

Notat

Til:

Transportministeriet

Kopi til:

26. april 2011



Sagsnummer
ThecaSag-150490
Movit-2114306

Sagsbehandler MLL
Direkte 36 13 15 05
Fax -
MLL@MOVIATRAFIK.DK

CVR nr: 29 89 65 69
EAN nr: 5798000016798

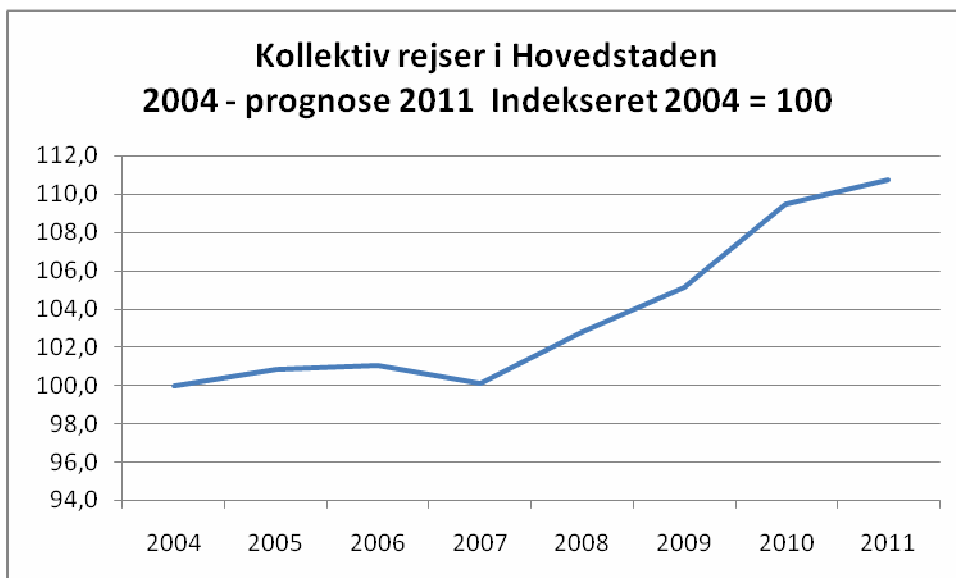
Takstniveau i forhold til målsætning om at tiltrække flere kunder

Transportministeriet har den 8. april 2011 bedt Movia udarbejde en redegørelse, som bl.a. besvarer følgende spørgsmål:

"Mener Movia, at priserne er på rette niveau i forhold til målsætningen om at tiltrække flere til den kollektive trafik"

Dagens takstniveau er et resultat af foregående års politiske beslutninger om takststigninger. Stigningerne fra 2007 og frem har været underlagt det statslige takststigningsloft, jf. Lov om trafikselskaber, som betyder, at de årlige stigninger ikke må overstige udgiftsstigningen i sektoren. Hovedstadsområdet var i 2005 og 2006 underlagt et lignende takststigningsloft, i henhold til aftale mellem daværende HUR formand Mads Lebech og finansministeriet som led i kommuneforhandlingerne for 2005.

I perioden med det statslige takststigningsloft er det samlede passagertal (bus, tog og metro) i hovedstadsområdets kollektive trafik steget med 9,5 pct., og der prognosticeres en yderligere stigning i 2011.



En af de vigtigste parametre for at kunne tiltrække flere kunder til den kollektive trafik er kundernes vurdering af forhold mellem pris og ydelse, dvs. står prisen for at rejse kollektivt mål med den service, der tilbydes (Value for Money). Udgangspunktet for at kunne tiltrække flere kunder til den kollektive trafik er således en afvejning af takstniveau og serviceniveau.

Movia inddeler kunderne i tre hovedkategorier; højfrekvente kunder, mellemfrekvente kunder og lejlighedsvisse kunder – men den enkelte kunde vil typisk skifte frekvens og dermed kategori jævnligt. De tre kategorier vurderes at have forskellig prisfølsomhed og forskelligt behov for serviceniveau.

Med en målsætning om at tiltrække flere kunder til den kollektive trafik kan de kategorier beskrives som følger:

Højfrekvente kunder:

En stor del af de højfrekvente kunder er daglige pendlere. Der er således tale om kunder, som anvender den kollektive trafik rigtig meget og det er svært at forestille sig, hvorledes deres frekvens kan øges. Kunsten er derfor at fastholde de nuværende kunder samt øge andelen af kunder i denne kategori.

Takster: Prisen for periodekort har været holdt uændret i de senere år uden, at dette dog påviseligt har betydet flere passagerer. Det vurderes derfor ikke at lede til passagerfremskud at gennemføre en egentlig takstnedsættelse for denne kundegruppe.

Dog har udbredelsen af erhvervskortet haft en effekt i retning af både at tiltrække nye

kunder til den kollektive trafik og fastholde eksisterende kunder, herunder også at overflytte lejlighedsvis kunder til mere frekvente kunder.

Service: Et bedre instrument til at få flere til at anvende kollektiv trafik til pendling mellem hjem og arbejde vurderes at være et mere frekvent og sammenhængende kollektivt net.

Ud fra en målsætning om at skaffe flere kunder i den kollektive trafik vurderes det således, for så vidt angår de højfrekvente kunder, at være bedre at satse på højere serviceniveau (høj frekvens, høj rejsehastighed, høj rettidighed) frem for lavere takstniveau.

