



Onderwerp

Evaluatie Tarievenhuis Oost Nederland

Kern mededeling:

Op 6 juli 2018 is toegezegd dat Provinciale Staten de evaluatie van het Tarievenhuis OV Oost Nederland (THO) ontvangen. De kwalitatieve doelstellingen van het Tarievenhuis Oost Nederland, dat in 2017 is ingevoerd, zijn bereikt: voor reizigers in het openbaar vervoer is er een eenvoudig en aantrekkelijk abonnementenaanbod. Inwoners van Oost Nederland weten de nieuwe regionale kortingsproducten steeds beter te vinden. Het gebruik blijft nog wel achter bij de doelstellingen. Daarom gaan de vervoerbedrijven de marketinginspanningen opvoeren. Gedeputeerde Staten gaan het Tarievenhuis verder invoeren door de tarieven voor scholieren en andere reizigers in de periode 2021-2023 gelijk te trekken. Vanaf 2021 komt het trajectabonnement beschikbaar ter vervanging van het 2-sterabonnement.

Mededeling:

In deze Mededeling wordt het volgende toegelicht:

1. Resultaten Evaluatie Tarievenhuis Oost Nederland
2. Geen aanpassing van de OV-kilometerprijzen op basis van de uitkomsten van deze evaluatie
3. De invoering van het Tarievenhuis Oost Nederland gaat verder, de tarieven voor scholieren en volwassenen worden in stappen gelijk getrokken
4. In 2021 komt er een trajectabonnement de concessie OV IJsselmond als opvolger van het 2-sterabonnement.

Bij deze mededeling is een document met achtergrondinformatie opgenomen over tarieven in het openbaar vervoer en het Tarievenhuis Oost Nederland (THO) (#2593116).

NB: in deze Mededeling is geen rekening gehouden met de omstandigheden en gevolgen van de uitbraak van het Corona-virus.

Registratienummer

2580219

Datum

19 mei 2020

Afdeling/Bureau

SENB

Openbaarheid

Openbaar

Portefeuillehouder

Reus, J. de

Ter kennisname aan PS en
burgerleden



1. Resultaten Evaluatie Tarievenhuis Oost Nederland (bijlage 1)

De evaluatie laat zien dat het Tarievenhuis Oost Nederland op de gestelde kwalitatieve doelen succesvol is geweest. Onderstaande tabel is een samenvatting van de evaluatie van de kwalitatieve doelen. Het gehele rapport is als bijlage meegestuurd.

	Doel	Resultaat	
1.	Eenvoud: wegne- men concessiegren- zen en een herken- baar en geïnte- greerd aanbod	Het productenpalet is in heel OV-Oost gelijk en sluit in de naamgeving aan bij het productenpalet van NS. Hierdoor begrijpen reizigers snel wat de mogelijkheden zijn van de producten als 'dalkorting'. In bijlage 1 van het evaluatie-rapport staat het gehele productenpalet. De prijzen van de nieuwe Oost-abonnementen zijn voor alle doelgroepen gelijk. Er wordt korting gegeven op basis van tijdstip, frequentie en afstand van reizen, niet op ba- sis van leeftijd. De landelijk geldende leeftijdskorting van 34% voor kinderen tot 12 jaar en 65-plussers blijft van toe- passing en geldt ook bij gebruik van de kortingsproducten- producten van het THO (korting op korting). Deze leef- tijdskorting staat landelijk wel ter discussie.	
2.	Betere spreiding reizigers over de dag	Relatief gezien is het volume in de spits over het geheel van OV Oost afgenomen van 21,1% naar 20,6%. Het effect van THO is niet te isoleren. Maar de algehele richting is positief en THO draagt daar zeker aan bij.	
3.	Degressie: de kos- ten per kilometer nemen voor de rei- ziger af naarmate het aantal gereisde kilometers toe- neemt	Dit wordt bereikt met de nieuwe kortingsproducten en abonnementen. Reizigers die weinig reizen, reizen (voor- namelijk) op saldo en betalen daarmee vol tarief, terwijl reizigers die iets meer reizen, middels een kortingspro- duct met korting kunnen reizen en daardoor minder beta- len per kilometer.	
4.	Zekerheid: vooraf weten hoeveel reiskosten je als reiziger kwijt bent	De 'Altijd Vrij', 'Dal Vrij' en 'Weekend Vrij'-producten bieden op voorhand zekerheid met betrekking tot de reis- kosten. Gegeven het forse aandeel in het gebruik van voornamelijk Altijd Vrij Oost (7,5%), is die behoefte aan zekerheid er bij de reizigers. Bij de berekening van dit percentage zijn de gebruikers van de OV-studentenkaart niet meegerekend.	

Tabel 1 Uitkomst evaluatie THO - kwalitatieve doelen

De reizigers weten de THO-abonnementen steeds beter te vinden. Volgens het evaluatierapport was in 2019 sprake van een groei van meer dan 30% op de verkoop van een aantal abonnementen. Het meest populair zijn Altijd Vrij, gevolgd door Dal Voordeel Oost Bus, Dal Vrij en Altijd Voordeel.

In de bijlage 'Achtergrondinformatie over tarieven en Tarievenhuis Oost Nederland' staat meer uit-
leg over tarieven, het THO en een analyse van de THO-producten.

Het evaluatierapport is een samenvatting van onderzoeken door externe partijen, dat maakt de
evaluatie meer onafhankelijk en komt tegemoet aan de wens van de reizigersvertegenwoordiging
om als provincies niet 'het eigen vlees te keuren':

- onderzoeksbureau Hypercube: heeft een kwalitatieve en kwantitatieve analyse naar gebruik en opbrengsten gedaan;
- onderzoeksbureau Keijzer: heeft de communicatie-effecten onderzocht;



- onderzoeksbureau Goudappel Coffeng: heeft via interviews de aanpak van het project beoordeeld.

2. Geen aanpassing van de OV-kilometerprijzen op basis van de uitkomsten van deze evaluatie

In 2017 moesten volgens de scenariostudie van het onderzoeksbureau Hypercube de kilometertarieven in Flevoland (concessie OV IJsselmond) met ruim 21% (dat is €0,02 per kilometer) worden verhoogd en wel om drie hoofdredenen, die allen naar verwachting zouden leiden tot het teruglopen van de reizigersopbrengsten:

1. steeds meer mensen gebruiken de OV-chipkaart in plaats van het duurdere kaartje op de bus;
2. door de introductie van een beslissingsondersteunend systeem (BOS) gaan meer reizigers slimme keuzes maken die voor hen goedkoper uitvallen. Op de site 'Ervaar het OV' is een productchecker geïntroduceerd (<https://www.ervaaHetOV.nl/productchecker>);
3. en tot slot de introductie van het THO (o.a. vanwege het aanbieden van hogere dalkortingen, voorheen 20% en nu 40%) Als gevolg van de nieuwe THO-producten zijn de kilometerprijzen in Oost-Nederland gemiddeld met 0,37 cent (€ 0,0037) verhoogd.

In afwijking van het advies van Hypercube besloot Gedeputeerde Staten (18 april 2017, #2058875) het kilometertarief niet met 21% maar slechts met 7% (dat is €0,063 per kilometer) te verhogen. Dit was mede op verzoek van Provinciale Staten en de reizigersorganisaties vertegenwoordigd in het ROCOV Flevoland. Daarnaast besloten Gedeputeerde Staten als overgangsmaatregel een tijdelijke scholierenkorting op het abonnement Altijd Vrij IJsselmond (tegen een vast maandbedrag mag de reiziger onbeperkt met de bus in de concessie OV IJsselmond reizen) te bieden en de verwachte opbrengstderving voor de provincie te accepteren.

Voor de kwantitatieve monitoring van het THO is een aantal jaren op rij de opbrengst per kilometer per concessie binnen OV Oost gevolgd. Deze methodiek was gemaakt om te toetsen of de aanpassing van het kilometertarief vanwege het invoeren van het THO te hoog of te laag was. De data is gecorrigeerd op effecten als de introductie van de OV-studentenkaart voor MBO-scholieren en de BTW-verhoging.

De uitkomsten van de kwantitatieve evaluatie zijn niet eenduidig te verklaren. In sommige concessies zou de uitkomst leiden tot een verlaging maar in andere concessies tot een extra verhoging van de kilometerprijs. Deze voorgestelde aanpassingen per concessie zijn niet met andere argumenten te onderbouwen. Daarom zijn er geen rationele argumenten om de kilometerprijzen te wijzigen als gevolg van de evaluatie van het THO. Kennelijk spelen andere effecten (bijvoorbeeld het weer, de opmars van de e-bike en de stakingsdagen) zo'n grote rol dat de effecten van het THO wegvallen en niet als in een laboratorium kunnen worden geanalyseerd.

De vraag kan gesteld worden of het kilometertarief moeten worden verlaagd omdat de verkoop van THO-producten achterblijft bij de prognoses uit 2017. De prijsstijging per kilometer was echter zeer gering (gemiddeld €0,0037) en het is moeilijk te bepalen wat de verlaging van de kilometerprijs dan moet zijn. Bovendien neemt de populariteit van de THO-producten fors toe. Om de doelstellingen uit 2017 te bereiken is gekozen voor verlenging en intensivering van de campagnes om THO-producten te promoten. De OV-vervoerders hebben hiervoor een actieplan gemaakt. Bovendien zullen zij dit jaar de prijzen van de abonnementsprijzen niet verhogen (ook geen indexatie). Op de korte termijn levert dat een daling van de opbrengsten op, maar op de lange termijn meer trouwe klanten. NB: dit actieplan is opgesteld voor de uitbraak van het Corona-virus. De marketingacties zijn uitgesteld.

3. De invoering van het Tarievenhuis Oost Nederland gaat verder, de tarieven voor scholieren en volwassenen worden in de periode 2021-2023 gelijk getrokken

Het besluit om het THO in te voeren heeft onder andere tot gevolg dat er geen aparte tarieven meer zijn voor scholieren en volwassenen. Gedeputeerde Staten hebben in 2017 twee overgangsmaatregelen getroffen mede om tegemoet te komen aan bezwaren van het ROCOV Flevoland en Provinciale Staten. Als eerste door op het Altijd Vrij-abonnement een tijdelijke leeftijds-korting



voor scholieren van 34% te bieden en deze in 4 jaar af te bouwen. En als tweede hebben Gedeputeerde Staten besloten om het 2-sterabonnement met scholierenkorting opnieuw voor de duur van één jaar in te voeren (29 augustus 2017, #2104294). Het 2-sterabonnement (een abonnement gebaseerd op het zone-systeem van de strippenkaart) was bedoeld om reizigers die een relatief korte afstand reizen te compenseren. Op dit moment is de scholierenkorting op Altijd Vrij IJsselmond teruggebracht tot 20%. Het 2-sterabonnement kost voor scholieren al enkele jaren €68,-. Prijsstijgingen zijn in afwachting van de evaluatie van het THO stilgezet.

Daarnaast constateren Gedeputeerde Staten dat het THO goede producten biedt voor alle doelgroepen ook na het gelijk trekken van de tarieven. De introductie van het THO betekent dat een reiziger een product kan aanschaffen dat recht op korting biedt afhankelijk van het tijdstip, de frequentie en de afstand van zijn reizen maar onafhankelijk van zijn leeftijd. Daarnaast kunnen reizigers die dat willen een afgekocht reisrecht kopen: een vaste prijs per maand voor het onbeperkt mogen reizen in een gebied. Met de introductie van een trajectabonnement in 2021 (zie punt 4.) komt er ook een aantrekkelijk abonnement voor reizigers die vaak een kortere afstand reizen.

In het document Achtergrondinformatie over tarieven en THO (#2593116) staat een analyse van de diverse producten en de omslagpunten (prijs ten opzichte van aantal reisdagen). Hieruit blijkt dat de producten met scholierenkorting meestal het meest voordelig zijn. Dat is logisch vanwege de hoge kortingen en het gegeven dat het 2-sterabonnement voor scholieren de laatste jaren niet in prijs is verhoogd. Tot 14 reisdagen per maand biedt het product Dal Voordeel Oost Bus een voordeliger alternatief voor alle reizigers. Voor de korte afstanden (tot 12 km) geldt dat het trajectabonnement vanaf 2021 voor alle reizigers ongeveer €83 per maand kost. Scholieren zijn dan €15 per maand duurder uit. Omdat dit abonnement vaak alleen in de wintermaanden wordt gekocht (12 km is immers ook een redelijke fietsafstand) is het prijsverschil op jaarbasis te billijken. Voor de lange afstanden (vanaf 30 km) hebben scholieren nog een voordeel van 20% op het abonnement. Dit verschil zal in de periode 2021-2023, in de aanloop naar de nieuwe concessie, worden afgebouwd. Bij een reisafstand van 30 kilometer en 16 reisdagen betaalt iedereen dan ca €0,15 p/km. Bij 20 reisdagen daalt dit naar €0,12. Alle genoemde prijzen zijn volgens de geldende tarieven in 2020.

Met ingang van 1 januari 2018 ontvangen studenten aan MBO-colleges bovendien ook een OV-studentenkaart. Zij vallen daarmee niet meer onder de doelgroep 'scholier'.

Bij de introductie van het THO hebben Provinciale Staten gevraagd of gemeenten compensatie kunnen ontvangen voor verstrekte vergoedingen voor openbaar vervoerkosten in het kader van hun armoedebeleid. Dit omdat de scholierenkortingen op abonnementen worden afgebouwd. Na het voeren van gesprekken met de gemeenten hierover en een uitnodiging per brief, hebben Gedeputeerde Staten besloten een eenmalige compensatie toe te kennen aan gemeente Noordoostpolder. In de Statenmededeling 'Afhandeling toezegging over compensatie voor stijging van openbaar vervoertarieven aan gemeenten in het kader van het gemeentelijk armoedebeleid' (edox: 2555264) is dit verder toegelicht.

