

Gelderland: geld uitgeven is niet lastig, innoveren wel

Auteur Marc Maartens

“Het grote succes van het innovatieprogramma is dat het ons dwingt na te denken over wat we willen bereiken met het openbaar vervoer”, zegt programmamanager Mijnke van Kleef van de provincie Gelderland. “We voeren nu ideeën uit waar we vroeger nooit aan zouden beginnen.”

Innoveren is het succesvol invoeren van iets nieuws. Dat lijkt simpel. Maar vergt creativiteit, geld en lange adem, weten ze nu in Gelderland. “In de praktijk blijkt er minimaal een half jaar nodig om van idee tot uitvoering te komen”, staat in de tussenevaluatie die Provinciale Staten op 7 februari hebben besproken.

Noord-Brabant was vanaf 1999 de eerste OV-autoriteit met een innovatieprogramma. In de loop der jaren verwaterde en verzandde dat ambitieuze ‘Personenvervoer van morgen’. “Wij hebben daarvan geleerd dat we geen hoogdravende maar praktische projecten moeten kiezen,” vertelt Van Kleef. “En dat we als provincie niet alles zelf betalen maar de vervoerbedrijven ook een bijdrage vragen.”

“De gretigheid van de markt blijft sterk achter bij de verwachtingen”, concludeert Gelderland in navolging van Noord-Brabant. Vervoerders dienen projecten in en de provincie toetst die, was het idee. In de praktijk zijn de rollen omgedraaid. De provincie bedenkt nu projecten en probeert anderen ervoor te porren.

Vervoerders willen vooral voldoen aan de verplichtingen van hun concessies. Voor innovaties ontbreekt het hen aan tijd en geld. “Uit onderzoek van MuConsult blijkt dat er geen panklare oplossingen zijn om vervoerders te prikkelen tot innovaties. Ze hebben er geen belang bij”, zegt Van Kleef. Tijdens de concessie is de tijd om investeringen terug te verdienen meestal te kort. Bovendien houden vervoerders hun kruit liever droog voor aanbestedingen, zodat de concurrent er niet mee wegloopt. Het kan zijn dat Gelderland de ontwikkelfunctie meer naar zich toetrekt. Haaglanden, Brabant en Groningen-Drenthe hebben dat al gedaan. Van Kleef: “De belangen liggen anders. Overheden willen meer reizigers, vervoerders willen winst.”

Het innovatieprogramma dient om de bezuinigingen van het Rijk te compenseren. Provinciale Staten in het algemeen en verkeersgedeputeerde Marijke van Haaren in het bijzonder hebben openbaar vervoer hoog in hun vaandel staan. Innovaties hebben drie doelen: meer reizigers, een betere basismobiliteit en een hogere kostendekking. Het budget bedraagt 16 miljoen euro. Na drie jaar is nu de helft uitgegeven. “Vier miljoen euro per jaar wegzetten is niet moeilijk, maar zo’n bedrag ook effectief besteden is wél lastig”, aldus Van Kleef. “Een paar miljoen per jaar is het maximum.”

In totaal zijn 150 ideeën de revue gepasseerd. Een derde is niet door de keuring gekomen. Ruim een derde is tijdens de rit afgevallen. En krap een derde is uitgemond in een project. “Haalbaarheid is een criterium. We willen dat het uiteindelijk zonder onze subsidie kan. Voor die strengheid hebben we verwijten gekregen, maar ook complimenten.” Gelderland kan zich voor 16 miljoen euro belastinggeld geen zepersd permitteren. Bedrijven innoveren achter de schermen, bij overheden kijkt iedereen mee.

Normaal floppen acht van de tien innovaties, werkt er eentje een beetje en zit er één klapper bij. Niet van de grond gekomen zijn onder meer liften via internet, nachtelijke vervoergarantie en pakketvervoer per Regiotaxi. Dat laatste zou de concurrentie vervalsen. Verder stonden bedrijven als Kruidvat en McDonalds niet te springen om kaartjes te verkopen: zij doen liever zaken met landelijke partijen.

“Innovatie kun je niet afdwingen”, beseft Van Kleef. Daarom verschuift het blikveld van het programma: van innovaties naar verbeteringen. Ideeën hoeven niet nieuw te zijn. Het mogen ook ideeën zijn die nog niet bestaan in Gelderland.

Zonder innovaties dalen de kwaliteit en het gebruik van het openbaar vervoer, verwachten adviesbureaus, gemeenten en vervoerders. Ook reizigers kennen het programma en zijn positief over de projecten. Acht procent gaf aan in 2005 vaker met het openbaar vervoer te hebben gereisd als gevolg van actuelere reisinformatie, comfortabeler haltes of een beter imago. Reizigers wensen vooral betere aansluitingen, comfortabele zitplaatsen, scherpe tarieven en vriendelijk personeel. Al met al leidt het innovatieprogramma tot 3.500 nieuwe reizigers per jaar.

