

## Marktverkenning

### Stimulerings- en probeeracties Slim & Schoon Onderweg



## Inhoud

1. Doel en achtergrond van de marktconsultatie
2. Beoogde aanpak stimulerings- en probeeracties
3. Procedure
4. Invulformulier beantwoording vragen

## 1. Doel van de marktverkenning

Slim & Schoon Onderweg is voornemens om vanuit de werkgeversaanpak het gebruik van de fiets te stimuleren onder medewerkers. Onderdeel van de fietsstimuleringsaanpak is een e-bike en speedpedelec probeeractie en een regiochallenge voor bedrijven en hun medewerkers.

Naast de bovengenoemde actie vanuit de werkgeversaanpak is er voor 1 van de deelgebieden van Slim & Schoon onderweg, namelijk voor de regio Arnhem-Duitse grens - het deelproject A12 Slim Reizen - behoefte aan 2 aanvullende producten. Dit zijn:

- een e-bike en speedpedelec probeeractie die zich niet alleen op medewerkers, maar ook op bewoners richt, en
- een stimuleringsactie die zich niet alleen op fietsen, maar op alle wenselijke alternatieven voor het reizen per auto in de spits richt. Dus fiets, reizen op andere tijden, samen rijden, thuis werken, reizen met het OV, lopen, etc.

De groene Metropoolregio is de aanbestedende partij voor deze activiteiten. De regio is voornemens een uitvraag te publiceren voor de stimulerings- en probeeractie. Met deze marktconsultatie beoogt de regio:

- Inzicht te krijgen in mogelijke oplossingsrichtingen en de wijze waarop partijen hieraan kunnen en willen bijdragen.
- Inzicht te krijgen in de mate waarin samenwerking en opschaling mogelijk is. Tussen partijen onderling of met kleinere regionale partijen.
- Input te vergaren voor de inrichting van de aanbesteding, contractvorm en contractuitvoering.
- Een aanbesteding in te richten die past bij de ontwikkelingen in de markt en die toekomstbestendig is.
- Eigen aannames en uitgangspunten te toetsen.

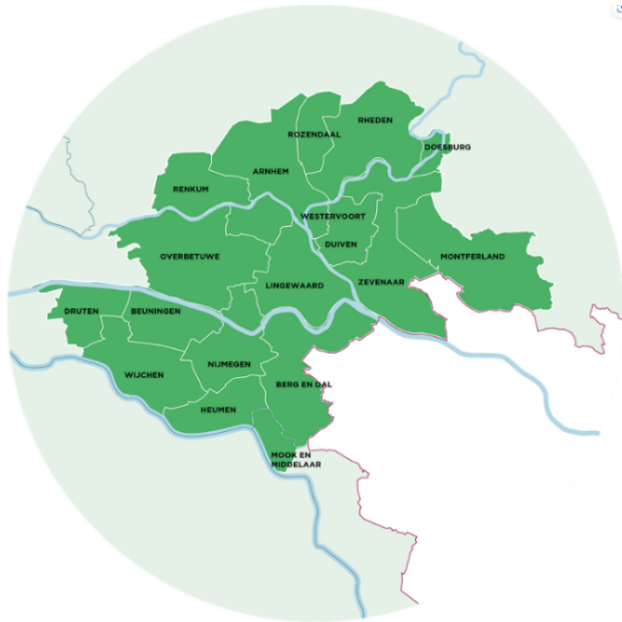
Meer mensen op de fiets en uit de spits draagt direct bij aan de doelstellingen van de Groene Metropoolregio, Slim & Schoon Onderweg en A12 Slim Reizen. Daarom zet de regio actief in op stimulering hiervan. Voor het grootste deel van het gebied in eerste instantie gericht op de werkgever en diens medewerkers, maar mogelijk ook breder inzetbaar. En voor het gebied van A12 Slim Reizen direct breder ingezet. Onderstaand gaan we in op de doelstellingen van de regio, Slim & Schoon Onderweg en A12 Slim Reizen.