En tot slot geldt dat verdere invoering van het THO aansluit op de afspraken binnen OV Oost over de aanbesteding IJssel-Vecht. De drie provincies hebben bij de vaststelling van de aanbestedingsstukken IJssel-Vecht besloten om gelijke uitgangspunten (THO) te hanteren voor hun tarieven. Gelijke tarieven voor scholieren en andere reizigers is één van de uitgangspunten. De tarieven moeten daarom uiterlijk per december 2023 (start van de nieuwe concessie IJssel-Vecht waarbij de vervoerder opbrengstverantwoordelijk is) voor iedereen gelijk zijn. In Overijssel en Gelderland zijn de tarieven voor het 'Altijd Vrij'-abonnement voor scholieren en volwassenen uiterlijk in 2021 gelijk. Overijssel en Gelderland kennen geen 2-sterabonnement.



In 2021 komt er een trajectabonnement in de concessie OV IJsselmond als opvolger van het 2-sterabonnement

Bij de start van het THO werd al verzocht (onder andere door de reizigersorganisaties) om een abonnement met een vaste prijs per maand voor reizigers die kortere afstanden (ca 12 km) reizen. Het THO-product 'Altijd Vrij' is namelijk meer geschikt voor reizigers die relatief veel kilometers maken. Mede om die reden is het 2-sterabonnement weer ingevoerd in Flevoland als 'lokaal tarief'. Dit abonnement is dus niet geldig in de andere provincies en past daarom niet bij het uitgangspunt van het THO dat er binnen OV-Oost zoveel mogelijk gelijke abonnementen zijn. Om die reden is in de aanbesteding IJssel-Vecht een trajectabonnement uitgevraagd om het 2-sterabonnement te kunnen vervangen. Dit trajectabonnement zal stapsgewijs in heel OV-Oost worden ingevoerd. Vooruitlopend op de concessie IJssel-Vecht is Connexxion bereid het trajectabonnement al in 2021 te introduceren op de volgende trajecten (de huidige 2-ster-trajecten):

- Urk-Emmeloord
- Rutten/Creil/Espel-Emmeloord
- Ens-Emmeloord
- Swifterbant-Dronten
- Biddinghuizen-Dronten

Bij het besluit over de tarieven 2021 (najaar 2020) zullen Gedeputeerde Staten concreet de stappen bepalen voor het gelijk trekken van de tarieven voor de trajectabonnementen en Altijd Vrij-abonnementen in de periode 2021-2023.

Bijlagen

Naam bijlage:	eDocs nummer:	Openbaar in de zin van de WOB (ja/nee aangeven)
Evaluatie Tarievenhuis Oost Nederland, maart 2020	2580320	Ja
Achtergrondinformatie over tarieven en Tarievenhuis Oost Nederland	2593116	Ja
Actieplan OV Vervoerders Tarievenhuis Oost 2020-2021 versie 4 11032020	2581982	Ja

Ter inzage in de leeskamer

Naam bijlage:	eDocs nummer:	Openbaar in de zin van de WOB (ja/nee aangeven)

Evaluatie van het Tarievenhuis Oost Nederland

Maart 2020



Inhoudsopgave

1	Aanleiding.....	3
2	Onderzoeksopzet.....	3
2.1	Hoofdvragen.....	3
2.2	Betrokkenheid ROCOV-s bij evaluatie	4
2.3	Leeswijzer	4
3	Kwantitatief onderzoek: verkoopcijfers en analyse data	5
3.1	Verkoop abonnementen	5
3.2	Gebruik THO-producten en aansluiting bij prognoses Scenariostudie THO	6
3.3	Onderzoek opbrengstneutraliteit.....	7
4	Communicatie	8
4.1	Welke communicatie is er geweest?.....	9
4.2	Was de marketing effectief?	9
4.3	OV-Productchecker	9
5	Ervaringen uit de maatschappij.....	10
5.1	Problemen	10
5.2	Oplossingen	10
5.3	Gebruik	11
6	Onderzoek invoeringsproces.....	11
6.1	Leerpunten	12
7	Beantwoording van de vragen en aanbevelingen.....	12
7.1	Is de invoering opbrengstneutraal geweest?	12
7.2	Is de juiste communicatie gevoerd over de invoering?	12
7.3	Hoe ervaren de reizigers het nieuwe tarievenhuis?	13
7.4	Wat kunnen we leren van het gevoerde proces?	13
	BIJLAGE 1 Reisrechten tarievenhuis Oost Nederland.....	15
	BIJLAGE 2 Opgave Tarievenhuis Oost Nederland.....	17
	BIJLAGE 3 Samenvatting uitkomsten monitor.....	18

1 Aanleiding

Sinds 2015 wordt in Oost Nederland, Flevoland (met uitzondering van Almere en Lelystad), Gelderland en Overijssel, gewerkt aan een integratie van de tarieven voor het openbaar vervoer in de 10 bus- en treinconcessies van het gebied¹.

In 2017 heeft een gedegen voorbereiding van een aantal jaar geleid tot de invoering van uniforme reisrechten en tarieven voor de (bus)wagenverkoop per 1 februari en tot de invoering van uniforme abonnementen voor bus en regionale trein per 1 juli². Het nieuwe tarieven portfolio dat daarmee ontstaan is, noemen we het Tarievenhuis Oost Nederland (THO). Het THO geeft invulling aan de wens van de reiziger om helderheid, eenvoud en concessiegrensoverschrijdende acceptatie in de tariefstelling voor het openbaar vervoer. De reiziger kan kiezen voor gemak (voltarief saldo reizen), zekerheid (door het kopen van een onbeperkt reisrecht binnen een gebied) of voordeel (reizen met een kortingsabonnement). De reiziger kan zich bij zijn keuze laten adviseren door een beslissingsondersteunend systeem, de zogenaamde “OV-Productchecker” op de website www.ErvaarhetOV.nl. Daarmee kunnen mensen het abonnement kiezen dat het best bij hun reisgedrag past. Een samenvatting van de opgaven van het THO staat in bijlage 2.



Tijdens de voorbereiding die aan de invoering van het THO vooraf ging, zijn de tarieven voor de nieuwe abonnementen in overleg tussen de partijen (overheden, consumenten en vervoerders) bepaald en zijn scenario's voor opbrengsteffecten doorgerekend door een extern bureau³. Op basis van deze prognoses zijn de kilometerprijzen per 1 juli 2017 per concessie aangepast om tot een kostenneutrale invoering te komen. Het was namelijk niet de bedoeling dat één van de drie partijen onevenredig nadeel zou ondervinden van de invoering van het THO. Het doel van deze evaluatie is meervoudig:

1. om duidelijk te krijgen of de invoering gemiddeld opbrengstneutraal is geweest en wat eventueel noodzakelijk is om dit alsnog te bewerkstelligen;
2. om duidelijk te krijgen hoe de reizigers de producten twee jaar na invoering van het THO waarderen;
3. om leerpunten te verkrijgen voor onze en andere organisaties die willen beginnen of verdergaan met vergelijkbare initiatieven.

2 Onderzoeksopzet

2.1 Hoofdvragen

Voor deze evaluatie zijn vier hoofdvragen gesteld:

1. Is de invoering opbrengstneutraal geweest?
2. Is de juiste communicatie gevoerd over de invoering?
3. Hoe ervaren reizigers en potentiële reizigers de invoering van het nieuwe tarievenhuis?
4. Wat kunnen we leren van het gevoerde proces en hoe gaat het verder?

¹ Op de treindienst Valleilijn zijn de nieuwe tarieven in 2017 niet ingevoerd, omdat op dat moment een NOVB-pilot liep met enkelvoudig in- en uitchecken op het spoor en in de omgeving geen THO geldig is.

² Zie Bijlage 1: reisrechten Tarieven Huis Oost

³ “Hypercube Business Innovation: Scenariostudie tariefbeleid 2016” van 26 augustus 2016

In deze evaluatie wordt niet ingegaan op de uitgangspunten van “eenvoud”, “degressie” (degressie: hoe meer je reist, des te meer korting je krijgt) en de mogelijkheid tot “zekerheid” in de tarieven omdat deze uitgangspunten door de opzet van het THO bij invoering impliciet al ingevuld zijn door de structuur van het productportfolio. Eenvoud is bereikt door een overzichtelijker palet aan abonnementen. Het degressieve karakter van het THO-assortiment volgt automatisch uit het feit dat nu tegen lage aanschafkosten abonnementen verkrijgbaar zijn, die fors hogere kortingen bieden dan voorheen, waardoor vaker of verder reizen steeds goedkoper wordt. En tot slot biedt het ‘altijd-vrij-abonnement’ de mogelijkheid om via een vaste prijs onbeperkt te kunnen reizen. Dit geeft de reiziger een gevoel van ‘zekerheid’: hij weet waar hij aan toe is.

- Het antwoord op vraag 1 is onderzocht door middel van een kwantitatieve analyse van het reisgedrag en de daarbij gebruikte reisrechten en reisproducten⁴. De afgelopen twee jaar zijn de ontwikkelingen naar opbrengsten, volumes, productgebruik en reismoment in OV Oost gemonitord. De uitkomsten zijn vergeleken met de cijfers van één jaar vóór invoering van het THO.
- Voor een antwoord op vraag 2 is een overzicht gemaakt van de ingezette middelen en is een effectmeting gedaan van de marketingacties die zijn uitgevoerd.
- Het antwoord op vraag 3 is onderzocht door een inventarisatie van de problemen die direct na de invoering duidelijk werden, de oplossingen die hiervoor zijn ingevoerd en de mate van gebruik van die oplossingen.
- Het antwoord op vraag 4 is onderzocht door middel van een enquête⁵ onder de bij de invoering betrokken partners. Het tweede deel is een verkenning over de ontwikkelingen in de komende jaren.

2.2 Betrokkenheid ROCOV-s bij evaluatie

Voor de begeleiding van de uitvoering van de evaluatie is aan de vier ROCOV's in OV-Oost (ROCOV's Flevoland, Gelderland, Overijssel en Twente) gevraagd om twee leden als vertegenwoordiging bij de vergaderingen van de werkgroep Tarievenhuis Oost Nederland (normaliter alleen vervoerders en overheden) aanwezig te laten zijn.

Vanuit de gezamenlijke ROCOV's is uitdrukkelijk naar voren gekomen dat “de slager niet zijn eigen vlees moet keuren”. De evaluatie dient door een onafhankelijk bureau te worden uitgevoerd en niet door medewerkers van vervoerders/provincies. Voor de beantwoording van vraag 1 en 4 is deze wens ingevuld door het onderzoek uit te laten voeren door een adviesbureau. Voor de beantwoording van vraag 2 is gebruik gemaakt van de data van het bureau dat ook de marketingacties bij de introductie van het THO heeft ontwikkeld en uitgevoerd. Door het ROCOV is gevraagd om zowel reizigers als niet-reizigers (maar geen studenten) te bevragen over het Tarievenhuis Oost Nederland. Deze wens is door de overheden besproken met de vervoerders maar deze is niet ingewilligd vanwege te lastige praktische haalbaarheid en een slechte balans tussen nut en kosten.

2.3 Leeswijzer

In de hoofdstukken 3 tot 6 worden de antwoorden op de vier deelvragen behandeld. Hoofdstuk 7 geeft de beantwoording van de vier hoofdvragen.

⁴ Een reisrecht is de toestemming onder voorwaarden om mee te mogen. Een reisproduct is een abonnement dat aangeeft welke prijs op welk moment gevraagd wordt.

⁵ Onderzoeksbureau Goudappel Coffeng

3 Kwantitatief onderzoek: verkoopcijfers en analyse data

Vervoerders en provincies hebben in aanloop naar de invoering van het THO afgesproken dat de effecten van het THO gemonitord worden voor een periode van twee jaar. Onder punt 3.1 wordt ingegaan op de verkoopcijfers⁶ van de nieuwe THO-abonnementen. Onder punt 3.2 wordt ingegaan op het onderzoek naar het reisgedrag (afstand, frequentie, moment van reizen) en het productgebruik na invoering van THO, op basis van de transactiedata (alle check-in-check-out gegevens van reizigers). Een extern bureau⁷ heeft in opdracht van de drie provincies de effectmeting van de eerste twee jaren Tarievenhuis Oost Nederland uitgevoerd. De uitkomsten van de metingen over de twee jaar ná invoering van het THO worden in de monitor vergeleken met de cijfers van het jaar vóór de invoering van het THO, waarmee duidelijker wordt wat in de praktijk gebeurt. De prognoses over gebruik in de scenariostudie die ten grondslag ligt aan het THO, gingen uit van een langere termijn van vijf jaar, omdat reizigers tijd nodig hebben om het abonnement te vinden dat het best bij hun reisgedrag past. De hiernavolgende informatie en cijfers dienen tegen deze achtergrond te worden gezien. In bijlage 3 is een korte samenvatting opgenomen van de rapportages van Hypercube⁸.

3.1 Verkoop abonnementen

Vervoerders hebben cijfers aangeleverd over de ontwikkelingen van de verkoop van de THO-abonnementen vanaf invoering THO medio 2017 tot en met nu. Op basis van de verkoopcijfers van de nieuwe abonnementen kan worden geconcludeerd dat de reizigers de THO-abonnementen steeds beter weten te vinden. Dat blijkt uit een stijging van het aantal reizigerskilometers/ritten met deze producten bij alle vervoerders, maar ook uit een grotere toename van de verkoop ervan in 2019. Op dit moment is er sprake van een gestage groei.

