
In opdracht van:

Hogeschool Rotterdam / Gemeente Rotterdam

Mede mogelijk gemaakt door het Rotterdam Climate Initiative (RCI)

Be free, be mobile!

Een verkenning naar de kansen van kleinschalig personenvervoer in Rotterdam

November 2008

David Eerdmans, Sebastiaan van Kooij, Ronald Ruchti, Eric Trel

Rtd-02 - Rapport Bemobi v3.doc

Inhoud

Samenvatting4

1 Inleiding 5

1.1 Bemobi: be mobile!..... 5

1.2 Vraagstelling..... 5

1.3 Aanpak.....6

1.4 Leeswijzer.....6

2 Analyse van motieven en doelgroepen 8

2.1 Aanpak..... 8

2.2 Motief 1: van, naar en op het werk..... 8

2.3 Motief 2: van en naar school.....11

2.4 Motief 3: winkelen en sociaal-recreatief binnen de wijk.....14

2.5 Motief 4: winkelen en sociaal-recreatief buiten de wijk16

2.6 Conclusies19

3 Product-marktcombinaties.....20

3.1 De wijk-Bemobi20

3.2 De BOB-bemobi..... 21

3.3 Pendel-Bemobi rondom centrum 22

3.4 Evenementen-Bemobi 22

3.5 Combinatie van Bemobi's? 23

3.6 Conclusies24

4 Marktomvang en kansrijke wijken 25

4.1 Marktomvang 25

4.2 Aantal Bemobi's en ondernemers29

4.3 Kanttekeningen bij de berekeningen..... 30

4.4 Kansrijke wijken..... 31

4.5 Conclusies35

5 Bemobi en de ondernemer..... 36

5.1 Doelgroep in ondernemers..... 36

5.2 Business case..... 36

5.3 Barrières en risico's..... 39

5.4 Conclusies40

6 Bemobi en de gemeente.....41

6.1 Beleid: een duurzame stad41

6.2 Overige maatschappelijke baten42

6.3 Barrières opheffen..... 43

6.4 Fasering..... 45

6.5 Toetsingskader46

6.6 Conclusies48

7	Conclusies en aanbevelingen	49
7.1	Conclusies – marktkansen voor Bemobi	49
7.2	Aanbevelingen – Bemobi faciliteren en stimuleren	51
	Bijlagen.....	52
A.	Kansen voor Bemobi: analyse van reismotieven en doelgroepen	53
B.	Selectie kansrijke wijken	54
C.	Interviewverslag Chris Verplancke.....	56

Samenvatting

Kenniscentrum Transurban van de Hogeschool Rotterdam ziet een aantal trends. Enerzijds zien zij kleinschalige vormen van collectief vervoer in het buitenland, anderzijds zien zij het ontsluitend openbaar vervoer in Rotterdam minder aandacht krijgen ten opzichte van het verbindend openbaar vervoer. Bovendien is er een aantal wijken waar de werkgelegenheid en arbeidsparticipatie laag is. Tenslotte kent de gemeente Rotterdam een ambitieuze milieudoelstelling.

Is een combinatie mogelijk? Kan kleinschalig personenvervoer per fietstaxi, tuktuk, busjes, etcetera, een rol spelen bij het oplossen van vraagstukken op het gebied van mobiliteit, werkgelegenheid en duurzaamheid? Deze studie geeft inzicht in de mogelijkheden van Bemobi, de verzamelnaam voor deze vormen van kleinschalig personenvervoer.

Bemobi is kansrijk op korte afstanden tot 5 kilometer. Het ontsluitend busvervoer is traag en laagfrequent, waardoor lopen en fietsen de meest gebruikelijke verplaatsingswijzen zijn. Voor de doelgroepen die dit niet willen of kunnen (bijv. ouderen, allochtonen) is Bemobi een aantrekkelijk alternatief. De belangrijkste succesfactor is beschikbaarheid: er moeten er zoveel aanwezig zijn dat Bemobi op straat aangehouden kan worden. Als dit zo is, kunnen nog veel meer doelgroepen incidenteel aangesproken worden.

Het Bemobi-product dat het beste bij de opstartfase past, is de Wijk-Bemobi (vervoer binnen de wijk en voor- en natransport van en naar de metro en TramPlus). Andere kansen zijn: de BOB-Bemobi (gericht op vervoer van uitgaanspubliek in de avond en nacht), een Pendel-Bemobi (van de parkeergarage en metro naar het centrum en kantoorlocaties), een Evenementen-Bemobi (incidenteel bij grote evenementen als shuttle en gimmick) en nog vele andere marktkansen die de ondernemers zien.

Wijken waarin Bemobi kansrijk is, kennen een relatief laag autobezit en hoge kans op ondernemers om een minimum beschikbaarheid op straat te kunnen realiseren. De meest kansrijke wijken zijn o.a. Tussendijken, Oude Westen, Bospolders en Delfshaven.

Er zijn dus kansen, maar de businesscase is lastig: er is veel wet- en regelgeving en het vervoer moet een groot succes zijn om tenminste kostendekkend te kunnen ondernemen. Extra financiering is noodzakelijk, in elk geval voor de opstartperiode. De ondernemer moet ontlast worden en de overheid moet kunnen sturen op kwaliteit. Daarom is het advies om een faciliterende organisatie op te richten die ondernemers ondersteunt in wet- en regelgeving en voorzien in milieuvriendelijke voertuigen.

Bemobi is een nog niet bestaand product. Hoewel er kansen liggen, is het de vraag of het aanslaat. Daarom stellen we een fasering voor met een eerste fase waarin de kansrijkheid van Bemobi aangetoond moet worden. Is dit het geval, dan kan een go-besluit genomen worden en moet bepaald worden hoe de definitieve organisatie- en financiering van Bemobi eruit ziet.

1 Inleiding

1.1 Bemobi: be mobile!

Op reis in het ‘verre buitenland’ kom je al snel vervoersystemen tegen het gat tussen individueel en collectief vervoer vullen. Kleinschalige systemen, vaak geëxploiteerd door zelfstandige ondernemers: riksja’s, bromscooters, pick-up trucks, minibusjes, etcetera. Vervoer van één of een paar personen, over een korte afstand, tegen een lagere prijs dan de reguliere taxi’s.

Het bestaan van deze systemen inspireerde het kenniscentrum Transurban van de Hogeschool Rotterdam tot de vraag waarom we dit soort systemen in Nederland niet zien. Onder de naam ‘Bemobi’ (kort voor: be mobile) neemt de Hogeschool dit thema onder de loep.

Er lijken de nodige kansen te liggen voor dergelijke systemen. Bemobi kan mensen vervoeren over korte afstanden, waar het OV deze markt steeds minder bedient. Het kan ondernemerschap stimuleren in een stad die kampt met een hoge werkloosheid. En het kan bijdragen aan de ambities van Rotterdam om een duurzame stad te worden. Vanwege deze mogelijkheden wordt het initiatief ondersteund door de Gemeente Rotterdam en het Rotterdam Climate Initiative (RCI).

Toch gebeurt er nog weinig op dit gebied. Is er geen markt voor kleinschalige, eenvoudige systemen over de korte afstand? Of zijn er barrières waarom vrijwel niemand deze markt durft te betreden? De wens om hierop een antwoord te krijgen was de aanleiding voor deze verkennende studie naar de marktkansen en –barrières voor Bemobi.

Het is hierbij nadrukkelijk niet de bedoeling dat Bemobi als vervoerconcept door de Hogeschool, de gemeente of het RCI wordt opgezet of geëxploiteerd; het idee is juist dat deze systemen door (kleine) ondernemers geëxploiteerd worden. Wel kunnen deze partijen een rol spelen in het wegnemen van barrières voor ondernemers en het stimuleren van ondernemerschap.

Wat is een Bemobi?

Bemobi (*be mobile*) is het woord dat de Hogeschool Rotterdam bedacht voor de bedoelde kleinschalige mobiliteitsdiensten. Het is een verzameling voor alle kleinschalige vervoerconcepten die niet onder het regulier OV- of taxivervoer vallen en die mensen vraagafhankelijk individueel of in kleine groepjes over korte afstanden vervoeren (tot +/- 5 kilometer). Dit kan met een keur aan voertuigen gebeuren, van fietstaxi’s tot en met minibusjes.

1.2 Vraagstelling

Op basis van de hierboven geschetste aanleiding komen we tot twee centrale vragen voor deze verkennende studie:

- Zijn er voldoende marktkansen voor Bemobi in Rotterdam om een dergelijk systeem van de grond te laten komen?
- Op welke wijze kan ondernemerschap met betrekking tot Bemobi gestimuleerd en gefaciliteerd worden?

Gezien de ambities van Rotterdam op het gebied van duurzaamheid gaan we bij dit onderzoek uit van de inzet van *zero emission*-voertuigen.

1.3 Aanpak

Om te beginnen is stilgestaan bij de **marktkansen**. Deze zijn kwalitatief afgepeld aan de hand van doelgroepen en reismotieven. Per doelgroep en reismotief is gekeken naar het type verplaatsingen en de eisen die de doelgroep aan de modaliteit stelt. Dit geeft inzicht in de marktkansen voor Bemobi en de productkenmerken Bemobi moet hebben om de doelgroep aan te spreken. Op basis hiervan hebben we aan de hand van een aantal product-marktcombinaties geschetst hoe een Bemobi-systeem zou kunnen functioneren om op de eerder besproken markten in te spelen. Tenslotte hebben we aan de hand van demografische en vervoerkundige cijfers een indicatieve inschatting gemaakt van de marktomvang.

Daarnaast is gekeken naar de **ondernemerskansen**. Om inzicht te krijgen in de kansen en barrières voor ondernemers is desk research gedaan naar wet- en regelgeving. Daarnaast heeft een aantal gesprekken plaatsgevonden met ondernemers, zowel binnen als buiten de vervoermarkt. Tenslotte is een compacte business case opgesteld die inzicht geeft in de mogelijke kosten en opbrengsten van een ondernemer die een Bemobi exploiteert.

1.4 Leeswijzer

De opbouw van deze rapportage volgt de hierboven geschetste aanpak:

- Hoofdstuk twee gaat in op de doelgroepen en reismotieven waarvoor Bemobi in aanmerking komt;
- Hoofdstuk drie schetst op basis daarvan een aantal product-marktcombinaties, als voorbeeld hoe Bemobi zou kunnen functioneren;
- In hoofdstuk vier wordt een inschatting gemaakt van de marktomvang voor Bemobi;
- Hoofdstuk vijf behandelt de kansen en barrières voor ondernemers, inclusief een business case;
- Hoofdstuk zes gaat in op de relatie tussen Bemobi en het gemeentelijk beleid, en hoe de gemeente Bemobi kan stimuleren en faciliteren;
- Tenslotte worden in hoofdstuk zeven de belangrijkste conclusies en aanbevelingen opgesomd.

Bemobi in het buitenland

Wie regelmatig naar andere landen reist, en dan met name naar zich ontwikkelende landen, heeft ongetwijfeld kennisgemaakt met verschillende vormen van Bemobi. In Oost-Europa, Afrika en Noord-Afrika zien we vooral minibusjes: *dolmus*, *marshrutka* of *dala-dala*. In Zuidoost-Azië is er een breed palet aan Bemobi's: van minibusjes tot fietstaxi's en alles er tussenin.

In veel steden, met name in wat minder ontwikkelde landen zonder goed openbaar vervoer, dragen deze Bemobi's een groot deel van de vervoersvraag. In Oost-Europa, met name in de voormalige Sovjetunie, is de marshrutka vaak veel populairder dan de tragere (gesubsidieerde) stadsbus. Alleen ouderen maken nog gebruik van de stadsbus: die is gratis. Overige reizigers kiezen vaak voor de snelle marshrutka, zelfs wanneer deze duurder is dan de stadsbus.

In landen als China, die zich snel ontwikkelen, zien we dat de functie van Bemobi verandert. Hier is vaak sprake van een modern metronetwerk dat in hoog tempo uitgebreid wordt. De metro wordt hierdoor de belangrijkste drager in het personenvervoer, en Bemobi krijgt vooral een rol in het voor- en natransport. In een stad als Shanghai staan bij elk metrostation motorrijders klaar die je voor een klein bedrag achterop meenemen naar je eindbestemming – vaak reizen van hooguit enkele honderden meters.

Bemobi's in het buitenland lijken op het eerste gezicht vaak chaotisch en ongeorganiseerd. Maar als je beter kijkt zie je dat er meer organisatie achter zit dan je denkt. Van Rusland tot Afrika valt het op dat er in Bemobi's vaak een vergunning hangt waarop gespecificeerd staat op welke route deze Bemobi mag rijden. In Dar es Salaam (Tanzania) bleek er zelfs een lijnnetkaart van de *dala-dala's* te bestaan. Blijkbaar is er toch een zekere mate van regulering door de overheid. Overigens niet altijd in positieve zin: met name in Oost-Europa willen veel gemeentes van de Bemobi's af, omdat het afbreuk zou doen aan het gewenste imago van de stad. Ironisch genoeg wordt daarmee een florerende, ongesubsidieerde vervoersmarkt afgebroken ten gunste van gesubsidieerd openbaar vervoer.

Ook op het gebied van de ondernemer is er vaak meer organisatie dan je op het eerste gezicht denkt. Zo bleek in Blantyre (Malawi) dat de meeste minibusjes eigendom waren van een relatief klein aantal zakenmensen, die de busjes per dag verhuren aan de chauffeurs.

Succes- en faalfactoren

De belangrijkste succesfactor van Bemobi's in het buitenland lijkt vaak de grote beschikbaarheid te zijn: of het nu om vervoer met of zonder vaste lijnvoering gaat, nergens hoeft je lang te wachten. Een tweede succesfactor is de snelheid: het is vaak sneller dan lopen of ander OV. Of het ook altijd sneller zal zijn dan de fiets kun je betwijfelen, maar in veel landen met Bemobi's wordt relatief weinig gefietst (uitzondering is Zuid-Oost-Azië). De prijs lijkt een minder grote rol te spelen, maar ook niet onbelangrijk te zijn; vaak is het vervoer duurder dan de reguliere stadsbus, maar substantieel goedkoper dan een 'echte' taxi. Comfort en uitstraling zijn over het algemeen van geheel ondergeschikt belang; althans, voor de klant – de overheid blijkt daar vaak anders over te denken.

2 Analyse van motieven en doelgroepen

2.1 Aanpak

In dit hoofdstuk behandelen we een kwalitatieve analyse van de marktkansen. We pellen de vraag af aan de hand van reismotieven. We maken hierbij onderscheid tussen enerzijds dagelijkse verplaatsingen naar het werk of school en anderzijds de meer variabele verplaatsingen, zoals winkelen of sociaal-recreatieve motieven. Bij deze laatste maken we onderscheid tussen verplaatsingen binnen de eigen wijk en verplaatsingen daarbuiten, omdat dit verschil in reisafstand vaak sterk bepalend is voor de vervoerwijzekeuze.

Per reismotief of groep reismotieven gaan we in op de doelgroep(en) die de verplaatsingen maken en de kenmerken van de verplaatsing (reisafstand, frequentie, etc.). Op basis hiervan schatten we in of Bemobi in aanmerking komt op een rol te spelen en welke eisen de doelgroep stelt.

De analyse in dit hoofdstuk is nader uitgewerkt in een apart document; zie bijlage A.

2.2 Motief 1: van, naar en op het werk

Deze categorie reismotieven omvat alle verplaatsingen van en naar de werkplek en alle reizen die in het kader van betaald werk gemaakt worden.

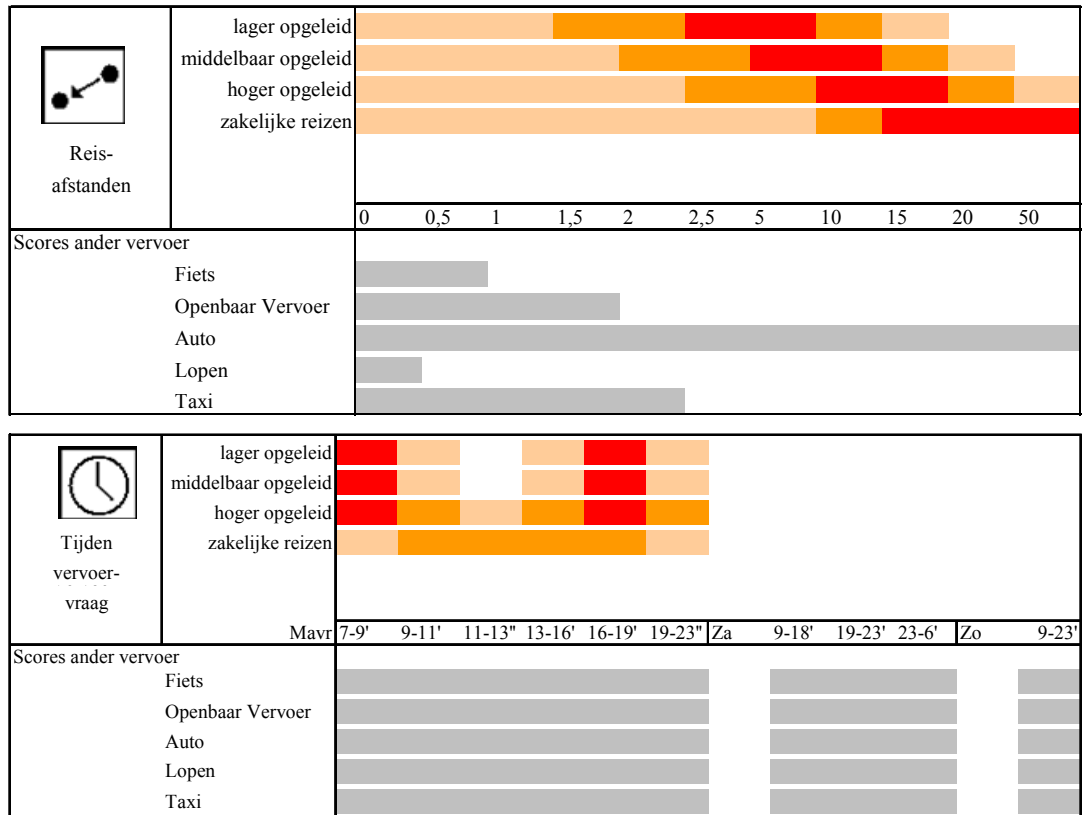
2.2.1 Doelgroepen

Woon-werkverplaatsingen worden vanzelfsprekend gemaakt door (vrijwel) alle werkenden. De leeftijd van de doelgroep is met name 18 tot 65 jaar, met uitloop aan zowel boven- als onderzijde.

