

REISinformatiegroep is het NOC*NSF van het openbaar vervoer

Samenwerking is Topsport, ook in het openbaar vervoer

Atty Dijkstra

adijkstra@reisinformatiegroep.nl

Rikie Boevink

rboevink@reisinformatiegroep.nl

Patrick van Beynen de Hoog

pvbeynen@reisinformatiegroep.nl

REISinformatiegroep B.V.

augustus 2006

kenmerk: 2006/315 AD/JA

Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 2006,
23 en 24 november 2006, Antwerpen

Statuten NOC 1 november 1912 (NOC*NSF [1], 2006)	4
1. Race tegen de klok	4
Missie REISinformatiegroep	6
Visie REISinformatiegroep	6
2. Het spel: de training, de spelers, de wedstrijd en de bal	6
2.1 Inleiding	6
2.2 Training.....	8
2.3 Spelers.....	10
2.4 De wedstrijd.....	12
2.5 De bal.....	13
3. Emoties	14
4. Is er topsport mogelijk zonder NOC*NSF?	15
5. Is REISinformatiegroep misbaar?	15
Literatuur	17

Samenvatting

*REISinformatiegroep is het NOC*NSF van het openbaar vervoer*

Door samenwerking van de openbaar vervoerbedrijven in Nederland is het mogelijk dat REISinformatiegroep jaarlijks miljoenen reisadviezen over het gehele openbaar vervoer in Nederland kan verstrekken. Als één van die bedrijven niet meer meedoet is de ketting stuk en moet de klant toch weer gaan zoeken. De link met de sport is snel gelegd. Samenwerking is ook daar noodzakelijk. Of zoals de NOC*NSF Sportagenda 2005-2008 zegt: samenwerking mag een kwaliteitseis zijn. Door een stuk algemene organisatie en promotie bij een onafhankelijke en sterke partij als NOC*NSF neer te leggen is de hele sportwereld sterker. Zo is het ook met REISinformatiegroep; een onafhankelijke partij geeft informatie waar alle vervoerders en hun reizigers baat bij hebben. Niet ten nadele van de individuele vervoerder maar juist aanvullend. Goede planning, goede reis, goed gevoel!

Statuten NOC 1 november 1912 (NOC*NSF[1], 2006)

‘NOC beoogt te zijn: een centrale der sportorganisaties, een boven partijen staande instantie ter regeling van het Nederlandse sportwezen met eerbiediging van de autonomie op ieders terrein en een versterker van onderlinge solidariteit tussen Nederlandse sportlieden: daarnaast een verzorger van de vertegenwoordiging naar buiten, in het bijzonder de deelneming aan Olympische Spelen. Voorts acht NOC het als zijn taak al die zaken te bevorderen die aan de lichamelijke ontwikkeling en vaardigheid van het Nederlandse volk ten goede zullen komen.’¹

1. Race tegen de klok

Mevrouw Reiziger heeft vandaag een belangrijke afspraak; ze gaat solliciteren bij een internationale firma naar een functie die haar op het lijf geschreven is. Alles is tiptop in orde: Curriculum Vitae dat klinkt als een klok, kleding chic maar toch sportief, kapsel op orde en een goede nachtrust achter de rug. Wat kan er misgaan?

Gisteravond heeft ze op haar computer zitten kijken wat de beste manier is om naar haar afspraak te reizen. In de toegezonden informatie zag ze dat het bedrijf redelijk dicht bij de A12 ligt. De autorouteplanner die ze raadpleegde gaf een reistijd aan van 1,5 uur, maar mevrouw Reiziger twijfelt of dat in de spits wel haalbaar is. Voor de zekerheid bezocht ze ook de openbaar vervoer site www.9292ov.nl. Het bedrijf bleek goed bereikbaar te zijn met het openbaar vervoer maar het kost haar dan wel bijna 2 uur. Gelukkig zag ze dat ze er met een enkele overstap kon komen en dat de trein en bus regelmatig rijden.