### Over Groene Metropoolregio

De Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen is, als opvolger van de Regio Arnhem-Nijmegen, op 1 januari 2021 van start gegaan. Tot de Groene Metropoolregio behoren achttien gemeenten. Deze gemeenten werken samen aan de koers van de regio. We staan voor de uitdaging hoe om te gaan met groei van wonen, werken en mobiliteit. Op zo'n manier dat we een balans kunnen vinden tussen

levendige stedelijkheid en ontspannen leefkwaliteit: groene groei. Vanuit de regio werken we aan vijf opgaven:

- **Verbonden regio (mobiliteit en bereikbaarheid)**
- Productieve regio (economie en arbeidsmarkt)
- Circulaire regio (circulariteit, duurzaamheid, klimaat en energie)
- Ontspannen regio (leefbaarheid, natuur & landschap, cultuur en erfgoed)
- Groene groeiregio (woningbouw en leefomgeving)



De Groene Metropoolregio verzorgt voor Slim & Schoon Onderweg de aanbesteding van deze opdracht. Zij doet dit namens de samenwerkende partijen binnen het Bestuurlijk Overleg Mobiliteit. Voor meer informatie, zie: <https://www.groenemetropoolregio.nl>

### Over Slim & Schoon Onderweg

Vanuit het programma Slim & Schoon Onderweg geven we invulling aan de opgave: Verbonden regio. Met diverse oplossingen helpen we inwoners en werkgevers om duurzamer, slimmer, sneller en gezonder te reizen. We willen met Slim & Schoon Onderweg een bijdrage leveren aan de verbetering van de aantrekkelijkheid, leefbaarheid en bereikbaarheid van de regio. Onze meetbare doelstelling is om eind 2026 20.000 nieuwe Slimme en Schone reizigers te krijgen ten opzichte van december 2022. Dit zijn mensen die niet reizen, na de spits reizen of de auto laten staan en kiezen voor een duurzamer alternatief. Daarnaast wil het programma bijdragen aan CO2-reductie en verbetering van de luchtkwaliteit. Zie voor meer informatie de website: <https://www.slimschoononderweg.nl>

Onderdeel van het programma Slim & Schoon Onderweg is de werkgeversaanpak. Deze aanpak richt zich specifiek op het stimuleren van slimmer en schoner vervoer bij de werkgever. Dat doen we met een team van twee mobiliteitsmakelaars en twee projectleiders. Passend bij de fase van verkennen, actie of doorpakken, richten we verschillend aanbod in.



### Over A12 Slim Reizen

A12 Slim Reizen is het onderdeel van Slim & Schoon Onderweg dat zich richt op het stimuleren van anders reizen in de regio Arnhem-Duitse grens, met als doel 1200-1800 mensen uit de spits te krijgen en zo de bereikbaarheid en leefbaarheid van de regio te verbeteren. Naast de bovengenoemde werkgeversaanpak wordt ook ingezet op andere groepen reizigers, zoals overige forenzen, bewoners,

recreatief verkeer en studenten. Hierbij wordt nauw samengewerkt met het bedrijfsleven, ondernemersverenigingen en overheden uit De Liemers en Arnhem. Zie voor meer informatie de website: [www.a12slimreizen.nl](http://www.a12slimreizen.nl)

## 2. Beoogde aanpak stimulerings- en probeeracties

Slim & Schoon Onderweg zet in 2024 in op een brede aanpak voor fietsstimulering en stimulering van anders reizen. Stimulering is gericht op de drie fases van verkennen, actie en doorpakken.

Onderstaand lichten we de aanpak vanuit Slim & Schoon Onderweg toe. Dit wordt gedeeltelijk vanuit het programmateam zelf ingevuld. Deze marktconsultatie en de beoogde aanbesteding zijn gericht op een deel van deze aanpak, specifiek in de actiefase.

### Achtergrondinformatie fietsstimulering werkgevers

Meer reizigers op de fiets draagt bij aan vitaliteit, CO2-reductie, schone lucht, minder verkeers- en parkeerdruk en een positieve businesscase voor de werkgever. Door laagdrempelig aanbod met slimme gedragskundige interventies voor het gebruik van de fiets in te richten, worden werkgevers gestimuleerd om het gebruik van de fiets uiteindelijk onderdeel te laten worden van de organisatie. Via effectieve communicatie willen we werkgevers en medewerkers verleiden om in beweging te komen.

Fietsstimulering is bedoeld voor alle werkgevers in de Groene Metropoolregio die hun werknemers meer willen laten fietsen. Focus ligt op de grotere werkgever (vanaf 30 medewerkers) of op deelname via gebiedsgerichte samenwerking (bijvoorbeeld een bedrijventerrein). Stimulering is in eerste instantie gericht op het realiseren van meer woon-werk kilometers op de fiets. Dit momentum van meer fietsen willen we gebruiken om ook in dagelijks leven van de medewerker het fietsen een grotere rol te geven.

