

De markt voor multimodaal personenvervoer

Onderzoek naar de markt- en beleidspotentie van multimodaal personenvervoer

Deelrapport 4

Syntheserapport

Colofon

Uitgegeven door:

Ministerie van Verkeer en Waterstaat
Rijkswaterstaat
Adviesdienst Verkeer en Vervoer
Postbus 1031
3000 BA Rotterdam

Informatie:

M van Twuijver
Telefoon: (010) 282 5674
Fax: (010) 282 5014
m.vtwuijver@avv.rws.minvenw.nl

Uitgevoerd door:

Traffic Test
Bettinka Rakic
Telefoon: (3180)528787

In opdracht van

DGP - Directie Marktwerving en Decentraal Vervoer
Contactpersoon: Paul Pilgram

Voor extra exemplaren

Mireille van Twuijver
(010) 282 5674

Datum:

Oktober 2002

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Begrippenkader	3
3	Gerealiseerde vraag	5
3.1	De multimodale verplaatsing	5
3.2	De multimodale reiziger	6
3.3	Verknopingen en complexe ketens	6
4	De huidige vraag verklaard	7
5	Markt- en beleidspotentie	13
5.1	Kansen	14
5.2	Kans of bedreiging?	16
5.3	Bedreigingen	17
5.4	Marktpotentie	17
5.5	Beleids potentie	18
6	Hoe nu verder?	21

De slager en de bakker of de supermarkt?

De cabaretiers Van Houts en De Ket wezen er al eens treffend op: in welvarende landen zoals Nederland, lijden we soms aan 'optie-paralyse'; in de volksmond ook wel 'kiespijn' genoemd. Het kopen van een kleeerhanger kan bijvoorbeeld een vreselijke geestelijke marteling worden als de verkoper je dwingt je te verdiepen in alle ins en outs van verschillende kleeerhangermodellen.

Zeker over dagelijks terugkerende zaken, zoals boodschappen doen, is het wel eens prettig om nergens (of in ieder geval niet te veel) te hoeven nadenken. Toch zul je ook hierbij altijd op enig moment voor een keuze geplaatst worden: ga je bijvoorbeeld alles bij de supermarkt halen of loop je eerst langs de slager en daarna de bakker? Veel overwegingen kunnen daarbij een rol spelen: uiteraard zal de prijs en kwaliteit van de producten worden bekeken. Maar ook kan meespelen dat je de gang naar de bakker en slager meer vindt passen bij jouw lifestyle als 'levensgenieter'; je het gezellig vindt om de enthousiaste, maar chaotische bereidingsadviezen van de slager aan te horen of dat je buurvrouw die toch zo'n goede smaak heeft naar dezelfde winkels gaat.

Vóór de supermarkt zal in ieder geval 'het gemak' spreken: je weet zeker dat de meeste dingen die je nodig hebt er te koop zijn en je hoeft maar één keer in de rij te staan. Deze rij kan -zeker als je rond een uur of zes komt – wel heel lang zijn, maar je hoeft als je de winkel eenmaal uit bent niet bang te zijn dat je dezelfde rij elders nog een keer treft.

Wat een rol speelt in de overwegingen en welke 'gewichten' worden toegekend aan de verschillende overwegingen verschilt van mens tot mens, getuige het feit dat zowel de supermarkt als de bakker en de slager nog altijd klanten hebben.

Wat wel voor vrijwel alle mensen zal gelden is dat de overweging niet elke dag opnieuw zal worden gemaakt. Het lijkt ook wat veel gevraagd om na een drukke dag je nog bezig te moeten houden met dit soort triviale vraagstukken. Als je thuis komt pak je na verloop van tijd gewoon je tas en loopt blindelings naar de winkel(s) van je voorkeur. Je zult pas weer gaan 'nadenken' als er echt iets 'schokkends' gebeurt: de bakker heeft bijvoorbeeld jouw favoriete brood uit het assortiment gehaald of de supermarkt heeft bij de euro-omwisseling wel heel erg in zijn eigen voordeel omgerekend. Kleine prijsverhogingen of iets langere rijen voor de kassa zul je echter voor lief nemen.

Anders is 't wellicht als je op vakantie bent. Dat plaatselijke bakkertje heeft dan opeens een wel heel authentieke uitstraling en ach... je hebt toch de tijd.

1 Inleiding

De mens heeft een inherente behoefte om zich te verplaatsen. Het NVVP sluit hier logisch op aan: mobiliteit mag. Wel moet die vrijheid niet ten koste gaan van leefbaarheid, veiligheid en bereikbaarheid.

Vanuit dat perspectief gezien lijkt het bevorderen van multimodaal personenvervoer (MPV) een aantrekkelijke optie. Immers de keuzevrijheid is grotendeels uitgemond in een keuze voor de auto en juist de toegenomen automobiliteit zorgt in toenemende mate voor problemen. Wat ligt er dan meer voor de hand dan op die plaatsen en tijden waar problemen ontstaan de auto te substitueren door andere modaliteiten?

Het afgelopen decennium is vooral gewerkt aan het realiseren van een passend aanbod. Er zijn transferia gebouwd, carpoolpleinen ingericht en er zijn goede fietsverbindingen en fietsenstallingen gecreëerd. In sommige gevallen met groot succes. Vooral fietsverkeer en ook het carpoolen is toegenomen. Vaker echter bleef de vraag naar MPV achter bij de verwachte ontwikkeling.

Daarom is het inzicht gegroeid dat de problematiek wellicht beter vraaggericht benaderd kan worden. Een diepgaand inzicht in de vraag- en beleidskant is hiervoor noodzakelijk. Wat de beleidskant betreft bestaat dat inzicht wel, maar betreft het vooral common sense ideeën over de mogelijke merites van MPV: MPV legt minder beslag op de openbare ruimte dan autoverkeer, is minder milieuvriendelijk en houdt de (economische) centra beter bereikbaar. Wie precies waarom en wanneer multimodaal zou willen reizen is een stuk minder duidelijk.

Het is daarom heel belangrijk om eerst kritisch te kijken naar de daadwerkelijke vraag naar MPV: hoe groot is de vraag op dit moment en door welke factoren wordt de vraag beïnvloed? Deze informatie is nodig om een inschatting te kunnen maken van de mate waarin de markt het huidige aanbod in stand zal houden en nieuw aanbod zal willen realiseren. Alleen waar en wanneer er voldoende dichtheid in de vraag is, is het voor de markt namelijk interessant om aanbod tot stand te brengen.

Uit een analyse van de te verwachten commerciële vraag en daarbij te verwachten aanbod – de marktpotentie van MPV- kan vervolgens de beleidspotentie worden afgeleid; oftewel wat zijn de te verwachten effecten van de gerealiseerde vraag naar MPV op het bereiken van de beleidsdoelen? Op deze manier ontstaat een realistisch inzicht in de markt- en beleidspotentie van MPV en kan het beleid een beredeneerde keuze maken of en hoe zij met het concept verder wil.

In opdracht van de Adviesdienst Verkeer en Vervoer hebben MuConsult, NEI Transport en Traffic Test gezamenlijk een studie uitgevoerd die dat inzicht op moet leveren. Onderdelen van deze studie waren een OVG-analyse van de

huidige vraag naar MPV, een uitgebreide literatuurstudie en een economische analyse¹.

