



Bijlage 3

# Resultaten informele marktverkenning

Raamovereenkomst 'Doelmatig aan de slag met de markt in Living Lab MaaS'

Drs. ing. E.C. Cauwels

12-4-2024

Versie 2.00



## Inhoud

1.	Inleiding.....	2
2.	Resultaten informele marktverkenning.....	3
2.1	Verwachtingen van de markt op de nieuwe MaaS aanbesteding .....	3
2.2	Verwachtingen van de aanbestedingsvorm .....	4
2.3	Rolverdeling in de publiek-private samenwerking.....	5
2.4	Minimale kwaliteitseisen.....	6
2.5	Verwachtingen van de markt over de overheden.....	7
2.6	Aan de slag met Use-Cases.....	8
2.7	Focus op consumenten en bezoekers, B-to-C benadering.....	9
2.8	Visie op samenwerken met meerdere MaaS-aanbieders .....	10
2.9	Zorgen voor meer aanbod.....	11
2.10	Overige aandachtspunten .....	12



## 1. Inleiding

Voor u ligt de resultaten van de informele marktverkenning voor de aanbesteding **“Raamovereenkomst ‘Doelmatig aan de slag met de markt in Living Lab MaaS’”** ten behoeve van de regio Utrecht. Deze bijlage is bestemd voor marktpartijen die geïnteresseerd zijn in het verwerven van de opdracht zoals omschreven in de Aanbestedingsleidraad **“Raamovereenkomst ‘Doelmatig aan de slag met de markt in Living Lab MaaS’”**.

Voor de informele marktverkenning heeft de aanbestedende dienst een 10-tal vragen in interview vorm voorgelegd aan 4 marktpartijen uit de MaaS gemeenschap in Nederland. In dit document zijn de antwoorden van de marktpartijen anoniem en in willekeurige volgorde uitgewerkt. Inschrijvers die niet hebben deelgenomen aan de informele marktverkenning hebben door vastlegging van de resultaten nu de mogelijkheid om deze informatie tot zich te nemen.

Raadpleeg vooraf aan dit document c.q. bijlage het Beschrijvend Document Aanbestedingsleidraad **“Raamovereenkomst ‘Doelmatig aan de slag met de markt in Living Lab MaaS’”**. In de Leidraad vindt u naast de informatie over het verloop van de aanbestedingsprocedure ook de eisen waar de (inhoud van de) Inschrijving aan moet voldoen, de Geschiktheidseisen en de Gunningscriteria die leiden tot het beoogde resultaat van de Opdracht.



## 2. Resultaten informele marktverkenning

### 2.1 Verwachtingen van de markt op de nieuwe MaaS aanbesteding

#### Vraag 1: Wat verwacht u van deze nieuwe aanbesteding?

- Is de propositie van regionaal Utrecht schaalbaar als wij inschrijven, zodat wij het ook voor andere regio's kunnen gebruiken c.q. kopiëren. Wij hebben sterke focus op B-to-C (toerist, bewoner, incidentele reiziger die in heel NL (en Europa) uniforme dienstverlening verwacht. Wij verwachten ook activatie via publieke probeertegoeden, dat gaat enorm goed helpen een eerste zet te geven. Samen onderzoeken wat wel en niet werkt, middels uitwisseling data of informatie om gericht te monitoren. Dan wel goede afspraken maken wat precies moet worden uitgewisseld. Dat het wel partners selecteert die voldoen aan bepaalde minimale kwaliteit, ook om free-riders te mijden. Bijv. als eis stellen dat minimaal OV en diepe integraties met deelvervoeraanbieders (boeken, gebruiken, betalen) die actief zijn in de prov. Utrecht. Taxi/flexdiensten zou kunnen ook. Je mag best eisen dat het een operationele dienstverlener is die dienstverlening heeft, daarvoor adverteert, etc. Kortom, die echt wat van plan is. Vraag tevens om een communicatie-/marketingplan alsook technische ontwikkelroadmap in de aanbesteding om in te kunnen zien hoe serieus men het wil oppakken.
- Het moet geen Opdrachtgever(OG)-Opdrachtnemer(ON) opdrachtgeversrelatie worden. Geselecteerde partijen dienen zelf ook ideeën te kunnen aanleveren voor de nadere opdrachten. Hoe doe je dat in concurrentie met meerdere marktpartijen c.q. MaaS dienstverleners. Soort management BV waarin iedereen aandelen heeft dus zowel de overheden als de marktpartijen. Hoe worden minicompetities uitgevoerd, dit gaat heel veel tijd kosten voor zowel OG als ON. Doe niet BEIDE uitgebreid, dus flinke selectieprocedure voor ROK en dan ook nog voor de minicompetitie. Proberen bij de geselecteerde MDV-ers in dialoog te houden bij iedere nadere opdracht, samen verkennen, evt uitwerken.
- In de oude MaaS pilots hebben we ieder te veel met hagel geschoten op doelgroepen met relatief nieuwe en onvolwassen dienstverlening. We verwachten met nieuwe samenwerking te werken aan projecten met concretere doelgroepen. Allereerst goede use-cases voor reizigers, waarbij bijvoorbeeld via de stimulering door probeertegoed oid na de incentive periode blijft kleven aan het gedrag van de gebruikers. Het belangrijkste is dat er concrete doelen in de aanbesteding en onderliggende projecten moet worden geformuleerd. Wat willen we met elkaar bereiken?
- Samen met overheden sprong te kunnen maken vanuit de B2B propositie naar ook meer B2C. Eerste landelijke projecten al gedaan met de consumenten propositie, waarbij Check en Felyx gecombineerd zijn met openbaar vervoer aanbod. Doelgroep vooral studenten en young professionals. Succesvolle uitrol door directe communicatie en samenwerking met de leveranciers. Smaakt naar meer.



