

EINDVERSLAG MARKTCONSULTATIE

**DIGITALE VOORAANKONDIGING, DIGITAAL
INFORMATIEBERICHT EN SERVICEBERICHT**

22 OKTOBER 2024

VERSIE 1.0



Smart mobility.
Dutch reality.

Inhoud

1.	Inleiding.....	3
1.1	Over dit rapport	3
1.2	Achtergrond	3
1.3	Scope	3
1.4	Bevindingen per informatiedienst	3
2.	Proces	4
3.	De Digitale vooraankondiging	5
4.	Digitaal Informatiebericht (DIB)	6
5.	Servicebericht	7
6.	Algemene bevindingen	8
6.1	Randvoorwaarden	8
6.2	Het bereik van de dienstverlening	8
6.3	Kansen om het bereik te vergroten	8
6.4	Doorontwikkeling van de genoemde diensten	9
6.5	Betalingsmodel	9
7.	Conclusie	10
	Bijlage: Diensten	11

1. INLEIDING

1.1 Over dit rapport

Het project VerkeersManagement Informatie voor Route Advies (hierna VM-IVRA) heeft op 13 mei 2024 in opdracht van het Landelijk VerkeersManagement Beraad marktpartijen via Tendered uitgenodigd om deel te nemen aan deze marktconsultatie (Tendered kenmerk 467039).

Deze marktconsultatie dient ter voorbereiding op de strategische besluitvorming voor het Project Inkoop Digitale Vooraankondiging, Digitaal Informatiebericht en Servicebericht. RWS hecht grote waarde aan de mening van marktpartijen en wil hen vroegtijdig en actief betrekken voordat de strategische besluitvorming tot stand komt en wordt vastgesteld.

Op basis van de ontvangen antwoorden en aanvullende gesprekken met alle deelnemende marktpartijen is voorliggend rapport met bevindingen opgesteld. De bevindingen zijn bevindingen van de opstellers (vertegenwoordigers van RWS VWM en van het VM-IVRA-project) en zijn niet afgestemd met de deelnemende marktpartijen. De informatie is geanonimiseerd in het verslag opgenomen, wel is er melding gemaakt van de deelnemende marktpartijen.

1.2 Achtergrond

In het project VM-IVRA zijn in opdracht van het Landelijk verkeersmanagementberaad (LVMB) diensten ontwikkeld en beproefd om informatie van wegbeheerders in-car te kunnen verstrekken. Eén van de drijfveren hiervoor is de transitie die plaatsvindt van wegkant informatie naar in-car informatie. Uit de Monitor Smart Mobility (2023) van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (I&W) blijkt dat steeds meer weggebruikers gebruikmaken van navigatiesystemen en -diensten, ook voor korte verplaatsingen. Daarnaast blijkt bij conflicterende informatie tussen wegkant en in-car, de in-car informatie van steeds meer weggebruikers de voorkeur te krijgen. De ontwikkelde diensten worden gezien als een onderdeel van 'digitaal verkeersmanagement'. In het Bestuurlijk Overleg Meerjarenprogramma Infrastructuur, Ruimte en Transport (BO-MIRT) zijn door de Minister van Infrastructuur en Waterstaat afspraken met de landelijke regio's gemaakt over onder andere de inzet van digitaal verkeersmanagement.

1.3 Scope

Voor de context en interpretatie van de bevindingen is de scope van de marktconsultatie relevant. De in de marktconsultatie genoemde diensten, namelijk de digitale vooraankondiging, het digitaal informatie bericht (DIB) en het servicebericht zijn onderdeel van de digitalisering van informatie over de situatie op het wegennet ten behoeve van gebruik door serviceproviders en in-car-informatiediensten.

In tegenstelling tot de digitale vooraankondiging en het servicebericht richt het digitaal Informatie bericht zich vooralsnog op het overbruggen van de transitie van wegkant naar in-car en het informeren van niet-navigerende weggebruikers in een nog te bepalen periode.

De marktconsultatie gaat niet over (publieks)communicatie van wegbeheerders, maar over het delen en inzetten van gegevens. Primaire scope betreft het inkopen van diensten om weggebruikers in-car met een bericht te informeren over specifieke situaties op het wegennet. De drie diensten zijn in de bijlage beschreven.

1.4 Bevindingen per informatiedienst

In de navolgende hoofdstukken worden de bevindingen uit de marktconsultatie per informatiedienst beschreven. Hoewel dit onderscheid niet zo expliciet in de gestelde vragen was gemaakt, is op basis van de reacties van marktpartijen geconstateerd dat de diensten verschillend moeten worden gezien, wat zich ook uit in verschillende conclusies.

