

Reisinformatie in het openbaar vervoer

*Afstudeerscriptie over reisinformatie in het openbaar vervoer in opdracht van de
NHL Hogeschool en de provincie Fryslân.*

Reisinformatie in het openbaar vervoer

Afstudeerscriptie over reisinformatie in het openbaar vervoer in opdracht van de NHL Hogeschool en de provincie Fryslân.

Auteur:	André Veenendaal
Project:	Afstudeerscriptie Reisinformatie in het openbaar vervoer
Periode:	Februari – augustus 2012
Onderwijsinstelling:	NHL Hogeschool
Opdrachtgever:	Provincie Fryslân

COLOFON

ONDERWIJSINSTELLING

Onderwijsinstelling : NHL Hogeschool
 : Afdeling Built Environment
 : Opleiding Mobiliteit
 Adres : Rengerslaan 10
 : 8917 DD
 : Leeuwarden
 Telefoon : 058 2934934

Afstudeercoördinator : Dhr. C. van der Klaauw (Cor)
 Telefoon : 058 2512066
 E-mailadres : c.van.der.klaauw@tech.nhl.nl



Docent : Dhr. C. van der Klaauw (Cor)
 Telefoon : 058 2512066
 E-mailadres : c.van.der.klaauw@tech.nhl.nl

Docent : Dhr. F. Larmene (Frans)
 Telefoon : 058 2512042 / 06 54297567
 E-mailadres : f.j.b.e.larmene@tech.nhl.nl / franslarmene@wxs.nl

OPDRACHTGEVER

Afstudeerbedrijf : Provincie Fryslân
 : Afdeling Stêd en Plattelân
 : Tweebaksmarkt 52
 : Postbus 20120
 : 8900 HM Leeuwarden



Telefoon : 058 2925925

Contactpersoon : Dhr. J. Knorren (Jan)
 Functie : Beleidsmedewerker
 Telefoon : 058 2925140
 E-mailadres : j.knorren@fryslan.nl

STUDENT

Naam : A. Veenendaal (André)
 Adres : Johannes Prinsstraat 31
 : 9269 NX Veenwouden
 Telefoon: : 06 21857832
 E-mailadres : andre_veenendaal_8@hotmail.com
 Studentnummer : 108081

SAMENVATTING

Reisinformatie in het openbaar vervoer is een breed begrip met veel aspecten in een complexe situatie. Dat vergt een duidelijk beleid, een beleid dat veel opdrachtgevers van het openbaar vervoer in Nederland al hebben opgezet. De provincie Fryslân, verantwoordelijk voor het openbaar vervoer in Fryslân, heeft nog geen reisinformatiebeleid. Voordat dit beleid kan worden opgezet, moet worden vastgesteld voor wie het beleid moet worden gemaakt en waar de kansen liggen voor een succesvol reisinformatiesysteem. Vanuit de gedragswetenschappen weten we dat informatie essentieel is voor de keuzes en beslissingen die we nemen, dus ook voor reisinformatie.

DOELGROEP ONDERZOEK

Reisinformatie als informatiemiddel voor de huidige reizigers of als promotiemiddel voor het trekken van nieuwe reizigers? De huidige reizigers in het openbaar vervoer zijn ontevreden over de reisinformatievoorzieningen. In dit onderzoek is ervoor gekozen om eerst in te zetten op de tevredenheid van de huidige openbaar-vervoer-reizigers. Voor het inzetten op gedragsverandering van automobilisten is het in dit stadium nog te vroeg. Zolang de huidige reizigers ontevreden zijn, is het inzetten op reizigersgroei een bijna onmogelijke opgave. Dit heeft te maken met de attitude van mensen. Doordat de tevredenheid bij de huidige reizigers toeneemt, ontstaat een positievere attitude ten opzichte van het openbaar vervoer en wordt de sociale norm bijgesteld in positieve zin. De autogebruiker krijgt minder argumenten om het openbaar vervoer te mijden en hij krijgt bovendien te maken met positieve berichten waardoor het effect wordt versterkt. De sociale norm wordt positiever ten opzichte van het openbaar vervoer, hierdoor ontstaan er minder argumenten tegen het openbaar vervoer. Op deze manier wordt de attitude beïnvloed om te willen reizen met het openbaar vervoer. Als de niet-openbaar-vervoer-reiziger het openbaar vervoer zal proberen en negatieve ervaringen krijgt zal hij nimmer geneigd zijn het openbaar vervoer te proberen. Daarom is het belangrijk om eerst in te zetten op de tevredenheid van de huidige reizigers. Hiervoor moet de reiziger worden voorzien in zijn behoeften, behoeften die vanuit gedragswetenschappen kunnen worden bepaald.

BEHOEFTE VAN REIZIGERS

Vanuit de klantwenspiramide van de NS, die voortkomt uit de behoeftepiramide van Maslow, kan worden aangenomen dat reisinformatie een belangrijk aspect is voor reizigers in het openbaar vervoer. Mensen zijn verschillend maar er zijn ook veel gezamenlijke behoeften. Zo kunnen mensen slecht tegen onzekerheid: door onzekerheid wordt onder andere de wachttijd langer geschat. Daarnaast houden we van eenduidigheid zonder daarbij teveel keuzemogelijkheden te hebben. Een eenduidig systeem biedt herkenning en daardoor voelen mensen zich sneller zeker. Wanneer mensen hierbij teveel keuzemogelijkheden krijgen, neemt het gevoel van zekerheid af want het maken van keuzes is lastig. Teveel mogelijkheden veroorzaakt keuzestress. Mensen hebben behoeften aan eenvoudige informatie die gemakkelijk te verkrijgen is. Mensen willen niet teveel doen om informatie te moeten krijgen of te begrijpen. Omdat mensen iets nieuws vaak wantrouwen en in eerste instantie moeilijk de waarde ervan kunnen bepalen kiezen mensen vaak liever voor het bestaande dan voor het nieuwe. Niet goed werkende systemen veroorzaken een negatieve attitude voor het systeem waardoor mensen niet tevreden zijn. Indien mensen een negatieve attitude hebben ontwikkeld is dit lastig te herstellen.

BELEVING VAN REIZIGERS

De beleving van mensen kan op vele manieren worden beïnvloed. Zo maakt het inhoudelijk geen verschil of een bus vijf minuten vertraagd is of over vijf minuten vertrekt. Toch ervaren mensen het laatste positiever, dit fenomeen wordt framing van informatie genoemd. Door het toepassen van framing kunnen mensen berichten positiever ervaren, maar informatie dient altijd ethisch verantwoord te blijven. Wanneer framing wordt toegepast die ethisch niet verantwoord is, zullen mensen de bron als onbetrouwbaar aanmerken. Niet alleen

met framing wordt ingespeeld op de beleving van reizigers, ook door kleurgebruik. Met de kleur blauw zullen mensen sneller overtuigd zijn van informatie, ervaren mensen de wachttijd korter en bovendien zorgt blauw voor een ontspannende werking.

Om het beleid zo goed mogelijk te laten aansluiten bij de reiziger, is het effectief onderscheid te maken in doelgroepen. Zo heeft een niet dagelijkse keuzereiziger een hogere informatiebehoefte dan een dagelijkse reiziger. De keuzereiziger is vaak onbekend in een gebied en heeft hierdoor een hogere informatiebehoefte: hij wil bijvoorbeeld weten waar de bussen vertrekken, hoe hij daar komt en hoeveel minuten hij daarvoor nodig heeft. Terwijl de dagelijkse reiziger alleen behoefte heeft om op zijn vaste traject de actuele vertrektijden te weten. De behoefte van de dagelijkse reiziger vormt een belangrijke basis voor het reisinformatiesysteem omdat dit een minimale informatiebehoefte is. Er blijkt weinig verschil te zitten tussen de behoefte aan informatie in leeftijdscategorieën. Wanneer we kijken naar hoe deze informatie moet worden gebracht ontstaan er wel verschillen. Ouderen zijn minder bekend met modernere toepassingen via bijvoorbeeld smartphones en hebben daardoor ook meer behoefte aan de statische informatie en persoonlijke informatie.

HUIDIGE SITUATIE

De behoeften van reizigers zijn duidelijk, maar zijn deze aspecten toegepast in het huidige reisinformatiesysteem? Hiervoor is gekeken naar het reisinformatiesysteem in het buitenland, in Nederland en in het bijzonder in Fryslân. Het blijkt dat in veel landen wordt gestooid met reisinformatiesystemen in het openbaar vervoer. In een aantal landen zijn (lokale) reisinformatiesystemen ingericht waarbij rekening is gehouden met gedragsaspecten. Zo is er aandacht besteed aan eenduidige reisinformatie en zekerheid in reisinformatie. De toepassingen die worden gebruikt in het buitenland hebben vaak tot een positieve waardering geleid, blijkt uit de gegevens. Het blijkt dat het Nederlandse reisinformatiesysteem complex in elkaar steekt. De verantwoordelijkheid van reisinformatie ligt bij diverse partijen waarbij alleen de opdrachtgever van het openbaar vervoer (stadsregio's en provincies) een constante factor is. Door de vele partijen die een rol spelen bij het reisinformatiesysteem wordt het systeem foutgevoeliger en is er weinig eenduidigheid. Er is de laatste jaren een gecentraliseerde datastroom is opgezet, waardoor er meer wordt voldaan aan de behoefte aan eenduidigheid. Daarnaast is er weinig centraal (landelijk) geregeld en de keuzemogelijkheden voor het verkrijgen van reisinformatie zijn bijna eindeloos waardoor reizigers kunnen gaan twijfelen welk informatiesysteem de meest betrouwbare informatie geeft. Hierdoor kan onduidelijkheid en keuzestress ontstaan. Het blijkt ook dat de reizigers landelijk ontevreden zijn over de informatievoorziening bij vertraging. Wel komt er door investeringen in actuele reisinformatie op DRIS-panelen een stijgende lijn in de waardering. Ook worden middelen zoals apps en social media steeds meer ingezet om actuele informatie te verstrekken. Door de toenemende mogelijkheden via smartphones is het belang van DRIS-panelen gedaald. Deze daling zal door de stijging van het aantal smartphone-gebruikers verder voortzetten. DRIS-panelen bieden echter alle doelgroepen in één oogopslag actuele informatie. Landelijk zien we dan ook een stijging van actuele reisinformatie op DRIS-panelen. De provincie Fryslân is tot op heden niet meegegaan met deze ontwikkelingen en wordt daardoor wellicht als laagst gewaardeerd omdat niet wordt voldaan aan de behoefte aan zekerheid.

Voor dit onderzoek is expliciet ingezoomd op de provincie Fryslân. Fryslân is een provincie met veel landelijk gebied en een lage bevolkingsdichtheid. Desondanks wordt getracht de burgers een zo goed mogelijk netwerk van bus- en treinverbindingen aan te bieden. Hierbij wordt slechts een klein deel van de bushaltes veel gebruikt. Evenals bij de landelijke cijfers, maar wel in iets sterkere mate, blijkt dat reizigers ook in Fryslân ontevreden zijn over de reisinformatievoorzieningen bij vertragingen. De ontevredenheid valt vanuit de gedragswetenschappen goed te verklaren omdat er op vrijwel geen enkele manier wordt voldaan aan de behoeften van reizigers. De lage waardering geldt niet voor het openbaar vervoer op de Waddeneilanden. Een vermoedelijke reden hiervoor is, onder andere dat het zelfsturende team van buschauffeurs met eigen verantwoordelijkheid voor goed georganiseerd openbaar vervoer zorgt.

VERSCHIL IN BEHOEFTE EN HUIDIGE SITUATIE

Het blijkt al dat tussen de belangrijke gedragskenmerken en de huidige situatie grote verschillen zitten. Op lokaal niveau is in het buitenland, maar ook in Nederland een aantal praktijksituaties te vinden waarbij ingezet is op eenduidigheid en zekerheid in de informatie. Dit heeft vaak een positief effect op de klanttevredenheid. Eén van de belangrijkste tekortkomingen in reisinformatie zit momenteel in het ontbreken van eenheid in de informatie. Niet alleen op provinciaal niveau, maar met name een landelijk eenduidig systeem lijkt nog verre van werkelijkheid. Ook het ontbreken van zekerheid is een belangrijk aandachtspunt. Landelijk zijn al veel positieve ontwikkelingen gaande op het gebied van actuele reisinformatie, in Fryslân zijn deze ontwikkelingen door het ontbreken van beleid en daardoor het grotendeels ontbreken van voorzieningen achter gebleven.

AANBEVELINGEN VOOR FRYSLÂN

Om de Friese OV- reiziger tevreden te laten zijn over de reisinformatie in de provincie zullen een aantal belangrijke veranderingen moeten worden doorgevoerd. De provincie Fryslân is verantwoordelijk voor het openbaar vervoer en zal daarom ook de eisen moeten stellen voor het reisinformatiesysteem. Daarnaast moet de provincie meer doen in de infrastructuur van de openbaar vervoer voorzieningen. Het gaat hierbij om investeringen die op langere termijn worden afgeschreven en/of investeringen die voor een vervoerder commercieel niet interessant genoeg zijn. Verder is het van belang dat de provincie scherp blijft inzetten bij vervoerders op correct werkende informatievoorzieningen.

Eenheid is een belangrijke behoefte van reizigers, maar eenheid binnen de provincie is alleen aanwezig binnen een concessiegebied. Zoals gezegd is landelijke eenduidigheid ook nog verre van werkelijkheid. Daarom is het belangrijk dat de provincie zorg gaat dragen voor een eenduidig reisinformatiesysteem en bovendien inzet op landelijke eenduidigheid in de reisinformatie. De provincie kan eenheid binnen de provincie creëren door het stellen van identieke eisen aan de vormgeving van reisinformatie. Door het invoeren van de provinciale huisstijl ontstaat er eenheid en bovendien heeft de provinciale kleur een positief effect op de beleving van reizigers. Naast eenduidigheid is ook zekerheid een belangrijke behoefte van reizigers. De behoefte aan zekerheid wordt niet vervuld met statische informatie. Omdat moderne middelen (veelal via een smartphone) fors gaan toenemen, evenals het aantal smartphone bezitters, worden de voordelen van een DRIS-paneel steeds minder. Er zijn echter nog altijd veel mensen zonder smartphone. Bovendien hebben DRIS-panelen diverse voordelen: informatie wordt bij reizigers gebracht, zij hoeven het niet op te vragen zoals bij een smartphone. Hierdoor wordt voldaan aan de behoefte aan gemak. De baten van DRIS-panelen zullen weliswaar afnemen, toch zijn DRIS-panelen een blijvend goede investering omdat reizigers er altijd gebruik van zullen maken. Het advies is om in Fryslân als overbruggingsperiode in 40 DRIS-panelen te investeren op 32 locaties in Fryslân. Deze locaties zijn geselecteerd door middel van het aantal instappende passagiers en de overstapmogelijkheden van de bushaltes of het busstation. Door de plaatsing van 40 DRIS-panelen wordt al op ongeveer 50% van alle instapbewegingen actuele informatie geboden. Op veelal rustige bushaltes is de informatiebehoefte echter ook groot. Om ook op deze haltes actuele informatie beschikbaar te stellen is het advies mee te gaan met de ontwikkelingen via de app van 9292. Voor de reizigers die niet over een smartphone beschikken moet een kostenloze sms-service een uitkomst bieden. Reizigersbelangengroepen geven aan dat sms'en voor vrijwel alle leeftijdsgroepen toegankelijk is, mits daarbij aandacht wordt besteed aan hoe de service werkt.

De informatie dient hierbij zoveel mogelijk bij één bron vandaan te komen. Daarom is het advies de ontwikkelingen van de NDOV (Nationale Databank Openbaar Vervoer) af te wachten en daarop vervolgens een keuze te maken om aan te sluiten bij GOVI (Grenzeloze Openbaar Vervoer Informatie) of 9292. Om het vertrouwen in de DRIS-panelen hoog te houden zullen deze voortijdig uitvoerig moeten worden getest voordat reizigers gebruik kunnen maken van de diensten. Hiervoor moeten de DRIS-panelen virtueel op locatie worden getest met behulp van een laptop of een tablet. Omdat de provincie Fryslân sterk inzet op toerisme is het raadzaam rekening te houden met deze doelgroep in de reisinformatie. Om toeristen ook te stimuleren gebruik

te laten maken van het openbaar vervoer en daarbij ook voldoende te helpen, is het goed deze reizigersgroep extra informatie te bieden. Hierbij zijn informatieborden en informatiefolders over hoe bepaalde toeristische trekpleisters kunnen worden bereikt een belangrijk middel.

HOOFDVRAAG ONDERZOEK

De hoofdvraag die voor dit onderzoek is gesteld, is: welk beleid moet de provincie Fryslân voeren om aan de reizigersbehoefte van reisinformatie te voldoen?

Als conclusie komt het volgende naar voren: het blijkt dat er nog grote verschillen zitten tussen wat de reiziger wil en wat de reiziger wordt aangeboden. De provincie zal daarom een beleid moeten voeren waarbij sterk in wordt gezet op een eenduidig systeem (*identieke en eenduidige vormgeving van de reisinformatie*) dat zekerheid biedt (*actuele reisinformatie via DRIS, app en sms*) en waarbij de informatie makkelijk te verkrijgen is (*voor alle doelgroepen toegankelijk en begrijpelijk*). Op die manier zal worden voldaan aan de behoeften van de reizigers. Wanneer het reisinformatiesysteem reizigers voldoende zekerheid biedt en ook eenduidig is, zal de tevredenheid toenemen. Vanaf dat moment breekt een nieuw stadium aan om in te zetten op de niet-openbaar-vervoer-reiziger. Automobilisten overschatten de reistijd met het openbaar vervoer vaak. Door reisinformatie als promotiemiddel te gebruiken in combinatie met de positieve waardering van de huidige reizigers, bestaat er een reële kans dat automobilisten hun attitude ten opzichte van het openbaar vervoer positief veranderen. Voldoende kansen om reisinformatie tot een succesvol onderdeel van het openbaar vervoer te laten behoren! Niet alleen voor de provincie Fryslân maar voor ook voor alle andere openbaar vervoer opdrachtgevers in Nederland.

INHOUDSOPGAVE

1.0	Inleiding.....	11
1.1	Leeswijzer	12
2.0	Aanleiding en onderzoeksvragen	13
2.1	Scope onderzoek.....	17
3.0	Onderzoeksmethode	19
4.0	De gedragsaspecten van reizigers.....	21
4.1	Wat is het belang van reisinformatie?.....	21
4.2	Gedragsaspecten.....	23
4.3	Doelgroepen	27
4.4	Hoe moet de informatie worden gecommuniceerd?.....	30
4.5	Kleurgebruik.....	32
5.0	Huidige reisinformatiesystemen	33
5.1	Reisinformatie in het buitenland	33
5.2	Reisinformatie in Nederland.....	37
5.2.1	Reisinformatiesystemen.....	38
5.2.2	Actuele reisinformatie.....	40
5.2.3	Hoe tevreden zijn de reizigers?.....	42
5.3	Reisinformatie in Fryslân	45
5.3.1	De provincie Fryslân.....	45
5.3.2	Reisinformatiesystemen Fryslân.....	47
5.3.3	Waardering en imago OV Fryslân	51
5.3.4	Halte overzicht.....	52
6.0	Confrontatie gedragsaspecten en huidige reisinformatiesystemen	55
7.0	Wat wil de reiziger?.....	61
7.1	Voor de reis	63
7.2	Tijdens de reis.....	65
7.3	Na de reis.....	67
7.4	Overzicht	68

8.0	Aanbevelingen	69
8.1	Inhoudelijke aanbevelingen.....	69
8.1.1	Een eenduidig reisinformatiesysteem.....	70
8.1.2	Een actueel reisinformatiesysteem.....	72
8.1.3	Een betrouwbaar reisinformatiesysteem.....	77
8.1.4	Een begrijpelijk en gemakkelijk reisinformatiesysteem	79
8.1.5	Van zekerheid en eenduidigheid naar bekendheid.....	82
8.1.6	Aanbevelingen vervolg onderzoek.....	84
8.2	Financiële consequenties	85
8.3	Overzicht aanbevelingen	91
9.0	Beantwoording hoofd- en deelvragen.....	93
10.0	Begrippenlijst	99
11.0	Literatuurlijst	101

1.0 INLEIDING

Voor het maken van een reis met het openbaar vervoer heeft een reiziger informatie nodig. Wat voor informatie, op welk moment en op wat voor wijze moet deze informatie beschikbaar zijn? De ene reiziger heeft liever vóór de reis actuele informatie via een smartphone, terwijl de andere reiziger een globaal schema wil om een keuze in de vervoersmodaliteit te maken. Reisinformatie is een breed begrip met veel aspecten. Uit de gedragswetenschappen weten we dat informatie essentieel is voor de keuzes en beslissingen die we nemen. Dit geldt dus ook voor reisinformatie. De hypothese die voor dit onderzoek wordt gesteld is: *de kwaliteit van de aangeboden reisinformatie is één van de belangrijkste factoren in het openbaar vervoer en is mede bepalend voor de keuze van een vervoersmodaliteit door reizigers*. Hierbij is kwaliteit gedefinieerd als eenduidige, betrouwbare en actuele informatie.

Sinds 1998 is het beheer van het Nederlandse stad- en streekvervoer in handen van decentrale overheden. Alleen het landelijke spoorwagennet is in handen van het Rijk. In 2000 is de Wet Personenvervoer opgezet waardoor de opdrachtgevers (met uitzondering van de vier grote steden) door middel van aanbestedingen concessiegebieden moeten gunnen aan een vervoerder. De winnende vervoerder krijgt voor een aantal jaar het exclusieve recht om het openbaar vervoer te verzorgen in een concessiegebied. Door deze Europese aanbestedingen in het openbaar vervoer is de druk bij de vervoerders groot, er is genoeg concurrentie. Het niet scherp inschrijven op een aanbesteding staat in veel gevallen gelijk aan het niet winnen van een concessie. Vervoerders bieden een zo scherp mogelijke offerte aan tegen een zo laag mogelijke prijs. Hierbij staat het bieden van zoveel mogelijk kilometers vaak centraal.

Om het openbaar vervoer een aantrekkelijke manier van reizen te laten zijn, zijn meer aspecten nodig dan alleen het bieden van ritten. Reisinformatie is één van deze aspecten. Vaak wordt het verzorgen van reisinformatie gezien als een taak van de vervoerder. Eén van de vragen die centraal staat in dit onderzoek is of de provincie als opdrachtgever en overkoepelende organisatie verantwoordelijk moet zijn voor (een deel) van het reisinformatiesysteem in het openbaar vervoer, of dat deze verantwoordelijkheid bij de vervoerder ligt.

De provincie Fryslân, hierna: de provincie, heeft tot op heden geen beleid ontwikkeld voor reisinformatie in het openbaar vervoer. Het belang van beleid voor reisinformatie wordt wel onderkend. De afgelopen jaren zijn de mogelijkheden voor het verstrekken van reisinformatie fors toegenomen. Zo kan gebruik worden gemaakt van dynamische panelen die actuele gegevens tonen van vertrekkende bussen. Daarnaast zijn de communicatiemogelijkheden door de komst van middelen zoals social media nog nooit zo groot geweest. Het reisinformatiesysteem heeft de afgelopen grote ontwikkelingen doorgemaakt. Tien jaar geleden hadden we nooit kunnen verwachten dat smartphones zo een belangrijke rol gingen spelen als nu. In het verleden werd gebruik gemaakt van busboekjes en haltevertrekstaten, de statische reisinformatie. Anno 2012 verschijnen op vele OV-locaties dynamische panelen waarop actuele reisinformatie wordt getoond¹.

Dit onderzoek is benaderd vanuit de gedragswetenschappen. Met behulp van gedragswetenschappen wordt in dit onderzoek gekeken naar verschillende informatie behoeftes van verschillende doelgroepen. Deze doelgroepen zullen in het gehele onderzoek een belangrijke positie hebben. In hoofdstuk 4 (paragraaf 4.3) van dit rapport zullen de doelgroepen nader worden toegelicht. De gedragsaspecten worden vergeleken met de reisinformatiesystemen in het buitenland en binnenland, waarbij de provincie Fryslân als opdrachtgever van het openbaar vervoer, specifiek wordt toegelicht. Ook in de aanbevelingen wordt specifiek ingezoomd op de provincie Fryslân. Desondanks blijven de aanbevelingen ook voor buiten de provincie Fryslân interessant.

¹ In dit onderzoek worden diverse begrippen gebruikt, deze begrippen zijn terug te vinden in de begrippenlijst achter in dit hoofdstuk.

1.1 LEESWIJZER

Het rapport begint met een beschrijving van de aanleiding van dit onderzoek. In dit hoofdstuk wordt beschreven waarom dit onderzoek wordt uitgevoerd en wat het doel is van het onderzoek. Omdat reisinformatie een breed begrip is en op verschillende manieren kan worden toegepast wordt in paragraaf 2.1 de scope van dit onderzoek beschreven. Tevens worden ook de onderzoeksvragen beschreven. In hoofdstuk 3 volgt een uitleg over hoe dit onderzoek is uitgevoerd en met welke systematiek is gewerkt. In hoofdstuk 4 worden de relevante gedragswetenschappelijke theorieën beschreven. Vanuit deze gedragswetenschappen wordt ingegaan op het belang van reisinformatie en belangrijke gedragsaspecten van mensen. Deze gedragsaspecten zullen een aantal keren in dit rapport aan de orde komen. Dit hoofdstuk vormt een belangrijk onderdeel van dit onderzoek. De informatie is afkomstig uit literatuur. Na de gedragswetenschappen wordt in hoofdstuk 5 ingegaan op het inhoudelijke gedeelte van het onderzoek, de reisinformatiesystemen. Dit hoofdstuk is opgesplitst in drie paragrafen. In de eerste paragraaf worden reisinformatiesystemen in het buitenland beschreven. De daaropvolgende paragraaf gaat in op de reisinformatiesystemen in Nederland. In deze paragraaf wordt ook verder ingegaan op achterliggende systemen achter reisinformatie. Omdat dit rapport geschreven is voor de provincie Fryslân wordt in paragraaf 5.3 verder ingegaan op de provincie Fryslân. Naast een beschrijving van de reisinformatiesystemen wordt ook ingegaan op de (openbaar vervoer)structuur en visie van de provincie. Vanuit de gedragsaspecten (hoofdstuk 4) en de huidige reisinformatiesystemen (hoofdstuk 5) wordt in hoofdstuk 6 de confrontatie beschreven tussen hoofdstuk 4 en hoofdstuk 5. In dit hoofdstuk is een samenvatting gemaakt van deze twee hoofdstukken. In hoofdstuk 7 wordt vervolgens ingegaan op de belangen van de reiziger. Hierin wordt een wensbeeld omschreven voor de reizigers. Hierin is een opsplitsing gemaakt in informatie voor, tijdens en na de reis. In hoofdstuk 8 volgen de aanbevelingen aan de provincie Fryslân. Hierin wordt in de eerste paragraaf een beschrijving gegeven van de inhoudelijke aanbevelingen. In de tweede paragraaf wordt ingegaan op de financiering van de aanbevelingen. Tot slot wordt in de laatste paragraaf van hoofdstuk 8 een overzicht gegeven van alle aanbevelingen. In hoofdstuk 9 worden de hoofdvraag, deelvragen en hypothese beantwoord. In hoofdstuk 10 is een begrippenlijst opgenomen. In deze begrippenlijst worden een aantal belangrijke begrippen uit dit onderzoek beschreven. In het laatste hoofdstuk is een bronnenlijst opgenomen.

Het rapport heeft zes bijlagen.

Bijlage I is een uitwerking van alle interviews die zijn gehouden voor dit onderzoek.

Bijlage II is een uitgebreide beschrijving van alle reisinformatiesystemen in Nederland. Hierbij zijn ook een aantal belangrijke kenmerken omschreven. In het rapport is een beknopte weergave van de reisinformatiesystemen opgenomen.

Bijlage III is een beschrijving opgenomen over het systeem achter dynamische reisinformatie. Hier wordt ook technische informatie gegeven over de Bison koppelvlakken.

Bijlage IV bevat gegevens over de instapbewegingen van alle haltes in Fryslân.

Bijlage V beschrijft het aantal mobiele telefoon en internet aansluitingen in Nederland.

Bijlage VI beschrijft aan welke competenties is gewerkt en op welke manier (relevant voor de NHL Hogeschool).

2.0 AANLEIDING EN ONDERZOEKSVRAGEN

De provincie Fryslân is als opdrachtgever verantwoordelijk voor het openbaar vervoer in Fryslân. Het doel van het openbaar vervoer is om mede te voldoen aan de mobiliteitsbehoefte van inwoners en bezoekers van Fryslân. Daarbij kiest de provincie voor een vraaggericht systeem met een sterke hoofdstructuur, gericht op de verplaatsingsbehoefte van de inwoners en bezoekers van Fryslân.

Door de aanbestedingen in het openbaar vervoer ontwikkelen vervoerders zich tot prijsvechters. Vervoerders bieden zoveel mogelijk kilometers voor een zo laag mogelijke prijs. Hierdoor komen innovaties en kwaliteitsverbeteringen bij de vervoerder in de knel. Ook bij de provincie is er een (politieke) behoefte om het openbaar vervoer zo goed mogelijk te organiseren tegen zo laag mogelijke kosten. Hierbij komt de druk vanuit de Friese burger (de Fryske mienskip) om een zo breed mogelijke ontsluiting te hebben met het openbaar vervoer. Hierdoor vormt het selecteren op kilometers een belangrijke eigenschap bij de selectie. Andere aspecten binnen het openbaar vervoer, dus naast het rijden van bussen, worden als secundaire taken gezien. Deze taken komen door de druk op aanbestedingen steeds meer bij de opdrachtgever terecht.

Wegens diverse andere prioriteiten heeft de provincie nog geen beleid ontwikkeld op het gebied van reisinformatie. Het belang van goede reisinformatie wordt echter wel door Fryslân onderkend. De provincie kan als overkoepelende instantie zorg dragen voor een centraal reisinformatiesysteem. Hierdoor ontstaat er mogelijk voor reizigers meer duidelijkheid. Uit een vooronderzoek blijkt dat Fryslân een van de weinige provincies is zonder beleid voor reisinformatie in het openbaar vervoer. Landelijk hebben veel opdrachtgevers aandacht besteed aan het maken en uitvoeren van een reisinformatiebeleid. Ook in het buitenland blijken opdrachtgevers vaak actief met reisinformatie. Door het ontbreken van het reisinformatiebeleid in Fryslân zijn er in de concessies op dit moment slechts enkele eisen gesteld aan statische reisinformatie en vrijwel geen eisen aan dynamische reisinformatie, met uitzondering van de concessie Zuidoost Fryslân. Bij de provincie is geen duidelijkheid over welke doelgroepen welke behoeftes hebben voor reisinformatie in het openbaar vervoer. Uit Mystery Guest metingen en empirisch onderzoek van de provincie blijkt dat de huidige reisinformatievoorzieningen op een aantal locaties sterk verouderd zijn. Veel informatie is hierdoor slecht leesbaar en soms niet actueel.

Uit het vooronderzoek blijkt dat op het gebied van *dynamische* reisinformatie de laatste jaren veel ontwikkelingen hebben plaatsgevonden. Hierdoor ontstaan diverse mogelijkheden, zoals actuele reisinformatie. De verwachting is dat actuele reisinformatie de waardering voor het openbaar vervoer ten goede komt. De verwachting is ook dat het ontbreken van actuele reisinformatie, onzekerheid veroorzaakt bij reizigers. Door deze onzekerheid beoordeelt de reiziger het openbaar vervoer vermoedelijk lager. Dit blijkt ook uit de OV-klantenbarometer² van het KpVV. Hierin wordt de waardering voor “informatievoorziening bij vertraging” al jaren slecht beoordeeld (≤ 5 , op een schaal van 1 tot 10) in Fryslân en in de rest van Nederland. Deze lage beoordeling is een belangrijke aanleiding voor dit onderzoek. De lage beoordeling is een kritisch punt en geeft aan dat reizigers ontevreden zijn op het gebied van actuele reisinformatie.

De ontevredenheid over de reisinformatievoorzieningen bij de huidige reizigers veroorzaakt veel negatieve mond-tot-mond reclame. Deze negatieve berichten worden versterkt door negatieve publiciteit in de media. Negatieve ervaringen bij de huidige reizigers kunnen er toe leiden dat reizigers het openbaar vervoer zullen gaan mijden, wat tot terugloop van het aantal reizigers leidt. Daarnaast zorgt de negatieve mond-tot-mond reclame voor een negatief imago bij de niet-openbaar-vervoer-reizigers. In de marketingstrategieën is mond-tot-mond reclame het belangrijkste reclamemiddel. Door de negatieve reclame zal de niet-openbaar-vervoer-reizigers niet snel geneigd zijn het openbaar vervoer te gaan gebruiken. Het niet naar tevredenheid functioneren van de informatievoorziening heeft dus invloed op zowel de OV-reiziger als de niet-OV-reiziger.

² Het Kennisplatform Verkeer en Vervoer (KpVV) verricht jaarlijks landelijke metingen in het openbaar vervoer. Hierbij worden diverse aspecten gecontroleerd, er wordt onderscheid gemaakt in de verschillende concessies.

Het inzetten op de tevredenheid van de huidige reizigers vergt een andere onderzoeksmethode dan het inzetten op reizigersgroei vanuit de niet-openbaar-vervoer-reizigers. Hierop zal in de volgende paraaf verder worden ingegaan. Bij de OV-reiziger dient reisinformatie als informatiemiddel, terwijl bij de niet-openbaar-vervoer-reiziger reisinformatie als promotiemiddel kan worden gebruikt. Dit onderzoek is primair gericht op betrouwbare reisinformatie als informatiemiddel. Dat neemt niet weg dat betrouwbare reisinformatie ook als promotiemiddel kan worden gebruikt.

De ontevredenheid bij de huidige reizigers wordt veroorzaakt doordat er niet aan hun behoeften wordt voldaan. Om de tevredenheid bij de huidige reizigers te vergroten, zullen de behoeften (beter) moeten worden vervuld. Het is daarom van belang relevante gedragskenmerken te onderzoeken en deze gedragskenmerken toe te passen op het reisinformatiesysteem. Door het reisinformatiesysteem te laten voldoen aan de gedragskenmerken zal er beter worden voldaan aan de behoeften van mensen waardoor de tevredenheid bij reizigers zal toenemen. Het is hierbij van belang onderscheid te maken in verschillende doelgroepen, omdat de behoeften bij doelgroepen verschillen. Het werken in doelgroepen verhoogt daardoor de effectiviteit van het te ontwikkelen beleid.

Bij het inzetten op reizigersgroei vanuit de niet-openbaar-vervoer-reiziger is een andere aanpak nodig. Bij deze groep kan reisinformatie als promotiemiddel worden gebruikt. Om niet-openbaar-vervoer-reizigers te stimuleren het openbaar vervoer te gebruiken, moet een gedragsverandering plaatsvinden. Meer dan 95% van de beslissingen die genomen worden gebeurt uit het gewoontegedrag van mensen (Metz, 2010). Dit heeft te maken met de attituden van mensen. Een attitude is een aangeleerde geneigdheid om op een consistente gunstige of ongunstige wijze op een bepaald object te reageren. Het dagelijks nemen van de auto als vervoermiddel voor het woon- werk verkeer is hiervan een voorbeeld. Figuur 1 toont een model dat door Fishbein & Azjen is ontworpen

voor het inzetten op gedragsverandering. In dit figuur is zichtbaar dat het gedrag (rechts in het figuur) afhankelijk is van gedragsintentie. De mate van gedragsintentie bepaald hoe vatbaar iemand is voor gedragsverandering. Pas wanneer iemand een positieve gedragsintentie



Figuur 1 Model gedragsverandering Fishbein & Azjen (Ajzen, 1991) (Quo Vadis)

heeft, is iemand van plan om het gewenste gedrag te laten zien. Gedragsintentie is afhankelijk van gedragsovertuiging, normovertuiging en controleovertuiging. Er kunnen tussen de attitude en het daadwerkelijk gedrag nog belemmeringen zitten. Die belemmeringen kunnen zitten in de vaardigheden en in de omgeving. Wanneer het model van Fishbein & Azjen wordt toegepast op reizigersgroei in het openbaar vervoer geldt het volgende: de reiziger die niet veelvuldig van het openbaar vervoer gebruik maakt, heeft vaak een negatieve attitude ten opzichte van het openbaar vervoer. De automobilist schat de reistijd met de auto vaak veel positiever in dan de reistijd met het openbaar vervoer (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011). De automobilist wordt in deze attitude bevestigd door de negatieve informatie in de krant. Hij hoort verhalen vanuit gedragsovertuiging en normovertuiging en controleovertuiging. Hierdoor hebben automobilisten een selectieve perceptie ten opzicht van het openbaar vervoer. Automobilisten hebben de neiging alleen de stimuli waar te nemen die aansluiten bij de eigen verwachting of opvatting (Kruglanski, 1989). Met andere woorden: hij bevindt zich vaak in een omgeving waar het gebruik van de auto de norm is en waar een negatief beeld heerst over de betrouwbaarheid van het openbaar vervoer en over de service van het openbaar vervoer (Traffic Psychology, 2011).

Om deze reiziger te overtuigen, zal geïnvesteerd moeten worden in de randvoorwaarden. Als een reiziger eenmaal de kans waagt, is het heel belangrijk dat hij niet meteen gedemotiveerd wordt. Dan is namelijk de kans groot dat hij nimmer meer wordt overtuigd. Als hij eenmaal zover is, maar hij loopt steeds tegen foutieve en onbetrouwbare informatie aan, dan zal zijn positie als niet-gebruiker alleen maar versterkt worden.

Het inzetten op reizigersgroei heeft daarom in dit stadium een averechts effect, omdat de huidige openbaar-vervoer-reizigers nog ontevreden zijn. Niet-openbaar-vervoer-reizigers zijn niet of minder bekend zijn met het openbaar vervoer en hebben daardoor meer informatie nodig. Daarom is in dit onderzoek gekozen om de volgende strategie te hanteren: keuzereizigers hebben eveneens de behoefte aan betrouwbare reisinformatie. Door in te zetten op reizigersgroei vanuit de keuzereiziger kan al een aanzienlijke groep worden bereikt. Als de reisinformatie betrouwbaar is, zal worden voldaan aan een heel belangrijke randvoorwaarde, die tot gevolg heeft dat meer keuzereizigers gebruik zullen gaan maken van het openbaar vervoer. Vervolgens ontstaat een norm, mensen zullen de informatievoorzieningen van het openbaar vervoer beter beoordelen en dit ook uitspreken. Als deze norm werkelijkheid wordt, dan is in het model zichtbaar dat aan een belangrijke randvoorwaarden voor attitude verandering is voldaan. De sociale norm ten aanzien van het openbaar vervoer zal veranderen en daarmee zal de kans toenemen op een positieve attitude ten opzichte van het openbaar vervoer. Samengevat kan gesteld worden dat de volgende strategie zal moet worden gehandhaafd:

1. Inzetten op een beter reisinformatiesysteem waardoor de tevredenheid van de huidige openbaar-vervoer-reizigers toeneemt en keuze reizigers mogelijk meer gebruik gaan maken van het openbaar vervoer.
2. Hierdoor ontstaat een positievere attitude ten opzichte van het openbaar vervoer en wordt de sociale norm bijgesteld in positieve zin.
3. De autogebruiker dan wel de negatieve keuzereiziger krijgt minder argumenten om het openbaar vervoer te mijden en hij krijgt bovendien te maken met positieve berichten waardoor een positief effect wordt versterkt.
4. De sociale norm wordt positiever ten opzichte van het openbaar vervoer, hierdoor ontstaan er minder argumenten tegen het openbaar vervoer.
5. Deze aspecten beïnvloeden de attitude om te willen reizen met het openbaar vervoer.
6. De autogebruiker zal het openbaar vervoer proberen en krijgt positieve impulsen en wordt bevestigd in een positief beeld.
7. De autogebruiker probeert het nogmaals en gaat zijn attitude heroverwegen en staat open voor andere argumenten.

Het is dus belangrijk dat de huidige reizigers het reisinformatiesysteem positief gaan waarderen. Dit om de tevredenheid te vergroten, om negatieve publiciteit te voorkomen (waardoor er een negatieve attitude ontstaat bij andere reizigers) en om te voorkomen dat de huidige reizigers er voor kiezen zich op een andere manier te verplaatsen. Omdat het beleid voor reisinformatie in zijn geheel nog ontbreekt, is voor dit onderzoek gekozen om eerst in te zetten op de tevredenheid van de huidige openbaar-vervoer-reizigers en niet op het inzetten van nieuwe reizigers vanuit de niet-openbaar-vervoer-reizigers. Vergelijk het met een winkelier: een winkelier zal eerst zijn winkel optimaliseren en dan reclame maken voor zijn zaak. Door het tevreden houden van de huidige reizigers kan worden voorkomen dat reizigers overstappen van het openbaar vervoer op een ander vervoermiddel. De reizigersaantallen kunnen dan wellicht gelijk blijven, maar dit betekent echter niet dat er geen effect is op getreden. Wanneer het huidige reisinformatiesysteem op orde is, kan worden ingezet op de niet-openbaar-vervoer-reizigers.

Voortkomend uit de aanleiding is de hoofdonderzoeksvraag geformuleerd:

Welk beleid moet de provincie Fryslân voeren om aan de reizigersbehoefte naar reisinformatie te voldoen?

Voor het beantwoorden van de hoofdvraag is het belangrijk te kijken naar de reisinformatiesystemen die momenteel in Nederland en Fryslân worden gebruikt. Daarom zijn de volgende twee deelvragen geformuleerd:

1. Welke reisinformatie voorzieningen zijn er in Nederland en wie is daar verantwoordelijk voor?
2. Welke reisinformatie voorzieningen zijn er in Fryslân en wat ontbreekt daar nog aan?

Naast een inzicht in de momenteel gebruikte reisinformatievoorzieningen, is het belangrijk om erachter te komen wat de ervaringen zijn met deze reisinformatievoorzieningen. Daarbij is het ook van belang om erachter te komen op welke wijze de reizigers aan informatie komen. Hieruit voortkomend zijn de volgende twee deelvragen geformuleerd:

3. Wat zijn de ervaringen met bestaande reisinformatievoorzieningen in Nederland?
4. Op welke manier komen reizigers aan reisinformatie?

Beleid wordt vaak geschreven voor de langere termijn. Het is daarom ook van belang om te kijken naar de toekomstmogelijkheden en ontwikkelingen die de komende jaren een beïnvloedende factor zullen hebben:

5. Wat zijn de toekomstige mogelijkheden van reisinformatie?

Zoals eerder in de aanleiding omschreven is, wordt voor dit onderzoek ingezet op de tevredenheid van de openbaar-vervoer-reizigers. Hierbij moet worden voldaan aan de behoeften van reizigers. Deze behoeften kunnen worden bepaald vanuit gedragsaspecten van mensen:

6. Wat zijn belangrijke gedragsaspecten van mensen in relatie tot reisinformatie?

Voor het zo nauwkeurig mogelijk beantwoorden van deze vragen zal een splitsing worden gemaakt in reizigers door middel van doelgroepen. Door vanuit doelgroepen te werken, wordt beter aangesloten bij de wensen van reizigers. Een te generieke beleidsmaatregel kan een te gering effect hebben. Er wordt dan een algemene boodschap of maatregel de wereld ingestuurd in die alleen een kleine groep raakt. Door te zoeken naar meer nuance binnen een groep, zal dit mogelijk leiden tot een effectiever beleid. De doelgroepen zullen in hoofdstuk 4 (paragraaf 4.3) nader worden toegelicht.



Verouderde reisinformatie

2.1 SCOPE ONDERZOEK

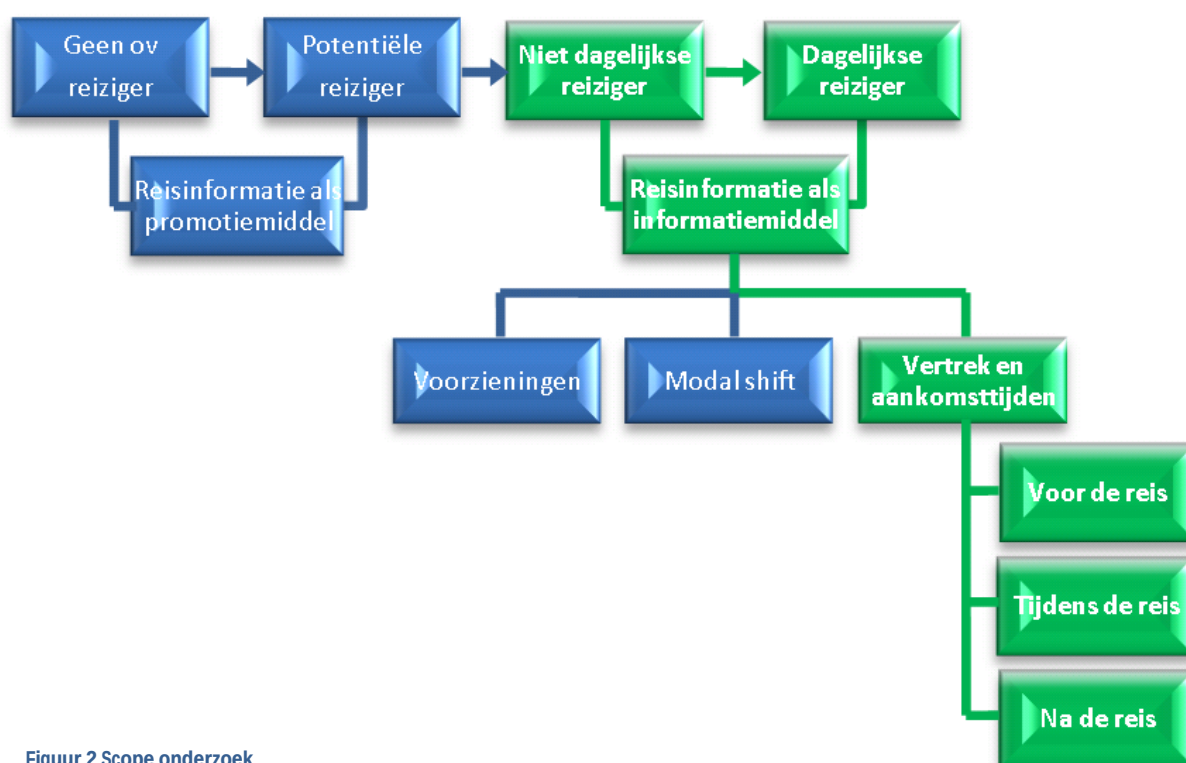
Zoals uitgebreid beschreven is in de aanleiding, kan reisinformatie als twee doelen dienen, namelijk als promotiemiddel en als informatiemiddel. Wanneer reisinformatie wordt ingezet als promotiemiddel, is het doel nieuwe openbaar-vervoer-reizigers door middel van reisinformatie te werven. Zoals eerder beschreven, is het inzetten op reisinformatie als promotiemiddel in dit stadium nog niet aan de orde, en valt hierdoor ook buiten de scope van het onderzoek. Er moet eerst worden ingezet op de tevredenheid van de informatievoorzieningen, dus op reisinformatie als informatiemiddel.

