

**Lettere
frem med
kollektiv
transport**



Til hospitaler
og store
erhvervsområder

Dato: 26.03.2013
Notatnummer: 02
Rev: 1
Udarbejdet af: AE/SFJ
Kontrolleret / godkendt: AG/
Filnavn: S:\2084121.Let at komme rundt 2\Dokumenter\2. Værktøjskasse\2084121_02.01.01 Mobility Management
Værktøjskassen.docx

Indholdsfortegnelse

Flere ture til hospitalet med kollektiv trafik	2
Værktøjskassens rum	4
Information & kampagner.....	7
Infotavler med oplysning om næste afgang.....	8
Måltrettet information om kollektiv trafik	10
Personificeret information og køreplaner.....	12
Kampagner for kollektiv trafik.....	14
Events om sunde transportvaner.....	16
Tilbud & rabatter	19
Erhvervskort, en bruttoskat ordning.....	20
Introrabatter til kollektiv trafik.....	22
Kombination med cykel.....	24
Adgang til kollektiv trafik.....	27
Skiltning til stoppested eller station.....	28
Venteforhold ved bus og station	32
Placering af stoppesteder	34
Tilpassede køreplaner	35
Optimering af busruter.....	36
Tilpassede afgang	38
Er der brug for nye linjer.....	40
Kortere rejsetid med bus.....	42
Særlig pendlerbus	44
Målgrupper og behov	47
Ansatte	50
Patienter.....	51
Besøgende	52

Flere ture til hospitalet med kollektiv trafik

Værktøjskassen indeholder en række initiativer som hospitaler og andre store enheder, sammen med kommuner, trafikselskaber og andre parter, kan anvende til at gøre det mere attraktivt for ansatte, ambulante patienter og pårørende at bruge kollektiv trafik til hospitalet frem for privat bil.

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, samt patienters og besøgendes transport. Med den stigende centralisering og udbygning af hospitalerne følger også en stor stigning i antallet af ambulante besøg. Det vil medføre 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.

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.

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 alle offentlige virksomheder, og mange private, en sundhedspolitik som f.eks. en rygepolitik, motionsrum og andre sundhedsarrangementer.

Den brændende platform

Før man går i kast med værktøjskassens forslag er det vigtigt at gøre sig klart, hvilke emneområder 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 grunde.

Eksempler på brændende platforme kan være:

Trafikale forhold:

- Den daglige kamp om parkeringspladserne: Ambulante patienter der kommer for sent til aftaler, fordi de bruger meget tid på at lede efter parkering
- Alt for stort pres på vejene for at komme væk fra hospitalet når arbejdsdagen er slut.
- Lange transporttider til/fra arbejde, fordi der er kø og trængsel på vejene.

Pres på hospitalets arealer pga. udbygning:

- Store omkostninger til P-huse, fordi eksisterende P-pladser bebygges.
- Flere patientbehandlinger og flere biler som følge af udbygningen.

HR og CSR:

- Tiltrække og fastholde ansatte.
- Profilere sig som en god arbejdsplads.
- Sundere medarbejdere, med færre sygedage.

Miljø:

- Færre bilture kan give positive resultater i miljøregnskabet.

Organisering af indsatsen

At ændre ansatte og ambulante patienters transportvaner kræver en samlet indsats. Nogle af initiativerne kan hospitalerne selv sætte i værk. Men mange af initiativerne kræver et godt samarbejde og samspil med kommunen, trafikselskaberne og måske helt andre parter uden for hospitalet. Internt på hospitalet bør indsatsen være forankret i ledelsen. Og vil 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.

Baggrunden for værktøjskassen

Værktøjskassen er et element i en række tiltag Region Hovedstaden tager for at støtte hospitaler, virksomheder og kommuner i klima- og sundhedsarbejdet. Værktøjskassen her, er en konkretisering af et større udredningsarbejde "Let at komme rundt" som Region Hovedstaden har sat i gang i 2012 og 13.

Værktøjskassen skal være et levende dokument, der med tiden vil blive udvidet, opdateret og suppleret, når hospitalerne får konkrete erfaringer og succeser med at "nudge" hospitalets brugere til at bruge den kollektive trafik oftere.

Nudging

Nudging er et lille blidt skub. Et effektivt nudge er sammensat af flere forskellige elementer som f.eks.: Information, sociale normer, konkurrencer og kollegaer som budbringere. Det kræver selvfølgelig at produktet (den kollektive trafik) er god, for at et nudge virker.

Værktøjskassens rum

Fokus i denne værktøjskasse er på, hvordan man kan få flere til at bruge kollektiv trafik mere. Der er mange måder at gå til opgaven på. Man kan teste et par af initiativerne. Eller lave en samlet plan, hvor man kommer læn- gere omkring i mulighederne. Erfaringen vi- ser, at pakker af tiltag gennemført sammen, eller i forlængelse af hinanden, giver den største effekt. Også en større effekt end de enkelte tiltag hver for sig. Det skyldes selv- følgelig at flere tiltag giver et større og mere vedvarende fokus.

Initiativerne i kassen er inddelt i fire overord- nede indsatsområder

Initiativerne kan sammensættes på kryds og tværs, alt efter hvad der skønnes at ville have den største effekt, eller bedst ramme beho- vet.

Når flere initiativer sættes i gang samtidig

De trafikale effekter af de enkelte initiativer kan ikke umiddelbart lægges sammen: Det vil give et urealistisk billede. Den samme biltur kan jo ikke flyttes til kollektiv trafik flere gan- ge. Derfor skal man være varsom når man skønner effekterne af at kombinere initiativer. Samtidig ved man, at pakker af initiativer har større effekt fordi de komplementerer hinan- den. Mange små skridt giver et stort spring.

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 væ- re en god idé at samle viden om hvordan og hvorfor den kollektive trafik bliver brugt i dag.

Information & kampagner	Tilbud & rabatter	Adgang til kollektiv trafik	Tilpassede køreplaner
God information om afgangstider får flere til at bruge kollektiv trafik. Det kan være generel information om afgangstider, eller køreplaner tilpasset den enkelte. Kam- pagner skal være målrettede og præ- cise for at have effekt. Og skal helst gennemføres når der er nye til- bud.	Tilbud og rabatter kan give nye bru- gere en god intro- duktion til kollektiv trafik. Mange ken- der nemlig ikke deres kollektive muligheder.	Det skal være let at finde frem til bus- stoppet og til/fra stationen. God skiltning og gode venteforhold er vigtige for brugerne af kollektiv trafik.	Tiltag som kun kommunen kan gennemføre. Når busruter eller køre- planer skal lægges om, skal det ske i samarbejde med de nabokommuner bussen også kører igennem.

Analyser af transporten til hovedstadsområdets hospitaler

Region Hovedstaden har fået lavet en række analyser af den kollektive betjening af hospitalerne. Herfra er der basisoplysninger om **hvor mange** der i dag bruger kollektiv trafik til hovedstadsregionens hospitaler, og hvor stort potentialet er for, at flere kan bruge kollektiv trafik. Sidst i værktøjskassen findes uddrag af analyserne. Mere information kan også findes i rapporterne "Let at komme rundt" (Tetraplan for Region Hovedstaden, 2012) bilaget til *Tilgængelighed til de 11 hospitaler*, har særligt fokus på hospitalerne.

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 et survey der sendes ud på intranettet, hvor man spørger til hvor tilfredse de er med den kollektive trafik, og hvad der skulle til for at de ville bruge den mere. Man kan også nøjes med at spørge én afdeling eller et udvalg af de ansatte. Men denne viden er god at have for at kunne målrette hvilke initiativer man skal tage i anvendelse.

Et postkort med spørgsmål til ambulante patienter kan også være nyttigt. Kortet kan udleveres når de kommer til behandling og samles op ved receptionen.

Servicecheck af bus og tog

Kommunen har det primære ansvar for busbetjeningen. Et godt overblik over hvilke busruter der er, hvor mange afgang 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.

Et serviceeftersyn af den kollektive betjening kan omfatte:

- *Plads i bus og tog i myldretiderne.* Kan alle komme med bussen, eller er der basis for supplerende - evt. i form af en direkte shuttle bus?
- *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 ansatte 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.
- De enkelte virkemidler, hvilke målgrupper de kan påvirke og en overordnet indikator af hvilken trafikal effekt man kan forvente, er listet her.

Effekt af initiativer

Oversigten på næste side viser hvilke initiativer, som virker på hvilke målgrupper, og størrelsen af den forventelige overflytningseffekt.

Effekt	Stor		Lille	
	Ansatte	Ambulante patienter	Besøgende	Side
Information & kampagner				7
Infotavler med oplysning om næste				8
Målrettet information om kollektiv trafik				10
Personificeret information og køreplaner				12
Kampagner for kollektiv trafik				14
Events om sunde transportvaner				16
Tilbud & rabatter				19
Erhvervskort, en bruttoskat ordning				20
Introrabatter til kollektiv trafik				22
Kombination med cykel				24
Adgang til kollektiv trafik				27
Skiltning til stoppested eller station				28
Count down-moduler				30
Venteforhold ved bus og station				32
Placering af stoppesteder				34
Tilpassede køreplaner				35
Optimering af busruter				36
Tilpassede afgang				38
Er der brug for nye linjer				40
Kortere rejsetid med bus				42
Særlig pendlerbus				44

Opbygningen af værktøjskassen

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

Beskrivelse: En kort introduktion til initiativet.

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

Trafikale effekter: Giver skøn over hvor mange flere passagerer 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.

Information & kampagner

Hvis det er let at få information om afgangstider vil flere 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.

Information & kampagner.....	7
Infotavler med oplysning om næste afgang	8
Målrettet information om kollektiv trafik	10
Personificeret information og køreplaner.....	12
Kampagner for kollektiv trafik.....	14
Events om sunde transportvaner	16

Infotavler med oplysning om næste afgang

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Informationsskærme med afgangstider for den kollektive trafik giver et hurtigt overblik over, hvordan og hvornår man kan komme hjem med kollektiv trafik. I forbindelse med de digitale tavler oplyses om gangtid til stoppestedet for at synliggøre om det er realistisk at nå den næste afgang. Infotavlerne opsættes ved (hoved)indgang(e).

Infoskærmene henvender sig primært til patienter og besøgende. Skilte ved afdelingernes modtageskranker "se afgangstid for din næste bus og tog ved hovedindgangen" kan være med til at skabe opmærksomhed omkring infotavlerne.

Hvordan gennemføres det

Movia tilbyder at etablere en hjemmeside med informationerne om afgangstiderne, der er sat op til formålet. Beslut hvilke stoppesteder eller stationer, der skal vises afgangstider fra. Og hvilke andre trafikinformationer der skal være på skærmen. Gå i dialog med Movia om design og indhold. Når hjemmesiden er sat op, skal leverandøren have hjemmesideadressen (URL), så skærmvisningen kan blive sat korrekt op.

Alle kommuner er tilknyttet en kontaktperson i Movia, der kan hjælpe med henvisninger til professionelle leverandører af elektroniske skærme. Leverandørerne kan levere skærm, PC, modem og kabinet og evt. hjælpe med opsætningen, strømtilførsel og internetforbindelse. Indgå eventuelt en ser-

vice- og vedligeholdelsesaftale med leverandøren.

Trafikale effekter

Undersøgelser fra Movia viser, at hver 10. kunde bruger kollektiv trafik oftere, hvis de får et hurtigt overblik over afgangstider på deres rejse. Erfaringer med opsætning af tilsvarende realtidsinformation ved busknode punkter peger på en passagereffekt på 1%.

Økonomi

En info skærm koster i følge oplysninger fra Movia omkring 39.000 kr. ekskl. moms for en 40" infoskærm til indendørs brug. Og omkring 46.000 kr. ekskl. moms for en tilsvarende skærm der kan hænge udendørs.

Fakta om digital trafikinformation

Skærmens visning kan målrettes det konkrete behov og kan indeholde forskellige trafikarter (bus, tog og Metro). Og kan f.eks. vise

- Afgangstiderne fra ét eller flere stoppesteder
- Afgangstider i realtid, altså bussens faktiske ankomsttidspunkt hvis ruten er koblet til realtid. Ellers vil det være køreplansoplysninger (faste afgangstidspunkter)
- Online informationer om større ændringer i bus- og togdriften

Adgang via smartphone

Den information som vises på infoskærmen stammer fra en dedikeret hjemmeside, som Movia opretter med de aktuelle afgange fra det/de specifikke stoppested(er).

