



Årsrapport for samarbejde i hovedstadsområdet 2012

Maj 2013

Forord

En velfungerende og sammenhængende kollektiv trafik er en forudsætning for, at den kollektive trafik kan løfte størstedelen af væksten i fremtidens trafik, sådan som et bredt flertal i Folketinget vedtog i januar 2009 med 'En grøn transportpolitik'.

Den kollektive trafik i hovedstadsområdet satte i 2012 passagerrekord med 293 mio. rejser, hvilket svarer til en vækst på 1,7 procent. I personkilometer (pkm) udgjorde væksten 2,8 procent. Det er nu 4. år i træk, at der har været passagerfremgang.

61 mio. af de 293 mio. rejser sker på tværs af bus, tog og/eller metro. Det sætter store krav til koordineringen og kommunikationen mellem transportformerne. Denne koordinering sker i Hovedstadssamarbejdet. Samarbejdet består af Movia, Metroselskabet, DSB S-tog, DSB F&R, samt Trafikstyrelsen.

Den samlede omsætning (fællesindtægter) er ligeledes steget igen fra 3.528 mio. kr. i 2011 til 3.717 mio. kr. i 2012 svarende til en vækst i løbende priser på 5,4 procent.

Der er i hovedstadssamarbejdet udviklet et fælles designkoncept for trafikinformation, der nu implementeres på Nørreport station, Københavns Hovedbanegård, samt Flintholm station. Konceptet bredes ud på øvrige knudepunkter over de kommende år, og der er ligeledes efterspørgsel fra andre steder i landet.

Hovedstadssamarbejdet har igen i 2012 haft stor succes med fælles mobilbilletter til brug i den kollektive trafik: I marts 2012 var der lancering af den fælles mobilbillet app, og i december lancerede parterne et Mobilperiodekort. Rejsekort har også fået en større rolle i 2012 og vil få det i endnu højere grad fremover. Rejsekortet blev i 2012 fuldt udrullet i hovedstadsområdet, hvor det på sigt vil erstatte klippekortet. Rejsekort er i hovedstadsområdet prissat som det billigste klippekortpris, og der er ikke behov for at tælle zoner før en rejse.

Fra januar 2013 er rejsekort blevet gratis, og der er introduceret en off-peak rabat, hvilket er medvirkende til at flere får øjnene op for fordelene ved rejsekort.

Der har i hovedstadssamarbejdet været en vilje for at nå fælles løsninger i 2012, som er kommet til udtryk i række fælles indsatser og initiativer. En lang række uoverensstemmelser vedr. indtægtsdelingen blev løst via forlig i 2011, men der er fortsat en uoverensstemmelse (om Movias bustællesystem), som endnu ikke er løst. Sagen behandles nu i voldgift.

Evaluering af Lov om trafikkselskaber blev fremlagt i foråret 2013. Den peger på oprettelsen af en paraplyorganisation for hovedstadsområdet, som skal give det kollektive trafiksystem ét ansigt og ét brand gennem varetagelse af bl.a. fælles kundeservice for alle selskaberne, så de bliver lettere at være kunde. Ministeren har bedt parterne om at komme med et forslag til organisering af denne paraply til 1. august 2013.

Carsten Falk Hansen, direktør

Trafikstyrelsen, maj 2013



Den kollektive trafik i hovedstadsområdet udføres af forskellige parter, men er stærkt integreret. Dette understøttes i hovedstadssamarbejdet.

Organiseringen af samarbejdet

Hovedstadssamarbejdet består af følgende parter: Trafikselskabet Movia, Metroselskabet, DSB S-tog, DSB samt Trafikstyrelsen.

Internt er hovedstadssamarbejdet organiseret i en direktørkreds, en styregruppe og 7 arbejdsgrupper omkring indsatsområderne: Køreplanlægning, trafikinformation, takster og billetter, eksterne kommunikation, produktudvikling og markedsføring, samt indtægtsdeling.

Direktørkreds, der består af direktørerne for de 5 parter, er øverste ansvarlige for samarbejdet. Direktørkredsen udstikker de overordnede retningslinjer for samarbejdet og har det samlede økonomiske ansvar.

Styregruppen har ansvar for at den udstukne plan overholdes. Alle selskaber er repræsenteret med én repræsentant og én suppleant i Styregruppen. Ansvar og arbejdsopgaver er defineret i kommissorium for styregruppen, samt dennes forretningsorden.

Hvert selskab er repræsenteret i arbejdsgrupperne. Ansvar, arbejdsopgaver og opfølgning er i øvrigt defineret i kommissorier for arbejdsgrupperne. I hver arbejdsgruppe er der udnævnt en formand, der har ansvar for at arbejdsopgaverne udføres. Samarbejdet sekretariatsbetjenes af Trafikstyrelsen.

Transportministeren ønsker at forbedre sammenhængen i den kollektive trafik for at gøre det lettere at være kunde. Ministeren har derfor bedt parterne i samarbejdet om at komme med et forslag til en ny organisering af samarbejdet, som kan være grundlag for en ændret lovgivning.

Strategisk styringsmodel

For at opnå en bedre samordnet kollektiv trafik i hovedstadsområdet er der udarbejdet et fælles strategioplæg med en fælles vision og mission, samt strategiske indsatsområder.

Forretningsplanen konkretiseres årligt i arbejdsplaner. Årsplanen ligger til grund for den årlige budgetproces, og er styrende for hvilke aktiviteter, der prioriteres i samarbejdet.

Missionen

Den kollektive trafik i hovedstadsområdet skal fremstå som ét sammenhængende hele for brugene, og det skal være enkelt at rejse i den kollektive trafik. Det samlede transportarbejde frem til og med 2030 skal fordobles.

Hovedstadssamarbejdet tager ansvar for udvikling af den kollektive trafik, der svarer til kundernes behov og sikrer vækst i det samlede transportarbejde frem mod 2030.

Visionen

Hovedstadssamarbejdet vil gennem samarbejde levere den bedst mulige kollektive trafik. Den kollektive trafik skal være attraktiv for brugerne og skal kunne tiltrække nye brugere. Forretningsplanen beskriver de overordnede mål og strategier for samarbejdet frem til 2015, eller indtil en eventuel ny organisering er implementeret.

