

High performance. Delivered.

UberPOP pilot evaluatie

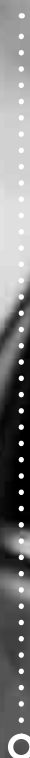
Verantwoording

Dit rapport is door en onder
verantwoording van Accenture
opgesteld op verzoek van Uber.

Het rapport beschrijft een evaluatie
van de UberPOP pilot die Uber van
juli tot september 2014 in Amsterdam
uitgevoerd heeft.

De evaluatie is gebaseerd op een
analyse van de gegevens van 1000
willekeurige ritten uit de UberPOP pilot,
gegevens van en enquêtes onder alle
actieve UberPOP gebruikers en alle
UberPOP bestuurders, informatie van
Uber over haar diensten en openbare
bronnen.

Het rapport bevat geen beoordeling
van of advisering over de juridische
aspecten van het gebruik van uberPOP
noch aanbevelingen van Accenture over
de toepassing danwel het gebruik van
uberPOP.





Inhoud

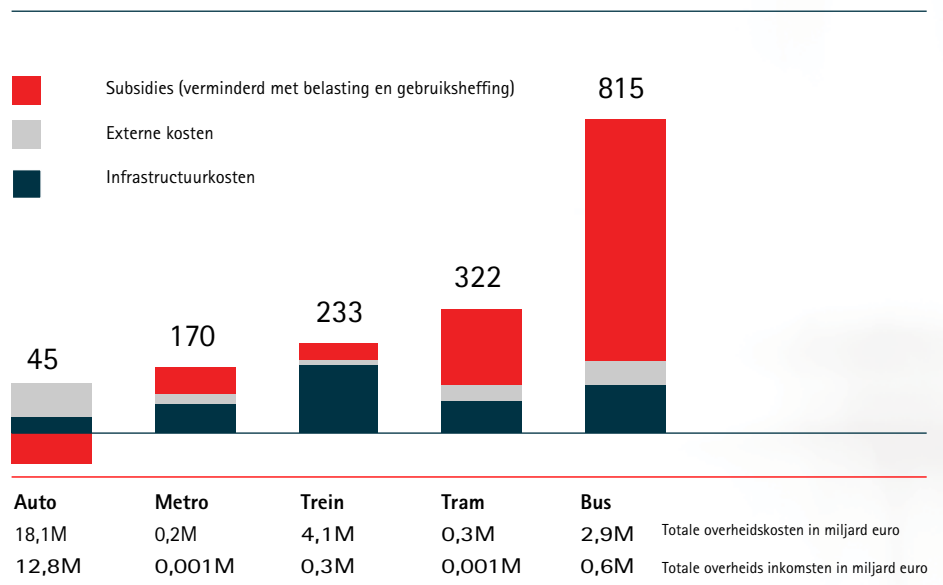
Verantwoording	2
Hoofdstuk 1: De Nederlands mobiliteit groeit	6
1.1 De auto of het openbaar vervoer?	6
1.2 Technologische ontwikkelingen en vernieuwende business modellen	12
Hoofdstuk 2. UBER	14
2.1 Uber is een technologiebedrijf op het gebied van mobiliteit	14
2.2 UberPOP	16
Hoofdstuk 3: Analyse van de uberPOP pilot	20
3.1 Gebruikers- en bestuurderservaringen op basis van ritgegevens en survey	20
3.2 UberPOP wordt voornamelijk gebruikt door jonge mannen	21
3.3 UberPOP wordt door gebruikers en bestuurders overwegend als veilig ervaren	23
3.4 Bestuurders zijn hoogopgeleid en zien uberPOP als bijverdiensten naast andere werkzaamheden	25
3.5 Gebruikers zijn overwegend enthousiast over uberPOP en gebruik neemt in hoog tempo toe	26
3.6 uberPOP vormt een aanvulling op en vervanging van andere vervoersopties	28
Hoofdstuk 4: Conclusies	32
uberPOP Appendix	34

Hoofdstuk 1:

De Nederlandse mobiliteit groeit

Sinds de jaren 50 is de mobiliteit binnen Nederland fors toegenomen. Volgens de Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid (SWOV) is dit vooral veroorzaakt door een verbeterde infrastructuur, economische groei en een toename van tweeverdieners waarvan de partners op verschillende plekken werken¹. Ook een verhoogde mobiliteit onder 65-plussers heeft hier aan bijgedragen². Deze toename is gepaard gegaan met een stijging van ruim 5 miljoen auto's in 1990 naar bijna 8 miljoen auto's in 2014³ en een groei van het openbaar vervoer. Alleen al in 2012 en 2013 is het aantal reizigerskilometer afgelegd met het openbaar vervoer met 8,4% gestegen⁴. Om de reizigers te faciliteren is het aantal bus-, trein-, tram-, metro- en taxidiensten toegenomen⁵ en is de totale lengte van spoorwegen de afgelopen vijf jaar met 4% gegroeid⁶. Anno 2014 telt Nederland circa 8 miljoen personenauto's³ en zijn er ruim 1,2 miljoen treinreizigers per dag⁷. De benodigde infrastructuur voor de verschillende vervoersoplossingen kost de overheid EUR 23 miljard per jaar en zijn in de grafiek hiernaast uitgesplitst in metro, tram, bus, trein en auto.

Overheidskosten per 1000 reizigerskilometers



1.1 De auto of het openbaar vervoer?

Elke vorm van transport heeft haar eigen karakteristieken met betrekking tot kosten, milieu impact, veiligheid, snelheid en comfort. Dit wordt op de volgende pagina geïllustreerd door het voorbeeld van Nicole die haar ouders in Leusden wil opzoeken.

1. Mobiliteit op de Nederlandse wegen. 2013. SWOV.
2. Visie ruimte en mobiliteit. 2014. Provincie Zuid-Holland
3. Bedrijfsvoertuigen, personenauto's, motoren; aantal/1000 inwoners, regio's. 2014. CBS.
4. Reizigerskilometers (personen); vervoerswijzen, regio's. CBS. 23 juni 2014.
5. De kosten van regionaal openbaar vervoer. 2013. SEO Economisch Onderzoek
6. Lengte van spoorwegen; spoorwegkenmerken, provincie. CBS. 2013
7. Hoeveel treinen rijden er op tijd? 2014. NS via: <http://www.ns.nl/reizigers/reisinformatie/informatie/actualiteiten/punctualiteitsmonitor.html>
8. Externe en infrastructuurkosten van verkeer. 2010. CE Delft



Nicole woont op de Emmaweg in Maarssen, 7 minuten fietsen van het station. Ze wil haar ouders bezoeken die in Leusden wonen. Ze kan of met de auto of met het openbaar vervoer.

Met de auto

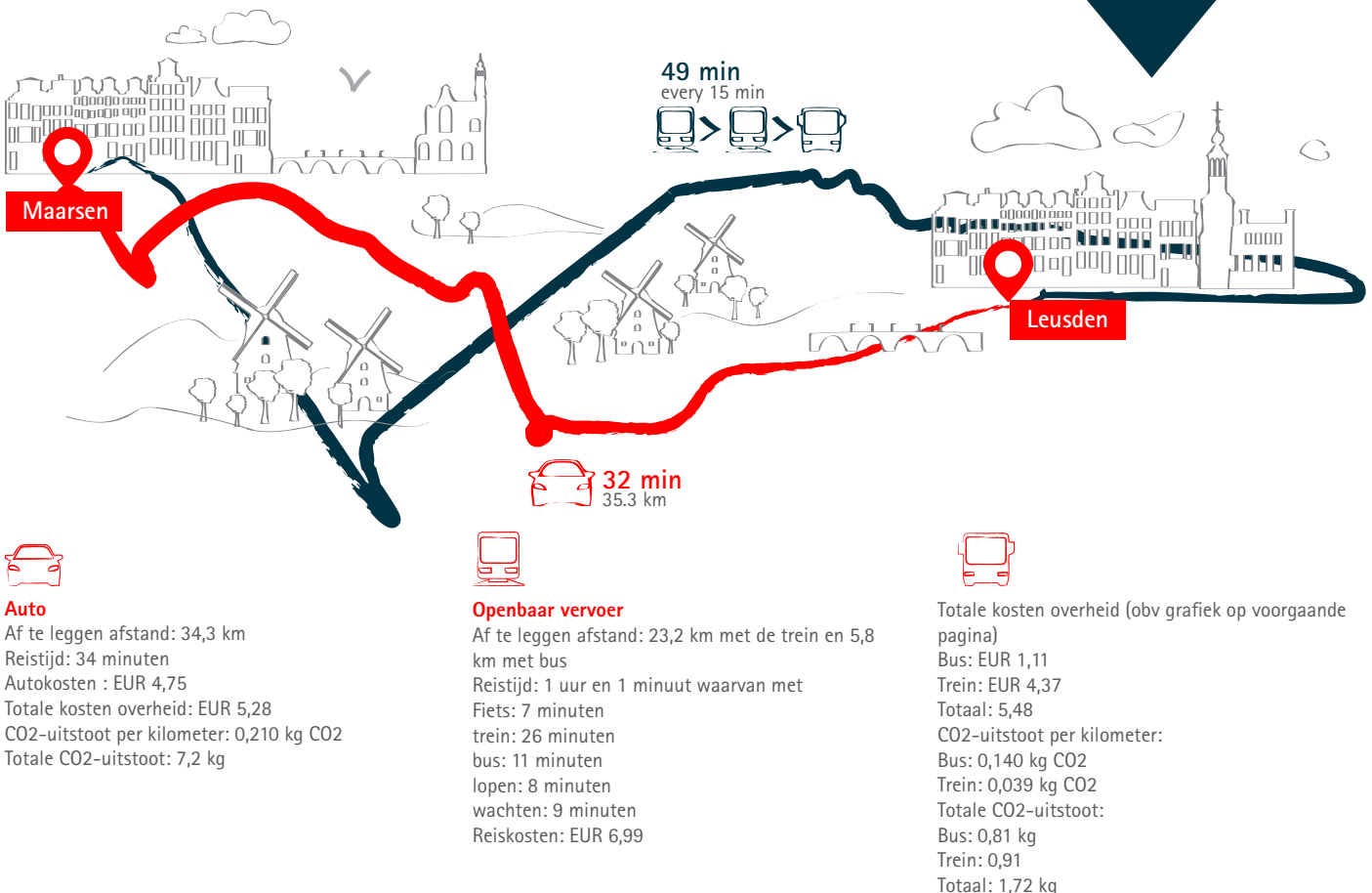
De auto is meest comfortabele⁹ en snelste¹⁰ manier voor Nicole. Van deur-tot-deur is zij 34 minuten onderweg. De totale kosten voor deze rit, inclusief onderhouds- en brandstofkosten, de afschrijving, verzekeringen en belasting komen neer op EUR 14,41¹¹. Parkeren bij haar ouders is gratis dus daar hoeft ze geen rekening mee te houden¹².

Naast Nicole betaalt ook de overheid mee aan de reiskosten. Deze zijn onder te verdelen in kosten voor infrastructuur en externe kosten als milieu, ongelukken en geluid. Zoals te zien in grafiek 1 liggen deze 'extra' kosten voor de auto lager dan het openbaarvervoer¹³. De auto stoot in de rit van Nicole 7,2 kg CO₂ uit. Dit is vier keer meer dan de CO₂-uitstoot van dezelfde reis met het openbaar vervoer¹⁴.

Met het openbaar vervoer

Als Nicole met het openbaar vervoer naar haar ouders gaat, is ze in totaal 1 uur en 1 minuut onderweg. Hiervan

zijn 37 minuten in de bus of trein; de rest is fiets-, loop-, en wachttijd. Daarbij zijn de reiskosten voor zowel Nicole¹⁵ als de overheid hoger¹³. Daarentegen zorgt het openbaar vervoer voor lagere CO₂-emissies per reizigerskilometer¹⁴ en een hoge mate van veiligheid¹⁷. Daarnaast kan Nicole nog een paar e-mails sturen met het gratis Wi-Fi in de trein voor ze het weekend begint. In het voorbeeld van Nicole is het gebruik van de auto qua tijd voordeliger maar liggen de kosten hoger. Pas wanneer zij de rit met twee vrienden zou maken, komt het gebruik van de auto financieel voordeliger uit.



Effect van toenemend autobezit

Het toenemende autobezit heeft impact op het milieu, het wegennetwerk en de stedelijke parkeerdruk. Ondanks de zuinigere motoren blijft de totale CO₂-uitstoot voor personenauto's stijgen door een toename in afgelegde kilometers. Dit wordt mede veroorzaakt door de lage gemiddelde autobezetting van slechts 1,4 personen per auto¹⁴. In 2012 bedroeg de totale uitstoot 19,4 miljoen ton CO₂¹⁶. Om de filedruk te verminderen is het wegennetwerk in de afgelopen 10 jaar met 40% uitgebreid¹⁷. Qua parkeerdruk geeft de gemeente Amsterdam aan dat de openbare ruimte onder druk staat door het grote aantal geparkeerde auto's¹⁸.

