
Gebouw Y-point
Van Diemenstraat 230
1013 CP Amsterdam

T 020 423 13 23
F 084 221 7006

E info@inno-V.nl
I www.inno-V.nl



DENKEN, DOEN en LATEN

Geef iedereen die er een wil een gratis OV-chipkaart

Komt het nog goed met de OV-chipkaart? Waarschijnlijk wel, maar niet vanzelf. De planningen worden niet gehaald, er zijn technische problemen, er is rumoer over privacy en nieuwe tarieven en de gebruikersvriendelijkheid laat te wensen over. Dit spoort niet met de pr-boodschap 'zo gemakkelijk als water uit de kraan'. Het wordt tijd dat de ov-sector ingrijpt.

Auteurs Eric Trel, David Eerdmans en Twan Laan (inno-V) en Joep ten Brink (Klant Centraal)

Keer op keer wordt de invoering van de OV-chipkaart uitgesteld. Dat geeft natuurlijk te denken. Steeds zijn het bestuurders van ov-bedrijven en politici die wensdata noemen, zonder rekening te houden met de complexiteit van het project. Politieke correctheid en het feit dat niemand de zwartepiet wil, zorgen ervoor dat streefdata een eigen leven leiden, totdat vanzelf blijkt dat ze onhaalbaar zijn. Dat wekt de indruk dat het project niet deugt, ook al heeft dit mechanisme niets met het project zelf te maken.

In politiek Den Haag was het huis te klein toen bleek dat de chip te kraken is. Terwijl dezelfde chip in miljoenen pasjes over de hele wereld wordt gebruikt. Een 100 procent veilige chip bestaat nu eenmaal niet. Er is sprake van een continue wedloop waarin elke nieuwe chip binnen twee jaar wordt gekraakt. In het geval van de OV-chipkaart is dat niet erg. Het financiële risico voor de reiziger is zeer gering en voor criminelen is een OV-chipkaart zakelijk gezien nauwelijks interessant. De hype in media, politiek en wetenschap woei pas over toen een parlementaire delegatie Londen had bezocht, waar bleek dat er geen problemen bestaan met de chip.

Overigens doen zich wel degelijk technische problemen voor die de reiziger raken. Sommige poortjes werken niet goed, en sommige transacties worden niet goed verwerkt. Dat is niet vreemd. Het project bevindt zich nog in de testfase en zulke problemen zijn bij een project van dergelijke omvang en complexiteit volkomen normaal. Wat wel verontrust is de druk om toch zo snel mogelijk het systeem uit te rollen. In wiens belang is dat? In ieder geval niet in het belang van de reiziger. Vanuit de reiziger gezien zou het motto moeten zijn: vanaf dag één werkt alles goed. Als je dat serieus neemt, ga je pas uitrollen als 99,9 procent van de transacties correct worden verwerkt.

Onderzoek

In de ov-branche zegt iedereen dat de reiziger centraal staat en dagelijks bewijzen we het tegendeel, ook in het geval van de chipkaart. Dat was de reden voor OV-Ambassadeur Jeltje van Nieuwenhoven om inno-V onderzoek te laten doen naar de OV-chipkaart vanuit het perspectief van de reiziger. In het rapport 'De OV-chipkaart, de Reiziger en het Vertrouwen' (april 2008) staan onder meer de volgende aanbevelingen:

- geef de reiziger een 'geen-gezeur-garantie'
- zorg dat de OV-chipkaart zich aan de reiziger presenteert als één uniform, eenvoudig en goed toegankelijk systeem
- Heroverweeg het invoeringstraject, doseer de veranderingen en neem daarbij de acceptatie door de reiziger als uitgangspunt
- Verleid de reiziger, maak de OV-chipkaart aantrekkelijk
- Zorg voor een heldere en eenduidige verantwoordelijkheidsstelling en een krachtigere coördinatie op alle niveaus

Deze aanbevelingen zijn overgenomen door de OV-Ambassadeur. Voor alle duidelijkheid de rest van dit artikel is geheel voor rekening van inno-V en KlantCentraal.

De centrale boodschap is dus: verleid de reiziger, maak het aantrekkelijk om op de OV-chipkaart over te stappen. Maar wie moet dat doen? De roep om overheidsingrijpen is voorspelbaar, maar ons inziens is het de branche die de handen ineen moet slaan en veel krachtiger zelf de regie ter hand moet nemen. Simpele zaken als duidelijke garanties en zorgen dat de verkoop- en oplaadapparaten in Amsterdam en Rotterdam dezelfde interface hebben, moet de branche toch echt zelf oplossen.