In dit rapport worden de belangrijkste resultaten van deze onderzoeken geïntegreerd in een samenvattende analyse. Eerst wordt het begrippenkader geïntroduceerd dat als uitgangspunt heeft gediend voor deze studie. Vervolgens worden de data uit de OVG-analyse gepresenteerd: hoeveel wordt er multimodaal gereisd?, hoe ziet de multimodale reis eruit en wie is de multimodale reiziger? In het vierde hoofdstuk - De huidige vraag verklaard - worden de gegevens onderbouwd en uitgediept. Dit resulteert in het vijfde hoofdstuk in een beschrijving van de markt- en beleidspotentie van MPV. Aanvullend sluit Traffic Test in het zesde hoofdstuk op eigen titel af met een korte beschouwing van naar haar idee logische vervolgstappen.

¹ Muconsult BV, Multimodaal Personenvervoer: Maatschappelijk en economisch rendement, Amersfoort 2001.
NEI Transport, Markt- en beleidspotentie multimodaal personenvervoer, Rotterdam, 2002.
Traffic Test bv, Multimodaal Personenvervoer, literatuurstudie, Veenendaal, 2001.

2 Begrippenkader

Wat moet nu precies worden verstaan onder MPV? In de literatuur worden begrippen als knooppunten, ketenmobiliteit en multimodaal vervoer vaak naast en door elkaar gebruikt. Ketenmobiliteit is feitelijk de meest algemene term. Een ketenverplaatsing is een verplaatsing die bestaat uit meerdere ritten, waarbij de vervoermiddelencombinatie niet van belang is. Iedere verplaatsing die uit meerdere ritten bestaat is een ketenverplaatsing. Een *multimodale verplaatsing* is nu een specifieke ketenverplaatsing, namelijk een verplaatsing waarbij van herkomst naar bestemming minimaal *twee verschillende* modaliteiten zijn gebruikt.

De volgende modaliteiten worden onderscheiden:

- auto/motor (met onderscheid bestuurder en autopassagier)
- carpoolen
- fiets/snorfiets/bromfiets
- trein
- bus/tram/metro

Lopen wordt dus niet als een aparte modaliteit gerekend. Dit betekent dat bijvoorbeeld een verplaatsing waarbij men het eerste stukje te voet aflegt, vervolgens de bus neemt en naar de bestemming loopt, geen multimodale verplaatsing is. Ook overstappen van de ene op de andere trein valt niet binnen de definitie, evenmin als bijvoorbeeld een initiatief als de deelauto.

Een *vraaggeoriënteerde aanpak* van multimodaal personenvervoer betekent dat moet worden uitgegaan van de vraag van (potentiële) reizigers naar dergelijk vervoer: wie wil er onder welke voorwaarden multimodaal reizen?

Achterliggend idee is dat pas als er vraag is, aanbieders aanbod zullen ontwikkelen en het voor de overheid, met het oog op de mogelijk positieve effecten op de beleidsdoelen, wellicht zinvol is om coördinerende en faciliterende taken te vervullen.

Onder *marktpotentie* wordt hier verstaan de naar verwachting te realiseren commerciële vraag en het daarbij te verwachten aanbod van multimodaal personenvervoer. Veel onderzoek naar marktpotentie gaat uit van de zogeheten 'stated preference'; mensen die zeggen iets te gaan gebruiken of doen, worden geacht, zo is de veronderstelling, dat ook daadwerkelijk te gaan doen. De 'revealed preference' of werkelijke vraag, ligt echter doorgaans beduidend lager dan de 'stated preference'. Om irreële schattingen te voorkomen, gaan we daarom uit van de commerciële vraag. Met *commerciële vraag* wordt bedoeld dat de vraag gewogen moet worden met de prijs die reizigers bereid zijn te betalen.

Ook wordt nadrukkelijk gekeken naar de aanbodzijde: om daadwerkelijk te spreken van marktpotentieel moet er niet alleen sprake zijn van voldoende vraag, maar moeten de baten van de voorzieningen voor de aanbieder opwegen tegen de kosten die hij moet maken om de voorzieningen te realiseren en in stand te houden.

Onder *beleidspotentie* wordt verstaan de te verwachten effecten van de te verwachten gerealiseerde vraag naar multimodaal personenvervoer op het bereiken van de beleidsdoelen:

- Betere benutting² van de beschikbare infrastructuur (het gebruik benadert de capaciteit van de infrastructuur, maar overschrijdt die niet).
- Ontlasting van binnensteden.
- Verbeteren van de bereikbaarheid.
- Verminderen van de aantasting van het milieu en de leefbaarheid en verhoging van de verkeersveiligheid.

Met 'beleidspotentie' wordt hier bedoeld: het in bovenstaande zin gespecificeerde maatschappelijke rendement van multimodaal personenvervoer.

² Soms wordt ook het comfort van multimodaal personenvervoer voor de reiziger genoemd als beleidsdoel. Wij delen de visie dat dergelijk comfort belangrijk is, maar zien comfortbevordering meer als één van de instrumenten om de benutting te sturen dan als een zelfstandig beleidsdoel. In het beleidsdoel 'betere benutting' zien wij derhalve 'comfort voor de reiziger' inbegrepen.

3 Gerealiseerde vraag

In dit hoofdstuk staat de vraag naar MPV centraal. Op basis van een OVG-analyse wordt inzicht geboden in het aandeel en type verplaatsingen dat in Nederland multimodaal wordt afgelegd: hoe vaak?, waarom?, wanneer?, waar?, hoe ver en hoe lang wordt er multimodaal gereisd? En: wie is de multimodale reiziger?

3.1 De multimodale verplaatsing

Omvang en keuze vervoersketen: hoeveel en hoe?

Circa 2,7% van alle verplaatsingen wordt multimodaal afgelegd. Kijken we naar reizigerskilometers dan blijkt dat 12,2% van alle reizigerskilometers multimodaal is afgelegd.

In bijna alle multimodale verplaatsingen is OV het hoofdtransportmiddel. In tweederde van de gevallen bestaat het hoofdtransport uit de trein. Voor wat betreft het voor- en natransport wordt aan de woningzijde voornamelijk de fiets gebruikt terwijl aan de activiteiten zijde men bij voor- en natransport bij voorkeur te voet gaat. In 90,5% van de multimodale verplaatsingen is OV één van de vervoerwijzen.

Motief: waarom?

Waar de meeste verplaatsingen een sociaal-recreatief doel hebben, zijn multimodale verplaatsingen voornamelijk verplaatsingen ten behoeve van werk of onderwijs; respectievelijk 36,4% en 21,9% tegenover 20,5% en 4,0% van alle unimodale verplaatsingen. Het mag dan ook geen verwondering wekken dat dit type multimodale verplaatsingen doorgaans in de spits plaatsvindt met een kerngemeente als bestemming of herkomst.

Het aandeel werkverplaatsingen is nog groter bij multimodale verplaatsingen waar het voortransport of het hoofdtransport als autobestuurder wordt afgelegd.

Tijdstip: wanneer?

56,7% van alle multimodale verplaatsingen wordt in de spits afgelegd. Dat is betrekkelijk veel, zeker als men bedenkt dat het totale aandeel van alle verplaatsingen dat in de spits wordt afgelegd 25% bedraagt.

Ruimte: waar?

Bijna 70% van alle verplaatsingen in Nederland blijft binnen de gemeentegrenzen. Het leeuwendeel daarvan wordt unimodaal afgelegd, meestentijds met de fiets of te voet. Multimodale verplaatsingen daarentegen zijn vaak verplaatsingen tussen verschillende gemeentes waarbij de herkomst of bestemming in 65% van de gevallen een kerngemeente is. Het aandeel multimodale verplaatsingen buiten de Randstad is betrekkelijk laag: 30,0%, terwijl 54,5% van alle verplaatsingen buiten de Randstad plaatsvindt. Hier staat tegenover dat er tussen de Randstad en de niet-Randstad wel betrekkelijk veel multimodaal wordt gereisd, namelijk in 15% van

de gevallen terwijl dat voor alle verplaatsingen tussen de Randstad en de niet-Randstad slechts 2,4% is.