Reizigers hebben bij reisinformatie behoefte aan verschillende informatieaspecten. Zo valt te denken aan vertrek- en aankomsttijden, faciliteiten op stations, informatie over de prijs, voor- en natransport, carpoolmogelijkheden, en dergelijke. Uit ander onderzoek blijkt dat vertrek- en aankomsttijden het belangrijkste aspect vormt voor reizigers (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011). Omdat het beleid op dit moment nog op alle vlakken ontbreekt, is er voor gekozen in te zetten op een goede basis voor het reisinformatiebeleid. Die is gericht op het belangrijkste aspect, de vertrek- en aankomsttijden. Een belangrijke verdeling die kan worden gemaakt in de vertrek- en aankomsttijden is de informatie voor, tijdens en na de reis. Al deze momenten van de reis zullen deel uitmaken van dit onderzoek. Met name vanuit de gedragswetenschappen benaderd, vormen subjectieve en objectieve belevingen in de reistijd belangrijke aspecten. De hierboven beschreven onderdelen zijn in figuur 2 in een model weergegeven. De in het groen afgebeelde onderdelen vallen binnen de scope van dit onderzoek. De blauwe vlakken vallen buiten de scope van dit onderzoek.

Andere aspecten van reisinformatie dan hierboven beschreven vallen buiten de scope van dit onderzoek. Een aantal aspecten zal desondanks wel kort aan de orde komen. Dit omdat de onderdelen op sommige vlakken nauw met elkaar verbonden zijn, echter de hoofdlijn van het onderzoek is gericht op reisinformatie als informatiemiddel met betrekking tot vertrek- en aankomsttijden op alle momenten van de reis.

Om een goede basis te vormen voor dit beleid, zijn er een aantal aspecten van belang. Een aantal van deze aspecten zijn hier beschreven:

- De informatiebehoefte van de verschillende doelgroepen
- De ervaringen van reisinformatie
- De wijze waarop de informatie moet worden gebracht
- Problemen bij concessiewisselingen en grensoverschrijdende lijnen
- Behoeft en mogelijkheden in landelijk gebied
- Verschillende concessies binnen de provincie
- Rol van de provincie bij reisinformatie



Figuur 2 Scope onderzoek

Zoals ook uit het model blijkt in figuur 2 wordt de doelgroep “niet-OV-reiziger” en “potentiële reiziger” buiten beschouwing gelaten. In het model is duidelijk zichtbaar dat de doelgroep “niet-OV-reiziger” geprikkeld kan worden om wel gebruik te maken van het openbaar vervoer. Wanneer een “niet-OV-reiziger” geprikkeld wordt om het openbaar vervoer te gaan gebruiken, wordt hij een potentiële reiziger. Zoals eerder in de aanleiding is beschreven, dienen de ervaringen positief te zijn wanneer een potentiële reiziger besluit het openbaar vervoer te gaan gebruiken. Indien de ervaringen negatief zijn, zal een reiziger nimmer meer een positieve attitude ontwikkelen voor het openbaar vervoer. Omdat de huidige reisinformatievoorzieningen laag worden gewaardeerd, bestaat hier een groot risico.

3.0 ONDERZOEKSMETHODE

Een quick scan op internet levert op dat de provincie achterloopt op het gebied van reisinformatie beleid. Vrijwel alle andere overheden hebben beleid ontwikkeld en ten uitvoer gebracht. Bij de provincie zijn diverse gegevens beschikbaar over de reizigers die gebruik maken van het openbaar vervoer in de provincie. Ook zijn er twee reizigersbelangengroepen die namens diverse doelgroepen informatie kunnen leveren. Om te voorkomen dat door dit onderzoek het wiel opnieuw wordt uitgevonden zal gebruik gemaakt worden van een literatuur onderzoek in combinatie met dertien diepte-interviews. Om de gedragsaspecten van reizigers te kunnen onderzoeken zal gedragswetenschappelijke literatuur worden bestudeerd.

Voor de literatuurstudie zal gebruik worden gemaakt van gedragswetenschappelijke literatuur en van vakgerichte literatuur. Voor de gedragswetenschappelijke literatuur zal worden gezocht naar literatuur over de behoefte van mensen en over keuzegedrag. Vakgerichte literatuur zal bestaan uit literatuur over (dynamische) reisinformatie en relevante openbaar vervoer literatuur.

Tabel 1 toont de partijen die zijn gevraagd voor een diepte-interview.

Organisatie	Core business
Provincie Overijssel	Opdrachtgever OV
Provincie Brabant	Opdrachtgever en opbrengstverantwoordelijk OV
Provincie Limburg	Opdrachtgever en opbrengstverantwoordelijk OV
Provincie Zuid Holland	Opdrachtgever OV
OV Bureau Groningen Drenthe	Opdrachtgever en opbrengstverantwoordelijk OV
GOVI	Overheid
KpVV	Adviesorganisatie
9292	Reisinformatiegroep
Arriva	Trein- bus vervoerder
Qbuzz	Bus vervoerder
NS	Trein vervoerder
Rover	Reizigersbelangengroep
Rocov	Reizigersbelangengroep

Tabel 1 Geselecteerde partijen voor een diepte-interview

Om een breed scala aan informatie te kunnen verzamelen, is er voor gekozen om informatie te winnen bij diverse opdrachtgevers van het openbaar vervoer. Een groot verschil in opdrachtgevers is het wel of niet opbrengstverantwoordelijk zijn. Bij opbrengstverantwoordelijkheid draagt de opdrachtgever de zorg over alle inkomsten en uitgaven. In de provincie Fryslân ligt de opbrengstverantwoordelijkheid bij de vervoerders. Het financiële aspect is niet per definitie bepalend voor de uitkomst van dit onderzoek. Er wordt voornamelijk gekeken naar het belang van de reiziger. Er is daarom gekozen om van beide typen opdrachtgevers informatie in te winnen, omdat het voor een reiziger geen verschil maakt of de opdrachtgever wel of niet opbrengstverantwoordelijk is.

In Nederland zijn er twee belangrijke instanties die een specifieke rol spelen in de wereld van reisinformatie in het openbaar vervoer, GOVI en 9292. Bij het maken van beleid is het Kennisplatform Verkeer en Vervoer (KpVV) een belangrijke instantie. Het KpVV is een organisatie die beleidsadviezen aan overheden kan geven. Ook op het gebied van reisinformatie is het KpVV actief. Deze partijen zijn dan ook geselecteerd voor een interview.

Daarnaast is het belangrijk de informatie en kennis van de vervoerders te gebruiken. Daarom is ervoor gekozen drie vervoerders van zowel trein- als busvervoer te vragen om hun medewerking te verlenen voor interviews, namelijk Arriva, Qbuzz en de NS. Alle drie deze partijen rijden bussen en/of treinen in de provincie.

Zoals gezegd, wordt in dit onderzoek onderscheid gemaakt tussen verschillende doelgroepen. Het is daarom noodzakelijk de ervaringen en het handelingsvermogen van diverse groepen te weten. Hiervoor kunnen afzonderlijke interviews worden afgenomen met afgevaardigden uit diverse groepen, echter deze methode zal veel tijd vergen. In Nederland zijn meerdere reizigersbelangengroepen, met leden met diverse achtergronden, die gebruik maken van het openbaar vervoer. Omdat deze groepen informatie kunnen leveren over vrijwel alle doelgroepen is ervoor gekozen deze partijen hun medewerking te vragen voor een interview. Deze belangengroepen worden gedeeltelijk gefinancierd vanuit de overheden. De grootste landelijke belangengroep is Rover, daarnaast is er een regionale belangengroep voor Fryslân, het Rocov Fryslân.

De literatuurstudie in combinatie met de interviews vormt de inventarisatie. Vanuit de inventarisatie zal met doelgroepinformatie een theoretisch kader worden opgesteld. Het theoretisch kader wordt door middel van een enquête of interview getoetst. Wanneer uit de toetsing blijkt dat er een onjuist theoretisch kader is opgesteld, kan er voor gekozen worden het theoretisch kader bij te stellen. Vanuit het theoretisch kader worden aanbevelingen opgesteld. Deze aanbevelingen vormen de basis voor het beleid van reisinformatie in Fryslân.



Dynamische reisinformatie op Den Haag Centraal, HTM.

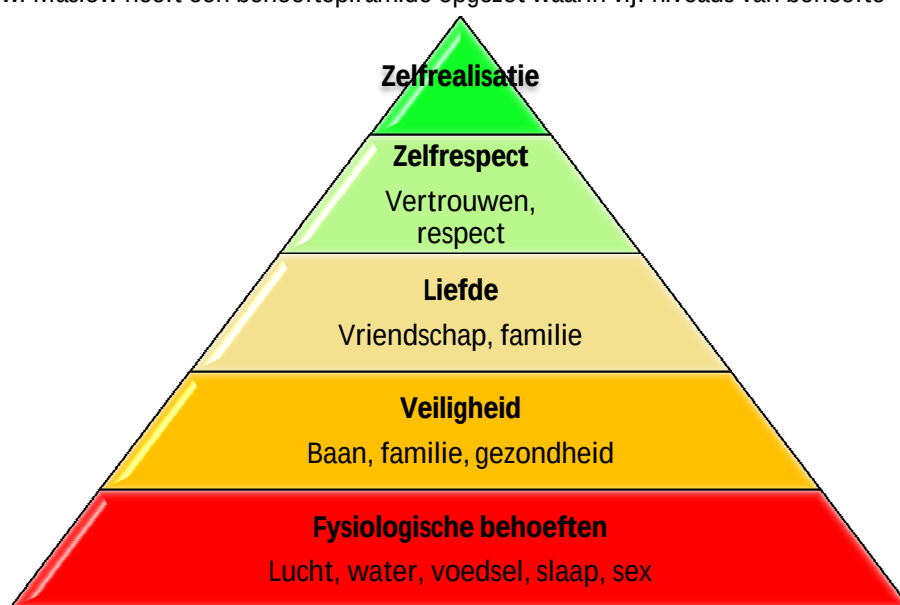
4.0 DE GEDRAGSASPECTEN VAN REIZIGERS

Beleid wordt in Nederland vaak ingericht vanuit economische en bestuurskundige aspecten. Hierbij wordt verondersteld dat men een bepaalde keuze maakt gebaseerd op het rationele keuzemodel. Bij het rationele keuzemodel wordt er vanuit gegaan dat mensen hun keuzes baseren op rationeel denken. Bij rationeel denken wordt een afweging gemaakt tussen een aantal keuzemogelijkheden. De uiteindelijke keuze is gebaseerd op een rationele, logische afweging van de verschillende opties, waarbij mensen vaak kijken naar het maximaal haalbare. Mensen kiezen dus voor zichzelf de gunstigste optie is. Uit diverse onderzoeken blijkt dat er maar zelden wordt voldaan aan de voorwaarden voor het rationele keuzemodel. Voor dit onderzoek zal daarom vanuit de psychologie van de mens worden gekeken. In dit hoofdstuk volgen belangrijke aspecten vanuit de gedragswetenschappelijke visie met betrekking tot het openbaar vervoer en reisinformatie.

4.1 WAT IS HET BELANG VAN REISINFORMATIE?

Om de vraag te beantwoorden hoe belangrijk reisinformatie eigenlijk is voor de reiziger duiken we dieper in de theorie van de hiërarchie van behoeften. Eén van de meest bekende theorieën is afkomstig van de gedragswetenschapper Maslow. Maslow heeft een behoeftepiramide opgezet waarin vijf niveaus van behoefte van de mens zijn weergegeven (figuur 3).

Aan het fundament van de piramide staan de fysiologische behoeften. Aan deze behoeften moet worden voldaan, alvorens men zich kan focussen op de hogere behoeften. Een persoon kan zich alleen op hogere behoeften focussen, wanneer de lagere behoeften zijn bevredigd en deze geen aandacht en energie vergen (Gray, 2007).

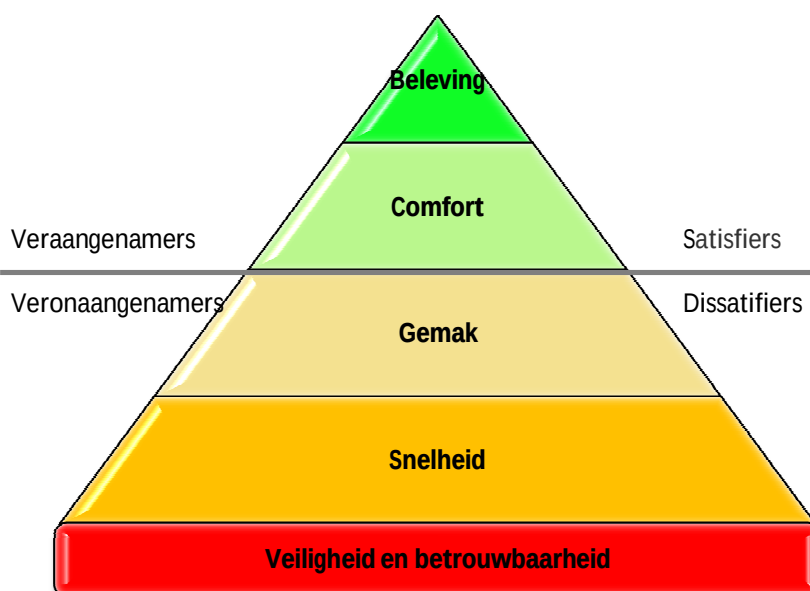


Figuur 3 Behoeftepiramide van Maslow

De piramide van Maslow lijkt dan nog ver van reisinformatie in het openbaar vervoer te staan, er zijn wel degelijk koppelingen. Een dergelijke behoeftepiramide is ook voor een openbaar-vervoer-reiziger op te zetten, ook een reiziger heeft behoeftes in het openbaar vervoer. De NS hanteert de zogenaamde 'klantwensenpiramide' (Hagen van, 2009). Deze is gebaseerd op de hiërarchie van behoeften van Maslow. De piramide geeft kwaliteitsaspecten die reizigers belangrijk vinden tijdens hun reis als geheel. In de klantwensenpiramide van de NS zijn vijf lagen van kwaliteit te onderscheiden, zie figuur 4.

In de klantwenspiramide van de NS is tussen de derde en vierde behoefte-tree een lijn aangebracht. De aspecten onder de lijn met satisfiers / dissatisfiers worden gezien als basisvoorwaarden. De aspecten boven deze lijn geven een meerwaarde aan de reis met de trein.

Het fundament van de piramide bestaat uit veiligheid en betrouwbaarheid. Beide aspecten moeten gewaarborgd zijn om überhaupt reizigers te trekken. Vanuit veiligheid is de meest belangrijke component sociale veiligheid. Betrouwbaarheid heeft te maken met het vertrouwen dat er wordt gereden en dat er op tijd wordt gereden. In de onderste helft van de piramide, boven het fundament, staan de aspecten die als vanzelfsprekend worden ervaren. Het is de basiskwaliteit: het openbaar vervoer hoort zich aan de



Figuur 4 Klantwenspiramide NS (Hagen van, 2009)

dienstregeling te houden; er mogen geen hindernissen zijn om een vervoerbewijs te kopen en het ov-systeem moet eenvoudig te begrijpen zijn. Deze reisenmerken zijn samen te vatten als gemak. Als ze niet goed geregeld zijn, lopen klanten weg. “Dissatisfier” aspecten zijn frequentie, informatie bij vertraging, prijs, reissnelheid en stiptheid. In de bovenste helft van de piramide komen aan bod de aspecten comfort (geluid, rijstijl, klantvriendelijkheid, netheid en voldoende zitplaatsen) en beleving (design, ontwerp, imago, speciale kaartjes voor doelgroepen). Dit zijn zogeheten satisfiers: zaken die een klant tevreden stelt. Hiermee zijn nieuwe klanten te winnen (Kennisplatform Verkeer en Vervoer).

Nu een bekende behoeftepiramide is toegespitst op het openbaar vervoer, is het relevant om te weten in welk niveau van behoefte reisinformatie valt. Allereerst dient de reisinformatie betrouwbaar te zijn, het fundament van de piramide. Onder betrouwbaar wordt namelijk ook verstaan het rijden volgens de dienstregeling. De vervoerder gaat met het uitbrengen van een dienstregeling een afspraak aan met de klant. De vervoerder belooft op tijdstip en locatie X naar een locatie Y te rijden en daar op tijdstip Y aan te komen. Lukt het de vervoerder niet om zich te houden aan de afspraak, dan dient hij de reiziger hierover te informeren. Reis informatie valt niet alleen onder betrouwbaarheid, de informatie dient voor elke doelgroep begrijpelijk te zijn, de behoefte aan gemak. Kortom reis informatie valt onder de basisbehoefte van reizigers en vormt dan ook een belangrijk onderdeel voor het openbaar vervoer. Bij het maken van een keuze in vervoersmodaliteit speelt reis informatie eveneens een belangrijke rol. Dit heeft te maken met het ambiguity-effect. Mensen zijn in hun keuzes beïnvloedbaar door de aanwezige informatie. De optie waardoor de meeste en duidelijkste informatie beschikbaar is, is aantrekkelijker (Ellsberg, 1961). Wanneer de reis informatie voor het openbaar vervoer onduidelijk en onvolledig is terwijl de reis informatie per auto wel duidelijk en volledig is, zullen mensen sneller besluiten te reizen met de auto (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011).

Het belang van reis informatie is groot, in grotere mate wanneer er wijzigingen optreden ten opzichte van de dienstregeling. Vertragingen in het openbaar vervoer worden door reizigers al vervelend ervaren. Vertragingen zorgen voor noodgedwongen ongevraagde wijzigingen in een vaak strakke planning. Omdat mensen bij het reizen met het openbaar vervoer afhankelijk zijn van derden, en zelf niet het probleem veroorzaken, zal er altijd veel geklaagd blijven worden op het openbaar vervoer. Want mensen klagen liever over een ander dan over henzelf (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2009). Hoe meer treinen of bussen volgens dienstregeling gaan rijden, hoe hoger het verwachtingspatroon zal worden van reizigers. Dit is ook een verklaring dat de punctualiteit van de treinen van NS in 2011 een recordhoogte haalde terwijl de klanttevredenheid gedaald was.

Het belang van reisinformatie is bekend, alleen op wat voor wijze dient het reisinformatiesysteem dan begrijpelijk en betrouwbaar te functioneren? Daarvoor is het belangrijk verder te kijken naar de psychologie van de mens.

4.2 GEDRAGSASPECTEN

Ieder mens is uniek, met deze uitspraak lijkt het onmogelijk om een gezamenlijk product op te zetten waar ieder mens mee is gebaat. Ondanks dat ieder mens uniek is, zijn er een aantal overeenkomsten. Hier volgen een paar belangrijke aspecten:

KEUZEMOGELIJKHEDEN

Doordat ieder mens uniek is, lijkt het logisch om zoveel mogelijk keuzes aan te bieden zodat er altijd wel een passend iets kan worden gevonden. Toch is dit niet verstandig: door teveel keuzemogelijkheden aan te bieden wordt de kans op keuzestress vergroot, ook wel information overload genoemd. Bij meer dan zes alternatieven slaat de tevredenheid bij mensen om in ontevredenheid omdat de keuzes dan niet meer met elkaar te vergelijken zijn (Iyengar & Lepper, 2000). Mensen willen voor een keuze niet teveel moeite doen, mentaal gemak. Het vereist immers wilskracht en discipline om keuzes te maken. Dit betekent dat het niet effectief is om (potentiële) reizigers met een woud aan mogelijkheden te confronteren. Het is efficiënter om beperkte en gecodeerde informatie aan te bieden, die dan ook is toegespitst op de reiziger (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011).

Wanneer mensen in een delicatessenwinkel 24 soorten jam kunnen proeven, wordt er nauwelijks iets verkocht van die jam. Wanneer dit aantal wordt teruggebracht tot zes soorten jams neemt 30% een pot mee naar huis. (Iyengar & Lepper, 2000).

ZEKERHEID

Mensen willen graag zekerheid hebben, we kiezen in het dagelijks leven het zekere voor het onzekere. Wanneer wij altijd dezelfde trein naar ons werk nemen en deze trein altijd op tijd is, geeft dat zekerheid. Als door een stremming een alternatief reisadvies gegeven wordt, of de trein niet op het geplande tijdstip vertrekt, veroorzaakt dit onzekerheid. Deze onzekerheid wordt altijd vergroot wanneer er van het vertrouwde wordt afgeweken. Ook voor wachten bij een halte is zekerheid een belangrijke behoefte. De reiziger krijgt door realtime informatie een gevoel van beheersing en zal hierdoor ook meer zekerheid voelen. Zekerheid vormt in het openbaar vervoer een belangrijke factor (Hagen van, 2009). Openbaar-vervoer-reizigers zijn afhankelijk van een ander (de vervoerder) en verliezen daarmee een stuk zekerheid omdat men niet alles meer zelf in de hand heeft. Informatievoorziening bij vertraging (actuele reisinformatie) behoort tot de basisbehoefte van de reisinformatie.

De mate waarin mensen met zekerheid kunnen omgaan heeft te maken met het need for closure aspect. (Webster & Kruglanski, 1994) Wanneer een sterke behoefte aan zekerheid zal men sneller tot een oordeel komen, dan wanneer men minder behoefte heeft aan een definitief antwoord. Wanneer een reiziger bij een bushalte zonder actuele informatie staat te wachten en een belangrijke afspraak heeft, zal hij sneller oordelen en iets beslissen dan wanneer er actuele informatie aanwezig is als hij of geen belangrijke afspraak heeft. Bij woon- werk verkeer is de onzekerheid over vertrek-, aankomst- en wachttijd het grootst (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2007) (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011).

Theoretisch gezien duurt elke minuut even lang, toch ervaren mensen dat vaak anders. De “lengtes” van een minuut tijdens een reis met het openbaar vervoer verschillen nogal. Een minuut wachten duurt voor ons gevoel veel langer dan een minuut in een rijdend voertuig, tot soms wel drie keer zo lang. Met deze wetenschap wordt duidelijk dat het verkorten van de wachttijd aanzienlijk veel effect kan hebben op de beleving van de reistijd

van de reiziger. Uit een onderzoek naar het functioneren van DRIS-panelen in de provincie Utrecht onder 850 openbaar-vervoer-reizigers bleek dat 49% van de reizigers het gevoel had korter te wachten sinds er actuele informatie aanwezig is. Slechts 7% dacht langer te wachten. Ook het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid geeft in een rapportage over actuele reisinformatie aan dat uit diverse praktijkstudies blijkt dat reizigers de wachttijd korter ervaren met actuele reisinformatie (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2009). Vanuit de psychologie valt dit te verklaren doordat actuele reisinformatie zekerheid geeft waardoor aan één van de basisaspecten wordt voldaan.

Uit de bovenstaande alinea blijkt dat mensen de tijd dat ze wachten langer ervaren dan de werkelijke tijd. De subjectieve wachttijd wisselt, van één tot drie keer zo lang. Dit heeft naar alle waarschijnlijkheid te maken met arousal bij mensen in bepaalde gebieden. In een stationsomgeving waar men op een aangename en comfortabele locatie kan verblijven, waar bovendien voorzieningen zijn en er genoeg in de omgeving gebeurt (zoals voorbijlopende mensen) ervaren wij dit als aangenaam. Wanneer men moet wachten bij een bushalte in een open en verlaten gebied waar geen beschutte wachtruimte is, wordt dit anders ervaren. Als op deze laatst genoemde locatie de bus op zich laat wachten en er (zoals vaak in deze gebieden) een uurdienstregeling geldt, zal dit een verhoogd onzekerheidsgevoel geven. Er kan gesteld worden dat naarmate de omgeving bij de halte rustig en oncomfortabel is, en waar de frequentie van het aantal bussen bovendien laag is, de informatiebehoefte stijgt. Vanuit dit oogpunt zou investeren in actuele reisinformatie en een aangename wachtruimte op plattelandslocaties juist zinvol zijn, echter vanuit financieel oogpunt een onlogische methode. De investeringskosten zullen aanzienlijk hoger zijn en er worden weinig mensen mee bereikt.

Bij het aspect zekerheid speelt de kwaliteit van de reisinformatie een belangrijke rol. Het huidige reisinformatiesysteem is erg complex door de vele verschillende instanties die een rol spelen. Om de kwaliteit van reisinformatie te waarborgen, is het belangrijk “de ketting” zo kort mogelijk te houden. Hoe meer schakels de ketting kent, des te hoger de kans op uitval en kwaliteitsverlies van de informatie. De sterkte van de ketting hangt ten slotte af van de zwakste schakel in de ketting. Hoe meer de verantwoordelijkheid verdeeld is, hoe groter de kans op onduidelijkheden en fouten (Tiemeijer, Thomas, & Prast, De menselijke beslisser, over de psychologie van keuze en gedrag, 2009).

GEMAK

Mensen worden vaak geleid vanuit gemak, hierbij speelt mentaal en fysiek gemak een rol. Omdat fysiek gemak weinig tot geen verband heeft met reisinformatie wordt hier alleen ingegaan op mentaal gemak. Voor mentaal gemak geldt dat de reiziger de benodigde informatie op een presenteerblaadje aangereikt wil krijgen. Dat betekent dus up-to-date reisinformatie, eenvoudig te doorgronden reisschema's en inzicht in de wachttijd, zowel bij haltes als in de bus. De informatie die veel luchtvaartmaatschappijen tijdens vlieguren aanbieden, is hiervan een voorbeeld (huidige tijd, resterende reistijd en kaartje met de plaats waar men zich op de route bevindt). Een andere belangrijke gemaksfactor is het (spoorboekloos) af- en aanrijden van bussen. Reizigers hoeven de dienstregeling niet meer op te zoeken, aangezien er toch elke tien minuten een bus vertrekt (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011).

EENDUIDIGHEID EN EENVOUD

Mensen zoeken altijd naar herkenningpunten, herkenningpunten vormen ook een stuk zekerheid. Om te voldoen aan deze behoefte van zekerheid en gemak is eenduidigheid belangrijk. (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011) Bovendien zorgt een eenduidig systeem voor de begrijpelijkheid van informatie voor reiziger. In de luchtvaart wordt veel gebruik gemaakt van pictogrammen die wereldwijd gelijk zijn, hierdoor ontstaan herkenningpunten. Daarnaast bleek tijdens een OV-chipkaartproject van het OV-bureau Groningen Drenthe dat 25% van de mensen functioneel analfabeet is. Dit betekent dat mensen wel kunnen lezen, maar niet begrijpen wat er wordt bedoeld. Om informatie over te brengen, dient de informatie dus eenduidig en eenvoudig te zijn. Vrouwen zijn bovendien visueel ingesteld dan mannen, vrouwen letten sterker op pictogrammen en herkenningpunten (Stoker & Namba, 2012).

Reizigers zijn gebaat bij eenduidigheid van informatie. Er zijn door verschillende vervoerders en opdrachtgevers veel verschillen in vormgeving en kleur. Deze verschillende kleuren en vormgevingen veroorzaken mogelijk verwarring bij de openbaar-vervoer-reiziger. Verwarring kan zich omzetten in negatieve ervaringen en uiteindelijk tot een afkeer van het openbaar vervoer gebruik. Eenduidigheid vormt een belangrijk aspect wat breder gezien kan worden dan alleen bij reisinformatie. Denk aan de verschillen in bussen, haltevertrekstaten, folders en dergelijke. In het buitenland, maar ook in Nederland zijn er inmiddels projecten uitgevoerd waarbij eenduidigheid een belangrijke rol heeft gespeeld.

BESTAANDE BOVEN HET NIEUWE

Mensen hebben de neiging om vast te houden aan de huidige situatie. Deze situatie is vertrouwd en de voor- en nadelen zijn bekend (Kahneman, 1991). Omdat mensen van nature enigszins wantrouwend zijn, kiest men liever het bestaande boven het nieuwe. Bij het invoeren van iets nieuws is het belangrijk in te zetten op de verbeteringen. Heel belangrijk is dat men niet teleurgesteld wordt in het nieuwe. Negatieve ervaringen kan men breed uitmeten in de media waardoor negatieve berichten verschijnen (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011).

Londen

Het busvervoer in Londen wordt verzorgd door tientallen busondernemingen. Hier ontstond veel verwarring bij reizigers. Inmiddels is hier iets mee gedaan en zijn alle bussen in Londen nu rood van kleur en zijn er eenvoudige "metrokaarten" gemaakt die over de hele stad gelijk zijn.

R-Net

In Nederland is door OV-bureau Randstad, R-net opgezet. R-net is een hoogwaardige OV verbinding in de regio Amsterdam. R-net is overkoepeling van meerdere concessies en vervoerders waarbij eenheid centraal staat.

Het bus- en trammaterieel draagt een rode basis, met donkergrijze patronen. In het donkergrijze deel staan grijze lijnen en lichtgrijze stippen die gebaseerd is op de netwerkkaart. Het metromaterieel heeft een donkergrijze basis, met rode deuren. Ook hier staan, in het donkergrijze deel, grijze lijnen en lichtgrijze stippen die gebaseerd zijn op de netwerkkaart. Op al het materieel staat alleen op de zijkant de naam van de vervoerder aangegeven, door middel van de zin "Reizen met de zekerheid van R-Net door vervoerder...." en op de voorste deur. Maar niet alleen het materieel wordt in een huisstijl gestoken, ook alle bushokjes/wachtruimtes, DRIS-panelen en netwerkkaarten krijgen dezelfde huisstijl gelijk aan dat van het materieel (Klerk, 2012) / (Wikipedia, 2012).

Er is een verschil tussen gepland en automatisch gedrag. Bij gepland gedrag wegen mensen voor- en nadelen af. Het meeste gedrag is niet gepland. Meer dan 95% van ons gedrag is gewoonte. We nemen beslissingen zonder erover na te denken omdat we die dingen altijd al doen. Denk aan de manier om van huis naar het werk te gaan: we pakken altijd de auto, dus vandaag ook. Keuzes zonder dat wij er echt over nadenken. Dit wordt veroorzaakt door het default bias effect. Mensen hebben de neiging om te blijven bij of te kiezen voor de standaard optie. Deze standaard is erg sturend voor het gedrag (Thaler & Sunstein, 2008).

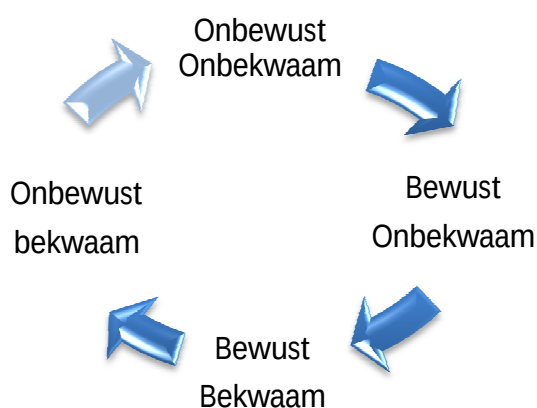
Gewoontegedrag is het moeilijkste soort gedrag om te veranderen. Hiervoor is het nodig om mensen bewust te maken van het gedrag. Het stadium van gedragsverandering waarin iemand zich bevindt, bepaalt de ontvankelijkheid voor impulsen en informatie. Iemand die al jaren de auto naar het werk neemt en nooit over het openbaar vervoer heeft nagedacht, zal anders reageren dan iemand die zich ergert aan de dagelijkse file en steeds een bus voorbij ziet rijden over de busbaan. Nieuwe ervaringen opdoen leidt vaker toe een nieuwe houding of nieuw gedrag (Metz, 2010) (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011).

Om gedrag te veranderen zijn een aantal aspecten van belang:

1. een goed alternatief aanbieden;
2. informeren over het alternatief;
3. kennis laten maken met alternatief;
4. motiveren om alternatief te gebruiken.

De omschreven vier stappen vormen essentiële randvoorwaarden om in te zetten op gedragsverandering. Hieruit blijkt ook dat het bieden van informatie slechts een klein onderdeel van de randvoorwaarde vormt om niet-openbaar-vervoer-reizigers wel in het openbaar vervoer te krijgen. Wel kan informatie hier een belangrijke rol in spelen. Om keuzereizigers uit de auto te krijgen is een randvoorwaarde dat de informatie voldoet aan de gedragsaspecten, zoals eenduidigheid. Daarnaast kan alleen het informeren van mensen die een laatste zetje nodig hebben voldoende zijn. Kortom, met alleen reisinformatie is het heel lastig een noemenswaardig aantal meer reizigers in het openbaar vervoer te krijgen. Reisinformatie kan een belangrijk onderdeel vormen om gedragsverandering te promoten (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011).

Gewoontegedrag is dus niet zomaar te veranderen, hier is gerichte persoonlijke informatie voor nodig. Daarom zal bijvoorbeeld een gezamenlijke (landelijke) campagne een groot bereik hebben, echter het resultaat zal laag zijn. Om een hoog resultaat te halen zal ingezet moeten worden op gerichte communicatie toegespitst op de persoon. Individuele informatie heeft dan wel een laag bereik, het resultaat is hoger. Figuur 5 toont schematisch hoe de Nederlandse politie inzet op gedragsverandering van gewoontegedrag. Dit schema is ook toepasbaar voor gedragsverandering van reizigers, het geeft namelijk een beeld van het veranderen van gewoontegedrag. Een reiziger die dagelijks reist tussen Den Haag en Amsterdam en met de auto reist, doet dit vanuit gewoontegedrag. Stel dat de reistijd met de auto normaal gesproken 43 minuten is en hij in 80% van de gevallen 8 minuten vertraging heeft door congestie. Door te handelen vanuit gewoontegedrag worden keuzes niet afgewogen maar wordt er gehandeld vanuit automatisme, dus *onbewust onbekwaam* gedrag. Om de reiziger bewust van gedrag te laten veranderen is het van belang mensen bewust te maken van het huidige gedrag en de verbeteringen die er mogelijk zijn. Dit kan worden gedaan door aan te tonen dat de gemiddelde reistijd met het



Figuur 5 Gedragsverandering (Berkhout, 2011)

openbaar vervoer in 94% van de gevallen 45 minuten is. Op het moment dat hij bewust is van de mogelijkheid met het openbaar vervoer kan hij het gedrag gaan aanpassen. De reiziger is op dat moment *bewust onbekwaam*. Het aanpassen van het gedrag zal hij alleen doen op het moment dat hij bewust is van het gedrag en ook de voordelen van gedragsverandering inziet. Dit kan met promotiemiddelen zoals een kaartje tegen een lage prijs aanbieden extra gestimuleerd worden. In dit voorbeeld zal dit betekenen dat iemand het openbaar vervoer zal gaan gebruiken indien dit sneller of goedkoper is dan met de auto. Op dat moment is hij bewust bezig met bekwaam gedrag, *bewust bekwaam*. Indien het reizen met het openbaar vervoer goed verloopt, is de kans groot dat hij met het openbaar vervoer blijft reizen. In dat geval ontstaat er een nieuw gewoontegedrag. Vervolgens is het van belang er voor te zorgen dat het *onbewuste bekwame* gedrag wordt vastgehouden. Hiervoor is het belangrijk dat de reiziger tevreden blijft over zijn reismodaliteit. Een methode om de reiziger tevreden te houden is het belonen van het bekwame gedrag. De Nederlandse Spoorwegen heeft recentelijk al haar "vaste" reizigers twee gratis dagkaarten gegeven. Op deze manier beloont de NS haar vaste klanten.

Het beschreven voorbeeld gaat in op reisinformatie als promotiemiddel. Om reisinformatie in te zetten als promotiemiddel kan het zoals in dit voorbeeld goed zijn de reistijd en prijs van een reis met het openbaar vervoer en de auto actief aan mensen voor te leggen. Hierdoor worden mensen bewust van mogelijke alternatieven. Het is daarentegen een misverstand dat kennis leidt tot een andere houding en dus ander gedrag. (Metz, 2010) Hierbij is het belangrijk te richten op degene voor wie het openbaar vervoer een reëel alternatief is, hiermee wordt negatief groepsdenken voorkomen. Negatieve mond tot mond reclame is eveneens funest voor het trekken van nieuwe reizigers. Het heeft geen zin om negatieve houdingen proberen te beïnvloeden. Het is belangrijk hierbij in te zetten op het wegnemen van de negatieve berichten vanuit de bron, de negatieve ervaringen. Figuur 5 toont de sleutel tot reisinformatie als promotiemiddel. Bij het inzetten van reisinformatie als promotiemiddel is het belangrijk aandacht te besteden hoe de informatie wordt gebracht. Hierbij kan de framing van informatie een belangrijke rol spelen. Het begrip framing wordt nader toegelicht in paragraaf 4.4 Eerst wordt vanuit de gedragswetenschappen die tot nu toe in dit hoofdstuk aan de orde zijn gekomen verder ingegaan op theorie over de verschillende doelgroepen.

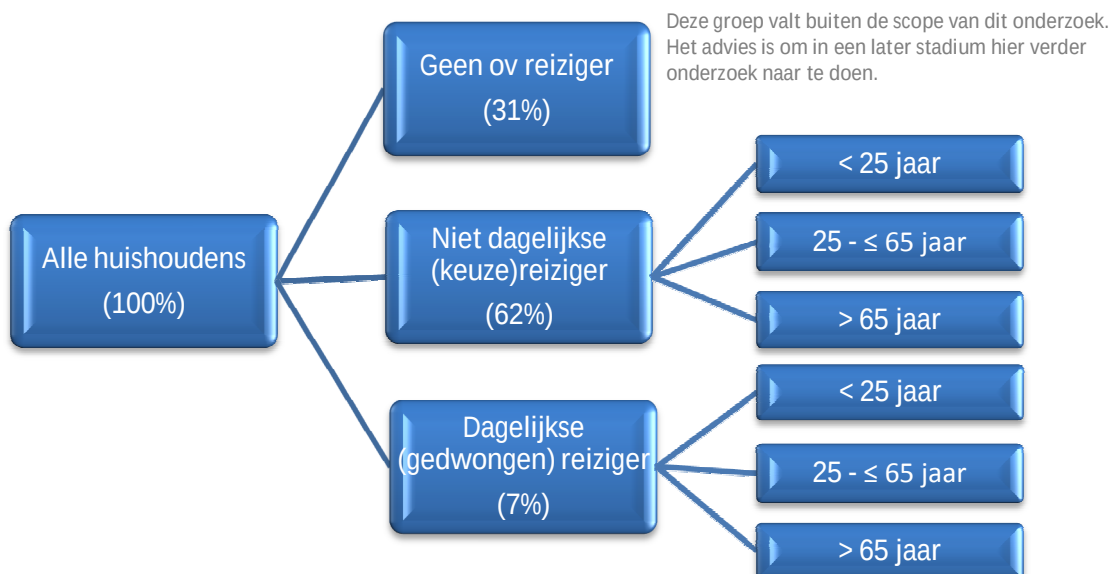
4.3 DOELGROEPEN

Uit de gedragswetenschappen blijkt dat het belangrijk is dat informatie op de persoon wordt afgestemd, dit geldt ook voor reisinformatie. Wanneer de reisinformatie niet aan de “gedragsaspecten” voldoet kan dit leiden tot een terugloop van reizigers in het openbaar vervoer. Er is voor dit onderzoek dan ook bewust gekozen om onderscheid te maken in doelgroepen. Beleidsmaatregelen richten zich regelmatig op specifieke doelgroepen, zoals de doelgroep studenten door het verstrekken van een ov-studentenkaart. Vaak worden doelgroepen op basis van een beperkt aantal klassieke criteria onderscheiden. Het zoeken van meer nuance binnen een groep leidt mogelijk tot effectiever beleid. Een te generieke beleidsmaatregel kan een te gering effect hebben. Er wordt dan een algemene boodschap of maatregel de wereld ingestuurd, die alleen een kleine groep raakt. Slechts een enkeling voelt zich aangesproken en de boodschap heeft daardoor maar een beperkt effect. Bij scherp omschreven doelgroepen kan beleid gericht en efficiënter worden ingezet.

Onderscheid in doelgroepen kan op veel manieren worden gemaakt, te denken valt aan: geslacht, leeftijd, herkomst, en dergelijke. In de mobiliteit wordt vaak onderscheid gemaakt in het reismotief. Een zakelijke reiziger heeft een ander motief dan een recreatieve reiziger. Voor dit onderzoek is gekeken naar wat de relevante doelgroepen vormen voor reisinformatie. Hierbij is gekeken naar de vraag; “waarom reizen mensen met het openbaar vervoer?” Is dit omdat ze gedwongen worden omdat ze geen alternatief beschikbaar hebben, of is dit een bewuste keuze? De gedwongen reiziger zal meer gebruik maken van het openbaar vervoer dan de keuzereiziger. Voor de dagelijkse openbaar-vervoer-reiziger is “het systeem” meer bekend en vertrouwd dan de reiziger die sporadisch het openbaar vervoer gebruikt. Hierdoor zullen verschillen ontstaan in de informatiebehoefte. In figuur 6 zijn drie verschillende doelgroepen weergegeven.

Het gaat om de volgende drie doelgroepen:

1. Reizigers die niet met het openbaar vervoer reizen en hier ook geen behoefte aan hebben.
2. Reizigers die onregelmatig gebruik maken van het openbaar vervoer, maar het openbaar wel als optie zien om gebruik van te maken. Dit zijn reizigers die naast het openbaar vervoer vaak een alternatieve vervoerskeuze hebben. Deze groep reizigers wordt ook wel non-captives genoemd.
3. Reizigers die regelmatig gebruik maken van het openbaar vervoer en ook geen alternatief beschikbaar hebben, ook wel de captives genoemd.



Figuur 6 Categorieën openbaar-vervoer-reizigers (Traffic Psychology, 2011)

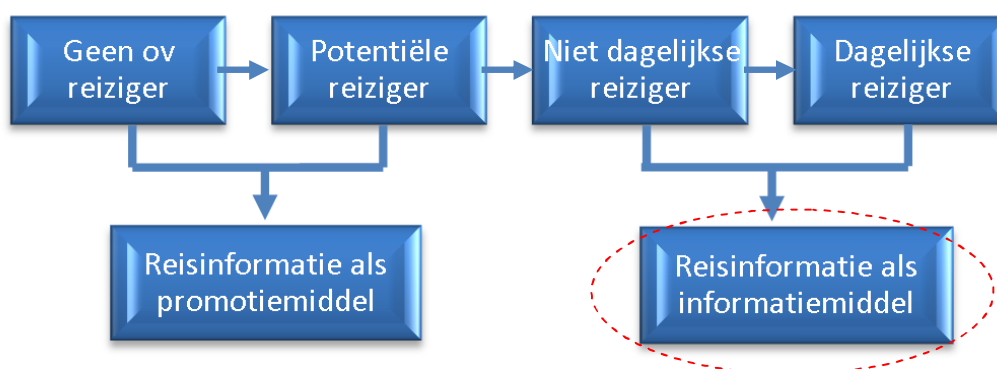
Voor dit onderzoek zal voornamelijk worden ingezet op doelgroep twee en drie. Doelgroep één, de doelgroep die geen behoefte heeft aan openbaar vervoer, wordt in dit stadium als een minder interessante doelgroep gezien. Zoals in de aanleiding van dit rapport al is beschreven, zijn de huidige openbaar-vervoer-reizigers ontevreden over de informatievoorzieningen in het openbaar vervoer. De ontevredenheid zorgt voor negatieve ervaringen. Dit kan betekenen dat reizigers die een alternatieve reismogelijkheid hebben het openbaar vervoer zullen weren en op een andere wijze zich gaan verplaatsen. De reizigers die geen keuze hebben zullen wel met het openbaar vervoer blijven reizen maar zullen ontevreden zijn. Deze ontevredenheid zal bijdragen (door middel van (social)media en mond tot mond berichten) aan een negatief imago van het openbaar vervoer. Deze negatieve berichten zullen al snel het beeld vormen bij de mensen die niet met het openbaar vervoer reizen. Vanuit de marketingstrategie is de persoonlijke reclame de belangrijkste reclame. Reisinformatie kan dan nog zoveel worden ingezet als promotiemiddel, dit zal nooit kunnen opwegen tegen de negatieve berichten van reizigers. Het is daarom belangrijk eerst in te zetten op de tevredenheid van de huidige openbaar-vervoer-reizigers. Wanneer deze reizigers de informatievoorzieningen beter waarderen, kan aan een nieuw stadium gewerkt worden: het inzetten op reizigersgroei vanuit de niet-openbaar-vervoer-reizigers. Wanneer in dit stadium zal worden ingezet op het veranderen van keuzegedrag, zullen de niet-openbaar-vervoer-reizigers bij het “proberen” van het openbaar vervoer worden geconfronteerd met dezelfde ervaringen van de huidige openbaar-vervoer-reizigers. Dit effect zal worden versterkt doordat de reiziger die weinig (of voor het eerst) gebruik maakt van het openbaar vervoer een verhoogde informatiebehoefte heeft ten opzichte van de vaste openbaar-vervoer-reiziger. Het is belangrijk dat de basis van reisinformatie eerst wordt verbeterd, alvorens nieuwe openbaar-vervoer-reizigers door middel van reisinformatie worden geprikkeld het openbaar vervoer te gebruiken. Bovendien wordt met deze twee doelgroepen al 69% van de totale reizigers bereikt. Slechts 31% wordt niet bereikt, van deze groep is ook een percentage die onmogelijke gebruik kunnen maken van het openbaar vervoer, zoals vertegenwoordigers. Daarnaast valt er ook een mogelijke reizigersgroei te halen vanuit de niet-dagelijkse-reizigers groep. Deze groep kan door een goed werkend reisinformatiesysteem gestimuleerd worden vaker gebruik te maken van het openbaar vervoer.