Om te voorkomen dat het fietsen bij een eenmalige actie blijft, richten de aanpak in langs de drie fases van verkennen, actie en doorpakken.

- In de fase van **verkennen** bieden we tools gericht op het inzichtelijk krijgen van de huidige situatie en de potentie voor fietsen. Ons huidige aanbod van de mobiliteitsscan vanuit Mobility Analyst wordt actief onder de aandacht gebracht. Ook bieden we een enquête aan voor verdiepend inzicht in de huidige motivaties voor reisgedrag. We ontwikkelen een toolkit met verschillende onderdelen om fietsen onder de aandacht te brengen bij de werkgever. Denk aan een flyer over de voordelen van fietsen en ervaringsverhalen van andere werkgevers.
- In de fase van **actie** draait het om het daadwerkelijk op de fiets krijgen van de deelnemer. De focus verschuift van de werkgever naar de werknemer. Zo bieden we een toolkit met meer informatie voor de medewerker en kunnen we pitstops organiseren bij de fietsenmaker om het fietsen te faciliteren. De beoogde aanbesteding is ook gericht op deze fase: in de actiefase willen we een probeeractie en regiochallenge organiseren, dit lichten we in de volgende alinea nader toe.
- De fase van doorpakken is erop gericht om het nieuwe gedrag structureel in de organisatie te borgen. Dit begint bij het op orde brengen van de juiste randvoorwaarden zoals prettige fietsenstallingen en douches. We ontwikkelen een checklist 'fietsvriendelijk bedrijf'. Daarnaast bieden we een workshop voor het inbedden van fietsen in het beleid en ondersteunen we bij de interne implementatie.

Deelnemers zijn niet verplicht alle fasen te volgen en kunnen op ieder moment instappen. Zo zijn er werkgevers die eerder al een scan hebben gedaan en nu vooral inzetten op de actie, waar anderen al eens hebben deelgenomen aan een e-bike probeeractie en dit nu willen borgen in beleid.

### Achtergrondinformatie stimulering anders reizen specifiek voor A12 Slim Reizen

Naast de werkgeversaanpak wordt voor het deelproject A12 Slim Reizen ook ingezet op het stimuleren van anders reizen van reizigers die niet via hun werkgever worden bereikt. Daarnaast worden ook andere vormen dan fiets gestimuleerd, namelijk op alle wenselijke alternatieven voor het reizen per auto in de spits (dus fiets, reizen op andere tijden, samen rijden, thuis werken, reizen met het OV, lopen, etc.) wat leidt tot spitsmijdingen in het gebied Arnhem-Duitse grens. Voor dit deelgebied is er dus behoefte aan aangepaste producten die voor een bredere doelgroep kunnen worden ingezet.

### Probeer- en stimuleringsactie

Deze marktverkenning is specifiek gericht op de e-bike/speedpedelec probeeractie en regiochallenge/stimuleringsactie in samenhang, zowel voor de werkgeversaanpak als voor A12 Slim Reizen. Afhankelijk van de beantwoording van de vragen uit de marktverkenning, wenst de regio een uitvraag te doen voor één partij of combinatie van partijen die zowel de probeeractie als de challenge/stimuleringsactie kunnen realiseren, waarbij gebruik wordt gemaakt van lokale partijen en waarbij de opdrachtgever wordt ontzorgd. De regio zet bewust in op de combinatie van een probeeractie en stimuleringsactie als aanvullend en opvolgend aanbod voor de nieuwe fietser. Zo wordt de fietser niet alleen tijdelijk gestimuleerd via het proberen van een e-bike/speedpedelec, maar willen we de duurzame overgang naar structureel blijven fietsen maximaal ondersteunen.

Hoe de probeeractie en regiochallenge/stimuleringsactie precies vorm krijgt, is afhankelijk van de mogelijkheden die u als marktpartij kan bieden. Onderstaand geven we een beeld van hoe dit mogelijk vorm krijgt. Voor de gehele actie geldt dat het in eerste instantie gericht is op een actie van enkele maanden in 2024, maar met mogelijkheid tot verlenging in 2025 en 2026 mits de subsidiegelden dit toelaten. Precieze mogelijkheden rondom het bekostigingsmodel worden vanuit opdrachtgever nog besproken.