Indhold

| | |
|--|-----------|
| Udvikling i trafikken i hovedstadsområdet | 7 |
| Ny passagerrekord i den kollektive trafik | 7 |
| Udvikling i de forskellige transportformer | 8 |
| Markedsudvikling og fælles initiativer | 9 |
| Fastlæggelse af priser 2012 | 9 |
| Prisjustering 2013 | 10 |
| Fælles opgaver og kommunikation | 11 |
| Bred fælles billetportefølje | 11 |
| Nye produkter, ny vækst | 11 |
| Rejskort ude i hovedstadsområdet | 11 |
| Succes med nye mobile salgskanaler | 12 |
| Hypercard og nyt ungdomskort | 13 |
| Erhvervs løsninger på mobil i fremdrift | 13 |
| Flere turister i den kollektive trafik | 14 |
| Fælles og ensartet trafikinformation | 15 |
| Fælles rejseregler | 16 |
| Fælles omsætning | 17 |
| Udvikling i afsætning | 17 |
| Indtægtsdeling mellem parterne i 2012 | 18 |
| Forretningsplan 2013-2015 | 20 |
| Mål for 2013 | 21 |
| Bilag 1 | 23 |
| Årsrejsetal 1999-2012 | |



Figur 1. Hovedstadsområdet, zoneopdeling



Udvikling i trafikken i hovedstadsområdet

Igen i 2012 har der været passagerrekord i den kollektive trafik i hovedstadsområdet. Der er foretaget 293 mio. rejser svarende til 3.083 mio. pkm i løbet af 2012. En fælles indsats og generelle trends har haft stor betydning for udviklingen af trafikken.

Ny passagerrekord i den kollektive trafik

Væksten i den kollektive trafik er fortsat i 2012. Samlet set har der været 293 mio. rejser i bus, tog og metro i hovedstadsområdet i 2012. Det er en vækst på 5 mio. svarende til 1,7 pct.

Opgjort i pkm har der været 3.083 mio. pkm med en vækst på 2,8 pct.

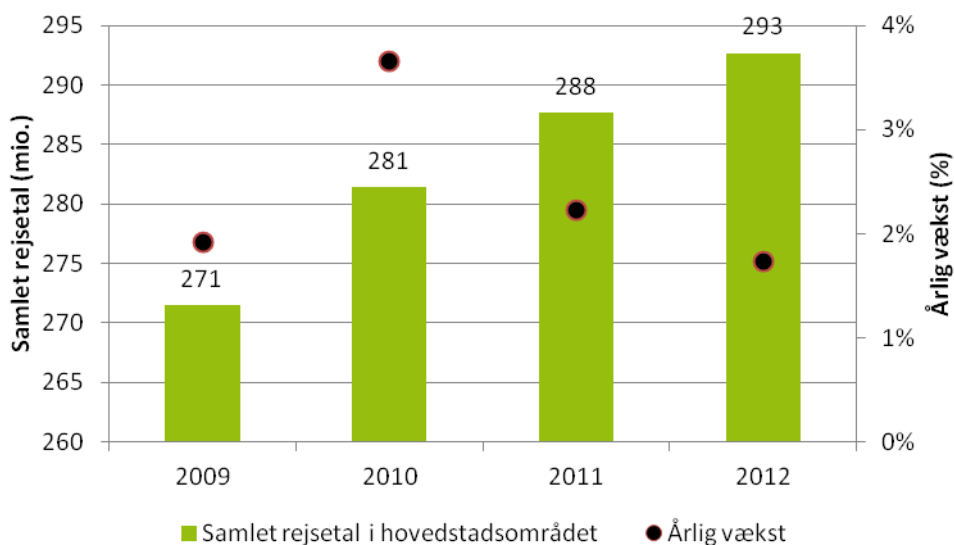
Den kollektive trafik i hovedstadsområdet består af følgende transportformer og selskaber:

- Busser (Movia)
- Metro (Metroselskabet)
- Tog:
 - o S-tog (DSB)
 - o Lokalbåner (Movia)
 - o Fjern- og regionaltoget (DSB og DSB Øresund)

Særligt for hovedstadsområdet gælder, at befolkningen bruger den kollektive trafik i langt højere grad end i resten af landet, og dertil kommer, at 21 pct. af alle rejserne i hovedstadsområdet sker i flere transportmidler.

Dermed stilles der også store krav til koordinering og sammenhæng mellem transportformerne. Det sker i hovedstadssamarbejdet.

Figur 2. Udvikling i det samlede antal rejser i hovedstadsområdet 2009-2012.



Udvikling i de forskellige transportformer

Der er fremgang i antal passagerer i både bus, tog og metro. Særligt lokalbanerne og S-tog har oplevet vækst i 2012.

Busserne havde i 2012 165 mio. rejser. Dette som følge af en vækst på 1,2 pct.

Der var 53 mio. rejser med metro i 2012. Det er på niveau med 2011.

4 mio. flere rejser blev det til for S-tog i 2012. Det betød et samlet rejsetal på 108 mio.

Lokalbanerne havde i 2012 6,5 mio. rejser, baseret på en vækst på 5 pct.

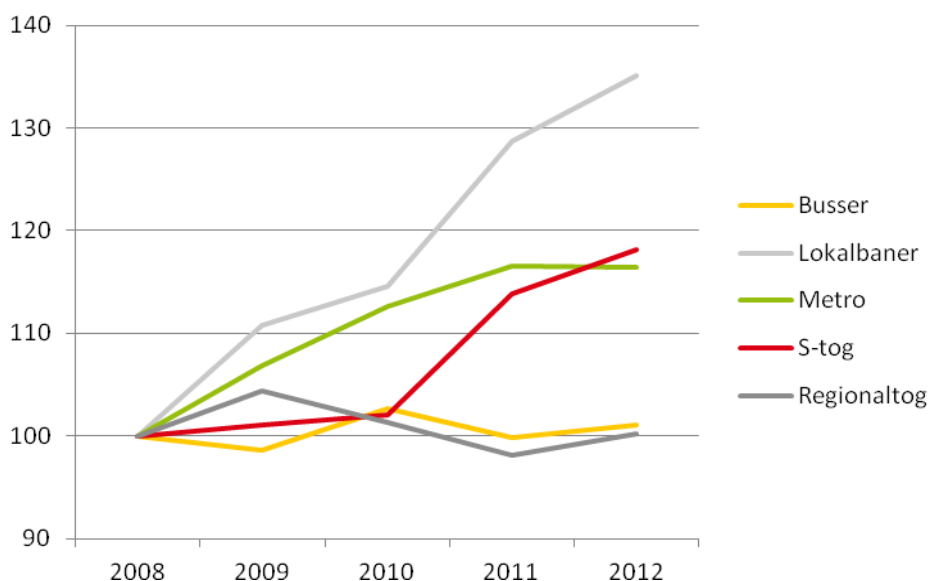
DSB Fjern- og regionaltog havde 11,3 mio. rejser omtrentligt svarende til niveau for 2011, mens DSB Øresund oplevede en vækst på 1,2 pct., hvilket summerer til 14 mio. rejser i 2012.