- Het jaarabonnement Dal Voordeel Oost Bus is bijvoorbeeld in 2018 bijna 4.000 keer verkocht. In 2019 zijn er ca 5.500 abonnementen verkocht (stijging van ca. 37%).
- Het maandabonnement Dal Vrij Oost Bus is in 2018 2.245 keer verkocht. In 2019 zijn er 3.654 abonnementen verkocht, stijging van 63%;
- In 2018 was de totale verkoop van alle THO-proposities 10.558 abonnementen, in 2019 zijn er in totaal 14.367 abonnementen verkocht, een stijging van 36 %.

Bovenstaande cijfers hebben alleen betrekking op de verkoop van de THO-abonnementen. Van de *Voordeel*-abonnementen wordt het jaarabonnement Dal Voordeel Oost bus veruit het meest verkocht. Op de tweede plek het maandabonnement Altijd Voordeel Oost. Overigens geldt dat het (per concessie geldige) *Altijd Vrij* abonnement van alle abonnementen het meest verkocht is.

Daarnaast kan opgemerkt worden dat de verkoop van de jaarabonnementen in waarde stijgt ten opzichte van de maandabonnementen. De verkoop aan volwassenen is in relatie tot de scholieren onverwacht hoog. Dit blijkt voor alle abonnementen te gelden. De grotere omvang van de groep volwassenen kan dit deels verklaren, maar door de afwezigheid van studenten (door het OV-studentenproduct) in de telling werd dit niet verwacht. Wel is duidelijk te zien dat de scholieren eerder in het jaar een hoog niveau in de aanschaf kennen en volwassenen juist later. Dit kan met de start van het schooljaar te maken hebben. Voor de volwassenen kunnen zowel het weer als de tweede marketingfase in 2018⁹ een verklarende factor zijn. De significante stijging in verkoop aan volwassenen is zowel bij abonnementen Dal Voordeel, Altijd Voordeel en Dal Vrij zichtbaar. Daardoor lijkt de invloed

⁶ Deze cijfers zijn afkomstig van de vervoerbedrijven in OV-Oost.

⁷ Hypercube Business Innovation

⁸ Hypercube Business Innovation, in de hoofdttekst wordt volstaan met Hypercube

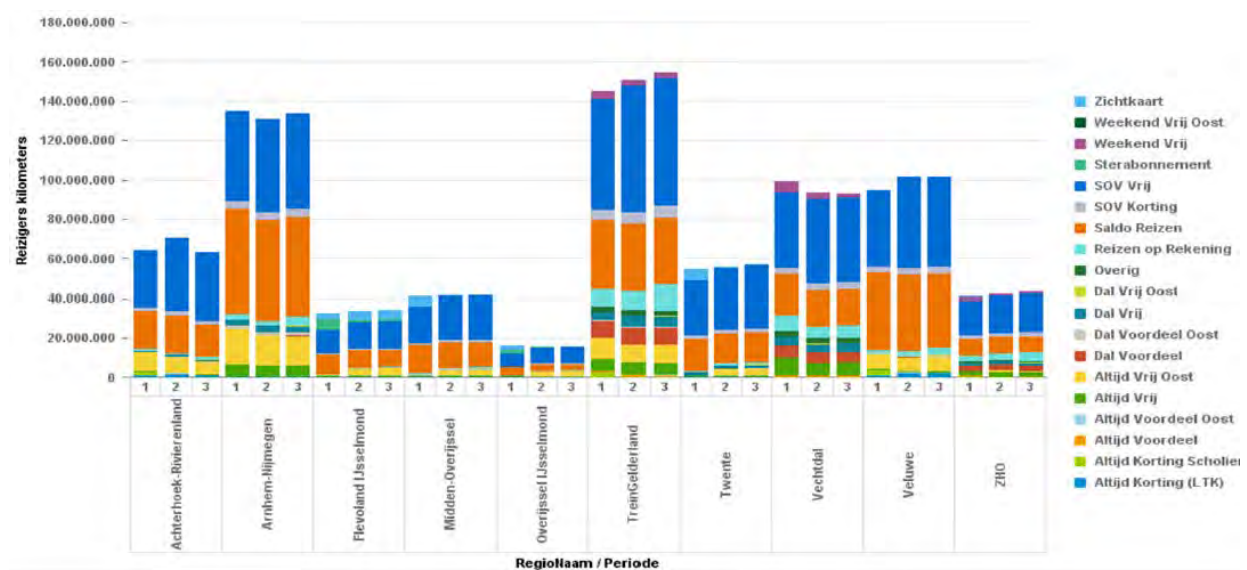
⁹ Fase 2: wervingscampagne abonnementen daluren gericht op sociaal recreatieven en senioren

van het seizoen sterker dan de invloed van de marketing. Een vergelijking met andere jaren zou hier meer inzicht in kunnen geven.

3.2 Gebruik THO-producten en aansluiting bij prognoses Scenariostudie THO

Het gebruik¹⁰ van de meeste THO-producten blijft op dit moment nog achter bij de prognoses van de Scenariostudie Hypercube uit 2016. Zo heeft Altijd Voordeel Oost een aandeel van 0,4%, terwijl 3,5% verwacht was. Bij Dal Voordeel Oost gaat het om 1,1% realisatie ten opzichte van 2,9% verwacht. Het product Weekend Vrij Oost toont het grootste verschil met een realisatie van 0,04%, terwijl 5,7% geprognostiseerd was. Alleen Dal Vrij Oost doet het met 0,7% aandeel iets beter dan de verwachte 0,4%. Er zijn twee producten die een groter aandeel hebben dan verwacht: Altijd Vrij heeft (over heel Oost gemeten) een aandeel tussen 7 en 8%, waar 6,4% verwacht was en Saldo Reizen heeft een aandeel van 53,4% waar 49,1% verwacht was. Veel reizigers houden dus vast aan de meer traditionele vormen van betalen (in de bus): ofwel het voltarief betalen voor iedere rit ofwel het volledig afkopen van het totale reisgedrag. De potentie van de kortingsproducten is er echter wel degelijk. Zo kunnen alleen al zeker 125.000 reizigers die kiezen voor Saldo Reizen goedkoper uit zijn door gebruik te maken van Dal Voordeel Oost. 6.000 mensen zouden zelfs op jaarbasis minstens € 100,- kunnen besparen. In de scenarioberekening is er rekening mee gehouden dat het tijd vergt om de bekendheid van de THO-abonnementen te vergroten. De scenarioberekeningen waren bedoeld voor de lange termijn. De verwachting is daarom dat naarmate de bekendheid van de THO abonnementen groeit, het gebruik verder zal toenemen. De marketing voor het THO loopt ook nog steeds door.

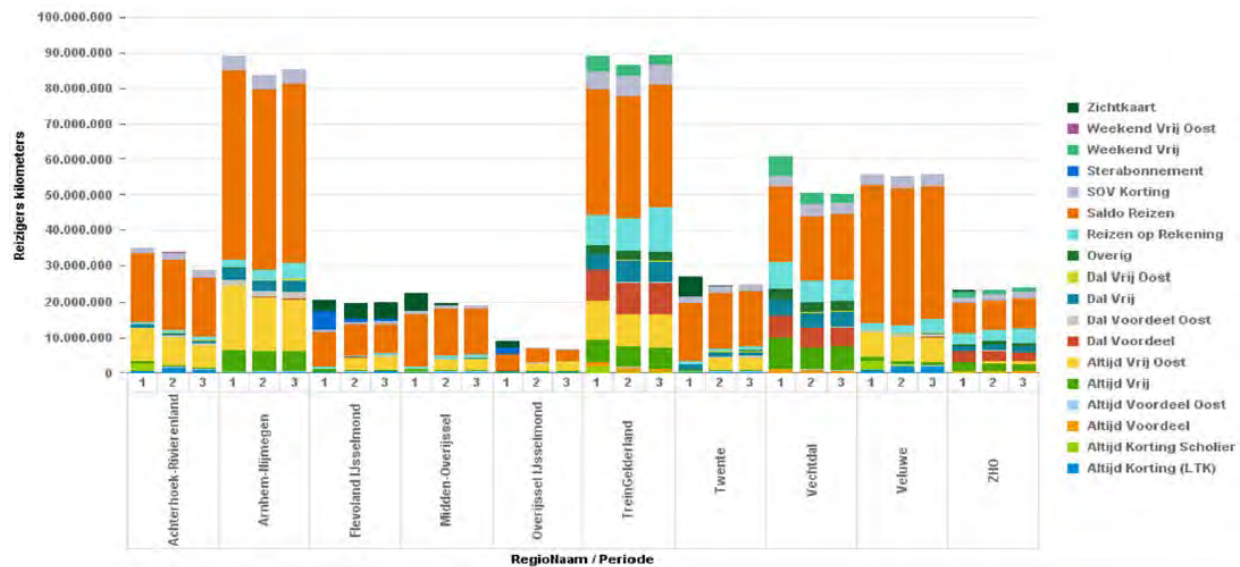
In onderstaande grafieken is te zien hoeveel reizigerskilometers per kaartsoort worden gereisd in de 3 onderzoeksperiodes¹¹. De eerste grafiek geeft het complete beeld en zijn de reizigerskilometers van de OV-studentenkaart ook meegenomen. In de tweede grafiek is OV-studentenkaart niet meegenomen.



Figuur 1: Reizigerskilometers opgesplitst naar concessie, periode en productsoort IHypercube, Monitor OV Oost Rapportage Jaar 2, publiekversie)

¹⁰ NB: bij de berekening van de hierna genoemde percentages zijn de reizigerskilometers op de OV Studentenkaart buiten beschouwing gelaten.

¹¹ Onderzoekperiodes: Periode 1: 01-07-2016 t/m 30-06-2017, Periode 2: 01-07-2017 t/m 30-06-2018, Periode 3: 01-07-2018 t/m 30-06-2019



Figuur 2: Reizigerskilometers opgesplitst naar concessie, periode en productsoort exclusief SOV IHypercube, Monitor OV Oost Rapportage Jaar 2, publieksversie)

Verschuiving van spits naar dal

Het is nuttig inzicht te krijgen of het THO een verschuiving te weeg brengt van reizen in de spits (tussen 6.30 en 9.00 uur) naar de daluren voor wie geen gebruik maakt van de studentenkaarten. Daartoe is gekeken naar de relatieve groei van de reizigerskilometers in het tweede jaar van de monitoring ten opzichte van de cijfers uit het jaar vóór de invoering van het THO. Uiteraard is het tariefbeleid slechts een onderdeel van het totaal aan mogelijke maatregelen en andere oorzaken (bijvoorbeeld weersgesteldheid) om een dergelijke spreiding tot stand te brengen. Relatief gezien is het volume in de spits over het geheel van OV Oost afgenomen van 21,1% naar 20,6%. Alleen in de Keolis concessies Twente en Veluwe neemt het relatieve gebruik in de spits toe van respectievelijk 23,0% naar 23,2% en van 22,4% naar 23,3%. Het effect van THO is niet te isoleren. En door het minder dan verwachte gebruik van de Dal Voordeel abonnementen zal het effect van THO niet heel groot zijn. Maar de algehele richting is positief en THO draagt daar zeker aan bij.

3.3 Onderzoek opbrengstneutraliteit

De uitkomsten van het onderzoek naar de opbrengstneutraliteit is in opdracht van de provincies uitgevoerd door een externe partij, en zijn te vinden in het rapport “Resultaten Verrekening OV Oost 2018/19” (Hypercube Business, 18-2-2020). Hieronder een samenvatting van de uitkomsten.

Bij invoering van het THO medio 2017 zijn de kilometertarieven in de concessies iets verhoogd¹² om een opbrengstneutrale overgang naar de nieuwe situatie, waarin reizigers recht op hogere kortingen in de daluren kunnen kopen, te garanderen. Provincies en vervoerders hebben bij de start afgesproken eventuele opbrengsteffecten als gevolg van invoering van het THO te gaan verrekenen.

De oorspronkelijke berekeningen uit de Scenariostudie THO (Hypercube) uit 2016 zijn gebaseerd op aannames over het reisgedrag, prijsgevoeligheid, en veranderingsbereidheid van reizigers. Door de daadwerkelijk gerealiseerde ritten en opbrengsten in de periode juli 2017 tot en met juni 2019 te

¹² Als gevolg van de nieuwe abonnementen zijn de kilometerprijzen **gemiddeld** met 0,37 cent (€ 0,0037) verhoogd.

meten wordt duidelijk in hoeverre er sprake is van een afwijking ten opzichte van het jaar voor invoering van het THO.

Daarvoor is een methodiek afgesproken, die zoveel als mogelijk garandeert dat alleen voor opbrengsteffecten van het THO wordt verrekend. De methodiek dient te toetsen of de aanpassing van het kilometertarief te hoog of te laag was. In de systematiek voor verrekening wordt gekozen voor het meten van de opbrengst per reizigerskilometer, omdat deze eenheid ongevoelig is voor exogene effecten en maatregelen, zoals economische ontwikkeling en het aanbod / kwaliteit van de dienstverlening.

Effecten zoals de kostenontwikkeling (index) en het effect van de tussentijdse Btw-verhoging in 2018 zijn gecorrigeerd. Als laatste zijn de effecten van de invoering van de OV-studentenkaart voor 16- en 17-jarigen op het MBO in 2017 in de data gecorrigeerd. De studenten-vrij producten zelf zijn volledig buiten de analyse gehouden. Deze maakten ook geen onderdeel uit van de Scenarioberekeningen vooraf. Daarmee zou geborgd moeten zijn dat uitsluitend getoetst wordt op de effecten van de invoering van het nieuwe tarievenhuis in Oost Nederland. De afspraak tussen vervoerders en overheden is dat als uit de monitoring blijkt dat de opbrengst per kilometer één jaar na invoering van het THO buiten de afgesproken bandbreedte van 5% hoger (of 5% lager) is, dit gecorrigeerd wordt met een aanpassing van het kilometertarief. Na het tweede jaar is de bandbreedte 3%.

