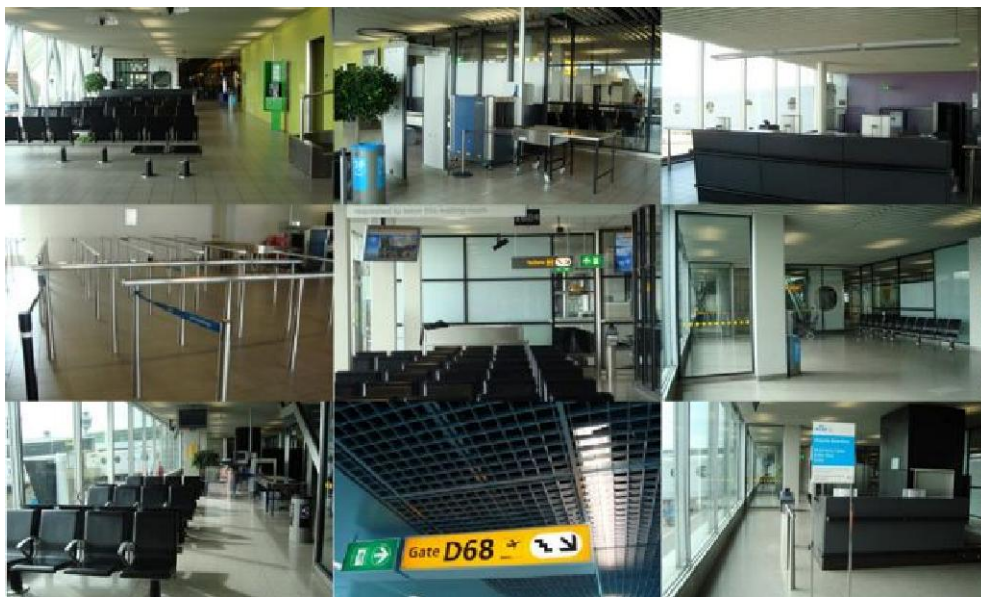




Amsterdam  
Airport Schiphol



Hoe kun je het wachten aan de gate leuker maken?



Deadline: 20 december 2009

Prijzengeld: €5000,-

## Introductie

### Schiphol

Luchthaven Schiphol is een van de belangrijkste luchthavens van Europa. In 2008 reisden ruim 47 miljoen passagiers via Schiphol. Schiphol Group ontwikkelt luchthavens op basis van de gedachte dat een luchthaven een vlekkeloze tussenstop in het reisproces is waar de bezoeker een unieke ervaring wordt aangeboden. Dit noemen we de AirportCity-formule. Een AirportCity is een dynamische omgeving waar mensen en bedrijven, logistiek en winkels, informatie en entertainment samenkomen en elkaar versterken. Het is een efficiënt multimodaal vervoersknooppunt van lucht-, rail- en wegverbindingen. Een locatie die haar bezoekers en de daar gevestigde (internationale) ondernemingen 24 uur per dag en 7 dagen per week alle diensten biedt die zij nodig hebben.

### KLM

De Koninklijke Luchtvaart Maatschappij (KLM) is de nationale luchtvaartmaatschappij van Nederland. Thuishaven is de luchthaven Schiphol. KLM is een wereldwijd opererende luchtvaartmaatschappij. Zij vormt de kern van de KLM Groep, waarvan ook KLM cityhopper, Martinair en Transavia deel uitmaken. KLM is in 2004 gefuseerd met Air France tot de holding Air France - KLM. Onder de holding zijn KLM en Air France beide actief als zelfstandige maatschappij. KLM behaalt haar omzet uit 3 kernactiviteiten, te weten vervoer van passagiers, vrachtvervoer en vliegtuigonderhoud.

Door betrouwbaar te zijn en een gezonde dosis Nederlands pragmatisme te bieden, voorziet KLM haar klanten van innovatieve producten en veilige, efficiënte en servicegerichte diensten. Hierbij wordt proactief gekeken naar duurzaamheid. KLM biedt een unieke en inspirerende ervaring die aansluit op de wensen van onze klanten. KLM vervoert wereldwijd een zeer diverse passagiersgroep: vele nationaliteiten, met verschillende reisredenen: zakelijk of prive, en zeer uiteenlopende behoeften.