Tabel 1. Udvikling i rejsetal samt i antal personkm (mio.), 2012 (Foreløbige tal).

| Trafikudvikling 2012 | Passagerantal (antal rejser) | Vækst i passagerer (%) | Personkm | Vækst i personkm (%) |
|----------------------|------------------------------|------------------------|----------|----------------------|
| Busser | 165 | 1,2 % | 763 | 1,0 % |
| Lokalbaner | 7 | 4,9 % | 109 | 4,7 % |
| Metro | 53 | 0,1 % | 271 | -2,2 % |
| S-tog | 108 | 3,8 % | 1.294 | 4,6 % |
| DSB F&R | 11 | -0,6 % | 282 | 2,1 % |
| DSB Øresund | 14 | 1,2 % | 364 | 1,2 % |
| Kombi-rejser | 61 | 2,2 % | - | - |
| I alt | 293 | 1,7 % | 3.083 | 2,8 % |

Tabellens passagertal kan ikke umiddelbart summeres. Det skyldes at kombi-rejser både indgår i de enkelte trafikselskabers tal og i opgørelsen af kombi-rejser, samtidigt med at en kombi-rejse kan omfatte mere end to transportmidler.

Figur 3. Udviklingen i antal rejser per selskab 2009-2012



I opgørelsen tages ikke hensyn til skift mellem forskellige typer af kollektiv transport. Omstigninger inden for samme type transportmiddel er medregnet i figuren. Regionaltog inkluderer DSB F&R og DSB Øresund. DSB Øresund overtog driften på Kystbanen- og Kastrupbanen fra DSB F&R fra januar 2009, hvorfor de er opgjort sammen.

Markedsudvikling og fælles initiativer

Væksten i den kollektive trafik er igangsat af en række fælles initiativer og tiltag, som har været med til at forbedre det kollektive trafikudbud.

Der har over året været en høj driftsstabilitet samlet set, hvilket er med til at sikre fastholdelse af nuværende kunder og tiltrækningen af nye kunder.

Det fælles arbejde med at sikre korrespondancerne mellem transportformerne har også været med til at understøtte væksten.

Dertil kommer en række eksterne forhold, primært en positiv befolkningsvækst i hovedstadsområdet, samt høje omkostninger til benzin, der potentielt giver en vækst i den kollektive trafik. Den positive befolkningsvækst sker primært i de aldersgrupper, der er hyppige brugere af den kollektive trafik, nemlig de 15-34-årige og de over 65 år.

Megen nedbør i 2012 sammenlignet med 2011 har også haft en indflydelse på rejsetallet. Dårligt vejr især i vinterperioden betyder ofte, at flere vælger den kollektive trafik til.

Fastlæggelse af priser 2012

Billetpriserne blev reguleret i januar 2012 for at kompensere for den generelle prisstigning. Rammerne for prisændringen gives af Transportministeriet, og det er derefter op til parterne, hvor meget af det udmeldte takststigningsloft, der skal udnyttes i et år, og om der evt. er noget af dette, der skal udskydes til det efterfølgende år.

I 2012 blev der gennemført en samlet prisstigning på 2 pct. Dette blev fordelt på alle produkter på nær kontantbilletten, som gik fri af en takststigning.

I hovedstadsområdet har parterne valgt, at taksterne for rejsekort i introduktionsperioden skal være identiske med taksterne for klippekort.

Fastlæggelse af priser 2013

I 2013 reguleres priserne på billetter til den kollektive trafik i hovedstadsområdet med i gennemsnit 3,5 pct. Prisen for kontantbilletter og mobilbilletter for voksne fastholdes på 2011 niveau, mens nogle kontantbilletter for børn ligefrem nedsættes. Alle øvrige billettyper er omfattet af den almindelige takstregulering.

Taksterne på rejsekort fastholdes på samme niveau som taksterne for klippekort med henblik på at skabe et mere gennemskueligt billetsystem for kunderne ved overgangen til den nye billetplatform.

Tabel 2. Takster 2012 og 2013, eksempler

| | 2012 takst i kr | 2013 takst i kr | Stigning i % |
|----------------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Kontantbillet, 2 zoner | 24 | 24 | 0,0 % |
| Klippekort, pr. klip, 3 zoner | 19,00 | 20,00 | 5,3 % |
| Klippekort, pr. klip, alle zoner | 47,00 | 49,00 | 4,3 % |
| Periodekort, 3 zoner | 465 | 490 | 5,4 % |
| Periodekort, alle zoner | 1215 | 1260 | 3,7 % |

Historisk udvikling i takster kan findes på www.moviatrafik.dk

Fra den 20. januar 2013 er der gennemsnitligt 20 procent at spare på alle rejser uden for myldretid – det vil sige mellem klokken 11-13 og 18-07 på hverdage og hele weekenden. Det betyder, at rejser på rejsekort i dette tidsrum bliver billigere end rejser på klippekort.

Figur 4. Kampagnetekst for rejsekort, januar 2013



Fælles opgaver og kommunikation

Hovedstadssamarbejdet har i 2012 haft stor fokus på koordinering af den markedsvendte introduktion af rejsekort i hovedstadsområdet, samt på videreudvikling af billetter på den mobile platform med henblik på at give bedre kundeløsninger. Et selvstændigt mål i 2012 og fremad vil være at skabe forbedrede selvbetjeningsløsninger for kunderne med henblik på at give kunderne en større fleksibilitet i valg af billet og en solid information om billetter, priser, rejsealternativer mm.

Bred fælles billetportefølje

I hovedstadsområdet er det dels et lovkrav dels praksis at arbejde sammen om billetprodukter, både i forhold til "gamle og kendte" produkter og udviklingen af nye produkter.

