het laatste geval wordt een inschatting gemaakt van de kosten die gedurende een maand met MaaS gemaakt zouden worden. Dit wordt vergeleken met het reële beeld van de eigen lease auto (inclusief verzekering, onderhoud etc.) en inzichtelijk gemaakt. Daarbij kunnen direct de reële door de werkgever gemaakte kosten (auto vs. MaaS) gepresenteerd worden, zodat het voor zowel werknemers als werkgevers helder is wat MaaS kost.
- Om het gemaksgedoe van een reis met MaaS over te brengen (van opstarten tot betalen), is er bijvoorbeeld een marketingcampagne met verschillende typen beroepsmedewerkers en hoe zij gedurende een werkdag rondkomen met MaaS: dit werkt inspirerend.
- Door samenwerkingen met grote werkgevers op de Zuidas wordt

er een nieuwe default optie aan het mobiliteitsaanbod toegevoegd. Naast een lease auto en standaard OV kaart, kan men een MaaS-pas aanbieden aan werknemers. Daarnaast is er voor grote Zuidas werkgevers de mogelijkheid voor het eigen kantoor deelvervoerstations en extra vervoersmiddelen aan te vragen bij deeldiensten uit het aanbod: bijv. een toegespitst Gemeente Amsterdam HelloBike rek in de garage van het WTC of een Arcadis Car2Go parkeerpoule.

MaaS moet nog prijs-competitiever worden

Tijdens de Experience bleek dat MaaS uiteindelijk vaak duurder uitviel dan deelnemers vooraf verwacht hadden, zeker als er deel- of huurauto's gebruikt waren (relatief dure diensten). Veelal bleek MaaS duurder uit te vallen dan een oudere, eigen auto. Indien men een leaseauto van de zaak had, was MaaS uiteraard goedkoper.

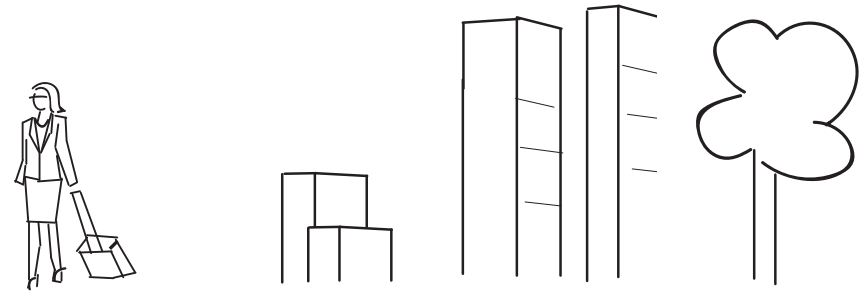
Het zou voor de Gemeente Amsterdam interessant zijn verder te onderzoeken hoe MaaS prijs-competitiever kan worden in vergelijking met een auto, bijvoorbeeld door:

- Financiële afspraken te maken met vervoerders of subsidieringsregelingen rond MaaS op touw te zetten.
- Het onaantrekkelijk te maken voor werknemers en/of werkgevers om leaseplannen af te nemen, door demotiverende maatregelen.

De rol van de werkgever bij het introduceren van MaaS

Pas wanneer men pijn voelt, wordt er iets veranderd aan het huidige reisgedrag. De rol van de werkgever bij het stimuleren van alternatief vervoer is invloedrijk.

“Ik had niet verwacht dat de Experience zo’n succes zou zijn!”



Werknemers gebruiken de middelen die ze geboden krijgen en kiezen vaak de ‘default’ optie. Als er een OV kaart wordt aangeboden voor het woon-werkverkeer probeert men deze zoveel mogelijk te gebruiken, als dit een parkeervoorziening is, komt men met de auto. Echter zal de pijn de komende jaren voor alle Zuidas reizigers hoog worden als gevolg van de ontwikkelingen rond Zuidasdok.

Als werkgever kan op de verergerende Zuidas problematiek geanticipeerd worden.

Door alternatieven voor de leaseauto aantrekkelijker te maken, kunnen werknemers nu al wennen aan het reizen met MaaS-achtige diensten. Als er uiteindelijk een MaaS-dienst uitgerold wordt voor de Zuidas zullen ze gemakkelijk overstappen.