Twijfelend over de keuze die ze moest maken tikte ze nog een keer het adres in van de firma in kwestie. Haar oog viel plotseling op een button ‘Goed bereikbaar per ov!’. Klikkend op de button verschijnt plotseling de voor haar onbekende reisplanner REISwijzer Plus. De postcode van het bedrijf staat al ingevuld en mevrouw Reiziger tikt haar vertrekpostcode in. Ze ziet dat ze kan kiezen tussen een autoreis, een openbaar vervoerreis en een P+R-reis. Handig!, denkt ze tevreden. Vijf minuten later is de keuze gemaakt. Volgens de autoplaner van REISwijzer Plus

¹ NOC*NSF is een samenvoeging van twee verenigingen, NOC en NSF, die ook in de huidige situatie andere doelstellingen hebben. In dit document wordt in principe steeds de naam NOC*NSF gebruikt, ongeacht welke doelstelling. De vergelijking met REISinformatiegroep is gezien vanuit organisatie- en promotieoogpunt. NOC*NSF is een organisatie zonder winstoogmerk met een onbezoldigd bestuur; dit geldt niet voor REISinformatiegroep B.V.

kan ze zeker 15 minuten file aan haar broek krijgen op het tijdstip dat ze moet reizen. Met de P+R-planner heeft ze nu een beslissing genomen: ze neemt een stuk de auto en voor de files verwacht worden, stapt ze over op een rechtstreekse bus. Tevreden met haar besluit gaat ze vroeg naar bed en slaapt als een roos.

De autoreis gaat vlot en mevrouw Reiziger vindt zonder problemen de opgegeven parkeergelegenheid. Ze parkeert en loopt naar de halte. Op de dynamische informatiepanelen ziet ze dat haar bus over 8 minuten bij halte E wordt verwacht. Dat is 3 minuten later dan gepland, maar dat had ze al via SMS doorgekregen. Voor alle zekerheid had ze voor ze wegging via 0900-9292 nog even de actuele situatie in het openbaar vervoer gecheckt. De REISadviseur meldde dat alles nog volgens dienstregeling verliep, maar adviseerde haar toch om via SMS van eventuele wijzigingen op de hoogte te blijven. Zo gezegd zo gedaan.

Als de bus komt, checkt mevrouw Reiziger in met haar OV-chipkaart en maakt ze het zich gemakkelijk om zich vervolgens door voor haar onbekend landschap te laten rijden. Als tenslotte haar halte wordt omgeroepen heeft ze alle informatie nog een keer doorgenomen en is ze klaar voor het gesprek. Met het plattegrondje in haar hand wandelt ze op haar gemak naar haar afspraak. Ontspannen arriveert ze, ruim op tijd, voor het zo belangrijke sollicitatiegesprek. Ze wordt natuurlijk aangenomen...

Hoezo nou race tegen de klok? Alles gaat even soepel en gemakkelijk in dit verhaaltje. Dat klopt, maar dit soort verhalen leest of hoort u maar zelden. Vaak is het wel degelijk een race tegen de klok en dat komt meestal doordat mensen zich niet zo goed voorbereiden als mevrouw Reiziger in dit voorbeeld. REISinformatiegroep kan helpen met die voorbereiding, dat heeft u kunnen lezen. En goed voorbereid verloopt de 'race' een stuk relaxter.

Missie REISinformatiegroep

Mensen prettig en efficiënt de weg wijzen van-deur-tot-deur.

Visie REISinformatiegroep

Door het geven van actuele, samenhangende en objectieve reisinformatie gemak uitstralen, de drempel verlagen en onzekerheid reduceren. Met speciale aandacht voor de keuzereiziger. Hierdoor in samenwerking met onze OV-partners, afgestemd met overheden en eventuele marktpartijen, bijdragen aan een groei van het reizen per openbaar vervoer. Daarom gaat REISinformatiegroep zich de komende jaren specialiseren in de totale vervoerketen van openbaar vervoer, auto en parkeren om op plaats en tijd afgestemde adviezen te kunnen geven.