## 2.2 Verwachtingen van de aanbestedingsvorm

### Vraag 2: Welke aanbestedingsvorm verwacht u voor dit vervolg?

- Via een Raamovereenkomst en daarna met toebedeling van Nadere overeenkomsten. (Geen ervaring met andere aanbestedingsvormen).
- De aanbestedingsvorm maakt niet uit, voorwaarden dienen duidelijk te zijn van Opdrachtgever vooraf, gaat om meerjarige samenwerking vanuit partnerschap waarin beide kanten wat te winnen hebben. Bijv. niet ingeschreven op Zeeland omdat dat te veel tijd kost voor allerlei overleggen en de beoogde oplossingen daar te weinig schaal voor ons hadden versus de benodigde investeringen. Gaat dus erom dat het alles wat we samen ontwikkelen ook vanuit de markt voldoende van meerwaarde moet zijn om landelijk toe te passen commercieel. Dat legitimeert een investering vanuit ons, evt. met overheidsbijdrage. Maar wees zo concreet mogelijk qua wat je wilt bereiken, dan gaan we samen verkennen en uitwerken hoe we daar kunnen komen en hoe we dat meten.
- Geen specifieke verwachting, nog geen ervaring met meedoen aan aanbestedingsvormen vanuit de overheid. Wel ervaring met grote tenders vanuit zakelijke klanten.
- Verwachting is een raamcontract. Maar idealiter lijkt ons een PPS / management BV ook interessant, waarin je als overheid echt meerjarig samen investeert en meer gezamenlijk risico deelt om het verschil te gaan maken.



## 2.3 Rolverdeling in de publiek-private samenwerking

### **Vraag 3: Hoe denkt u invulling te gaan geven aan deze publiek-private samenwerking? Hoe ziet u de rolverdeling?**

- Na de opstartfase en uitrol bij grote zakelijke klanten wel klaar voor wat langere samenwerkingstrajecten, ook met de overheid. Zoals gezegd ook voor verbreding van proposities (van alleen B2B naar ook B2C). Daarom deze aanbesteding in de aankomende groeifase van onze onderneming wel interessant voor ons. In de 4 jaren hiervoor hebben we expres gekozen om niet mee te doen in de tenderprocessen.
- We doen graag mee. Of we met een bepaalde use-case aan de slag willen is ook afhankelijk of het aansluit bij onze ontwikkel-roadmap om hierop in te stappen. Want we kijken uiteraard naar of we iets breed kunnen toepassen in onze dienstverlening. Als specifieke techniek ontwikkeld wordt m.b.v. overheidsbijdrage, dan geen probleem als dat gedeeld wordt met de andere raamcontractanten t.b.v. breder toepassing in het land.
- Wordt in algemene termen uiteengezet dat men geen trek heeft in elllange vergaderingen binnen een samenwerking waarbij de doelstellingen of Use Cases nog te vaag zijn (“we willen iets met gebiedsontwikkeling en MaaS”). Bedenk zelf wat je wil als overheid, leg het in de groep bij de geselecteerde partners om het beter te maken en stel dan concreet de vraag aan de markt. En werk dat verder uit met 1 partij. Verder doen wij ook eigen business ontwikkeling en marketing dus dat mag je zeker van ons verwachten qua inbreng. Belangrijkste is dat de investeringen ook commercieel van waarde zijn en dat resultaten schaalbaar zijn in Nederland. Op basis daarvan maken we afweging om wel of niet mee te doen.
- Een sturende rol van de Opdrachtgever, wij kennen niet alle bestuurders en agenda's.