## Aanleiding Battle

Als je gaat vliegen met KLM dan is de kans groot dat je vertrekt vanaf luchthaven Schiphol. Op je boarding pass en op de monitoren op Schiphol lees je hoe laat je verwacht wordt bij de gate. Deze tijd varieert tussen de 25 en 90 minuten voor vertrek, afhankelijk van bestemming (Europa of Intercontinentaal) en vliegtuigtype.

Nadat je bent ingecheckt kom je via paspoort- of securitycontrole terecht in het gebied waar zich de winkels en horecagelegenheden bevinden. Hier kun je tijd doorbrengen tot het tijdstip waarop je bij de gate moet melden. Vervolgens loop je via de pier naar de gate waar je vliegtuig gaat vertrekken.

Aan sommige gates vindt er voor verschillende, overwegend Intercontinentale, bestemmingen nog een securitycheck plaats. Hierna controleert KLM de tickets en paspoorten, waarna de passagiers in een afgesloten zitruimte wachten tot ze aan boord kunnen. Op andere gates, waar vluchten naar Europese bestemmingen vertrekken, vindt er geen securitycontrole meer plaats. Daar kunnen passagiers in een open zitruimte wachten totdat de ticket- en paspoortcontrole plaatsvindt en ze via de aviobrug ('de slurf') aan boord kunnen, waarbij Business Class passagiers en 'Frequent Flyers' voorrang hebben bij het instappen.

Het probleem:

Passagiers geven veelal aan dat ze ontevreden zijn over de gates op Schiphol. De klachten van de klanten richten zich zowel op het boarding proces als op de fysieke uitstraling van de gates. Over het algemeen vinden klanten dat het boarding proces te lang duurt, waardoor ze voor hun gevoel lang moeten wachten. Daarnaast is er onduidelijkheid over wanneer en wat er gaat gebeuren, is de boarding onoverzichtelijk en krijgen de belangrijke klanten niet altijd de voorrang die ze verdienen en voelen ze zich daardoor niet gewaardeerd. Over de ruimte zelf is men ook ontevreden. De klanten geven aan dat de gates druk zijn en te weinig zitplaatsen hebben. Daarnaast wordt de ruimte als sfeerloos omschreven.

Zie hieronder een aantal quotes van klanten:

- “weinig zitplaatsen, weinig persoonlijke ruimte, saaie sfeer”
- “oncomfortabel”
- “alleen maar wachten. En dat is vervelend. Met name als dat ook nog eens voor en na de security is”
- “saai; niet ontworpen om het mensen naar hun zin te maken. Er is bijvoorbeeld geen wifi”
- “te weinig zitplaatsen en heel erg druk”

In deze Battle zijn KLM en Schiphol op zoek naar innovatieve ideeën om het wachtcomfort aan de gates te verbeteren zodat vertrekkende passagiers het niet erg vinden om op tijd naar de gate te gaan en daar te wachten op het vertrek van het vliegtuig.



## De Battle

Hoe kunnen KLM en Schiphol de klantbeleving aan de gate verbeteren? Hoe kunnen we het wachten prettiger maken voor onze klanten? Hoe kunnen we de uitstraling van gastvrijheid aan de gate verhogen? Hoe kunnen we ervoor zorgen dat passagiers met een glimlach Schiphol verlaten? En misschien heb je ideeën over hoe het boardingsproces verbeterd kan worden.

Houd er in je concept rekening mee dat:

- Het geen doel is om de passagiers er eerder voor naar de gate te laten komen;
- de gates gericht zijn op kort verblijf voor vertrek. De gebieden direct achter paspoortcontrole waar zich de winkels en horecagelegenheden bevinden zijn ingericht voor een langer verblijf en bieden een uitgebreid aanbod aan faciliteiten om de wachttijd aangenaam te kunnen besteden;
- het gaat om vertrekkende passagiers (ook internationale transferpassagiers);
- aan elke gate zijn er vele verschillende passagiersprofielen. De passagiers kunnen onder andere verschillen in nationaliteit, leeftijd, reisdoel (zakelijk vs privé), behoeften en belangstelling.