2. Het spel: de training, de spelers, de wedstrijd en de bal

2.1 Inleiding

Reisinformatie bestaat bij de gratie van samenwerking. We schrijven het jaar 1992 als Openbaar Vervoer Reisinformatie vof het telefoonnummer 0900-9292 opent. Via dit ene telefoonnummer kunnen reizigers zich laten informeren over reizen met alle soorten van openbaar vervoer in heel Nederland. Uniek om verschillende redenen. Eén telefoonnummer waar voorheen iedere vervoerder een eigen nummer had, geïntegreerde informatie waar voorheen per vervoerder informatie ingewonnen moest worden en een reisplanner, alle informatie geïntegreerd in een systeem. Dat was nog nooit vertoond.

Om dit mogelijk te maken waren twee dingen heel erg belangrijk: geld en samenwerking. Geld, omdat een volledig nieuw systeem en bijbehorende organisatie opgebouwd moesten worden. Het ministerie van Verkeer en Waterstaat zag de voordelen van een landelijk geïntegreerd reisinformatiesysteem en verschaftte de nodige subsidies. De openbaar vervoerbedrijven waren bereid om de krachten op het gebied van reisinformatie te bundelen en samen tot een beter product te komen en gingen samenwerken in Openbaar Vervoer Reisinformatie (OVR). Hoewel er in de loop van de jaren veel is veranderd in zowel de producten en diensten als in de organisatie(vorm) - OVR vof is nu REISinformatiegroep BV -, is de kracht van samenwerking onveranderd groot.

Facts and figures	1992	2006
Aantal vervoerders	17	73
Aantal aanbestedende overheden	1 (rijksoverheid)	20 (rijksoverheid en 19 decentrale overheden)
Aantal concessiegebieden	Nvt	94 ²
Aantallen reisadviezen	9.24 mio ³	45.27 mio ⁴
Kanalen	9 callcenters	3 callcenters Internet Spreekende computer Mobiel internet WAP/Imode Zakelijke producten
Basis OV-Reisplanner		1 Database met <ul style="list-style-type: none"> • 8.505.160 passeertijden • 429.857 ritten • 156 dienstregelingen • 97 (sub) bedrijven • 41 modaliteiten • 620.742 huisnummerreeksen • 435.081 postcodes • 212.693 straten • 2.567 plaatsen • 13 provincies • 72.931 haltepalen • 25.705 geclusterde haltepalen • 16.731 bijzondere locaties • 2.274 zones

² Bron: www.knvv.nl

³ Gegevens van 1993; het eerste volledige jaar dat geïntegreerde reisinformatie beschikbaar was

⁴ Gegevens van 2005; het meest recente volledige jaar

2.2 Training

Training is voornamelijk hard werken en volhouden. Iedere dag opnieuw het veld of de zaal in en eindeloos dezelfde oefeningen herhalen tot het resultaat kan leiden tot topprestaties. En ondertussen kijk je naar de prestaties van je concurrenten; hoeveel seconden of punten liggen ze op je voor? Wat zijn de criteria om mee te mogen blijven doen in de sport? Je doet je uiterste best om ‘in de race’ te blijven.

Ieder bedrijf zal dit herkennen: continu doorloop je dezelfde processen, je verfijnt en verbetert ze om een steeds beter product te kunnen leveren. En daarbij kijk je naar je omgeving: wat verandert er, waar moet je in mee en wat laat je links liggen? De klant vraagt en je doet je uiterste best om die klant zo goed mogelijk te bedienen.

REISinformatiegroep levert een uniek product: geïntegreerde reisinformatie over het openbaar vervoer. Het proces om die informatie optimaal te kunnen leveren is voor een deel routine en voor een deel steeds weer nieuw. Er zijn afspraken gemaakt met partijen om de benodigde gegevens aan te leveren: vervoerders voor dienstregelingen en tarieven, leveranciers voor stratenbestanden en bijzondere locaties. In eerste instantie gaat het om de basisgegevens, de vastgestelde dienstregelingen, maar al snel blijkt dat niet voldoende te zijn. Dienstregelingen veranderen om verschillende redenen: een wegomleiding, een evenement, grote werkzaamheden. Allemaal redenen waarom de dienst niet gereden kan worden zoals die gepland is. Dus moeten er afspraken gemaakt worden om aangepaste dienstregelingen aan te leveren en te verwerken. En als dat proces eenmaal naar behoren verloopt blijkt dat er vraag is naar nog actuelere informatie. Want kapotte bus, een gebroken bovenleiding en slecht weer kan ook nog roet in het eten gooien. En wat gebeurt er dan met de dienstregeling? Hoeveel vertraging levert dat op? Wat betekent dat voor een aansluiting? De behoeftes van de individuele reizigers veranderen, de vervoerders moeten daarop inspelen en REISinformatiegroep moet, wil en kan daar op inspelen. Binnenkort hoopt REISinformatiegroep dan ook actuele geïntegreerde reisinformatie te kunnen aanbieden, real time!

Criteria om mee te kunnen blijven spelen worden aangescherpt en wie in de race wil blijven moet voortdurend zijn grenzen verleggen.

Maar niet alleen de criteria worden aangescherpt. Records worden verbroken en moeten worden geëvenaard of opnieuw verbroken. Het kan altijd beter! Opgericht om reisinformatie over het openbaar vervoer te verstrekken, wordt gestart met 9 callcenters. Telefonische informatie is hot in 1992. De vraag is enorm en in enkele jaren groeit het aantal verstrekte adviezen naar zo'n 12 miljoen per jaar. Maar nieuwe technieken en media veroveren de markt. In 1998 komt (dan nog) OVR met een eigen internetsite. Het is een gok, want is er wel vraag naar? En als dat zo is, snoept internet dan geen klanten weg bij de callcenters? Maar in de startblokken blijven staan heeft geen zin, lopen wordt het dus. En al snel blijkt dat de markt er inderdaad is. Reisinformatie via internet ondergaat een enorme vlucht. En ja, het snoept klanten bij de callcenters weg, maar het boort tegelijkertijd een nieuwe groep klanten aan en vergroot de vraag naar reisinformatie. Een nieuwe olympische sport snoept vast ook toeschouwers bij andere sporten weg, maar brengt ook een heel nieuwe groep liefhebbers met zich mee. En het maakt het totaalbeeld een stuk aantrekkelijker! Dit jaar, 2006, hoopt REISinformatiegroep ca. 50 miljoen reisadviezen te verstrekken, een record. Met 3 callcenters, een 'gouden' site, mobiele planners en de nodige zakelijke producten levert dat een topprestatie op, niet alleen op punten maar ook op uitvoering. Een breed aanbod voor een breed publiek.

Wie schaatst, traint ook door te fietsen. Wie atletiek beoefent, traint ook door gewichtheffen. Trainen is niet altijd hetzelfde kunstje doen maar ook gebruik maken van andere kunstjes om eenzijdigheid te voorkomen. REISinformatiegroep werkt voor het openbaar vervoer; bus, trein, tram, metro en veerboten. Gemiddeld 75% van de klanten van REISinformatiegroep volgt het verstrekte advies precies op zoals het gegeven is (Newcom, 2006: 44). Een goed advies wordt dus gevolgd. Toch is het aannemelijk dat de adviezen met name gevolgd worden door hen die al gekozen hebben voor het openbaar vervoer. Er zijn echter nog zoveel mensen die niet aan het openbaar vervoer denken maar gewoon in de auto stappen. Even een autorouteplanner raadplegen en rijden maar. Files? Die worden niet vermeld, al zal menig autorijder daar wel rekening mee houden. Waarom niet schaatsen en ook fietsen? Waarom niet autorijden en ook treinreizen? Omdat in veel gevallen die keuze niet bewust gemaakt wordt. REISinformatiegroep ontwikkelde daarom (voor de zakelijke markt) een autorouteplanner naast de ov-planner. Een autorouteplanner mét file-informatie overigens en mét een combinatiemogelijkheid, namelijk