Dit kan door het aantal nieuwe leasecontracten te beperken:

- Door de leaseplannen financieel onaantrekkelijk te maken in vergelijking met een OV aanbod
- Door (externe) parkeervoorzieningen te beperken of alleen aan te bieden aan mensen met een zeer moeilijk bereikbare woonplaats (bijv. 1+ uur met het OV)
- Door een lagere kilometervergoeding aan te bieden voor de auto

Alternatieve vervoerswijzen zoals het OV of de fiets kunnen juist gestimuleerd worden d.m.v. OV vergoedingen, kortingen op e-bikes of bedrijfsfietsen, een kantoorfietsenplan of een kantoordeelautosysteem.

- Een speciale samenwerking met een deeldienst, bijvoorbeeld HelloBike voor een kantoorfietsenplan, is een interessante wijze om werknemers onder werktijd al kennis te laten maken met de dienst.

Buiten werktijd ervaren ze dan minder drempels om er vaker gebruik van te maken. Immers, bekend is bemind.

Daarnaast is het belangrijk om op kantoor een aantal randvoorzieningen aan te blijven bieden die de ongemakken die mensen voelen rond MaaS wegnemen. Veel kantoren hebben deze al in enige mate, zoals:

- Een douche en omkleedvoorziening voor woon-werk fietsers en OV gebruikers, met de mogelijkheid tot het drogen en strijken van een shirt of blouse na natgeregend te zijn onderweg naar werk.
- Kleine gebaren die extra comfort bieden, zoals een gratis kwaliteitsparaplu voor diegene die kiest voor een OV abonnement ipv leaseplan, of 3 gratis koffie's declareren per maand voor je OV vertraging/uitval.
- Flexibele werktijden voor werknemers, zodat men om de OV spits heen kan reizen.

Leaserijders en werknemers van kantoren of afdelingen waar een autocultuur heerst, zijn lastiger te bereiken met MaaS.

De populariteit van leasen en de mate waarin de auto persoonlijke status onderschrijft, is nu nog te belangrijk bij het profileren binnen de organisatie. Om bij deze groep een blijvende gedrags- en systeemverandering in gang te zetten, zal MaaS een plek moeten krijgen binnen de huidige werkcultuur.

Een mogelijke strategie voor de succesvolle introductie van MaaS in auto-georiënteerde organisaties zou zijn om op zoek te gaan naar de rolmodellen binnen de organisatie.

“Ik was helemaal natgeregend, de bandplooi was er goed uit zeg maar. Ze zien me al aankomen op werk..”

Dit kan volgens een tweezijdige aanpak: door op zoek te gaan naar rolmodellen met sociale macht en functionele macht, en ze te overtuigen van MaaS.

- Sociale rolmodellen hebben de potentie het denkbeeld van werknemers te beïnvloeden: door het geven van het goede voorbeeld worden andere werknemers overtuigd van MaaS. Denk aan een populaire senior manager met aanzien die naar werk komt op een Speed Pedelec. Hier zijn proposities zoals een MaaS-probeeraanbod of sponsorships in ruil voor interne promotie effectief.
- Daarnaast kan het benaderen van de vennoten of partners die verantwoordelijk zijn voor het werknemersbeleid effectief zijn. Zij hebben de macht het interne beleid rond parkeervoorzieningen en reisvergoedingen aan te passen. Denk aan het standaard aanbieden van een MaaS-kaart in plaats van een lease auto. Hier kunnen al bestaande proposities binnen de werkgeversaankpak ingezet worden in samenwerking met een aantal MaaS-proposities: denk aan bestaande postcodescans of de Low Car Diet, maar ook toegespitste Mobility Experiences en het gemakkelijk aanvragen van extra deelvervoer voor kantoor.

Het faciliteren van uitproberen

Het kunnen uitproberen en experimenteren met MaaS-diensten is cruciaal om de voordelen te laten inzien.

Tijdens de Zuidas Mobility Experience gaven participanten aan diensten uit te hebben geprobeerd, die ze normaliter niet zouden aangrijpen. Na afloop werd aangegeven nu ook waarschijnlijk niets nieuws meer uit te

gaan proberen. Achteraf bleek het vaak wel een leerzaam experiment te zijn geweest, hetgeen soms zelfs leidde tot nieuw gedrag.

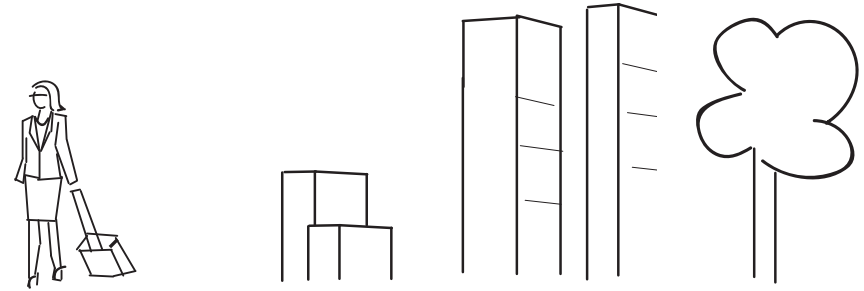
Het uitproberen van een MaaS-systeem moet laagdrempelig worden gemaakt. Bijvoorbeeld door tijdelijk een groot aanbod te kunnen uitproberen tegen een extra voordelige prijs. Men kan dan ontdekken wat fijn werkt voor het woon-werkverkeer en in privé situaties.

