

Reiswijzer

3

Relatiemagazine van 9292
jaargang 22, juli 2016

In gesprek met
gedeputeerde
Friesland

Ondernemen
en samenwerken
in Madurodam

FlixBus
in het reisadvies

Gelderse
ov-ambities
uitgelicht



9292 reist met je mee





VOORWOORD

Samen sterk



Apetrots was ik, en ben ik nog steeds, op onze fantastische relatiedag InterActie 2016. De eerste gezamenlijke dag van Translink en 9292 en dus het resultaat van intensieve samenwerking. [Een uitgelezen kans ook om als organisaties 'elkaars nieren te proeven'](#). Want er komt nogal wat kijken bij de organisatie van zo'n dag en het ontwikkelen van een gezamenlijke dienst. Met grote tevredenheid kijken we hierop terug en ik kan u zeggen: het smaakt naar meer. In deze *Reiswijzer* kijken we uitgebreid terug op InterActie 2016, in woord en beeld.

Rode draad in alles wat we doen is samenwerking. Dat klinkt natuurlijk mooi en iedereen kan dat wel roepen. De praktijk wijst uiteindelijk uit in hoeverre het ook echt zo is. [Zonder samenwerking in het openbaar vervoer had 9292 nooit bestaan en zonder samenwerking in de volle breedte van de sector is innovatie en groei gewoon niet mogelijk.](#)

Ook in deze *Reiswijzer* barst het weer van de voorbeelden van het nut en de noodzaak van samenwerking in het ov. Een van de nieuwe vervoerders die zich ook op het demoplein presenteerden tijdens InterActie 2016, is FlixBus. Hun dienstregeling vormt een mooie aanvulling op het ov-aanbod in Nederland en is nu ook via 9292 op te vragen en te boeken. Een samenwerking die direct leidt tot betere service voor de reiziger.

In mijn gesprek met Johannes Kramer, die als gedeputeerde in Friesland onder meer het ov in zijn portefeuille heeft, is ook weer samenwerking het belangrijkste onderwerp. Op het gebied van data bijvoorbeeld. [We verzamelen met zijn allen enorm veel gegevens. Wat willen we daarmee doen en wat stelt dat voor eisen aan de kwaliteit van die data?](#) Een punt waar we absoluut met elkaar over moeten praten.

Mooie onderwerpen om de zomer mee in te gaan en misschien de tijd te nemen om eens op te reflecteren. [Zoals gebruikelijk staat de koffie klaar voor wie dat samen met ons wil doen!](#)

Reiswijzer is het relatieblad van 9292. Het verschijnt vier keer per jaar en is bestemd voor relaties en medewerkers van 9292.

Redactie

Stefan Hulman, hoofdredacteur

Atty Visch

Sheila Lalaram

Annemieke Bartholomeus

[Medewerking werd verleend door](#)

Johannes Kramer, Provincie Friesland

Malvin Bernard, FlixBus

Matthew Hudson, Transport for London

Conny Bieze, Provincie Gelderland

Daan Stevens, Breng

Robert Oude Elberink, Syntus

[Vormgeving en opmaak](#)

Studio 3005 | MarcVleugels

Fabrique [merken, design & interactie]

[Fotografie](#)

Jack Tillmanns

Nick Mencke

[Druk](#)

Mediacenter Rotterdam

[9292 | Reisinformatiegroep bv](#)

Catharijnesingel 39

3511 CC 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 oktober 2016.

ISSN-nummer: 1572-1582

t ■ [@StefanHulman](https://twitter.com/StefanHulman)

m ■ shulman@9292.nl

INHOUD



4
Vervoer is een
ecosysteem



8
InterActie 2016



12
Wat beweegt
de ov-reiziger?



16
Op reis door
Gelderland



18
FlixBus in
reisplanner



11 / 22
Kort nieuws



23
Column:
It can be done



In gesprek

Stefan Hulman

Directeur g292 en voorzitter van de IT&I van UITP

Johannes Kramer

Gedeputeerde provincie Fryslân, met in zijn portefeuille onder meer openbaar vervoer, inclusief railinfra

Ov-data zijn belangrijk om de ov-dienstverlening verder te ontwikkelen. En beter op de wensen van reizigers aan te laten sluiten. Daarover zijn veel partijen het eens. Maar om de kansen die data bieden echt te pakken, moeten overheden en vervoerders samen om de tafel. Plannen en afspraken maken. Stefan Hulman is op missie om deze stelling in ov-land aan de man te brengen. Bij gedeputeerde Johannes Kramer uit Fryslân valt zijn boodschap in goede aarde.

Vervoer is een ecosysteem: hoog tijd om het ook zo te benaderen

Johannes: "Onderdeel van onze ov-aanbestedingen is dat er betrouwbare en actuele reisinformatie beschikbaar wordt gesteld. En dat gegevens over onder meer reistijden en bezetting worden teruggekoppeld. Maar in de praktijk komen die data achter het inregelen van het vervoer aan. Dat is eigenlijk gek, want de ontwikkeling van de dienstverlening staat of valt met slim gebruik van data. Daar liggen kansen."

Stefan: "Precies. Maar dat is geen taak van vervoerders alleen, er is ook betrokkenheid van overheden bij nodig. Zij moeten net zo goed nadenken over wat ze uit die data kunnen halen, waar ze voor dienen en aan welke eisen ze moeten voldoen. Informatie over hoe je van A naar B reist is maar één toepassing. Minstens zo belangrijk is dat je data gebruikt bij beslissingen over ruimtelijke ordening, over de inrichting van smart city's en bereikbaarheid. Over veiligheid zelfs, bijvoorbeeld hoe je je crowdmanagement regelt bij een eventuele aanslag. Daar moeten overheden een rol in spelen. Dat gebeurt nog te weinig. Laatst was ik op een internationaal congres waar het onder meer over snelgroeiende nieuwe steden ging. Daar zie je dezelfde congestieproblemen ontstaan die we overal op de wereld al kennen. Dan denk ik: wat is er gebeurd met de lessen uit het verleden?"

Er is blijkbaar alweer niet nagedacht over hoe vervoersstromen verknoopt zijn."

Johannes: "Dat herken ik wel. We gebruiken data nog te weinig als sturingsinformatie. Bij beslissingen over de infrastructuur kijken we vooral op de kaart: waar zitten de knelpunten? Waar is ruimte voor uitbreiding? Maar vaak hebben we daarbij de vervoersstromen niet in beeld. Andersom kun je wel weten hoeveel treinen er tussen Amsterdam en Den Haag rijden, hoeveel mensen daarin zitten en hoeveel lege plekken er zijn, maar als dan beleidsbeslissingen neemt terwijl je tegelijkertijd niet weet hoeveel auto's er over de A4 en de A44 rijden, schiet je je doel voorbij. Het zijn samenhangende informatiestromen."

Stefan: "Absoluut. Het is een ecosysteem. En we moeten het ook als ecosysteem benaderen. Er wordt veel geld in de infrastructuur gestoken om de bereikbaarheid te beïnvloeden. De systeemkennis die daarvoor nodig is, moet ook uit het ov komen."

Johannes: "Als we daar beter, meer en slimmer gebruik van willen maken, rijst wel de vraag wie het onderhoud en beheer gaat regelen. Dat vraagt om flinke investeringen. Wie zet je dan aan de lat?"



“Overheden moeten
inzien dat data
wel degelijk ook
hun pakkie-an is
en niet alleen
van vervoerders.”

Stefan: "Mijn stelling is dat vervoerders en overheden samen aan de lat moeten staan om tot een hoger aggregatieniveau van data te komen. Om samen na te denken hoe ze op basis van data en de lessen die daaruit te halen zijn, het openbaar vervoer en de openbare ruimte inrichten. En het zou mij een lief ding waard zijn als vervoerders en overheden vanuit dat perspectief samen om de tafel gingen om daar goede, bindende afspraken over te maken."

