

Nederlands actieplan Mobility-as-a-Service





COLOFON

Initiatief: Connekt Taskforce MaaS

Disclaimer

Connekt heeft uiterste zorgvuldigheid betracht bij het samenstellen van de informatie en beelden in dit actieplan. Mocht u toch onvolkomenheden ontdekken, neem dan s.v.p. contact op met Connekt: info@connekt.nl.

Meer informatie

Voor meer informatie over de ontwikkelingen in Nederland op het gebied van Mobility-as-a-Service, kijk ook op:
www.connekt.nl/initiatief/mobility-as-a-service/

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	4
1. Betekenis van MaaS	6
Wenkend perspectief	6
Van pilot naar perspectief.....	8
2. Uitdagingen	10
Maatschappelijke impact	10
Klantbehoeften	11
Integratie en protocollen	12
Fiscaal	13
3. Slotwoord.....	15
MaaS initiatieven in NL	16



DAVI

DUTCH AUTOMATED VEHICLE INITIATIVE

COOPERATIVE AUTOMATED DRIVING

TESTS IN REAL TRAFFIC



FACTS AND FIGURES

- HIGH AUTOMATED VEHICLES FOR RESEARCH AND DEMONSTRATIONS ON PUBLIC ROADS
- ASSESSING TECHNOLOGICAL, HUMAN FACTORS, TRAFFIC MANAGEMENT AND LEGAL CHALLENGES
- FIRST DEMO OF HIGHLY AUTOMATED VEHICLES OCCURRED ON DUTCH ROADS IN 12TH NOVEMBER 2013
- DAVI IS AN OPEN PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP

TU Delft

Connexxion

AutomotiveNL

TNO

Innovation for life



VOORWOORD

"Close your eyes and tell me. What do I have to promise you to give up your own car?" – Sampo Hietanen, CEO Maas Global

Deze woorden tonen het wenkend perspectief van Mobility-as-a-Service, een allesomvattende service die toegang geeft tot elke mobiliteitsvorm. Ontzorgen staat voorop: geen losse abonnementen, geen aparte facturen, geen zorgen over parkeren en geen bezit en daarmee gepaard onderhoud. Mobility-as-a-Service is in een paar jaar tijd een begrip geworden in Europa. En terecht, de eerste resultaten laten zien dat niet alleen gebruikers de diensten hoog waarderen, de verschuiving in het gebruik van mobiliteitsvormen pakt gunstig uit voor steden. Ook inwoners in rurale gebieden lijken met MaaS hun mobiliteit te zien verbeteren.

Diverse pilots en projecten in zowel Nederland als andere Europese landen willen inzichtelijk maken hoe deze diensten kunnen ontstaan, wat de gebruikerswensen zijn en hoe dit het mobiliteitssysteem ten gunste komt. De stap naar een complete integrale dienst blijkt groot, maar niet onoverkomelijk.

Een groep van meer dan 40 Nederlandse publieke en private partijen, de Taskforce MaaS, stelt zich ten doel om hun eigen kennis in de pilots te combineren om zo op landelijke en internationale schaal de ontwikkeling van MaaS te versnellen. Een eerste stap was 'awareness'; wat is MaaS? Het MaaSifest! was het eerste product van de Taskforce en met de overhandiging aan wethouders Langeberg (Rotterdam) en Litjens (Amsterdam) tevens het startsein voor het landelijke MaaS platform.

De Taskforce MaaS gelooft niet alleen in een nationale samenwerking om de gewenste opschaling te bereiken. Een uitgesproken wens vanuit internationale partijen is het 'roaming concept'. Jouw datagebruik en telefoongesprekken stoppen niet bij de grens, mobiliteit stopt niet bij de grens en MaaS dus ook niet. Op internationaal vlak zijn veel ontwikkelingen te benoemen op het vlak van MaaS, zoals Whim, UbiGo, Smile en de MaaS Alliance. De Taskforce MaaS bezoekt en nodigt deze partijen uit voor kennisontwikkeling om zo de Nederlandse activiteiten aan te sluiten op de internationale ontwikkelingen.



Vlaggenschip
MaaS



Nederlands
actieplan MaaS



Internationale
kennisuitwisseling

Met MaaS inmiddels als bekend begrip in Nederland ziet de Taskforce MaaS een nieuwe stap voor de ontwikkeling van MaaS. Er is een groeiende behoefte aan inzicht over de betekenis en impact van MaaS, maar ook welke uitdagingen er zijn en welke acties genomen moeten worden om MaaS te versnellen.

Dit actieplan bevat een antwoord op elk van de hierboven beschreven vragen. De Taskforce heeft hiervoor haar kennis gebundeld en opgeschreven. Dit actieplan vormt de basis voor de Taskforce MaaS en de algehele MaaS ontwikkeling in Nederland.





