

Sammendrag:

Enklere kollektivtilbud

Barrierer mot kollektivbruk og tiltak for et enklere tilbud

Er det enkelt å reise kollektivt?

Det er mange faktorer som påvirker om folk velger å reise kollektivt. Tilbudets kvalitet betyr svært mye. Folk legger stor vekt på tilgjengeligheten til tilbudet, i form av gangavstand og på kvalitetsfaktorer som pris, punktlighet, komfort etc. Vi vil imidlertid vektlegge betydningen av at kollektivtilbudet, i tillegg til å ivareta disse kvalitetsfaktorene, bør være så *enkelt* som mulig. De forholdene som diskuteres i denne rapporten kommer altså *i tillegg til* faktorer som pris og frekvens som er behandlet i mange andre sammenhenger.

Trafikantene ser på hele reisen, fra dør til dør, når de velger transportmiddel. Et enkelt tilbud innebærer at kollektivtilbudet må fremstå som et helhetlig tilbud, uansett hvor ”kompliserte” reiser trafikantene foretar, hvor de reiser, hvor godt kjent de er og hvor mange kollektivselskaper som betjener området.

Trafikantene har mange spørsmål i forhold til en kollektivreise; både før reisen, på holdeplassen, underveis på reisen og etter endt reise. Trafikantinformasjonen (ruter, tidtabeller, takstinformasjon etc.) er ikke alltid enkel å sette seg inn i, og ofte er informasjonen dårlig utformet, slik at kollektivsystemet virker mer uoversiktlig og vanskelig å lære seg enn det burde være.

Barrierer mot kollektivbruk

Barrierer defineres i denne rapporten som ulike former for hindringer, problemer eller vanskeligheter som man kan oppleve i forhold til å reise kollektivt. Det dreier seg altså ikke utelukkende om uoverstigelige barrierer som helt og holdent hindrer folk i å reise. De som reiser ofte kan oppleve barrierer eller problemer og mange mennesker er trofaste kollektivtrafikanter til tross for de problemene og manglene ved kollektivtilbudet som de stadig støter på. Vi har kategorisert de ulike barrierene eller problemene i 5 grupper:

- **Informative barrierer**, dvs. manglende eller uriktige kunnskaper om kollektivtilbudet. Både bilister og kollektivtrafikanter har mangelfulle og uriktige

kunnskaper om sin egen reisemåte og om andre reisemåter, og dette kan påvirke deres transportmiddelvalg. Informative barrierer fører også til at tilbudet virker uoversiktlig og vanskelig å sette seg inn i og dette skaper problemer når folk skal orientere seg i kollektivsystemet. Et viktig spørsmål er om folk faktisk lar være å reise kollektivt fordi de ikke vet nok om det tilbudet det har.

- **Fysiske barrierer**, dvs. blant annet lang gangavstand til holdeplassen, fysiske hindringer på vegen til og fra holdeplassen, på selve holdeplassen eller om bord i kjøretøyet, for eksempel høye trappetrinn, ramper, tunge dører, nivåforskjeller og ujevnheter i vegplan og i kjøretøyene, dårlig belysning og snø-/islagte gangveger og holdeplasser. Helsemessige problemer er en annen fysisk barriere som kan hindre folk i å reise kollektivt. På- og avstigningsproblemer er en velkjent barriere som først og fremst rammer eldre, bevegelseshemmede og de som har med barnevogn.
- **Psykologiske barrierer**, dvs. opplevd *utrygghet* eller redsel i forbindelse med kollektivreisen. Usikkerhet i forhold til å *mestre* kollektivsystemet, kan også være en barriere for noen mennesker. Dette henger for øvrig nøye sammen med kunnskaper om kollektivtilbudet. Jo bedre kunnskaper en har, dess bedre vil en mestre kollektivreisen, og jo dårligere kunnskaper en har (informative barrierer), dess større vil usikkerheten være.
- **Kulturelle barrierer**, dvs. at kollektivtransporten kan ha en bestemt image som mange trafikanter ikke identifiserer seg med. Kulturelle barrierer kan også oppstå på grunn av negative holdninger som man har til kollektivtransporten.
- **Praktiske barrierer**, dvs. faktorer som omhandler folks preferanser (og barrierer) i forhold til tid, kostnader, venting, bytte, fleksibilitet og komfort etc. Slike praktiske barrierer reduseres ikke først og fremst av tiltak for å gjøre tilbudet enklere, men snarere ved en kraftig *kvalitetsøkning* av tilbudet, for eksempel ved økt frekvens eller lavere takster, men dette blir ikke drøftet i denne rapporten.

Tiltak for et enklere kollektivtilbud og for å redusere barrierene

For å minske barrierene og øke tilgjengeligheten bør kollektivtilbudet være brukervennlig, enkelt og oversiktlig. Ideelt sett bør kollektivtilbudet være så enkelt og oversiktlig at alle nye trafikanter kan benytte det uten å ha inngående kunnskaper om takster, rutetider eller korresponderende ruter.

