



Gemeente Zaanstad
Inkoop & subsidies

Stadhuisplein 100
1506 MZ Zaandam
Postbus 2000
1500 GA Zaandam

Telefoon 14 075
www.zaanstad.nl

DATUM: 20-07-2022
ONS KENMERK: 2022-338
BIJLAGE(N)

ONDERWERP: MARKTCONSULTATIEVERSLAG EUROPESE AANBESTEDING STADSPAS

Als voorbereiding op de Europese aanbesteding 'Stadspas Zaanstad' heeft de gemeente Zaanstad een marktconsultatie gehouden. Het doel van deze marktconsultatie was om inzicht te krijgen in de ondernemers die actief zijn op de markt, input te verwerven t.a.v. kwaliteit en prijsinformatie, en informatie op te halen over mogelijke oplossingen die de markt kan bieden. De gemeente Zaanstad zal de verkregen informatie gebruiken bij het bepalen van de aanbestedingsstrategie. In dit marktconsultatieverslag vindt u de vergaarde informatie in algemene zin terug, opdat de verkregen informatie niet te herleiden is naar de marktpartijen die bereid waren de vragen van de gemeente te beantwoorden.

De marktconsultatie bestond uit het stellen van schriftelijke vragen en een reeks mondelinge gesprekken. Er zijn tien reacties ontvangen op de schriftelijke vragenronde en 9 gesprekken gevoerd. De reacties op de vragen worden hieronder per vraag beknopt uiteengezet. Bedrijfsvertrouwelijke informatie wordt niet openbaar gemaakt.

Schriftelijke vragenronde

1. Zou u inschrijven voor de aanbesteding stadspas Zaanstad? Waarom wel, waarom niet? Welke kansen en/of risico's ziet u?

- Er wordt positief gereageerd door de partijen wat betreft de wil om in te schrijven. We zien hier een kans om in samenwerking met de gemeente, lokale ondernemers/aanbieders een instrument neer te zetten dat door iedereen gebruikt kan worden. Uitdaging is om niet meteen alles te willen wat mogelijk is, want dan krijgen we uiteindelijk 'niets' voor elkaar. Maar om het project in de juiste volgorde uit te voeren zodat we het draagvlak op de juiste waarden kunnen laten ontstaan.
- De kansen die wij zien bij het gebruik van een webapp zijn dat de gehele generatie en onderhoud van een fysieke pas vervangen kan worden door een app (naar analogie van de corona app of bijvoorbeeld vele pasjes die via verenigingen uitsluitend digitaal worden uitgegeven (o.a. NGF). Indien u staat op een fysieke pas is die natuurlijk wel te realiseren maar ons inziens niet noodzakelijk.

- Wij zien kansen voor een dienst waarin inwoners en winkeliers, maar ook andere ondernemers, werkgevers, (sport)verenigingen, zwembaden, theaters, restaurants, e.d. in de stad participeren. Daarbij staat de maatschappelijke opgave van participatie voorop, maar zien wij ook kansen om andere maatschappelijke opgaven aan te pakken. Denk aan een app waarin: - Reisgedrag wordt gemeten en gezond en duurzaam reisgedrag wordt beloond (meer fietsen, wandelen, bewegen; Meer reizen buiten de spits of via bepaalde corridors) - Deelname aan sport- of verenigingsactiviteiten wordt gemeten en beloond. Dus niet zomaar korting op het lidmaatschap van de sportvereniging maar een beloning of korting voor iedere keer dat je gaat. - Beloningen of budgetten kunnen worden uitgekeerd in mobiliteit. Te besteden aan ov, ov-fiets of taxivervoer. - Waarin binnenstad bezoek of evenementen kunnen worden gepromoot maar ook gestuurd.
- Jazeker, de gewenste opzet is geheel in lijn met hetgeen we elders (Dordrecht, Rotterdam) al succesvol uitvoeren. Belangrijkste risico is dat het genoemde jaarlijkse beschikbare budget van € 250.000,- te krap is voor een opdracht van deze omvang en ambitieniveau. Een risico dat wij signaleren ziet op het budget voor de opdracht en is tweeledig. Allereerst vinden wij het genoemde jaarlijkse budget aan de behoudende kant.