1. Betekenis van MaaS

Mobility as a Service (MaaS) staat voor een transitie in mobiliteit, waarbij de consument toegang heeft tot mobiliteit in de vorm van diensten, in plaats van te investeren in het bezit van transportmiddelen of losse diensten als OV en daarmee dus flexibeler is en meer kan worden ontzorgd. MaaS is een zeer kansrijke ontwikkeling dat geïllustreerd wordt aan de hand van de volgende twee 'dromen'.

Dromen over MaaS

MaaS biedt een dienst waardoor het bezit van een auto niet langer een voorwaarde is voor een flexibele en relaxte reis. De bestaande voertuigcapaciteit wordt door een MaaS aanbieder efficiënter ingezet. Dit 'bezit' staat 96% van de tijd stil en neemt in steden veel plek in beslag. We durven nu na te denken over wat je kunt doen met deze ruimte als je minder voertuigen en minder parkeerplaatsen nodig hebt: kun je dan meer woningen realiseren, of extra groen voor de bewoners?

Dromen over MaaS

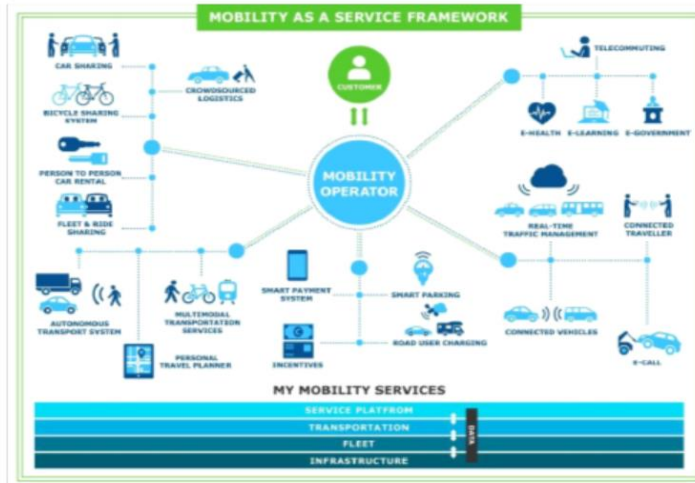
Het brengen van een familielid naar het ziekenhuis voor onderzoek is een flinke belasting en stressvolle ervaring. De rit zelf, maar ook het gedoe met parkeren draagt hier niet aan bij. Een MaaS dienst zou bij uitstek de personen in kwestie kunnen ondersteunen door het bieden van een ontzorgde reis. Op tijd, met zo min mogelijk stress, gezamenlijk naar de afspraak in het ziekenhuis door middel van flexibel vervoer.

Wenkend perspectief

Voor de reiziger een passende (multimodale)-vervoersoptie van A naar B, voor iedereen toegankelijk, waarbij bezit van mobiliteitsvormen geen voorwaarde is. Kernwoorden hierbij zijn: Toegankelijkheid, snelheid, betrouwbaarheid, betaalbaarheid, comfort, gemak en flexibiliteit.

De reiziger maakt bij elke reis een bewuste keuze met betrekking tot zijn/ haar modaliteit en heeft hierbij keuzevrijheid qua modaliteits-opties, maar daaraan voorafgaand ook de keuze uit meerdere mobiliteitsaanbieders. Dit is vergelijkbaar met andere nieuwe diensten in andere sectoren. Een voorbeeld is Booking.com, waarmee je gemakkelijker allerlei accommodaties kan boeken. Of bijvoorbeeld Spotify dat maakt dat je geen cd's meer nodig hebt. MaaS kan er ook voor zorgen dat je straks geen eigen auto meer nodig hebt of dat een extra auto niet langer nodig is. Het is goed om al deze en meer voordelen van MaaS op een rij te zetten.

De essentie is weergegeven in het schema van MaaS Global (Finland) in figuur 1, dat laat zien hoe het MaaS systeem er globaal uit ziet in een eindbeeld. Een mobiliteit-aanbieder brengt allerlei mobiliteitsdiensten bij elkaar, koppelt deze aan informatiediensten, en betaalfuncties en ontsluit ze voor de klant via een portal. Deze mobiliteitsdiensten kunnen ook gekoppeld zijn aan verkeersmanagement, e-call, connected cars, et cetera. Belangrijk is dat MaaS verschillende modaliteiten samenbrengt op één platform voor openbaar vervoer, autoverkeer, en fiets. Dit vraagt dus van al deze verschillende velden om een integrale aanpak.