Om de opbrengstneutraliteit te berekenen, kan gebruik gemaakt worden van zowel de transactiedata (de check-in-check outs van de ritten in concessies OV-Oost met uitzondering van de studentenkaart) als de opbrengstadministratie (verzameling van alle reizigersinkomsten met uitzondering van de studentenkaart) van de vervoerders. Bij elke geregistreerde rit kan het product geïdentificeerd en daarmee de prijs worden bepaald. In de opbrengst kan aan per ontvangen bedrag een rit gekoppeld worden. Idealiter zouden deze twee methoden naadloos op elkaar aansluiten. In de praktijk bleek dit niet het geval te zijn. In geen enkele concessie sluiten de uitkomsten van beide methoden goed op elkaar aan. De verschillen lopen op tot 18%.

Na het eerste jaar leek bij de tussentijdse evaluatie de ontwikkeling van het prijsniveau verklaarbaar en acceptabel (binnen de 5%) en was er geen twijfel aan de rekenmethodiek. Nu blijkt, na alle correcties op foutieve data, rekenfouten en voor alle bekende externe effecten, dat er nog meer onbekende externe effecten zijn die een onacceptabel grote invloed hebben op de uitkomsten om van een valide uitkomst te kunnen spreken. Effecten waarvan we weten dat ze opgetreden zijn, maar waarvan het effect niet te berekenen is, zijn bijvoorbeeld het weer (bij mooie zomers kiezen mensen eerder voor de fiets), de landelijke stakingsdagen in het OV in 2018, maar ook het weren van contant geld op de bus kan betekenen dat mensen niet meer voor de bus kiezen of meer op saldo gaan reizen. De geconstateerde afwijkingen per concessie verschillen van elkaar in zowel grootte als richting. De afwijkingen zijn ook veel groter dan de correcties die zijn toegepast bij de invoering van het THO. Niet alleen verschillen de concessies onderling van elkaar in uitkomsten, maar ook het moment van berekenen geeft verschillen in grootte en richting voor concessies. Voor al deze effecten zijn geen afdoende verklaringen te vinden.

4 Communicatie

Vanuit het reclamebureau Keijzer dat de campagne heeft begeleid is een analyse gedaan op de opzet en ingezette middelen van de reclamecampagne.

4.1 Welke communicatie is er geweest?

De campagne rondom het nieuwe Tarievenhuis in Oost Nederland bestond uit 2 fases:

- Fase 1: informatiecampagne rondom nieuw Tarievenhuis Oost Nederland gericht op huidige abonneenthouders/ov-gebruikers.
- Fase 2: wervingscampagne abonnementen daluren gericht op sociaal recreatieven en senioren.



Fase 1 duurde ruim drie maanden, van half juni tot half september 2017. Fase 2 duurde ook ruim drie maanden, van eind september tot eind december 2017. De focus van fase 2 lag niet direct op de productchecker of het scala van abonnementen, maar op Dal Voordeel Oost en Weekend Vrij Oost. De campagne heeft gebruik gemaakt van de nieuwsbrieven van Ervaar het OV en vervoerders, reclame op de schermen in de bus, reclame op de websites van de vervoerders en online media (advertenties via facebook, adwords, google display en 9292).

4.2 Was de marketing effectief?

In verhouding tot oude middelen als advertenties in huis-aan-huisbladen is het bereik van de online-media zeer groot. Het aantal advertenties loopt op tot de 1,5 miljoen dat gericht op het gebied en de doelgroepen is verstuurd. Daarbij wordt procentueel weinig op de advertentie gereageerd, maar ook lage percentages leiden al tot een groot effect. Een deel van de effectiviteit was ook dat mensen voor wie een wijziging ontstond, gewaarschuwd werden waardoor ze eerder contact konden opnemen met de vervoerder of provincie en oplossingen voor de ingangsdatum al konden worden aangeboden (zie ook H5, punten 2-5).

4.3 OV-Productchecker

Bij invoering van het THO is er een "tool" "de OV-productchecker" aan de website van Ervaar het OV (www.ervaarhetov.nl/productchecker) toegevoegd, waarmee mensen kunnen checken welke reisproduct het best bij zijn reisgedrag past.

5.400 mensen hebben tijdens fase 1 via de online Productchecker hun reisgedrag opgegeven. Zo ontvingen ze een advies op maat voor een passend abonnement of vervoersbewijs. Uit een test blijkt dat op weekdagen het argument gemak effectiever is, dus bijvoorbeeld het gemakkelijk overstappen naar andere vervoerders. In het weekend scoort het kortingsaspect beter, dus het altijd met korting reizen. Of de mensen die de Productchecker hebben gebruikt ook het geadviseerde product hebben gekocht, kon niet worden gemeten.

5 Ervaringen uit de maatschappij

Vanaf de eerste start van de communicatie over het nieuwe Tarievenhuis tot ongeveer drie maanden daarna zijn een aantal problemen gemeld door inwoners. In dit gedeelte wordt ingegaan op de problemen bij de invoering. Op de gemelde problemen die onvoorzien voor groepen mensen konden gelden, is snel gereageerd waardoor de meeste problemen binnen een maand na melding en vaak voor de invoering van het THO waren opgelost.

In de volgende paragrafen worden eerst de problemen weergegeven en de provincie/concessie waar deze zich voordeden.

Het onderscheid tussen een probleem en een klacht wordt als volgt gedefinieerd. Een klacht is een melding over een negatief gevolg van het Tarievenhuis Oost Nederland. Vaak een stijging van het tarief binnen de verwachte en geaccepteerde marges. Een probleem is een negatief gevolg van het THO welke buiten de verwachte en geaccepteerde marges valt.

5.1 Problemen

1. Door de relatieve grootte van de oude (strippenkaart)zones in Flevoland worden mensen met een 2-ster abonnement in Flevoland geconfronteerd met een sterkere stijging van de reiskosten dan de reizigers in andere gebieden. De zones zijn 4x zo groot als in de rest van Nederland waardoor de kilometerprijs 2x zo laag lag. Dit levert een relatief grote kostenverhoging op voor deze reizigers die van een zonetarief overgaan naar een kilometertarief.
2. Scholieren die reizen met de treindienst Zutphen-Hengelo-Oldenzaal (ZHO) gaan van een bussterabonnement naar een trein-altijd vrij. Dit geeft een onevenredige stijging omdat niet alleen de scholierenkorting wordt afgebouwd, maar ook het goedkopere busabonnement niet meer bruikbaar is. Vooraf was niet bekend dat op dit traject reizigers met een busabonnement gebruik mochten maken van de regionale trein.
3. Reizigers tussen Drenthe en Midden Overijssel moeten na invoering twee abonnementen kopen omdat het grensoverschrijdende sterabonnement niet meer bruikbaar is in Midden Overijssel, terwijl de abonnementen van Midden Overijssel niet geldig zijn in Drenthe.
4. In Zwolle is afgesproken dat iedereen met een Altijd Vrij IJsselmond ook in heel Zwolle moet kunnen reizen. Dit is opgelost door de stadslijnen van Keolis aan het abonnement van Connexxion toe te voegen. Eén wijk is niet bereikbaar met een stadslijn waardoor deze niet bereikbaar is met IJsselmond altijd Vrij.
5. In de concessie Achterhoek/Rivierenland gebruikten 400 scholieren in januari 2017 het product Altijd Korting Scholier op de trein. De maximale kostentoeename is ca. € 15,- tot €20,- per maand of maximaal € 189,- per jaar.

5.2 Oplossingen

1. In Flevoland is besloten tot herinvoering van het 2-sterabonnement als lokaal tarief.
2. Er is een compensatieregeling gemaakt voor scholieren die al een maand of jaarabonnement hadden van maximaal €200,- in 2017.
3. Syntus accepteert het Qbuzz sterabonnement als zicht-abonnement.
4. Streeklijnen 29, 40 en 668 zijn toegevoegd per 3 september 2017 aan de lijnen die IJsselmond altijd vrij accepteren.
5. Scholieren die met een Altijd Korting Scholieren abonnement gereisd hebben, konden bij aanschaf van een abonnement Altijd Voordeel Oost €100,- van de provincie Gelderland retour krijgen.

5.3 Gebruik

Bij de meting naar het gebruik van de oplossingen blijkt dat het hier om zeer beperkte aantallen reizigers gaat.

Het 2-sterabonnement wordt gemiddeld nog zo'n 150 keer per maand aangeschaft. Het THO is in Flevoland voor specifieke groepen reizigers in Flevoland ook aantrekkelijk, zeker voor hen die langere afstanden reizen (ritten langer dan 20 km). Dit blijkt onder andere uit de overstap van een besloten touringcar naar het openbaar vervoer door scholieren richting het Greijdanuscollege in Zwolle. Het OV is qua prijs voor hen aantrekkelijker geworden dan het zelf organiseren van vervoer.

In onderstaande tabel inzicht in de verkoop van 2-ster-abonnement en Altijd Vrij IJsselmond.

	2-Sterabonnement	Altijd Vrij IJsselmond
2017 (juli-december)	140	350
2018	165	426
2019	151	409

Tabel 1: Gemiddelde verkoop per maand 2-ster en Altijd Vrij IJsselmonnd

Voor de Qbuzz-ster is 34 keer een supplement aangevraagd. In schooljaar 2017/2018 is 11 keer gebruik gemaakt van de compensatieregeling die gold in het gebied van Achterhoek-Rivierenland en 0 keer in 2018/2019.

6 Onderzoek invoeringsproces

Het onderzoek naar het invoeringsproces is opgesplitst in een bureaustudie en een digitale enquête met open vragen. De enquête is uitgezet onder alle betrokken medewerkers van de tien betrokken organisaties. De bureaustudie was gericht op een feitelijke weergave van het proces van dit meerjarig project. Kort samengevat is het volgende proces gevolgd:

- In 2015 is een overzicht van alle tarieven en reisrechten gemaakt binnen de drie overheden. Tevens is met alle betrokken organisaties gesproken over de wenselijkheid en haalbaarheid van een nieuw tarievenhuis.
- 2016 is gebruikt voor onderzoek naar de juiste tariefstructuur, reisrechten en tarieven voor de diverse producten.
- 2017 is gebruikt voor de invoering. In februari de wagenverkoop, in juli de abonnementen in de webwinkels.

Het resultaat van de enquête is een verzameling meningen die zonder ordening naar belang of zwaarte is weergegeven. Het resultaat moet dan ook als zodanig gezien worden. Toch heeft het resultaat wel meerwaarde omdat het aangeeft hoe het gevoel over de samenwerking is.

Wat goed ging:

- De sterke samenwerking die heeft plaatsgevonden met toegewijde projectleden.
- Er is rekening gehouden met ieders belangen waarbij naar wederzijdse winst is gezocht.
- De juiste onderwerpen zijn in kaart gebracht en besproken.

Wat beter kon:

- De rol van het ROCOV als gesprekspartner in plaats van alleen adviseur, kan nog verder worden uitgebouwd.

- De tijd die nodig is voor advisering en besluitvorming bij de verschillende organisaties is formeel berekend in de planning. Dit levert een onderschatting op voor de daadwerkelijk benodigde tijd.
- Er was vooraf geen tijd ingepland voor reparaties voor specifieke problemen. Door de tijd die de reparatie kostte, is de evaluatie later gestart dan gepland.

6.1 Leerpunten

In de evaluatie en de besluitvorming voor aanpassingen wordt het ROCOV (nog) meer betrokken. Dit geeft het ROCOV meer invloed, maar gewaakt moet worden dat het ROCOV niet medeplichtig wordt en dat de kritische blik blijft bestaan om te waarschuwen voor misstappen. De planning voor de evaluatie en momenten van aanpassingen van tarieven is aangepast aan dit leerpunt omdat duidelijk is dat krappe schema's onprettig zijn in de samenwerking en in potentie de kans op fouten versterken. Het denken in win-win situaties heeft een duidelijke meerwaarde getoond ten opzichte van eerdere landelijke trajecten waarbij partijen alleen aangaven wat ze zelf wilden.

7 Beantwoording van de vragen en aanbevelingen

7.1 Is de invoering opbrengstneutraal geweest?

Uit het rapport "Resultaten Verrekening OV Oost 2018/19"¹³ blijkt dat op deze vraag geen sluitend antwoord mogelijk is. Op basis van de uitkomsten van dit onderzoek kan geen betrouwbare uitspraak gedaan worden over de opbrengstenneutraliteit. Ook na alle mogelijke correcties voor externe factoren geven de resultaten geen verklaarbaar beeld over de ontwikkeling van de prijs per kilometer. De geconstateerde effecten wijken zowel in grootte als in richting af van wat verwacht kan worden vanuit de oorspronkelijke aanpassing van de tarieven.

Gezien het feit dat uit monitoring blijkt dat het gebruik van de nieuwe abonnementen op dit moment in ieder geval nog achter blijft bij de prognoses, is wel evident dat de verhogingen van de kilometerprijzen te hoog zijn geweest. Maar vanwege de hierboven uiteengezette complicaties, is niet exact vast te stellen hoeveel de scenarioberekeningen er naast zaten.

7.2 Is de juiste communicatie gevoerd over de invoering?

Over het algemeen is de communicatie richting de reizigers goed verlopen bij de invoering. Hier heeft de invoering van de nieuwe abonnementen halverwege het jaar (1 juli 2017) in plaats van op 1 januari aan meegeholpen omdat de communicatie nu puur over de nieuwe abonnementen ging en niet over een nieuwe dienstregeling en nieuwe tarieven. De nieuwe abonnementen waren twee maanden voor de invoering bekend. Hierdoor konden mensen die een bezwaar of probleem hadden dit vooraf al melden wat onder andere in Gelderland en Overijssel heeft geleid tot oplossingen die al voor de daadwerkelijke invoering effectief waren.

