

Reiswijzer

2

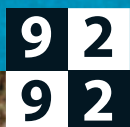
Relatiemagazine van 9292
jaargang 21, april 2015

Waar gaan
we naartoe
met HEMA?

Woon-werk-
verkeer onder
de loep

Geef
samenwerking
de ruimte

Impuls
voor betere
bestekken



9292 reist met je mee





Voorwoord

Grenzeloze samenwerking

g292 was nooit zo'n groot succes geworden als de vervoerbedrijven begin jaren negentig niet hadden besloten om te gaan samenwerken voor goede reisinformatie. Sterker nog, het was nooit van de grond gekomen. Nu, bijna 23 jaar later, is samenwerking belangrijker dan ooit.

Als deze *Reiswijzer* bij u op de mat ploft, staan we vlak voor onze jaarlijkse relatiedag [g292 InterActie 2015](#). Deze dag staat volledig in het teken van samenwerking, co-creatie en over de grenzen van de eigen organisatie kijken. Pas als je boven de eigen belangen, interne belemmeringen en (financiële) beperkingen gaat staan, zie je het grotere geheel. In ons geval: het belang van de reiziger die op een eenvoudige manier van A naar B wil reizen.

Dat samenwerking tot grootse dingen kan leiden, zal André Kuipers, onze key note speaker op InterActie, in zijn verhaal duidelijk maken. [Een immense operatie als een ruimtereis komt immers niet zomaar van de grond, letterlijk en figuurlijk](#). Juist dan moet je over bestaande grenzen heenstappen om het grote geheel te zien.

Samen staan we sterk. Ook in ons jaarplan staat dat centraal en daar werken we ook al hard aan. Dat geldt voor onze eigen organisatie, voor het openbaar vervoer als geheel maar het gaat verder wat mij betreft; het geldt voor de totale mobiliteit in Nederland en Europa.

[Ik nodig u van harte uit om samen met ons over grenzen heen te kijken, het grote geheel als uitgangspunt te kiezen en een gezamenlijke stip op de horizon te plaatsen.](#) Voor goede, duurzame en toegankelijke mobiliteit.



t ■ @StefanHulman

m ■ shulman@g292.nl



Arriva_NL: @aussems_niels De enige tip die ik kan geven, is vooraf via de app van 9292 kijken. Dan weet je waar je aan toe bent. ^MR

In dit nummer

4

Dagje uit met HEMA en 9292

8

Eerste hulp voor organisaties met ov-forenzen

12

9292 InterActie 2015

14

Kort nieuws

15

Column:
Geef samenwerking de ruimte

16

Ov-bestekken, hoe kunnen ze beter?

20

Kort nieuws

21

'De Javaan' wint schrijfwedstrijd

23

Kort nieuws

Colofon

Reiswijzer is het relatieblad van 9292. Het verschijnt vier keer per jaar. Dit blad is bestemd voor relaties en personeel van 9292. Artikelen overnemen mag met vermelding van de bron.

- Redactie:
Stefan Hulman, hoofdredacteur
Atty Visch
Annemieke Bartholomeus
- Medewerking werd verleend door:
André Kuipers, ESA (column)
- Opmaak:
Studio 3005 | MarcVleugels
- Fotografie:
Jack Tillmanns
Erik Borst
Marco Langendam
Maria Kolossa
Mario Nap
Foto André Kuipers: @Speakers Academy / Walter Kallenbach
- Drukker:
Mediacenter Rotterdam
- *Reiswijzer* is gedrukt op papier dat het milieu zo min mogelijk belast.
- 9292 | Reisinformatiegroep bv
Catharijnesingel 39
3511 GC Utrecht
Postbus 19319
3501 DH UTRECHT
t. 088 076 06 00
e. communicatie@9292.nl
i. 9292.nl | m.9292.nl | 0900-9292
- Abonnementen en adreswijzigingen:
communicatie@9292.nl
- De volgende *Reiswijzer* komt uit in juli 2015.
- ISSN-nummer: 1572-1582
- Basisvormgeving:
Fabrique [merken, design & interactie]



Joeyy0172: @GemeenteGouda @Arriva_NL Uiteraard. Gegevens OV info en 9292 tonen aan dat hier vaak vertraging wordt opgelopen. <http://t.co/hxoplxeKfd>



Over HEMA

HEMA is een internationale retailorganisatie met 680 winkels in Nederland, België, Luxemburg, Frankrijk, Duitsland, Spanje en Groot-Brittannië.



Dagje uit met HEMA en 9292

Kaartjes voor het pretpark, een rondvaart door de Amsterdamse grachten, de dierentuin, het theater; in drie jaar tijd is HEMA uitgegroeid tot marktleider in retailand voor dagjes en avondjes uit. Regelmatig brengt HEMA speciale aanbiedingen onder de aandacht via de website en de app van 9292. Dat bevalt beide partijen zo goed dat ze de samenwerking willen uitbreiden. Met als doel: een one-stop-shop voor uitjes, inclusief vervoer.

In gesprek

Steven McAllister

Verantwoordelijke nieuwe diensten bij HEMA

Peter-Coen Koppert

Marketing & Salesmanager bij 9292

Peter-Coen: "9292 is van de vervoerders; zij dragen ook financieel bij aan 9292. Maar om onze diensten gratis te kunnen houden voor de reiziger en te kunnen blijven innoveren, moet er geld verdiend worden. Vandaar dat we onder meer advertentieruimte beschikbaar stellen. Daarvoor zoeken we gericht naar partijen die producten en diensten aanbieden die passen bij onze doelgroep. Zo heb ik ook contact gelegd met HEMA. Omdat het HEMA-publiek voor een groot deel overeenkomt met dat van ons: landelijk bereik, alle lagen van de bevolking en meer vrouwen dan mannen. Maar de belangrijkste reden om op HEMA af te stappen was dat de twee merken bij elkaar passen."

Steven: "Onze eerste advertentie via 9292 ging live terwijl ik op vakantie aan het Gardameer was. Toen ik de eerste resultaten hoorde, heb ik meteen een flesje wijn opengetrokken. Het liep uitstekend. Ik kan elke dag een marketingbureau



vinden dat met onze tickets aan de slag wil. Maar wij zochten een partij die met ons meedenkt. Wat werkt wel? Wat niet? Wat is het beste moment om een dagje pretpark met het hele gezin of een theatervoorstelling in de etalage te zetten? Alleen als je je daarin verdiept, kom je tot optimalisatie. 9292 steekt daar echt energie in."

Peter-Coen: "Het helpt dat wij ons publiek kennen. Daardoor kunnen we redelijk inschatten welke acties kans van slagen hebben. Meedenken vanuit de doelen van de klant. Bij elke promotie analyseren we precies wat er gebeurt,

zodat we daar ook weer van leren. We weten nu bijvoorbeeld dat uitjes voor het hele gezin het goed doen via onze kanalen. Ook op evenementen voor jongeren, zoals dance events en de halloweenparty Walibi Fright Night wordt flink doorgeklikt."

Steven: "Gaandeweg is het idee ontstaan om ons partnership uit te bouwen. De eerste stap voor ons is nu dat wij het 9292-reisadvies integreren in onze huidige website. Zodat mensen die kaartjes kopen, in één moeite door kunnen zien hoe ze op de plaats van bestemming komen. Een logische stap die past bij



onze missie: HEMA maakt het dagelijkse leven van haar klanten leuker en makkelijker. Daarnaast gaan we kijken hoe het werkt als we ons complete assortiment via g292 aanbieden.”

Peter-Coen: “Als we kijken wanneer mensen reisadvies bij ons opvragen, dan is dat vaak voor iets wat ze in hun vrije tijd gaan doen. Routinereizigers weten al welke trein of bus ze moeten hebben. Die gebruiken onze diensten vooral als hun reis anders loopt dan verwacht. Vrijtijdsbesteding en reisadvies gaan dus goed samen. Maar voor de oriëntatiefase, als iemand nog op zoek is naar een leuke manier om de dag of avond door te komen, kunnen wij nog niet direct iets bieden. Als we onze dienstverlening koppelen aan het platform van HEMA, kan dat straks wel.”

Steven: “Het is de bedoeling dat we de komende maanden gaan testen hoe dat werkt. Hoe kijken bezoekers van g292 naar hema.nl? Kopen ze wat en zo ja, wat kopen ze dan? Na afloop gaan we evalueren: gaan we door op de huidige manier? Gaan we bezoekers naar hema.nl/tickets leiden en daar tickets verkopen? Of gaan we het platform whitelabelen voor een g292-shop en daar de backoffice onderbrengen?”

Peter-Coen: “Een g292-shop is een kans voor de ov-bedrijven om hun aanbiedingen rond bestemmingen te promoten. Maar we beginnen vanuit de bestaande

HEMA-ticketshop. Het gaat erom dat we zo veel mogelijk bezoekers verleiden om door te klikken naar hema.nl/tickets. Daarbij kun je bijvoorbeeld denken aan een vaste knop op onze website en app. Maar ook aan het promoten van specifieke aanbiedingen en mensen vandaaruit verder de shop in leiden. De kunst is dan om steeds te bekijken wat ons publiek aanspreekt. De combinatie van de kennis bij g292 over wat werkt om ov-reizigers te bereiken en de HEMA-expertise over wat goede aanbiedingen zijn voor het Nederlandse publiek, kan als aardige hefboom werken voor het aanbod uit de ov-sector.”

Steven: “Vervoerders brengen mensen van A naar B. Wij kunnen ze nog een stap verder brengen. We hebben elkaar en onze klanten veel te bieden. Want als je alles bij elkaar brengt, krijg je uiteindelijk een one stop shop voor uitjes, ov-bewijzen en reisadvies. Eén plek waar bezoekers alles kunnen regelen.”

Peter-Coen: “En om daar te komen, beginnen we bij het begin.”

Steven: “Ja. We gaan niet over één nacht ijs, maar bouwen het stap voor stap op. Net als met de advertenties gaan we onderzoeken wat werkt en hoe dat het beste werkt. Ik heb bij HEMA al heel veel diensten live gezet, van onze telefoons tot tickets, en de ervaring leert dat je zo'n initiatief tijd moet gunnen om zichzelf te bewijzen. Klanten hebben ook tijd nodig om eraan te wennen.” ■

“Toen ik de eerste resultaten hoorde, heb ik meteen een flesje wijn opengetrokken.”



Over MCS

Mobility Card Services (MCS) helpt werkgevers het woon-werkverkeer voor hun medewerkers die met het ov reizen, makkelijk en kosten-efficiënt te organiseren. En neemt, als een werkgever dat wil, ook de hele administratie rondom de reiskosten over.



Eerste hulp voor organisaties met ov-forenzen

Zo'n 4,5 miljoen werknemers in het land werken in een andere plaats dan waar ze wonen. Dat is meer dan de helft van werkend Nederland. Veel forenzen reizen met het openbaar vervoer, vaak over de grenzen van concessiegebieden heen. Mobility Card Services helpt werkgevers dit voor hun medewerkers zo goed mogelijk te regelen. En neemt hun veel administratieve rompslomp uit handen. De 9292 Reisadvies API komt daarbij zeer van pas.

In gesprek

Victor van den Berg
Directeur bij Mobility Card Services
Caroline van de Bunt
Relatiemanager bij 9292

Victor: "Werkgevers met werknemers die forenzen, hebben te maken met een veelvoud van ov-aanbieders met elk hun eigen tarievenstructuur. Probeer dan maar eens uit te zoeken welke abonnementen of arrangementen het beste bij individuele werknemers passen. Dat is heel verwarrend. Wij proberen daar orde in te scheppen. Daarvoor is betrouwbare en overzichtelijke reisinformatie nodig. Zo zijn we uitgekomen bij de 9292 Reisadvies API. Waarmee we de beschikking hebben over alle ov-reisinformatie. Bovendien is 9292 voor ons meer dan een kanaal dat reisinformatie doorgeeft. Het is een businesspartner die meedenkt."

Caroline: "We hebben regelmatig contact. Dan bespreken we wat we voor elkaar kunnen betekenen. Er zit veel intelligentie in onze organisaties die we kunnen delen. We kijken waar we elkaar vinden, waar we alle twee goed in zijn en waar we elkaar kunnen versterken. Ook

wij voeren voor bedrijven analyses uit; als ze bijvoorbeeld willen verhuizen en drie locaties op het oog hebben, kunnen wij voor die verschillende locaties de gevolgen voor het woon-werkverkeer in kaart brengen. Zodat ze die kunnen meewegen in hun beslissing."

Victor: "Er zit dus enige overlap in wat wij doen en wat 9292 doet. Maar in een markt waarin data voor iedereen beschikbaar komen, moet je accepteren dat meerdere partijen zich op jouw terrein bewegen. Dat zijn juist kansen om strategische partnerships aan te gaan. Als 9292 een analyse heeft uitgevoerd, kunnen wij bijvoorbeeld de praktische uitvoering voor zo'n organisatie overnemen. Andersom gebruiken wij de reisinformatie van 9292 voor onze dienstverlening. Zo vullen we elkaar mooi aan. 9292 is sterk in reisadviezen voor de reiziger; wij in het uitzoeken van de beste ov-opties voor werkgevers. We hebben een gedeeld belang, al verschilt onze benadering."