Det fælles billetsystem med generel gyldighed i alle kollektive transportmidler i hovedstadsområdet har stor betydning for kundernes oplevelse af den kollektive trafik som sammenhængende. Taksterne fastlægges i fællesskab og billetprodukterne er fælles. Disse omfatter om kontantbilletter, klippekort og periodekort, som er hovedparten af solgte og anvendte produkter. Dertil kommer en række mere nicheprægede produkter henvendt til turister (City Pass) og til særlige begivenheder.

Der er i hovedstadssamarbejdet en opmærksomhed på, at de lokale og regionale takstsystemer giver optimale forhold for kunderne. Derfor er der konstant fokus på at håndtere og adressere uhensigtsmæssigheder i det nuværende system.

Nye produkter, ny vækst

I løbet af de sidste par år har fællesskabet introduceret flere nye billetprodukter. Det drejer sig om mobilbilletprodukter, rejsekort, samt HyperCard og det kommende Ungdomskort.

Rejsekortet udgør endnu ikke noget dominerende rejsehjemmel, men med det gratis rejsekort fra januar 2013, er der for alvor kommet gang i udrulningen af rejsekortet.

Off peak takstnedsættelsen indebærer, at kunderne kan få yderligere 20 pct. rabat på en rejse med Rejsekort, hvilket forventes at give en yderligere vækst på et par procent indenfor rejsekortsegmentet.

Rejsekort ude i hovedstadsområdet

Det blev i 2012 muligt at benytte rejsekort i alle busser, tog og Metro på hele Sjælland, Lolland, Falster og Møn, samt i alle DSB- og Arriva-tog i hele Danmark.

Rejsekort er sat i verden for at gøre det nemt og enkelt at bruge bus, tog og metro. Målet er, at endnu flere vælger at bruge kollektiv transport. Med et rejsekort i hånden er man altid klar til at stige på bussen eller toget, selvom man ikke har planlagt det på forhånd. Man behøver ikke tænke på, hvor mange zoner, man rejser i gennem og derfor om man har nok klip tilbage, eller om butikken, hvor man køber klippekort, har åbent.

Fordelene ved rejsekortet er, at langt det meste kan klares online, og derfor når det bedst passer kunden. Det gælder både bestilling og optankning. Det giver også mulighed for, at kunden kan få et overblik over, hvor og hvor meget der er rejst, og over hvad hver enkelt rejse har kostet.

Kommunikation omkring rejsekort

Parterne har igennem 2012 arbejdet for, at overgangen til rejsekort fra klippekort bliver en god oplevelse for den enkelte kunde. Erfaringerne fra udrulning i andre takstområder udnyttes til at få en klar kommunikation omkring rejsekort og dets anvendelsesmuligheder.

Parterne vil bidrage til, at skabe en god udrulning af rejsekort ved at sikre en solid kommunikation omkring mulighederne i rejsekort.

Fra oktober 2012 og frem har der været afholdt en kampagne både i Hovedstadsområdet og landsdækkende for at øge interessen for rejsekort. Kampagnen satte fokus på, at man nu kan bruge rejsekort i hele Hovedstadsområdet og landdækkende med tog. Kampagnen har primært været rettet mod klippekortsbrugere og de fordele, der er ved rejsekortet, såsom at man ikke behøver at tælle zoner og at man kan samle alle rejser på ét kort.

Fra januar 2013 har det været muligt at få rejsekort gratis, og der er samtidig introduceret rabat på rejser uden for myldretiden. Det har været budskabet i den informationskampagne, der er igangsat medio december 2012 og ind i det nye år.

Succes med nye mobile salgskanaler

Hovedstadssamarbejdet har haft stor succes med indførelsen af mobilbilletter til brug i den kollektive trafik i hovedstadsområdet.

I 2012 godkendte parterne en fælles strategi for mobilbilletter i hovedstadsområdet. Som en del af den samlede strategi, er der udviklet og lanceret en fælles app og et fælles mobilperiodekort – begge i 2012.

Fælles mobilapp fra marts 2012

I marts 2012 var der lancering af fælles mobilbillettapp. Parterne har længe tilbudt Mobilbilletter og Mobilklippekort, men med den fælles app giver det kunderne en meget nemmere og hurtigere måde at købe de mobile billetter og kort på.

Samtidig med, at købsprocessen er smartere og hurtigere, kan den nye app også hjælpe kunderne til at vælge den rigtige rute eller transportmiddel. App'en er fuldt integreret med Rejseplanen.

App'en har tiltrukket såvel nye som 'gamle' kunder i den kollektive trafik. Kunderne oplever i app'en en øget convenience med mobilapp'en.

Med introduktionen af mobilapp'en samt nedlukning for sms-klippekort har parterne nedbragt de fælles omkostninger til mobilplatformen.

Udvikling af Mobilperiodekort og lancering i december 2012

Der har længe været et ønske om at forny det klassiske periodekort, også kaldet månedskort. Mobilperiodekortet er det klassiske periodekort, bare på smartphone. Det er udviklet i 2012 og lanceret i december 2012.

Det er nemt både at købe og forny mobilperiodekortet via telefonen, og der kommer automatisk reminder, når mobilperiodekortet er ved at udløbe. Mobilperiodekortet er gyldigt i en periode på mindst 30 dage og højst 365 dage, og kunden kan selv vælge, hvornår perioden skal starte og slutte. Det giver en større fleksibilitet end med det klassiske periodekort på pap.



Figur 5. Sms-billet, billet i mobilapp, Mobilperiodekort i hovedstadsområdet



Skærbillede fra mobiltelefoner.

Hypercard og nyt ungdomskort

HyperCard er et rabatteret alle-zoners kort som et blevet tilbudt til de unge på ungdomsuddannelser (gymnasier mv.) siden august 2011. I 2. halvår 2012 er antallet af HyperCard brugere steget med 45 pct. fra 20.000 daglige brugere til ca. 29.000 daglige brugere.

Knap halvdelen af HyperCard er udstedt i hovedstadsområdet. Kortet har været en større succes end forventet.

Med virkning fra august 2013 indføres det nye Ungdomskort, der er en udvidelse af den hidtidige HyperCard ordning med unge udenfor uddannelsessystemet samt unge på videregående uddannelser. Med indførelsen af Ungdomskortet forventes en yderligere stigning i antal nye daglige brugere af den kollektive trafik i hovedstadsområdet.

Med virkning fra 4. kvartal 2012 bliver kompensationen for fritidsrejser på Hypercard reduceret med 55 kr. pr. måned, hvilket sikre at der ikke sker en overkompensation af selskaberne.