Wel wordt verondersteld dat reisinformatie een belangrijk promotiemiddel kan zijn om niet-openbaar-vervoer-reizigers te stimuleren het openbaar vervoer te gaan gebruiken. Niet iedere reiziger is aan te merken als potentiële openbaar-vervoer-reiziger, dit hangt af van de haalbaarheid van de ontsluiting met het openbaar vervoer. Hierbij zijn binnen het openbaar vervoer twee factoren van belang, de reistijd en de prijs. Het openbaar vervoer wordt bij een factor van 1,5 nog als reële alternatieve reismodaliteit gezien. Dit betekent dat mensen bereid zijn voor het openbaar vervoer te kiezen indien de reistijd met het openbaar vervoer maximaal de helft langer duurt. Uit onderzoek van het KpVV blijkt dat automobilisten de reistijd met het openbaar

vervoer overschatten. Automobilisten geven aan vaak met het openbaar vervoer twee tot drie keer zo lang onderweg te zijn als met de auto. In de praktijk blijkt dit niet het geval. Hierdoor zal persoonlijke reisinformatie een goed promotiemiddel zijn voor het openbaar vervoer, het is echter de vraag of dit werkelijk effect zal hebben. Een moeilijk te onderzoeken aspect is namelijk of automobilisten een passend antwoord geven. Op deze manier is er een “legitieme” reden om de auto te pakken en geen gebruik te maken van het openbaar vervoer. Daarnaast onderschatten automobilisten hun eigen werkelijke reistijd. (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2009) Wanneer een vergelijking wordt gemaakt, dient deze eerlijk te geschieden. Wordt er rekening gehouden met vertragingen in het openbaar vervoer, dan moeten ook de files worden aangegeven bij het autoverkeer. Automobilisten rekenen daarbij vaak alleen de directe reistijd. Indirecte tijd, zoals tanken en autowassen, wordt door automobilisten vaak buiten beschouwing gelaten.

Samengevat kan worden gesteld wanneer op reizigersgroei moet worden ingezet, de niet-openbaar-vervoer-reizigers een interessante groep zal vormen. Reisinformatie kan hierbij dienen als belangrijk promotiemiddel om mensen bewust te maken van de werkelijke reistijd met het openbaar vervoer. Om te voorkomen dat de niet-openbaar-vervoer-reizigers bij een reis met het openbaar vervoer negatieve ervaringen krijgen, is het belangrijk de huidige informatievoorzieningen op orde te hebben. De keuzereiziger is zich bewust van de voor- en nadelen van het openbaar vervoer en het bestaan van vervoersalternatieven. De keuzereiziger is gevoelig voor “harde” en “zachte” aspecten en is bereid te kiezen voor het beste product tegen een passende prijs.

In figuur 7 is een model weergegeven van de twee verschillende middelen van reisinformatie. In dit onderzoek wordt ingezet op het rood omcirkelde vak, reisinformatie als informatiemiddel. Eveneens duidelijk zichtbaar in figuur 7 is dat reisinformatiemiddel als informatiemiddel een belangrijke basis vormt, dit omdat ook de niet-openbaar-vervoer-reiziger hier bij het reizen met het openbaar vervoer mee te maken krijgt.



Figuur 7 Model van geen-openbaar-vervoer-reiziger naar een dagelijkse openbaar-vervoer-reiziger met de verschillende middelen van reisinformatie.

Een tweede onderscheid is het verschil tussen jongere en oudere reizigers. Ouderen hebben vaak meer moeite dan jongeren om nieuwe informatie te verwerken. Ook is het voor veel ouderen lastiger om nieuwe kennis en vaardigheden aan te leren. Dit wordt mede veroorzaakt doordat de zintuigen en het geheugen slechter worden naarmate mensen ouder worden (Glass, 1996). Het is daarom van belang om de reisinformatie zo vorm te geven dat het voor ouderen begrijpelijk is. Ouderen vormen hierdoor een goede maatgevende groep. Als ouderen het begrijpen dan zullen jongeren het ook moeten kunnen begrijpen. Er is gekozen om onderscheid te maken in drie verschillende leeftijdsgroepen:

1. Jongeren onder de 25 jaar. Deze groep bestaat grotendeels uit scholieren en studenten. Deze groep is het meest vertegenwoordigd in het openbaar vervoer, gemiddeld 75% van het totaal aantal reizigers.
2. Mensen van 25 tot 65 jaar. Deze groep bestaat grotendeels uit forensen. Gemiddeld 20% van het totaal aantal reizigers valt onder deze leeftijdscategorie.
3. Ouderen vanaf 65 jaar. Ouderen zijn het minst vertegenwoordigd in het openbaar vervoer, gemiddeld 5% van het totaal aantal reizigers.

Zoals kort beschreven eerder in deze paragraaf zit er een verschil in informatiebehoefte tussen de dagelijkse reiziger en de reiziger die minder vaak gebruik maakt van het openbaar vervoer. Keuzes worden vaak gemaakt vanuit onbewust gedrag, oftewel gewoontegedrag. Beslissingen vanuit gewoontegedrag worden vaak gemaakt vanuit overtuiging en slechts op basis van geringe informatie. Een belangrijk aspect om mensen gevoeliger te maken om gewoontegedrag te veranderen is hoe de informatie wordt gebracht. Dit wordt ook wel framing genoemd, hier zal in de volgende paragraaf verder op worden ingegaan. Daarnaast wordt een klein deel van de beslissingen gemaakt door bewust gedrag. Uitgaande van een reiziger die soms gebruik maakt van het openbaar vervoer en ook een alternatief beschikbaar heeft. In dit geval zal een afweging worden gemaakt door de verschillende opties te bekijken voor de reis, pak ik de auto of het OV? Hiervoor wil hij voor de reis een globaal overzicht van de reistijd en de kosten. Zijn beslissing zal worden beïnvloed door ervaringen (staan er veel files of is er juist veel vertraging op dat traject). De informatie voor de reis hoeft voor de reiziger niet heel gedetailleerd te zijn. Op het moment dat de reiziger aan zijn reis begint, wil hij graag de gedetailleerde informatie, op welk perron moet ik zijn, is er een wijziging ten opzichte van de dienstregeling, en dergelijke.

Een reiziger die dagelijks gebruik maakt van het openbaar vervoer en geen alternatief beschikbaar heeft, zal geen behoefte hebben aan de eerste informatie vraag zoals hierboven geschetst. Deze reiziger kent de vertrektijden en wil alleen weten of er een wijziging is ten opzichte van de dienstregeling.

Uit de informatiebehoeften wordt duidelijk dat de actuele informatie met wijzigingen ten opzichte van de dienstregeling een basis vormt voor beide groepen. Wanneer deze basis niet goed is, zal de keuzereiziger deze ervaring bij de volgende reis laten meewegen en mogelijk een alternatief kiezen.

Een dagelijkse “gedwongen” reiziger reist vaak op hetzelfde traject op hetzelfde moment. Op het moment dat deze reiziger afwijkt van het dagelijkse traject, verschuift de informatiebehoefte. Op dat moment komt de informatiebehoefte in dezelfde hiërarchie als de niet-dagelijkse-reiziger.

4.4 HOE MOET DE INFORMATIE WORDEN GECOMMUNICEERD?

Een belangrijk aspect is hoe de informatie wordt gecommuniceerd aan de reiziger. Inhoudelijk maakt het geen verschil of aangegeven wordt dat 90% van de bussen op tijd rijdt of dat 10% van de bussen vertraagd is. Maar in onze beleving zit hier echter wel een verschil in. Hoe de informatie moet worden gecommuniceerd, vormt ook een belangrijk aspect bij het trekken van nieuwe reizigers. Als het gaat om beïnvloeden van gedrag spreken Pratkanis en Aronson over twee belangrijke punten, namelijk pre-persuasion en source credibility. Dit zijn twee stappen die de effectiviteit vergroten voordat daadwerkelijk een boodschap wordt verkondigd. Pre-persuasion heeft te maken met het scheppen van een gunstig klimaat voor de boodschap. Hierbij spelen zaken als woordgebruik, wijze van presentatie en de framing van de boodschap een rol. Pratkanis en Aronson stellen dat het belangrijk is om een onderwerp zo neer te zetten dat het onderwerp niet ter discussie zal worden gesteld en positief wordt ervaren. In het bovenstaande voorbeeld wordt gesteld dat het melden van “op tijd” positiever wordt ervaren dan het melden van vertraging. De Nederlandse Spoorwegen doen aan de framing van informatie om negatieve associaties weg te nemen. Een voorbeeld hiervan is de omroepberichten op de stations in geval van vertraging. Het woord vertraging roept negatieve associaties op, waarop de NS heeft besloten de boodschap anders te brengen. In de oude situatie werd bericht “De trein naar Leeuwarden van 07:50 heeft een vertraging van vijf minuten”. In de huidige situatie wordt bericht “De trein naar Leeuwarden van 07:50 vertrekt over vijf minuten”. Door het woord vertraging te vermijden, wordt bij reizigers het bericht minder negatief ervaren. Met source credibility wordt bedoeld dat de bron als betrouwbaar wordt beschouwd. Expertise en deskundigheid zijn hierbij belangrijk. De betrouwbaarheid is te vergroten door eerlijk te zijn en zowel voor- als nadelen te benoemen van je eigen boodschap (Pratkanis & Aronson, 2001).

Reizigersbelangengroep Rover en het ROCOV geven aan tegen de framing van informatie te zijn. De reizigersbelangengroepen vinden het beleidsmatig niet interessant en stellen dat het zelfs negatief werkt.

Vanuit de theorie kunnen de reizigersbelangengroepen in het gelijk gesteld worden indien de informatie onethisch is. Het is belangrijk dat de informatie ethisch verantwoord blijft. Door de framing van informatie kan het bericht positiever overkomen door woorden met een negatieve lading weg te laten en wel verantwoord blijven. Een vereiste is dat de informatie ten alle tijden eerlijk blijft.

Reizigersorganisatie Rover over de framing van informatie:

“Reizigers moeten direct op de hoogte gesteld worden van verstoringen in de dienstuitvoering. Hoe eerder dit gebeurt, hoe beter reizigers zich kunnen aanpassen. Als om 13:00 bekend wordt dat de trein van 13:15 een kwartier vertraging heeft zou NS dit meteen moeten laten omroepen, in plaats van tot 13:15 te wachten met een omroepbericht “de trein vertrekt over 15 minuten”. Goede informatie is veel belangrijker dan een bedrijfsmarketing waarin vieze woorden als ‘vertraging’ worden gemeden!” (Rover, 2012).

“De framing van informatie is niet nodig. Laat de boodschap nou gewoon open en eerlijk zijn. Het verhullende taalgebruik wekt juist verwarring bij reizigers. Ze denken dat ze zich hebben vergist in de tijd. Daarnaast weten mensen ook wel dat er vertraging is.” Aldus Dhr. De Klerk, voorzitter werkgroep reisinformatie Rover (Klerk, 2012).

Volgens een Amerikaanse psycholoog, Cialdini, zijn er zes basisprincipes die sterk bepalen hoe wij als mensen reageren. Door hierop in te spelen, kun je gedrag beïnvloeden. Veel marketingtechnieken zijn eveneens op deze principes gebaseerd. Het zou interessant kunnen zijn om te onderzoeken wat deze principes betekenen voor het beïnvloeden van mobiliteitsgedrag. Allereerst een korte verdieping op de zes basisprincipes van Cialdini (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011):

- | | |
|-------------------------------|--|
| 1. Wederkerigheid: | Ik doe iets voor jou, dan doe je ook iets voor mij |
| 2. Commitment & consistentie: | Wie A zegt, moet ook B zeggen |
| 3. Sociale bewijskracht: | Als iedereen het doet, zal het wel goed zijn |
| 4. Sympathie: | Omdat ik je aardig vind |
| 5. Autoriteit: | Als een expert het zegt, dan zal het wel zo zijn |
| 6. Schaarste: | Als er weinig van is, dan moet ik het hebben |

De zes basisprincipes geven belangrijke aspecten aan bij het inzetten op gedragsverandering. Aspecten die buiten de scope van dit onderzoek vallen maar bij een vervolgonderzoek interessant kunnen zijn. Zo kan de vraag gesteld worden: wat het is effect van een dag gratis openbaar vervoer? Er wordt iets gegeven, levert dat dan op dat je iets terug wil doen (wederkerigheid)? Of heeft het meer zin als de provincie bij bedrijven gratis kaartjes beschikbaar stelt met de boodschap: “wees er snel bij” (schaarste)? Leidt de beloning bij spitsmijden er toe dat mensen in ruil daarvoor iets willen doen, of gebeurt dat juist niet omdat mensen het doen om het geld en niet vanuit een eigen motivatie? Deze vragen zullen in een nader onderzoek gesteld kunnen worden. Het is hierbij van belang dat het huidige reisinformatiesysteem goed functioneert.

Ook in de media wordt veel aandacht besteed aan hoe de informatie wordt gebracht. Helaas verschijnen er vaak negatieve krantenberichten over het openbaar vervoer in de media. Hierbij worden vaak krachtige koppen gebruikt die niet altijd een goed beeld geven van het artikel. Deze berichten veroorzaken voor een deel het negatieve imago van het openbaar vervoer. Een voorbeeld hiervan is een artikel uit het Friesch Dagblad van 11 april 2012. De kop van dit bericht was: “Klachten over OV-chipkaart in bus en trein”, terwijl bij het lezen van het artikel veel andere aspecten aan de orde komen. Allereerst wordt er in de kop gesproken over klachten en in het artikel over reacties en vragen. Het woord klachten is een woord met een negatieve lading en geeft ook een negatief beeld over het openbaar vervoer. Later in het artikel komen ook aspecten over punctualiteit aan de orde. Om het artikel positief te brengen kon ook worden gekozen voor een titel als: *Maar liefst 96% van de Friese bussen arriveert op tijd*. Hierdoor komt het artikel zonder inhoudelijke wijzigingen een stuk positiever over. Kortom, framing in de media veroorzaakt voor een deel een negatief imago in het openbaar vervoer.

4.5 KLEURGEBRUIK

Het gebruik van verschillende kleuren kan een grote impact hebben. Kleuren hebben naast de uitstraling ook invloed op mensen. Uit fysiologisch onderzoek is gebleken dat kleur zelfs invloed heeft op de lichamelijke toestand. Kleur beïnvloedt ook in hoeverre we accuraat zijn bij het inschatten van grootte, lengte, en gewicht. Hierdoor kan kleurgebruik een belangrijk aandachtspunt vormen bij het inrichten van ruimtes, maar ook het kleurgebruik bij reisinformatie, zoals borden, DRIS-panelen en folders, is een belangrijk aandachtspunt.

Bij het verstrekken van reisinformatie is het belangrijk reizigers te overtuigen van de informatie. Hierbij is het belangrijk dat reizigers een toenaderende houding hebben, ook wel approach genoemd. Door het gebruik van de kleur blauw kan dit gewenste effect worden versterkt. Blauw kan er dus aan bijdragen dat reizigers sneller overtuigd zijn van de informatie. Smets (1969) toonde aan dat mensen na het zien van een rode kleur de tijd van een interval korter inschatten dan wanneer ze een blauwe kleur te zien kregen. Wanneer een rode kleur wordt gebruikt lijkt het alsof de tijd langzamer gaat en voorwerpen ogen daarbij ook groter en zwaarder. Terwijl bij het zien van een blauwe kleur de tijd juist sneller lijkt te gaan en voorwerpen kleiner en lichter lijken (Smets, 1969). Uit een ander onderzoek blijkt dat blauwe schermen een meer ontspannen effect hebben dan wanneer er rode of gele schermen worden gebruikt (Hagen, Sauren, & Galetzka, 2010).

Valdez & Mehrabian (1994) hebben aangetoond dat niet alleen de kleur bepalend is voor de emoties die worden opgeroepen, maar dat de verzadiging en de intensiteit van de kleur daar ook invloed op hebben. Zo blijkt dat mannen en vrouwen nauwelijks verschillend reageren op kleuren, maar dat vrouwen gevoeliger zijn voor de helderheid van de kleuren. Bij een onderzoek naar non-chromatische kleuren (zwart-grijs-wit), bleek dat de helderheid erg bepalend is voor de mate van stimulatie en dominantie van deze “kleuren” (Valdez & Mehrabian, 1994).

SAMENVATTING HOOFDSTUK 4

Er kan worden geconcludeerd dat mensen wellicht verschillend zijn ten opzichte van elkaar, we hebben echter ook veel gezamenlijke behoeftes. Zo kunnen mensen slecht tegen onzekerheid en houden we van een eenduidig systeem zonder daarbij teveel keuzemogelijkheden te hebben. Om aan iedere behoefte te kunnen voldoen met betrekking tot reisinformatie moet het reisinformatiesysteem wellicht verschillend worden ingevuld. Dit heeft te maken met verschillende doelgroepen onder reizigers. De belangrijkste kenmerken onder elkaar:

- *Reisinformatie is een belangrijk aspect van het openbaar vervoer.*
- *Mensen hebben een aantal gezamenlijke behoeften*
 - *Eenheid*
 - *Zekerheid*
 - *Beperkte keuzemogelijkheden*
 - *Eenvoud*
 - *Gemak*
 - *Bestaande boven het nieuwe*
- *Werken in doelgroepen verhoogt slagingskans beleid*
- *Door informatie zo te brengen dat woorden met een negatieve lading worden vermeden, kan een bericht positiever worden ervaren, framing van informatie. Wel moet de informatie ten alle tijden eerlijk blijven.*

5.0 HUIDIGE REISINFORMATIESYSTEMEN

In dit hoofdstuk zullen de resultaten worden beschreven uit de inventarisatie. De resultaten komen voort uit de literatuurstudie en uit de interviews die afgenomen zijn. In dit hoofdstuk is een splitsing gemaakt in drie paragrafen. In de eerste paragraaf zullen voorbeelden worden beschreven van reisinformatie in het buitenland. In paragraaf twee zullen de reisinformatiesystemen in Nederland worden beschreven. Vanuit de reisinformatiesystemen in Nederland wordt in paragraaf drie ingegaan op de provincie Fryslân. Naast informatie over reisinformatie in Fryslân zullen in deze paragraaf ook belangrijke provinciale kenmerken worden beschreven.

5.1 REISINFORMATIE IN HET BUITENLAND

De aspecten die in hoofdstuk 4 zijn beschreven, vormen een belangrijk onderdeel voor de keuze van het reisinformatiebeleid. In deze paragraaf zullen de resultaten worden beschreven uit een onderzoek naar reisinformatiesystemen in het buitenland. De informatie is afkomstig uit (internationale) literatuur. In deze paragraaf worden enkele voorbeelden van reisinformatiesystemen beschreven. Dit zijn vaak lokaal toegepaste voorbeelden. De situatie in het buitenland is onderzocht als input om succesvolle praktijkvoorbeelden ook in Nederland te kunnen gebruiken.



ENGELAND

Londen heeft het oudste metrostelsel ter wereld. De officiële benaming van het metrostelsel is Underground, maar er wordt vaak gesproken over “the Tube”. In de metro van Londen is in 1984 ingezet op borden met actuele reisinformatie. Nadat deze borden geplaatst waren, bleek er een lichte, maar wel significante, daling te zijn van stress. Dit effect was bij vrouwen sterker aanwezig dan bij mannen (TransTec adviseurs BV, 2009).

In Liverpool is bij de spoor- en bus overstapplaatsen ingezet op actuele reisinformatie, zie figuur 8. Uit een onderzoek in Liverpool bleek dat 87% van de respondenten aangaf een gevoel van geruststelling te krijgen.

Volgens 50% van de respondenten in Liverpool zorgde de actuele reisinformatie, naast geruststelling, voor een kortere wachttijd. Actuele reisinformatie zorgde ervoor dat 25% van de respondenten het gevoel had korter te wachten; 7% gaf aan sindsdien langer te wachten. Volgens Schweiger (2003) gaf 65% van de geïnterviewde buspassagiers in Londen aan dankzij aftellende reisinformatie korter te wachten. De ervaren wachttijd daalde van gemiddeld 11,9 minuten naar 8,6 minuten, terwijl er in werkelijkheid geen verschil bleek te zijn (TransTec adviseurs BV, 2009). Uit een onderzoek in opdracht van de provincie Utrecht bleek eveneens dat actuele reisinformatie voor een positief effect zorgde op de wachttijdbeleving. Bij dit onderzoek gaf 49% van de respondenten aan korter te wachten, evenals bij de respondenten in Londen gaf ook bij het onderzoek in Utrecht 7% van de respondenten aan langer te wachten (Provincie Utrecht, 2012).



Figuur 8 Actuele reisinformatie busvervoer Liverpool

Bij het actuele reistijdinformatiesysteem voor de bustijden in Engeland gaf 11% van de respondenten aan de bus vaker te gebruiken als gevolg van het systeem. Achttien maanden na de invoering werd in het hele vervoersysteem in totaal gemiddeld 3% meer instappers geteld. Daarvan bestond 8% uit nieuwe klanten en de

verbeterde informatie leidde bij 40% van de gebruikers tot een toename in het gebruik. Onduidelijk is in hoeverre de reizigersgroei volledig het gevolg van de informatieverbetering is of van ontwikkelingen buiten het project om (TransTec adviseurs BV, 2009).

Bij een busdienst in Engeland is via internet actuele reisinformatie te verkrijgen. Ter promotie van de actuele reisinformatie zijn posters en stickers in de voertuigen opgehangen, zoals in figuur 9 is te zien. Er is een online enquête gehouden om te onderzoeken of het aantal passagiers is toegenomen. Een kwart van de respondenten gaf de busdienst te gebruiken vanwege de reisinformatie. Ongeveer de helft van de nieuwe reizen die werd aangevraagd, kwam van mensen die van de auto zijn overgestapt naar de bus. De nieuwe reizen zorgen voor een groei van 12% (Holland, 2000).



Figuur 9 Promotie voor online actueel reisadvies



Figuur 10 Haltepaal Londen

Een ander voorbeeld in het openbaar vervoer in Londen is de zogeheten roundel (figuur 10). De roundel is uitgegroeid tot een wereldberoemd icoon. Naast het logo voor de metro wordt de roundel in allerlei varianten gebruikt voor alle andere openbaar vervoerssystemen in Londen. Hierdoor is één symbool voor al het openbaar vervoer in Londen ontstaan. Deze eenduidigheid zorgt voor een sterke herkenbaarheid. In Londen zijn veel busvervoerders actief. Alle bussen zijn echter in de herkenbare uniforme rode kleur uitgevoerd. De marketing en communicatie wordt verricht door de vervoerautoriteit Transport for London. Hierdoor ontstaat, ondanks veel verschillende vervoerders, een uniforme en herkenbare huisstijl over de hele breedte van het openbaar vervoer in Londen (TransTec adviseurs BV, 2009).



AUSTRALIË

Bij de metro verbinding in Australië werd de informatie over het openbaar vervoer niet goed begrepen. Daarom is met behulp van het "Adelaide Metro's Chain of Information Program" ingezet op eenduidigheid in de informatie. De informatie is qua design en opmaak eenduidig gemaakt. Daarnaast is de informatie op veel locaties aangeboden. De klanttevredenheid bleek door middel van de campagne met maar liefst 92% te zijn gestegen (TransTec adviseurs BV, 2009). Hieruit blijkt dat eenduidigheid een belangrijke behoefte is van reizigers en bovendien ook van grote invloed is op de klanttevredenheid.



ZWEDEN

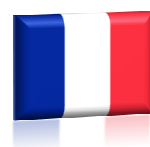
Met de invoering van aanbestedingen is de structuur van het vervoerbedrijf Storstockholms Lokaltrafik (SL) veranderd. SL is omgevormd van vervoerbedrijf tot een regieagentschap in dienst van de Zweedse overheid. Naast de 80 aanbestedingen is SL verantwoordelijk voor onder andere de uitvoering van het openbaar vervoer in Stockholm. Alle voertuigen rijden rond in de huisstijl van SL. Hierdoor is het openbaar vervoersysteem als geheel optimaal herkenbaar. SL heeft in Stockholm een naamsbekendheid van 98%. Voor de bezoekers van de stad is het eveneens prettig dat het openbaar vervoer als geheel onder één merknaam gepresenteerd en gecommuniceerd wordt. Kenmerkend voor het busvervoer in Stockholm is de kleur van de bussen. Op het

hoogwaardige busnet rijden blauwe bussen, de bussen op de overige lijnen zijn rood. Het openbaar vervoer in Stockholm wordt veel gebruikt. In de spits wordt 78% van de reizen gemaakt met het openbaar vervoer. Groei in het aantal reizigers is op dit moment zelfs geen doel, omdat de capaciteitsgrenzen bereikt zijn. Er wordt daarom momenteel fors geïnvesteerd in het vergroten van de capaciteit. Het marketingbeleid van SL richt zich op imago en naamsbekendheid (TransTec adviseurs BV, 2009) (SL, 2012).



DUITSLAND

Voor het kleine Duitse stadje Jena bestaat een applicatie voor mobiele telefoons. Al meer dan 15.000 keer is deze applicatie (Jenah Guide) gedownload. Dit programma bevat: een reisplanner met actuele reisinformatie, informatie over het lijnennet en de tarieven van het openbaar vervoer in Jena. Ook in Wenen is een dergelijke mobiele applicatie gelanceerd: Qando. Met dit programma kan reisinformatie opgevraagd worden en het is ook mogelijk om vervoerbewijzen te kopen. Daarnaast bevat het programma plattegronden en toeristische informatie. Bovendien wordt er reisinformatie via de mobiele telefoon verstrekt door middel van een sms-service. Het is ook mogelijk een foto te maken van de barcode op de haltevertrekstaat waardoor er actuele reisinformatie kan worden opgevraagd. Deze techniek sluit goed aan bij de belevingswereld van jongeren. Ook op het gebied van reisplanners zijn er in Duitsland veel innovatieve voorbeelden te vinden. Op de reisplanner van de Deutsche Bahn kan bijvoorbeeld een persoonlijke dienstregelingstabel van deur tot deur, met alle reismogelijkheden, samengesteld worden. Deutsche Bahn heeft een Widget voor Windows Vista ontwikkeld waarmee reizigers op hun bureaublad eenvoudig de actuele reisplanning van hun reis kunnen bekijken. In het Zuid-Duitse Beieren is met Bayerninfo een integrale reisplanner ontwikkeld die alle vormen van verkeer en vervoer integreert. Hierdoor kunnen ketenreizigers voor de gehele reis een reisadvies opvragen. Er wordt in de planner rekening gehouden met wegwerkzaamheden en vertraging van openbaar vervoer. Er bestaan plannen om de reisplanner Bayerninfo over het hele Alpengebied uit te rollen (DB Bahn) (Bayerinfo, 2011) (TransTec adviseurs BV, 2009).



FRANKRIJK

De nationale spoorwegen van Frankrijk (SNCF) kennen een sterk marketingbeleid. Voor de verschillende treinsoorten hanteren ze een op maat gesneden marketingprogramma. Regionale treinen worden consequent onder de merknaam TER aan de reizigers gepresenteerd, hogesnelheidstreinen als TGV en speciale doelgroepen worden specifiek benaderd, bijvoorbeeld met Thalys en Eurostar.

De bebording van de SNCF in Frankrijk is helder en consequent doorgevoerd, waardoor reizigers zich in Frankrijk gemakkelijk kunnen oriënteren. Het systeem is meertalig, waarbij bij de invulling van de talen gekeken wordt naar de overheersende reisstromen. In Parijs Noord is er ook informatie in het Nederlands terwijl er in Straatsburg informatie in het Duits gegeven wordt (TransTec adviseurs BV, 2009).



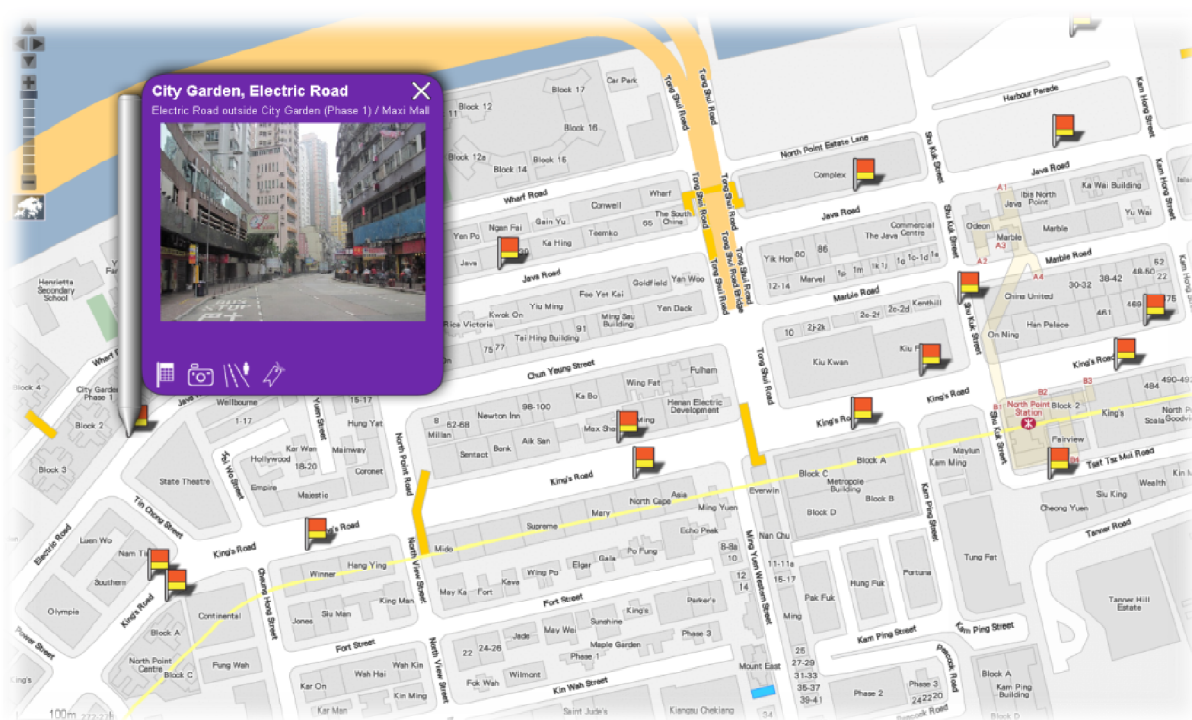
NOORWEGEN

In Oslo wordt de frequentie van de dienstverlening bij de haltes met een bord met daarop het interval aangegeven. Hoewel hierbij geen rekening wordt gehouden met vakantie- en avonddienstregelingen, laat het de reiziger wel in één oogopslag zien hoe vaak er doorgaans vanaf de halte gereisd kan worden (TransTec adviseurs BV, 2009).



HONGKONG

In Hong Kong heeft het vervoerbedrijf New World First Bus foto's gemaakt van de omgeving van de haltes (figuur 11) en deze op het internet geplaatst. Reizigers kunnen deze foto's voor hun reis op het internet bekijken en zich hiermee gemakkelijker oriënteren in deze drukke miljoenenstad (TransTec adviseurs BV, 2009) (Citybus & NWFB, 2012).

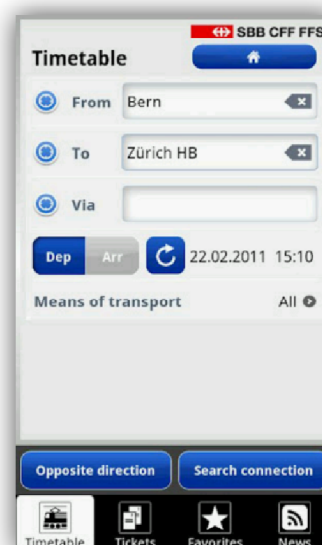


Figuur 11 Halte met foto mogelijkheid op de website van New World First Bus (Citybus & NWFB, 2012)



ZWITSERLAND

Reizigers in Zwitserland kunnen met een smartphone het programma SBB Mobile downloaden (figuur 12). Hiervoor moet eenmalig € 0,40 worden betaald. Naast het downloaden van het programma kan ook een website worden bezocht, die speciaal is toegesneden op mobiele telefoons. In het programma SBB Mobile zijn verschillende functionaliteiten ingebouwd. Zo is de dienstregeling van het treinverkeer en lokaal openbaar vervoer in Zwitserland en van vele internationale verbindingen opgenomen. Daarnaast geeft het programma informatie over verstoringen en calamiteiten. Via een sms-alert kunnen reizigers op de hoogte gehouden worden van spoorwijzigingen en andere onverwachte veranderingen van hun reis. Ook biedt het programma de mogelijkheid om via een smartphone treinkaartjes aan te schaffen. Een handige en leuke functie is de "bring me home" service. Gebruikers kunnen hun bestemming invoeren, waarna het programma hen naar huis begeleidt. SBB Mobile is onderdeel van een programma om de klantwaardering verder te vergroten (TransTec adviseurs BV, 2009).



Figuur 12 SBB Mobil (SBB)



OOSTENRIJK

In Oostenrijk is een soortgelijke applicatie voor smartphones als in Zwitserland gelanceerd. Scotty Mobil biedt dezelfde functionaliteiten als SBB Mobile. Mobiele toepassingen van reisinformatie worden door de Oostenrijkse spoorwegen (ÖBB) gezien als veelbelovende ontwikkeling. De gebruikers betalen alleen de datakosten. Inmiddels gebruiken meer dan 50.000 mensen in Oostenrijk Scotty Mobil. De verwachting is dat dit aantal verder zal toenemen naarmate mensen gewend raken aan de nieuwe toepassingsmogelijkheden van smartphones. De waardering van bestaande klanten is erg hoog (TransTec adviseurs BV, 2009).

SAMENVATTING PARAGRAAF 5.1

Het blijkt dat veel landen in de wereld stoeien met de reisinformatiesystemen in het openbaar vervoer. Veel van de beschreven toepassingen zijn benaderd vanuit de gedragsaspecten. Zo is er aandacht besteed aan eenduidige reisinformatie en zekerheid in reisinformatie. Door eenduidige en actuele reisinformatie is de klanttevredenheid vaak toegenomen. Omdat vrijwel alle praktijktoepassingen zeer lokaal zijn, is het moeilijk om de gevonden voordelen te vertalen naar een landelijke, Nederlandse schaal. Het is ook niet met zekerheid te beweren dat juiste moderne reisinformatie bijdraagt aan reizigersgroei. Wat af te leiden is dat door het inzetten op een eenduidig en actueel reisinformatiesysteem de klanttevredenheid stijgt. Voor Fryslân kan dit een belangrijk aandachtspunt zijn om in te zetten op de tevredenheid van de openbaar-vervoer-reizigers.

5.2 REISINFORMATIE IN NEDERLAND

In deze paragraaf zullen resultaten uit een inventarisatie met betrekking tot reisinformatie in Nederland worden beschreven. Hierbij worden de verschillende informatiemogelijkheden, statische, dynamische en actuele informatie toegeleucht. De informatie komt voort uit de interviews en uit de literatuurstudie.

De verantwoordelijkheid van het openbaar vervoer is in Nederland onderverdeeld in negentien decentrale overheden. In totaal zijn alle decentrale opdrachtgevers in Nederland onderverdeeld in tientallen concessiegebieden. In deze concessiegebieden zijn zestien verschillende vervoerders actief. De grootste vervoerders zijn Connexxion, Arriva, Qbuzz, Syntus, GVB, HTM, RET en Veolia. Het beheer van het landelijke spoorwegnet in Nederland is in handen van de Rijksoverheid en wordt verzorgd door de NS. Naast het beheer van het landelijke spoorwegnet stelt de Rijksoverheid belangrijke regels aan het openbaar vervoer. De belangrijkste regels zijn vastgelegd in de “Wet personenvervoer 2000”, en in het “Besluit toegankelijkheid van het openbaar vervoer”.

Wie is er verantwoordelijk voor reisinformatie? Over deze vraag zijn de meningen verdeeld. Ook de wetten van de Rijksoverheid geven hier geen duidelijkheid over. Reisinformatie behoort tot één van de primaire taken van het openbaar vervoer en kan daarom worden gezien als een taak van de vervoerder. Alleen wisselt het aantal vervoerders om de zes tot tien jaar door het eindigen van een concessie. Hierdoor zullen vervoerders, mits verplicht gesteld door de opdrachtgever, geen grote investeringen doen, gezien de relatief korte periode waarin de vervoerder actief is in een gebied. Wanneer de overheid hierin een rol in gaat spelen zijn er diverse voordelen. Zo kunnen investeringen over langere termijn worden afgeschreven omdat de opdrachtgever een constante factor is en ontstaat er concessie overstijgende uniformiteit. Een vervoerder zal vrijwel nooit direct meer inkomsten creëren door investeringen. Omdat vervoerders nooit zomaar de prijzen van het openbaar vervoer mogen verhogen kunnen investeringen niet direct worden terugverdiend. Een belangrijk begrip hierbij is de opbrengstverantwoordelijkheid. Bij een aantal opdrachtgevers ligt de opbrengstverantwoordelijkheid bij de opdrachtgever. In dit geval draagt de opdrachtgever zorg voor alle inkomsten en uitgaven. In andere gevallen is de vervoerder zelf verantwoordelijk voor de opbrengsten, dit laatste is bij de provincie Fryslân het

geval. Bij opbrengstverantwoordelijkheid zal de opdrachtgever meer aspecten in eigen hand houden dan wanneer dit niet het geval is. Wanneer de opbrengstverantwoordelijkheid bij de opdrachtgever zullen vervoerder geen grote investeringen doen. Er zijn immers weinig voordelen voor de vervoerder. Neem als voorbeeld een stijging in het aantal reizigers, vanuit de vervoerder geen voordelen, want de extra inkomsten gaan naar de opdrachtgever. Indirect komen er uit de reizigersgroei vaak extra kosten naar voren, extra stops wat gelijk staat aan meer slijtage aan het materieel en hoger brandstofverbruik.

Sommige opdrachtgevers kiezen er daarom voor om een extra stimulans op te nemen door middel van een bonus- malus systeem. Hierdoor levert een stijging van het aantal reizigers de vervoerder een bonus op terwijl een daling van het aantal reizigers een malus oplevert. Hierdoor ontstaat een prikkel voor een vervoerder om reizigersgroei te creëren. Een stimulans waarbij misschien wel een kanttekening moet worden gemaakt. Uit meerdere gegevens blijkt dat een vervoerder de kosten voor een malus opneemt in de calculatie bij het maken van een offerte, waardoor de opdrachtgever indirect de malus zelf betaalt.

Uit dit onderzoek blijkt dat de meeste opdrachtgevers er ook voor kiezen om grote investeringen voor langere termijn, zoals het investeren in DRIS-panelen, op zich nemen. Het voordeel hiervan is dat het product over een langere periode in meerdere concessiegebieden gelijk blijft. DRIS-panelen is slechts een voorbeeld van één van de reisinformatiesystemen. De volgende paragraaf zal verder ingaan op de reisinformatiesystemen in Nederland.

5.2.1 REISINFORMATIESYSTEMEN

Een belangrijk onderdeel van dit onderzoek is een inventarisatie van verschillende type die in Nederland worden gebruikt. Voor een uitgebreide en exacte beschrijving van alle reisinformatiesystemen wordt verwezen naar bijlage II van dit rapport.

Reisinformatie kan op vele verschillende manieren worden toegepast. Een groot onderscheid kan worden gemaakt in het tijdstip waarop informatie wordt gebracht dan wel gehaald door de reiziger. Hierin zijn drie categorieën te onderscheiden, informatie voor de reis, tijdens de reis en na de reis. De volgende veertien informatievoorzieningen worden gebruikt in Nederland:

- | | |
|---------------------------------|--|
| • Reisplanners op internet | NS reisplanner, reisplanner van 9292 en ANWB |
| • Haltevertrekstaat | Dienstregelingtijden op de halte |
| • Bus- spoorboekje | Boekje met alle dienstregelingtijden |
| • Dynamische informatieschermen | Schermen met (actuele) dynamische informatie |
| • Applicaties voor smartphones | Diverse apps met (actuele) reisinformatie |
| • Website vervoerders | Websites van vervoerders
(ns.nl/connexxion.nl/arriva.nl/enz.) |
| • Social media | Reisinformatie via Twitter, facebook. |
| • Sms-service | Actuele reisinformatie per sms |
| • Poster | Posters in abri's met reisinformatie |
| • Omroepsysteem | Geluidsberichten op (meestal) treinstations |
| • Personeel | Informatie door personeel |
| • Servicelocaties | Informatie door aanwezige servicelocatie |
| • Telefonische service | Klantenservice en servicenummer 9292. |
| • Omgevingskaart | Omgevingskaart op halte/station |

Uit onderzoek door Newcom in opdracht van 9292 blijkt dat reizigers het meest bekend zijn met de reisinformatiedienst van de NS (71%), gevolgd door de dienst van 9292 (55%). De reisinformatiedienst van 9292 wordt door reizigers als nummer 1 beoordeeld. De reden hiervoor is het complete reisadvies wat de reisinformatiedienst van 9292 mogelijk maakt. De gebruikers van de reisplanner van de NS en 9292 zijn veelal frequente openbaar-vervoer-reizigers. De gebruikers van de ANWB reisinformatie maken daarentegen minder gebruik van het openbaar vervoer. Een logische verklaring hiervoor is dat de reisplanner van de ANWB advies geeft voor zowel auto, openbaar vervoer als fiets of lopend (NEWCOM, 2012).

Een wellicht nog relatief onbekend informatiesysteem is social media. Social media is nieuw maar een zeer populair middel om reisinformatie te verschaffen. Ook reizigersbelangenorganisatie Rover geeft aan het belang van het gebruik van social media in te zien (Klerk, 2012). Onlangs verscheen er een artikel in het OV-Magazine (2-2012) "Twitter effectiever dan een klachtenformulier" over de rol van Twitter in het openbaar vervoer. Hierin wordt aangegeven dat het niet verwonderlijk is dat de smartphone een populair communicatiemiddel is in het openbaar vervoer. Het is relatief makkelijk te gebruiken in het openbaar vervoer in vergelijking met in de auto of op de fiets. Twitter wordt zowel gebruikt voor communicatie vanuit de reiziger naar een vervoerder als van een vervoerder naar de reiziger. Bijna de helft van de vervoerbedrijven reageert op vragen en klachten via Twitter. De NS heeft hiervoor een team van drie mensen en wil dit uitbreiden naar een team van tien mensen. Omdat een klacht via Twitter een stuk sneller gaat dan via een klachtenformulier komt de drempel om te klagen een stuk lager te liggen. Daarnaast worden berichten "openbaar" en door volgers gelezen. Daarom kan het belang van een reactie vanuit de vervoerder groter worden. Bovendien zorgt een reactie in de meeste gevallen voor het wegnemen van de boosheid, terwijl niet reageren juist irritatie opwekt.

Per informatiesysteem zijn een aantal aspecten onderzocht:

- Op welk moment wordt de informatie geraadpleegd?
- Welke doelgroepen en leeftijdsgroepen maken gebruik van de informatie?
- Welk type informatie wordt er aangeboden?

Al deze verschillende aspecten zijn onder elkaar gezet en te zien in tabel 2.

Reisinformatiesysteem	Voor de reis	Op de halte	Tijdens de reis	Na de reis	Non captives	Captives	≤ 25 jaar	25 - ≤ 65 jaar	> 65 jaar	Statische informatie	Dynamische informatie	Actuele informatie
Reisplanner op internet												
Reisplanner 9292 en NS	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	
Reisplanner ANWB	X	X			X		X	X	X	X		
Haltevertrekstaat	X	X			X	X	X	X	X	X		
Bus- spoorboekje	X	X	X		X		X	X	X	X		
Dynamische informatieschermen												
DRIS schermen		X			X	X	X	X	X			X
TFT schermen in het voertuig			X		X	X	X	X	X			X
Aplicaties voor smart phones (apps)	X	X	X	X	X	X	X	X				X
Website vervoerders	X				X		X	X	X	X	X	
Social media	X	X	X	X	X	X	X	X				X
Sms-service	X	X			X	X	X	X	X			X
Posters		X	X		X	X	X	X	X	X		
Omroepsysteem		X	X		X	X	X	X	X			X
Personeel	X	X	X		X	X		X	X	X		X
Service locaties	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	
Telefonische service	X	X	X		X	X	X	X	X	X		X
Omgevingsplattegrond		X		X	X		X	X	X	X		

X = Ja

X = In lichtere mate

Non captives = niet dagelijkse reiziger

Captives = dagelijkse reiziger

Dynamisch = Tijden exclusief vertraging

Actueel = Tijden inclusief vertraging

Tabel 2 Kenmerken van verschillende reisinformatiesystemen

Uit tabel 2 blijkt dat reisplanners op internet een belangrijk onderdeel vormen voor veel reizigers. Ook DRIS schermen zijn een erg belangrijk informatiesysteem, DRIS schermen zijn voor iedere doelgroep toegankelijk en bieden bovendien actuele reisinformatie. Uit de gedragswetenschappen blijkt dat actuele reisinformatie een belangrijke behoefte van reizigers is, omdat actuele informatie de reizigers zekerheid geeft. Ouderen maken vaak gebruik maken van traditionele informatiesystemen en niet of minder gebruikt maakt van de modernere middelen zoals een smartphone. Dit komt omdat ouderen hier niet of minder mee bekend zijn. Wanneer een reiziger een persoonlijk informatiesysteem heeft (zoals een smartphone) kan hij op alle momenten van de reis actuele reisinformatie op vragen. Omdat ouderen vaak niet beschikken over internet of een smartphone vormen ouderen een goede maatgevende groep voor het reisinformatiesysteem. Wanneer gesteld wordt dat een reiziger actuele reisinformatie wil hebben en hiervoor geen internet of smartphone ter beschikking heeft zijn het aantal reisinformatiesystemen beperkt. Indien de reiziger zonder internet of smartphone een busreis maakt kan hij op de volgende manieren actuele reisinformatie verkrijgen:

- Voor de reis: sms-service, telefonische service
- Op de halte: DRIS schermen, sms-service, telefonische service
- Tijdens de reis: TFT-scherm, personeel, omroepsysteem (in de bus)
- Na de reis: Omgevingsplattegrond, servicelocatie

Het blijkt dat wanneer de reiziger beschikt over een internet en een smartphone is het verkrijgen van actuele reisinformatie op verschillende manieren mogelijk. Wanneer een reiziger hier niet over beschikt, zoals ouderen, zijn de mogelijkheden beperkt. Om ook deze reizigers actuele reisinformatie te bieden is een sms-service, telefonische service of een DRIS scherm een optie. Servicelocaties zijn slechts beperkt tot een aantal grote knooppunten. De reizigersorganisaties ROVER en het ROCOV geven aan dat veel ouderen tegenwoordig wel een mobiele telefoon bij zich hebben en hiermee ook kunnen sms'en. Om de reiziger na de reis van juiste informatie te voorzien biedt een omgevingsplattegrond een optie. Treinreizigers worden op alle stations geïnformeerd over vertragingen door een omroepsysteem.