Voor de **regiochallenge/stimuleringsactie** denken we aan het volgende:

- In een vooraf vastgestelde periode van enkele maanden gaan verschillende bedrijven uit de regio de uitdaging aan om zoveel mogelijk te fietsen in 1 maand.
- Competitie tussen- en binnen bedrijven is mogelijk, eventueel ook voor een specifiek gebied zoals een bedrijventerrein.
- Slim & Schoon onderweg en A12 Slim Reizen bekostigen de fietschallenge. Echter, met iedere fietskilometer wordt er ook gewerkt voor een lokaal goed doel en/of andere vormen van belonen voor deelnemers. Hiervoor vragen we de bedrijven om een bijdrage.
- Deelnemers kunnen in de app hun gespaarde punten zien. De inrichting van het stimuleringsprogramma met loyaliteitsincentives en het maken van afspraken met bedrijven (in de regio) waar ze punten kunnen omzetten naar producten of diensten behoort ook tot de opdracht.
- De ritten worden geregistreerd met een app die is ingericht volgens AVG-voorschriften.
- De challenge bevat elementen gericht op structurele gedragsverandering bij de deelnemer.
- Opdrachtgever verzorgt promotiematerialen ter ondersteuning van de challenge. Opdrachtnemer levert daarvoor input.
- Gebruik wordt door opdrachtnemer geëvalueerd en waar mogelijk doorontwikkeld.

- Terugkoppeling naar werknemer en werkgever over de gefietste ritten en adviezen/tips om dit structureel te borgen.
- Actieve werving van bedrijven en begeleiding van bedrijven gedurende de challenge door de opdrachtnemer.

Aanvullend daarop geldt **specifiek voor A12 Slim Reizen** nog het volgende:

- De actie is niet alleen gericht op bedrijven en hun werknemers, maar ook op individuele deelnemers, onafhankelijk van het soort reis..
- Deelnemers waarvan hun bedrijfsdeelname eindigt moeten de mogelijkheid hebben door te gaan als individuele deelnemer.
- De individuele deelnemers moeten een eigen klassement hebben, dat te zien is in de app.
- De actie loopt door na de vooraf bepaalde periode.
- De stimuleringsapp beloont ook andere vormen dan fiets, namelijk alle wenselijke alternatieven voor het reizen per auto in de spits (dus fiets, reizen op andere tijden, samen rijden, thuis werken, reizen met het OV, lopen, etc.) wat leidt tot spitsmijdingen in het gebied Arnhem-Duitse grens. De app moet vast kunnen stellen dat het hier om spitsmijdingen gaat.
- Tijdens de actie wordt verwacht dat vanuit de app gerichte prikkels worden gegeven om anders reizen te stimuleren.
- Het logo van A12 Slim Reizen moet worden opgenomen in de communicatieuitingen en app.

Voor de **probeeractie** denken we tot nu toe aan het volgende:

- In een vooraf vastgestelde periode krijgen medewerkers de mogelijkheid gratis gebruik te maken van een E-bike of Speedpedelec, gedurende twee weken.
- Deelname is voor de medewerker gratis.
- Fietsen worden aangeboden in samenwerking met lokale partijen, waarbij gebruik wordt gemaakt van een merk dat zij ook verkopen.
- Medewerker kan zelf de fiets laagdrempelig reserveren.
- Opdrachtnemer verzorgt gehele proces van registratie, afstemming met fietsenmaker tot levering en ontvangst van de fietsen op locatie.
- Opdrachtgever verzorgt promotiematerialen ter ondersteuning van de actie. Opdrachtnemer levert daarvoor input.
- Actieve werving van bedrijven en begeleiding van bedrijven gedurende de actie.
- Mogelijkheid om tijdens de actie, maar zeker ook na afloop van de actie communicatie uitingen te sturen, gericht op het structureel inzetten van fietsen.

