

Eau de RET

Reizen met een vleugje citrus

TEKST: KARIN KOOLEN | BEELD: SHELLEY TRUSTFULL

Van paardentram tot metro, hybride bus en Fast Ferry. Sinds 1878 is de RET flink gegroeid. De vervoerder heeft nu 38 buslijnen, 9 tramlijnen en 5 metro/sneltramlijnen. Het bedrijf is een begrip in de stad. Maar wat gebeurt er allemaal achter de schermen van Rotterdams grootste vervoerder? Deel twee in onze serie over de RET.

Was het station vroeger een plek waar je zo snel mogelijk doorheen jakkerde, tegenwoordig blijft menig forens er graag even hangen. Om het verblijf op de Rotterdamse stations zo aangenaam mogelijk te maken, zet de RET sinds anderhalf jaar in op stationsbeleving; muziek, geur, licht, entertainment en kunst. Wat vindt de reiziger er eigenlijk van?

16:03 uur. De metro naar Den Haag rijdt net weg. Het informatiebord geeft tien minuten wachttijd aan. Celia (57) neemt plaats op een bankje; haar kleinkind diep in slaap in de kinderwagen. Vervelend om te moeten wachten? "Welnee, wat zijn nou tien minuutjes?", zegt ze lachend. "Ik zit hier prima." Toch was dit vroeger wel anders. De oude stations waren niet altijd even schoon en deden wat onguur aan in de avonduren. Dat beaamt Celia. "Ik kwam 's avonds niet graag op Centraal; nu neemt mijn dochter hier na haar werk de laatste de metro naar huis - ik maak me geen zorgen."

Dat de stations veilig voelen, vindt menig reiziger. Door slim gebruik te maken van licht, open en hoge ruimtes, spiegelende en transparante materialen en zichtbaar toezicht, heeft de RET een flinke slag gemaakt. "De basis is op orde", zegt Frouke Albers, directiewoordvoerder van de RET. "Schone stations, nieuwe voertuigen en meer toezicht. Al zeven jaar op rij stijgen onze klantbeoordelingen. Maar wil je blijven stijgen, dan heb je iets extra's nodig."

Citrus en noten

De verwachtingen van de reiziger overtreffen en inzetten op beleving; daar liggen kansen voor groei, aldus Lysander van der Sluis, verantwoordelijk voor stationsbeleving bij de RET. "Onderzoek wijst uit dat een kwart van het klantoordeel bepaald wordt door de ervaring tijdens het wachten", stelt hij. "De metro kan niet sneller, maar we kunnen het wachten wél tot een aangename ervaring maken." Hoe? "Door reizigers zintuigelijk te triggeren, zoals met geur en muziek. Zo wordt de hele reiservaring prettiger." En natuurlijk vertier, vult Lysander aan. "Denk aan de borden tussen de perrons op Beurs waar nieuws en leuke feitjes op te volgen zijn."

Lisa (23) stapt uit de metro. De studente Psychologie aan de Erasmus Universiteit woont in Pijnacker, maar gaat nog even studeren in De Huiskamer op Rotterdam Centraal voordat ze de metro naar huis neemt. Op verzoek haalt ze haar neus een paar keer op. Wat ruikt ze? "Het ruikt..., fris! Citrus, zeg je? Dat had ik er eerlijk gezegd niet uitgehaald."

Prima zo, meent Lysander. De geur - speciaal door de RET ontwikkeld en op alle grote metrostations te ruiken - moet namelijk niet



LYSANDER VAN DER SLUIS EN FROUKE ALBERS

overheersen. “Dan ga je je eraan irriteren. Een subtiele, vertrouwde geur voor een gevoel van reinheid en rust; daar streefden we naar.”

Net als de muziek overigens; je hoort het pas als je er echt naar luistert. Lysander: “We stemmen de muziek af op het moment van de dag; ’s morgens klinken er vogelgeluiden, tijdens de spits spelen we heel rustige muziek en overdag en in de avonduren juist iets meer up-tempo.”