- 9. De energieke samenleving en duurzame mobiliteit. Verkenning van opgaven en aangrijpingspunten voor beleid. 2014. Planbureau voor de leefomgeving.
- 10. Automobilist het snelst op plaats bestemming. 2013. CBS.
- 11. Wat betaalt u aan de auto. 2014. Nibud via <http://www.nibud.nl/uitgaven/huishouden/auto.html>
- 12. ANWB routeplanner
- 13. Externe en infrastructuurkosten van verkeer: een overzicht voor Nederland in 2010. 2014. Verkeersonveiligheid van openbaar vervoer. 2011. SWOV factsheet.
- 14. STREAM personenvervoer 2014: Studie naar TransportEmissies van Alle Modaliteiten. Emissiekentallen 2011. CE Delft 2014.
- 15. 9292 OV Reisplanner
- 16. Mobiliteitsbalans. 2013. Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid
- 17. Lengte van wegen; wegkenmerken, regio. 2014. CBS
- 18. Amsterdam Aantrekkelijk



De overheid stuurt mobiliteit

Naast het stimuleren en betrekken van de samenleving heeft de overheid een controlerende rol binnen de mobiliteit. De Wet Personenvervoer 2000 (WP2000) is opgesteld ter bevordering van tarieftransparantie, informatievoorziening vanuit de transportaanbieder en punctualiteit. Het doel is het waarborgen van de veiligheid van de reizigers en het laaghouden van de prijzen¹⁹. Invoering van deze wet in 2000 ging gepaard met de liberalisering van de taximarkt, om tarieven competitief te maken. Echter, deze liberalisering resulteerde in een stijging van de prijzen en een daling van de kwaliteit door de weinige transparantie en de minimale eisen aan chauffeurs²⁰. In de afgelopen jaren is deze liberalisering teruggedraaid en zijn de eisen straatvervoerseen aan het verlenen van een taxidienst verscherpt. Niet alleen de chauffeur moet aan meer en strengere voorwaarden voldoen maar de taxi zelf moet door middel van een blauw nummerbord, een taximeter, een tariefkaart en een chauffeurskaart duidelijk herkenbaar zijn²¹. Daarbij kunnen zeven grote gemeenten vanaf eind 2014 groepsvorming opleggen aan taxichauffeurs. Hiermee moeten taxichauffeurs bij een Toegelaten Taxi Organisatie (TTO) aangesloten zijn om klanten mee te mogen nemen vanaf een taxistandplaats. Hiermee beogen de gemeenten de kwaliteit en betrouwbaarheid van taxi's te verhogen²².

De taximarkt kampt derhalve met strenger wordende regulering en de overheid houdt hier strikter toezicht op. De reizigers, verschillende vervoerstypen en bijkomende effecten vallen onder de verantwoordelijkheid van het ministerie van Infrastructuur en Milieu. Zij streeft naar een leefbaar, bereikbaar en veilig Nederland²³. In de Strategische kennis- en innovatieagenda (SKIA) Infrastructuur en Milieu 2012-2016, stelt zij de energieke samenleving, waarin gebruik wordt gemaakt van de energie en creativiteit van onder andere burgers en bedrijven, centraal. Het doel is het verduurzamen van de mobiliteit. Het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL) heeft onderzocht hoe deze energieke samenleving benut kan worden ter bevordering van de mobiliteit. Volgens het PBL is er een belangrijke rol voor de vervoersmiddelen-technologie weggelegd. Innovatieve technologie kan worden ontwikkeld en aangeboden door ondernemers en vervoerbedrijven, aldus het PBL²⁴.

19. Wet Personenvervoer 2000, artikel 32. 2014. De Overheid.
20. Deregulering taximarkt mislukt. Economisch Statistische Berichten, 88 (4406), 13 juni 2003, pp. 278-280. Irene van Staveren

21. Kenmerken legale taxi. Rijksoverheid.

22. Extra eisen gemeenten aan taxi's. 2014. Rijksoverheid

23. Ministerie van Infrastructuur en Milieu. Rijksoverheid.
(<http://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ienm>)

24. De energieke samenleving en duurzame mobiliteit.

Verkenning van opgaven en aangrijpingspunten voor beleid.
2014. Planbureau voor de leefomgeving.



1.2 Technologische ontwikkelingen en vernieuwende business modellen

Zoals eerder beschreven, neemt de markt voor personenvervoer al decennia lang toe. Hierbij zijn de vervoerstypen vrijwel hetzelfde gebleven, met voornamelijk privaat autobezit en het openbaar vervoer²⁵. De komst van nieuwe technologie maakt echter nieuwe business modellen mogelijk.

De opkomst van digitale business modellen in de markt van personenvervoer

Met de intrede van internet eind jaren 90, zijn nieuwe vormen van communicatie mogelijk geworden.

Bedrijven als eBay en Marktplaats waren pioniers die via deze nieuwe technologie vraag en aanbod op grotere schaal en sneller dan voorheen bij elkaar konden brengen²⁶. De beschikbaarheid en adoptie van nieuwe digitale technologieën zoals social, mobile, analytics en cloud, is de volgende stap in de informatierevolutie:²⁷

- Social technologieën faciliteren de deling van kennis en informatie van individuen tegen een hoge snelheid
- Mobile technologieën laten gebruikers ten alle tijden toegang tot informatie hebben
- Analytics geeft de mogelijkheid om grote hoeveelheden data effectief te analyseren

- Cloud technologie vormt de ondersteuning van social, mobile en analytics

Digitale technologieën zijn op de consument gefocust, en verschaffen daarmee informatie en creëren verbindingen tussen gebruikers die verder gaan dan verkoop alleen²⁸. Twee innovatieve business modellen, Product as a Service en Sharing Platforms hebben recentelijk hun intrede gemaakt in de consumentenmarkt. Sinds kort worden deze modellen ook hun intrede toegepast in het personenvervoer.

Product as a Service is een drijfveer voor duurzaamheid

Product as a Service is een alternatief voor bezit van producten. Via Product as a Service kopen gebruikers niet een product maar een dienst. Het leasen van een auto en een Spotify abonnement voor muziek zijn hier bekende voorbeelden van. Op deze wijze worden gebruiksduur, hergebruik en deling gezien als aanjagers van omzet²⁷. Car2Go, onderdeel van Daimler AG, hanteert het Product as a Service model. Door middel van digitale technologieën maakt Car2Go haar wagenpark beschikbaar aan 600.000 gebruikers in 16 steden. Naar verwachting stevent

het bedrijf af op een jaarlijkse omzet van USD 100 miljoen²⁷. In Nederland is Car2Go actief in de gemeente Amsterdam waar 300 elektrische Smarts in een binnenstedelijke mobiliteitsbehoefte voorzien²⁹.

Sharing Platform intensiveert productgebruik

Voorheen werden producten vooral tussen bekenden uitgewisseld, maar door de opkomst van digitale technologieën is dit ook mogelijk tussen onbekenden. Hierdoor worden producten en diensten meer benut waardoor de productiviteit en gebruikerswaarde van producten en diensten stijgt³⁰. Het Nederlandse Snappcar hanteert dit business model voor het delen van auto's. Via een digitaal platform brengt Snappcar auto-eigenaren en mensen zonder auto bij elkaar waarbij de eigenaar zelf het tarief bepaalt. Door onderlinge beoordelingen van gebruikers en verhuurders wordt interactie tussen personen, en de controle van diensten, versterkt. Inmiddels beschikt Snappcar over 7.000 verhuurders die aan 33.000 gebruikers een auto aanbieden³¹.

Impactvolle business modellen door digitale technologie

Deze nieuwe business modellen hebben een digitale basis waarmee een community wordt gecreëerd. In een community kunnen gebruikers elkaar beoordelen en via sociale media informatie delen. Op deze manier worden sociale en persoonlijke relaties versterkt waardoor controle en zichtbaarheid van bezit en diensten toeneemt²⁹. Hierdoor ontwikkelen individuen een ander perspectief op materieel bezit. Massaconsumptie en individualisme maken plaats voor het delen van diensten en goederen³¹. Onderzoek van het Amerikaanse Transportation Research Board naar de opkomst van vernieuwende business modellen in de personenvervoermarkt bevestigt dit. Het onderzoek wijst uit dat elk huishouden dat meedoet aan een auto-deel initiatief minder auto's gaat bezitten³².

Airbnb is een voorbeeld uit de deeleconomie dat de laatste jaren bekend is geworden. Via een digitaal peer-to-peer platform brengt Airbnb reizigers en particuliere huizenbezitters bij elkaar. Hier kunnen gebruikers hun ruimte adverteren en overal ter wereld accommodaties boeken³³.

Het succes van deelplatformen voor het delen van auto's en huizen wordt door hoogleraar Koen Frenken onderstreept. Volgens Frenken past het perfect in de tijdsgeest³⁴ en is er geen reden waarom dit niet heel groot kan worden³⁵.

25. Reizigerskilometers (personen); vervoerswijzen, regio's. CBS. 23 juni 2014.

26. Silicon Valley trekt aan de touwtjes. 2014. De Volkskrant

27. Accenture Technology Vision 2013

28. Circular Economy Innovation & New Business Models Initiative. 2013. World Economic Forum & Accenture

29. Brochure Amsterdam Electric. 2013

30. Circular Advantage Business Models Value Growth. 2014. Accenture.

31. Hoe Snappcar autodelen groot maakt. 2014. Management Team via: <http://www.mt.nl/479/85821/dossier-mt500/hoesnappcar-autodelen-groot-maakt.html>

32. The Impact of Carsharing on Household Vehicle Holdings: Results from a North American Shared-Use Vehicle Survey. 2010

33. Airbnb And The Unstoppable Rise Of The Share Economy. 2013. Forbes.

34. Deel auto's vervoeren de weg. 2014.

35. Tegengewicht bieden is gezond. 2014. De Volkskrant

Hoofdstuk 2: UBER

2.1 Uber is een technologiebedrijf op het gebied van mobiliteit

Uber is in 2009 opgericht in San Francisco met als doel vervoer in steden beter, makkelijker en betaalbaarder te maken. Uber biedt innovatieve technologie die vraag en aanbod op mobiliteitsgebied bij elkaar brengt. Via een mobiele app worden gebruikers in contact gebracht met geselecteerde vervoerders. Chauffeurs krijgen van Uber een iPhone in bruikleen, waarmee bestelde ritten geaccepteerd kunnen worden en via de GPS van het toestel kan de ritprijs berekend worden. Na de lancering in San Francisco is Uber sterk gegroeid en biedt haar dienst aan in meer dan 200 steden in 45 landen. Met dezelfde app kunnen gebruikers in alle steden waar Uber actief.

Bestel Uber met een druk op de knop

Na aanmelding bij Uber met een credit-card of PayPal account worden de beschikbare auto's en aanrijtijd real-time weergegeven op de telefoon. Via de GPS van de telefoon wordt de positie van de gebruiker bepaald. Op een eenvoudige manier wordt de gebruiker gekoppeld aan de dichtstbijzijnde chauffeur. Na het bestellen van de rit, verschijnt de naam, foto en beoordeling van

de chauffeur en model en kenteken van de auto in de Uber app. Wanneer de chauffeur is gearriveerd krijgt de gebruiker een bericht.

Duidelijke en inzichtelijke tarieven

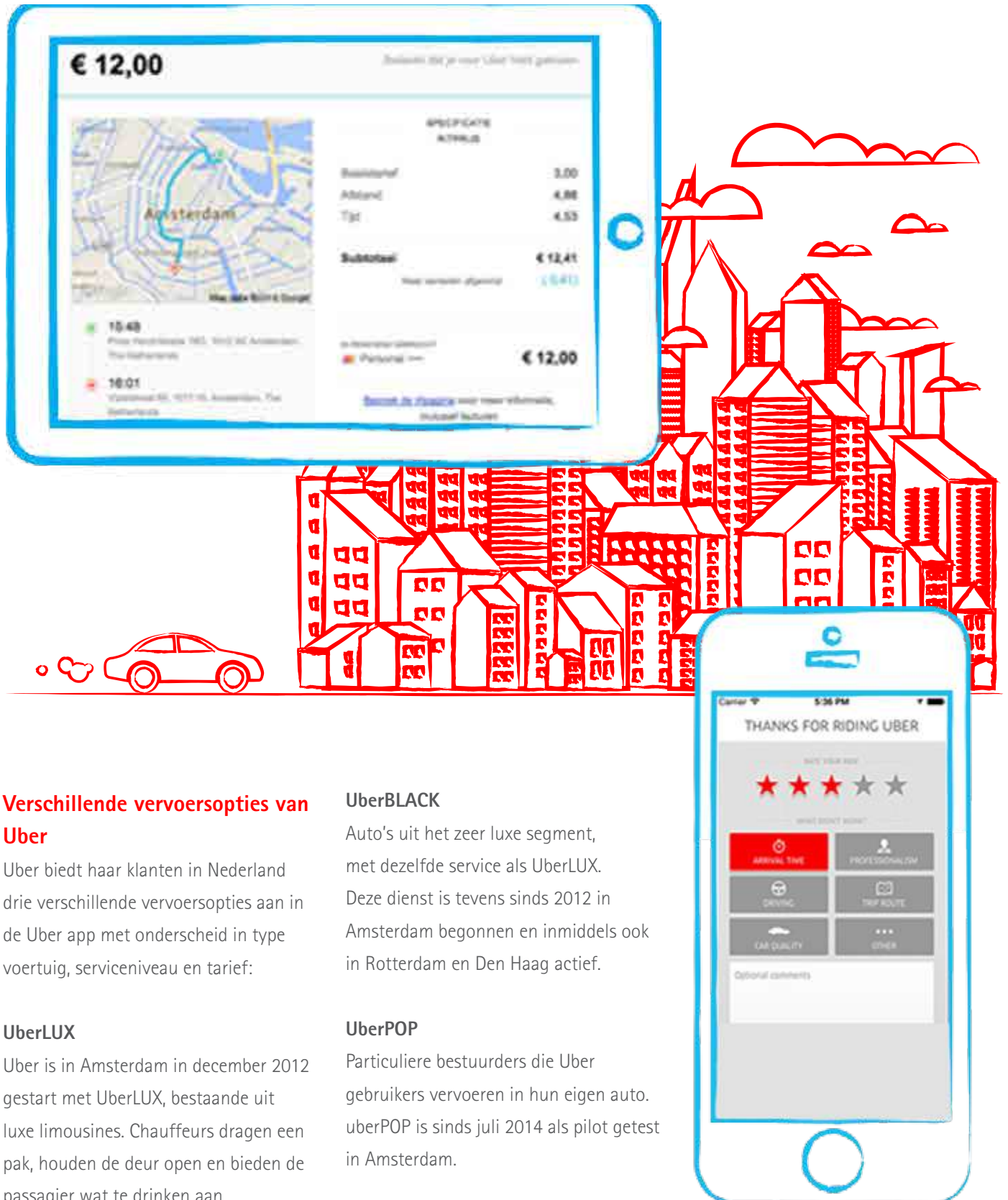
De gebruiker berekent de tarieven direct in de Uber app. Door het invullen van de ophaallocatie en de bestemming kan via de Uber app een schatting van de ritprijs gemaakt worden. Daarnaast gelden voor specifieke trajecten, zoals van Amsterdam Centrum naar Schiphol, vaste ritprijzen.