Aanvullend daarop geldt **specifiek voor A12 Slim Reizen** nog het volgende:

- Niet alleen medewerkers van organisatie, maar iedereen kan gebruik maken van de probeeractie.
- De probeeractie loopt door, ook na september.
- In elke gemeente in de A12-zone moet minstens één rijwielhandelaar worden aangehaakt, zodat er voor alle bewoners een handelaar met probeerpool in de buurt is.
- Daarbij streven we naar een pool van 50 fietsen (ongeveer één per 2.500 inwoners).
- Er mag geen sprake zijn van marktverstorende werking. Alle rijwielhandelaren in de herkomstgemeenten moeten worden uitgenodigd om deel te nemen als aanbieder van een probeerpool.
- Het logo van A12 Slim Reizen moet worden opgenomen in de communicatieuitingen en reserveringssystemen.

### 3. Procedure Marktconsultatie

#### Deelname aan de marktconsultatie

Slim & Schoon Onderweg en A12 Slim Reizen nodigen alle partijen die een bijdrage aan de gestelde doelen van de aanpak kunnen leveren, uit om deel te nemen aan de marktconsultatie. De marktconsultatie is openbaar gepubliceerd op Tendered. Op deze wijze kunnen alle partijen zich in kennis stellen van de start van deze marktconsultatie. Tevens heeft de regio een aantal partijen die als mogelijk geïnteresseerden op het vizier staan, per e-mail geattendeerd op de marktconsultatie.

Indienen van een reactie op de marktconsultatie kan uitsluitend via het aanbestedingsplatform. Het wel of niet deelnemen aan de marktconsultatie heeft geen invloed op deelname in de uiteindelijke aanbestedingsprocedure. De regio waardeert de bijdrage van partijen aan deze marktconsultatie zeer.

Beantwoording van de vragen kan bedrijfsgevoelige informatie bevatten. Daarom zullen de uitkomsten van de marktverkenning niet openbaar worden gemaakt. Wel kan de regio de inzichten die zij in het kader van de marktconsultatie opdoet, opnemen in de aanbestedingsdocumenten.

Indien de beantwoording van de vragen uit de marktconsultatie hiertoe aanleiding geven, kan de regio besluiten tot het voeren van enkele verdiepende gesprekken met aanbieders voor mondelinge toelichting.

Kosten voor deelname aan de marktverkenning worden niet vergoed.

#### Planning

Voor de marktconsultatie hanteren we de volgende planning:

| Omschrijving                                                      | Datum                      |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| Publiceren marktconsultatie                                       | 11 december 2023           |
| Uiterste datum indienen reactie op marktconsultatie door partijen | 9 januari 2024 – 16.00 uur |
| Eventuele mondelinge toelichting door partijen                    | 18 januari 2024            |

Voor de aanbesteding beogen we de volgende planning. Precieze planning is afhankelijk van de uitkomsten van de marktverkenning.

| Omschrijving                               | Datum 2024 |
|--------------------------------------------|------------|
| Publiceren aanbesteding                    | Week 6     |
| Indienen vragen Nota van Inlichtingen      | Week 9     |
| Beantwoording vragen Nota van Inlichtingen | Week 11    |
| Indiening aanbesteding                     | Week 14    |
| Voorlopige gunning                         | Week 17    |
| Definitieve gunning en start overeenkomst  | Week 20    |

#### Contactgegevens

Voor vragen over de procedure en gebruik van Tendered kunt u contact opnemen met onze inkoopadviseur Arlette Rugebregt via [arlette.rugebregt@groenemetropoolregio.nl](mailto:arlette.rugebregt@groenemetropoolregio.nl).

Voor vragen over het gebruik van Tendered verwijzen we naar de website, handleiding en helpdesk van Tendered, zie <https://www.tendered.nl/cms/nl/contact>

Voor vragen over de aanpak fietsstimulering kunt u contact opnemen met de projectleider van de werkgeversaanpak Slim & Schoon Onderweg Lisette Sant via [lisette.sant@slimschoononderweg.nl](mailto:lisette.sant@slimschoononderweg.nl).



## 4. Invulformulier beantwoording vragen

Wij stellen het op prijs als u deelneemt aan deze marktconsultatie. In de vragenlijst hieronder treft u vragen met betrekking tot (a) de mogelijkheden in uw aanbod, (b) de mogelijkheden voor opschaling en (c) de wijze van uitvragen. U bent niet verplicht om alle vragen te beantwoorden en de wijze van beantwoording van vragen is vormvrij. Wij verzoeken u wel om de antwoorden kort en bondig te houden zodat de administratieve lasten voor zowel u als voor de regio beperkt blijft.

