

De toekomst van de bus- en autocarsector na COVID-19

Internationale experts aan het woord in Busworld Academy webinar

De COVID-crisis speelt onze sector parten. Dat is niet alleen in België het geval, maar een wereldwijde vaststelling. In december organiseerde Busworld Academy een webinar rond de uitdagingen van deze tijd. Internationale sprekers legden uit hoe we in deze crisis de basis kunnen leggen voor een solide toekomst.

“Het is niet de sterkste of de slimste die zal overleven, maar wel diegene die zich het best kan aanpassen.” Met deze quote eindigde het webinar waarin sprekers naar strategieën zochten om de sector van de bus- en autocarreizen na de sanitaire crisis weer slagvaardig te maken. De stelling komt niet van één van de gastsprekers, maar van de 19de-eeuwse evolutiebioloog Charles Darwin. Wat dat aanpassen precies inhoudt, werd tijdens de sessies duidelijk. **In de toekomst van de sector zien specialisten twee tendensen** zich doorzetten.

Ten eerste zal het **plannen en organiseren van een bus- en autocarreis door de klant digitaal gebeuren**. Het ontwikkelen van gebruiksvriendelijke digitale platformen wordt voor de aanbieders cruciaal.

Intermodaliteit wordt norm

Een tweede verwachting is dat in het vervoer van de toekomst **‘intermodaliteit’ de norm wordt**. Klanten zullen verschillende vervoersmodi combineren. Bus, taxi, vliegtuig, trein, (deel)fiets, (deel)auto, step,... het zijn evenveel manieren om van je voordeur op je bestemming te geraken. De bereidheid van de klant om deze modi te combineren zal aan de aanbodsijde een nieuwe benadering vragen.

“We zullen geen bus- of autocarreis meer aanbieden, maar een zitplaats. Die zitplaats bevindt zich in een bus of autocar, maar in het voortraject stapt de klant misschien in een taxi en op bestemming legt hij het laatste eind dan weer af met een deelstep,” noteerden we. Wie zijn aanbod in zo’n totaalpakket kan integreren, lijkt beter klaar voor de toekomst.

Duurzame voertuigen

Door de huidige gezondheidssituatie lijkt die toekomst wat uitgesteld. Maar net in die terugval liggen de kiemen al klaar. Sprekers zien voor onze sector een aantal troeven weggelegd in dat gedifferentieerde model. Bus- en autocarreizen blijven goedkoop in vergelijking met andere modi. Het aanbod kan flexibel aangepast worden. Het netwerk van voertuigen is fijnmazig, en aanbieders kunnen snel ingrijpen in het routetraject. Bovendien verwacht iedereen wereldwijd dat wanneer de mobiliteit na deze crisis weer aanzwengelt, ons verplaatsingspatroon milieuvriendelijker zal zijn. “We moeten onze voertuigen versneld aanpassen om aan die eis naar duurzaamheid van de maatschappij en van onze klanten te voldoen,” hoorden we. Ook het verhaal van de zelfrijdende bus moet hierin meegenomen worden.

Samenwerken is de toekomst

De conclusie is dat bus- en autocarbedrijven naast het consolideren van hun business vandaag ook moeten investeren in die dynamische netwerken van de toekomst.

Zoals Darwin al wist, staat het niet vast dat de grootste of de sterkste hier als winnaar uit zal komen. Samenwerking lijkt onontbeerlijk. Zowel op het vlak van **digitaal ontsluiten** van het aanbod via **gemeenschappelijke verkoopkanalen**, als op het vlak van het integreren van het aanbod in een **fijnmazig netwerk**.

Voor iedereen in onze sector is dat nieuw. Maar zoals de evolutietheorie heeft duidelijk gemaakt, zijn de overlevers zij die zich het best hebben aangepast aan nieuwe uitdagingen.

Sprekers tijdens de webinar

Marko Javornik, General Manager @ [Voyego](#) (Ireland) Sanjeeb Ranjan, Senior Director @ [Redbus](#) (India) Inge Buytaert, Marketing & Communications @ [BAAV](#) (Belgium) Bruno Peelaers, Director, Strategy & Performance @ [Deloitte](#)