Bij woon-werkverplaatsingen maken we hierbij onderscheid naar de genoten opleiding, omdat dat criterium onderscheidend is voor zowel de kenmerken van de verplaatsing als voor het type vervoervraag.

- Lager opgeleiden;
- Middelbaar opgeleiden;
- Hoger opgeleiden.

2.2.2 Kenmerken van de verplaatsing



Woon-werk

Reizen naar het werk kennen een grote differentiatie in reisafstand. Terwijl de ene persoon 'om de hoek' werkt, reist de ander tientallen kilometers van en naar het werk. In de meeste gevallen is de verplaatsing buiten de eigen wijk en vaak ook buiten de eigen woonplaats.

De gemiddelde reisafstand naar het werk ligt in stedelijke gebieden op ongeveer 15 kilometer [Staline.cbs.nl]. Hoe hoger opgeleid de werknemer, hoe langer de reisafstand: hoger opgeleiden leggen gemiddeld twee kilometer meer af naar hun werk dan lager opgeleiden.

Woon-werkverplaatsingen worden uiteraard met name in de brede spitsen gemaakt. Daarnaast is er groep mensen die buiten de reguliere werktijden forenst; dit geldt met name voor lager en middelbaar opgeleiden (ploegendiensten in de havens, zorg, etcetera). Hoger opgeleiden werken vaker '9 to 5', maar zijn vaak minder strikt qua werktijden. In deze doelgroep zien we steeds vaker overwerk, maar ook flexibele arbeidstijden.

De bestemming van woon-werkverplaatsingen is sterk verspreid over de stad. Concentraties van lager geschoolde werkgelegenheid zijn te vinden in de havens / industriegebieden, terwijl middelbaar en hoger geschoolden vaak werken in de concentraties kantoren in het centrum en elders (Rivium, etcetera).

Woon-werkverplaatsingen worden in toenemende mate in combinatie met andere motieven gemaakt: onderweg van of naar het werk worden kinderen naar school gebracht of boodschappen gedaan. Dit geldt met name voor de groeiende groep niet-traditionele huishoudens (alleenstaanden, tweeverdieners, etcetera).

Zakelijk verkeer

De markt van zakelijk verkeer bestaat vooral uit hoger opgeleiden. Reisafstanden variëren sterk, maar zijn vaak lang (tussen meerdere plaatsen). Deze vervoervraag speelt uiteraard vooral tijdens werktijden.

2.2.3 Marktkansen Bemobi

Bemobi als hoofdtransport

Een groot deel van de woon-werkverplaatsingen is qua afstand te lang voor Bemobi als hoofdvervoermiddel. Dit geldt met name voor verplaatsingen van forenzen die van buiten Rotterdam komen, maar ook bij woon-werkverplaatsingen binnen de stad valt maar een beperkt deel binnen het bereik van Bemobi. Dit geldt ook voor zakelijke verplaatsingen.

Bemobi als voor- en natransport

Forenzen of zakelijke reizigers moeten vaak enkele honderden meters afleggen van of naar een OV-halte; afstanden waarvoor Bemobi wel in aanmerking komt. Met name bij het vortransport (huis naar OV-halte en v.v.) is het wel lastig om de concurrentie met lopen en fietsen aan te gaan: werkenden zijn over het algemeen in staat om te lopen of te fietsen, en op afstanden van enkele honderden meters zijn deze modaliteiten qua snelheid en flexibiliteit niet te verslaan. Hier valt slechts incidenteel gebruik van Bemobi te verwachten. Indien de beschikbaarheid van Bemobi voldoende is, en je er dus vrijwel altijd één op straat kunt aanhouden, kan Bemobi hier wel enig marktaandeel in krijgen.

In het natransport (OV-halte naar kantoor en v.v.) is Bemobi kansrijker. We denken hierbij met name aan vervoer vanaf metro- of tramhalteshaltes naar verder afgelegen kantoren, bijvoorbeeld in het centrum of in Rivium (waar voor dit doel nu een automatische people mover in gebruik is). Overigens is hierbij lopen of de fiets ook een sterke concurrent; forenzen die dagelijks een grote afstand in het natransport moeten afleggen zullen al snel geneigd zijn om daar een fiets te plaatsen. Zakelijke reizigers zullen geen fiets beschikbaar hebben en vormen daarmee een kansrijker groep.

Er kan ook gedacht worden aan Bemobi in combinatie met de auto, waarbij de forens of zakelijke reiziger de auto achterlaat op een P+R-terrein en met Bemobi verder reist.

2.2.4 Eisen aan het product

Harde aspecten

Van en naar het werk reizen is gewoontegedrag. Mensen wegen niet dagelijks af hoe ze naar hun werk reizen, maar maken simpelweg de verplaatsing die ze altijd maken. Om een rol in woon-werkverkeer te krijgen zal Bemobi dus heel duidelijke voordelen moeten bieden, en zelfs dan zal er tijd overheen gaan voor het maximale marktaandeel bereikt is.

Welke voordelen moet Bemobi bieden voor deze doelgroep? Met name 'harde' criteria zoals snelheid en betrouwbaarheid zijn van belang. Daarnaast zijn ook gemak en beschikbaarheid cruciaal: voor een dagelijkse verplaatsing wil je niet hoeven reserveren. Na je werk wil je onmiddellijk kunnen instappen. Met name bij hoger opgeleiden speelt ook flexibiliteit: hun werktijden zijn vaak minder strikt afgebakend.

Ook voor zakelijke reizigers zijn flexibiliteit, beschikbaarheid en gemak de belangrijkste criteria. Hier speelt het aspect gewoontegedrag minder, maar doordat deze groep reizigers vaak onbekend is met de plaatselijke situatie is het van belang dat er ofwel heldere reisinformatie over het product bestaat, ofwel dat het product zo zichtbaar aanwezig en vanzelfsprekend is, dat reisinformatie niet nodig is.

Prijs is met name bij hoger opgeleiden minder van belang, gezien de hogere inkomens en reiskostenvergoedingen in deze groep.

Zachte aspecten

Zachte kwaliteitsaspecten spelen een minder grote rol. Comfort is zeker op de korte afstanden (voor- en natransport) niet van het grootste belang.

De aansluiting bij de 'eigen' cultuur is een aandachtspunt. In een aantal beroepen (vaak hoger opgeleid) speelt de status van het voertuig (de 'vette leasebak') een belangrijke rol. Deze groepen zullen lastig voor Bemobi te winnen zijn. De kansen voor Bemobi als natransport na de auto zijn daardoor klein. Wel zou Bemobi onder stedelijk wonende hoger opgeleiden ('yuppen') populair kunnen worden als het een zekere hipheidsfactor heeft; iets soortgelijks heeft zich voorgedaan met de Italiaanse scooters die plotseling populair werden onder deze doelgroep.



Figuur 2: de Vespa, 'yuppenscooter' bij uitstek

2.3 Motief 2: van en naar school

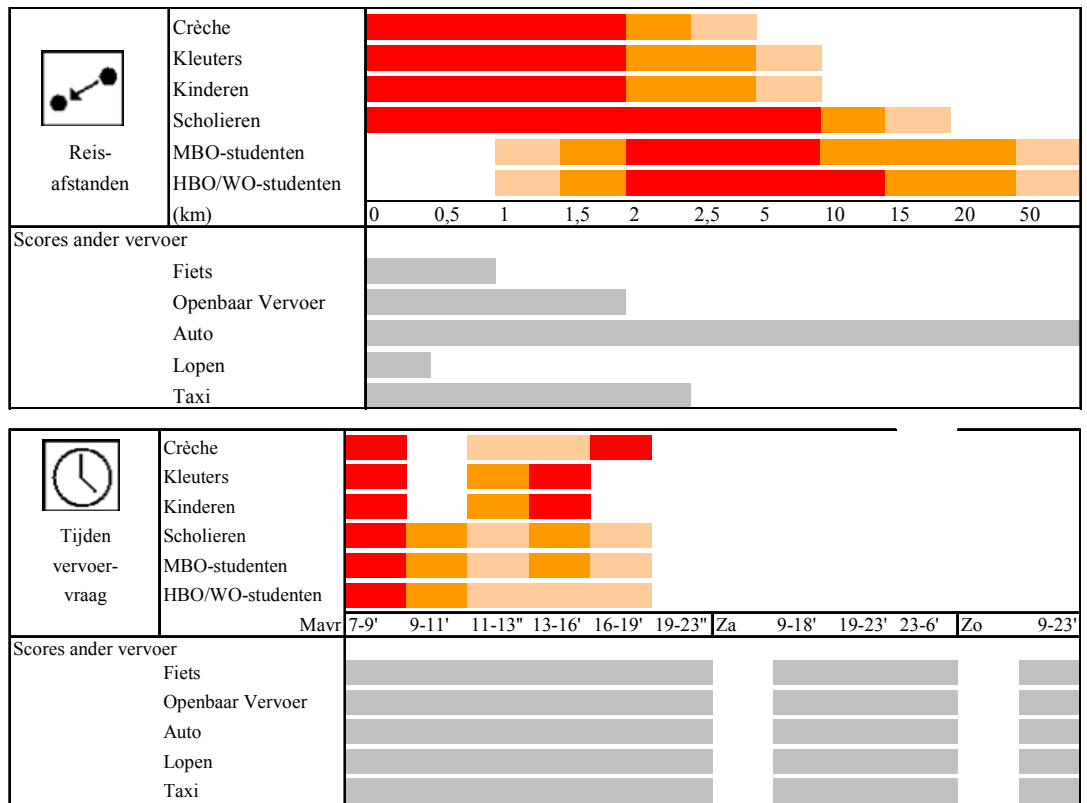
In deze categorie vallen alle verplaatsingen van leerlingen / studenten van en naar basisscholen, middelbare scholen, MBO, HBO en universitaire studies, evenals de verplaatsingen die ouders maken om hun kinderen naar school te begeleiden.

2.3.1 Doelgroepen

De groep mensen die van en naar school reist, is groot en zeer divers:

- Kinderen die zich niet zelfstandig kunnen verplaatsen: crèche, kleuters, eerste jaren basisschool. Hun verplaatsingsbehoeften zijn afhankelijk van de ouders.
- Scholieren die zich zelfstandig kunnen verplaatsen: latere jaren basisschool en middelbare school. Ze hebben een groot groepsgevoel en zijn meer bezig met elkaar en zichzelf dan dat zij zich bezig houden met de manier van verplaatsen.
- MBO-studenten (tussen 16 en 20 jaar): Deze groep maakt zelf keuzes, minder afhankelijk van keuzes van hun ouders, hoewel ze nog vaak bij hun ouders wonen.
- HBO-/WO-studenten (tussen 18 en 25 jaar): Ook deze groep maakt zelf keuzes en woont vaak op zichzelf, op kamers of zelfs al een eigen woning. Deels hebben ze vrij vervoer, maar maken bewust eigen keuzes, ook wat betreft verplaatsen.

2.3.2 Kenmerken van de verplaatsing



Kinderen

De verplaatsingen vinden vooral binnen de wijk op korte afstand plaats. Bovendien zit er een regelmatig patroon in de verplaatsingen: vaste tijden en vaste dagen. Ad-hoc verplaatsingen komen nauwelijks voor. Vervoer is een noodzakelijk kwaad, ouders combineren het vaak met andere activiteiten en ouders hebben de neiging om het zo efficiënt mogelijk te doen. Dat stelt hoge eisen aan het vervoermiddel.

Scholieren

Zodra kinderen niet meer onder begeleiding van ouders naar de basisschool gaan, verdwijnt de efficiëntie-eis naar de achtergrond. Basisscholieren en scholieren van de middelbare school hebben geen haast en reizen in groepen. Bovendien verkennen zij de omgeving in hun vrije tijd. Zij verplaatsen zich daarom ook (naast de vaste verplaatsingen naar school) vrij binnen de wijk of stad: een combinatie van een duidelijk herkenbaar en diffuus verplaatsingspatroon.

MBO-studenten

Naarmate ze ouder worden, worden de verplaatsingen langer. Een basisschool ligt vaak om de hoek, terwijl een MBO al een paar kilometer verplaatsen vereist. Bovendien wordt de keuze voor een MBO ook gemaakt op basis van de gewenste ontwikkelingsrichting van de scholier. Daarmee kan de afstand nog verder toenemen.

Waar scholieren nog echt in groepen reizen, ontstaat er bij MBO-studenten een scheiding: doordat ze zich in de puberteit bevinden, zijn ze met hun eigen ontwikkeling bezig. Veel hebben behoefte aan een groep, maar een deel is ook op zichzelf. Qua verplaatsingen is

deze tweedeling ook te zien: groepen hebben minder haast en een diffuser verplaatsingspatroon.

De verplaatsingen vinden vooral (zelfstandig) binnen de stad plaats.

HBO-/WO-studenten

Deze studenten gaan veelal op zichzelf wonen. Bovendien komen ze lang niet altijd uit de stad Rotterdam. Ze wonen verspreid door de stad, hoewel er wijken zijn die populair zijn onder studenten, zoals het gebied rond Oostplein en Kralingen.

Verplaatsingen vinden vooral plaats per fiets (OV-studentenkaart voor weekend) en openbaar vervoer (OV-studentenkaart voor weekdagen). Bovendien studeert een deel van de studenten woonachtig in Rotterdam in Delft vanwege het kamertekort daar en de voorzieningen die Rotterdam biedt.

Verplaatsingen vinden over grotere afstanden plaats. Op zich zijn zij niet haastig, behalve als op die dag studie gecombineerd wordt met bijvoorbeeld een bijbaan. In elk geval maken deze studenten meer ketenverplaatsingen dan de andere studenten en scholieren.

2.3.3 Marktkansen Bemobi

Doordat deze doelgroepen voor een groot deel vast zitten aan een dagelijks terugkerende verplaatsing hebben zij behoefte aan een vervoermiddel waar zij dagelijks op kunnen rekenen. Bovendien speelt door de omvang van het gebruik prijs een belangrijke rol, met uitzondering van studenten (OV-studentenkaart).

Qua afstand vallen met name de verplaatsingen van en naar de basisschool binnen de reikwijdte van Bemobi. Bij andere verplaatsingen wordt de afstand al snel te groot. Wel kan Bemobi een rol spelen in het voor- en natransport.

Als een ouder in een keten reist, kan Bemobi een aanvulling zijn op het verbindend OV (TramPlus, metro). Denk aan vervoer voor de wekelijkse boodschappen voor of na het werk. Deze redenatie geldt ook voor scholieren en studenten (bijvoorbeeld natransport van Kralingsezoom naar de oostelijke locatie van de Erasmus-universiteit).

Net als bij woon-werkverplaatsingen lijkt met name het natransport (van de OV-halte naar de bestemming) het meest kansrijk. Bij het voortransport zal men – bij een te grote afstand om te lopen – vaak een fiets beschikbaar hebben om de afstand te overbruggen. Bij voortransport zal er hooguit sprake zijn van incidentele vraag (bij stortregen, lekke band, etcetera).

2.3.4 Eisen aan Bemobi

Gezien de kansen, vooral gericht op natransport van ouders en studenten, zijn de volgende eisen aan Bemobi van toepassing:

- beschikbaar en snel;
- ruimte voor boodschappen (ouders)
- indien zéér betrouwbaar en vertrouwd eventueel ook ophaalservice voor kleine kinderen zonder ouders
- hip: In een niet hip vervoersysteem willen scholieren en studenten niet gezien worden – ze gaan wel lopen.

De verplaatsingen in deze categorie gaan per definitie over een korte afstand. Bij het werkende deel van de bevolking beperken de verplaatsingen veelal tot de avonduren en de weekenden, bij de niet-werkenden is er meer differentiatie.

Bij werkenden vinden de verplaatsingen op werkdagen vaak plaats in combinatie met andere verplaatsingen: op weg van of naar het werk worden boodschappen gedaan, of wordt de sportschool bezocht. Bij niet-werkenden zijn het vaker op zichzelf staande verplaatsingen.

2.4.2 Marktkansen Bemobi

Dit is dé markt voor Bemobi. Afstanden tussen enkele honderden meters tot hooguit enkele kilometers is ideaal voor kleinschalig vraagafhankelijk vervoer.

Tegelijk is er geduchte concurrentie met wandelen en fietsen; bovendien twee klimaatneutrale verplaatsingswijzen waarmee je de concurrentie niet wilt aangaan.

De marktkansen liggen dan ook vooral bij mensen voor wie lopen of fietsen over enkele honderden meters geen optie is: ouderen, mensen die slecht ter been zijn, maar ook mensen met zware boodschappen en allochtonen zonder 'fietscultuur'. Voor deze groepen kan Bemobi een goede oplossing zijn. Anderen zullen eerder incidenteel van Bemobi gebruik maken (bij slecht weer, lekke band, etcetera).

We zien weinig kansen bij automobilisten over deze afstand. Mensen die geneigd zijn de auto te pakken over deze korte afstanden zullen niet snel iets anders overwegen. In wijken met een (zeer) hoge parkeerdruk kan een Bemobi eventueel wel opwegen tegen het gemak van de eigen auto. In die gebieden kan Bemobi enig marktaandeel verwerven.

2.4.3 Eisen aan Bemobi

Waar bij woonwerkverplaatsingen vooral 'harde' kenmerken een rol spelen, draait het bij lokale sociaal-recreatieve verplaatsingen vooral om 'zachte' kenmerken. Het hoeft niet persé snel te zijn, maar wel aansluiten bij de cultuur en belevingswereld van de doelgroep, sociaal veilig, betrouwbaar en gemakkelijk zijn.

Met name ouderen vinden snelheid minder van belang, maar willen gemakkelijk en vertrouwd vervoerd worden. Bemobi heeft de potentie voor hen een sociale functie te gaan vervullen: niet alleen als vervoer, maar de chauffeur ook als gezellig aanspreekpunt. In Amsterdam is dat bijvoorbeeld te zien bij de Opstapper (lokaal vervoer over de gracht),



FIGUUR 1: DE OPSTAPPER VERVULT IN AMSTERDAM OOK EEN SOCIALE FUNCTIE VOOR DE VEELAL OUDERE GEBRUIKERS. HANS VAN MIERLO SCHREEF ER LOVENDE WOORDEN OVER IN HET PAROOL

Bemobi in de buurt moet voor deze doelgroep vertrouwd zijn. ‘Vertrouwd’ verschilt echter van persoon tot persoon; vervoer dat voor ouderen vertrouwd aanvoelt zal niet hip genoeg zijn voor jongeren. Productdifferentiatie is daarom wenselijk, maar staat op gespannen voet met het aanboren van voldoende markt om rendabel te zijn.