2. Hoe ziet u dat we de stadspas Zaanstad samen tot een maatschappelijk en financieel succes kunnen maken? D.w.z. dat iedereen graag de Stadspas Zaanstad aan wil schaffen.

- Door aan de pas zoveel mogelijk functionaliteit te koppelen waardoor iedereen de pas wil en kan gebruiken.
- Door van de pas een brede stadspas te maken, die zoals u al omschrijft, voor iedereen beschikbaar kan zijn en kansen biedt, zal de pas een maatschappelijk succes worden. Een financieel succes wordt het voor de lokale economie wanneer wij zoveel mogelijk organisaties (winkels, verenigingen, etc.) mogen aansluiten op het pasprogramma. Regelingen die de gemeente beschikbaar stelt op de pas kunnen lokaal worden besteed.
- Het succes van een stadspas en de mate waarin de doelgroepen, met uitzondering van minima en mantelzorg, bereid zullen zijn tot aanschaf over te gaan, die de stadspas Zaanstad ontvangen deze zullen waarderen, wordt in overgrote mate bepaald door een aantrekkelijk aanbiedingenpakket/kortingsaanbod en de kosten voor aanschaf van de stadspas. Veel (bijna) gratis aanbiedingen waarop vanuit stadspas dus ook vergoed moet worden, zijn een vereiste.
- Wij raden u sterk af om deze marketing communicatie inspanningen bij hetzelfde bureau neer te leggen als de partij die ook de digitale applicatie (backend/front-end) voor u ontwikkelt en exploiteert. Wij zijn van mening dat beide disciplines nauwelijks optimaal te verenigen zijn onder één dak. U zult dan of een niet optimale applicatie krijgen of er zal uiteindelijk niet voldoende focus zijn op de marketing communicatie inspanningen.
- Een succesvolle stadspas draait in onze visie om het bouwen van een aanbod en propositie waardoor iedereen kan én wil participeren. Daarmee bedoelen we naast de minima ook alle inwoners én de MKB-ondernemers. We bouwen aan een van Zaanstad, voor Zaanstad waarbij alle doelgroepen samen het welzijn van de gemeente verbeteren. Een belangrijk element voor de stadspas daarin is de prijs. De prijs van de stadspas te betalen door inwoners en de hoogte van de commissie die we aan ondernemers vragen. Voorgaande zijn de twee voornaamste inkomstenstromen waarmee we de stadspas kunnen ontwikkelen tot een instrument waardoor iedereen in de maatschappij meedoet en mee wil blijven doen.
- Door een inclusieve pas neer te zetten. Toegankelijk voor jong tot oud, rijk tot arm. Uiteraard aantrekkelijk vanwege de prijs/kwaliteit, maar ook omdat de pas appelleert aan meedoen en verbinding.
- De beschikbaarheid van het systeem zien wij als een opgave van de overheid. Echter daarnaast verwachten wij bijdragen van een groot aantal partijen: - Winkeliers in de vorm van kortingen - (Sport)verenigingen, zwembaden, theaters, e.d. in de vorm van promotie voor deelname - Werkgevers in incentives om duurzaamheid en vitaliteit in het woonwerk verkeer te stimuleren - Overheden in budgetten voor specifieke doelgroepen of beleid (participatie van minima, bereikbaarheid, duurzaamheid bij werkgevers, gezondheid en preventie onder inwoners, ...etc. Het succes van een stadspas en de mate waarin niet-minima bereid zullen zijn tot aanschaf over te gaan en andere doelgroepen die de Zaanpas ontvangen deze zullen waarderen, wordt in overgrote mate bepaald door een aantrekkelijk aanbiedingenpakket. Veel (bijna) gratis aanbiedingen waarop vanuit de Zaanpas dus ook vergoed moet worden, zijn een vereiste.
- Voor de gemeente zal het een succes zijn als de voor de betreffende regeling(en) ter beschikking gestelde gelden effectief en doelmatig ingezet worden. Voor de doelgroep zal het betekenen dat er sprake moet zijn van aantrekkelijke voordelen. Goede communicatie over de stadspas is

daarbij heel belangrijk. Daarnaast is het van belang dat het geboden aanbod compleet en voldoende interessant is voor de doelgroep. In dit verband is het ons inziens essentieel dat ook sprake is van aanbod in de vorm van kortingsacties op de pas.

3. Hoe ziet een eenvoudig en veilig proces voor het gebruik van de pas voor de pashouder er volgens u uit?

- Binnen de doelgroep zit er veel verschil tussen mate van digitalisering. Voor iedereen moet er de mogelijkheid zijn om er gebruik van te gaan maken.
- De pashouder heeft een pas en een app, die gekoppeld zijn aan het unieke, beveiligde account van de pashouder, gekoppeld in de beveiligde database aan het cliëntnummer van de gemeente. Pashouder die geen client zijn van de gemeente kunnen zelf een beveiligd account aanmaken. Inlog met DigiD kan desgewenst een mogelijkheid zijn. Men kan inloggen op de klantenportaal op de website van de stadspas met het eigen account.

Voorbeeld:

Het proces ziet er voor het gebruik van de pas voor de pashouder als volgt uit:

- Pashouder vraagt de pas online aan (primaire doelgroepen via DigiD koppeling)
 - De gegevens worden via een beveiligd webservice 'Own Cloud' aangeleverd
- Pashouder ontvangt na goedkeuring/ beoordeling binnen afgesproken termijn de pas online en kan de digitale pas 'downloaden' en bewaren/ opslaan in de 'wallet app' op de smartphone.
- Er wordt gevraagd de digitale pas eenmalig te activeren en te registreren met een tweestapsverificatie, ook wel Security Key genoemd, via het online platform.
- Pashouder kan op aanvraag ook de pas fysiek ontvangen. Deze wordt dan per post aangeboden binnen afgesproken termijn met een begeleidende brief om de pas eenmalig te activeren, via het online platform. Ook hier wordt gebruik gemaakt van een multi-authenticatie.
- Pashouder kan na ontvangst en activatie de pas direct gebruiken.
- Pashouder logt in via de 'Mijn Omgeving' en ziet gelijk de kaartgegevens staan en welke producten en diensten hij/ zij kan afnemen met de pas in de online webshop
- Op de website, via het platform, kan men ook gelijk zien welke aanbieders er meedoen en waar men terecht kan met de pas, zowel fysiek als digitaal.
- Aanbiedingen- en acties worden zichtbaar getoond en gecategoriseerd per doelgroep.
- Pashouder kan met de pas direct online shoppen in de daarvoor bestemde webshop, dat speciaal is ingericht voor pashouders en deelnemers.
- Het is voor de pashouder ook mogelijk om online vouchers te claimen (bestellen) voor gratis entree, korting of overige deals.
- Pashouder plaatst het product in de online winkelwagen en na afronden van de bestelling wordt het bedrag (of punten) afgeboekt van de digitale pas.
- Is het ontvangen tegoed (of punten) niet toereikend, kan de pashouder via 'mollie' betaalmethode het restant bedrag bij betalen.
- Pashouder ontvangt een bestelbevestiging en Track & Trace code.
- Pashouder kan ook fysiek terecht met de pas (digitaal en/ of fysiek) bij aangesloten deelnemers.
- Pashouder laat de pas scannen in de winkel, via de scan app op de smartphone of ander device of 2Dscanner van de aanbieder.
- Aanbieder logt in via pincode en boekt het bedrag af van de pas.
 - Het is ook mogelijk om de pashouder direct te belonen met punten en/ of voucher
- Pashouder kan de pas het hele jaar door blijven gebruiken, ook al is het tegoed niet meer toereikend. Pashouder kan namelijk blijven sparen voor leuke spaaracties, meedoen met leuke winacties, gratis entree bij aangesloten deelnemers en gratis vouchers claimen.
- Aanbieder wordt, volgens afspraak, uitbetaald.