Johannes: "Daar kunnen we zeker een slag in maken. Voor mij is ook belangrijk om het dan ook te hebben over betaalinformatie en kaartjesinformatie. Ik had laatst familie uit Canada op bezoek en die kon ik maar moeilijk uitleggen hoe dat in Nederland werkt. Terwijl ik verantwoordelijk ben voor het openbaar vervoer. Daar moeten we toch met z'n allen iets op kunnen verzinnen om dat makkelijker te maken?"

Stefan: "Ook daarvoor geldt dat opdrachtgevers en opdrachtnemers samen gaan over de piketpalen waarbinnen die productontwikkeling en tariefontwikkeling moet plaatsvinden."

Johannes: "Maar dan moet er bij opdrachtgevers en opdrachtnemers wel iets veranderen. Vervoerders zijn vaak terughoudend met het verstrekken van data. Dat is ook concurrentiegevoelige informatie. Zij zouden meer openheid moeten geven. En de overheden moeten aan hun kant inzien dat data wel degelijk ook hun pakkie-an is en niet alleen van vervoerders."

Stefan: "Ik pleit er ook voor dat als vervoerders meer beschikbaar stellen, dat zo gebeurt dat ze niet worden geschaad in hun concurrentiepositie. Dan moeten overheden ze ook zekerheden geven dat ze er achteraf geen last mee krijgen."

Johannes: "Dat vraagt vooral om onderling vertrouwen opbouwen. En het gesprek met elkaar aangaan."

Stefan: "Misschien zou het helpen als een aantal zaken rond aanbestedingen of tarieven niet per concessie wordt geregeld maar dat daar basisafspraken over zijn. Dat alle overheden gezamenlijk zeggen: dit is het kader waarbinnen het moet gebeuren, hier wijken wij niet van af."

Johannes: "Het zou mooi zijn als je hiermee van-deur-tot-deuroplossingen zou kunnen verbinden. Bij ons is de bereikbaarheid op het platteland een heet hangijzer. Data spelen daar een grote rol bij. Je merkt te vaak dat mensen wel met een bus willen reizen maar niet weten wanneer die komt en dus toch maar weer voor de auto kiezen. Je moet snel kunnen zien welke bus rijdt en een goede afweging kunnen maken."

Stefan: "Zeker nu de 12-meterbus niet overal zal blijven rijden omdat dat gewoon niet meer uit kan. Daar komen andere vormen van openbaar of publiek toegankelijk vervoer voor terug. Zoals Uber, taxi's, regiotaxi's, belbussen of aansluiting op wmo-achtig vervoer. Als je die opties aan elkaar wil knopen, moeten de data wel beschikbaar en sluitend zijn."

Johannes: "Naarmate er meer losse vervoersvormen ontstaan, dreigt het voor reizigers toch onoverzichtelijk te worden. En voor jullie een crime. Daar zit een uitdaging om die vervoersdata allemaal met elkaar te verbinden. Zodat het geen stand-alone-oplossingen zijn, maar echt van deur tot deur."

Stefan: "Begin juni was er in de Van Nelle-fabriek een driedaagse bijeenkomst waar de plannen voor een trans-Europees vervoersnetwerk centraal stonden. Daar passeerden ook regionale initiatieven de revue. Met name

Limburg en Groningen brachten onder de aandacht met welke proposities ze bezig zijn, ook met hun buitenlandse burens. Belangrijke en goede initiatieven, maar we moeten er met elkaar voor zorgen dat ze in één systeem passen. Zodat je reizigers vanuit één of meer loketten, maar in elk geval op één eenduidige manier, kunt blijven informeren over reisinformatie, tarieven, producten en alles wat daarbij komt kijken."

Johannes: "Het moet daarbij ook makkelijker worden om inzicht te krijgen in vervoersstromen en hoe die veranderen. Stel dat in een dorp vijftien jaar geleden een geboortegolfje is geweest waardoor er nu een volle bus naar school rijdt. Als die kinderen straks gaan studeren of iets anders gaan doen, valt de behoefte aan die bus weg. Daar moet je flexibel op kunnen inspelen. Ook reizigers zouden dat inzicht moeten hebben. Zodat ze bijvoorbeeld met elkaar kunnen proberen een buslijn over-eind te houden als het voortbestaan daarvan in de gevarenzone dreigt te komen. Door er weloverwogen vaker in te stappen. In plaats van dat er discussie ontstaat als de beslissing genomen is om een lijn te schrappen."

Stefan: "Die voorbeelden laten weer zien dat het gebruik van data niet alleen gaat om reis-informatie in de zin van de dienstregeling en het kaartje dat daarbij hoort, maar ook over systeem-informatie die je moet doorontwikkelen. Daarin moeten we met z'n allen meer huiswerk doen. Partijen als Translink en 9292 hebben veel data beschikbaar en wij moeten ook onze verantwoordelijkheid nemen. Maar wij zijn uiteindelijk de uitvoerders. We adviseren graag hoe het moet, maar overheden en vervoerders nemen de beslissingen." ■

In Madurodam is heel Nederland samengebracht op een kleine twee hectare. Op 1 juni 2016 kwamen op deze fraaie locatie ruim 250 vertegenwoordigers van de ov-sector bij elkaar voor InterActie 2016. Het centrale thema: Samenwerken & Ondernemen in het ov. De relatiedag zelf was hier al een mooi voorbeeld van, want dit jaar organiseerde 9292 InterActie voor het eerst samen met Translink.

InterActie 2016

Samenwerken en ondernemen

in Madurodam



Geheel volgens traditie ging het programma rond het middaguur van start met een uitstekend verzorgde inloop-lunch. Een prima bodem voor het middagprogramma. Dat begon al meteen interactief, met vragen die het publiek via de smartphone kon beantwoorden: werk je bij een overheid, vervoersbedrijf, adviesbureau of ergens anders? Hoe ben je hier, met de auto of het ov? Op twee schermen voor in de zaal verschenen de antwoorden in staaftogrammen.

TIJD VOOR TfL

Translink en 9292 hebben hun samenwerking geïntensiveerd. Lichtend voorbeeld voor hen is Transport for London, dat reisinformatie, bestellen, reizen en betalen succesvol heeft weten te integreren. Inmiddels betaalt meer dan 30 procent van de reizigers in en rondom Londen contactloos voor het ov, met de bankpas. Matthew Hudson, hoofd business development bij TfL, legt uit hoe het systeem is omgegooid. En hoe het klantgemak, maar bijvoorbeeld ook de in- en uitstapsnelheid en daarmee de efficiëntie van het ov, daardoor is toegenomen.



Innovatie of basisdienstverlening? Open data of privacybescherming? Geld uitgeven of verdienen? Dagvoorzitter Anouschka Laheij legt de gastheren, Stefan Hulman van 9292 en Arco Groot-hedde van Translink, prikkelende keuzes voor. Arco kiest voor innovatie: "Een paar jaar geleden zou ik gekozen hebben

voor basisdienstverlening. Daarmee zijn we nu zo ver dat er ruimte komt voor innovatie." Stefan gaat voor open data. "Laat ik een knuppeltje in het hoenderhok gooien. Waar het mij om gaat, is dat we nog veel te weinig doen met data. Ze beschikbaar stellen is niet genoeg; we moeten er de juiste vragen op loslaten."



Een groot deel van de middag besteden de gasten in zogenoemde interacties, sessies waarin ze meedenken en praten over actuele onderwerpen in het ov:

INTERNATIONAAL REIZEN MET HET OV

Internationaal reizen met het ov kan wel, maar de vraag is: hoe kan het voor de reiziger aantrekkelijker, comfortabeler en makkelijker gemaakt worden? Deelnemers zien betalen en prijsstelling als het belangrijkste obstakel: zijn er

goedkopere alternatieven en waarom zijn er zo veel tickets nodig? De oplossingsrichting die de meeste stemmen kreeg: koppel de boekingsystemen van de verschillende partijen aan elkaar. Dat brengt overzicht en transparantie.