2. PROCES

Datum	Activiteit
13 Mei 2024	Publicatie Op Tendered
10 juni 2024	Informatiebijeenkomst
13 juni	Publicatie Sheets informatiebijeenkomst
3 juli 2024	Publicatie van de antwoorden op de gestelde vragen tijdens de informatiebijeenkomst
10 juli 2024	Uiterste datum voor indienen antwoorden op de gestelde vragen in de marktconsultatie
10 juli - 5 sept 2024	Gesprekken met marktpartijen

In de marktconsultatie is een vragenlijst meegestuurd met daarbij het verzoek aan de geïnteresseerde marktpartijen om de vragen te beantwoorden.

Van de volgende marktpartijen is een ingevulde vragenlijst ontvangen:

- ANWB
- BUKO
- Flitsmeister
- KPN
- Locatienet
- MAPtm
- TomTom
- Traffic & More
- Tripservice

Deze negen partijen zijn uitgenodigd voor een nader toelichtend gesprek. Bij de gesprekken waren vertegenwoordigers van RWS VWM en het VM-IVRA-project aanwezig.

De marktconsultatie is begeleid door Rijkswaterstaat CIV (Centrale Informatievoorziening), Inkoop Centrum IV.

3. DE DIGITALE VOORAANKONDIGING

Alle partijen hebben aangegeven dat zij meerwaarde zien in de dienst en/of data hiervan, zowel voor de wegbeheerder als voor hun klanten.

Zes partijen zien de meerwaarde in van de dienst en/of data hiervan en zouden deze willen inzetten. Het is afhankelijk van hun bedrijfsfilosofie, technische mogelijkheden en privacy afspraken met hun klanten hoe ze deze data in willen of kunnen zetten, namelijk via een in-car bericht zoals in de bestaande dienst van de vooraankondiging of via eigen routeplanning. Om deze reden kunnen niet alle partijen de gevraagde dienst leveren.

De overige drie partijen werken samen met serviceproviders én zijn daarnaast vooral gespecialiseerd in berichtgeving via social media of andere datadiensten. Deze partijen kunnen de digitale vooraankondiging aan hun social media of andere datadiensten toevoegen en/of in-car brengen als intermediair. Met de scope van deze marktconsultatie, het in-car brengen van de berichten, zijn zij dus afhankelijk van de serviceproviders waar zij een samenwerking mee hebben. Omdat het voor de drie partijen onduidelijk is wat dan hun toegevoegde waarde dan nog is, wordt de inzet van de vooraankondiging minder interessant.

4. DIGITAAL INFORMATIEBERICHT (DIB)

Vier partijen hebben interesse in de inzet van DIBs, maar wel met een aantal kanttekeningen:

- De DIB is een instrument in de transitie van wegkant naar in-car. Het aantal weggebruikers dat navigatie gebruikt, groeit. De DIB zal naar mening van één marktpartij met de huidige toepassing daarom op termijn steeds minder nodig zijn.
- Vanwege het lage bereik bij de huidige toepassing van de DIB (niet-navigerende weggebruikers), ziet één marktpartij meer potentie in een bredere toepassing van de DIB, bijvoorbeeld door zowel navigerende als niet-navigerende weggebruikers een pre- of on-trip bericht te sturen.
- De kwaliteit van het bericht is belangrijk (inhoud van het bericht, de locatie waarop de weggebruiker het bericht ontvangt, de hoeveelheid DIB berichten die een weggebruikers ontvangt, het aantal DIB locaties bij een werk of evenement en de tijdsduur dat de berichten worden getoond).
- Berichten over incidenten hebben de voorkeur vanwege het handelingsperspectief, boven berichten over afsluitingen bij wegwerkzaamheden en informatie bij evenementen.

Bij overige partijen is er niet direct interesse in de DIB. Voor hen is het de vraag of een sluitende businesscase mogelijk is. Deze partijen zijn afhankelijk van de serviceproviders waar zij mee samenwerken en/of zij de dienstverlening willen doorzetten waarbij de vraag is wat hun toegevoegde waarde in de keten dan nog is.

Eén partij heeft aangegeven geen interesse in de dienst te hebben omdat deze niet past bij de core van het bedrijf.

5. SERVICEBERICHT

Alle partijen zien de meerwaarde van het servicebericht met de kanttekening dat het om een kleine doelgroep gaat.