Gebruikers kunnen via de Uber app de ritprijs delen. Wanneer reisgenoten via de Uber app het verzoek tot delen van de ritprijs accepteren, wordt van alle credit cards hetzelfde bedrag afgeschreven. Uber werkt zonder contant geld. Bij aankomst op de bestemming wordt de ritprijs automatisch afgeschreven van de gekoppelde credit card of PayPal account. Via e-mail ontvangt de gebruiker een factuur en ritoverzicht met gereden route, opbouw van de ritprijs en informatie over de chauffeur.

Beoordeling van klantervaring

Na iedere rit wordt de gebruiker gevraagd zijn ervaring te beoordelen, middels een score van 1-5 sterren. Bij een score van 3 sterren of minder wordt specifiek gevraagd hoe de gebruikerservaring verbeterd kan worden. In alle gevallen kan de gebruiker opmerkingen toevoegen aan de beoordeling. Beoordelingen worden anoniem gedeeld met de chauffeurs. De feedback helpt de chauffeur om zijn dienstverlening te verbeteren. Het ratingsysteem biedt Uber de mogelijkheid om heel effectief de bestuurder te evalueren en de kwaliteit van het aanbod te waarborgen.



Verskillende vervoersopties van Uber

Uber biedt haar klanten in Nederland drie verschillende vervoersopties aan in de Uber app met onderscheid in type voertuig, serviceniveau en tarief:

UberLUX

Uber is in Amsterdam in december 2012 gestart met UberLUX, bestaande uit luxe limousines. Chauffeurs dragen een pak, houden de deur open en bieden de passagier wat te drinken aan.

UberBLACK

Auto's uit het zeer luxe segment, met dezelfde service als UberLUX. Deze dienst is tevens sinds 2012 in Amsterdam begonnen en inmiddels ook in Rotterdam en Den Haag actief.

UberPOP

Particuliere bestuurders die Uber gebruikers vervoeren in hun eigen auto. uberPOP is sinds juli 2014 als pilot getest in Amsterdam.

2.2 UberPOP

UberPOP is een optie in de Uber app waarmee de reiziger een rit kan bestellen bij een particuliere autobezitter. De tarieven van uberPOP zijn gemiddeld zo'n 40-50% goedkoper dan UberBLACK of een reguliere taxi.

Met uberPOP introduceert Uber een nieuwe schakel in de mobiliteitsketen: een oplossing die meerijden stimuleert door autobezitters en reizigers aan elkaar te koppelen. Waarmee mogelijk efficiënter gebruik van de beschikbare personenautocapaciteit bevorderd wordt.

Koppeling van vraag en aanbod

De essentie van uberPOP is het koppelen van de vraag voor een "toegankelijk, flexibel en goedkoper alternatief voor de eigen auto" aan een ruim voorradig en veelal ongebruikt aanbod van ritten. UberPOP beoogt hiermee een innovatieve nieuwe schakel in de mobiliteitsketen te zijn door meerijden te stimuleren. Meerijden is een oplossing die autobezetting verhoogt door autobezitters te koppelen aan reizigers. Doordat meerijden op reeds geplande ritten wordt de bezetting in de auto's verhoogt, waardoor in theorie het wegennet, parkeermogelijkheden en het milieu minder belast worden.



	€ Start tarief	€/km	€/minuut	€ Minimum tarief /Annulering tarief
Taxi	2,89	2,12	0,35	
UberLux	6,00	2,20	0,40	12,00/10,00
UberBlack	3,00	1,90	0,35	8,00/10,00
uberPOP	1,00	1,10	0,20	4,00/4,00

Specifieke criteria uberPOP

Het bestelproces van uberPOP is gelijk aan de andere opties in de Uber app. Met een eenvoudige handeling wordt de gebruiker gekoppeld aan de dichtstbijzijnde bestuurder. Daarbij geldt voor uberPOP een aantal aanvullende criteria ten aanzien van:

- Bestuurders
- Voertuigen
- Passagiers
- Beoordeling

Deze aanvullende criteria dienen om de veiligheid en kwaliteit van iedere rit te waarborgen.

Bestuurders

Iedere bestuurder is minimaal 21 jaar oud en heeft meer dan één jaar rijervaring. De aanmeldingsprocedure

bestaat uit een online training, een interview met een Uber medewerker, controle en documentatie van het rijbewijs, paspoort en een verklaring omtrent gedrag (VOG). Van iedere chauffeur wordt een profiel gecreëerd, waarvan de naam, foto en beoordeling van de bestuurder en het model en kenteken van de auto zichtbaar zijn voor de gebruiker wanneer die in contact wordt gebracht met de bestuurder.

Voertuigen

Bestuurders zijn in het bezit van een 4-deurs auto, met maximaal 8 zitplaatsen, niet ouder dan 10 jaar, met een geldige APK en een geldige particuliere autoverzekering volgens de wettelijke voorschriften. Alle voertuigen worden door een Uber medewerker

geïnspecteerd en het kentekenbewijs Deel 1A en 1B en het verzekeringsbewijs (de Groene Kaart) worden gecontroleerd en gedocumenteerd. Alleen gekeurde en veilige voertuigen worden toegelaten tot het uberPOP platform.

Passagiers

Alle ritten die via de Uber app worden besteld, zijn gedekt door een commerciële autoverzekering. Verder geeft Uber aan dat de uberPOP ritten in Nederland worden ondersteund door een commerciële auto aansprakelijkheidsverzekering tot 5 miljoen USD (ca. 3.65 miljoen EUR) per ongeval. Dit is een aanvulling op de wettelijke eigen autoverzekering van de bestuurder. Hiermee zijn bestuurder, gebruikers en derden (zoals voetgangers of andere bestuurders) beschermd gedurende een uberPOP rit.

Beoordeelde ritten

Ook uberPOP ritten worden na afloop beoordeeld door gebruikers via de Uber app. Na iedere rit, wordt de gebruiker gevraagd de uberPOP bestuurder te beoordelen op een schaal van 1 tot 5 feedback te geven over de rit. Bestuurders worden door Uber aangesproken bij een lagere gemiddelde gebruikersevaluatie dan 4,5. Uiteindelijk kan dit resulteren in uitsluiting van de bestuurder tot het uberPOP platform.



Uber roept gemengde reacties op

De introductie van de Uber diensten roept uiteenlopende reacties op.

Om een inzicht te geven in de verscheidene geluiden is hieronder een overzicht gegeven van enkele reacties zoals deze recent in de media zijn verschenen.

Uber toegestaan in California en gesteund door EU-commissaris "Politieke oorlogsvoering"³⁵

In juni demonstreerden 30.000 Europese taxichauffeurs massaal tegen de nieuwkomer Uber in onder meer Berlijn, London, Milaan en Parijs. In Duitsland en Brussel geldt inmiddels een verbod op uberPOP, onder luid protest van EU-commissaris Neelie Kroes³⁴. In California tekende Uber met resultaat bezwaar aan tegen boetes voor het overtreden van taxiwetten. Hier werd de eerder verboden uberPOP dienst alsnog toegestaan en wetgeving werd aangepast³⁶.

De Inspectie Leefomgeving en Transport (ILT) besloot op 30 juli dat uberPOP-bestuurders onder de categorie snorders vallen. ILT heeft aangekondigd uberPOP bestuurders een boete van 4200 euro in rekening te brengen en een proces-verbaal op te maken tegen Uber. Op 9 september jl. heeft het ILT aangegeven

dat het nog geen uberPOP chauffeurs beboet heeft³⁷.

Reacties uit de taxiwereld zijn gemengd

"Uber doet gewoon wat het wil"³⁵.

De adjunct-directeur van Taxi Centrale Amsterdam, Richard Olling, omschrijft uberPOP als snorders met een app, "Het speelveld moet voor iedereen gelijk zijn, iedereen moet volgens dezelfde regels worden beoordeeld"³⁸.

Reagerend op de vraag wat er gebeurt als Uber gedoogd wordt, stelt Olling: "als Uber gaat worden gedoogd, weet ik niet of het ons gaat lukken de onrust te beteugelen." Bas Vos, van het Amsterdams Platform Kwaliteitstaxi is eveneens teleurgesteld over de introductie van uberPOP in Amsterdam; "Het is jarenlang een janboel geweest. Nu het de laatste tijd weer wat beter lijkt te gaan staan ze dit toe. Dit is slecht nieuws, voor de taxichauffeurs, maar ook voor de klanten"³⁶. Ook Vakbond CNV laat zich kritisch uit, "Dit is regelrechte verdringing van werkgelegenheid, door mensen die het vooral als leuke bijverdienste zien en die niet zijn gekwalificeerd om als taxichauffeur te werken". Toch blijven de massale protesten in Nederland uit,

taxibedrijven reageren vooral laconiek, "Eerst zien, dan geloven...we zullen zien wat de consument wil"³⁵. Het lijkt erop dat taxi chauffeurs zich vooralsnog niet storen aan uberPOP³⁹. Volgens branche-vereniging KNV beschouwen veel taxichauffeurs uberPOP als oneerlijk concurrentie, maar is "de concurrentie van deze nieuwkomer vooralsnog te verwaarlozen"⁴⁰.

Consumenten reageren overwegend positief

Consumenten zijn positief over de introductie van uberPOP. "Als klanten blij zijn, de prijs daalt en de chauffeurs beter worden, is dat vooruitgang", aldus Wouter van Noort in Elsevier⁴¹. En uberPOP chauffeur Peter Bronsveld onderstreept de economische impact: "Tot nu toe houden deze whizzkids uit San Francisco... mij zonder vooroordelen, uit de bijstand. Daardoor hoef ik voorlopig niet aan te kloppen bij de gemeente Amsterdam voor een uitkering"⁴². Ook schrijver Arnon Grunberg is fan: "UberPOP kan overvolle treinen minder vol maken en ervoor zorgen dat carpoolen populairder en effectiever wordt"⁴³. NOS verslaggever Jeroen Wollaars merkt dat zelfs zijn hond gewoon mee mag: "Ineens maak



je mee wat [in Amsterdam] al jaren niet meer lukt: je wordt fatsoenlijk behandeld in een taxi, met normale prijzen, en zelfs de hond mocht mee (!)"⁴⁴.

Innovatie houd je niet tegen **"Tweede kamer: regels aanpassen voor Uber"⁴⁴**

Henk Volberda, hoogleraar innovatie aan de Erasmus Universiteit, licht toe dat de Uber-strategie een typisch voorbeeld van disruptieve innovatie is, "Taxi bedrijven zullen gaan protesteren als de winst afneemt...Kost Uber hen ook nog banen

dan zullen veel politici zich achter de taxibedrijven scharen. Maar uiteindelijk kiezen politici voor wat de consument wil- en veranderen ze om die reden een wet. Innovatie is onomkeerbaar"⁴⁵.

Uit de reactie van het kabinet blijkt dat politici zich hiervan bewust zijn. Op Kamervragen hoe om te gaan met deeleconomie initiatieven als Airbnb en Uber is de reactie, "Dit houdt je niet tegen." Volgens minister Henk Kamp van Economische Zaken verdienen deze initiatieven waardering, "Zolang ze zich aan de wet houden kunnen innovatieve

aanbieders de ruimte benutten om een volwaardige marktpositie te verwerven"⁴⁷.

- 35. Politieke oorlogsvoering. 2014. Het Parool
- 36. Uber doet gewoon wat het wil; Ze ronselden alvast chauffeurs. 2014. NRC.NEXT
- 37. Nog geen boetes voor uberPOP. 2014. RTL Nieuws
- 38. Politieke oorlogsvoering. 2014. Het Parool
- 39. Uber koerier heeft bij ons vrij baan. 2014. Sprout
- 40. Dit jaar meer taxibedrijven over de kop. 2014. Nu.nl
- 41. Pas de wet aan voor Uber. Elsevier, 9/8/14
- 42. Uber houdt mij uit de bijstand, Volkskrant 20/8/14
- 43. Uber, Volkskrant 22/8/14
- 44. Wie oorlog voert tegen innovatie, verliest altijd, Parool 27/8/14
- 45. Tweede Kamer: regels aanpassen voor Uber. 2014. De Volkskrant
- 46. Uber doet gewoon wat het wil; Ze ronselden alvast chauffeurs. 2014. NRC.NEXT
- 47. Tweede Kamer: regels aanpassen voor Uber. 2014. De Volkskrant

Hoofdstuk 3: Een analyse van de uberPOP pilot

3.1 Gebruikers- en bestuurderservaringen op basis van ritgegevens en survey

Begin augustus is een pilot met uberPOP gestart in Amsterdam, om kleinschalig de haalbaarheid van uberPOP te testen en te bezien in welke mate uberPOP een alternatief kan vormen op autobezit. De pilotgroep bestaat uit reeds actieve Uber klanten die de mogelijkheid hebben gekregen om gebruik te maken van uberPOP. Gedurende de pilot zijn enkele tientallen uberPOP bestuurders actief geweest. Door de populariteit van de dienst heeft UBER het aantal bestuurders gedurende de pilot opgeschaald. Voor de evaluatie van UberPOP heeft Accenture 1.000 willekeurige ritten uit de pilot geselecteerd. Onder alle actieve uberPOP gebruikers is begin september 2014 een enquête verstuurd om klantervaring en gebruik te evalueren. Onder de uberPOP bestuurders is ook een enquête verspreid om hun ervaringen en demografie in kaart te brengen. In combinatie met de ritgegevens adresseert deze evaluatie de volgende onderwerpen:

- Algemene bevindingen
- Veiligheid
- Ervaringen bestuurders
- Ervaringen gebruikers
- Aanvulling bestaande mobiliteitsoplossingen