Caroline: "Het bijzondere is dat MCS geen advies uitbrengt op basis van aannames, maar echt kijkt naar hoe mensen zich in de praktijk bewegen, naar hun daadwerkelijke reisgedrag."

Victor: "Soms krijgen we data van onze opdrachtgevers waar we een analyse op kunnen loslaten. Maar meestal zijn die er niet. Dan geven we alle medewerkers die met het ov reizen een zakelijke ov-chipkaart, waarna we, met hun toestemming, drie maanden lang hun ov-reizen tijdens werktijden volgen: hoe vaak reizen ze, welke routes nemen ze, op welke tijden? Vervolgens stellen we voor elke werknemer goed onderbouwd vast welk ov-aanbod het beste bij diens reisgedrag past. Wij zorgen voor de aanvraag van ov-chipkaarten, mobiliteitskaarten en abonnementen, voor de registratie en de administratieve afhandeling. De werkgever heeft er geen omkijken meer naar."

Caroline: "Daar zit ook jullie toegevoegde waarde. Ook bij 9292 hebben we de ervaring dat de tarievenstructuur in het ov ontzettend ingewikkeld is. Daar krijgen we veel vragen over. Om het reizigers makkelijker te maken, zijn we een prijs-wizard aan het ontwikkelen waarmee je in een paar stappen kunt bepalen welk abonnement bij je reisgedrag aansluit. Ik vond het zelf al een heel gedoe om voor mijn zoon die naar een andere school ging, uit te zoeken hoe hij het beste kon reizen en met wat voor abonnement. Laat staan dat je dat voor een heel personeelsbestand moet doen."

Victor: "Precies! Die ellende halen wij weg. Voor ons is het de kunst om uit te vinden waar de hoofdpijn zit. Onlangs was ik bij een organisatie die zich bewust gevestigd had op een stationslocatie om het gebruik van het ov onder medewerkers te stimuleren. Maar het woud van

abonnementen en arrangementen bleek voor hen zo ondoordringbaar, dat ze gestopt waren hun medewerkers actief te sturen op reizen met het openbaar vervoer. Wij geven die organisatie weer inzicht en overzicht."

Caroline: "En je helpt je klanten ook kosten te besparen door voor iedereen een mobiliteitsoplossing op maat te regelen."

Victor: "Dat klopt, maar kosten besparen is voor onze klanten niet de belangrijkste drijfveer. Ze schakelen ons niet in om zo veel mogelijk lucht uit de abonnementen te slaan, maar vooral omdat ze geen gedoe willen. Als dat dan ook nog tot kostenbesparingen leidt: geweldig. We hebben bijvoorbeeld een klant die medewerkers een bonus geeft als ze buiten de spits reizen, met goedkopere abonnementen. Maar ook bij die klant



“Voor ons is het de kunst om uit te vinden waar de hoofdpijn zit.”

Abonnementsanalyse

Klantnaam: Mobility Card Services
Periode: 01-11-2014 t/m 31-01-2015

Voorletters	Achternaam	Kosten o.b.v. ROS	Advies 1			Advies 2			Woon-werktraject
			Abonnement	Kosten abonnement	Totale kosten	Abonnement	Kosten abonnement	Totale kosten	
A.	Reiziger	€ 2.878	Traject Vrij	€ 2.069	€ 2.091	Altijd Voordeel	€ 240	€ 2.543	Baarn - Amsterdam Centraal
B.	Reiziger	€ 2.205	Altijd Voordeel	€ 240	€ 2.004	Traject Vrij	€ 2.008	€ 2.097	Heloo - Amsterdam Centraal
C.	Reiziger	€ 4.191	Traject Vrij	€ 3.253	€ 3.272	Altijd Voordeel			Erikhuizen - Amsterdam Centraal
D.	Reiziger	€ 1.074	Reizen op saldo		€ 1.074				Maarsse - Amsterdam Centraal
E.	Reiziger	€ 1.421	Reizen op saldo		€ 1.421				Almere Muziekwijk - Amsterdam Centraal
F.	Reiziger	€ 1.736	Traject Vrij	€ 1.190	€ 1.199	Altijd Voordeel	€ 240	€ 1.629	Haarlem - Amsterdam Centraal
G.	Reiziger	€ 1.978	Altijd Voordeel	€ 240	€ 1.823				Almere Parkwijk - Amsterdam Centraal
H.	Reiziger	€ 2.477	Altijd Voordeel	€ 240	€ 2.211				Leiden Centraal - Amsterdam Centraal
I.	Reiziger	€ 1.318	Reizen op saldo		€ 1.318				Maarsse - Amsterdam Centraal
J.	Reiziger	€ 4.381	Altijd Voordeel	€ 240	€ 3.745	Traject Vrij	€ 3.690	€ 4.072	Dien Haag Ipenburg - Amsterdam Centraal
K.	Reiziger	€ 1.930	Altijd Voordeel	€ 240	€ 1.784				Utrecht CS - Amsterdam Centraal
L.	Reiziger	€ 1.040	Reizen op saldo		€ 1.040				Maarsse - Amsterdam Centraal
TOTAAL		€ 26.629			€ 22.981				

06-09-2015 Pagina 1 van 2

staat gemak voorop. Vaak spelen nog andere belangen, bijvoorbeeld op het gebied van duurzaamheid. Wij zijn dan ook heel blij dat de 9292 Reisadvies API de mogelijkheid biedt om de CO₂-uitstoot van ov-reizen te vergelijken met diezelfde reizen met de auto.”

Caroline: “Duurzaam ondernemen is hot en veel organisaties zijn in het kader daarvan bezig met een BREEAM Excellence Certificering. Voor dat onafhankelijke duurzaamheidskeurmerk voor kantoorgebouwen zijn punten te verdienen als gebouwen goed bereikbaar zijn met het ov en daarmee aantoonbaar milieuwinst kunnen opleveren. Ook op dat vlak vullen MCS en wij elkaar aan: in steeds meer kantoorpanden hangen onze elektronische vertrekwijzers die het ov voor medewerkers én gasten laagdrempeliger maken. En dus bijdragen aan duurzaamheid.”

