

Connexxion deelt data voor betere diensten

Alles voor die éne waarheid

Door slim gebruik van big data krijgt de reiziger betere service en kunnen ov-bedrijven mensen en materieel efficiënter inzetten. Connexxion over het nut van data gedreven aansturing: "Voorspelt het KNMI code oranje? Dan kunnen we extra bussen inzetten."

AUTEUR ANKA VAN VOORTHUIJSEN FOTO'S UIT VIDEO Q-PARK

'Eén waarheid', de uitdrukking valt meerdere keren tijdens ons gesprek. Hoe druk is het op maandagochtend op een bepaalde lijn? Hoeveel vertraging loopt een bus op omdat de stoplichten op een traject ineens anders staan afgesteld? Hoeveel passagiers stappen er dagelijks in bij de halte die de gemeente wil verplaatsen? Tien jaar geleden sloeg iedereen daar maar een slag naar, zegt dataspecialist Mark Thoma van Connexxion. Een of twee keer per jaar werd handmatig geteld bij de haltes, en vaak op basis van aannames gediscussieerd. "Het was altijd de vraag of het wel klopte wat de ene of andere partij beweerde. Zelfs binnen één bedrijf bestonden meerdere waarheden." Tegenwoordig leveren de gps-signalen van voertuigen en data van OV-chipkaarten de keiharde feiten: op die en die datum om zo en zo laat stond de bus een kwartier stil: dat is die éne waarheid.

Op basis van 'dagdagelijkse' feiten die permanent paraat zijn en waarbij het mogelijk is om in te zoomen tot op halteniveau, kan de vervoerder het beleid vervolgens aanpassen: dubbeldekkers inzetten op een druk traject zodat de chauffeur geen passagiers hoeft te laten staan en reizigers op tijd zijn, overleg met de gemeente over de noodzaak van een 'groene golf' of een vrije busbaan op een bepaalde route. Thoma: "Die éne waarheid is belangrijk voor onze opdrachtgever, voor onze klanten en voor onze medewerkers. Meten en

verbeteren leidt tot meer tevreden medewerkers en reizigers."

Planningsalgoritme

Het kan betekenen dat op basis van data lijnen worden opgeheven. In de regio Arnhem-Nijmegen en het buitengebied rondom Hoofddorp gebeurde dat. Er kwam een nieuw systeem voor in de plaats: OV Flex. Inwoners kunnen hun eigen bus(je) bestellen, op elk moment van de dag. Via slimme planningsalgoritmes is er een gegarandeerde ophaalen en aankomsttijd voor de gebruikers. In Noord-Holland sluit het systeem aan op knooppunten met frequent openbaar vervoer, in Gelderland rijdt Breng flex van halte naar halte. Thoma: "Een lege bus die één keer per uur door een dorp rijdt volgens dienstregeling, dat is een service die veel geld kost en waar niemand blij van wordt."

lometer, maar dat is afhankelijk van de lokale situatie. Het hoort bij de *learning loop* van ons bedrijf om anders naar mobiliteit te kijken en te onderzoeken hoe we de beschikbare financiële middelen het best kunnen benutten."

Data inkopen

Elk ov-bedrijf verzamelt een enorme hoeveelheid data om de efficiency van het bedrijf te vergroten en de klant zo goed mogelijk te bedienen. Maar vooraf kunnen voorspellen wat er gaat gebeuren en daarop kunnen anticiperen is natuurlijk nog veel mooier, zegt Thoma. Dus koopt Connexxion bijvoorbeeld weerdata in. "Als er enorm slecht weer wordt voorspeld, kunnen we bijplusen." Vorig jaar gebeurde dat, toen op een dag na 15.00 uur code oranje met zware windstoten werd voorspeld aan de Noord-Hollandse kust. "We hebben

'Als wij wat geven, willen we ook wat terug. Zo wisselen wij data uit met Q-park, daar is het concept 'Park+Fly' uit ontstaan'

Ervaringen tot nu toe? "We gaan opschalen. Reizigers ervaren een hogere frequentie. Het is effectiever. De verwachting is dat Flex uiteindelijk ook leidt tot minder subsidie per reizigerski-

op basis van die voorspellingen scholen gebeld in dat gebied dat we extra bussen gingen inzetten. Leerlingen wisten dat ze met de bus terug konden en lieten hun fiets op school staan."