## 2.4 Minimale kwaliteitseisen

### **Vraag 4: Welke minimale kwaliteitseisen zouden wij (als aanbestedende dienst) moeten stellen aan deze 'preferred' partners? Wat wel en wat echt niet?**

- Minimaal OV geïntegreerd, wellicht met 1 fietsvervoerder te boeken en betalen binnen de provincie Utrecht. Betekent ook wel dat wij het mogelijk moeten maken om persoonlijke accounts aan te maken, en daarmee zijn we bezig.
- Partijen dienen tenminste een digitale wallet aan de reiziger te kunnen bieden voor mobiliteitsbudget/tegoeden en verrekeningen. Zoveel mogelijk betaalopties aanbieden voor de gebruiker. Wij gebruiken betaalplatform X en deze biedt heel veel mogelijkheden. Bepaalde hoeveelheid (diepe) Integraties van aanbieders in regio Utrecht afdwingen en opnemen als eis om als aanbieder mee te mogen doen. (minimaal 3 maanden voor de start van projecten de documentatie met de MaaS partijen delen). Belangrijke stakeholders in de MaaS wereld kunnen meenemen in doorontwikkelingen, zoals OV partijen, Translink, Bunq en betaalproviders zoals Adyen (kunnen meerdere partijen zijn).
- Minimaal: Voor waken dat er partijen zich aandienen die nog de basis moeten bouwen van een MaaS-App. En bijvoorbeeld minimaal 3 partijen diep heeft geïntegreerd, maakt niet uit welke categorie en of combinatie: OV, deelfiets, deelauto. Vereist dat er een projectmanager is, dat er een development team, marketing team. Is er expertise op het gebied van deelvervoer en (semi-)overheidsopdrachten. Geen functionele eisen stellen zoals TOMP-API of eisen aan user interface, specifieke functionaliteiten vooraf. Ook vragen: hoe ziet jouw businessplan er voor te toekomst uit.
- Vraag wel diepe integraties met vervoerders die in regio Utrecht actief zijn, zowel deelvervoer en OV. Je bent immers partner van de overheid dus je wil ook wel wat kwaliteit contracteren en de reiziger verwacht dat ook van MaaS inmiddels.



## 2.5 Verwachtingen van de markt over de overheden

### Vraag 5: Wat verwacht u van de overheden om succesvol te kunnen zijn?

- Dat Opdrachtgever/overheid haalbare en heldere formulering gebruikt om de use-case te omschrijven en heldere doelstellingen hiervoor poneert.
- Wanneer is de samenwerking een succes, kan dit gedefinieerd worden voor de ROK, of meer voor de Use Cases? Hoe kan je dit meetbaar maken? Belang van kennis met elkaar te delen, ook al doet de ene marktpartij die Use Case en de ander weer de volgende. Hoe borg je dat gezamenlijk leren en resultaten met elkaar te delen, etc. Verder heel nadrukkelijk dat ook de randvoorwaarden worden geregeld waar de overheid dit dient te doen. Blijven sturen op diepe integraties van dienstverlening, fair doorverkoop van meest gangbare OV-reisproducten (halte-halte, ook NS, bijv. daluren abo Business Card!), etc. Aanbod deelvervoer verder op orde brengen, meer ruimte bieden.
- Integraties deelvervoer afdwingen via de gemeenten als belangrijke randvoorwaarde. Deze samenwerking biedt kansen om dat meer rond te maken. Probeer te goeden om gebruik / toegang te stimuleren. Afwegen of dat eenmalig budget is of bijv. maandelijks klein beetje voor periode x. Zichtbaarheid van de marktpartijen in overheids campagnes, door overheid leggen van link tussen fysieke ruimte met hubs (groene druppels) en MaaS-platforms voor activatie. Dat overheden de MaaS-platforms communicatief uit durven dragen als partner richting reiziger. Dat is nodig in deze fase van de markt. Opschaling van de deelvervoersdiensten, in aantal maar in elk geval in variëteit: ruimte voor meerdere concepten en aanbieders met verschillende proposities.
- Afdwingen dat providers in de markt met de geselecteerde MaaS-partijen moeten integreren. Maar ook dat overheden meer vanuit gezamenlijkheid ontwikkelen, niet alleen binnen regio Utrecht. Maar meer afstemmen tussen grote steden, met het Rijk, etc. Zodat we echt schaalbare oplossingen kunnen maken die mogelijk ook commercieel van waarde kunnen zijn. Betaalrisico's en opstartkosten mogelijk opvangen voor aanbieders en MaaS partij. Communicatie richting eindklanten gezamenlijk oppakken en promoten met probeertegoeden via MaaS partijen. In voorgaande jaren ging dit via de aanbieders zelf, dit zal via MaaS veel gericht kunnen worden aangeboden.