MVO IN HET OV

Maatschappelijk verantwoord ondernemen in het ov kan op allerlei manieren. Door in te zetten op minder CO₂-uitstoot bijvoorbeeld. Door meer mensen te verleiden om de auto te laten staan. Maar bijvoorbeeld ook door goede doelen te steunen, door kwetsbare groepen voorrang te geven in je aannamebeleid of door je communicatiekanalen beschikbaar te stellen voor maatschappelijke toepassingen. De gastheren Translink en 9292 voegden daad bij woord. Zij overhandigden het eerste exemplaar van

een zelf ontwikkeld festival/speelkleed aan Miranda Noorlander, directeur van het Ronald McDonald Kinderfonds. Van ieder verkocht kleed gaat 2,50 euro naar dit goede doel. Tijdens InterActie lanceerde 9292 bovendien de integratie van het AMBER Alert in de mobiele 9292-site. Frank Hoen, directeur AMBER Alert: "Ik ben ervan overtuigd dat met het tonen van AMBER Alerts op een landelijke site met zo'n groot bereik, kinderlevens gered zullen worden."



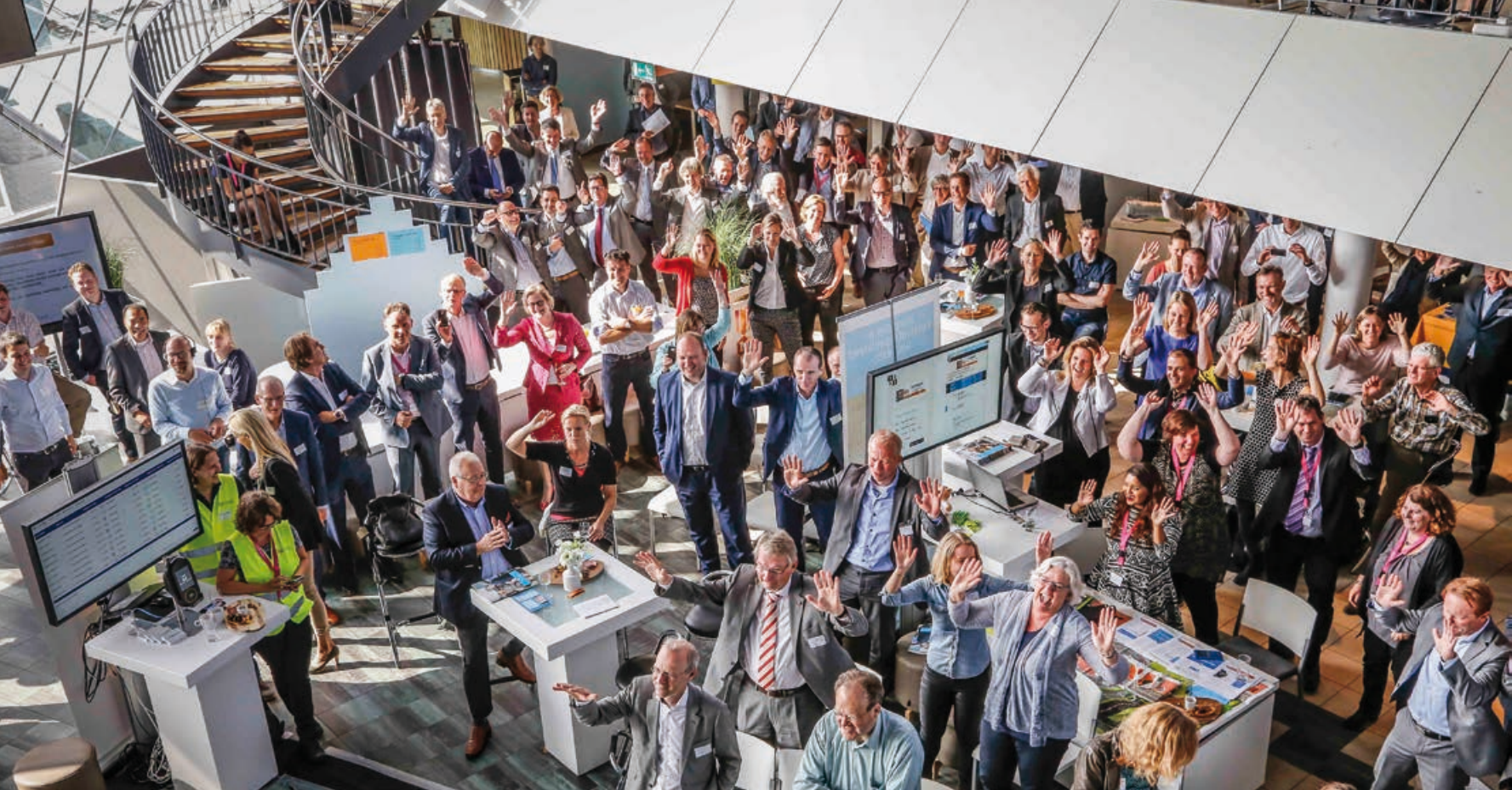
REIZIGER CENTRAAL

De reiziger is waar de ov-sector het allemaal voor doet. Maar wie is die reiziger? En wat vindt die belangrijk? In deze sessie vertelden ze het zelf. Forenzen, studenten en ov-reizigers die van hun oude dag genieten. Uit een enquête van TNO NIPO in opdracht van Translink komt naar voren dat reizigers sterk hechten aan gebruiksgemak van het ov. De reizigers op het podium bevestigden dit. Daarnaast noemden ze snelheid als belangrijk argument om voor het ov te kiezen.

OVERHEDEN EN OV

Het ov-landschap verandert, met steeds meer kleine ov-initiatieven die niet met vaste dienstregelingen werken. Hoe zorg je dat reizigers de weg blijven vinden? Die vraag houdt 9292, maar ook vervoerders en overheden bezig. Daarnaast ging de discussie over toegankelijkheid van het ov en het gezamenlijke belang daarvoor. En natuurlijk over de informatie naar de reiziger. "Ik wil niet alleen weten of er een rolstoelplek is in de tram, maar ook of die nog vrij is."





Tijd voor ontspanning: na al het harde werken is de interactie nu van luchtiger aard met een optreden van Ali B. De rapper weet op geheel eigen wijze input uit de zaal te halen voor een spontane

ov-rap. Over cocreatie en samenwerking gesproken. Daarna: inhaken en meezingen! Ali sluit af met de belofte zijn zoontjes vaker mee te nemen in de trein of bus.

INNOVEREN DOE JE SAMEN

Terug in de plenaire ruimte kregen de gasten een gratis eyeopener in de vorm van een presentatie van Martijn Aslander, filosoof, trendwatcher en (mede) auteur van de managementboek van het jaar 'Nooit af'. Zijn hoofdstelling: de tijd van blijvende oplossingen is voorbij. Burgers, bedrijven en organisaties moeten het Nooit Af-principe omarmen. Zich overgeven aan het gegeven van tijdelijke oplossingen die we voortdurend kunnen bijschaven. Hij riep de ov-sector op de hulp van reizigers in te roepen. "Het ov zit vol slimme mensen die een bijdrage willen leveren."

Het verhaal van Martijn Aslander vormde een mooie inleiding tot de discussie over innovatie die zich vervolgens ontspon tussen hem, hoogleraar ov-optimalisatie Dennis Huisman en Floor Vermeulen, gedeputeerde van Zuid-Holland. En het publiek natuurlijk. Stellingen over gezamenlijk innoveren en de belemmeringen daarbij door concurrentie in het ov stonden garant voor een levendige discussie.