- Een uitprobeer- of kennismakingsperiode dient langer dan 3 weken te zijn. Na de Experience kwam veel feedback terug van participanten dat hun gewenningsperiode ongeveer even lang was als de looptijd zelf, waardoor men minder had uitgeprobeerd dan gewenst.
- Het aanbieden van challenges, mobiliteitsexperimenten en uitprobeeraanbiedingen kan daarnaast goed helpen werknemers met twijfels te overtuigen en de voordelen van andersoortige reiswijzen in te laten zien. De samenwerking met grote werkgevers en sociale netwerken rondom de Zuidas is hier belangrijk.

Het stimuleren van ‘gezond’ gedrag

De gemeente Amsterdam kan een grote invloed uitoefenen op het uiteindelijke MaaS-aanbod: welk type gedrag en welke typen vervoer worden er dus gestimuleerd?

- Door naast het delen van vervoer enkel duurzame of milieuvriendelijke diensten aan te bieden binnen de verschillende vervoerscategorieën, kan ook een grote CO2-reductie binnen het Zuidas gebied gerealiseerd worden. Is een huurautodienst überhaupt beschikbaar binnen een MaaS-werkgeversaankpak? En zoja, kan men dan wellicht



alleen milieuvriendelijke modellen huren, zoals elektrische auto's? Dit hoeft immers niet af te doen aan de beoogde luxe (denk: Tesla in plaats van een BMW cabrio diesel).

- Om te zorgen dat het gebied niet overspoeld wordt met weinig gebruikte vervoersmiddelen, is het belangrijk de vervoersdiensten die in de smaak vallen te betrekken bij het MaaS aanbod en het aantal diensten duidelijk te reguleren. Met name diensten die overal neergezet kunnen worden en geen standaard terugbrenglocatie hebben, zijn populair: zoals HelloBike, Car2Go en Felyx. Zie voor een duidelijke specificatie van de gewenste dienstkenmerken blz. 47, 'kwaliteitscriteria voor het inhoudelijke dienstaanbod'. Regulering van de beschikbare MaaS-diensten is belangrijk om een overlast situatie zoals in 2017 rond het grote aantal deelfietssystemen in Amsterdam te voorkomen.

Het verbeteren van de fijnmazigheid door reisdata

De gemeente Amsterdam kan op basis van de gemeten reisdata (transacties, dienstengebruik, kwalitatieve feedback via individuele klantenservices) en geconcentreerde data analyses het vervoersnetwerk in en om de Zuidas verbeteren.

Waar leunt men op deelvervoer, waar komen reizigers vandaan, via welke route komen reizigers het Zuidas gebied binnen, waar gaan ze heen en waar ontbreken dus haltes? Deze data kan driedelig worden ingezet:

- Door analyses te maken met als uitgangspunt het vinden van de slecht bereikbare punten binnen mazen, kan het vervoer rond slecht bereikbare locaties een boost krijgen. De gemeente kan dit stimuleren

door op slecht bereikbare locaties deelvervoerstations aan te vragen bij individuele diensten, meer voorzieningen zoals elektrische laadpalen te plaatsen en ruimte te reserveren voor het parkeren van deelvervoer.

- Ook kan een gedegen analyse gemaakt worden van waar Zuidasmedewerkers en Zuidas reizigers buiten de ring naar toe gaan. Zo kunnen cruciale OV reisroutes geoptimaliseerd worden: denk aan het beleggen van betere afspraken over dienstregelingen (m.b.t. overstaptijden en frequentie) met lokale en regionale vervoerders. Daarnaast kunnen nieuwe vervoershaltes, P+R locaties en kleinschalige busdiensten in het leven geroepen worden in samenwerking met lokale vervoerders: om te zorgen dat men zoveel mogelijk de auto buiten de ring, of zelfs thuis, laat staan.
- Als laatste zou op basis van de reisafstand, beschikbare infrastructuur (wegen, fietspaden) en huidige voorzieningen een analyse gemaakt kunnen worden van welke modaliteiten en alternatieve vervoersdiensten in welk gebied makkelijk gestimuleerd kunnen worden. Dorpen binnen een straal van 20 km van de Zuidas komen goed in aanmerking voor reizen met de fiets, e-bike of bijvoorbeeld e-scooter. Voor deze buitenstedelijke bestemmingen is een samenwerking met de omliggende gemeenten en de Vervoerregio Amsterdam van primair belang.