Victor: “In een markt als deze heb je strategische partners nodig. We werken bijvoorbeeld nauw samen met Veolia in Limburg, door deze vervoerder te helpen zich te profileren in de zakelijke markt. Zo kan het ook. Vervoerders denken nog weleens dat ze door ons inkomsten mislopen, maar het omgekeerde is waar: wij maken het vervoersnetwerk in Nederland voor meer mensen eenvoudig beschikbaar. Onze diensten hebben juist een aanzuigende werking op nieuwe doelgroepen.”

Caroline: “Kun je daar een voorbeeld van geven?”

Victor: “Een mooi voorbeeld is onze samenwerking met de BAM voor projecten in het centrum van Utrecht. We zijn erin geslaagd om bouwvakkers in het ov te krijgen. Die zetten nu 's ochtends hun bestelbus op een P+R aan de rand van de

stad en reizen verder met de bus of de tram. Alle materialen liggen op de bouwplaats in het centrum klaar. Iedereen blij: de gemeente omdat het verkeer in de binnenstad ontlast wordt, de BAM omdat het een sloot aan parkeerkosten scheelt en de werknemers omdat het ze veel tijdwinst oplevert.”

Caroline: “En de vervoerder is ook blij; die heeft er weer klanten bij die vooral buiten de spits reizen.”

Victor: “Bij MCS geloven we dat zoeken naar de best mogelijke oplossingen loont. En dat je daarvoor niet het wiel opnieuw uit hoeft te vinden, maar gebruik moet maken van bestaande netwerken en op het juiste moment kennis en kunde moet combineren door slimme partnerships.” ■



Michael_Coense: RT @meineve: 9292 heeft inderdaad gelijk!
Er is OV naar Oeteldonk Centraal <http://t.co/EZbGoZWvod>

Programma

12.30 uur

Ontvangst en inlooplunch

13.15 uur

Welkom door Stefan Hulman,
Algemeen Directeur 9292

13.30 uur

Grensverleggende inspiratie door
André Kuipers, Astronaut

14.10 - 14.30 uur

Pauze

14.30 - 15.30 uur

Breakout-sessies, ronde 1

15.45 - 16.45 uur

Breakout-sessies, ronde 2

16.45 uur

Gezamenlijke terugkoppeling
en afronding

17.00 uur

Informele netwerkborrel

Via het ruime sop de ruimte in

9292

InterActie 2015





Samen over grenzen heen kijken, letterlijk en figuurlijk. Op 16 april 2015 staat er weer een 9292 InterActie op het programma. Dit keer staat de relatiedag van 9292 in het teken van samenwerking en (co)creatie. Daarvoor nodigt 9292 relaties uit aan boord van de ss Rotterdam, de oceaanstomer van de Holland-Amerikalijn die wereldzeeën heeft bevaren. En met gastspreker André Kuipers gaan we nog een stapje verder: de ruimte is onbegrensd!

9292 InterActie 2015 is zoals gebruikelijk een interactieve dag. Naast de inspirerende presentatie van André Kuipers zijn er vier breakout-sessies, waar bezoekers actief met elkaar in gesprek gaan. Ook bij diverse informatiestands kunnen relaties heel wat inspiratie opdoen. Wie dat wil kan meeluisteren met live 9292-gesprekken in de BelCel. En natuurlijk is er ruim gelegenheid om te netwerken tijdens de inlooplunch en de netwerkborel. ■



Breakout-sessies

Van vraagafhankelijk vervoer naar openbaar vervoer en omgekeerd

Hoe ziet het vervoerlandschap er nu en in de toekomst uit? En wat betekent dit voor reisinformatie? Hoe ziet de reiziger straks door de bomen het bos nog en waar komen al deze verschillende vervoersvormen logisch samen?

Door Harald Faber (Forseti), Guy Herman (CROW-KpVV) en Susan Zethof (9292). Deze sessie wordt eenmaal gegeven en duurt 2 uur.

Ondernemen in het openbaar vervoer

Een creatieve sessie waarin de deelnemers worden meegenomen in hoe, door slim gebruik te maken van technologie en data, nieuwe mogelijkheden voor het openbaar vervoer zijn gecreëerd. Met als doel: gebruiksgemak voor de reiziger.

Door René Westening (Infoplaza).

Crowdmanagement in publieke ruimten

Welke middelen zet je in om grotere groepen mensen veilig en comfortabel door publieke ruimten te leiden? Welke dilemma's zijn er en wat zijn belangrijke afwegingen als er een verstoring is?

Door Bart Wiggers (ProRail) en Marlies Wouters (Incontrol).

Hybride ov-ticketing: flexibiliteit, gemak en vertrouwen

Naast het ov-chipkaartsysteem zijn er ook andere ticketingmethoden, zoals mobile ticketing en betalen met je bankpas. Deze methoden, die in het buitenland al worden toegepast, komen in deze workshop aan de orde.

Door Arnoud Brouwer (Chess iX).



Mienter: @BrianvanElewout download de app 9292, Vul je bestemming in. En kijk waar je tussenstops zitten.

Investering in sociale veiligheid ov uitgebreid

Om agressie in het ov terug te dringen, heeft Arriva het initiatief genomen voor een systeem dat geweldsincidenten direct koppelt aan politiegegevens. Hierdoor kunnen agressieve reizigers snel worden opgepakt of een reisverbod krijgen. In december 2014 is met het systeem gestart in Zuid-Holland en Oost-Nederland. Met klinkend resultaat: het aantal zware geweldsincidenten in bus en trein dat is opgelost, is nu al gestegen van 50 naar 80 procent. Cijfers die ook de provincie Groningen over de streep trokken om een fors bedrag (€ 38.000,-) te investeren in verdere invoering van het systeem.



Metropoolregio Rotterdam-Den Haag uit de startblokken

Op 19 maart in de Cruise Terminal Rotterdam is de officiële aftrap gegeven voor de Metropoolregio Rotterdam-Den Haag (MRDH), een samenwerking tussen 23 gemeenten. Dat alle gemeenten aan boord zijn, noemde minister Plasterk 'een waar kunststukje'. Hij heeft dan ook vertrouwen in de slagkracht van het samenwerkingsverband. Het doel is om samen met het bedrijfsleven en kennisinstellingen het economische vestigingsklimaat te versterken en de bereikbaarheid van de regio te verbeteren. Het doortrekken van tramlijn 1 naar Rotterdam The Hague Airport is een van de eerste grote projecten waar de MRDH zich mee gaat bezighouden.