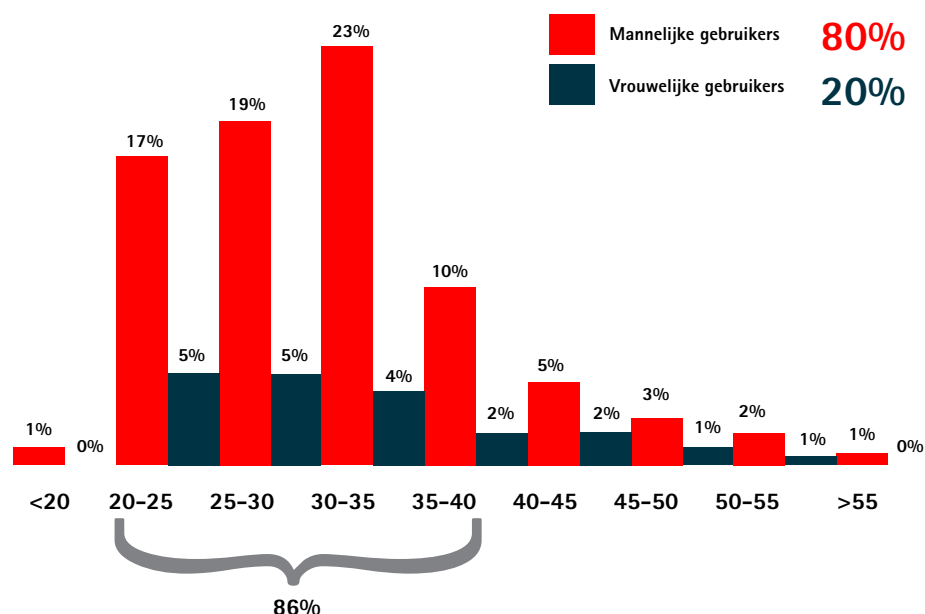
Door de vorm en opzet van de pilot moeten enkele kanttekeningen gezet worden bij de resultaten en de mogelijke interpretatie daarvan:

- In de pilot is geen gebruik gemaakt van een controlegroep
- Er heeft geen toetsing plaats gevonden van het meerrijdconcept in de ketenmobiliteit
- Er is geen gebruik gemaakt van een gecontroleerde gebruikers- en bestuurdersgroep

- Er is geen relatie of toetsing geweest met andere vervoerstypen
- De testomgeving speelt zich enkel af in Amsterdam

Met deze kanttekeningen geeft de pilot enkel een beeld van hoe de selecte groep gebruikers de dienst heeft ervaren. Hieruit kan niet opgemaakt worden hoe deze zich verhoudt tot andere vergelijkbare diensten. Er kan dus nergens een vergelijking worden getrokken en dat mag op basis van deze resultaten ook niet worden gedaan.

Gebruikers voornamelijk mannen tussen 20 en 40 jaar oud



3.2 UberPOP wordt voornamelijk gebruikt door jonge mannen

Om de resultaten van de pilot in context te plaatsen is een overzicht gecreëerd van de gebruikers, bestuurders en van de gemaakte ritten.

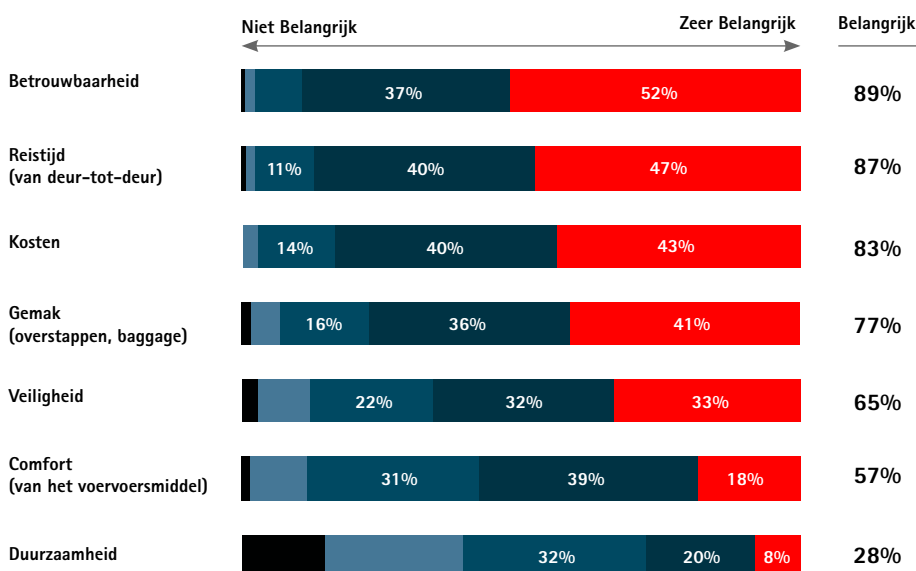
Gebruikers van uberPOP zijn vooral mannen tussen de 20 en 40 jaar

Het overgrote deel van de gebruikers is tussen de 20 en 40 jaar oud. Dit is volgens de Dienst Infrastructuur, Verkeer en Vervoer⁴⁸ van de gemeente Amsterdam de leeftijdscategorie die gemiddeld genomen de grootste verplaatsingsafstand aflegt in Amsterdam.

Tevens zijn mannen in de pilot oververtegenwoordigd met 80% mannelijke gebruikers tegenover slechts 20% vrouwelijke gebruikers. Onder de bestuurders zijn alle leeftijdscategorieën vertegenwoordigd; van twintigers tot aan gepensioneerden. Maar ook hier is het merendeel tussen de 25 en 40 jaar oud⁴⁹. De oververtegenwoordiging van mannen is bij de bestuurders nog groter dan bij de gebruikers: slechts 3% van de bestuurders is vrouwelijk⁵⁰.

Gebruikers hechten groot belang aan betrouwbaarheid, reistijd, kosten en gemak

Hoe belangrijk vind je de volgende aspecten in jouw keuze voor verschillende vervoersalternatieven



UberPOP gebruikers hechten vooral belang aan betrouwbaarheid, reistijd, kosten en gemak

Uit de pilot blijkt dat gebruikers van uberPOP een groot belang hechten aan betrouwbaarheid, reistijd, kosten en gemak van mobiliteit. Veiligheid wordt ook als een belangrijk element gezien, maar is tezamen met duurzaamheid en comfort secundair aan de bovengenoemde thema's.

48. Hoe verplaatst de Amsterdammer zich? DIW. 2013.

49. Bijlage grafiek 1.) Leeftijd van bestuurders

50. Bijlage grafiek 2.) Bestuurder demografie - man vs vrouw

Voornamelijk privé ritten gemaakt door Amsterdammers

Door de opzet van de pilot concentreren de ritten zich in Amsterdam, en wordt uberPOP hoofdzakelijk gebruikt door mensen woonachtig in Amsterdam⁵¹.

De gebruikers maken vooral uberPOP ritten voor privédoeleinden en slechts zeer beperkt voor zakelijk gebruik⁵².

Dat de gebruikers het actiefst zijn in de avonden⁵³ van donderdag en vrijdag wijst⁵⁴ er des te meer op dat uberPOP vooral voor privédoeleinden wordt gebruikt. Gebruikers geven aan dat uberPOP minder geschikt is voor zakelijke ritjes:

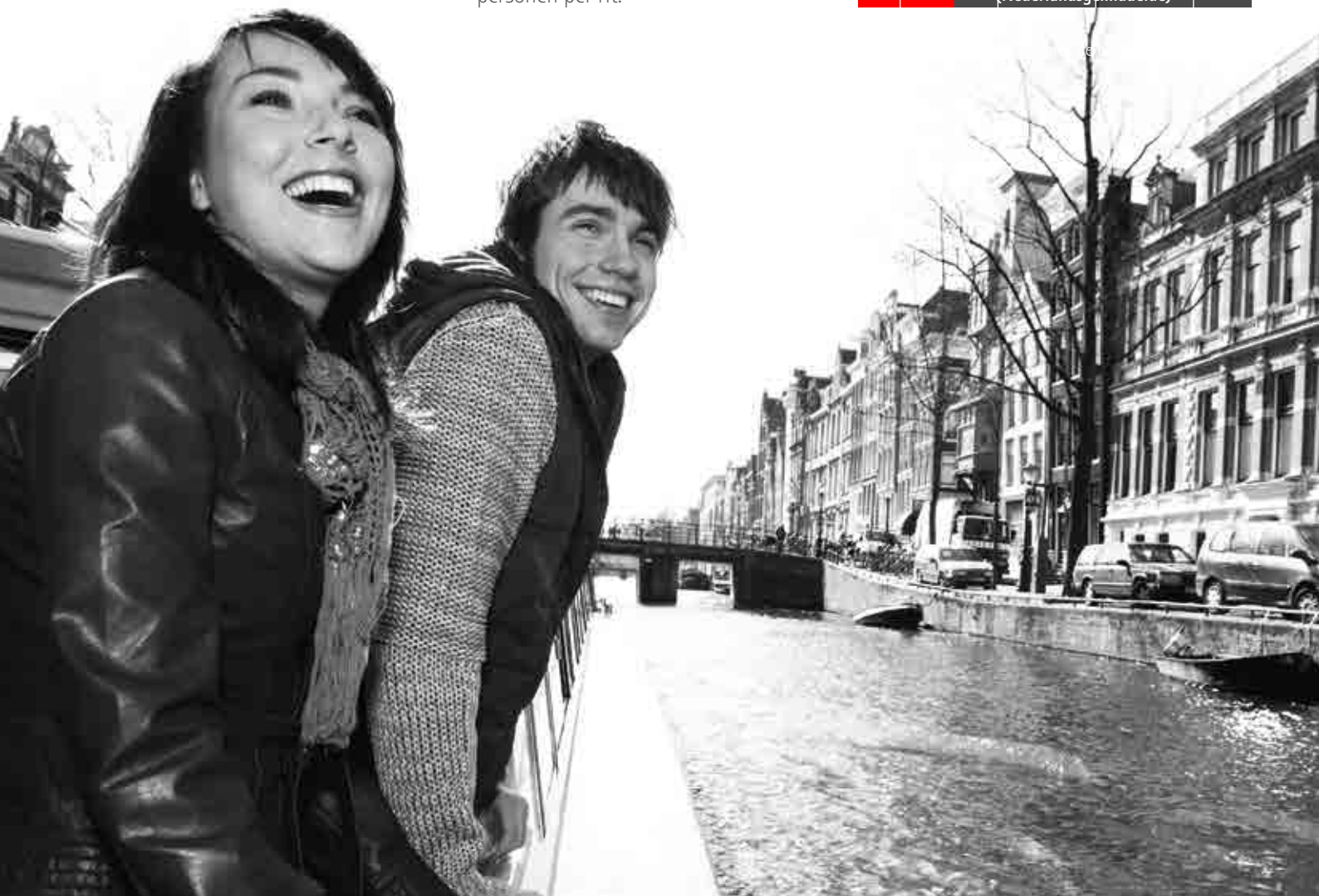
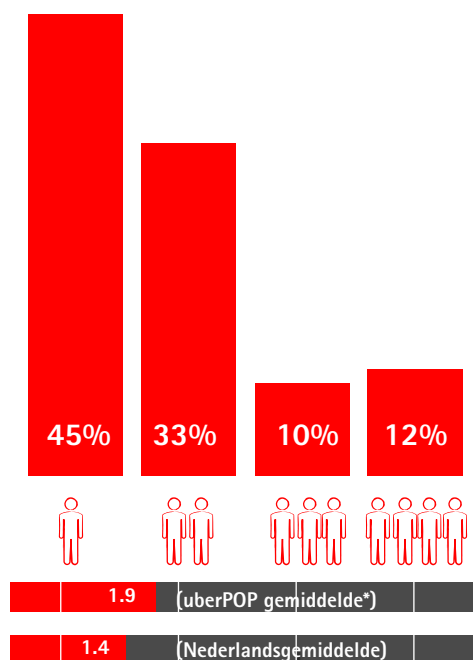
"Groot voorstander van UberPOP, voornamelijk voor privé. Zakelijk zal ik de andere opties blijven gebruiken."

UberPOP heeft een hoge autobezetting

55% van de gebruikers heeft de rit met één of meerdere personen gedeeld. Door het delen van ritten komt de gemiddelde autobezetting voor uberPOP ritten hoger uit dan het landelijke gemiddelde van 1,4 personen⁵⁵. Voor uberPOP is de gemiddelde bezetting, waarbij de bestuurder niet wordt meegerekend, 1,9 personen per rit.

gemiddeld 1,9 personen per uberPOP rit

Aantal personen in auto



3.3 UberPOP wordt door gebruikers en bestuurders overwegend als veilig ervaren

Veiligheid is een belangrijk thema binnen de Nederlandse mobiliteitsmarkt. Eén van de doelen van de WP 2000 is het waarborgen van de veiligheid van de reiziger en het personeel. Vanwege het grote belang van veiligheid is in de evaluatie van uberPOP gekeken naar de veiligheidsperceptie die gebruikers en bestuurders hebben. Hierbij is het echter zo dat de personen die mee doen aan de pilot al vertrouwd zijn met de Uber diensten. Zij hebben bewust gekozen om via uberPOP met particulieren in de auto te stappen en zullen van nature minder risicoavers zijn. Deze resultaten zijn dus niet te vergelijken met een doorsnede van de Nederlandse samenleving.

Veiligheid wordt door alle leeftijden als hoog gecircipieerd

Zowel de autobezitter als de gebruiker moeten een gevoel van veiligheid hebben om uberPOP te laten slagen. Door 84% van de gebruikers werd uberPOP tijdens de pilot als veilig tot zeer veilig ervaren. Bij de bestuurders lag dit percentage op 92%.

2% van de gebruikers heeft de ritten als onveilig ervaren, waarvoor verschillende redenen worden gegeven. Eén respondent heeft bijna een ongeluk meegemaakt en beschouwde de rit als risicovol. Twee gebruikers van

uberPOP stelden dat de bestuurder er een bruuske of ongepaste rijstijl op na hield. Gedurende de pilot zijn geen veiligheidsincidenten gemeld. Dat de veiligheidsperceptie van uberPOP hoog ligt, blijkt ook uit een analyse op leeftijd. Op een schaal van 1 tot 5 scoort veiligheid tussen de 4,1 en 4,5 voor alle leeftijdscategorieën. Echter, wegens het ontbreken van een controlegroep zijn deze cijfers niet in de context van andere vervoersmethoden te plaatsen⁵⁶.