Als kers op de taart tonen Stefan Hulman (9292) en Arco Groothedde (Translink) de gezamenlijk ontwikkelde innovatie aan staatssecretaris Dijkma. Met een innemend filmpje laten ze zien hoe reizigers nu op één plek hun reis plannen en het bijbehorende reisproduct kiezen en

bestellen. RET en Syntus zijn als eerste ov-bedrijven op deze service aangesloten. Sharon Dijkma spreekt "alle lofen en complimenten voor de initiatiefnemers en de first movers die dit tot stand gebracht hebben" uit.

REIS

informatie



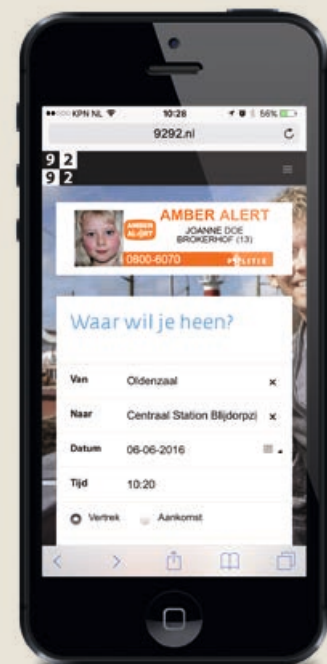
Steun aan Ronald McDonald Kinderfonds

Op initiatief van 9292 REISinformatiegroep hebben 9292 en Translink het zogenoemde OV-Festival/Speelkleed op de markt gebracht. Leuk om op te spelen en te chillen: de ene kant is bedrukt met een groot verkeersplein waar kinderen hun fantasie op kunnen loslaten, de andere met een loungestoel. Met dit kleed zamelen de twee organisaties geld in voor het Ronald McDonald Kinderfonds,

dat zich richt op het ondersteunen van zieke en gehandicapte kinderen en hun familie. Van elk verkocht kleed gaat € 2,50 naar deze stichting. Op 1 juni, tijdens InterActie 2016, nam Miranda Noorlander, adjunct-directeur van het Ronald McDonald Kinderfonds, het eerste OV-Festival/Speelkleed in ontvangst. Het kleed is te bestellen in de webshop van Treinreiziger via www.ovkleed.nl.

AMBER Alert in reisadvies

Tientallen keren per jaar zet de politie het AMBER Alert Systeem of delen daarvan in om waarschuwingsberichten te verspreiden over vermiste kinderen. Dit gebeurt wanneer er aanwijzingen zijn dat deze kinderen in gevaar verkeren, mogelijk zelfs in acuut levensgevaar. Hoe meer mensen mee uitkijken naar een vermist kind, hoe groter de kans op een veilige terugkeer. Sinds 1 juni verschijnen actuele AMBER Alerts en urgente vermissingen ook op de online kanalen van 9292. Op die manier krijgt een enorm publiek de waarschuwingsberichten onder ogen. Stefan Hulman, directeur 9292: "Als vrijwillig politieman wil ik er alles aan doen om vermiste kinderen veilig thuis te brengen. Met 9292 bereiken we miljoenen reizigers die de politie kunnen helpen bij het vinden van vermiste kinderen."



Wat beweegt de ov-reiziger?



Dagelijks maken in Nederland honderduizenden mensen gebruik van het openbaar vervoer. Om naar hun werk te gaan, hun opleiding, om vrienden of familie te bezoeken, of gewoon voor een dagje uit. Zij zijn de mensen voor wie we het doen. Zonder hen geen ov-sector. Wat beweegt hen? Wat maken ze mee? In deze rubriek vragen we het ze zelf. Niet allemaal, maar een select gezelschap van verschillende typen ov-reizigers.



Raymond Ruyter 24, student

Woont in Den Haag en studeert in Delft. Vaak fietst hij, maar hij zit ook regelmatig in het ov.



Neeltje Turkstra 24, ex-forens

Rijdt met de scooter naar haar nieuwe werk. Maar pakt regelmatig de bus om de stad in te gaan.

ALS JE MET HET OV REIST, WORDEN ER GEGEVENS VAN JOU GEREgistREERD, BIJVOORBEELD VOOR JE OV-CHIPKAART OF BIJ HET OPVRAGEN VAN REISADVIES. HOE VIND JE DAT ER MET DEZE INFORMATIE OMGEGAAN MOET WORDEN?

“Het gaat om heel gevoelige informatie waar bijvoorbeeld inbrekers wel hun voordeel mee zouden kunnen doen. Daarom is het belangrijk dat er zorgvuldig mee omgegaan wordt en dat persoonlijke gegevens goed beveiligd worden. Dat is niet altijd het geval bij overheidsgerelateerde diensten dus ik ben er niet helemaal gerust op.”

“Als online marketeer verzamel ik zelf ook gegevens. Dat kan heel nuttig zijn om wat je doet beter en makkelijker te maken voor klanten. Zolang ik er zelf van profiteer, vind ik het dan ook prima dat mijn gegevens geregistreerd worden. Maar ik ben er op tegen dat organisaties mijn gegevens onderling uitwisselen. Wat bij NS bekend is, moet niet in handen vallen van de Belastingdienst bijvoorbeeld.”

WELKE INFORMATIE ZOU JE NOOIT MET VERVOERDERS WILLEN DELEN EN WAAROM NIET?

“Hoe minder ze weten, hoe beter. Ik begrijp dat sommige gegevens nuttig kunnen zijn voor vervoerders omdat ze daarmee vervoersstromen in kaart kunnen brengen en zo hun dienstregeling kunnen optimaliseren. Maar ik wil niet dat ze op elk moment kunnen nagaan waar ik precies ben. Of mijn reispatronen heel exact registreren. Ook niet om mij een gepersonaliseerd reisadvies te geven. Laat dat maar aan mijzelf over.”

“Mijn eerste ingeving was: mijn bankgegevens. Maar als je een ov-chipkaart gebruikt, zijn die allang bekend. Wat ik echt vervelend zou vinden, is als mijn reisgegevens gesynchroniseerd worden met bijvoorbeeld mijn Facebookaccount of e-mail. Zo merkte ik laatst dat Facebook vrienden voor mij zoekt aan de hand van de telefoongegevens in mijn Whatsapp. Zo'n privé-inmenging gaat voor mij een grens over.”

STEL DAT REISHISTORIE VAN JE OV-CHIPKAART KAN HELPEN OM BIJVOORBEELD EEN VERMISSING OF MISDRIJF OP TE LOSSEN, VIND JE DAN DAT DE POLITIE HIER GEBRUIK VAN ZOU MOETEN KUNNEN MAKEN?

“Ik zou zeggen dat de politie of andere overheidsdiensten in uitzonderlijke situaties gebruik zouden mogen maken van reis- en reizigersinformatie. Bijvoorbeeld als ze willen nagaan waar een vermist persoon voor het laatst is geweest. Of wie er tijdens een misdrijf op het station waren. Maar dat zou per geval beoordeeld moeten worden, liefst door een rechter.”

“Liever niet. Ik begrijp dat het kan helpen om getuigenverklaringen te krijgen van reizigers die in een bus zaten waar een delict is gepleegd. Maar met een beetje pech voldoe je als onschuldige reiziger aan de daderbeschrijving en ben je de sjaak. Daar wordt het tricky. We willen allemaal helpen, maar je kunt mensen ook op andere manieren bereiken, bijvoorbeeld via Opsporing verzocht of een AMBER Alert.”

VEEL BEDRIJVEN PROBEREN ADVERTENTIES OP JOUW INTERNET SURFGEDRAG AF TE STEMMEN, WAT VIND JE HIERVAN?