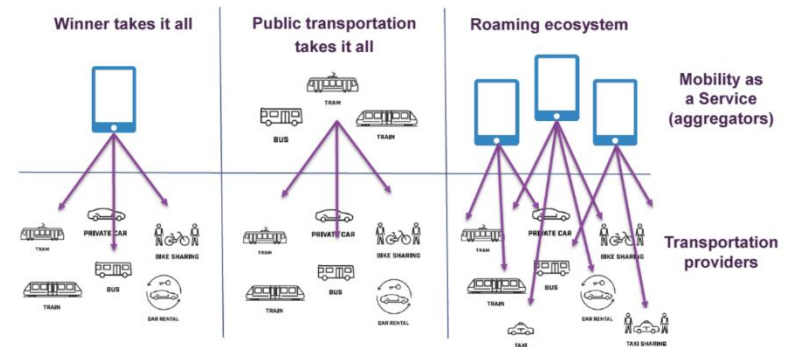
Figuur 1: Mobility as a Service Framework (Bron: MaaS Global)

Het systeem in figuur 1 wordt omschreven als een Bol.com model, maar er zijn ook diverse andere modellen in beeld waarmee MaaS systemen kunnen ontstaan, zoals een marktplaats model of het Apple-model (White paper MaaS, Muconsult, 2017).

Wat dit schema niet toont, maar wat wel begrijpelijk is vanuit het systeem, is dat data over de positie van de klant, van vervoermiddelen en van het verkeer optimaal beschikbaar en uitwisselbaar moeten zijn. Immers, MaaS verzorgt de match tussen de mobiliteitsvraag van de klant en het beschikbare vervoersaanbod. Data is daarmee de sleutel van elk MaaS systeem. Zonder adequate gegevens en een platform dat alle gegevens aan elkaar koppelt kan MaaS niet bestaan

Vanuit het perspectief van de klant is keuzevrijheid daarbij wenselijk. Idealiter strijdt een variëteit aan MaaS-aanbieders om de gunst van de klant. Die kan zijn/haar optimale keuze maken op basis van prijs en kwaliteit. Deze wens betekent dat de beleidsmatige strategie van de overheid gericht moet zijn op het nastreven van een volwassen markt en het creëren van een open speelveld met ruimte voor nieuwe spelers. Daarvoor is maximale databeschikbaarheid en maximale interoperabiliteit (vergelijk de markten van betalingen en telecom), ook op Europees niveau, in de toekomst van wezenlijk belang. Hiervoor is een (inter)nationale publiek-private samenwerking van belang. Zie hiervoor ook figuur 2. Een wenselijk eindbeeld is het roaming ecosysteem, met lage toetredingsdrempels.

Three ways for markets to evolve



Figuur 2: Mogelijkheden marktordening MaaS (Bron: WHIM)



Van pilot naar perspectief

MaaS bevindt zich nog niet in het stadium van volwassenheid, veel is in beweging en ontwikkeling en daarmee onduidelijk. Het maken van meters in pilots en projecten is dan een goede manier om werkenderwijs te ervaren, te leren en kennis te vergaren. Hierbij kan het zijn dat nog niet het volledige MaaS concept wordt getest, maar deeldiensten, die op termijn gaan passen binnen een groter MaaS platform.

Daarnaast is het belangrijk om de reiziger ook kennis te laten maken met dit nieuwe concept. Pilots kunnen worden ingezet als marketingstrategie. Het reizigersperspectief staat voorop, met daarbij een toets op het maatschappelijk belang en de technische uitwerking en niet andersom. Uiteindelijk leiden pilots tot het beschikbaar krijgen van een op maat gesneden reis voor de reiziger.

Pilots zijn daarbij geen doel op zich, maar dienen om:

- De gebruiker ervaringen te laten opdoen;
- Te oefenen met marktordening (zie figuur 2);
- Kennisvragen scherper te krijgen en te beantwoorden;
- Data overdracht te testen;
- In de praktijk te testen hoe MaaS bijdraagt aan het mobiliteitssysteem en bijbehorende maatschappelijke baten;
- Werken vanuit integrale benadering/ gedeelde opgave te testen.

Pilots kunnen diverse vormen hebben. Daarbij kan gedacht worden aan:

- Pilots van deelaspecten (betalen, kleine aanbieders, integrale pilot vanuit een klein (geografisch) gebied);
- Pilots gericht op doelgroepen (werkgevers, doelgroepenvervoer, campus);
- Pilots die aansluiten op een specifieke behoefte van doelgroepen (werkgevers, sociaal recreatief verkeer, zakelijk verkeer, etc.).

Belangrijk is dat pilots ook integraal binnen het mobiliteitssysteem ontwikkeld gaan worden en niet vanuit losse modaliteiten. MaaS richt zich niet alleen op automobilititeit, maar gaat ook invloed hebben op de OV-concessies van de toekomst. Goede samenwerking tussen alle partijen is een randvoorwaarde voor het toewerken naar een roaming ecosysteem (zie figuur 2), dat perspectiefvoller wordt geacht dan een model als bijvoorbeeld "public transport takes it all".

De Taskforce benadrukt het belang van samenwerking tussen markt, kennisinstellingen en overheid om kennis zoveel mogelijk delen en de ontwikkeling en het beheer ervan gezamenlijk te coördineren. Om duidelijk te krijgen welke rollen nodig zijn voor MaaS, dient eerst sprake te zijn van een vruchtbare interactie tussen overheid, de markt en kennisinstellingen zodat de juiste input geleverd wordt. Het gaat dan bijvoorbeeld om het open delen van kennis vanuit pilots. Daarnaast dienen partijen in de Taskforce MaaS gezamenlijk stappen te bepalen om MaaS landelijk op te schalen.