Afstand: hoe ver?

De meeste verplaatsingen (85,5%) zijn niet langer dan 20 kilometer. Meer dan de helft van de unimodale autoverplaatsingen is bijvoorbeeld korter dan 10 kilometer. Voor multimodale verplaatsingen geldt exact het omgekeerde: het leeuwendeel van deze verplaatsingen (75,6%) is langer dan 20 kilometer.

Reisduur: hoe lang?

Op korte afstanden is de auto sneller dan het multimodale alternatief. Naarmate de afstand toeneemt, 'scoren' multimodale verplaatsingen beter. De gemiddelde snelheid van het hoofdtransport van multimodale verplaatsingen ligt hoger dan de gemiddelde snelheid van unimodale autoverplaatsingen (respectievelijk 40 km/uur en 38,3 km/uur³). De reistijd van deur tot deur is bij multimodaal wel langer dan bij unimodale autoverplaatsingen (op de meeste trajecten).

3.2 De multimodale reiziger

Mensen met (minderjarige) kinderen zijn minder snel geneigd multimodaal te reizen dan mensen zonder kinderen. Ook reizen jongeren vaker multimodaal dan ouderen evenals mensen met een laag inkomen.

De autobeschikbaarheid is van grote invloed: mensen met een auto (keuzereizigers) reizen minder vaak multimodaal dan OV-captives. De keuzereizigers die wel multimodaal reizen zijn over het algemeen mannen die jonger zijn dan 30 jaar.

3.3 Verknopingen en complexe ketens

Algemeen gesteld, neemt naarmate men meer verplaatsingen over een dag aflegt, het aandeel dat multimodaal wordt afgelegd af. Verplaatsingen die deel uit maken van complexe activiteitenketens worden meestentijds met de auto afgelegd.

Binnen multimodale verplaatsingen worden doorgaans bus, trein, tram of metro verknoopt en wordt de fiets voornamelijk gebruikt voor het voortransport. Natransport is voornamelijk lopen.

NB de cijfers hebben betrekking op de multimodale verplaatsing an sich en zijn dus niet van deur tot deur gerekend.

4 De huidige vraag verklaard

Op dit moment is het marktaandeel van MPV in de totale mobiliteitsmarkt nog betrekkelijk gering, zo blijkt uit de OVG-analyse. Dit gegeven zegt op zichzelf echter niet zoveel over de marktpotentie van multimodaal personenvervoer. Gesteld zou immers kunnen worden dat een aantal vormen van multimodaal vervoer relatief 'nieuwe producten' zijn waar de loop nog een beetje in moet komen. De consument moet gewoon nog wennen aan de nieuwe mogelijkheden en houdt voorlopig nog even vast aan zijn oude vertrouwde (unimodale) vervoerwijze. Het concept en de consument de tijd gunnen zou in dit geval de remedie lijken.

Verder zou het ook kunnen zijn dat het gebruik achterblijft, omdat het huidige aanbod aan multimodaal personenvervoer onvoldoende aansluit bij de specifieke vraag. In dat geval kan het marktaandeel vergroot worden door de kwaliteit van het aanbod te verbeteren.

Om goed te kunnen beoordelen of er sprake is van een (op termijn) kansrijk concept is het dan ook van belang terug te gaan naar een aantal 'basisvragen':

- Hoe komt überhaupt de vraag naar vervoer tot stand?
- Hoe wordt de keuze voor een vervoerwijze gemaakt?
- Welke factoren spelen mee bij de keuze voor een vervoerwijze?

De vraag naar vervoer

Vervoer is zelden een doel op zich. De behoefte aan personenvervoer ontstaat door de behoefte aan verplaatsing. Deze verplaatsing is op zijn beurt weer noodzakelijk, omdat mensen verschillende activiteiten op verschillende plaatsen willen uitvoeren. De vervoersmarkt is dus een afgeleide van de verplaatsingsmarkt en de activiteitenmarkt. Bij de analyse van de markt voor multimodaal personenvervoer is het belangrijk dit in het achterhoofd te houden. De consument zal bij zijn vervoerskeuze niet beginnen met het inventariseren van de voors en tegens van verschillende vervoersmogelijkheden, maar eerst kijken naar de verplaatsing die hij op een dag wil maken en zal daarna kijken hoe hij deze verplaatsing naar individuele beleving en doel zo efficiënt mogelijk kan inrichten.

Hoe wordt de vervoerwijzekeuze gemaakt?

Verplaatsen is een belangrijke menselijke behoefte. Het 'kopen' van vervoer is voor veel mensen dan ook een dagelijkse boodschap, zoals beschreven is aan het begin van dit rapport. De vervoerwijzekeuze zal met andere woorden herkend worden als een 'standaard-keuze'.

We zullen er dan ook rekening mee moeten houden dat de keuze van een vervoerwijze in belangrijke mate wordt gedomineerd door gewoontes. In

mindere mate is sprake van (telkens opnieuw) beredeneerd gedrag⁴. De termen gewoontegedrag en beredeneerd gedrag worden in het onderstaande kader nader toegelicht.

We spreken van beredeneerd gedrag wanneer dat tot stand komt door afweging van de voor- en nadelen van gedragsalternatieven. Dergelijk gedrag komt voor in nieuwe situaties en omstandigheden zolang tenminste geen gewoonte is ontwikkeld. Wat uiteindelijk doorslaggevend is in de afweging hangt af van het belang dat mensen toekennen aan de verschillende voor- en nadelen. Drie soorten belangen kunnen een rol spelen (in volgorde van belangrijkheid en invloed):

- eigenbelangen (geld, comfort, reistijd, veiligheid, e.d.);
- sociale belangen (status, macht, sociale vergelijking, e.d.);
- maatschappelijke belangen (veiligheid, milieu, bereikbaarheid, e.d.).

Gewoontegedrag is gedrag dat standaard 'altijd' in dezelfde of vergelijkbare situaties worden uitgevoerd zonder vooraf de voor- en nadelen te wegen. Impliciet worden verwachtingen over de gevolgen van het gedrag ontwikkeld. Daarop wordt achteraf gecontroleerd. Als de gevolgen buiten de tolerantiegrenzen (van wat nog een acceptabele uitkomst van het gedrag is) vallen, verandert het gedrag in beredeneerd gedrag en zal na korte tijd een nieuwe gewoonte ontwikkeld worden. Als de gevolgen binnen de tolerantiegrenzen vallen, wordt de gewoonte bevestigd en verstevigd. Het enige wat dan gebeurt is dat de tolerantiegrenzen worden aangepast (die zijn een soort gemiddelden van afgelopen ervaringen). Gewoontegedrag is daarmee ook vrij lastig te beïnvloeden. Hiervoor zijn plotselinge grote veranderingen van de situatie (zodat de situatie niet meer wordt herkend als standaard) en/of grote en plotselinge veranderingen van de gevolgen van het gedrag noodzakelijk. De gewoonte wordt dan doorbroken. Gedrag komt dan weer op beredeneerde wijze tot stand. Het gedrag kan dan (voor korte tijd, want een nieuwe gewoonte is gauw ontstaan) volgens de principes van de gedragsbeïnvloeding van beredeneerd gedrag worden beïnvloed.

Gewoontegedrag is lastiger te veranderen dan beredeneerd gedrag: wanneer eenmaal de keus voor een bepaald vervoermiddel is gemaakt dan wordt deze niet zo 1,2,3 weer veranderd. Er is met andere woorden sprake van een forse inertie van de huidige vervoersvraag. Deze vraag is op dit moment nog altijd sterk unimodaal en autogericht. Bij de bepaling van de marktpotentie van MPV moet dus sowieso rekening worden gehouden met een zekere rigiditeit in de vraag.