Vi drøfter de viktigste elementene i forhold til følgende tiltak:

- *Trafikantinformasjon*, for å øke trafikantenes kunnskaper og gjøre planlegging og gjennomføring av kollektivreisen så enkel som mulig
- *Markedsføring*, især direkte individorientert markedsføring, for å gi trafikantene kunnskap om reisemuligheter tilpasset egne behov
- *Utforming av et oversiktlig og enkelt linjenett/rutestruktur*, med faste ruter og lett gjenkjennelige navn og nummer, for at rutestrukturen skal være så oversiktlig og enkel som mulig
- *Høy frekvens*, slik at man slipper å lære seg rutetabellene og/eller *stive rutetider*, for å gjøre det enkelt å lære seg rutetidene
- *Samordning av rutetilbudet*, for å tilrettelegge for en god koordinering mellom ulike tilbud og enkel overgang mellom rutene – reduserer ulempene ved bytte
- *Bedre fysisk utforming av transportmidlene*, slik som innføring av lavgulvbusser, for å øke komforten, bedre på- og avstigningen etc.
- *Bedre fysisk utforming av knutepunktene*, dvs. terminaler, stasjoner, kollektivgater og holdeplasser, for å gjøre dem mer tiltalende, hensiktsmessige, oversiktlige og for å øke tilgjengeligheten
- *Design i kollektivtransporten*, dvs. gjennomgående design og utforming av produkter og informasjonsbærere på alle ruter, leskur, holdeplasser, rutetabeller, skilt osv., for å gjøre tilbudet lett gjenkjennelig, brukervennlig og attraktivt
- *Framkommelighetstiltak og kollektivprioritering*, for å korte ned reisetid, redusere venting, øke punktligheten og bidra til smidigere og enklere byttesituasjoner
- *Enklere takst-/billettsystem og takstsamarbeid*, for å skape et enklest mulig takstsystem med få og enkle ordninger, samt å gjøre det enklest mulig å kjøpe og fornye rabattkort
- *Tilrettelegging for eldre og funksjonshemmede*, for å øke tilgjengeligheten til kollektivtilbudet, slik at de kan reise kollektivt på like vilkår som alle andre

- *Innfartsparkering*, for fleksibel bruk av både bil og kollektivtransport og for at kollektivreisen skal være enklere og mindre tidkrevende

Denne listen av tiltak er svært omfattende og vi har ikke gått i detaljer omkring hvert enkelt tiltaksområde. Hensikten er å gi en oversikt over mange gode tiltak og gi innspill til hvordan kollektivsystemet kan forbedres, hele tiden med tanke på at tiltakene skal gjøre det *enklere* for trafikantene å bruke tilbudet.

Trafikantinformasjon er første bud!

Trafikantinformasjon er et viktig område som vi har fokusert noe mer på enn de andre tiltakene. Grunnen til dette er at trafikantenes kunnskaper om tilbudet ofte er mangelfulle og at informasjon om tilbudet er en forutsetning for å kunne planlegge og gjennomføre en kollektivreise. Ofte er det enklere å benytte bilen som reisemåte i stedet for å skaffe seg informasjon om det tilbudet som finnes.

Dårlig trafikantinformasjon fører også til at det blir vanskelig å sette seg inn i tilbudet og orientere seg i systemet. Trafikantinformasjon er et av de aller viktigste tiltakene for å skape et enkelt kollektivtilbud. Informasjonen skal dekke alle krav trafikantene har til informasjon på alle deler av reisen. Trafikantinformasjon må derfor være enkel, lettfattelig, entydig, fullstendig og logisk. Den må dessuten *alltid* være riktig. Feil informasjon kan være verre enn ingen informasjon, og det kan skape mistillit til kollektivtransporten.

Eksempler på utviklingsprosjekter for kollektivtransport

Rapporten presenterer eksempler på enkelttiltak og pakker av tiltak som er gjennomført i en del større og mindre byer, samt i spredtbygde strøk både i Norge og i andre land. I gjennomgangen av disse eksemplene rettes søkelyset på effektene av tiltakene, både i forhold til kollektivandel og reisevaner og i forhold til tilfredshet med tilbudet blant kollektivtrafikantene. Prosjektene drøftes også i lys av hvorvidt de gjennomførte tiltakene har ført til et enklere tilbud.

Eksempler fra byer/byområder

Fra Skottland har vi valgt et eksempel fra Glasgow, hvor det har vært gjennomført en omfattende endring i busslinjenettet. Busslinjenettet er lagt opp etter samme prinsipper som et T-banenett (derav navnet "The

Overground”) med 18 linjer med høy frekvens, god framkommelighet og mange byttepunkter. Trafikantinformasjonen er også utformet for å gjøre det enklest mulig for trafikantene å sette seg inn i systemet. Dette har skapt et svært enkelt kollektivtilbud.

