

Een Nederlandse marktplaats voor mobiliteitsdata

Aanleiding

In het mobiliteitsdomein vormt data de grondstof voor uiteenlopende informatiediensten, de input voor vele onderzoeken, de basis voor beleidsadviezen en het fundament voor overheidsbeleid. Momenteel zijn weliswaar al veel datasets beschikbaar, maar ontbreekt overzicht op en inzicht in aanbieders, potentiële afnemers, kwaliteitsaspecten, format en de gebruiksmogelijkheden en -voorwaarden. De te verwachten ontwikkelingen op het gebied van coöperatieve ITS zullen de hoeveelheid datasets exponentieel doen toenemen in de komende 2 tot 4 jaar, als gevolg waarvan het belang van een helder en transparant overzicht op en inzicht in vraag en aanbod van mobiliteitsdata sterk groeit.

Voor overheden (zoals beleidsmakers en wegbeheerders) zal een beter zicht op het aanbod van data, de er voor geldende condities en de dienstverleners die deze data kunnen verrijken en bewerken voor specifieke overheidsdoeleinden kunnen leiden tot verlaging van de publieke kosten, meer flexibiliteit, meer kwaliteit en een hogere dekkingsgraad opleveren. Data die nu nog door overheden in eigen beheer wordt ingewonnen kan als gevolg van meer markttransparantie bij private leveranciers beschikbaar blijken te zijn, mogelijk tegen lager kosten en/of hogere kwaliteit en/of met een hogere dekking.

Overheden acteren daarnaast als aanbieder van data. Dit betreft overwegend Open Data. Het aanbod daarvan zal de komende jaren sterk toenemen, als gevolg van de ambitie om zoveel mogelijk van de met publieke middelen verzamelde data uit het overheidsdomein als Open Data beschikbaar te stellen. Een transparantie marktplaats, waar overzicht op en inzicht in vraag en aanbod van mobiliteitsdata wordt geboden, draagt bij aan beter zicht op de soorten, kwaliteiten, volumes, dekkingsgraden, gebruiksmogelijkheden en evt. –beperkingen van beschikbare Open Data. Waardoor deze steeds meer gebruikt kan worden door private partijen (en wellicht ook andere overheden!). Bovendien wordt zo goed zichtbaar welke overheden wel, en welke nog niet voldoen aan de richtlijnen voor het beschikbaar stellen van Open Data. Met als te verwachten gevolg een verdere toename van de beschikbare hoeveelheid Open Data, waaronder mobiliteitsdata.

Private dienstverleners kunnen hun diensten verbeteren en verrijken door op de marktplaats beter inzicht te krijgen in het totale aanbod van en de vraag naar mobiliteitsdata, zowel vanuit publieke als private bron. Een beter zicht op het aanbod van data, vergemakkelijkt het zoekproces naar de meest geschikte data om nieuwe diensten op te baseren, of de kwaliteit van bestaande diensten te verhogen. En zicht op de vraag naar specifieke data biedt aanbieders daarvan eenvoudiger kans hierop in te spelen. Tijd en geld met betrekking tot de verwerving van datasets zijn daarin belangrijke factoren.

De uiteenlopende aanbieders en vragers van data zijn gebaat bij een herkenbare plek waar de data “in de etalage en de schappen ligt” met kwaliteitsaanduidingen, gebruiksvoorwaarden en prijs.

En die herkenbare plek snel realiseren kan de ontwikkeling van ITS-diensten versnellen, kosten daarvan doen afnemen, nieuwe toepassingen stimuleren. Naast een makelaarsfunctie heeft een dergelijke vindplaats en transactiemogelijkheid dus ook een pro-actieve en promotionele functie.

Aan publieke en semi-publieke kant zijn reeds verschillende vindplaatsen en transactiemogelijkheden gerealiseerd. NDW, NDOV, ParkeerDataCatalogus (dynamische parkeerdata), Blauwe Golf webservice (vaarwegdata), uiteenlopende Open Dataportalen van afzonderlijke Gemeenten, ServiceHuisParkeerVoorzieningen van RDW (statische parkeerdata) etc. bestaan al langer of zijn vrij recent gestart of uitgebreid. Een nieuwe marktplaats beoogt deze qua vindbaarheid, toegang en gebruik te bundelen, maar niet te vervangen of daarmee te concurreren. Bundeling van toegang kan het gebruik stimuleren, een beter inzicht bieden in toepassingsmogelijkheden, verschillen in kosten en kwaliteit.

Proces tot heden

Vanuit bovenstaande aanleidingen en overwegingen is het programma BB in gesprek gegaan met enkele direct betrokkenen¹ die hierover een opvatting hebben. Dat heeft met een drietal gesprekken geleid tot deze samenvatting, die in de kern weergeeft hoe zij tegen een dergelijke vorm aankijken. Dat gedachtengoed en deze opvattingen, aannames en wensen delen we graag in bredere kring. Met name om het te verrijken, open vragen te helpen beantwoorden. En ook nadrukkelijk om te bezien of voor een dergelijk initiatief voldoende draagvlak bij private partijen bestaat, evenals de wens en mogelijkheid om medeverantwoordelijk te zijn voor het inrichten, vormgeven, beheren en onderhouden van die plek.

Kern

Een virtuele winkel met paden en schappen, prijs en kwaliteitsaanduidingen, heldere productaanduidingen is de meest gebruikte vorm in de gesprekken tot nu toe. “Bargain basements” maar ook “high end” producten hebben een herkenbare plaats. Zowel ruwe data als bewerkte of verrijkte data zijn overzichtelijk te vinden in de winkel. Op de eerste verdieping zijn de dienstverleners te vinden die datasets kunnen bewerken, fusie kunnen uitvoeren, kunnen adviseren over bruikbaarheid etc.

