

Back to the future

Visie 9292 2016-2018





Voor u ligt de meerjarenvise Back to the future waarin wij de meerjarenvise van 2016 – 2018 beschrijven.

We wensen u veel plezier bij het lezen van dit document.
Stefan Hulman, Algemeen Directeur 9292

Versie: Januari 2016
Druk: Februari 2016



Inhoud

1.	Inleiding	4
2.	Huidige situatie	5
2.1.	Missie en visie	5
2.2.	Omgeving en trends	5
2.2.1.	Reisinformatie	5
2.2.2.	NDOV-loket	6
2.2.3.	Zakelijke dienstverlening	6
2.2.4.	Organisatie	7
2.3.	Uitdagingen	7
3.	Ambitie	8
4.	Meerjarenvisie 9292	9



1. Inleiding

Twee decennia lang was 9292 DE reisinformatieprovider over het openbaar vervoer. Terugkijkend was het OV in 1992 haar tijd ver vooruit door landelijke geïntegreerde reisinformatie aan te bieden via één ingang. Een innovatie die zelfs vandaag de dag nog niet overal ter wereld gerealiseerd is. Strategisch gezien een perfecte zet van het gezamenlijke openbaar vervoer in Nederland. Mede door de vroege introductie van geïntegreerde reisinformatie heeft deze dienst zich ook steeds kunnen ontwikkelen en bleef Nederland voorop lopen met nieuwe technieken en toepassingen.

De wereld om ons heen verandert. Marktwerving introduceerde logischerwijs meerdere aanbieders van reisinformatie. Het open data beleid zorgde ervoor dat de grondstoffen voor reisinformatie nu vrijelijk beschikbaar zijn. Voor de reiziger is er volop keuze. Voor ons betekent dat: vooruit kijken, trends ontdekken en daarop inspelen, nog verder verbeteren van de dienstverlening aan de reizigers. Dat was èn is de ondernemingskracht van 9292.



2. Huidige situatie

2.1. Missie en visie

In 2011 hebben we een nieuwe missie en visie geformuleerd, gebaseerd op de dynamiek van die tijd. Tijdens verschillende strategische sessies hebben we met al onze stakeholders gekeken naar wat wijzelf vonden maar ook vooral naar wat de omgeving van 9292 vond. Waar lagen de behoeftes en dus ook kansen? Waar lag onze kracht? Op basis waarvan verdiende 9292 haar plaats binnen openbaar vervoer en informatie? Dit heeft geleid tot de visie

"dat er in het domein OV-informatie behoefte is aan een organisatie die reizigers, overheden en OV-bedrijven verbindt. 9292 kan deze rol als geen ander vervullen. Aan de ene kant kan dat door alle reizigers in lijn met hun informatiebehoeften te helpen bij het reizen met het openbaar vervoer. Aan de andere kant door OV-bedrijven en overheden te helpen bij het uitvoeren van hun verantwoordelijkheden binnen dit domein."

Op basis van deze visie is onze missie toen als volgt geformuleerd:

Het is de missie van 9292 om alle mensen die betrokken zijn bij het OV te ontzorgen.

Tot op heden zijn deze missie en visie actueel gebleven en zijn zij de toetssteen voor alle plannen en activiteiten van 9292. Daarbinnen houdt 9292 zich bezig met

- haar core business: het verstrekken van landelijke geïntegreerde ov-informatie aan de reiziger;
- de functie van NDOV-loket voor de distributie van ov-brondata aan een ieder die daar om vraagt (onder licentie) en
- zakelijke dienstverlening aan vervoerders, overheden en het bedrijfsleven.

2.2. Omgeving en trends

Uitgaande van bovenstaande (groe) driedeling in de 9292-activiteiten schetsen we hier de ontwikkelingen in de omgeving van 9292 en de trends die we daarop signaleren.