### A. Inzicht in uw aanbod

Via onderstaande vragen krijgen we graag beter inzicht in de mate waarin uw aanbod past bij de wensen rondom fietsstimulering.

#### A1. Kunt u een korte beschrijving geven van uw aanbod/product/dienst gericht op stimulering?

Antwoord:

#### A2. Wat is volgens u nodig in de inrichting van een probeeractie in combinatie met challenge/stimuleringsactie, om nieuw gedrag te stimuleren? Bijvoorbeeld door inzet van belonen en het stimuleren van structurele gedragsverandering.

Antwoord:

#### A3. Op welke wijze kunt u invulling geven aan de werving van deelnemers. Hoe ziet u dit in de samenwerking met opdrachtgever voor u?

Antwoord:

**A4. Hoe kunt u de begeleiding van deelnemers tijdens de actie en de evaluatie inrichten?**

Antwoord:

**A5. Hoe borgt u dat mensen niet alleen méér gaan fietsen (die al regelmatig de fiets namen), maar dat er daadwerkelijk minder mensen op de weg rijden.**

Antwoord:

## **B. Mogelijkheden voor opschaling**

De regio wenst het aanbod op te kunnen schalen. Het gaat om opschaling in aantallen fietsen op basis van vraag, opschaling in doelgroepen en tools om toepassingen in de regio. Via onderstaande vragen verkrijgen we graag inzicht in de mogelijkheden voor opschaling van het aanbod.

**B1. Op basis van uw ervaringen: wat verwacht u als realistisch aantal deelnemers aan een probeeractie en/of challenge? In hoeverre bent u in staat op te schalen, wanneer vraag gaandeweg groter blijkt dan de initiële inschatting?**

Antwoord:

**B2. In hoeverre bent u flexibel in het verbreden van aanbod in doelgroep (van werkgevers naar privé gebruik) en toepassing (van fiets naar breder stimuleren van gedrag zoals thuiswerken).**

Antwoord:

**B3. In hoeverre bent u flexibel in het toepassen van uw aanbod op verschillende plekken in de regio. Bijvoorbeeld wanneer specifieke gebieden binnen de regio afwijkende wensen hebben of eigen logo's willen gebruiken. Onder andere specifiek voor A12 Slim Reizen.**

Antwoord:

**B4. Wat wilt u verder aan ons meegeven als het gaan om opschaling en flexibiliteit van aanbod?**

Antwoord:

### **C. De wijze van aanbesteden**

De regio wil graag ontzorgd worden in de actiefase en wil de optimale vrijheid aan de markt geven, voor inrichting van het aanbod. Daarom beoogt de regio om een consortium aan te besteden die zowel de challenge als de probeeractie verzorgt.

Daarnaast hebben we te maken met subsidiegelden, waardoor we beperkt zijn in het soort activiteiten dat gefinancierd kan worden. Precieze mogelijkheden worden nog onderzocht, maar mogelijk kan inzet van fietsen door lokale fietsenmakers een uitkomst bieden. De regio hecht sowieso belang aan samenwerking met lokale partijen. Via onderstaande vragen verkrijgen we graag inzicht in de mogelijkheden voor aanbesteding van een consortium en samenwerking met lokale partijen.

**C1. Wat zou een ideale combinatie van aanbod zijn om te voorzien in de vraag voor een probeeractie en challenge en in hoeverre bent u afhankelijk van andere partijen om te kunnen voorzien in dit aanbod.**

Antwoord:

**C2. Bent u gewend om in consortium met andere aanbieders samen te werken en in hoeverre bent u hiertoe bereid?**

Antwoord:

**C3. Op welke wijze beoogt u gebruik te maken van lokale partijen? Specifieke wanneer bekostiging van de fietsen zelf via lokale fietsenmakers moet lopen.**

Antwoord:

**C4. Indien de regio de fietsen niet direct kan financieren, welke (andere) oplossingen ziet u rondom het bekostigingsmodel.**

Antwoord:

**C5. Wat wilt u aan ons meegeven als het gaat om de wijze van aanbesteden?**

Antwoord:

**C6. Ziet u de combinatie van wat wij uitvragen, de challenge voor werkgevers, het regelen van de probeeractie en de bredere actie voor A12 Slim Reizen als reëel om in 1 uitvraag op te nemen?**

Antwoord: