Innovatieplan 2016

Concessie provincie Utrecht

(Streek)

connexxion

Voor de

provincie :: Utrecht

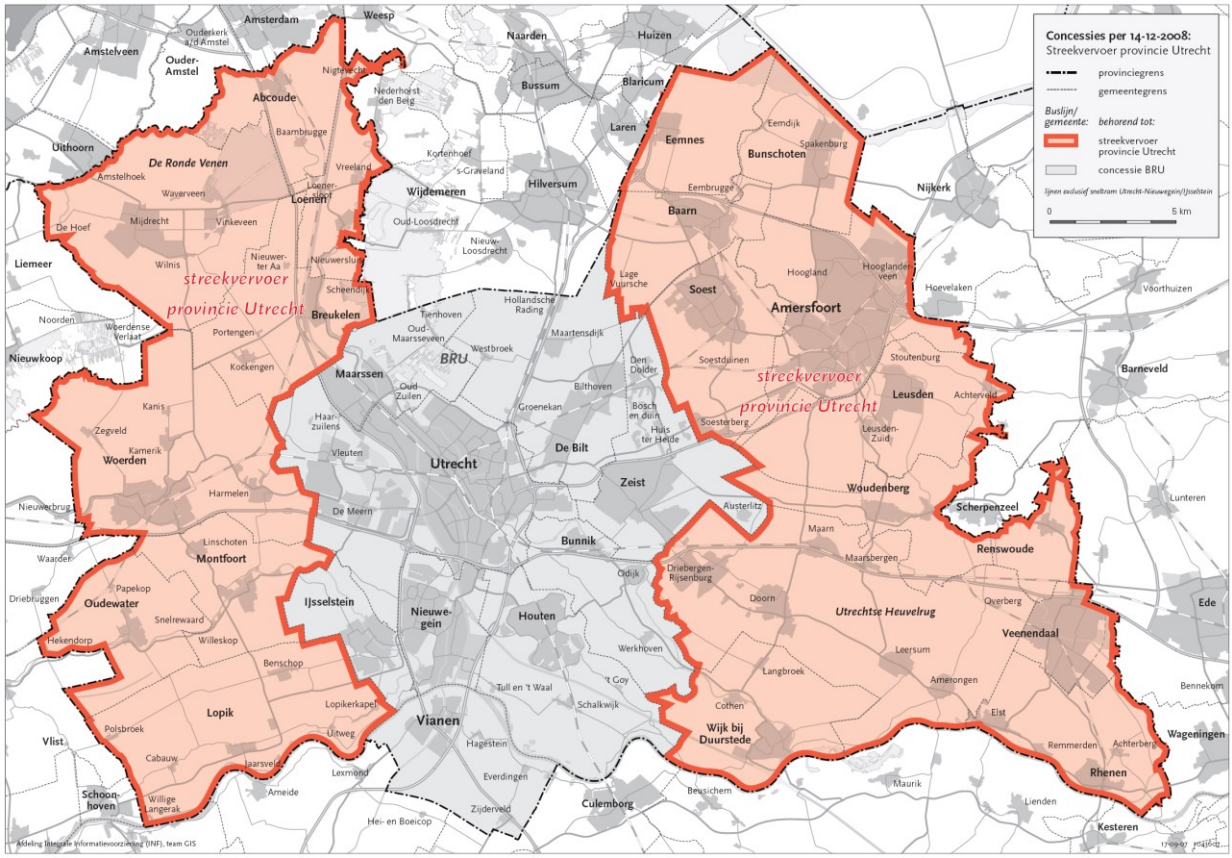
Inhoud

1 Inleiding 2
2 Kader Marktbenadering 3
2.1 Connexxion stelt de klant centraal 3
2.2 De oriëntatiefase 5
2.3 Persoonlijke reisinformatie en reisinformatie onderweg 5
2.4 Reiscomfort 5
2.5 Relatie met provinciaal beleid 5
3 Voorstellen Contactmomenten 6
3.1 Reisinformanten en Perfect View 6
3.2 Verzilvering potentiële Reizigers 8
3.3 Filevrij bedrijfsleven 9
4 Voorstellen Informatiedelen 12
4.1 Sociale veiligheid 12
4.2 Big data 14
5 Begroting 16
6 Tot slot 17

1 Inleiding

Het openbaar vervoer per bus is in het concessiegebied provincie Utrecht tot en met 13 december 2016 gegund aan Connexxion. Gedurende de gehele concessieperiode is voor uitvoering van eenmalige en/of vernieuwende acties jaarlijks 1,0 miljoen beschikbaar vanuit de concessie.

Als onderdeel van de concessieverplichtingen stelt Connexxion jaarlijks een plan op voor het komende jaar en legt dit ter beoordeling voor aan de provincie Utrecht. Ook in het laatste concessiejaar zal er alles aan worden gedaan om het openbaar vervoer zo aantrekkelijk en veilig mogelijk te maken voor de reiziger. Het grote doel hierachter is, om door middel van de eenmalige of vernieuwende acties steeds meer reizigers in de bus te krijgen.