2. Uitdagingen

In Nederland zijn enkele randvoorwaarden aanwezig die een (inter)nationale opschaling van MaaS-serviceproviders snel mogelijk maken. Denk daarbij aan het OV-chipkaart platform en de hoge connectiviteit en adoptie van smartphones. Om deze kansen te verzilveren dienen ook enkele barrières te worden weggenomen. De eerste vier uitdagingen worden in dit hoofdstuk benoemd en toegelicht.

Maatschappelijke impact

MaaS verandert gewoontegedrag in mobiliteit in optimaal gekozen mobiliteit vanuit een reizigersperspectief. Dit kan maatschappelijke gevolgen hebben, zoals bijvoorbeeld bereikbaarheid en leefbaarheid. Uit onderzoek en eerste evaluaties blijkt dat personen die momenteel geregeld de auto gebruiken, in de toekomst vaker andere vervoerswijzen zullen kiezen. Daarentegen zullen mensen die nu geen toegang hebben tot een auto voor specifieke ritten de auto gaan gebruiken. De vraag is dan ook welke effecten deze veranderende keuzes hebben op het mobiliteitssysteem als geheel?

4	Integratie van beleidsdoelstellingen: Publiek-private samenwerking
3	Integratie van contracten: Abonnementsvorm /verantwoordelijkheid
2	Integratie van betaling: Reis zoeken, boeken en betalen
1	Integratie van informatie: Multimodale reisplanner, prijsinformatie
0	Geen integratie: Unimodale services

Figuur 3: de niveaus van Mobility-as-a-Service (Bron: Ubigo)

Publiek belang versus individueel belang

MaaS vereist een integrale discussie aangaande publieke belangen en publieke dienstverlening. Naar verwachting verbreedt de overheidstaak van concessieverlener naar regiehouder. Belangrijk worden de ontwikkeling en toepassing van meetinstrumentaria met betrekking tot bijvoorbeeld bereikbaarheidscriteria en leefbaarheidscriteria. En de ontwikkeling en toepassing van (prijs)sturingsmiddelen zoals parkeerprijzen en kilometerbeprijzing om daarmee de gestelde criteria te behalen.

Belangrijk wordt de gelijke verdeling van effecten (equity). Bevoordeling van bepaalde dienstverleners geeft risico's met betrekking tot marktmacht (monopolieprijzen, beperkte dienstverlening) en omgevingseffecten (bijvoorbeeld het sturen van autoverkeer naar een specifieke garage).

Daarnaast is er spanning tussen de effectiviteit en efficiëntie van het mobiliteitssysteem; in de spitsperiode kan gestuurd worden op gedeeld gebruik, de inzet van extra vervoermiddelen of de (tijdelijke) uitsluiting van mensen om het systeem te laten functioneren.

Gegeven de beschreven mogelijke effecten ligt er volgens markt en overheid, naast marktontwikkeling, ook een rol klaar voor de integratie van beleidsdoelstellingen. Dit wordt gezien als de maximale integratie van MaaS, zoals weergegeven in de figuur hieronder.



Actie!

De Taskforce MaaS stelt de volgende acties voor:

- Onderzoek doorzetten naar mogelijke beleidsdoelstellingen die geïntegreerd kunnen worden in MaaS.
- Onderzoek doen naar methodieken om (beleids)doelstellingen van MaaS te introduceren, monitoren en valideren.



Klantbehoeften

Tot op heden is MaaS voornamelijk een thema binnen de wereld van professionals terwijl het vertrekpunt juist de reiziger en haar behoeften zou moeten zijn. Zijn dit directe behoeften of zijn deze latent? Biedt een MaaS propositie nu al meerwaarde of pas in de (nabije) toekomst?

Algemene behoefte

Steeds minder bestemmingen zijn betaalbaar en met mate van betrouwbaarheid te bereiken met slechts 1 modaliteit. Druk op de rijkswegen leidt tot voertuigverliesuren met de auto (voorspelbaarheid), parkeerdruk zorgt voor hoge kosten (betaalbaarheid) en milieuzones “vergrendelen” steeds meer steden (bereikbaarheid). Het alternatief van openbaar vervoer heeft tegelijkertijd ook beperkingen. Landelijke gebieden zijn steeds moeilijker te bereiken (reistijd en betaalbaarheid) en in het centrum is de tram overvol (comfortabel). Om toch een vlotte en comfortabele reis te bieden zal in de toekomst steeds meer gebruik gemaakt worden van meerdere modaliteiten in 1 reis. Daarom hebben reizigers behoefte aan samenhang in de reis van deur tot deur.