Harde kenmerken zijn, zoals gezegd, minder van belang. Van de harde kenmerken is beschikbaarheid waarschijnlijk nog de belangrijkste. Vervoer dat eenvoudig oproepbaar is, of wellicht zelfs zichtbaar op straat aanwezig en aan te houden, kan op een veel bredere doelgroep rekenen dan vervoer dat (ver) van te voren gereserveerd moet worden.

2.5 Motief 4: winkelen en sociaal-recreatief buiten de wijk

In deze categorie vallen alle verplaatsingen die niet gemaakt worden van, naar of voor het werk of school, en die buiten de eigen wijk plaatsvinden (vanaf 2 à 3 kilometer).

We maken hierbij onderscheid tussen:

- Shoppen/centrumbezoek: bezoek van stadscentrum (voor winkels of cultuur) of één van de grotere winkelcentra elders.
- Regiobezoek: wandelen, fietsen in de omgeving, culturele uitstapjes.
- Visite en familiebezoek: voor zover zij niet in de wijk zelf wonen.
- Uitgaan: cafébezoek, clubs, concerten, discotheken, bioscopen, culturele voorzieningen, in de avond en nacht.
- Evenementen: voetbalwedstrijden, Zomercarnaval, Red Bull Air Race, etcetera;

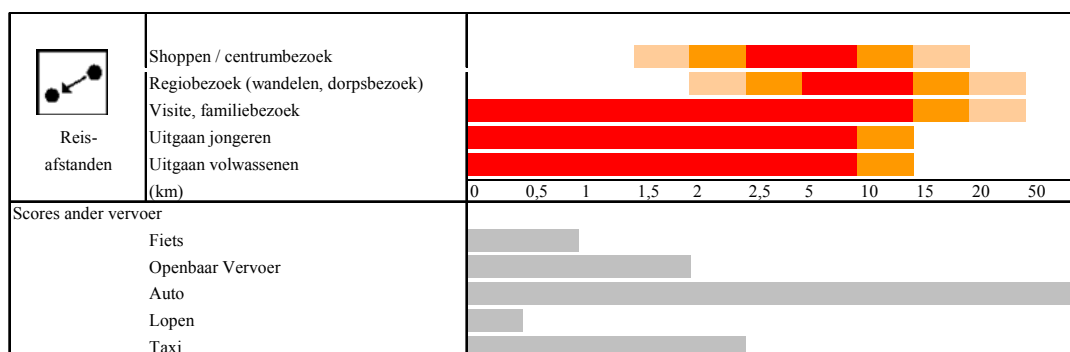
2.5.1 Doelgroepen

Shoppen / centrumbezoek gebeurt door een brede range doelgroepen: met name jongeren, yuppen, en gezinnen gaan hiervoor de wijk uit naar het centrum van de stad.

Regiobezoek, visite en familiebezoek wordt door vrijwel iedereen gedaan; alleen ouderen zijn op dit punt minder mobiel.

Uitgaan gebeurt met name door jongeren (tot +/- 20 jaar) en relatief jonge volwassenen. We maken bij de analyse onderscheid tussen deze groepen omdat het verplaatsingsgedrag verschilt: jongeren reizen vaak met groepen, diep in de nacht en zwaar aangeschoten, terwijl volwassenen vaak met twee personen reizen, eerder op de avond en in minder beschonken toestand.

2.5.2 Kenmerken van de verplaatsingen



Tijden vervoervraag	Shoppen / centrumbezoek Regiobezoek (wandelen, dorpsbezoek) Visite, familiebezoek Uitgaan jongeren Uitgaan volwassenen													
		Mavr	7-9'	9-11'	11-13"	13-16'	16-19'	19-23"	Za	9-18'	19-23'	23-6'	Zo	9-23'
Scores ander vervoer														
Fiets														
Openbaar Vervoer														
Auto														
Lopen														
Taxi														

Shoppen

Deze verplaatsingen komen ongeveer eens per maand voor, soms vaker, en voornamelijk in het weekend en op koopavond, in mindere mate ook op woensdag en vrijdagen.

Zonder al te veel haast, liefst wel met een gemakkelijke verbinding kunnen reizen van huis naar het centrum. Een deel van de 'shoppers' heeft (veel) tassen bij zich; het voertuig zal hiervoor plaats moeten hebben. Gezien de relatief korte afstand speelt prijs niet een zo heel belangrijke rol tot een bepaalde drempel. Een taxi wordt als te duur beschouwd, maar bij de keuze of de auto, fiets of OV genomen wordt speelt prijs geen heel belangrijke rol.

Regiobezoek

Het zijn verplaatsingen die gemiddeld ongeveer eens per maand worden gemaakt, maar naar het bestedingsniveau van de reizigers kan dit (ver) naar boven of beneden afwijken. De verplaatsingen vinden met name in het weekend en vakanties plaats.

De reizigers hebben niet veel haast, maar willen wel graag een verbinding die niet veel afwijkt van de snelste verbinding: met de auto. Lange overstaptijden, trage routes zijn taboe. Enig comfort is gewenst: het is tenslotte een ontspannen uitje. De prijs speelt hier een redelijk belangrijke rol, omdat de afstanden soms behoorlijk zijn.

Visite en familiebezoek

Deze verplaatsingen vinden eens per week tot eens per maand plaats. Vanwege de soms relatief grote afstand wordt de frequentie mede bepaald door de koopkracht. Aan de andere kant verschilt het per individu en wellicht per cultuur hoe belangrijk contact is. Daarbij moet worden opgemerkt dat in sommige culturen familie en vrienden juist heel dicht bij elkaar wonen. Deze verplaatsingen vallen onder de categorie 'binnen de wijk'.

De reis vindt vaker plaats in groepen. Om die reden speelt prijs een belangrijke rol, voornamelijk als bij een collectief vervoermiddel een prijs per persoon gevraagd wordt. Gemak speelt ook een belangrijke rol: reizen met een groep is al ingewikkeld genoeg.

Uitgaan door jongeren

Jongeren gaan regelmatig uit. Het is afhankelijk van cultuur en inkomen of dit in de 'dure' stad of 'betaalbare' eigen wijk gedaan wordt. Als de verplaatsing naar het centrum gemaakt wordt, dan speelt geld niet zo'n belangrijke rol: de kosten voor het uitgaan zijn dusdanig dat niet meer gelet wordt op een euro meer of minder. Heenreizen met het openbaar vervoer en terugreizen met de (duurdere) nachtbus of taxi is gebruikelijk.

Dit komt ook, omdat de activiteit (ver) na middernacht beëindigd wordt en regulier vervoer niet meer beschikbaar is. De auto is geen optie, omdat de combinatie met alcohol een reden is om de auto thuis te laten staan. De jongeren hebben geen haast, stellen weinig eisen aan comfort, maar er heerst wel een sterk groepsgevoel: samen uit, samen thuis.

Uitgaan door volwassenen

Volwassenen (vanaf ongeveer 23 jaar, meestal op zichzelf wonend en gericht op het opbouwen van een stabiel leefpatroon) gaan minder uit en het karakter is minder uitbundig. Het uitgaan begint vroeger (18:00) en eindigt eerder (eind van de avond, begin van de nacht). Bovendien reizen zij eerder met een eigen vervoermiddel (auto of fiets). Zij zullen zich niet snel mengen met jongeren in het uitgaansleven of het vervoer dat daarmee samenhangt.

Deze verplaatsingen vinden vooral in de avonduren op donderdag, vrijdag en zaterdag plaats. Ook hier is de frequentie sterk afhankelijk van inkomen en cultuur.

2.5.3 Marktkansen Bemobi

Uitgesloten: verplaatsingen in de regio

Gezien de afstand en concurrerende vervoeralternatieven is Bemobi weinig kansrijk. In elk geval niet in eerste instantie. Bemobi moet nog opstarten en kan zich in eerste instantie het beste richten op de grootste kansen, namelijk lokaal vervoer tot afstanden van enkele kilometers. Mocht het zich bewijzen, dan kan een nieuwe niche opgezocht worden, waarbij de 'funfactor' de drijvende kracht is.

Kans: wijken rond centrum naar centrum, alle doelgroepen

Alle doelgroepen die in de wijken rondom het centrum wonen en een bestemming hebben in het centrum kunnen aangesproken worden door Bemobi. Dit zijn namelijk wijken waarbinnen Bemobi kansen biedt voor interne verplaatsingen. Uitbreiding van de diensten naar het centrum is een mooie kans zonder weinig extra investeringen.

Daarbij kan ook gedacht worden aan vervoer van kleine parkeerterreinen naar het centrum. Denk aan parkeergarages die niet direct een goede OV-verbinding hebben en op 500 tot 2500 meter van bestemmingen in het centrum liggen. Dit zouden een soort P+R's kunnen worden, hoewel ze niet vergelijkbaar zijn met P+R's aan de metro.

2.5.4 Eisen aan Bemobi

In de voorgaande paragrafen zijn de kansen bepaald voor Bemobi voor vrijetijdsverkeer over grotere afstand. Daaruit is een aantal eisen af te leiden:

- Gemak: reizen in groepen, soms ook nog redelijk wat bagage bij de hand.
- Fun en hip: snelheid en directheid zijn ondergeschikt aan de beschikbaarheid van het alternatief. Bemobi kan zich onderscheiden door specifieke doelgroepen aan te spreken in uitingsvormen...
- ... en een aantrekkelijke prijs, goedkoper dan taxi.
- 's Avonds kan verkeersveiligheid een verkoopargument zijn (voor uitgaanspubliek: sneller en directer dan OV, goedkoper dan taxi).

2.6 Conclusies

Marktkansen Bemobi

Uit de voorgaande analyse kan een aantal marktkansen gedestilleerd worden:

- Bemobi is het meest kansrijk in de eigen wijk voor niet-dagelijkse verplaatsingen. Het gaat om korte afstanden (tot 2 kilometer) voor het bezoek van familie en vrienden binnen de wijk, voor het vervoer van boodschappen nadat je lopend naar de supermarkt bent gegaan en voor verplaatsing naar de halte van verbindend openbaar vervoer.
- Voor dagelijkse verplaatsingen naar werk of school is Bemobi minder kansrijk, hoewel wanneer aanwezig en voldoende beschikbaar het wel incidenteel gebruikt kan worden (bij regen, lekke band, etcetera).
- Bovendien is Bemobi kansrijk in aanvulling op het openbaar vervoer, op specifieke relaties waar loopafstanden groot zijn. Voorbeelden daarvan zijn bedrijventerreinen en grote kantoorlocaties die in de buurt van metrostations liggen (denk aan Kralingse Zoom – Erasmusuniversiteit). Te denken valt ook aan vervoer vanaf het Centraal Station naar het centrum, hoewel de concurrentie met OV, taxi en Tuktuk (feitelijk al een bestaand systeem) groot zal zijn.
- Een specifieke niche is een BOB-service op 'lokale' afstanden (tot 3 à 4 kilometer). De nachtbus en taxi zijn te duur voor deze afstanden, maar het is een afstand die in de avonduren en 's nachts als een grote drempel ervaren kan worden in verband met sociale veiligheid. Bovendien hebben mensen na het uitgaan weinig zin om nog drie kwartier te lopen. Hiermee worden zowel jongere als volwassenen aangesproken.
- Een tweede niche is vervoer van parkeergarages aan de rand van het centrum naar specifieke bestemmingen in het centrum van de stad. Daarmee gaan de parkeergarages in feite als een soort van mini-P+R's fungeren. Ze zijn echter niet vergelijkbaar met een P+R aan een metrostation. Bovendien concurreren ze in beperkte mate daarmee: parkeren en reizen via een dergelijke parkeergarage is een flinke stuk duurder en trekt daarmee grotendeels een andere doelgroep aan.

Consequenties Bemobi-systeem

- Beschikbaarheid en flexibiliteit zijn cruciaal. Zichtbaarheid op straat is daarom belangrijk (rondrijden door de wijk, aanhouden op straat). Op knooppunten is een herkenbare vaste plek nodig. Daarnaast bij voorkeur ook rondrijden in de wijk.
- Naast laagdrempeligheid wel een contactmogelijkheid: telefoonnummers/websites werpen een barrière op. Een breed gecommuniceerd telefoonnummer kan uitgaanspubliek en mensen die het ziekenhuis bezoeken en verlaten aanspreken.

In het volgende hoofdstuk werken we op basis van deze conclusies uit hoe het product Bemobi eruit kan zien.

3 Product-marktcombinaties

In dit hoofdstuk werken we de eerder genoemde marktkansen uit tot product-marktcombinaties. Het is een schets hoe het product er uit *zou kunnen* zien. Belangrijk is om te benadrukken dat dit geen wet van Meden en Perzen is: in werkelijkheid kan het systeem er ook anders uitzien.

Op basis van analyse in het vorige hoofdstuk komen we tot de volgende product-marktcombinaties:

- De wijk-Bemobi;
- De BOB-Bemobi;
- Park + Bemobi (rondom centrum);
- Pendel-Bemobi;
- De evenementen-Bemobi.

3.1 De wijk-Bemobi

De wijk-Bemobi is vertrouwd en zichtbaar aanwezig in de wijk. Het vervoert mensen over korte afstanden binnen de wijk, vaak over afstanden van enkele honderden meters tot hooguit enkele kilometers.

De wijk-Bemobi brengt mensen van en naar visite (spontaan en gepland), van en naar school, van en naar de supermarkt en van en naar de OV-halte.

De wijk-Bemobi is niet speciaal hip en hoeft niet perse een kenmerkende uitstraling of merknaam te hebben. De wijk-Bemobi is wel vertrouwd; de chauffeurs zijn bekend in en met de wijk en met hun klanten. De regelmatige klant zal al snel over het o6-nummer van zijn vaste chauffeur beschikken, en vaste afspraken met hem maken over tijden van halen en brengen. Als de oudere, vaste klant een keer geen puf heeft om naar de winkel te gaan, doet de Bemobi-chauffeur de boodschappen en levert deze bij zijn klant af. Bij regen houdt de fietser de wijk-Bemobi op straat aan.

Kortom, de wijk-Bemobi is betrouwbaar en vertrouwd. Daarom kan de chauffeur ook eenvoudig klanten combineren. Twee potentiële klanten die naar bijna dezelfde bestemming gaan? Geen probleem, ze stappen beide in hetzelfde voertuig. De klant heeft geen wachttijd en de chauffeur verdient dubbel op dezelfde rit. De ondernemer bepaalt zelf wat het beste werkt: langer wachten op een volgende klant (met als risico dat de lange wachttijd mensen afschrikt) of de klant zo snel mogelijk naar de bestemming brengen en gelijk een nieuwe rit beginnen.

tijdstip(pen)	motief	aantal personen	keten?
9:00, 12:30, 15:30, 18:00 (werkdagen)	crèche, kleuterschool, basisschool	1 tot 4	nee
6:00-9:00, 13:00-16:00 (werkdagen)	scholieren MBO, HBO, WO	1 tot 4	ja
6:00-9:00, 16:00-19:00 (werkdagen)	woon-werk	1	ja
9:00-18:00 (ma-zo)	boodschappen	1	nee
9:00-23:00 (ma-zo)	sociaal recreatief binnen de wijk	1 tot 4	nee
9:00-23:00 (ma-zo)	sociaal recreatief buiten de wijk	1 tot 4	ja

FIGUUR 2: KENMERKEN VERPLAATSINGEN MET DE WIJK-BEMOBI

Voertuigen

Het voertuig van de wijk-Bemobi heeft ook ruimte voor meerdere mensen, en voor wat bagage. Snel hoeft het niet te zijn. Het kan dan ook een tuktuk zijn, een eenvoudige auto (bijvoorbeeld de Tata Nano, de goedkoopste auto ter wereld) of wellicht een fietstaxi.



FIGUUR 3: DE TATA-NANO IS BESCHIKBAAR VOOR HOOGUIT ENELE DUIZENDEN EURO'S EN VERVOERT MAXIMAAL DRIE KLANTEN

3.2 De BOB-bemobi

De BOB-bemobi brengt mensen terug na het uitgaan. Na een uur of negen 's avonds is BOB-bemobi present op het Schouwburgplein of bij het Luxor-theater. Als mensen naar buiten komen staat hij klaar om hen snel thuis te brengen. De klanten reizen veelal met twee personen. Later op de avond verhuist hij naar het Stadhuisplein of naar één van de grotere uitgaansgelegenheden in de stad. Nu vervoert de BOB-Bemobi vooral jongeren, alleen reizend, of juist in groepjes van twee tot zes personen. Snelheid is nu minder van belang, dus hij kan ook verschillende bestemmingen combineren in één rit. Juist omdat de

jongeren samen kunnen reizen is BOB-Bemobi ook 'fun', terwijl de ouders gerust kunnen zijn dat hun kind veilig en op tijd thuiskomt.

tijdstip(pen)	motief	aantal personen	keten?
16:00-23:00 (ma-zo)	uitgaan volwassenen	1 tot 4	nee
21:00-6:00 (wo-za)	uitgaan jongeren	1 tot 4	nee

FIGUUR 4: KENMERKEN VERPLAATSINGEN MET DE BOB-BEMOBI

Voertuigen

Omdat het over grotere afstanden dan bij de wijk-Bemobi gaat is de riksja als voertuig uitgesloten. Een tuktuk, een eenvoudige auto of wellicht zelfs een minibusje liggen meer voor de hand.

3.3 Pendel-Bemobi rondom centrum¹

De Pendel-Bemobi is snel, beschikbaar, betrouwbaar en heeft een *urban* hipheidsfactor. Het vervoert doordeweeks studenten, werknemers en zakenmensen vanaf parkeerterreinen rondom het centrum, en vanaf metro- en treinstations naar hun bestemming. De Bemobi+OV staat klaar op onder meer Kralingse Zoom, Rotterdam Alexander en Rotterdam Centraal. In het weekend ligt de focus op het centrum en de bezoekende funshoppers. Bij de stations kan de gebruiker zo instappen. Voor de terugreis maakt hij afspraken met de chauffeur, of hij belt een centraal nummer voor de Bemobi+OV.

tijdstip(pen)	motief	aantal personen	keten?
9:00-19:00 (werkdagen)	zakelijk	1 à 2	Deels
11:00-19:00 (ma-zo)	shoppen	1 tot 4	Deels

FIGUUR 5: KENMERKEN VERPLAATSINGEN MET DE PENDEL-BEMOBI

Aan het voertuig worden meer eisen gesteld dan bij de andere Bemobi's het geval is. Het voertuig moet snel zijn, comfortabel zijn, ruimte bieden aan de boodschappen van de funshoppers en een zekere hipheid hebben. De TukTuk, zoals die al in gebruik is door de Rotterdamse Taxicentrale, is in feite het ideale voertuig hiervoor. Niet gek dus dat dit voertuig ook al voor deze doeleinden wordt gebruikt.