OV-Klantenbarometer vol mooie cijfers



Reizigers waarderen het ov van Syntus in Apeldoorn met een 8. In Rotterdam stegen alle scores; de tram gaat nu aan kop met een 7,7. Arriva op Schiermonnikoog scoort een 8,4 en Connexxion in de Zaanstreek een 7,8. Deze en nog veel meer mooie rapportcijfers komen uit de OV-Klantenbarometer 2014 van CROW-KpVV. Over de hele linie zijn de rapportcijfers die reizigers aan het ov geven, gestegen ten opzichte van een jaar eerder. De treindiensten in de regio moeten een klein beetje inleveren maar ook daar zitten positieve uitschieters tussen, met name bij Arriva.





Geef samenwerking de ruimte



André Kuipers,
Astronaut, ESA

Tijdens g292 Interactie op de ss Rotterdam gaat de ov-sector samen over grenzen heen kijken. Werken aan samenwerken. Ik heb de eer bij deze gelegenheid op te treden als gastspreker. Daar zal ik een beeld schetsen van de immense samenwerking die nodig is om een ruimtevlucht tot stand te brengen.

Wat je in de ruimtevaart ziet, is heel bijzonder. Landen die voorheen concurrenten waren, soms zelfs vijanden, hebben na de val van het communisme in Rusland de handen ineengeslagen. Amerika, Rusland, Japan, Europa, iedereen zet zich nu in om de bemande ruimtevaart mogelijk te maken. **Op alle niveaus is er samenwerking. Ondanks de enorme onderlinge verschillen, niet alleen op politiek gebied, maar bijvoorbeeld ook economisch, cultureel en technisch.** We hebben net als het openbaar vervoer aan de ene kant te maken met vrijmarktwerking, met private partijen, en aan de andere kant met overheden. Zelfs de voltages variëren tussen het Russische deel en de rest. Al die verschillen moeten we overbruggen.

Dat gaat niet vanzelf, maar samenwerking in de ruimtevaart is pure noodzaak. **Vroeger had iedereen zijn eigen ruimtevaartprogramma, maar het is gewoon te duur om dat vol te houden.** Niet alleen de ov-sector, ook de ruimtevaart heeft overal ter wereld te maken met bezuinigingen. Voor een klein land als Nederland is het al helemaal niet op te brengen om op eigen houtje de ruimte in te gaan. Wij doen mee als onderdeel van ESA en kunnen op die manier bijdragen.

Rusland, de Verenigde Staten, Europa, Japan; iedereen produceert delen, ontwikkelt apparatuur en levert de vrachtschepen om het ruimteschip te bevoorraden, alle partijen bouwen mee aan het uiteindelijke resultaat. En profiteren ook allemaal van wat het aan wetenschappelijke kennis oplevert. Samen investeren, samen oogsten.

Ook in het openbaar vervoer is samenwerking heel belangrijk. Het gebeurt ook al, bijvoorbeeld op het gebied van reisinformatie en de ov-chipkaart. **Maar ook als buitenstaander zie ik dat er ruimte is voor verbetering. Dat het bijvoorbeeld voor die miljoenen toeristen die ons land bezoeken, maar ook voor veel Nederlanders allemaal nog heel ingewikkeld is.** Die willen gewoon een kaartje kopen, of een pas waar ze alles mee kunnen doen. Zo'n pas kan er alleen komen als alle ov-partijen samenwerken.

De ruimtevaart en het openbaar vervoer hebben meer gemeen dan je op het eerste gezicht zou denken, maar op het gebied van samenwerken liggen we voor. Ik hoop dat mijn ervaringen in de ruimtevaart waarover ik op 16 april meer vertel, inspireren en zo een klein steentje bijdragen om samenwerken in het ov de ruimte te geven.



CROW-KpVV

CROW-KpVV is er voor alle decentrale overheden: gemeenten, provincies, stadsregio's, waterschappen en hun koepels. Voor beleidsambtenaren, managers en bestuurders die lokaal en regionaal verkeers- en vervoersbeleid maken en uitvoeren.



S_Beardmore: @g292 Still here for one month! At least I know I will be on time for all my appointments right ;)

Ov-bestekken, hoe kunnen ze beter?

Concessies en bestekken. Het blijft een heet hangijzer. Het huidige systeem staat innovatie in de weg, is een veelgehoorde klacht. En het is rigide. Het biedt geen ruimte om in te spelen op maatschappelijke veranderingen: de grilligheid van de politiek, een ziekenhuis dat verplaatst wordt. Hoe kan het beter? Welke ingrediënten zijn daarvoor nodig?

In gesprek

Wim van Tilburg

Clusterhoofd Verkeer & Vervoer
bij CROW-KpVV

Stefan Hulman

Directeur g292

Beiden zaten in de jury die op 26 maart tijdens het landelijke ov-congres de mobiliteitscentrale Flevoland heeft uitgeroepen tot het 'beste bestek'.

Stefan: "In 2001 werd de Wet Personenvervoer 2000 van kracht, die onder meer marktwerking in het ov voorschreef. Dat bracht met zich mee dat decentrale overheden concessies moesten gaan verlenen en aanbestedingen uitschrijven. Dat zijn ingewikkelde taken. Veelal uit onzekerheid gingen overheden steeds gedetailleerdere bestekken uitschrijven, om interpretatieverschillen tussen opdrachtgever en opdrachtnemer voor te zijn. Maar wat je dan krijgt, is een schijnzekerheid. Je kunt niet voorspellen wat er in die tien jaar gebeurt, in de politiek, de maatschappij, de ruimtelijke ordening. Daar zit een deel van het probleem: door die gedetailleerde bestekken is de ruimte voor vernieuwing enorm gekrompen."

Wim: "Tel daarbij op dat de rijksoverheid de lagere overheden voortdurend de opdracht gaf om verder te bezuinigen, en je kunt wel nagaan dat de klus uiteindelijk toch altijd naar de goedkoopste

aanbieder ging. Ook dat heeft innovaties gestokt, daar is gewoon geen geld voor. Het was op een gegeven moment een *running gag* in de ov-wereld dat de partij die de concessie binnensleepte, degene was die de grootste rekenfout gemaakt had. Zo ernstig is het niet, maar er zit wel een kern van waarheid in. Dat is een belangrijke reden dat er veel stemmen opgaan om het anders te doen. Als we precies zouden weten hoe het ideale bestek eruitzag, waren we rijke consultants. Maar het is wel belangrijk om na te denken over mogelijkheden om in bestekken meer ruimte voor innovatie en flexibiliteit te creëren. De 'beste bestek'-verkiezing draagt daaraan bij."