Vijf veranderingen

Het ligt minder eenvoudig als het gaat om het overgangsregime en om de tariefstructuur. De verantwoordelijkheden zijn hier gespreid en deels onduidelijk. Reizigers worden bij de invoering van de OV-chipkaart met vijf veranderingen tegelijk geconfronteerd: er komen toegangspoortjes bij trein en metro, een chipkaart vervangt de strippenkaart, het kilometertarief komt in plaats van de zones, landelijke tarieven gaan regionaal verschillen en de vervoerders beschikken ineens over jouw reisgegevens. Dat is verwarrend.

Vooraf de wijziging van de tariefstructuur roept veel discussie op. Net als bij belastinghervormingen en Prinsjesdag staan politici en belangengroepen klaar om te eisen dat niemand er op achteruit gaat. Maar als je een verspringend zonetarief vervangt door een geleidelijk kilometertarief en je houdt het gemiddelde tariefniveau gelijk, dan gaat pakweg de helft van de reizigers er op vooruit en de helft er op achteruit. Als je daadwerkelijk wilt zorgen dat niemand er op achteruit gaat dan dalen de inkomsten fors; een last die de vervoerders noch de decentrale overheden kunnen of willen dragen.

Blijft het feit dat het voor de reizigers die er op achteruit gaan niet aantrekkelijk is om op de chipkaart over te stappen. Dat is natuurlijk gek. Moeten we de helft van de reizigers gaan dwingen om de overstap te maken? Of moeten we tot in lengte van dagen met twee tariefsystemen blijven werken?

Vrijwillig overstappen

De oplossing ligt in het verleiden van de reiziger. Laat de strippenkaart en de OV-chipkaart voorlopig naast elkaar bestaan, en maak de overstap op de OV-chipkaart zo aantrekkelijk dat het overgrote deel van de reizigers vrijwillig overstapt. Dan is het moment gekomen om de strippenkaart 'uit te zetten'.

Het massaal overhalen van de reizigers kan op twee manieren. Beide opties kennen hun voor- en nadelen. De ene optie is om voorlopig vast te houden aan het zonetarief. Je hebt dan de strippenkaart verchipt en niemand gaat er op vooruit of achteruit. Enig verschil is dat de reiziger zich niet meer hoeft te verdiepen in zones en strippen, dat doet de kaart automatisch. Het nadeel is dat niet alle mogelijkheden van de nieuwe kaart meteen worden benut en dat de overgang naar een geleidelijk kilometertarief wordt doorgeschoven naar de toekomst.

De andere optie is om stapsgewijs de tarieven op zowel strippenkaart als chipkaart te verhogen en alleen op de chipkaart aantrekkelijke kortingen te geven. Deze methode wordt met succes in Londen toegepast, waar een groot deel van de reizigers al vrijwillig op de chipkaart is overgestapt. Ook aan deze optie kleven nadelen. Er moeten tariefverhogingen worden doorgevoerd die fors zijn dan de gebruikelijke stijgingen van een paar procent. Wie durft dat te beslissen? De tarieven zijn een zaak van 19 ov-autoriteiten. Dat maakt de besluitvorming hierover complex en gevoelig voor politieke en maatschappelijke druk.

Krachtige aanpak

Welke keuze er ook gemaakt wordt, er is behoefte aan een heldere verleidingsstrategie en een krachtige aanpak. Daar ontbreekt het nu aan. De OV-chipkaart lijdt aan stuurloosheid, aan het onvermogen om het project integraal aan te sturen. Ondertussen modderen we door. De duale fase gaat op deze wijze lang duren en veel geld kosten. Met twee in plaats van één kaartsysteem werken kost de branche per jaar ongeveer 50 miljoen euro extra en de invoering in heel Nederland gaat zeker nog enkele jaren duren.

Een andere manier om de reizigers te verleiden is door het gratis uitgeven van OV-chipkaarten. Waarom zou iemand € 7,50 neertellen voor een kaart waarmee je pas over enkele jaren van alle voordelen kan genieten? Bankpassen of bonuskaarten worden niet voor niets kosteloos verstrekt. Een gratis OV-chipkaart is een uitgelezen kans om automobilisten te verleiden het openbaar vervoer eens uit te proberen. Geef iedereen die daar om vraagt een OV-chipkaart. Tien miljoen kaarten? Dat kost waarschijnlijk minder dan een jaar langer met twee kaartsystemen werken en lijkt ons een zinvolle maatschappelijke investering. Het rijk en de regionale overheden zouden hier een bijdrage aan kunnen leveren, op voorwaarde dat de ov-branche zorgt voor één slagvaardige projectorganisatie. Als je bereid bent om heilige huisjes ter discussie te stellen en het voor reizigers echt aantrekkelijk te maken, dan hoeft de duale fase niet lang te duren.