3.4 Evenementen-Bemobi

De evenementen-Bemobi bestaat alleen bij evenementen. Dat kan bij kleine evenementen (congres, grootschalige bruiloft, etcetera), maar de evenementen-Bemobi komt vooral tot zijn recht bij grootschalige evenementen. Of het nu gaat om thuiswedstrijden van Feijenoord, grote concerten in de Kuip of Ahoy', het Metropolis-festival in het Zuiderpark, het Zomercarnaval of de Red Bull Air Race, de evenementen-Bemobi kan een rol spelen in

¹ NB: deze Bemobi is specifiek bedoeld voor natransport in combinatie met de auto of OV. De Bemobi als voortransport tussen huis en OV-halte valt onder de wijk-Bemobi

het vervoersysteem. Het kan dienen als shuttle van de OV-halte naar de bestemming; in dat geval met meerdere mensen gecombineerd tegen een vaste prijs. Of het kan dienen als luxe vervoer-op-maat voor mensen die niet van het OV gebruik kunnen of willen maken. In sommige gevallen zal de evenementen-Bemobi voor de gebruiker gratis zijn, omdat de organisator van het evenement het voertuig heeft gehuurd. In al deze gevallen doet de ondernemer goede zaken.

Nog meer dan bij andere Bemobi's is zichtbaarheid en beschikbaarheid cruciaal. De evenementen-Bemobi staat klaar bij de OV-halte of bij het evenement. Zo niet, dan gaat de potentiële klant wel lopen. Snelheid, comfort en betrouwbaarheid zijn minder van belang.

Voertuigen

Het meest geschikte voertuig voor de evenementen-Bemobi hangt nogal van het evenement af. In de meeste gevallen zal het wenselijk zijn dat er een aantal personen mee vervoerd kunnen worden. Snelheid en comfort zijn minder van belang. Een auto, TukTuk of busje liggen het meest voor de hand.

3.5 Combinatie van Bemobi's?

We schetsen hierboven verschillende product-marktcombinaties. Een interessante vraag hierbij is of deze ook te combineren zijn, waarbij één ondernemer met één voertuig verschillende markten bedient.

- Een OV-Bemobi vanaf het Centraal Station is goed te combineren met een P+R-Bemobi in het centrum. Omdat het hier vaak om niet-dagelijkse reizigers gaat is het belangrijk een herkenbaar systeem met eigen 'merknaam' te hebben. Deze markt wordt overigens al deels bediend door de nu al rijdende TukTuk Company.
- De BOB-Bemobi leent zich goed om te combineren met alle andere Bemobi's, omdat bij de andere product-marktcombinaties de vraag in de nachtelijke uren klein zal zijn. Een ondernemer die overdag in zijn eigen wijk rijdt kan op de donderdag- en weekendnachten eenvoudig iets bijverdienen door naar één van de grote uitgaansgelegenheden te rijden.
- De evenementen-Bemobi moet wel gecombineerd worden met andere Bemobi's: van enkel evenementen alleen kan een ondernemer niet leven. Het kan wel de 'kers op de taart' zijn voor ondernemers. Bij al bestaande voorbeelden van Bemobi's (TukTuk Company, of Stadsparkerplein Leiden²) vormt dit ook een belangrijke bron van inkomsten.

Kortom, er zijn vele combinaties mogelijk. Bij elk van de Bemobi's kan een heel specifieke Bemobi bedacht worden, maar er zijn ook generieke Bemobi's denkbaar die op alle producten inzetbaar zijn. De marktkansen van zo'n generieke Bemobi zijn in elk segment wat lager dan van de specifieke Bemobi, omdat deze minder hip zal zijn bijvoorbeeld, maar

² Zie bijlage C.

door de combinatie van markten zal de totale markt voor zo'n generieke Bemobi hoger liggen.

Hoe ziet zo'n generieke Bemobi eruit? Het voertuig moet een betrouwbare en herkenbare uitstraling hebben zonder specifiek één doelgroep aan te spreken. Er moeten meerdere mensen tegelijk mee kunnen reizen, die minimaal beschut en enigszins comfortabel moeten kunnen zitten.

Voor vervoer over afstanden van meer dan een paar honderd meter is snelheid van belang. Hiervoor komen alleen gemotoriseerde voertuigen in aanmerking. Bij voorkeur zijn dit geen echte auto's, omdat het dan als taxi wordt aangemerkt en daarbij veel meer regelgeving komt kijken. Te denken valt dus aan (elektrische) brommobielen of TukTuks. Als de Bemobi alleen over korte afstanden wordt ingezet is ook de fietstaxi een interessante optie.

3.6 Conclusies

- Er zijn diverse vormen van Bemobi mogelijk. Er liggen in ieder geval marktkansen voor de Bemobi in de wijk, de Bemobi als natransport voor auto of OV, de BOB-Bemobi voor na het stappen en de evenementen-Bemobi.
- Voor elk van deze Bemobi's is het mogelijk een ideale product-marktcombinatie te ontwerpen. Er treden met name verschillen op in de uitstraling van het product: een zakenman heeft daar heel andere verwachtingen van dan een oudere allochtone man.
- Tegelijk is het wenselijk doelgroepen te combineren. Vanuit ondernemerskansen kun je daarom beter streven naar een generieke Bemobi. Deze Bemobi heeft een algemene, stedelijke uitstraling, kan enige snelheid maken en vervoert een aantal personen tegelijk. Een TukTuk is een voorbeeld van een voertuig dat hier aan voldoet.

4 Marktomvang en kansrijke wijken

4.1 Marktomvang

In deze paragraaf maken we een inschatting van de marktomvang. Hoeveel vraag is er naar deze wijk-Bemobi? Welke wijken zijn het meest kansrijk om mee te beginnen? En hoeveel ondernemers kan de markt dragen? Eerst pellen we in drie trappen af hoeveel ritten er met Bemobi gemaakt kunnen worden: onder Rotterdammers, onder forenzen/bezoekers en bij specifieke gelegenheden (evenementen, etc.). Daarna bekijken wat dit betekent voor het aantal Bemobi's en ondernemers in de stad.

Regulier Bemobi-gebruik onder Rotterdammers

Ten eerste hebben we geïnventariseerd hoeveel korte ritten de gemiddelde Rotterdammer maakt. Als grenswaarde is hiervoor een afstand van vijf kilometer gekozen. We nemen aan dat, gezien het matige comfort en de lage snelheid van de systemen, er nauwelijks of geen markt is voor Bemobi-ritten langer dan vijf kilometer. In totaal bestaat 53 % van de verplaatsingen in de stad uit deze korte ritten.

Modaliteit	Aantal ritten p.p. per dag
Auto	0,33
OV	0,09
(Brom)fiets	0,43
Lopen	0,59
Overig	0,03
Totaal	1,47

FIGUUR 6 – AANTAL RITTEN PER PERSOON PER DAG MET EEN AFSTAND KORTER DAN VIJF KILOMETER. BRON: 'MOBILITEIT IN ROTTERDAM', COS GEMEENTE ROTTERDAM, 2007

Naast deze ritten kan Bemobi ook in de wijk een rol spelen in het voor- en natransport voor OV. Daarom is ook berekend hoeveel ritten Rotterdammers maken met het OV over afstanden van meer dan vijf kilometer.

Modaliteit	Aantal ritten p.p. per dag
OV (bus, tram, metro)	0,06
Trein	0,19
Totaal	0,25

FIGUUR 7 – AANTAL RITTEN PER PERSOON PER DAG MET EEN AFSTAND LANGER DAN VIJF KILOMETER. BRON: ‘MOBILITEIT IN ROTTERDAM’, COS GEMEENTE ROTTERDAM, 2007

De volgende vraag is welk aandeel in de modal split Bemobi kan verwerven op deze verplaatsingen tot vijf kilometer. Betrouwbare bronnen hiervoor ontbreken, dus de enige mogelijkheid hiervoor is een *educated guess*. Deze educated guess, samengesteld door enkele adviseurs van inno-V, is te vinden in figuur 8, en is gemaakt op basis van deze overwegingen:

- *Overstap auto → Bemobi*: mensen die een auto voor de deur hebben staan, zijn snel geneigd deze voor alle verplaatsingen te gebruiken³. Dat geldt zeker mensen die nu al de auto gebruiken voor zeer korte ritten; blijkbaar zit het gebruik van andere vormen van vervoer niet ‘in hun systeem’. Daarom schatten we de kansen voor een overstap van auto naar Bemobi laag in. In hoogstedelijke wijken met parkeerproblematiek maakt Bemobi overigens wel enige kans bij deze doelgroep: een ritje met Bemobi kan dan sneller en eenvoudiger zijn dan een parkeerplaats vinden.
- *Overstap OV → Bemobi*: dit is een interessante doelgroep voor Bemobi. Deze doelgroep wil of kan blijkbaar niet lopen of fietsen over deze korte afstanden en zoekt dus naar ander vervoer. Tegelijk is het OV vrij onaantrekkelijk, omdat op zulke korte afstanden de loopafstand en de wachttijd relatief zwaar meewegen. Een Bemobi die je op straat aanhoudt is dan snel aantrekkelijker. In de praktijk zal het daadwerkelijk gebruik van Bemobi afhangen van het soort OV: een trage ontsluitende buslijn zal ‘in zwaar weer’ belanden door Bemobi, terwijl een metropassagier minder snel op Bemobi zal overstappen.
- *Overstap fiets → Bemobi*: ook mensen met een fiets zullen niet snel geneigd zijn een andere modaliteit te gebruiken. De fiets scoort qua snelheid, flexibiliteit en prijs over deze korte afstanden vrijwel altijd beter dan andere vervoermiddelen. Dit geldt zeker voor de ritten tot 2 à 3 kilometer. Hooguit zullen fietsers over deze afstanden bij stortregen of een lekke band incidenteel Bemobi gebruiken. Over langere

³ Dit blijkt ook uit de door de TU Delft gangbare rekenmethodiek voor het gebruik van een OV-product, waarbij voor autobezitters een fors lager OV-gebruik wordt voorzien dan voor niet-autobezitters. Zie. Van Goeverden, Van Den Heuvel, *De verplaatsingstijdfactor in relatie tot de vervoerwijzekeuze*, TU Delft 1993.

afstanden maakt Bemobi meer kans.

- *Overstap lopen → Bemobi:* voetgangers zijn ook een interessante markt. Dit geldt met name voor mensen die ‘noodgedwongen’ lopen, omdat ze niet kunnen/willen fietsen of doordat er geen OV beschikbaar is. Een ritje met Bemobi is al over korte afstanden sneller en gemakkelijker dan lopen, mits de Bemobi eenvoudig op straat aan te houden is. Bemobi is het meest kansrijk voor verplaatsingen tussen 1 en 5 kilometer die nu lopend worden afgelegd; dit is grofweg 1/3^e van alle lopende verplaatsingen [statline.cbs.nl]. Hier kan Bemobi aanzienlijk deel van de markt verkrijgen. In de markt tot 1 kilometer, goed voor 2/3^e van de verplaatsingen te voet, zal het aandeel van Bemobi lager liggen, omdat het ‘gedoe’ en de prijs van een Bemobi-ritje dan vaak niet meer opwegen tegen ‘even lopen’.
- *Overstap overig → Bemobi:* omdat dit een zeer diverse categorie is hebben we hier een generiek percentage gebruikt zonder verdere onderbouwing. Deze categorie is overigens dusdanig klein dat het de inschatting nauwelijks beïnvloedt.
- *Bemobi als voor- of natransport:* voor Bemobi als voortransport bij OV geldt grotendeels hetzelfde als voor lopen of fietsen geldt: fietsers zullen nauwelijks overstappen op Bemobi, mensen die lopen zullen dit wellicht wel doen, zeker over de iets langere afstanden. Bij grote beschikbaarheid zullen mensen hun OV-reispatroon wellicht veranderen, en bijvoorbeeld niet meer lopen naar de dichtstbijzijnde bushalte, maar de Bemobi naar de TramPlus- of metrohalte nemen. Bemobi als natransport is kansrijker, omdat mensen dan over het algemeen geen fiets beschikbaar hebben.

Huidige modaliteit	Pessimistisch	Optimistisch
Auto	0%	2,5%
OV (binnen de wijk)	10%	30%
(Brom)fiets	0%	1,5%
Lopen	10%	20%
Overig	0%	5%
Bemobi als voor- of natransport	5%	15%

FIGUUR 8: PERCENTAGE RITTEN TOT VIJF KILOMETER DAT MET BEMOBI GAAT PLAATSVINDEN, UITGESPLITST NAAR DE HUIDIGE MODALITEITEN

Door het aantal korte ritten per persoon te vermenigvuldigen met het aantal inwoners van Rotterdam en bovengenoemde percentages kan ingeschat worden hoeveel ritten er in Rotterdam met Bemobi gemaakt kunnen worden. Dit leidt tot een subtotaal tussen 47.000 en 116.000 ritten per dag.

	Ritten p.p.	Ritten totaal	% Bemobi		Ritten Bemobi	
			Min	Max	Min	Max
Auto	0,33	190.338	0%	2,5%	0	4.758
OV < 5 km	0,09	51.910	10%	30%	5.191	15.573
(Brom)fiets	0,43	250.900	0%	1,5%	0	3.763
Lopen	0,59	346.069	10%	20%	34.607	69.214
Overig	0,03	17.303	0%	5%	0	865
OV > 5 km	0,25	145.750	5%	15%	7.288	21.863
Totaal					47.085	116.036

FIGUUR 9: AANTAL RITTEN PER DAG MET BEMOBI IN EEN OPTIMISTISCHE EN PESSIMISTISCHE INSCHATTING

Regulier Bemobi-gebruik onder bezoekers en forenzen

Dit betreft de Bemobi als natransport na de auto, tram, trein of metro. Gebruikers zijn studenten, werknemers en winkelend publiek, die niet in de gemeente Rotterdam wonen.

De marktkansen hiervan zijn lastig te kwantificeren. Een aanknopingspunt hiervoor is de werkgelegenheid: in de stad Rotterdam werken 290.000 mensen, waarvan 162.000 van buiten Rotterdam komt [bron: Centrum voor Onderzoek en Statistiek, gemeente Rotterdam, 2006]. De marktkansen voor Bemobi lijken hier relatief klein; de overgrote meerderheid zal rechtstreeks met de auto naar de bestemming reizen of vanaf een OV-halte naar de bestemming lopen. Als we een conservatieve schatting maken van 1 tot 5 procent marktaandeel voor Bemobi levert dit nochtans 2.900 – 14.500 ritten per dag op.

Daarbij komt nog de doelgroep van shoppers of dagjesmensen en uitgaanspubliek. Deze doelgroep is met name in het weekend interessant. Betrouwbare bronnen over de omvang van deze doelgroep zijn lastig te vinden. Ruwweg zal het in de weekenden oplopen tot een omvang in dezelfde orde van grootte als de inkomende pendel in Rotterdam. Dit betekent dat ook in de weekenden ongeveer evenveel ritten gemaakt kunnen worden.

Evenementen-Bemobi

De evenementen-Bemobi biedt grote kansen voor ondernemerschap. Een massaal evenement als het zomercarnaval of de Air Race trekt tienduizenden, soms zelfs honderduizenden mensen naar de stad. Een slimme ondernemers kan op zo'n dag een weksalaris verdienen. Tegelijk zijn er te weinig evenementen om alleen van te leven. De exploitant van de evenementen-Bemobi zal dus op andere dagen bijvoorbeeld een wijk-Bemobi rijden. Er zal hierbij wel enige regulering moeten zijn om te voorkomen dat bij grote evenementen geen enkele Bemobi meer in de wijk rijdt.

In hoofdstuk vijf zullen we zien dat de business case voor de ondernemer in de wijk-Bemobi lastig rond te krijgen is. De evenementen-Bemobi is een mooie kans voor deze ondernemers om hun inkomen op een acceptabel niveau te krijgen. Daarom gaan we er van uit dat de evenementen-Bemobi niet veel kansen voor nieuwe ondernemers creëert, maar vooral de levensvatbaarheid van de andere Bemobi's vergroot.

Aantal ritten per dag totaal

Bovengenoemde inschattingen leiden tot de volgende aantallen ritten met Bemobi per dag:

	Pessimistisch	Optimistisch
Rotterdamers	47.000	116.00
Niet-Rotterdamers	5.800	29.000
Totaal	52.800	145.500

FIGUUR 10: MAXIMAAL AANTAL RITTEN MET BEMOBI PER DAG

4.2 Aantal Bemobi's en ondernemers

Aan de hand van het aantal ritten kunnen we beredeneren voor hoeveel Bemobi's en ondernemers er maximaal marktpotentie is.

We gaan er van uit dat een Bemobi maximaal 4 ritten per uur kan rijden en per rit gemiddeld 1,5 persoon vervoert. Als meer ondernemers samen een Bemobi rijden kan het voertuig in principe 24 uur per dag rijden, maar in de nachtelijke uren zal de vraag binnen de wijk zeer laag zijn. Uitgaande van 16 productieve uren per dag kan een Bemobi dus 96 mensen per dag vervoeren. Dit betekent dat er op een gemiddelde werkdag markt zou zijn voor 550 tot 1.440 Bemobi's. Als elke ondernemer acht uur per dag zou werken zou dat dus neerkomen op twee tot drie ondernemers per Bemobi, ofwel grofweg 1.300 tot 3.600 ondernemers.

4.3 Kanttekeningen bij de berekeningen

Uit bovengenoemde berekeningen komt een redelijk marktpotentieel naar voren. We moeten echter waarschuwen voor te veel optimisme. We moeten hier een aantal belangrijke kanttekeningen bij deze berekeningen plaatsen.

Indicatieve berekeningen

Opgemerkt daarnaast moet worden dat deze berekening zeer indicatief is. Omdat Bemobi in Nederland nauwelijks voorkomt zijn er geen beproefde rekenmethoden waar we ons op kunnen baseren.