Vrouwen percipiëren de dienst als veilig en hechten hier ook meer waarde aan

De vrouwelijke gebruikers van uberPOP geven aan dat ze meer waarde hechten aan hun veiligheid dan de mannelijke gebruikers⁵⁷. Daarbij ervaren 91% van de vrouwen uberPOP als veilig tot zeer veilig.

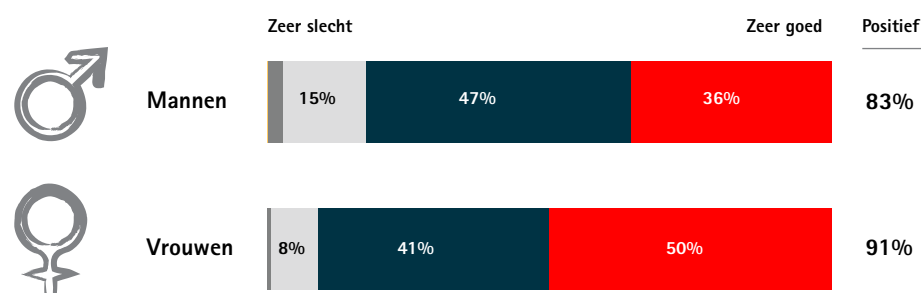
De vrouwelijke populatie is echter met 20% wel ondervertegenwoordigd in deze evaluatie. De oorzaak van deze beperkte vrouwelijke vertegenwoordiging is niet bekend.

"Ik heb als jonge vrouw weinig nodig in mijn vervoer, alleen veiligheid en betrouwbaarheid. Daar voldoet het zeker aan!"

51. Bijlage grafiek 3.) Woonplaats gebruikers
52. Bijlage grafiek 4.) Gebruik uberPOP privé/zakelijk
53. Bijlage grafiek 5.) Gemiddeld uberPOP gebruik per uur
54. Bijlage grafiek 6.) Gemiddeld uberPOP gebruik per dag
55. STREAM personenvervoer 2014: Studie naar TRansportEmissies van Alle Modaliteiten. Emissiekentallen 2011. CE Delft
56. Bijlage grafiek 7.) Veiligheidsperceptie per leeftijdsgroep
57. Bijlage grafiek 8.) Veiligheidsbelang vrouwelijke vs mannelijke gebruikers

Mannelijke en vrouwelijke gebruikers ervaren de dienst als veilig

Nadat je uberPOP nu zelf hebt kunnen ervaren, hoe beoordeel je jouw uberPOP rit(ten) op veiligheid



Het beoordelingssysteem als maatstaf voor de kwaliteit

Ook kwaliteit staat centraal in de WP 2000. Deze wordt gewaarborgd door strenge eisen aan taxichauffeurs en het opleggen van groepsvorming in de grote gemeenten. UberPOP maakt gebruik van een beoordelingssysteem zoals we dat kennen van onder andere eBay en restaurantsite lens. Hier kunnen consumenten de dienst beoordelen waardoor er een sociale controle ontstaat van de aangeboden diensten.

Voor 87% van de gebruikers geldt dit systeem als een goede manier om de kwaliteit te beschermen zonder tussenkomst van de overheid. Van de bestuurders geeft 97% aan dit systeem goed te vinden werken⁵⁸. Sommige gebruikers zien een dergelijk beoordelingssysteem zelfs als noodzakelijk.

Door de opzet van de pilot zijn deze resultaten echter niet te vergelijken met andere mobiliteitsoplossingen.

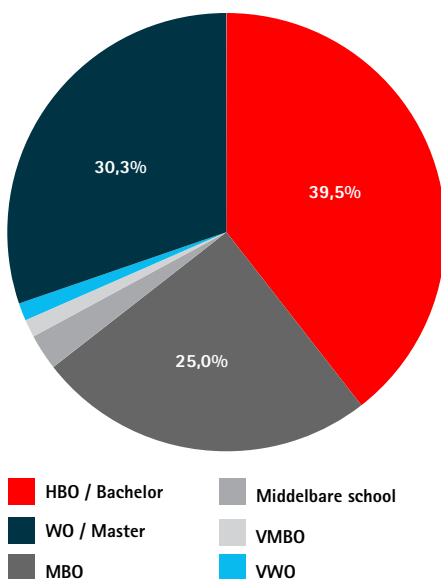
"Controle op de bestuurders door middel van ratings is essentieel."



3.4 Bestuurders zijn hoogopgeleid en zien uberPOP als bijverdiensten naast andere werkzaamheden

UberPOP kan niet bestaan zonder de particulieren die met hun eigen auto de uberPOP dienst aanbieden. De groep bestuurders binnen de pilot bestaat grotendeels uit jonge, hoogopgeleide mannen waarvan het merendeel buiten Amsterdam woont⁵⁹.

Bestuurders zijn veelal hoogopgeleid



Voor het succes van uberPOP is het van belang dat bestuurders voldoende incentive hebben om deel te nemen aan het concept. Om dit te evalueren, is gekeken naar de redenen waarom bestuurders meedoen en hoe zij de beloning percipiëren.

'Bijverdiensten' is de grootste drijfveer voor de bestuurders

De primaire drijfveer om bestuurder te worden is financieel⁶⁰. Daarnaast geven meerdere bestuurders van de pilot aan Uber te ondersteunen of het een leuke tijdsbesteding te vinden.

"Enthousiast over Uber; leuke hobby en nog geld verdienen ook."

Bestuurders combineren uberPOP met andere werkzaamheden

Het overgrote deel van de uberPOP bestuurders heeft naast zijn activiteiten als bestuurder een primair dienstverband zoals zelfstandig ondernemer, of vast / deeltijds dienstverband⁶¹. Uit responses blijkt dan ook dat de vergoeding voornamelijk als bijverdienste wordt beschouwd en niet als primair inkomen.

"Het is fijn dat ik zelf kan bepalen wanneer ik inlog. Maar zie het als bijverdienste want wil je er van"

Het merendeel van de bestuurders is neutraal of positief over de verdiensten

Het bijverdienen van geld is de grootste drijfveer. Onder de bestuurders heerst een grote verdeeldheid over de beoordeling van de vergoeding. Tevens is er onderscheid tussen de beoordeling van bestuurders woonachtig in Amsterdam (waar de pilot is gehouden) en buiten Amsterdam. Hierbij zien we dat bestuurders uit Amsterdam aanzienlijk positiever zijn over de vergoeding dan bestuurders die elders wonen.

58. Bijlage grafiek 9.) Beoordeling kwaliteitsmanagement systeem

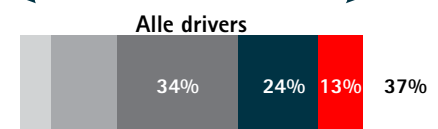
59. Bijlage grafiek 10.) Woonplaats bestuurders

60. Bijlage grafiek 11.) Redenen om bestuurder te worden

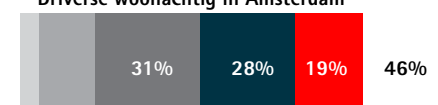
61. Bijlage grafiek 12.) Primair dienstverband van bestuurders

Beoordeling van vergoeding

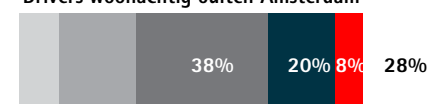
Te laag ← Erg goed → Positief



Driverse woonachtig in Amsterdam



Drivers woonachtig buiten Amsterdam



3.5 Gebruikers zijn overwegend enthousiast over uberPOP en gebruik neemt in hoog tempo toe

Voor een complete evaluatie van de pilot zijn de ervaringen van de uberPOP gebruikers van belang. Deze ervaring is te toetsen aan de hand van vier hoofdpunten:

- Ervaringen met uberPOP
- Groeitrend
- Toekomstig gebruik
- Net Promotor Score

Let wel dat de pilotgroep uit een groep early adopters bestaat waardoor het aannemelijk is dat de resultaten van de pilot relatief positief uitvallen. Tevens is hier geen vergelijking te maken met de ervaringen van andere mobiliteitsoplossingen.

Gebruikers staan overwegend positief tegenover uberPOP

De respondenten van de enquête zijn gevraagd naar hun ervaring met uberPOP. Meer dan 80% van de gebruikers geeft aan tevreden of zeer tevreden te zijn over de kosten, reistijd, gemak en veiligheid van uberPOP. De positieve ervaring van reistijd wordt ondersteund door de reistijdanalyse⁶². Hier wordt geconstateerd dat uberPOP even snel is als de auto. Er wordt echter niet gekeken naar de wachttijd, die voor uberPOP 8 minuten bedraagt. Ondanks

deze wachttijd beoordelen gebruikers het gemak van uberPOP hoog, wat deels is toe te schrijven aan de punctualiteit van uberPOP. Slechts 17% van de gebruikers wordt later opgepikt dan aangegeven⁶³.

"Mooie service met veel gemak!"

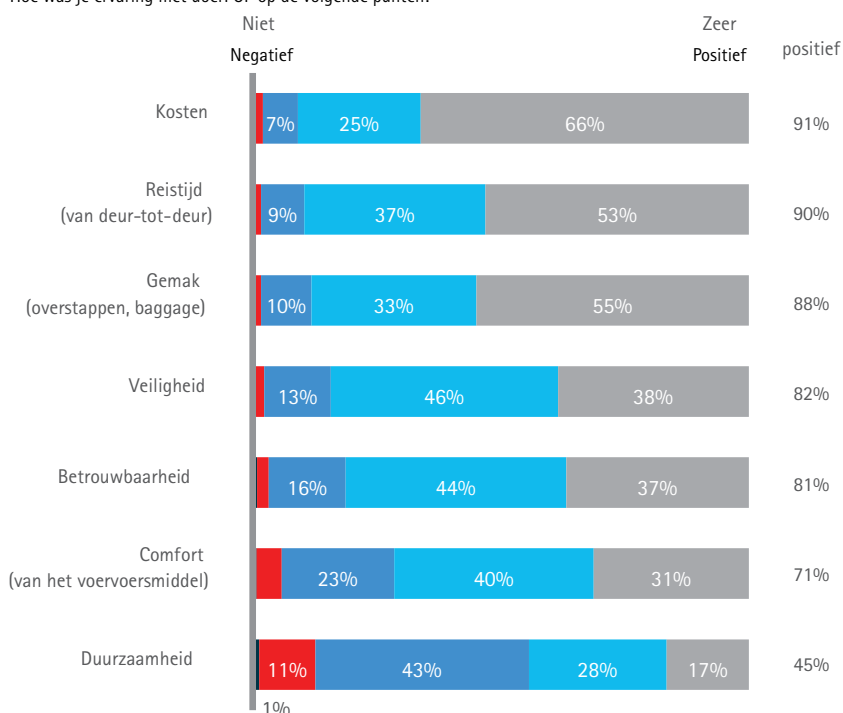
De pilot onderzoekt de klantervaring met eerdergenoemde elementen niet voor andere vervoermiddelen. Hierdoor is het niet mogelijk deze punten in relatie tot gebruik van de auto, taxi of het

openbaar vervoer te plaatsen.

De positieve resultaten worden daarentegen wel ondersteund door de groei in gebruik van uberPOP gedurende de pilot. Deze positieve trend komt ook naar voren uit de enquête. Op de vraag naar hoe vaak uberPOP klanten in de toekomst gebruik denken te maken van de dienst, antwoordt ruim 80% met maandelijks of vaker⁶⁴. Echter, gebruikers geven ook aan dat zij de auto zullen blijven gebruiken vanwege financiële voordelen en flexibiliteit⁶⁵.

Gebruikerservaring van uberPOP

Hoe was je ervaring met uberPOP op de volgende punten:



Gebruikers bevelen uberPOP aan bij hun familie en vrienden

Gebruikers zijn overwegend positief over uberPOP en zouden de dienst dan ook in hoge mate aanbevelen bij vrienden en familie. Dit resulteert in een bijzonder hoge Net Promotor Score (NPS) van 61. Ter referentie: goed presterende bedrijven behalen een NPS tussen de 20 en 40 punten⁶⁶. De bestuurders zijn met een score van 20 ook netto positief over de dienst, hoewel minder positief dan de gebruikers.

Kortom, voornamelijk de gebruikers van uberPOP zijn positief over hun ervaring, maken herhaaldelijk gebruik van de dienst en zouden uberPOP aanbevelen bij familie en vrienden. Dit wordt door de gebruikers ook benadrukt:

"Gezelligheid, netjes, prijs-kwaliteitverhouding goed."