2.2.1. Reisinformatie

9292 heeft in de afgelopen jaren een doorgaande groei aan reisadviezen gerealiseerd. Van 155 miljoen adviezen in 2011 naar - naar verwachting - ruim 600 miljoen adviezen in 2015. De groei is te danken aan de kwaliteit van onze dienstverlening en het toenemende gebruik van mobiel internet, waarbij steeds vaker de actualiteit wordt gecheckt, zeker na de implementatie van realtime informatie in 2014.



Met de komst van open data en door stimulatie van de overheid van marktwerking op het gebied van reisinformatie, zijn er de afgelopen jaren meer aanbieders van landelijke reisinformatie gekomen. Reizigers gebruiken naar eigen smaak de dienst die zij het prettigst vinden. De aanbieders hebben allen een eigen signatuur en usp's waardoor reizigers hun keuze laten bepalen. Deze liggen in extra modaliteiten als fiets en auto, andere zoekalgoritmes, opslagmethoden en diensten als ticketing. 9292 onderscheidt zich als OV-wiki, met alle informatie die een ov-reis makkelijker maakt, met behoud van eenvoud, snelheid en onafhankelijkheid. De – steeds kritischer wordende – reiziger houdt de ontwikkelingen nauwlettend in de gaten. En er zijn ook reizigers die door elkaar heen de diverse diensten gebruiken. De cijfers die 9292 weet te realiseren – gemiddeld ruim 2 miljoen adviezen per dag – laten geen twijfel bestaan over de plaats die 9292 in de markt inneemt. Voor veel reizigers is 9292 hun eerste informatiebron. De merkwaarde is onverminderd groot.

2.2.2. NDOV-loket

Sinds 2012 levert 9292, als een van de twee NDOV-loketten, namens de vervoerders open data, ov-brongegevens met betrekking tot de (realtime) dienstregelingen van de vervoerders. De constructie waarin deze twee loketten werken, is dat 9292 de data van de vervoerders ontvangt in het ov-datadepot en deze direct doorsluisst naar de NDOV-loketten. Indien nodig en gewenst verzorgt 9292 voor de vervoerders de conversie van data om deze geschikt te maken voor doorlevering naar de loketten. Zowel technisch als organisatorisch is er een zuivere scheiding aangebracht tussen de loket- en de informatiefunctie. De discussie over mogelijk belangenverstremming is vrijwel geheel geluwd. Een discussie die 9292 overigens met open vizier voert, vanuit de overtuiging dat ook deze dienstverlening aan alle eisen moet voldoen. Wat de dienstverlening extra complex maakt is het ontbreken van uniformiteit en eenduidigheid in het gebruik van standaarden en formaten en de kwaliteit van de data zelf. 9292 breekt namens de vervoerders een lans voor meer openheid en samenwerking, ook internationaal, op dit terrein.

2.2.3. Zakelijke dienstverlening

Ook in de zakelijke dienstverlening is sprake van meer aanbieders op het gebied van mobiliteitsdiensten. Mede onder aanmoediging van aantrekkelijke projectsubsidies zien verschillende partijen aanleiding om deze diensten aan te bieden. De behoefte in de markt op dit terrein is evident. Daarnaast biedt ook hier open data een relatief makkelijke ingang naar productontwikkeling op dat terrein. Overheden staan voor verschillende uitdagingen op het gebied van mobiliteit waar reisinformatiediensten bij kunnen helpen. Vervoerders die aan de verschillende concessie-verplichtingen moeten voldoen zoeken ook naar oplossingen en verbeteringen op het gebied van reisinformatie. Het bedrijfsleven neemt meer en meer de (maatschappelijke) verplichting op zich om mobiliteitsproblemen aan te pakken op het gebied van bereikbaarheid, werknemersvervoer etc. 9292 is een logisch begin van een zoektocht naar oplossingen voor al deze doelgroepen en wordt steeds vaker gevonden als zakelijke dienstverlener. In 2015 zijn daarom versneld stappen gezet om de productenportfolio te updaten en de verkoopcapaciteit van de afdeling te optimaliseren. De time to market gaan we versnellen en de bestaande onduidelijkheid over de relatie ten opzichte van de vervoerders gaan we wegnemen door samen vast te stellen wat concurrentie is en wat samenwerking. Wij zijn er van overtuigd dat er op het terrein van zakelijke dienstverlening nog veel te winnen is en dat de commerciële kansen groot zijn. Een nieuwe loot aan deze stam is e-ticketing, waarbij reizigers op eenvoudige wijze in het reisadvies door kunnen klikken voor de aankoop van een ticket. We ver-