Kritische massa aan ondernemers nodig

In hoofdstuk twee concludeerden we al dat het systeem alleen een brede doelgroep zal aanspreken wanneer er sprake is van voldoende beschikbaarheid: de voertuigen moeten zichtbaar op straat aanwezig zijn en aan te houden zijn. Dat betekent dat er een bepaalde kritische massa nodig is aan voertuigen op straat. Als er in een grote wijk maar een handvol ondernemers zijn zal het systeem geen succes worden.

Dit betekent dat er in de praktijk een aantal wijken zullen zijn waar Bemobi werkt, en een aantal wijken zijn waar Bemobi niet zal slagen. Er zit niets tussenin. Daar is bij bovengenoemde berekening geen rekening mee gehouden: daar is uitgegaan van een generiek percentage voor Bemobi in geheel Rotterdam. In de praktijk zal de marktpotentie dus lager uitpakken en sterk afhangen van welke wijken succesvol worden.

Ritten zijn niet evenredig over de dag verdeeld

Sommige uren zijn drukker dan andere. Normaal gesproken kan binnen de verkeerskunde als vuistregel genomen worden dat in de drie drukste uren samen ongeveer 1/3e van de totale reizen gemaakt worden. Dit zou betekenen dat in deze uren, in de ochtend- en middagspits, in het optimistische scenario tot 16.000 ritten per uur gemaakt worden. Er zijn dan 2.600 Bemobi's nodig om deze mensen te vervoeren. De rest van de dag is er echter niet voldoende marktspanning voor deze Bemobi's. Dit probleem kan het hoofd geboden worden door te werken met deeltijders, bijvoorbeeld studenten⁴.

⁴ Overigens: aangezien Bemobi zich niet primair op woon-werkverkeer richt is het goed mogelijk dat dit probleem zich in minder sterke mate voordoet dan hierboven beschreven. Dit zal in de praktijk moeten blijken.

Ingroeiperiode

Bovengenoemde cijfers zijn een inschatting van het marktpotentieel. Dit zal niet van de ene dag op de andere bereikt zijn. In het openbaar vervoer wordt bij nieuwe producten of diensten vaak rekening gehouden met een ingroeiperiode van ongeveer drie jaar. Dit lijkt ook voor Bemobi-systemen een realistische termijn. Binnen deze periode moet rekening gehouden worden met serieuze aanloopverliezen.

Overige Bemobi's?

Tenslotte een positieve kanttekening: marktkansen zitten soms in onverwachte hoekjes. Er zijn nog talloze andere marktkansen voor Bemobi denkbaar, variërend van pakjesdiensten tot toeristische rondleidingen door de stad, en nog veel meer. Tegelijk zal ook voor ondernemers met zulke creatieve ideeën de business case moeilijk sluitend te krijgen te zijn (zie hoofdstuk 5). Als het lukt om daadwerkelijk ondernemerschap te stimuleren (zie hoofdstuk 6), en hierbij niet te restrictief wordt ingestoken op één 'type' Bemobi's, kunnen er allerlei onverwachte Bemobi's het daglicht zien.

Kortom

Bovengenoemde kanttekeningen onderstrepen onze eerdere conclusie dat het goed is met Bemobi in één wijk, of maximaal een handvol wijken, te beginnen en daar te bezien of en hoe de gestelde marktpotentie bereikt kan worden. Bij gebleken succes kan het systeem dan verder uitgerold worden naar andere wijken.

4.4 Kansrijke wijken

Wat zijn nu kansrijke wijken voor Bemobi? We bekijken dit aan de hand van twee criteria:

- **Dichtheid van de wijk**, gemeten in inwoners per km². We nemen aan dat hoe dichter een wijk is, hoe hoger de slagingskansen voor Bemobi. Immers, een compacte stadswijk leent zich meer voor korte verplaatsingen. Daarnaast nemen we aan dat in compacte stadswijken
- **Autobezit**, gemeten in gemiddeld aantal motorvoertuigen per huishouden. De aanname is dat een lager autobezit leidt tot meer gebruik van Bemobi.

Beide criteria hebben we gescoord op een schaal van 1 tot 10, waarbij de beste wijk (hoogste dichtheid resp. laagste autobezit) een tien scoort en de overige wijken een score naar rato krijgen. Vervolgens hebben we beide scores gemiddeld. Uit deze analyse komen de volgende wijken als kansrijk naar voren:

- Afrikaanderwijk
- Tussendijken
- Bospolder
- Oude Westen
- Delfshaven
- Rubroek
- Oude Noorden
- Bergpolder
- Bloemhof
- Provenierswijk
- Oud-Crooswijk

- Spangen.

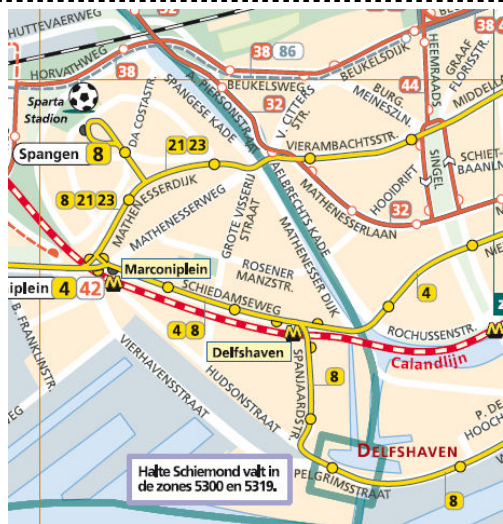
Genoemde wijken liggen dicht bij het centrum, wat het ook interessant maakt voor verplaatsingen tussen de wijk en het centrum met Bemobi.

Een overzicht van alle wijken is in bijlage B te vinden.

Bemobi versus OV in kansrijke wijken

Zoals we eerder aanhaalden zullen de daadwerkelijke kansen voor Bemobi ook afhangen van het OV-netwerk in de wijk. Bemobi zal vooral concurreren met ontsluitende buslijnen; vooral als deze traag zijn zal Bemobi hiervan profiteren. De aanwezigheid van haltes van verbindend OV (TramPlus of metro) biedt kansen om Bemobi als voor- of natransport te gebruiken. Echter, als de loopafstanden naar deze haltes kort zijn zal dit het gebruik van Bemobi niet ten goede komen.

Kaartje	Kwaliteit OV
---------	--------------



Bospolder, Delfshaven, Tussendijken en Spangen

- *Ontsluitend*: tramlijnen 4 en 8 naar het centrum en het Oude Noorden (iedere 10 tot 20 minuten)
- *Verbindend*: TramPlus 21 en 23 naar Schiedam, Vlaardingen en Rotterdam Zuid, metro naar Schiedam, Spijkenisse en Capelle a/d IJssel (iedere 10 tot 20 minuten).

Consequenties Bemobi: in het midden en zuiden van de wijken vormt het OV een sterke concurrent voor Bemobi. In het noorden van de wijken liggen meer kansen voor Bemobi, ook als voortransport naar de metrostations Marconiplein en Delfshaven.



Oude Westen

- *Ontsluitend*: buslijnen 32 en 44
- *Verbindend*: TramPlus 21 en 23 naar Centraal Station, Schiedam, Vlaardingen, Rotterdam-Zuid, tram 4 naar Centraal Station en Marconiplein, metro richting Spijkenisse, centrum en verder,

Consequenties Bemobi: in oost-westelijke richting is het OV een geduchte concurrent. De kansen voor Bemobi binnen de wijk liggen vooral in de richting noord-zuid, bijvoorbeeld naar CS of metro Dijkzigt. Tramlijn 4 is relatief traag; Bemobi kan hiermee concurrerend worden, zowel binnen de wijk als op de verbinding met het centrum.

Kaartje

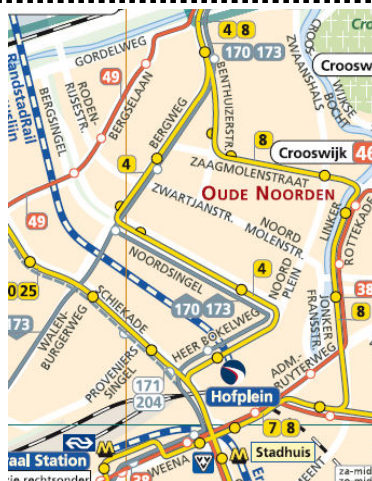


Kwaliteit OV

Afrikaanderwijk

- *Ontsluitend*: iedere 15 tot 60 minuten een bus (77) tussen Katendrecht, metro Maashaven en metro Zuidplein, iedere 10 tot 20 minuten een tram (2) van Charlois naar Lombardijen.
- *Verbindend*: snelle en directe verbindingen met de Erasmuslijn (stedelijke en regionale bestemmingen) en Tramlus (stedelijke bestemmingen), iedere 5 tot 20 minuten.

Consequenties Bemobi: binnen de wijk zijn er rijden er enkele relatief trage buslijnen, soms met lage frequenties. Dit schept kansen voor Bemobi, bijvoorbeeld in het vervoer richting Groene Hilledijk Ook kan Bemobi een rol krijgen in het voor- en natransport van en naar metrohavens Rijnhaven en Waalhaven.



Oude Noorden, Bergpolder

- *Ontsluitend*: twee tramlijnen naar het noorden (o.a. station Noord) en het centrum en een bus (aan de rand) naar Crooswijk en Schiedam. Frequentie: iedere 10-30 minuten.
- *Verbindend*: RandstadRail (hoewel nog maar 1 à 2 jaar). Tramlus 20/25, metrostation Stadhuis en Rotterdam Centraal liggen aan de rand van de wijken, maar de loopafstanden lopen op tot 4 kilometer.

Consequenties Bemobi: naar de stations Centraal, Stadhuis en Noord zijn de loopafstanden te groot – Bemobi kan dienen als voor- en natransport. Intern voldoet het ontsluitend OV als de trams iedere 10 minuten rijden.



Bloemhof

- *Ontsluitend*: tram 2 naar Charlois en Lombardijen en bussen 66 en 77 naar Afrikaanderwijk en Zuidplein (iedere 10-30 minuten)
- *Verbindend*: metrostations Maashaven en Zuidplein op 300 tot 1200 meter.

Consequenties Bemobi: voor verplaatsingen binnen de wijk voldoet het OV niet, de verbinding met Afrikaanderwijk is goed. Bemobi is kansrijk als voor- en natransport met metrostation en winkelcentrum Zuidplein.

Kaartje

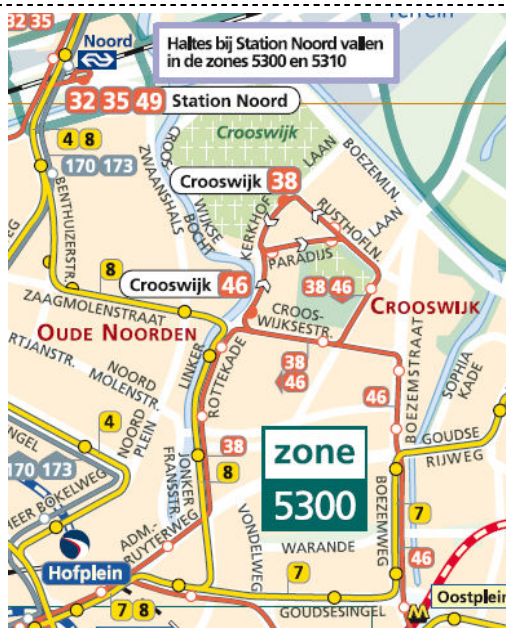


Kwaliteit OV

Provenierswijk

- *Ontsluitend*: geen.
- *Verbindend*: de woningen in de wijk liggen op loopafstand van Rotterdam Centraal (trein, metro, tramplus)

Consequenties Bemobi: de kansen van Bemobi zijn hier beperkt, omdat Rotterdam Centraal in de buurt ligt. Voor bestemmingen in het centrum kan Bemobi in een behoefte voorzien.



Rubroek en Oud-Crooswijk

- *Ontsluitend*: diverse tram en buslijnen naar Zuidplein, Rotterdam Centraal, Centrum en Schiedam (iedere 7 tot 30 minuten)
- *Verbindend*: in de uithoeken van de wijken liggen station Noord (in de spits 4x/uur een sprinter naar Alexander en Gouda en naar Rotterdam Centraal) en metrostation Oostplein (Beurs, Schiedam, Spijkenisse, Alexander). Deze stations liggen ongeveer 3 kilometer uit elkaar.

Consequenties Bemobi: beide wijken hebben ontsluitende lijnen die door hun lengte ook een (trage) verbindende functie kunnen vervullen. De afstanden naar de metro en trein (tot 3 kilometer) lenen zich voor Bemobi als voor- en natransport. Binnen de wijk zijn bestemmingen op loopafstand en overdag met hooguit 10 minuten wachten te bereiken.

Observaties

Bemobi is in alle bovengenoemde wijken in zekere mate kansrijk, maar de wijken hebben allen met name overdag een redelijk goed OV-aanbod, zowel ontsluitend als verbindend.

Met name in kriskrasverplaatsingen tussen enkele aangrenzende wijken (bijvoorbeeld tussen Spangen en Tussendijken en tussen Crooswijk en het Bergkwartier) kan het OV niet voorzien en is Bemobi een oplossing.

Bovendien zijn de stations/haltes van het verbindend OV voor een aantal wijken aan de randen ervan gelegen (met name de metro), waardoor Bemobi kan voorzien in voor- en natransport. Dit betreft met name het Oude Noorden, Bloemhof, Rubroek en Crooswijk.

Tot slot hebben alle wijken in de avonduren (vanaf 19:00) een lagere frequentie van het ontsluitend OV (iedere 15-30 minuten) en verbindend OV (iedere 10-20 minuten). Dit maakt verbindingen met het centrum en ziekenhuizen veel trager door langere wachttijden. Op deze tijdstippen is Bemobi ook kansrijk voor deze wijken.

4.5 Conclusies

- De maximale marktpotentie voor de Bemobi bedraagt tussen de 52.800 en 145.500 ritten per dag. Dit betekent dat er op een gemiddelde werkdag markt zou zijn voor 550 tot 1.440 Bemobi's.
- Bovengenoemde getallen gelden als maximale marktomvang, die alleen bereikt wordt als Bemobi goed wordt uitgevoerd. Daarbij komt dat de marktpotentie pas na een ingroei van een aantal jaren bereikt zal worden. Bovendien zijn genoemde getallen indicatief. Daarom is het goed in één of een paar wijken te beginnen en daar het gebruik goed te monitoren.
- Er bestaan grote verschillen in de marktkansen tussen wijken. In veel wijken zijn er weinig tot geen marktkansen, doordat de marktpotentie niet voldoende ondernemers kan dragen om de gewenste beschikbaarheid te krijgen. Het meest kansrijk zijn dicht bebouwde, stedelijke wijken, zoals de Afrikaanderwijk.

5 Bemobi en de ondernemer

5.1 Doelgroep in ondernemers

Welke ondernemers kunnen Bemobi van de grond trekken? We moeten hier onderscheid maken tussen willen en kunnen: welke ondernemers willen we voor Bemobi, en wie kunnen het?

Om te beginnen met het willen: Bemobi biedt kansen voor werkgelegenheid in relatief kansarme buurten. Vanuit deze bril wil je ondernemers aanspreken die nu werkloos zijn. Het gaat hierbij vaak om allochtone en / of lager opgeleide inwoners van stedelijke buurten in de stad.

Tegelijk moeten de ondernemers het ook kunnen. Sommige van de bovengenoemde doelgroep zal een succesvolle ondernemer blijken te zijn, maar dat zal niet voor iedereen gelden. Een deel van hen zal het niet redden als ondernemer, of tekort schieten in de uitvoering.

Indien Bemobi uitgevoerd wordt met voertuigen waarvoor een rijbewijs nodig is, kan het opleidingstraject ook voorzien in rijlessen voor mensen die nog niet over een rijbewijs beschikken. Dit verhoogt voor hen ook in de toekomst de kansen op de arbeidsmarkt.

5.2 Business case

Kan een ondernemer verdienen aan Bemobi? Om deze vraag te beantwoorden hebben we een eenvoudige business case opgezet.

We gaan er bij de business case van uit dat:

- een ondernemer acht uur per dag werkt,
- 235 dagen per jaar,
- hij (bij voldoende vraag) gemiddeld vier ritten per uur uitvoert en
- per rit gemiddeld 1,5 persoon vervoert.
- We gaan er van uit dat administratie buiten de reguliere werktijd plaatsvindt.

Dit komt neer op maximaal 48 klanten per werkdag. Overigens hoeft dit natuurlijk niet voor iedere ondernemer te gelden. Bemobi-rijden in deeltijd is ook goed mogelijk, bijvoorbeeld voor studenten, terwijl een ondernemer voor wie het de belangrijkste broodwinning is wellicht meer dan acht uur per dag zal werken.

Kosten

Nog voordat een ondernemer iets kan verdienen, zal deze eerst zijn kosten moeten terugverdienen. Deze kosten bestaan met name uit voertuigerelateerde kosten: afschrijving, verzekering en onderhoud. Daarnaast heeft de ondernemer te maken met eventuele opleidingskosten, die ook “afgeschreven” moeten worden.

Voor zowel het voertuig als de opleiding maakt het een fors verschil of het gaat om een “auto” of een andersoortig voertuig (bromscooter, riksja, etcetera). In het eerste geval hebben we zowel in aanschaf als in opleiding te maken met fors hogere kosten.

We gaan er hierbij uit dat we van uit dat een voertuig gemiddeld door 2 á 3 ondernemers gebruikt wordt. Het is immers niet voor de hand liggend dat een voertuig het grootste deel

van de dag stilstaat. Het delen van voertuigen kan ofwel onderling gebeuren tussen ondernemers, of doordat zij een voertuig leasen of huren.

Vaste lasten	Fiets-/brommobiel	Auto/TukTuk
Investing:		
Aanschaf voertuig	5.000	12.000 euro
Afschrijvingstermijn:	5	7 jr
Opleiding:		
Opleiding:	500	1500 euro
Afschrijvingstermijn:	15	15 jr
Maandlasten:		
Voertuig:		
Afschrijving per maand:	83	143 euro
Onderhoud / maand:	100	200 euro
Verzekering / maand:	100	200 euro
<i>SUBTOTAAL</i>	283	543 euro
per ondernemer	113	217 euro
Opleiding	33	100 euro
TOTAAL	147	317 euro

FIGUUR 11: VASTE LASTEN PER VOERTUIG EN ONDERNEMER

Bovenop deze vaste maandlasten komen de brandstof- of energiekosten per kilometer. Deze ramen we op tien cent per kilometer voor de 'lichte' Bemobi en vijftien cent voor de 'auto'.

De totale maandlasten zijn afhankelijk van het aantal ritten dat de ondernemer maakt. Zoals eerder aangegeven kan een ondernemer bij een 8-urige werkdag maximaal 48 klanten per werkdag vervoeren. In werkelijkheid zal de ondernemer geen bezetting van 100 % halen en zal het werkelijk aantal ritten en klanten dus lager liggen. De kosten die hij per maand maakt zijn:

Kosten	Bezetting (%van maximaal aantal ritten)			
	50%	75%	90%	100%
Fiets-/brommobiel	194	217	231	241 euro
Auto/TukTuk	388	423	444	458 euro

FIGUUR 12: KOSTEN PER MAAND PER ONDERNEMER

Opbrengsten

De opbrengsten voor de ondernemer zijn uiteraard nog sterker afhankelijk van het aantal ritten en klanten die hij vervoert. Daarnaast speelt de ritprijs een belangrijke rol. Aangezien het korte ritten betreft en bovendien het marktsegment 'onder' de taximarkt wordt aangesproken kan de ritprijs niet al te hoog zijn. We hebben gerekend met gemiddelde ritprijzen variërend van 50 cent tot 5 euro. Dat levert – wederom uitgaande van maximaal 48 klanten per dag – de volgende opbrengsten per maand op:

Opbrengsten (euro)	Bezetting (% / aantal klanten)			
	50%	75%	90%	100%
Ritprijs				
0,5 euro	235	353	423	470
1 euro	470	705	846	940
1,5 euro	705	1058	1269	1410
2 euro	940	1410	1692	1880
2,5 euro	1175	1763	2115	2350
3 euro	1410	2115	2538	2820
3,5 euro	1645	2468	2961	3290
4 euro	1880	2820	3384	3760
4,5 euro	2115	3173	3807	4230
5 euro	2350	3525	4230	4700
7,5 euro	3525	5288	6345	7050

FIGUUR 13: OPBRENGSTEN PER ONDERNEMER PER MAAND, VARIËREND VOOR RITPRIJS

Resultaat

Wanneer we bovengenoemde kosten van de opbrengsten aftrekken krijgen we inzicht in de winst voor belastingen die een ondernemer kan behalen met Bemobi.

Fiets-/brommobiel:

Winst voor belastinge	Bezetting (% / aantal klanten)			
	50%	75%	90%	100%
Ritprijs				
0,5 euro	41	135	192	229
1 euro	276	488	615	699
1,5 euro	511	840	1038	1169
2 euro	746	1193	1461	1639
2,5 euro	981	1545	1884	2109
3 euro	1216	1898	2307	2579
3,5 euro	1451	2250	2730	3049
4 euro	1686	2603	3153	3519
4,5 euro	1921	2955	3576	3989
5 euro	2156	3308	3999	4459

Auto / TukTuk:

Winst voor belastinge	Bezetting (% / aantal klanten)			
	50%	75%	90%	100%
0,5 euro	-153	-70	-21	12
1 euro	82	282	402	482
1,5 euro	317	635	825	952
2 euro	552	987	1248	1422
2,5 euro	787	1340	1671	1892
3 euro	1022	1692	2094	2362
3,5 euro	1257	2045	2517	2832
4 euro	1492	2397	2940	3302
4,5 euro	1727	2750	3363	3772
5 euro	1962	3102	3786	4242

FIGUUR 14 EN 10: WINST VOOR BELASTINGEN

Lastige business case

Als we bovengenoemde getallen zien zal mag het duidelijk zijn dat het lastig is om een sluitende business case te krijgen. Alleen bij een hoge bezetting en een hoge ritprijs heb je te maken met bedragen die richting een zeker bestaansminimum gaan.

De vraag is hoe haalbaar dat is. Ter vergelijking: een taxi rijdt slechts ongeveer 50 % van de tijd. Bij Bemobi zal dit wellicht hoger liggen, maar uitgaan van 100 % bezetting is ook niet reëel. En aangezien een Bemobi met name concurreert met lopen, fietsen en OV mag de prijs niet te hoog zijn. 2,00 euro lijkt al aan de hoge kant. Echter: bij 2,50 euro en 75 % bezetting wordt maximaal 987 euro bruto verdiend; te weinig om rond te komen.

Deze lastige business case is goed verklaarbaar. Bemobi kent in vergelijking met het (onrendabele) openbaar vervoer een lage arbeidsproductiviteit, terwijl de prijs die de gebruiker voor een rit over heeft, niet veel hoger ligt dan in het OV. Weliswaar liggen de investeringskosten fors lager dan in het OV, maar arbeid is in de Westerse wereld het meest kostbare productiemiddel. Dit is anders in zich ontwikkelende landen, wat verklaart waarom Bemobi-achtige systemen daar vaker voorkomen.

Lastig is niet onhaalbaar

Bovenstaande berekening is relatief 'clean'. In de praktijk kan de ondernemer ook andere inkomstenbronnen aanboren, langer werken, etcetera. Een taxichauffeur werkt bijvoorbeeld in de praktijk al snel 10 á 11 uur per dag. Bovendien zal de ondernemer ook fooien ontvangen. Het is daarmee zeker mogelijk dat slimme ondernemers een sluitende business case weten te krijgen. Het is echter geen gemakkelijke business en de ondernemers zullen dus ook echt ondernemend moeten zijn om ervan te kunnen leven,

Dit geldt zeker in de opstartfase, wanneer de totale marktpotentie nog niet bereikt is. Daar komt nog het risico van de investering bovenop. Een ondernemer die een Bemobi wil exploiteren zal moeten investeren in een voertuig en eventuele opleiding. Dit vergt een investering van enkele duizenden euro's, oplopend tot meer dan tienduizend euro. Dit is een bedrag die de doelgroep, vaak in kansarme wijken, niet altijd paraat zal hebben. En gezien de lastige business case zal een bank hiervoor ook niet snel een lening verstrekken. Het lijkt erop dat een zekere vorm van overheidsbijdrage in deze periode hard nodig is.

5.3 Barrières en risico's

Bureaucratie

Zoals in de inleiding is vermeld, is het project Bemobi mede opgezet uit het oogpunt van werkgelegenheid. Inderdaad kan Bemobi een bijdrage leveren aan het terugdringen van werkloosheid. Het besturen van een Bemobi-voertuig is relatief eenvoudig, en dus ook weggelegd voor die groep mensen die lastig aan een baan te helpen is.

Toch vergt ondernemerschap meer dan het besturen van het voertuig alleen. De ondernemer zal geregistreerd moeten zijn bij de Kamer van Koophandel, zal moeten voldoen aan de nodige wet- en regelgeving (zie hieronder) en zal zich door de nodige papieren en procedures van o.a. de Belastingdienst heen moeten werken. Niet iedereen in de genoemde doelgroep van werklozen zal hiertoe in staat zijn.

Regelgeving

De Wet Personenvervoer 2000 (Wp2000) en onderliggende besluiten stellen regels aan het openbare, besloten en taxivervoer in Nederland.

Onder welke set regelgeving valt Bemobi? Het is geen openbaar vervoer: dit geldt alleen wanneer het een vaste dienstregeling heeft, en bij Bemobi gaan we juist uit van vraagafhankelijk vervoer. Ook de regelgeving besloten vervoer is niet op Bemobi van

toepassing: dit geldt alleen voor voertuigen voor meer dan acht inzittenden, terwijl het bij Bemobi om kleine voertuigen gaat.

Daarmee lijkt Bemobi als taxivervoer aangemerkt te worden. Maar is dat ook zo? De wettelijke definitie van taxivervoer is: ‘personenvervoer per auto, anders dan [openbaar vervoer], tegen betaling’. Daarmee valt Bemobi buiten deze definitie, zolang het niet per auto uitgevoerd wordt. Waar deze grens precies ligt is overigens niet helder: de TukTuks die op dit moment in Rotterdam geëxploiteerd worden zijn formeel auto’s, maar vallen op dit moment niet onder de regelgeving voor taxivervoer. In Amsterdam wordt daar op dit moment discussie over gevoerd: mag deze TukTuk bijvoorbeeld op de snelweg of niet?

Daarmee lijkt Bemobi – voor zover niet met ‘echte’ auto’s uitgevoerd – zich in een soort wettelijk vacuüm te bevinden. Dat scheidt kansen, maar brengt ook risico’s met zich mee. De kansen liggen in het feit dat Bemobi niet gebonden is aan regelgeving over de voertuigen⁵, tarieven, en dergelijke. De risico’s liggen er met name in dat er alsnog regelgeving ontstaat of van toepassing wordt verklaard op Bemobi, of dat taxiondernemers rechtszaken aanspannen. Dit brengt onzekerheid met zich mee over de continuïteit van het product. Daarnaast levert het ook onduidelijkheid op voor de ondernemer; zo is bijvoorbeeld niet helder of andere vergunningen benodigd zijn voordat een ondernemer deze dienst op straat mag aanbieden, of onder welk btw-tarief de dienst zal vallen.

5.4 Conclusies

- Het is niet eenvoudig een sluitende business case te krijgen voor Bemobi. Wanneer een ondernemer een hoge bezettingsgraad kan bereiken en daarnaast via bijvoorbeeld evenementen of verhuur extra inkomsten kan aanboren is het mogelijk een goed inkomen te krijgen. Echter, zeker in de opstartfase is een sluitende business case vrijwel onmogelijk.
- Ondernemers hebben te maken met investeringen in voertuig en opleiding, die hij waarschijnlijk lastig zelf kunnen bekostigen en waarvoor gezien de lastige business case ook niet eenvoudig een lening zal worden verstrekt.
- Het is niet helder onder welke regelgeving Bemobi valt, tenzij met reguliere auto’s gereden wordt. Dit scheidt kansen, maar brengt tegelijkertijd ook risico’s met zich mee voor de continuïteit van Bemobi.
- De bureaucratie en ‘papierwinkel’ die ondernemerschap met zich meebrengt zal een deel van de doelgroep afschrikken.

⁵ Mits toegelaten door de Rijksdienst voor het Wegverkeer. Indien een type voertuig nog niet in Nederland voorkomt zal deze toelating de nodige tijd en effort kosten, zeker wanneer op voorhand niet helder is binnen welke categorie voertuigen het valt. Een recent voorbeeld hiervan is de Segway, die vanwege deze onduidelijkheid tijdenlang niet op de openbare weg werd toegelaten.

6 Bemobi en de gemeente

6.1 Beleid: een duurzame stad

De gemeente Rotterdam heeft hoge ambities op het gebied van milieu en duurzaamheid. Hiervoor is het Rotterdam Climate Initiative opgericht (RCI), waarin ook het Havenbedrijf Rotterdam, de Milieudienst Rijnmond en Deltalinqs participeren. Het doel van het Rotterdam Climate Initiative is een CO₂-reductie van 50 % tot 2025.

Kan Bemobi bijdragen aan het bereiken van deze milieudoelstellingen? Het is lastig hier een eenduidig antwoord op te geven. Het antwoord is afhankelijk van twee factoren:

- Hoe milieuvriendelijk zijn de voertuigen die voor Bemobi worden ingezet?
- In welke mate vindt een modal shift plaats vanuit minder milieuvriendelijke modaliteiten?

Milieuvriendelijke voertuigen

Een eerste vraag die beantwoord moet worden is hoe milieuvriendelijk de voertuigen voor Bemobi zijn. Hierbij zijn met name de aandrijving en brandstof van belang. Omdat Bemobi veelal concurreert met lopen of fietsen is uit het oogpunt van duurzaamheid *zero emission* wenselijk.

Zero emission kan natuurlijk eenvoudigweg bereikt worden door de inzet van fietstaxi's. De snelheid en uitstraling hiervan zijn echter beperkt, wat de kansen om uit te groeien tot volwaardig vervoerproduct beperkt. Wel is een rol binnen de markt van de wijk-Bemobi mogelijk. Daarnaast kan het met name in het centrum wel dienen als *fun* vervoermiddel voor shoppers en toeristen.

Wanneer we naar gemotoriseerde voertuigen kijken zijn er verschillende mogelijkheden om de uitstoot van de Bemobi-voertuigen te beperken. Elektriciteit ligt het meeste voor de hand. Maar ook bijvoorbeeld waterstof kan gebruikt worden; deze voertuigen stoten alleen (schone) waterdamp uit.

Voor veel milieuvriendelijke technieken geldt dat aparte, nieuwe voorzieningen nodig zijn voor het tanken van de voertuigen. Elektriciteit is hierbij natuurlijk het eenvoudigst te realiseren, doordat dit overal in de stad beschikbaar is.

In veel gevallen zullen milieuvriendelijke brandstoffen of *zero emission* een extra investering vergen, waarvan niet verwacht kan worden dat een ondernemer deze zelf zal maken. Noch de ondernemer, noch zijn klanten hebben hier direct baat bij. Overheidsfinanciering zal daarom nodig zijn om dit mogelijk te maken.

Een aandachtspunt is de betrouwbaarheid van de gekozen techniek. Omdat er met zelfstandige ondernemers gewerkt wordt kan het niet zo zijn dat de voertuigen door experimentele techniek onbetrouwbaar zijn, waardoor de broodwinning van de ondernemer in gevaar komt. We raden daarom aan alleen te werken met bewezen technieken.

Naast de duurzaamheid van de aandrijving zou bij de voertuigkeuze ook gekeken moeten worden naar de duurzaamheid van het voertuig tijdens de gehele levenscyclus.

Modal shift

Een volgende vraag is in welke mate substitutie plaatsvindt vanuit minder milieuvriendelijke modaliteiten. Uitgaande van de type reizen en reizigers die we in deel B behandelden, vindt er naar verwachting een beperkte substitutie plaats van de auto naar Bemobi. Zeker de wijk-Bemobi concurreert vooral met lopen of fietsen, modaliteiten die nog milieuvriendelijker zijn dan Bemobi, zelfs als het met zero-emission-voertuigen wordt uitgevoerd. De wijk-Bemobi richt zich immers vooral op ouderen, jongeren en OV-reizigers over korte afstanden binnen hoogstedelijke wijken; verplaatsingen waarbij de auto maar zelden in beeld is. De wijk-Bemobi leidt dus niet van vandaag op morgen voor meetbare CO₂-reductie.

Toch kan Bemobi op de langere termijn wel een bijdrage leveren aan een duurzame stad. Bemobi is een mobiliteitsoplossing voor mensen met een *urban lifestyle* zonder eigen auto. Zo draagt Bemobi bij aan de transitie naar bewuste en meer duurzame mobiliteitskeuze. Dit kan op langere termijn dus wel groei autobezit en –gebruik remmen. Dit wordt versterkt door de grote verdichtingsopgave (56.000 woningen), waardoor autorijden en parkeren in de stad steeds minder aantrekkelijk wordt.

Dit effect wordt overigens alleen bereikt als in de breedte goede vervoervoorzieningen voor mensen zonder eigen auto aangeboden worden (OV, taxi, Bemobi, fietsvoorzieningen, OV-fiets, deelauto, watertaxi).



FIGUUR 15 – BEMOBI ZAL EEN PLAATS MOETEN KRIJGEN IN EEN BREED PALET AAN VERVOERMOGELIJKHEDEN

De P+R-Bemobi levert een meer concrete bijdrage op aan de CO₂-reductie in de stad. Doordat automobilisten aan de rand van het centrum parkeren komen er minder auto's het centrum in.

6.2 Overige maatschappelijke baten

Naast de bovengenoemde winstpunten kan Bemobi op verschillende manieren bijdragen aan Rotterdam als leefbare en welvarende stad:

- Minder 'mobiliteitsarmoede': Bemobi draagt eraan bij dat Rotterdam mobiel en bereikbaar blijft. Enerzijds houdt het mensen in de wijk mobiel; met name voor ouderen die weinig de deur uit komen is dit een belangrijk winstpunt. Het vervult hiermee een vergelijkbare functie als het ontsluitende openbaar vervoer; en doet dit beter dan het OV, doordat het fijnmaziger is. Daarnaast biedt de Bemobi ook een alternatief voor bijvoorbeeld automobilisten die nu met parkeerproblemen geconfronteerd worden.

- Meer werkgelegenheid: zoals eerder aangehaald kan Bemobi extra werkgelegenheid creëren, juist ook in wijken die nu een hoge werkloosheid kennen. Als het goed wordt uitgevoerd kunnen enkele honderden ondernemers ervan leven.
- Beter imago: als Bemobi een wervend en ‘hip’ imago heeft, kan het op een positieve manier bijdragen aan het imago van Rotterdam.

6.3 Barrières opheffen

Faciliterende organisatie

Wat kan de gemeente doen om Bemobi mogelijk te maken?

In het vorige hoofdstuk hebben we behandeld dat ondernemers tegen verschillende barrières kunnen aanlopen. Een aantal hiervan zijn financieel: een niet-sluitende business case – met name in een groeiende markt – of te grote risico’s bij de aanschaf van voertuigen. Daarnaast zijn er ‘zachtere’ barrières: onbekendheid met de mogelijkheden, te complexe regelgeving, etcetera.

De financiële barrières vormen de eerste hobbel die overwonnen moet worden. Omdat het een geheel nieuwe markt betreft zal het met name in de opstartfase lastig zijn om een sluitende business case te krijgen, en het valt niet te verwachten dat ondernemers de verliezen in deze aanlooperperiode zelf zullen dekken.

Dit probleem is uiteraard te overbruggen met overheidssubsidies. Het is echter de vraag hoe wenselijk het is om rechtstreeks subsidies te verstrekken aan ondernemers. Subsidies werken marktverstoring: de kans is reëel dat de ondernemer de subsidieverstrekker als ‘klant’ gaat zien en zich onvoldoende gaat richten op de échte klant.

Daarom raden wij aan *wel* een overheidsbijdrage aan Bemobi te verlenen, maar dit *niet* te doen in de vorm van rechtstreekse subsidies. Een dergelijke overheidsbijdrage kan ook in de vorm van een faciliterende organisatie die centraal voertuigen inkoopt. Daarmee wordt in ieder geval het investeringsrisico voor de ondernemer afgedekt; bovendien kunnen de aanloopverliezen worden afgedekt door tijdens de pilot de voertuigen onder de marktprijs te huur aan te bieden aan de ondernemer. Overwogen kan worden om ze in het eerste begin zelfs gratis aan te bieden, zodat een ondernemer zonder risico’s zijn markt kan ‘uitproberen’.

De faciliterende organisatie kan tegelijk een rol spelen in het wegnemen van de ‘zachte’ barrières, zoals het wegnemen van administratieve rompslomp bij de ondernemers.

Een bijkomend voordeel is dat de faciliterende organisatie kan sturen op het bereiken van overheidsdoelen. Zo kan bij de aanschaf van de voertuigen duurzaamheid als criterium worden meegenomen; een overweging die een ondernemer zelf niet snel zal maken.

Overheidsbijdrage

Een belangrijke vraag is waar het geld vandaan moet komen voor de faciliterende organisatie. Gezien de verschillende maatschappelijke doelen die Bemobi dient, kan ook naar verschillende bronnen gekeken worden.

- **Middelen voor verkeer en vervoer.** Het is een voor de hand liggende keuze om Bemobi te financieren vanuit middelen voor verkeer en vervoer. Hierbij kan wellicht geput worden uit de Brede Doeluitkering (BDU) die de Stadsregio van het Rijk

ontvangt. Hierover zal overleg met de Stadsregio moeten plaatsvinden.

Financiering vanuit BDU-gelden schept kansen om Bemobi in te bedden in het mobiliteitsbeleid van de Stadsregio en de gemeente en tot samenhangend beleid te komen. Zo kan bijvoorbeeld integraal gekeken worden naar de samenhang tussen Bemobi en ontsluitende buslijnen in de wijken. Als Bemobi een succes wordt kan dit passagiers weghalen bij dergelijke ontsluitende en vaak sterk onrendabele buslijnen; bovendien vermindert ook de noodzaak van dergelijke lijnen als alternatief vervoer aanwezig is. Gedacht kan dus worden aan substitutie van deze buslijnen door Bemobi. Dit brengt wel verschillende aandachtspunten met zich mee, bijvoorbeeld de vraag of de toegankelijkheid van Bemobi wel zo goed is als de stadsbus en hoe om te gaan met studenten, die gratis van de bus gebruik kunnen maken.

- **Middelen voor werkloosheidsprojecten.** Gezien de doelstelling om met Bemobi werklozen aan het werk te helpen, kan ook gedacht worden aan middelen voor werkloosheidsprojecten. Sinds 2004 zijn gemeenten onder de Wet Werk en Bijstand (WWB) verantwoordelijk voor het verlenen van bijstand aan werklozen, maar ook voor het opzetten van re-integratietrajecten. De gemeente krijgt hiervoor middelen van het Rijk. Deze zouden deels benut kunnen worden voor het opzetten van Bemobi.

Hierbij kan bijvoorbeeld aangesloten worden bij bestaande initiatieven zoals het Pact op Zuid, dat in de wijken Charlois, IJsselmonde en Feijenoord bewoners stimuleert zelf initiatieven te ontplooiën.

- **Middelen voor duurzaamheid.** Zoals eerder genoemd draagt Bemobi bij aan een transitie naar een andere soort mobiliteit, die minder vanzelfsprekend op de auto is gebaseerd. Het houdt een *urban lifestyle* zonder eigen auto aantrekkelijk. Daarom kan ook gekeken worden naar middelen die bestemd zijn voor duurzaamheid. hierover kan overlegd worden met het Rotterdam Climate Initiative.

Een belangrijk aandachtspunt is de continuïteit van de overheidsbijdrage, en daarmee van de faciliterende organisatie. Voorkomen moet worden dat het gehele project afhankelijk is van een subsidie die bij gewijzigd beleid van de ene dag op de andere stopgezet kan worden. Dat kan daarmee ook het einde van de faciliterende organisatie betekenen, en daarmee de broodwinning van de Bemobi-ondernemers.

Daarnaast moet voorkomen worden dat de overheidsbijdrage als staatssteun of concurrentievervalsing gezien wordt. Het belangrijkste criterium hiervoor is dat het marktverstoring werkt. Hoewel Bemobi grotendeels een andere markt bedient dan taxi's, is er toch een reëel risico dat taxiondernemers dit als verstoring van hun markt zien en hierover een proces aanspannen. Op voorhand valt niet uit te sluiten dat een rechter in dat geval negatief over de steun aan Bemobi oordeelt. Goed juridisch onderzoek en advies vooraf is daarom aanbevelenswaardig.

Ruimte voor ondernemerschap?

Doordat de faciliterende organisatie een belangrijke rol speelt in bijvoorbeeld de keuze van de voertuigen voor Bemobi en de kwaliteitsborging kan de vraag zich opdringen hoeveel ruimte voor ondernemerschap er nog is. Wordt de faciliterende organisatie niet eerder een

werkgever met variabele salarissen? Het antwoord op de vraag hangt sterk af van de wijze waarop deze faciliterende organisatie vorm krijgt. Als het een organisatie is die sterk top-down gestuurd wordt met vuistdikke handboeken over procedures en kwaliteitsborging wordt de ruimte voor ondernemerschap inderdaad sterk beperkt. Maar de organisatie kan ook meer bottom-up worden opgezet, waarbij de ondernemers actief kunnen participeren, suggesties kunnen doen voor het beleid van de organisatie, etcetera. Bovendien zou de organisatie zich moeten richten op het stimuleren van ondernemerschap en creativiteit in plaats van op het stellen van regels.

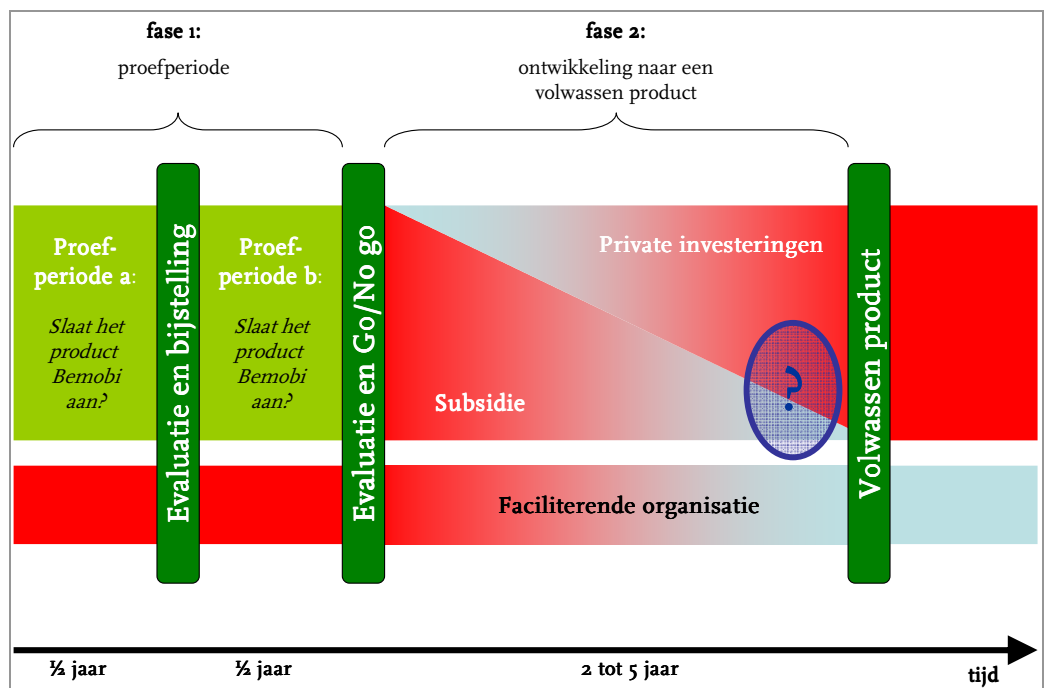
Daarnaast staat het ondernemers uiteraard vrij om buiten de faciliterende organisatie om een Bemobi op te zetten. Om te voorkomen dat er hierbij sprake is van oneigenlijke concurrentie kan overwogen worden dergelijke initiatieven ook te ondersteunen met eenzelfde mate van overheidsbijdrage als de ondernemers binnen de faciliterende organisatie (indirect) ontvangen. Dan is er wel de noodzaak voor een helder toetsingskader om de afweging voor het verstrekken van dergelijke subsidies te kunnen maken. De precieze invulling hiervan zal afhangen van waar de overheidsmiddelen vandaan komen: bijvoorbeeld wanneer middelen voor duurzaamheid aangewend worden zal het toetsingskader met name gericht moeten zijn op de duurzaamheid van het voertuig.

6.4 Fasering

Bemobi zal niet van de ene op de andere dag een succesvol product zijn. Zoals eerder beschreven moet er rekening gehouden worden met een ingroeiperiode van twee tot vijf jaar. Na deze periode zal Bemobi zich bewezen moeten hebben. Daarom is een fasering belangrijk, waarbij met name in de beginfase de faciliterende organisatie een grote rol speelt.

Onderstaand figuur geeft een schematische weergave van de globale fasering van Bemobi in Rotterdam. Hierna worden de twee fasen toegelicht.

FIGUUR 16: SCHEMATISCHE WEERGAVE FASERING



Fase 1: proefperiode

Bemobi is een nog niet bestaand product. Weliswaar haalt het inspiratie uit situaties waarin vergelijkbare vervoermiddelen of zelfs netwerken functioneren, maar in Rotterdam is het nog niet toegepast. Daarom is een proefperiode nodig waarin het product Bemobi getest wordt: trekt Bemobi voldoende ondernemers en klanten, wat zijn de effecten op het totale mobiliteitssysteem (toename mobiliteit, modal shift) en hoe de faciliterende organisatie functioneert in relatie tot de aantrekking en facilitering van startende ondernemers.

- a. Het eerste halfjaar wordt Bemobi in de markt gezet met een actieve rol van de faciliterende organisatie. Door de proef klein te houden, zijn de investeringen te overzien. Na een half jaar worden de ervaringen getest en op basis daarvan aanpassingen gedaan.
- b. Na in totaal een jaar wordt nogmaals geëvalueerd. Nu wordt bepaald of de testperiode in voldoende mate bewezen heeft of er voldoende ondernemers getrokken kunnen worden en of het product een bijdrage levert in de mobiliteitsbehoefte. Bovendien wordt geëvalueerd wat van de faciliterende organisatie verwacht kan worden. Op basis van deze evaluatie wordt het go / no go besluit genomen: is Bemobi levensvatbaar en onder welke randvoorwaarden ((1) rol van de faciliterende organisatie en (2) financiering)?

Fase 2: ontwikkeling naar een volwassen product

Als in fase 1 een go-besluit genomen wordt, zal een plan opgesteld moeten worden waarmee het einddoel van fase 2 bereikt gaat worden: een volwassen product, dat een definitieve inbedding krijgt in het mobiliteitsaanbod van Rotterdam met daarbij de benodigde randvoorwaarden ((1) rol van de faciliterende organisatie en (2) financiering) bepaald in fase 1.

De duur van deze fase is geheel afhankelijk van het te overbruggen verschil in financiering: hoe groot is het verschil in benodigde subsidie in de proefperiode en de gewenste hoeveelheid subsidie? In Figuur 16 staat een potentiële daling van 100% subsidie naar 0% subsidie. Het is echter de vraag of dit haalbaar is, gezien de moeilijke businesscase. De proefperiode geeft daarvoor de benodigde informatie.

Aanvullend daarop zal de faciliterende organisatie omgevormd moeten worden. Daarbij kan in elk geval aan de volgende keuzes gedacht worden:

- a. Welke rollen en taken moet de faciliterende organisatie blijvend op zich nemen? Blijft het bijvoorbeeld voertuigen leasen aan ondernemers, of worden deze na afloop van de ingroeiperiode overgedragen?
- b. Wie bestuurt de faciliterende organisatie: de gemeente of de stadsregio, een non-profitorganisatie of een private partij?
- c. Welke praktische implicaties heeft dit voor deze organisatie: aantal fte, inbedding in de besturende organisatie, financiering?

6.5 Toetsingskader

De faciliterende organisatie kan ondernemers helpen hun business van de grond te krijgen. Maar voordat je daadwerkelijk mensen gaat helpen zal er een toetsingskader

moeten komen die beoordeelt of het inderdaad zinvol is om publieke middelen te steken in het ondersteunen van de betreffende (potentiële) ondernemer. Hiermee krijgt de faciliterende organisatie tegelijk de rol van een soort keurmerk: waaraan moet een ondernemer voldoen om het stempel 'Bemobi' te krijgen?

Dit toetsingskader zal in ieder geval in moeten gaan op:

- **De ondernemer**

Kan deze als persoon de kwaliteit leveren die je van Bemobi verwacht? Het draait hierbij met name om heel basale zaken: heeft hij geen strafblad, beheerst hij de Nederlandse taal voldoende, beschikt hij over een rijbewijs en voldoende kennis van de stad?

- **Het 'businessplan'**

Er wordt weleens gesteld dat er twee typen ondernemers zijn: een type schrijft een businessplan, het andere type bedrijft daadwerkelijk business. Voor Bemobi wil je met name die tweede groep hebben. Zeker als het de bedoeling is om kansarme groepen aan het werk te krijgen moet je geen uitgebreid businessplan gaan uitvragen. Tegelijk is het voor het succes van Bemobi wel van belang om ondernemers te krijgen die er daadwerkelijk brood in zien. Zeker wanneer er meer aanmeldingen zijn dan de markt op dat moment kan dragen is het belangrijk om in een gesprek met de potentiële ondernemer te vragen hoe hij de markt denkt te gaan bespelen.

- **Het voertuig.**

Indien het voertuig niet door de faciliterende organisatie ter beschikking gesteld wordt moet hier ook een check op plaatsvinden. Deze check bestaat uiteraard minimaal uit het voldoen aan de wettelijke voorschriften voor voertuigen. Als *zero emission* gewenst is moet hier uiteraard ook op gecontroleerd worden. Tegelijk onderstrepen we dat duurzaamheid geen direct belang voor Bemobi en de ondernemer is en hier dus niet in geïnvesteerd zal worden zo lang hier geen overheidsfinanciering voor bestaat. Tenslotte moet bekeken worden of het voertuig aansluit bij de manier waarop de betreffende ondernemer denkt de markt te gaan bespelen. Het lijkt niet verstandig hier harde eisen aan te gaan stellen, omdat je dan wellicht marktkansen laat liggen. Beoordeel liever in een gesprek met de ondernemer zijn 'businessplan' (zie boven) en hier daarbij passende voertuig.

In het algemeen kan gesteld worden dat hoe groter de rol van de faciliterende organisatie is, hoe kleiner de rol van het toetsingskader – en omgekeerd. Als de faciliterende organisatie de voertuigen ter beschikking stelt en de ondernemers traint en coacht, is er weinig noodzaak voor een toetsingskader. Naarmate de faciliterende organisatie meer en meer gaat afbouwen, en er dus meer en meer ruimte ontstaat voor ondernemerschap, wordt het belangrijker om kritisch te kijken of de ideeën van de ondernemer passen bij de gewenste ontwikkeling van Bemobi.

6.6 Conclusies

- Bemobi kan bijdragen aan een duurzame stad. Weliswaar wordt niet van de ene dag op de andere een significante CO₂-reductie gerealiseerd, maar er wordt wel bijgedragen aan de transitie naar een stad waarin mobiliteit niet vanzelfsprekend van de auto afhankelijk is.
- Gezien de lastige business case voor Bemobi is een overheidsbijdrage noodzakelijk. Om het ondernemerschap toch te stimuleren wordt voorgesteld deze indirect uit te keren in de vorm van een faciliterende organisatie, die de risico's en rompslomp van de ondernemer (deels) op zich neemt.
- Ondernemers hebben zelf geen baat bij *zero emission*-voertuigen. Als de gemeente dit wenselijk acht, zal de financiering hiervoor ook van de gemeente moeten komen.
- Bemobi kan een rol spelen in het terugdringen van de werkloosheid in de stad. Wanneer deze doelgroep als ondernemer wordt aangesproken, is extra aandacht nodig voor opleiding, werving, selectie en evaluatie van de ondernemers die participeren in bovengenoemde faciliterende organisatie.
- Fasering is cruciaal. We adviseren te beginnen met een pilot in één of een paar wijken, die bedoeld is om met vallen en opstaan te leren hoe Bemobi kan functioneren. Daarna kan besloten worden om het grootschaliger in te stad te introduceren, waarbij met name tijdens de ingroeiperiode van twee tot vijf jaar de faciliterende organisatie een belangrijke rol speelt.
- Naarmate de rol van de faciliterende organisatie kleiner wordt, wordt het belangrijker om de plannen van ondernemers te toetsen op wenselijkheid en haalbaarheid. Een toetsingskader is hierbij onontbeerlijk. Stel tegelijk niet te veel harde eisen, maar beoordeel de ondernemer liever in een persoonlijk gesprek.

7 Conclusies en aanbevelingen

7.1 Conclusies – marktkansen voor Bemobi

De eerste centrale vraag van deze verkennende studie luidt: *zijn er marktkansen voor Bemobi in Rotterdam?* Deze vraag beantwoorden we met een ‘ja, maar...’. Er is markt, maar er zijn ook de nodige valkuilen.

Bemobi en de markt

Bemobi leent zich met name op verschillende nichemarkten: over korte afstanden binnen de wijk als alternatief voor lopen of fietsen, of als voor- of natransport voor auto of OV.

We zien vijf concrete marktkansen voor Bemobi:

- **Wijk-Bemobi:** korte afstanden binnen de eigen wijk: naar de supermarkt, naar kennissen, naar de metro- of tramhalte. Doelgroepen zijn met name mensen voor wie lopen of fietsen geen optie is: ouderen, ouders met kinderen.
- **Pendel-Bemobi:** Bemobi als natransport na het verbindend OV en de auto. Dit laatste gaat met name spelen als de parkeerdruk in het centrum toeneemt, als gevolg van de verdichtingsopgave van 56.000 woningen.
- **BOB-Bemobi:** na het stappen op een leuke en betaalbare manier naar huis.
- **Evenementen-Bemobi:** inzet van Bemobi bij specifieke, grootschalige evenementen.

De wijk-Bemobi is hierbij de meest kansrijke. Het maximale marktpotentieel schatten we in op enkele tienduizenden ritten per dag, oplopend tot ruim 100.000 in het optimistisch scenario. Hiermee is er markt is voor enkele honderden Bemobi's in de stad. Maar dit is een maximum, en het bereiken daarvan gaat zeker niet vanzelf.