“Ik gebruik software die alle online advertenties blokkeert, dus ik heb daar weinig last van. Dat zegt al genoeg van wat ik ervan vind. Mijn ervaring is dat online advertenties megadoorzichtig zijn. Bij mij werkt dat averechts; bij organisaties die mij ongevraagd hun producten opdringen, koop ik juist niks.”

“Het is mijn werk, dus ik kijk er misschien anders naar dan anderen. Maar zelf vind ik het fijn om advertenties te krijgen die mij aanspreken. Die moeten wel goed gepersonaliseerd zijn en subtiel ingezet worden. Als je één keer iets gezocht hebt op Zalando, kom je er nooit meer vanaf. Zo moet het niet.”

OPENBAAR VERVOER IS VOOR IEDEREEN TOEGANKELIJK EN DUS NIET ERG PRIVÉ. HEB JE WELEENS IETS MEEGEMAAKT IN HET OV DAT JE LIEVER NIET VAN EEN ANDER HAD WILLEN ZIEN/HOREN/RUIKEN?

“Vooral ongemakkelijke telefoongesprekken. Zo ben ik er getuige van geweest dat een relatie uitgemaakt werd in de trein en dat iemand een promotie misliep. Te persoonlijk om in het openbaar te voeren.”

“Best vaak. Zoals harde muziek en gesprekken in de stiltecoupé. Veel te persoonlijke telefoongesprekken waar iedereen van kan meegenieten. En de laatste tijd wemelt het vooral in de Amsterdamse metro van de bedelaars. Dat vind ik onprettig.”



Christiane Nauta 50, forens

Reist drie dagen per week voor haar werk van Tiel naar Nijmegen en terug.



Max Kiel 84

Heeft nog nooit een auto gehad en doet al zijn hele leven alles te voet, met de fiets of met het openbaar vervoer.

ALS JE MET HET OV REIST, WORDEN ER GEGEVENS VAN JOU GEREGISTREERD, BIJVOORBEELD VOOR JE OV-CHIPKAART OF BIJ HET OPVANGEN VAN INFORMATIE OMGEGAAN MOET WORDEN?

"In elk geval vind ik dat ov-bedrijven vertrouwelijk moeten omgaan met mijn gegevens. Ik vind ook dat ze de gegevens voor zichzelf moeten houden en niet moeten delen. En ik zou het goed vinden als er een maximale bewaartermijn aan het bewaren van die gegevens werd gehangen. Dat vervoerders verplicht zouden worden om gegevens na die termijn te vernietigen."

"Als mijn reisgegevens gebruikt worden voor het ov, heb ik daar geen bezwaar tegen. Ik denk bijvoorbeeld aan een statistische verwerking om vervoersstromen in kaart te brengen die kan helpen de dienstregeling te verbeteren. Natuurlijk moeten vervoerders wel vertrouwelijk met reisgegevens omgaan. Je zit al snel in de persoonlijke sfeer van mensen. Dan moet de rem op wat je openbaar maakt."

WELKE INFORMATIE ZOU JE NOOIT MET VERVOERDERS WILLEN DELEN EN WAAROM NIET?

"Ze weten al veel, bijvoorbeeld van welk station naar welk station je reist en op welke tijden. Het zou me te ver gaan als ze daarnaast ook nog zouden willen weten waarom ik een bepaalde reis maak: bijvoorbeeld wie ik ga opzoeken en wat ik op de plaats van bestemming ga doen. Die informatie hoeven ze niet te hebben."

"Wat zou dat kunnen zijn? Op mijn leeftijd maak ik me daar niet zo druk om. Van mij hoeven ze niet per se te weten of ik onderweg een boek lees of uit het raampje zit te kijken. Dat soort privédingen. Maar wat zouden ze daarmee kunnen? Ik heb weleens een gesprekje met de chauffeur, dan deel ik ook persoonlijke informatie. Dat lijkt me vrij onschuldig."

STEL DAT REISHISTORIE VAN JE OV-CHIPKAART KAN HELPEN OM BIJVOORBEELD EEN VERMISSING OF MISDRIJF OP TE LOSSEN, VIND JE DAT DAT KUNNEN MAKEN?

"Wat mij betreft mag de politie pas gebruikmaken van persoonlijke reisgegevens in een vermissingszaak of na een misdrijf, als alle andere opsporingsmethodes zijn geprobeerd. Als dat niets heeft opgeleverd, dan kun je misschien nog getuigen zoeken via gegevens van vervoerders of bijvoorbeeld 9292. Maar ik zou het als uiterste hulpmiddel willen blijven zien."

"Ook daar heb ik geen enkel bezwaar tegen. Ik vind sowieso dat er tegenwoordig een te zwaar accent op privacy ligt in het publieke debat. Als er grotere belangen in het geding zijn, en je kunt bijvoorbeeld helpen om een misdrijf op te lossen, ga ik daarvoor. Daar kan privacy best voor wijken."

VEEL BEDRIJVEN PROBEREN ADVERTENTIES OP JOUW INTERNET SURFGEDRAG AF TE STEMMEN, WAT VIND JE HIERVAN?

"Overall waar je op internet komt, laat je cookies achter. Er wordt ook nogal snel om je e-mailadres gevraagd. En ongevraagd krijg je reclame over van alles en nog wat opgedrongen. Ik ben daar niet altijd even blij mee. Ik zou ook niet willen dat vervoerders mijn gegevens aan commerciële partijen verstrekken."

"Niet doen! Als ik iets wil kopen, neem ik zelf het initiatief wel om informatie te verzamelen en een keuze te maken. Ik zit ook niet te wachten op reclame via ov-websites. Ov-bedrijven hebben de taak mij van A naar B te vervoeren, niet om mij dingen te laten kopen die ik niet nodig heb."

OPENBAAR VERVOER IS VOOR IEDEREEN TOEGANKELIJK EN DUS NIET ERG PRIVÉ. HEB JE WELEENS IETS MEEGEMAAKT IN HET OV DAT NIET ZIEN/HOREN/RUIKEN?

"Regelmatig. Het komt bijvoorbeeld nogal eens voor dat een medereiziger verkouden is en voortdurend z'n neus zit op te halen in plaats van 'm gewoon te snuiten. Dat vind ik een heel vies geluid. Ik ben dan geneigd om zo iemand een pakje zakdoekjes te geven."

"Eerder andersom. In het verleden heb ik een tijd lang veel met collega's in de trein gezeten. Dan voerden we regelmatig met z'n vijven in een coupé voor zes personen gesprekken over werk of privé zaken. Waarbij de onbekende nummer zes alles kon horen. Daar schuilt toch een zeker gevaar in. Tegenwoordig let ik daar meer op."



Mennie Kiel 78

Echtgenote van Max, met wie zij al honderden reizen met het ov heeft gemaakt, in binnen- en buitenland.

Vragen van reisadvies. Hoe vind je dat er met deze

“Tegenwoordig is niets meer onbekend, je laat overal bewust en onbewust gegevens achter. Organisaties en instanties weten alles van je. Dat vervoerders en andere partijen data over je verzamelen, is in mijn ogen dan ook een gegeven. En als ze daar zinvolle dingen mee kunnen doen, vind ik dat prima. Ik sta er open tegenover. Ik maak me ook niet zo'n zorgen dat mijn gegevens op straat komen te liggen.”

“Ze mogen alles van me weten, behalve mijn pincode. En misschien weten ze die ook al. Ik maak me weinig illusies over hoeveel privacy je in deze tijd nog hebt.”

En dan dat de politie hier gebruik van zou moeten

“Als reisgegevens ertoe kunnen bijdragen dat iemand die vermist wordt, weer gevonden wordt, waarom niet? Of stel dat in de trein naar Rotterdam iets gebeurt en de politie zoekt getuigen. Mocht ik in die trein gezeten hebben en de politie weet mij via reisgegevens te vinden, dan zou ik gerust vertellen wat ik allemaal wel en niet gezien heb.”