Ved hjælp af QR-koder der linker op til samme hjemmeside, vil ambulante patienter og pårørende, som er i besiddelse af en smartphone kunne orientere sig om afgangstider direkte fra venteværelset.



	STOPPESTED	MOD	MIN.
500S	Glostrup Hospital	Ørestad st.	18
	Glostrup Hospital	Ørestad st.	36
300S	Glostrup Hospital	Isbjerg st.	1
	Glostrup Hospital	Isbjerg st.	13
	Glostrup Hospital	Isbjerg st.	22
149	Glostrup Hospital	Albertslund st.	2
	Glostrup Hospital	Albertslund st.	20
	Glostrup Hospital	Albertslund st.	40

Kilder & yderligere information

http://ekstranet.moviatrafik.dk/KommuneWeb/Produktblade/Produktblad_Trafikinformation_2_FINAL.pdf

Målrettet information om kollektiv trafik

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Alle hospitaler har på deres hjemmesider information, der kan hjælpe ambulante patienter og besøgende med at planlægge turen til hospitalet. God information om mulighederne for at bruge kollektiv trafik er at vise: Busruter og tog der betjener hospitalet, antal busser per time, hvor stoppestederne er og gangafstanden derfra. Hvis der er flere stoppesteder, er det en god idé at informere om, hvilket stop man skal bruge afhængig af hvilken afdeling man skal til. Også et link til Rejseplanen.dk, hvor brugerne kan lave sig en personlig køreplan der passer til netop det tidspunkt de skal møde på hospitalet, og direkte link til køreplaner for relevante busser og tog er god service. Det kan også være relevant at beskrive (og have kort over) de sikre og gode cykelforbindelser til hospitalet, f.eks. fra nærmeste station.

En anden mulighed er, at lave en informationsfolder om bus- og togbetjeningen af hospitalet. Folderen kan ligge på hjemmesiden, på afdelingerne og ved hovedreceptionen og evt. sendes med patientindkaldelserne.

Også blandt de ansatte vil der være et overflytningspotentiale, da – særligt de, som kører i bil i dag – formentlig ikke er opdateret om omfanget og kvaliteten af det eksisterende kollektive tilbud.

..

Hvordan gennemføres det

Hjemmesiden: Beslut hvilke informationer om kollektiv trafik der skal på hjemmesiden, og hvordan den skal implementeres. Hospitalets kommunikationsafdeling er ansvarlig for informationen på hjemmesiden og kan måske implementere løsningen. Kommunen og trafikselskabet kan hjælpe med informationer om antallet af afgang, placering af stoppesteder og stiforbindelser. Link til køreplanen findes på trafikselskabernes hjemmesider.

Folderen: Beslut hvilke informationer der skal i pjecen. Informationen kan efter behov tilpasses målgruppen (ansatte hhv. ambulante patienter og besøgende) Det vil i store træk være de samme informationer som på hjemmesiden. Husk at ligge et link til folderen på hjemmesiden til selvprint. Måske kommunikationsafdelingen kan layoute folderen. Ellers må der købes bistand udefra.

Trafikselskabet og/eller kommunen kan have en interesse i at der informeres om mulighederne for at bruge kollektiv trafik. Og kan bidrage enten med informationen om afgang, kortgrundlag og kvalitetscheck af information eller stå for layout af pjecen.

Trafikale effekter

Målrettet information om mulighederne for at rejse med kollektiv trafik til og fra det specifikke mål – det være sig hospitalet, eller et større erhvervsområde – giver ansatte, ambulante patienter og besøgende det fulde overblik over mulighederne i det kollektive trafiktilbud.

Den målrettede information vil give en pas-sagervækst på 1% blandt de som modtager materialet. Stiles materialet til alle ansatte

og ambulante patienter på hovedstadsregionens hospitaler, vil det overflytte ca. 400 daglige ture til den kollektive trafik.

Økonomi

Information om busser, busafgange mv. på hjemmesiden vil oftest kunne laves af hospitalets kommunikationsafdeling på kort tid. Det er vigtigt, at der er rutiner for opdatering af informationerne, når busplanen skifter eller der kommer nye tilbud til.

Layout af en folder med information om busruter og afgange koster omkring 20.-25.000 kr. inkl. opsætning af ruter på kort og evt. slogans, hvis den skal laves ude af huset. Hertil kommer trykning af folderen, der skønsmæssigt koster mellem 0,5-1 kr./stk. inkl. moms, afhængig af hvor mange der trykkes.

Kilde: Movia

Velkommen i bussen

Det er let og hurtigt at tage bus og tog, når du arbejder i Laurrupgaard. Få buslinjer kører til området, og der er ikke langt til Malmøgård station, så det er nemt at komme til.

Find dit stoppested

Hurtige gange til bussen

Lad bilen stå og ta' busen til Laurrupgaard

Spar penge på transporten

Skaber du offentlig transport til og fra arbejdspladsen og har under 20 år, kan du få en rabat på bus og tog. Det betyder, at du kan spare penge på transporten. Det er nemt at få, og det betyder, at du kan spare penge på transporten. Det er nemt at få, og det betyder, at du kan spare penge på transporten.

Vi er tæt på dig og kører i pendulfart

Gode bus- og togforbindelser til og fra Laurrupgaard

100

200

300

400

500

600

700

800

900

1000

1100

1200

1300

1400

1500

1600

1700

1800

1900

2000

2100

2200

2300

2400

2500

2600

2700

2800

2900

3000

3100

3200

3300

3400

3500

3600

3700

3800

3900

4000

4100

4200

4300

4400

4500

4600

4700

4800

4900

5000

5100

5200

5300

5400

5500

5600

5700

5800

5900

6000

6100

6200

6300

6400

6500

6600

6700

6800

6900

7000

7100

7200

7300

7400

7500

7600

7700

7800

7900

8000

8100

8200

8300

8400

8500

8600

8700

8800

8900

9000

9100

9200

9300

9400

9500

9600

9700

9800

9900

10000

Personificeret information og køreplaner

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Nyansatte og ambulante patienter, der skal til hospitalet for første gang kan være usikre på, hvordan de nemmest kommer frem. Erfaringer viser, at mennesker er mest modtagelige overfor at ændre vaner, når de står i en skiftesituation: Første gang man skal et nyt sted hen, eller når man har fået nyt job. Så er det nemmere at skifte vaner og prøve det offentlige tilbud, end når man først har sat sig ind i bilen.

En personificeret køreplan fra dør-til-dør, der passer med mødetider, vil opleves som mere relevant end general information. Den personlige rejseplan laves gennem opslag på rejseplanen.dk.

Movia har, sammen med busoperatørerne, lavet arrangementer på en række hospitaler og større arbejdspladser, hvor de har tilbudt personlige rejseplaner og skøn over udgifter til transport med kollektiv trafik hhv. privatbil til og fra arbejde. Se beskrivelsen af arrangementet i boksen *Få din del af kagen – pendlertjek på virksomheder*. Under initiativet *Events om sunde transportvaner*.

Hvordan gennemføres det

Ansatte: Med kontrakten/velkomstbrevet fra hospitalet kan nyansatte modtage et personificeret opslag fra Rejseplanen "Sådan kommer du på arbejde med kollektiv transport". Rejseplanen skal være fra dør-til dør

og passe med fremtidige mødetider. Informationen kan kombineres med oplysninger om cykelruter fra stationer, eventuelle pendlercykel eller andre cykeltiltag på hospitalet som kan kombineres med den kollektive trafik.

Ambulante patienter: De ambulante patienter kan få rejseplanen med som en del af indkaldelsesbrevet. Herlev Hospital har kørt et forsøg i 2012 med personlig rejsevejledning med kollektiv trafik for patienter til én afdeling (se mere i eksemplet). Forsøget er ikke endeligt evalueret endnu (forår 2013), og der er ikke taget stilling til om det skal breddes ud til flere afdelinger og hospitaler.

Trafikale effekter

Rejseinformation målrettet den enkeltes faktiske behov er et ganske nyt koncept, og der er ingen erfaringer med effekten, men den må forventes at være højere end for adgangen til mere generaliseret information som mulighed for selv at foretage et opslag på Rejseplanen, eller kigge i en køreplan. Overflytningspotentialet må således forventes at være højere end 1%.

Økonomi

Der er pt. ikke udviklet systemer til automatiske opslag på rejseplanen.dk der enkelt kan kobles til mødeindkaldelser til ambulante patienter.

Rejseplanerne for nyansatte kan genereres ved at indtaste bopæl og mødetider på rejseplanen.dk. Flere hospitalsansatte har skiftende arbejdstider, men blot rejseplaner til introforløbet kan være det der skal til, for

at nyansatte får øje på mulighederne for at bruge kollektiv trafik.

Partnere/leverandører

Rejseplaner for nyansatte kan sendes med som en del af velkomstpakken.

Movia og trafikoperatørerne kan være medspillere i at gennemføre arrangementer hvor medarbejdere kan få transportrådgivning i frokostpausen.

Fra hjemmedøren til ambulatoriedøren

På Herlev hospital har man på en enkelt afdeling testet at sende personlige rejseplaner ud med patientindkaldelserne. Filosofien var at vise hele turen fra hjemmedøren til ambulatoriedøren. Forsøget kørte et par måneder, og der er endnu ikke taget stilling til om det skal genoptages og breddes ud til flere afdelinger.

De foreløbige erfaringer viser, at særligt de, der kommer til hospitalet i bil, var meget positive over for informationen og følte sig både hørt og taget hånd om. Men at informationen i sig selv ikke har fået dem til at skifte bilen ud med kollektiv trafik. De patienter der allerede bruger kollektiv trafik, fandt informationen positiv, men har i forvejen godt styr på mulighederne for rejseplanopslag. Patienter der kommer til hospitalet med kollektiv trafik påtaler imidlertid at de er usikre på hvordan de kommer fra stoppestedet til hospitalet: Kommer jeg af ved det rigtige stop? Hvordan finder jeg vej fra stoppestedet til den rette indgang, osv.? Her vil hospitalet sammen med Movia og kommunen arbejde på bedre information i bussen og bedre skiltning.

Kilde: Herlev Hospital

Find vej på hospitalet

Benyt en af de 'Find vej'-standere, der står ved udvalgte indgange på hospitalet. Her kan du enten scanne strekkoden eller selv indtaste dit mødested. Scanneren er placeret under tastaturet i højre side.



Sådan gør du:

- Hold strekkoden hen til scanneren
- Afvent bip-lyd
- Se herefter din vej på skærmen
- Print eventuelt kortet og beskrivelsen ud

Din rejse til Herlev Hospital

Bil: Hvis du kommer i bil, bør du afsætte tid til at finde parkeringsplads. Læs mere om parkering på www.herlevhospital.dk
 Bus og tog: Nedenfor finder du et forslag til en rejseplan.
 Ønsker du en anden rejseplan, kan du danne en ny på www.rejseplanen.dk

REJSEPLAN

Her er et forslag til en rejseplan, hvis du vil benytte offentlig transport til hospitalet

d. 10.10.12

Afg. 07:21 Søborg Hovedgade 200, 2860 Søborg, Gladsaxe
 Ank. 07:45 Herlev Ringvej 2730 Herlev, Herlev

TIL FODS

Varighed: 7 min. (Afstand: ca. 0,5 km)

Afg: Søborg Hovedgade 200, 2860 Søborg, Gladsaxe
 Kl.: 07:21 Dato: 10.10.12

Ank: Buddinge Torv/Buddingevej
 Kl.: 07:28 Dato: 10.10.12

BUS 300S

Retning: Ishøj st. (bus)

Eksempel på personificeret køreplan for patienter til Herlev hospital.

Kampagner for kollektiv trafik

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Kampagner der skal tiltrække flere passagerer til den kollektive transport, skal have et klart budskab for at have effekt. Kampagnen har størst effekt, hvis den kombineres med et eller flere af de øvrige initiativer i værktøjsskassen. Eller laves i sammenhæng med nye kollektive tilbud som omlægning af en busrute, ny forbedret køreplan, nye stoppested eller lignende. En målrettet kampagne om et nyt tilbud forstærker effekten af tilbuddet, og giver altså det nye tilbud større gennemslagskraft end hvis kendskabet blot spredes fra mund til mund.