P+R. Een product dat het mogelijk maakt om bewuster te gaan kiezen wat de beste mogelijkheid is voor die reis en dat moment. Is een keer autorijden slecht voor het ov-gebruik? Nee, waarom? Niet weten dat het openbaar vervoer een optie is, is slecht voor het ov-gebruik. Fietsen is niet slecht voor de schaatsprestaties. Integendeel, het vult elkaar aan en verbetert de totale prestatie. Trainen is dus niet alleen steeds hetzelfde rondje lopen, maar voortdurend in beweging blijven en alert zijn op wat er om je heen gebeurt. Daar heb je trainers, adviseurs en goede hulpmiddelen bij nodig. En gericht blijven op de uiteindelijke prestatie, het doel waar je naartoe wilt. Voor de sporter is dat het record, de plaatsing aan de top. Voor REISinformatiegroep is dat zoveel mogelijk reisadviezen geven, reizigers naar het openbaar vervoer lokken en daarvoor optimale reisinformatie verstrekken. Een topprestatie, zeker!

2.3 Spelers

Iedere sport kent zo zijn spelers, of het nou een teamsport is of een individuele sport. Maar zelden doe je het echt alleen. Altijd ben je in meer of mindere mate afhankelijk van wat de andere spelers doen. Soms kun je daar op inspelen en soms is dat niet direct mogelijk, maar altijd zul je er rekening mee moeten houden.

REISinformatiegroep heeft te maken met vele soorten spelers in het veld. Klanten, vervoerders, overheden, allemaal hebben ze zo hun invloed op het spel. En zoals zovaak verandert het spelersveld ook nog eens regelmatig.

Zoals een sportbond zo de regels van de sport bewaakt en soms aanpast, de belangen van de sport behartigt en de promotie van de sport ter hand neemt, zo heeft iedere organisatie te maken met partijen die als een soort sportbond van grote invloed zijn op het reilen en zeilen van de organisatie.

Waar voor REISinformatiegroep in eerste instantie met name de Rijksoverheid van grote invloed was - zij verdeelde het geld en bepaalde de spelregels - zijn nu de decentrale overheden aan de bal. 19 OV-autoriteiten bepalen elk voor hun eigen gebied hoe het openbaar vervoer eruit moet komen te zien. Een goede zaak, ervan uitgaand dat met name zij de regionale behoeften en

belangen het beste kunnen inschatten. Voor REISinformatiegroep betekent het echter wel dat met veel meer partijen rekening gehouden moet worden. Wie besteedt wanneer aan? Wie rijdt er in welk gebied? Staat reisinformatie voldoende genoemd in het programma van eisen? Maar ook: wat kan REISinformatiegroep juist voor deze overheid nog meer betekenen? Hoe kunnen wij jullie helpen jullie doelstelling te bereiken? En, nog alerter zijn op de landelijke informatie! De reiziger stopt niet met reizen bij de concessiegrenzen, maar reist door het hele land. Moeilijker? Ja, soms wel. Maar over het algemeen biedt het kansen. Want reisinformatie kan niet alleen landelijk maar ook regionaal ingezet worden. Als hulpmiddel bij het voorbereiden van een reis, maar ook als marketinginstrument.

Een goede wissel in het voetbalveld kan de wedstrijd bepalen. Individuele talenten van spelers in welke sport dan ook zijn belangrijk maar vaak is nog belangrijker hoe deze unieke spelers met elkaar kunnen samenwerken als team. De kracht zit in het samenspel.