Erhvervsløsninger på mobil i fremdrift

Parterne er meget fokuserede på at skabe gode produkter og services direkte til virksomheder, offentlige institutioner og myndigheder, og konstant udvikle dem, så de tilpasses virksomhedernes behov.

De primære produkter rettet mod virksomheder er erhvervskort og mobilbilletter. Der har været en positiv udvikling i anvendelsen af sms som leveringsform for erhvervskort. Mobilbilletter som erhvervsløsning fungerer sådan i dag, at medarbejdere kan købe mobilbilletter som faktureres direkte til virksomheden.

Der arbejdes på at udvide denne løsning yderligere i 2013, så virksomhederne selv kan udstede billet til udvalgte brugere.

Der er i 2012 arbejdet hen mod en sammenlægning af erhvervssalg på tværs af selskaberne med henblik på at strømline indsatsen. Sammenlægningen sker fra 2013.

Flere turister i den kollektive trafik

Parterne har overordnet fokus på at udvikle produkter i fællesskabet som gør det nemmere og mere tilgængeligt for både privat- og erhvervsturister at benytte den kollektive transport i hovedstadsområdet.

Mulighed for at booke kollektiv trafik på forhånd

I 2012 har der været fokus på at udvikle løsninger, således at det er muligt at nå turisterne, der hvor de planlægger deres rejse. 85 pct. af alle rejser til København bookes via internettet, og der er behov for en mulighed for at gøre bestilling af rejsehjemmel tilgængelig online som en del af planlægningsfasen.

Der er i 2012 udviklet et online salgsmodul til turister, som gør det muligt at bestille et City Pass samtidigt med bestilling af fly og hotel. Produktet er rettet mod turister, som gæster København i kortere perioder, og som ønsker at planlægge rejsen via internettet. Løsningen bliver gjort tilgængelig i samarbejde med en række partnerhjemmesider, der er målrettet turisterne i deres planlægningsflow.

Salg via hotelreceptioner

Der er indgået aftale omkring salg af rejsehjemmel via hotelreceptioner i københavnsområdet. Aftalen med Visitbox gør det muligt for hotelgæster på 42 hoteller i København at bestille billet til div. forlystelser og oplevelser i byen. De 42 hoteller har årligt ca. 1,3 mio. overnatninger.

Aftalen betyder, at det nu også blevet muligt at købe billetter på hotellet og få den leveret per sms. Via hotel receptionen kan gæsten bede om at få enten et City Pass, en 24 timers billet eller en 3 zoners billet (til fx lufthavnen). Købet bliver påført den endelige faktura, når gæsten tjekker ud af hotellet.

Automatiseret løsning for bestilling af Travel Pass til kongresser i hovedstaden

Der i 2012 udviklet en automatiseret løsning, der imødekommer kongresdeltageres efterspørgsel på bestilling af kollektiv transport, som en del af kongrestilmeldingen, på samme facon som med bookning af fly og hotel. Hermed gøres bestillings flowet mere tilgængeligt og den yderligere automatisering bidrager til at øge selvbetjeningsgraden og passagertallene.

Samtidigt imødekommer løsningen behovet for, at få Travel Pass leveret ved ankomst og ikke først ved ankomst til kongrescenter, som det tidligere har været tilfældet.

Der er 130.000 kongresdeltagere i hovedstaden årligt, som i snit overnatter 3 nætter.

Turistkort er kort til den kollektive trafik

Gennem de seneste år har parterne i fællesskab udviklet og uddelt et fælles trafik kort "Byens Net Guide" til brugere af den kollektive trafik. Qua øget samarbejde med turistorganisationerne er fællesskabets kort blevet byens officielle turistkort. Det betyder, at flere turister finder vejen til den kollektive trafik, og nemt guides rundt.

Fælles og ensartet trafikinformation

Indsatsen i 2012 har været en fortsættelse af tidligere års fokus på at skabe fundamentet for den tværgående trafikinformation på de fælles knudepunkter. Der har ligeledes været fokus på uddannelse af trafikinformationsmedarbejderne til at håndtere trafikinformation på tværs, samt fokus på deling af trafikinformation mellem parterne.

I takt med at det generelle byrum bliver en mere integreret del af kundernes oplevelse og anvendelse af den kollektive trafik, udbygges samarbejdet omkring fælles trafikinformation yderligere og med andre parter, herunder kommuner og vejmyndigheder.

Udrulning af det fælles koncept for trafikinformation

I 2012 er konceptet for fælles trafikinformation på knudepunkter blevet testet og tilpasset, så det er klart til implementering på udvalgte knudepunkter fra starten af 2013.

Det har bl.a. betydet, at der er blevet udviklet og vedtaget en forretningsmodel for finansiering af informationskonceptet i fællesskabet.

Som de første knudepunkter for implementering af det fælles koncept er valgt de travleste stationer i hovedstadsområdet, Københavns Hovedbanegård og Nørreport station, samt Flintholm station, hvor test af det fælles koncept er blevet afholdt.

Konceptet implementeres her i 2013 med henblik på at flest mulige kunder skal have glæde af konceptet.

Ombygningen af Nørreport station har budt på mange mærkbare forandringer for kunderne i den kollektive trafik. Parterne har gennem det fælles trafikinformationssamarbejde TUS haft dedikeret fokus på at formidle enkelt og klart om de løbende ændringer på tværs af transportformerne. Tilfredshedsundersøgelser gennemført specifikt på Nørreport viser, at der har været en tilbagegang i kundetilfredsheden sammenlignet med før byggeriet, men at kunderne er tilfredse med den dedikerede trafikinformation på Nørreport.

I forbindelse med ombygningen af Nørreport har parterne nedsat en bemandet informationsstand. Den har der været stor tilfredshed med blandt kunderne.

Fælles design og sprog

Det fælles TUS design, der er blevet udviklet i forbindelse med informationskonceptet, er ved at blive en de-facto standard på landsplan, hvilket bliver yderligere understøttet af, at Rejseplanen har valgt TUS designet, som den standard de fremtidige digitale løsninger vil blive baseret på

Designdelen i Banedanmarks projekt den Bedste rute er blevet udviklet, så TUS standarden understøttes. Bedste rute projektet skal sikre en løsning til skærmvisning af alternative transportmidler på fjernbanestationer ved normal drift og i uordenssituationer. Designet testes på to udvalgte stationer fra november, og løsningen forventes efterfølgende implementeret på 75 stationer over hele landet

Der er i 2012 opnået enighed blandt samarbejdspartnerne om en fælles ordliste på såvel dansk som engelsk, der skal anvendes i trafikinformationen til kunderne. Dette omfatter såvel den skriftlige trafikinformation på skærme som højtalerudkald. Der er på baggrund heraf etableret en plan for implementering heraf i de kommende år.