Stefan: "Continue vernieuwing is hard nodig. Als je kijkt naar de grote innovaties in het ov van de afgelopen decennia, dan zijn dat de dienstverlening op het gebied van reisinformatie en de ov-chipkaart. Maar die zijn allebei tot stand



“De running gag was dat de partij die de concessie kreeg, de grootste rekenfout had gemaakt.”

gekomen, of in elk geval in gang gezet, in een tijd dat de marktomstandigheden nog anders waren. Een project als Zero Emissie loopt volledig buiten concessies om. Dat laat zien dat de markt het zelf niet meer kan, dat er andere instrumenten nodig zijn om tot vernieuwing te komen.”

Wim: “De vraag is: hoe vertaal je dat naar een bestek? Hoe schrijf je een bestek dat de vervoerder uitdaagt om over de begrenzings heen te stijgen? Als je het bekijkt vanuit de vraag van de reiziger, dan is het openbaar vervoer zelf meestal niet het probleem. De vraag zit juist om dat openbaar vervoer heen: hoe kom je naar de halte? Van de halte naar je bestemming? Wat heb je daarvoor nodig, bijvoorbeeld aan ov-fietsen en reisinformatie? Hoe amuseer je je bij de halte? Voor de reiziger zijn juist die ‘first & last mile’ bepalend voor de vervoerskeuze. Toch hebben wij niet één bestek gezien dat aandacht besteedt aan dat aspect: de reiziger verlokken om van het ov gebruik te maken. Hoe je meer reizigers in het ov krijgt. Het gaat alleen over hoe je meer comfort en een betere dienstverlening krijgt binnen het bestaande systeem. Daar blijven belangrijke kansen liggen.”

Stefan: “Overheden zijn nog altijd gewend om te denken binnen de grenzen van wat we al hebben. Bijvoorbeeld op het gebied van veiligheid, duurzaamheid, toegankelijkheid. Het gevolg is het ov in Nederland op die terreinen van een hoge kwaliteit is, maar dat je tege-

lijktijd geen echte doorbraken ziet. In toenemende mate begrijpen overheden wel dat er daarvoor iets aan de bestekken moet veranderen. Maar in bestekken komen ze soms niet verder dan: ‘De vervoerder is van harte uitgenodigd om innovaties voor te stellen.’ Dat is ‘m nog niet helemaal. Maar er is een kentering gaande. Steeds vaker worden er strategische ontwikkelteams ingezet, waarin de betrokken overheden, vervoerders en reizigers vertegenwoordigd zijn.”

Wim: “Maar dan nog kun je de plannen die gezamenlijk worden opgesteld, niet als finaal bestek beschouwen. In die acht tot twaalf jaar dat een concessie loopt, veranderen de omstandigheden. Alleen al omdat op economisch, bestuurlijk en sociaal-maatschappelijk vlak staat het land nou eenmaal niet stil. Nu bieden bestekken vaak niet de ruimte om met die veranderingen mee te bewegen. Dan ontstaan er gaten. En als andere partijen daar inspringen, krijg je nog weleens rechtszaken. Een beroemd voorbeeld is de strandbus in Zandvoort, een initiatief van ondernemers, die strandgangers van het station op mooie dagen naar verschillende plekken aan de kust bracht. De zittende vervoerder zag dat als een inbreuk op de concessie, vocht het initiatief aan en won. Toch worden dit soort particuliere initiatieven steeds vaker gedoogd. Er begint langzaam meer ruimte voor te komen.”

Stefan: “De zittende vervoerder heeft meestal nauwelijks ruimte om zelf te



investeren. Het zou zeker een idee zijn om in bestekken niet van vervoerders te vragen om honderd procent van het budget in te zetten voor de concessie en de dienstregeling, maar om daarnaast een ontwikkelingspotje aan te houden zodat je gaandeweg andere keuzes kunt maken waarmee je inspeelt op veranderende omstandigheden. Ook dat hebben we in geen enkel bestek gelezen.”

Wim: “Het zou goed zijn als er ruimte was om met meer en andere partners op te trekken. Dat niet alleen de op-

drachtgever en opdrachtnemer elkaar meer als partners gaan zien, maar dat er bijvoorbeeld ook wordt gedacht aan allianties met marketing- en communicatiebureaus, particuliere bedrijven, aan crowdsourcing. Dat er meer gedacht gaat worden in termen van maatschappelijk effect in plaats van in vervoersmiddelen. In het belang van de reiziger. Vanuit die gedachte is het juist toe te juichen dat waar het ov verdwijnt, particuliere initiatieven ontstaan. Dat is een maatschappelijke ontwikkeling die bovendien niet tegen

te houden is: kijk naar deelauto's, naar Uber. Daar kun je wel tegen zijn, maar dat helpt niet.”

Stefan: “Dat is precies de reden waarom partnerships belangrijk zijn. De reiziger ziet het ov, taxi's, Uber, deelauto's en hun eigen auto ook niet als gescheiden werelden. Het zijn geen concurrenten, maar onderdelen van hetzelfde systeem. Van dat gegeven zouden opdrachtgevers in hun bestekken, maar ook opdrachtnemers in de uitwerking meer gebruik kunnen maken.” ■



Arriva_NL: @g292 @NellekeArnout Super, als er iets is wat wij hier aan kunnen doen, hoor ik het graag! ^MR

Agenda

12 mei

Het Grote Verkeersnet Jaarcongres 2015. Verkeer in de slimme stad.

De Fabrique in Utrecht.

www.verkeerindeslimmestad.nl

20-22 mei

Ecomm, European Conference on Mobility Management.

Supernova, Jaarbeurs Utrecht.

www.ecomm2015.eu

April – november

Themareeks Mobiliteit en De Gezonde Stad.

Kantoorgebouw Sijpesteijn in Utrecht.

www.crow.nl

2-5 juni

Smart City Event.

Amsterdam Arena.

www.smartcityevent.com

8-10 juni

UITP World Congress and Exhibition.

MiCo (Milano Congressi) in Milaan.

www.uitpmilan2015.org

18 juni

Nationaal Fietscongres.

Jaarbeurs Utrecht.

www.nationaalfietscongres.nl

24 juni

Dag van de Rail.

Trefpunt NS in Utrecht.

www.bouw-instituut.nl/rail



GVB lanceert vernieuwde website

In maart ging de geheel vernieuwde en verbeterde website van het GVB in de lucht. Helemaal gerestyled, en met meer mogelijkheden dan voorheen. Zo opent de homepage met een interactieve reisplanner en kun je daar ook direct zien op welke lijnen zich werkzaamheden of andere uitzonderlijke situaties voordoen of worden verwacht. Dat is handig vóór de reis, maar ook onderweg, want de website is net zo goed te gebruiken op een smartphone als op een pc of tablet.