## 2.6 Aan de slag met Use-Cases

### Vraag 6: Wat vindt u van de benadering om meer doelmatig c.q. met use cases aan de slag te gaan in de praktijk?

- Moet duidelijk zijn wat de doelen zijn van de use-cases, bijv die gebiedsontwikkeling (iets met gebiedsontwikkeling, nee bijvoorbeeld een oplossing om het parkeren op afstand voor die doelgroep voor project X te gaan inregelen en te testen. Moet concreter worden uitgewerkt voordat je het in de markt zet. Supergoed dat er voor B-to-C gekozen is, want daar is nog veel te winnen. Uiteindelijk is iedereen consument, naast werknemer, bezoeker, etc. Dus in potentie veel bereik, alleen vraagt dit veel meer aandacht/ marketing, etc. Wel goed kijken hoe je dat in het raamcontract met de partners belegt. We hebben wel wat zorgen over 3 aanbieders tegelijkertijd, want ga je dan 3 apps actief communiceren? Of overlappen Use Cases niet of nauwelijks? Goed afwegen hoe je dit op de markt zet en hoe dit communicatief over komt voor reiziger. Wellicht kan dit in deze fase nog wel, maar bedenk goed samen met marktpartijen hoe je dit doet.
- Heel goed, maar goed kijken of je ze ook landelijk kan opschalen, bijvoorbeeld ook in Rotterdam of Den Haag. Dus begrijp de focus op de Use Cases wel, ga er mee aan de slag op een wijze waarop het landelijk ook (commercieel) kan worden opgeschaald. Kijk ook naar de specialismen van de MaaS aanbieder, en of het een goede match is met de propositie en de klant.
- Prima, maar de Use Cases zijn an sich commercieel weinig interessant voor ons. Alles wat daarbinnen ontwikkeld moet worden dus investeringen vraagt, moet schaalbaar zijn in NL / Europa of commercieel terug te verdienen. Om geruzie over IP te voorkomen bij overheid die co-financiert hierin, is het verstandig om dat IP bij de markt te laten, maar te vereisen dat dit redelijkerwijs voor de sector toegankelijk (tegen redelijk betaling) en bruikbaar moet zijn. Zoals de spelregels van DMI ecosysteem ongeveer er uit zien, dat direct een marktplaats is voor publiek en privaat voor dergelijke toepassingen. Wordt er rekening gehouden met gezamenlijke besluitvormingsopzet waarin de geselecteerde MDV-ers en de OG in dialoog kunnen gaan over het identificeren en verder uitwerken van use-cases? Dat lijkt ons ook wenselijk, voordat je het bijv. via minicompetitie neerlegt bij partners.
- Use-cases die tijdens de uitvoering worden gedaan dienen landelijk schaalbaar te zijn. Indien meerdere partijen worden toegelaten tot de ROK, dan graag zoveel als mogelijk onderscheid van deze partijen als het gaat om de doelgroepen waarop zij zich richten.