Kampagner eller tilbud målrettet bilister (og andre), der sjældent bruger den kollektive transport har erfaringsmæssigt god effekt. Denne gruppe har nemlig ofte en forestilling om den kollektive rejse, der ikke svarer til det de oplever, når de prøver produktet. Se også under redskabet "Introrabatter til kollektiv trafik".

Hvordan gennemføres det

Afhængigt af hvem man ønsker at nå, kan informationen udbredes via interne nyhedsbreve, opslag på afdelinger, i venteværelser eller på de steder hvor der i øvrigt informeres om afgangstider og stoppesteder i forhallen og på hjemmesider. Kampagnen planlægges i samarbejde med Movia og evt. et reklamebureau.

Trafikale effekter

Det er vanskeligt at skønne effekten af en kampagne. I rapporten "Flere buspassagerer – hvad skal der til?" (Tetraplan 2011) blev det skønnet, at øget brug af kampagner kan give op til 4% flere passagerer i den kollektive trafik. *Testresenärs*-projektet i Sverige, en målrettet kampagne rettet mod pendlerne, fik et antal pendlere et gratis måneds-kort til den kollektiv trafik mod at love at bruge bus/tog til alle arbejdsrelaterede rejser. Her skiftede 40% af bilisterne til kollektiv trafik.

Øvrige gevinster

Kampagner kan, hvis de fanger brugerne, skabe større opmærksomhed om mulighederne for at bruge kollektiv trafik. Midttrafik lavede i efteråret 2012 en Youtube reklame for deres busser, der gav en masse positiv omtale af bussen, særligt blandt unge. Det er dog ikke en billig løsning.

Økonomi

En lokal markedsføringskampagne koster ifølge Movia omkring 225.000 -250.000 kr. for en kampagne grundpakke indeholdende følgende elementer

- Avis som indstik i lokalaviser
- Folder med nye køreplaner og trafik kort
- Hængeskilt med ekstraordinær trafikinformation
- MitMovia-trafikinformation (mail eller sms om de linjer, borgerne kører med til daglig)
- Information på kommunens hjemmeside (f.eks. banner på forsiden)
- Borgerinformation i lokalaviser (kommunal annonce)

- Pressemeddelelse

Kilder & yderligere information

[http://ekstranet.moviatrafik.dk/KommuneWeb/Produktblade/produktblad PR 1 FINAL.pdf](http://ekstranet.moviatrafik.dk/KommuneWeb/Produktblade/produktblad_PR_1_FINAL.pdf)
<http://www.coolbus.dk/>

A- og S-buskampagne

Kampagnen handlede om, at skabe opmærksomhed omkring at A- og S-bus produkterne, ikke kun er for pendlere, man kan også tage bussen til (fritids)oplevelser.

Kampagneelementer og medier var:

- Filmklip eksponeret i biografer og på TV2 Lorry
- Stor tekst på bussernes sideruder



- Radiospots på en række kommercielle radiokanaler
- Diasshow på bussernes infotainment-skærme
- Skilte på bussernes nakkestøtter
- Annoncer i MetroXpress



- Bannerreklamer på moviatrafik.dk og Rejseplanen.dk
- Plakater i gadebilledet

Kampagnen blev efterfølgende evalueret. Kampagnen havde påvirket ca. 32.000 brugere til at foretage flere ture med A- og S-busser end hidtil. Gennemsnitlig var merforbruget 9 ture per år svarende til et øget passagertal på ca. 294.000 passagerer, eller en stigning i A- og S-bussernes passagertal på 0,28%. Kampagnens nettoresultat er +0,8 mio. kr.

Kilde: Movia

Events om sunde transportvaner

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Information om transport og sundhed kan indgå som en del af mange af de aktiviteter, der er foreslået i denne værktøjskasse. Kombinationen af information og "noget man kan se og prøve" som f.eks. elcykler, medarbejdercykler, samkørselsdatabaser, har en god effekt. Det er også en god idé at have en repræsentant fra kommunen med, der kan svare på spørgsmål og kommentarer om trafikken i kommunen.

Eventen kan indgå i hospitalets sundhedsstrategi, fastholdelsesstrategi eller andre planlagte initiativer.

Hvordan gennemføres det

Det kræver noget planlægning at stable eventen på benene. Udover kontakter til evt. interne sundhedsfaglige oplægsholdere, skal evt. udbydere af cykler, cykeludstyr og samkørselsdatabaser kontaktes. Kobles eventen med mulighed for personlig transportvejledning (se infoboks på modsatte side), skal også trafikselskabet og kommunen inviteres.

Eventen skal annonceres i god tid. Og stilles op på et naturligt og synligt sted.

Trafikale effekter

I sig selv vil eventen ikke have nogen trafikal effekt. Men der er stor signalværdi i arrangementet.

Økonomi

Der går tid til at planlægge eventen, og evt. informationsmateriale. Ofte vil udbyderne af cykler, udstyr og samkørsel ikke kræve betaling for at deltage. Om trafikselskabet vil stille op til arrangementet og hvad det vil koste skal aftales.

Få din del af kagen – pendlertjek på virksomheder

Få din del af kagen er en markedsføringskampagne, hvor medarbejdere ved større virksomheder får tilbudt en personlig samtale om pendlingsbehov og udarbejdet et personligt *pendlertjek*.

Dette gik ud på at lave en reel beregning af den enkeltes omkostninger i forhold til tidsforbrug, økonomi og CO₂, som er forbundet med at benytte henholdsvis bil og kollektiv trafik, således at pendleren havde et videnskabeligt grundlag at træffe sin beslutning på. Ofte har den enkelte ikke det fulde overblik over, hvor meget der kan spares ved skiftet til kollektiv trafik, ej heller hvilke muligheder der er herved. Projektet er dermed med til at sætte målrettet fokus på den enkeltes behov og muligheder.

Under kampagnetitlen "Få din del af kagen" blev medarbejderne mødt i virksomhedernes kantiner hvor Movias medarbejdere tilbød at gennemføre et pendlertjek for medarbejderne over et stykke kage.

Pendlertjekket bestod af et interview, hvor der blev indsamlet data om rejsevaner og -behov. Resultatet af pendlertjekket blev eftersendt per mail. Mere end 1.500 medarbejdere valgte at få udført et pendlertjek fordelt over 8 virksomheder ved 8 forskellige events. Der blev yderligere tilbudt 100 rejsekort per virksomhed.

Der er endnu ikke evalueret på kampagnens effekt på passagertal. Overordnet ses en passagerstigning fra oktober 2012 til januar 2013 på gennemsnitligt 10% for linje 300S og 400S, som kører i forbindelse til de områder hvor kampagnen er gennemført. I samme periode er der også sket ændringer af ruteføring samt en overordnet S-bus kampagne og et antal tiltag af mere lokal karakter.

Kampagnen er til dato afholdt af to omgange; senest i 4. kvartal 2012 og tidligere tilbage i 1. kvartal 2011. Kampagnen er et samarbejde mellem Movia, Nobina (operatør), Region Hovedstaden, Ballerup Kommune og Glostrup Kommune, og Formel M.

Kilde: Movia

Tilbud & rabatter

Tilbud og rabatter kan give nye brugere en god introduktion til kollektiv trafik. Mange kender nemlig ikke deres kollektive muligheder.

Tilbud & rabatter	19
Erhvervskort, en bruttoskat ordning	20
Introrabatter til kollektiv trafik	22
Kombination med cykel	24

Erhvervskort, en bruttoskat ordning

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Virksomheder kan tilbyde deres medarbejdere skattefrie erhvervskort til den kollektive transport. Tilslutter en virksomhed sig ordningen, tilbydes medarbejderne pendlerkort som de skatte teknisk kan fratrække fra bruttolønnen. Den økonomiske fordel for medarbejderen består i skattebesparelsen, og kan i bedste fald være lidt over 3.000 kr. per år.

Medarbejdere, som tilslutter sig ordningen, mister befordringsfradraget. Derfor er det ikke en attraktiv ordning for folk, som har langt til arbejde. DSB bruger i deres markedsføringsmateriale som tommelfingerregel, at det er et attraktivt tilbud for alle, som har under 35 kilometer mellem bopæl og arbejde. Movia sætter i deres informationsmateriale *trade-off* ved 25-30 kilometer.

Alle som ikke har befordringsfradrag, dvs. alle med under 25 km mellem bopæl og arbejde har en økonomisk fordel af at benytte erhvervskort fremfor andre pendler- og periodekort. Der er en stadig vækst i tilgangen af virksomheder og brugere.

Og halvdelen af de nye brugere er ansatte, som ikke i det seneste halve år har haft pendler- eller periodekort, og derfor i vidt omfang må formodes at være nye kollektive brugere. Samtidig er der en meget høj fastholdelsesgrad, blandt dem som allerede er i ordningen. 85% vælger efter et år at forny deres erhvervskort.

Hvordan gennemføres det

Erhvervskortet skal tilbydes som en del af lønpakken.

Trafikale effekter

Hvor mange ansatte der kan have glæde af erhvervskortet afhænger helt af hvor de bor, og hvor gode forbindelserne med den kollektive trafik er. Movia skønner at 7% af alle pendlere er potentielle brugere af erhvervskortet. Af de 7% er 11% tidligere faste bilister, mens yderligere 6% var regelmæssige bilbrugere.

Andre effekter

Udover at øge produktsortimentet af personalefryns, er det også et initiativ som ser godt ud i virksomhedens grønne regnskaber.

Økonomi

Initiativet koster ikke hospitalet andet end den arbejdsindsats der er forbundet med administration af ordningen i lønkontoret. Trafikselskaberne arbejder på at lette de administrative procedurer, og sikre lettest muligt flow af relevant information.

Kilder & yderligere information

<http://www.moviatrafik.dk/Erhverv/erhvervskort/Pages/saadanfungerererhvervskort.aspx>

<https://www.workplus.dk/Info/TaxFreeCompanyCardInfo.aspx>

<http://www.fynbus.dk/dwn5562>



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 afgangse, 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 pendlingsture 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 mobilklippekortet, 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 affødt 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

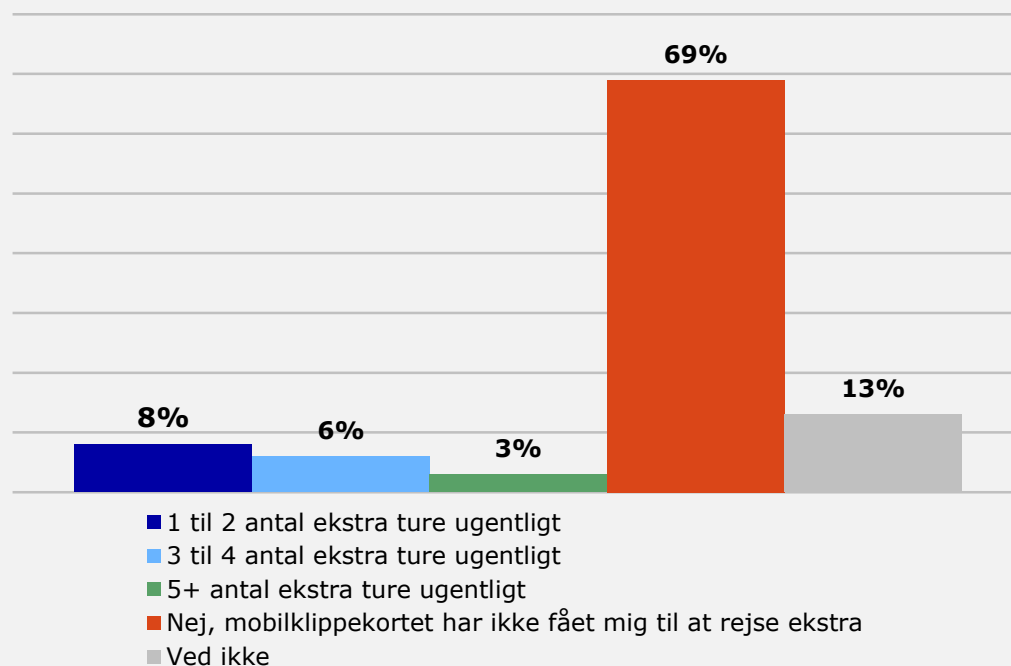
Introrabatten vil i kampagneperioden være forbundet med en meromkostning per passager, men overflytningen fra andre transportmidler vil på sigt betyde en øget indtægt fra billetsalg.