Twee partijen hebben geen interesse omdat zij gespecialiseerd zijn in berichtgeving via social media of andere datadiensten. De dienstverlening past hier niet in omdat het onder andere sociaal-geografisch te specifiek is of tijdigheid een probleem wordt.

Zes partijen vinden de dienstverlening en/of data interessant met een aantal kanttekeningen:

- Het brengt hoge ontwikkelkosten met zich mee en ze willen alleen investeren in zaken die internationaal uitgerold kunnen worden.
- Eén partij stelt voor om het bericht in de bestaande NDW-stremmingenfeed te stoppen met een aparte categorie zodat er niets nieuws ontwikkeld hoeft te worden.
- De data kan ook toegevoegde waarde hebben als deze verspreid wordt als open data.
- Er zijn technische uitdagingen omdat je de exacte locatie en rijrichting van de weggebruiker moet kennen.

6. ALGEMENE BEVINDINGEN

6.1 Randvoorwaarden

Een veel gehoorde randvoorwaarde betreft de kwaliteit van de data: tijdigheid, bondige, duidelijke en correcte teksten volgens vaste afspraken, accurate locatie en tijdsplanning, consistentie en inhoud.

Ook wordt zoveel mogelijk automatisering belangrijk gevonden zodat er zo min mogelijk handmatig werk verricht hoeft te worden.

Eén partij hecht belang aan een goede afstemming tussen partijen in de technische keten en afdelingen die de inhoud van berichten bepalen. Twee partijen geven aan dat afstemming met RWS/NDW belangrijk is om wederzijdse updates, SLA-prestaties- en verwachtingen en roadmaps te delen.

Overige randvoorwaarden die worden genoemd door de partijen:

- Duidelijk afspraken middels een SLA
- Escalatiemodel
- De diensten moeten technisch een zo hoog mogelijke beschikbaarheid hebben
- Geen overload aan berichten
- Een forecast van verwachte meldingen

Eén partij geeft de suggestie om te kijken naar de randvoorwaarden vanuit het Safety Priority Services project. Een andere partij merkt op dat serviceproviders eindverantwoordelijk blijven voor wat er naar de eindgebruiker gecommuniceerd wordt.

6.2 Het bereik van de dienstverlening

Een aantal partijen geeft aan dat met hun dienst 1 tot 3 miljoen unieke weggebruikers kan worden bereikt. Reëel lijkt dat maximaal 25% van alle weggebruikers op het rijkswegennet kan worden bereikt, op basis van de verdeling van de markt van navigatiediensten en de partijen die de diensten in-car kunnen en willen leveren. Twee marktpartijen geven voor hun on-trip-bereik aantallen die hier een fractie van zijn.

Eén partij geeft aan geen zicht te hebben op het aantal unieke gebruikers vanwege privacywetgeving, maar heeft wel zicht op het aantal gereden voertuigkilometers.

Een aantal partijen gaat niet in op het bereik of gaat alleen in op het bereik van hun social-media campagnes (wat niet aansluit op de vraag) of hebben hier beperkt zicht op vanwege de afhankelijkheid met serviceproviders.

6.3 Kansen om het bereik te vergroten

Eén partij geeft aan dat de markt een min of meer vaste verdeling heeft en dat marketing en publiciteit geen wonderen verricht om het bereik te verhogen. Wel is er misschien nog plaatselijke groei mogelijk en groei in intensiteit.

Twee partijen geven aan dat meer inzet van marketing het bereik gaat vergroten. Er worden geen cijfers genoemd.

Een andere partij benoemt ook het verspreiden van informatie via andere apps en datadiensten, echter wordt niet duidelijk gemaakt hoe dit zich verhoudt tot in-car informatie. Door andere partijen worden social media, communities en samenwerking met regionale bereikbaarheidsplatformen genoemd. Uitbreiding door afspraken met andere dienstverleners of toevoegen van de informatie aan andere bestaande diensten kan ook meer opleveren.

Omdat voor de dienstverlening van in-car informatie de locatie van het voertuig bekend moet zijn, kan met een campagne mogelijk de instellingen van de locatievoorziening in de app worden beïnvloed waardoor mogelijk meer mensen berichten ontvangen. Ook het aanpassen van het moment van het tonen van de vooraankondiging in het voertuig en de omstandigheden waarin dat gebeurt kunnen mogelijk het bereik verhogen.

