

Region Hovedstaden

Lettere frem med kollektiv transport

REGION

En værktøjskasse
af tiltag for
at motivere
flere til at bruge
kollektiv trafik



Region Hovedstaden arbejder i en række sammenhænge for at fremme den kollektive trafik. Som led i denne indsats har regionen fået udarbejdet en værktøjskasse af tiltag, som skal få flere til at bruge kollektiv trafik. Denne folder giver en kort introduktion til initiativerne i værktøjskassen. Selve værktøjskassen findes på regionens hjemmeside under trafik: www.regionh.dk/menu/trafik.

Hvorfor skal hospitalerne promovere kollektiv trafik?

Trængslen på vejene er ikke kun et problem for samfundet. Det er et problem for os alle. Hospitaler er enheder med et meget stort transportvolumen pga. de mange ansattes, patienters og besøgendes transport. Den stigende centralisering og udbygning af hospitalerne, kombineret med stadig flere ambulante behandlinger, giver en stor stigning i antallet af ambulante besøg. Det fører til et endnu større pres på vejnettet og parkeringsarealerne. Specialiseringen betyder, at ambulante patienter i stigende grad skal på flere forskellige hospitaler. Og derfor har behov for relevant, målrettet og konkret information om hvordan de kommer frem til hospitalet.

Hospitalerne kan være med til at løse problemet

Det bliver mere og mere almindeligt at virksomheder, både offentlige og private, har politikker omkring sundhed og helse. Her kan transporten også spille en stor rolle. Skiftes bilen ud med cykel, kollektiv trafik eller en

kombination af disse, er det et dagligt input af motion. Sundere medarbejdere er gladere, har færre sygedage, og er mere produktive. Derfor har flere offentlige og private virksomheder en sundhedspolitik som fx en rygepolitik, motionsrum og andre sundhedstiltag.

Den brændende platform

Før man går i kast med værktøjskassens forslag er det vigtigt at gøre sig klart, hvilke områder man ønsker at tackle med indsatsen. Det sikrer, at kommunikationen til ansatte og patienter er klar. Det kan godt være en kombination af flere forskellige områder.

Eksempler på brændende platforme kan være:

- Trafikale forhold
- Udbygninger, der giver pres på hospitalets arealer
- HR og CSR
- Miljø

Værktøjskassens rum

Værktøjskassens fokus er på, hvordan man kan få flere til at bruge kollektiv trafik mere. Erfaringen viser, at pakker af tiltag gennemført sammen, eller i forlængelse af hinan-

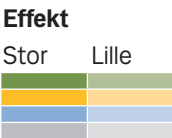
den, giver den største effekt. Også en større effekt end de enkelte tiltag hver for sig. Det skyldes at flere tiltag giver et større og mere vedvarende fokus.

Initiativerne i kassen er inddelt i fire overordnede indsatsområder:

Information & kampagner	God information om afgangstider får flere til at bruge kollektiv trafik. Det kan være generel information om afgangstider eller køreplaner tilpasset den enkelte. Kampagner skal være målrettede og præcise for at have effekt. Og skal helst gennemføres når der er nye tilbud.
Tilbud & rabatter	Tilbud og rabatter kan give brugere en god introduktion til kollektiv trafik. Forsøg med introrabatter har vist en høj grad af fastholdelse, også efter rabatperiodens ophør.
Adgang til kollektiv trafik	Det skal være let at finde frem til busstoppet og til/fra stationen. God skiltning og gode venteforhold er vigtige for brugerne af kollektiv trafik. Særlig i relation til rejser man ikke foretager dagligt – fx som patient til hospitalet – er det vigtigt at det er let at finde vej.
Tilpassede køreplaner	Tiltag som kun kommunen kan gennemføre. Når busruter eller køreplaner skal lægges om, skal det ske i samarbejde med de nabokommuner bussen også kører igennem.

Initiativer i værktøjskassen

Oversigten viser de enkelte tiltag i de fire grupper, hvilke målgrupper initiativet er rettet imod, og størrelsen af den forventede effekt gennemførelse af initiativet giver.



	Ansatte	Ambulante patienter	Besøgende
Information & kanpagner			
Infotavler med oplysning om næste afgang			
Måltrettet information om kollektiv trafik			
Personificeret information og køreplaner			
Kampagner for kollektiv trafik			
Events om sunde transportvaner			
Tilbud og rabatter			
Erhvervskort, en bruttoskatordning			
Introrabatter til kollektiv trafik			
Kombination med cykel			
Adgang til kollektiv trafik			
Skiltning til stoppested eller station			
Count-down-moduler			
Venteforhold ved bus og station			
Placering af stoppesteder			
Tilpassede køreplaner			
Optimering af busruter			
Tilpassede afgang			
Er der brug for nye linjer			
Kortere rejsetid med bus			
Særlig pendlerbus			

Værktøjskassens opbygning

De enkelte initiativer i værktøjskassen er beskrevet efter en fast skabelon:

Beskrivelse: En kort introduktion til initiativet.