Introrabat på mobilklippekort

I sommeren 2011 kørte der en introduktionskampagne for mobilklippekortet. Takstfællesskabet i hovedstadsområdet solgte i juli måned mobilklippekort 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 kører ekstra, står tilbage, at en betydelig andel rejser mere end før kampagnen med introduktionsrabat på mobilklippekortet.

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



Evalueringen er gennemført umiddelbart efter rabatperiodens udløb, så der kan ikke evalueres på langtidseffekterne 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 mobilklippekort er nye brugere, forstået på den måde at de ikke ville have foretaget deres rejse med kollektiv trafik, hvis ikke de havde haft mobilklippekortet.

Kilde: Movia

Kombination med cykel

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Pendlercykler gør det let for pendlere at komme det sidste stykke fra stationen til arbejde. Pendlercykler er baseret på, at cyklerne hentes og afleveres på stationen. Der er tale om forholdsvis almindelige cykler, der udlejes personligt for en dag ad gangen.

Pendlercykler er særlig relevante:

- For arbejdspladser, der ligger mellem 600 meter og et par kilometer fra stationen.
- Hvor det kollektive tilbud til stationen er svagt (lav frekvens, ingen direkte busruter, intet busstop i nærheden, etc.).
- For bilister, der ville have valgt cykel, hvis de havde boet indenfor cykelafstand til arbejdspladsen.

Hvordan gennemføres det

En kampagne blandt medarbejderne skal skabe opmærksomhed omkring de nye muligheder for at leje en pendlercykel. Introduktionsrabatter eller gratis prøveperioder vil for mange være medvirkende til at overvinde indgangsbarrieren. Fordelen for den enkelte er at der står en ny cykel, og at den vedligeholdes, således at man slipper for det bøv, som er forbundet med at have en gammel havelåge stående.

Trafikale effekter

Den største overflytning må forventes at være fra bus, men da der spares et ekstra skift fra tog til bus, vil der også være en

overførsel fra bil, da den kollektive rejse bliver mere attraktiv. Pendlercyklen vil fjerne usikkerheden omkring hvor længe man er nødsaget til at vente for at komme det sidste stykke, og giver dermed den rejsende en større grad af sikkerhed for at nå frem til tiden. Passagereffekten vil være op mod 2% nye passager i toget, men samtidig vil der være et tilsvarende fald i antallet af buspassagerer.

Økonomi

Erfaringer fra et forsøg i Aalborg, hvor pendlercyklen også var personlig, er, at en udlejningsordning kan etableres med en startinvestering på ca. 3.100 kr./cykel, samt et løbende driftstilskud på ca. 900 kr./cykel/år inkl. administration, markedsføring, samt fornyelse af cykelbestanden hvert fjerde år. Fratrækkes udgifter til administration og markedsføring, kan driften af en udlejningsordning løbe rundt økono-

Pendlercykler i Aarhus

Aarhus Kommune gennemførte et forsøg, hvor man tilbød gratis cykel og buskort til 175 aarhusianske daglige bilister. Deltagerne blev løbende motiveret med små gaver, information og helbredsundersøgelser. Før forsøget foregik 78% af deltagerens rejseaktivitet i bil, og 11% på cykel. Et halvt år efter forsøgets afslutning foregik 56% af transporten på cykel og kun 34% med bil - 5 gange så mange cykelture som før forsøget.

Det kan altså lade sig gøre at ændre væsentligt på folks daglige transportvaner, men at det kræver en stor indsats. Det viste sig at være nemmere at få bilisterne til at bruge cyklen end at tage bussen.

Kilde: Idékatalog for cykeltrafik

misk med et driftstilskud på ca. 350 kr. per cykel per år med en lejeindtægt på kr. 100 per cykel per måned.

En omkostningsmodel for virksomheden kan være:

Stationscykel med kontantlønnedgang. Omkostningen til cyklen trækkes af bruttolønnen (før skat og i rater). Medarbejderen kommer ikke til at eje cyklen. Og der skal indgås en aftale, der skal godkendes af det lokale skattecenter.

Cykel	2.400 kr. (forudsætter masseindkøb)
Levetid	6 år
Afskrivning	400 kr./år
Vedligehold	500 kr./år
Parkering v. Station	200 kr./år
I alt	1.100 kr./år

Medarbejder omkostning	92 kr./md
Skattefordel (gns. 50%)	46 kr. /md
Omkostning (netto)	46 kr./md

WorkPlus

Workplus er DSB's program, hvor virksomheder tilbydes en række forskellige løsninger, som gør det attraktivt for flere at bruge tog. Programmet indeholder bl.a. tilbud om løsninger, som letter kombinationen af cykel og tog. DSB sælger via Firmacyklen:

- Foldecyklen S-bike, for en pris omkring 3.500 kr
- Stationscyklen Billy, for en pris på samme niveau som S-bike. Stationscyklen er i ikke nødvendigvis personlig, men kan være tilknyttet en virksomhed eller afdelinger her.

S-bike foldecyklen har den fordel at den kan tages gratis med i alle typer af tog - ikke kun S-tog. Derfor er den især interessant for pendleren som bruger Metro, regional- og intercitytog.

Stationscykelkonceptet omfatter, at der ved stationer er reserveret cykelparkering til firmacyklerne.

Programmet omfatter også mulighed for serviceaftaler på vedligeholdelse af cykler.

Kilder & yderligere information

DSB Pendlercykler (2010), Business Case, Incentive Partner

DSB's årsrapport (2011):

http://www.dsb.dk/global/pdf/%C3%85rsrapport/2011/dsb_%C3%A5rsrapport_netversion_udensignaturer.pdf

NS (2012): http://en.wikipedia.org/wiki/Nederlandse_Spoorwegen

Steve Wright (2009): Can flexible transport services be commercially viable? CTR seminar, 11. november 2009. http://www.abdn.ac.uk/ctr/documents/091111_SWrightseminar.pdf

Trafikstyrelsen (2010): Med tog, bus og færg. <http://www.trafikstyrelsen.dk/da/kollektiv-trafik/koordinering-af-kollektiv-trafik/~media/e3648d2567684022a563c5b949cd686c.ashx>

Aarhus station (2012): http://da.wikipedia.org/wiki/Aarhus_Hovedbaneg%C3%A5rd

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.

Adgang til kollektiv trafik	27
Skiltning til stoppested eller station.....	28
Venteforhold ved bus og station.....	32
Placering af stoppesteder	34

Skiltning til stoppested eller station

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte



Ambulante patienter



Besøgende



Beskrivelse

Når bussen kører som den skal, når ansatte, ambulante patienter og pårørende har fået den information om bus og tog de har brug for, skal de også kunne finde stoppestederne. Velskiltede ruter for både gående og cyklister til nærmeste station(er) kan også få flere til at bruge kollektiv trafik.

På flere hospitaler, hvor der ikke er frit udsyn mellem busstop og hospital, kan det volde problemer at finde vej. Skiltning og naturlig understøtning af de centrale gangveje fra busstop til hospital er de fleste steder mangelfuld, særligt hvis man aldrig har været der før, hvilket er vilkårene for mange patienter og besøgende.

Skiltning fra forhallen og de enkelte afdelinger til nærmeste stoppested (gerne med gangtider som man kender det fra lufthavne). Realtidsinformation om næste afgang. Gode, direkte, velskiltede og sikre gangruter. Det er alle indsatser der vil gøre det lettere at vælge kollektiv trafik.

Vælger man at gå eller cykle fra stationer, der ofte ikke ligger tæt på hospitalet, er der behov for en særlig vejvisning. Skilte på stationerne kan vise vej til hospitalet, og cykel/gangruten skal også være velskiltet.

Hvordan gennemføres det

Start ved at identificere de mest benyttede stop eller stationer. Der findes noget viden om hvilke stop og stationer, det er mest

oplagte at benytte for patienter og ansatte bagerst i værktøjskassen. Alternativt kan man spørge ansatte og patienter direkte. Det giver et mere præcist billede, men også kun et her-og-nu billede. Trafikselskaberne har også viden om hvor mange der stiger på og af ved forskellige stop, men det kan jo godt være kollektiv brugere der skal til andre rejsemål.

Skiltning på hospitalets grund: Gode gangstier fra indgangen til stoppestedet kan gøre det lettere at finde bussen. Hvorfor ikke bruge ledelinjer, som man kender det fra receptionen til mange afdelinger, til at lede vej til bussen. Ledelinjerne kan evt. males med ikke-permanent maling og indgå i en samlet indsats. Og kombineret med skilte ved indgangene kan det lette adgangen til busstoppestedet.

Skiltning fra fjernere liggende stop eller stationer: Udvælg de stop der bruges mest, eller de stop/stationer hvor der er sværest at finde frem til hospitalet til fods eller på cykel. Og husk at tænke særlige forhold for gangbesværede eller svagtseende med. Iværksatte initiativer til glæde for denne gruppe kan også være til glæde for alle andre brugere.

Skiltningen på hospitalet egen grund ligger klart indenfor hospitalets egen ressortområde. Men skiltning af stier og på stationerne ligger hos kommunen og trafikselskaberne.

En mulig løsning for finansiering uden for hospitalets område, skal findes i samarbejde med kommunen, trafikselskabet og DSB/lokalbaner.

Der kan være inspiration at hente i Vejdirektoratets Færdselsarealer for alle (Håndbog i tilgængelighed).

Trafikale effekter

God skiltning gør det lettere at finde vej, og tydeliggør samtidig over for potentielle busbrugere, at der er et stoppested, og hvor det ligger. Skiltning giver en passagervækst på 0,6% i forhold til en situation uden skiltning.

Andre effekter

Kan måske have en effekt på de ambulante patienters punktlighed?

Økonomi

Alt efter størrelse og udformning koster et skilt til udendørs brug omkring 200 kr. hertil kommer udgifter til montering.

Afmærkning på belægningen

Afmærkning direkte på asfalten eller fortovsfliserne, i stil med den farvede afstribning, der kendes fra gulvene inde på hospitalerne, kan genbruges i form af en streg fra stoppested til hospitalsindgang. Generelt er vejmyndighederne forsigtige med at give tilladelse til markeringer direkte på asfalten, men de nye cykelsuperstier omkring København har fået dispensation til en orange markering, som angiver rutens forløb.



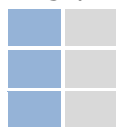
Count down-moduler

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Count down-moduler på stoppestedsstanderen, som viser hvor mange minutter der er til næste busafgang får brugerne til at opleve ventetiden som markant kortere.

Count down modulet skal

- Tilbyde dynamisk trafikinformation på vigtige stoppesteder med mange påstige-re og buslinjer for derigennem at gøre det enklere og trygger at bruge bussen
- Ændre brugernes oplevelse af ventetid og konvertere ventetid til brugernes egen tid
- Forbedre brugernes oplevelse af bussens pålidelighed

Målet er at count down-modulerne øger brugernes tilfredshed med bussen og dermed er medvirkende til at fastholde eksisterende brugere og tiltrække nye. Count down-displays får brugerne til at opleve ventetiden som markant kortere. Hele 60% af passagerne mener at count down-standerne har gjort det nemmere at benytte bussen.

Hvordan gennemføres det

Modulet opsættes og vedligeholdes af Movia. Count down-displayet er indbygget i et modul, som er tilpasset og integreret i Movias standardstoppestedsstander. Der er lys i displayet, så det også er muligt at læse informationen i mørke.

Kilder & yderligere information

http://ekstranet.moviatrafik.dk/KommuneWeb/Produktblade/Produktblad_Trafikinformati on_1_FINAL.pdf

Trafikale effekter

Erfaringerne fra stoppesteder hvor der er opsat count down-standere viser en passagerudvikling på plus 1% per opgraderet stoppested.

Økonomi

Et count down-modul til en standard Movia-stoppestedsstander koster cirka 14.000 kroner ekskl. moms. Hertil kommer den årlige driftsudgift på cirka 2.000 kroner ekskl. moms. Movia står ligeledes for at vedligeholde, drive og eventuelt reparere count down-modulet, udgifterne betales af kommunen via de rutespecifikke udgifter.