## 2.7 Focus op consumenten en bezoekers, B-to-C benadering

### Vraag 7: Wat vindt u ervan om meer focus te leggen op consumenten en bezoekers voor deze samenwerking?

- Perfect, wij zijn landelijk voor de massa. Op dit moment focussen we ook wel op niches en/of use-cases voor bepaalde doelgroepen. Dit biedt wel ruimte om samen met de overheid wat doelgerichter te ontwikkelen, mits we breder kunnen toepassen in Nederland.
- Consumenten zijn zeer moeilijke doelgroep, is veel marketingkosten voor nodig voor een conversie, terwijl er vaak maar paar keer een rit wordt geboekt. Maar er zijn veel reizigers die werknemer zijn maar geen goede of geen regeling hebben voor woon-werk km-ers, die zijn ook interessant. Je bent eigenlijk altijd opzoek naar de regelmatige gebruiker. Dit vraagt echt veel meer samenwerking met de overheid om meer stappen in te zetten met de vraag wat dan überhaupt het commerciële model is voor ons. Niet echt een succesvol B2C voorbeeld van in Europa tot zover.
- Supergoed dat er voor B-to-C gekozen is. Veel partijen mikken nu op de B2B markt en dat is niet gek gezien verdienpotentieel, zekerheid alsook EU-wetgeving die monitoring van mobiliteit en CO2 verplicht. Wij denken echter in de B-to-C markt ook voldoende potentieel te zien, maar die vraagt meer om samenwerking met de overheid, heel veel marketinginspanningen, etc.
- Zakelijke aanpak niet vergeten, daar begint de gedragsverandering en kennismaking met deelvervoer/MaaS. Vanuit daar naar consumenten bewegen (die zijn immers ook gewoon een consument buiten werktijden bijv).



## 2.8 Visie op samenwerken met meerdere MaaS-aanbieders

### **Vraag 8: Wat is uw visie op het samenwerken met meerdere MaaS-aanbieders (via een ROK)? Gaat dat werken of teveel van hetzelfde? Markt groot genoeg? Etc.**

- Voor ons is dit geen probleem om met andere MaaS-aanbieders samen te werken, doen we nu ook al en onderscheidend vermogen is er voldoende.
- Markt is jong en groot genoeg in potentie. Goed om dat meer vanuit samenwerking te doen. Dus wel met meerdere partijen, maar kijk ook naar complementariteit van de 2 of 3 partijen ten opzichte van elkaar, dus dat er niet te veel dezelfde partijen er tussen zitten.
- Markt is jong en groot genoeg om ook als marktpartijen meer samen met jullie te werken aan betere oplossingen voor de reiziger. Kan iedereen doen waar ie goed in is, maar ook resources wat verdelen. Moet er een winnaar zijn van een use case via mini-competitie/ selectie? Of kan je met Raamcontractpartijen niet beter transparant vooraf en tijdens bespreken wie wat oppakt en hoe je naderhand weer zaken deelt met elkaar. Was een innovatiepartnerschap bij project met DOC Roermond, wat goed bevallen is – transparantie en samenwerking liep hier erg goed. Verkenning, ontwerpfasen en implementatiefase doen met alle betrokken marktpartijen/stakeholders, zo lang als mogelijk. Wel interessant om te bezien of dat ook hiervoor zou kunnen.
- Dat kan prima vanuit de markt, die is nog jong en groot genoeg denken wij. Kunnen we van elkaar leren. Vraagstuk is meer of dat voor jullie als overheid wel zo efficiënt is (3x probeertegoeden via verschillende partners). Per Use Case wil je denken we wel 1 partij selecteren waarmee je e.e.a. uitwerkt.



## 2.9 Zorgen voor meer aanbod

### **Vraag 9: Hoe kunnen wij (als aanbestedende dienst) met MaaS partijen zorgen dat het aanbod ook meer op orde komt? Wat adviseert u de regio Utrecht en de moederorganisaties? Wat kunt u hieraan bijdragen?**