5.2.2 ACTUELE REISINFORMATIE

De mogelijkheden voor reisinformatie zijn de afgelopen jaren flink gestegen. Hierbij is de laatste jaren een forse toename ontstaan in actuele reisinformatie. Tot het opkomen van bijvoorbeeld DRIS-panelen viel de statische reisinformatie onder het maximaal haalbare van reisinformatie. Behalve op DRIS schermen kan actuele reisinformatie ook worden aangeboden via internet, op apps, op TFT-schermen en via een sms-bericht. Dynamische informatiepanelen, hierna: DRIS schermen, zijn in de huidige situatie geen uitzondering meer. Figuur 13 toont een DRIS-paneel in de provincie Brabant. Uit de gedragswetenschappen blijkt dat met actuele reisinformatie een belangrijke behoefte van reizigers wordt vervuld. Met actuele reisinformatie wordt namelijk zekerheid geboden. Reizigers willen betrouwbare en actuele informatie, dit kan alleen indien het systeem achter dynamische reisinformatie goed functioneert. Doordat in Nederland het reisinformatiesysteem in handen is van veel verschillende partijen is de situatie erg complex. In bijlage IV wordt het systeem achter dynamische reisinformatie uitgebreid omschreven. In dit rapport is een verkorte omschrijving opgenomen.



Figuur 13 DRIS-paneel bij een bushalte

Op 9 mei 2012 is er door de Rijksoverheid ingestemd met artikel 8, 9 en 10 van het Besluit toegankelijkheid openbaar vervoer. Hierdoor is vastgelegd dat vanaf 1 januari 2015:

- alle reisinformatie voorafgaand aan de reis ten minste via internet in beeld en geluid en desgevraagd op schrift en per telefoon beschikbaar en bruikbaar voor personen met een functiebeperking.
- op haltes of stations voor metro of trein is reisinformatie over ten minste vertrektijd, opstaplocatie en eindbestemming, voor zover die afwijken van de geldende dienstregelingen voor trein, metro of tram, tijdig en in beeld en geluid beschikbaar is voor mensen met een functiebeperking.
- in voertuigen is reisinformatie over de aankomst bij tussengelegen haltes of stations van het voertuig tijdig en in beeld en geluid beschikbaar voor personen met een functiebeperking.

(Overheid.nl, 2012)

Statische informatie is gedrukte informatie en zal alleen gewijzigd worden bij het wijzigen van de dienstregeling, in de meeste gevallen één keer per jaar. Uitsluitend het bieden van statische informatie voldoet vanaf 1 januari 2015 op haltes of stations voor metro of trein en in voertuigen dus ook niet meer aan de wetten van de Rijksoverheid. Actuele informatie geeft daarentegen specifieke vertragingen en storingen ten opzichte van de dienstregeling per rit aan. Om actuele reisinformatie te kunnen geven is het noodzakelijk actuele voertuiggegevens te hebben. Hierbij zit een groot verschil tussen het bus- en spoorvervoer. Om actuele voertuiggegevens bij het busvervoer vast te stellen wordt gebruik gemaakt van GPS signalen. Deze GPS signalen geven de positie van het voertuig door. Door de positie te vergelijken met de dienstregelingstijden kan worden vastgesteld of er sprake is van vertraging. Een eventuele vertraging kan hierdoor vermeld worden op een van de actuele reisinformatiesystemen, zoals de DRIS-panelen. Doordat alle vervoerders een eigen systeem gebruiken is het niet mogelijk om informatie van verschillende vervoerders op één DRIS-paneel te tonen zonder tussenkomst van een onafhankelijke partij. In de huidige situatie zijn er twee partijen die een gecentraliseerde datastroom mogelijk maken. De eerste partij is GOVI, GOVI is ontstaan uit initiatief van de provincie Noord Holland. Inmiddels zijn vrijwel alle overheden aangesloten bij GOVI. Naast GOVI biedt ook 9292 de mogelijkheid een gecentraliseerde datastroom aan te bieden. Kwalitatief en inhoudelijk is er weinig tot geen verschil tussen GOVI en 9292. Bij het aansluiten bij een van de partijen dient de opdrachtgever de onkosten te betalen. Wanneer geen gebruik wordt gemaakt van een gecentraliseerde datastroom zal iedere vervoerder afzonderlijke panelen plaatsen. Hierdoor kunnen op busstations meerdere panelen naast elkaar worden geplaatst indien meerdere vervoerders een busstation aandoen. Bovendien maken veel applicaties voor smartphones gebruik van een gecentraliseerde datastroom. Vanuit de gedragswetenschappen kan gesteld worden dat een gecentraliseerde datastroom voldoet aan de behoefte van reizigers. Reizigers hebben namelijk behoefte aan eenduidigheid. Momenteel is er een ontwikkeling gaande rondom een gecentraliseerde datastroom. De Rijksoverheid wil een databank opzetten met alle actuele data van het openbaar vervoer, de Nationale Databank Openbaar Vervoer (NDOV). Op dit moment is nog niet vast te stellen hoe het NDOV definitief ingevuld gaat worden en wat dit voor consequenties heeft voor het beleid van Fryslân.

Waar voor actuele vertrektijden bij de bus gebruikt gemaakt wordt van GPS signalen wordt bij de trein gebruikt van positiebepaling aan de hand van baanvakken. Alle spoortrajecten zijn ingedeeld in baanvakken. Een baanvaak varieert van een paar honderd meter tot enkele kilometers. Spoorbeheerder ProRail heeft exacte inzage welk baanvak door welke trein wordt bezet. Zo kan ook worden getraceerd of een trein in het juiste baanvaak rijdt op de juiste tijd. Wanneer dit niet het geval is, is er dus sprake van een vertraging. Omdat niet bepaald kan worden in welk deel van het baanvak de trein rijdt is de vertraging dus niet exact vast te stellen. Daarom wordt op de reisinformatieborden bij treinen vertragingen vermeld in blokken, van 5 min, 10 min, 15 min, 30 min of meer dan 60 minuten vertraging. Arriva is in 2012 gestart met een volgsysteem van haar treinen via GPS signaal. Hierdoor is de vertragingstijd exacter te berekenen. De aanleiding van dit systeem is omdat op de trajecten Leeuwarden- Harlingen Haven en Leeuwarden Stavoren de treinen niet getraceerd kunnen worden. Op deze baanvakken is geen elektronisch volgsysteem aanwezig.

Het systeem achter dynamische actuele reisinformatie is dan wel complex, het kent veel voordelen voor de reiziger. Veel openbaar-vervoer-reizigers vinden de informatie bij vertraging van groot belang. De klantwaardering voor de huidige reisinformatie is echter laag. Uit literatuur van het Kennis Instituut voor Mobiliteitsbeleid (KIM) blijkt dat actuele reisinformatie de daadwerkelijke reistijd kan verkorten. Door actuele informatie kunnen reizigers betere keuzes maken over hun verplaatsing. Door correcte actuele informatie kan men de tijd die gemoeid is met wachten terugdringen, waardoor de werkelijke reistijden korter worden. Het verkorten van de wachttijd heeft daarnaast ook het voordeel dat de subjectieve reistijd aanzienlijk verkort wordt. Voor het gevoel van de reiziger duurt een minuut wachten veel langer dan een minuut op klok of een minuut in een rijdend voertuig. Een bekorting van de wachttijd weegt daarom zwaar mee in de totale subjectieve reistijd. Uit praktijk studie blijkt dat reizigers de wachttijd al korter waarderen wanneer actuele reisinformatie aanwezig is, aldus het Kennis Instituut voor Mobiliteitsbeleid.

Uit marktonderzoek van TNS Nipo in 2006 bleek dat in het specifieke geval van vertragingen, 13% van de mensen bereid is een ander vervoermiddel te nemen. Hierbij aangenomen dat men vlak voor de dagelijkse reis informatie krijgt over de vertraging en de vertraging meer dan dertig minuten op de geplande reis is, en als men weet dat men met een ander vervoermiddel wel op tijd zou komen. Dit kan uiteraard twee kanten uit werken. Het kan gaan om een file op de weg, maar ook om een vertraging in het openbaar vervoer.

Uit een onderzoek van de Provincie Utrecht onder 850 OV reizigers blijkt dat 49% sinds de aanwezigheid van actuele informatie het gevoel heeft korter te wachten, 42% geeft aan geen verschil te merken. Zeven procent heeft het gevoel langer te wachten. (Provincie Utrecht, 2012)

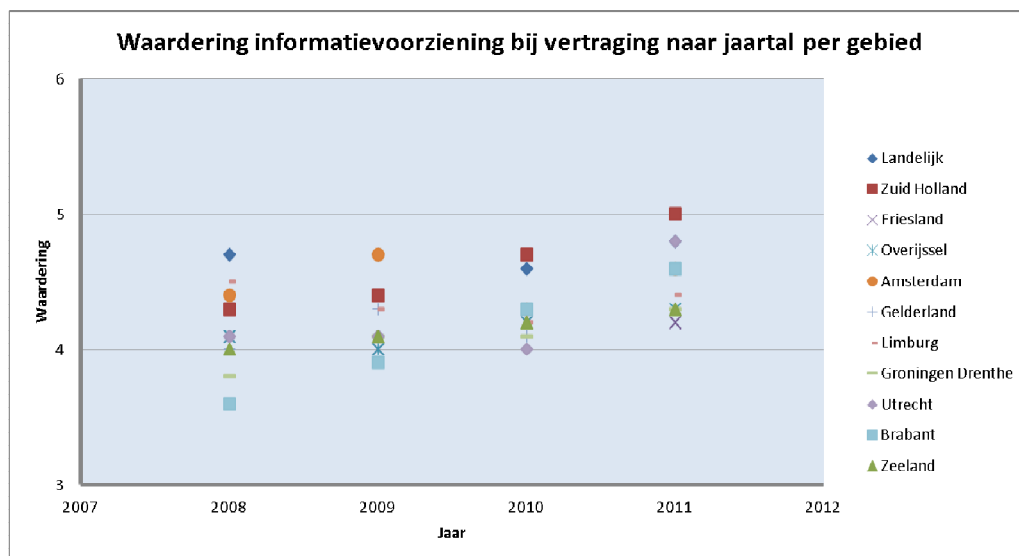
Een aantal reisinformatiesystemen is alleen te gebruiken door middel van een mobiele telefoon, zoals de sms-service, of door middel een smartphone, zoals applicaties voor smartphones. Niet iedere gebruiker van het openbaar vervoer beschikt over een mobiele telefoon en/of een smartphone. Zonder een mobiele en/of smartphone biedt alleen een dynamisch informatiescherm (DRIS), een omroepsysteem of personeel de mogelijkheid actuele informatie te ontvangen. De laatste twee systemen zijn vrijwel alleen op treinstation aanwezig, maar niet op bushaltes. Voor het verkrijgen van actuele informatie bij een bushalte zonder een DRIS scherm is in de huidige situatie een mobiele telefoon of een smartphone nodig. Het is daarom belangrijk te kunnen inschatten hoe groot het aandeel in Nederland beschikt over een dergelijk toestel. Deze gegevens zijn te vinden in bijlage V.

Er kan geconcludeerd worden dat het aandeel smartphone gebruikers de afgelopen jaren flink gestegen is, echter is het aantal telefonieaansluitingen nog altijd (aanzienlijk) hoger. Er is de afgelopen jaren wel een flinke stijging waarneembaar in datagebruik, daarentegen is in 2011 het sms gebruik iets gedaald. Er werd in 2011 voor het eerst meer data (in MB) verbruikt dat er sms-berichten werden verstuurd. (OPTA, 2012)

5.2.3 HOE TEVREDEN ZIJN DE REIZIGERS?

Zoals eerder is beschreven, is het openbaar vervoer netwerk landelijk verdeeld onder negentien opdrachtgevers. Hierdoor kunnen ook de diverse verschillen in reisinformatiesystemen ontstaan. Zo is in bijlage II van dit rapport het verschil in het aantal DRIS-panelen per provincie duidelijk zichtbaar. Diverse opdrachtgevers hebben geïnvesteerd om actuele reisinformatie aan reizigers te verstrekken. Een belangrijke vraag hierbij is hoe tevreden zijn de reizigers over de informatievoorziening en of er een verband bestaat met het de omvang van investeringen. Jaarlijks verricht het Kennisplatform Verkeer en Vervoer (KpVV) metingen in het openbaar vervoer door middel van enquêtes. Het KpVV brengt hiervan ieder jaar de OV-klantenbarometer uit. In de OV-klantenbarometer worden diverse aspecten in het openbaar vervoer gemeten. Bij de resultaten wordt onderscheid gemaakt in de verschillende concessiegebieden. Het KpVV vraagt de reiziger niet naar de mening over de reisinformatievoorziening, wel onderzoekt het KpVV het onderdeel informatievoorziening bij vertraging. Deze gegevens zijn gebruikt voor de volgende uitkomsten.

Tabel 3 toont een spreidingsdiagram van de waardering voor informatievoorziening bij vertraging over de jaren 2008 tot 2012 met onderscheid in een aantal OV-autoriteiten.

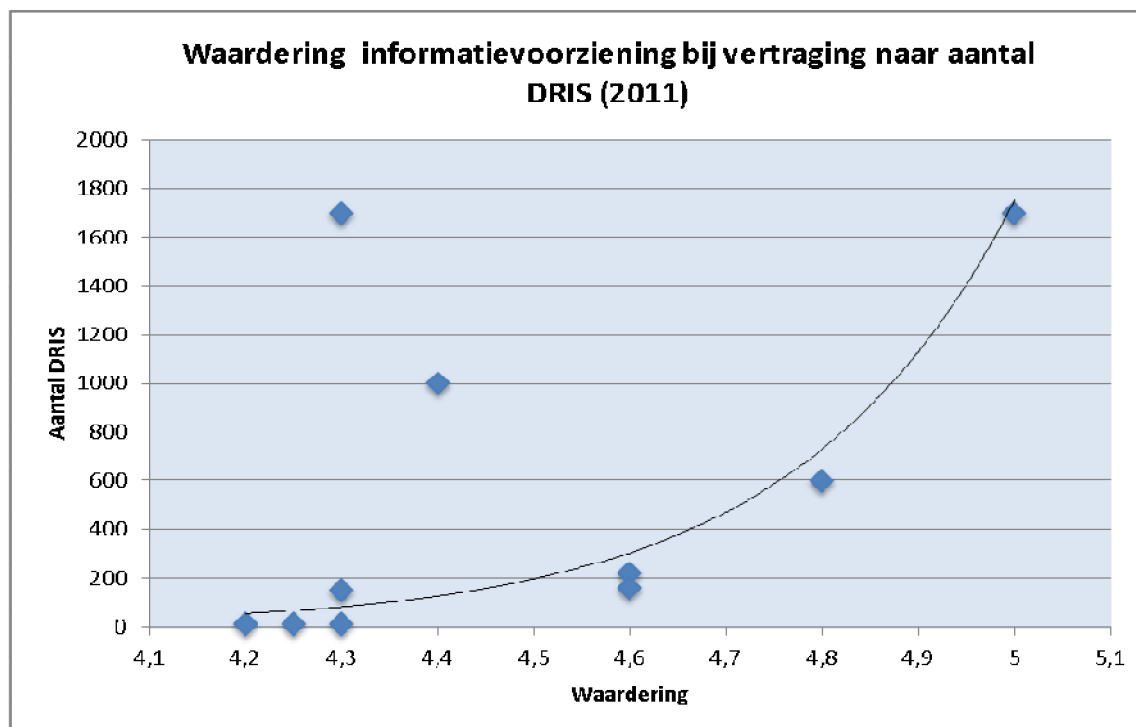


Tabel 3 Spreidingsdiagram waardering informatievoorziening bij vertraging over de jaren 2008 tot en met 2011 (KpVV, 2011).

Uit tabel 3 blijkt dat de landelijke waardering voor de informatievoorziening bij vertraging laag is. De scores voor de Waddeneilanden zijn niet meegenomen in de diagram. De waardering op de Waddeneilanden is in tegenstelling tot de landelijke waardering hoog. De reden voor het niet meenemen van de scores van de Waddeneilanden is omdat er een aantal mogelijke verklaringen zijn die geen direct verband met de informatievoorziening. Wanneer deze scores wel zouden worden meegenomen zou dit een vertekend beeld kunnen geven voor de provincie Fryslân. De waarderingen voor de Waddeneilanden en de mogelijke verklaringen worden in paragraaf 5.3 nader beschreven. In de meeste gebieden is een duidelijke stijgende lijn te zien over de afgelopen jaren. Bij de provincies Zuid Holland, Utrecht en Brabant is een duidelijke stijgende lijn te zien. Dit zijn ook gebieden waar door de opdrachtgevers is geïnvesteerd in DRIS-panelen. De provincie Zuid Holland heeft landelijk de meeste investeringen gedaan, voor ongeveer 10 miljoen euro zijn 1700 displays aangeschaft. Deze provincie is in 2009 begonnen met het plaatsen van deze displays. Er mag dan ook worden aangenomen dat de stijging van de waardering ook is te verklaren door de dynamische panelen met actuele informatie. Vanuit de gedragswetenschappen (hoofdstuk 4) blijkt dat zekerheid een belangrijke behoefte is van mensen. Met DRIS-panelen wordt er meer zekerheid gegeven aan reizigers, de panelen tonen actuele vertrektijden van een bus waardoor de reiziger weet wanneer de bus vertrekt. Door het vervullen van de behoefte aan zekerheid blijkt de waardering ook te stijgen. Kortom, de zekerheid in de informatie verhoogt de waardering. De provincie Fryslân is niet meegegaan met deze ontwikkelingen en staat daarom wellicht onderaan in de waardering. Dit wordt veroorzaakt omdat de reizigers in Fryslân niet worden voorzien in de behoefte aan zekerheid. Bij geval van vertraging wordt dit effect versterkt omdat reizigers bij de bushalte wachten en geen idee hebben of er een bus komt en hoe laat deze eventueel vertrekt.

Tabel 4 toont het aantal DRIS-panelen per gebied in combinatie met de waardering informatievoorziening bij vertraging in 2011. Ook hieruit blijkt dat investering in DRIS-panelen in veel gevallen samengaat met een stijging van de waardering. Dit valt vanuit de gedragswetenschappen te verklaren omdat DRIS-panelen zekerheid bieden aan de reizigers. Zekerheid is één van de basisbehoeftes waar reizigers behoefte aan hebben. In tabel 4 zijn ook twee uitschieters links boven in de tabel zichtbaar. Voor één van deze gebieden is een mogelijke verklaring dat de invoering zeer stroef en langzaam is verlopen. Hierdoor zijn reizigers mogelijk het vertrouwen van de informatie op de displays verloren. Bron data: (KpVV, 2011).

De provincie Utrecht heeft in januari 2012 een onderzoek gedaan onder ongeveer 850 OV-reizigers. Uit dit onderzoek blijkt dat de DRIS-panelen gemiddeld met een zeven worden gewaardeerd. Daarnaast blijkt dat 70% van de reizigers het liefst door middel van een haltesdisplay wil worden geïnformeerd bij vertraging, gevolgd door een sms-bericht (12%) en een app (10%). Een groot deel van de reizigers (65%) kijkt altijd op de displays bij vertrek, 97% geeft aan de informatie op de schermen ook te begrijpen (Provincie Utrecht, 2012).



Tabel 4 Spreidingsdiagram waardering informatievoorziening bij vertraging met aantal DRIS systemen (KpVV, 2011).

SAMENVATTING PARAGRAAF 5.2

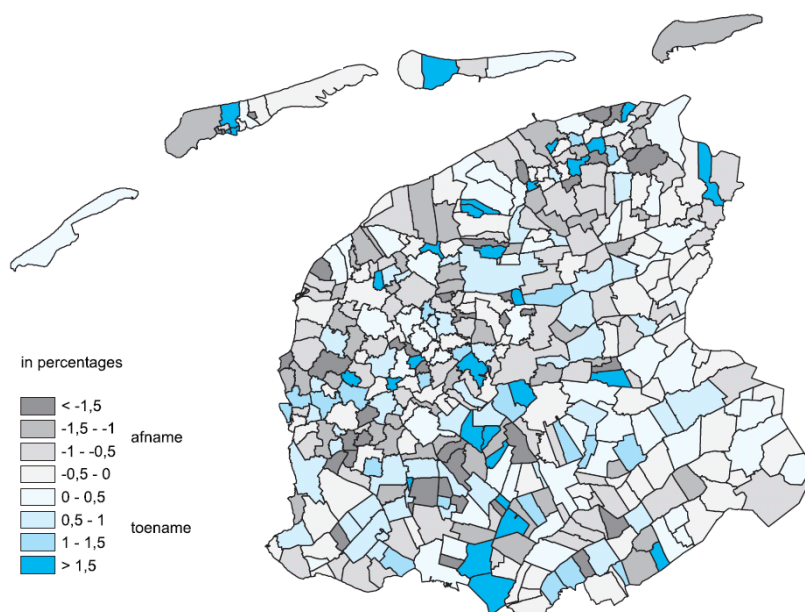
Het blijkt dat het landelijke reisinformatiesysteem complex in elkaar steekt. De verantwoordelijkheid van reisinformatie ligt bij diverse partijen waarbij alleen de opdrachtgever van het openbaar vervoer een constante factor is. Door de vele partijen die een rol spelen bij het reisinformatiesysteem wordt het systeem foutgevoeliger en is er weinig eenduidigheid. Er zijn de laatste jaren ontwikkelingen gaande waarbij een gecentraliseerde datastroom is opgezet, waardoor er meer wordt voldaan aan de behoefte aan eenduidigheid. Hierbij zijn twee belangrijke partijen betrokken, GOVI en 9292. Daarnaast zal er op korte termijn meer duidelijk komen over de toekomst van de NDOV. Afgezien van een gecentraliseerde datastroom is er weinig centraal (landelijk) geregeld en de keuzemogelijkheden voor het verkrijgen van reisinformatie zijn bijna eindeloos. Hierdoor kunnen reizigers gaan twijfelen over welk informatiesysteem de meest betrouwbare informatie geeft waardoor onduidelijkheid en keuzestress kan ontstaan. De conclusie is dan ook: de reizigers zijn landelijk ontevreden over de informatievoorziening bij vertraging. Wel zijn er al diverse ervaringen dat hier een stijgende lijn inkomt door investeringen in actuele reisinformatie bij haltes. Landelijk zien we dan ook dezelfde ontwikkelingen met actuele reisinformatie. De provincie Fryslân is tot op heden niet meegegaan met deze ontwikkelingen en wordt daardoor wellicht als laagst gewaardeerd omdat niet wordt voldaan aan de behoefte aan zekerheid. In de volgende paragraaf zal daarom verder worden ingegaan op het openbaar vervoer in de provincie Fryslân.

5.3 REISINFORMATIE IN FRYSLÂN

In de voorgaande paragrafen zijn resultaten beschreven uit de inventarisatie naar Europese en landelijke reisinformatiesystemen. Omdat dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de provincie Fryslân zal in deze paragraaf verder worden ingegaan op de provincie Fryslân. Hierbij zal naast het reisinformatiesysteem worden gekeken naar belangrijke kenmerken van de provincie. Ook de verschillende concessiegebieden zullen in deze paragraaf worden beschreven. In de laatste subparagraaf zal aandacht worden besteed aan de (opmerkelijke) verdeling van het aantal instappende passagiers over de provincie.

5.3.1 DE PROVINCIE FRYSLÂN

De provincie Fryslân telt ongeveer 648.000 inwoners. De hoofdstad van de provincie is Leeuwarden. De provincie is onderverdeeld in 27 gemeentes. De bestuurstaal is zowel Fries als Nederlands. Met 5.749 vierkante kilometer oppervlakte aan water en land (inclusief de Waddenzee) is Fryslân de grootste provincie van Nederland. In totaal bestaat Fryslân uit 3.342 vierkante kilometer land. De provincie Fryslân is een provincie met veel landelijke gebieden met een lage bevolkingsdichtheid. De totale bevolking van Fryslân (+/- 650.000 inwoners) vormt nog geen vier procent van de totale bevolking in Nederland. In de jaren 2005-2010 is in veel landelijke gebieden een afname van het aantal inwoners geregistreerd, zie figuur 14. Het aantal inwoners in en rondom de Friese steden is licht gestegen. De werkgelegenheid is in de gehele provincie in 2010 gedaald ten opzichte van 2009³. De heer prof. Dr. C.N. Teulings (directeur van het Centraal Planbureau) die ter ere van de opening van het nieuwe provinciehuis (mei 2012) het beeld voor Fryslân nu en in 2040 heeft uitgesproken, heeft aangegeven dat het aangaan van concurrentie met de Randstad op het gebied van kenniseconomie voor Fryslân zinloos is. Daarentegen heeft Fryslân veel belangrijke onderscheidende kenmerken in toerisme en recreatie. De provincie zal zich daarom ook moeten inzetten op toerisme en recreatie.



Figuur 14 Gemiddelde jaarlijkse bevolkingstoename/ -afname 2005-2010

Fryslân wordt in het oosten begrensd door Groningen en Drenthe, in het zuiden door de provincies Overijssel en Flevoland, in het zuidwesten door het IJsselmeer en in het westen en noorden door de Waddenzee. Door de Afsluitdijk is Fryslân verbonden met Noord-Holland. De verbindingen met de collega provincies vormt een belangrijke samenwerking voor het openbaar vervoer netwerk. De Friese Waddeneilanden Vlieland, Terschelling, Ameland en Schiermonnikoog zijn bereikbaar met veerdiensten vanuit Harlingen (Vlieland en Terschelling), vanaf Holwerd (Ameland) en vanaf Lauwersoog (Schiermonnikoog).

(Provincie Fryslân, 2010) (Provincie Fryslân, 2012)

³ Met uitzondering van de werkgelegenheid in de gemeenten Sneek, Kollumerland, Terschelling, Ameland en Vlieland.

CONCESSIEGEBIEDEN

Er zijn vier treinverbindingen, de spoorlijn Leeuwarden – Zwolle, Leeuwarden – Groningen, Leeuwarden – Harlingen Haven en Leeuwarden – Stavoren. Deze treinverbindingen zijn een belangrijke schakel in het openbaar vervoer netwerk van de provincie. Deze spoorlijnen maken deel uit van de concessie regionale treindiensten⁴. Naast deze concessie zijn er nog acht busconcessies in Fryslân, zie figuur 15. Het betreft de concessies Noord en Zuidwest Fryslân, Zuidoost Fryslân, Q-liner 315, Leeuwarden stad en de vier Waddeneilanden. Vanuit deze concessiegebieden zijn er meerdere ontsluitende lijnen over de Friese grens. In de provincie zijn negen (middel) grote busstations. De grootste busstations zijn Leeuwarden, Heerenveen, Drachten, Dokkum, en Sneek. Over de provincie verdeeld zijn er ongeveer 3500 bushaltes. Hierbij tellen alle bushaltes aan beide kanten van de weg dubbel. Alle 3500 haltes zijn voorzien van een haltepaal met daarop de dienstregeling van de buslijnen die de betreffende halte aandoen, de haltevertrekstaat. Door het landelijke karakter met veel kleine kernen zijn er veel bushaltes met weinig in- en uitstappers. De verschillende concessiegebieden zullen hieronder worden beschreven.



Figuur 15 De kaart van Fryslân met de concessiegebieden

NOORD EN ZUIDWEST FRYSLÂN

Het concessiegebied Noord en Zuidwest Fryslân (NZW) is op het gebied van oppervlakte en aantal reizigers het grootste concessiegebied van de provincie. In totaal worden er jaarlijks rond de 8,2 miljoen reizigers vervoerd in dit gebied. De belangrijkste busstations in dit gebied zijn Leeuwarden, Dokkum, Lemmer, Sneek, Bolsward en Balk. De huidige vervoerder in dit gebied is Connexxion. Deze concessie loopt tot en met december 2012. Vanaf december 2012 zal Arriva het openbaar vervoer verzorgen in NZW, Leeuwarden stad en Schiermonnikoog.

ZUIDOOST FRYSLÂN

Het concessiegebied Zuidoost Fryslân (ZOF) is qua oppervlakte het één na grootste concessiegebied van de provincie. In totaal worden er jaarlijks rond de 4,4 miljoen reizigers vervoerd in dit gebied. In het ZOF gebied zijn de belangrijkste busstations in Leeuwarden, Drachten, Heerenveen en Oosterwolde. De huidige vervoerder is Qbuzz. Deze concessie loopt tot en met december 2016.

Q-LINER 315

De Q-liner 315 is een hoogwaardige openbaar vervoer verbinding van Groningen naar Lelystad. Deze OV verbinding gaat vanuit Groningen (stad) via de A7 naar busstation Heerenveen en vanuit daar via Joure naar Lelystad. Jaarlijks worden er ongeveer 300.000 reizigers vervoerd. Deze concessie loopt tot en met december 2012. Dan zal de Q-liner 315 worden meegenomen met de concessie NZW. De huidige vervoerder is Arriva.

LEEUWARDEN STAD

Het concessiegebied Leeuwarden stad bestaat uit de stadsdienst van Leeuwarden. Jaarlijks maken rond de 3 miljoen reizigers gebruik van de stadsdienst. Alle buslijnen vertrekken vanaf het busstation van Leeuwarden en

⁴ M.u.v. de spoorlijn Leeuwarden – Zwolle, deze spoorlijn maakt deel uit van de landelijke concessie spoorvervoer.

komen hier ook weer terug. De huidige vervoerder tot en met december 2012 is Connexxion. Het beheer van deze concessie wordt gedaan door de gemeente Leeuwarden. In december 2012 zal deze concessie deel uitmaken van de concessie NZW en zal Arriva het openbaar vervoer verzorgen in Leeuwarden. Vanaf die datum zal ook de provincie het beheer van de stadsdienst op zich nemen.

WADDENEILANDEN

Alle Waddeneilanden van de provincie Fryslân, Vlieland, Terschelling, Ameland en Schiermonnikoog, zijn separaat aanbesteed. Deze concessies lopen tot en met december 2016, met uitzondering van Schiermonnikoog. Deze concessie loopt tot en met december 2012. Dan zal Schiermonnikoog worden meegenomen met de concessie NZW. De huidige vervoerder op deze eilanden is Arriva. Op Vlieland verzorgt Taxi Centrale Renesse (TCR) het busvervoer. Jaarlijks worden er ongeveer 1,1 miljoen reizigers vervoerd op de Waddeneilanden.

REGIONALE TREINDIENSTEN

De regionale treindiensten in de provincie Fryslân worden gereden door Arriva. Deze concessie loopt tot en met eind 2020. Jaarlijks vervoert Arriva ongeveer 6,5 miljoen reizigers in de treinen.

De regionale treindiensten bestaan uit de volgende trajecten en stations:

- **Leeuwarden**, Leeuwarden Camminghaburen, Hurdegaryp, Veenwouden, Zwaagwesteinde, Buitenpost, Grijpskerk, Zuidhorn, **Groningen**
- **Leeuwarden**, Deinum, Dronrijp, Franeker, Harlingen, **Harlingen Haven**
- **Leeuwarden**, Mantgum, Sneek Noord, Sneek, IJlst, Workum, Hinderloopen, Koudum-Molkwerum, **Stavoren**

Vanuit de gedragswetenschappen kunnen opmerkingen worden geplaatst bij de indeling in meerdere concessiegebieden. Reizigers hebben behoefte aan een eenduidig systeem, terwijl er met de vele concessiegebieden juist veel verschillen ontstaan in de vormgeving van reisinformatie, de bussen en de vervoerders. Vanaf december 2012 zal hier verandering in komen doordat de concessies NZW, Leeuwarden Stad en Schiermonnikoog worden samengevoegd. Bij de verschillende concessiegebieden komen een aantal keer belangrijke busstations naar voren. Onder belangrijke busstations worden de busstations verstaan met een hoog aantal in- en uitstappende passagiers en veel samenkomende buslijnen. In totaal zijn er 3500 haltes⁵ in de provincie, waarvan van een groot aantal haltes relatief weinig gebruikt wordt. Hierover meer in paragraaf 5.3.4.

5.3.2 REISINFORMATIESYSTEMEN FRYSLÂN

In tabel 2 (paragraaf 5.2.1) zijn de reisinformatiesystemen die in Nederland worden gebruikt beschreven. In deze paragraaf zal de koppeling worden gemaakt met de reisinformatiesystemen in Fryslân.

Door de provincie zijn tot op heden geen specifieke en identieke eisen opgenomen in het bestek met betrekking tot reisinformatie. De reden hiervoor is het ontbreken van het beleid. Door het ontbreken van het beleid, ontbreekt bij de provincie de visie op, hoe en waar eventuele investeringen moeten worden gedaan in reisinformatie. In deze paragraaf zal antwoord worden gegeven op de vraag: “op wat voor wijze kunnen de reizigers in Fryslân aan reisinformatie komen?”

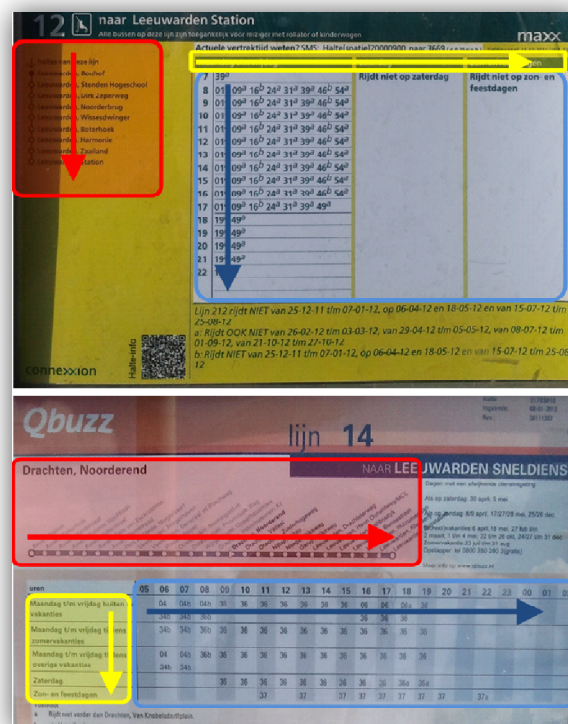
⁵ Bij de meerderheid van de wegen met een opstaplocaties zijn twee bushaltes aan weerszijde van de weg aanwezig, voor noordelijke en zuidelijke richting. Deze haltes worden in de telling afzonderlijk geteld. Daarnaast zijn er enkele haltes met een dubbele functie, voor stads- en streeklijnen. Ook deze haltes zijn afzonderlijk geteld. Globaal wordt gesteld dat er ongeveer 1600 opstaplocaties zijn.

Reisinformatiegroep 9292 en de Nederlandse Spoorwegen hebben een landelijke reisplanner die via internet is te raadplegen. Deze reisplanners hebben een landelijke dekking met de mogelijkheid een reis te plannen van deur tot deur. In het vervolg zal een onderscheid worden gemaakt in het bus- en treinvervoer.

BUSVERVOER

Bij iedere halte in Fryslân is een haltevertrekstaat aanwezig. Haltevertrekstaten zijn door de vervoerder ontworpen en geplaatst bij de haltes. Bij de haltevertrekstaten zijn een aantal verschillen te zien. Deze verschillen komen door de verschillende vervoerders. Bij de ene vervoerder zijn de uren horizontaal afgebeeld, de andere vervoerder heeft deze verticaal afgebeeld. Verder zijn er een aantal andere kleine verschillen. Figuur 16 toont haltevertrekstaten van twee verschillende vervoerders. Bij beide haltevertrekstaten zijn de drie belangrijkste informatieberichten gecodeerd door middel van een kleur. In het gearceerde vak is met een pijl aangeduid in welke richting de informatie is beschreven. Hierbij wordt duidelijk dat er in de vormgeving en informatieberichten grote verschillen zijn.

Uit een recent Mystery Guest onderzoek door Flowresulting in opdracht van de provincie blijkt dat vrijwel alle haltevertrekstaten leesbaar en actueel zijn. Bij dit onderzoek wordt een haltevertrekstaat waarbij de cijfers en letters zichtbaar zijn, beschouwd als leesbaar. Er is niet getoetst op begrijpelijkheid van de informatie.



Figuur 16 Haltevertrekstaten

De provincie heeft tot op heden in alle concessiegebieden een gedrukte dienstregeling inclusief lijnennetkaart en een lijnfolder per lijn verplicht gesteld. Als voorwaarde is opgenomen dat de lijnfolder en lijnennetkaart gedurende de gehele dienstregelingperiode gratis aan de reiziger dient te worden aangeboden. De lijnennetkaart en lijnfolder zijn verkrijgbaar bij de OV-chipkaart service punten en via de website van de vervoerder. De lijnfolders zijn ontworpen en opgezet door vervoerders en daardoor beperkt tot informatie per concessiegebied. Bovendien zijn de lijnfolders per concessiegebied verschillend in vormgeving. Vanuit de basisbehoefte naar eenduidigheid en gemak kan het ter discussie worden gesteld of er door de verschillen in vormgeving de lijnfolders voldoen aan de behoefte van reizigers. Een lijnennetkaart van de provincie of lijnnetkaarten met een eenduidige vormgeving sluit meer aan bij eenduidigheid in de informatie.

Ook is verplicht gesteld dat iedere vervoerder een website moet aanbieden met daarop (onder andere) reisinformatie. Deze internetsites dienen ook gebruikt te kunnen worden door blinden en slechtzienden. Hiervoor dient deze ingericht te worden volgens de richtlijnen van www.drempelvrij.nl. Reisinformatie voor de concessie NZW is te raadplegen op www.connexxion.nl en voor de concessie ZOF op www.qbuzz.nl. Daarnaast bieden vervoerders een aantal andere mogelijkheden aan zoals persoonlijke opties op de site en een elektronische nieuwsbrief.

Reizigers kunnen gebruik maken van actuele reisinformatie van alle bussen per halte. Dit wordt mogelijk gemaakt door een sms-service. Door het unieke haltenummer te sms'en ontvangt de reiziger binnen een minuut actuele vertrektijden vanaf die halte. Hiervoor betaalt de reiziger € 0,25 per ontvangen bericht. De sms-service is een product van de vervoerder, waardoor het nummer waar de sms naartoe moet worden gestuurd

afhankelijk is van de vervoerder. Reizigersbelangengroepen Rover en het Rocov vinden het onacceptabel dat de reiziger moet betalen voor actuele reisinformatie. De sms-service wordt bij sommige haltevertrekstaten onderaan in het klein gepromoot en daarnaast hangen op een aantal locaties posters. Uit de gebruikscijfers die door bedrijfsgevoelige informatie niet kunnen worden weergegeven, kan worden geconcludeerd dat de bekendheid en bereidheid tot het gebruik van de sms-service laag is (Klerk, 2012) (Stapper & Rigter, 2012).

In de concessie ZOF zijn door de provincie twaalf knooppunten benoemd waar de vervoerder (Qbuzz) dynamische informatie dient te tonen op een display. Het was een vereiste dat de vervoerder naast deze twaalf locaties nog vijf locaties moest voorzien van dynamische panelen. De panelen zijn tot op heden niet geplaatst. De reden hiervan is dat de provincie eerst het beleid ten aanzien van reisinformatie wil opzetten. Door dergelijke panelen wel door Qbuzz te laten plaatsen, zal alleen informatie van Qbuzz bussen worden getoond, ook als op dezelfde locatie een andere vervoerder actief is. Vanuit de gedragswetenschappen zal er op deze manier wel worden voldaan aan de behoefte aan zekerheid, er zal echter niet worden voldaan aan de behoefte aan eenduidigheid. Er ontstaat hierdoor veel verwarring en onzekerheid bij de reizigers die niet met vervoerder Qbuzz reizen, omdat deze bussen niet worden getoond op het scherm. Een vergelijkbare situatie is ook aanwezig in de concessie NZW.

In de huidige concessie NZW zijn vrijwel identieke eisen gesteld als in de concessie ZOF. Een verschil ten opzichte van de concessie ZOF is dat in deze concessie dynamische informatie is geëist bij haltes bij treinstations, busstations en op de eventueel aan te leggen ministations (maximaal 7) en een aantal belangrijke knooppunten. De vervoerder Connexxion heeft op deze locaties eigen displays geplaatst. De informatie wordt geleverd door middel van een eigen systeem van Connexxion. De informatiepanelen tonen alleen informatie van Connexxion bussen, ook wanneer andere vervoerders de locatie aandoen. Uit een recent Mystery Guest onderzoek door Flowresulting in opdracht van de provincie blijkt dat 66% van de DRIS-panelen leesbaar zijn en slechts 54% van de borden correcte informatie weergeven. Vanuit de gedragsaspecten blijkt dat deze score funest is voor de tevredenheid van de openbaar-vervoer-reizigers. Mensen hebben behoefte aan zekerheid, deze zekerheid zal niet worden behaald met panelen die in de helft van de gevallen onjuiste informatie tonen. Bovendien zullen mensen eerder kiezen voor bestaande systemen in plaats van nieuwe. Dit komt omdat mensen de betrouwbaarheid van nieuwe systemen niet kennen. De theorie van Cialdini sluit eveneens aan bij het belang van correcte informatie. Wanneer er informatie wordt gegeven moet deze juist zijn. Met andere woorden, wanneer een paneel aangeeft dat een bus over vijf minuten vertrekt, moet dit ook het geval zijn. De huidige situatie vormt een belangrijk aandachtspunt voor DRIS- schermen, ook in de komende jaren. Reizigers die negatieve ervaringen hebben opgedaan met deze DRIS-panelen zullen eventuele nieuwe DRIS-panelen als onbetrouwbaar aanmerken.

De provincie heeft in alle concessies verplicht gesteld dat conform het Besluit personenvervoer 2000 de vervoerder reisinformatiegegevens (dynamische en statisch) beschikbaar moet stellen voor exploitanten van een reisinformatiesysteem (serviceproviders) en hun klanten (reizigers). Een voorbeeld hiervan is reisinformatie-beheergroep 9292.

Vrijwel alle apps met actuele reisinformatie over busvervoer (met uitzondering van de app van 9292) maken gebruik van de data afkomstig van GOVI. Omdat de provincie geen GOVI partner is, bevatten de apps ook geen informatie over vertrektijden in Fryslân. Hierdoor heeft het aansluiten bij GOVI, naast de DRIS-panelen, een ander groot voordeel. Ook social media wordt in het Friese busvervoer sporadisch ingezet door vervoerders. Connexxion maakt gebruik van een landelijke Twitter account voor het melden van stremmingen. Omdat dit een landelijk account betreft, worden ook landelijk alle stremmingen gemeld. Qbuzz heeft een eigen account voor de regio Fryslân, alleen maakt de vervoerder hier enkel gebruik van om acties te melden en slechts zelden voor het vermelden van stremmingen.

In alle bussen in Fryslân (met uitzondering van de Waddeneilanden) dient een TFT-scherf te hangen met actuele reis- en overstaptijden. Op een TFT-scherf wordt een overzicht gegeven van de eerst volgende haltes die zullen worden aangedaan met daarbij de verwachte aankomsttijd. Op de grotere busstations en treinstations wordt overstapinformatie aangeboden over andere bussen en treinen. Uit een recent klantenpanel onderzoek van Qbuzz (juni 2012) kwam naar voren dat reizigers erg tevreden zijn over de overstapinformatie op de treinen. Uit het eerder genoemde Mystery Guest onderzoek van Flowresulting blijkt dat gemiddeld (van de concessies NZW en ZOF) 85% van de TFT-schermen leesbaar zijn en slechts



Figuur 17 TFT-scherf in een Connexxion bus

80% van de TFT-schermen juiste informatie tonen. Evenals bij de DRIS-panelen is deze uitkomst verontrustend. De TFT-schermen werken gemiddeld wel beter dan de DRIS-panelen, toch is een score van 1 op 5 met onjuiste informatie veel te hoog. Figuur 17 toont een TFT-scherf in een Connexxion bus. Naast het TFT-scherf dient in alle bussen een automatische halte afroep aanwezig te zijn. Uit het Mystery Guest onderzoek blijkt dat gemiddeld slechts 74% van de bussen een verstaanbare halteafroep heeft. Doordat in alle bussen een TFT-scherf en een automatische halte afroep aanwezig is, wordt hiermee voldaan aan artikel 10 van het Besluit toegankelijkheid van het openbaar vervoer.

TREINVERVOER

In Fryslân zijn 23 treinstations, waarvan achttien stations worden aangedaan door de regionale treindiensten en vier door de landelijke treindiensten. Daarnaast is er station Leeuwarden, die zowel door de regionale treindiensten als de landelijke treindiensten wordt aangedaan. Vrijwel alle stations in Nederland zijn eigendom van de Nederlandse Spoorwegen. ProRail is verantwoordelijk voor het beheer van de stations.

Op alle stations is een omroepinstallatie aanwezig waardoor reizigers door middel van een geluidsbericht op de hoogte kunnen worden gebracht van vertragingen. Op treinstations worden drie verschillende type schermen gebruikt (zie ook figuur 18):

- Een Treinbeeldscherm, een scherm met een actueel overzicht van alle vanaf dat station vertrekkende treinen. Dit bord hangt aan het begin van het perron.
- Een Perronverwijzer, dit scherm is alleen op stations met meer dan drie sporen. Dit scherm geeft met een pijl en het perronnummer de looprichting aan.
- Een Treinbeeld Perron, dit scherm vervangt de huidige rolbakken op de perrons (de CTA's). Op dit scherm staan de vertrektijd, treinsoort, vervoerder en eindbestemming (met daaronder alle tussenstations) (ProRail).



Figuur 18 Respectievelijk een Treinbeeldscherm, Perronverwijzer en een Treinbeeld perron

Tabel 5 toont een overzicht van de Friese stations en de reisinformatie faciliteiten die aanwezig zijn. Hieruit blijkt dat er in Fryslân geen Perronverwijzers aanwezig zijn. Deze worden alleen op de grote treinstations gebruikt. Daarnaast blijkt dat op slechts enkele stations Treinbeeldschermen (5) en Treinbeeld perronschermen (6) aanwezig zijn. Conform artikel 9 van het “Besluit toegankelijkheid van het openbaar vervoer” moet vanaf 1 januari 2015 op ieder treinstation afwijkingen in beeld en geluid beschikbaar zijn (zie paragraaf 5.2.2). Hier wordt in de huidige situatie op vijftien treinstations nog niet aan voldaan. Wel wordt op elk station de informatie door middel van een omroepinstallatie in geluid aangeboden. Hierbij zijn veel berichten, zoals een vertraging van vijf minuten, geautomatiseerd en worden gesproken door een “computer stem”. Berichten bij storingen worden door een persoon verzorgd.