Opsætning af count down standere i Køge

I Køge Kommune har man i forbindelse med indføring af A-busser opgraderet stoppesteder og ikke mindst informationen på stoppesteder. Dette har medført en passagerstigning på 24%, hvor det af kommunen vurderes, at de 12% skyldes projektet med stoppestedsforbedringer og trafikinformation.

Kilde: Køge Kommune



Venteforhold ved bus og station

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Ventefaciliteterne skal være bekvemme, trygge og yde både læ og synlighed for de ventende passagerer. Superstoppesteder er stoppesteder, hvor ventefaciliteter er i top. Og hvor stoppestedet tilbyder passagererne forhøjet komfort og positive oplevelser, der gør ventetid til kvalitetstid. Superstoppesteder kan øge antallet af passager udover at forbedre deres oplevelse af service og ventefaciliteter.

Superstoppesteder kan indeholde mange forskellige funktioner. Udover de faste funktioner som læ, lys, gode siddepladser (og gribelister), affaldsspande og information om busser og tog, kan superstoppestederne også tilbyde mange andre former for information og tilbud. Kun fantasien sætter grænser.

Information: Udover nedtællingsmodulet i standen og den oplagte information om kort og køreplaner for bussen og korresponderede kollektiv trafik, bus, tog og lokalbane, skal der også informeres om brug af evt. motionsredskaber, internet, lokalhistorie, kontaktinfo på taxa, cykelkampagner, trafik-sikkerhedskampagner, instruktion i førstehjælp med mere.

Cykelparkering: F.eks. overdækket eller aflåst.

Underholdning: Som WiFi, motionsredskaber, nyheder, el-stik til mobilopladning, kaffeautomater, m.v.

Hvordan gennemføres det

En kortlægning af hvilke stop der benyttes mest vil være udgangspunktet for indsatsen. Kommunen har det primære ansvar for ventefaciliteterne. Opgraderingen vil typisk ske i dialog med Movia og kommunen.

Trafikale effekter

Projekter finansieret gennem Trafikstyrelsens buspuljer indikerer, at superstop kan betyde mellem 5-15% flere påstigninger ved stoppestedet. Selvfølgelig skal bustilbuddet være i orden for at det er muligt at opnå sådan stigninger. Men der er også stor signalværdi i højklasede busstop.

Andre effekter

Afhængig af hvilke tilbud der kobles til stoppestedet, vil information og sundhed være andre positive effekter af gode stoppesteder.

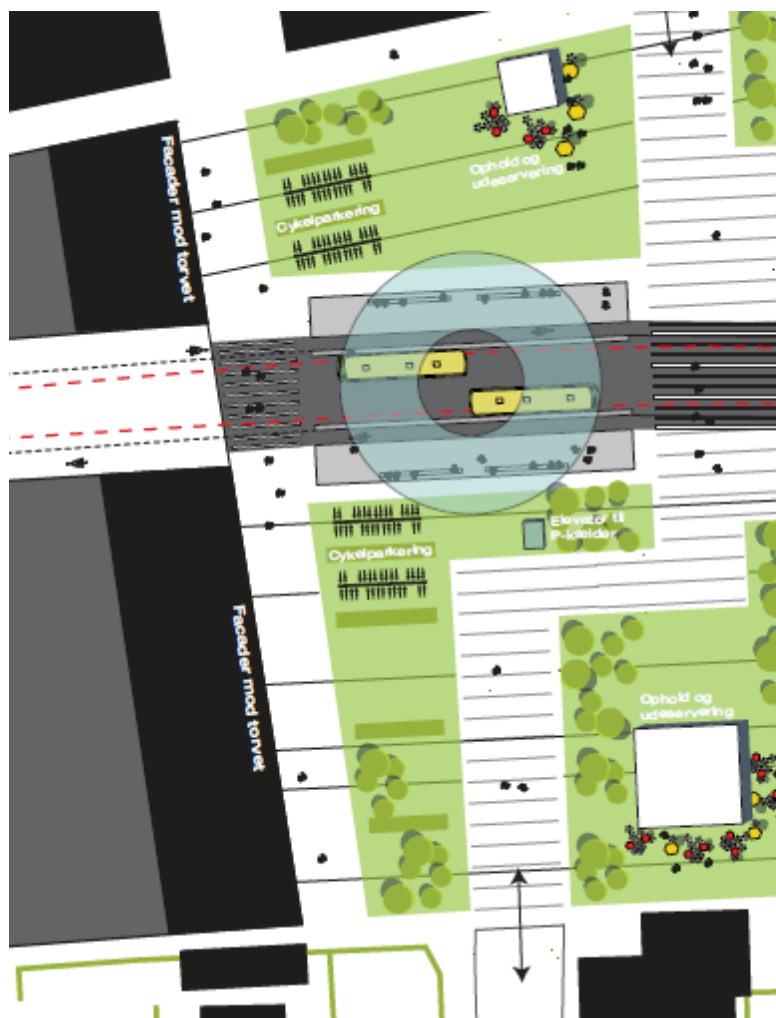
Økonomi

Superstoppesteder skønnes at koste mellem 100.000 til 250.000 per stoppested, men uforudsigelige udgifter til jordarbejder, ledningsarbejder og belægningsarbejder kan forhøje anlægsomkostningerne.

Kilder & yderligere information

Af rapportering af Trafikstyrelsens buspulje: Superstoppesteder i Helsingør Kommune, Idékatalog fra Marts 2011, udarbejdet af Moe & Brødsgaard

Movia: +Way i Roskilde, En ny måde at sammentænke bus og byrum.



+Øen, +Stoppet

Movia har udviklet konceptet +Way, som en vision for fremtidens busløsninger. Konceptet indeholder også visioner for nye stoppesteder: +Stoppet og +Øen

+Stoppet giver skygge for solen, læ for vinden og ly for regnen. Det skal være oplyst og eventuelt give mulighed for at varme sig inden man stiger på bussen. +Stoppet har et grønt design, så beplantningen kan medvirke til at nedkøle byen, og som optager CO₂. +Stoppet giver niveaufri adgang til alle bustyper og til alle brugere. Ved +Stoppet får man information om næste bus via realtidstavler.

+Øen er superstoppesteder med forskellige funktioner, der er en funktionel og æstetisk integration mellem busstop og byrum. +Øen virker som et trafikalt knudepunkt, som giver mulighed for udveksling mellem forskellige transportformer som busser, tog, gående, cykler og biler. +Øen er en magnet; et sted som man gerne opholder sig, også når man ikke skal videre med en bus eller en anden transportform.

Kilde: Forslag til +Øen og +Stoppet i Roskilde kommune

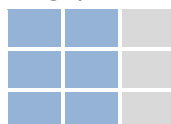
Placering af stoppesteder

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Kortere gangtid fra stoppested til hospital letter adgangen og placeres stoppestedet i umiddelbar nærhed af indgangen, således at bilister har tydeligt længere gangtid end kollektivbrugerne har det samtidig en signalværdi i at vise at brugerne af den kollektive trafik prioriteres højt.

Hvordan gennemføres det

En kortlægning af passagerflowet fra stoppestedet kan være med til at sikre en mere optimal placering af stoppestedet i forhold til indgange, forskellige særligt besøgstunge afdelinger, eller centrale omklædningsrum for ansatte. Særligt for ansatte, som har deres daglige gang på virksomheden og dårligt gående patienter vil det give en mere bekvem adgang til målet.

Er der flere potentielle indgange eller målområder kan en opgørelse af antallet af ansatte og ambulante patienter til de enkelte afdelinger bistå i en prioriteringsproces.

Da vejarealerne typisk ejes af kommunen må ændringer af stoppestedsplaceringer nødvendigvis ske i samarbejde med kommunen og Movia.

Trafikale effekter

På afstande op til 5 minutters gang vægter buspassagerer gangtiden op mod 2,1 gange højere end den tilsvarende tid i bussen. Det vil sige at en reduktion af gangtiden vil have en dobbelt så stor passagereffekt som en

reduktion af tiden i bussen. Det betyder at det er en 1:1 passagereffekt af en reduktion af gangtiden, således at 1% reduktion af gangtiden (set i forhold til den samlede rejsetid) giver 1% flere passagerer.

Andre effekter

En central og tydelig placering af stoppestedet har – ud over den direkte effekt for busbrugerne, en signalværdi i forhold til bilisterne, da man herved viser at, man prioriterer kollektivbrugerne højt.

Økonomi

Anlægsomkostninger til etablering af nyt stoppested, og nedrivning af det gamle løber skønsmæssigt op i 70.000 kr., men prisen er naturligvis afhængig af omfanget af asfaltarbejde, eventuel etablering af nye fortove, etc.

Kilder & yderligere information

Bussen på vej

<http://ekstranet.moviatrafik.dk/KommuneWeb/Infrastruktur/Documents/Stoppestedsmiljoer/Bussen%20på%20vej,%20januar%202011.pdf>

Bussen holder

[http://ekstranet.moviatrafik.dk/KommuneWeb/Infrastruktur/Documents/Stoppestedsmiljoer/Bussen%20holder,%20august%202002%20\(opdateres%202012\).pdf](http://ekstranet.moviatrafik.dk/KommuneWeb/Infrastruktur/Documents/Stoppestedsmiljoer/Bussen%20holder,%20august%202002%20(opdateres%202012).pdf)

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.

Tilpassede køreplaner	35
Optimering af busruter	36
Tilpassede afgange.....	38
Er der brug for nye linjer	40
Kortere rejsetid med bus	42
Særlig pendlerbus.....	44

Optimering af busruter

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Optimering af busruter har fokus på at sikre den mest effektive busdrift. Og samtidig give flest mulige passagerer den bedst mulige betjening.

Ruter med få passagerer omlægges eller beskæres til fordel for ruter med større potentiale. Ved at satse på gode forhold for pendlere og at understøtte forbindelsen til nærliggende S-togs stationer skabes et effektivt og attraktivt tilbud.

Ruterne udrettes, med en enklere linjeføring, og kortere rejsetider til følge.

Set fra hospitalet er formålet med omlægningen at gøre bussen mere attraktiv for ansatte såvel som ambulante patienter og derved både tiltrække nye passagerer, men samtidig fastholde de eksisterende brugere ved at tilbyde en bedre service.

Rejsende fra områder med tyndt passagergrundlag vil typisk få længere gangafstande til nærmeste stoppested.

Hvordan gennemføres det

Optimeringen kan gennemføres på baggrund af undersøgelser af ansattes og ambulante patienters rejsevaner til/fra hospitalet (surveys). Alternativt er det muligt på baggrund af bopælsoplysninger at beregne den bedste rejse med kollektiv trafik, derved beskrive samtlige ansattes rejse hvis de rejste med kollektiv trafik.

Oplandsanalysen kan være medvirkende til at "stramme op" på ruten. Og give et overblik over hvor brugerne bor og hvad behovet er. Analysen er et vigtigt skridt mod at skabe bedre ruter med mindre omvejskørsel, og dermed kortere rejsetid for brugerne. Korte rejsetid gør den kollektive trafik mere attraktiv. Der er selvfølgelig også mange andre hensyn der skal tages, når en rute planlægges. Men hospitalet er en regionalt rejsemål med (potentielt) mange brugere og det er derfor vigtigt med en god og direkte betjening.

Det er kommunen, ofte i samarbejde med trafikselskabet, der foretager analysen af passagerstrømme.