62. Bijlage grafiek 13.) Vergelijking van kosten en duur van vervoerstypen

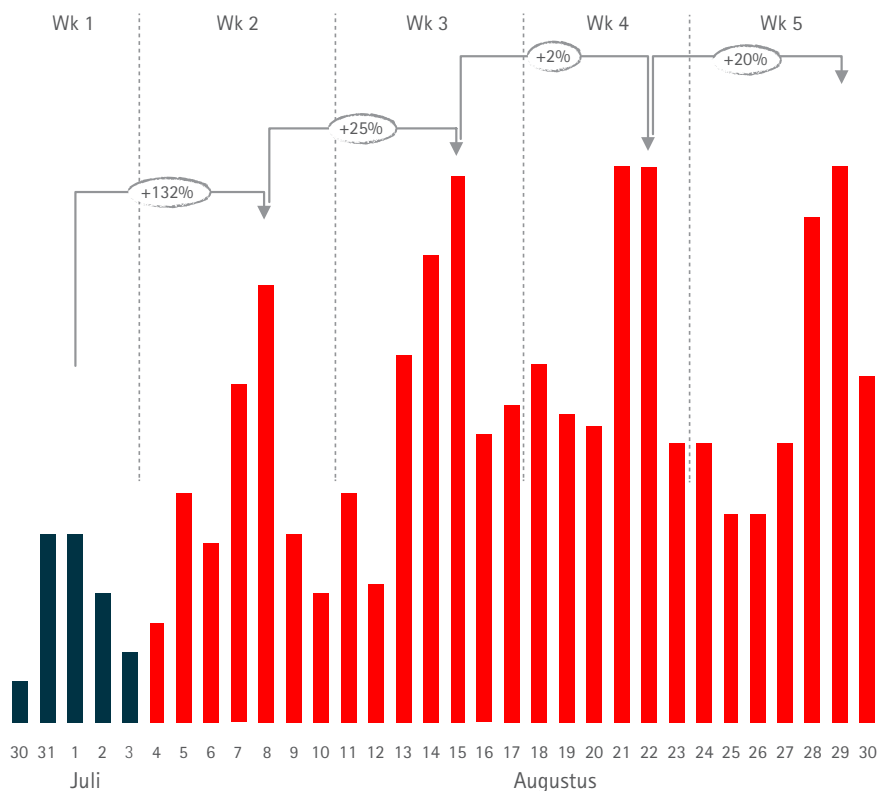
63. Bijlage grafiek 14.) Punctualiteit uberPOP

64. Bijlage grafiek 15.) Toekomstig gebruik

65. Bijlage grafiek 16.) Redenen eigen autogebruik

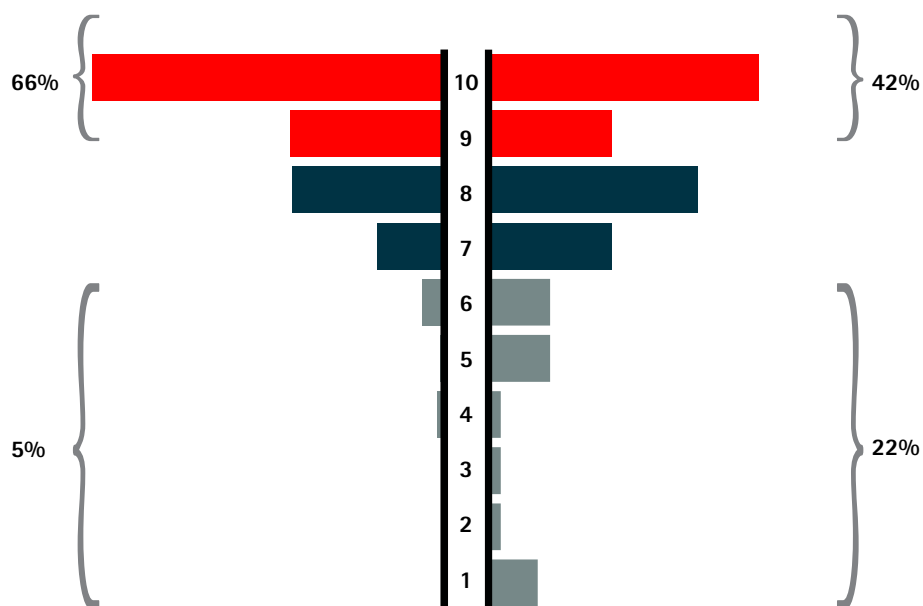
66. Top 100 Brands. 2013. Word of mouth index

Sterke groei gebruik. (# gemaakte uberPOP ritten door gebruikers die actief zijn sinds eerste week)



Gebruikers en bestuurders raden het gebruik aan

Hoe waarschijnlijk is het dat je (het werken met) uberPOP zal aanbevelen aan familie, vrienden of collega's?



NPS gebruikers : 61

NPS bestuurders: 20

3.6 uberPOP vormt een aanvulling op en vervanging van andere vervoersopties

Tevens is gekeken in welke mate uberPOP een aanvulling heeft gevormd op andere mobiliteitsoplossingen.

"UberPOP vult een duidelijke behoefte in het spectrum van vervoermiddelen. Het kan duurzaam de aantrekkelijkheid van het OV helpen vergroten."

UberPOP is vooral een vervanging van het OV en taxidiensten

Door middel van de enquête is gebruikers gevraagd welk vervoersmiddel uberPOP in de toekomst zal vervangen. Een meerderheid van de respondenten gaf aan dat uberPOP vooral het openbaar vervoer en de conventionele taxi vervangt. Andere Uber diensten, fietsen, lopen en de eigen auto zullen in de toekomst minder vervangbaar zijn⁶⁷. De mogelijke aanvulling op het OV komt sterk naar voren in het commentaar van gebruikers:

"Prima alternatief t.o.v. te dure taxi's in NL. Hiermee wordt een taxi prima aanvulling op het OV zoals in andere grote steden internationaal."

UberPOP vormt een toevoeging op de eigen auto

De meerderheid van de respondenten geeft aan dat uberPOP een toevoeging aan de eigen auto is als de dienst 24/7 in de eigen omgeving beschikbaar zou zijn. Van de gebruikers geeft 5% aan de eigen auto compleet te vervangen, en 42% geeft aan uberPOP en de eigen auto naast elkaar te gebruiken.

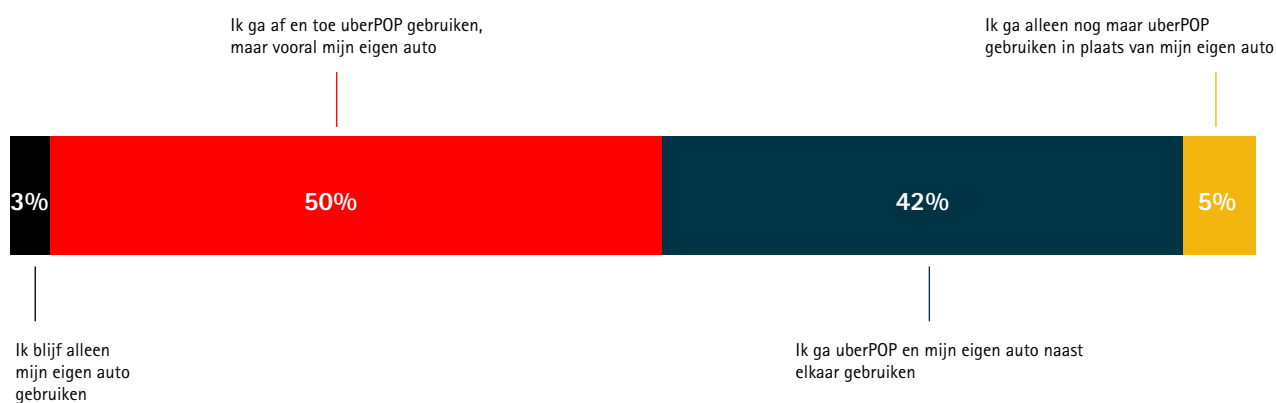
Uit de survey blijkt dat uberPOP voornamelijk gebruikt wordt voor enkele ritten, waarbij er geen gebruik wordt gemaakt van andere vervoersmiddelen⁶⁸. UberPOP wordt door de pilot groep ervaren als een alternatief voor openbaar vervoer, taxidiensten en in mindere mate de auto. Doordat er in de pilot geen gebruik is gemaakt van een gecontroleerde gebruikersgroep, zijn deze resultaten niet in relatie tot de Nederlandse samenleving te plaatsen.

67. Bijlage grafiek 16) Vervangingsgebruik

68. Bijlage grafiek 17) uberPOP aanvulling op andere vervoersmiddelen

UberPOP in 5% vervanging voor autobezit

Indien UberPOP 24 uur per dag, 7 dagen per week beschikbaar zou zijn in jouw omgeving, wat zou dat kunnen betekenen voor jouw autogebruik?



Mobiliteitsexperts stellen dat uberPOP een impact zal hebben op de markt



Ingezonden stuk van
Carlo van de Weijer
– Director Strategic Area Smart
Mobility TU/e

Uber als disruptieve factor in mobiliteit
De maatschappij digitaliseert. Met de voorspelbare wet van Moore worden computers en processoren elk jaar twee keer krachtiger, of anders gesteld wordt rekenkracht elk jaar twee keer goedkoper. Hierdoor ontstaat een exponentiele groei van vaak onvoorziene toepassingen. En overal waar deze digitalisering haar intrede doet volgt een eveneens redelijk goed voorspelbare verandering van bestaande processen. Business modellen worden ontwricht door een compleet nieuwe benadering van een bestaande behoefte van consumenten. Kodak wordt Instagram, LP's worden CD's, iTunes, Spotify, steeds sneller en in de regel

steeds goedkoper én beter. Een belangrijk neveneffect is daarbij dat digitale techniek democratiseert; een Afrikaanse jongen van 15 heeft bijvoorbeeld nu toegang tot meer informatie dan de president van de Verenigde Staten 10 jaar geleden.

Op het gebied van mobiliteit zien we deze effecten op twee gebieden: voertuigen die door informatietechnologie steeds schoner, veiliger en comfortabeler worden, en informatiesystemen die het vervoersconcept slimmer maken en tot een betere afstemming leiden tussen vraag en aanbod. Uber is een voorbeeld daarvan.

En ook hier vindt ontwrichting of disruption plaats van bestaande processen. Taxiwetten zijn gemaakt om negatieve bijverschijnselen in de taxibranche tegen te gaan zoals asociaal gedrag, bewust omrijden, onduidelijke prijsstelling, weigeren van korte ritten en zulks meer. Helaas vaak zonder succes. Applicaties als Uber hebben hiervoor een alternatief, grotendeels gestoeld op de beoordeling door consumenten en transparante informatie. Het is een lastig proces om langs deze bestaande

wetten een alternatief neer te zetten zonder dat dat tot wrijving en onrecht leidt, maar het geforceerd proberen te passen van een nieuwe disruptieve speler op klassieke wetgeving is niet de weg en leidt mogelijk tot het missen van kansen. Alsof Tesla wordt verboden op de Nederlandse weg te rijden omdat er geen RDW-goedgekeurde benzinedop gemonteerd is.

Want ook hier zijn er grote potentiële voordelen, vooral op het gebied van toegankelijkheid, veiligheid en kosten: in Nederland kost het openbaar busvervoer de maatschappij bijvoorbeeld bijna een Euro per reizigerskilometer, en is bij lange na niet overal en altijd beschikbaar. En hoewel nog niet onderzocht, wordt ook verwacht dat Uber positief zal uitwerken voor het verminderen van autobezit, voor het toenemend gebruik van andere modaliteiten en voor de vernieuwing van het wagenpark, wat noodzakelijk is voor terugdringing van vervuiling en ongevallen.



Photographer: Merlijn Doornik

Ingezonden stuk van

ShareNL

– ShareNL is een kennis- en netwerkplatform ter stimulatie van de deeleconomie in Nederland

UberPOP zal concurreren met het openbaar vervoer.

Het in heel Nederland introduceren van uberPOP zal de mobiliteitskeuze van de consument bevorderen. De noodzaak voor het hebben van een auto neemt flink af omdat de toegang tot mobiliteit aanzienlijk toeneemt. UberPOP zal concurreren met het openbaar vervoer, vooral op de kortere afstanden (binnen steden), omdat de prijs-kwaliteitverhouding voor velen een aantrekkelijke optie zal worden. Op de langere afstanden kunnen diensten als uberPOP het gebruik van het openbaar vervoer juist bevorderen doordat het treinstations flexibel kan linken met vertrekplaatsen en bestemmingen, maar dan voor een tarief dat we niet gewend zijn. Het is belangrijk dat verschillende bijeffecten goed onderzocht worden. Zo zou de verkeersdruk in steden kunnen

UberPOP in het bijzonder breekt de taximarkt open

toenemen door uberPOP.

Ritten delen is sociaal, duurzaam en economisch voordelig. De rit-aanbieder bespaart op de eigen mobiliteitskosten en verschaft gelijktijdig (toegang tot) mobiliteit aan een ander. De manier waarop uberPOP het ritten delen stimuleert is dat het gebruikers ook de mogelijkheid biedt om een rit te boeken samen met anderen en de kosten te delen. In essentie is uberPOP verder geen ritten deel-platform. Voornamelijk omdat de chauffeur op verzoek mensen naar hun bestemming brengt zonder daar verder zelf iets te zoeken te hebben. Bij ritten-deelplatformen als Togethr en Blablacar is dit wel het geval. Hier bieden chauffeurs ritten aan die zij toch al (om een ander doel) maken. UberPOP zou meer in kunnen zetten op ritten delen door te zorgen dat de capaciteit van de uberPOP auto's altijd zo goed mogelijk benut wordt (cq. zo min mogelijk lege stoelen), en door dit en de positieve effecten hiervan actief verder uit te dragen.

Over het algemeen zorgen taxi-, ritten- en autodeelplatformen als Uber, Blablacar en Snappcar voor een

democratisering van de mobiliteit.

Enerzijds worden mobiliteitsmiddelen (zoals een auto) toegankelijker omdat de kosten van een dergelijke investering makkelijker terugverdiend kunnen worden. Anderzijds neemt de toegang tot mobiliteit toe omdat men nu ook zonder het bezitten van een auto, de efficiëntie en snelheid daarvan kan benaderen. Mobiliteit wordt meer en meer fluide. We gaan naar een systeem waar iedereen de snelste/duurzaamste/voordeligste/meest comfortabele reis kan plannen en waar (ritten)deelauto's, fietsen en andere innovaties uit het openbaar vervoer aan elkaar gekoppeld kan zijn.

UberPOP in het bijzonder breekt de taximarkt open. Hoewel er altijd mensen zullen zijn die behoefte hebben aan een gecertificeerde chauffeur, zal het 'on-demand vervoer' een transformatie ondergaan. De vraag die we ons hierbij moeten stellen is de vraag of de taxichauffeur nog lang een beroep is of dat het in de toekomst gaat om mensen die hun boterham voornamelijk verdienen met het vervoer van andere mensen.

Hoofdstuk 4: Conclusies

De Nederlandse mobiliteitsmarkt is al jaren groeiende waardoor de vraag naar vervoersalternatieven toeneemt. Binnen deze groei blijft de auto het favoriete vervoersmiddel omdat het snel en comfortabel is. Met de introductie van uberPOP beoogt Uber een alternatief te bieden voor het eigen autobezit en het openbaar vervoer. De intentie is om meerijden te stimuleren door autobezitters en reizigers te koppelen. Door het kleinschalige en stedelijke karakter van de pilot heeft uberPOP voornamelijk als een taxidienst en in mindere mate als een meerrijdservice gefunctioneerd.