wachten veel van deze - voor de reiziger zo handige - toepassing. Uitdaging op het commerciële terrein is om een portfolio te realiseren dat stabiele inkomsten biedt, innovaties mogelijk maakt en een goed evenwicht biedt van diensten die met weinig inspanning voldoende opleveren en het meer arbeidsintensieve maatwerk. De introductie van de nieuwe mobiliteitsadviezen is daar een goed voorbeeld van. Volgend jaar zal dit product online besteld en opgehaald kunnen worden door afnemers. Wij hebben de ambitie om onze merkbekendheid als zakelijke dienstverlener bij het bedrijfsleven te vergroten en de samenwerking met overheden en vervoerders verder uit te bouwen.

2.2.4. Organisatie

In het kader van ontwikkelingen noemen we hier ook de interne organisatie. Hierbij stellen wij heldere doelen ten aanzien van de ontwikkeling van:

- De flexibiliteit van de organisatie
- De kwaliteit van de dienstverlening
- Ons innovatieve vermogen
- Onze time-to-market

Kijkend naar de ontwikkelingen beschreven in de paragrafen hierboven, sluiten deze interne ontwikkelingsdoelen volledig aan om de genoemde uitdagingen en vraagstukken te kunnen oppakken en onze dienstverlening aan de reiziger, direct of via derden, te optimaliseren.

2.3. Uitdagingen

Kijkend naar omgeving en trends, ziet 9292 een aantal uitdagingen:

- Meerdere aanbieders van reisinformatie maken het werkveld interessanter en uitdagender. Tegelijkertijd zorgt deze ontwikkeling er ook voor dat het bestaansrecht van 9292 aan de orde wordt gesteld. 9292 heeft de absolute ambitie en potentie om namens de vervoerders marktleider te blijven met een kwaliteitsdienst aan de reiziger.
- Met de opdracht op zak om met commerciële activiteiten het rendement van 9292 te versterken, hebben we marktkansen gevonden die soms te dicht op het commerciële terrein van de vervoerders lagen. De scheidslijnen tussen het speelveld van de vervoerders en dat van 9292 moeten in samenspraak duidelijker worden.
- De verschillende rollen van 9292 als distributeur van reisinformatie, als NDOV-loket en als aanbieder van zakelijke diensten, zijn extern soms als onduidelijk bestempeld. Dat heeft ook voor een discussie over de positie van 9292 gezorgd. 9292 ervaart het ontbreken van een duidelijke marktmeester, heldere regels en afspraken op het gebied van open data als een gemis.
- Internationaal gezien is er sprake van groeiende samenwerking. Toch zijn de verschillen tussen bijvoorbeeld de Europese landen nog groot. Onvoldoende op de hoogte van elkaars innovaties, vinden nog veel landen steeds hetzelfde wiel uit.



3. Ambitie

In haar jaarplan 2015 heeft 9292 de ambitie geformuleerd om als platform voor het openbaar vervoer te functioneren. Immers, veel reizigers en organisaties weten 9292 te vinden als ze iets willen met het openbaar vervoer. Deze ambitie komt vanuit de overtuiging dat aanvullende diensten op reis-informatie, de toegevoegde waarde van een dergelijk platform zullen versterken en de beleving van de klant bij het openbaar vervoer zullen verbeteren. Al in het begin van 2015 heeft 9292 bovendien samen met Translink een visie neergelegd waarbij is aangegeven dat partijen willen samenwerken om 1 loket naar de reizigers te vormen. Ook Translink is een landelijke dienst van het gezamenlijk openbaar vervoer, zij het met een ander business model en organisatiemodel. Voor de borging van Translink is een coöperatie ingericht die in 2016 operationeel is. De gedachte dat 9292 op termijn ook in deze coöperatie zal toetreden wordt breed gedragen. 9292 en Translink sorteren voor op de 1-loketambitie door in het belang van de reiziger nauw samen te werken op diverse terreinen.