In het innovatieplan 2016 legt Connexxion de nadruk op contactmomenten met de reiziger. Het gaat dan zowel om reisinformatie-contactmomenten (om inwoners en bezoekers meer grip op hun reis te geven bij calamiteiten en afwijkingen) als contactmomenten in het kader van promotie (om inwoners en bezoekers van Utrecht de voordelen van het OV te laten ontdekken).

In het tweede deel wordt een tweetal voorstellen beschreven die gaan over het verhogen van de veiligheid van de reiziger en de chauffeur en over de informatiemogelijkheden van Big data.

2 Kader Marktbenadering

2.1 Connexxion stelt de klant centraal

Met de in 2011 geïntroduceerde Klantcontactcirkel stelt Connexxion de klant altijd centraal. Hierbij gebruiken we de reis als leidraad.

Voor en tijdens zijn reis komt een klant op allerlei manieren met ons in contact. Stuk voor stuk momenten waarop de klant ons product beleeft en ons beoordeelt. De optelsom hiervan bepaalt de klanttevredenheid.

Klantgerichte en goede serviceverlening op alle contactmomenten van de reis betekent tevreden klanten. En tevreden klanten zijn terugkerende klanten.

De verschillende fases worden op de volgende pagina toegelicht.

ORIËNTATIEFASE

“Reizen vind ik best plezierig, maar bespaar mij uitzoekerij. Ik wil eenvoud. Gedoe is taboe. Soms de auto, soms de fiets en ik weet niet altijd of het openbaar vervoer misschien ook een goede optie is. Meestal heb ik wel interesse in kortingen en stimulansen om iets nieuws te proberen. Probeer maar.”

VERVOERAANBOD

“Help mij aan snelle verbindingen, want ik ben graag zo min mogelijk tijd kwijt aan reizen. Wachten vind ik niet leuk. Laat mij daarom zo vaak mogelijk kunnen instappen.”

REISINFORMATIE

“Vermoei mij niet met complete dienstregelingen, hele lijnnetten en verwarrende lijnnummers. Vertel mij waar ik heen kan: geen lastige haltenamen van straten die ik niet ken.”

VERVOERBEWIJS

“Bied mij eenvoudige tarieven en makkelijke manieren om te betalen. Aantrekkelijke pasjes en abonnementen trekken mij over de streep om vaker te komen. Ik begrijp dat het openbaar vervoer geld kost. Als ik er iets voor terugkrijg, dan ben ik best bereid daarvoor te betalen. Als het duurder wordt, geef mij daar dan ook wat voor terug.”

HALTE

“Ik houd niet van gebruiksaanwijzingen. En ik doe de dingen het liefst meteen goed. Zorg dat het openbaar vervoer ook vanzelfsprekend is. Als ik precies weet hoe lang ik nog moet wachten, kan ik zelf bepalen wat ik in de tussentijd doe. Een aangename wachtplek is dan prettig. ”

PERSOONLIJKE REISINFORMATIE

"Ik zie graag in een oogopslag waar ik heen moet. Zorg dat ik niet verschillende borden hoef te checken. Digitale informatie moet kloppen met de werkelijkheid."

INSTAPPEN

“Ik ga ervan uit dat het personeel mij graag helpt als dat nodig is.”

REISCOMFORT

“In veel auto’s en op sommige fietsen voel ik mij verwend met handige extra’s. Maak ook het openbaar vervoer leuker en mooier.”

REISINFORMATIE ONDERWEG

“Geef mij begrijpelijke informatie als ik dat verwacht en de antwoorden die ik op dat moment zoek. Digitale informatie moet kloppen met de werkelijkheid.”

OVERSTAPPEN

“Een reis zie ik als een geheel. Niet als een optelsom van losse stukjes. Hou daar rekening mee. Ook fietsenstallingen en transferia zijn onderdeel van mijn reis.”

AANKOMST

“Maak het mij zo gemakkelijk mogelijk. Laat mij op haltes bijvoorbeeld zien in welke omgeving ik me bevind.”

KLANTENSERVICE

“Ik snap dat niet altijd alles 100% goed kan gaan, maar laat me weten waar ik aan toe ben. Beloof mij niet iets dat niet kan worden waargemaakt. Anders verlies ik mijn vertrouwen. Ik wil vaste dingen best via automatische systemen doen, maar sluit mij niet buiten als ik een keer persoonlijk contact wil.”