Het effect van de product specifieke communicatie na invoering is aangetoond met de stijgende verkoop van abonnementen in de communicatie-periode. Ook uit een onderzoek naar de "Bekendheid en imagobusvervoer in OV regio Oost"¹⁴ blijkt dat de bekendheid van de Oost abonnementen stijgende is. In 2017/2018 had 25% van de deelnemers aan het onderzoek (wel en geen OV-gebruikers) een actie van het THO gezien. In 2019-2020 was dat 31%.

¹³ Hypercube Business Innovation, februari 2020

¹⁴ Blauw, Bekendheid en imago busvervoer in OV-regio Oost Rapportage 2019/2020, januari 2020

7.3 Hoe ervaren de reizigers het nieuwe tarievenhuis?

Een beperkt aantal onverwachte effecten deed zich lokaal voor waarvan de meeste snel opgelost konden worden. Het probleem met de vervallen sterabonnements in Flevoland heeft wel veel aandacht gekregen, maar de oplossing is beperkt gebruikt.

Het nieuwe palet aan producten wordt als overzichtelijk en eenvoudig gezien. Vanuit reizigersorganisaties en overheden wordt gevraagd om trajectabonnements. Vanuit de reizigers zelf komt deze vraag slechts sporadisch naar voren. De meeste mensen kiezen voor een afgekocht reisrecht of voor een korting (40%) in de daluren. Het gebruik van andere abonnements dan het Altijd-Vrij product valt tegen ten opzichte van de prognoses uit de Scenariostudie voor het THO. Tegelijkertijd is het gebruik van alle regionale abonnements hoger dan voor de invoering van het Tarievenhuis Oost Nederland en langzaam maar gestaag stijgend.



De communicatie via de kanalen van de vervoerders (website en voertuigen) in combinatie met advertenties via sociale media is effectief gebleken. Er zijn over het totaal gezien weinig klachten binnen gekomen van reizigers die zich “overvallen” voelden door de wijzigingen in de van de OV-tarieven. Incidenteel wordt door reizigers een vraag gesteld over de nieuwe tarieven, o.a. over de afbouw van de scholierenkorting. De uitleg over het afbouwen van leeftijdsdiscriminatie wordt geaccepteerd. Provinciale Staten van Flevoland willen echter dat de scholierenkorting niet verder wordt afgebouwd in afwachting van de evaluatie van het THO.

7.4 Wat kunnen we leren van het gevoerde proces?

De belangrijkste leerpunten zijn het belang van een open communicatie tussen de partijen en het zoeken naar gezamenlijke winst.

Bouw in fases en ben bereid te stoppen

In de ontwikkelfase van het project is vanaf het begin de nadruk geweest op het gezamenlijke belang en de uitgangspunten voor alle partijen. In de voorbereiding waren diverse momenten voorzien waarin het project gestopt kon worden als één van de partijen geen win-situatie meer zou zien. Dit heeft geleid tot een intrinsieke motivatie voor alle partijen. Alleen in de periode vlak voor de invoering is een gespannen situatie geweest tussen vervoerders en overheden over mogelijke derving. Deze situatie is toen snel en voor alle partijen aanvaardbaar opgelost.

Een goede voorbereiding is goud waard.

Maar houd altijd rekening met onverwachte problemen voor kleine groepen mensen bij invoering. Reserveer hiervoor tijd c.q. geld en reageer direct, duidelijk en open op meldingen vanuit de maatschappij.

Het openbaar vervoer is geen laboratoriumsituatie.

De kwantitatieve evaluatie heeft 2,5 jaar gekost aan bedenken, testen en bijschaven en het is onmogelijk gebleken een valide resultaat op te leveren als gevolg van de vele onbekende variabelen in de situaties. In paragraaf 3.3 is uitgebreid beschreven dat vele effecten als toenemende populariteit e-bike, weersgesteldheid, meer gebruik OV-fiets e.d. een invloed hebben op het OV-gebruik. De omvang van het effect is lastig te bepalen en niet te isoleren in de berekeningen. Bij het OV zullen er altijd onbekende variabelen zijn, denk alleen maar aan de huidige Corona-crisis.

Voor nieuwe gebieden is het aan te bevelen een doel te stellen aan te verkopen abonnementen op basis van een analyse van het bestaande gebruik. En eventuele compensatie in het kilometertarief dan aan te bieden naar rato van het behalen van het doel.

Aandacht moet blijven voor de doorontwikkeling en beheer van het tarievenhuis Oost Nederland.

Enerzijds is door het onderzoek van Hypercube duidelijk geworden dat bepaalde behoeften aan reisrechten slechts marginaal voorkomen en zouden kunnen vervallen. Anderzijds zal In de komende jaren de techniek rond de OV-chipkaart sterk wijzigen waardoor nieuwe mogelijkheden ontstaan. Daarbij moet gewaakt worden dat een nieuw onoverzichtelijk palet ontstaat, puur omdat het kan. De balans tussen maatwerk en overzichtelijkheid moet voortdurend bewaakt worden.

BIJLAGE 1 Reisrechten tarievenhuis Oost Nederland

NAAM	REISRECHT	TARIEF 2020
REGIONALE ABONNEMENTEN		
1. DAL VOORDEEL OOST BUS	Geeft de abonneementhouder 40% korting op de (buurt)busritten in Oost Nederland met uitzondering ¹⁵ van werkdagen tussen 6:30 en 9:00 uur.	€16 p/j
DAL VOORDEEL OOST BUS & TREIN	Geeft de abonneementhouder 40% korting op de (buurt)bus- en treinritten in Oost Nederland met uitzondering ¹ van werkdagen tussen 6:30 en 9:00 uur.	€21 p/j
2. ALTIJD VOORDEEL OOST BUS	Geeft de abonneementhouder 40% korting op de (buurt)busritten in Oost Nederland met uitzondering ¹ van werkdagen tussen 6:30 en 9:00 uur. Dan geldt 20% korting.	€16 p/mnd €160 p/j
ALTIJD VOORDEEL OOST BUS & TREIN	Geeft de abonneementhouder 40% korting op de (buurt)bus- en treinritten in Oost Nederland met uitzondering ¹ van werkdagen tussen 6:30 en 9:00 uur. Dan geldt 20% korting.	€26 p/mnd €260 p/j
3. DAL VRIJ OOST BUS	Geeft de abonneementhouder 100% korting op de (buurt)busritten in Oost Nederland met uitzondering ¹ van werkdagen tussen 6:30 en 9:00 uur.	€53 p/mnd €530 p/j
DAL VRIJ OOST BUS & TREIN	Geeft de abonneementhouder 100% korting op de (buurt)bus- en treinritten in oost Nederland met uitzondering ¹ van werkdagen tussen 6:30 en 9:00 uur.	€79 p/mnd €790 p/j
4. WEEKEND VRIJ OOST BUS	Geeft de abonneementhouder 100% korting op de (buurt)busritten in Oost Nederland vanaf vrijdag 19:00 uur tot maandag 6:30 uur. Geeft 40% korting op (buurt)busritten in Oost Nederland op maandag tot en met vrijdag met uitzondering van 6:30 tot 9:00 uur.	€159 p/j
WEEKEND VRIJ OOST BUS & TREIN	Geeft de abonneementhouder 100% korting op de (buurt)bus- en treinritten in Oost Nederland vanaf vrijdag 19:00 uur tot maandag 6:30 uur. Geeft 40% korting op (buurt)bus- en treinritten in Oost Nederland op maandag tot en met vrijdag met uitzondering van 6:30 tot 9:00 uur.	€212 p/j
5. ALTIJD VRIJ OOST BUS	Geeft de abonneementhouder 100% korting op de (buurt)bus in Oost Nederland (alleen zakelijke markt)	Prijzen verschillen per regio
ALTIJD VRIJ OOST BUS & TREIN	Geeft de abonneementhouder 100% korting op de (buurt)bus en Blauwnet trein in Oost Nederland (alleen zakelijke markt)	Prijzen verschillen per regio
WAGENVERKOOP BUS		
RITKAART	Niet geldig op de buurtbus Geeft de kaarthouder één rit zonder overstap.	Prijs is afhankelijk van de afstand
DAGKAART	Geeft de kaarthouder op de dag van aanschaf onbeperkt reizen met de bus in Oost Nederland met uitzondering ² van werkdagen tot 9:00 uur.	€11,50
KIDSKAART	Geeft de kaarthouder op de bus in Oost Nederland een reisrecht gedurende anderhalf uur na afstempeling met uitzondering ¹⁶ van werkdagen tot 9:00 uur. Alleen beschikbaar voor reizigers van 4 tot en met 11 jaar onder begeleiding van een betalende volwassene.	€1,10
MEERMANSKAART	Geeft maximaal 2 volwassenen en 4 kinderen (4-11 jaar) op de dag van aanschaf onbeperkt reizen met de bus in Oost Nederland met uitzondering ² van werkdagen tot 9:00 uur.	€17,50

¹⁵ Op nationale feestdagen vervalt de uitzondering.

¹⁶ Op nationale feestdagen en in de maanden juli en augustus vervalt de uitzondering.

GROEPSTICKET BUS	Geeft maximaal 3 begeleiders en 15 kinderen (4-11 jaar) op de dag van geldigheid onbeperkt reizen met de bus in Oost Nederland met uitzondering ² van werkdagen tot 9:00 uur.	€25
GROEPSTICKET BUS & TREIN	Geeft maximaal 3 begeleiders en 15 kinderen (4-11 jaar) op de dag van geldigheid onbeperkt reizen met de bus en Blauwnet in Oost Nederland met uitzondering ² van werkdagen tot 9:00 uur.	
LOKAAL		
5. IJSSELMOND ALTIJD VRIJ BUS	Geeft de abonenthouder 100% korting op de (buurt)bus in de concessie IJsselmond, de lijn Zwolle-Kampen en de stadsbussen in Zwolle inclusief de streek lijnen 29, 41 en 668.	€139 p/mnd (jaarabonnement = 10x maandabonnement)
5. MIDDEN OVERIJSEL ALTIJD VRIJ BUS	Geeft de abonenthouder 100% korting op de (buurt)bus in de concessie Midden Overijssel	€139 p/mnd
5. TWENTE ALTIJD VRIJ BUS	Geeft de abonenthouder 100% korting op de (buurt)bus in de concessie Twente	€139 p/mnd
5. TWENTE ALTIJD VRIJ BUS & TREIN	Geeft de abonenthouder 100% korting op de (buurt)bus en ZHO trein in de concessie Twente	€180 p/mnd

BIJLAGE 2 Opgave Tarievenhuis Oost Nederland

De drie provincies hebben in 2016 gezamenlijk de opgave voor het nieuwe tarievenhuis gedefinieerd. In de opgave worden wensen van reizigers, overheden en vervoerders gecombineerd. Daarmee is de opdracht: 'Maak een tarievenpalet dat:

- eenvoudig te begrijpen is;
- zekerheid dan wel voordeel biedt voor wie dat wenst;
- grensovergangen binnen Oost-NL kan slechten;
- bijdraagt aan een spreiding van reizigers over de dag van de drukke ochtendspits;
- zorgdraagt dat de kostendekkingsgraad niet verslechtert,
- waarin de kosten voor de reizigers gemiddeld niet stijgen;
- korting oplevert bij vaker, verder of met meer mensen reizen
- waarin geen sprake is van leeftijdsdiscriminatie;

Aan deze opgaven wordt invulling gegeven door een nieuw productsjabloon waarin de reiziger kan kiezen voor Eenvoud (voltarief saldoreizen) Voordeel (kortingsabonnement voor buiten spitsuren) of Zekerheid (Vrij-abonnement = reisrecht in één keer afkopen).

Het productsjabloon is uitgewerkt in een nieuw productenpalet voor de drie provincies. En per 1 juli 2017 zijn de nieuwe Tarievenhuis Oost Nederland (THO)-voordeelabonnementen voor bus en bus & trein in de drie provincies geïntroduceerd:

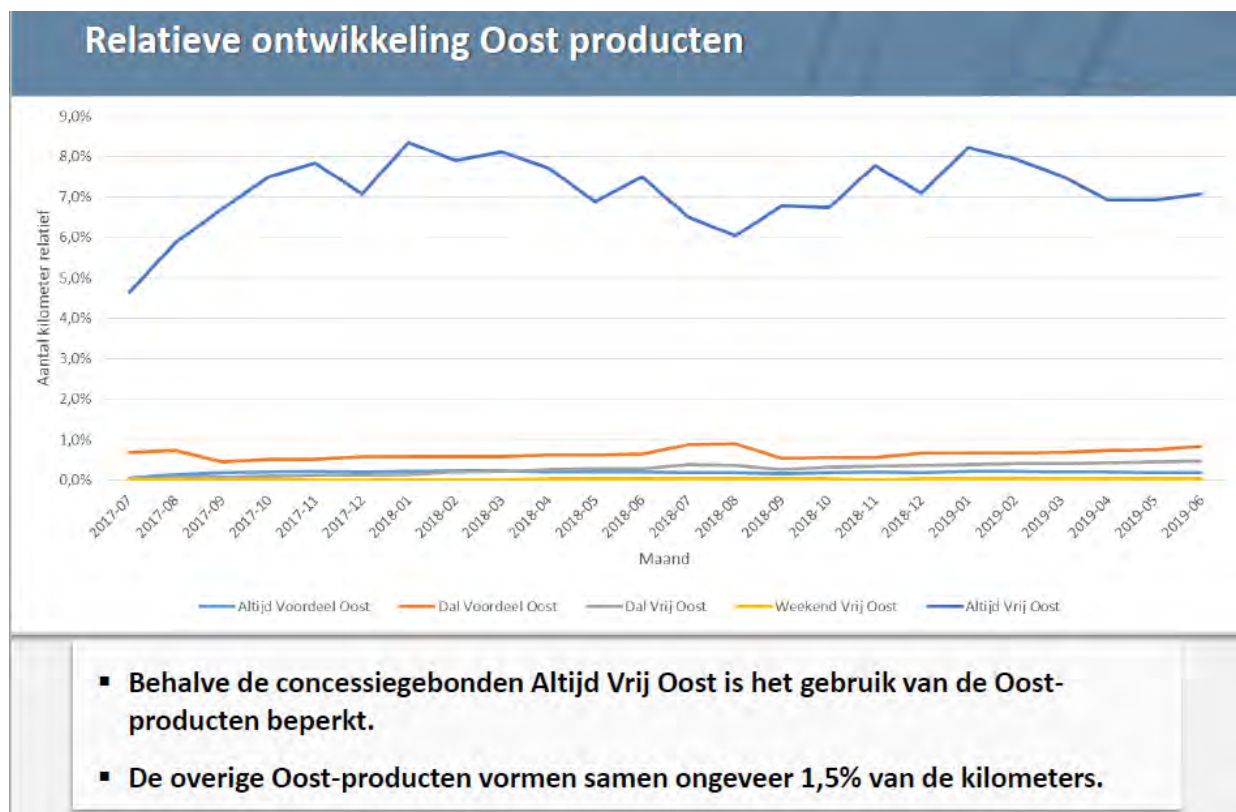
- Dal voordeel Oost: 40% korting in de daluren¹⁷
- Altijd Voordeel Oost: 40% korting in de daluren en 20% korting in de spitsuren
- Dal Vrij Oost: Vrij Reizen in de Daluren
- Weekend Vrij Oost: Vrij reizen in de weekenden en 40% in de daluren