Invloedsfactoren vraag

Het voorgaande hoeft echter niet te leiden tot de fatalistische gedachte dat de vervoersvraag in z'n geheel niet te veranderen is. Gesteld wordt dat de vraag naar vervoer kan worden veranderd als er voor de consument wezenlijke verbeteringen tot stand komen in de alternatieve vervoerwijze of wezenlijke verslechtingen in zijn huidige vervoerwijze. Of als de omstandigheden zodanig veranderen dat de gewoonte niet (meer) past (bijvoorbeeld bij een verhuizing). In die situaties zal hij zijn vervoerwijzekeuze heroverwegen.

⁴ Als derde gedragsvorm wordt vaak 'impulsgedrag' onderscheiden. Hierbij is het positieve affect dat het gedrag zelf oproept dominant (bijvoorbeeld fietsen, omdat je de stress van je werk kwijtraakt). Omdat we eerder constateerden dat het vervoer in de meeste gevallen geen doel op zich is laten we deze gedragsvorm in de analyse verder buiten beschouwing.

Het is dan ook belangrijk om de overwegingen die bij de oorspronkelijke keuze voor een bepaalde vervoerwijze een rol spelen nader te analyseren. Uit de literatuur komen de volgende factoren in volgorde van 'belangrijkheid' naar voren:

- Kosten en reistijd
- Reisbetrouwbaarheid
- Comfort en sociale veiligheid
- Aansluiting op 'lifestyle'
- Sociale aspecten (status, sociale vergelijking)
- Maatschappelijke belangen (milieu, bereikbaarheid, veiligheid)

De volgorde van belangrijkheid is gebaseerd op de prioriteit die mensen gemiddeld geven aan de verschillende aspecten bij een 'gemiddelde verplaatsing'. Welke factoren daadwerkelijk het belangrijkste in de individuele afweging zijn, zal uiteraard verschillen:

- van persoon tot persoon;
- en van situatie tot situatie.

Bij een sociaal-recreatieve verplaatsing zou bijvoorbeeld het comfort van de reis naar verhouding iets meer gewicht kunnen hebben dan bij een woon-werk-verplaatsing. Wat 'comfortabel' reizen inhoudt is echter ook weer afhankelijk van de aard van de verplaatsing: een woon-werk-verplaatsing met een deel trein en een deel bus zou bijvoorbeeld heel comfortabel gevonden kunnen worden, terwijl diezelfde verplaatsing 'met de kinderen op weg naar oma' kan worden ervaren als een helse onderneming.

Toch mag worden gesteld dat de directe eigenbelangen (kosten, reistijd, reisbetrouwbaarheid, comfort en veiligheid) een dominante rol spelen in de vervoerwijzekeuze. We zullen voor de aspecten die hierop betrekking hebben dan ook nagaan hoe multimodaal personenvervoer scoort ten opzichte van het unimodale vervoer (in het bijzonder het autovervoer).

Hierbij moet overigens worden bedacht dat het niet alleen gaat om een objectieve vergelijking: onderzoek leert ons dat het uiteindelijk altijd gaat om de perceptie of subjectieve inschatting van bepaalde factoren. Het zijn bijvoorbeeld niet de reële maar de gepercipieerde kosten die bepalend zijn in de afweging unimodaal – multimodaal.

Hoe scoort multimodaal personenvervoer op de belangrijkste aspecten?

Kosten

Op dit moment is het voor het multimodaal personenvervoer moeilijk om in bepaalde markten de kostenconcurrentie met het unimodale autovervoer aan te gaan. Hier speelt het inmiddels welhaas 'klassieke probleem', dat vaak alleen de marginale kosten in persoonlijke afweging worden meegenomen. Overstappen op vormen van collectief vervoer zal in dat geval financieel aantrekkelijk zijn voor OV-abonnementhouders, terwijl autobezitters juist weinig extra kosten maken met een complete unimodale autoreis. De markt voor multimodaal vervoer lijkt hierdoor nogal vast te zitten in de traditionele markten van 'OV-captives'.

Deze concurrentieverhouding is echter niet 'voor de eeuwigheid gegeven' (zie volgende hoofdstuk). Wat echter altijd een kostennadeel zal zijn van

multimodaal vervoer is dat meerdere vervoersaanbieders 'dure beginkilometers' in rekening brengen, omdat de vervoersaanbieder elke 'klant' een deel van zijn vaste kosten in rekening moet brengen (denk bijvoorbeeld aan de twee strippen die je minimaal aan een tram- of busrit kwijt bent). Meerdere kleine stukjes met verschillende modaliteiten zullen per kilometer dus altijd relatief duur zijn ten opzichte van één lang stuk met één modaliteit⁵ zolang de huidige wijze van kostenberekening wordt gehanteerd.

Reistijd

Net als bij de kosten geldt voor de reistijd dat op dit moment het multimodale transport in de meeste gevallen een concurrentienadeel heeft ten opzichte van unimodaal vervoer. De consument zal namelijk de reistijd van deur tot deur beoordelen en deze valt doorgaans gunstig uit voor met name de auto.

Deels is dit terug te voeren op objectieve kenmerken als het feit dat een overstap op een andere modaliteit hoe dan ook extra tijd zal kosten. Daarenboven geldt voor gebruik van alle vormen van collectief vervoer dat er per definitie reistijdverlies zal optreden, omdat medereizigers nu eenmaal soms ergens anders naar toe willen dan jijzelf. De routekeuze en stopplaatsen kunnen dan ook niet volledig op de individuele klant worden afgestemd. Ook heeft multimodaal vervoer op voorhand het nadeel dat wacht- en overstaptijd in het algemeen als langer wordt gepercipieerd dan het in werkelijkheid is. Reizigers blijken een overstap bijvoorbeeld hetzelfde te waarderen als 13 minuten extra reistijd. Een minuut wachttijd op een overstappunt wordt gewaardeerd als twee minuten in het voertuig zelf. De reistijd met MPV wordt dan ook schromelijk overschat.

Wel moet worden opgemerkt dat het afgelopen decennium al veel winst is geboekt in het beter aansluiten van de modaliteiten en het verkorten van de overstaptijd, maar er lijkt nog volop ruimte voor nog meer winst op dit vlak.

Ook blijkt dat met name bij multimodale reizen over langere afstanden het reistijdverlies kan worden gecompenseerd, wanneer minder congestie optreedt bij deze vormen van vervoer. De markt voor multimodaal personenvervoer ligt hierdoor (voorlopig) vooral bij de lange afstands-verplaatsingen.

Reisbetrouwbaarheid

Uit het 'supermarkt-voorbeeld' dat aan het begin van het rapport gegeven is wordt duidelijk waarom ook bij de reistijdbetrouwbaarheid het multimodale vervoer de schijn tegen heeft ten opzichte van unimodaal vervoer: weliswaar kan de rij voor de kassa op zich veel langer zijn dan de rijen bij de bakker en de slager tezamen, maar het risico op vertraging loop je maar één keer. Uiteraard kun je met de auto meerdere keren in de file komen te staan, maar dat wordt niet gepercipieerd als een multiple kans. Bij multimodaal vervoer geldt dit niet: bij elke deelverplaatsing met één modaliteit loop je specifieke vertragingrisico's en ook de aansluiting van de verschillende modaliteiten op elkaar is een risicofactor.

Comfort en veiligheid

⁵ Dit kostennadeel geldt niet voor bezitters van een OV-jaarkaart.