Criteria voor de aanbesteding aan marktpartijen

Met het oog op de naderende aanbesteding zijn voor de beoordeling van de aanbesteding aan marktpartijen enkele kwaliteitscriteria geformuleerd.

Kwaliteitscriteria voor het totale MaaS-aanbod

Op basis van uitgebreid onderzoek met gebruikers blijken de volgende punten belangrijk te zijn voor de bruikbaarheid van een MaaS-aanbod.

Toegang tot een breed spectrum aan diensten:

- Er zijn verscheidene alternatieven per type dienst beschikbaar (denk: meerdere deelfietssystemen, elk met een andere smaak)
- (Een deel van) deze vervoersdiensten zijn ook buiten de ring van Amsterdam en in buitenstedelijk gebied goed beschikbaar. In de selectie van mobiliteitsaanbieders wordt rekening gehouden met deze buitenstedelijke beschikbaarheid.

Hoge kwaliteit van de reizigers-ondersteunende en ontzorgende systemen:

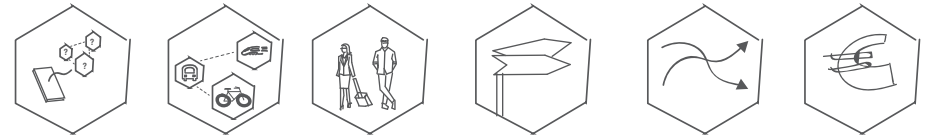
- Een (visuele) reisplanner waarin de MaaS diensten gereserveerd en gepland kunnen worden
- Helder overzicht van het totaalverbruik & de kosten voor elke gemaakte reis. Transparante communicatie van de gemaakte kosten per afzonderlijke dienst binnen een reis is ook belangrijk.
- Het faciliteren van reistransacties en directe afhandeling bij werkgevers voor werkreizen. Voor privé moet er een mogelijkheid bestaan tot uitsplitsing. Het liefst kan ook hier een geautomatiseerde betaalmogelijkheid worden toegevoegd aan een gebruikersaccountant (zoals incasso vanaf een persoonlijke creditcard of betaalpas).
- Bij overschrijding van een vooraf vastgesteld bedrag (aan reiskosten) is het wenselijk om als reiziger een alert te ontvangen.

Goede en bereikbare klantenservice en MaaS back-office voor reizigers:

- Om reizigers in het geval van de complete uitval van een dienst (zoals een technische storing of extreme vertraging) te ondersteunen bij het vinden van een alternatief. Dit betekent bijvoorbeeld het helpen plannen van een nieuw reisadvies, het bestellen van een noodtaxi of het lokaliseren en reserveren van een nieuw deelvoertuig in de buurt.
- Om reizigers te ondersteunen bij organisatorische of technische problemen, die zich niet verhouden tot individuele diensten, maar bijvoorbeeld tot het gebruik van een MaaS portaal, de MaaS-pas zelf, hun MaaS-abonnement etc.
- De MaaS back-office faciliteert het vangen van bruikbare reisdata van individuele dienstverleners en het verzamelen van kwalitatieve customer feedback, in een handig systeem.

Het uitproberen van MaaS wordt gefaciliteerd

- Er is ruimte voor gebruikers diensten in een initiële periode van bijvoorbeeld 3 maanden breder uit te proberen door middel van een uitprobeerperiode of aantrekkelijke prijzen voor het experimenteren. Dan kan men vrij uitproberen, voordat er al een abonnement is afgenomen.



“MaaS klinkt fantastisch, maar het moet wel voldoen aan mijn eisen”

Het verzamelen, delen en inzichtelijk overdragen van gemeten reisdata aan de Gemeente Amsterdam

- Relevante data zijn bijvoorbeeld: reistransacties, het totale dienstengebruik, en (kwalitatieve) feedback over waar men bijvoorbeeld veel op deelvervoer leunt. Dit kan ingezet worden om betere afspraken te maken met lokale vervoerders over plaatsing van haltes en slecht bereikbare gebieden te kunnen stimuleren met extra MaaS diensten
- Een goed intern proces (bij de MaaS-dienstverlener) om customer feedback, troubleshooting, reisdata en terugkerende problemen te verzamelen en vast te leggen.
- Goed voorstel voor een communicatiestructuur tussen de MaaS-dienstverlener en de Gemeente Amsterdam rond uit te wisselen reisdata en feedback met oog op het verbeteren van de mobiliteit binnen de Gemeente Amsterdam.