Voor de komende periode wordt de nadrukt gelegd op vier fases:

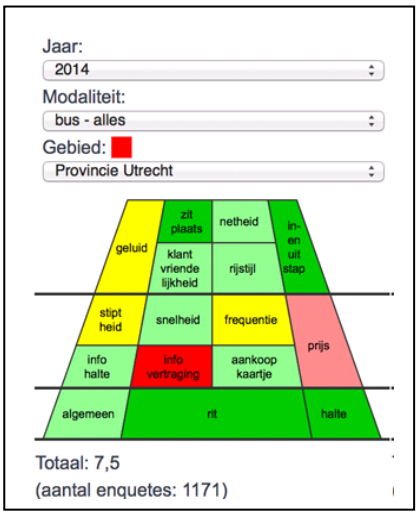
- De oriëntatiefase
- Persoonlijke reisinformatie
- Reisinformatie onderweg
- Reiscomfort

2.2 De oriëntatiefase

Het openbaar vervoer is de afgelopen jaren eenvoudiger geworden. Nieuwe apps maken het plannen van de reis bijvoorbeeld eenvoudiger, onderweg kun je gemakkelijk zien wat de eerstvolgende haltes zijn en meer. Toch ziet de (nog) niet reiziger het openbaar vervoer vaak als gedoe, waardoor een kennismaking uitblijft. Connexxion maakt de eerste stap gemakkelijk en speelt in op de behoeften per doelgroep.

2.3 Persoonlijke reisinformatie en reisinformatie onderweg

De reizigerstevredenheid wordt jaarlijks gemeten in het landelijke OV-klantenbarometeronderzoek. De reizigerstevredenheid kan verder omhoog en een belangrijke sleutel hiervoor is verbetering van de actuele reisinformatie. In de figuur is te zien dat de concessie Utrecht een onvoldoende scoort (dieprode kleur, dus beneden een 5). Dit cijfer kan omhoog met gerichte, innovatieve verbeteringen.



2.4 Reiscomfort

Het openbaar vervoer heeft een extra comfortcomponent ten opzichte van de auto: je kunt er werken, lezen, gamen, je social media bijhouden of de digitale krant doornemen. Dit reiscomfort aspect wordt uitgebreid.

2.5 Relatie met provinciaal beleid

Een belangrijk uitgangspunt voor de gekozen klantfases is het provinciaal beleid. De provincie Utrecht is een spil in de Nederlandse economie en bereikbaarheid. In het coalitieakkoord 'In verbinding' ligt de focus op het uitvoeren van datgene wat in de steigers is gezet, zoals investeren in goede infrastructuur, openbaar vervoer en het voortzetten de provincie als economische topregio.

PROVINCIE UTRECHT

De projecten spelen in op items uit het hoofdstuk mobiliteit en bereikbaarheid van het coalitieakkoord:

- Een passend, doelmatig verkeers- en vervoerssysteem. Dienstbaar aan de maatschappelijke behoeften en bijdragend aan de economische ontwikkeling. *Door het OV onder de aandacht te brengen en te verbeteren kunnen inwoners en bezoekers betrouwbaar reizen en zo hun bijdrage aan de economie leveren.*
- Doorstroming, bereikbaarheid en beter benutten (slim reizen). *De promotie richt zich op de snelle corridors, met verbeterde reisinformatie is de reiziger slim en snel op weg.*
- Bereikbaar houden van Utrecht Science Park. *Er wordt onder andere samengewerkt met de Universiteit en Hogeschool Utrecht, het Utrechts Medisch Centrum en ASR.*
- Reizigers en een goede dienstverlening staan centraal. *Door onder meer de focus op reisinformatie en comfort wordt dit concreet ingevuld.*

3 Voorstellen Contactmomenten

3.1 Reisinformanten en Perfect View

Informatie is een van de belangrijkste bestanddelen van het openbaar vervoer. In de OV-klantenbarometer geven reizigers aan dat de informatie bij vertragingen en verstoringen verbeterd moet worden (1e verbeterpunt, cijfer 4,8).

De reisinformanten en Perfect View zijn belangrijke instrumenten om de behoefte van de reiziger aan actuele reisinformatie te vervullen. Daarnaast kan met de reisinformanten het toegenomen aantal kanalen (DRIS-systemen, apps, Twitter) voor de klant optimaal benut worden. Het zijn de innovaties van nu die naar verwachting over een paar jaar standaard onderdeel van het openbaar vervoer uit zullen maken.

Connexxion stelt voor om binnen het concessiegebied provincie Utrecht reisinformanten en het Perfect View systeem toe te passen.

De reiziger krijgt concrete actuele informatie op maat en kan interactief vragen stellen over zijn buslijn of halte.

Perfect View zorgt ervoor dat de reiziger betere en duidelijkere informatie op de schermen in de bussen krijgt.

De **reisinformant** is een medewerker die in direct contact staat met de reiziger om aan zijn of haar hulpvraag te voldoen en hierbij optimaal gebruik maakt van moderne middelen, zoals social media. Wanneer de dienstuitvoering door omstandigheden niet loopt zoals verwacht, is het voor reizigers prettig om te weten wat de oorzaak is. Dit neemt de oorzaak van de vertraging niet weg, maar verzacht wel de negatieve associatie van de reiziger. Bij iets als een onverwachte omleiding vinden reizigers het prettig te weten dat dit bijvoorbeeld door een brand in het centrum komt. Reisinformanten delen de informatie op maat: via Twitter, op de DRIS-panelen en op reisinformatieapps.

