

Aan:
de heer R.R. Pruisscher

(i.a.a. de overige Statenleden)

Assen, 8 maart 2022

Ons kenmerk 10/5.1/2022000273

Behandeld door team Verkeer en Vervoer

Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen ex artikel 41 Reglement van orde
over OV-abonnementen

Geachte heer Pruisscher,

In uw brief van 14 februari 2022 stelde u een aantal vragen over OV-abonnementen. Deze vragen beantwoorden wij als volgt.

Vraag 1

In de begroting 2022 van het OV-Bureau staat dat mensen door middel van promoties verleid worden het OV (opnieuw) te gebruiken; dit omvat awareness campagnes en prijspromoties/voordeelacties. Is bij de verleidingsstrategie ook nagedacht over het – en zo ja, welk – aanbod van laagdrempelige en aantrekkelijke producten die beter aansluiten bij deze tijd?

Antwoord 1

Ja, het OV-bureau Groningen Drenthe promoot nieuwe, laagdrempelige en aantrekkelijke producten, zoals Dalvoordeel Noord-Nederland of Zomerbroezz'n, die goed aansluiten op de huidige reisbehoefte van de reizigers.

Het Dalvoordeel Noord-Nederland-abonnement is geldig bij de vervoerders Arriva en Qbuzz in Groningen, Friesland en Drenthe. Met dit product, dat € 25,-- per jaar kost, heeft de reiziger bijna de hele dag 40% korting (behalve op werkdagen tussen 07:00 en 09:00 uur). Bovendien is het combineerbaar met de automatische leeftijds-korting voor jeugdigen en 65+-ers waardoor de korting kan oplopen tot 48%.

Bij de campagne Zomerbroezz'n kunnen passagiers in de maanden juli en augustus voordelig reizen met de bus in heel Groningen en Drenthe.





*Deze dagkaart kost € 11,-- en is de hele dag geldig (ook voor 09:00 uur).
Op één kaart kunnen twee volwassenen reizen. Per volwassene mogen
maximaal drie kinderen van 4 t/m 11 jaar gratis mee.*

Vraag 2

Op welke wijze wordt bij de ontwikkeling van de OV-producten rekening gehouden met maatschappelijke ontwikkelingen, zoals het vaker thuiswerken, in relatie tot de (vaste) kosten voor de reiziger?

Antwoord 2

Het reisgedrag verandert blijvend, mede door Covid. Mensen reizen minder naar kantoor, minder over vaste routes en meer verspreid over de dag. Daarbij horen andere, flexibelere reisproducten. Met ingang van dit jaar vervalt daarom het jaarabonnement en wordt het maandabonnement met 20% in prijs verlaagd.

Vraag 3

Welke mogelijkheden ziet u om de suggesties van Rover, zoals de (her)invoering van de rittenkaart, te betrekken bij het verleiden van reizigers om meer gebruikt te maken van het OV?

Antwoord 3

De huidige OV-reiziger reist minder via een vast traject, wil niet vooraf betalen en betaalt alleen voor de werkelijk gemaakte ritten. De rittenkaart sluit niet goed aan op deze maatschappelijke ontwikkelingen.

Een ander belangrijk nadeel is dat een rittenkaart niet zonder ontwikkelkosten voor de OV-chipkaart gereedgemaakt kan worden. Ontwikkelkosten lopen doorgaans snel op.

Bovendien wordt de OV-chipkaart per 1 januari 2024 vervangen door een landelijk systeem waarbij de mobiele telefoon of de bankpas/creditcard de drager voor het betalen wordt. De landelijke OV-bedrijven bereiden alternatieve proposities voor waarbij flexibiliteit, belonen van loyaliteit en laagdrempeligheid met achteraf betalen de belangrijkste uitgangspunten vormen.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Drenthe,

, voorzitter

, secretaris

mb/coll.

Aan de voorzitter van Provinciale Staten,
mevr. drs. J. Klijnsma
Postbus 122
9400 AC Assen

Emmen, 14 februari 2022

Onderwerp: schriftelijke vragen ex artikel 41 RvO betreffende OV-abonnementen

Geachte voorzitter,

De gevolgen van de coronacrisis op het openbaar vervoer is meermaals onderwerp van bespreking geweest in Provinciale Staten en zal onze aandacht blijven houden. Er ligt een grote uitdaging om – zodra de situatie het weer toelaat – reizigers te verleiden om het OV (wederom) te gaan gebruiken. Een laagdrempelig en aantrekkelijk product in zowel prijs als kwaliteit is daarin een belangrijke factor.

Reizigersvereniging Rover doet (in haar bericht 'OV moet nu nadenken over terugwinnen reiziger') en haar rapport 'Van snijden naar rijden') een aantal suggesties om het aanbod beter te laten aansluiten bij deze tijd. Zo kan een halfspits-abonnement spitsen afvlakken en de reiziger gelijktijdig flexibiliteit bieden. Dit sluit ook beter aan bij de ontwikkeling dat mensen (halve dagen) thuis werken. Ook pleit Rover voor nieuwe producten zoals een tien- of honderdrittenkaart zodat reizigers niet blijven vastzitten aan een ongebruikt abonnement, tijdens een eventuele nieuwe lockdown of wanneer zij blijven thuiswerken. Een traditioneel (maand)abonnement lijkt ook niet passend in een situatie waarin mensen slechts een beperkt aantal dagen op kantoor behoeven te zijn.

Hierover heb ik namens de fractie van de ChristenUnie de volgende vragen.

1. In de begroting 2022 van het OV-Bureau staat dat mensen door middel van promoties verleid worden het OV (opnieuw) te gebruiken; dit omvat awareness campagnes en prijspromoties / voordeelacties. Is bij de verleidingsstrategie ook nagedacht over het – en zo ja, welk – aanbod van laagdrempelige en aantrekkelijke producten die beter aansluiten bij deze tijd?
2. Op welke wijze wordt bij de ontwikkeling van de OV-producten rekening gehouden met maatschappelijke ontwikkelingen, zoals het vaker thuiswerken, in relatie tot de (vaste) kosten voor de reiziger?
3. Welke mogelijkheden ziet u om de suggesties van Rover, zoals de (her)invoering van de rittenkaart, te betrekken bij het verleiden van reizigers om meer gebruikt te maken van het OV?

Ik zie uit naar uw antwoord.

Hoogachtend,

R. R. Pruisscher
ChristenUnie