Forbedret information på tværs ved driftsforstyrrelser

Information på tværs, som en integreret del af parternes eksisterende arbejdsgange, er blevet en realitet. TUS har igennem de sidste to år drevet udviklingsprojekter, der har resulteret i en enig tilgang til information på tværs af trafikskelskaber i uordenssituationer til gavn for kundens sammenhængende rejse. I juni 2012 blev der mellem hovedstadssamarbejdets parter indgået en forpligtende samarbejdsaftale.

Systemunderstøttelsen til at informere på tværs blev lanceret ved årsskiftet i form af et driftsoverblik, som der opnås adgang til igennem den fælles portal: Klar besked portalen. Det ny driftsværktøj erstatter den nuværende kommunikationsform med mails mellem parterne, med det formål at effektivisere arbejdsprocesserne både i den aktuelle situation, men også i den løbende opfølgning

Fælles uddannelse af medarbejderne, der arbejder med trafikinformation

I 2011 blev der udviklet fælles uddannelsesmaterialer målrettet de medarbejdere, der arbejder direkte med trafikinformation. I 2012 har der været fokus på forankringen, og der afholdes fælles uddannelsesdag for nye trafikinformationsmedarbejdere på tværs af trafikaktørerne. Dette kan allerede mærkes blandt kunderne.

Figur 6.

Koncept for fælles trafikinformation



Med uret: Faste skilte, Infozone, 3D stationskort, dynamiske afgangstavler, her og nu skærm.

Fælles rejseregler

Hovedstadssamarbejdet har gennem 2012 arbejdet med en yderligere udbygning af de fælles rejseregler, som i forvejen gælder for hovedstadsområdet. Reglerne vil aldrig kunne blive helt ens, da transportformerne er underlagt forskellig lovgivning, og er fysisk forskellige. Målet er, at kunderne kun skal orientere sig ét sted for at få det samlede overblik i stedet for at være henvist til at orientere sig hos Movia, DSB, DSB S-tog, DSB Øresund og Metroselskabet. Arbejdet forventes afsluttet i 2013.

Fælles omsætning

Den samlede omsætning i hovedstadssamarbejdet er steget med 5,4 pct. til 3,7 mia. kr. i 2012. Gennem hele 2012 har der været en betydelig overgang fra billetter og klippekort på papir til elektroniske medier. Ved udgangen af 2012 rejste 36 pct. af alle kontantbilletterbrugere på mobilbillet og over 6 pct. af alle klippekortbrugere på mobilklip.

Udvikling i afsætning

De samlede salgsindtægter for den kollektive trafik i hovedstadsområdet er steget med 5,4 pct. til 3,7 mia. kr. i 2012. Der er tale om en fremgang i indtjeningen over den vurderede effekt (på 3,1 pct.) af takststigningen.

Antallet af mobilbilletter solgt som kontantbillet stiger

Det samlede salg af kontantbilletter er steget i 2012. Det tilskrives ene og alene en markant stigning i salget af kontantbilletter som mobilbilletter.

Den totale afsætning af kontantbilletter i 2012 udgør ca. 40,8 mio. enheder af 1 zone, svarende til en stigning på ca. 3,7 mio. enheder eller 10,1 pct. i forhold til 2011. Merafsætningen svarer omtrent til 1,85 mio. rejser á 2 zoner. Væksten er sammensat af et fald på ca. 1.900 enheder eller 0,01 pct. blandt pap- og papirbilletter og en stigning i mobilbilletter på ca. 3,7 mio. enheder eller 33,9 pct. i forhold til 2011.

Andelen af mobilbilletter udgør 36,1 pct. af alle kontantbilletter i 2012. Den tilsvarende andel i 2011 var på 29,7 pct. Andelen er stigende og var i december 2012 oppe på 41 pct.

Salg af klippekort falder generelt, men vækst på mobilklip

Den samlede afsætning af klippekort i 2012 udgør 8,3 mio. stk. svarende til et fald på ca. 541.000 stk. eller 6,1 pct. i forhold til 2011.

To produkter opnår fremgang i 2012 i forhold til 2011, nemlig 6-zoners klippekort (med indeks 101), og ikke mindst mobilklippekort, som ligger på indeks 150 i forhold til 2011. Afsætningen af mobilklippekort er stigende, og udgør ca. 6,4 pct. af samtlige klippekort i 2012. Den tilsvarende andel i 2011 var 4,0 pct. Mobilklippekortet blev introduceret i marts 2011.

Det største produkt med 57,5 pct. af klippekortafsætningen, 2-zoners klippekort, opnår indeks 91, og det næststørste, 3-zoners klippekort, opnår indeks 90.

Stigning i salg af periodekort – tilskrives HyperCard og SU-kort

Det samlede salg af periodekort er steget 3,7 pct. i 2012 til 2,66 mio. 'månedskort'. Dette svarer til, at der er solgt ca. 95.000 flere kort i forhold til 2011. Fremgangen sker hovedsagligt på HyperCard og Uddannelseskort.

I 2. halvår 2012 er afsat ca. 130.000 HyperCard. Der svarer til en vækst på ca. 50 pct. ift. 2. halvår 2011, hvor HyperCard-forsøgsordningen blev indført. Den næststørste vækst opnår SU-kort/uddannelseskort, hvis afsætning stiger fra ca. 102.000 stk. i 2011 til ca. 107.000 stk. i 2012

De almindelige voksen-periodekort, som fortsat er det "største" produkt med ca. 64 pct. af periodekortafsætningen, går tilbage med ca. 48.000 stk. svarende til indeks 97. I 2011 udgjorde voksen-periodekort ca. 69 pct. af afsætningen.