- ➔ Reisinformanten zijn speciaal opgeleid om complexe informatie helder, kort en snel te delen met de reizigers.
- ➔ Reisinformanten werken bij het Regiecentrum Openbaar Vervoer (ROV). De regiemedewerkers sturen de bussen aan bij calamiteiten. Reisinformanten krijgen dus snel de benodigde informatie en zetten dit direct door naar de reiziger. De regiemedewerker heeft als eerste prioriteit de bussen te laten rijden, de reisinformant heeft als eerste prioriteit de reizigers te informeren.
- ➔ Reizigers kunnen vragen stellen via social media, bijvoorbeeld over hoe lang een omleiding nog duurt of welk reisalternatief voor hun persoonlijke situatie het beste is.

Perfect View geeft de volgende voordelen voor de reiziger in vergelijking met het businformatiescherm:

- De landelijke standaard, ontwikkeld door Mijksenaar, wordt toegepast (o.a. meer en betere overstapinformatie, ook van alle andere bus en tramvervoerders).
- Informatie wordt op maat gegeven.
- Het tonen van informatie wordt rustiger.
- De eerstvolgende halte is bijna altijd in beeld.
- De tekst lijnt beter uit en is daardoor duidelijker.

Het kan per 1 januari 2016 van start gaan tot einde dienstregeling in december 2016.

Voorbeeld: recent hebben wij hebben de reisinformanten ingezet tijdens de staking:

Na bekendmaking van de staking is de afdeling reisinformanten direct overgegaan tot actie door reizigers via apps, social media (Twitter en Facebook) en DRIS-schermen in de regio te informeren met de volgende tekst:

Mogelijk staking stadsvervoer Utrecht do 15-10. Reist u die ochtend kijk dan op www.cxx.nl

Op onze website stond vanaf maandag 12 oktober een nieuwsbericht op onze hoofdpagina, welke gedetailleerde informatie bood over de gevolgen van de staking voor de dienstregeling van Connexxion. Er zijn updates via alle kanalen uitgestuurd toen de uitspraak van het kort geding binnen was en de staking daarmee definitief een feit was.

Kort voor en tijdens de staking zijn er alsnog een behoorlijk aantal vragen binnengekomen van reizigers die zekerheid wilden over hun specifieke reis, voornamelijk via social media. Deze vragen zijn allemaal binnen tien minuten beantwoord, hetgeen tot veel positieve reacties heeft geleid. Hieronder een aantal voorbeelden:

Reisinformanten en Perfect View:	
Totaal	130.000

3.2 Verzilvering potentiële Reizigers

In de oriëntatiefase van potentiële reizigers is veel te winnen. Het openbaar vervoer is lang niet altijd in beeld als een te overwegen alternatief, of in marketing termen: het OV hoort niet bij de *evoked set*.

Huidige en recente innovaties komen pas tot hun recht als belanghebbenden geïnformeerd worden over de innovaties en hier kennis mee kunnen maken. Dit doet Connexxion door middel van "Cordon marketing"

Cordon marketing betekent 'niet te missen marketing'. De toepassing van meerdere communicatiemiddelen zorgt dat een inwoner het aanbod voor 'OV Nieuwe Stijl' niet kan missen. Als hij met zijn auto de plaats uit rijdt ziet hij een promobord, in zijn brievenbus een aanbod op maat en op facebook een leuke doorklikbare advertentie. Er ligt als het ware een cordon rond hem.

Het onderstaande schema laat zien dat de oriëntatiefase bestaat uit drie hoofdcomponenten:

	De reisbehoefte	**De Evoked set**	**Inplannen reis**
	Wat ga ik doen? (naar mijn werk, een concert, winkelen, familiebezoek) I V	Welke vervoermiddelen overweeg ik? (De fiets, auto, OV?) I V	Hoe laat moet ik weg? Welk vervoerbewijs heb ik nodig? I V
Strategie	- Inspelen op specifieke behoeftes bij de evoked set	- Toevoegen innovatieve tools aan de belevings-wereld van het OV	- Versimpelen keuze en gebruik vervoerbewijzen met de nieuwe tools

Voor potentiële reizigers is dit een introductie van OV 2.0, de nieuwe wereld met informatie op maat, grip op je reis, snelle verbindingen en de mogelijkheid om het uit te proberen.

Voor bestaande reizigers is het een bevestiging (en verantwoording) van hun goede keuze.

Met dit project geven we de inwoners de plaatsen Leusden Woudenberg en Soest redenen om het openbaar vervoer uit te proberen (uitbreiding van de *mindset*).