Het loopt nog tot eind dit jaar. Van Kleef: “Als je de netto contante waarde van de projecten over een langere periode uitrekent, dan levert de investering van de provincie winst op. We hopen daarom op verlenging.” Speerpunten voor 2007 zijn meer marketing voor tastbare verbeteringen en een vervolg op ‘Happy together’. Die imagocampagne liep in 2005 en 2006. “We hebben er veel kritiek op gehad, maar het was een goed begin. Het verschil met ‘Voor U’ van de regio Utrecht is dat onze vervoerders en de stadsregio Arnhem-Nijmegen de helft betalen.” In 2007 en 2008 krijgt de campagne een vervolg met als motto ‘ervaar het OV’. Dat kost 700.000 euro. Unicum is dat Flow Resulting een boete van 33 procent betaalt als dat bureau de beloofde prestaties niet haalt.

Een andere primeur is een wekelijks stripverhaal over het openbaar vervoer in een huis-aan-huisblad. “Een medewerker kwam op het idee bij het lezen van de Libelle”, vertelt Van Kleef. “Deze maand verschijnt de eerste strip in een serie van 35. Het kost een paar centen, maar daarmee bereik je wel een brede groep burgers die je anders niet bereikt. De strip zal inspelen op actualiteiten en acties.”

Nieuw is ook dat alle inwoners van Gelderland het openbaar vervoer een keer een dag gratis mogen proberen. Verder liggen er plannen voor elke tien minuten een bus tussen Apeldoorn en Zwolle en een tram op de museumspoorlijn Apeldoorn – Dieren. Nu is het wachten op de winter: voor vier haltes liggen apparaten klaar die na een druk op de knop infrarode warmte verspreiden. Omdat de provincie de mond vol heeft van duurzaamheid, kijkt Gelderland nog of dat ook op zonne-energie kan.

[KADER 1]

Enkele verbeteringen

- 3B (beheersing, bereikbaar & betrouwbaar) en Syntus Plus met 1.500.000 respectievelijk 1.700.000 euro: in Rivierenland en de regio Lichtenvoorde-Groenlo-Eibergen sluiten streekbus en Regiotaxi aan met dynamische reisinformatiesystemen en actuele reisinformatie per mobiele telefoon als bindmiddel. Mede door het lage gebruik krijgt Syntus Plus geen vervolg in de rest van de Achterhoek.
- Carpoolen met 460.000 euro: BBA levert busjes (Djoppers) waarmee zestig werknemers zelf naar hun werk in Ede rijden.
- Fietsverhuur met 100.000 euro: bij station Arnhem Zuid komt wellicht een Bikedispenser (automaat met minimaal 50 fietsen) en in 's-Heerenberg een OV-fietsbox (glazen huisje met maximaal 32 OV-fietsen).
- Nieuwe verbindingen met 890.000 euro: communicatie en mobiliteitsmanagers brengen de nieuwe stations en aanvoerroutes in Apeldoorn-Deventer-Zutphen onder de aandacht (zie het artikel op pagina xx en xx).

- Oud-studenten met 50.000 euro: een prijsvraag heeft het idee opgeleverd om afgestudeerde studenten 20 procent korting te geven op hun jaarabonnement. Dat kan in de vorm van extra aflossing van de studieschuld.
- Regiotaxi met 1.300.000 euro: sinds 1 januari is er één callcenter voor de Regiotaxi en rijden vier vervoerders de ritten.
- Reisinformatie met 100.000 euro: 1.200 bedrijven en organisaties hebben een jaar een gratis reisplanner van 9292 op hun site. Daarmee hebben hun werknemers en bezoekers 145.000 reisadviezen opgevraagd.
- Weekenddagkaart met 50.000 euro: met het gezin voor 10 euro een zaterdag of zondag op stap. In een jaar verkocht Arriva er 0 in Rivierenland, maar BBA, Regions en Syntus 10.000.

De bedragen in euro's zijn subsidies van Gelderland. Zie voor meer informatie: www.gelderland.nl/ovinnovatie.

[KADER 2]
Symposium over
innovaties in OV

Innovatieplatform Geleid Vervoer en provincie Gelderland houden op donderdagmiddag 1 maart in Arnhem een symposium over vraaggerichte innovatie in het openbaar vervoer. Aan bod komen onder meer de achtergronden, de succesfactoren en nieuwe projecten. Zie voor meer informatie www.innovatieplatformrail.nl.