Deze abonnementen zijn in de varianten Bus en Bus & Trein beschikbaar. Daarnaast zijn in 2017 in Flevoland en Overijssel bij invoering van het THO ook de zogenoemde "Altijd Vrij" abonnementen geïntroduceerd, als vervanging van de sterabonnementen. Met een Altijd Vrij abonnement kunnen reizigers voor een vaste prijs een onbeperkt reisrecht voor een hele concessie in één keer afkopen. In Gelderland bestond deze abonnementssoort al vanaf 2013, toen daar de Sterabonnementen zijn afgeschaft. De prijzen van de nieuwe Oost-abonnementen zijn voor alle doelgroepen gelijk. Er wordt korting gegeven op basis van tijdstip van reizen, niet op basis van leeftijd.

¹⁷ De spitsuren zijn maandag t/m vrijdag van 06.30 tot 09.00 uur. Het weekend hoort bij de daluren.

BIJLAGE 3 Samenvatting uitkomsten monitor

- **Eenvoud:** Beide aspecten van de doelstelling 'eenvoud' zijn door de structuur van het productportfolio van THO impliciet behaald. Er zijn producten gekomen waarmee, naast het reizen op saldo, door alle concessies van OV-Oost gereisd kan worden.
- **Zekerheid:** De Altijd Vrij producten voorzien samen met Dal Vrij en Weekend Vrij-producten in de behoefte aan producten die op voorhand zekerheid bieden met betrekking tot de reiskosten. Gegeven het forse aandeel in het gebruik van voornamelijk Altijd Vrij Oost (7,5%), is die behoefte aan zekerheid aanwezig bij de reizigers.
- **Voordeel:** Behalve wat betreft de concessiegebonden Altijd Vrij Oost is het gebruik van de Oost-producten nog beperkt. De overige Oost-producten vormen samen ongeveer 1,5% van de kilometers (totaal is exclusief Vrij Reizen studentenkaart).



Figuur 3 Bron: Hypercube: Monitor OV Oost, 2e jaar THO –rapportage Publieksversie Versie C03, 18-02-2020

- **Spreiding van spits naar dal:** Een ruimer aanbod aan dal-producten (hogere kortingen) in combinatie met een kilometertarief-verhoging, is de voor de hand liggende manier om de gewenste spits/dal-differentiatie te bewerkstelligen. Er wordt nu iets minder (-1,0%) gereisd in de spits en er wordt iets meer gereisd in de daluren (3,2%) en in het weekend ook iets meer (+0,5). Er is daarbij sprake van een verschuiving vanuit de spitsperiode naar het einde van de ochtendspits/begin van de dal periode. Het effect van THO is niet goed te isoleren. Door het minder dan verwachte gebruik van de dal kortingsproducten zal het effect van THO niet heel groot zijn. Maar de algehele richting is positief en THO draagt daar zeker aan bij.
- **Concessiegrensoverschrijden binnen OV Oost:** Concessiegrensoverschrijdend reisgedrag is in het algemeen echter beperkt. Vooral tussen de bus concessies. Concessies met de meeste overlap zijn de bij elkaar horende bus- en treinconcessies, zoals Achterhoek-Rivierenland en Treindienst Gelderland. Het concessiegrensoverschrijdend reizen is nauwelijks veranderd ten opzichte van de

metingen van voor invoering van het THO. Het grensoverschrijdend reizen was en is zeer beperkt. Het grensoverschrijdend reizen binnen Veluwe en Midden Overijssel is bijvoorbeeld 2%.

- **Reiskosten voor de reizigers:** Een groot deel van de reizigers benut nog niet de korting die het THO biedt. Bij hogere bestedingen per maand is er nog altijd een zeer grote groep reizigers die gewoon op saldo reist. Zelfs bij bestedingen van boven de € 50,-, of zelfs € 100,-, per maand doen zij dit nog. Voor bijna al deze reizigers bestaat er een goedkoper alternatief. Het merendeel van de reizigers (89%) besteedt niet meer dan 5 tot 10 euro per maand en zijn laagfrequente reizigers. Voor invoering van het THO reisden verreweg de meeste reizigers ook niet meer dan 2 dagen per maand en besteden daarbij niet meer dan € 10,- Dit doen ze voornamelijk door saldoreizen. Dit beeld is onveranderd.
- **Geen verslechtering van de kostendekkingsgraad:** Een belangrijke randvoorwaarde bij de invoering van het Tarievenhuis Oost Nederland is dat dit opbrengstneutraal voor de ov- bedrijven wordt ingevoerd. Om de invoering opbrengstneutraal te laten verlopen zijn de kilometertarieven in de busconcessies vorig jaar per 1 juli iets verhoogd. De effecten op de opbrengsten per kilometer van deze aanpassing in samenhang met het productgebruik en reisgedrag van de reiziger zijn gedurende twee jaar gevolgd.
Bureau Hypercube heeft twee verschillende rekenmethoden gebruikt (zie kolom A en B in tabel hieronder) om te berekenen of, en zo ja, welke aanpassingen nodig zouden zijn om opbrengst neutraal uit te komen. Omdat beide methoden tot uiteenlopende uitkomsten leiden, is niet onweerlegbaar en exact vast te stellen welke aanpassing in het km tarief nodig is om opbrengstneutraal uit te komen. (Van de concessie Vechtdallijnen zijn geen cijfers beschikbaar.)

Concessie	Kilometertarief "huidig" (2019)	Aanpassing tarief methode A (Transactiedata)	Aanpassing tarief Methode B (Opbrengst- administratie)
Achterhoek Rivierenland	€ 0,172	€ 0,151	€ 0,159
Arnhem Nijmegen	€ 0,168	€ 0,166	€ 0,163
IJsselmond Flevoland	€ 0,165	€ 0,144	€ 0,154
IJsselmond Overijssel	€ 0,187	€ 0,200	€ 0,198
Midden Overijssel	€ 0,173	€ 0,184	€ 0,217
Twents	€ 0,196	€ 0,193	€ 0,196
Vechtdallijnen	€ 0,184		
Veluwe	€ 0,175	€ 0,175	€ 0,197
Trein Gelderland (excl. Valleilijn)	€ 0,204	€ 0,204	€ 0,204
Zutphen-Hengelo-Oldenzaal	€ 0,219	€ 0,219	€ 0,253

Tabel 1 (verschillende) uitkomsten benodigde aanpassingen kilometertarief (Bron: Hypercube: uitkomsten "Resultaten Verrekening OV Oost 2018/2019 (Versie C03, d.d. 18-02-2020)

Achtergrondinformatie over tarieven en Tarievenhuis Oost Nederland

April 2020 / Edox: #2593116

Bijlage bij GS Nota (#2585313) en Statenmededeling (#2580219) over evaluatie Tarievenhuis Oost Nederland

1. Korte introductie over 'tarieven' in het openbaar vervoer

Om de werkwijze rondom tarieven en de betaalbaarheid van het OV te kunnen volgen eerst een korte introductie.

Diverse 'partijen' betalen mee aan de kosten van het regionaal openbaar vervoer (OV):

- de provincie met een maandelijkse exploitatiebijdrage;
- het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat geeft vervoerders een vergoeding voor de OV-studentenkaart;
- de reizigers door het kopen van (OV-chip)kaarten en abonnementen¹.

De kosten van het openbaar vervoer kunnen stijgen door bijvoorbeeld de aanpassing van CAO's.

Het aanpassen van tarieven en het introduceren van nieuwe kortingsproducten heeft direct invloed op de hoogte van de reizigersopbrengsten. Bij het bieden van 'te veel' korting of als 'te veel' reizigers een kortingsabonnement gebruiken, ontstaat een verlies op de reizigersopbrengsten. Om de kosten van het OV toch te dekken, zal dit tekort elders moeten worden gecompenseerd. Dit kan enerzijds bijvoorbeeld door het verhogen van het kilometertarief voor de reiziger of door de provinciale bijdrage te verhogen of anderzijds door het beperken van de kosten door minder OV-aanbod. Ook zet de vervoerder zich via marketing in om inwoners te verleiden om (vaker) van het OV gebruik te maken om zo de opbrengsten te verhogen.

Sinds de introductie van de OV-chipkaart reizen de meeste reizigers op saldo, in OV-Oost² is dat ca 53%³. Dat betekent dat de reiziger een opstaptarief betaalt en een tarief per kilometer⁴. Alle studenten (MBO, HBO en Universiteit) ontvangen een OV-studentenkaart. De eigen bijdrage wordt op de studiebeurs ingehouden. Studenten reizen op weekdays of in het weekend 'gratis'. Op andere momenten hebben zij 40% korting.

De meeste reizigers geven maximaal € 10,- per maand uit aan openbaar vervoer in OV-Oost. Dit doen ze voornamelijk door middel van het reizen op saldo. Zij hebben dus geen kortingskaart of abonnement. Gemiddeld reizen zij 1 à 2 dagen per maand. Gezien de omvang van deze groep vertegenwoordigen zij een groot potentieel. Als het lukt deze groep reizigers te bewegen (iets) meer gebruik te maken van het openbaar vervoer dan kan dit een aanzienlijk positief effect hebben op de opbrengsten, zeker als ze daarmee lege stoelen in de daluren vullen.

Voor de invoering van het Tarievenhuis Oost Nederland (THO) bestond er binnen OV Oost een scala aan abonnementsvormen die bovendien vaak niet geldig waren in andere concessies of over concessiegrenzen heen. Een belangrijke reden om te starten met het THO.

¹ Omvang concessie OV IJsselmond: 110.308 dienstregelingsuren (DRU's) en een exploitatiesubsidie van € 13.424.974 (2020). De verwachte reizigersopbrengsten over 2020 bedragen € 5.930.000 (NB zonder rekening te houden met het Corona-virus). Het aandeel reizigersopbrengsten inclusief bijdrage voor de OV-Studentenkaart is dus ca 44%.

² OV-Oost = Gelderland, Overijssel en Flevoland (met uitzondering van Lelystad en Almere).

³ Bij de berekening van dit percentage zijn de gebruikers van de OV Studentenkaart niet meegerekend.

⁴ 2020: landelijk bepaald opstaptarief is €0,98 en provinciaal vastgesteld kilometertarief concessie OV IJsselmond is €0,169 .

2. Implementatie van het Tarievenhuis Oost Nederland (in Flevoland)

In 2017 is na een gedegen voorbereiding overgegaan tot de invoering van uniforme reisrechten en tarieven voor de (bus)wagenverkoop per 1 februari en tot de invoering van uniforme abonnementen voor bus en regionale trein per 1 juli. Er is gekozen voor het productsjabloon⁵ zoals in onderstaande figuur.

Producttype	Korting	Vrij
Dal (inclusief weekend)	Dalurenkorting	Dalurenvrij
Weekend	-	Weekend Vrij
Altijd	Altijd Korting Oost	Altijd Vrij

Figuur 1 Productsjabloon THO

Dit productsjabloon past om meerdere redenen bij de visie van OV Oost. Allereerst wordt dit productsjabloon al enkele jaren gebruikt bij de NS. Het volgen van ditzelfde productsjabloon komt op die manier de overzichtelijkheid en daarmee ook de eenvoud voor de reiziger ten goede. Bovendien wordt dit productsjabloon ook in het landelijke overleg als uitgangspunt genomen. Met het oog op een mogelijke (toekomstige) aansluiting bij een landelijke portfolio is het dus verstandig soortgelijke producten te introduceren. De producten voor bus en trein zijn geldig op alle buslijnen en regionale treindiensten in OV Oost. De productchecker (beslissing ondersteunend systeem) helpt reizigers om het meest passende product te vinden. Op de website 'Ervaar het OV' is deze productchecker te vinden. De reiziger ontvangt na het beantwoorden van een paar vragen een bij zijn persoonlijke reissituatie passend aanbod aan abonnementen en kortingsproducten

In het algemeen geldt dat het introduceren van producten een negatief effect heeft op de opbrengsten (uit bestaande reizigers). Door een groter aanbod hebben reizigers simpelweg meer keuze en hebben ze dus meer mogelijkheden om het voor hen goedkoopste product te kiezen. Ondanks het feit dat veel reizigers dit in de praktijk niet doen en er ook zaken als gemak een rol spelen in hun keuzes, zorgt dit er desalniettemin voor dat de invoering van de meeste producten gecompenseerd moet worden door een verhoging van het kilometertarief om opbrengstneutraal uit te komen. Bij de invoering van het THO medio 2017 zijn de kilometertarieven in de concessies daarom iets verhoogd om een opbrengstneutrale overgang naar de nieuwe situatie, waarin reizigers recht op hogere kortingen in de daluren kunnen kopen, te garanderen.