“Ongewenst en ongevraagd geconfronteerd worden met allerlei reclames, dat hoeft voor mij niet. Wij hebben een nee-neesticker op de deur zodat we geen folders ontvangen. Zo iets zou ik voor het internet ook wel willen.”

Wat je liever niet van een ander had willen

“Ik kan makkelijk de knop omzetten: wat ik niet wil horen, hoor ik ook niet. Toen mobiele telefoons opkwamen, hadden reizigers nog weleens de neiging om voor elk wissewasje hun telefoon te pakken en uit te wisselen waar ze precies zaten. Dat is minder geworden, heb ik het idee.”



OP REIS DOOR Gelderland

In deze serie maken we een rondje langs de provincies in Nederland en lichten we er telkens een uit. Dit keer reizen we door Gelderland.



OV-BELEID

De provincie is verantwoordelijk voor al het stads- en streekvervoer in Gelderland. Zij heeft daarbij drie grote ambities:

- sociale bereikbaarheid optimaliseren: zorgen dat mensen mobiel blijven en zorgen voor een toegankelijk openbaar vervoer
- economische bereikbaarheid verbeteren: zorgen voor aantrekkelijk openbaar vervoer, rekening houdend met ruimtelijke ontwikkelingen
- ontwikkeling, aanbesteding en monitoring van het openbaar vervoer regisseren

Onder het motto 'Ruimte voor Gelderland' is de provincie van start gegaan met deze ambities. Uitgangspunt daarbij is de reis die de reiziger maakt. Conny Bieze, als gedeputeerde verantwoordelijk voor mobiliteit: "Openbaar vervoer is met alles en iedereen verweven, we moeten meer gaan denken vanuit de reis van deur tot deur." Met de dienstregeling die in december 2016 ingaat, neemt Gelderland de eerste stappen op de weg naar het ov van de toekomst. "We hebben de grote, drukke lijnen in kaart gebracht. Deze worden versterkt. Waar minder vraag is, gaan we de bereikbaarheid flexibeler organiseren. Samen met de vervoerders, regio's en gemeenten." De volgende stap wordt de 'mobiliteitsconcessie'. Hierin staat niet langer een specifiek aanbod aan openbaar vervoer centraal, maar het faciliteren van de – te verwachten – vervoersvraag. De aanbieders staat het dan vrij om daarvoor mobiliteitsconcepten aan te bieden. In Oostverband verkent Gelderland de mogelijkheden. Hierbij komen vragen naar boven als: wie is verantwoordelijk voor de aansturing? Conny: "Ov-concessies zijn vaak voor tien jaar of langer. Hierin moet meer flexibiliteit komen zodat we kunnen reageren op ontwikkelingen. Dan moeten we geen juridische barrières bouwen."

Daarnaast leeft in Gelderland de vraag of het huidige ov nog te financieren is. "Niet als we in stand willen houden wat we nu hebben. Het

Danny van de Berg, chauffeur in Arnhem: "Lijn 43 Arnhem-Apeldoorn is mijn favoriete lijn. Dwars door Gelderland, de mooiste stukken natuur afgewisseld met de steden Arnhem en Apeldoorn. Het is een lange lijn, dus je bent wel even weg. Dat voelt altijd als een avontuur."



moet flexibeler en op maat. Geen lege bussen laten rijden, wel kleine bussen waar mensen graag in zitten. En juist omdat openbaar vervoer met alles en iedereen verweven is, zouden we ook bij besluiten beter moeten kijken naar de gevolgen daarvan voor mobiliteit. Denk aan het afschaffen van de basisbeurs, waarbij de studenten-ov-kaart wordt uitgebreid. Tijdens de spits zit het ov vol met studenten. Laten we minder tijd besteden aan onderhandelen over geld en ons richten op het gezamenlijke beeld van ov dat nu wordt opgesteld." De provincie betreft ook reizigers steeds meer bij de besluitvorming. "Zij praten mee, bijvoorbeeld via het ROCOV. Deze organisatie krijgt ook een zware rol in de ontwikkelteams. Het zou mooi zijn als het ROCOV meer jongeren betreft bij de advisering. Ook hun verwachtingen, wensen en oplossingen horen we graag."

VERVOERDERS

In Gelderland rijden drie busvervoerders: Arriva in de Achterhoek en Rivierenland, Breng, een merknaam van Connexxion, in Arnhem/Nijmegen en Syntus op de Veluwe. Het spoorvervoer is over vijf partijen verdeeld. NS rijdt de treinen op de hoofdlijnen. Arriva verzorgt de trajecten Arnhem-Tiel, Apeldoorn-Zutphen, Zutphen-Winterswijk en Winterswijk-Arnhem. De lijn Arnhem-Doetinchem is in handen van Breng, Connexxion rijdt op de Valleilijn tussen Ede-Wageningen en Amersfoort. En Syntus op de lijn Zutphen-Hengelo-Oldenzaal. Syntus en Connexxion/Breng gaan in op hoe de samenwerking in Gelderland verloopt. Met de provincie en tussen vervoerders onderling.

SYNTUS

Robert Oude Elberink, Commercieel Manager Syntus: "De provincie loopt met haar ov-visie voorop in actuele ontwikkelingen in de ov-markt. Dat heeft ons mede geïnspireerd de term 'openbaar vervoer' in onze visie aan te passen naar 'mobiliteit'. Dat mobiliteit de komende jaren anders wordt, staat vast. Maar door onze gezamenlijke inspanningen wordt het niet

alleen maar minder. Als je partnership inhoud zou moeten geven, dan is dat wel door samen te werken zoals wij dat doen. Zowel op ambtelijk als bestuurlijk niveau verloopt die samenwerking geweldig. Ook bij complexe vraagstukken vinden we altijd een oplossing."

BRENG/CONNEXXION

Daan Stevens, Marketeer bij Connexxion/Breng: "De ov-verantwoordelijkheid is recent overgegaan van de stadsregio Arnhem-Nijmegen, SAN, naar de provincie. Dat had wel wat voeten in de aarde. Nu het stof is neergedaald zijn de rollen duidelijk. De mensen bij de provincie waren mede door de exploitatie van de Valleilijn al goede bekenden voor ons. Nu weten we elkaar ook in de concessie van Breng te vinden. De samenwerking loopt gesmeerd. Op verschillende niveaus wordt samengewerkt en er vindt voortdurend afstemming plaats. De relatie voelt als een team. Wat ook helpt, is de kleine fysieke afstand tussen onze remise en het provinciegebouw – 150 meter. We zijn praktisch burens. De drempel om bij elkaar binnen te lopen, is laag."

Gelderland is een van de grootste provincies met veel natuur maar ook steden. "Mede dankzij ons unieke product Trolley en de groenegasbussen is het nog steeds de schoonste provincie op ov-gebied", zegt Daan: "Daar zijn we trots op. Doordat we daarnaast een trein exploiteren tussen Arnhem en Doetinchem, opereren we hier dus echt multimodaal. In het begin waren er wat twijfels over twee vervoerders, Arriva en Connexxion, samen op één lijn. Inmiddels

mogen we concluderen dat die angst ongegrond was. De wisselwerking met Arriva verloopt soepel. Daarnaast is de gezonde rivaliteit tussen Arnhem en Nijmegen bijzonder, de steden houden elkaar scherp. Dat geeft een positieve dynamiek, zowel onder chauffeurs als ambtenaren en wethouders."

REIZIGERS

Naast het overleg dat de provincie voert met het ROCOV, dat de reizigersbelangen in Gelderland behartigt, gaan vier keer per jaar ov-scouts op pad om de kwaliteit van het ov te testen. Ook stelt Gelderland aan vervoerders de eis om een klantenpanel in te stellen. De klantwaardering in de provincie is prima: overall minimaal een 7. Het gemiddelde rapportcijfer ligt op een 7,5.