KLM en Schiphol zijn natuurlijk zelf ook al bezig met het verbeteren van de gates. In jouw concept mag je dus verder gaan dan de volgende voorbeelden:

- Er wordt gewerkt aan duidelijke bewegwijzering en omroepsystemen;
- bij sommige gates zijn al (sta)tafels geplaatst, voorzien van stopcontacten, waaraan passagiers met hun laptop kunnen werken, toegang hebben tot het internet via wifi of nog even hun telefoon kunnen opladen;
- er wordt gekeken naar toepassingen van verlichting waarmee een bepaalde sfeer aan de gate gecreëerd kan worden, welke aan het proces kan worden aangepast (bijv. tijdens het wachten heeft de verlichting een andere kleur dan tijdens het boarden);
- en er is een pilot met een wachtruimte exclusief voor Premium passagiers (business class reizigers en frequent flyers) met een speciale doorgang voor deze passagiers voor bij het boarden.

We zijn niet op zoek naar voor de hand liggende ideeën zoals stoelen met beeldschermen, koptelefoons met muziek, automaten met producten of massagestoelen. Verder zijn we niet op zoek naar concepten die het primaire proces vertragen. Het vliegtuig moet op tijd vertrekken met alle passagiers aan boord. Het boarden moet dus gewoon door kunnen gaan. Ook mogen de concepten niet meer ruimte vragen dan de ruimte die er nu is. En moet het niet zo zijn dat andere passagiers er last van hebben. Een disco kan bijvoorbeeld leuk zijn voor stappers, maar als zakenreiziger wil je misschien nog wel even werken in de gate.

Innovatieve oplossingen die andere luchthavens inzetten zijn bij ons al bekend en hier zijn we dus ook niet naar op zoek. Wellicht is het wel mogelijk om een bestaande oplossing in een compleet nieuwe jasje te gieten.

We zijn wel op zoek naar innovatieve en 'out of the box' concepten die er voor zorgen dat passagiers een aangename tijd aan de gate hebben. Dat kan te maken hebben met een prettigere omgeving, betere informatievoorziening, meer comfort en/of ontspanningsmogelijkheden. Het kan ook betekenen dat er een innovatief idee voor het boarden wordt bedacht zodat passagiers minder lang hoeven te wachten of misschien wel totaal iets anders. Wij laten ons graag verrassen.

Schiphol heeft op dit moment ongeveer 100 gates. KLM en Schiphol zijn van plan de beste ideeën in 2010 bij 1 gate als een pilot toe te passen. Na succesvolle implementatie, wordt het concept daarna mogelijk voor alle gates in gebruik genomen.

## Jouw Concept

Houd bij het uitwerken van je concept rekening met de volgende voorwaarden:

- Je concept mag maximaal 4 A4 beslaan. Wanneer je dit aantal overschrijdt, zullen er punten in mindering worden gebracht.
- Je concept bestaat uit één bestand (PDF).
- Het bestand is maximaal 10 MB groot. Grotere bestanden kunnen niet worden geüpload
- Houd er rekening mee dat je concept wordt uitgeprint.
- **LET OP! Om te voorkomen dat onderdelen van je concept wegvallen bij het printen van je concept, dien je je concept als PDF bestand te uploaden. Wanneer je geen PDF converter hebt, kun je via de volgende link een gratis PDF converter downloaden:**  
[http://download.cnet.com/PrimoPDF/3000-18497\\_4-10264577.html?part=dl-10264577&subj=dl&tag=button](http://download.cnet.com/PrimoPDF/3000-18497_4-10264577.html?part=dl-10264577&subj=dl&tag=button).
- Eventuele afbeeldingen en/of visualisaties om je idee te verduidelijken zijn welkom (overigens niet verplicht) maar dienen in je concept verwerkt te worden.
- Het is niet toegestaan om persoonlijke gegevens zoals naam en studiegegevens in je concept te verwerken. Het concept wordt automatisch voorzien van een unieke code en een digitale tijdstempel. Concepten die wel persoonlijke gegevens bevatten kunnen, worden uitgesloten van het winnen van prijzengeld.