Er is gekozen voor deze drie plaatsen om een aantal redenen:

Vervoerkundig:
Woudenberg, Leusden en Soest zijn plaatsen waar inwoners over goede busverbindingen beschikken. Woudenberg heeft busverbindingen naar zowel Amersfoort als richting Zeist (Utrecht), Veenendaal (Arnhem) en Maarn. De bus is hier het hoofdvervoermiddel (geen treinstation). Leusden is sterk gericht op Amersfoort en heeft uitstekende busverbindingen naar zowel Amersfoort als Utrecht (de Uithof en Rijnsweerd). Ook hier is de bus het hoofdvervoermiddel. Soest heeft een treinstation maar ook een sterk busnet met bijvoorbeeld snelle verbindingen naar de dichtstbijzijnde grote stad Amersfoort. Met Amersfoort heeft Soest zelf geen treinverbinding.

Marketing: vrijwel onontgonnen gebied
De drie plaatsen draaien uiteraard mee in de marketingcampagnes voor het hele concessiegebied. Maar de gebieden zijn vrijwel nooit het centrale onderwerp van de marketingactie. Kortom, een actie gericht op inwoners van Utrecht die nog weinig marketingprikkels hebben gehad om het openbaar vervoer nieuwe stijl uit te proberen.

Potentieel: inwoners
De drie plaatsen hebben 87.000 inwoners (ofwel ongeveer 39.000) en daarmee betekenis voor de economische topregio Utrecht. We willen minimaal 5% van de huishoudens het ov laten testen. Door de goede busverbindingen naar belangrijke bestemmingen kan voor de inwoners van die plaatsen het OV een goed alternatief zijn voor de auto.

De huishoudens worden bereikt via een frisse communicatieaanpak:
- Inwoners kunnen online (o.a. via Facebook en Twitter) en offline informatie krijgen over innovaties in het openbaar vervoer, zoals apps, innovatieve reisinformatie, wifi en verbeterde infrastructuur en stations.
- Inwoners ontvangen een probeeraanbod voor het openbaar vervoer met een handige handleiding voor de laatste fase van de oriëntatie; het inplannen van de reis. Dit probeeraanbod is geldig in zowel de spits- als de dalperiode.
- Inzet van grote promoborden in de gemeenten zodat ook de verstokte automobilist wordt bereikt.

3.3 Filevrij bedrijfsleven

Filevrij bedrijfsleven is een Connexxionproject waarbij we samen met het bedrijfsleven gedragsverandering van zijn werknemers in Utrecht willen bewerkstelligen. Zij kunnen met de bus files vermijden en betrouwbaar (op tijd) op hun werk en thuis arriveren.

De provincie Utrecht vindt de bereikbaarheid van de economische topregio Utrecht belangrijk. Als reizigers overtuigd kunnen worden om gebruik te maken van bussen die langs de file rijden, dan scheelt dit auto’s op de weg. Bovendien reizen busreizigers altijd filevrij. Daarnaast heeft een hoger aandeel busvervoer een positieve uitwerking op de luchtkwaliteit en ruimtegebruik. Een deel van de kosten van dit voorstel wordt gefinancierd vanuit Beter Benutten Vervolg.

Automobilisten die gebruik maken van de A28-corridor tussen Utrecht en Amersfoort kunnen voortaan betrouwbaar forensen dankzij vrije busbanen en vluchtstrookgebruik.

Daarnaast stellen wij voor om op deze corridor alle bussen uit te rusten met (voor reizigers kosteloos) wifi van hoge kwaliteit, zodat de reistijd naar wens extra ontspanningstijd of extra werktijd kan worden.