1 Bestaat er in Nederland een vraag naar de deeleconomische concepten waarop uberPOP kan voortbouwen?

De deeleconomie doet haar intrede in Nederland met bedrijven zoals Airbnb, Markplaats, en Peerby, die met succes in de Nederlandse markt opereren. Op het gebied van mobiliteit winnen initiatieven als Car2Go en Snappcar in hoog tempo aan populariteit.

Dit succes wordt eveneens benadrukt door hoogleraar Koen Frenken, die stelt dat Nederlanders hun auto's en huizen steeds meer via internet delen.

Met betrekking tot autodelen legt de hoogleraar uit dat dit perfect in de tijdsgeest past, "Er valt geen reden te bedenken waarom dit niet heel groot kan worden." Kortom, de deeleconomie heeft zich gevestigd op Nederlandse bodem.

2 Is er vraag vanuit de consument naar een uberPOP?

UberPOP gebruikers geven aan dat betrouwbaarheid, reistijd, kosten en gemak de belangrijkste factoren zijn in hun mobiliteit. Door efficiënt vraag en aanbod aan elkaar te koppelen met behulp van digitale technologie heeft Uber een mobiliteitsoplossing gecreëerd die door de gebruikers als overwegend positief wordt ervaren. Meer dan 80% van de gebruikers geeft aan tevreden of zeer tevreden te zijn over de kosten, reistijd, gemak en veiligheid van uberPOP. In de evaluatie van de pilot geeft het overgrote deel van de gebruikers (84%) en bestuurders (92%) aan zich veilig te voelen tijdens de uberPOP ritten. Tijdens de pilot hebben zich geen verkeersincidenten voorgedaan.

Dat de bestuurders van uberPOP geen officiële taxichauffeurs zijn, wordt door gebruikers niet als belemmering

voor het gebruik van uberPOP gezien. Het beoordelingssysteem draagt voor 87% van de gebruikers bij aan het waarborgen van de kwaliteit van uberPOP.

Gezien de positieve perceptie van de gebruikers verbaast het niet dat er tijdens de pilot een sterke groei is in het gebruik van uberPOP. De positieve resultaten zien we ook terug aan de hoge bereidheid om uberPOP aan te bevelen aan vrienden en familie. Toch moet voorzichtig worden omgegaan met deze positieve indicaties. De pilotgroep bestaat namelijk uit 'early adopters' die al klant waren bij Uber en dus eerder geneigd zijn positief te reageren op de dienstverlening.

3 Zijn autobezitters bereid om met hun eigen auto ritten aan te bieden aan vreemden?

Om uberPOP tot een succes te maken is niet alleen vraag maar ook aanbod nodig. Het aanbod van bestuurders in de pilot komt voornamelijk van hoogopgeleide mannen die het rijden voor uberPOP combineren met andere werkzaamheden.

Uit de evaluatie blijkt dat het financiële aspect de grootste beweegreden (78%) is om chauffeur te worden, hoewel deze

vergoeding door de bestuurders zeer gemengd ervaren wordt.

De visie van uberPOP is gebaseerd op het meerrijd concept, waarbij geen additionele autoritten nodig zijn omdat er wordt meegereden op reeds geplande ritten. Doordat er in de pilot nog geen sprake is geweest van meerrijden, moest er voor de grote meerderheid van de uberPOP ritten wel een extra rit gemaakt worden.

Door deze extra ritten worden de kosten en tijdbesteding hoger waardoor de waardering van de inkomsten in bepaalde gevallen tegen kan vallen. Dit zien we voornamelijk bij bestuurders die naar Amsterdam moeten reizen om hun diensten aan te bieden.

Door de introductie van uberPOP in pilotvorm is momenteel niet te bepalen of autobezitters in grote getalen aangetrokken zijn tot het uberPOP concept.

4 Is uberPOP een relevante aanvulling op de bestaande mobiliteits-oplossingen?

De lancering van uberPOP in Nederland beoogt een aanvulling te vormen op bestaande mobiliteitsoplossingen. Het is daarom belangrijk om te kijken naar zowel de mobiliteit binnen als buiten stedelijk gebied. Door de opzet van de pilot is een analyse op buiten stedelijk gebied echter niet mogelijk.

Wat betreft mobiliteit binnen het stedelijk gebied, die in de pilot is getest, zien we een sterk groeiende vraag



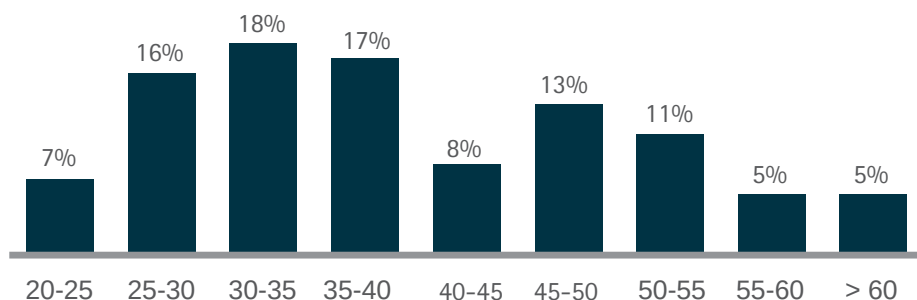
naar uberPOP. UberPOP wordt hierbij voornamelijk gebruikt als vervanging van het openbaar vervoer en reguliere taxidiensten. Bij de ritten van uberPOP zien we het gebruik van de auto efficiënter worden met een gemiddelde bezetting van 1,9 personen versus een landelijk gemiddelde van 1,4. De meerderheid van de respondenten geeft aan dat uberPOP een toevoeging aan de eigen auto is als de dienst 24/7 in de eigen omgeving beschikbaar zou zijn. Tevens geeft 5% van de pilotgroep aan eventueel bereid te zijn om uberPOP als primair vervoersmiddel te gebruiken boven de eigen auto.

De deeleconomie is een groeiend fenomeen dat in opmars is in de Nederlandse samenleving. De positieve ervaringen van de gebruikers geven aan dat er voor uberPOP plaats is in de mobiliteit van Amsterdam. Door de opzet van de pilot is deze bevinding echter niet te generaliseren voor de rest van Nederland. UberPOP zal van impact zijn op de mobiliteitsmarkt maar in de toekomst zal moeten blijken wat de omvang hiervan is.

UberPOP appendix

Grafiek 1.) Leeftijd van bestuurders

bestuurders per leeftijdscategorie

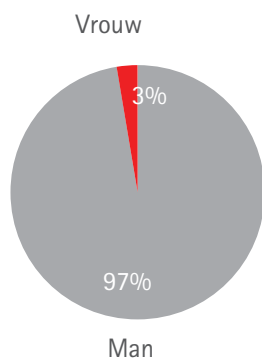


Relevante inzichten

Bij de bestuurders zijn alle leeftijds-categorieën vertegenwoordigd waarvan het merendeel tussen de 25 en 40 jaar

Grafiek 2.) Bestuurder demografie man vs vrouw

mannelijke vs vrouwelijke bestuurders

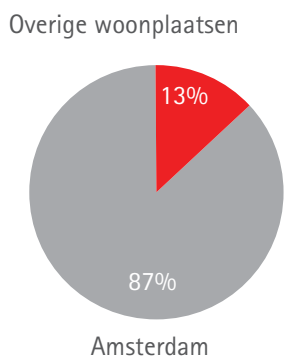


Relevante inzichten

Op 3% na zijn alle bestuurders van uberPOP mannelijk

Grafiek 3.) Woonplaats gebruikers

personen per stad

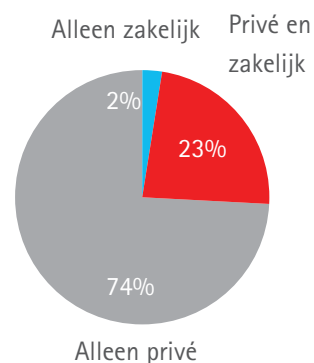


Relevante inzichten

De gebruikers van uberPOP zijn in grote meerderheid (87%) woonachtig in Amsterdam

Grafiek 4.) Gebruik uberPOP Prive / Zakelijk

gebruikersprofiel zakelijk vs prive

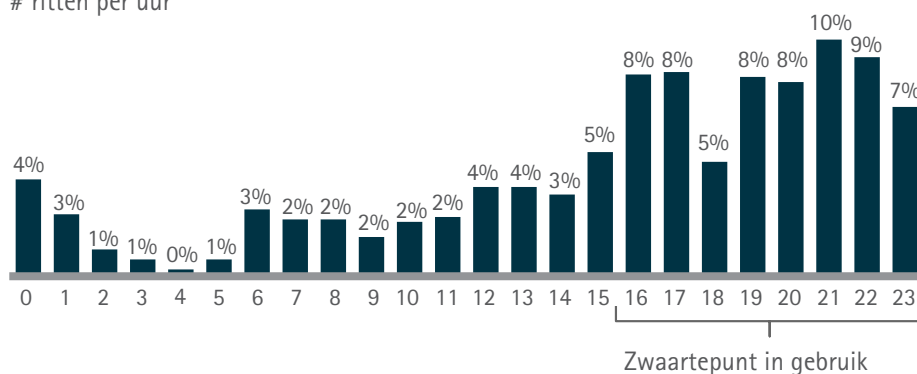


Relevante inzichten

25% van de gebruikers geeft aan uberPOP ook voor zakelijk doeleinden te gebruiken

Grafiek 5.) Gemiddeld uberPOP gebruik per uur

ritten per uur

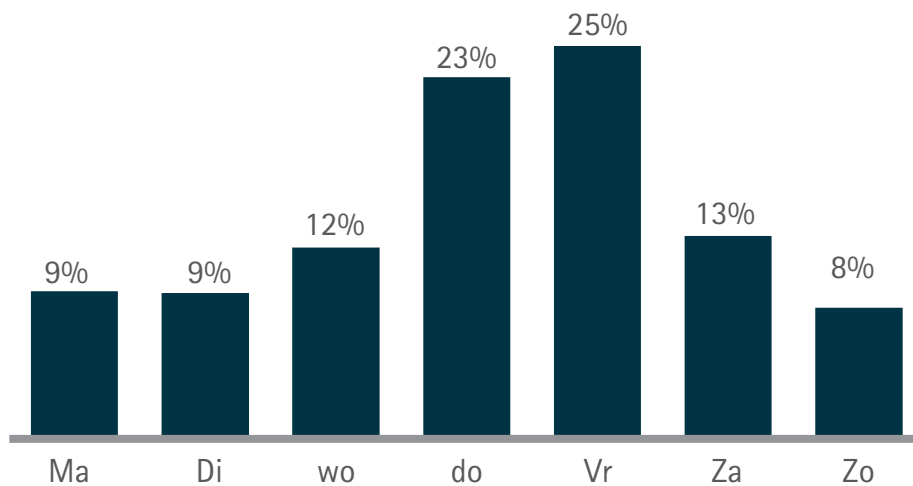


Relevante inzichten

Drukke uberPOP tijden zijn in de avonden. Tijdens kantooruren wordt er beperkt gebruik gemaakt van uberPOP

Grafiek 6.) Gemiddeld uberPOP gebruik per dag

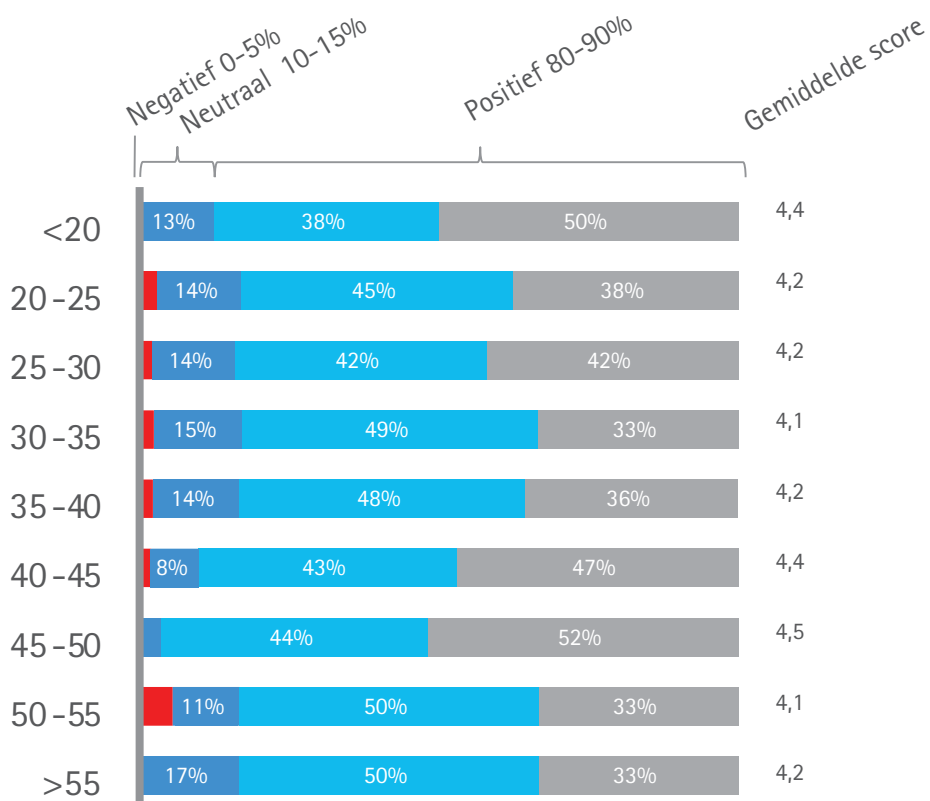
ritten per dag



Relevante inzichten

Drukste uberPOP dagen zijn donderdag en vrijdag

Grafiek 7.) Veiligheidsperceptie per leeftijdsgroep

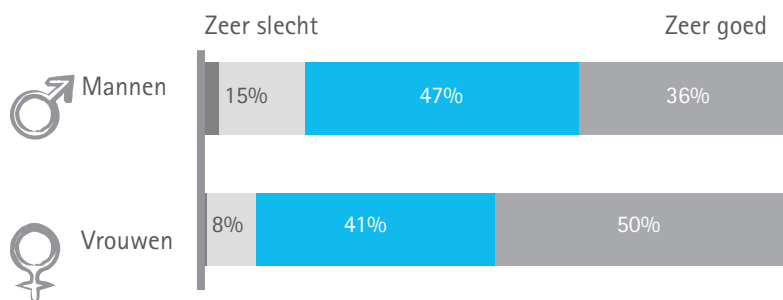


Relevante inzichten

Bij de bestuurders zijn alle leeftijdscategorieën vertegenwoordigd waarvan het merendeel tussen de 25 en 40 jaar