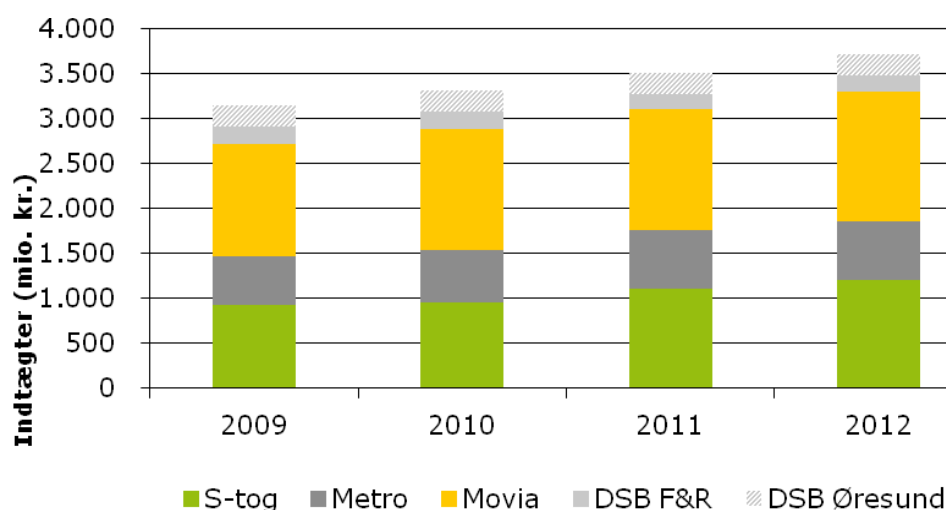
Mobilperiodekortet blev introduceret medio december 2012 og salget forventes først at blive påvirket i 2013.

Indtægtsdeling mellem parterne i 2012

Indtægtsfordelingen i hovedstadsområdet er baseret på de passagertællinger, der foretages i de enkelte selskaber, samt undersøgelse af passagerernes rejsevaner herunder hvilke billetter og kort, der benyttes i de forskellige transportmidler. Det sker i Rejsehjemmelundersøgelsen.

Figuren nedenfor viser de samlede indtægter fra parterne, samt de enkelte selskabers indtægter.

Figur 7. Samlede indtægter i hovedstadsområdet fordelt på selskaber



Bemærk, at tallene ikke kan sammenlignes direkte med tidligere årsrapporter, da figuren er baseret på foreløbig afregning for årene 2009-2012. Kilde: Trafikstyrelsen

Nedenstående tabel viser, hvordan indtægterne fordeles i forhold til de enkelte selskaber i hovedstadsområdet.

Tabel 3. Indtægtfordeling på selskaber

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|-------------|--------|--------|--------|--------|
| DSB Øresund | 7,5 % | 7,2 % | 6,6 % | 6,2 % |
| DSB F&R | 6,1 % | 5,7 % | 5,0 % | 4,9 % |
| DSB S-tog | 29,6 % | 28,8 % | 31,8 % | 32,7 % |
| Metro | 17,0 % | 17,8 % | 18,2 % | 17,5 % |
| Movia | 39,7 % | 40,6 % | 38,4 % | 38,6 % |

Tabellen er baseret på foreløbig afregning for årene 2009-2012. Kilde: Trafikstyrelsen

Forlig om udestående sager

I december 2011 blev der indgået forlig mellem parterne om hovedparten af udestående sager vedrørende indtægtsfordelingen fra 2004 og frem.

Regnskaberne fra 2004-2006 er afsluttet fra parternes side, men ligger hos den fælles revision.

Movia har i februar 2013 oplyst, at DSB og Metroselskabet har rejst en ny voldgiftssag mod Movia vedrørende perioden 2008 og frem.

I to sager er enighed endnu ikke opnået. Den første sag omhandler genopretningen af Movias passagertællesystemet, som Movia iværksatte efter, at det af Movia blev konstateret, at der i perioden 2005-2009 har været fejl ved det automatiske tællesystem. Movias påstand er, at Movia alene har foretaget genopretning af tællesystemet, mens DSB og Metroselskabets påstand er, at genopretningen af Movias passagertællesystem har resulteret i, at tællesystemet efter genopretningen opgør passagertallet på et højere niveau end da tællesystemet blev indført i 1996-1997 og at der således er tale om metodeændring, der skal nulpunktsforskydes. DSB og Metroselskabets krav vedrører perioden 2008 og frem.

I forlængelse af denne sag har Movia fastholdt et krav vedr. perioden 2008-11, hvor Movia stiller krav om kompensation for den undertælling passagertællesystemet har vist i denne periode.

Da parterne ikke har kunnet komme overens, har DSB og Metroselskabet primo 2013 rejst en voldgiftssag mod Movia.

Forretningsplan 2013-2015

Hovedstadssamarbejdet vil arbejde for at den kollektive transport skal løfte det meste af fremtidens vækst i trafikken. Målet er, at antallet af passagerer skal stige med gennemsnitligt ca. 2 pct. om året.

Det forventes, at den primære vækst vil ligge hos Metroselskabet med en årlig vækst på ca. 3 pct., DSB S-tog forventer en gennemsnitlig årlig vækst på 2 pct. For de øvrige DSB tog og på Kystbanen forventes en vækst på 2 pct. Mens målet for Movia er en årlig vækst i antal påstignere på knap 1 pct. i planperioden.

Hovedstadssamarbejdet lægger vægt på, at væksten i den kollektive trafik skal ske med høj kundetilfredshed.

Høj kundetilfredshed

Der vil være fokus på, at kundetilfredsheden er høj i den kollektive trafik i hovedstadsområdet. Kunderne ønsker et velfungerende system, og adskiller ikke som sådan selskaberne. Derfor fastlægges et fælles mål for kundetilfredshed, der kan pejles efter.

Målet for kundetilfredsheden (tilfredshed med den kollektive trafik) blandt daglige brugere er 85 pct. tilfredse eller meget tilfredse kunder. Målet for kundetilfredsheden blandt hele befolkningen i hovedstadsområdet er 70 pct.

Tabel 4. Generel tilfredshed med kollektiv trafik for hhv. daglige brugere og alle borgere i homr.

| Tilfredshed (meget tilfreds eller tilfreds) | 2010 | 2011 | 2012 | Måltal 2015 |
|---|------|------|------|-------------|
| Daglige brugere | 68 | 70 | 74 | 85 |
| Alle borgere | 60 | 57 | 56 | 70 |

BEST er et samarbejde mellem offentlige trafikselskaber i Europa. Samarbejdet har til formål at styrke og forbedre den kollektive trafik gennem benchmarking og erfaringsudveksling. Hvert år bliver der i BEST samarbejdet gennemført en undersøgelse blandt borgerne i de forskellige trafikselskabers driftsområder, hvor borgerne bliver spurgt om deres holdning til kollektiv trafik.