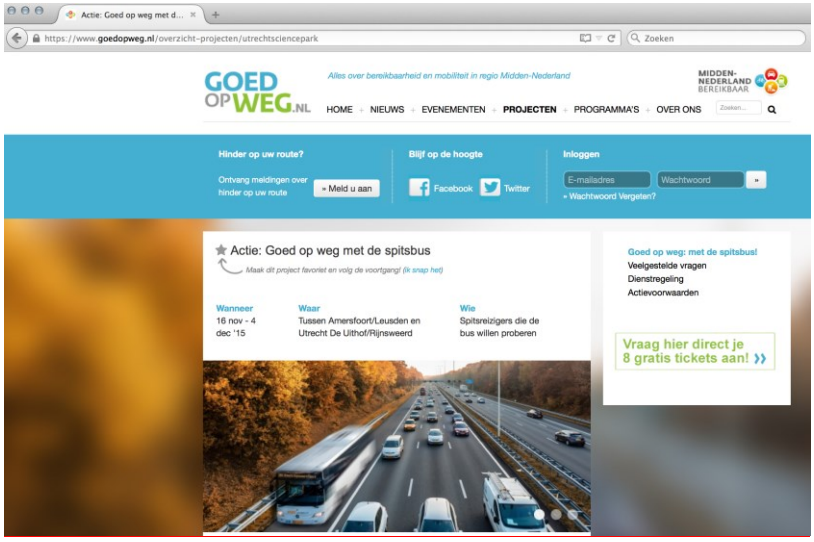
De aanpak kent twee onderdelen

1. Promotie filevrij reizen Amersfoort-Utrecht
2. Wifi op corridor Amersfoort-Utrecht

<u>1.Promotie Filevrij reizen Amersfoort-Utrecht (Vanuit Beter Benutten Vervolg)</u>
De mogelijkheid om filevrij te reizen tussen Amersfoort-Utrecht (A28) wordt onder de aandacht gebracht. Forensen kunnen probeerkaartjes aanvragen via de website Goed op weg. Dit thema wordt ook gebruikt voor de actie, waarbij forensen acht gratis probeerretourtjes krijgen. De actie wordt uitgevoerd in samenwerking met de vier grootste bedrijven op Rijnsweerd: Het UMC, de Universiteit Utrecht, de Hogeschool Utrecht en ASR.

De actie is als volgt opgezet:

- Werknemers die in Amersfoort en Leusden wonen en op Utrecht Rijnsweerd werken krijgen een probeeraanbod
- Zij kunnen de snelbussen die over de vluchtstrook langs de file rijden uitproberen (snellijnen 276, 296 en 299)
- De werknemer ontvangt een mail van zijn eigen bedrijf met een link naar de website Goed op Weg
- Op deze website kan de werknemer gratis 8 probeerretourtjes aanvragen die hij of zij direct in zijn mailbox ontvangt. De werknemer kan dus direct de snelbus uitproberen.



Het aanbod van de acht probeerkaartjes bij ASR wordt ook gedaan aan 'nieuwe' medewerkers in Utrecht, afkomstig uit Amersfoort. ASR verhuist zijn Amersfoortse kantoor namelijk naar Utrecht. Deze werknemers starten op 30 december in Utrecht. Zij ontvangen half december het probeeraanbod en ontvangen in de eerste week van januari een reminder.

De actie is inmiddels gestart en de resultaten zien er positief uit. In de eerste fase zijn 735 medewerkers gemaild en 427 werknemers hebben tot nu toe deelgenomen. Dit betekent een hoge respons (58%). 13% van de aanmelders is een volledig nieuwe reiziger (gebruikte het ov voorheen helemaal niet).

De kosten à €90.000,- worden vergoed vanuit Beter Benutten Vervolg en deels uit de exploitatiebijdrage.

2.Wifi op corridor Amersfoort-Utrecht

Om het comfortgevoel extra groot te maken worden de spitsbussen vanuit Amersfoort uitgerust met wifi. Het past bij het karakter van de spitsbus: dit zijn reeds luxere bussen die meer geschikt zijn voor lange ritten. Op de lange afstand heeft de reiziger ook meer tijd om wifi te gebruiken dan bijvoorbeeld in een stadsbus. De wifi-kwaliteit van Connexxion is hoog. De snelheid is 7,2 Kb/s (upload) en 768 Kb/s (download).

De onderstaande tweets illustreren de tevredenheid van de klant met de wifi in de bus.

Verzilveren potentiele reizigers en Filevrij bedrijfsleven:

Totaal	240.000

4 Voorstellen Informatiedelen

4.1 Sociale veiligheid

1. Proef met camerabeelden in Amersfoort.
Binnen de concessie zijn er generieke afspraken gemaakt over de wijze waarop wordt omgegaan met sociale veiligheid. De inzet van medewerkers Service en Veiligheid is hierbij een vast onderdeel. Via eerdere innovatieplannen is bewerkstelligd dat de verkeerleiding direct "live" mee kan kijken bij incidenten in de bus. De reiziger beoordeelt de veiligheid in het openbaar vervoer in de concessie met een 'zeer goed'. In de klantenbarometer over het jaar 2014 wordt de algemene veiligheid gewaardeerd met een 7,9. De veiligheid van de rit met een 8,2 en de veiligheid van de instaphalte met het cijfer 8,0. Op alle items scoort de provinciale concessie twee tienden hoger dan het landelijke gemiddelde.

Toch zijn er in de maanden juli en oktober twee incidenten in Amersfoort geweest waarbij ruiten van een bus zijn ingegooid. Gelukkig zonder letsel aan onze passagiers en zonder blijvende schade bij onze chauffeurs. Op dit moment vinden er op meer plaatsen in Nederland dergelijke incidenten plaats. Binnen onze concessie hebben de incidenten met de stenengooiers zich afgespeeld op de buslijnen 5 en 6 in Amersfoort.

De bussen van Connexxion zijn al standaard uitgerust met meerdere camera's binnen in de bus. Ook zijn onze bussen uitgerust met "Live View". De verkeersleiding kan bij noodoproepen direct de beelden in de bus bekijken. De incidenten van dit jaar vonden echter buiten de bus plaats. De bestaande camera oplossingen bieden geen uitkomst op het moment dat iemand op straat een steen naar de bus gooit.