Fra Sverige har vi valgt å se på prosjekter gjennomført i Sundsvall, i Jönköping og i Göteborg. KomFort-prosjektet i Jönköping og MOPS-prosjektet i Sundsvall har karakter av tiltakspakker, hvor flere tiltak er gjennomført samtidig. Det samme gjelder prosjektet ”Hundvågpakken” i Hundvåg bydel i Stavanger.

I Göteborg gjennomførte man en endring av rutestrukturen, hvor alle rutene dannet en stjerne og der bussene møtes til omtrent samme tid i sentrum av stjernen, derav navnet ”*Stjärntrafiken*”. Det samme er gjennomført i Schaffhausen i Sveits, som har hatt en stor suksess med utviklingen av kollektivtilbudet de siste ti-årene. Utvikling av stjernenett for busstrafikken er et viktig tiltak i retning av å gjøre tilbudet enklere.

Vi har også presentert et prosjekt fra Drammen, som midt på 1990-tallet gjennomførte en større omlegging av rutenettet, med vekt på et bedre tilbud for de tunge strekningene.

De fleste av disse prosjektene er eksempler på *pakker av tiltak*, det vil si en sammensetning av ulike tiltak som sammen skal gi bedre effekt for kollektivbruken i området. Fellesfaktorer for disse prosjektene er omlegging av rutestrukturen, frekvensøkning, nye lavgulvbusser, forbedring av holdeplasser og leskur og satsing på informasjon og markedsføring. I tillegg har nesten alle prosjektene i større eller mindre grad satset på kollektiv-prioriterende tiltak.

Eksempler fra spredtbygde strøk

Kollektivtransportutvikling i spredtbygde strøk kan være vanskelig fordi etterspørselen etter kollektivtransport er svært lav på slike steder. Vi har valgt å presentere to eksempler som på ulike måter viser hvordan kollektivtilbudet på landsbygda kan utvikles i tråd med trafikantenes ønsker og på en måte som er kostnadseffektiv for kollektivselskaper og myndigheter.

Det ene prosjektet vi presenterer er gjennomført i noen spredtbygde kommuner i Vest-Agder, hvor det ble utviklet et nytt rutetilbud hvor alle rutene ble lagt opp som bestillingsruter. Flere av rutene var målrettede tilbud tilpasset ulike aktiviteter og arrangementer i området. De nye tilbudene var spesielt rettet mot ungdom og eldre.

Det andre prosjektet er et 5-årig prosjekt som har vært gjennomført i Ockelbo kommune i Sverige, som også er en av Sveriges aller minste kommuner. Her ble linjetrafikken, skoleskyssen og transportordningen for funk-

sjonshemmede samordnet til ett system (”*Kuxatrafiken*”) som har gitt alle trafikantene et bedre totaltilbud. Og det mest spesielle ved dette tilbudet er at alle kollektivreiser er gratis.

Strategier for et enklere kollektivtilbud

Denne rapporten viser både at det er en rekke barrierer og problemer som kan hindre folk i å reise mer kollektivt og at det er mange tiltak som kan bidra til å redusere disse barrierene. Hvilke barrierer som finnes og omfanget av dem kan variere sterkt avhengig av blant annet hvor stort sted/by det er eller av hvordan tilbudet er utformet. Dessuten vil ulike trafikantgrupper møte ulike problemer avhengig av blant annet alder og livsfase, hvor ofte de reiser, hvor godt de kjenner tilbudet osv.

Dette betyr at det ikke er én løsning på problemet, men mange ulike typer virkemidler og tiltak. Det vil i første rekke være snakk om å sette i gang en prosess for på lang sikt å utvikle et enklere kollektivtilbud. En slik prosess bør bygge på følgende hovedelementer:

- Kartlegge problemene lokalt
- Strategier for et enklere rutetilbud
- Strategier for et enklere takstsystem og billettering
- Markedskommunikasjon
- Regionalt samarbeid

Kartlegge problemene lokalt

Første ledd i en prosess for å utvikle et enklere kollektivtilbud må være å få oversikt over problemene lokalt. Man må kartlegge hvilke barrierer som finnes og hvor mange som berøres av ulike problemer. De viktigste metodene for dette formålet er:

- ”*Medreisestudier*” for å kartlegge de problemene brukerne møter underveis på reisen. Slike studier består av at man lar en ”observatør” følge både kjente og ukjente kollektivtrafikanter på en kollektivreise, mens han observerer og registrerer de problemene som oppstår underveis, hva trafikanten ikke forstår, hva som er vanskelig osv. Disse studiene kan også gi viktige synspunkter på uforming og forbedring av ulike produkter.
- ”*Brukertester*” hvor eksperter på ulike områder tester funksjonaliteten i kollektivsystemet
- *Funksjonsanalyse*, som er en systematisk måte å kartlegge, gjennomgå og vurdere samtlige krav og

ønsker som man stiller til produkter og informasjon innenfor kollektivsystemet.