Trafikale effekter

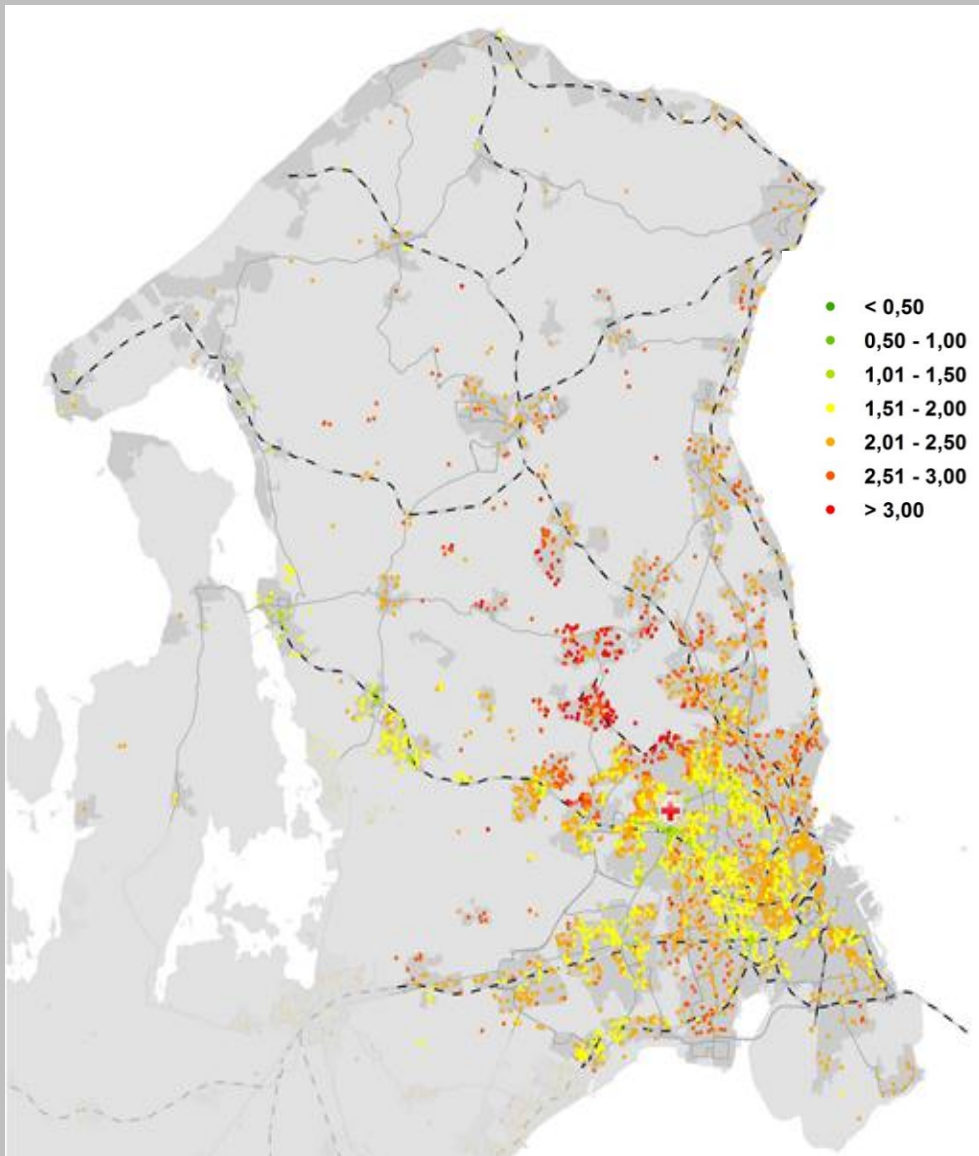
Fra videnskabelige undersøgelser vides det at en forkortelse af rejsetiden giver ca. 0,5% flere passagerer når rejsetiden bliver 1% kortere (gennemsnit for bus og tog). Er virksomheden f.eks. afhængig af en tilbringerbus fra nærmeste station med en køretid på 15 minutter, og køretiden reduceres til 12 minutter, vil det give omkring 10% flere passagerer. Reelt vil gevinsten formentlig være noget lavere da bussen i nævnte eksempel kun er en del af den samlede rejse.

Økonomi

Økonomien er helt afhængig af resultatet af optimeringen; betyder optimeringen en forkortet omløbstid vil der være penge at spare på driften, omvendt kan en omlæggelse af ruten, betyde længere køretid, og dermed øgede omkostninger.

Tilgængelighed til Herlev Hospital

En visualisering af en analyse af rejsetidsratioen for kollektiv trafik i forhold til bil for rejser til Herlev Hospital viser ikke blot, at den kollektive trafik ikke kan konkurrere tidsmæssigt med bilen. Men også at relativt nærvæd beliggende områder har en uforholdsmæssigt ringe kollektiv betjening i forhold til afstanden til hospitalet.



Kilde: Let at komme rundt 1

Tilpassede afgang

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Kan den kollektive betjening forbedres, så den i højere grad matcher behovet, således at mængden af busser står mål med efterspørgslen. Bussens ankomst til hospitalet skal tilpasses mødetiderne, så de ansatte kan møde rettidigt, men ikke er nødsaget til at møde unødvendigt tidligt for ikke at komme for sent.

Hvordan gennemføres det

En analyse af busdriften i nærområdet – og forholdt til de almindelige spidsbelastningstider, giveret billede af om busdriften er tilstrækkelig i forhold til efterspørgslen; kommer bussen i rimelig tid inden personalet møder på arbejde – er der tidspunkter på dagen hvor der typisk kommer særligt mange patienter eller gæster? Gennem en sådan analyse kan udbuddet tilpasses behovet. Bussen vil typisk også dække andre behov for transport i området. En sådan analyse må derfor være en beskrivelse af behovet for bussens samlede opland. Tilpasningen af afgangstider kan derfor kun ske i dialog med Movia og kommunen.

Trafikale effekter

At tilpasse afgangene efter behovet svarer effektmæssigt til at reducere ventetiden. Effekten er afhængig af den samlede rejsetid, men svarer til 0,5% flere passagerer per 1% reduktion af rejsetiden.

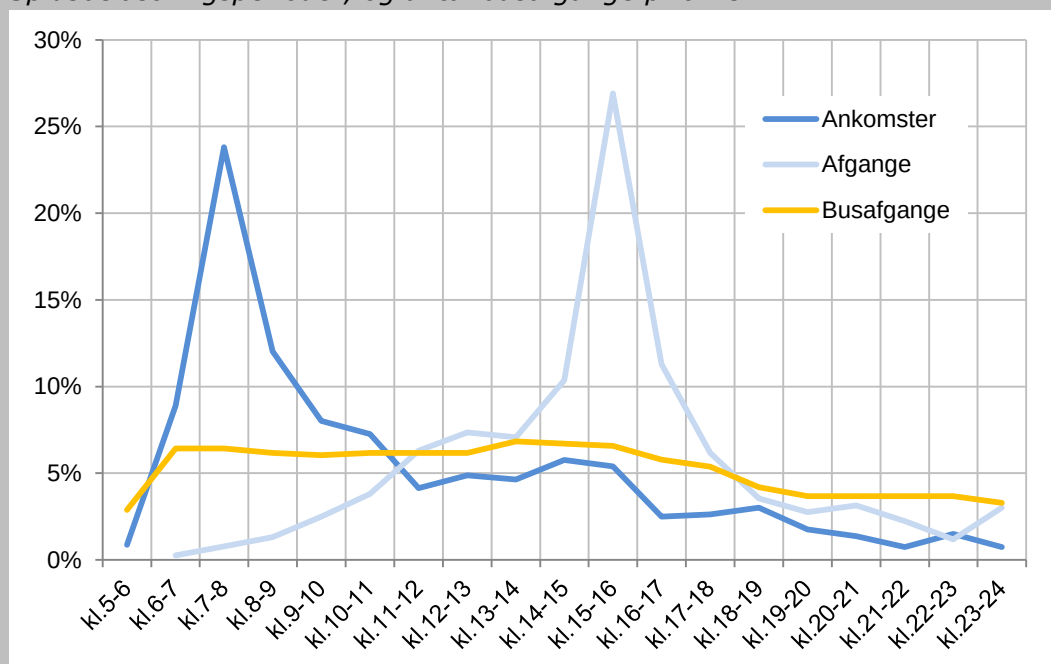
Økonomi

Forbedret driftsøkonomi og flere passagerer med den kollektive transport hvad enten der er behov for flere busser i spidsbelastningsperioderne eller der kan skæres i antallet af afgang i ydertimerne.

Behovsafdækning

Rejseaktiviteten til og fra hospitalet fluktuerer over dagen, men antallet af busafgange er stort set konstant. Isoleret set betyder det variationer i behovet. Billedet er dog ikke en udtømmende beskrivelse af situationen, det er ydermere nødvendigt at se på belægningen i forhold til resten af ruten; andre områder kan have andre behov. Er busserne allerede overfyldte i myldretiderne, er der behov for flere afgange for at en kampagne ikke skal give bagslag. Omvendt kan busdriften være passende i myldretiden, med en væsentlig overkapacitet i ydertimerne til følge. I begge tilfælde vil det være gavnligt at se nærmere på mulighederne for at tilpasse frekvensen.

Spidsbelastningsperioder, og antal busafgange pr time



Kilde: Let at komme rundt 1

Er der brug for nye linjer

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Den nye buslinje skal lukke et hul i det kollektive trafiktilbud i relation til hospitalet. Hvilket kollektivt tilbud eksisterer i dag for ansatte, ambulante patienter og besøgende? Der er få rejserelationer hvor den kollektive trafik kan konkurrere tidsmæssigt med bilen, men i relationer, som eksempelvis går på tværs af de gængse transportkorridorer kan det være svært komme til hospitalet inden for en rimelig tid, og helst uden, eller med maksimalt et enkelt skift. Alt efter det potentielle kundegrundlag, og mulighed for at optimere eksisterende linjer i øvrigt, kan der være grundlag for at se nærmere på behovet for en ny buslinje.

Hvordan gennemføres det

Planlægning af en eventuel ny linje kræver et grundigt forarbejde. Første skridt er at evaluere på behovet fra virksomheder, kommuner, og afhængig af linjens karakter efterspørgsel fra boligområder og behov i forhold til til- og frabringer trafik fra togstationer. Viser det sig at der er udækkede behov, eller relationer hvor det eksisterende net ikke slår til, kan næste skridt være at etablere en ny linje for at forbedre tilgængeligheden med kollektiv trafik til hospitalet.

Ud over selve behovsanalysen bør gennemføres en oplandsanalyse. Oplandsanalysen kortlægger rejsetider og antal skift fra adresser i bussens opsamlingsområde, og kan dermed bidrage til at identificere relationer hvor det kollektive tilbud ikke er til-

strækkeligt, og hvor der samtidig er et stort passagerpotentiale. Oplandsanalysen kan forfines yderligere ved at tage udgangspunkt i hospitalets ansatte og patienter. Er der særlige områder, hvorfra den kollektive betjening ikke står mål med mængden af potentielle brugere?

I projekter på tværs af kommunegrænser inddrages flere parter for at sikre løsninger, som alle kan være tilfredse med. For større projekter vil Movia typisk nedsætte en arbejdsgruppe, som på skitseniveau beskriver løsninger, betjeningsmæssige fordele og ulemper og økonomiske forhold.

Skitseforslagene finpudses efterfølgende med bl.a. fastlæggelse af realistiske køretider, vurdering af stoppesteder, terminaler, vendepladser og kontrol af vognløb og køreplaner.

Trafikale effekter

Udfylder den nye linje et til dato udækket behov for kollektiv transport i en given relation vil det øge konkurrenceevnen, og forudsat at passagergrundlaget er tilstrækkeligt, kan der være tale om endog ganske store passagereffekter – en del af hvilken, vil være overflytning af passagerer fra den øvrige kollektive trafik for hvem den nye linje betyder en forbedring af rejseforholdene.

Økonomi

I forbindelse med etablering af en ny buslinje i tillæg til det eksisterende net, vil der være behov for at afklare finansieringen med de implicerede kommuner. Ud over omkostninger til selve driften, vil der i etableringsfasen være ekstra udgifter til etablering af nye stoppesteder (se *Placering af stoppesteder* i kapitlet *Adgang til kollektiv trafik*), opgradering af eksisterende stoppesteder med information om den nye linje. Hertil kommer at der skal gennemføres en opmærksomhedsskabende kampagne for at tiltrække brugere til det nye kollektive tilbud.

Kortere rejsetid med bus

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Hvis bussen kommer hurtigere frem vil flere vælge at bruge bussen. Bussens fremkommelighed kan øges gennem busprioritering i kryds og særlige busbaner, som giver bussen mulighed for at overhale den øvrige trafik. En anden mulighed er at lukke veje for den øvrige biltrafik. Denne type initiativ virker kun på strækninger hvor der er trængsel. Alternativt kan bussene komme hurtigere frem ved at optimere ruten (se mere om det under initiativet "Optimering af ruter").

Hvordan gennemføres det

Bedre fremkommelighed for bussen kræver et samarbejde med både trafikselskabet, og den eller de kommuner ruten kører i. Forbedring af fremkommeligheden sker efter devisen: mange bække små. De enkelte tiltag giver sjældent store besparelser, men tilsammen kan summen af flere tidsbesparelser over en længere strækning give en markant forbedring af rejsetiden. Til fordel for brugerne i bussen.

Trafikale effekter

Øget fremkommelighed for busserne og en sparet rejsetid på 10% gav 6% flere passagerer i linje 6A i København. Forbedret fremkommelighed betyder også at bussen bedre kan overholde køreplanen, fordi den ikke sidder fast i trafikken. Fra videnskabelige undersøgelser vides det at en forkortelse af rejsetiden giver ca. 0,5% flere passagerer per 1% reduktion af rejsetiden (gennemsnit for bus og tog). Er rejsetiden i bus for den

gennemsnitlige ansatte i dag 25 minutter, og den reduceres med 10% (2,5 minutter), vil det give omkring 5% flere passagerer.

Økonomi

Det kræver detaljerede analyser at finde frem til den optimale tekniske løsning. Fremkommelighedstiltag for busser påvirker de andre trafikanter, særligt bilisterne.

Busfremkommelighedsprojekter indeholder omkostninger til tiltag som: Signalregulering, svingbaner, buskørebaner, fremtrukkede busstoppesteder. Det er vanskeligt at give et bud på omkostningsniveauerne til anlæg af tiltagene, for det afhænger helt af de konkrete lokale forhold. Som tommelfingerregel koster anlæg af 100 m busbane på eksisterende vej mellem 30-100.000 kr. Ændring af signalanlæg, svingpile og busprioritering ved signalanlæg varierer meget i pris, afhængig af behovet for omlægningen.

Forbedret fremkommelighed for 600S i Roskilde

600S kører mellem Hillerød og Roskilde stationer. En analyse af mulighederne for at forbedre fremkommeligheden i Roskilde by blev konkretiseret til tolv tiltag på seks forskellige lokaliteter. Tilsammen vil de give en rejsetidsbesparelse på omkring 3 minutter.

Tiltagene vil give en betydelig besparelse for kommunen i form af færre bustimer. Og nye indtægter fra passagerene.

Partnere

Det er kun kommunen der kan gennemføre fremkommelighedstiltag for busserne.

Kilder & yderligere information

Projektbeskrivelser og afrapportering fra Trafikstyrelsens buspulje projekter (puljerne er nu afsluttet), <http://www.trafikstyrelsen.dk/DA/Kollektiv-Trafik/Buspuljer.aspx>

Inspiration: +Way Roskilde - Fremkommelighed på linje202A, Cowi for Movia, september 2011

<http://www.moviatrafik.dk/Presse/publikationer/Documents/B8E8C282-39F4-4C61-80AF-9069B78E5F30.pdf>

Særlig pendlerbus

Målgrupper og overflytningspotentialer

Ansatte

Ambulante patienter

Besøgende



Beskrivelse

Særlige busløsninger i områder med mange virksomheder kan påvirke medarbejdernes transportvaner i en mere bæredygtig retning.

Forbedring af busløsninger i erhvervsområder med mange virksomheder og ansatte, giver flere passagerer i den kollektive trafik. De nye busforbindelser får ikke bare passagertallene til at stige, men gør også virksomhederne mere attraktive for medarbejderne.

Hvordan gennemføres det

Processen foregår ved, at kommunen og de pågældende virksomheder afdækker behovet og viljen til at investere.

Den egentlige planlægning af det nye bustilbud herunder rute, frekvens, planlægning af nye stoppesteder mm. sker i dialog mellem erhvervsvirksomhederne, kommunen og Movia for at finde den mest optimale løsning.

Hvilken løsning, der er mest relevant, afhænger af, hvor erhvervsområdet ligger. I erhvervsområder, der ligger langt fra en station, vil det ofte være oplagt at forbedre busdriften gennem etablering af en shuttlebuslinje med direkte forbindelse f.eks. mellem en station og erhvervsområde.

Trafikale effekter

Det kan være problematisk at opgøre effekten af en ny buslinje isoleret set. I forbindelse med lanceringen af en ny linje vil der samtidig blive gennemført en markedsføringskampagne, som vil have en afsmittende effekt på brugen af det øvrige kollektive trafiktilbud.

Økonomi

Som hovedregel ligger finansieringen af forbedringer af busdriften hos kommunerne.

I særlige tilfælde kan virksomhederne stå for eller bidrage til finansieringen. Her er det kommunernes ansvar at afklare de juridiske forhold og indgå en eventuel aftale om medfinansiering med virksomhederne.

Partnere/leverandører

Movia og kommunen

Kilder & yderligere information

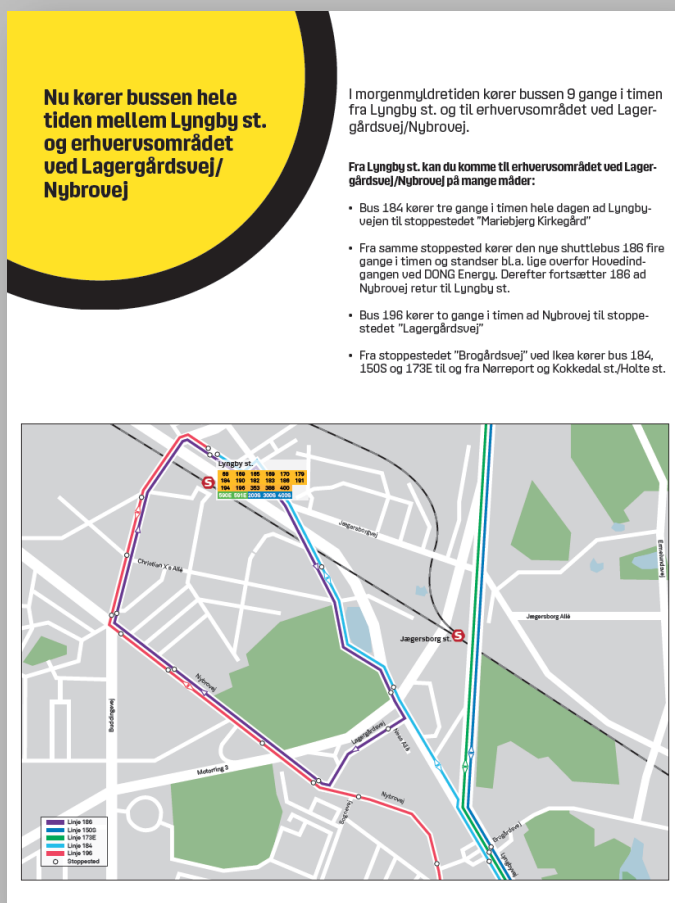
http://ekstranet.moviatrafik.dk/KommuneWeb/Produktblade/Produktblad_raadgivning_4_FINAL.pdf

Shuttlebus fra Lyngby station til erhvervsområde

I forbindelse med tilgang af mange nye medarbejdere ved deres hovedkvarter i Gentofte udtrykte DONG ønske om en forbedring af det kollektive trafiktilbud. I samarbejde med Gentofte og Lyngby-Taarbæk kommuner og DONG blev udarbejdet en løsningsmodel – som udover den ny shuttlebus (linje 186) som et supplement til de øvrige buslinjer mellem Lyngby st. og erhvervsområdet i myldretiderne – indeholdt følgende tiltag;

- Linje 173E (ekspresbuslinje fra Nørreport til Hørsholm) fik nyt stoppested ved Brogårdsvej på Lyngbyvejen. Desuden indsattes flere afgange i timen
- DONG opsatte 8 informationsskærme med realtidsvisning af bus- og togafgange
- En informations- og markedsføringsindsats bestående af events ved stoppestederne, uddeling af flyers (se billede) i kantinen hos DONG om de nye muligheder og information til øvrige virksomheder i området.

De rejsende, som har benyttet shuttlebussen, vurderer den som en stor succes, da den har lettet transporten til og fra arbejdspladsen. Samlet set gav kampagnen og den nye shuttlebus en vækst på 415 daglige kollektiv rejser til og fra erhvervsområdet. Heraf var de 60 med den nye shuttlebus.



Kilde: Movia

Målgrupper og behov

Målgrupper og behov	47
Ansatte.....	50
Patienter	51
Besøgende.....	52

Rejsende til hospitalerne i region hovedstaden

Med sigtet at få flere til at bruge den kollektive transport i stedet for at tage bilen til de 11 hospitaler i Region Hovedstaden, må initiativer og virkemidler rettes skarpt mod de specifikke målgrupper, hvis muligheder og behov er meget forskellige. De tre hovedgrupper af rejsende til hospitalerne er:

De ansatte, som foretager ca. 60% af alle personrejser til/fra hospitalerne, svarende til ca. 21.000 rejser til, og et tilsvarende antal rejser fra hospitalerne på et gennemsnitligt årsdøgn.

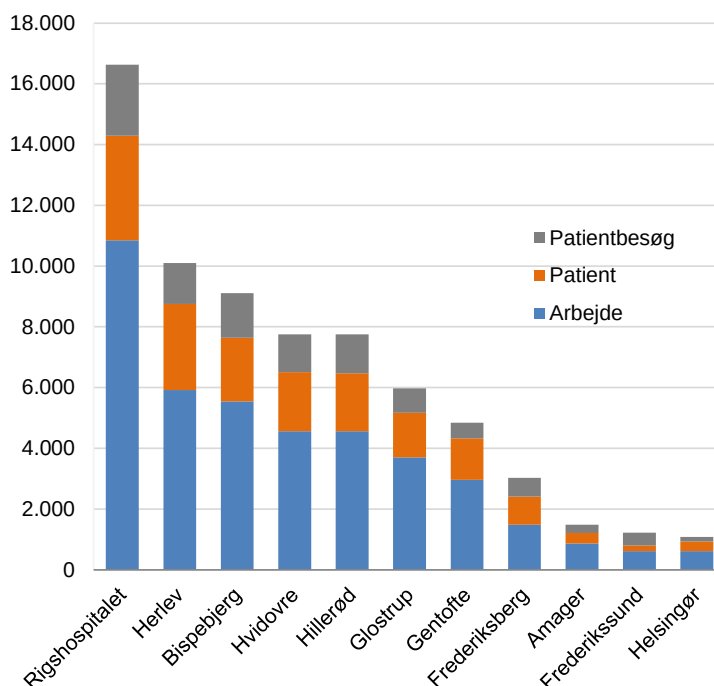
Patienterne, som foretager ca. 25% af alle personrejserne til/fra hospitalerne, svarende til ca. 8.500 rejser til og et tilsvarende antal rejser fra hospitalerne på et gennemsnitligt årsdøgn.

De patientbesøgende, som foretager ca. 15% af alle personrejser til/fra hospitalerne, svarende til ca. 5.000 rejser til og et tilsvarende antal rejser fra hospitalerne på et gennemsnitligt årsdøgn.

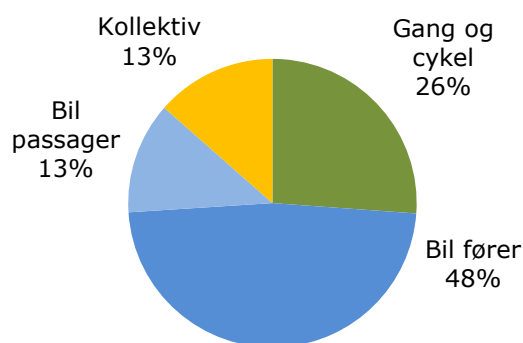
Overordnet sker 62% af alle rejser til hospitalerne i bil, enten som chauffør, eller passager. En fjerdedel ankommer til fods eller på cykel, mens de sidste 13% anvender kollektiv transport.

Der er store geografiske forskelle i transportmiddelvalget. Cykel, gang og kollektiv har langt større betydning ved rejser til hospitalerne i centralkommunerne end til de øvrige hospitaler hvor bilen er den altdominerende transportform.