Wat 'comfortabel' reizen is, is voor iedereen verschillend. De één zal graag met de radio op tien over de snelweg rijden, terwijl de ander graag onder het genot van een broodje kaas de krant leest. Eigenlijk valt er dus weinig te zeggen over het comfort dat multimodaal en unimodaal vervoer biedt.

Wel moet worden geconstateerd dat privacy en sociale veiligheid in het algemeen van groot belang worden geacht. Ook hier scoort multimodaal doorgaans slechter dan het unimodale alternatief: in het OV brengt gedeeld gebruik per definitie minder privacy met zich mee en bushaltes, stations en de vervoermiddelen zelf worden vaak als onveilig ervaren. De verkeersveiligheid van multimodaal vervoer is overigens wel veel groter, maar de onveiligheid van bijvoorbeeld de auto wordt nauwelijks herkend.

Verder kan worden geconcludeerd dat de overstap die bij een multimodale reis gemaakt moet worden door vrijwel elke consument wordt ervaren als 'discomfort': een stomerij op het station, een vriendelijke uitbater van de fietsenstalling, het kan eigenlijk nooit opwegen tegen de onzekerheid over de aansluiting en het lopen met al je bagage van de ene modaliteit naar de andere.

5 Markt- en beleidspotentie

Het vorige hoofdstuk schetst al met al een beperkt perspectief voor multimodaal vervoer: de huidige vraag is gering. Op dit moment kiest de consument vooral voor unimodaal autoverkeer. Een keus die niet zo snel zal veranderen omdat de vervoerwijzekeuze een vorm is van gewoontegedrag en daardoor slechts te veranderen als wezenlijke veranderingen optreden in de voor- en nadelen van de alternatieven of in de omstandigheden. Het multimodale alternatief scoort op dit moment echter ook bepaald niet gunstig op belangrijke aspecten als reistijd, kosten, reisbetrouwbaarheid, sociale veiligheid en comfort. Een aantal van de 'minpunten' van multimodaal reizen zijn daarenboven ook nog structureel te noemen omdat ze nu eenmaal inherent zijn aan het reizen met meerdere modaliteiten binnen één verplaatsing. Te denken valt aan het ervaren van discomfort van de overstap en de ongunstige perceptie van de reistijd door de overschatting van wacht- en overstaptijd.

Kijken we nu naar het aanbod aan multimodaal vervoer dan kunnen we concluderen dat er de laatste tijd tal van initiatieven zijn ontplooid om deze manier van reizen aantrekkelijker te maken. Bedacht moet evenwel worden dat voor het realiseren van MPV veel partijen aan tafel zitten: verschillende overheden, meerdere vervoerders, soms exploitanten van knooppunten en eventuele andere marktpartijen. Al deze partijen hebben eigenbelangen en doelstellingen, die op één lijn gebracht moeten worden. Hoewel de wil tot samenwerking er doorgaans wel is, duurt het in veel gevallen (te) lang voor een initiatief daadwerkelijk van de grond komt.

Ook is het beleid er in toenemende mate op gericht de kostendekkendheid te vergroten. Van het spoor worden voor de meeste verbindingen de kosten gedekt door de opbrengsten, voor het lokale en regionale vervoer is dit in de meeste gevallen niet zo. Hierdoor is het voor- en natransport in de keten verliesgevend, dit tekort moet op de een of andere wijze gecompenseerd worden via subsidies van overheden of kruissubsidies van andere delen van de keten. Het huidige beleid vergroot de druk om de kostendekkendheid te vergroten, door nieuwe normen en de introductie van marktwerking. Hierdoor worden veel multimodale initiatieven reeds in de kiem gesmoord.

Ook de aanbodzijde stemt dus niet overwegend tot optimisme. De vraag die je je dan moet stellen is of dit zo blijft of dat er zich in de nabije toekomst ontwikkelingen voor zullen doen die de concurrentieverhouding tussen multimodaal en unimodaal vervoer kunnen beïnvloeden.

Om na te gaan of multimodaal personenvervoer door ontwikkelingen van buitenaf op termijn wél een kansrijk marktconcept lijkt, is een inventarisatie gemaakt van kansen en bedreigingen. Deze worden in de volgende paragrafen langsgelopen. Hierbij is ook een middencategorie opgenomen van belangrijke ontwikkelingen die zowel als kans, maar ook als bedreiging kunnen worden geïnterpreteerd. Tevens wordt, waar mogelijk, aangeven of de desbetreffende factor van invloed is op de vraag of het aanbod.

5.1 Kansen

Variabilisatie autokosten (vraag)

Hoewel autorijden in het NVVP niet langer wordt beschouwd als 'maatschappelijk ongewenst gedrag' zal het prijsbeleid ten aanzien van de auto naar verwachting desalniettemin een belangrijke impuls krijgen: variabilisatie van de autokosten is het belangrijkste streven met als meest voor de hand liggende uitwerking hiervan de voorgenomen kilometerheffing. In dat geval wordt het aantrekkelijker om – in ieder geval voor delen van de reis – de auto te laten staan. Het kostennadeel van het OV wordt daarmee verkleind.

In hoeverre dit effect in de praktijk daadwerkelijk optreedt is uiteraard sterk afhankelijk van de wijze waarop de kilometerheffing gestalte krijgt. Zo moet bedacht worden dat een kilometerheffing die niet naar plaats en tijd is gedifferentieerd vermoedelijk weinig invloed zal hebben op bijvoorbeeld de keuze van de automobilist die van of naar binnensteden reist en die zijn auto nu op een transferium kan neerzetten: de laatste paar kilometer vanaf de rand van de stad naar de binnenstad tikken dan niet erg aan in de kosten. Anderzijds wordt het wel aantrekkelijker om bij lange afstandsverplaatsingen de auto uitsluitend te gebruiken voor het voor- en natransport en het grootste deel met andere modaliteiten af te leggen.

Sturend parkeerbeleid (vraag)

Ontwikkelingen in het parkeerbeleid zouden in het voornoemde voorbeeld wél een belangrijke rol kunnen spelen. In het afgelopen decennium hebben de grotere steden reeds hard gewerkt aan de ontwikkeling van een 'sturend parkeerbeleid', waarbij betaald parkeren een veel gebruikte mogelijkheid is. Op dit moment gaan ook steeds meer middelgrote plaatsen hiertoe over.

Door betaald parkeren lopen de marginale kosten van het reizen naar de binnenstad (de extra kosten die voor het laatste stuk gemaakt moeten worden) fors op. De uitbreiding van het aantal vergunninghoudersplaatsen zorgt bovendien voor extra zoektijd en looptijd (van de parkeerplaats naar de bestemming).

Verwacht mag worden dat in de nabije toekomst de verdere ontwikkeling van dit beleid invloed zal hebben op de vraag naar multimodaal vervoer: met name de vraag naar een alternatief voor het dure laatste stuk autovervoer van of naar de binnenstad zal groter worden.

In welke mate deze vraaggroei zal worden gerealiseerd hangt weer af van de wijze waarop het parkeerbeleid wordt ingevuld (o.m. tariefstelling en omvang van het vergunningshoudersgebied en de betaald parkeren-zones). De ervaringen met transferia leren echter dat hiermee niet al te halfslachtig mag worden omgegaan: alleen als het parkeren in de binnenstad beduidend lastiger of duurder wordt zullen mensen het multimodale alternatief overwegen.

ICT en informatievoorziening (vraag)

Door de ontwikkelingen in de ICT is het nu reeds mogelijk om reizigers online route- en reisinformatie te geven. Meestal beperkt de dynamische informatie zich nu nog tot informatie die relevant is voor de route-keuze. Het is echter ook mogelijk om informatie te verstrekken die relevant kan zijn voor

de keuze van de inrichting van de gehele (verdere) reis (dus ook het eventuele gebruik van andere modaliteiten binnen die reis). Wanneer deze informatie aan meer reizigers ter beschikking komt is het logisch te verwachten dat in ieder geval meer reizigers de overstap op een andere modaliteit zullen overwegen.