Eenvoudig en veilig aan te vragen via DigiD. Eenvoudig en veilig in gebruik via fysieke en digitale pas met QR-code. Bij verlies of diefstal van de pas moet de pashouder deze meteen (via zijn Zaanpas app of Mijn Zaanpas omgeving) kunnen blokkeren om misbruik te voorkomen.

Ten aanzien van het proces van het gebruik van de pas is allereerst het verkrijgen van de pas van belang. De pashouders zijn te verdelen in minima en niet-minima (stadsbreed). Voor minima betekent het aanvragen van de stadspas dat het inkomen getoetst dient te worden. Zodra iemand de pas heeft verkregen is het van belang dat deze gebruiksvriendelijk is. De stadspas kan beschikbaar worden gesteld in zowel fysieke als digitale vorm. Deze stadspas kan vervolgens via een QR-code gescand worden door de aanbieder.

4. Wat is de minimale en ideale doorlooptijd van gunning tot 1^e uitgifte pas? Licht dit toe.

- De minimale doorlooptijd is zo'n 8 weken. De ideale doorlooptijd is zo'n 4 maanden. Afhangend van de eisen en wensen van de aanbesteding kan de standaardoplossing in een kwestie van weken worden geïmplementeerd. Indien de oplossing complexer is mag er gerekend worden op een klein aantal maanden. Over het algemeen hangt de doorlooptijd af van de volgende factoren: de complexiteit van het gewenste platform en de ervaringsgraad met vergelijkbare software.
- Dat is circa 5 kalendermaanden is onze ervaring in een stad van gelijke grootte. Na de gunning wordt door het samengestelde projectteam het implementatieplan goedgekeurd en ook de planning.
- Onze inschatting van de doorlooptijd voor de realisatie is 6 maanden.
- Uitgaande van de lancering van een eigen app is de doorlooptijd voor de implementatie en inregelen van het systeem zo'n 3 tot max 4 maanden.
- De minimale doorlooptijd van definitieve gunning t/m start pasjaar voor een geheel nieuwe pas is 6 maanden. Deze tijd is nodig om het geheel technisch in te regelen, DigiD-koppelingen te bouwen, geautomatiseerde gegevensuitwisseling met gemeentelijke systemen op te zetten en vooral een aantrekkelijk aanbiedingenpakket te acquireren.
- De minimale doorlooptijd is zes maanden en de ideale doorlooptijd is negen maanden. In deze periode wordt ons passysteem ingeregeld, inclusief gemeentelijke deelnamecriteria, koppelingen en aanbodmanagement.

5. Gemeente Zaanstad koerst op het idee om ieder gezinslid een pas te verstrekken in plaats van 1 pas voor het hele gezin. Kunt u aangeven wat de voor- en nadelen hiervan zouden zijn?