OPVALLEND: 'ERVAAR HET OV'

De provincie Gelderland is samen met Flevoland en Overijssel en de vervoerders Arriva, Breng, ov-regio IJsselmond, Connexxion en Syntus gaan samenwerken om het openbaar vervoer onder de aandacht te brengen van alle inwoners van de drie provincies. Hiervoor zijn onder andere de website en de app 'Ervaar het OV' ontwikkeld om de voordelen van het openbaar vervoer op een aantrekkelijke manier onder de aandacht te brengen. ■

Hoofdstad: Arnhem
Aantal inwoners: 2,031 miljoen
Oppervlakte: 5136 km²
Aantal gemeenten: 54
Bevolkingsdichtheid: 409 bewoners per km²

Vervoerders: NS, Arriva, Breng en Syntus
Verantwoordelijk bestuurder: Conny Bieze



Over FlixBus

FlixBus is in 2013 opgericht in Duitsland na de liberalisering van het langeafstandsvervoer. Het bedrijf werkt samen met regionale buspartners: zij zijn verantwoordelijk voor de exploitatie van de routes, terwijl FlixBus voor de vergunningen zorgt, de netwerkplanning, marketing, pricing, het kwaliteitsmanagement en de klantenservice. Het bedrijf groeit snel; ook in Nederland komen er regelmatig nieuwe verbindingen bij of wordt de frequentie op bestaande trajecten verhoogd.

FlixBus bestaat nog maar drie jaar en verzorgt nu al 100.000 dagelijkse langeafstandsbusreizen in en door 20 Europese landen. Waaronder sinds eind vorig jaar ook binnen Nederland. De dienstregeling van FlixBus voor trajecten binnen Nederland is inmiddels opgenomen in de systemen van g2g2. En dat is nog maar het begin.

FlixBus in reisplanner

In gesprek

Tania Rademaker

Relatiemanager g2g2

Malvin Bernard

Affiliate Marketing Manager Benelux bij FlixBus

Malvin: "Sinds februari zit onze dienstregeling in de reisplanner van g2g2, maar onze eerste contacten dateren van de zomer van 2015. We stonden op het punt FlixBus in Nederland te introduceren en vonden het belangrijk om dan ook zichtbaar te zijn op het grootste vervoersplatform in het land. Zeker toen bekend werd dat we hier ook binnenlandse lijnen gingen exploiteren. Daarom heb ik contact opgenomen met de Marketingmanager van g2g2, Peter Coen Koppert, om hem concreet voor te leggen: dit is wat we willen. Wat is mogelijk? Wat kunnen we snel realiseren?"

Tania: "Zoals dat wel vaker gaat als partijen proberen op de Nederlandse markt te komen, was ik ondertussen al benaderd door een tussenpersoon. Die noemt dan geen namen maar heeft het over een hypothetisch bedrijf: 'Stel dat ...' Om alvast te polsen wat technisch haalbaar is. Dat maakt natuurlijk nieuwsgierig: welk bedrijf zou dit kunnen zijn? FlixBus was een van de partijen waar ik aan dacht. In een overleg met Stefan Hulman werd bekendgemaakt dat het inderdaad om FlixBus ging. Ik ben toen ook bij de gesprekken tussen FlixBus en Peter Coen aangeschoven. Wij zijn altijd geïnteresseerd om nieuwe partijen in onze reisplanner op te nemen: we willen reizigers een zo breed mogelijk beeld geven van de keuze die ze hebben om van A naar B te komen."

Malvin: "In andere landen hebben we soms moeite om in nationale reisplanners te

komen. Bijvoorbeeld omdat vervoerders ons zien als concurrent. Maar zo willen wij ons niet profileren. Wij zien FlixBus als een aanvulling op het bestaande ov. Als extra keuze voor de reiziger. Wij dingen bijvoorbeeld ook niet mee naar concessies. We kiezen vooral trajecten waar geen rechtstreekste treinverbinding is, zoals Amsterdam-Nijmegen en Groningen-Arnhem. Zo bieden we net als andere spelers in eerste instantie een alternatief voor de auto. En internationaal bieden we een schoon en aantrekkelijk alternatief voor treinen en vliegvluchten. Als je het voor- en natransport meerekent, ben je daar vaak even veel tijd mee kwijt en onze bussen zijn net zo comfortabel, met gratis wifi en entertainmentsystemen. Wij maken busreizen hip en modern. Die argumenten hebben ook geholpen om vergunningen te krijgen voor de Nederlandse markt."

Tania: "Mijn indruk is dat vervoerders in Nederland FlixBus inderdaad als aanvulling zien. Ze hebben zich ook niet geroerd toen wij de FlixBus-dienstregeling aan onze reisplanner toevoegden. Iedereen is het erover eens dat het erom gaat dat de reizigers goed geïnformeerd worden over de verschillende mogelijkheden."

Malvin: "We wilden niet alleen dat onze reisinformatie in de planner zat, maar waren ook geïnteresseerd in de ticketbanners van g2g2. Daarmee kom je als reiziger met één druk op de knop in het boekingsysteem terecht."



“Het is uiterst belangrijk dat reizigers heel laagdrempelig tickets voor onze trajecten kunnen kopen.”

Voor ons was het cruciaal dat 9292 die mogelijkheid biedt. Want eigenlijk zijn we een combinatie van een klassiek busbedrijf en een e-commercebedrijf. We hebben geen eigen bussen, maar werken samen met regionale busbedrijven die onze dienstregeling uitvoeren. Wij verkopen de tickets en dat doen we vrijwel uitsluitend online. Bovendien is reserveren bij FlixBus zeer aan te raden om zeker te zijn van een zitplek en is de ov-chipkaart niet geldig op onze bussen. Vandaar dat het uiterst belangrijk is dat reizigers heel laagdrempelig tickets voor onze trajecten kunnen boeken.”

Tania: “Sinds juni kun je via onze OV Prijswijzer doorklikken naar verkooplokets van verschillende vervoerders. FlixBus heeft



gekozen voor onze ticketbanners. Die zijn echt geïntegreerd in de reisplanner. Voor reizigers verkort dat het proces om een kaartje te kopen. De belangstelling voor deze diensten groeit, bijvoorbeeld bij partijen die streekvervoer aanbieden op bestelling, maar ook bij vervoerders die hun kaartje willen promoten. FlixBus was een van de eerste afnemers.”

Malvin: “Ondertussen groeien we in Nederland door. In Duitsland zijn we groot geworden door ons vooral op studenten te richten. Daar is de trein duur en de ov-studentenkaart bestaat er niet. Een heel andere situatie dan in Nederland, waar studenten voor niets reizen. Op trajecten binnen Nederland zijn we voor hen ook minder interessant dan voor forenzen

en dagjesmensen. Terwijl de internationale verbindingen juist wel veel jongeren trekken. We bieden goedkope en flexibele mogelijkheden om door Europa te reizen, vanaf inmiddels 23 bestemmingen in Nederland.”

Tania: “Al die uitbreidingen nemen wij ook zo snel mogelijk mee in onze reisplanner. Er verandert heel regelmatig wat aan de dienstregeling van FlixBus. Er komen lijnen bij, of op bestaande lijnen gaan meer bussen rijden. Dat proces hebben we inmiddels goed en efficiënt ingeregeld.”

Malvin: “Op dit moment komt daar nog vrij veel handwerk bij kijken. We praten vooralsnog over 5 binnenlandse lijnen in Nederland,

dat is te doen. Wijzigingen en aanvullingen leveren we op excelsheets aan, op zo'n manier dat 9292 de gegevens makkelijk kan inlezen en verwerken. Maar alleen al het aantal binnenlandse verbindingen groeit gestaag, en het liefst zouden we ook onze internationale verbindingen van en naar Nederland in de reisplanner hebben.”