For at realisere væksten forfølges følgende strategiske mål i perioden 2013-2015:

1. Forbedrede kundeløsninger
2. Nye og flere brugere af den kollektive trafik gennem prissætning
3. Intern effektivisering

Parterne arbejder for, at der er fokus på gode løsninger for brugerne af den kollektive trafik og på god service. På den måde kan nuværende brugere fastholdes, og nye brugere bliver tiltrukket af den kollektive trafik. Parterne vil i perioden arbejde for, at løsningerne bliver endnu bedre.

Parterne arbejder for enkelthed og gennemskuelighed i taksterne. Taksterne skal løbende optimeres på en måde så de tiltrækker flest mulige passagerer. Det er målet, at der udvikles en fælles langsigtet takststrategi med henblik på at understøtte dette.

Hovedstadssamarbejdet vil arbejde for, at der skabes den optimale samarbejdsstruktur, der giver bedst grobund for vækst i den kollektive trafik i hovedstadsområdet. Organiseringen og opgaveløsningen optimeres løbende med

henblik på at skabe de bedste rammer for fremdrift i samarbejdet, samt at reducere omkostninger ved det fælles salg.

Der arbejdes videre inden for de tidligere fastlagte indsatsområder:

- Køreplanlægning
- Produktudvikling og markedsføring
- Trafikinformation til kunderne
- Takster og billetter
- Fælles ekstern kommunikation
- Indtægtsdeling

Inden for hvert indsatsområde er der opstillet mål for bidrag til at nå de overordnede mål for perioden.

Denne forretningsplan vil være grundlaget for det videre samarbejde indtil en eventuel ny organisering er implementeret.

Mål for 2013

Med udgangspunkt i forretningsplanen er der i 2013 sat fokus på

- gode korrespondancer ved ordinære køreplanskift
- gode korrespondancer mellem bus, tog og metro på kort sigt ved særlige begivenheder, sporarbejder og andre driftsuregelmæssigheder.
- ensartet, lettilgængelig og brugbar trafikinformation på tværs af de kollektive transportformer, bl.a. gennem fortsat kompetenceudvikling af TI-medarbejderne med udgangspunkt i de fælles TUS uddannelseselementer
- at konceptet for fælles trafikinformation på knudepunkter implementeres på Ny Nørreport, Københavns Hovedbanegård og Flintholm station
- at de fælles designelementer videreudvikles
- fælles trafikinformation på Nørreport under ombygningsperioden.
- implementering af det fælles sprog i Rejseplanen og trafikinformationskanalerne hos de enkelte trafikaktører
- at understøtte vækst i salg af Mobilperiodekort og mobilbilletter
- positionering af rejsekort i markedet - rejsekort skal være en god oplevelse for kunderne
- at kunderne oplever, at der er én indgang til den kollektive trafik
- en succesfuld sammenlægning af erhvervssalg
- udbredelse af Erhvervskort og udvikling af nye og bedre løsninger hertil
- gode løsninger på mobil for erhvervskunder
- afslutning af indtægtsregnskaber for perioden 2007-2012.

Bilag 1

Årsrejsetal 1999-2012

| | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| DSB Øresund rejser | | | | | | | | | | | 14,4 | 14,8 | 13,9 | 14,1 |
| DSB S-togs rejser | 91,9 | 91,4 | 90,6 | 86,8 | 88,4 | 89,6 | 90,3 | 90,8 | 89,1 | 91,1 | 92,0 | 93,0 | 103,7 | 107,6 |
| DSB F&R rejser | 24,3 | 24,6 | 23,7 | 22,3 | 22,6 | 22,8 | 24,0 | 24,6 | 25,3 | 25,3 | 12,5 | 11,3 | 11,4 | 11,3 |
| Metro påstignere | | | | 3,2 | 20,2 | 33,8 | 36,1 | 36,5 | 39,6 | 46,2 | 49,8 | 52,5 | 54,3 | 54,3 |
| Metro rejser | | | | 3,2 | 20,0 | 33,3 | 35,6 | 35,9 | 38,9 | 45,5 | 48,9 | 51,5 | 53,4 | 53,4 |
| Movia buspåstigninger i alt | 236,5 | 235,1 | 233,0 | 226,0 | 212,4 | 205,4 | 201,6 | 203,6 | 194,5 | 191,5 | 186,5 | 192,7 | 187,1 | 189,0 |
| Movia Lokalbanepåstigninger i alt | 6,4 | 6,4 | 5,5 | 5,3 | 5,0 | 5,0 | 4,9 | 4,7 | 5,4 | 5,7 | 6,2 | 6,4 | 7,1 | 7,5 |
| Movia rejser ialt | 199,4 | 198,7 | 196,9 | 190,4 | 180,6 | 175,8 | 173,8 | 175,1 | 169,2 | 167,8 | 166,1 | 172,9 | 168,9 | 171,3 |
| I alt kombinerede rejser | 47,6 | 47,5 | 46,5 | 46,1 | 53,8 | 57,4 | 56,9 | 58,4 | 59,0 | 59,5 | 58,6 | 58,5 | 60,0 | 61,3 |
| Samlet rejsetal i hovedstadsområdet | 265,0 | 264,2 | 261,8 | 253,3 | 253,1 | 258,8 | 261,0 | 261,5 | 259,2 | 266,1 | 271,5 | 281,4 | 287,6 | 292,6 |

Omregning fra påstigninger til rejsetal foregår ved at anvende rejsehjemmelundersøgelseens parametre

Den kollektive trafik i hovedstadsområdet udføres af forskellige parter, men er stærkt integreret. Der er stor fokus på at skabe et sammenhængende system til gavn for kunderne, både hvad angår tilgængelighed, fysiske forhold, trafikinformation og billetter.

Trafikstyrelsen udgiver denne årsrapport for samarbejdet i hovedstadsområdet. Samarbejdet består af Movia, Metroselskabet, DSB S-tog, DSB samt Trafikstyrelsen.

*Trafikstyrelsen
Edvard Thomsens Vej 14
DK-2300 København S*

*info@trafikstyrelsen.dk
www.trafikstyrelsen.dk*

Årsrapport 2012