- Denk bijvoorbeeld aan het nadeel dat je dan per gezinslid een account zou moeten aanmaken, en het betreffende gezinslid hier niet toe in staat is. Of dat je bij de aanschaf van producten per gezinslid moet afrekenen. Dus meerdere passen moet gebruiken. Of dat elk gezinslid altijd de pas bij zich moet hebben.
- Voordelen:
 - Meer producten/diensten die op het platform kunnen worden aangeboden gericht op de wensen van elk individu
 - Individu heeft de optie om deel te nemen aan hetgeen dat hij/zij prefereert
- Nadelen:
 - Groter aantal gebruikers van de stadspas op het platform
 - Complexer overzicht van de participanten
- Het is een verhoogd risico bij te weinig afname in de niet primaire doelgroep (participatie minima). Tegoed op de pas kan per individu ontoereikend zijn als het om een duurdere activiteit gaat.
- Nadeel: Veel meer pasjes (milieu, verlies etc.) en minderjarigheid kinderen (kunnen zij over het toegekende budget beschikken). Ons advies, houd het bij een app.
- De samenstelling van een gezin kan wijzigen, waardoor een kind bij een van de ouders woont of daar naartoe verhuist. Een eigen pas is dan handiger.
Uit ervaring is gebleken dat de doelgroep niet mobiel genoeg is om volledig over te gaan op een digitale pas. Voor mensen die niet beschikken over een smartphone is een fysieke pas te adviseren. Als er per individu een pas aangeschaft dient te worden, lopen de kosten per gezin hoger op; optie zou kunnen zijn dat er voor deze doelgroep (gezinsleden) een gezinsaccount wordt aangemaakt waar meerdere passen voor uitgegeven kunnen worden.
- Een goed idee wat ons betreft. De voordelen van een persoonsgebonden kaart is de mogelijkheid van personalisatie, fysiek (aansprekende kaart voor kinderen) en qua profilering. Een eigen kaart nodigt eerder uit tot gebruik. Voor de hand liggende nadeel is dat de uitvoeringskosten iets hoger worden (meer passen uit te reiken, meer passen kwijt).
- Elk gezinslid zijn eigen pas biedt de pashouder de mogelijkheid om eenvoudig individueel eropuit te gaan en de gemeente de mogelijkheid om tegoeden en aanbiedingen aan verschillende soorten pashouders te koppelen. Dat weegt ruimschoots op tegen de iets hogere kosten van de uitgifte van meer passen (< € 0,50 per extra pas).
- Wij werken met een individuele pas voor ieder gezinslid. Dit zorgt namelijk voor persoonlijke bestedings- en kortingsmogelijkheden van het tegoed, wat de doelmatigheid en het inzicht ten behoeve van managementrapportages ten goede komt. Eén pas voor het hele gezin is tot op heden niet iets wat wij in de praktijk uitvoeren. Door het gebruik van een digitale pas heeft ieder gezinslid een pas en dus bestedingsmogelijkheden bij aanbieders. Ook het toekennen van meerdere fysieke passen behoort uiteraard tot de mogelijkheden.

Mondelinge vragenronde

1. In het kader van verwachttingsmanagement, hebben jullie een indicatie wat de éénmalige implementatiekosten zijn? Wat zouden ongeveer de jaarlijkse kosten zijn? En waar bestaat deze uit? Zitten hier nog variabelen in?

De antwoorden op deze vragen waren zeer divers. Er wordt door alle partijen een eigen invulling aangegeven.

- € 40.000-90.000 zonder digidkoppeling. Als deze er wel een digidkoppeling van toepassing is dat kost dit € 15.000-25.000
- Ongeacht aantal functionaliteiten en incl. acquisitie kosten totaal max 115k.
- Jaarlijks: Hangt ook samen met mate van communicatie (dit is variabel). Uitgaande van 400 aanbieders € 75.000-100.000.
- € 2500, systeem integreren en koppelingen maken. Totaal € 150.000, afhankelijk aantal gebruikers. Ook inclusief acquisitie. Ook Stichting Leergeld zou hier gebruik van kunnen maken. Incl. aantrekkelijk aanbiedingen pakket. Ze zorgen zelf dat implementatie ter plekke geregeld wordt. Leveren uitgebreide rapportages.
- Kale app € 30.000 - € 40.000. En maandelijkse licentie.
- € 100.000, 3 verschillende regelingen, € 150.000 per jaar, dit lukt. Hoeveel communicatie moet er zijn, hoe vaak en op welke manier. Tip op mee te nemen in het PVE.
- Bouwen alles in eigen huis. ICT in eigen huis. Een goed marketing- en communicatiebureau wordt ingehuurd. Welke pashouders op welk moment een pas en een brief ontvangen. Hoe ziet een brief eruit, stappenplan erbij. Brief met code om de pas te activeren. Alleen 1e x. Wel of niet een flyer. Veel geld in porti en drukkerijkosten, dus is handig dit vooraf te weten.
- Implementatietijd is ca 5 maanden.
- Kosten per jaar. Bijv. app kosten worden verdeeld over verschillende jaren. In uitvraag meenemen waar de kosten zitten en of deze verdeeld worden over verschillende jaren. Ambities goed vastleggen. Voor ieder jaar een thema stellen waar je aan werkt.
- € 100.000 implementatie, jaarlijkse kosten € 250.000 is krap. Bij stadsbrede pas komt meer kijken. Aanbodmanagement cruciaal voor succes van de pas.
- Hoe bereik je je doel? Daar zitten kosten aan. Wat moeten we uitvragen om succesvol te zijn. Frequentie, kanalen, middelen. Grootste kostenpost is communicatie. Op maat communiceren, hoe bereiken we deze doelgroep. Humanitas, wijkcentra etc. meenemen in het bereik van deze doelgroep. Alleen een brief sturen is niet voldoende. Waar bevindt de doelgroep zich?

2. Wat hebben jullie nodig aan onze kant (vanuit Zaanstad) bij de implementatie van de stadspas? Wat is de gewenste capaciteit?

- Ongeveer 4-6 uur per week: informatie/proces afstemmen, wie zijn contactpersonen bij diverse partijen, welke beveiliging, welke systemen, procesafspraken, hoe lang is voorziening geldig, voor wie, bij welke vereniging.
- In 1e instantie wekelijkse meeting later per kwartaal.
- API-koppeling, via Cloud systeem als DigiD-d aanvraag.
- Vraag aan de gemeente voor een paar uur per week. Gedurende 4 maanden implementatietijd.
- 1e periode intensief, SaaS oplossing. Samen projectteam, iedere week een aantal uur. Verschillende thema's.
- Nodig van de gemeente: bestanden met klantnummer en adressen t.b.v. sturen pas met brief met uitleg. Na een paar dagen ontvangt men brief met activeringscode. In 2e jaar (en verder) brief t.b.v. verlenging.
- Afstemming nodig: marketing, communicatie, financiën, bevoorschotting, proces. Doorgaans projectleider parttime nodig en inhoudelijke afdelingen.
- 0,8- 0,9 FTE, projectleider daarna 0.6 fte vaste aanspreekpunt.
- 1 aanspreekpunt, ook gemandateerd om keuzes te maken. Koppelvlakken met externe systemen, bijv. koppeling BRP indien je wil inloggen met DigiD-d bij de betaalde variant.

- 3. Aan welke verkoopprijs denken jullie om de kooppas op de markt te zetten, waarbij er financiële ruimte is om de pas verder te ontwikkelen, rekening houdend dat de pas aantrekkelijk blijft voor de koper.**
- Lokale kortingspassen voor € 25,00 in de markt, naast lokaal voordeel ook andere uitjes. Duurder als er ook gratis toegang op staat. (Ca € 65,-)
 - € 15,00 Alkmaar is aan de lage kant. Richting € 20,00 - € 25,00
 - Ze hebben er zelf geen goede ervaring mee. € 60 wel erg duur. Hangt af van vraag en aanbod.
 - Voor Zaanstad zou een pas tussen de € 40-50 kosten. Adviseert verschil in prijs voor volwassen en kind, afhankelijk van de vergoedingen. € 40 max € 50. Benadrukt het niet stigmatiserende van het kind, hanteer ook geen verdienmodel op is het advies.
 - € 60,- is wel duur. Studentenkorting. Pas voor hen € 20,- Toeristenpas kan ook aantrekkelijk zijn.
 - Lijkt hen niet verstandig om een kind een eigen pas te laten hebben. Zeker niet met geld erop.
- 4. Hebben jullie ervaring met verschillende doelgroepen op de pas die vanuit derden worden beheerd? Dus bepaalde doelgroepen krijgen specifieke producten toegekend (niet alleen leeftijdgebonden en vanuit Minima). Zo, ja hoe gaat dit in zijn werk?**
- Ja, ervaring met inloggen door een derde partij, budget aan pas toekennen met specifieke regels. Alleen bij bepaalde winkels te besteden. Afspreken wat deze partij mag zien. Derde partij kan zoeken op pasnummer, komt uit systeem, blijkt rechthebbende, kan bedrag invoeren of vast product. Inwoner besteden bij winkel, winkel leest pas uit. Aanbieder betaalt winkelier uit.
 - Via een portal. De pas moet alleen afleesbaar zijn voor bepaalde mensen, niet stigmatiserend.
 - De ondernemer kan dit niet zien, verschillende rollen toebedeeld.
 - Qua marketing en communicatie ook filteren op bepaalde doelgroepen.
 - Ze kunnen mee bewegen met onze wensen.
 - Via partnerportal aanbiedingen op de pas doen.
- 5. Hebben jullie ervaring met verenigingen die hun eigen product in de portal zetten. Zo ja, leg uit hoe dat in z'n werk gaat. Zo nee, hoe zouden jullie dit doen?**
- Dit is geen probleem, verschillende varianten mogelijk.
 - Ze hebben een sportpas. Pas wordt gescand. Huisnummer en postcode ter bevestiging.
 - Werken met alles wat bij een organisatie voorradig is. Bijv. een app. Kan ook op een kassasysteem worden aangesloten, via een scanner.
 - Automatische incasso. Scanner app op telefoon, voor vereniging meest bruikbare. Op laptop of computer via web terminal zou ook kunnen. Nog nooit aansluiting via pinterminal of kassasysteem.
 - Tip: Organiseer informatiebijeenkomst voor verenigingen. Denk na over de risico's, bijv. m.b.t. andere passen in de gemeente.
 - Voorheen: kind mag op 1 sport. Nu nieuw= tegoed op de pas, en tegoed mag zelf besteden allerlei sporten, de verantwoordelijkheid ligt bij kind en ouder. Verenigingen: alle bestaande aanbieders aanschrijven, er komt een nieuwe pas, één keer registreren, en zij richten het in. Dat ze het tegoed op de pas kunnen verzilveren. Verzilveren één keer, betalen d.m.v. pas. Pas logt in op systeem en scant in, mag maar eenmalig af te schrijven
 - Inloggen met DigiD, aanbieder ontvangt een bericht als. QR-code inscannen door de ondernemer.
 - Basisidee aan het ontwikkelen waarbij gemeentes een budget op een pas kunnen zetten. Achtergrond is in heel NL hetzelfde waardoor meer volume gecreëerd wordt. Facturatiestroom wordt dan automatisch geregeld.
- 6. Kunnen jullie iets vertellen hoe de factuurstromen lopen, voor zowel naar de gemeente als externe partijen.**
- Bijv. werken met bevoorschotting

