

Inhoud en context

Om files op de snelwegen tussen Schiphol, Amsterdam en Almere te verminderen, verbreedt Rijkswaterstaat de A1, A6, A9 en A10. De komende jaren gaat de A9 Badhoevedorp - Holendrecht in uitvoering. Deze werkzaamheden gaan gepaard met hinder. In diezelfde periode krijgt de weggebruiker ook te maken met grootschalige werkzaamheden aan de zuidkant van Amsterdam, de Zuidasdok. Op de A10 Zuid verbreedt het aantal rijstroken, verdwijnt de snelweg onder de grond en komt er op het dak van de tunnel een volledig vernieuwd station. Ook dit project levert hinder op.

Behoefte Rijkswaterstaat

Komende jaren krijgen reizigers op en rondom de A9 en A10 Zuid te maken met verkeershinder op de weg en het spoor. Omdat beide projecten tegelijk in uitvoering gaan, slaan de projecten SAA en Zuidasdok de handen ineen om samen wat extra's te doen in de communicatie met weggebruikers. Daarbij is de wens om reizigers zo goed mogelijk te informeren over wat er gebeurt, en te zorgen dat ze slimme keuzes kunnen maken. Op die manier hopen de projecten de bereikbaarheid te bevorderen, en een verschuiving te stimuleren van de manier van reizen. Zodat reizigers die altijd gebruikmaken van de auto (in de spits) anders gaan reizen, bijvoorbeeld door met het ov of de fiets te gaan, buiten de spits te reizen of niet te reizen.

Gepersonaliseerde reisinformatie

Om die verschuiving in reizen te stimuleren, zijn goed geïnformeerde reizigers nodig die bewust wel of niet de spits/hinder in stappen. Als de hinderbeleving vermindert, zijn reizigers niet verrast als ze in extra drukte terechtkomen. Directe communicatie is daarbij volgens beide projecten van belang, met persoonlijk reisadvies en vanuit een projectoverstijgende afzender. Bij voorkeur door gebruik te maken van toekomstbestendige technologieën, vanwege de kansen die beide projecten daarin zien. Uitgangspunt daarbij is dat het aanvullend moet zijn op wat beide projecten nu al inzetten qua communicatie. Zo wordt momenteel al actuele verkeersinformatie gegeven via Rijkswaterstaatverkeersinformatie, maar nog geen *gepersonaliseerde* verkeersinformatie. Juist dat laatste vormt een aanvulling op de huidige communicatie en verkeersmanagement van beide projecten.

Presentatie

Uitgebreide uiteenzetting van de wensen en randvoorwaarden op het gebied van digitale communicatietechnieken, vindt u in de presentatie, sheets 26, 27, 28 en 29. Tijdens de informatiebijeenkomst is ook in detail uitleg gegeven over de te verrichten werkzaamheden en te verwachten hinder. De presentatie van de bijeenkomst vindt u in de bijlage.

Respons

De belangstelling voor deze informatiebijeenkomst was groot. Hetzelfde geldt voor de diversiteit aan aanwezige marktpartijen. Vertegenwoordigers van onder meer communicatiebureau's, app- en webbouwers, ontwerp bureau's, aannemers, telefoniebedrijven, dataspecialisten, kaartenmakers en chatbotprofessionals sloten zich aan. In totaal schreven 29 marktpartijen zich in voor de bijeenkomst. De partijen die interesse hebben in een individueel vervolgesprek kunnen zich hiervoor tot uiterlijk woensdag 30 mei 2018 inschrijven. Deze gesprekken worden binnenkort ingepland. Deze gesprekken hebben een vrijblijvend, informerend, verdiepend en verkennend karakter.

Vragen en antwoorden

Vraag: Welke planning volgt Rijkswaterstaat ná deze bijeenkomst?

Antwoord: Na deze informatiebijeenkomst worden de individuele gesprekken zo snel mogelijk, bij voorkeur binnen twee weken, gepland met geïnteresseerde partijen over wat wij willen en de partijen kunnen bieden. Hieruit volgt mogelijk een uitvraag voor in eerste instantie een pilotproject, waarin Rijkswaterstaat bij voorkeur wil toewerken naar iets structureels. De start van het pilotproject is waarschijnlijk begin 2019, maar dit is een richtinggevende planning.

Vraag: Staat het gebruik en toepassen van social media vast of staat dat nog ter discussie?

Antwoord: Dit kan nog ter discussie staan, maar we hebben ons er wel bewust op gericht. Omdat we merken dat we andere doelgroepen bereiken dan de groepen die we nu met de huidige traditionele kanalen bereiken. We willen geen tijd kwijt zijn aan het opbouwen van een groep volgers. Liever maken we gebruik van bestaande netwerken, zodat we niet van begin af aan hoeven te beginnen maar direct starten met een groot relevant bereik en publiek. Maar als jullie ervan overtuigd zijn dat sociale media niet de beste weg is, horen we dat graag tijdens de individuele gesprekken.

Vraag: Komt de data van wegwerkzaamheden beschikbaar in SPIN? Zijn de systemen van ProRail en Rijkswaterstaat gekoppeld?

