

Trafikudvalget
Folketinget

MINISTEREN

Dato 30. marts 2011
J. nr. 2011-903

Frederiksholms Kanal 27 F
1220 København K

Telefon 33 92 33 55

Trafikudvalget har i brev af 3. marts 2011 stillet mig følgende spørgsmål 845 (TRU alm. del), som jeg hermed skal besvare.

Spørgsmål nr. 845:

"Ministeren bedes oplyse, hvor mange penge der årligt bruges på markedsføring af den samlede kollektive trafik i hovedstadsområdet, idet opgørelsen også bedes specificeret på de enkelte aktører (DSB, DSBFirst, DSB S-tog, Movia, Metro). Herunder ønskes oplyst, hvor stor en andel af disse markedsføringsmidler, der anvendes på fælles kampagner, der sigter mod at øge den samlede kollektive trafiks andel af persontrafikken."

Svar:

Jeg har forelagt spørgsmålet for Trafikstyrelsen, der har oplyst, at:

"I nedenstående tabel er opgjort de samlede udgifter til markedsføring af den kollektive trafik i hovedstadsområdet baseret på data fra parterne. DSB Fjern- og Regionaltogs markedsføringsudgifter, der er målrettet landsdelstrafikken, indgår ikke i nedenstående opgørelse.

Udgifter til markedsføring i hovedstadsområdet

	Mio. kr.
DSB Fjern- og Regionaltog	0,2
DSB S-tog	23,7
DSBFirst	2,9
Movia	10,4
Metroselskabet	7,0
I alt	44,2

Hovedstadssamarbejdet har nedsat en markedsføringsgruppe, der forestår fælles markedsføring. Ud af det samlede beløb på 44,2 mio. kr. anvendes i 2010 3,2 mio. kr. til fælles markedsføring. I 2011 er dette beløb sat op til 5,0 mio. kr.

I de enkelte selskabers markedsføring indgår også markedsføring af fælles produkter.



Hertil kommer, at den fælles markedsføringsgruppe kan foreslå fælles initiativer, der reducerer den forventede passagerindtægt med op til 5 mio. kr. Det kan f.eks. være gratis kørsel i busser, S-tog og metro på Kulturnatten i København”.

Side 2/2

Med venlig hilsen

Hans Chr. Schmidt