Pisfolie

We begeven ons naar de lift op Beurs, volgens Frouke is die berucht. De penetrante urinelucht liet zich met geurdispensers niet verhelpen en de RET maakt nu gebruik van urine-afwerend folie. In de volksmond omgedoopt in pisfolie. Werkt dit nou? Chris (19) komt net de ‘AH to go’ uitgelopen met een vers croissantje en dient zich aan als vrijwilliger. We stappen de lift in. “Ik ruik gewoon niks”, is Chris’ conclusie. “Niet lekker, niet vies - gewoon, normaal.” Helemaal goed, lijkt ons.

Verbinding met de stad

Een betere stationsbeleving bereik je ook door verbinding met de stad te leggen, weten we in Rotterdam. Reizigers die hun flessen inleveren bij een van de petflessenautomaten kunnen sparen voor een tattoo bij tattoo Bob of een ritje met de Spido. Uitingen van Diergaarde Blijdorp en Museum Boijmans Van Beuningen prijken op het Centraal Station. En aan de Gerdesiaweg hangt een galerij met foto’s van

bewoners pal boven het station - een project in samenwerking met de Willem de Kooning Academie. Frouke: “Zo maken we letterlijk een verbinding tussen onder- en bovengronds.”

‘Muziek? Nooit gehoord. Daar zijn mijn oren te slecht voor’

Is Rotterdam uniek in deze aanpak? “Vervoersbedrijven door heel Nederland en in het buitenland zetten steeds meer in op stationsbeleving”, stelt Frouke. Bijzonder daarbij is de combinatie van heel veel maatregelen. Niet alleen een geurtje of een deuntje en hier en daar een kunstzinnige poster; het zit in al die dingen tegelijk doen. “En we bekijken per station wat het beste werkt.” Of deze aanpak effect zou hebben, daarover waren de meningen verdeeld, bekend ze. Best spannend dus. “Daarom hebben we op Rotterdam Centraal eerst een jaar proefgedraaid met licht, muziek en geur. Reizigers gaven aan zich prettiger te voelen. Hetzelfde effect zien we in onze voertuigen. Zo hebben we in al onze trams en metro’s de plastic ‘hufterproof’-stoelen vervangen door met stof beklede stoelen. Dat heeft een luxere

uitstraling en dat nodigt meer uit het zo te laten.”

Oud-stukadoos Cor (75) is vooral trots op ‘zijn’ Rotterdam. Opgegroeid in Blijdorp, al jaren woonachtig in Boskoop, trekt hij de laatste tijd weer vaker Rotterdam in. “Vanuit CS loop je zó de stad in - da’s toch machtig mooi!” Het meest trots is hij op station Blijdorp. “Schitterend ontwerp! Het is het diepste station van Nederland en toch voelt het heel open en licht. Knap werk, hoor!” Muziek? Nooit gehoord. “Daar zijn mijn oren te slecht voor”, bekent hij lachend.

Vooruit, is er dan echt niks te klagen? “Klaar zijn we natuurlijk nooit”, zegt Frouke. “Rotterdam Centraal is gebouwd op groei en is daardoor nog vrij leeg. Door het glas en het roestvrijstaal en alle verlichting op het plafond werd het wat sfeerloos. Onlangs hebben we de helft van alle lichtbalken uitgezet. Zo zoeken we steeds naar een goede balans.”

Winkelen

“Ik vind CS een heerlijke plek om wat tijd door te brengen”, zegt psychologiestudente Lisa. “Koffie drinken bij Starbucks, nog een beetje winkelen - soms doe ik hier zelfs mijn boodschappen.” Reizigers anno 2016 willen hun tijd graag nuttig besteden, bevestigt Lysander. “Wij proberen aan die behoefte te voldoen met ons winkelaanbod, de postvakken van DHL en gratis wifi. Reizen is en blijft een noodzakelijk kwaad, maar je kunt wel proberen het zo aangenaam mogelijk te maken.” ■