Aardig Onderweg Award 2015

De Aardig Onderweg Award is een aanmoedigingsprijs van € 10.000 voor mensen die iets bijzonders doen, ontwikkelen of betekenen in het vervoersgebied van RET. Voor mensen die hiermee al aardig onderweg zijn, maar nog wel een steuntje in de rug kunnen gebruiken. Op 2 juni worden de finalisten bekendgemaakt in de vier categorieën: Voor de Stad, Voor het Verschil, Voor Elkaar en Voor de Toekomst. Daarna kan iedereen stemmen op z'n favoriete initiatief tot 26 juni, wanneer ook de Awardshow wordt uitgezonden. De Aardig Onderweg Award is een initiatief van de RET en wordt mede mogelijk gemaakt door partners ING, Feyenoord, RTV Rijnmond, Metro en De Havenloods.



Reisinfo in het Chinees

Per jaar brengen 150.000 tot 200.000 Chinezen een bezoek aan Nederland. Een van de populairste bestemmingen onder deze toeristengroep is Giethoorn. Connexion heet ze een warm welkom met buskaarten daarnaartoe in hun eigen taal. Chinezen die aankomen op treinstation Steenwijk kunnen op het station of in de bus voor tien euro een dagkaart voor de Regio IJsselmond kopen in het Mandarijn. Ook de folder voor de meest gebruikte buslijn en de dienstregeling op de schermen heeft Connexion in het Mandarijn laten vertalen.

Spoor rond Utrecht op de schop

De spoorvernieuwing van Utrecht Centraal is van start gegaan. ProRail vernieuwt het spoor rond Utrecht zodat er in de toekomst meer treinen kunnen rijden. Dit jaar wordt onder meer gewerkt aan nieuwe sporen en een volledig nieuw perron. Utrecht Centraal blijft altijd bereikbaar, maar het is onvermijdelijk dat reizigers toch hinder zullen ondervinden. Sinds 23 maart wordt in drie periodes gewerkt aan de achterste sporen (14/15, 18/19 en 20/21). Deze laatste sporen zijn helemaal nieuw en vormen dus een uitbreiding op de huidige capaciteit.



'De Javaan' wint schrijfwedstrijd

Wie wordt het nieuwe schrijftalent van Nederland? Begin dit jaar schreven 9292, Scholieren.com en Bulkboek.nl een korteverhalenwedstrijd uit met als thema 'onderweg'. Bijna 250 jonge talenten deden een gooi naar de felbegeerde hoofdprijzen: een treinreis naar Berlijn (juryprijs) of een HEMA-tablet (publieksprijs). En natuurlijk eeuwige roem.

De prijswinnaars van de schrijfwedstrijd werden op 21 februari in de Linnaeus Boekhandel in Amsterdam gehuldigd. Zoë Goldman (14) ging naar huis met de HEMA-tablet met 921 stemmen van bezoekers van de website. Jana van Rossum (16) gooide de hoogste ogen bij de vakjury en won daarmee de treinreis naar Berlijn. Het juryrapport

is lovend over haar inzending: "De Javaan begint als een backpackers-verhaal in Oostenrijk, dat gaandeweg verandert in een Oosterse parabel met mysterieuze wijze lessen en wat magie. De taal blijft echter nuchter. Het einde is erg leuk en tegelijkertijd verrassend simpel. Een prachtig opgebouwd verhaal." ■

De Javaan

Jana van Rossum

De hut is leeg. Nog vaag hangt er een aroma van zweetsokken en stoofpot, maar het is dagen geleden dat hier iemand voor het laatst was. Ik moet mijn hoofd buigen om naar binnen te stappen. Buiten zakt de rode zon achter de rotsen, het dal een laatste maal in een oranje-achtig licht zettend, dan rolt de schemering in een plotselinge golf over de bergkam en is het donker.

In het schamele licht van mijn lantaren breng ik water aan de kook en giet een deel in een aparte mok voor de thee. In het restant strooi ik soepoeder en kijk in gedachten verzonken hoe de croutons en balletjes rondjes drijven in het egaal groene nat.

Zowel soep als thee zijn nog te heet om te drinken als de deur opengaat en er iemand binnenkomt. Verrast kijk ik op. Even schiet ik in de stress als ik zie dat de bezoeker mannelijk is; ik ben altijd zeer op mijn hoede bij mannelijk gezelschap. Maar de kleine man heeft een lief gezicht dat te oosters is voor verkrachtigen.





mijnkortverhaal.nl

Het verhaal van publieks-lievelling Zoë Goldman en alle andere inzendingen leest u op mijnkortverhaal.nl.

“Grüß Gott,” zeg ik onzeker. Ik weet dat mijn uitspraak belabberd is.

“Hi,” antwoordt hij, en vraagt dan zonder enig accent of ik Engels spreek. Ik antwoord bevestigend. Hij zet zijn kleine rugzak zachtjes naast de stoel tegenover die van mij en gaat er zelf in zitten. In het licht van mijn lantaren bestuderen we elkaars gezicht. Hij heeft hoge jukbeenderen, een rond en vriendelijk gezicht met veel rimpels. Zijn huid is te donker om blank genoemd te worden en te licht om donker genoemd te worden, maar zijn ogen zijn zó donker dat ze, zeker hier, bijna zwart lijken. Ze glimmen vriendelijk.

“Waar kom je vandaan?” vraag ik verlegen.

Zijn tanden blikkeren wit in het duister als hij lacht. “Overal vandaan. Maar ik ben geboren in Jakarta, Java.”

“Ik in Birmingham,” zeg ik plompverloren. “Op vakantie?”

“Zo zou je het kunnen noemen.” Hij blijft vriendelijk lachen, de rimpeltjes rond zijn ogen zijn tamelijk diep en heel mooi.

We keuvelen verder. Ik vertel over de landen die ik al gezien heb, Spanje en de Verenigde Staten, en nu Oostenrijk. Hij haalt brood uit zijn rugzak en geeft mij de helft, ik bied hem soep aan. Hij weigert. “Als het even kan, eet ik geen vlees.” Wel neemt hij de thee aan die ik opnieuw zet.

Dan vraag ik de man naar de landen die hij al heeft gezien. Voor het eerst

kijkt hij me niet aan en ik krijg slechts een gemompeld, onsamenhangend antwoord. Hij slurpt aandachtig van de hete thee.

Ik ruik aan mijn soep – geurloos, maar de smaak is te zout – lepel een paar hap-pen naar binnen en wacht. Plotseling kijkt hij me weer energiek aan en vraagt naar mijn motivatie om naar Oostenrijk te gaan.