In grote lijnen heeft REISinformatiegroep nog steeds met dezelfde vervoerders te maken. Door de marktwerking is er wel een en ander veranderd. Samengaan met (internationale) partijen of juist splitsing van bedrijven levert nieuwe bedrijven en bedrijfsnamen op. Ingewikkelder ligt het met de concessies. In gebieden waar decennialang dezelfde vervoerder heeft gereden (ondanks de nodige naamsveranderingen) komt opeens een andere vervoerder achter het stuur te zitten. Niet alleen op de weg, maar ook op het spoor! En er ontstaan daarnaast steeds vaker bijzondere vormen van vervoer, aangepast aan de behoeften van de regio. Een voorbeeld hiervan is de Regiotaxi die overal in het landschap verschijnt.

Door goede afspraken te blijven maken met al deze vervoerders en met ondersteuning van de Wet Personenvervoer 2000 levert dit voor REISinformatiegroep geen echte problemen op en worden de gegevens keurig door de vervoerders geleverd. De noodzaak voor goede reisinformatie groeit overigens wel met de komst van de marktwerking. Voor de reiziger is het openbaar vervoer minder overzichtelijk geworden en ontstaat een grotere behoefte aan geïntegreerde informatie. De kracht zit ook hier in het samenspel, de samenwerking.

Supporters? Sponsors? TV-kijkers? Wie zijn nou eigenlijk de ‘klanten’ van de sport? Je levert als persoon of als team een bijzondere prestatie, maar voor wie doe je dat nou uiteindelijk? Er spelen nogal wat belangen, zowel sportief als financieel.

Wie is de klant van REISinformatiegroep? De beller of de internetter die informatie komt halen? De vervoerder voor wie de informatie wordt verstrekt? De overheid die het vervoer aanbesteedt? Het bedrijfsleven dat mobiliteit steeds meer als een op te lossen probleem ervaart? Adverteerders en productontwikkelaars? Subsidieverstrekkers?

Goed beschouwd zijn het allemaal klanten, allemaal partijen die op hun manier belangrijk zijn voor REISinformatiegroep. Net zoals al die verschillende partijen van belang zijn voor de sport. Het evenwicht bewaren tussen al die belangen is een kunst op zich. Wat voor de ene ‘klant’ gunstig is kan door de andere ‘klant’ wel eens minder positief beoordeeld worden. En hoewel je nooit iedereen tevreden kan stellen houdt REISinformatiegroep zoveel mogelijk rekening met alle belangen bij het nemen van bedrijfsbeslissingen.

2.4 De wedstrijd

Na alle voorbereidingen, trainingen, tactiekbesprekingen en wat er nog meer bij komt kijken gaat het natuurlijk toch om de wedstrijd. Daar moeten de punten gehaald worden. Dat geldt natuurlijk voor elke onderneming: het gaat om de uiteindelijk uitvoering, het resultaat.

REISinformatiegroep speelt het spel 24 uur per dag en 7 dagen per week.

Op welke punten valt er te scoren met REISinformatie? Reisinformatie kan invloed uitoefenen op
* modaliteitskeuze

Door reisinformatie komen steeds meer mensen in aanraking met het idee van het openbaar vervoer. Na het opvragen van een reisadvies blijkt ruim 85% ook daadwerkelijk voor het openbaar vervoer te kiezen als er ook een auto beschikbaar is (Newcom, 2006: 33). Dit kan een verschuiving van auto naar openbaar vervoer bevorderen.

* bestemmingskeuze

Reisinformatie kan een beslissende factor zijn in de bestemmingskeuze. Wie met het openbaar vervoer een dagje uit wil, kan de bereikbaarheid van de bestemming beslissend vinden. Is het kanklosmuseum niet goed bereikbaar met het ov maar de punnikworkshop wel, dan kan men op basis van de reisinformatie bepalen waar de reis die dag naartoe gaat.