Tania: “Van partijen zoals FlixBus die geen heel uitgebreide dienstregeling in Nederland hebben, vragen we niet dat ze een speciaal systeem aanschaffen om data bij ons aan te leveren. Maar we zijn wel met FlixBus in gesprek over aanlevering volgens een standaard



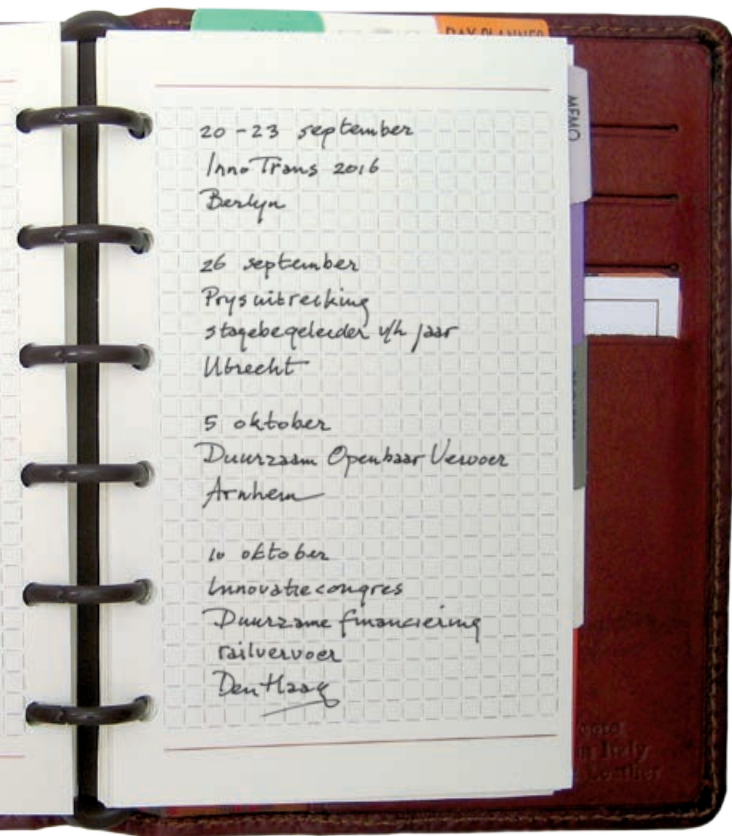
format. Omdat FlixBus een internationaal bedrijf is ligt het dan voor de hand om niet voor de Nederlandse standaard KV1 te kiezen, maar voor de wereldwijde standaard GTFS. Daar kunnen wij tegenwoordig ook mee overweg. Wij willen namelijk heel graag uitbreiden met internationale reisinformatie in onze planners. Dan is FlixBus een briljante partij om mee te beginnen.”

Malvin: “Zeker. We kunnen elkaar goed helpen.” ■



9292 reisadviezen op Tourist Day Ticket

In Zuid-Holland brengt de bus, tram, metro en Waterbus je snel en comfortabel naar de verschillende hotspots. Zo zijn de historische centra van Delft, Dordrecht, Leiden en Gouda, de stranden aan de Noordzeekust en topbestemmingen als de Keukenhof en Kinderdijk gemakkelijk te bereiken. Het ovnetwerk in de provincie is uitstekend. Om het ook voor toeristen aantrekkelijk te maken Zuid-Holland te ontdekken, is het Tourist Day Ticket ontwikkeld. Dit is een vervoerbewijs voor één dag, waarmee je voor € 13,50 met alle trams, bussen, metro's en Waterbus in Zuid-Holland kunt reizen. 9292 reist met de toerist mee; touristdayticket.nl maakt gebruik van de 9292 Reisadvies API voor het geven van ov-reisadviezen naar de verschillende attracties. Heeft u vragen over de mogelijkheden van de 9292 Reisadvies API? Mail dan naar zakelijkeproducten@9292.nl.



Werkruimte

Zuid-Holland verlengt DRIS-contract

Onder andere in Zuid-Holland levert 9292 de dynamische reisinformatie voor de digitale halteborden. Zo kunnen reizigers in één oogopslag zien hoeveel minuten ze nog op hun bus of tram moeten wachten. Over het eerste halfjaar van 2016 kreeg de 9292 DRIS servicedesk vanuit Zuid-Holland een klanttevredenheidsscore van een 7,9. Mede vanwege dit mooie rapportcijfer heeft de provincie Zuid-Holland het DRIS-contract met 9292 voor weer een jaar verlengd, tot en met juni 2017. Vanzelfsprekend is 9292 hier zeer verheugd over. En trots op de servicedesk. Wilt u meer informatie over de 9292 DRIS-dienstverlening, dan kunt u contact opnemen met Paula Blokhuis, pblokhuis@9292.nl.

Semilo nieuwe partner advertentieruimteverkoop

In de online marketing gaan de ontwikkelingen snel. Het wordt meer en meer een open markt, met zeer veel keus voor adverteerders. Bij het aanbieden van advertentieruimte spant 9292 zich in om met adverteerders mee te denken over hoe ze hun doelstellingen kunnen halen. Dankzij nieuwe ontwikkelingen ontstaan mogelijkheden om vanuit 9292 zelf nog meer te doen voor de adverteerder. Zoals betere feedback geven en hun de ruimte geven om zelf hun advertenties te plaatsen en af te wikkelen. 9292 heeft in de eigentijdse specialist Semilo een nieuwe partner gevonden voor de advertentiedienstverlening op de 9292.nl-omgeving. De samenwerking is per 1 juli ingegaan. Wilt u meer weten? Stuur dan een mail naar adverteren@9292.nl.

Column

Contactless payments in public transport: it can be done

Contactless payments cards have completely transformed the way people move around London. For decades, if you wanted to travel on a train, Tube or bus, you had to either queue up to purchase a ticket every time you travelled, or purchase a travelcard to cover a week or month's worth of travel. While the introduction of the Oyster Card in 2004 helped reduce this by allowing people to load credit onto a smartcard and 'pay as they go', [contactless payments mean that the fare is taken directly from your bank account - further removing the need to pre-purchase a ticket before travelling.](#)

The beauty of the contactless payment system is that it's entirely back-office based. This means that it removes the need for customers to top-up their card, as it's linked directly to their bank account, and we automatically review the total daily fares before we bill the customer each night to ensure they get the best-value fare. [Even more incredibly, the system is so advanced that these contactless cards have come from more than 90 different countries – all without the need for any registration or set-up.](#) Along with providing customers with the best-value fare on TfL services, and the vast majority of National Rail services, contactless payments provide 'Monday to Sunday' capping which automatically limits the cost of travel over this period to the price of a weekly travel card. Since September 2014, when we introduced contactless payments across our buses, Tube, trams, DLR, London Overground, and most National Rail services, more than 500 million journeys have already been made using this world-leading technology, accounting for around 30 per cent of all pay as you go journeys in London.

The use of contactless payments, especially on London's public transport system, continues to grow. [More than 25,000 new cards are used on the network every day, and we regularly talk to other transport authorities who are keen to learn from our experiences and expand the benefits that contactless payment could deliver to their transport systems.](#) In London, people can now also use Apple Pay or Android Pay, as well as a number of other mobile payment options, to travel on our network. More than eight million journeys have already been made using mobile devices in London and this is only going to increase as even more mobile devices with Near Field Communications (NFC) come onto the market.

At TfL, we continue to ensure that customers get the simplest and cheapest experience while travelling on our network. [With other transport authorities across the world now looking at this technology, it's important that the providers and transport authorities make sure that any ticketing system acts as the 'heart' between the customer and the provider.](#) This must be central if any ticketing system is to be accepted and as successful as the one we have introduced in London.



*Matthew Hudson,
Head of Business Development within Customer Experience
Transport for London*

van stadshart naar strand



9 2
9 2

9292 reist met je mee