Doelgroepensegmentatie

Een allesomvattende doelgroepensegmentatie voor een MaaS-propositie bestaat nog niet. De Verkeersonderneming heeft een behoeftesegmentatie ontwikkeld in samenwerking met marktonderzoeksbureau GfK. Zij beseffen dat de mobiliteitsmarkt nog relatief jong is en een robuuste segmentatie ontbreekt. Met robuust wordt in dit geval bedoeld een segmentatie waarin een combinatie van motivationele en situationele aspecten zijn meegenomen.

Ook binnen het programma SmartwayZ.NL in de provincie Noord-Brabant is onderzoek gedaan naar de doelgroepensegmentatie en zijn er wetenschappelijke studies verricht. Een combinatie van deze segmentaties zou ook voor MaaS kunnen worden gebruikt.

Specifieke behoefte

Welke indeling er ook gehanteerd wordt, er is behoefte aan een set basisvoorwaarden. Per doelgroep hebben bepaalde behoeften meer/minder prioriteit, denk aan:

- o Beschikking over voldoende hardware (bijv. (deel)auto's, (deel)fietsen, treinen, bussen, vervoer over water, (deel)taxi's);
- o Optimale ontsluiting van real time data voor beschikbaarheid van reisopties en modaliteiten zowel voor, tijdens als na de reis;
- o Mogelijkheid tot reservering (al dan niet via een multimodale reisplanner door gespecialiseerde diensten);
- o Uniforme betaalmogelijkheden, interoperabel ingericht;

Daarbij zijn thema's als laagdrempelig, eenvoudig, snelheid, duidelijkheid en betaalbaar cruciaal.

De Taskforce MaaS onderschrijft dat een juiste doelgroepensegmentatie noodzakelijk is voor het succes van MaaS. Een doelgroepensegmentatie dient ook meerdere doelen. Enerzijds biedt een segmentatie de basis voor een marktpartij om een commercieel product goed te laten aansluiten. Anderzijds kan een segmentatie ook overheden helpen bij het bepalen van (de grootte van) mogelijke maatschappelijke effecten.



Actie!

De Taskforce MaaS stelt de volgende acties voor:

- In samenspraak met marktpartijen een doelgroepensegmentatie op te stellen met kritische succesfactoren, met als basis reeds bestaande uitgevoerde onderzoeken.
- De segmentatie dynamisch en ook in de toekomst up-to-date te laten zijn, door de data van de segmentatie beschikbaar te maken en bij te houden



Integratie en protocollen

Gedeelde transportdiensten vormen een belangrijke basis voor MaaS en 'het nieuwe publieke transport'. Transport kan daarmee aanzienlijk efficiënter worden ingericht.

Verkokering mobiliteit

De grote uitdaging in gedeelde transportdiensten is dat 'openbaar vervoer' zelf slechts beperkt wordt gedeeld met mobility serviceproviders anders dan de vervoersdienst. Maar denk bijvoorbeeld ook aan het delen van dezelfde taxi door verschillende mobility serviceproviders. Er is dus geen sprake van een level-playing field door de huidige verkokering van mobiliteit, zoals wetgeving, concessies en abonnementen. Om gedeelde diensten mogelijk te maken is een 'ontschotting' van vervoerswijzen noodzakelijk. Anders laat Nederland kansen voor effectief deur-tot-deur transport liggen.

Delen van data essentieel

Nieuwe mobiliteitsdiensten kunnen een impuls betekenen voor huidige vormen van vervoer. Indien de realtime reisgegevens over de verschillende modaliteiten niet ontsloten worden, zijn deze vormen van mobiliteit niet toegankelijk en kan dit ook averechts werken.

Richtlijnen voor integratie en protocollen kunnen bij uitstek helpen bij het faciliteren van een open markt. Voordat deze protocollen op een technisch niveau kunnen worden afgestemd, dient eerst te worden gekeken naar de politieke en commerciële acceptatie van een open markt. Het opstellen van de uitgangspunten van het level-playing-field kent daarmee de hoogste prioriteit.

Tot slot vereist de integratie ook een slimme samenwerking waarin intensief (en in de nabije toekomst continu) informatie en data gedeeld worden. Dit dient zodanig geregeld te zijn dat informatie-uitwisseling veilig is, dat de belangen van alle stakeholders beschermd worden, dat data bij elkaar gebracht en gecombineerd wordt zonder dat deze overgedragen wordt en er

rekening gehouden wordt met wet- en regelgeving (GDPR, General Data Protection Regulation).



Actie!