Station	Treinbeeldscherm	Perronverwijzer	Treinbeeld perron
Leeuwarden	X		X
Leeuwarden			
Camminghaburen			
Hurdegaryp			
Veenwouden	X		
Zwaagwesteinde			
Buitenpost	X		X
Deinum			
Dronrijp			
Franeke			
Harlingen	X		
Harlingen Haven			
Mantgum			
Sneek Noord			
Sneek			
IJlst			
Workun			
Hinderloopen			
Koudum-Molkwerum			
Stavoren			
Grou-Jirnsum			X
Akkrum			X
Heerenveen	X		X
Heerenveen IJstadion			X

Tabel 5 Reisinformatievoorzieningen op de Friese stations

5.3.3 WAARDERING EN IMAGO OV FRYSLÂN

Uit tabel 6 valt te lezen dat de Waddeneilanden bijzonder positief scoren ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Het openbaar vervoer op de Waddeneilanden wordt ook al jaren als beste openbaar vervoer gebied gewaardeerd in de OV-klantenbarometer. Hiervoor zijn een aantal verklaringen. Het openbaar vervoer op de Waddeneilanden wordt verzorgd door een zelfsturend team van Arriva. Deze chauffeurs dragen zorg voor het complete openbaar vervoer op de eilanden en zorgen voor zoveel mogelijk gemak en comfort voor de reiziger.

	Landelijk	NZW	ZOF	Qliner 315	Stadsdienst LWD	Waddeneilanden	Trein LWD- GRN	Trein LWD- SN	Trein LWD - HRL
Gemiddelde waardering	7,2	7,2	7,4	7,1	7,6	8,2	7,3	7,3	7,6
Informatievoorziening bij vertraging	4,8	4,3	4,2	3,8	4,5	6,4	6,1	5,8	6,2
Beoordeling punctualiteit	7	7	7,1	7,4	7,2	7,9	7,7	7,7	8

Tabel 6 Waardering Fryslân naar concessiegebied

Vanuit de theorie van Herzberg (1970) kan worden gesteld dat de zelfstandigheid en verantwoordelijkheid van het team er voor zorgt dat dit team inzet op een hoog service level (The art of management, 2010). De verantwoordelijkheid, erkenning en het leveren van prestatie zijn motiverende factoren. Door deze motiverende factoren zal vermoedelijk deze groep zich blijven ontwikkelen en ontplooiën. Daarnaast maken veel reizigers gebruik van het openbaar vervoer gedurende een vakantie op een van de Waddeneilanden. De combinatie van een vakantiestemming met een goed georganiseerd openbaar vervoer zorgt mogelijk voor deze hogere waardering. Het kan erg interessant zijn voor de provincie Fryslân om een onderzoek te doen naar de successen op de Waddeneilanden.

De verdeling in leeftijdsgroepen van de ondervraagden is bij alle concessiegebieden nagenoeg gelijk. Hierdoor kan worden uitgesloten dat de ervaring per leeftijdsgroep een vertekend beeld geeft. Een opvallend detail is dat reizigers in alle vier de busconcessies het aantal op tijd vertrekkende ritten neutraal of hoger waardeert dan het landelijk gemiddelde. Desondanks wordt het onderdeel informatievoorziening bij vertraging lager gewaardeerd dan het landelijk gemiddelde. Een verklaring hiervoor kan zijn dat in geen van de busconcessies dynamische panelen zijn vereist die de reiziger actuele vertrektijden toont.

Wel heeft vervoerder Connexxion een aantal dynamische panelen in de concessie NZW met actuele vertrektijden. Het blijkt echter dat deze panelen vaak onjuiste informatie tonen waardoor niet wordt voldaan aan de behoefte van reizigers.



Openbaar vervoer op Terschelling

Het openbaar vervoer heeft landelijk te maken met een negatief imago. Dit negatieve imago geldt in sterkere mate voor het platteland. De reden dat bewoners op het platteland negatiever tegenover het openbaar vervoer staan, wordt naast het aanbod ook veroorzaakt door het gebruiksgemak en de snelheid van de OV-verbindingen. Mensen die op grote afstand van een station wonen zijn vaak negatief gestemd over het openbaar vervoer, terwijl de alternatieven(auto en fiets) juist vaak als positief worden aangemerkt. Vanuit de gedragswetenschappen valt dit eveneens te verklaren dat het gemak een belangrijke behoefte is van mensen (Thaler & Sunstein, 2008). Een verlaten en verouderde bushalte op een grote afstand waar één keer per uur een bus komt, voldoet niet aan de behoefte aan gemak. Bovendien willen reizigers door de lage frequentie zekerheid over het rijden van de bus, zekerheid die niet wordt geboden op de halte. Het wegnemen van het negatieve imago is lastig en zal niet lukken met alleen reisinformatie. Wel kan vanuit de behoeftetopiramide van Maslow worden gesteld dat correcte reisinformatie een bijdrage leveren aan het gebruiksgemak en dat actuele reisinformatie een bijdrage kan leveren aan de behoefte van reizigers (Hagen van, 2009). Door het vervullen van aspecten uit de basisbehoeften van reizigers, zullen reizigers meer tevreden zijn over het openbaar vervoer. Deze tevredenheid kan via mond tot mond reclame worden verspreid. Vanuit de marketingstrategie is dit het belangrijkste reclame middel. Deze positieve reclame zal voor een verbetering van het imago van het openbaar vervoer zorgen. Uit de theorie van Ellsberg (1961) blijkt mensen bij een keuze beïnvloedbaar zijn met volledig en duidelijke informatie. (Ellsberg, 1961) De “concurrentie” van het autoverkeer zal echter op het platteland heel sterk aanwezig blijven door de vele landelijke gebieden met een laag aanbod aan OV-verbindingen (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2009) (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2009).

5.3.4 HALTE OVERZICHT

Zoals in de inleiding van paragraaf 5.3 naar voren komt is Fryslân een provincie met veel landelijke gebieden. De landelijke gebieden hebben een zeer lage bevolkingsdichtheid. Door het geringe aantal reizigers is de frequentie van het aantal bussen per uur laag. De provincie pleit echter voor een ontsluiting vanuit iedere locatie in Fryslân naar de grotere plaatsen. Er wordt dan ook verondersteld dat de meeste reizigers naar een grotere plaats reizen. Hiervoor is in de dunbevolkte gebieden het concept “de Opstapper” opgezet. De

Opstapper is een vraagafhankelijke servicedienst voor locaties waar geen vaste OV-verbinding aanwezig is. De Opstapper brengt de reiziger van een nabijgelegen OV-locatie naar de bestemming. Hiervoor dient de reiziger minimaal anderhalf uur voor het gewenste tijdstip telefonisch te reserveren bij de vervoerder.

In gebieden waar de vraag naar openbaar vervoer hoger is maar de gebieden dunbevolkt zijn, is een vaste OV-verbinding. De frequentie is in de meeste gevallen op werkdagen beperkt tot één keer per uur. De provincie noemt dit de dunne lijnen. Lijnen die vaak onrendabel zijn voor een vervoerder. Deze dunne lijnen worden gecompenseerd door de dikke lijnen. De dikke lijnen zijn lijnen tussen de grotere plaatsen waar veel reizigers gebruik van maken.

Om zoveel mogelijk inwoners in Fryslân de mogelijkheid te bieden om gebruik te kunnen maken van het openbaar vervoer, zijn er veel opstapmogelijkheden (bushaltes). Met de invoering van de OV-chipkaart bestaat de mogelijkheid diverse gegevens te krijgen die voorheen onbekend waren. Voor dit onderzoek zijn de OV-chipkaart gegevens geanalyseerd van de twee grootste busconcessiegebieden NZW en ZOF. Het betreft gegevens die afkomstig zijn van het aantal instappende passagiers met de OV-chipkaart over heel 2011.

De gegevens zijn afkomstig uit brondata van de OV-chipkaart over 2011. Mede omdat reizen met de OV-chipkaart in Fryslân vanaf juli 2011 verplicht is gesteld dienen een aantal opmerkingen te worden gemaakt:

- *Voor juli 2011 was het naast de OV-chipkaart ook mogelijk om met de strippenkaart te reizen. De reizigers die in de periode voor juli nog met de strippenkaart hebben gereisd zijn dan ook niet meegenomen in deze gegevens. Omdat alle gegevens zijn omgezet naar relatieve aantallen vormt dit geen belemmering voor de uitkomsten. Hierbij wordt aangenomen dat de overgang naar de chipkaart over de hele provincie zonder grote verschillen is verlopen.*
- *(Ster)abonnementen zijn vanaf januari 2012 overgegaan op de OV-chipkaart. Voor januari 2012 waren (ster)abonnementen alleen als "papieren abonnement" verkrijgbaar en nog niet als OV-chipkaart product. Omdat de gegevens afkomstig zijn over 2011 zijn de reizigers met abonnementen niet meegenomen in de gegevens. Het is niet vast te stellen of er grote verschillen zijn in reizigersaantallen met een abonnement per buslijn. Zo wordt buslijn 12 voornamelijk gebruikt door scholieren met een studentenreisproduct, het aantal (ster)abonnementsreizigers is hier relatief lager dan op andere lijnen. De haltes die lijn 12 aandoet komen hierdoor wellicht onterecht iets hoger uit bij het relatief aantal instappende passagiers dan werkelijk het geval is. Het advies is daarom de OV-chipkaart gegevens over het jaar 2012 opnieuw te analyseren. Hierdoor kunnen wellicht specifieke kenmerken over vaste of incidentele reizigers naar voren komen zodat het beleid passender en (kosten)effectiever kan worden gemaakt.*
- *Onvolledige transacties (waarbij alleen is ingecheckt en niet is uitgecheckt) zijn niet meegenomen in de data.*
- *Het betreft een registratie van instappende passagiers, dus overstappende passagiers zijn dubbel geregistreerd.*

Met inachtneming van deze opmerkingen wordt gekeken naar het aantal instappende passagiers per bushalte. Uit de OV-chipkaart gegevens kunnen een aantal belangrijke conclusies worden getrokken:

- Een groot aantal haltes, 31%, zijn over het gehele jaar 2011 niet gebruikt door instappende passagiers.
- Op negentien busstations / bushaltes vindt 50% van alle instapbewegingen plaats.
- Op ongeveer 9% van de haltes vindt meer dan 1% van alle instapbewegingen plaats, op 91 % is dit minder dan 1% van alle instapbewegingen.

Bij mogelijke investeringen in haltes kan het relevant zijn welke haltes/busstations een groot aandeel reizigers bereikt. Tabel 7 toont het aantal en percentage haltes met het daarbij cumulatief aantal instappende passagiers.

Duidelijk zichtbaar is de verdeling van het aantal instapbewegingen over de haltes. Op slechts 40 haltes (2,5% van het totaal aantal haltes in Fryslân) heeft bijna 59% van alle instapbewegingen plaatsgevonden. Er kan worden gesteld dat vanuit een beperkt aantal haltes veel instapbewegingen plaatsvinden. Dit komt vermoedelijk omdat reizigers vaak van en/of naar een grotere plaats reizen en omdat reizigers vaak op grotere locaties overstappen. De “80-20 regel” wordt ruim gehaald, 80% van het aantal instapbewegingen vindt plaats bij 10,4% van het aantal haltes, 166 stuks. In bijlage IV is een overzicht opgenomen van alle haltes in Fryslân. In deze bijlage zijn tevens alle instapbewegingen weergegeven.

Aantal haltes	Percentage haltes	Cumulatief aantal instapbewegingen (in procenten)
10	0,63%	44,0%
20	1,25%	50,5%
30	1,88%	55,1%
40	2,50%	58,8%
50	3,13%	61,9%
75	4,69%	68,0%
100	6,25%	72,4%
150	9,38%	78,6%
200	12,50%	82,8%
300	18,75%	88,3%
500	31,25%	94,1%
750	46,88%	96,8%
1000	62,50%	97,7%
1250	78,13%	99,0%
1500	93,75%	100,0%
1600	100,00%	100,0%

Tabel 7 Aandeel instappende passagiers per haltes

SAMENVATTING PARAGRAAF 5.3

Fryslân is een provincie met veel landelijke gebieden met een lage bevolkingsdichtheid. Desondanks wordt getracht de burgers een zo goed mogelijk netwerk van bus- en treinverbindingen aan te bieden. Hierbij wordt slechts een klein deel van de bushaltes veel gebruikt. Bij 1,25% van alle haltes vinden meer dan 50% van alle instapbewegingen plaats. Evenals bij de landelijke cijfers, maar wel in iets sterkere mate, blijkt dat reizigers ook in Fryslân ontevreden zijn over de reisinformatievoorzieningen bij vertragingen. De ontevredenheid valt vanuit hoofdstuk 4 goed te verklaren omdat er op vrijwel geen enkele manier wordt voldaan aan de behoeften van reizigers. De lage waardering geldt niet voor het openbaar vervoer op de Waddeneilanden. Opmerkelijk omdat daar net zoals in andere concessiegebieden geen (slechts een paar panelen van vervoerder Connexxion in NZW) dynamische panelen met actuele informatie aanwezig zijn. Het zelfsturende team met eigen verantwoordelijkheid zorgt er mogelijk voor dat dit team inzet voor een goed georganiseerde openbaar vervoer. Dit in combinatie met de vakantiestemming van de reizigers draagt bij aan deze positieve waardering. Fryslân is bovendien een provincie waarbij toerisme en recreatie een belangrijke rol spelen. Hierdoor is het raadzaam rekening te houden met deze doelgroep in de reisinformatie.

6.0 CONFRONTATIE GEDRAGSASPECTEN EN HUIDIGE REISINFORMATIESYSTEMEN

Bij het lezen van hoofdstuk 4 komen enkele belangrijke uitgangspunten vanuit de gedragswetenschappen naar voren om reisinformatie een succesvol onderdeel van het openbaar vervoer te laten uitmaken. Uit hoofdstuk 5 blijkt dat de mogelijkheden daarbij nog nooit zo groot zijn geweest als anno 2012, echter blijkt dat de huidige situatie (op aspecten als zekerheid en eenduidigheid) niet voldoet aan de gedragsaspecten. Dit hoofdstuk zal ingaan op de inhoudelijke verschillen tussen de “theorie en de praktijk”. De informatie uit de theorie is afkomstig uit de literatuur en de interviews. De informatie uit de praktijk komt uit de inventarisatie van de huidige reisinformatiesystemen. In dit hoofdstuk worden de gedragsaspecten als leidraad gebruikt.

HOE BELANGRIJK IS REISINFORMATIE?

In Nederland zijn weinig centrale ontwikkelingen te zien in reisinformatie. Uit de piramide van Maslow en de daar uit voortkomende klantwenspiramide van de NS (Hagen van, 2009) blijkt dat reisinformatie behoort tot de belangrijke basisbehoefte van het openbaar vervoer. Er kan dan ook worden gesteld dat reisinformatie een belangrijke schakel vormt tot een succesvol openbaar vervoer netwerk en daardoor ook een onvermijdelijke kostenpost is. Investeren in reisinformatie is investeren in de toegankelijkheid en kwaliteit van het openbaar vervoer. Reisinformatie is geen direct winstgevend product en daardoor voor vervoerders een minder interessant onderdeel. Omdat reisinformatie tot de basisbehoefte hoort, kan worden gesteld dat een niet goed functionerend informatienetwerk ten koste gaat van reizigersaantallen. Bij een goed informatienetwerk wordt er geen verlies geleden door een hoger gebruik van het openbaar vervoer. Doordat de financiële baten van reisinformatie moeilijk te calculeren zijn en vaak pas op langere termijn spelen, is er bij sommige (beursgerelateerde) vervoerbedrijven niet automatisch voldoende aandacht voor. Bovendien kunnen mensen met volledige en begrijpelijke informatie worden beïnvloed in het maken van hun keuze. Vanuit de literatuur van gedragswetenschappen blijkt dat mensen een aantal belangrijke gemeenschappelijke eigenschappen hebben. Een aantal van deze gemeenschappelijke eigenschappen kunnen worden toegepast bij reisinformatie in het openbaar vervoer. Door het opstellen van het reisinformatiesysteem vanuit deze gedragskenmerken wordt naar verwachting aangesloten bij de behoefte van de reizigers. Door het beleid daarnaast toe te spitsen op doelgroepen sluit het beleid nog beter aan bij de behoefte van reizigers. Ook kunnen nieuwe informatiesystemen een positief effect hebben op het imago van het openbaar vervoer. Een halte blijft altijd de eerste indruk van de openbaar-vervoer-reiziger, daarnaast vormt een halte ook het beeld wat ontwikkeld wordt bij de niet-openbaar-vervoer-reizigers. Kortom reisinformatie vormt een belangrijk aspect in de keten en biedt bovendien mogelijkheden voor verbetering van het imago van zowel openbaar-vervoer-reizigers als niet-openbaar-vervoer-reizigers. Uit de gedragswetenschappen (hoofdstuk 4) komt een aantal belangrijke criteria naar voren waar de reisinformatie aan moet voldoen. In de huidige situatie voldoet het reisinformatiesysteem hier echter niet altijd aan. De criteria en verschillen met de huidige situatie worden in dit hoofdstuk beschreven.

EENHEID IN DE INFORMATIE

Mensen hechten veel waarde aan eenduidigheid. Eenduidigheid zorgt voor herkenning en voor begrijpelijkheid. In de huidige situatie is geen tot zeer weinig eenduidigheid in de reisinformatie. De verantwoordelijkheid van het openbaar vervoer is in Nederland gedecentraliseerd naar verschillende overheden en deze overheden hebben de gebieden opgesplitst in concessiegebieden. Door de Europese aanbestedingen is er geen vaste vervoerder maar wisselt dit gedurende de jaren. De opdrachtgever is binnen het gebied een constante partij. Door de complexe situatie is het reisinformatie erg foutgevoelig. De zwakste schakel bepaalt de sterkte van het systeem.

De vervoerders hebben in Nederland afzonderlijke lay-out voor reisinformatie. Deze standaard is voor de reizigers zichtbaar in de haltevertrekstaten, dienstregelingen, posters, lijnfolders en websites. Het doorvoeren

van eenheid in reisformatie kan een aanzienlijke meerwaarde hebben. Door eenheid in reisformatie worden herkenningspunten opgebouwd voor de reiziger. Reizigers willen niet geconfronteerd worden met verschillende vervoerders. Reizigers zijn vaak niet gebonden aan de provincie maar reizen in veel gevallen ook over de provinciegrens. Eenheid binnen de grenzen van de provincie zal zeker een positief effect opleveren. Een landelijk centraal systeem met één standaard zal het positieve effect vergroten. Een grote concurrent van het openbaar vervoer is de auto. In vergelijking met het autoverkeer is een eenduidig systeem ook geen luxe, in het autoverkeer is al een eenduidig systeem in borden en bewegwijzering. Een automobilist merkt geen verschil in bewegwijzering wanneer hij op een gemeentelijke, provinciale of rijksweg rijdt. Alle bewegwijzeringborden hebben dezelfde uitstraling en vormgeving. Binnen het openbaar vervoer is deze eenheid niet aanwezig. Het ontbreken van eenheid is overigens niet het enige wat ontbreekt binnen het openbaar vervoer in vergelijking met het autoverkeer. Een gemiddeld bewegwijzeringbord in het autoverkeer is van betere kwaliteit dan een haltevertrekstaat. Haltevertrekstaten zijn vaak slecht onderhouden waardoor de informatie in sommige gevallen slecht leesbaar is. Omdat veel haltepalen niet zijn voorzien van verlichting, is de informatie bij duister slecht tot niet leesbaar. De bewegwijzering bij het autoverkeer is daarentegen gemiddeld goed onderhouden en leesbaar.

Vanuit alleen de provincie Fryslân is het niet mogelijk landelijk eenheid te creëren. Het is daarom van belang dat de provincie in samenwerking met andere opdrachtgevers van het openbaar vervoer zich gaat inzetten voor een centraal landelijk reisinformatiesysteem. Het huidige informatiesysteem is erg complex en hierdoor ook erg gevoelig voor fouten. Dit wordt veroorzaakt door de vele partijen die een aandeel hebben in de reisformatie, zoals opdrachtgevers, vervoerders, gemeente en externe partijen. Gezien deze landelijk complexe situatie zal een dergelijk systeem een enorme klus zijn. Hierdoor heeft een provinciaal centraal eenduidig systeem op kortere termijn meer kansen. Desondanks is het belangrijk dat de provincie pleit voor een landelijk systeem. Hierbij moet zeker niet alleen worden gedacht aan dynamische reisformatie. Eenduidigheid in de traditionele reisformatie, zoals haltevertrekstaten, lijnfolders, overzichtskaarten en andere statische informatie is minstens zo belangrijk.

Een centraal systeem kan opgezet worden door een handboek te ontwerpen waaraan alle reisformatie dient te voldoen. Belangrijk hiervoor is te weten waar de behoefte van de reiziger ligt. Het doel van eenduidigheid is herkenningspunten te creëren in de reisformatie waardoor reizigers de informatie sneller begrijpen. Hierdoor wordt voldaan aan de behoefte aan gemak en begrijpelijkheid. De reiziger moet in een oogopslag de informatie kunnen lezen en begrijpen. Hiervoor is het belangrijk dat alle informatie op dezelfde manier wordt weergegeven. Op deze manier wordt er voldaan aan een van de behoeften aan eenduidigheid. Zoals in het onderdeel eenduidigheid en eenvoud in hoofdstuk 4 is te lezen, wordt door te voldoen aan de behoefte aan eenheid sneller herkenningspunten gecreëerd. Bovendien blijkt uit hoofdstuk 4 dat reizigers hierdoor beter vertrouwd worden met de informatie, wat ook weer zorgt voor een stuk zekerheid.

HET BIEDEN VAN ZEKERHEID IN INFORMATIE

Naast eenduidigheid is er behoefte aan zekerheid. Deze behoefte kan slechts voor een klein deel met statische informatie worden voldaan. Het is daarom van groot belang actuele informatie aan de reizigers te bieden. Landelijk beoordelen reizigers de informatievoorziening bij vertraging laag. Dit wordt mogelijk veroorzaakt door de onzekerheid die reizigers hebben bij het wachten op een voertuig. In gebieden waar geïnvesteerd is in DRIS-panelen is een positievere waardering waarneembaar. De waardering blijft echter ook in deze gebieden ook nog laag. DRIS-panelen hebben naast het bieden van zekerheid een aantal bijkomende voordelen. Het openbaar vervoer heeft landelijk te kampen met een negatief imago, in sterkere mate op het platteland. Dit negatieve imago wordt sterk veroorzaakt door het beeld van niet-openbaar-vervoer-reizigers. Niet-openbaar-vervoer-reizigers komen onder andere tot dit beeld door de aspecten die worden waargenomen. Dit kunnen slecht onderhouden haltes zijn met de al jarenlange verouderde halte paal. Een DRIS-paneel is modern en van deze tijd en draagt bij aan een beter imago. Bovendien bieden DRIS-panelen zekerheid over de vertrektijden

van de bus. Het systeem achter dynamische reisinformatie is complex. Om eenduidige informatie op een DRIS-paneel te tonen moet aangesloten worden bij GOVI of 9292. Dit komt omdat iedere vervoerder een afzonderlijke verschillende datastroom heeft.

Correct werkende DRIS-panelen zullen naar verwachting het imago en waardering in het openbaar vervoer ten goede komen. Dit blijkt ook uit de vergelijking van het aantal DRIS-panelen met de waardering. Hoe groot dit effect is in de toekomst, is echter moeilijker te voorspellen. Op korte termijn zal de waardering zo goed als zeker een stijging laten zien, dit blijkt ook uit ervaringen bij andere provincies. De stijging is echter gering, hiervoor zal wellicht de vraagstelling een beïnvloedende rol spelen. De reizigers wordt gevraagd naar de informatievoorziening bij vertraging. Het woord vertraging kan er voor zorgen dat ook wanneer de reiziger tevreden is over de informatievoorziening een lagere score aangeeft. Wellicht kan een andere formulering van de vraagstelling hier verandering in brengen, door bijvoorbeeld te vragen naar de tevredenheid over de actuele reisinformatie. Of DRIS-panelen op lange termijn ook effect zullen hebben is lastig te stellen. Door toenemende mogelijkheden is er de afgelopen jaren een verschuiving van de informatiebehoefte ontstaan. Waar tien jaar geleden werd volstaan met een papiertje met vertrektijden zijn reizigers anno 2012 niet meer tevreden. Of DRIS-panelen op de halte met (alleen) vertrekinformatie op de minuut nauwkeurig over vijftien jaar nog volstaat, kan op dit moment niet gezegd worden. Door de verschuiving van informatiebehoefte wordt momenteel niet meer volstaan met alleen statische informatie. Er kan dus gesteld worden dat door niets te doen en af te wachten wat er over een aantal jaar gebeurt tot ontevredenheid zal leiden bij de reizigers en uiteindelijk ook tot terugloop van het aantal reizigers. Eveneens, naast de gedragswetenschappelijke aspecten, blijkt uit een rapport van het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (*Actuele ov-reisinformatie: maatschappelijke baten en rolverdeling*, 2009) dat actuele reisinformatie een aantal belangrijke voordelen kent voor de reizigers. Het terugdringen van de wachttijd heeft een versterkt effect op de beleving van de objectieve wachttijd. Dit alles heeft ook te maken met het gebrek aan zekerheid bij het wachten. Het bieden van zekerheid is vanuit de piramide van Maslow en de klantwenspiramide van de NS (Hagen van, 2009) gezien een belangrijke basisbehoefte van mensen.

POSITIEVE BERICHTGEVING

Naast de eenheid en zekerheid blijkt dat uit wetenschappen van Pratkanis en Aronson dat het belangrijk is hoe de informatie wordt gebracht. Door informatie positief te brengen en woorden met een negatieve lading niet te gebruiken, zal het bericht positiever worden opgevat. Een trein die vijf minuten vertraagd is wekt onrust, terwijl een trein die over 5 minuten vertrekt zekerheid geeft. De trein vertrekt immers over 5 minuten. Dit aspect wordt framing genoemd. Framing wordt door de Nederlandse Spoorwegen al toegepast. Binnen het busvervoer is er weinig tot geen aandacht voor. Framing heeft een positief effect mits de boodschap maar eerlijk is. Door het product te voorzien van een (in de ogen van de reiziger) betrouwbaar logo of keurmerk kan het product sneller als betrouwbaar worden aangemerkt, aldus Pratkanis en Aronson. Bij het opstellen van de voorwaarde is het belangrijk rekening te houden met kleurgebruik. Kleuren kunnen emoties en belevingen van mensen beïnvloeden. Zo blijkt uit het onderdeel kleurgebruik dat blauw zorgt voor rust in de informatie en er bovendien voor zorgt dat de beleving van de wachttijd korter is.

COMPLEXE SITUATIE

De vervoerder is de uitvoerende partij en verricht het openbaar vervoer voor de opdrachtgever, een overheid. De vervoerder is veelal de verantwoordelijke voor de statische informatie en de datastroom. De ene opdrachtgever stelt meer eisen dan de andere opdrachtgever aan de informatie. De grotere investeringen, in bijvoorbeeld DRIS-panelen worden veelal gedaan door overheden. Hieraan zijn diverse voordelen verbonden voor de overheid en de vervoerder. Een vervoerder kan dergelijke investeringen vrijwel nooit terugverdienen en een opdrachtgever kan daarentegen de panelen over een langere periode afschrijven. Daarnaast ontstaat er een eenduidigheid in de informatie wanneer de opdrachtgevers de panelen verzorgt. De eigendomssituatie en

de beheerstaken zijn in handen van diverse partijen, zoals wegbeheerders en vervoerders. Uit hoofdstuk 4 blijkt dat hoe meer de verantwoordelijkheid verdeeld is, des te groter de kans op fouten en onduidelijkheid.

WELKE ONTWIKKELINGEN ZIJN ER TE ZIEN?

De ontwikkelingen zijn de afgelopen jaren snel gegaan. Tien jaar geleden hadden we nooit kunnen denken dat de huidige toepassingen zo ingeburgerd zouden zijn. Het klagen via Twitter heeft zelfs een effectievere werking dan een klachtenformulier. Een voorbeeld van een ontwikkeling via social media. Ook reisinformatie verloopt al op diverse manieren via dergelijke ontwikkelingen. Meer dan de helft van de vervoerders is actief met reisinformatie via social media. Daarnaast gaat het aantal applicaties voor smartphones met reisinformatie mee met de landelijke ontwikkelingen. Het aantal apps met reisinformatie is gegroeid tot tientallen en zal met de komst van een mogelijke landelijke databank zich zo goed als zeker verder voortzetten. Ontwikkelingen die het aantal mogelijkheden om reisinformatie te verkrijgen vergroot. Een positieve ontwikkeling, of toch niet? Het aantal reisinformatiesystemen wat steeds verder wordt uitgebreid, vergt aandacht vanuit het gedragsaspect van mensen.

KEUZEMOGELIJKHEDEN

Het lijkt logisch om mensen zoveel mogelijk mogelijkheden te bieden, dan is er altijd wel een passend middel voor iedereen. In het geval van reisinformatie kan gedacht worden om reisinformatie via zoveel mogelijk kanalen te laten verlopen. Maar in dit geval ontstaat er information overload en wordt keuzestress gecreëerd bij reizigers. (Iyengar & Lepper, 2000) Wanneer dit ontstaat, zal een averechts effect optreden en ontstaat stress en verwarring bij reizigers. Tevens ontstaat er een risico dat de informatie met teveel informatievoorzieningen niet eenduidig is. Hierdoor kunnen verschillende vertrektijden en adviezen worden gegeven. Deze verschillen zorgen ervoor dat reizigers geen bewuste keuze kunnen maken. Het opzetten van nieuwe informatiemogelijkheden is een risico, mensen zijn eerder geneigd zijn om te kiezen voor het oude en bekende systeem dan te kiezen voor het nieuwe. Dit effect wordt helemaal versterkt wanneer de informatie niet eenduidig is. In de huidige situatie kan het voorkomen dat de buschauffeur over andere reisinformatie beschikt dan de reiziger met smartphone en die informatie weer anders is dan op de DRIS schermen. Belangrijk is dat de informatie eenduidig is en allemaal dezelfde informatie tonen. Gezien alle huidige informatievoorzieningen is het niet wenselijk meer informatievoorzieningen op te zetten, dit blijkt uit de paragraaf beperkte keuzes in hoofdstuk 4. Met de nodige inspanning valt er veel voordeel te halen uit de huidige ontwikkelingen. Een voorbeeld hiervan zijn de DRIS-panelen, in het verleden was statische informatie ongeveer het maximaal haalbare. Statische informatie biedt geen actuele informatie, slechts een indicatie van vertrektijden, en geeft een hoop onzekerheid bij reizigers. Omdat zekerheid een belangrijke basisbehoefte is van mensen zorgt onzekerheid juist voor een vergroot afbreukrisico. Betrouwbare en correct werkende actuele informatie draagt dus bij aan een verbetering van het openbaar vervoer. In Fryslân is een duidelijk achterstand waarneembaar in aantal DRIS-panelen ten opzichte van andere overheden.

IMAGO EN REISINFORMATIE

Het openbaar vervoer heeft te kampen met een negatief imago, dit effect is sterker aanwezig op de plattelandsgebieden. Ook jongeren ervaren het openbaar vervoer als muf, saai en oud bollig. De “ouderwetse” gele halte paal is hier een voorbeeld van (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2009). Geen beeld waar een doorsnee persoon graag voor wil staan. Dynamische schermen kunnen het imago voor het openbaar vervoer verbeteren. Vanuit de marketingstrategie, tevens erg belangrijk voor het inzetten op nieuwe openbaar-vervoer-reizigers, is mond tot mond reclame een belangrijke reclame om het negatieve imago weg te nemen. Hierdoor speelt de tevredenheid van de huidige openbaar-vervoer-reiziger een belangrijke rol om in te zetten op nieuwe openbaar-vervoer-reizigers.

INFORMATIEBEHOEFTE VAN REIZIGERS

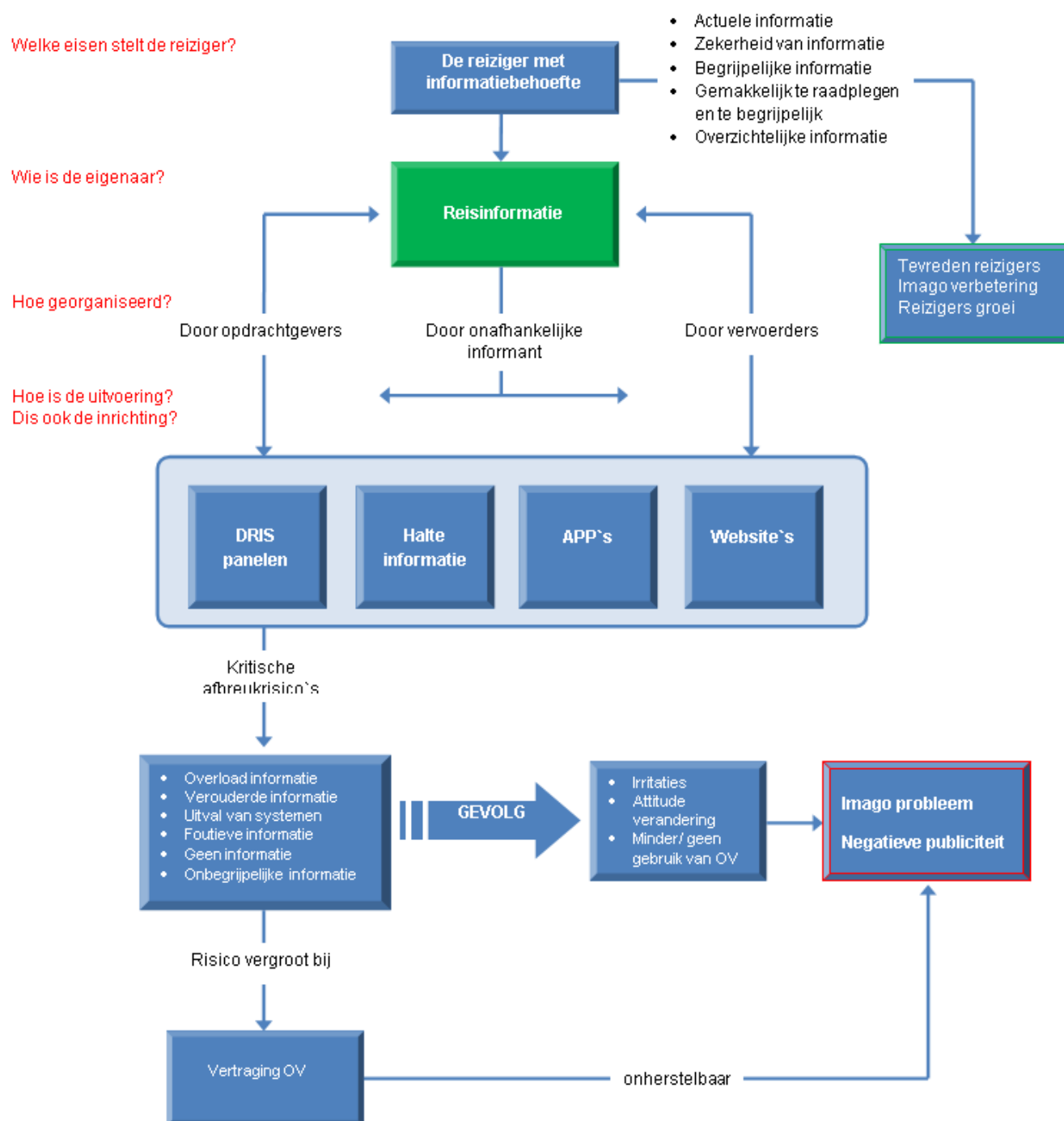
Bij de overweging om actuele informatie aan te bieden op dynamische panelen ontstaan er tegenstrijdige belangen vanuit gedragswetenschappelijke aspecten en economische aspecten. Vanuit de gedragswetenschappelijke aspecten is het wenselijk actuele reisinformatie aan te bieden op locaties waar weinig te beleven is. Op deze locaties hebben reizigers een verhoogde informatiebehoefte. Vanuit economische aspecten is het wenselijk actuele informatie op grotere busstations aan te bieden zodat de populatie reizigers die deze informatie bereikt veel groter is. Om aan te sluiten bij de behoefte van de reiziger wordt onderscheid gemaakt in doelgroepen.

Alle aspecten die tot nu toe behandeld zijn in dit hoofdstuk zijn de conclusies uit de confrontatie tussen de theorie en de praktijk. In deze alinea volgen een paar belangrijke conclusies over de provincie Fryslân. Fryslân kent veel landelijke gebieden met rustige haltes waar weinig gebruik van wordt gemaakt. Op deze rustige haltes is de informatiebehoefte het hoogst. Naast het feit dat de provincie bestaat uit veel landelijke gebieden heeft de provincie enkele gebieden waar toerisme een belangrijke rol spelen. Toeristen vallen onder de doelgroep niet-dagelijkse-reizigers. Een doelgroep die in vergelijking met de dagelijkse reizigers een extra informatiebehoefte heeft.

SAMENVATTING HOOFDSTUK 6

Tussen het theoretisch kader en de huidige situatie zitten grote verschillen. Op lokaal niveau zijn in het buitenland, maar ook in Nederland een aantal praktijksituaties te vinden waarbij ingezet is op eenduidigheid en zekerheid van de informatie. Dit heeft vaak een positief effect op de klanttevredenheid. Eén van de belangrijkste tekortkoming in reisinformatie zit momenteel in het ontbreken van eenheid in de informatie. Zowel op provinciaal niveau gezien als op landelijk niveau lijkt een eenduidig systeem nog verre van werkelijkheid. Ook het ontbreken van zekerheid is een belangrijk aandachtspunt. Landelijk zijn hier al veel positieve ontwikkelingen te zien door middel van actuele reisinformatie. Het landelijke reisinformatiesysteem zit door de verschillende betrokken partijen complex in elkaar. Daarnaast zijn er tal van mogelijkheden om aan reisinformatie te komen. Deze mogelijkheden kunnen keuzestress veroorzaken bij reizigers omdat reizigers niet weten welke informatiebron betrouwbaar is.

Figuur 19 toont een schematische weergave van het reisinformatiesysteem in Nederland. Hierin staan belangrijke afbreukrisico's omschreven. Allereerst ontstaat het aandachtspunt bij de complexe situatie voor reisinformatie, hierdoor is het systeem erg foutgevoelig. De zwakste schakel bepaalt de kwaliteit voor het hele informatiesysteem. Daarna ontstaat er aandacht voor de uitvoering, door veel informatiesystemen ontstaat er een vorm van keuzestress en bovendien kan er eenvoudig tegenstrijdige informatie worden geboden door de verschillende bronnen van informatie. Doordat de informatie daarbij soms verouderd is, niet actueel, niet begrijpelijk of niet doelmatig, zullen reizigers geïrriteerd zijn en mogelijk het openbaar vervoer mijden. Indien vertragingen optreden wordt dit effect (onherstelbaar) versterkt. Bovendien zorgt dit voor negatieve publiciteit.



Figuur 19 Schematische weergave reisinformatie

7.0 WAT WIL DE REIZIGER?

In hoofdstuk 4 en 5 zijn veel aspecten vanuit de gedragswetenschappelijke kant en de huidige situatie rondom de reisinformatiesystemen aan de orde geweest. Hiermee is nog geen antwoord gegeven op de hoofdvraag voor dit onderzoek. In dit hoofdstuk zal het belang van reisinformatie in het openbaar vervoer voor de reiziger worden beschreven. Dit belang bestaat uit een combinatie van gedragswetenschappelijke aspecten en de mogelijkheden met de huidige informatievoorzieningen. Hierbij heeft de (financiële) haalbaarheid een beïnvloedende rol gespeeld. De gedragsaspecten van de mens die behandeld zijn in paragraaf 4.1, zullen centraal staan bij het vormen van het beleid voor reisinformatie. Door de gedragsaspecten die beschreven zijn kan de behoefte van de reiziger worden bepaald. Vanuit die behoefte kan het reisinformatiesysteem worden ingericht. Hoofdstuk 8 zal concreter ingaan op de aanbevelingen voor het reisinformatiebeleid.

Reizigers reizen niet alleen binnen de grenzen van de provincie maar ook over deze grenzen heen. Daarom is de reiziger gebaat bij een landelijk reisinformatiesysteem waarin eenheid is aangebracht. Een landelijke aanpak zal een groter effect hebben dan op provinciaal niveau.

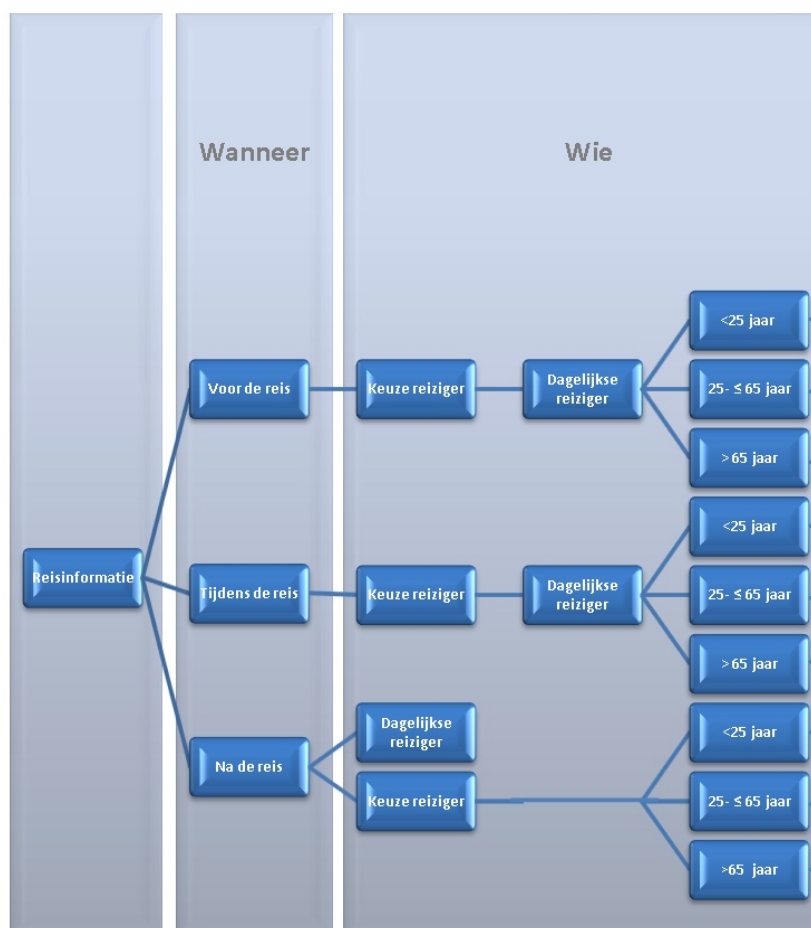
De belangrijkste basiseis voor reisinformatie kan als volgt worden omschreven: *Reisinformatie dient eenduidig, betrouwbaar, actueel en volledig te zijn. Daarbij dient het aantal reisinformatiesystemen beperkt te zijn en de informatie van verschillende systemen moet gelijk en makkelijk te verkrijgen zijn.* Alleen op deze manier zal de reiziger tevreden zijn. Vanuit deze theoretische omschrijving wordt de vertaling naar de praktijk gemaakt. De beschrijving vindt plaats aan de hand van de schematische weergave in figuur 20. Eerst wordt er onderscheid gemaakt in reisinformatie voor de reis (paragraaf 7.1), reisinformatie tijdens de reis (paragraaf 7.2) en reisinformatie na de reis (paragraaf 7.3). Uit dit hoofdstuk zal blijken dat de informatiebehoefte van de dagelijkse reizigers voor en tijdens de reis de basis is voor alle reizigers. De keuzereiziger wil daarnaast ook extra informatie. In figuur 20 zijn de keuze reiziger en de dagelijkse reiziger daardoor achter elkaar afgebeeld. Na de reis geldt dat de dagelijkse reiziger geen behoefte heeft aan reisinformatie (met betrekking tot vertrek- en aankomsttijden) terwijl de niet dagelijkse keuze reiziger dit wel heeft. Niet dagelijkse keuze reizigers willen namelijk bij het verlaten van het voertuig weten waar hun uiteindelijke eindbestemming is en hoe deze bestemming bereikt kan worden. Daarom zijn deze groepen in figuur 20 onder elkaar afgebeeld.

Uit dit hoofdstuk blijkt verder dat het verschil in informatiebehoefte in de verschillende leeftijdscategorieën weinig verschil maakt. Dit verschil ontstaat alleen doordat ouderen meer moeite hebben om informatie tot zich te nemen. Wel is er een groot verschil aanwezig hoe de informatie wordt aangeboden. De bekendste informatiestromen zijn tegenwoordig de dynamische stroom via internet ondersteund door statische informatie. De dynamische stroom kan zowel via een vaste internetaansluiting, als via een breedband verbandverbinding en een app. Een smartphone met breedband verbinding heeft een aanzienlijke meerwaarde. Hiermee kan te allen tijde actueel reisadvies worden opgevraagd. Alleen niet iedere openbaarvervoer-reiziger beschikt over een smartphone met breedband verbinding. Het blijkt dat er aanzienlijk meer telefoonaansluitingen zijn dan het aantal breedband verbinding. Anno 2012 wordt een groot deel van de (potentiële) reizigers (nog) niet bereikt indien de informatiestroom alleen via een internetverbinding verloopt. Uit de gegevens van OPTA kan niet herleid worden of dit in sterkere mate geldt voor ouderen, dit blijkt echter wel uit diverse andere gegevens. Aangenomen kan worden dat ouderen minder bekend zijn met een smartphone met breedband verbinding. Ouderen hebben meer moeite om de nieuwe vaardigheden aan te leren en maken hierdoor minder gebruik van de modernere voorzieningen. Daarbij zijn ouderen vaak onzekerder dan jongeren en hebben juist veel zekerheid nodig om met het openbaar vervoer te reizen. Deze onzekerheid is voor een groot gedeelte weg te nemen met actuele reisinformatie. Met name voor oudere blijft statische informatie anno 2012 nog cruciaal en moet informatie als aanvulling ook via andere stromen verkrijgbaar zijn, zoals per telefoon en per sms. Ouderen hechten ook veel waarde aan persoonlijk contact. Ouderen zullen wel steeds meer bekend worden met het gebruik van moderne middelen, zoals een smartphone. Dit komt omdat de "toekomstige ouderen" wel opgroeien met deze systemen. De verwachting is

dat het belang van statische informatie op den duur steeds verder zal afnemen. Dit geldt ook voor het belang van DRIS-panelen, alleen in mindere mate dan bij statische informatie het geval is omdat DRIS-panelen een aantal belangrijke voordelen blijven houden, zoals actuele informatie wat wordt gebracht bij de reizigers. Het belang van informatie via een smartphone zal naar verwachting de komende jaren sterk toenemen doordat steeds meer mensen over een smartphone beschikt.