In Nederland en ook bij Connexxion zijn er reeds proeven gedaan met buitencamera's. Deze (front)camera's worden gebruikt om bij aanrijdingen of schades te kunnen zien wat er werkelijk is gebeurd. De beeldhoek van de camera's 'strijkt' dan ook langs de bus. In Nederland zijn er geen proeven bekend waarbij naar buiten gerichte camera's opnames maken van de openbare ruimte met als doel incidenten te voorkomen en/ of de pakkans van daders te vergroten.

Om deze reden behelst dit plan een onderzoek naar de wet- en regelgeving omtrent filmen in de openbare ruimte en, indien juridisch haalbaar, een proef met diverse camerasystemen op de bussen van de lijnen 5 en 6 in Amersfoort.

Onderzoek
Voordat de camera's gemonteerd kunnen worden, dienen de privacy-aspecten goed onderzocht te worden. Met andere woorden moet het filmen van de openbare ruimte juridisch mogelijk zijn. Aspecten die in het onderzoek aan de orde zullen komen zijn onder meer:

- Wie is opdrachtgever in relatie tot het filmen in de openbare ruimte;
- Wat is in dit vraagstuk de relatie tussen de provincie, de vervoerder en de gemeente;
- Is er meldplicht bij het College Bescherming Persoonsgegevens (CBP);
- Met welk doel wordt er gefilmd en past dat binnen de regels die daarvoor zijn gesteld.

Om een snel en kundig antwoord op bovenstaande vragen te krijgen stelt Connexxion voor om een juridisch onderzoek te doen naar zowel de privacy- als ook de juridische vraagstukken rondom de verhouding tussen provincie als opdrachtgever van de concessie, Connexxion als uitvoerder in relatie

tot chauffeurs en passagiers en de gemeente in haar rol met betrekking tot het handhaven van de openbare orde.

Een stap daarna betreft eisen die aan juridisch aan de opname apparatuur worden gesteld, zoals opslag en bewaartermijnen. Procedureel gelden uitlees- en uitleverprotocollen. Er zal afstemming met het College Bescherming Persoonsgegevens (CBP), provincie, politie en de gemeente Amersfoort moeten plaatsvinden. Resultaten van het onderzoek en de uitkomsten van de gesprekken met politie en Amersfoort worden besproken tussen provincie en Connexxion. Hierna wordt bepaald of er tot een definitieve installatie van de buitencamera's kan worden overgegaan.

Proef met camera's
Er zijn verschillende camera systemen op de markt. Niet alle camerasystemen zijn geschikt voor een rijdende bus. Ook is het zo dat wanneer er naar de zijkant van de bus wordt gefilmd er, anders dan bij een frontcamera, er geen lichtbron voorhanden is (Bij de frontcamera zijn dit de koplampen van de bus). De proef zal er daarom uit bestaan dat er 8 bussen worden uitgerust met diverse camera opstellingen: Front en zijcamera's en eventueel indien beschikbaar camera's die zonder grote lichtbronnen toch redelijke opnames maken. Het feit dat incidenten ook nog in het donker plaatsvinden, maakt dat er geen garantie kan worden gegeven dat er in de pilotfase altijd goede beelden voorhanden zullen zijn indien er een incident plaatsvindt.

2. Datadelen met de politie.
In de provincies Gelderland, Overijssel en Zuid-Holland is men gestart met het delen van data over incidenten die bekend zijn bij vervoerbedrijven en die te vergelijken met incidenten die bekend zijn bij de politie. Hiertoe is een landelijke database in ontwikkeling waarin zowel vervoerbedrijven als politie hun incidenten invoeren. Met behulp van een analysetool wordt een goed beeld verkregen waar overlap zit van incidenten en waar verdere samenwerking zinvol is. Aan het gebruik van zowel de landelijke database als de analysetool zijn kosten verbonden.

In een convenant tussen alle vervoerders en politie zijn de samenwerkingsafspraken over deze tool vastgelegd. Connexxion zet zich in om gezamenlijk met Qbuzz in de provincie Utrecht één convenant af te sluiten met de politie Midden Nederland. Het convenant van Gelderland en Overijssel kan daarbij als leidraad dienen. Vermeld dient te worden dat medewerking van de politie een voorwaarde is wil deze maatregel uitgevoerd kunnen worden. Dit is op dit moment nog niet bekend. Connexxion heeft ervaring met de werkzaamheden die er initieel, wekelijks en maandelijks nodig zijn ten behoeve van datadeling en afstemming met de ketenpartners. Per maand is er ongeveer 9 uur nodig aan invoer en afstemming. Initieel zal het convenant en het inregelen naar verwachting minimaal 80 uur in beslag nemen.

Doelstelling is om de voorbereiding van het convenant en de samenwerking reeds in 2015 op te starten.

Sociale veiligheid	
Totaal	113.000

4.2 Big data

Big data, je hoort er veel over, maar wat heb je er eigenlijk aan?