De Taskforce MaaS stelt de volgende acties voor:

- Bereid de huidige concessievormen van het openbaar vervoer voor op een level-playing field met nieuwe mobility providers door MaaS bewust te agenderen.
- Doe onderzoek naar de diverse scenario's om een level-playing field te bereiken en maak hierin als markt-overheid een keuze. Zweden (open mobility integratie framework) en Finland (nieuwe transport wetgeving) hebben bijvoorbeeld al goede stappen gezet die als voorbeeld kunnen dienen. Gebruik de uitkomst hiervan ook voor het initiatief van de integrale Wet Mobiliteit vanuit MaaS-perspectief.
- Ondersteun Mobility-as-a-Service initiatieven met toegang tot openbaar vervoer door bijvoorbeeld:
 - Gelijkstellen inkoopprijs OV-Chipkaart;
 - Reizen op Rekening bij OV mogelijk maken;
 - Open koppeling met TLS;
 - Verkoop third parties via OV loketten.
- Stel kaders op omtrent privacy, eigenaarschap en veiligheid van data i.r.t. MaaS diensten en gekoppeld aan Europese ontwikkelingen, zoals GDPR.
- Maak de open data behoefte en de koppeling met reeds bestaande data-activiteiten binnen Beter Benutten inzichtelijk.
- Stel protocollen op voor realtime data-uitwisseling
- Stel/maak een neutrale omgeving beschikbaar waarin je de basis functionaliteit kan testen, vaststellen/ experimenteren wat data-fusie aan waarden oplevert voor de verschillende use-cases, om deze vervolgens in productie te brengen.



Fiscaal

Het uitrollen van MaaS in Nederland betekent niet automatisch dat mensen hun mobiliteit ook daadwerkelijk anders zullen gaan organiseren. Voor een belangrijke doelgroep, werknemers die hun mobiliteit vanuit de werkgever betaald krijgen (vaak leaseauto), geldt dat zij er met MaaS in het huidige fiscale systeem financieel flink op achteruit zullen gaan.

Unimodaliteit

Bij veel grote werkgevers, bijvoorbeeld in de financieel-zakelijke dienstverlening, is de leaseauto de belangrijkste manier om de mobiliteit van hun werknemers te organiseren. Dat is fiscaal gunstig voor werkgevers, omdat voor lease auto's BTW aftrek geldt. De werknemer krijgt veel auto voor het budget dat de werkgever beschikbaar heeft en heeft vaste kosten via de bijtelling (voor privégebruik). Als een werkgever besluit om mobiliteit via MaaS te organiseren, en daarmee werknemers de keuze krijgen om multimodaal te gaan reizen, verandert de situatie voor de werknemer, omdat er geen sprake meer is van het bezit van een voertuig, maar flexibel gebruik van modaliteiten.

MaaS als inkomen?

Over de vergoeding die werkgever aan de werknemer uitkeert, moet deze laatste inkomstenbelasting betalen, wat per saldo een hogere heffing betekent dan de weg via de fiscale bijtelling van de lease auto. Ook doordat het Nederlandse fiscale systeem het bezit van een voertuig belast en niet het gebruik, is het gebruiken van een extra modaliteit altijd duurder dan het gebruik van slechts één modaliteit. Hierdoor ontbreekt het aan flexibiliteit om verschillende typen auto's naast elkaar of volgtijdelijk te gebruiken omdat voor al deze voertuigen bij privégebruik bijtelling verschuldigd is. Voor privégebruik van de deelauto dient de werkgever een huurtarief te hanteren dat hoger is dan de vaste leaseauto of een huurauto. Geen enkele prikkel voor MaaS dus bij de werknemer!

Mobiliteitsbudgetten

Voor werkgevers is er juist nu een fiscale urgentie om te zoeken naar een andere manier om mobiliteit te organiseren, omdat er in 2019 een nieuwe accounting standaard (IFRS) wordt ingevoerd die bepaalt dat het leasepark van een bedrijf wordt opgeteld bij het eigen vermogen. Dat is een drive voor bedrijven om naar een mobiliteitsbudget over te gaan.

Fiscaliteit als incentive

Op langere termijn zouden dezelfde fiscale regels moeten gaan gelden voor alle modaliteiten en zouden individuen dezelfde voordelen moeten kunnen genieten als bedrijven. Belasten naar gebruik (in plaats van bezit) is daarbij een essentiële randvoorwaarde. Met MaaS komen modaliteiten samen en wordt het gebruik van verschillende modaliteiten meetbaar. Gebruik van het inzicht in gebruik maakt het mogelijk voor overheden om met fiscale regelgeving extra te sturen op het gebruik van gewenste modaliteiten. De fiets is daarbij evident onderdeel van het nieuwe mobiliteitssysteem.



Actie!

De Taskforce MaaS stelt de volgende acties voor:

- Het starten van MaaS oplossingen voor grote bedrijven met leaseparken die zouden willen fungeren als launching customers door de komst van IFRS.
- Geef ruimte in pilots om te werken met extra incentives aan werkgevers voor de inzet van flexibele reizen om de negatieve effecten van huidige fiscale regelgeving te compenseren als opmaat naar landelijke implementatie. Hanteer hierbij een vraaggestuurde financiering in plaats van subsidies.
- Maak van mobiliteitsvergoeding een onbelast loonbestanddeel; al dan niet tot een plafond, gebaseerd op gebruik en milieubelasting.
- Vereenvoudig de fiscaliteit van de fiets.