4. Meerjarenvisie 9292

Wij stellen vast dat de huidige missie en visie van 9292 inhoudelijk onverminderd van kracht zijn en zelfs krachtiger. In de volle breedte van het ov-domein. De missie is tekstueel gemoderniseerd en luidt nu:

'9292 is er om iedereen, makkelijk en snel, wegwijs te maken in het openbaar vervoer.'

In deze meerjarenvisie schetsen wij vervolgens ons toekomstperspectief.

In de veranderende wereld waarin 9292 opereert, nemen wij onze vaste plek in binnen het domein van reisinformatie. Goede reisinformatie is een basisbehoefte van reizigers, of ze nu hun reis voorbereiden, hun reis regelen, onderweg zijn of de reis al gemaakt hebben. Reisinformatie speelt ook een belangrijke rol bij de vraag hoe reizigers de kwaliteit van het ov ervaren. Het is niet voor niets dat verschillende partijen in het openbaar vervoer werken aan het verbeteren en vernieuwen van reisinformatie. Zo zal de reiziger in de komende jaren op verschillende plekken die informatie gaan ophalen. Regionaal waar maatoplossingen aan de orde zijn, nationaal waar regiogrenzen tijdens de reis worden overschreden. Vervoerders investeren in verbeterde reisinformatie, maar ook overheden voelen hun verantwoordelijkheid op dat terrein en willen de reizigers in hun gebied van informatie voorzien. Dit biedt, in de visie van 9292 enerzijds voordelen door specifieke kennis van het vervoersgebied, anderzijds kan een versnipperd aanbod de reiziger in verwarring brengen. Het uitgangspunt van 9292 is dat de reiziger zelf bepaalt waar hij of zij optimaal wordt geholpen en dat 9292 als onafhankelijke partij de standaard voor reisinformatie is.

9292 heeft meer dan 2 decennia ervaring met landelijke geïntegreerde reisinformatie. Het is onze core business. 9292 geeft reisinformatie en leeft reisinformatie. Het is dan ook onze ambitie om namens het gehele openbaar vervoer in Nederland, de door de reiziger meest gewaardeerde reisinformatie te verstrekken. Daarvoor streven wij optimaal gegarandeerde kwaliteit van onze dienstverlening na. Inhoudelijk, qua juistheid, betrouwbaarheid en toegankelijkheid, maar ook in uitvoering, snelheid en beschikbaarheid. 9292 is het A-merk op gebied van reisinformatie, de ultieme bron voor alle reizigers.

Deze toegevoegde waarde van 9292 wordt optimaal verzilverd in de 1-loketambitie voor het openbaar vervoer. Het merk 9292 is top of mind bij het grote reizigerspubliek en functioneert als natuurlijke ingang naar het openbaar vervoer. Bij 9292 komt de reiziger binnen voor oriëntatie op de reis, de planning van de reis, waar nodig het regelen en betalen van de reis en de nazorg op de reis. 9292 functioneert als portaal, als ingang tot de diensten van het openbaar vervoer. Informatie en logische additionele diensten zoals het kopen van een ticket verzorgt 9292 zelf. Maar 9292 zorgt ook voor snelle en makkelijke toegang tot andere OV-diensten. Zo eenvoudig en toegankelijk wil 9292 het voor de reiziger maken. Nauwe samenwerking, met onder meer Translink vanuit de realisatie van deze 1-loketambitie, maakt ons, als 9292 maar nog meer als totaal openbaar vervoer, sterker en biedt de reiziger de dienstverlening waar hij naar op zoek is en die hij ook mag verwachten.