Als kanttekening hierbij dient te worden opgemerkt dat 'ongeadresseerde informatie' op dit punt door veel reizigers blijkt te worden genegeerd, omdat men ervan uitgaat dat de boodschap niet voor hem of haar bedoeld is. Omdat de route- en vervoermiddelkeuze vaak een vorm van gewoontegedrag is zal de neiging om iedere dag opnieuw 'de ideale reis' uit te stippelen bovendien gering zijn. De effecten van ICT-ontwikkelingen moeten kortom niet worden overschat.

Fietsvoorzieningen (aanbod)

Het versterken van de fiets als voor- en natransportmiddel kan een impuls geven aan MPV. Op dit moment maakt ongeveer 30% van de treinreizigers gebruik van dit transportmiddel, maar er zijn problemen met onder meer de stallingen aan de stations. Er wordt nu aan gewerkt de stallingen te verbeteren.

Tevens zijn er door uitbreiding van de huurfaciliteiten mogelijkheden om de rol van de fiets in het natransport voor de incidentele reiziger te verbeteren. Er loopt er een pilot met de zogeheten OV-fiets (of treinfiets); de ruimte die het op de knooppunten inneemt is echter nog een probleem.

De auto (aanbod)

MPV kan belangrijk aan aantrekkelijkheid winnen door de auto in de verplaatsing te verknopen. Indien de auto als voortransportmiddel gebruikt wordt, is het belangrijk dat er goede parkeervoorzieningen zijn. Dit is bij de kleinere treinstations vaak wel te realiseren, maar bij de grotere niet aangezien hier de parkeerkosten hoog zijn en de ruimte beperkt is. De auto als voortransport binnen MPV is derhalve een optie bij een beperkt aantal treinstations. In de grootstedelijke gebieden is het wellicht ook een optie bij sommige HOV verbindingen. Belangrijk hierbij is dat de overstap snel gemaakt kan worden, en dat deze optie niet te duur is vergeleken met de variabele kosten van de auto. Een andere mogelijkheid die verder gestimuleerd kan worden is het verbeteren van wegbrengmogelijkheden ('Kiss & Ride').

Indien de auto als hoofdtransportmiddel fungeert, kan vooral bij grootstedelijke gebieden gebruik gemaakt worden van transferia en of P & R voorzieningen. De ervaringen hiermee verschillen sterk. In ieder geval is de bewegwijzering belangrijk – dit is een reden waarom het P & R terrein bij Gaasperplas mede zo slecht loopt, terwijl de ArenA relatief intensief gebruikt wordt

Parkeervoorzieningen bij grotere stations blijven problematisch vanwege de hoge kosten en de ruimte die het inneemt. Deelauto's als Greenwheels kunnen echter wel een belangrijke vorm van natransport vormen.

De chipkaart (aanbod)

De chipkaart biedt de mogelijkheid aan vervoerders om te differentiëren in tarieven, zodat deze sterker afgestemd kunnen worden op de kwaliteit van de verplaatsing en de kosten daarvan. Tevens wordt de vervoerder direct afgerekend op zijn prestatie, in tegenstelling tot de ingewikkelde WROOV methodiek die nu gehanteerd wordt. Vervoerders verwachten hierdoor flexibel

te kunnen reageren op de markt. Tevens ontstaan er veel meer mogelijkheden voor de ontwikkeling van specifieke producten en is er een beter inzicht in de kosten en opbrengsten van onderdelen van de keten.

5.2 Kans of bedreiging?

Decentralisatie (aanbod)

De decentralisatie van het verkeers- en vervoerbeleid zal in de komende jaren verder gestalte krijgen. Op zichzelf lijkt dit vooral een positieve invloed te zullen hebben op de marktpositie van het multimodaal vervoer. Decentrale overheden hebben meer kennis van de lokaal-regionale markt, en kunnen hun programma van eisen en bestek specifiek toepassen op deze situatie. Hierdoor kan de vervoerder geprikkeld worden om een goed en op de lokale situatie gericht product aan te bieden. Voor intraregionale verplaatsingen kan dit een belangrijke stimulans zijn. Of de decentrale overheden goed gebruik maken van deze mogelijkheden is nog een open vraag, die pas beantwoord kan worden als de decentralisatie na verloop van tijd geëvalueerd wordt.

De decentralisatie kan echter ook worden opgevat als een bedreiging: De coördinatie wordt moeilijker, waardoor landelijke initiatieven en standaarden lastiger van de grond komen. Landelijke initiatieven als de treintaxi, de OV-fiets, Greenwheels hebben hier last van, doordat met veel overheden onderhandeld moet worden. Ook dreigt een versnippering van systemen en tarieven, waardoor het voor reizigers lastiger wordt de reis te ondernemen. Verder wordt het moeilijker om hierdoor interregionale verplaatsingen te ondernemen, omdat deze lokale systemen wellicht minder op elkaar aangesloten raken.

Ontwikkelingen in het openbaar vervoer (aanbod)

In de ontwikkelingen rond het openbaar vervoer-beleid kunnen allerlei zaken worden genoemd die ongetwijfeld een belangrijke invloed zullen hebben op de marktpositie van het MPV, maar waarvan de richting van de invloed sterk afhankelijk is van de wijze waarop het beleid in de praktijk gestalte krijgt.

Dit geldt in de eerste plaats voor de beleidslijn van marktwerking in het algemeen. Als vervoerders de verkeerde prikkels krijgen kan dit leiden tot een verslechtering van de samenwerking en afbraak van met name het verliesgevend voor- en natransport. Ook kan het aanbod versnipperd raken waardoor de reiziger 'door de bomen het bos niet meer ziet'. Juist voor het multimodaal vervoer lijkt dit funest. Anderzijds is de verwachting dat marktwerking – indien het goed ingevoerd wordt en er tevens aandacht is voor flankerend beleid - zal resulteren in een efficiënter systeem, met meer aandacht voor de klant. Overheden op diverse niveaus moeten er echter veel voor zorgen dat de markt de juiste prikkels krijgt en afgerekend wordt op de juiste aspecten.

Ook de processen van concessieverlening /aanbesteding kunnen voor de marktpositie van MPV positief of negatief uitpakken. In principe biedt dit de mogelijkheid aan decentrale overheden om met vervoerders expliciete afspraken te maken over de performance, de dienstregeling en nieuw te ontwikkelen producten. Wel dient de samenwerking tussen vervoerders al in de concessieverlening geregeld te worden. De prikkel om bijvoorbeeld dienstregelingen aan te laten sluiten op dienstregelingen van andere

modaliteiten zou bijvoorbeeld in de aanbesteding als eis moeten worden meegenomen.

5.3 Bedreigingen

Lump sum financiering

Het Rijk gaat er waarschijnlijk toe over de GDU voor OV exploitatie te baseren op structuurkenmerken van de regio. Dit heeft als voordeel dat de regio van tevoren weet hoe groot het budget is – nu wordt dit achteraf verrekend op basis van de WROOV systematiek. Het valt echter te verwachten dat decentrale overheden ook lump sum contracten met vervoerders gaan afsluiten, aangezien (ook) decentrale overheden geen open einde regelingen willen.

Hierdoor krijgen vervoerders minder prikkels om meer te doen dan de concessie voorschrijft, tenzij extra vervoer direct kostendekkend is. Deze vorm van financiering werkt derhalve niet prikkelend. Zo wordt er veelal wel subsidie verschaft voor voor- en natransport per OV, maar niet voor de auto of de fiets (stallingen, parkeerplaatsen). Alleen goede voorwaarden in de concessie kunnen dit wellicht compenseren.