CAR
2GO

electric drive

5-ZFG-86

electric
drive

CAR2GO.COM



3. Slotwoord

Mobility-as-a-Service is een veelbelovend concept waarin veel organisaties interesse tonen. Een ontwikkeling in de mobiliteit, waar klantbehoeften voorop staan. De Taskforce MaaS en haar actieplan schetst zowel deze beloften, maar erkent ook dat MaaS zich nog niet in het stadium van volwassenheid bevindt: veel is in beweging en ontwikkeling en daarmee onduidelijk.

Belangrijk is dat MaaS verschillende modaliteiten aan elkaar koppelt tot één platform. Dit vraagt om een integrale aanpak vanuit de verschillende werkvelden op het gebied van mobiliteit. In Nederland zijn al veel initiatieven en ervaringen aanwezig om MaaS door te ontwikkelen. Tegelijkertijd zullen er nog veel stappen nodig zijn om het eindbeeld van MaaS, zoals beschreven in hoofdstuk 1, te bereiken. In de figuur hiernaast staan de belangrijke eerste stappen van de Taskforce.

Tot slot benadrukt de Taskforce het belang van samenwerking tussen markt, kennisinstellingen en overheid om kennis zoveel mogelijk delen en de ontwikkeling en het beheer ervan gezamenlijk te coördineren. De eerste globale spelers op het gebied van MaaS bewegen zich naar de Nederlandse markt, tegelijkertijd is er vanuit de regio's en steden veel interesse in de maatschappelijke effecten van MaaS. Ook de Nederlandse industrie ziet kansen in de ontwikkeling van MaaS en onderneemt de eerste experimenten en projecten in steden als Amsterdam, Rotterdam en Eindhoven.

De Taskforce ziet zich als plek waar de ontwikkelingen nauwgezet gedeeld en gevolgd worden en wil als agenderend en signalerende groep MaaS stimuleren in Nederland.



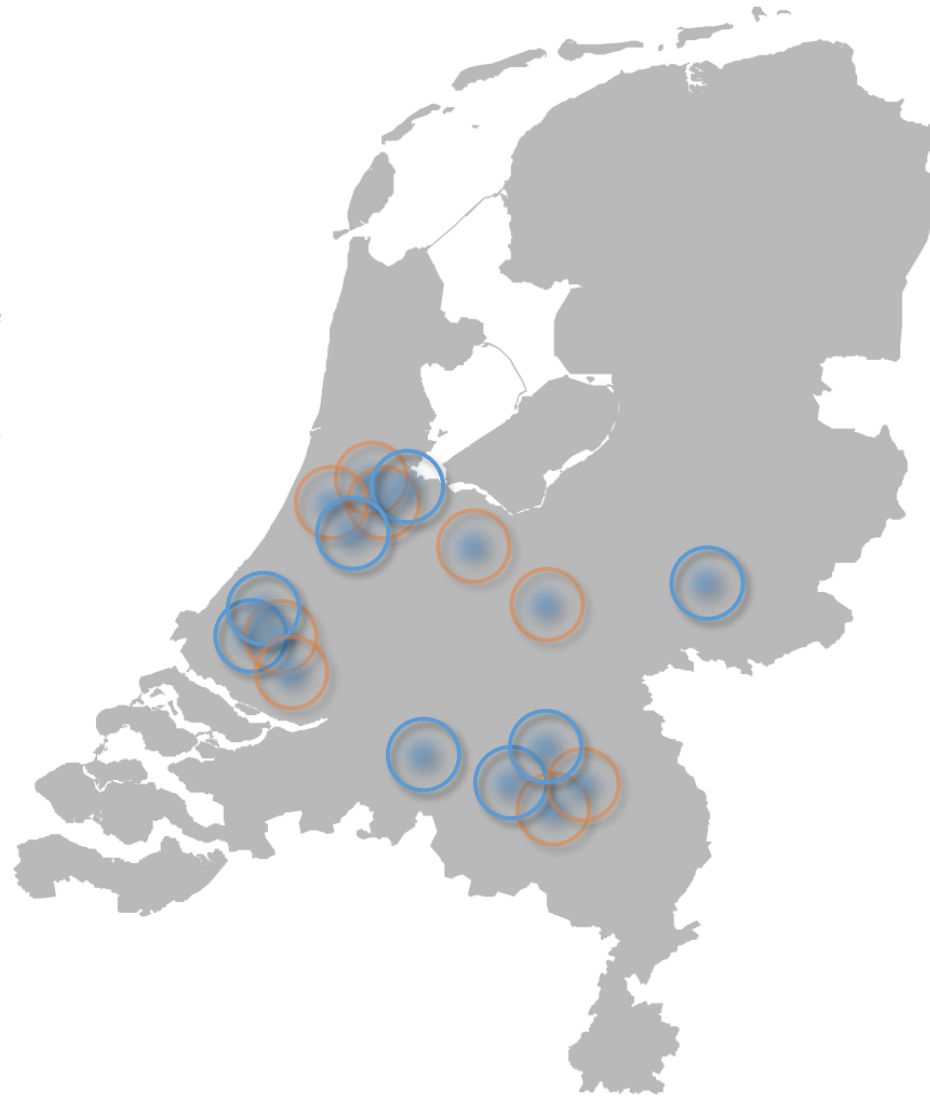


MaaS initiatieven in NL

Bij het noemen van voorbeelden van MaaS heeft iedereen het over Whim, Ubigo of Smile. Maar in Nederland zijn we ook ver met MaaS en mogen wij trots zijn op wat we hier al doen.