6.4 Doorontwikkeling van de genoemde diensten

Een aantal partijen komt met een breed scala aan suggesties met een bredere scope dan alleen in-car, waaronder persoonlijk reisadvies (hyperpersonalisatie), een combinatie met inzet van social media, modaliteitsonderscheid, nauwkeurige in car berichtgeving rond werk in uitvoering op basis van bewegingen van werkverkeer en het aangaan van samenwerkingsverbanden op het gebied van mobiliteit en werkgeversaanpakken. Een van deze partijen merkt op dat ontwikkeling ook wordt bepaald door de roadmap van de serviceproviders die de diensten in-car brengen en dat zij daar niet altijd zicht op hebben.

Ook het integreren van meer datastromen in de diensten en meertaligheid worden genoemd, alsmede integratie van berichtgeving in streaming audio.

Het inrichten van een feedback loop kan ook toegevoegde waarde hebben.

Een andere partij stelt voor om de focus te leggen op het opschalen van de genoemde diensten. Deze zouden additioneel kunnen worden uitgebreid met voorkeursroutes. De DIB en de vooraankondiging van evenementen of werkzaamheden zouden ook in een pre-trip scherm kunnen worden getoond.

6.5 Betalingsmodel

Vrijwel alle partijen zijn het eens met een betaling van een vast bedrag per dienstverlening. Eén partij geeft aan wel te willen werken met een vast bedrag met een bovengrens van het aantal in te zetten DIB berichten/vooraankondigingen en één partij geeft aan dat er naast vaste kosten ook variabele kosten per bericht zijn, afhankelijk van het aantal en het type berichtgeven. Eén partij is van mening dat een wegbeheerder niet onbeperkt berichten moet kunnen uitsturen. Er moeten duidelijke afspraken gemaakt worden over de omvang van de inzet. Eén partij staat open voor verschillende modellen en benadrukt dat zij betaling naar bereik belangrijk vinden.

Twee partijen zijn geen voorstanders van een vast bedrag, onder andere omdat dit geen aanmoediging is om zoveel mogelijk weggebruikers te bereiken.

Er is verdeeldheid over betaling naar bereik, het meten van het bereik is niet eenvoudig. Er zijn partijen die niet betaald willen worden naar bereik, partijen die wel graag betaald willen worden naar bereik (op basis van aantal gereden kilometers) en anderen geven weer aan dat relevantie belangrijker is. Twee partijen hebben hier geen mening over. Eén partij verwijst naar de goede ervaringen binnen in het project Safety Priority Services.

De meeste partijen zijn het eens met een innovatiebudget dat helpt om ontwikkelingen te stimuleren. Een aantal partijen zouden daarnaast een vaste vergoeding willen zien voor kosten zoals projectmanagement, rapportages en feedback.

7. CONCLUSIE

De deelnemende marktpartijen zijn grofweg in te delen in twee soorten:

1. Serviceproviders; partijen die informatie via apps of in-car systemen het voertuig in brengen
2. Intermediairs; partijen die informatie verzamelen en al dan niet na bewerking verspreiden via serviceproviders.

De intermediairs hebben bij de huidige invulling van de in-car-diensten een beperkte meerwaarde in de keten omdat zij aan de informatie van de wegbeheerders niets hoeven toe te voegen of deze te controleren op kwaliteit. Hun toegevoegde waarde ligt vooral in het feit dat er voor de opdrachtgever één aanspreekpunt is indien er een samenwerking is met meerdere serviceproviders en dat zij aanvullende diensten bieden met bijvoorbeeld social media. De toegevoegde waarde kan ook zijn dat een serviceprovider alleen via een intermediair bereikt kan worden omdat er geen directe overeenkomsten met die serviceprovider kunnen worden afgesloten.

De digitale vooraankondiging heeft als dienst veel potentie en de meeste marktpartijen zouden de dienst graag als in-car bericht willen inzetten.

In het digitaal informatiebericht is er bij een beperkt aantal partijen interesse met een aantal verbeterpunten waaronder de kwaliteit van het bericht (inhoud van het bericht, de locatie waarop de weggebruiker het bericht ontvangt, de hoeveelheid DIB berichten die een weggebruikers ontvangt, het aantal DIB locaties bij een werk of evenement en de tijdsduur dat de berichten worden getoond) en het verbreden van de toepassing van de DIB waarbij ook gedacht moet worden aan toepassing voor navigerende weggebruikers. De toepassing van de DIB is nog niet uitontwikkeld.