Belangrijke kenmerken en features van de marktplaats

- Diversiteit in aangeboden data: ruwe en verrijkte data van verschillende herkomst van uiteenlopende grote en kleine eigenaren/leveranciers
- opiniemogelijkheid/kwaliteitservaring vanuit afnemers

¹ Olav Vroom (NDW), Wim Vossebelt (V-Tron), Jan Cools (Be-Mobile), Jacco Lammers (Go About)

- rubricering/ordening; virtuele winkelpaden en schappen
- aanduiding herkomst/samenstelling van data (als indicatie voor kwaliteit)
- verschillende niveaus van verrijking van aangeboden (en gevraagde) data
- inzicht in aanbod van 'verrijkers'/bewerkers van data
- voldoende entries in de metadata opnemen, om in groot aanbod snel het juiste item (aangeboden of gevraagd!) te kunnen vinden
- optie open houden dat aanbieders zonder (veel) aanvullende aanduidingen hun data aanbieden
- vermelding van de van toepassing zijnde gebruiksrestricties op aangeboden (incl. open) data.

Kwaliteitstoets

Een kwaliteitskeurmerk moet optioneel zijn, maar wel als Unique Selling Point (USP) waarde gaan toevoegen aan de data waar het keurmerk betrekking op heeft.

De optionele kwaliteitstoetsing en –indicatie dient 100% onafhankelijk geborgd te zijn. En ook vrager van data moet een kwaliteitstoets op de aangeboden data kunnen aanvragen. Echter: aanbieder moet kunnen weigeren, als deze niet wil meewerken (ongetwijfeld ten koste van de deal).

Normenkader

Hantering van verwijzing naar bepaald internationaal (lees: buitenlands) niet internationaal gestandaardiseerd normenkader? Lastig, want de betekenis van zo'n buitenlandse (niet internationaal gestandaardiseerde) norm zal voor kopers doorgaans beperkt zijn.

Standaardisatie zou geen verplichte voorwaarde moeten zijn, maar een USP voor de verkoper of voorwaarde van de inkoper. In de metadata zou de toepasselijke standaard moeten worden aangegeven.

Groeimogelijkheden

Mogelijk groeipad voor, cq. vormen van de marktplaats

1^e lichte variant: Website als catalogus (in lijn met Single Point of Acces als geadviseerd voor ITSAP)

2^e doorgroeivariant: met metadata en link naar leverancier

3^e doorgroeistap: met verrekenmechaniek

4^e stap: directe datalevering vanuit marktplaats

In meerdere stappen kunnen bijv. veilingfunctionaliteiten worden toegevoegd. Om toegevoegde waarde te kunnen bieden zal de start van een marktplaats vanuit de optiek van pBB (programmabureau Beter Benutten) minimaal vanaf bovenstaande 2^e variant moeten worden ingericht .

Eigendom & Governance

De aanbieders noch afnemers zijn gebaat bij een plek/winkel/marktplaats die zich institutionaliseert en een organisatie op zich gaat worden of waar één grote speler een dominante positie inneemt of zelfs de marktplaats kan monopoliseren. De marktplaats mag daarnaast nimmer verkocht worden, omdat alleen zo de onafhankelijke structuur ook op langere termijn kan worden gewaarborgd. Een gedeeld eigendom in de private sfeer moet dat borgen. De publieke kant kan in de aanloop en opstart assisteren en faciliteren.

Wie moet het initiatief gaan nemen om de marktplaats op te richten?

Wat pBB betreft: markt, tenzij. Bovendien: het is krachtiger wanneer initiatief en eigenaarschap vanuit markt komt. Een faciliterende rol voor de overheid is prima, maar het initiatief moet bij de markt liggen.

Wat marktpartijen betreft: publiek-privaat, geen toetredingsdrempel.

Onafhankelijkheid van de marktplaats dient gewaarborgd te zijn. Iedere (schijn van) banden met bepaalde marktpartijen moet voorkomen worden. Dat maakt de coöperatie-vorm misschien niet de meest geschikte vorm.

Eigendom van de marktplaats mag niet bepalend zijn voor (zeggenschap over) toegang of privileges; het gaat erom zoveel mogelijk vraag en aanbod met elkaar in verband te brengen.

Aanvangsmodel (en mogelijk ook nog steeds in een later stadium) dus: geen opslag van data op de marktplaats, maar transacties door het “zetten van vinkjes” als “wilsverklaringen” op een transactiepagina op het internet.

Moet er door de eigenaar van de marktplaats verdiend worden aan de transacties, of moet alleen kostendekking worden gerealiseerd? > Doel is vraag en aanbod te stimuleren en lage toetreding te waarborgen. Kostendekking dus wel, verdienen aan de marktplaats niet. Verdienmodel voor eigenaren die marktpartij zijn, moet zitten in vergroting van de transactiekansen en exposure bij groter aantal potentiële afnemers/aanbieders

Internationaal

In Duitsland is een MDM functionerend en vanuit Brussel (Ertico) is Mobinet in de initiatieffase. Daarvan valt te leren, over te nemen of bewust af te wijken. Aanleiding voor de NL marktplaats ligt nadrukkelijk in de eigen, actuele behoeften van private partijen en overheden op dit moment en in de komende 2 tot 4 jaar. Vanuit pBB is de gedachte dat er zeker rekening gehouden moet worden met internationale bewegingen en spelers, maar dat we meer effect sorteren en leren als we aan de slag gaan, dan eerst alle internationale ontwikkelingen af te wachten of alleen vanuit een dergelijk verband iets op te zetten.