Grafiek 8.) Veiligheidsbelang vrouwelijke vs mannelijke gebruikers

Hoeveel belang hecht je aan veiligheid

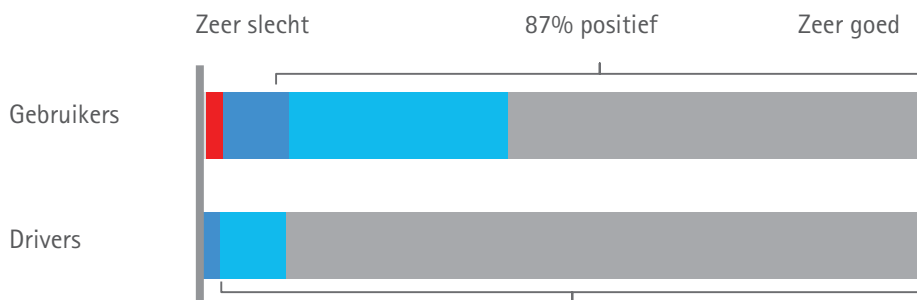


Relevante inzichten

Vrouwen hechten meer belang aan hun veiligheid dan mannen

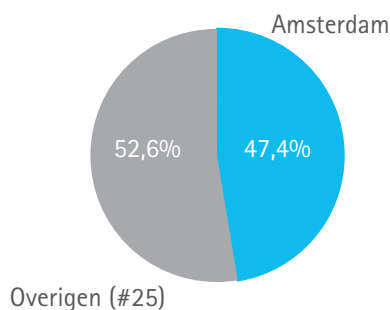
Grafiek 9.) Beoordeling kwaliteitsmanagement systeem

Uber's eigen kwaliteitssysteem, waarbij klanten chauffeurs na iedere rit kunnen beoordelen op kwaliteit, is een prima manier om de kwaliteit van uberPOP te garanderen zonder tussenkomst van de overheid.



Grafiek 10.) Woonplaats bestuurders

personen per stad

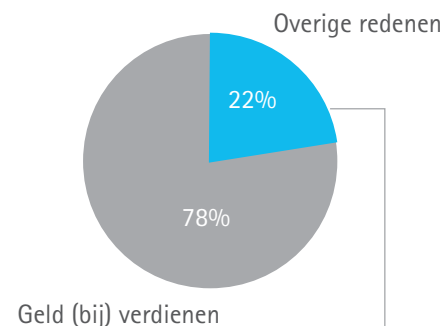


Relevante inzichten

Slechts 47% van de bestuurders van uberPOP zijn woonachtig in Amsterdam

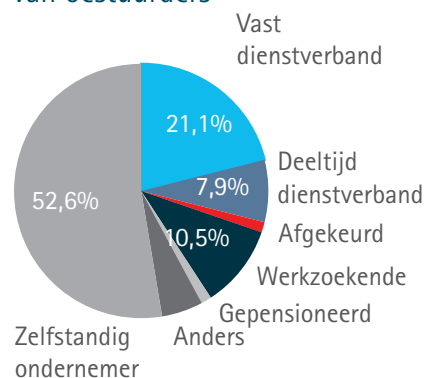
53% van de bestuurders moet dus reizen om in het vervoersgebied van uberPOP te komen

Grafiek 11.) Redenen om bestuurder te worden



- Positief over UBER, wil graag aan meewerken
- bijdragen aan verbeteren taximarkt
- Contact met leuke mensen
- Vrijheid in werkzaamheden

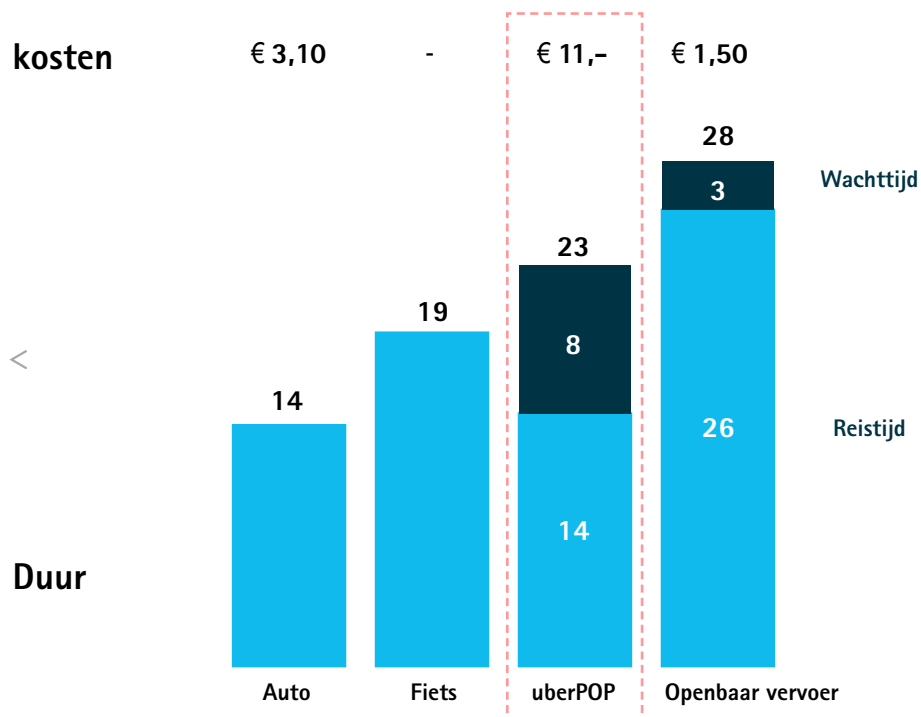
Grafiek 12.) Primair dienstverband van bestuurders



Relevante inzichten

UberPOP bestuurders zijn overwegend zelfstandig ondernemers of hebben een vast of deeltijd dienstverband

Grafiek 13.) Vergelijking van kosten en duur van vervoerstypen



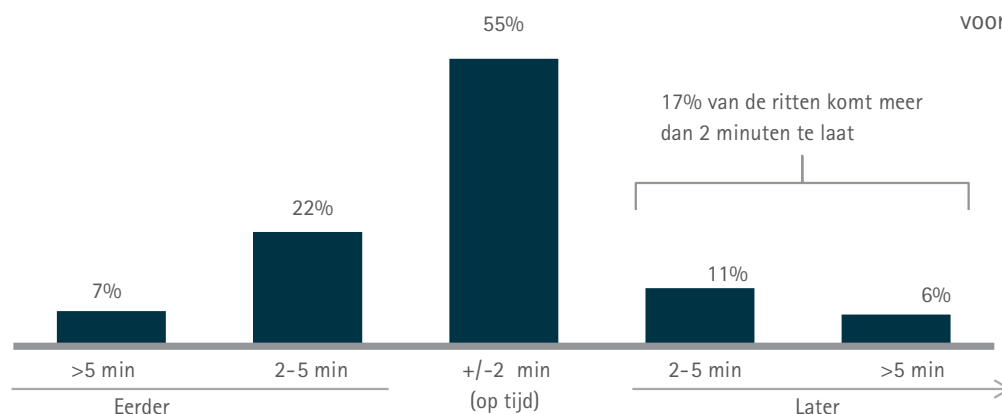
Grafiek 14.) punctualiteit uberPOP

ritten per segment

Relevante inzichten

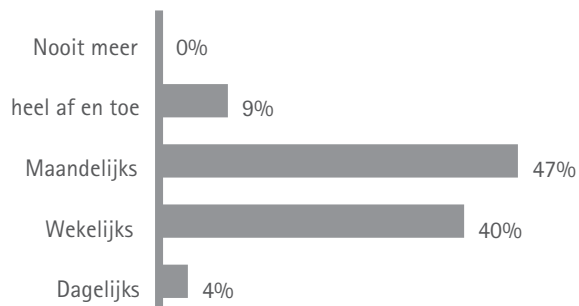
De wachttijd wordt in 55% van de gevallen correct weergegeven (+/- 2 min)

In slechts 17% van de ritten wordt er langer gedaan over het aanrijden dan vooraf aangegeven aan de gebruiker



Grafiek 15.) Toekomstig gebruik

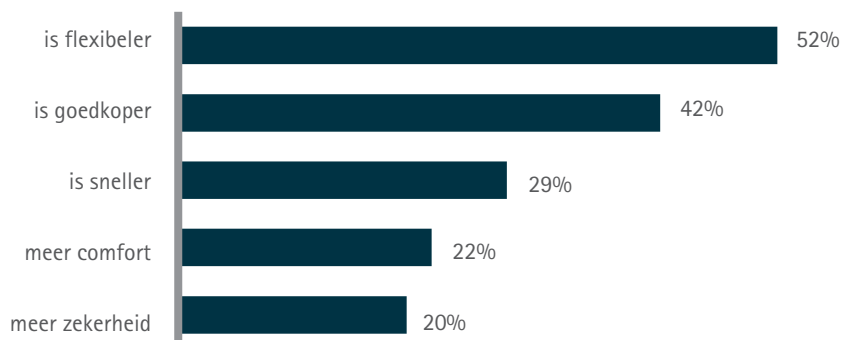
Frequentie van toekomstig gebruik (van huidige uberPOP gebruikers)

**Relevante inzichten**

91% van de gebruikers geeft aan de uberPOP dienst in de toekomst maandelijks of vaker te gaan gebruiken

Grafiek 16.) Redenen eigen autogebruik

Mijn eigen auto biedt me meer:

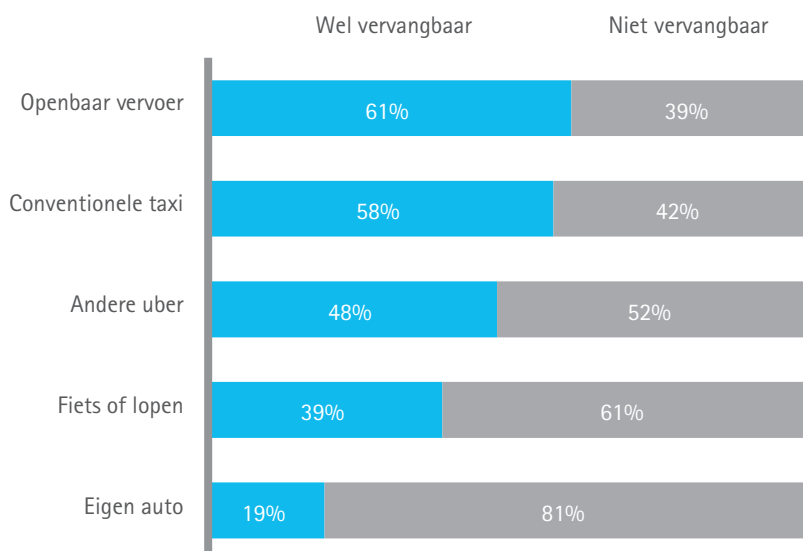
**Relevante inzichten**

60% van de autobezitters geeft aan dat ze hun auto behouden omdat deze meer flexibiliteit geeft

Tevens zijn de financiële overwegingen ook een belangrijke reden om de auto te behouden (42%)

Grafiek 17.) vervangingsgebruik

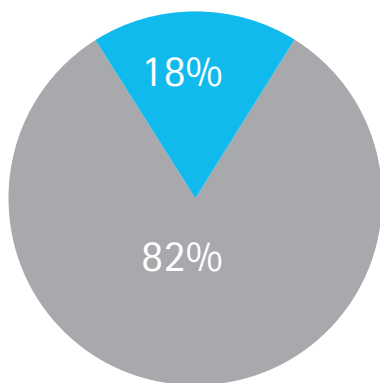
In plaats van welk vervoersmiddel denk je uberPOP in de toekomst voornamelijk te gaan gebruiken?

**Relevante inzichten**

- Slechts 19% van de respondenten geeft aan dat ze uberPOP in de toekomst zullen gebruiken ter vervanging van de auto.

- ~50% van de respondenten geeft aan dat een andere "taxi dienst" vervangen gaat worden door uberPOP

Grafiek 18.) uberPOP aanvulling op andere vervoersmiddelen



Maakt gebruik van uberPOP naast 1 of meerdere andere vervoersmiddelen om van A naar B te komen

Gebruikt enkel uberPOP om in één keer van A naar B te komen



Over Accenture

Accenture is een bedrijf dat zich wereldwijd bezig houdt met management consulting, technologie en outsourcing. We hebben ongeveer 305.000 mensen in dienst die klanten bedienen in meer dan 120 landen. Wij werken met onze klanten samen om hen te helpen high-performance organisaties en overheden te worden. Dit doen we door een combinatie van bewezen ervaring en uitgebreide vaardigheden in alle industrieën en bedrijfsfuncties. Daarnaast doen we diepgaand onderzoek onder de meest succesvolle bedrijven in de wereld. De mondiale omzet over het fiscale jaar dat eindigde op 31 augustus 2014, bedroeg 30.0 miljard Amerikaanse dollar. Kijk voor meer informatie op www.accenture.nl

Auteurs

Mark A. Davids

managing director Accenture Strategy,
Business Strategy, Nederland

Marc Huijbregts

managing director Accenture Digital,
Nederland

Rutger Mantingh

consultant Business Strategy, Nederland

Joost Brinkman, Pieter Paul van Oerle,
Tjalling Bergsma, Esmee van Veen

Copyright © 2014 Accenture
All rights reserved.

Accenture, its Signature, and
High Performance Delivered
are trademarks of Accenture.