Volgens de scenariostudie⁶ moesten de kilometertarieven voor de concessie OV IJsselmond met 21% worden verhoogd. Naast de introductie van het THO speelden nog twee redenen, die naar verwachting zouden leiden tot het teruglopen van de reizigersopbrengsten:

1. steeds meer mensen gebruiken de OV-chipkaart in plaats van het duurdere kaartje op de bus;
2. door de introductie van een beslissingsondersteunend systeem (de productchecker op de site 'Ervaar het OV') gaan meer reizigers slimmere keuzes maken die voor hen goedkoper uitvallen;
3. en tot slot de genoemde introductie van het THO (o.a. vanwege het aanbieden van hogere dalkortingen, voorheen 20% en nu 40%). Als gevolg van de nieuwe abonnementen zijn de kilometerprijzen in Oost-Nederland gemiddeld met 0,37 cent (€ 0,0037) verhoogd.

In afwijking van dit advies besloot Gedeputeerde Staten (18 april 2017, #2058875) mede op verzoek van Provinciale Staten en de reizigersorganisaties verzameld in het ROCOV Flevoland het kilometertarief echter slechts met 7% (dat is €0,063 per kilometer) te verhogen

De komst van het THO betekende ook een einde aan leeftijds-korting (iedereen kan een kortingsproduct aanschaffen als hij in de daluren en/of vaak en ver reist) en aan het 2-ster-abonnement. Als overgangsmaatregel is besloten om de leeftijds-korting voor scholieren op Altijd Vrij IJsselmond in 4 jaar af te bouwen. De landelijke leeftijds-korting van 34% voor 65+ bij gebruik van een persoonlijke chipkaart en reizen op saldo blijft voorlopig bestaan maar is wel landelijk ter discussie gesteld. Deze leeftijds-korting komt bovenop de dalurenkorting uit het assortiment van het

⁵ De toelichting die volgt is ontleend aan het rapport Scenariostudie tariefbeleid 2016 (publieksversie), Hypercube augustus 2016.

⁶ Scenariostudie tariefbeleid 2016 (publieksversie), Hypercube, augustus 2016.

THO (65+-ers die het product Dal Voordeel Oost Bus aanschaffen hebben dus 40%+34% korting in de daluren). De abonnementen van NS kennen al jaren geen leeftijdskorting meer.

Door de relatieve grootte van de oude (strippenkaart)zones in Flevoland werden mensen met een 2-ster abonnement in Flevoland echter geconfronteerd met een sterkere stijging van de reiskosten dan de reizigers in andere gebieden. Een aantal zones in Flevoland is 4x zo groot als in de rest van Nederland waardoor de kilometerprijs 2x zo laag lag. Dit levert een relatief grote kostenverhoging op voor deze reizigers die van een zonetarief overgaan naar een kilometertarief. In Flevoland is toen besloten tot tijdelijke herinvoering van het 2-sterabonnement als lokaal tarief.

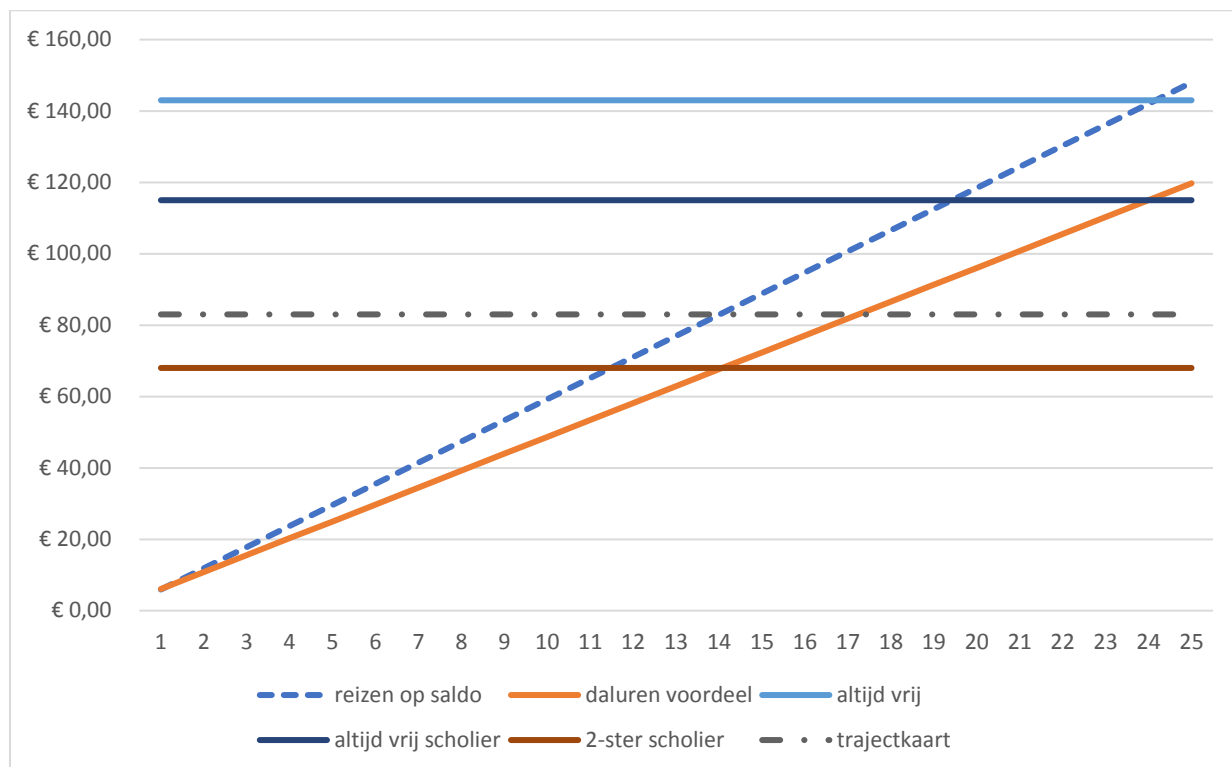
De invoering van het THO is verder in Flevoland probleemloos verlopen.

3. Analyse THO-producten

In onderstaande grafieken is een vergelijking te zien tussen diverse reisproducten (kosten afgezet tegen aantal reisdagen). In de eerste grafiek wordt uitgegaan van een reisafstand tot 12 kilometer en in de tweede van 30 kilometer. De 12 kilometer is representatief voor de populaire 2-sterabonnementtrajecten:

- Urk-Emmeloord
- Rutten/Creil/Espel-Emmeloord
- Ens-Emmeloord
- Swifterbant-Dronten
- Biddinghuizen-Dronten

Voor de volledigheid is ook het in 2021 te introduceren trajectabonnement opgenomen. Het trajectabonnement is vooral bedoeld voor reizigers die vaak dezelfde relatief korte afstand reizen. Tot 12 kilometer zal de prijs per maand ca €83 zijn.



Figuur 2: Vergelijk reisproducten: prijs per maand en aantal reisdagen (12 km enkele reis / 3 zones)

Tot 14 reisdagen is voor iedereen het THO-kortingsproduct 'Dal Voordeel Oost Bus' het voordeligst. Bij de prijsberekening is rekening gehouden met de heenrit tegen spitstarief en de terugrit in de daluren (gemiddeld 20% korting). Als een reiziger voor 6:30 of na 9:00 kan vertrekken dan heeft hij 40% korting en zal de curve 'daluren voordeel' minder stijl verlopen.

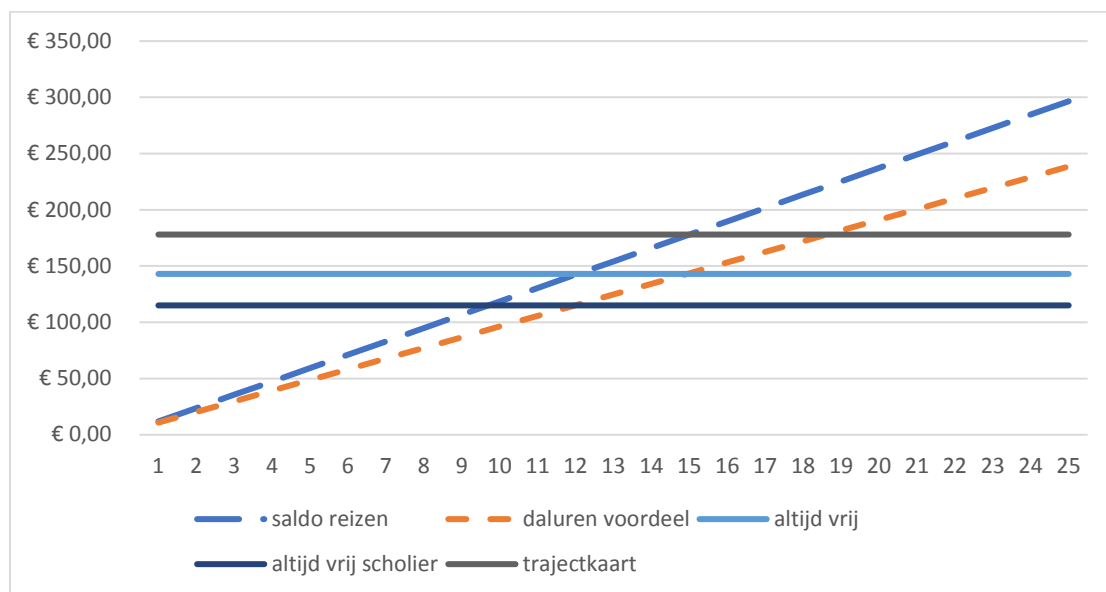
Scholieren zijn vanaf 15 reisdagen goedkoper uit met het 2-sterabonnement met scholierenkorting. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat het 2-sterabonnement de afgelopen jaren niet in prijs is verhoogd (ook niet geïndexeerd).

Vanaf 17 reisdagen is het voor de overige reizigers aantrekkelijk om over te stappen op een trajectkaart. De gemiddelde prijs per reisdag daalt vervolgens naarmate het aantal reisdagen toeneemt.

Een bijkomend voordeel van het product 'Dal Voordeel Oost Bus' is dat alleen de daadwerkelijk gereden ritten hoeven te worden betaald en het abonnement zeer goedkoop is (€16 p/j). Na voor 6:30 en na 9:00 uur en in het weekend kan altijd met 40% korting in alle bussen binnen OV Oost worden gereisd. Dat is aantrekkelijk omdat er vaak sprake is van vakanties, feestdagen of andere afwijkingen waardoor het aantal reisdagen per maand vaak niet boven de 16 uitkomt.

Het 2-sterabonnement scholier moet per maand worden aangeschaft (€68 p/mnd) zonder rekening te kunnen houden met vakanties en vrije dagen. Het prijsverschil met de trajectkaart is €15 per maand. Als alleen in de winter de bus wordt gebruikt (voor veel scholieren is 12 km immers ook een redelijke fietsafstand) is op jaarbasis het prijsverschil te billijken.

In de volgende grafiek is de reisafstand van een enkele reis 30 kilometer, op deze afstand is er geen sterabonnement.



Figuur 3: vergelijk reisproducten: prijs per maand en aantal reisdagen (30 km enkele reis)

In de grafiek is te zien dat het vanaf 15 reisdagen voordeliger is om over te stappen op het Altijd-Vrij-abonnement (€143 per maand). Het trajectabonnement is op deze afstand niet aantrekkelijk (de prijs is fictief omdat het trajectabonnement nooit duurder zal zijn dan het Altijd-Vrij-abonnement). Altijd Vrij met scholierenkorting is logischerwijs het goedkoopste, hier ligt het omslagpunt bij 12 reisdagen.

Voor reizigers die kiezen voor een Altijd Vrij jaarabonnement geldt dat de jaarprijs 10x de maandprijs is. De prijs per reisdag wordt dan dus lager.

In onderstaande tabel zijn de maandtarieven voor scholieren en volwassenen vermeld en de op dit moment verwachte prijs van het trajectabonnement.

	Scholier	Volwassene	Verskil absoluut	Verskil procentueel
IJsselmond 2-ster Maand (3 zones / ca 12 km)	€68	€96,50	€28,50	30%
Altijd Vrij IJsselmond Maand	€115	€143	€28	20%
Trajectabonnement (3 zones / tot 12 km)	€83	€83		

Tabel 1: Vergelijk abonnementstarieven scholieren en volwassenen, prijzen 2020

Tot slot twee tabellen die de prijs per kilometer en per maand vergelijken voor 16 en 20 reisdagen per maand. De meeste reizigers reizen niet vaker dan 16 x per maand naar hun werk of onderwijsinstelling.