De hoeveelheid data die opgeslagen wordt, groeit exponentieel. Binnen het openbaar vervoer worden elke maand miljoenen datarecords opgeslagen. O.a. OV-chipkaartgebruik, informatie over hoe punctueel de bus op dat moment is, rituitval en informatieberichten ten behoeve van Drisborden. Men spreekt van big data wanneer men werkt met een of meer grote datasets die te groot zijn om met reguliere databasemanagementsystemen onderhouden of bevraagd te worden. Niet alleen de opslag van deze hoeveelheden is een uitdaging. Ook het analyseren van deze data speelt een steeds grotere rol. Deze data bevatten immers een schat aan informatie.

De provincie Utrecht ziet de toegevoegde waarde van Big data en dan met name ten behoeve van reisanalyses. Om deze reden heeft de provincie Utrecht een tender uitgeschreven die is gewonnen door Bonotraffics. Bonotraffics is een specialistisch en innovatief verkeerskundig adviesbureau.

BonoTraffics heeft de tool Ovit ontwikkeld waarmee de provincie Utrecht OV-data visueel inzichtelijk kan maken en daarmee eenvoudig het gebruik en de prestaties van het OV geanalyseerd kunnen worden. De tool zet o.a. OV-chipkaartdata om in overzichtelijke kaartbeelden, waarmee reizigersstromen, herkomst-bestemmingen en overstaplocaties inzichtelijk worden gemaakt. Hiermee kan de provincie het beleid bepalen en zorgen voor optimale verbindingen voor de reiziger in de provincie en veilig openbaar vervoer.

Plaatje Bron: Bonotraffics

Één van de bronnen die Bonotraffics zal gebruiken voor tool die wordt gemaakt voor de provincie zijn OV-chipkaart datasets die door Connexxion gemaakt worden. Met deze maatwerkrapportages is de privacy van de reiziger goed beschermd. Indicatie van de kosten van deze maatwerk datasets bedragen €10.000,- tot €15.000 Euro voor de eerste set en daarna tussen de €7.000,- en €10.000,- per vervolgset.

Naast deze datauitvraag ten behoeve van de tool van Bonotraffics , leent het OV, en in een breder verband verkeer en vervoer, zich bij uitstek voor Big data. Er kunnen veel gegevens beschikbaar worden gemaakt die antwoord kunnen geven op vragen als: waar zitten de kansen, hoe kan het netwerk slimmer, welke relatie is er tussen het auto en OV-netwerk en kunnen er overstappen uit of

betere verbindingen gemaakt worden? Ook de relatie met het weer en het inzichtelijk maken van vertragingen tussen haltes, behoren inmiddels tot de mogelijkheden.
In het voorjaar van 2015 is Connexxion een strategische samenwerking aangegaan met Lynxx. Dit is een middelgroot, creatief business intelligence-bureau. Binnen de samenwerking werken de analisten samen met Connexxion-medewerkers aan het verbeteren van de informatiehuishouding, het bouwen van tools, het ontsluiten van nieuwe bronnen, het maken van analyses en het leren redeneren vanuit data en analyse. Het werkbudget kan ook worden aangewend om specifieke vragen van de provincie in samenwerking met Lynxx te laten beantwoorden. Connexxion zal begin 2016 een voorstel doen.

Big data:

Totaal	50.000

5 Begroting

De onderstaande begroting bevat indicatieve bedragen.
Alle genoemde bedragen betreffen bedragen exclusief BTW.

Omschrijving/activiteit	Begroting
3.1 Reisinformanten en Perfect View	130.000
3.2 Verzilveren reizigers	166.000
3.3 Filevrij Bedrijfsleven	74000
4.1 Sociale veiligheid	113.000
4.2 Big Data	50.000
	533.000

6 Tot slot

Met dit innovatieplan wil Connexxion een bijdrage leveren aan de provinciale doelstellingen voor de economische topregio Utrecht. Het busvervoer is een belangrijke ruggengraat voor de plaatsen binnen de provinciale concessie. Het is van belang dat dit busnetwerk goed gevuld blijft met reizigers. Met deze plannen worden de middelen die binnen de concessie beschikbaar zijn aangewend om het potentieel van het vernieuwde openbaar vervoer aan te boren en leggen we de basis voor goed gebruikt openbaar vervoer in de toekomst. We vergroten de deelname aan het openbaarvervoer in spits en dalperiode, we zorgen dat meer mensen vanuit de auto (in de file) in de bus komen, we richten ons op de forenzen van het Utrecht Science Park en er wordt kennis verworven door middel van Big data en de reis wordt veiliger door uitbreiding van de camera's en datadeling met de politie.

Connexxion heeft zin in de uitvoering van het plan en we kijken met enthousiasme uit naar de verdere samenwerking met de provincie Utrecht.

Met vriendelijke groet,

Janine van Verseveld
Concessie Manager