- *Intervjuundersøkelser* både blant kollektivtrafikanter og i befolkningen generelt. Undersøkelsene kan gjennomføres som kvantitative spørreundersøkelser og/eller kvalitative intervjuer (dybdeintervjuer). Slike intervjuer kan også gjennomføres som fokusgruppeintervjuer, som går ut på at man samler en gruppe mennesker for å snakke om et tema.

Hovedpoenget er at en må få en klar oversikt over hvor problemene finnes og hva de består av for å kunne vite hvilke tiltak som er mest effektive.

Strategier for et enklere rutetilbud

En sentral strategi for å utvikle et enklere rutetilbud vil være å øke frekvensen slik at trafikantene ikke behøver å lære seg rutetabellene. Dette kan være et dyrt tiltak og må vurderes opp mot trafikkgrunnlaget i hvert enkelt område. Det er derfor like viktig å undersøke om det er mulig å gjennomføre en ruteeffektivisering med det formålet å øke frekvensen på sentrale strekninger. Dette kan gjennomføres ved blant annet:

- Stamlinjenett med supplerende småbusnett
- Stjernenett, dvs hvor alle linjer utgår fra ét punkt
- Knutepunkter og kollektivprioritering

Både stamlinjenett og stjernenett vil innebære økt bruk av bytte og ofte lengre gangavstand for mange trafikanter. Dette setter store krav til gode knutepunkter og til høy regularitet. Høy regularitet er svært viktig ved en rutestruktur som i stor grad er basert på at trafikantene må bytte fra en linje til en annen, for eksempel fra en ”matelinje” til en stamlinje. Høy regularitet kan oppnås gjennom større grad av kollektivprioritering og framkommelighetstiltak.

”Tenk sporvogn – men kjør buss” har vært et viktig prinsipp for flere utviklingsprosjekter for busstrafikken i mange byer. Dette betyr at en bør prøve å gi busslinjenettet de samme fordeler som sporvognssystemet, særlig i forhold til linjedragning og framkommelighet, frekvens og reisetid.

Strategier for et enklere takstsystem og billettering

Takst- og billetteringssystemet må utformes så enkelt som mulig sett fra trafikantenes perspektiv. Dette innebærer blant annet samordning mellom ulike transportører, slik at trafikantene ikke møter for mange ulike takst- og billettordninger. Viktige strategier i denne sammenhengen er å satse på:

- ”Enhetskort” lokalt og regionalt
- Enklere salg/billettering

Elektronisk billettering åpner mulighetene for at trafikantene kan bruke kun ett kort (enhetskort) for alle typer reiser, uavhengig av hvor ofte man reiser og hvor langt man reiser. Enhetskort, for eksempel verdikort eller regionkort bidrar til at trafikantene får en svært enkel betalingsform og slipper å sette seg inn i flere takst- og rabattordninger. Kollektivselskapene må også tilrettelegge for enklere salg og billettering. Målsettingen er at kollektivtrafikanter ikke skal streve for å skaffe seg billetter og rabattkort, men at dette skal skje så enkelt som mulig.

Markedskommunikasjon

Markedskommunikasjon er viktig for å oppnå et godt forhold til kundene. Dette begrepet bruker vi om flere faktorer som dreier seg om selskapets håndtering av og kommunikasjon overfor kundene:

- Trafikantinformasjon, som er den viktigste kommunikasjonsformen, bør ha høyeste prioritet
- Reisegarantier, for å synliggjøre kollektivselskapets forpliktelser overfor kundene
- Trygghet og service, f.eks gjennom vektere, nødtelefoner, serviceinnstilte sjåfører osv.
- Kundetilfredshetsmålinger, som er en metode for å kartlegge kundenes tilfredshet (og barrierer), samt danne grunnlag for forbedringer av tilbudet

Regionalt samarbeid

I dag er det et større antall selskaper som opererer innenfor en by eller en region, og trafikantene har et mer differensiert reisemønster enn tidligere. Det betyr at den enkelte trafikant møter flere trafikk-selskaper, med ulike systemer, ulik informasjon, ulike takst- og billetteringsordninger osv. Regionalt samarbeid innebærer derfor samarbeid om:

- Takster
- Rutetilbud og overgang
- Trafikantinformasjon

De ulike selskapene må med andre ord samordne innsatsen for å skape et *helhetlig* system som er mest mulig *enkelt, oversiktlig og tilgjengelig* for trafikantene.