Zoals in hoofdstuk 4 is te lezen, kiezen mensen liever voor het bestaande boven het nieuwe. Ouderen zullen daarom een voorkeur hebben voor de informatie die op papier wordt aangeboden of persoonlijk advies. Nieuwe vaardigheden aanleren vergt naast veel moeite wilskracht van de oudere mensen. Wel worden ouderen steeds meer bekend met een mobiele telefoon (Klerk, 2012) (Stapper & Rigter, 2012).

Figuur 20 is een schematische weergave van de reisinformatiebehoefte van de reizigers. De tweede kolom (wanneer) geeft het moment aan waarop bepaalde informatie gewenst is. De derde kolom toont de verschillende doelgroepen. Hieruit blijkt dat de informatiebehoefte van de dagelijkse reiziger een belangrijke basis vormt voor het reisinformatiesysteem. Aan de hand van het schema zal dit hoofdstuk nader worden omschreven. Aan het einde van dit hoofdstuk, wordt in tabel 8 (pagina 68) de uitwerking gegeven van het onderstaande figuur. In deze tabel is informatiebehoefte op de halte en in het voertuig separaat omschreven.



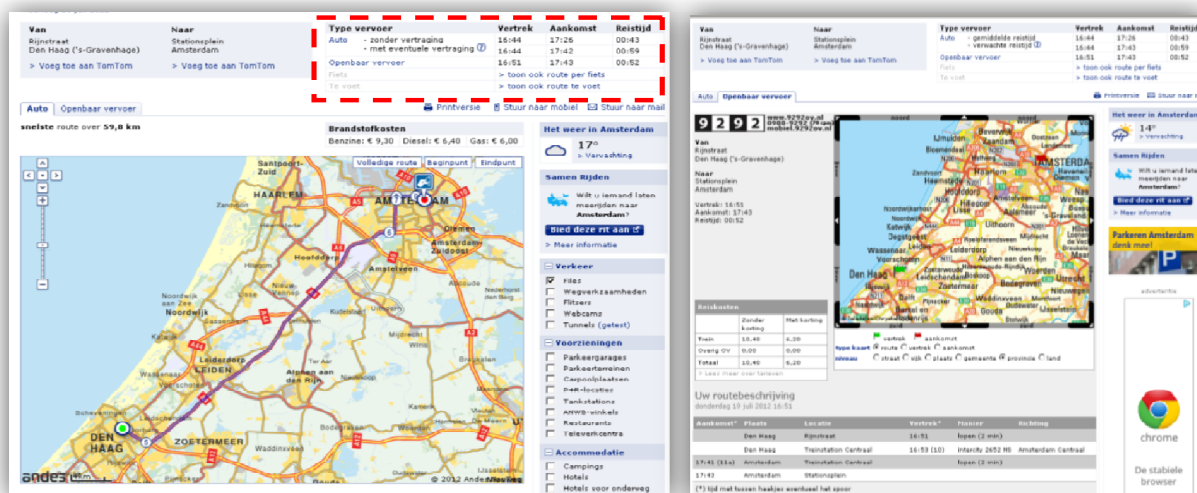
Figuur 20 Schematische weergave reisinformatie

7.1 VOOR DE REIS

In deze paragraaf wordt beschreven welke informatie verschillende type reizigers voor de reis willen ontvangen. Onder “voor de reis” wordt verstaan alle momenten voordat de reiziger vanaf vertreklocatie verlaat. Een reiziger die wacht bij de bushalte wordt in dit onderzoek gedefinieerd als een reiziger “tijdens de reis”. De reiziger is immers al van zijn locatie de reis begonnen door naar de bushalte te gaan. De behoefte aan informatie die een reiziger voor zijn reis wil ontvangen wisselt per type reiziger. Reisinformatie is belangrijk voor vaste en incidentele reizigers. Vaste reizigers kunnen meestal uitstekend hun weg vinden tot er een verstoring optreedt. Juist in die situaties is actuele reisinformatie essentieel. Incidentele reizigers zijn vaak enigszins onzeker. Zij vragen bevestiging tijdens het reizen. Diverse vormen van reisinformatie helpen de incidentele reizigers om zich te oriënteren. Deze groep reizigers heeft in grotere mate belang bij op maat gesneden reisinformatie. Een te groot aanbod van informatie is dan juist verwarrend. Gezien de verschillen in de behoefte aan reisinformatie wordt er in dit hoofdstuk onderscheid gemaakt in reisinformatie bij niet dagelijkse (keuze) reizigers en de dagelijkse (gedwongen) reizigers.

NIET DAGELIJKSE (KEUZE)REIZIGER

Een niet dagelijkse (keuze)reiziger zal bij een verplaatsing willen weten wat zijn verwachte reistijd met het openbaar vervoer is en bijvoorbeeld met de auto. Hiervoor wil hij eenmalig zijn reis opgeven en beperkte informatie ontvangen over de reistijd en kosten per vervoersmodaliteit. De informatie moet volledig zijn, zoals de route, overstap mogelijkheden en de frequentie van de openbaar vervoer verbinding. Daarnaast dient de informatie overzichtelijk te zijn, geen ingewikkelde reisschema's en routes. Figuur 21 en 22 tonen twee overzichtsschema's afkomstig van de routeplanner van de website van de ANWB. Hierbij is het mogelijk om de alternatieven per auto, openbaar vervoer, fiets of te voet te zien. Bij het eerste reisadvies (figuur 21) is het openbaar vervoer qua reistijd een aantrekkelijke reisoort, de reistijden staan in het rood gearceerde vak. De reistijd met de auto duurt naar verwachting ongeveer 59 minuten terwijl de reistijd met het openbaar vervoer naar verwachting 52 minuten is. Bij het tweede reisadvies (figuur 22) is het openbaar vervoer onaantrekkelijk ((reistijd factor van bijna 1.7). Een niet-dagelijkse-reiziger zonder keuzemodaliteit heeft een vergelijkbare behoefte aan reisinformatie, alleen zijn reistijden per auto niet interessant voor deze groep waardoor alleen de reistijden per openbaar vervoer voldoende zijn voor deze groep.



Figuur 21 Reisadvies van Den Haag naar Amsterdam via de ANWB website (ANWB, 2012)

Op het moment dat de reiziger zijn keuze heeft gemaakt en aan zijn reis begint, verschuift de behoeftehiërarchie van de reiziger. Nu voldoet een statisch reisschema niet meer, maar verschuift de behoefte naar een actueel gedetailleerde reisplanning. Hierdoor komt de niet dagelijkse keuze reiziger in een gelijke behoeftehiërarchie als een dagelijkse reiziger.

Informatie over de reistijd per auto, vertrektijden en route is voor deze groep reizigers niet relevant omdat zij niet over een auto beschikken. De gedwongen reiziger reist in de meeste gevallen dagelijks op hetzelfde traject en op dezelfde tijd met het openbaar vervoer. Wachtijd wordt als dusdanig tijdsverlies beschouwd, dat het belang groot is om de wachttijd zo beperkt mogelijk te houden. Hiervoor wil de reiziger in geval van afwijkingen ten opzichte van de dienstregeling tijdig geïnformeerd worden om zo nodig zijn planning aan te passen. Hoe eerder de informatie verstrekt wordt, des te meer mogelijkheden heeft de reiziger om zijn planning aan te passen.

Reisinformatie in het openbaar vervoer

7.2 TIJDENS DE REIS

Ook tijdens de reis is het van belang reizigers te informeren, in grotere mate wanneer er wijzigingen optreden ten opzichte van de dienstregeling. Wat wil de reiziger voor informatie gedurende de reis? Daar zal in deze paragraaf verder op worden ingegaan.

OP DE HALTE

De keuze reiziger is in sommige gevallen volledig onbekend met het station of de bushalte. Daarom begint voor deze reiziger de onzekerheid op het moment dat hij aankomt bij een station of bushalte. Een eerste informatiebehoefte ontstaat bijvoorbeeld bij aankomst, waar is de fietsenstalling of waar zijn de parkeermogelijkheden? Verder is het belangrijk voor de reiziger om te weten vanaf welke locatie het voertuig vertrekt en hoever hij daarvan verwijderd is. Daarnaast is het voor de reiziger interessant om te weten hoe lang het



Figuur 23 Informatieborden Amsterdam Centraal

Op deze manier kan de reiziger berekenen of hij rustig aan kan doen en nog tijd heeft om bijvoorbeeld een krant te kopen en of hij hard moet doorlopen om het voertuig nog te halen. Hierbij geldt dat op een groter bus- en treinstation de behoefte aan informatie groter is dan op een bushalte. Door stadsgewest Amsterdam is hier op station Amsterdam centraal veel aandacht aan besteed. Op Amsterdam zijn diverse grote eenduidige informatieborden geplaatst, zie figuur 23. Op deze informatieborden is eenvoudig te zien waar de treinen, bussen en trams vertrekken. Vanaf elke locatie op het station is een dergelijk informatiebord zichtbaar. Uit de piramide van Maslow blijkt dat volledige en actuele reisinformatie tot de basisbehoefte van mensen behoort. Als de reiziger de wachttijd zo optimaal mogelijk kan besteden, door het kopen van een krant bijvoorbeeld, wordt de subjectieve wachttijd verkort, wat weer ten goede komt van de waardering van de reistijd. De dagelijkse reiziger wil alleen weten of zijn dagelijkse voertuig ook vertraging heeft of van een ander perron vertrekt.



Figuur 24 Een solar DRIS-paneel met vertrektijd aanduiding

Reizigers ontvangen actuele reisinformatie het liefst door middel van een DRIS-paneel (Provincie Utrecht, 2012). DRIS-panelen zijn voor alle reizigersgroepen te raadplegen en begrijpelijk. Daarnaast wordt bij een DRIS-paneel de informatie gebracht zonder dat de reiziger zelf de informatie moet halen, zoals bij een app. Verder geeft het aftelmechanisme de wachtende reiziger zekerheid met betrekking tot de vertrektijd. Figuur 24 toont een solar DRIS-paneel waarop de vertrektijd in minuten wordt aangeduid.

IN HET VOERTUIG

Ook in het voertuig wil een reiziger geïnformeerd worden. Hier ontstaat een verschil tussen dagelijkse reizigers en niet-dagelijkse reizigers. Of beter geformuleerd, reizigers die onbekend zijn op een traject en reizigers die bekend zijn op een traject. Reizigers die onbekend zijn op een traject zullen zich afvragen wanneer zij de eindbestemming of overstaplocatie naderen. Het is van belang op het juiste station of bushalte uit te stappen. Daarom is het belangrijk actuele informatie te hebben over wanneer welk station of bushalte wordt aangedaan. Dit kan door middel van geluid en beeld. Moderne middelen zijn daarnaast ook steeds meer gebruikte hulpmiddelen. Zo worden in veel bussen en treinen de haltes en stations getoond op een TFT-scherm. De app van 9292 biedt de functie de huidige locatie op kaart af te beelden (figuur 26 op de volgende pagina). Ook de bestemmingshalte staat aangegeven op de kaart. Op deze manier kunnen reizigers een inschatting maken welke route het voertuig zal afleggen en wanneer de uitstaphalte wordt bereikt. De kaart geeft een stuk zekerheid aan reizigers. Deze functie is slechts beschikbaar voor reizigers die bekend zijn met een smartphone en hier ook over beschikken. Reizigers die bekend zijn handelen vanuit hun gewoontegedrag, en hebben geen behoefte aan informatie over de haltes of stations.

Daarnaast hebben beide groepen reizigers behoefte aan informatie indien een overstap moet worden gemaakt. In dit geval wil men weten of het voertuig volgens dienstregeling rijdt en het volgend voertuig ook volgens dienstregeling rijdt. Reizigers die niet bekend zijn hebben bovendien behoefte aan informatie over de locatie van het vertrekkende voertuig. Figuur 25 toont respectievelijk actuele reisinformatie inclusief omgevingsplattegrond op het busstation en actuele overstapinformatie in een lijndienst.



Figuur 25 Respectievelijk actuele reisinformatie op het busstation en overstapinformatie in het voertuig

7.3 NA DE REIS

Reisinformatie (van deur tot deur) na de reis is een vaak “vergeten” aspect van reisinformatie. De locatie waar de reiziger het voertuig verlaat is in de meeste gevallen niet zijn eindbestemming maar slechts de dichtstbijzijnde openbaar vervoer voorziening. De dagelijkse reiziger is bekend en zal zich zonder informatiehulpmiddelen redden. Bij de incidentele niet-dagelijkse-reiziger zit dit anders. Deze reiziger is vaak onbekend in het gebied en zal zich moeten oriënteren waar zijn uiteindelijke eindbestemming is. Tegenwoordig zijn hier moderne technologische middelen voor. Zo biedt de applicatie van 9292 door middel van GPS coördinaten de mogelijkheid de huidige locatie te tonen en de bestemmingslocatie (figuur 26). De huidige locatie wordt aangegeven met een geel symbool en zal bij het verplaatsen ook op de kaart “verspringen”. Maar, zeker voor ouderen, zijn eenvoudige oplossingen zeer effectief. Simpele omgevingsplattegronden bij een halte levert veel informatie. Figuur 26 toont een omgevingsplattegrond die gebruikt wordt door de HTM.



Figuur 26 Respectievelijk de Kaart optie 9292 app en een omgevingsplattegrond van Den Haag gebruikt door de HTM

Belangrijk aspect bij het plaatsen van borden is de functie van de borden. Zegt een bord daadwerkelijk iets? Een overvloed van borden vormt een hoop verwarring bij reizigers. Het aantal borden moet daarom beperkt blijven en borden moeten op strategische plaatsen worden neergezet. Op het gebied van vormgeving is het belangrijk de eenheid in acht te nemen.



Service NS station Amersfoort

7.4 OVERZICHT

Tabel 9 toont de informatiebehoefte per doelgroep op de verschillende momenten van de reis. Uit deze tabel blijkt eveneens dat de niet dagelijkse (keuze) reizigers voor en tijdens de reis naast de behoefte van de dagelijkse reiziger meer informatie wil hebben. In de laatste kolom is per doelgroep aangegeven hoe de doelgroep de informatie wil ontvangen. Uit een onderzoek van de provincie Utrecht blijkt dat mensen het liefst geïnformeerd willen worden op de halte doormiddel van een DRIS-paneel, gevolgd door informatie voor de reis.

Wanneer	Type	Leeftijd	Behoeft	Hoe
Voor de reis	Niet dagelijkse (keuze) reiziger	<25	Overzicht over reistijd, prijs, vertreklocatie per vervoersmodaliteit.	Internet, smartphone (app)
		25-65		Internet, smartphone (app), telefoon, papier
		>65		Telefoon, papier, internet
	Dagelijks (gedwongen) reiziger	<25	Wijzigingen ten opzichte van de dienstregeling. Eventueel alternatief reisadvies.	Internet, smartphone (app), sms
		25-65		Internet, smartphone (app) sms
		>65		Sms, telefoon, internet
Op de halte	Niet dagelijkse (keuze) reiziger	<25	Aanduiding vertreklocatie, resterende tijd van locatie en bewegwijzering naar vertreklocatie	DRIS, smartphone, infobord, personeel
		25-65		DRIS, smartphone, infobord, personeel
		>65		DRIS, infobord, personeel
	Dagelijks (gedwongen) reiziger	<25	Aanduiding resterende tijd tot vertrek	DRIS, smartphone, infobord, personeel
		25-65		DRIS, smartphone, infobord, personeel
		>65		DRIS, infobord, personeel
In het voertuig	Niet dagelijkse (keuze) reiziger	<25	Overzicht route (haltes / stations)	TFT-scherm, omroep, smartphone (app)
		25-65		TFT-scherm, omroep, smartphone (app)
		>65		TFT-scherm, omroep, personeel
	Dagelijks (gedwongen) reiziger	<25	Afwijkingen ten opzichte van de dienstregeling, mogelijk alternatief reisadvies/ overstap	TFT-scherm, omroep, smartphone (app)
		25-65		TFT-scherm, omroep, smartphone (app)
		>65		TFT-scherm, omroep, personeel
Na de reis	Niet dagelijkse (keuze) reiziger	<25	Overzicht uitstaplocatie en eindbestemming	Omgevingsplattegrond, smartphone (app)
		25-65		Omgevingsplattegrond, smartphone (app)
		>65		Omgevingsplattegrond, personeel
	Dagelijks (gedwongen) reiziger	<25	Een dagelijkse reiziger heeft na de reis <u>geen</u> informatiebehoefte	
		25-65		
		>65		

Tabel 8 Overzicht informatiebehoefte naar doelgroep

8.0 AANBEVELINGEN

In de voorgaande hoofdstukken is vanuit de theorie en praktijk en de confrontatie tussen beide (resp. hoofdstuk 4, 5 en 6) gekeken naar de wensen van de reiziger met betrekking tot reisinformatie. Uit de conclusies van deze hoofdstukken wordt duidelijk dat de provincie Fryslân nog verschillende verbeteringen kan doen aan dit systeem. Dit hoofdstuk is verdeeld in drie paragrafen. Paragraaf 8.1 geeft inhoudelijke aanbevelingen aan de provincie. Deze aanbevelingen zijn opgesplitst in belangrijke gedragswetenschappelijke aspecten. Paragraaf 8.2 gaat in op de financiële gevolgen bij de uitvoering van de aanbevelingen. Tot slot worden in paragraaf 8.3 een overzicht gegeven van alle aanbevelingen.

8.1 INHOUDELIJKE AANBEVELINGEN

DE ROL VAN DE PROVINCIE

Allereerst is het belangrijk om vast te stellen of en waarom de provincie een rol moet spelen bij reisinformatie en bij welke onderdelen hiervan. Het openbaar vervoer is uitbesteed aan de vervoerder. Hierdoor is de vervoerder in eerste instantie verantwoordelijk voor het vervoer van de reizigers en de taken die daarbij komen. De verzorging van reisinformatie is één van de taken die in dit pakket vallen. Reisinformatie is echter geen direct winstgevend product en bovendien kunnen de kosten voor reisinformatie hoog oplopen waardoor reisinformatie niet altijd voldoende prioriteit krijgt bij vervoerders. Daarbij komt dat eenheid in reisinformatie van groot belang is voor reizigers. De eenheid is in de huidige situatie slechts beperkt tot een concessiegebied. De provincie is als opdrachtgever van het openbaar vervoer een overkoepelende instantie en tevens een constante factor. Hierdoor kan de provincie een noemenswaardige meerwaarde hebben in het reisinformatiesysteem. Hierbij is de verdeling en verantwoordelijkheid van de taken een belangrijk aandachtspunt: de vervoerder is een uitvoerende partij en de provincie functioneert als opdrachtgever en kan daardoor eenheid bewaken. De provincie zal daarom de eisen aan reisinformatie zó moeten stellen dat de vervoerder zelf voor het grootste gedeelte van de reisinformatie verantwoordelijk is en blijft. Hierdoor blijft de directe taak bij de vervoerder en is de provincie niet verantwoordelijk voor bijvoorbeeld haltevertrekstaten. Wanneer de provincie namelijk het volledige reisinformatiesysteem zou verzorgen, zou de situatie erg complex worden: iedere wijziging die de vervoerder doorvoert, moet dan via de provincie worden aangepast.

De provincie moet juist meer doen in de infrastructuur van de openbaar vervoer voorzieningen. Het gaat hierbij om investeringen die op langere termijn moeten worden afgeschreven en/of investeringen die voor een vervoerder commercieel niet interessant genoeg zijn. Hierbij moet worden gedacht aan DRIS-panelen en informatieborden. Daarnaast blijkt dat de huidige informatievoorzieningen niet altijd goed functioneren. Het is daarom van belang dat de provincie scherp blijft inzetten bij vervoerders op correct werkende informatievoorzieningen.

Binnen de provincie zijn veel verschillende concessiegebieden waardoor het aantal verschillen binnen de provincie eveneens groot is. Hierbij geldt ook: hoe langer de ketting, hoe foutgevoeliger de informatie wordt. Door het aantal concessiegebieden te beperken ontstaan er meerdere voordelen, zoals meer eenduidigheid. De provincie heeft hier met de nieuwe concessie die vanaf december 2012 ingaat al deels in voorzien. Hier worden de concessiegebieden NZW, Leeuwarden Stad, Schiermonnikoog en de Q-liner 315 samengevoegd tot één concessie. Deze nieuwe concessie zal lopen tot en met 2020 of 2022. De komende jaren wordt onderzocht of in 2020 deze concessie tegelijkertijd met het regionale treinvervoer aanbesteed kan worden. Vanuit de behoefte naar eenduidigheid kan het samenvoegen van de concessiegebieden worden gezien als een positieve ontwikkeling.

8.1.1 EEN EENDUIDIG REISINFORMATIESYSTEEM

Een belangrijk aspect in dit onderzoek is eenduidigheid. Het is dan ook niet verwonderlijk dat dit begrip terugkomt in de aanbevelingen. Eenduidigheid is niet alleen op het gebied van reisinformatie gewenst; eenduidigheid kan veel breder gezien worden binnen het openbaar vervoer. Zo kunnen de abri's, haltepalen, bussen en alle andere aspecten binnen het openbaar vervoer eenduidig ingericht worden waardoor het openbaar vervoer één duidelijk herkenbare stijl krijgt.

Een eenduidig reisinformatiesysteem in de provincie heeft al een aanzienlijke meerwaarde, maar een landelijk reisinformatiesysteem met minstens een eenduidige vormgeving zal een veel groter effect hebben. Het advies is daarom om als provincie in te gaan zetten op een landelijk eenduidig reisinformatiesysteem. Hiervoor is het van belang om vanuit het reisinformatiebeleid (dat voortkomt uit dit onderzoek) landelijke dekking te zoeken via het Interprovinciaal Overleg (IPO). Omdat het invoeren van een landelijk centraal systeem de nodige moeite en tijd zal vergen, is het goed nu alvast in te zetten op eenduidigheid binnen de provincie. Het is belangrijk dat alle reisinformatie een eenduidige en herkenbare vormgeving krijgt. Het is daarom aan te bevelen dat de provincie een eigen provinciale huisstijl ontwikkelt en oplegt in de verschillende concessies. In de huidige situatie heeft iedere vervoerder namelijk zijn eigen huisstijl gebruikt binnen zijn concessie(s). Verschillende huisstijlen van verschillende vervoerders zullen met oog op eenduidigheid geen voordelen opleveren, want op die manier zijn er grote verschillen tussen de concessiegebieden ontstaan. Bij het invoeren van de provinciale huisstijl ontstaan er wel een aantal voordelen. Deze worden hieronder toegelicht.

Er ontstaat binnen de provincie een eenduidig systeem dat qua vormgeving kan aansluiten bij het provinciaal karakter. Bovendien past het uitstekend binnen het algemene beleid van de provincie. De provincie wil "de Mienskip" (de Friese burgers) laten zien waar de provincie zich mee bezig houdt. Door het invoeren van een provinciale huisstijl laat de provincie zien aan de Mienskip dat het openbaar vervoer één van de taken is van de provincie. Ook is gebleken dat het gebruik van kleuren veel invloed kan hebben op de beleving en gedragingen van mensen (Valdez & Mehrabian, 1994). Het is goed om hier rekening mee te houden. De huisstijl van de provincie bestaat uit blauwe kleuren. De kleur blauw is een rustgevende kleur. Blauw heeft bovendien een aantrekkingskracht waardoor mensen sneller overtuigd zullen zijn van de informatie. Mensen ervaren de intervaltijd in een blauwe omgeving korter tussen twee momenten, oftewel: het wachten in een blauwe omgeving lijkt korter te duren. Pratkanis & Aronson en Cialdini stellen dat de bron van informatie invloed heeft op de beleving van de betrouwbaarheid van de informatie (Pratkanis & Aronson, 2001). Het vermelden van een "provinciaal keurmerk" kan het effect van vertrouwen bij de reiziger vergroten. Hierbij moet echter een belangrijk aandachtspunt genoemd worden. Bij het plaatsen van een keurmerk is het van belang dat de reiziger vertrouwt blijft met de informatie. Dit kan alleen als de informatie correct en actueel is. Foutieve informatie is een groot afbreukrisico! Wordt informatie foutief weergegeven, dan heeft dit ook zijn weerslag op het imago van de provincie Fryslân. Om het vertrouwen van reizigers te behouden zal de provincie erop moeten toezien dat de informatie klopt. De kwaliteit van de informatie kan bijvoorbeeld worden meegenomen in de jaarlijkse Mystery Guest metingen. Hierop wordt verderop dieper ingegaan.

De provincie wil als opdrachtgever niet teveel in direct contact komen met de reiziger. De reiziger dient zich voor vragen, opmerkingen en klachten in eerste instantie te wenden tot de vervoerder. Om te voorkomen dat reiziger voor alle vragen, opmerkingen en klachten contact opnemen met de provincie is het aan te raden geen contactgegevens van de provincie te vermelden op de reisinformatiemiddelen.

Lijn 100 naar Leeuwarden station

provincie Fryslân

	Maandag/tvrijdag	Zaterdag	Zondag
06 15			
07 15 30 45	15 45		
08 15 30 45	15 45	15	
09 15 30 45	15 45	15	
10 15 45	15 45	15	
11 15 45	15 45	15	
12 15 45	15 45	15	
13 15 45	15 45	15	
14 15 45	15 45	15	
15 15 45	15 45	15	
16 15 45	15 45	15	
17 15 45	15 45	15	
18 15 45	15 45	15	
19 15 45	15	15	
20 15 45	15	15	
21 15	15		
22 15	15		

Advies reisinformatie: 92
 Uw vervoerder: **Qbuzz** www.qbuzz.nl of 0900 9292
 Uw opschrijver: provincie Fryslân
 Opmerking van uw vervoerder:

Figuur 27 Een format voor een haltevertrekstaat

Eenduidigheid kan bereikt worden door in iedere aanbesteding een format voor de statische reisinformatie op te nemen. Figuur 27 toont een format van een haltevertrekstaat zoals deze voorgeschreven kan worden. Dit is slechts een voorbeeld, het exact uitwerken van een dergelijk format kan worden uitgevraagd bij de communicatie afdeling van de provincie. Het effect kan aanzienlijk versterkt worden door de vormgeving ook door te voeren in andere aspecten van het openbaar vervoer, denk aan de haltepalen, abri's en de bussen. Eenduidigheid in reisinformatie wordt ook in het buitenland toegepast, bijvoorbeeld in het busvervoer in Engeland, Australië en Zweden. De ervaringen zijn hier erg positief. Zo is in Australië de klanttevredenheid met maar liefst 92% gestegen. Vanuit de gedragswetenschappen niet heel verwonderlijk: eenheid is voor alle mensen een belangrijke behoefte.

Vervoerders promoten graag hun eigen merk en product waardoor het invoeren van een dergelijke huisstijl enige weerstand bij hen kan oproepen. Het is daarom een optie om vervoerders ruimte te bieden voor eigen invulling. Afhankelijk van het reisinformatiemiddel moet deze vrijheid worden aangegeven. Hierbij moet ermee rekening worden gehouden dat de informatie eenduidig wordt aangeboden. Het doel van eenduidigheid is inzetten op herkenbare punten en de begrijpelijkheid. Aangenomen mag worden dat de begrijpelijkheid niet beïnvloed wordt door een afbeelding op een voorblad. Op een haltevertrekstaat is er daardoor weinig vrijheid mogelijk: de staat zelf is het voorblad. Een logo van de vervoerder met een vak voor opmerkingen lijkt de enig mogelijke eigen invulling. Op een lijnfolder kan de vervoerder de voorpagina naar eigen wens invullen. Hierbij is het laten terugkomen van het provinciaal logo en een standaardtekst op de voorzijde voldoende. De informatie in de lijnfolder dient echter wel eenduidig te zijn. Omdat de huidige lijnfolders beperkt zijn tot een concessiegebied is het advies aan de provincie om daarnaast een Friese lijnennetkaart te uit te geven. Hierdoor kunnen reizigers op één kaart de openbaar vervoerstructuur bekijken. Op deze lijnennetkaart kunnen reizigers eenvoudig de overstaplocaties bekijken zonder daarbij afhankelijk te zijn van de verschillende kaarten van vervoerders. Daarnaast kunnen in deze lijnfolder enkele belangrijke (toeristische) locaties vermeld worden zodat de folder ook interessant is voor toeristen. Uit onderzoek van het KpVV blijkt dat automobilisten de reistijd per openbaar vervoer vaak overschatten. Om een Friese lijnennetkaart in een later stadium ook als promotiemiddel in te kunnen zetten, kan als optie overwogen worden de reistijd in minuten tussen de grote plaatsen te vermelden. Op deze manier kunnen niet-openbaar-vervoer-reizigers geattendeerd worden op de reistijd tussen de plaatsen. Hierbij is het advies alleen de reistijd tussen enkele grote plaatsen te vermelden, met een snelle openbaar vervoer verbinding. Door teveel reistijden te vermelden kan de lijnennetkaart onoverzichtelijk worden en zullen de reistijden mogelijk onvoldoende gezien worden.

In de huidige situatie is op station Leeuwarden een NS servicepunt en een Arriva store gevestigd. Andere vervoerders hebben geen eigen servicelocaties in Fryslân. Door een gezamenlijk OV-loket te realiseren, kunnen reizigers met alle vragen over het openbaar vervoer bij een dergelijk loket terecht. Een gezamenlijk loket is op te zetten door van alle vervoerders een bijdrage aan het loket te eisen in de concessie. Door van het servicepunt van NS en Arriva te centraliseren tot één servicepunt kan bovendien efficiënter gewerkt worden. In dit servicepunt moet alle informatie te verkrijgen zijn, voor zowel bus als trein.

Concreet geformuleerd is het belangrijk dat voor iedere vorm van reisinformatie een format wordt voorgeschreven. In dit format dient alle informatie (zoals vertrekschema's) eenduidig te zijn. Door het format te ontwerpen met de provinciale huisstijl en een provinciaal logo wordt op meerdere aspecten positief resultaat gehaald.

Adviezen met betrekking tot een eenduidig reisinformatiesysteem:

- 1A) *Format met provinciale huisstijl ontwerpen en verplicht stellen voor alle statische reisinformatie*
- 1B) *Friese huisstijl doorvoeren in abri's, DRIS, haltepalen, enzovoorts*
- 1C) *Opzetten en uitgeven Friese lijnnetkaart*
- 1D) *Gezamenlijk OV-loket te Leeuwarden*
- 1E) *Via interprovinciaal overleg inzetten voor landelijke eenduidigheid in het openbaar vervoer.*

8.1.2 EEN ACTUEEL REISINFORMATIESYSTEEM

Uit hoofdstuk 6 blijkt dat de huidige informatie niet voldoet aan de behoefte van reizigers met betrekking tot zekerheid. Daarom is dynamische informatie van groot belang. Dynamische informatie kan worden aangeboden op DRIS-panelen, via een sms-bericht, via een applicatie voor smartphones en via internet. Anno 2012 is het relevant om de baten van een DRIS paneel onder de loep te nemen. In de interviews gaven enkele partijen aan dat de baten van DRIS-panelen dermate gedaald zijn en de investeringskosten dermate hoog zijn dat het investeren in DRIS-panelen onlogisch is. De reden die hiervoor wordt gegeven is dat door de komst van apps, sms-service en middelen zoals social media actuele reisinformatie op vele andere manieren te verkrijgen is. Middelen die in aanschaf vaak veel goedkoper zijn dan DRIS-panelen. Bij het aannemen van een dergelijke stelling wordt er vanuit gegaan dat iedere reiziger over een smartphone of een mobiele telefoon beschikt om (tijdens de reis) actuele informatie te krijgen. Reizigers zonder smartphone of mobiele telefoon worden op deze manier buitengesloten van actuele informatie. Daarnaast moeten reizigers betalen voor het gebruik van een sms-service. Door middel van DRIS-panelen wordt iedere doelgroep bereikt. Daarnaast zijn er meerdere voordelen aan DRIS-panelen. Zo hebben DRIS-panelen een positief effect op het imago van het openbaar vervoer en wordt de informatie bij de reiziger gebracht in plaats van dat hij deze moet gaan halen, waardoor wordt voldaan aan de behoefte aan gemak. Ook zijn de kosten van DRIS-panelen de afgelopen jaren gedaald. DRIS-panelen bieden in een oogopslag informatie over wanneer welk voertuig naar welke locatie vanaf welk perron vertrekt. Hierdoor hebben DRIS-panelen een aanzienlijk grotere meerwaarde ten opzichte van een sms-bericht en een app.

Gezien het nog beperkt aantal breedband aansluitingen lijkt het ondanks de stijgende lijn niet aannemelijk dat binnen een aantal jaren alle reizigers over een smartphone beschikken. De baten van een DRIS-paneel zijn door de komst van andere informatiesystemen wel iets gedaald, maar DRIS-panelen blijven altijd een meerwaarde houden. Hierdoor heeft het investeren in DRIS-panelen anno 2012 zeker nog een positief effect op de waardering bij reizigers. Het is echter wel aannemelijk dat de baten van een DRIS-paneel over een aantal jaren verder gedaald zijn, omdat ouderen steeds bekwaamer worden met modernere middelen.

DRIS-panelen worden afgeschreven over gemiddeld zes jaar. Daardoor ontstaat er een overbruggings situatie tot het moment dat de populatie en de mogelijkheden met smartphones zodanig gegroeid zijn dat de baten van DRIS-panelen gedaald zijn. Daarom is het advies om de investeringen in DRIS-panelen te beperken tot de grotere busstations en bushaltes met veel instappende passagiers. Hieronder wordt dit advies uitgewerkt.

DRIS

De informatiebehoefte op rustige bushaltes is groter dan op grotere busstations. DRIS-panelen zijn echter te duur om op alle locaties te plaatsen, aangezien er veel meer rustige haltes zijn dan grote busstations. Bovendien zal het aandeel reizigers dat daar bereikt wordt zeer laag zijn. Daarom is het advies om op rustige locaties op een andere manier actuele reisinformatie te bieden en om 40 DRIS-panelen aan te schaffen op 32 drukke locaties. Door DRIS-schermen op deze 32 locaties te plaatsen wordt met een "geringe" investering bij ongeveer 50% van de instapbewegingen actuele informatie geboden. Omdat de baten van een DRIS-paneel op lange termijn steeds iets minder zullen worden, is het advies het aantal DRIS-panelen te beperken tot slechts 32 locaties.

DRIS-panelen zijn er in verschillende formaten, van een kleine haltedisplay tot knooppuntdisplays. De aanschaffkosten voor de displays lopen uiteen van respectievelijk € 2.000,- tot en met boven de € 20.000. Daarom is het van belang om een gewogen keuze te maken op welke locatie wat voor display moet komen. Omdat op de meeste van de 32 locaties een halfuursfrequentie geldt, wordt als eis gesteld dat een DRIS-paneel minimaal de vertrekkende bussen tot 30 minuten vooruit toont. Het advies is om niet te werken met solar panelen omdat dergelijke panelen vooral geschikt zijn voor plaatsing op de rustigere bushaltes. Uit één van de interviews bleek dat solar panelen bij haltes met veel lijnen de informatie niet kunnen verwerken door de batterij capaciteit. Tabel 10 toont de advieslocaties voor één of meerdere DRIS-panelen. Bij iedere locatie staat het type display en het aantal regels aangegeven. Ter aanvulling zijn in figuur 28 de schermen afgebeeld.

Knooppunt / halte	Type paneel	Aantal	Aantal regels	Perronaanduiding	Opmerking
Leeuwarden, Station	Overzichtdisplay	1	15	Ja	
Drachten, Van Knobelsdorffplein	Overzichtdisplay	1	15	Ja	
Heerenveen, Busstation	Overzichtdisplay	1	15	Ja	
Sneek, Busstation	Knooppuntdisplay	1	10	Ja	
Bolsward, Busstation	Knooppuntdisplay	1	10	Ja	
Leeuwarden, Zaailand	Knooppuntdisplay	1	10	Nee	Alleen museum zijde
Dokkum, Busstation	Overzichtdisplay	1	10	Ja	
Heerenveen, Oost (A32)	Knooppuntdisplay	2	10	Nee	
Joure, Scheen	Knooppuntdisplay	3	5	Nee	Halte verdeeld over twee locaties
Oosterwolde, Busstation	Overzichtdisplay	1	10	Ja	
Drachten, Splitting	Knooppuntdisplay	1	10	Nee	
Sneek, Antonius Ziekenhuis	Knooppuntdisplay	2	10	Nee	
Drachten, Vallaat	Knooppuntdisplay	1	8	Nee	Alleen vanaf Knobelsdorffplein
Afsluitdijk, Kop Afsluitdijk	Knooppuntdisplay	1	5	Nee	
Balk, Wilhelminastraat	Knooppuntdisplay	1	5	Nee	
Stiens, Wythusterwei	Knooppuntdisplay	1	5	Nee	Alleen richting Leeuwarden
Bolsward, Bargefenne	Knooppuntdisplay	2	5	Nee	
Heerenveen, Gemeentehuis	Knooppuntdisplay	1	10	Nee	Alleen vanaf treinstation Heerenveen
Harlingen, Station	Knooppuntdisplay	1	5	Nee	1 paneel voor beide richtingen
Feanwâlden, Station	Knooppuntdisplay	1	5	Nee	
Buitenpost, Station	Knooppuntdisplay	1	3	Nee	
Leeuwarden, Watertoren	Knooppuntdisplay	2	8	Nee	
Heerenveen, Abe Lens traboulevard	Knooppuntdisplay	1	5	Nee	1 paneel voor beide richtingen
Leeuwarden, De Bleek	Knooppuntdisplay	1	8	Nee	Alleen vanaf Leeuwarden
Holwerd, Veerдам	Knooppuntdisplay	1	3	Nee	
Leeuwarden, Harlingersingel	Knooppuntdisplay	1	8	Nee	Alleen vanaf Leeuwarden
Burgum, Kwekerstrjitte	Knooppuntdisplay	1	5	Nee	1 paneel voor beide richtingen
Wolvega, Station NS	Knooppuntdisplay	1	3	Nee	1 paneel voor beide richtingen
Dokkum, Sionsberg	Knooppuntdisplay	1	5	Nee	Alleen vanaf Dokkum
Burgum, Noordersingel	Knooppuntdisplay	2	5	Nee	
Damwâld, Kruisweg	Knooppuntdisplay	1	3	Nee	Alleen vanaf Dokkum
Drachten, Eikesingel	Knooppuntdisplay	2	5	Nee	

Tabel 9 De 32 advieslocaties voor het plaatsen van in totaal 40 DRIS-panelen



Figuur 28 Respectievelijk een overzichtdisplay en een acht en drie regelig knooppuntdisplay

De halte Leeuwarden, Zaailand wordt dit jaar opnieuw ingericht waarbij de situatie ook zal worden veranderd. Het is niet bekend of de verandering ook effect zal hebben op het aantal instappende reizigers. Het is daarom goed is om de situatie een jaar te monitoren en dan te bepalen of Leeuwarden, Zaailand een nuttige plaats is gebleven om nog een DRIS-paneel te plaatsen. Vooralsnog wordt er in dit onderzoek de advisering van 40 DRIS-panelen aangehouden.

Op een aantal locaties wordt het advies gegeven om aan slechts één zijde een DRIS-paneel te plaatsen. Dit advies komt voort uit een inventarisatie naar de sterkte van de relaties vanaf de halte. Concreet gezegd, wordt de halte vooral gebruikt als instaphalte in één richting. Daarnaast is gekeken of een DRIS-paneel vanaf beide richtingen te lezen is waardoor ook met één DRIS-paneel kan worden volstaan. Door op de 32 locaties DRIS-panelen te plaatsen, wordt bij ongeveer 50% van de instapbewegingen actuele reisinformatie geboden. Globaal kan dus gesteld worden dat de reiziger op één van de twee “wacht”momenten van zijn reis actuele informatie krijgt aangeboden op een DRIS-paneel.

De genoemde knooppunten/ haltes zijn de drukste haltes van Fryslân op het gebied van instappende passagiers. Hierbij zijn de haltes Leeuwarden Bouwhof en Leeuwarden Stenden Hogeschool, eveneens drukke haltes, buiten beschouwing gelaten. Hiervoor zijn twee redenen:

1. Deze haltes worden vrijwel alleen door studenten van de hogescholen gebruikt. De reizigers uit deze doelgroep beschikken in het algemeen over een smartphone met breedbandverbinding. Deze doelgroep kan hierdoor actuele informatie op een andere manier verkrijgen, waardoor het investeren in DRIS minder van belang is.
2. Voor reizigers zonder smartphone kan actuele reisinformatie op een andere (goedkopere) manier worden aangeboden. Het advies is om op beide hogescholen medewerking te vragen om een TFT-scherm in een centrale hal beschikbaar te stellen. Op dit scherm kunnen actuele volgtijden worden getoond. Om hierbij overtuiging te krijgen, moet de meerwaarde voor de hogeschool benoemd worden. Wanneer de hogescholen enkel een TFT-scherm beschikbaar stellen, wordt de rest verzorgd door de provincie. Met een TFT-scherm worden reizigers zonder smartphone bereikt en bovendien worden niet-openbaar-vervoer-reizigers geattendeerd op het openbaar vervoer.

Wanneer op de haltes Leeuwarden Bouwhof en Stenden Hogeschool door middel van een TFT-scherm actuele informatie wordt geboden, wordt in totaal bij ongeveer 57% van de instapbewegingen actuele informatie geboden. De haltes Sneek Antonius Ziekenhuis en Dokkum Sionsberg zijn haltes nabij ziekenhuizen. Een TFT-scherm bij deze ziekenhuizen zal echter een gering effect hebben, omdat deze haltes veelal gebruikt worden door scholieren van verschillende nabijgelegen scholen. Daarom is het advies op deze locaties wel een DRIS-paneel te plaatsen.

Om de service met actuele informatie verder uit te breiden kunnen ziekenhuizen, bedrijven en instanties (zoals MCL Leeuwarden, AVERO, Aegon, maar ook bijvoorbeeld Zwembad De Blauwe Golf) benaderd worden voor deze mogelijkheid. Indien er in de nabije omgeving een openbaar vervoer locatie aanwezig is kunnen vanuit de gecentraliseerde datastroom eenvoudig actuele vertrektijden op een TFT-scherm worden getoond zonder noemenswaardige kosten.

Er is bij het selecteren van de haltes ook rekening gehouden met de huidige situatie. Op een aantal van deze locaties in de concessie Noord en Zuidwest Fryslân wordt momenteel actuele reisinformatie geboden door een DRIS-paneel van vervoerder Connexxion. Omdat deze concessie in december overgaat naar vervoerder Arriva zullen de DRIS-panelen van Connexxion verdwijnen. Het weghalen zonder hier voor iets nieuws te plaatsen, zorgt voor grotere ontevredenheid bij de reizigers. Bovendien zijn de panelen door vervoerder Connexxion geplaatst op drukke haltes, waardoor het plaatsen van DRIS-panelen op deze haltes binnen de “lijn” past.

Bij het aspect *een betrouwbaar reisinformatiesysteem* wordt bij de aanbevelingen nader ingegaan op aandachtspunten bij het plaatsen van DRIS-panelen.

APP EN SMS

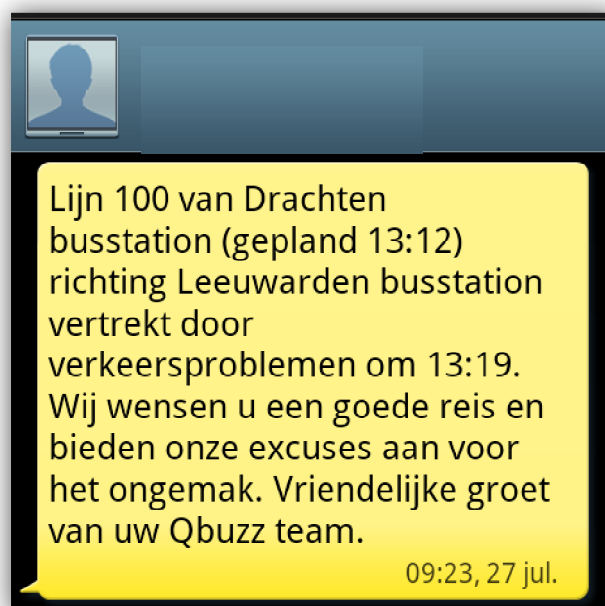
Door het opvolgen van het bovengenoemde advies wordt op 34 van de 1600 locaties actuele informatie geboden. Hiermee wordt 50% van alle instapbewegingen bereikt. Het is daarom van belang naast de DRIS-panelen te zorgen voor een provinciaal brede dekking. Een app is een makkelijke oplossing voor reizigers met een smartphone. Het advies is om geen nieuwe app te ontwikkelen. Uit een gecentraliseerde datastroom (NDOV) volgen tientallen apps die ontwikkeld worden door app bouwers. Deze apps hebben alleen vaak een lage naamsbekendheid en het gebruiksgemak is wisselend. Belangrijker is dat 9292 (los van de komst van het NDOV) vanaf het derde kwartaal actuele informatie beidt via internet en de app. De app van 9292 heeft een grote naamsbekendheid en is gebruiksvriendelijk. Vanuit het aspect om beperkte keuze aan te bieden en het feit dat mensen sneller kiezen voor het bestaande in plaats van het nieuwe is het advies gebruik te maken van de bestaande app van 9292.

Met een app met actuele reisinformatie wordt alleen de doelgroep reizigers met een smartphone bereikt. Dit komt erop neer dat vooral de jongeren (doelgroep 1) en de forensen (doelgroep 2) over actuele reisinformatie kunnen beschikken. De ouderen beschikken vaak niet over een smartphone en zijn ook niet bekend met een smartphone. Daarentegen heeft wel een groot deel van de ouderen een mobiele telefoon en kunnen zij deze ook gebruiken voor het versturen en ontvangen van een sms-bericht, aldus reizigersbelangengroepen Rover en ROCOV (Klerk, 2012) (Stapper & Rigter, 2012). Om ter aanvulling op de DRIS-panelen en de app een zo goed als provinciaal dekkend netwerk van actuele reisinformatie voor alle reizigersgroepen te creëren is het advies een sms-service aan te bieden.

Momenteel biedt iedere vervoerder een eigen sms-service aan. Omdat het belangrijk is om provinciaal een eenduidige sms-service aan te bieden, is het advies om een nieuwe service op te zetten. Dit systeem is eenvoudig op te zetten: hiervoor moet de provincie toestemming geven aan de beheerder van de gecentraliseerde datastroom (GOVI of 9292) om de data aan Open Geo te leveren. Open Geo is een bedrijf dat dergelijke services kan verzorgen. Met behulp van Open Geo is het eenvoudig een sms-service op te zetten. De provincie moet investeren zodat de sms-service gratis aan de reiziger kan worden aangeboden. Actuele reisinformatie behoort tot de basisbehoefte en het is daarom niet gewenst de reiziger daar extra voor te laten betalen.