Antwoord: Rijkswaterstaat verwerkt alle werkzaamheden in SPIN, maar het bovenliggend wegennet (Rijkswaterstaat) en onderliggend wegennet (provinciale en gemeentelijke wegen) werken met eigen systemen en dit geldt ook voor ProRail. De informatie uit deze systemen is uiteraard beschikbaar tijdens de mogelijke uitvraag c.q. aanbesteding.

Vraag: Zijn er plannen om mensen de spits te laten vermijden, bijvoorbeeld met een spitsmijdenproject?

Antwoord: De projecten SAA en Zuidasdok zijn niet voornemens om een spitsmijdenproject te starten waarbij mensen bijvoorbeeld beloond worden voor het mijden van de spits. Wel willen zij zich in de communicatie richten op het mijden van de spits.

Vraag: Zijn er al gesprekken met NS en Connexxion om de datasystemen te koppelen?

Antwoord: Deze gesprekken zijn nog niet gaande, maar volgen nog wel.

Vraag: Waarom is Talking Traffic hier niet bij betrokken?

Antwoord: Met Talking Traffic zijn gesprekken gaande.

Vraag: Waarom is Socrates, dat gaat over het uitwisselen van data, hierin niet betrokken? En zijn er contacten met Amsterdam Smart City?

Antwoord: Gesprekken zijn er nog niet, maar gaan wij op korte termijn aan.

Vraag: Tot wanneer kunnen marktpartijen zich aanmelden voor de individuele dialooggesprekken?

Antwoord: Daar zijn nog geen harde data voor, maar die zullen we nog rondsturen aan de aanwezigen en hierover communiceren op TenderNed.

Vraag: Jullie geven aan dat voor de Zuidasdok het doel is om 3000 auto's van de weg te halen uit de spits. Hebben jullie al een idee waar het met deze pilot

naartoe gaat?

Antwoord: Voor de pilot hebben we geen aantallen, omdat we nog niet precies duidelijk hebben wat we gaan uitvragen. Dan kunnen we ook pas gaan toewerken naar bijvoorbeeld doelstellingen.

Vraag: Is het een uitvraag op basis van inzet/inspanning of op basis van prestatie?

Antwoord: Dat is één van de onderwerpen die we met de marktpartijen willen bespreken. Voor de opdrachtgever heeft het de voorkeur om een prestatie te vragen, maar als een inspanning er beter bij past, zou dat ook kunnen.

Vraag: Moet je je eigen prestatie monitoren als onderdeel van het project?

Antwoord: Dat staat nog niet vast, maar dit is een mooi voorstel.

Vraag: Zitten/zaten digitale communicatietechnieken ook in de uitvraag naar de aannemers als onderdeel van de EMVI?

Antwoord: Nee, bij beide projecten zit dat niet in de uitvraag.

Vraag: Denken jullie aan één uitvraag met één bidder, of meerdere uitvragen met meerdere bidders?

Antwoord: Dat is op dit moment nog niet bekend.

Vraag: Gaat de partij die de pilot wint ook het vervolg/de structurele inzet van digitale communicatietechnieken doen?

Antwoord: Dat is nog niet bepaald, maar dat is wel het idee. Als de pilot succesvol is, gaan we bij voorkeur met deze partij(en) door.

Vraag: Bij SAA hebben jullie ervaring opgedaan met partijen die zich hiermee bezighouden, maar blijkbaar ziet Rijkswaterstaat meer mogelijkheden.

Antwoord: Bij projecten met een looptijd van 10 jaar kom je er niet met alleen digitale communicatietechnieken bij hinderpieken. Dan moet er iets structureels komen.

Vraag: Moet je niet ook op andere manieren anders reizen stimuleren?

Bijvoorbeeld met de bedrijven uit de omgeving samenwerken om mensen anders te laten reizen - en dus niet alleen een technische oplossing zoeken?

Antwoord: Ja, en dat wordt ook gedaan. Zo hebben een aantal grote werkgevers in Zuidas, de gemeente Amsterdam en ondernemersvereniging ORAM een overeenkomst afgesloten over het slimmer inkopen van mobiliteit. Daarnaast doen we op verschillende vlakken relaties en contacten op.

Vraag: Is er een scheidslijn, waarbij een deel door de markt gedaan wordt en een deel door de overheid?

Antwoord: Er bestaan verschillende communicatiemiddelen van verschillende partijen, maar dus allemaal versnipperd. Het zou mooi zijn als we via interactie met weggebruikers een grotere doelgroep kunnen bereiken. Met alleen een communicatiestrategie komen we er in dit geval niet, we hebben technologische handigheden nodig om verschillende doelgroepen écht te bereiken.

Vraag: Zit de focus op persoonlijke reisinformatie?

Antwoord: Ja, want het moet aanvullend zijn op de huidige werkwijze en middelen. We willen niet dat er weer iets extra's bij komt met dezelfde informatie.

Dat betekent dus dat we interactie willen kunnen aangaan en niet hoeven door te verwijzen naar andere projecten.

Tot zover.