- Voorbeeld Lageweide, wordt een minimale afname verplichtingen met Opdrachtgever afgesproken waardoor er extra aanbod wordt geregeld. Of via een concessieovereenkomst, waardoor de marktpartijen de aanschaf kunnen doen van de vervoermiddelen, als voorbeeld worden de Donky fietsen in de gemeente Antwerpen genoemd. Omzetgaranties vooraf (zie ook opmerking afname verplichting / garantie) met Opdrachtgever richting aanbieders. Zelf risicodragend (deels) investeren in aanbod om iets in beweging te krijgen, alhoewel dat geen core-business vanaf ons is of wordt, is onze verwachting.
- Doe onderzoek naar de vraag van consumenten door een groots opgezette uitvraag te organiseren waar de consument/een bedrijf deelvervoer wilt gebruiken. Doel is data inzicht te verkrijgen, want wellicht wordt 'er is geen aanbod' gebruikt als argument om het gewoon niet uit te proberen. Er is ook weinig aanbod op sommige locatie, maar het is een te groot risico om zonder onderbouwing deelvervoer te gaan plaatsen. Extra aanbod op <5min lopen heeft een positief effect op de bereidheid tot gebruik en dus de winstgevendheid van de aanbieders. Werk met vaste punten met voorspelbaar aanbod, dus eventueel met hubs en parkeergebieden. Dan duidelijkheid over waar auto/fiets is op te halen en weer weg te brengen, ook al is het 5 min lopen. Met data inzicht verkrijgen waar (gemiste of latente) vraag en aanbod ligt. Maar ook meer omzetzekerheid kunnen bieden aan aanbieders van deelvervoer, waardoor wellicht meer opschaling mogelijk is. De samenwerking met de aanbieders opzoeken en hen financieel ondersteunen door de vraag in kaart te brengen en hen te helpen opstarten met reisbudgetten en vaste kosten dekken.
- Combinatie van zorgen dat de overheid daadwerkelijk ook meer MaaS-integraties gaat vereisen via deelmobiliteit of openbaar vervoer, idealiter via de gecontracteerde partners. Wij kunnen dan als marktpartij ook nog extra incentives beiden richting aanbieders die het extra aantrekkelijk maken om te integreren (vooraf inkopen van rijminuten, etc.). Verder kan overheid ook extra aanbod aanjagen door risico's te gaan afdekken voor de transport-operators. Onderpand als overheid geven aan Leasemaatschappijen, en eventuele omzetgarantie geven voor bepaald %. Grote uitdaging is vooral de voertuigfinanciering op dit moment vanuit de markt, die vrijwel opdroogt gezien risico's (en beperkte winstgevendheid op korte termijn). Echt een probleem voor de bredere opschaling. Door zelf als marktpartij mee te financieren in de omzetgarantie aan vervoersaanbieders, door het vooraf inkopen van rijdminuten bijvoorbeeld.
- In elk geval om MaaS-waardigheidseisen mee door te leggen in concessie- en of vergunningverlening. Wij zelf kunnen bijdragen door deze modaliteiten ook daadwerkelijk via ons platform aan te bieden, bijvoorbeeld met ook flex-OV.



## 2.10 Overige aandachtspunten

### **Vraag 10: Wat wilt u ons nog meegeven? Aandachtspunten, ontwikkelingen waar wij (als aanbestedende dienst rekening mee moeten houden, etc?)**

- Goed initiatief dat Goedopweg/PU/overheid met MaaS vervolg aan de slag gaat in samenwerking met de markt. Behoeftte is er wel, maar vraagt een andere manier van samenwerken dan in het landelijke Programma MaaS. Meer gefocust op de reiziger om daadwerkelijk relevant te kunnen zijn met onze dienstverlening.
- Stel vooral geen functionele verplichtingen aan de wijze van integratie, hoe we business moeten doen, user interface, etc. Dat is waar de markt goed in is. Bouw vooral een samenwerking met duidelijke spelregels, waarbij we gaan ontwikkelen en testen waarbij het van belang is voor ons als commerciële partij dat we schaalbare techniek of toepassingen ontwikkelen die tenminste in heel NL gebruikt kunnen worden om onze investeringen te legitimeren.
- Studentenreisproduct, je kunt nu dit product niet afvangen, kan straks met OVPay wel, maar nu nog niet. Denk ook aan de nieuwe concessies voor OV – wordt er rekening mee gehouden in de nieuwe concessie uitvragen of er voor derden aanbieders zoals MDV-ers er dezelfde tarieven gelden en mogelijkheden zijn als met de OV-kaart.
- Timeline duidelijk maken in de aanbestedingsleidraad voor de fase na de gunning, vooral voor het eerste jaar. Dus wanneer verwacht je wat samen met de markt te willen oppakken. Zeker omdat onze ontwikkel roadmap altijd snel vol zit. Ontwikkelingen rondom OVPay en de abonnementsvormen zijn te versnellen door vanuit provincies en zelfs landelijke initiatieven de openbaar vervoerspartijen onder druk te zetten dit door te ontwikkelen en aan te bieden.