Hvordan gennemføres det: En praktisk vejledning til, hvilke informationer og processer der skal til for at for gennemføre initiativet.

Trafikale effekter: Giver skøn over hvor mange flere passagerer i den kollektive trafik et tiltag giver. Det er meget vanskeligt præcist at estimere effekten af initiativerne, og usikkerheden er stor.

Økonomi: Økonomien er opgjort som de direkte omkostninger ved at gennemføre initiativer, og omfatter ikke besparelser som følge af mindre vejslid, mindre trængsel eller lignede. Informationerne om omkostninger er hentet fra mange forskellige kilder og særligt Movia har været meget behjælpelig.

Kilder & yderligere information: Giver link eller henvisninger til hvor der kan findes mere information.

Tilbud & rabatter24

Introrabatter til kollektiv trafik

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte	
Ambulante patienter	
Besøgende	

Beskrivelse

Introrabatter giver ikke i sig selv betydeligt flere kollektiv brugere. Men kombineret med kampagner for andre nye initiativer – som f.eks. flere afgange, opgraderede stoppestedfaciliteter, tilbud om erhvervs-kort til medarbejdere og lignende, kan en introrabat virke som en løftestang for at få flere til at prøve det kollektive tilbud. Erfaringer viser en høj andel af fastholdelse – også efter rabatperiodens udløb.

Introrabatterne kan f.eks. gives til en gruppe af bilister, mod at de forpligter sig til at bruge kollektiv trafik og f.eks. skrive om deres erfaringer i personalebladet. Eller introrabatten kan gives til nyansatte, der erfaringsmæssigt er lettere at få lokket til at prøve den kollektive trafik.

Hvordan gennemføres det

Trafikselskaberne har den fulde takstkompetence, og egentlige takstreduktioner kan derfor kun gennemføres i samarbejde med dem. Alternativt kan hospitalet tilbyde at sponsorere et antal pendingsture med kollektiv trafik.

Trafikale effekter

Prisreduktioner øger erfaringsmæssigt passagertallet med 0,4% per 1% reduktion af prisen. Så en rabat på knap 30% som i eksemplet med mobilippekortet, kan give omkring 11% flere passagerer. Denne effekt opnås dog ikke over night, så den effekt når man ikke på en måned. Hertil kommer at en del af de nye brugere, og

ekstra rejser som er affaldt af introrabatten vil forsvinde med rabatperiodens udløb.

Andre effekter

Synliggør hvordan den kollektive trafik fungerer til hospitalet. Det kan eksempelvis gøres gennem artikler i personalebladet, som reklame for rabatten.

Økonomi

Introrabatten vil i kampagneperioden være forbundet med en meromkostning per passager, men overflytningen fra andre transportmidler vil på sigt betyde en øget indtægt fra billetsalg.

25Tilbud & rabatter

Introrabat på mobilippekort

I sommeren 2011 kørte der en introduktionskampagne for mobilippekortet. Takstfællesskabet i hovedstadsområdet solgte i juli måned mobilippekort til 100 kr. mod normalt 140 kr. Forsøget blev evalueret i august samme år.

Det fremgår af evalueringen, at 17% af respondenterne rejser oftere pga. tilbudet. Der er tale om en kvalitativ undersøgelse og den valgte spørgsmålsformulering, medvirker formentlig til at tegne et mere positivt billede af virkeligheden. Men ser man bort fra hvor mange ture respondenterne angiver at de kaner ekstra står tilbage, at en betydelig andel rejser mere end før kampagnen med introduktionsrabat på mobilippekortet.

Svarfordeling på spørgsmålet "Har mobilippekortet fået dig til at rejse oftere med kollektiv transport end du plejer?" (488 svar).

Svaralternativ	Procent
1 til 2 antal ekstra ture ugentligt	8%
3 til 4 antal ekstra ture ugentligt	6%
5+ antal ekstra ture ugentligt	3%
Nej, mobilippekortet har ikke fået mig til at rejse ekstra	69%
Ved ikke	13%

Evalueringen er gennemført umiddelbart efter rabatperiodens udløb, så der kan ikke evalueres på længsids-effekterne af rabatten, men knap 50% af respondenterne er blevet mere positivt indstillet overfor at benytte kollektiv trafik end før kampagnen. 8% af de som har rejst med mobilippekortet er nye brugere, forstået på den måde at de ikke ville have foretaget deres rejse med kollektiv trafik, hvis ikke de havde haft mobilippekortet.