Bemobi en zichtbaarheid in de wijk

‘Beschikbaarheid’ is het belangrijkste kwaliteitscriterium om de markt aan te spreken. Als Bemobi zichtbaar op straat aanwezig is, en je een voertuig à la minute aan kunt houden, is de doelgroep significant groter dan wanneer je vooraf moet bellen. Zo zal iemand die normaal fietst bij regen misschien een Bemobi aanhouden, maar hij zal er geen gaan reserveren.

Dit heeft twee belangrijke consequenties:

- In een wijk waar slechts markt is voor een handvol Bemobi's zal de beschikbaarheid te laag liggen, waardoor het product in deze wijken waarschijnlijk nooit zal aanslaan. Dit beperkt het aantal wijken waar Bemobi kansrijk kan zijn, en daarmee de kans om het maximale marktpotentieel daadwerkelijk te bereiken.
- Om Bemobi tot een succes te maken zal in de aanloopfase sprake zijn van overaanbod en dus een verliesgevende exploitatie. Deze tekorten zullen moeten worden afgedekt.

Om deze redenen stellen we dat Bemobi de hoogste slagingskans heeft als het product in de beginfase in één of een handvol kansrijke wijken wordt uitgerold, zodat hier vanaf het begin een groot aanbod van Bemobi's kan bestaan.

Bemobi en imago

Uitstraling en imago zijn ook van groot belang. Vanuit de markt is er behoefte aan differentiatie: de wijk-Bemobi heeft bij voorkeur een wijkeigen uitstraling, de Bemobi voor werk een trendy 'yuppen'-uitstraling. Vanuit het oogpunt van de ondernemer zou je echter de vier markten willen combineren in één product. In de opstartfase is het daarom wellicht beter als er één herkenbaar Bemobi-product is. Je kunt als ondernemer iedereen aanspreken en daardoor zo snel mogelijk tot een klantengroep komen waarmee hij of zij de hele dag door een min of meer continue stroom gebruikers heeft.

Bemobi en ondernemers

Bemobi biedt kansen om ondernemerschap te stimuleren. Maar dat gaat niet vanzelf, zeker niet het gaat om kansarme en laaggeschoolde jongeren. Regelgeving is complex, en de risico's bij de aanschaf van een voertuig zijn groot. Het gaat alleen werken als er barrières worden weggenomen.

Het is zeer lastig om een sluitende business case te krijgen voor ondernemers. Alleen wanneer de ondernemer slim markten aanboort, en wellicht ook andere producten aanbiedt (boodschappenservice, etc.), kan hij uit de rode cijfers komen. In de aanloopperiode, waarin nog niet het volledige marktpotentieel bereikt is, is het vrijwel onmogelijk de business case sluitend te krijgen.

Daarom is tijdens de opstartperiode een overheidsbijdrage nodig. Tegelijk is het onwenselijk om de ondernemers een rechtstreekse overheidsbijdrage te geven: dit gaat ten koste van het ondernemerschap en daarmee van de creativiteit.

Een oplossing hiervoor kan liggen in het subsidiëren van de faciliteiten die de ondernemers wordt aangeboden, bijvoorbeeld door de voertuigen – zeker in de opstartfase – onder kostprijs aan te bieden. Dit kan enerzijds door geldstromen voor werkgelegenheid aan te boren, of door gebruik te maken van geldstromen voor mobiliteit (de Brede Doeluitkering). Een belangrijk aandachtspunt hierbij is de continuïteit: een ondernemer moet er van op aan kunnen dat hij zijn bedrijf niet van het ene jaar op het andere moet stopzetten als de geldstromen opdrogen. Een aandachtspunt is te voorkomen dat de overheidsbijdrage wordt gekenmerkt als concurrentievervalsing of staatssteun.

Bemobi en duurzaamheid

Bemobi zal niet van vandaag op morgen leiden tot een grote CO₂-reductie: het concurreert vooral met lopen, fietsen of bestaand OV. Uitzondering vormt de P+R-Bemobi, die direct het autoverkeer in het centrum reduceert.

Er is wel een langetermijneffect: door Bemobi blijft een urban lifestyle zonder eigen auto aantrekkelijk. Als er voldoende 'alternatief' mobiliteitsaanbod is (fietsvoorzieningen, OV, deelauto, Bemobi, etcetera) zal dit op termijn wel tot een modal shift leiden, zeker wanneer de congestie in de stad groeit en autobezit steeds minder aantrekkelijk wordt.

Er zijn diverse mogelijkheden om Bemobi als *zero emission* uit te voeren. Elektrische voertuigen zijn het meest kansrijk. Hiervoor zijn wel extra overheidsmiddelen benodigd.

7.2 Aanbevelingen – Bemobi faciliteren en stimuleren

De tweede centrale vraag van dit onderzoek betreft: *‘wat kan de gemeente Rotterdam doen om ondernemerschap met Bemobi-systemen te faciliteren en te stimuleren?’*. Deze vraag beantwoorden we in de volgende aanbevelingen:

- Denk niet te lichtvaardig over de slagingskansen van Bemobi. Er is potentie, maar het is niet gemakkelijk. Kom goed beslagen ten ijs, met voldoende kennis van de potentiële klanten én ondernemers. Maak gebruik van bestaande kennis bij andere partijen, zoals Pact op Zuid of Stadsparkeerplein Leiden.
- Richt een faciliterende organisatie op die ondernemers selecteert, opleidt en begeleidt. Deze organisatie richt zich op:
 - wegnemen juridische complexiteit (administratie, toelating voertuigen, etc.)
 - het aanbieden van voertuigen (huur / lease). De ondernemers hebben daardoor geen eigen bezit en de risico's die daarbij horen.
- Zorg voor een goede fasering. Start met Bemobi in één of enkele wijken en laat het zich daar bewijzen. Bouw daarna een go-/no-gomoment in. Als het verder wordt uitgerold moet er rekening gehouden worden met een ingroeiperiode van twee tot vijf jaar. Tijdens deze periode kan de faciliterende organisatie langzaam worden afgebouwd. Of deze helemaal kan verdwijnen zal in de praktijk moeten blijken.
- Naarmate de rol van de faciliterende organisatie kleiner wordt, wordt het belangrijker om de plannen van ondernemers te toetsen op wenselijkheid en haalbaarheid. Een toetsingskader is hierbij onontbeerlijk. Stel tegelijk niet te veel harde eisen, maar beoordeel de ondernemer liever in een persoonlijk gesprek.
- Wees bereid om te investeren in Bemobi. De overheidsbijdrage die nodig is om het exploitatiegat te dichten stroomt naar de faciliterende organisatie. Daarmee behoudt de overheid grip op de kwaliteit van Bemobi (bijvoorbeeld milieuvriendelijke voertuigen), zonder voor ondernemers extra barrières op te werpen.
- Laat de overheidsbijdrage een continue bedrag zijn. Kortlopende subsidieregelingen werpen extra risico's op. De meeste continuïteit kan bereikt worden door de bijdrage onderdeel te maken van het totale mobiliteitsbudget van de gemeente / Stadsregio: de BDU. Dit werkt als Bemobi ook onderdeel wordt van het beleid.
- Vervolgstappen om Bemobi tot een succes te maken:
 - Nader onderzoek naar de kansen van Bemobi, gericht op de wijken die in deze rapportage als kansrijk zijn aangeduid. Onderzoek het mobiliteitspatroon in die wijken en het potentieel voor ondernemerschap.
 - Selecteer één of twee wijken voor een proef. Start de faciliterende organisatie, koop een aantal voertuigen en stel die ter beschikking. Zorg voor goede begeleiding en monitoring.
 - Indien er voldoende groei is kan er vervolgens een *go* gegeven worden voor verdere uitrol.

Be free, be mobile!



Bijlagen

A. Kansen voor Bemobi: analyse van reismotieven en doelgroepen

Een uitgebreidere versie van de analyse van reismotieven en doelgroepen is als separaat document bijgevoegd.

B. Selectie kansrijke wijken

In onderstaande tabel is weergegeven hoe de verschillende wijken scoren op de in hoofdstuk vier genoemde criteria dichtheid en autobezit. Beide criteria hebben we gescoord op een schaal van 1 tot 10, waarbij de beste wijk (hoogste dichtheid resp. laagste autobezit) een tien scoort en de overige wijken een score naar rato krijgen. Vervolgens hebben we beide scores gemiddeld.

	Inwoners	Oppervl	Dichtheid	% autobezit	% alloctone	Punten		Gemiddelde
						Dichtheid	Autobezit	
Afrikaanderwijk	9314	48	19404	0,4	6%	10,0	10	10,0
Bospolder	6892	38	18137	0,5	10%	9,3	9	9,2
Tussendijken	6300	37	17027	0,4	13%	8,8	10	9,4
Oude Noorden	16746	101	16580	0,5	8%	8,5	9	8,8
Bergpolder	7450	45	16556	0,5	13%	8,5	9	8,8
Bloemhof	13196	80	16495	0,5	7%	8,5	9	8,8
Oud-Crooswijk	7924	49	16171	0,5	9%	8,3	9	8,7
Spangen	9515	59	16127	0,5	23%	8,3	9	8,7
Oude Westen	9504	59	16108	0,4	11%	8,3	10	9,2
Carnisse	9960	62	16065	0,5	17%	8,3	9	8,6
Middelland	11053	70	15790	0,5	12%	8,1	9	8,6
Nieuwe Westen	18721	122	15345	0,5	12%	7,9	9	8,5
Delfshaven	6167	41	15041	0,4	13%	7,8	10	8,9
Rubroek	7816	52	15031	0,4	7%	7,7	10	8,9
Provenierswijk	4421	30	14737	0,4	7%	7,6	10	8,8
Kralingen-West	15386	105	14653	0,5	9%	7,6	9	8,3
Noordereiland	3283	25	13132	0,6	13%	6,8	8	7,4
Liskwartier	7341	57	12879	0,5	9%	6,6	9	7,8
Tarwewijk	10799	84	12856	0,5	10%	6,6	9	7,8
Hillesluis	10642	90	11824	0,5	13%	6,1	9	7,5
Feijenoord	7422	63	11781	0,5	12%	6,1	9	7,5
's-Gravenland	8521	74	11515	1	16%	5,9	4	5,0
Agniesebuurt	4074	36	11317	0,5	6%	5,8	9	7,4
Struisenburg	4259	38	11208	0,7	12%	5,8	7	6,4
Kop van Zuid-Entrepot	7640	74	10324	0,6	7%	5,3	8	6,7
Pendrecht	11895	123	9671	0,5	8%	5,0	9	7,0
Oud-Charlois	12595	135	9330	0,6	11%	4,8	8	6,4
Stadsdriehoek	12429	134	9275	0,8	9%	4,8	6	5,4
Schiemonde	4290	51	8412	0,5	9%	4,3	9	6,7
Beverwaard	12179	149	8174	0,7	14%	4,2	7	5,6
Zevenkamp	16980	213	7972	0,8	14%	4,1	6	5,1
Zuidwijk	12160	153	7948	0,5	8%	4,1	9	6,5
Oud-Mathenesse	6385	82	7787	0,5	10%	4,0	9	6,5
Cool	4211	61	6903	0,4	18%	3,6	10	6,8
Vreewijk	13762	203	6779	0,6	8%	3,5	8	5,7
Katendrecht	3655	56	6527	0,5	10%	3,4	9	6,2
Hillegersberg-Zuid	7627	119	6409	0,9	9%	3,3	5	4,2
Oosterflank	10635	168	6330	0,7	10%	3,3	7	5,1
Prinsenland	10153	171	5937	0,8	10%	3,1	6	4,5
Kleinpolder	7286	125	5829	0,8	10%	3,0	6	4,5
Blijdorp	9296	162	5738	0,6	10%	3,0	8	5,5
Ommoord	24262	438	5539	0,7	11%	2,9	7	4,9
Lombardijen	13115	260	5044	0,6	9%	2,6	8	5,3
Groot-IJsselmonde	26941	578	4661	0,6	13%	2,4	8	5,2
Overschie	6706	147	4562	0,9	9%	2,4	5	3,7
Wielewaal	955	21	4548	0,6	10%	2,3	8	5,2
Hoogvliet-Zuid	21646	480	4510	0,8	7%	2,3	6	4,2
Het Lage Land	9632	214	4501	0,7	9%	2,3	7	4,7
Zuidplein	1068	26	4108	0,5	20%	2,1	9	5,6
Kop van Zuid	1041	26	4004	0,7	13%	2,1	7	4,5
Heijplaat	1610	41	3927	0,7	12%	2,0	7	4,5
Hillegersberg-Noord	7035	188	3742	0,8	9%	1,9	6	4,0
Molenlaankwartier	7549	203	3719	1,1	8%	1,9	3	2,5
Kralingen-Oost	6691	202	3312	0,9	12%	1,7	5	3,4
Schiebroek	15161	487	3113	0,7	8%	1,6	7	4,3
Pernis	4737	160	2961	0,9	17%	1,5	5	3,3
Oud-IJsselmonde	5751	196	2934	1	7%	1,5	4	2,8
Hoogvliet-Noord	13264	502	2642	0,8	19%	1,4	6	3,7
De Esch	4352	169	2575	0,8	9%	1,3	6	3,7
Nieuw-Crooswijk	2667	104	2564	0,6	10%	1,3	8	4,7
Dorp	8187	326	2511	0,9	10%	1,3	5	3,1
C.S. Kwartier	972	39	2492	0,5	10%	1,3	9	5,1
Terbregge	3474	179	1941	1,1	9%	1,0	3	2,0
Nesseland	7336	398	1843	1,1	6%	0,9	3	2,0
Nieuwe Werk	1274	70	1820	1	9%	0,9	4	2,5
Dijkzicht	640	49	1306	0,5	13%	0,7	9	4,8
Kralingseveer	1706	203	840	0,9	9%	0,4	5	2,7
Strand en Duin	1145	370	309	1,4	8%	0,2	0	0,1
Zuiderpark	1250	499	251	1	14%	0,1	4	2,1
Zestienhoven	885	573	154	1,2	10%	0,1	2	1,0

C. Interviewverslag Chris Verplancke

Geschiedenis

13 jaar geleden hebben drie ondernemers uit de binnenstad van Leiden zich verenigd in een stichting (non-profit) waarmee zij, op één van de weinige lege locaties aan de rand van de binnenstad, een P+R opzetten om klanten (bezoekers van de binnenstad) met busjes gratis naar de bestemming (tot de 'voordeur') te brengen. Het gaat om afstanden van gemiddeld 700 meter. Als klant betaal je voor het parkeren, het vervoer van en naar het centrum is gratis.

De aanleiding: de bereikbaarheid van de binnenstad nam zoveel af (door stringent parkeerbeleid van de gemeente, zonder goed alternatief, in de ogen van de ondernemers) dat zij zelf naar een oplossing hebben gezocht.

De stichting draait onder de bezielende hoede van Chris Verplancke met personeel dat er kan werken door diverse werkgelegenheidssubsidies, door gratis publiciteit en low profile bedrijfsvoering. Bovendien zoekt de ondernemer niches op, zoals TukTuk's, steps en vervoer voor partijen, die helpen om eind het van het jaar een positief saldo op de rekening over te houden.

Nieuwe type onderneming valt tussen wal en schip

Een P+R is in principe nooit kostendekkend te krijgen en brengt een groot risico met zich mee. Een continue risico, omdat het benutten van tijdelijke niet-vervoegerelateerde subsidies de enige manier is om het toch kostendekkend te krijgen. Deze subsidies kunnen bij het draaien van politieke wind weer verdwijnen, waardoor het risico groot is dat de P+R verdwijnt.

Er is geen wetgevend kader voor particuliere P+R. Daardoor valt de onderneming keer op keer tussen wal en schip. Het moet tenslotte passen onder een bepaalde wet en met enig gekunstel lukt het de wetgever ook. Voor de ondernemer is het moeilijk daarop te anticiperen. Chris Verplancke noemt als voorbeeld de verzekering van zijn personeel: nu blijkt dat zijn personeel onder de taxi-CAO valt, moet hij tonnen extra betalen aan de verzekeringsmaatschappij. Terwijl het de vraag is of het een taxibedrijf is: hij vervoert mensen van P+R tot de deur van de gewenste bestemming en vice versa, maar wel gratis. Is hij daarmee een OV-bedrijf of taxibedrijf? Of past zijn onderneming in geen van beide categorieën?

Geen steun vanuit overheid, tegenwerking door de markt

Behalve het ontbreken van een wettelijk kader was de steun vanuit de gemeente in de beginjaren minimaal. Op dit moment is de gemeente Leiden blij, omdat Stadsparkeerplan een deel van het bereikbaarheidsprobleem oplost. De reactie is echter dat de gemeente leunt op de kracht van Stadsparkeerplan en daarom nog meer parkeerplaatsen uit het centrum verwijderd. Van steun van het Stadsparkeerplan is nog geen spraken.

Bovendien is Stadsparkeerplan sterk afhankelijk van de eigenaren van de terreinen waar het gebruik van maakt. P+R Haagweg, waar het begon, was twee keer zo groot. Na een

conflict, dat voor de rechter uitgevochten is, heeft Stadsparkerplan de helft van het terrein terug moeten geven aan NS Vastgoed. Daarnaast is ook de P+R bij de Groenordhallen sterk ingekrompen en is de P+R bij Leiden Lammenschans tijdelijk verdwenen vanwege de bouw van een ROC. Stadsparkerplan springt dus in op de kansen die er zijn, maar deze kansen blijken van korte duur en vragen daardoor veel flexibiliteit van de stichting.

Voorwaarden voor perspectiefrijk ondernemerschap

- Verdiep je in de markt: Welke doelgroepen kun je aanspreken? Op welke locatie en relatie? Wat is het bijpassende vervoerproduct? De overheid kan een marktonderzoek doen, maar kent die de markt wel? Als je als ondernemer de markt kent, kun je er snel op inspelen en je hoofd op zijn minst boven water houden.
- Laat jezelf zien. Herkenbaarheid en vindbaarheid zijn belangrijk om de groei naar de minimale ondernemingsgrootte te kunnen maken. Dit strekt van een goede website tot gratis publiciteit in de krant.
- Maak de nieuwe markt onderdeel van je verkeer en vervoerbeleid en wees daar in consistent. Bedenk waar je geld in investeert en wie wel financiële prikkel krijgt. Steek bijvoorbeeld parkeerinkomsten in het dichten van het exploitatiegat van de P+R-ondernemer.