Mellemfrekvente kunder:

Den største del af kunderne i den kollektive trafik er mellemfrekvente kunder, der typisk rejser på klippekort. Der er tale om kunder, der engang i mellem anvender den kollektive trafik og engang i mellem anvender individuel trafik. Der er altså tale om en kundegruppe, som vil kunne motiveres til at foretage flere kollektive rejser, hvis vi kan tilbyde et attraktivt produkt, hvor pris og ydelse hænger sammen.

Takster: Prisen på klippekort har været stigende gennem de senere år. Fra 2004 til 2011 er prisen på et klippekort til 3 zoner forhøjet med 5 kr. om året svarende til 50 øre pr. klip. Den samlede stigning har været 24 %. Et vigtigt element i at motivere de mellemfrekvente kunder til at foretage flere kollektive rejser er at fastholde prisen på det nuværende niveau. En evt. takstnedsættelse vurderes ikke at ville få en effekt som vil stå i mål med udgifterne.

Service: En høj grad af pålidelighed og sammenhængende korrespondancer kombineret med god trafikinformation vurderes at være vigtige elementer for de mellemfrekvente kunders valg af transportmiddel. Hertil kommer i sagens natur et tilpas dækkende kollektivt trafiknet.

En forbedret service kombineret med en fastholdelse af prisen vurderes således at være det bedste instrument til at få de mellemfrekvente kunder til at benytte den kollektive trafik i højere grad.

Lejlighedsvis kunder:

Kunder der af og til anvender den kollektive trafik og for hvem prisen ikke er så afgørende – de rejser ofte på kontantbillet.

Takster: Kontantbilletten har en høj pris, men der er alligevel mange kunder, som anvender den, en del af dem fordi de ikke er specielt prisfølsomme og en del af dem fordi de ikke har råd til/kan administrere et klippekort. Det er som hovedregel kon-

tantbilletprisen der anvendes når pressen skriver om prisniveauet i den kollektive trafik, og der er ingen tvivl om at signalværdien i dette er negativ for den kollektive trafik. Mange specielt ikke-kunder tager således den høje kontantpris som udtryk for at det generelle prisniveau er højt. Vurderingen er at en generel prisnedsættelse for kontantbilletten ikke vil generere mærkbart flere kunder i den kollektive trafik. Det skal dog i den sammenhæng retfærdigvis bemærkes, at kampagner rettet mod særlige målgrupper, tidsrum etc, eksempelvis "Rejs efter 19 for en 20'er" formåede at tiltrække nye kunder.

En sammenligning af prisniveauet for kollektiv trafik indenfor Skandinavien og Nordvesteuropa viser, at København er billigere for så vidt angår klippekort og periodekort og dyrere for så vidt angår kontantbillet. I henhold til ovenstående svarer dette til, at takstniveauet for de høj- og mellemfrekvente kunder er lavt i hovedstadsområdet, mens der er et højt takstniveau for de lejlighedsvisse kunder. Som beskrevet ovenfor kan dette være en udfordring, hvis den generelle holdning er, at det er kontantbilletten som er en indikator for takstniveauet.

Kampagner

Særlige takstprodukter og kampagner gennemføres med mellemrum for at tiltrække og skærpe interessen for den kollektive trafik. Og resultaterne er positive med forbedrede passagerantal.

Blandt de blivende særlige produkter kan nævnes erhvervskortet, som særlig retter sig mod pendlerne, og som udnytter, at kortet lovligt finansieres ved træk i bruttolønnen.

Sms-billetten findes nu både som kontantbillet og som klippekort og har vist sig at have appel til den yngre del af kunderne, som sætter pris på den fleksible billetmulighed, som altid er ved hånden. Både erhvervskortet og sms-billetten tiltrækker nye kunder til den kollektive trafik.

Af kampagnetilbud kan nævnes sidste års off-peak tilbud "Efter 19 for en 20'er" og "Hele søndag på ét klip", som begge blev godt modtaget af kunderne.

Alt sammen er det udtryk for, at parterne i den kollektive trafik arbejder aktivt med priserne for at tiltrække og fastholde kunder i den kollektive trafik.

Kommentarer til priseksempler hvor taxi er billigere end kollektiv trafik

I henvendelsen fra Transportministeriet er der et yderligere spørgsmål, som bedes besvaret i redegørelsen:

Hvad mener Movia om de priseksempler, der har været bragt i Ekstra Bladet, hvor

det nogle gange er billigere at tage en taxi end at benytte den kollektive trafik

Der vil altid kunne findes eksempler, hvor det er billigere at anvende individuel transport frem for kollektiv transport. Hvis f.eks. fire unge vælger at tage en taxi hjem fra byturen lørdag nat, ja så kan det kollektive trafiksystem måske ikke konkurrere på prisen, hvis de unge vælger at rejse på kontantbillet, men formentlig hvis de vælger at rejse på klippekort. Rejseafstand er selvfølgelig ganske afgørende for, hvilket alternativ, der vil være billigst.

Hvis prisen for kollektiv trafik skal sættes, så det i alle tilfælde vil være billigere at anvende bus/tog/metro frem for bil/taxi, vil det kræve endog meget store tilskud til den kollektive trafik i form af underskudsdekning som følge af kraftige takstnedsættelser.