Het advies om een nieuwe sms-service op te zetten, lijkt in eerste instantie tegenstrijdig met het advies om geen nieuw systeem op te zetten. Waarom hier dan wel? Uit de gebruikscijfers⁶ blijkt dat de bekendheid en de bereikbaarheid tot het gebruik van de sms-service van de vervoerders relatief laag is. Hierdoor zal het geen groot effect hebben wanneer de huidige sms-service wordt opgeheven. Daarnaast weegt in dit geval het belang van een eenduidig systeem dat gratis kan worden aangeboden aan de reiziger zwaarder. Bovendien wordt op deze manier voorkomen dat er tegenstrijdige informatie wordt geleverd. Alle informatie komt immers uit dezelfde datastroom.

De dagelijkse reiziger is gebaat bij een melding als zijn of haar bus een vertraging heeft. Het aanvullende advies bij de sms-service is daarom om in te zetten op



Figuur 29 Ontwerp sms-alert

⁶ Vanwege bedrijfsgevoelige informatie zijn de gebruikscijfers niet weergegeven in het rapport.

en te kijken naar de mogelijkheden van een sms-alert. Bij de sms-alert service kunnen dagelijkse reizigers zich aanmelden voor een geselecteerd traject. Indien een voertuig vertraging heeft, ontvangt de reiziger hierover een sms-bericht. Hierbij is het advies om een sms-alert te verzenden indien de vertraging langer is dan vijf minuten. Dit om te voorkomen dat reizigers voortdurend een sms'je ontvangen. Hierdoor heeft de reiziger de zekerheid dat de bus maximaal vijf minuten vertraagd is wanneer hij geen sms'je heeft ontvangen. Het advies is deze service eveneens gratis aan de reizigers aan te bieden, omdat reisinformatie tot de basisbehoefte behoort van het reizen met het openbaar vervoer. Om het openbaar vervoer aantrekkelijk te maken en te houden is het niet wenselijk om openbaar-vervoer-reizigers voor basisbehoefte extra te laten betalen. Bovendien is voor automobilisten file-informatie ook op allerlei manieren gratis verkrijgbaar. Figuur 29 toont een ontwerp van een sms-alert.

GECENTRALISEERDE DATASTROOM?

Als de DRIS-panelen zijn geplaatst, is het ook van belang dat er informatie op getoond wordt, waarbij ook moet worden opgemerkt dat de informatie van alle vervoerders op één display wordt geplaatst. Hiervoor zijn in hoofdstuk 5 de problemen en de mogelijkheden beschreven. Op dit moment is het nog niet vast te stellen welk besluit er landelijk wordt genomen rondom het NDOV. Concreet houdt dit in dat momenteel (juni 2012) er niet kan worden geadviseerd of het goed is om aan te sluiten bij GOVI of 9292. Daarom zal in dit rapport een advies in scenario's worden gegeven. Figuur 30 toont deze scenario's.

De keuze voor de leverancier van de data wordt in scenario's weergegeven, omdat op deze manier de ontwikkelingen kunnen worden gevolgd. De ontwikkelingen vinden op korte termijn plaats en op deze manier kan een besluit worden genomen dat aansluit bij de ontwikkelingen.

Door de combinatie van de DRIS-panelen, actuele tijden via de app van 9292, een sms-service en een sms-alert is het mogelijk om voor vrijwel iedere doelgroep actuele informatie te ontvangen.



Figuur 30 Schematische weergave scenario's NDOV

- Scenario 1A: In dit geval pakt de markt, naar alle waarschijnlijkheid 9292, het initiatief voor het NDOV op. Dit zal inhouden dat een partij (9292) zorg draagt voor een centrale databank voor het openbaar vervoer. In dit geval zal het advies zijn aan te sluiten bij 9292/NDOV.
- Scenario 1B: Scenario 1B is het scenario dat het meest voor de hand ligt. Met behulp van de overheid en de markt zal zorg worden gedragen voor het NDOV. Hierbij is het van belang aan te sluiten bij de partij die zorg draagt voor de informatiestroom.
- Scenario 2: Een ander scenario dat mogelijk is, is dat de markt geen brood ziet in het opzetten van het NDOV. In dit geval zal GOVI (als overheidsonderdeel) naar alle waarschijnlijkheid zorg dragen voor het NDOV. Indien dit scenario optreedt, is het advies aan te sluiten bij GOVI.

STATIONSVOORZIENINGEN

Zoals uit hoofdstuk 5 blijkt, moet vanaf 1 januari 2015 op alle Friese treinstations naast het omroepsysteem de informatie ook in beeld worden aangeboden. Dit is bij nog lang niet alle Friese stations het geval. Omdat de treinreizigers in tegenstelling tot busreizigers wel geïnformeerd worden over vertragingen en verstoringen, door middel van het omroepsysteem, is het advies de prioriteit op dit moment bij de informatievoorziening voor busreizigers te leggen. Hiermee wordt een groep bereikt die veel groter is dan de groep treinpassagiers die de geluidsberichten op de stations niet kunnen horen. Daarnaast is de provincie niet direct verantwoordelijk voor de reisinformatiesystemen op de stations, dit is ProRail. Navraag bij het ministerie geeft geen exacte duidelijkheid over wie verantwoordelijk is voor de extra investeringen die gedaan zullen moeten worden. Wel geeft het ministerie aan dat het aannemelijk is dat de huidige verantwoordelijke partij ook verantwoordelijk is voor de extra investeringen. Het advies daarom is de plannen voor de investeringen bij ProRail op de agenda te krijgen.

Adviezen met betrekking tot een zekerheid met reisinformatiesysteem:

- 2A) Plaatsen van 40 DRIS panelen op 32 locaties
- 2B) Plaatsen TFT schermen bij hogescholen en eventueel andere instanties
- 2C) Opzetten sms-service en sms-alert via Open Geo
- 2D) Zorg dragen voor een gecentraliseerde datastroom door aansluiting bij NDOV (GOVI of 9292)
- 2E) Aandacht voor Friese stations bij ProRail

8.1.3 EEN BETROUWBAAR REISINFORMATIESYSTEEM

Het is belangrijk dat reizigers kunnen vertrouwen op het reisinformatiesysteem. Onjuiste informatie is funest voor de betrouwbaarheid van het reisinformatiesysteem. Reizigers moeten op elk moment op elke locatie kunnen vertrouwen op de reisinformatie. Reizigers hebben de neiging om iets nieuws te wantrouwen en bovendien kunnen in nieuwe dingen kinderziektes voorkomen. Het is voor de betrouwbaarheid daarom van belang extra aandacht te besteden aan het plaatsen van de DRIS-panelen.

TESTEN DRIS PANELEN

Bij het plaatsen van de DRIS-panelen is er een belangrijk aandachtspunt. Reizigers zullen de betrouwbaarheid van een dergelijk systeem proberen in te schatten. Indien reizigers constateren dat een paneel een aantal keer onjuiste informatie toont, zal dit een groot negatief effect hebben. Juist in de opstartfase van een project komen nog vaak zogenoemde kinderziektes voor. Het advies is om te voorkomen dat reizigers het systeem als onbetrouwbaar zullen aanmerken, eerst door middel van een virtueel DRIS-paneel te testen. In de praktijk betekent dit dat door middel van een mobiel systeem (zoals een laptop) met internet moet worden getest alvorens het DRIS-paneel wordt "aan" gezet. Door het testen met een mobiel systeem kunnen fouten worden opgemerkt zonder dat de reiziger hier iets van merkt. Zo kan het bijvoorbeeld voorkomen dat de



Figuur 31 Twitter gebruik stadsregio Amsterdam

coördinaten van een busstation onjuist zijn waardoor er onjuiste informatie wordt getoond. Naast een goede start van het systeem is het belangrijk dat de betrouwbaarheid gewaarborgd blijft. Hiervoor is het belangrijk dat reizigers ergens terechtkunnen met klachten en opmerkingen. Het advies is om op ieder DRIS paneel een telefoonnummer en e-mailadres te vermelden waar reizigers terechtkunnen met vragen en klachten. Ook is het goed om actief te vragen naar klachten en opmerkingen. Hierbij is social media een uitstekend middel, vanwege de laagdrempeligheid. De stadsregio Amsterdam is hier sinds enige tijd ook actief mee. Via een separaat Twitteraccount worden reizigers gevraagd om onjuiste informatie te melden, zie figuur 31. Omdat de provincie zelf dergelijke klachten niet wil en kan behandelen moet hierover overleg met GOVI/9292 plaatsvinden. GOVI/9292 is verantwoordelijk voor de datastroom en kan daardoor eveneens uitzoeken waar de fout is ontstaan. Bovendien worden klachten op deze manier effectiever behandeld, omdat de provincie klachten alleen maar door kan zetten. Het advies is dus contactgegevens van GOVI/9292 te vermelden op de DRIS-panelen. Daarnaast kan in samenwerking met GOVI/9292 een Twitteraccount worden opgezet waarmee reizigers actief worden benaderd om fouten te melden. Het blijft wel van belang voor de provincie om het aantal en type klachten te monitoren. Zo kan zij tijdig bijsturen als dit nodig is en is zij op de hoogte van de uitvoeringskwaliteit van GOVI/9292.

Daarnaast is het belangrijk om de vervoerder te blijven stimuleren om actief zorg te dragen voor correcte informatie. Dit geldt niet alleen voor dynamische informatie maar ook voor de statische informatie. Daarom is het advies als extra stimulans voor vervoerders een bonussysteem op te zetten voor correcte reisinformatie. Deze kunnen getoetst worden door Mystery Guest-metingen. Het voordeel van een bonussysteem is het stimuleren van de vervoerder om onjuistheden op te lossen.

VAN AANBODGERICHT NAAR VRAAGGERICHT

Het huidige reisinformatiesysteem is een aanbodgericht systeem, reizigers zijn afhankelijk van de reisinformatie die hen wordt geboden. Om meer te voldoen aan de behoeften van reizigers is het belangrijk te werken met een vraaggericht systeem. Om hierin te voorzien is het advies een telefonisch en digitaal (e-mail) meldpunt op te zetten. Via dit meldpunt moeten reizigers niet alleen terecht kunnen voor het doorgeven van foutieve informatie maar ook voor het doorgeven van suggesties en verbeteringen. Door het opzetten van een meldpunt wordt gestart met een vraaggericht systeem in plaats van een aanbodgericht systeem.

REISPLANNER 9292

Met landelijk ongeveer 1 miljoen reisaanvragen per dag vormt de reisinformatiebeheergroep een belangrijke speler bij reisinformatie in het openbaar vervoer. Bovendien heeft 9292 een grote naamsbekendheid. De aandelen van 9292 zijn in handen van de grootste Nederlandse vervoerders. Hierdoor is er geen directe taak voor de provincie.

Uit de interviews blijkt dat er in sommige gevallen onlogische reisadviezen worden gegeven. Reisadviezen die er voor kunnen zorgen dat potentiële reizigers niet voor het openbaar vervoer zullen kiezen. De reisplanner van de ANWB maakt eveneens gebruik van de gegevens van 9292. Hierdoor is een correct reisadvies van 9292 ook van belang voor reizigers die gebruik maken van de ANWB reisplanner. Reisinformatiegroep 9292 is ook afhankelijk van de data van vervoerders. Om de reiziger betrouwbaar reisadvies te geven, is het advies om in overleg met vervoerders in Fryslân een aantal keer per jaar een gezamenlijk overleg met 9292 te plannen waarin dergelijke reisadviezen worden besproken. Bovendien kunnen nieuwe ontwikkelingen besproken worden. Kortom: zet met samenwerking van vervoerders in op verbeteringen voor de reizigers.

CORRECTE INFORMATIE

Onjuiste informatie is funest voor de waardering van het reisinformatiesysteem. Bij onjuiste informatie zullen reizigers ook onjuiste beslissingen nemen. Uit de Mystery Guest metingen blijkt dat onjuiste informatie geen uitzondering is in Fryslân. DRIS-panelen op een aantal busstations en TFT-schermen in de voertuigen tonen met grote regelmaat geen of onjuiste informatie. Ook statische informatie blijkt bij een aantal haltes verouderd te

zijn. Het advies is om als opdrachtgever in beheergesprekken sterk in te zetten op correcte informatie. Ook de informatie op DRIS-panelen, apps en een sms-service zijn afhankelijk van de data van vervoerders.

Om als provincie toezicht te houden op correcte reisinformatie is het om advies meerdere momenten per jaar metingen te (laten) verrichten, bijvoorbeeld door Mystery Guests. Hierbij moet gelet worden op de werking van de DRIS-panelen, de statische informatie, de informatie via de website en app van 9292 en de sms-service. De uitkomsten van de (Mystery Guest) metingen kunnen in het beheeroverleg met de vervoerder besproken worden. Hierbij kunnen goede prestaties worden beloond en zal de provincie moeten ingrijpen bij onjuistheden. Het advies is om een bonus en malus systeem op te nemen in het bestek.

STAPPENPLAN VERSTORINGEN EN STREMMINGEN

Doordat actuele informatie over vertragingen vanaf elk voertuig automatisch wordt doorgegeven, kan reiziger via internet en een smartphone over actuele informatie beschikken. Hierbij verloopt de datastroom volledig automatisch. In geval van storingen en stremmingen ligt deze situatie anders, dan dient de vervoerder de reizigers te informeren over de wijzigingen. Een verstoring of stremming is vervelend voor reizigers, maar onjuiste of geen informatie is vaak nog hinderlijker voor de reiziger. De vervoerder is de uitvoerende partijen daar is ook het meeste bekend over de verstoring of stremming. Het is daarom erg belangrijk dat de vervoerder de informatie adequaat en zo goed en helder mogelijk communiceert naar de reiziger.

Het vermelden van de oorzaak van de verstoring is voor het krijgen van begrip van reizigers erg belangrijk. Ook in het geval dat de oorzaak nog onbekend is, horen reizigers dit bijvoorbeeld graag. Naast de oorzaak zijn aspecten als het vermelden van de verwachte tijdsplanning, alternatief reisadvies en extra reistijd belangrijk. Hierbij is het goed om aandacht te besteden aan de framing van informatie (zie “hoe moet de informatie worden gecommuniceerd?” op pagina 83).

Het advies is om van iedere vervoerder een stappenplan te eisen waarin de vervoerder laat zien hoe en op welke manier de reiziger geïnformeerd wordt. Ook dient de vervoerder dit stappenplan te bespreken met alle betrokken personeelsleden zoals buschauffeurs, machinisten en stewards. Belangrijke aandachtspunten voor het stappenplan zijn: hoe wordt de informatie geboden (bijv. internet, Twitter of een omroepbericht) en op welke momenten wordt er gecommuniceerd (bepaalde frequentie of alleen bij wijzigingen).

Adviezen met betrekking tot een betrouwbaar reisinformatiesysteem:

- 3A) *DRIS-panelen voor plaatsing virtueel testen*
- 3B) *Van een aanbodgericht model naar een vraaggericht model*
- 3C) *Inzetten op logisch reisadvies met 9292 en vervoerders*
- 3D) *Controle op de reisinformatie doormiddel van Mystery Guest metingen*
- 3E) *Opzetten stappenplan verstoringen en stremmingen met vervoerder*

8.1.4 EEN BEGRIJPELIJK EN GEMAKKELIJK REISINFORMATIESYSTEEM

Reizigers hechten veel waarde aan een begrijpelijk en een gemakkelijk reisinformatiesysteem. Dit zijn twee aspecten die nauw samengaan. Reizigers willen zonder moeite het reisinformatiesysteem kunnen begrijpen. Omdat ouderen meer moeite hebben om informatie tot zich te nemen, vormen ouderen een goede maatgevende groep.

DYNAMISCHE REISINFORMATIE

Het is belangrijk om de informatie zo aan te bieden dat deze ook begrijpelijk is voor de reizigers. Hierbij gaat het om de statische en dynamische informatie. Voor dynamische reisinformatie ligt dit enigszins eenvoudig,

hiervoor heeft Firma Mijksenaar in opdracht van een aantal provincies een adviesrapport geschreven (Firma Mijksenaar, 2011). De voorwaarden uit dit rapport zijn landelijk in gebruik en kunnen daardoor eenvoudig worden opgevolgd. In het adviesrapport van Firma Mijksenaar zijn aspecten over de vormgeving opgenomen en welke informatie wanneer moet worden getoond. Er is ook opgenomen dat wanneer er geen directe verbinding met een bus is dit op een scherm wordt getoond als “wordt verwacht om *tijdstip*”. Hierbij wordt als tijdstip de dienstregelingstijd getoond. Het ontbreken van een directe verbinding met een bus kan worden veroorzaakt door een storing in bijvoorbeeld de boordcomputer, maar het kan ook zijn dat de bus is uitgevallen. Hierdoor kan het voorkomen dat bij een uitval van bus een DRIS-paneel blijft aan geven “wordt verwacht om *tijdstip*”. Dit blijkt verwarring te geven bij reizigers.

Het advies is daarom om in overleg met GOVI of 9292 te kijken naar een andere vermelding. Indien dit niet mogelijk is, is het advies de reiziger te informeren over de betekenis van de melding “wordt verwacht om *tijdstip*”. De app van 9292 kan door de ervaring van 9292 als begrijpelijk worden aangemerkt. Bovendien zijn er geen noemenswaardige klachten bekend over de app. Bij het opzetten van de sms-service is het goed de ervaring van Open Geo mee te nemen om zo direct een begrijpelijke dienst te ontwikkelen.

LEESBAARHEID VAN DE INFORMATIE

De informatie moet voor alle doelgroepen goed leesbaar zijn. Hierbij geldt niet alleen dat ouderen de informatie goed moeten kunnen lezen, maar het is ook wenselijk rekening te houden met mensen met een visuele beperking. De leesbaarheid kan gewaarborgd worden door:

- o De tekst een voldoende lettergrootte te geven.
- o Een duidelijk kleurcontrast tussen de letters en de achtergrond (kleurenblindheid).
- o Het frame waarin de informatie hangt goed te onderhouden.
- o De informatie op ooghoogte te plaatsen⁷

TOERISTEN EN TAALBELEID

Het beleid van de provincie Fryslân is gericht op de Friese taal. Het advies is echter om vanwege de begrijpelijkheid de informatie in de Nederlandse taal aan te bieden. Daarnaast kan informatie als extra (dus tweetalig) worden aangeboden in het Fries. De reden dat dit advies tegen het beleid van de provincie ingaat, is dat informatie in het Fries voor slechts een kleine doelgroep begrijpelijk is, namelijk enkel voor mensen die de Friese taal begrijpen. Reizigers komen ook van buiten de provincie en zullen Friese informatie niet of slechts gedeeltelijk begrijpen. Tweetaligheid biedt daarentegen begrijpelijkheid voor beide groepen.

Ook het werken met pictogrammen vergroot de begrijpelijkheid aanzienlijk, omdat pictogrammen bijna wereldwijd gelijk zijn. Het advies is om op een aantal trajecten de informatie in de voertuigen in de zomerperiode naast Nederlands ook in het Duits en Engels aan te bieden. Zo wordt de spoorlijn Leeuwarden-Harlingen Haven (v.v.) en de buslijn Leeuwarden-Holwerd (v.v.) veel gebruikt door toeristen naar de Waddeneilanden.

Niet-dagelijkse reizigers hebben een grotere behoefte aan informatie dan de dagelijkse reiziger. Deze informatie zit hem onder andere in de bewegwijzering naar het vertrekkende voertuig en vanaf het voertuig naar de eindbestemming. Fryslân heeft daarnaast een aantal belangrijke toeristische gebieden. Omgevingskaarten en plattegronden helpen deze groep reizigers voor en na hun reis om zich te oriënteren. Het advies is om abri's uit te rusten met een frame waarin het mogelijk is deze kaarten op te hangen en daarbij de grotere busstations en de haltes nabij toeristische trekpleisters prioriteit te geven. Naast

⁷ Met uitzondering van DRIS panelen. DRIS panelen kunnen in verband met kans op vandalisme beter hoger geplaatst worden.

omgevingsplattegronden kan in een frame informatie worden geboden over acties en promoties en nieuwsberichten. Bij dergelijke posters speelt beheer een grote rol: oude vervallen berichten zijn zinloos. Mogelijkheid voor het plaatsen van posters kan een groot voordeel voor vervoerders zijn. Het advies is afspraken te maken met vervoerders over het gebruik en beheer.



Figuur 32 Ontwerp informatiebord

ontwerp van een informatiebord voor het bus- en treinstation in Leeuwarden.

Indien vervoerders gebruik willen maken van de mogelijkheid om posters op te hangen, dienen deze up-to-date te zijn. Hiervoor dient de vervoerder minmaal eens per maand de posters te controleren dan wel te vervangen.

Daarnaast zijn mannen zijn anders ingesteld dan vrouwen. Mannen zullen bijvoorbeeld een looproute op een kaart inschatten op afstand, terwijl vrouwen zoeken naar herkenningspunten. Het advies is daarom om bij omgevingsplattegronden herkenningspunten in 3D te verwerken. Op deze manier kunnen zowel mannen als vrouwen zicht goed oriënteren.

Om sterker in te zetten op toeristen in het openbaar vervoer is het advies om op de grotere busstations (zoals Leeuwarden, Drachten en Heerenveen en Sneek) informatieborden te plaatsen. Op deze borden kan een plattegrond van het busstation worden aangegeven. Onder de kaart kunnen de belangrijkste toeristische trekpleisters met het reisadvies worden aangegeven. Figuur 23 in paragraaf 7.2 toont voorbeeld hiervan uit Amsterdam. Figuur 32 toont een

HOGE FREQUENTIE

Reizigers zijn bij een frequentie van meer dan zes voertuigen per uur niet geïnteresseerd in dienstregelingstijden maar meer in de volgtijden tussen de voertuigen (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2009). Lijn 12 in Leeuwarden heeft op doordeweekse dagen tussen 07:00 en 19:00 een hoge frequentie van acht voertuigen per uur. Het advies voor lijn 12 is deze (vanuit de klant gezien) dienstregelingloos te laten rijden. Enkel de vermelding van de volgtijden is voldoende.

Adviezen met betrekking tot begrijpelijk en gemakkelijk reisinformatiesysteem:

- 4A) Aandacht voor informatie vermelding op DRIS-panelen
- 4B) Waarborgen leesbaarheid informatie
- 4C) Informatie Nederlandstalig of Nederlandstalig en Fries
- 4D) Informatie aanbieden in het Duits en Engels op toeristenlijnen
- 4E) Abri uitrusten met frame en omgevingsplattegrond
- 4F) Afspraken met vervoerders over beheer frame in abri
- 4G) Plaatsen vier informatieborden voor toeristen

8.1.5 VAN ZEKERHEID EN EENDUIDIGHEID NAAR BEKENDHEID

Uit de bovenstaande adviezen blijkt dat er ingezet moet worden op een aantal reisinformatiesystemen, vanuit het oogpunt om een beperkt aantal keuzes aan te bieden. Het is alleen wel van belang om deze reisinformatiesystemen goed te communiceren aan de reiziger. Bovendien maakt onbekend, onbemind. De reizigers kunnen via de provinciale website, posters en folders actief geïnformeerd worden. Figuur 33 toont een ontwerp van een dergelijke poster.

Het ontwerp in figuur 33 toont alleen informatie met betrekking tot actuele reisinformatie. De doelgroep van dit ontwerp is met name de bestaande openbaarvervoer-reiziger. Het inzetten op de niet openbaarvervoer-reiziger valt buiten de scope van dit onderzoek, omdat daar een andere en uitgebreidere aanpak voor nodig is. Er zal hieronder wel kort worden ingegaan op de mogelijkheden voor het opzetten van een informatiefolder met als doelgroep de niet-OV-reiziger.

Voor deze potentiële groep reizigers voldoet een folder met alle informatie over het openbaar vervoer. Hierbij moet gedacht worden aan onderwerpen als waar reis informatie te krijgen is, wat de kosten zijn, waar een OV-chipkaart gekocht en opgeladen kan worden, welke vormen van openbaar vervoer er zijn en waar mensen terecht kunnen voor vragen. Om het effect te vergroten zou een dergelijke folder huis aan huis in Fryslân kunnen worden bezorgd. Het OV-bureau Groningen Drenthe is hier het afgelopen jaar actief in geweest door folders en kaarten per gemeenten huis aan huis te verspreiden. Figuur 34 toont twee folders van het OV-bureau Groningen Drenthe. In deze folders worden de genoemde onderwerpen over het openbaar vervoer aan de orde gebracht, maar bijvoorbeeld ook een vergelijking van de reistijd en prijs met de auto en het openbaar vervoer.



Figuur 33 Ontwerp communicatie aan reizigers



Figuur 34 Twee folders van het OV-bureau Groningen Drenthe (OV-bureau Groningen Drenthe, 2011)

Daarnaast is het een optie om bij deze folder twee exclusieve gratis dagkaarten te geven om mensen te stimuleren om het openbaar vervoer te proberen. Volgens de theorie van Cialdini kunnen gratis dagkaarten een aanzienlijk effect hebben. Door het vermelden van het woord exclusieve dagkaarten willen mensen deze kaarten graag hebben, want iets wat exclusief is, willen wij graag hebben, aldus de theorie van Cialdini. Bovendien kan het wederkerigheid effect een rol spelen: wij krijgen dit, dan moeten we hier ook gebruik van maken (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2011).

Ook voor toeristen kunnen speciale folders opgezet worden, waarin bijvoorbeeld uitleg over het openbaar vervoer wordt gegeven en waarin daarnaast informatie over toeristische trekpleisters en de bereikbaarheid per openbaar vervoer vermeld worden. Ook hierbij wordt het succes vergroot door kortingsbonnen van de toeristische trekpleisters bij te voegen.

Bij beide folder is het eveneens belangrijk de aspecten van Pratkanis en Aronson te onthouden (Pratkanis & Aronson, 2001). Zij stellen dat de informatie positief maar ten alle tijden eerlijk gebracht dient te worden zonder dat er discussie over kan ontstaan. Eventuele voorwaarden over bijvoorbeeld de reisperiode dienen duidelijk gecommuniceerd te worden. Vanuit de theorie van Pratkanis en Aronson wordt er hieronder verder ingegaan op hoe de informatie moet worden gecommuniceerd.

HOE MOET DE INFORMATIE GECOMUNICEERD WORDEN?

Uit de theorie van Pratkanis en Aronson blijkt dat door framing berichten anders kunnen worden ervaren dan dat de werkelijkheid is. Bij de berichtgevingen in het spoorvervoer wordt hier volop aandacht aan besteed. Over hoe de informatie moet worden weergegeven op DRIS-panelen voor het busvervoer is door Firma Mijksenaar een advies opgesteld (Firma Mijksenaar, 2011). In dit advies wordt eveneens gedacht aan hoe de informatie moet worden gebracht. Zo worden de bustijden aangegeven in minuten tot vertrek. Hierdoor weet de reiziger dat een voertuig binnen de aangegeven minuten vertrekt. Dit wordt positiever ervaren dan een vermelding van vertraging. Het advies aan de provincie is deze ontwikkelingen eveneens toe te passen. Figuur 29 (paragraaf 8.1.2) toont een voorbeeld van een sms-alert waarbij is gelet op de framing van de informatie. Het advies is om in overleg met vervoerders vast te stellen hoe berichten moeten worden gebracht.

De provincie kan het aspect framing eveneens gebruiken bij het uitbrengen van persberichten. Door bij persberichten beladen woorden als 'vertraging', 'klachten', 'problemen' en 'duurder' te vermijden, worden berichten wellicht positiever gelezen. Echter, dit is niet volledig in handen van de provincie, omdat de mediabedrijven de berichten zelf ook weer (kunnen) aanpassen. Ook moet de provincie er rekening mee houden dat de berichten die zij verstuurt ethisch verantwoord zijn. Met framing is het mogelijk om onbedoeld over het randje van ethisch verantwoord heen te gaan.

Adviezen met betrekking tot de bekendheid van het reisinformatiesysteem:

- 5A) *Door communicatie van reisinformatiesystemen keuzestress voorkomen*
- 5B) *Toepassen van positieve berichtgeving*

8.1.6 AANBEVELINGEN VERVOLG ONDERZOEK

Uit het onderzoek zijn twee aspecten aan de orde gekomen waar mogelijk nader onderzoek naar kan worden gedaan.

OV-CHIPKAARTGEGEVENS

Voor de aanbevelingen is gebruik gemaakt van het aantal instapbewegingen uit de OV-chipkaart in 2011. Bij deze gegevens zijn een aantal opmerkingen gemaakt, omdat deze gegevens wellicht een licht vertekend beeld geven. De geanalyseerde OV-chipkaart gegevens over 2012 zijn vollediger, omdat het in dit jaar alleen mogelijk is om met de OV-chipkaart te reizen, met uitzondering van de sterabonnementen. Aangezien het jaar nog niet is afgelopen, kan over deze gegevens niet volledig beschikt worden. Het advies is om de OV-chipkaart gegevens jaarlijks opnieuw te analyseren, waardoor het beleid mogelijk aangescherpt kan worden wanneer het aantal gebruikers van bepaalde haltes toenemen of juist afnemen. Daarnaast kunnen mogelijk andere gegevens worden geanalyseerd over bijvoorbeeld het type reizigers per lijn, zoals toeristen die veel in de zomermaanden reizen. Omdat 2011 geen volledig jaar was met alleen OV-chipkaart reizigers kunnen deze analyses nog niet worden gedaan.

SUCCES WADDENEILANDEN

De Waddeneilanden worden al meerdere jaren tot het best beoordeelde concessiegebied uitgeroepen. Hiervoor zijn meerdere mogelijke verklaring. Zo wordt het openbaar vervoer op de Waddeneilanden verzorgd door een zelfsturend team van Arriva. Vanuit de theorie van Herzberg (1970) (The art of management, 2010) kan worden gesteld dat de zelfstandigheid en verantwoordelijkheid van het team ervoor zorgt dat dit team inzet op een hoog service level. Dit heeft er mee te maken dat de zelfstandigheid en verantwoordelijkheid belangrijke motiverende factoren zijn voor dit team. Het advies is om nader onderzoek te verrichten naar de positieve waardering voor de Waddeneilanden. Wanneer het hoge service level wordt veroorzaakt door de zelfstandigheid en verantwoordelijkheid van buschauffeurs kunnen deze succesfactoren wellicht ook in andere gebieden worden toegepast.

8.2 FINANCIËLE CONSEQUENTIES

Een belangrijk aandachtspunt bij de aanbevelingen zijn de kosten die daar mee gemoeid zijn. In dit hoofdstuk zal hierop verder worden ingegaan. De gegevens over de kosten zijn afkomstig uit investeringen van andere provincies en offertes. Omdat enkele bedragen voortkomen uit aanbestedingen en afhangen van veel verschillende aspecten kunnen de prijzen niet exact vastgesteld worden. *De kosten geven een indicatie en geen exacte bedragen.* Alle kosten zijn gebaseerd op aanschaf en beheerkosten voor zes jaar.

1A **Format met provinciale huisstijl ontwerpen en verplicht stellen voor alle statische reisinformatie**

Haltevertrekstaten en lijn- en informatiefolders zijn in alle Friese concessies al verplicht gesteld. Het advies is in een volgende aanbesteding slechts een format op te nemen waaraan vervoerders zich moeten houden. Omdat de informatievoorzieningen al verplicht gesteld zijn, zullen er geen noemenswaardige extra kosten volgen, aangezien de vervoerder de haltevertrekstaten en folders straks enkel moet drukken conform het format. Door de looptijd van de huidige concessies zal het jaren duren voordat alle haltevertrekstaten conform het format doorgevoerd zijn. Om dit versneld te laten verlopen is het advies eenmalig een vergoeding beschikbaar te stellen aan de huidige vervoerders voor het veranderen, laten drukken en vervangen van nieuwe haltevertrekstaten. Op deze manier zullen alle haltevertrekstaten in Fryslân op korte termijn eenduidig worden uitgevoerd. De kosten voor het aanpassen, afdrukken en plastificeren van alle haltevertrekstaten bedragen ongeveer € 17.000. Hierbij is ermee rekening gehouden dat er per halte meerdere haltevertrekstaten hangen, omdat een halte in veel gevallen door meerdere lijnen wordt aangedaan.

€ 17.000

1B **Friese huisstijl doorvoeren in abri's, DRIS, haltepalen.**

Momenteel is de provincie bezig met de plannen voor een aanbesteding van nieuwe abri's en haltepalen. Ook de aanbesteding voor DRIS-panelen moet nog worden gestart. Omdat het doorvoeren van een huisstijl opgenomen kan worden in het bestek voor deze aanbestedingen brengt dit geen directe kosten met zich mee. Het doorvoeren van een provinciale huisstijl is een heel klein aspect op een dergelijk project en zal daardoor ook geen noemenswaardige kosten met zich meebrengen. De aanbesteding van de abri's heeft betrekking op de haltes die in eigendom zijn van de provincie. Omdat ook gemeenten abri's hebben en beheren, is het advies voor de aanbesteding alle gemeenten te benaderen om aan te sluiten bij de aanbesteding. Hieraan zitten twee voordelen: hoe meer abri's des te lager is de prijs per ABRI en bovendien ontstaat er meer eenheid binnen de provincie. Met name het laatste aspect is van groot belang.

1C **Opzetten en uitgeven Friese lijnnetkaart**

Voor de uitvoering van het advies om een lijnnetkaart voor de hele provincie te ontwerpen moeten deze kaart eerst ontworpen worden. Daarna moeten de kaarten worden gedrukt. Het ontwerp en het afdrukken van 10.000 exemplaren komt op ongeveer € 6.500. Deze exemplaren kunnen worden verspreid bij VVV kantoren, openbaar vervoer voorzieningen, hotels en campings. De lijnnetkaarten kunnen per post worden verstuurd, deze kosten zijn al meegenomen in de drukkosten.

€ 6.500

1D **Gezamenlijk OV-loket te Leeuwarden**

Om een gezamenlijk OV-loket te realiseren, moet een plan van aanpak worden opgezet. Hierbij moet onderzocht worden welke bijdrage van vervoerders wordt geëist of gevraagd in

het geval van zittende vervoerders. Hierbij kan gedacht worden aan het beschikbaar stellen van FTE's (servicepersoneel). Hierbij moeten onderhandelingen met de NS worden gestart. Daarnaast dient een locatie gefinancierd te worden. De kosten voor een gezamenlijk OV-loket zijn in dit stadium nog niet vast te stellen.

1E Via interprovinciaal overleg inzetten op landelijke eenduidigheid in het openbaar vervoer.

Het inzetten op landelijke eenduidigheid zal geen kosten met zich meebrengen. Hiervoor kan gebruik worden gemaakt van het reguliere interprovinciaal overleg. Wanneer hiervoor landelijke steun verkregen is, kunnen kosten ontstaan door het vormen van een werkgroep en de kosten voor het realiseren. Dit is echter nog niet aan de orde op dit moment.

2A Plaatsen van 40 DRIS panelen op 32 locaties

De grootste investeringen komen voort uit het advies om 40 DRIS-panelen te plaatsen op 32 locaties. Tabel 10 op pagina 73 toonde naast de locaties ook het type paneel met het aantal regels. Voor het aanschaffen van dergelijke DRIS-panelen is een openbare aanbesteding een gangbare manier. Omdat de provincie Fryslân in vergelijking met andere provincies achterloopt op het gebied van DRIS-panelen kan dit financiële voordelen bieden. Diverse leveranciers hebben inmiddels ervaring opgedaan met DRIS-panelen waardoor de kosten momenteel aanzienlijk lager zijn dan tien jaar geleden. Vanuit eerdere aanbestedingen bij andere provincies is een schatting gemaakt van de kosten. Deze zijn in tabel 10 weergegeven.

Voor de aanschaf van 40 DRIS-panelen moet een bedrag van ongeveer € 614.500,- gereserveerd worden. De kosten voor de plaatsing van de panelen wordt geraamd op € 85.000,-. Bovendien bedragen de onderhoudskosten rond de € 13.650,- per jaar, voor zes jaar komen de onderhoudskosten hierdoor op € 81.900,- voor alle DRIS-panelen. De onderhoudskosten bestaan uit de datakosten per paneel en het repareren van eventuele defecten. Het onderhoud kan bij de aanbesteding meegenomen worden.

€ 614.500

€ 85.000

€ 81.900

Kosten per DRIS per jaar

Type	Regels	Aantal	Aanschaf	Plaatsing	Onderhoud per jaar
Overzichtdisplay	15	3	€ 30.000	€ 3.000	€ 500
Overzichtdisplay	10	2	€ 25.000	€ 3.000	€ 500
Knooppuntdisplays	10	9	€ 16.500	€ 2.000	€ 500
Knooppuntdisplays	8	5	€ 13.000	€ 2.000	€ 320
Knooppuntdisplays	5	17	€ 13.000	€ 2.000	€ 250
Knooppuntdisplays	3	4	€ 10.000	€ 2.000	€ 200
Totaal		40			

Kosten totaal per jaar

Type	Regels	Aantal	Aanschaf	Plaatsing	Onderhoud per jaar
Overzichtdisplay	15	3	€ 90.000	€ 9.000	€ 1.500
Overzichtdisplay	10	2	€ 50.000	€ 6.000	€ 1.000
Knooppuntdisplays	10	9	€ 148.500	€ 18.000	€ 4.500
Knooppuntdisplays	8	5	€ 65.000	€ 10.000	€ 1.600
Knooppuntdisplays	5	17	€ 221.000	€ 34.000	€ 4.250
Knooppuntdisplays	3	4	€ 40.000	€ 8.000	€ 800
Totaal		40	€ 614.500	€ 85.000	€ 13.650

Tabel 10 Kosten DRIS-panelen

De investeringen voor de DRIS-panelen worden gedaan door de provincie terwijl ook gemeenten er voordelen van hebben. Het advies is om over de plannen contact op te nemen met gemeenten. Bij gemeenten kan een bijdrage worden gevraagd voor aanschaf van de DRIS-panelen. Hierbij is het belangrijk dat benadrukt wordt dat de provincie al veel werk verricht, zoals het zorgen dat de data centraal geleverd wordt, de kosten voor de aansluiting bij GOVI/9292 op zich neemt, het onderhoud verricht, en er van de gemeente dan enkele een bijdrage in de aanschaf wordt gevraagd. Hierdoor kunnen de kosten voor de provincie lager uitvallen. Ook het OV-bureau Groningen Drenthe heeft deze tactiek toegepast.

2B Plaatsen TFT-schermen Hogescholen en eventuele andere instanties

Het advies is om de hogescholen actuele informatie aan te bieden indien zij hiervoor een TFT beschikbaar stellen. De actuele informatie kan kosteloos worden verzorgd vanuit de gecentraliseerde datastroom via GOVI of 9292. Hierdoor zijn er aan dit onderdeel geen extra kosten verbonden voor de provincie.

2C Opzetten sms-service en sms-alert via Open Geo

Voor het opzetten van de sms-service moeten alle haltecoördinaten worden doorgegeven aan Open Geo en moet er een telefoonnummer worden geopend. De kosten hiervoor zijn geraamd op € 12.000. Kosten voor het beheer (de kosten voor de sms berichten) zijn geraamd op € 6.000 voor zes jaar.

€ 12.000

€ 6.000

2D Aandacht voor Friese stations bij ProRail

Zoals in het rapport is aangegeven is het aannemelijk dat ProRail verantwoordelijk is voor de investeringen die moeten worden gedaan om aan de verplichtingen van het ministerie te voldoen. Het advies is daarom alleen om de plannen bij ProRail op de agenda te krijgen. Voor dit onderdeel zijn daarom geen kosten opgenomen.

2E Zorg dragen voor een gecentraliseerde datastroom (NDOV/GOVI/9292)

Naast de aanschaf van de DRIS-panelen dient de informatie voor de panelen te worden verzorgd. Hiervoor dient de provincie aan te sluiten bij vermoedelijk GOVI of 9292 (zie pagina 76). De kosten voor het eerste jaar zullen rond de € 125.000,- liggen. Na het eerste jaar zullen de jaarlijkse kosten rond de € 95.000 liggen, waardoor de kosten voor vijf jaar € 475.000 bedragen. Het aansluiten bij GOVI of 9292 heeft zoals in bijlage III te lezen is meerdere voordelen.

€ 125.000

€ 475.000

3A DRIS-panelen vóór plaatsing virtueel testen

Het testen van de panelen is kosteloos mogelijk vanuit de gecentraliseerde datastroom. Voor het testen van de 40 panelen wordt ongeveer € 8.000 geraamd aan personeelkosten. Hierbij wordt nogmaals benadrukt dat het uitgebreid testen (verschillende dagdelen) van groot belang is voor het succes van de DRIS-panelen. Wanneer de kosten voor het testen worden vergeleken met de investeringskosten is dit slecht een heel klein bedrag.

€ 8.000

3B Van een aanbodgericht model naar een vraaggericht model

Om een meldpunt op te zetten moet enkel een telefoonnummer geopend worden een e-mail account. Het verzorgen van deze twee voorzieningen kan kosteloos worden verzorgd door de provincie. Het geven van publiciteit aan het meldpunt kan eveneens kosteloos door een persbericht en daarnaast kan het via de internetsite en het meenemen in reguliere (OV)folders.

3C Inzetten op logisch reisadvies met 9292 en vervoerders

Voor dit onderdeel zullen geen extra kosten worden gemaakt. Het aantal overlegmomenten zal gering zijn waardoor dit in te calculeren is in de tijdsplanning binnen de provincie. Bovendien zal de provincie niet bij ieder overleg hoeven aan te schuiven, het belang van overleg tussen de vervoerder en 9292 is, zoals genoemd, groter.

3D Controle op de reisinformatie doormiddel van Mystery Guest metingen

De provincie laat één keer per jaar Mystery Guest metingen verrichten. Het advies is om bij deze Mystery Guest metingen extra aandacht te besteden aan de reisinformatiesystemen. De jaarlijkse kosten voor de Mystery Guest metingen zijn € 46.000. Omdat hierbij door de observanten alleen een aantal onderzoeksaspecten worden bekeken, worden de extra kosten die samengaan met reisinformatie per jaar geraamd op € 5.000. De totale kosten voor zes jaar zijn daardoor € 30.000

€ 30.000

3E Opzetten stappenplan verstoringen en stremmingen met vervoerder

Het opstellen van een stappenplan voor informatie bij verstoringen en stremmingen is een taak van de vervoerder. Het advies is een dergelijk stappenplan uit te vragen in de concessies. Daarbij mag worden aangenomen dat het eventueel opstellen en overhandigen van een stappenplan voor de communicatie geen probleem moet zijn voor een vervoerder. Het is belangrijk dat buschauffeurs, machinisten en servicemedewerkers een dergelijk stappenplan goed kennen, omdat deze werknemers de reizigers moeten informeren. Om vervoerders een dergelijk stappenplan met instructie te laten overhandigen aan alle buschauffeurs, machinisten en servicemedewerkers kan de provincie hiervoor een bijdrage beschikbaar stellen. Hierbij dient de vervoerder de kosten te verantwoorden door te verantwoorden op welke wijze personeelsleden zijn geïnstrueerd. Hiervoor is een eenmalig bijdrage voor alle concessies geraamd op € 11.000.

€ 11.000

4A Aandacht voor informatievermelding op DRIS-panelen

De vermeldingen op de DRIS-panelen valt onder de verantwoordelijkheid van GOVI/9292. Hierbij moet aandacht voor de vermelding “wordt verwacht” worden gevraagd. Van dergelijke aanpassingen mag worden aangenomen dat deze onder de servicekosten van GOVI/9292 vallen. Indien aanpassing niet mogelijk is, wordt geadviseerd de melding “wordt verwacht” uit te leggen aan de reizigers. Hiervoor dient een eenvoudige poster bij de abri te hangen.

4B Waarborgen leesbaarheid informatie

Het waarborgen van de leesbaarheid vormt een extra aandachtspunt bij de nieuwe haltevertrekstaten. Omdat alle huidige haltevertrekstaten ook op ooghoogte hangen, hoeven hiervoor geen aanpassingen te worden gedaan.

4C Informatie Nederlandstalig of Nederlandstalig en Friestalig

Het advies is om de informatie in de Nederlandse taal uit te brengen en als optie eventueel tweetalig. Voor het aanbieden van de informatie in het Nederlands ontstaan geen extra kosten. Ook wanneer de provincie besluit om de informatie tweetalig aan te bieden ontstaan geen extra kosten, omdat de provincie hiervoor eigen mensen beschikbaar heeft. Ook kan informatie tweetaligheid geëist worden in de volgende aanbestedingen van concessies.

4D Informatie aanbieden in het Duits en Engels op toeristen lijnen

Het advies is de informatie op een aantal trajecten ook in het Duits en Engels aan te bieden. Omdat deze informatie via de vervoer loopt, zal deze informatie door de vervoerder moeten worden verzorgd. Omdat dit niet in de huidige concessie is opgenomen, zal de vervoerder hiervoor een bijdrage vragen van de provincie. Het gaat hierbijom het aanpassen van de automatische halteafroep. Hiervoor moet eenmalig een bandje worden ingesproken en vervolgens dient de tekst in alle voertuigen te worden gezet. De totale kosten hiervoor (trein en bus) zijn ongeveer € 1.000. Daarnaast kunnen enkele folders worden ontworpen met informatie over het Friese openbaar vervoer. Het advies is voor het opzetten van deze folder en de kosten te overleggen met de afdeling Kennis en Economie van de provincie, die o.a. toerisme in hun takenpakket hebben.

€ 1.000

4E Abri uitrusten met frame en omgevingsplattegrond

De kosten voor een frame zijn niet aan te geven, omdat het niet gebruikelijk is dergelijke frames los te plaatsen. Een frame wordt in alle gevallen, blijkt uitgegevens van andere opdrachtgevers in Nederland, uitgevraagd bij een aanbesteding van nieuweabri's. Het advies is het uitvragen van een frame inclusief omgevingskaart mee te nemen in de huidige plannen voor nieuweabri's. Ook is het mogelijk bij het aanbesteden van deabri's de optie te geven, dat op de achterzijde reclame mag worden aangeboden. In dit geval zal een partij als JCDcaux dergelijke producten kosteloos aanbieden, omdat kosten uit reclame kunnen worden terugverdient.

4F Afspraken met vervoerders over beheer frame inabri

Aan dit onderdeel zijn voor de provincie geen extra kosten verbonden. Wanneer de vervoerders de frames in deabri's willen gebruiken voor het ophangen van posters dienen zij er tevens voor te zorgen dat deze informatie up-to-date blijft. Wanneer deze "belofte" wordt gedaan kan de provincie de vervoerder de mogelijkheid bieden de frames te gebruiken.

