

's-Hertogenbosch, 23 juli 2018

Aan het college van Gedeputeerde Staten
van Noord-Brabant
Postbus 90151
5200 MC 's-Hertogenbosch

Onderwerp: schriftelijke vragen ex artikel 30 van het Reglement van Orde

Betreft: Bravo: stickers voor gevorderden

Geacht college,

Op 4 juli jl. lazen we in dagblad BN De Stem het bericht 'De Volans is dood, leve de Bravodirect'¹. Hierin liet u optekenen dat na de stads-, streek- en buurtbussen ook alle snelbussen in Brabant een nieuwe naam krijgen: Bravodirect.

Waar dus nu Volans staat, kom Bravodirect te staan. Al eerder veranderde u de namen Arriva en Hermes in Bravo, de afkorting voor 'Bravo vervoert ons'. Een (om)sticker-operatie waarvoor u tot dusver 2,5 ton beschikbaar stelt.

Als CDA zijn wij van begin af aan kritisch geweest op deze sticker-campagne. Wij vinden het belangrijker dat er een bus rijdt i.p.v. wat er op een bus staat. En gegeven de ervaringen uit de door ons gehouden OV-Races, waarin wij jaarlijks het openbaar vervoer testen op o.a. reistijd, bereikbaarheid en toegankelijkheid, hadden wij voor die 2,5 ton best wel andere bestemmingen geweten.

In het licht van uw recente én voorgenomen sticker-acties hebben wij voor u de volgende vragen:

1. Hoe hoog is uw totale sticker-budget?
2. Welke plek neemt Bravo in zowel uw huidige als toekomstige OV-visie (waarover u nu met Provinciale Staten in gesprek bent) in? Dit mede in het licht van uw interview² afgelopen vrijdag, gepubliceerd in diverse Brabantse dagbladen, waarin u vooruit kijkt naar het openbaar vervoer van de toekomst. Bent u niet te snel begonnen met stickers gegeven alle veranderingen en ontwikkelingen die ons worden voorspeld?

Volgens u is herkenbaarheid de belangrijkste reden om bussen, maar straks ook andere vormen van openbaar vervoer, een nieuwe, zelfde naam te geven.

3. Bent u het met ons eens dat de meest ultieme vorm van herkenbaarheid van openbaar vervoer het daadwerkelijk zien rijden van een bus is, ongeacht wat er op de buitenzijde van de bus staat vermeld (een plek waar de Bravo-sticker moet 'concurreren' met andere reclame-uitingen)?

Bravo zou voor een betere herkenning van het Brabantse openbaar vervoer moeten zorgen. Wie echter een reis wil plannen of contact zoekt met de klantenservice, wordt via de website www.bravo.info terugverwezen naar de websites van vervoerders Arriva en Hermes en... komt daar de oude Arriva-/Hermes-logo's en -huisstijl tegen.

¹ Zie <https://www.bndestem.nl/breda/de-volans-is-dood-leve-de-bravodirect~a697ee01/>.

² Zie o.a. <https://www.ed.nl/brabant/verkeer-wie-stapt-er-in-de-toekomst-nog-in-de-bus~ace72034/>.

4. Hoe rijmt u dit met uw kostbare streven om al het openbaar vervoer dezelfde naam te geven omwille van herkenbaarheid/eenduidigheid?

In het artikel in BN De Stem d.d. 4 juli jl. kondigt u aan uw sticker-acties op termijn te willen uitbreiden naar deelfietsen, deelauto's en andere vormen van (openbaar) vervoer.

5. Kunt u ons eens meenemen in uw sticker-acties voor de toekomst? Wat mogen we nog meer verwachten? 'Brabant vliegt ons'? 'Brabant vaart ons'?
6. Provinciale Staten is tot dusver nauwelijks betrokken geweest bij uw sticker-campagne rondom Bravo. Bent u bereid daar verandering in te brengen en met ons in gesprek te gaan over o.a. nut, noodzaak, financiering en uitvoering?

Wij zien de antwoorden op deze vragen graag tegemoet, waarvoor bij voorbaat zéér bedankt!

Met vriendelijke groet,

Namens de CDA-fractie,

Ankie de Hoon