Ik leg hem uit dat mijn relatie een moment van afzondering nodig had, en dat de naam Oostenrijk me zo lokte. Het is vreemd om aan mijn gestresste thuisleven te denken. “Wat ga je morgen doen?” wil ik dan weten.

Voor het eerst schiet hij echt in de lach, een vrolijk gehijg. “Hoe kan ik dat nu weten? Ik weet toch niet wie er op mijn pad komt. Had ik vanochtend kunnen weten dat ik’s avonds met een mooie vrouw als jij zou praten? Nee toch zeker. Misschien zie ik de mooiste zonsopgang van mijn leven, misschien is het bewolkt. Misschien krijg ik een hartaanval in mijn slaap!” Zijn oogjes glimmen als hij dit zegt, en onwillekeurig moet ik ook lachen om zijn onbezorgde uitstraling. Ik wilde dat ik die had! En vreemd genoeg voel ik me niet ongemakkelijk bij zijn compliment – ik weet dat het gemeend is, oprecht en uit het hart. Wat een groot hart moet die man hebben.

“Weet jij soms wat je morgen gaat overkomen?” vraagt hij, met een blik van: ik weet het antwoord al lang. Dat geloof ik graag, hij ziet er uit alsof hij een leven lang wijsheid heeft verzameld met de ervaringen.

Ik glimlach. “Nou, niet precies, maar ik neem aan dat ik ga wandelen.”

“Niet als je een mountainbike vindt,” zegt hij stralend, met opgeheven wijsvinger.

“Of een parapente!”

Daarop schater ik het uit. “Parapente? Ik spring liever zónder in een ravijn.” Hij lacht ook.

Plotseling vertelt hij over de keer dat hij

met een glijscherm van de Kilimanjaro sprong, en dan volgen nog duizend herinneringen. Drieënveertig jaar reizen zonder thuis of eigen vervoermiddel anders dan voeten glijden voorbij in deze kleine alpenhut, en ik zie ze levendig voor me alsof hij een film afspeelt met willekeurige, maar prachtige gebeurtenissen. De geur van kaneel vult mijn neus als hij verhaal doet over de bazaar in Medina en ik duizel van geluk omdat ik gek ben op kaneel, en als hij plots overgaat naar een sloppenwijk in Windhoek ruik ik werkelijk de stank van een slechte riolering.

Hij vertelt de hele avond door, en als ik in het bed lig, dat nog vagelijk naar de vorige gebruiker geurt – wietroker, denk ik –, droom ik nog door, over een schat aan herinneringen die niet de mijne zijn.

Als ik de volgende ochtend wakker word, is de man uit Jakarta verdwenen. Het is bewolkt buiten, en het licht in de hut is bleek van de vroege ochtend. Ik ontbijt en douche – de douche is droog – en pak dan mijn spullen in.

Ik zucht verrukt als ik het wonder-schone uitzicht in het morgenlicht aanschouw en begin vol goede moed aan de wandeling. Ik zie uit naar nog een heerlijke dag in de frisse berglucht en weidse luchten.

Twintig meter van de hut ligt glimt iets in het hoge gras. Op een steen daarnaast ligt een grijs papiertje, vastgelegd met een kleinere kei. In een puntig handschrift staat er:

Bedankt voor de mooie avond; wat een prachtige herinnering om door te vertellen. Ik heb de parapente genomen, dat vond je vast niet erg. Veel plezier vandaag. En morgen.

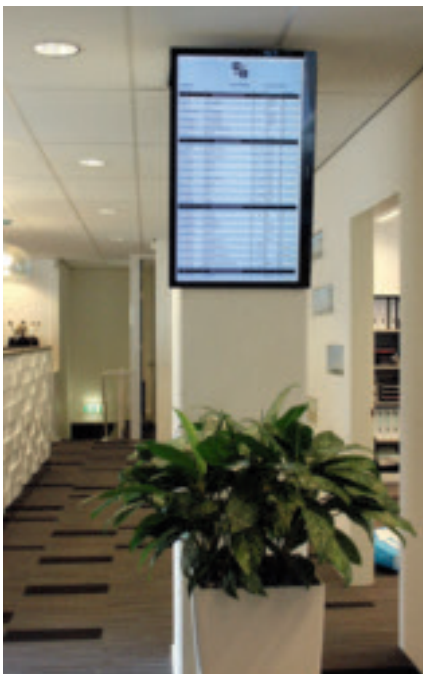
Edouard

Als ik de lange grassprietten opzij duw, vind ik een mountainbike.



BREEAM-punten scoren met Vertrekwijzer

In steeds meer kantoorpanden hangt een g292 Vertrekwijzer die medewerkers en gasten in één overzicht laat zien hoe laat de volgende bus, trein, tram of metro bij de haltes en stations in de buurt vertrekt. Wel zo klantvriendelijk, en het brengt een kantoor ook weer een stapje dichterbij een BREEAM-NL Certificering, een duurzaamheidskeurmerk voor kantoorgebouwen. Hiervoor zijn met een g292 Vertrekwijzer namelijk punten te verdienen, omdat deze het gebruik van het ov vanaf het kantoor laagdrempeliger maken. En zo bijdragen aan duurzaamheid.



Realtime en groen reisadvies in eigen hand

Met de g292 Reisadvies API kunt u uw klanten en relaties in uw eigen huisstijl en via uw eigen website of app reisadvies geven. Gebaseerd op reistijden uit de dienstregeling, en sinds kort ook realtime, via een extra module. Ook de module die de CO₂-uitstoot van een ov-reis berekent en vergelijkt met dezelfde rit met de auto, is beschikbaar in de g292 Reisadvies API. U bepaalt wat de bezoeker in het reisadvies te zien krijgt.

Snel vindbaar voor bezoekers #POI

Krijgt u vaak bezoekers op uw vestiging? Dan is het handig om uw bezoekadres als Point of Interest (POI) toe te laten voegen aan de reisplanner van g292. Zo'n POI komt naar voren als suggestie als iemand de beginletters van de locatie intikt op de website of in de app van g292. Hij of zij kan dan meteen uw locatie selecteren en een ov-reis plannen. Ook is uw locatie dan voortaan zichtbaar als bijzonder punt in de g292-routekaarten.

Meer weten over deze producten en diensten van g292 of een afspraak maken? Neem dan contact op met een van de Relatiemanagers. Ze zijn telefonisch bereikbaar via 0900 – 899 85 85 (€ 0,075 per gesprek plus de gebruikelijke belkosten), of per e-mail: zakelijk@g292.nl.

file
omzeild
bestemming
bereikt

9 2
9 2

9292 reist met je mee