* routekeuze

De reisinformatie van 9292 biedt onafhankelijke en alternatieve adviezen. Daardoor krijg je niet altijd de meest logisch lijkende adviezen. Wat logisch lijkt - soms reis je nou eenmaal een route omdat die zo bekend is - hoeft helemaal niet het handigst of snelst te zijn. Door te rekenen met alle vormen van openbaar vervoer is de kans op alternatieve en handige routes veel groter. Dat levert soms onverwacht interessante verbindingen op. Het lijkt dan ook aannemelijk dat deze manier van plannen effect heeft op het reisgedrag in Nederland.

* tijdstipkeuze

De OV-reisplanner van 9292 rekent met de snelste reistijd. Maar door te ‘spelen’ met het programma worden verschillende reizen en reistijden getoond. Door die optie te bieden ervaart de reiziger sneller en vaker de keuzemogelijkheid voor een verbinding eerder of later omdat dat misschien beter uitkomt of comfortabeler reist. De autoplaner van REISwijzer houdt rekening met historische filegegevens. Als in het reisadvies wordt aangegeven dat er kans is op vertraging door files kan dit een reden zijn voor de reiziger om op een ander tijdstip te gaan reizen.

De producten van REISinformatiegroep staan bekend als betrouwbaar en onafhankelijk (bron: NewCom 2006: 39) en worden jaarlijks miljoenen keren geraadpleegd. Het kan niet anders dan dat reisinformatie de nodige effecten heeft op de mobiliteit in Nederland.

Door op die effecten te sturen en er gericht gebruik van te maken kan via REISinformatiegroep dus ook door andere partijen gescoord worden. Door overheden op het gebied van mobiliteitsbeleid, door vervoerders op het gebied van alternatieven en door marktpartijen op het gebied van bereikbaarheid.

2.5 De bal

Zou de bal niet bestaan, dan was de wereld veel sporten armer. Wie is de bal in onze branche? Vermoedelijk voelt iedere partij zich wel eens de speelbal in het veld om de volgende keer weer degene te zijn die de voorzet doet of zelfs scoort...

3. Emoties

Wie sport in internationaal verband volgt, ziet... emotie! Een oranje zee van mensen op de voetbaltribune, langs de weg op Alpe d'Huez of in het Thialf stadion. En natuurlijk op de tribunes bij de Olympische Spelen. Roeien, atletiek, voetbal, tennis, welke sport dan ook, de fanfare gaat mee en het 'legioen' is aanwezig. Sport verbreedert, sport zorgt voor grootscheepse feesten en sport is soms ook massaal verdriet. Sport is van iedereen! Wie weet het nou beter, de bondscoach of uw gesprekspartner op de verjaardag van uw nichtje? O, sorry, uzelf natuurlijk! Bij uw dagelijkse ritje met de trein of de bus zult u geen uitgelaten menigten reizigers aantreffen, maar soms wel een gezellige medereiziger, een club vriendinnen dat giechelend een dagje uit gaat of een oud-collega die u al jaren niet meer gezien heeft. Vaak verrassend en soms zelfs gewoon leuk! En ja, als er iets misgaat dan is de emotie nooit ver; teleurstelling over een gemiste aansluiting, ergernis over een te late omroep en regelrechte woede omdat de deur net voor een neus dichtging... Wie weet beter hoe het openbaar vervoer moet worden geregeld, de directies van de vervoerbedrijven of uw gesprekspartner op de verjaardag van uw nichtje... of natuurlijk uzelf???

Emotie is niet te regisseren, die is er gewoon of die is er niet. Het ontstaat vaak langzaam en groeit dan naar een hoogtepunt toe. Door voorselecties, gewonnen of verloren oefenwedstrijden, door opeens de toevoeging van een nieuwe sport en ook door reclame, nieuwe uitdossingen, voortdurende voorbesprekingen, analyses enzovoorts. Het openbaar vervoer kent zo zijn eigen spannende momenten; de aanbestedingen; goh, wat raar dat na zoveel jaar opeens een 'nieuwe vervoerder' in uw regio rondrijdt, gloednieuwe bussen waar uw minder valide medereiziger ook makkelijk in meekan, nieuwe vervoersvormen waarbij u thuis wordt opgehaald, reclame op de voertuigen, nieuwe technieken enzovoorts enzovoorts. Nee, u zult echt niet in uw oranje Leeuwenhose in de tram plaatsnemen, maar achter de schermen is het minstens even spannend geweest voor de vervoerder en zijn medewerkers.