- Beheren budget voor gemeente, iedere maand betalen of desgewenst per week, gemeente ontvangt overzicht.
- Gemeente betaalt 1 x per maand, dan 1 op 1 uitbetalen aan aanbieders. Wel graag een voorschot, zodat als gemeente te laat betaalt, zij alvast kunnen betalen.
- SEPA geautomatiseerd, gemeente betaalt eerst.
- Pas wordt gescand. Transactie is meteen geregeld. Ze werken met div systemen. Bijv. app of kassa systeem. Via pin kan ook. Hebben ze nog niet. Is ook wel duurder. (transactiekosten).
- Men wordt betaald uit een rekening. Deze is bevoorschot door gemeente. 'Pot geld beheerd' door hen of factureren via gemeente.
- Facturen twee manieren: 1 p.w. of p.m. sepa bestand via onze eigen financiële administratie. Anders via derdengelden rekening. Geen nadelen bij derdengelden rekening, maar staat er voldoende (i.v.m. onverwachte uitgaven). Voorschotten minimaal 2 maanden. Advies: gemeente doet het zelf is dan 1 uur werk.

7. Indien nog niet beantwoord in de vorige vragen: kunnen jullie iets vertellen over de ervaringen die jullie hebben met een Stadspas? Wat werkt, wat werkt niet?

- Inloopspreekuur, koopproduct financiële drempel. Gratis product, lokale pas die je ook kunt gebruiken als cadeaukaart, pasgebruik laagdrempeling. Niet alles in 1x. Lokaal evenement.
- Pas moet digitaal, d.m.v. papier of fysiek te krijgen zijn. Pas gebruiken als cad. kaart
- Klein beginnen maar met doorkijk naar de toekomst. Denk ook aan inzetten op acties t.b.v. energiearmoede. -> bij gamma alleen energiezuinige lamp kunnen kopen
- Goed: het digitaliseren van de pas en shop. Lokale ondernemers aansluiten, dagjesmensen houdt je langer in de gemeente.
- Koppeling aan een kassasysteem, direct afboeken van de pas naar de rekening van de ondernemer.
- Scant eigen QR-code, alle kassasystemen hebben een scan (2-D-scanner).
- Leuke combi acties. Hotelovernachting met fietsroute en gebakje bij de bakker.
- User case voorleggen aan de aanbieders.
- Uitvragen hoe het aanbodmanagement wordt gecreëerd, bijv. commissie grote aanbieders, kleine aanbieders verschil. Verschillende inkomensstromen om te komen tot een bloeiende Stadspas die alle partijen verbindt.
- Marketing en communicatie, bewoners en gebruikers heel goed informeren gedurende het proces. Dus niet alleen intern gericht tijdens implementatie. Geef daar geld aan uit. 1 grote activatiecampagne. Neem een bureau in de hand.
- Voordelen implementeren als tegoed of als actie. Bijv. gratis abonnement. Kan je als product op de pas zetten, maar heb je geen grip op de kosten van dat abonnement. Kan je ook een tegoed op de pas zetten.

8. Hebben jullie ervaring met externe verkooppunt m.b.t. fysieke kooppas?

- Cadeaukaart wordt veel verkocht bij fysieke verkooppunten. Kortingspas wordt online gekocht.
- Ja, toerist met waarde erop. Persoon in de winkel kan de pas opwaarderen.
- Ja bij VVV of winkeliers ed. werken met Mollie betaling. Is veilig. Niemand ziet bankrekening.
- Werken met clientnummer. (Niet met namen)
- Winkels die meedoen
- Pas moet overleg verkrijgbaar zijn.

9. Hebben jullie ervaring met de beveiliging op de pas?

- Pinautomaat of kassysteem pas uitlezen, of checker via app. Saldo of voorziening staat in de Cloud.
- Is realtime betaling.

10. Jullie hebben een uitgesproken mening tot het niet afgeven van een fysieke pas. Hoe wordt de digibeten doelgroep bereikt? Spreken jullie uit ervaring?

- Combinatie is wenselijk, afhankelijk van aan wie je het uitreikt. Risico pas aan kind verstrekken.

11. Marketing en Communicatie niet bij dezelfde partij als de digitale communicatie. Zouden jullie kiezen voor onderaannemerschap of door gemeente meer inzet.

- Tip: marketing en communicatie bij een lokale partij die de markt goed kent. Kan ook als onderaannemerschap.