4G Plaatsen vier informatieborden voor toeristen

Het advies is op vier locaties (Leeuwarden, Heerenveen, Harlingen en Sneek) informatieborden te plaatsen. Deze informatieborden moeten informatie verschaffen over op welke wijze belangrijke toeristische trekpleisters met het openbaar vervoer kunnen worden bereikt. Hierbij kan op een plattegrond worden aangegeven vanaf waar het voertuig vertrekt. De borden zoals in Amsterdam staan, zijn hiervan een mooi voorbeeld. Deze borden kosten circa € 11.000,- per stuk inclusief de plaatsing. Hiermee worden naast toeristen ook de dagelijkse reizigers geattendeerd op de openbaar vervoer voorziening naar de toeristische trekpleisters. Deze reizigers kunnen daardoor geneigd zijn om in plaats van de auto de trein te nemen voor een dagje uit. Voor deze borden geldt evenals bij de DRIS-panelen dat er door het plaatsen een aanzienlijke meerwaarde voor de betreffende gemeenten, NS/ProRail en regionale vervoerders is. Daarom is het advies ook voor deze voorzieningen de vier gemeenten, NS/ProRail en regionale vervoerders een bijdrage te vragen.

€ 44.000

5A Door communicatie van reisinformatiesystemen keuzestress voorkomen

Het advies is om door communicatie via internet, posters en folders de reizigers te informeren over de reisinformatievoorzieningen. Omdat de provincie posters kosteloos kan ophangen in de Friese bussen en haar eigen website kosteloos kan aanpassen, zijn de kosten voor dit onderdeel laag. Voor het aanpassen van de website, het drukken van de posters en flyers is een het bedrag geraamd op € 3.000.

€3.000

5B Toepassen van positieve berichtgeving

Het toepassen van een positieve berichtgeving is slechts een aandachtspunt en zal geen extra kosten meebrengen.

In het financieel overzicht zijn geen kosten meegenomen voor een eventueel bonussysteem, omdat een bonussysteem en de hoogte daarvan kunnen worden ingevuld door de provincie. Ook zijn in het financiële overzicht de kosten voor eventuele arbeidsuren niet opgenomen. Omdat arbeidsuren variabele kosten zijn en afhankelijk van het moment van uitvoeren zijn deze kosten in dit stadium niet aangegeven. Daarnaast is een aantal keren het advies gedaan gemeenten of andere partijen te betrekken bij investeringen. Gemeenten hebben eveneens een voordeel van het upgraden van de reisinformatievoorzieningen. Nieuwe en moderne reisinformatievoorzieningen zorgen voor een beter straatbeeld en bovendien een betere kwaliteit van het openbaar vervoer voor de inwoners. Het is daarom ook niet onredelijk dat van gemeenten of derden een bijdrage wordt verwacht voor dergelijke investeringen. Om voldoende overtuiging bij deze partijen te krijgen, kan gebruik worden gemaakt van de beïnvloedingsprincipes van Cialdini. Meerdere aspecten van deze theorie zijn goed toepasbaar. Allereerst is het belangrijk op te merken dat van gemeenten slechts een bijdrage wordt gevraagd in de aanschaf. Alle andere kosten, zoals het verzorgen van de gecentraliseerde datastroom, de kosten voor GOVI/9292 en de kosten voor het beheer worden al door de provincie voor de gemeenten geregeld. Hierdoor wordt gebruik gemaakt van het beïnvloedingsprincipe wederkerigheid: ik doe iets voor jou, dan doe jij iets voor mij. Ook kan de overtuiging vergroot worden te benoemen dat in heel Nederland DRIS-panelen worden geplaatst en dat de provincie Fryslân, en dus ook de gemeenten achterloopt op dit gebied. Omdat deze achterstand erg negatief is voor de inwoners van de gemeenten is het goed hier wat aan te doen. Hierdoor wordt overtuiging gecreëerd door het effect van sociaal bewijskracht: als iedereen het doet zal het wel goed zijn. Tot slot kunnen gemeenten ook worden beïnvloed door het beïnvloedingsprincipe sympathie. Hiervoor is het belangrijke dat de provincie benoemd slechts gering te investeren in DRIS, maar wel investeert in de desbetreffende gemeenten. Kortom, door een bijdrage van gemeenten en derde te krijgen is het advies deze partijen actief te bezoeken. Hierbij is het belangrijk in de beïnvloedingsprincipes van Cialdini toe te passen door bovengenoemde aspecten. De totale kosten in tabel 11 zijn de kosten voor de aanschaf en voor het beheer voor zes jaar.

Advies (aanschaf en beheer voor zes jaar)		Kosten
1A	Provinciale huisstijl statische informatie	€ 17.000
1B	Doorvoeren huisstijl ABRI's en DRIS	-
1C	Friese Lijnennetkaart	€ 6.500
1D	Gezamenlijk OV-loket	-
1E	Inzetten landelijke eenduidigheid	-
2A	Aanschaf DRIS	€ 614.500
	Plaatsing DRIS	€ 85.000
	Beheer	€ 81.900
2B	TFT schermen	-
2C	Opzetten sms-service/sms-alert	€ 12.000
	Beheer sms-service/sms-alert	€ 6.000
2D	Aandacht Friese treinstations	-
2E	Startkosten GOVI/9292	€ 125.000
	Overige jaren GOVI/9292	€ 475.000
3A	Testen DRIS panelen	€ 8.000
3B	Logisch reisadvies 9292	-
3C	Mystery guest metingen	€ 30.000
3D	Instructie stappenplan	€ 11.000
4A	Vermelding DRIS panelen	-
4B	Waarborgen leesbaarheid	-
4C	Informatie Nederlandstalig	-
4D	Informatie in het Dutis en Engels	€ 1.000
4E	Frame met omgevingskaart	-
4F	Afspraken beheer frame	-
4G	Vier informatieborden	€ 44.000
5A	Communicatie	€ 3.000
5B	Positieve berichtgeving	-
Totale kosten		€ 1.519.900

Tabel 11 Kostenoverzicht aanbeveling

8.3 OVERZICHT AANBEVELINGEN

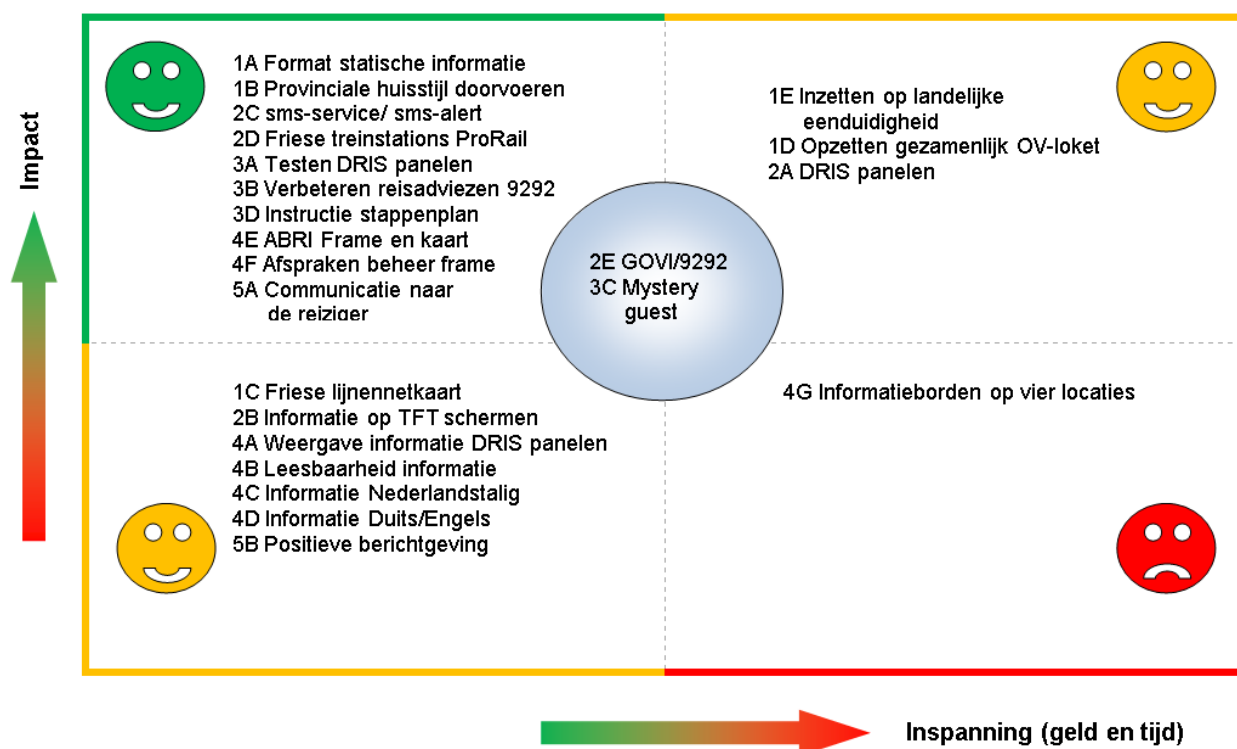
In deze paragraaf wordt een overzicht gegeven van alle adviezen aan de provincie. In tabel 12 zijn de adviezen onder elkaar gezet, waarbij achter elk advies is aangegeven aan welke behoefte van de reiziger wordt voldaan. De adviezen zijn geprioriteerd naar de realisatie termijnen. Hierbij zijn de termijnen opgesplitst in drie termijnen:

- Korte termijn 0 - ≤ 1 jaar
- Middellange termijn 1 - 2,5 jaar
- Lange termijn ≥ 2,5 jaar

Advies	Doel	Realisatie op
1A Opzetten van een format voor statische informatie	Eenduidigheid	Korte termijn
1C Ontwerpen en uitgeven Friese lijnennetkaart	Eenduidigheid	Korte termijn
2E Aansluiten GOVI / 9292	Eenduidigheid / zekerheid	Korte termijn
3A Testen DRIS panelen	Betrouw baarheid	Korte termijn
3B Verbeteren reisadviezen 9292	Betrouw baarheid / begrijpenlijkheid	Korte termijn
3D Instructie stappenplan	Betrouw baarheid	Korte termijn
4B Aandacht voor de leesbaarheid van de informatie	Begrijpenlijkheid	Korte termijn
4C Informatie Nederlandstalig	Begrijpenlijkheid	Korte termijn
1B Provinciaal huisstijl doorvoeren	Eenduidigheid	Middelange termijn
1D Opzetten van een gezamenlijk OV-loket in Leeuwarden	Eenduidigheid	Middelange termijn
2A Tweeëndertig locaties voorzien van DRIS panelen	Zekerheid / gemak	Middelange termijn
2B Actuele informatie op TFT scherm bij hogescholen	Zekerheid / gemak	Middelange termijn
2C Opzetten van een sms-service en sms-alert	Zekerheid	Middelange termijn
2D Aandacht DRIS panelen Friese treinstations	Zekerheid / gemak	Middelange termijn
4A Aandacht voor informatie weergave DRIS panelen	Begrijpenlijkheid	Middelange termijn
4D Informatie in het Duitse en Engels	Begrijpenlijkheid / gemak	Middelange termijn
4E ABRI's voorzien van frame met omgevingskaart	Zekerheid/ gemak	Middelange termijn
4F Afspraken beheer ABRI frame	Betrouw baarheid	Middelange termijn
4G Plaatsen informatieborden	Begrijpenlijkheid / gemak	Middelange termijn
5A Communicatie naar de reiziger	Bekendheid	Middelange termijn
1E Inzetten op landelijke eenduidigheid	Eenduidigheid	Lange termijn
5B Positieve berichtgeving	Betrouw baarheid	Alle termijnen
3C Controle op correcte reisinformatie	Betrouw baarheid	Alle termijnen

Tabel 12 Adviezen gesorteerd naar realisatie termijn

Vanuit het overzicht in tabel 13 is een inschatting gemaakt van inspanning en het impact van het advies. Hierbij geldt uiteraard dat de adviezen met een lage inspanning en een grote impact uitstekende adviezen zijn. Adviezen met een hoge inspanning en lage impact hebben maar weinig prioriteit. Bij het beoordelen van de inspanning hebben tijd en geld een bepalende factor gespeeld. Figuur 35 toont schematisch de weergave van de indeling van de effecten.



Figuur 35 Overzicht impact en inspanning aanbevelingen

Het begrip impact is beoordeeld aan de hand van de grootte van de populatie reizigers die met het advies wordt bereikt. Daarnaast is er gekeken naar effect in hoeverre wordt voldaan aan een behoefte van de reizigers. Het begrip inspanning is beoordeeld aan de hand van de kosten die verbonden zijn aan het advies en de tijd die het kost om het advies te realiseren. Wanneer we het advies voor het plaatsen van informatieborden bekijken, zien we dat de inspanning groot is, omdat de borden duur zijn in aanschaf, onderhoud en plaatsing. De impact is echter laag: er wordt een beperkte doelgroep mee bereikt (toeristen) op een beperkt aantal locaties (vier busstations). Wanneer voor de borden een bijdrage van de gemeenten en van de Nederlandse Spoorwegen wordt ontvangen, wordt de inspanning minder (lagere kosten), terwijl de impact gelijk blijft. Bij het advies om DRIS-panelen in de provincie te plaatsen, is te zien dat de inspanning hoog is. Het realiseren vergt veel tijd en bovendien zijn de panelen duur in aanschaf en onderhoud. De impact is echter wel hoog: bij meer dan 50% van alle instapbewegingen wordt actuele informatie geboden. Bovendien zijn de panelen voor iedere doelgroep toegankelijk. Advies punten 2E en 3C zijn in het midden van het figuur afgebeeld. Deze punten hebben geen directe invloed op de impact voor reizigers, maar zijn slechts instrumenten.

9.0 BEANTWOORDING HOOFD- EN DEELVRAGEN

In dit hoofdstuk worden de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek beantwoord. De hoofdvraag die gesteld is voor dit onderzoek is:

“Welk beleid moet de provincie Fryslân voeren om aan de reizigersbehoeften naar reisinformatie te voldoen?”

Uit het onderzoek blijkt dat er naar alle waarschijnlijkheid een verband is tussen het ontbreken van het beleid voor reisinformatie en de ontevredenheid van de openbaar-vervoer-reizigers in Fryslân. Het is daarom de taak als provincie een goed en terdege beleid te formuleren. Om een goed en terdege beleid te formuleren moet het beleid voldoen en getoetst worden aan een kader. In dit kader zijn de criteria van eenduidigheid, zekerheid, betrouwbaarheid, begrijpelijkheid en gemak cruciale uitgangspunten. Voor het opstellen van het reisinformatiebeleid moet er aandacht worden besteed aan de verdeling en verantwoordelijkheid van de taken tussen de provincie en de vervoerder. De provincie heeft hierin drie belangrijke taken. Allereerst zullen eisen moeten worden gesteld aan de vervoerders waaraan het reisinformatiesysteem moet voldoen. Ten tweede is het belangrijke dat de provincie investeert in de infrastructuur van de openbaar voorzieningen. Ten derde moet de provincie controles uitvoeren op de kwaliteit van de reisinformatie. Hierbij is de verdeling en verantwoordelijkheid van de taken een belangrijk aandachtspunt: de vervoerder is een uitvoerende partij en de provincie functioneert als opdrachtgever en kan daardoor eenheid bewaken. De provincie zal daarom de eisen aan reisinformatie zó moeten stellen dat de vervoerder zelf voor het grootste gedeelte van de reisinformatie verantwoordelijk is en blijft. Hierdoor blijft de directe taak bij de vervoerder en is de provincie niet verantwoordelijk voor bijvoorbeeld haltevertrekstaten. Wanneer de provincie namelijk het volledige reisinformatiesysteem zou verzorgen, zou de situatie erg complex worden: iedere wijziging die de vervoerder doorvoert, moet dan via de provincie worden aangepast. De provincie moet juist meer doen in de infrastructuur van de openbaar vervoer voorzieningen. Het gaat hierbij om investeringen die op langere termijn moeten worden afgeschreven en/of investeringen die voor een vervoerder commercieel niet interessant genoeg zijn. Hierbij moet worden gedacht aan DRIS-panelen en informatieborden. Daarnaast blijkt dat de huidige informatievoorzieningen niet altijd goed functioneren. Het is daarom van belang dat de provincie scherp blijft inzetten bij vervoerders op correct werkende informatievoorzieningen. Door voor alle reisinformatiemiddelen een format voor te schrijven, ontstaat er eenduidigheid in de reisinformatie. Door actuele informatie aan te bieden op DRIS-panelen, een app en een sms-service wordt de reiziger zekerheid geboden met betrekking tot de vertrektijden. Dit zijn slechts twee adviezen met betrekking tot de eisen die gesteld moeten worden. In hoofdstuk 8 zijn alle aanbevelingen aan de provincie beschreven.

Het beleid dat provincie met betrekking tot reisinformatie is gericht op het voldoen aan behoeften van de reizigers door:

- het stellen van eisen aan een reisinformatiesysteem dat:
 - o de reiziger door middel van actuele reisinformatie zekerheid biedt;
 - o de reiziger eenduidige informatie biedt;
 - o alle benodigde en correcte informatie biedt;
 - o de niet-dagelijkse-reiziger door informatie meer zekerheid biedt;
 - o de reiziger door middel van een stappenplan adequaat geïnformeerd wordt bij wijzigingen in de dienstregeling.
- het investeren in infrastructuur op busstations en haltes:
 - o bij 57% van alle instapbewegingen actuele informatie presenteren op DRIS-panelen en TFT-schermen;
 - o de niet-dagelijkse-reiziger met onder andere posters en borden helpen om te komen waar de reiziger naartoe wil;

- o door een gecentraliseerde datastroom de reiziger eenduidige en dezelfde informatie biedt.
- controle op het reisinformatiesysteem waardoor betrouwbare informatie wordt geboden aan de reiziger.

Mede voor het beantwoorden van de hoofdvraag zijn er zes deelvragen geformuleerd. Deze deelvragen zullen vanaf hier worden beantwoord:

1. Welke reisinformatie voorzieningen zijn er in Nederland en wie is daar verantwoordelijk voor?

In Nederland wordt reisinformatie op veel manieren verstrekt aan reizigers. De afgelopen jaren is er een trend waarneembaar in nieuwe reisinformatiesystemen, zoals in DRIS-panelen, apps voor smartphones en informatie via social media, zoals Twitter. Daarnaast wordt reisinformatie ook nog altijd verstrekt via traditionele reisinformatievoorzieningen, zoals haltevertrekstaten en busboekjes. De moderne reisinformatievoorzieningen bieden een groot voordeel boven de traditionele voorzieningen, namelijk actuele vertrektijden. De onderstaande lijst toont alle reisinformatiesystemen zoals deze in Nederland worden gebruikt:

- | | |
|---|--|
| • Reisplanners op internet | NS reisplanner, reisplanner van 9292 en ANWB |
| • Haltevertrekstaat | Dienstregelingtijden op de halte |
| • Bus- spoorboekje | Boekje met alle dienstregelingtijden |
| • Dynamische informatieschermen | Schermen met (actuele) dynamische informatie |
| • Applicaties voor smartphones | Diverse apps met (actuele) reisinformatie |
| • Website vervoerders
(ns.nl / connexxion.nl / arriva.nl / enz.nl .) | Websites van vervoerders |
| • Social media | Reisinformatie via Twitter, facebook. |
| • sms-service | Actuele reisinformatie per sms |
| • Poster | Posters in abri's met reisinformatie |
| • Omroepsysteem | Geluidsberichten op (meestal) treinstations |
| • Personeel | Informatie door personeel |
| • Servicelocaties | Informatie door aanwezige servicelocatie |
| • Telefonische service | Klantenservice en servicenummer 9292. |
| • Omgevingskaart | Omgevingskaart op halte/station |

Het reisinformatiesysteem in Nederland is erg complex. De reisinformatie komt van de vervoerder, de vervoerder is ook vrijwel altijd verantwoordelijk voor de statische informatie. Een zichtbare trend in Nederland is dat dynamische informatie in bijna alle gevallen via een onafhankelijke partij gecentraliseerd wordt verzorgd. De opdrachtgevers van het openbaar vervoer zijn in vrijwel alle gevallen eigenaar van de DRIS-panelen.

2. Welke reisinformatie voorzieningen zijn er in Fryslân en wat ontbreekt daar nog aan?

De provincie Fryslân is door het ontbreken van het reisinformatiebeleid de afgelopen jaren beperkt meegegaan met de ontwikkelingen. Hierdoor wordt de informatie wel via de traditionele informatiesystemen aangeboden aan de reiziger, maar de modernere informatievoorzieningen zijn slechts in beperkte mate aanwezig. Ook blijkt dat de werking van deze voorzieningen vaak matig tot slecht is, waardoor er geen positief ervaringen zijn bij de reizigers. Door het ontbreken van het beleid wordt het reisinformatiesysteem grotendeels in handen van de vervoerder gelegd. Hierdoor is er weinig structuur en eenduidigheid in de informatie. De provincie Fryslân heeft geen eigen investeringen gedaan in reisinformatiesystemen zoals DRIS-panelen of omgevingskaarten.

De onderstaande tabel toont alle reisinformatievoorzieningen in relatie met de systemen die in Fryslân worden toegepast.

	NZW	ZOF	Stadsdienst LWD	Qliner 315	Waddeneilanden	Treindiensten
Haltevertrekstaat	X	X	X	X	X	X
Bus- spoorboekje	X	X	X	X	X	X
Dynamische informatieschermen	15					8
(Eigen) applicaties voor smartphones	X		X			
Website vervoerders	X	X	X	X	X	X
Social media	X		X	X	X	X
SMS-service	X	X	X	X		
Posters abri			X			
Omroepsysteem						X
Service locaties	X		X			X
Telefonische service	X	X	X	X	X	X
Omgevingskaart			X			

Tabel 13 Reisinformatiesysteem Fryslân naar concessiegebied

3. Wat zijn de ervaringen met bestaande reisinformatievoorzieningen in Nederland?

In Nederland is een ontwikkeling waarneembaar in actuele informatie via DRIS-panelen. Het investeren in DRIS-panelen blijkt in veel gevallen gepaard te gaan met een stijging van de klanttevredenheid. Bovendien blijken panelen met onjuiste informatie funest te zijn voor de klanttevredenheid. DRIS-panelen met een gecentraliseerde datastroom van meerdere vervoerders behalen hierbij een veel groter effect op de klanttevredenheid dan afzonderlijke DRIS-panelen van vervoerders. De baten van statische informatie is anno 2012 sterk gedaald in vergelijking met een paar jaar geleden. Dit wordt veroorzaakt door de komst van moderne informatievoorzieningen zoals via internet, smartphones en DRIS-panelen. Er zijn echter nog altijd doelgroepen die veel waarde hechten aan statische informatie en bovendien is in veel gevallen statische informatie de enige informatie die aanwezig is bij een bushalte of op een station. Door de komst van dynamische informatie kan de aandacht voor statische informatie soms minder worden. Hierdoor ontstaat het risico dat er verouderde informatie wordt gegeven. Deze verouderde informatie is funest voor de klanttevredenheid.

Het blijkt dat de huidige reizigers ontevreden zijn over de huidige reisinformatievoorzieningen. De belangrijkste knelpunten ontstaan bij:

- Reisinformatie die niet actueel is, waardoor reizigers onzeker zijn over de vertrektijd.
- Het ontbreken van eenduidigheid in de reisinformatie, waardoor reizigers moeite hebben de informatie te begrijpen.
- Veel reisinformatievoorzieningen met soms tegenstrijdige informatie. Hierdoor weten reizigers niet welke informatie correct is waardoor onzekerheid en keuzestress ontstaat bij reizigers.
- Onjuiste reisinformatie waardoor reizigers mogelijk verkeerde besluiten nemen en zich bovendien onzeker voelen.

4. Op welke manier komen reizigers aan reisinformatie?

Het blijkt dat reizigers van veel systemen gebruik maken om aan reisinformatie te komen. Hierbij zit een verschil in informatiestroom per doelgroep. Jongeren maken veel gebruik van informatiestromen via internet en/of smartphones. Ouderen maken meer gebruik van de statische informatie en/of via persoonlijk contact. De huidige generatie groeit op met het gebruik van internet en smartphones waardoor er over een aantal jaar een verschuiving van de informatievraag ontstaat.

Voor het verkrijgen van informatie voor de reis wordt veel gebruik gemaakt van één van de reisplanners op internet. De reisplanner 9292, de reisplanner van de NS en de reisplanner van de ANWB hebben een grote naamsbekendheid en worden ook veel gebruikt (NEWCOM, 2012). Met name de reisplanner van 9292 verwerkt veel reisaanvragen (via internet, mobiel internet en de app) over het openbaar vervoer. Het telefoonnummer van 9292 wordt slechts door een heel klein percentage reizigers gebruikt. Een deel van de ouderen maakt wel gebruik van informatie via internet. Maar het grootste deel van de ouderen maakt gebruik van de haltevertrekstaten en reisinformatiefolders om informatie voor de reis te verkrijgen. Op de halte is een DRIS-paneel (indien aanwezig) de meest gebruikte manier om actuele informatie te krijgen. Een DRIS-paneel heeft een hogere voorkeurspositie dan de informatie via smartphones (Provincie Utrecht, 2012). Een DRIS-paneel biedt vaak meerdere voordelen, zo wordt de informatie op een DRIS-paneel gebracht zonder dat de reiziger hiervoor een smartphone nodig heeft of er een handeling voor moet worden verricht. Indien er geen DRIS-paneel aanwezig is zijn de reizigers aangewezen op actuele vertrektijden via een smartphone en de statische informatie op de halte. De statische informatie wordt hierbij vooral gebruikt door de niet-dagelijkse-reiziger en de ouderen. In het voertuig is een TFT-scherm met actuele aankomsttijden en overstapmogelijkheden een veel gebruikt informatiesysteem. Informatie na de reis is een belangrijk aspect voor de niet-dagelijkse-reiziger. Niet-dagelijkse-reizigers zijn hierbij aangewezen op een omgevingsplattegrond op de uitstaplocatie. Wanneer er geen omgevingsplattegrond aanwezig is, is de reiziger aangewezen op een smartphone of een eigen kaart.

5. Wat zijn de toekomstige mogelijkheden van reisinformatie?

Het is lastig te stellen hoe het reisinformatiesysteem over tien jaar moet worden ingericht. Tien jaar geleden konden we ook niet verwachten dat smartphones een zo grote rol zouden gaan spelen als nu. Het is wel aannemelijk dat de stijging van het aantal gebruikers van smartphones de komende jaren verder doorzet. Daarnaast groeit de huidige generatie op met het gebruik van smartphones waardoor het aantal ouderen met een smartphone de komende jaar verder zal toenemen. Hierdoor is het aannemelijk dat informatie via internet en smartphones een grotere rol gaat spelen. Daardoor zal het belang van statische informatie de komende jaren verder dalen. Desalniettemin blijft statische informatie nu en in de toekomst altijd van belang omdat digitale informatie getroffen kan worden door storingen en mensen zonder internet of smartphone ook reisinformatie moeten kunnen krijgen.

De komst van de NDOV zal een belangrijke rol gaan spelen binnen het openbaar vervoer. Het doel van de NDOV is een landelijke gecentraliseerde datastroom opzetten met actuele vertrektijden van alle vervoerders. Het openstellen van deze data zal een stijging van het aantal reisplanners en apps voor smartphones veroorzaken.

6. Wat zijn belangrijke gedragsaspecten van mensen in relatie tot reisinformatie?

Mensen zijn verschillend, maar mensen hebben ook veel gezamenlijke behoeften. Zo hebben mensen behoefte aan zekerheid, door onzekerheid wordt onder andere de wachttijd langer ingeschat. Daarnaast houden we van eenduidigheid zonder daarbij teveel keuzemogelijkheden te hebben. Een eenduidig systeem biedt herkenning en daardoor voelt men zich sneller zeker. Wanneer mensen hierbij teveel keuzemogelijkheden krijgen, neemt het gevoel van zekerheid af omdat mensen moeite hebben om keuzes te maken. Teveel keuzemogelijkheden veroorzaakt keuzestress. Mensen hebben behoeften aan eenvoudige informatie die gemakkelijk te verkrijgen is. Mensen willen niet teveel moeite doen om informatie te moeten krijgen of te begrijpen. Omdat mensen iets nieuws vaak wantrouwen en moeilijk kunnen inschatten, kiest men vaak liever voor het bestaande dan voor het nieuwe. Naast deze aspecten speelt het begrip beleving een belangrijke rol bij het reisinformatiebeleid. De beleving van mensen kan op vele manieren worden beïnvloed. Zo maakt het inhoudelijk geen verschil of een bus vijf minuten vertraagd is of over 5 minuten vertrekt. Toch ervaren mensen het laatste positiever, dit fenomeen wordt de framing van informatie genoemd. Niet alleen met framing wordt er ingespeeld op de beleving van reizigers, ook door kleurgebruik.

Met de kleur blauw zullen mensen sneller overtuigd zijn van informatie, ervaren mensen de wachttijd korter en bovendien zorgt blauw voor een ontspannende werking.

Hypothese: de kwaliteit van de aangeboden reisinformatie is één van de belangrijkste factoren in het openbaar vervoer en is mede bepalend voor de keuze van een vervoersmodaliteit door reizigers. Hierbij is kwaliteit gedefinieerd als eenduidige, betrouwbare en actuele informatie.

De hypothese kan worden bevestigd. *Uit de klantwenspiramide van de NS (Hagen van, 2009) blijkt dat reisinformatie een belangrijke basisbehoefte is van reizigers. Zowel voor huidige openbaar-vervoer-reizigers als voor potentiële openbaar-vervoer-reizigers is reisinformatie een belangrijk aspect. Correcte en actuele reisinformatie heeft niet alleen invloed op de werkelijke reistijd, maar ook op de beleving van de wachttijd. (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2009) Het wachten zonder actuele informatie veroorzaakt onzekerheid bij reizigers. Onzekerheid zorgt voor ontevredenheid. Door het verkorten van de objectieve en subjectieve wachttijd zal het openbaar vervoer positiever worden gewaardeerd. Bovendien wordt zonder betrouwbare en actuele reisinformatie niet voldaan aan de behoeften van reizigers. Doordat er niet wordt voldaan aan de behoeften zullen reizigers ontevreden zijn over het openbaar vervoer. Deze ontevredenheid zorgt voor negatieve publiciteit. Door de negatieve publiciteit over het openbaar vervoer ontwikkelen niet-openbaar-vervoer-reizigers een negatieve attitude voor het openbaar vervoer. Hierdoor zullen niet-openbaar-vervoer-reizigers het openbaar vervoer niet gaan gebruiken. Daarnaast worden mensen beïnvloed in hun keuze door middel van informatie. Mensen zullen sneller kiezen voor iets waarbij de meeste en duidelijkste informatie is (Ellsberg, 1961). Wanneer de kwaliteit van de informatie van het openbaar vervoer onvoldoende is, zullen mensen niet (snel) met het openbaar vervoer reizen. Het is hierbij belangrijk met een vraaggerichte structuur te werken en niet met een aanbodgerichte structuur.*

10.0 BEGRIPPENLIJST

Abri	Wachthuisje voor reizigers
Actuele informatie	Reisinformatie met afwijkingen ten opzichte van de dienstregeling
App	Applicatie special voor smartphones
Attitude	Een aangeleerde geneigdheid om op een consistente gunstige of ongunstige wijze op een bepaald object te reageren
Breedbandverbinding	Internetverbinding vanaf een mobiel toestel, zoals een smartphone
Concessiegebied	Een gebied waarin een vervoerder het alleenrecht heeft om het openbaar vervoer te verzorgen.
Dagelijkse reiziger	Een reiziger die dagelijks reist op hetzelfde traject
Dienstregeling	Vooraf vastgelegde tijden van een voertuig per halte/station
Dienstregelingloos	Het rijden zonder dat hier een dienstregeling van toepassing is, wordt toegepast bij hoge frequentie van verbinding.
DRIS	Dynamische Reizigersinformatie Systeem
Dynamische reisinformatie	Reisinformatie op bijvoorbeeld DRIS-panelen
Framing	Informatie op een andere wijze verpakken
GOVI	Grenzeloze Openbaar Vervoer Informatie
Keuze reiziger	Een reiziger die een keuze heeft in vervoersmodaliteit
KpVV	Kennisplatform Verkeer en Vervoer
Mobiele telefoon	Mobiel toestel waarmee gebeld kan worden zonder breedband verbinding
Na de reis	Alle momenten vanaf het uitstappen uit het voertuig tot aan de bestemming
NDOV	Nationale Databank Openbaar Vervoer
NS	Nederlandse Spoorwegen
NZW	Concessiegebied Noord en Zuidwest Fryslân.
Persoonlijke reissystemen	Informatiemiddel dat reizigers zelf bij zich draagt, zoals een mobiele telefoon of een smartphone
Q-liner	Hoogwaardige busverbinding
ROCOV	Regionaal Overleg Consumentenbelangen Openbaar Vervoer, reizigersbelangengroep
Rover	Reizigers Openbaar VERvoer, reizigersbelangengroep

Smartphone	Mobiel toestel waarmee gebeld kan worden en de beschikking over een breedbandverbinding
Statische informatie	Gedrukte reisinformatie
Stremming	Een tijdelijke geplande afwijking van de dienstregeling door bijvoorbeeld wegwerkzaamheden
Tijdens de reis	Alle momenten vanaf het vertrek van de herkomst tot aan het verlaten van het voertuig
Vertraging	Afwijking van de dienstregeling van een voertuig op een rit
Verstoringen	Grotere afwijkingen van de dienstregeling van meerdere voertuigen in een gebied
Volgtijden	Vertrektijden tussen twee voertuigen
Voor de reis	Alle momenten voordat men de herkomst verlaat om naar een openbaar vervoer opstaplocatie reist.
ZOF	Concessiegebied Zuidoost Fryslân

11.0 LITERATUURLIJST

9292. (2012). *Reiswijzer*. Utrecht: 9292.
9292. (2012). *Themadag van algemeen reisadvies naar persoonlijk reisadvies*. Amersfoort: 9292.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes.
- ANWB. (2012). *ANWB Routeplanner*. Opgeroepen op Juni 11, 2012, van ANWB: http://route.anwb.nl/routeplanner/?rplherk=snelplanner_meeropties
- Baarda, D. B., & Goede, M. P. (2001). *Basisboek Methode en technieken*. Groningen: Stenfert Kroese.
- Baarda, D. B., Goede, M. P., & Meer-Middelburg, A. v. (2007). *Basisboek interviewen*. Groningen: Wolters Noordhoff.
- Bayerinfo. (2011). *Bayerinfo*. Opgeroepen op Juni 21, 2012, van Bayerinfo: <http://www.bayerninfo.de/>
- Berg, R. v. (2012, maart 23). (A. Veenendaal, Interviewer)
- Berkhout. (2011, April 16). *Gedragsverandering*. Apeldoorn, Nederland: Politie academie.
- Bok, D. d. (2012, april 19). (A. Veenendaal, Interviewer)
- Bos, R. (2012, april 15). (A. Veenendaal, Interviewer)
- Centrum Vernieuwing Openbaar Vervoer. (2003, augustus). Statische reisinformatie blijft cruciaal. *Statische reisinformatie blijft cruciaal*. Nederland: Centrum Vernieuwing Openbaar Vervoer.
- Citybus & NWFB. (2012). *Interactive Route Search*. Opgeroepen op juni 25, 2012, van Citybus & NWFB: <http://www.nwstbus.com.hk/routeseach.aspx?t=1340698477153&intLangID=1>
- DB Bahn. (sd). *Reiseauskunft*. Opgeroepen op juni 22, 2012, van DB Bahn: <http://reiseauskunft.bahn.de/bin/query2.exe/dn?ld=9689&seqnr=1&ident=gj.01314089.1340696380&rt=1&newrequest=yes&&country=DEU>
- Denters, H. (2012, mei 1). *Businformatie London*. Leeuwarden, Friesland, Nederland.
- Ellsberg, D. (1961). *Risk, Ambiguity, and the Savage Axioms*. The Quarterly Journal of Economics.
- Firma Mijksenaar. (2011). *Overstapinformatie in voertuigen*. Utrecht: OV-bureau Randstad.
- Frankwatching. (2012, Mei 7). *Top 100 Nederlandse merken op social media: sentiment & bereik*. Opgeroepen op Mei 8, 2012, van Frankwatching: <http://www.frankwatching.com/archive/2012/05/07/top-100-nederlandse-merken-op-social-media-sentiment-bereik/>
- Friesch Dagblad. (2012, April 11). *Kachten over ov-chipkaart in de bus en trein*. Opgeroepen op Juli 2012, 18, van Friesch Dagblad: <http://www.frieschdagblad.nl/index.asp?artID=59323>
- Glass, J. C. (1996). Factors affecting learning in older adults. In *Educational Gerontology* (pp. 359-372).
- GOVI. Informatieketen. *"Het hart van dynamische reisinformatie"*. GOVI, Amsterdam.
- GOVI. (2012). *Uitwisseling via standaarden*. Opgeroepen op Mei 15, 2012, van GOVI: http://www.govi.nu/index.php?option=com_content&task=view&id=9&Itemid=13

- Graaf, T. d. (2012, april 16). (A. Veenendaal, Interviewer)
- Gray, P. (2007). *Psychology fifth edition*. New York: Worth Publishers.
- Grenzeloze Openbaar Vervoer Organisatie. (sd). GOVI nieuwsbrief. Amsterdam, Noord Holland, Nederland : GOVI.
- Hagen van, M. (2009, September 11). Klantonderzoeken bij NS. 22. Driebergen, Utrecht, Nederland: Nederlandse Spoorwegen.
- Hagen, M. v., Sauren, J., & Galetzka, M. (2010). *De invloed van kleur en licht op de stationsbeleving*. Nederlandse Spoorwegen, Universiteit Twente.
- Hulman, S. (2012, maart 29). (A. Veenendaal, Interviewer)
- IJdema, T. (2012, april 23). (A. Veenendaal, Interviewer)
- Iyengar, S., & Lepper, M. (2000). When Choice is Demotivating: Can One Desire Too Much of a Good Thing? In *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Kahneman, J. (1991). *Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias*. The Journal of Economic Perspectives.
- Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid. (2009). *Actuele ov-reisinformatie: maatschappelijke baten en rolverdeling*. Den Haag: Ministerie van Verkeer en Waterstaat.
- Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid. (2007). *Beleving en beeldvorming van mobiliteit*. Utrecht: Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid.
- Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid. (2011). *Blik op de personenmobiliteit*. Kennisplatform Verkeer en Vervoer.
- Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid. (2011). *Gedrag in beleid*. Utrecht: Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid.
- Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid. (2008). *Grijs op reis*. Den Haag.
- Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid. (2009). *Imago en openbaar vervoer*. Den Haag: Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid.
- Kennisplatform Verkeer en Vervoer. (2011, juni 29). *Achtergronden Reisinformatie: 10 geboden voor goede reisinformatie*. Opgeroepen op maart 15, 2012, van Kennisplatform Verkeer en Vervoer: <http://www.kpww.nl/KpVV/KpVVHome/Kennisbank/Kennisitems/Achtergronden-Reisinformatie-10-geboden-voor-goede-reisinformatie.html>
- Kennisplatform Verkeer en Vervoer. (2011, november 03). *De ov-reiziger centraal. Lukt dat met apps en Twitter?* Opgeroepen op maart 10, 2012, van Kennisplatform Verkeer en Vervoer: <http://www.kpww.nl/KpVV/KpVVHome/Kennisbank/Onderwerpen-Publicaties/Onderwerpen-Publicaties-Collectief-vervoer/KpVV-bericht-nr-105-De-ov-reiziger-centraal-Lukt-dat-met-apps-en-Twitter.html>
- Kennisplatform Verkeer en Vervoer. (2008). *Dynamische reisinformatie in het openbaar vervoer*. Rotterdam: Kennisplatform Verkeer en Vervoer.
- Kennisplatform Verkeer en Vervoer. (sd). *Klant & Kwaliteit*. Opgeroepen op Mei 31, 2012, van Kennisplatform Verkeer en Vervoer: <http://www.kpww.nl/KpVV/KpVVHome/Kennisbank.html?zoektype=onderwerp&onderwerp=438&kbtype=98#>

- Kennisplatform Verkeer en Vervoer. (2006). *Stipt op stap met DRIS*. Rotterdam: Kennisplatform Verkeer en Vervoer.
- Kennisplatform Verkeer en Vervoer. (2008). *Verkenning Vanzelfsprekend openbaar vervoer*. Den Haag.
- Klerk, D. D. (2012, April 04). (A. Veenendaal, Interviewer)
- Koelstra, J. (2012, maart 26). (A. Veenendaal, Interviewer)
- KPVV. (2011). *OV klantenbarometer*. Utrecht: Kennisplatform Verkeer en Vervoer.
- Kruglanski, A. (1989). *The Psychology of Being "Right": The Problem of Accuracy in Social Perception and Cognition*. Psychological Bulletin.
- Metz, F. (2010). 15 tips voor het beïnvloeden van reisgedrag. *KpVV bericht*, 2.
- Mijksenaar. (2011). *Overstapinformatie in voertuigen*. OV-bureau Randstad.
- Nederlandse Spoorwegen. (2012, april 17). Reisinformatie in het openbaar vervoer.
- NEWCOM. (2012). *9292- Positie onderzoek*. Utrecht: 9292.
- OPTA. (2012, April). *Marktmonitor*. Opgeroepen op Mei 21, 2012, van OPTA jaarverslag 2011: <http://jaarverslag2011.opta.nl/jaarverslag/marktmonitor/>
- OV Magazine. (2012). Twitter effectiever dan een klachtenformulier. (B. A., Red.) *OV Magazine*, 2012 (2), 26-29.
- OV-bureau Groningen Drenthe. (2011). Ontdek het OV. *Ontdek in vier stappen het gemak van de bus*. Groningen, Groningen, Nederland : OV-bureau Groningen Drenthe.
- Overheid.nl. (2012, Mei 09). *Wet en regelgeving Besluit toegankelijkheid van het openbaar vervoer*. Opgeroepen op Juni 10, 2012, van Overheid.nl: http://wetten.overheid.nl/BWBR0029974/geldigheidsdatum_29-05-2012#
- Pratkanis, A., & Aronson, E. (2001). *Age of Propaganda; The Everyday use and abuse of persuasion*. New York: Henry Holt.
- ProRail en Arriva. (2012). *Treinviewer*. Opgeroepen op Juni 10, 2012, van <http://www.treinviewer.nl/>
- ProRail. (sd). *FAQ Overzicht*. Opgeroepen op juni 07, 2012, van ProRail: <http://prorail.nl/FAQ/Pages/FAQOverzicht.aspx?id=90c5e920-5f94-4bd3-843e-0830beebf3b7>
- Provincie Fryslân . (2010). *Fryslân in cijfers*. Opgeroepen op juni 15, 2012, van Provincie Fryslân: <http://www.fryslan.nl/sjablonen/1/infotype/webpage/view.asp?objectID=33162>
- Provincie Fryslân. (2012, Mei 22). Iepening. 23. Leeuwarden, Fryslân, Nederland: Provincie Fryslân.
- Provincie Utrecht. (2012, Maart 26). Functioneren DRIS. Utrecht, Utrecht, Nederland.
- Quo Vadis. (sd). *Reasoned Action Approach Fishbein & Azjen 2009*. Opgeroepen op Juli 25, 2012, van Psychologische modellen m.b.t. gedragsverandering: http://www.pepijnsonneveld.nl/images/Slides-Gedragsverandering-Bijeenkomst-Duurzaamheid_1.pdf
- Rijkswaterstaat. (2009). *Betere communicatie vermindert irritatie*. Rijkswaterstaat.

- Rover. (2012). *Standpunten*. Opgeroepen op Mei 31, 2012, van Rover: <http://www.rover.nl/index.php/over-rover/wat-willen-wij/standpunten.html>
- SBB. (sd). *Mobile Apps*. Opgeroepen op 24 juni, 2012, van SBB: <http://www.sbb.ch/fahrplan/mobile-fahrplaene/mobile-apps.html>
- SL. (2012, juni 04). *About SL*. Opgeroepen op juni 25, 2012, van SL: <http://sl.se/Visitor/Plan-your-journey/>
- Sloot, M. (2012, april 19). (A. Veenendaal, Interviewer)
- Smets, G. (1969). *Time Expression of Red and Blues". Perceptual and Motor Skills, 29 (August-December)*.
- Stapper, & Rigter. (2012, april 27). (A. Veenendaal, Interviewer)
- Stoker, E., & Namba, N. (2012, April 26). OV Bureau Groningen Drenthe. (A. Veenendaal, Interviewer)
- Thaler, R., & Sunstein, C. (2008). *Nudge: improving decisions about health, wealth and happiness*. New Haven: Yale University Press.
- The art of management. (2010). *Klassieke motivatie theorieën: Maslow, Herzberg, Covey*. Opgeroepen op juli 16, 2012, van The art of management: http://123management.nl/0/040_mensen/a400_mensen_19_motivatie_klassiek.html
- Tiemeijer, W. (2011). *Hoe mensen keuzes maken*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Tiemeijer, W., Thomas, C., & Prast, H. (2009). *De menselijke beslisser*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Tiemeijer, W., Thomas, C., & Prast, H. (2009). *De menselijke beslisser, over de psychologie van keuze en gedrag*. Amsterdam: Amsterdam University Press, Den Haag.
- Traffic Psychology. (2011, April). Leeuwarden.
- TransTec adviseurs BV. (2009). *Succesvolle praktijkvoorbeelden openbaar vervoer internationaal*. Amsterdam: TransTec adviseurs BV, in opdracht van: Ministerie van Verkeer en Waterstaat.
- Utrecht, P. (2012, Januari). Onderzoek DRIS. Utrecht, Utrecht, Nederland.
- Valdez, P., & Mehrabian, A. (1994). *Effects of color on emotions*. J Exp Psychol Gen 123(4).
- Vries, P. d. (2012, maart 20). (A. Veenendaal, Interviewer)
- Webster, D., & Kruglanski, A. (1994). *Individual differences in need for cognitive closure*. Journal of Personality and Social Psychology.
- Wikipedia. (2012, juni 9). *Metro van Londen*. Opgeroepen op juni 25, 2012, van Wikipedia: http://nl.wikipedia.org/wiki/Metro_van_Londen
- Wikipedia. (2011, December 23). *Rationele-keuzetheorie*. Opgeroepen op Mei 30, 2012, van Wikipedia: <http://nl.wikipedia.org/wiki/Rationele-keuzetheorie>
- Wikipedia. (2012, Mei 14). *R-net*. Opgeroepen op Mei 30, 2012, van Wikipedia: <http://nl.wikipedia.org/wiki/R-net>