Nee, emotie is niet te regisseren, maar een goede voorbereiding is essentieel, zoals mevrouw Reiziger aan het begin van dit paper:

Goede training, goede wedstrijd, goed gevoel
Goede planning, goede reis, goed gevoel

4. Is er topsport mogelijk zonder NOC*NSF?

Natuurlijk kun je als individuele sporter ook op olympisch niveau presteren. Zou het NOC*NSF niet bestaan dan bleven mensen heus wel doorsporten en trainen voor een gouden medaille. En er zou ook nog wel een partij bereid zijn om financieel of organisatorisch te helpen.

Maar de bundeling van krachten door de georganiseerde sport maakt de totale sportsector sterker. Landelijke stimulering van sport, opleiding en training, ontwikkeling van kwaliteitseisen per sport om sporttechnische programma's te kunnen opstellen en nog veel meer. Door wat NOC*NSF samen met de sportsector doet wordt de sport breder ondersteund en gestimuleerd, maken meer mensen kennis met sport en krijgt kwaliteit meer aandacht. Zonder samenwerking gaat dat niet, is de slagkracht veel minder groot. En soms is het zelfs noodzaak om te kunnen overleven als sport.

NOC*NSF Sportagenda 2005-2008 (NOC*NSF [2], 2006)

'Samenwerking mag een kwaliteitseis zijn.

Samenwerking zal niet worden afgedwongen en wordt dus niet geforceerd door met geld in negatieve zin hierop te sturen. Wel mag samenwerking financieel beloond worden.

Daar waar eisen aan de kwaliteit van de uitvoering gesteld worden, kan samenwerking één van deze eisen zijn.'

5. Is REISinformatiegroep misbaar?

Natuurlijk draait de wereld gewoon door als REISinformatiegroep ophoudt te bestaan. De bussen rijden hun ritten, de trein raakt het spoor niet bijster en reizigers zullen (uiteindelijk) heus hun weg wel vinden.

Maar mét REISinformatiegroep is het zoveel makkelijker. In een oogopslag je hele ov-reis in beeld, ongeacht welke overheden hun eisen hebben gesteld, welke concessiegebieden je doorkruist en welke vervoerders je uiteindelijk naar je plaats van bestemming zullen brengen. Maar wel mét alle juiste tijden, aansluitingen, prijzen en acties. Informatie die alleen tot stand komt als er samengewerkt wordt. Als alle partijen het belang van deze gezamenlijke informatie onderschrijven. 9292 is er het voorbeeld van dat deze nauwe vorm van samenwerking mogelijk is in het openbaar vervoer in Nederland. Het kost soms moeite, doorzettingsvermogen en creativiteit maar de wil is er. En daar maken veel, heel veel mensen gebruik van. 50 miljoen reisadviezen op jaarbasis. Een gouden prestatie voor het ov-team!

Literatuur

Newcom (2006) *Klanttevredenheidsonderzoek REISinformatiegroep: Onderzoek naar de klanttevredenheid ten aanzien van 0900-9292, www.9292ov.nl en de sprekende computer (meting 2)*. Enschede: Newcom.

NOC*NSF [1] (2006) 'Geschiedenis NOC'. Materiaal verkregen via internet [<http://www.sport.nl/boek.php3?hfdid=1321>], 2 augustus 2006.

NOC*NSF [2] (2006) 'Sportagenda 2005-2008'. Materiaal verkregen via internet [<http://www.sport.nl/boek.php3?hfdid=2&noTop=&noNav=&noLinks=>], 2 augustus 2006.