Het servicebericht heeft toegevoegde waarde als open data. Een aandachtspunt is de ontwikkelkosten in relatie tot de kleine doelgroep.

Als we naar het aantal weggebruikers dat bereikt kan worden, dan heeft deze een plafond van ongeveer 25%. Dit wordt bepaald door het marktaandeel van de partijen die de diensten in-car kunnen en willen leveren. Nieuwe ideeën voor doorontwikkeling van de diensten zijn beperkt en bewegen zich buiten de scope van de huidige in-car diensten.

Een vast bedrag met een afgebakende omvang van de inzet is voor de meeste partijen bespreekbaar. Betalen naar bereik is reëel maar er is meer inspanning nodig om tot een praktische toepasbaar verrekenmodel te komen.

BIJLAGE: DIENSTEN

Op dit moment worden weggebruikers geïnformeerd via vaste of tijdelijke statische bebording, dynamische route-informatiepanelen (DRIP) of andere dynamische informatiepanelen op vaste locaties en tekstkarren. Met de transitie van wegkant naar in-car zal een deel van deze informatieverstrekking overbodig worden (bijvoorbeeld door betere informatieverstrekking met data die aan serviceproviders wordt geleverd). Informatie kan ook onmogelijk worden doordat wegkantssystemen als onderdeel van de transitie verdwijnen. Zo hebben verschillende wegbeheerders, waaronder Rijkswaterstaat, al besluiten genomen om het aantal DRIPs te reduceren. Wegbeheerders hebben de behoefte om, in ieder geval de komende jaren tijdens de transitie van wegkant naar in-car op eigen initiatief de weggebruiker in-car te kunnen informeren.

De digitale vooraankondiging

Met een digitale vooraankondiging worden weggebruikers op een moment dat zij niet rijden (pre- of posttrip) geïnformeerd over een geplande afsluiting van een wegvak dat zij op een eerder moment zijn gepasseerd of over afsluitingen of een specifieke bereikbaarheidssituatie rond geplande evenementen. De digitale vooraankondiging wordt niet bij alle afsluitingen toegepast. Er zijn criteria geformuleerd voor de selectie van mogelijke toepassingen. Doel van deze criteria is te komen tot toepassingen met een duidelijke toegevoegde waarde. Indien er alternatieve routes zijn en de vertraging is gering of de intensiteit op een wegvak is relatief laag dan wordt een vooraankondiging niet als zinvol gezien.

Het digitaal informatie bericht (DIB)

De DIB wordt via netwerkmanagementsystemen als onderdeel van regelscenario's ingezet voor on-trip informatie. Als type instrument in een regelscenario is de DIB vergelijkbaar met de DRIP, het Dynamisch route-informatiepaneel. Er zijn echter een paar wezenlijke verschillen: het informatiebericht is anders omdat locatie van het tonen van berichten niet vast is en de DIB is voor veel minder soorten boodschappen inzetbaar. Het waarnemen, verwerken en handelen naar een in-car bericht is een extra belasting van de rijtaak die in veel situaties onwenselijk is.

De DIB wordt daarom alleen ingezet als er sprake is van urgentie. Hiervan is met name sprake bij volledige stremmingen van een weg (cq rijbaan) en als het wenselijk is om de weggebruiker hierover te informeren met een handelingsperspectief. Weggebruikers die navigeren krijgen de stremmingen veelal via het navigatiesysteem binnen met vaak een routeaanpassing tot gevolg. De DIB-inzet richt zich bij stremmingen dan ook in eerste instantie op de niet-navigerende weggebruikers die wel een actieve app of een device gebruiken.

Het Servicebericht

Een specifieke toepassing van de DIB is het Servicebericht, gericht op verkeer dat in gesloten is voor een wegafsluiting door bijvoorbeeld een groot incident en geen handelingsperspectief heeft. Door het versturen van een in-car en on-trip bericht (tekst of gesproken) kan het ingesloten verkeer worden geïnformeerd over de situatie, de afhandeltijd en, indien nodig op maat gemaakt instructies geven aan de weggebruikers. Dit draagt bij aan de verbetering van de verkeersveiligheid en zorgt ook voor meer begrip bij de automobilist voor de situatie. Het is dan ook belangrijk dat een zo groot aantal ingesloten weggebruikers wordt bereikt. Het in-car servicebericht geeft op de specifieke locatie en op dat specifieke moment extra duiding wanneer de informatiebehoefte van de weggebruiker groot is. Indien mogelijk en nodig, wordt het bericht aangepast met de laatste stand van zaken.