Wij zijn het enige land waarbij veel openbare vormen van vervoer een landelijke dekking hebben. Denk hierbij aan ons landelijk OV-chipkaartsysteem, landelijk parkeerdiensten als Yellowbrick en Parkmobile, landelijke dekking van taxi door Transvision, de OV-fiets, Greenwheels enzovoort. Inmiddels bieden enkele mobility operators geïntegreerde diensten aan die worden ontsloten met één kaart.

Om dit meer uit te dragen hebben de leden van de Taskforce MaaS hun initiatieven gebundeld in dit overzicht. Dit overzicht is ook online beschikbaar en de inhoud zal met regelmaat een update krijgen.





WHIM

MaaS Global werkt aan een introductie van MaaS in Amsterdam in 2017.

MOBILITY CONCEPT

Mobiliteitsbudgetten voor werknemers voor gebruik van alle vormen van mobiliteit'.

ROTTERDAM

Ontwikkelen MaaS voor luchthavenbereikbaarheid door Rotterdam-The Hague Airport.

ABEL

Eerste taxibedrijf dat werkt met een ritdeelsysteem in Amsterdam.

MAAS IN SLUIJSBUURT

Pilot omtrent ontwikkeling wijk Sluysbuurt met verlaagde parkeernorm en aanbieden MaaS.

DEVELOPMENT CENTER

Internationaal Ericsson MaaS development center in Rijen.

- ARNHEM/NIJMEGEN -

Wetenschappelijk onderzoek en pilotprojecten rondom MaaS voor inzicht in de succesfactoren en barrières.

BEAMRZ

Gemeenschappen delen auto's, ritten en fietsen in een multimodale realtime dienst; Beamrz.

MAAS OP ZUIDAS

MaaS pilot met Togethr en Zuidasdok/GVB voor bereikbaarheid Zuidas gedurende grootschalige werkzaamheden.

TRIPKEY

De toegangskaart voor buitenlandse bezoekers: Experience the Netherlands your way.

MAAS IN OV-CONCESSIES

Pilotruimte voor aanvullende MaaS diensten in concessies in heel Brabant.

SHUTTEL

De nieuwe, flexibele alles-in-één-kaart die werknemers toegang geeft tot alle vervoer en feilloos alle transacties online bijhoudt.

TURNN

MaaS integrator voor alle vormen van vervoer waarbij je via de TURNN app reizen kunt plannen, boeken en betalen.

MOBILITYMOVEZ.NL

Stelt een gecontroleerd deel openbare weg in Noord-Brabant ter beschikking voor nieuwe technieken en diensten.

AMBER MOBILITY

Amber Mobility dat een dienst aanbiedt met BMW i3's, als opstap naar dedicated urban e-vehicles.

I-TRAVEL BUSINESS CARD

De I-travel Business Card is een mobiliteitskaart die toegang geeft tot alle vormen van (openbaar) vervoer.

REISBALANS

Reisbalans is het complete en gemakkelijke dienstenpakket van Workaway op het gebied van zakelijke mobiliteit.

BRAVO INNOVATIE CENTRUM

Zet daadwerkelijk in op perceptie van nieuwe vervoersdiensten als onderdeel van de concessie ZO-Brabant.

Deze publicatie is tot stand gekomen met input van:

next urban mobility

MOBILITY
CONCEPT

CGI

MRDH
METROPOOLREGIO
ROTTERDAM DEN HAAG

TU/e Technische Universiteit
Eindhoven
University of Technology

ONDERNEMERS
COLLECTIEF
DUURZAME
MOBILITEIT

Gemeente
Amsterdam

INTRAFRIC
mastering mobility

antwerp
management school
The autonomous management school of the University of Antwerp

OC Mobility®

Buck
Consultants
International

kpn

anwb

Provincie Noord-Brabant

GOUDAPPEL
GROEP EXPERTS
IN MOBILITEIT

provincie
Gelderland

Mobiliteitsfabriek

provincie
ZUID HOLLAND

De Verkeersonderneming

E

ERICSSON

Connekt
ITS Netherlands

Railforum

TNO

PNO

dutch

connexion

innovactory

BNVmobility

↔

RMC

mobility • safety • smartcentres
maasandmore
as a service

AutomotiveNL

whim

maas GLOBAL