Kwaliteitscriteria voor het inhoudelijke dienstaanbod

De volgende criteria zijn van belang voor de individuele diensten binnen het totale MaaS-aanbod.

De dienst heeft een goede spreiding van het vervoer:

- Binnen de stad (fijnmazigheid) en buiten de stad een redelijke spreiding in het buitenstedelijk gebied
- Indien dit nog niet het geval is, bestaat wel de mogelijkheid bij de aanbieder vervoersmiddelen/deelstations/‘parkeerplekken’ aan te vragen (voor deeldiensten).

De volgende gebruikskarakteristieken hebben de voorkeur:

- Het niet hoeven terugbrengen van een vervoersmiddel naar een vaste locatie, of dezelfde locatie vanwaar de reis is gestart.
- Het betalen voor gebruik(sminuten), en niet (veel) betalen voor stilstaand gebruik of reserveren. Eventueel onderscheid tussen een bewegend en ‘stilstaand’ tarief (zoals bij Felyx) is acceptabel.
- Goed gebruiksgemak van de betrokken systemen: zoals goed werkende technologie (denk Bluetooth, locatievoorzieningen en herkenning locatie), heldere gebruikersuitleg m.b.t gebruik van de dienst, gebruiksgemak van de app van de dienst zelf, en het makkelijk en snel kunnen ‘opstappen’ (weinig handelingen nodig om aan de reis te beginnen).
- Diensten met een sociale, vriendelijke helpdesk en goede klachtenafhandeling: klachten worden bevestigd en opgelost binnen een redelijke tijd.

Discussie en vervolg

Bij het interpreteren van de inzichten uit dit onderzoek is het van belang een aantal dingen mee te nemen.

De inzichten uit dit onderzoek zijn gebaseerd op kwalitatieve data met 15 participanten, en kwantitatieve data van 378 respondenten. Dit is een bruikbaar aantal om uitspraken te kunnen doen over welke thema's en prioriteiten spelen bij werknemers van de Zuidas.

Als vervolgstap zou het interessant zijn twee doelgroepen te betrekken bij het uitwerken van MaaS op de Zuidas:

- Onder de deelnemers van de Zuidas Mobility Experience, en dus ook de participanten van het onderzoek, waren weinig Zuidas reizigers met zeer wisselende bestemmingen voor werk, zoals consultants. Dit kwam waarschijnlijk mede door de eis dat men minstens 3 dagen per week naar de Zuidas moest reizen. Aangezien de consultants een grote werknemersgroep vormen op de Zuidas, zou het interessant zijn een speciaal MaaS-experiment op te zetten in samenwerking met een grote consultant. De behoeften van deze groep rond MaaS kunnen dan in kaart worden gebracht.
- In de aanbevelingen en conclusies is meermaals een werkgeversaankpak aangestipt. Door onderzoek en co-creatie te doen in samenwerking met de grote werkgevers van de Zuidas kan in kaart worden gebracht welke eisen werkgevers stellen aan MaaS. Het is belangrijk dat zowel sociale rolmodellen als beleidsmakers betrokken worden. Samen met deze groepen kunnen de juiste tools en hulpmiddelen om MaaS te introduceren binnen de organisatie ontwikkeld worden.

Colofon

Dit rapport is opgesteld door Ideate in opdracht van De Gemeente Amsterdam Zuidas. Het geeft de resultaten weer van een reizigersonderzoek rond de Zuidas Mobility Experience.

De inzichten zijn gebaseerd op uitgebreid kwalitatief en kwantitatief gebruikersonderzoek uitgevoerd door Ideate in samenwerking met de Gemeente Amsterdam, de Mobiliteitsfabriek, Arcadis en de Green Business Club.

Wilt u meer informatie over dit onderzoek of bent u geïnteresseerd in het beknopte presentatieverslag, neem dan contact op met: kate@ideate.nl

Voor vragen over de aanbesteding aan marktpartijen kunt u contact opnemen met: m.vanderlinden@amsterdam.nl

Met speciale dank aan alle deelnemende respondenten en partners die hebben meegewerkt aan dit onderzoek.

*“ Ik kan het niet maken om in de trein
te gaan bellen met mijn klanten over
sensitieve informatie, normaal doe ik
dat in de auto wel..”*