	Prijs per km			Prijs per maand		
	12 km	20 km	30 km	12 km	20 km	30 km
Dal Voordeel Oost Bus ⁷	€0,20	€0,17	€ 0,16	€77	€111	€153
Altijd Vrij IJsselmond Maand met scholierenkorting	€0,30	€ 0,18	€ 0,12	€115	€115	€115
Altijd Vrij IJsselmond Maand	€0,37	€ 0,22	€0,15	€143	€143	€143
2-sterabonnement Scholier (3 zones)	€0,18	n.v.t.	n.v.t.	€68	n.v.t.	n.v.t.
Trajectabonnement	€0,22	€0,21	€0,15	€83	€136	€143 ⁸
Reizen op Saldo	€0,25	€0,21	€0,20	€95	€137	€190

Tabel 2: Vergelijk kilometer (afgerond) en maandprijzen bij 16 reisdagen per maand (prijzen 2020)

	Prijs per km			Prijs per maand		
	12 km	20 km	30 km	12 km	20 km	30 km
Dal Voordeel Oost Bus ⁹	€0,20	€0,17	€0,16	€96	€138	€191
Altijd Vrij IJsselmond Maand met scholierenkorting	€0,24	€0,18	€0,10	€115	€115	€115
Altijd Vrij IJsselmond Maand	€0,30	€0,22	€0,12	€143	€143	€143
2-sterabonnement Scholier	€0,14	n.v.t.	n.v.t.	€68	n.v.t.	n.v.t.
Trajectabonnement	€0,17	€0,17	€0,12	€83	€136	€143
Reizen op Saldo	€0,25	€0,21	€0,20	€95	€171	€237

Tabel 3: Vergelijk kilometer en maandprijzen bij 20 reisdagen per maand (prijzen 2020)

Bij langere afstanden is het Altijd-Vrij-abonnement voor grote groepen reizigers in Flevoland aantrekkelijk gebleken. Zo besloten de ouders van scholieren van het Greijdanuscollege in Zwolle te stoppen met het inhuren van een besloten touringcar en kozen zij weer voor het openbaar vervoer. In onderstaande tabel inzicht in de verkoop van het 2-ster-abonnement en het Altijd Vrij IJsselmond.

	2-Sterabonnement	Altijd Vrij IJsselmond
2017 (juli-december)	140	350
2018	165	426
2019	151	409

Tabel 4: Gemiddelde verkoop per maand 2-ster en Altijd Vrij IJsselmond

⁷ Bij de prijsbepaling is rekening gehouden met een heenreis zonder korting (in de ochtendspits) en een terugreis met korting (buiten de spits). Het THO kent immers geen middagspits.

⁸ Het trajectabonnement is nooit duurder dan het Altijd-Vrij-abonnement

⁹ Bij de prijsbepaling is rekening gehouden met een heenreis zonder korting (in de ochtendspits) en een terugreis met korting (buiten de spits). Het THO kent immers geen middagspits!

Actieplan Tarievenhuis Oost

Inleiding

Op 31 januari hebben vervoerders en overheden de rapportage van het tarievenhuis Oost besproken. We hebben daar met elkaar vastgesteld dat de reizigers de Tarievenhuis Oost proposities telkens beter weten te vinden. Dat blijkt uit een stijging van het aantal reizigerskilometers/ritten met deze producten bij alle vervoerders, maar ook uit een toename van de verkoop ervan in 2019. Ter illustratie:

- Dal Voordeel Oost Bus Jaar: in 2018 zijn 3.971 abonnementen verkocht, in 2019 zijn 5.431 abonnementen verkocht, stijging van 37%;
- Dal Vrij Oost Bus Maand: in 2018 zijn 2.245 abonnementen verkocht, in 2019 zijn 3.654 abonnementen verkocht, stijging van 63% ;
- in 2018 was de totale verkoop van alle THO proposities 10.558 abonnementen, in 2019 zijn 14.367 abonnementen verkocht, een stijging van 36 %.

Op grond daarvan is besloten om:

- Het Tarievenhuis Oost in stand te houden;
- Niet over te gaan op aanpassen van kilometertarieven;
- De THO-abonnementen in 2020 en 2021 te blijven promoten.

In dit actieplan geven we inhoud aan de promotie voor 2020. Ook in 2021 gaan we extra aandacht geven aan THO, deze plannen volgen eind 2020.

Promotie THO abonnementen 2020

Campagnes

Het voorstel is om in 2020 twee proposities met elk hun eigen campagne voor het voetlicht te brengen, Dal Vrij en Dal Voordeel.

Productkenmerken Dal Vrij Bus c.q. Bus en Trein

- Tarief Dal Vrij Bus maand € 54/jaar € 540; tarief Dal Vrij Bus en Trein maand € 81/jaar € 810
- 0 % korting op reizen op maandag t/m vrijdag tussen 06.30-09.00 uur
- 100 % korting op reizen op overige tijden/dagen
- Geldig:
 - o Dal Vrij Bus: op alle bussen in Gelderland (excl. NIAG lijn 58 Nijmegen-Kleve-Emmerich), Overijssel en Flevoland (excl. Almere en stadsbus Lelystad).
 - o Dal Vrij Bus en Trein: op alle bussen in Gelderland (excl. NIAG lijn 58 Nijmegen-Kleve-Emmerich), Overijssel en Flevoland (excl. Almere en stadsbus Lelystad) en op de regionale treinen (2e klasse) Arnhem-Doetinchem-Winterswijk, Tiel-Arnhem, Winterswijk-Zutphen-Apeldoorn, Zwolle-Emmen, Zwolle-Kampen, Zwolle-Enschede, Hardenberg-Almelo en Zutphen-Oldenzaal.

Productkenmerken Dal Voordeel Bus c.q. Bus en Trein

- Tarief Dal Voordeel Bus jaar € 16; tarief Dal Voordeel Bus en Trein jaar € 22
- 0 % korting op reizen op maandag t/m vrijdag tussen 06.30-09.00 uur
- 40 % korting op reizen op overige tijden/dagen
- Geldig:

- o Dal Voordeel Bus: op alle bussen in Gelderland (excl. NIAG lijn 58 Nijmegen-Kleve-Emmerich), Overijssel en Flevoland (excl. Almere en stadsbus Lelystad).
- o Dal Voordeel Bus en Trein: op alle bussen in Gelderland (excl. NIAG lijn 58 Nijmegen-Kleve-Emmerich), Overijssel en Flevoland (excl. Almere en stadsbus Lelystad) en op de regionale treinen (2e klasse) Arnhem-Doetinchem-Winterswijk, Tiel-Arnhem, Winterswijk-Zutphen-Apeldoorn, Zwolle-Emmen, Zwolle-Kampen, Zwolle-Enschede, Hardenberg-Almelo en Zutphen-Oldenzaal.

De keuze is op deze twee proposities gevallen om de volgende redenen:

- Het Hypercube rapport geeft aan dat deze twee proposities de meeste potentie hebben.
- Het marketingplan 2020 voor OV Oost voorzag reeds in campagnes voor Dal Vrij en Dal Voordeel inclusief daarvoor reeds gereserveerde budgetten. Omdat alle plannen en budgetten voor 2020 reeds zijn vastgesteld is er geen financiële speelruimte meer om andere proposities op vergelijkbare wijze in de markt te zetten. Vervoerders dragen wel elk 2 * € 10.000 bij (per campagne € 10.000) om de twee reeds voorziene campagnes nog een extra impuls te geven middels online en offline uitingen (bijv. poster in busabri) om zo de zichtbaarheid van deze proposities verder te vergroten. In plaats van twee maanden (zoals oorspronkelijk gesteld in het marketingplan OV Oost) duren beide campagnes drie maanden, we verlengen beide campagnes met een maand.
- Uit de toename van de verkopen en het gebruik valt af te leiden dat de markt deze proposities nu heeft ontdekt, reizigers waarderen deze proposities, beschouwen deze nu voor hen als het meest efficiënt. Om de markt niet te ‘overvoeren’ met andere proposities (het effect van ‘door de bomen het bos niet meer zien’) beperken we ons nu tot deze twee, de grootste kanshebbers voor succes. Op basis van het effect van de campagnes in 2020 stellen we tijdig het campagneplan 2021 op voordat budgetten zijn vastgesteld. Dan krijgen ook Weekend Vrij en Altijd Voordeel een plek in de campagne, naast Dal Vrij en Dal Voordeel (de kracht van de boodschap zit immers in de herhaling). Door de productchecker nu al bij de campagnes in 2020 prominent te benoemen (“zoek de propositie die het beste bij u past”) wijzen we consumenten al op het feit dat er nog meer proposities zijn en verwijzen we ze nadrukkelijk naar de productchecker voor een persoonlijk advies op maat.

Tijdsplan, budget en doelgroepen van de campagnes

Dal Vrij

- In de maanden april, mei en juni houden we de **campagne Dal Vrij**; budget € 80.000 (€ 50.000 uit het marketingplan OV Oost aangevuld met extra budget € 30.000 door de vervoerders Arriva, Connexxion en Keolis die elk € 10.000 bijdragen) met als doel:
 - o de bekendheid te vergroten
 - o de verkoop van deze abonnementen te stimuleren
 - o het reizen in de daluren te bevorderen.
- Niet alleen interessant voor dal reizigers maar zeker ook voor forenzen die flexibele werktijden hebben of door de aard van hun werk (bijv. horeca personeel) niet in de ochtendspits hoeven te reizen. Zo verlichten deze groepen de druk op de piek spitsuren wat voor de vervoerders kan leiden tot kostenbesparingen (minder extra inzet nodig).

Dal Voordeel

- In de maanden september, oktober en november houden we de **campagne Dal Voordeel**; budget € 75.000 (€ 45.000 uit het marketingplan OV Oost en € 30.000 extra budget van de drie vervoerders) met dezelfde doelstellingen als Dal Vrij:

- o bekendheid vergroten
- o verkoop ervan stimuleren
- o reizen in daluren bevorderen
- We richten ons hier specifiek op senioren en sociaal recreatieve reizigers. Deze reizen wat minder frequent en halen daardoor sneller de aanschafkosten van Dal Voordeel eruit dan bijvoorbeeld met Dal Vrij.

Doelstelling van de campagnes

Van 2018 naar 2019 zien we een forse toename in het gebruik en verkoop (36%) van THO-abonnementen. Deze groei is vrij bijzonder, er is namelijk al jaren een krimpende trend zichtbaar op het gebied van de ‘reguliere’ abonnement verkoop. Toch willen de groei van de THO-abonnementen vasthouden, om die reden stellen we als doel om in 2020:

- 35% groei in aangeschafte THO abonnementen
- 35% groei van gemaakte reizigerskilometers op THO-abonnementen

Uitwerking campagnes

Keijzer Communicatie vragen wij om met deze budgetten een concreet plan uit te werken met aanbod, doelstellingen, doelgroepen en communicatiekanalen.

Extra THO promotie eigen kanalen

Buiten deze campagnes om publiceren de vervoerders elke maand een andere banner op het TFT scherm in de bussen / treinen over het THO, besteden we extra aandacht in de maandelijkse Ervaar het OV-nieuwsbrief over deze proposities en besteden de vervoerders ook op hun websites extra aandacht hieraan. Hier wordt ook Altijd Vrij nadrukkelijk bij betrokken. Vanuit de gedachte “wie vaker reist krijgt meer voordeel maar geen korting in de spits” kiezen we niet voor een separate Altijd Vrij campagne.

Gemak bij aanschaf

Er is besproken om te kijken hoe we de reiziger meer kunnen faciliteren door meer gemak bij de aanschaf te bieden. Op dit moment is dit het vrij lastig om naast het huidige verkoopkanaal (webshop) laagdrempelig abonnementen aan te bieden. Met de komst van OV-betalen zal het aanschaf proces en type drager waarop het abonnement kan worden geladen en het directe gebruik gemakkelijker worden. Daarbij de kanttekening dat we tot op heden geen klachten krijgen over huidige aanschaf mogelijkheid. Wel willen we de reiziger die een maandabonnement aanschaffen proberen te verleiden met korting over te gaan op een jaarabonnement (up-selling). Zie de volgende paragraaf.

Extra korting van maand naar jaar

Naast de promotie campagnes krijgen in 2020 Altijd Vrij en Dal Vrij maandabonnees een aanbieding (korting) om over te stappen naar een jaarabonnement. Reizigers waarvan op enig moment in het jaar 2020 een Dal Vrij maandabonnement of een Altijd Vrij maandabonnement afloopt krijgen éénmalig (per persoon) een aantrekkelijke aanbieding. Wanneer zij na afloop van het maandabonnement in 2020 een jaarabonnement afsluiten krijgen zij 10% korting op het tarief van een jaarabonnement.

Deze actie geldt alleen voor abonneenthouders die hun abonnement via de websites bij vervoerders hebben gekocht, alleen daarvan zijn immers de NAW gegevens bekend (Breng Vrij maand bijv. is ook verkrijgbaar bij de CCV AVM, daarvan hebben we geen NAW gegevens). Houders van een maandabonnement Dal Vrij of Altijd Vrij krijgen een persoonlijk bericht met deze exclusieve deal. Zo willen we deze mensen echt het gevoel geven dat we ze waarderen en we ze willen belonen voor het feit dat ze klant zijn.

Vervolgtraject THO in 2020

Zoals in de inleiding al vastgesteld, is besloten om het THO in stand te houden en de kilometertarieven die buiten de bandbreedte vallen niet aan te passen. Om die reden zullen we op 1 januari 2021 de THO proposities inclusief Altijd Vrij niet indexeren. De afbouw van de leeftijdskorting Altijd Vrij gaat conform planning door.

Vooruitlopend op de introductie van trajectabonnementen door Keolis in concessie IJssel-Vecht vervangt OV Regio IJsselmond het 2-ster IJsselmond Flevoland door de volgende trajectabonnementen:

- Urk-Emmeloord
- Rutten/Creil/Espel-Emmeloord
- Ens-Emmeloord
- Swifterbant-Dronten
- Biddinghuizen-Dronten

Met het huidige 2-ster abonnement IJsselmond Flevoland zijn reizen op deze trajecten nu ook al mogelijk. De klant kiest dan voor die sterzone waarmee onbeperkt reizen op één van deze trajecten mogelijk is. De reisrechten worden niet anders, wel wijzigen we de tenaamstelling, vooruitlopend op de introductie van trajectabonnementen in de concessie IJssel-Vecht.

Deze abonnementen kosten € 68,- per maand voor reizigers tot en met 18 jaar, reizigers van 19 jaar en ouder betalen € 96,50 (jaarvariant deze bedragen * factor 10). De tarieven voor deze abonnementen voor 2021 moeten nog worden bepaald. Besluitvorming hierover verloopt via het reguliere tarievenvoorstel.