CBS

Ook het Centraal Bureau voor de Statistiek is een belangrijke leverancier van data voor het bedrijf. Het CBS heeft gegevens over de populatie in een gebied, hoeveel mensen gebruiken auto of fiets, hoe zit het met de vergrijzing, reizen er veel mensen bijvoorbeeld dagelijks dezelfde route met de auto? "Zo kunnen we onderzoeken wat de behoefte is, bijvoorbeeld een snelle busverbinding naar Schiphol om mensen uit de auto en in het ov te krijgen." Wederkerigheid, de bereidheid van bedrijven om data uit te wisselen, is daarbij van groot belang, zegt Thoma. "Als wij wat geven, willen we ook wat terug. We wisselen bijvoorbeeld data uit met Q-Park. Een van hun garages bij Hoofddorp kampte met leegstand. Daar is in overleg het concept 'Park+Fly' uit gekomen. Eén ticket voor het parkeren en de geïntegreerde busreis naar Schiphol. Aantrekkelijker service voor de klant. Q-park blij, wij blij."

Multinational

Komt er ergens een nieuwe woonwijk, opent een multinational een nieuw kantoor met 2500 werknemers volgende maand? Als je het als ov-bedrijf op tijd weet, kun je de dienstverlening daarop aanpassen. "Zodat Nederland in beweging blijft en het ov een goed alternatief is voor de auto." Daarvoor is het nodig dat data worden gedeeld, is de overtuiging bij Connexxion. "Zo kun je deelsystemen op elkaar laten aansluiten, als bedrijven elkaar *challengen* en de reis optimaliseren. Wij zijn ervan overtuigd dat we als ov-sector moeten werken aan dat hogere doel, goede bereikbaarheid en minder auto's op de weg, door onze data te delen. Maar bij veel bedrijven overheerst nu nog de angst dat ze hun eigen belangen schaden." Een voorbeeld? "Stel dat er een grote piek buitenlandse bezoekers wordt verwacht op Schiphol. Dat zou NS graag weten, dat willen wij graag weten, maar zo'n driehoeksoverleg op basis van actuele data is er nog niet."

Reisplanner

Wat zijn de toekomstdromen, op dit gebied? Thoma: "Ik zou graag de gegevens van een reisplanner als die van



Aankomst in de parkeergarage van Q-Park in Hoofddorp.



Met een Park+Fly-buskaartje naar Schiphol.

9292 real time willen hebben, in plaats van achteraf. Als je ziet dat heel veel mensen op één moment reisinformatie zoeken, bijvoorbeeld omdat een groot evenement bijna is afgelopen, kun je daar op inspelen."

Nog een stap verder: *personalisation*. Als ov-bedrijf ben je slechts één schakel in de keten die de complete reis vormt van een klant. Thoma: "Hoe handig is het als iemand uit de VS in het vliegtuig al een kaartje kan kopen waarmee hij op Schiphol de bus kan pakken naar Amsterdam en dat hij via zijn mobiele telefoon wordt geïnformeerd waar hij moet uitstappen voor het hotel? Nu zie je vaak chaos bij de kaartautomaten en infobalies op Schiphol. Dat is op dit moment nog een droombeeld, het vraagt natuurlijk om goede afspraken, ook op het gebied van privacy, maar zeker voor incidentele reizigers is dat een grote service. Zo maak je reizen met het ov laagdrempeliger, voorspelbaarder en sneller. Dat leidt tot reizigersgroei."

Tranzer

Een dergelijk systeem is binnen Nederland sinds een paar maanden al wel beschikbaar: via de app van het onafhankelijke Tranzer kunnen reizigers een complete reis samenstellen en in één keer betalen. Onder andere NS, RET en Connexxion stellen daarvoor tickets via een API aan Tranzer beschikbaar. Het maakt een OV-chipkaart en tegoeden daarop overbodig: handig voor toeristen en mensen die incidenteel reizen. De ov-bedrijven krijgen achteraf van Tranzer de gegevens van de verkochte reizen en uiteraard de bijbehorende financiële vergoeding. Tranzer zelf brengt 50 cent per transactie in rekening bij de reiziger. "Dat wordt de toekomst", verwacht Thoma. "Mobility as a Service. Als klant kun je naast de trein en de bus ook toegang krijgen tot een deelauto, huurauto, een deelfiets of een taxi. Via een app je eigen reis eenvoudig regelen en betalen."