5.4 Marktpotentie

Het voorgaande beschouwend kan in ieder geval geconcludeerd worden dat MPV in eerste instantie sterk is in de traditionele OV markten: de grootstedelijke gebieden, op lange afstanden en op relaties met dikke vervoerstromen. De grootstedelijke gebieden zijn voor de auto steeds minder goed toegankelijk. Wel ondervindt MPV concurrentie van de fiets. Verder heeft MPV een relatief groot marktaandeel op trajecten met dikke vervoerstromen met een relatief grote congestiekans op het wegennet en een goed voor- en natransport. Te denken valt aan trajecten in de Randstad in de spitsuren. Op de lange afstanden tenslotte weegt het nadeel van een langere reisduur door voor- en natransport relatief wat minder zwaar en kan MPV op snelheid aardig concurreren met het unimodale autovervoer. Ook is deze vorm van vervoer het meest lucratief en daardoor voor de markt erg aantrekkelijk.

Dit laat onverlet dat het hier een vrij specifiek, relatief klein segment van de markt betreft. De vraag is hoe groot de potentie van het concept daarbuiten is.

Technologische ontwikkelingen als de chipkaart, ICT-toepassingen en het internet bieden in principe nieuwe kansen voor MPV: de reiziger kan een product 'op maat' geboden worden en kan sowieso betere informatie krijgen. De vraag is of dit voldoende is om de reiziger naar het multimodaal vervoer te lokken. Met goede informatie alleen kan immers niet worden volstaan, er dient ook dan ook een daadwerkelijk concurrerend aanbod tot stand te komen. Zonder een concurrerend aanbod kan betere informatie zelfs averechts werken.

Het nieuw ingezette beleid brengt in dit verband zowel kansen als bedreigingen met zich mee. Bedrijven moeten meer bedrijfseconomisch opereren. Zeker indien concessies onder een lump sum financiering op de markt gezet worden, zal het moeilijk voor bedrijven zijn de extra kosten te dekken met de extra opbrengsten. Een risico is ook dat vervoerders zich richten op het eigen

onderdeel van de keten, terwijl het effect van MPV juist in de keten ligt. Hiervoor is een goede samenwerking nodig – het is echter de vraag of dit in het huidige systeem goed tot stand komt. De institutionele omgeving en de wil van partijen is hiervoor essentieel. Dit zal per situatie en regio verschillen. Duidelijk is dat op het voor MPV essentiële lokale en regionale niveau veel gaat afhangen van de decentrale overheden. Hoe deze de concessie in de markt zetten, welke prikkels daarin opgenomen zijn, in hoeverre samenwerking tussen vervoerders (waaronder taxibedrijven) en regio's georganiseerd wordt en welke wijze van financiering gekozen wordt, bepalen in sterke mate of de vervoerder het aantrekkelijk vindt zich te richten op MPV. Belangrijke kans hierbij lijkt het versterken van de positie van de fiets en de (deel)auto als voor- en/of natransportmiddel.

Op voorhand is dus niet te zeggen of er op korte termijn goede mogelijkheden zijn om het aanbod aan MPV verder uit te breiden en te vervolmaken. Bovendien moet worden bedacht dat, zoals eerder gesteld, de reiziger niet zozeer over de streep wordt getrokken door nieuw aanbod, maar veeleer door teleurstellende ervaringen met zijn huidige vervoerwijze. Van groter belang voor het welslagen van MPV is dan ook stevig flankerend beleid, met name het succesvol invoeren van variabilisering en sturend parkeerbeleid. Dan krijgt de unimodale automobilist immers een flinke prikkel om zijn vervoerwijzekeuze daadwerkelijk te veranderen.

Of en wanneer dit beleid daadwerkelijk ingevoerd wordt, staat evenwel in zekere zin nog open al heeft het kabinet in principe tot invoering besloten. Op korte termijn is de marktpotentie van MPV, zeker voor de keuzereiziger gering. Vanuit de markt geredeneerd lijkt het verstandiger de ontwikkelingen af te wachten en in eerste instantie te investeren in de positie op de langere termijn.

5.5 Beleidspotentie

In het voorgaande is de aard en omvang van de toekomstige vraag naar MPV in kaart gebracht en zijn de belangrijkste ontwikkelingen rond het aanbod beschreven. Wat voor effect heeft dit nu op het bereiken van de beleidsdoelstellingen (bereikbaarheid, leefbaarheid, verkeersveiligheid)?

Uitgaande van de stelling dat juist het unimodale autovervoer voor problemen op dit vlak zorgt is het evident is dat de belangrijkste 'beleidswinst' van MPV optreedt, wanneer de vraag naar multimodaal vervoer de vraag naar unimodaal autovervoer vervangt. Om een goede inschatting te maken van de beleidspotentie is het dus belangrijk dat niet alleen gekeken wordt naar de omvang toekomstige vraag naar multimodaal vervoer, maar ook naar de aard van die vraag. Doorslaggevend is uiteindelijk in welke vijver het multimodaal vervoer vist: wanneer bijvoorbeeld een reiziger die eerst een uni- of multimodale OV-reis maakte nu eerst een deel met de auto reist om daarna verder te reizen met een andere modaliteit is het beleidsrendement gering. Wanneer deze laatste reis door iemand wordt gemaakt die voorheen uitsluitend de auto gebruikte treedt wél maatschappelijk rendement op.

De uitkomsten van de marktanalyse geven in dit opzicht een redelijk genuanceerd beeld van de beleidspotentie: Op dit moment zit de vraag naar multimodaal personenvervoer nog sterk vast in de traditionele OV-markten. Kansen om in andere markten te penetreren zijn er op dit moment niet, tenzij

er een stevig flankerend beleid wordt gevoerd. Ervan uitgaande dat de substitutie van de auto door het OV ook nog eens gebeurt op die plaatsen en tijden dat het autoverkeer voor problemen zorgt, kan de beleidspotentie aanzienlijk zijn.

6 Hoe nu verder?

De huidige aanpak en zeker ook de terminologie suggereren een tegenstelling tussen multimodaal en unimodaal. MPV wordt welhaast beschouwd als een aparte modaliteit die tegenover het unimodale alternatief wordt gepositioneerd. Wanneer men bedenkt dat hét unimodale alternatief vooralsnog de auto is, is er zonder meer sprake van een ongelijke strijd: reizen is grotendeels gewoontegedrag - gedrag wat zich moeilijk laat veranderen - en de Nederlandse burger kiest nog steeds en masse voor de auto. Daarenboven scoort het multimodale alternatief beduidend slechter op belangrijke kwaliteitskenmerken als reistijd, kosten, reisbetrouwbaarheid en comfort, totdat de auto op die punten lager gaat scoren.

Uiteraard kan de overheid trachten daarin sturend te voorzien door bijvoorbeeld het autogebruik zwaarder te belasten. Wij achten het echter van groot belang dat de overheid zich niet vastbijt in een concurrentieslag tussen auto en MPV. Dat is ons inziens een heilloze weg. Het lijkt verstandiger om sterk in te blijven zetten op een koers waarbij de verschillende modaliteiten als complementaire grootheden worden beschouwd. Variabiliseren van de vaste kosten van de auto of vast maken van de variabele kosten van het OV (bijv. via abonnementen of grotere subsidies) is prima, maar structureel verhogen van de autokosten. Dat leidt tot veel weerstand en ook een verstoring van de 'marktverhoudingen' tussen auto en OV.