9292 reist met je mee



Qua organisatie en positionering sluit deze visie naadloos aan bij de oprichting van de coöperatie door de OV-bedrijven. Deze coöperatie dient in de basis als borging van de dienstverlening van Translink. Het is echter logisch dat als eenmaal Translink hierin is opgenomen, meerdere vormen van landelijke dienstverlening een plek krijgen. 9292 is daar een natuurlijk voorbeeld van. Binnen de coöperatie dragen alle ov-bedrijven dan in gezamenlijkheid zorg voor de optimale uitvoering van diensten die vervoerders-, en regio-overstijgend zijn.

Met haar, zeker internationaal gezien, zeer ruime ervaring met geïntegreerde reisinformatie geldt 9292 als kenniscenter in binnen- en buitenland. Het past in de ambities voor de komende jaren om deze kennis en ervaring in te zetten om ook internationale samenwerking en innovatie te bevorderen. 9292 zal dit doen binnen gevestigde structuren als de UITP, maar ook in reactie op individuele vragen van buitenlandse partijen.

9292 werkt namens de vervoerders en voor de reiziger. Iedere vorm van dienstverlening heeft de reiziger als uitgangspunt. Of dat nu rechtstreeks gaat door het verstrekken van reisinformatie of via zakelijke diensten en het uitgeven van open data. Uiteindelijk gaat het erom dat mobiel Nederland optimaal wordt geholpen. Vanuit die houding en met dat doel voor ogen staat het reizigersbelang altijd centraal. Omdat 9292, in de huidige en toekomstige organisatievorm, namens het openbaar vervoer en dus de vervoerders acteert, is het onlogisch om met hen een zuiver commerciële relatie te onderhouden. De vervoerders dragen er gezamenlijk zorg voor dat de dienstverlening van 9292 is gegarandeerd en dat die in het belang van de reiziger kan excelleren. Kwaliteitsborging maar ook innovatie en ontwikkeling van aan informatie gelieerde diensten horen daarbij. Dat kan zowel collectief als voor een individuele vervoerder gelden. In deze visie levert 9292 voor en namens de vervoerders een dienst die de kwaliteit van de reis verhoogt. Kwaliteit, gezamenlijkheid en een toonaangevende dienstverlening naar de reiziger heeft een prijs die hoort bij de exploitatie van het openbaar vervoer. Het is aan 9292 om deze prijs zo laag mogelijk te houden, door zo efficiënt mogelijk te werken. De bijdrage van de vervoerders wordt daarbij in evenwicht gehouden en jaarlijks opnieuw besproken. Daarnaast is zakelijke dienstverlening van belang, zowel financieel als wat betreft de toegevoegde waarde van het openbaar vervoer en reisinformatie aan het bedrijfsleven en de overheid.

Het is aan 9292 om samen met alle betrokken partijen deze visie gestalte te geven in de komende jaren. 9292 spant zich optimaal in om de kwaliteit van de dienstverlening op een maximaal niveau te brengen en toonaangevend te zijn in reisinformatie en toegevoegde diensten. Dit vraagt om scherpste, daadkracht en ambitie. Maar ook om het vermogen om samen te werken in een wereld en branche die voortdurend in beweging is. Het is aan de branche om 9292 hierin te ondersteunen. Door zorg te dragen voor de voorwaarden die nodig zijn om de dienstverlening optimaal te kunnen uitvoeren. En door draagvlak te creëren en te behouden voor het opzetten en uitbouwen van het gewenste OV portaal vanuit de 1-loketgedachte.

Concluderend kunnen we zeggen dat 9292 in deze meerjarenvisie terug is bij haar core business en organisatie en daar toekomstperspectief aan toevoegt. Immers, de gezamenlijke vervoerders kiezen binnen de 1-loketambitie opnieuw voor integratie van hun dienstverlening in 9292. Terug naar de basis om ruim baan te maken voor vernieuwing, verbetering en uitbreiding. Ruim baan voor de toekomst. Of: Back to the future!



9292 reist met je mee



9292 reist met je mee