In je concept vragen wij je de volgende onderdelen uit te werken:

### Onderdeel 1: kort onderzoek (max. 1 A4)

- Vraag eens aan je directe omgeving hoe zij het wachten aan de gates ervaren als zij via Schiphol vliegen. Hoe voelen zij zich op het moment dat zij zich in de gate bevinden. Hoe besteden ze de wachttijd in de gate en waar hebben ze behoefte aan? Met welk doel vliegen zij en hoe vaak?
- Zijn er andere branches die een soortgelijk probleem op een inventieve manier hebben opgelost?

### Onderdeel 2: Jouw Concept (max. 3 A4)

Met welk innovatief concept zorg jij ervoor dat passagiers het wachten in de gate positief ervaren? Hoe ziet jouw ideale gate-beleving eruit? Wat zorgt ervoor dat de passagier met een glimlach aankomt in de gate en het wachten voor, tijdens en na het boarden positief ervaart?

## Beoordelingscriteria

Je concept zal worden beoordeeld op de volgende punten:

- Creativiteit  
Wat is de inventiviteit van het concept? Hoe origineel is het idee?
- Realiseerbaarheid  
Is het mogelijk om het concept snel te realiseren? Wellicht al in 2010.
- Onderbouwing en uitwerking  
Is het concept zorgvuldig onderbouwd en uitgewerkt?

## Voorwaarden, spelregels en prijzengeld

- Je kunt uitsluitend via de website van Battle of Concepts aan deze KLM/Schiphol Battle deelnemen. Dit doe je door je concept op de site van Battle of Concepts te uploaden. Om je concept te kunnen uploaden moet je eerst een 'Battle account' aanmaken.
- Je concept dient uiterlijk 20-12-2009 te zijn ontvangen.
- Met de inzending van het concept ga je ermee akkoord dat het juridisch eigendom van je concept overgaat naar KLM en Schiphol. Wanneer je hier niet mee akkoord gaat, is deelname aan deze Battle niet mogelijk.
- Je krijgt direct een bevestiging van Battle of Concepts als je concept succesvol is verzonden.
- De Battle is exclusief voor studenten (HBO en WO t/m 30 jaar) en Young Professionals (afgestudeerd HBO en WO t/m 30 jaar).
- Je concept wordt anoniem doorgestuurd zodat kan worden uitgesloten dat de jury bepaalde deelnemers zou kunnen voortrekken.
- Het is niet toegestaan om persoonlijke gegevens zoals naam en studiegegevens in je concept te verwerken. Je concept wordt automatisch voorzien van een unieke code en een digitale tijdstempel. Concepten die wel over persoonlijke gegevens beschikken kunnen worden uitgesloten voor het winnen van prijzengeld
- Het prijzengeld is in totaal 5.000 euro en wordt verdeeld volgens de standaardverdeelsleutel:
  - 1e prijs 1.500 euro
  - 2e prijs 750 euro
  - 3e prijs 350 euro
  - nrs. 4 t/m 10 prijs 200 euro
  - nrs. 11 t/m 20 prijs 100 euro
- Er kan niet over de uitslag van deze Battle worden gecorrespondeerd.
- Deelnemers kunnen ook in groepjes meedoen. Er is een hoofddeelnemer aan wie het prijzengeld wordt uitgekeerd. De punten worden gelijkmatig verdeeld over de groepsleden. Alle groepsleden dienen zich in te schrijven i.v.m. uitnodigingen voor een eventuele prijsuitreiking/brainstormsessie.
- Medewerkers van KLM en Schiphol zijn uitgesloten van deelname.
- De uitslag van de Battle zal uiterlijk vier weken na de uiterste inzenddatum bekend worden gemaakt.
- Het prijzengeld zal uiterlijk twee weken na de bekendmaking van de uitslag aan de winnaars worden uitgekeerd.