Reizen

Uitgangspunt is de reis. Streven is om de consument volledig verzorgd van herkomst naar bestemming te begeleiden. Je zou het kunnen vergelijken met een reisbureau. Als je op vakantie gaat, geef je aan waar je naartoe wilt, hoe lang en wat je ongeveer wil doen. Het reisbureau regelt vervolgens alles. Doorgaans krijg je alle papieren in één keer mee: niet alleen de vouchers voor het hotel; ook de treinkaartjes en de metrokaart zit in het pakket reispapieren.

Voordeel is dat een dergelijke benadering beter aansluit op de vervoersvraag: mensen willen zich verplaatsen, maar over hoe ze precies van a naar b moeten komen maken ze zich bij voorkeur niet al te druk. Bovendien kan de overheid door slim te schakelen tussen de modaliteiten een groter beleidsrendement behalen en sla je dus twee vliegen in één klap!

Vanzelfsprekend is dit alles makkelijker gezegd dan gedaan. Het vereist een fundamentele omslag in het denken over MPV. Kiest men voor deze weg dan is stap 1 in ieder geval dat de huidige terminologie, waaraan zo veel negatieve associaties kleven, resoluut overboord wordt gezet en dat wordt gekozen voor een nieuw concept. Te denken valt bijvoorbeeld aan 'Flexreizen' of 'Het Nieuwe Reizen'. Hiervoor is een uitgekiende beleidsmarketing onontbeerlijk.

Marktsegmentatie en onderkenning van relevante doelgroepen met hun specifieke wensen en behoeften is eveneens van wezenlijk belang. Op dit moment ontbreekt kennis en inzicht in consumentenkenmerken en hun

specifieke reisbehoeften. Zo wordt de laatste tijd vaak verondersteld dat 'softe' factoren als imago en privacy van grote invloed zijn op de aantrekkelijkheid en het gebruik van multimodale vervoerwijzen. Dit verband wordt echter vooralsnog niet gestaafd door expliciete onderzoeksresultaten. Meer onderzoek op dit punt lijkt dan ook noodzakelijk.

Maar met een aansprekend concept en meer inzicht in de wensen en behoeften van de reiziger ben je er uiteraard nog niet. Harde randvoorwaarde is dat wordt gekozen voor een geïntegreerde aanpak. Goed multimodaal vervoer of 'Flexreizen' behelst meer dan de realisatie van afzonderlijke voorzieningen. Het is een keten van op zich zelf staande functies en elementen die afzonderlijk én onderling geoptimaliseerd moeten worden. Er moet bijvoorbeeld niet alleen gestreefd worden naar goede en frequente metroverbindingen, maar de metro moet ook nog eens goed aansluiten op de trein. De reiziger moet zelf zo min mogelijk hoeven uitzoeken, maar moet soepel van herkomst naar bestemming worden geleid. Informeren, verplaatsen, verdelen en verblijven moeten één naadloos aaneengesloten keten gaan worden.

Specifieke aandachtspunten daarbij zijn belangrijke kwaliteitsaspecten als kosten, reistijd, reisbetrouwbaarheid en comfort en veiligheid. Nu zien we nog dat het multimodale alternatief op deze punten – terecht of onterecht – beduidend slechter scoort dan unimodaal autovervoer. Een kritische randvoorwaarde is dan ook dat het nieuwe concept in de eerste plaats een inzichtelijke tariefstructuur heeft met in principe één betaalmiddel voor de hele reis. In de tweede plaats is integrale en betrouwbare reisinformatie een *sine qua non*. Betrouwbaarheid is sowieso van grote importantie. Wanneer files gaan fluctueren zie je bijvoorbeeld dat automobilisten op zoek gaan naar alternatieven met een grotere reistijdbetrouwbaarheid. Ketenverplaatsingen hebben echter het grote nadeel dat elke overstap in principe de reistijdbetrouwbaarheid vermindert. Het ligt dan ook in de rede om overstappen tot een minimum te beperken. Wordt er wel overgestapt, is het zaak om de overstaptijd zo kort mogelijk te houden. Zaken als comfort en sociale veiligheid tenslotte zijn vooral te beschouwen als negatieve dispositie of dissatisfier: het is niet iets waar de reiziger in eerste instantie bewust voor zal kiezen, maar als het onverhoopt niet in orde is, ben je een klant kwijt!

Daarnaast kan ook gestreefd worden naar ontzuivering van de automobilist door hem bij de aanvang van zijn reis meer bewust te maken van de mogelijkheden en beperkingen die hij op zijn reis zal tegenkomen. Vanuit dat perspectief lijkt het zinvol om systemen te ontwikkelen waarin de automobilist voor de reis een parkeerplaats kan trachten te reserveren en te betalen. Als blijkt dat een parkeerplaats moeilijk is te krijgen of veel kost, krijgt hij de informatie op een moment dat hij nog voor MPV zou kunnen kiezen. Deze aanpak heeft verder het voordeel dat zij niet wordt gezien als inperking, maar juist als facilitering van het autoverkeer.

Om MPV-kanten te krijgen en te behouden moet je een goed aanbod in de markt kunnen zetten. De markt moet de juiste prikkels krijgen en afgerekend worden op de juiste aspecten. In het beleid worden op dit punt tal van initiatieven genomen. Te denken valt aan de variabilisatie van de autokosten, sturend parkeerbeleid en het stimuleren van de marktwerking in het openbaar vervoer. Op dit moment is nog niet goed te zeggen hoe deze ontwikkelingen uit zullen pakken. Wel lijkt een woord van waarschuwing gepast met

betrekking tot de voorgestane uitbreiding van de GDU: dit zal er zonder meer toe leiden dat decentrale overheden lump sum contracten met vervoerders af gaan sluiten, waardoor die laatste nauwelijks prikkels krijgen om meer te doen dan de concessie voorschrijft. Ook moet ervoor worden gewaakt dat de voorgestane decentralisatie van het verkeers- en vervoerbeleid niet ontaardt in een versnippering van initiatieven, systemen en tarieven. Met het oog op de gewenste uniformiteit blijft het wenselijk dat de centrale overheid een sterk coördinerende rol blijft vervullen. Daartoe zou een regionale vervoersmanager coördinerende bevoegdheden moeten krijgen.

Wellicht moet ook overwogen worden om de variabele OV-kosten te verlagen door een lagere dekkingsgraad te accepteren dan nu als norm wordt gesteld.

Als we als samenleving vinden dat MPV gestimuleerd moet worden (om allerlei maatschappelijke redenen) en als we weten dat het huidige MPV moeilijk de concurrentie met de auto aankan, is er alles voor te zeggen om dat maatschappelijke belang uit te drukken in hogere OV-subsidies, misschien zelfs wel (voor bepaalde groepen en in bepaalde omstandigheden) gratis.

Tot slot moet bedacht worden dat het zodanig verknopen van modaliteiten dat optimaal kan worden ingespeeld op de individuele vervoersbehoefte per definitie een lastige opgave is. Individueel en openbaar staan diametraal tegenover elkaar: het individu wil zonder stoppen en overstappen zo snel mogelijk op zijn plaats van bestemming aankomen, terwijl openbaar vervoer wil stoppen en laten overstappen om zoveel mogelijk mensen te kunnen bedienen. De lat moet dan ook in eerste instantie niet te hoog gelegd worden. Wanneer men direct allerlei geavanceerde methodieken wil introduceren, zal het afbreukrisico groot zijn. Simpel beginnen is misschien nog wel de belangrijkste eerste stap, waarbij wellicht aansluiting kan worden gezocht bij reeds lopende kleinschalige initiatieven. Daarbij moet vooral gedacht worden aan zaken als besloten bedrijfsvervoer en kleinschalig vraagafhankelijk openbaar vervoer.