Kilde: Movia



Den gode forberedelse

Før man går i gang med værktøjskassens initiativer skal man have en organisation på plads, der kan løfte opgaven. Og det kan være en god idé at samle viden om hvordan og hvorfor den kollektive trafik bliver brugt i dag.

Spørg kollegaer og patienter!

Det kan være godt at vide mere om **hvorfor** ansatte og ambulante patienter transporterer sig som de gør. Det kan man kun finde ud af ved at spørge dem. Til de ansatte kan man lave en række spørgsmål, hvor man spørger til hvor tilfredse de er med den kollektive trafik, og hvad der skulle til for at de ville bruge den mere. Denne viden er god at have for at kunne målrette hvilke initiativer man skal starte med.

Et postkort med spørgsmål til ambulante patienter er en effektiv metode til at indsamle viden om patienternes transportadfærd. Kortet kan udleveres når de kommer til behandling og samles op ved receptionen. Svarprocenten er typisk ganske høj, da spørgeskortet udfyldes i ventetiden, og afleveres tilbage med det samme.

Servicecheck af bus og tog

Et godt overblik over hvilke busruter der er, hvor mange afgange der er, om der er plads i bussen og busserne kører der, hvor behovet er, er en god start. Her kan kommunen være en god medspiller.

Serviceeftersynet af den kollektive betjening kan omfatte:

- Plads i bus og tog i myldretiderne. Kan alle komme med bussen, eller er der behov for supplerings?
- Busser udenfor myldretiderne. Matcher de møde- og sluttider for de ansatte, som har aften og weekendarbejde? Er de tilpasset ambulante patienter i dagtimerne, og besøgende aften og weekend?
- Kan alle komme frem. Ud fra viden om ansattes og patienters bopæl kan det tjekkes, om det er de rigtige relationer der betjenes, eller der er muligheder for kortere rejsetid og færre skift ved at justere på busruterne.

Samarbejdspartnere

Internt på hospitalet bør indsatsen være forankret i ledelsen. Der ud over vil det kræve ressourcer fra f.eks. HR, kommunikation, administration, logistik, CSR, klima og facility management. En god dialog og kontakt med fagpersonalet sikrer opbakning og gode kanaler som informationen kan spredes gennem.

En succesfuld gennemførsel af en del af tiltagene kræver en højere grad af involvering af interne ressourcer og afdelinger end andre. Disse er angivet i den første kolonne nedenfor. Praktisk talt alle initiativerne fordrer i større eller mindre grad samarbejde med trafikseksakterne og kommunen.

	Internt	Trafikselskaber	Kommunen
Information & kanpagner			
Infotavler med oplysning om næste afgang		X	
Målrettet information om kollektiv trafik		X	X
Personificeret information og køreplaner	X	X	
Kampagner for kollektiv trafik	X	X	
Events om sunde transportvaner	X	X	
Tilbud og rabatter			
Erhvervskort, en bruttoskat ordning	X		
Introrabatter til kollektiv trafik	X	X	
Kombination med cykel	X	X	
Adgang til kollektiv trafik			
Skiltning til stoppested eller station	X	X	X
Count-down-moduler		X	X
Venteforhold ved bus og station		X	X
Placering af stoppesteder		X	X
Tilpassede køreplaner			
Optimering af busruter		X	X
Tilpassede afgang		X	X
Er der brug for nye linjer		X	X
Kortere rejsetid med bus		X	X
Særlig pendlerbus		X	X



Region Hovedstaden

Koncern Regional Udvikling

Kongens Vænge 2

3400 Hillerød

Telefonr: 3866 5500

Mail: regionaludvikling@regionh.dk

Ordrenr: 17486

Grafisk design: RegionH Design

Foto: Colourbox



Lettere frem med kollektiv transport er en samling af initiativer, som alle kan hjælpe med at få flere passagerer i den kollektive transport. Hæftet er en forkortet udgave med hovedpointerne af den fulde rapport "Lettere frem med kollektiv transport – til hospitaler og store erhvervsområder".

Værktøjskassen er målrettet hospitaler, men kan også bruges af virksomheder, erhvervsområder, uddannelsesinstitutioner og andre større enheder, der vil arbejde med at få flere til at lade bilen stå og bruge kollektiv trafik, også i kombination med cykel.

Værktøjskassen er udarbejdet af konsulentvirksomheden Tetraplan i samarbejde med Trafikselskabet Movia.

Den samlede værktøjskasse findes på Region Hovedstadens hjemmeside under trafik: www.regionh.dk/menu/trafik

Baggrunden for værktøjskassen er en række tiltag Region Hovedstaden har taget for at støtte hospitaler, virksomheder og kommuner i klima- og sundhedsarbejdet. Værktøjskassen er en konkretisering af et større udredningsarbejde "Let at komme rundt" som Region Hovedstaden har sat i gang i 2012 og 2013.