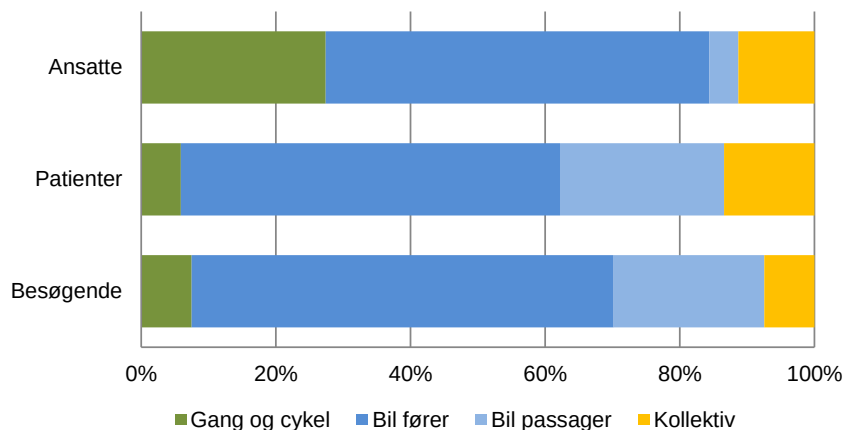
Årsdøgntrafik til og fra hospitaler



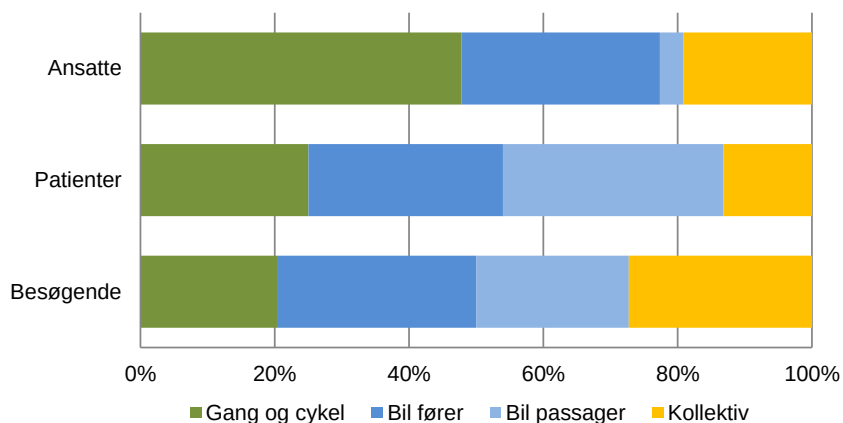
Transportmiddelfordeling for rejser til regionens hospitaler



Transportmiddelfordeling blandt ansatte, patienter og besøgende til hospitalerne udenfor centralkommunerne

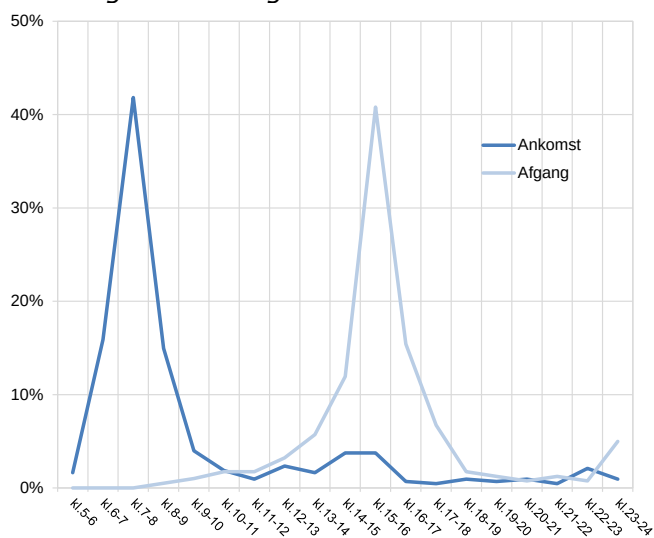


Transportmiddelfordeling blandt ansatte, patienter og besøgende til hospitalerne i centralkommunerne

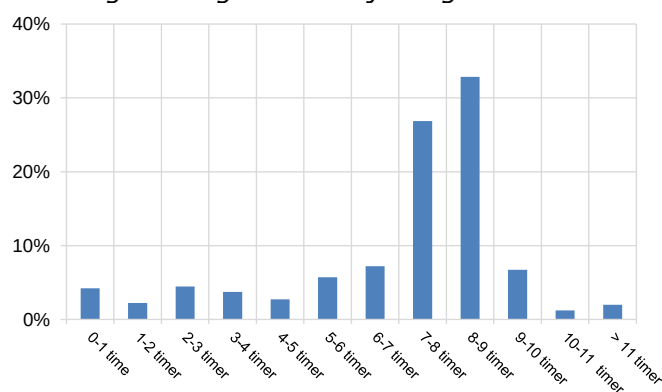


I det følgende beskrives, ud fra et kendskab til de tre målgruppers tidsmæssige transportbehov, de forhold som man grundlæggende skal være opmærksom på i den kollektive betjening, og som man indledningsvis bør give et eftersyn.

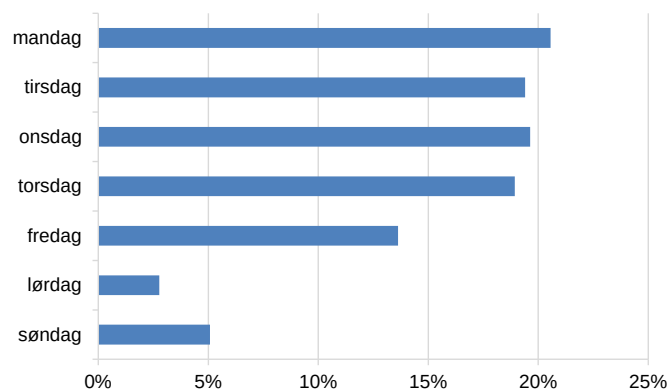
Fordeling af møde og sluttider for ansatte



Fordeling af længde af arbejdsdagen for ansatte



Fordeling af arbejdsdagene på ugedage



Ansatte

De cirka 34.000 som arbejder på hospitalerne møder for størstedelens vedkommende i tidsrummet kl. 7-8 og slutter i tidsrummet kl. 15-16. Mere end 40% af alle de ansattes kommer til hospitalet indenfor denne time om morgenen. Og tilsvarende forlader mere end 40% af de ansatte arbejdspladsen i indenfor en enkelt time om eftermiddagen. 92% af alle arbejdsrejser finder sted på hverdage og kun 8% i weekenden.

Der tegner sig altså et billede af en stor aktivitet af ansatte til og fra hospitalerne i et koncentreret tidsrum på hverdage. For den kollektive transport er det en udfordring at kunne klare denne koncentrerede efterspørgsel, og et første skridt i en samlet indsats er da også at kigge på kapaciteten netop i myldretiderne. Det nytter ikke med en indsats for at få flere ansatte til at anvende kollektiv transport på arbejde, hvis der ikke er plads i tog og de busser der betjener hospitalerne.

Et hospital har aktiviteter døgnet rundt, og mange ansatte har enten permanent eller af og til skiftende arbejdstider. Det er derfor ikke tilstrækkeligt at der er en god betjening i myldretiderne, der skal også være en rimelig betjening udenfor. Det kan være helt afgørende for valg eller fravalg af det kollektive trafiktilbud, at man også kan komme frem og tilbage udenfor myldretiderne, herunder i aften timerne og i weekenden.

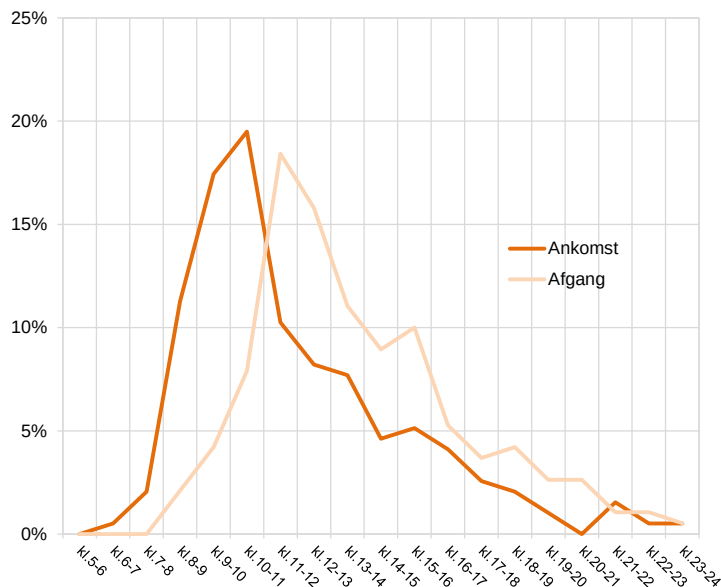
Skal de ansatte motiveres til oftere at benytte kollektiv transport mellem boligen og arbejdspladsen, så forudsætter det, at det er muligt at komme frem og tilbage indenfor et rimeligt tidsrum.

For ansatte skal man være opmærksom på spørgsmål som:

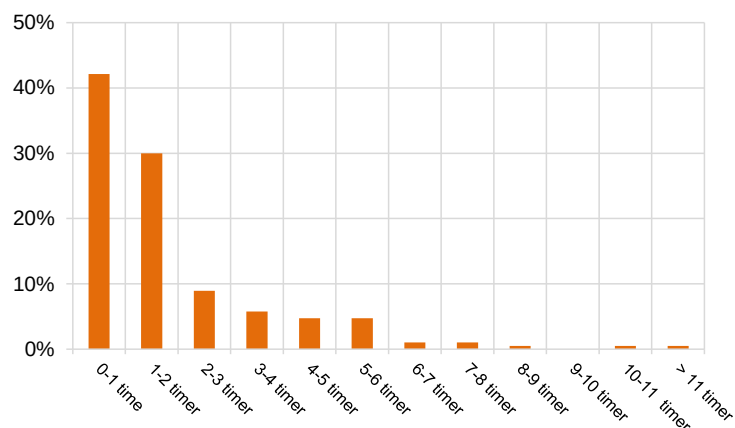
Er der tilstrækkelig kapacitet i myldretiderne.

Matcher den kollektive transportbetjening af hospitalerne udenfor myldretiderne i tilstrækkeligt omfang de møde- og sluttider, som de ansatte på hospitalet har.

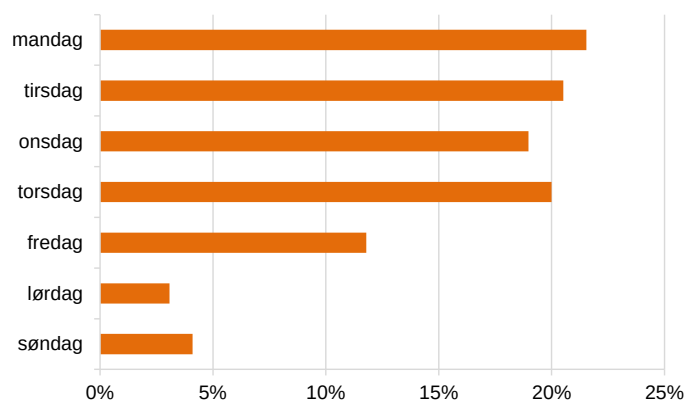
Fordeling af møde- og sluttider for patienter



Fordeling af længde patienters opholdstid på hospitalet



Fordeling af arbejdsdagene på ugedage



Patienter

Af de lidt over 3 mio. patienter, der er på et år til de 11 hospitaler, er ca. 90% ambulante besøgende. For en stor dels vedkommende er kollektiv transport en mulighed. Det er i det samlede billede kun en mindre del som har behov for særlige kørselstilbud.

Patienterne ankommer fordelt hen over formiddagen og middagen - 77% inden kl. 14. Og de forlader hospitalet hen over middagen og eftermiddagen - kl. 16 har 78% af dagens patienter forladt hospitalet igen. Knap trefjerdedele opholder sig under to timer på hospitalet. Langt de fleste patienter kommer på hverdage, idet kun 7% er i weekenden.

I modsætning til flertallet af de ansatte, har patienterne behov for transport udenfor myldretiderne. De ankommer når hospitalets P-pladser er optaget af de ansatte, hvilket er yderligere en grund til at motivere flere til at bruge busser og tog.

Initiativet *tilpassede afgange* fra værktøjskassen, kan suppleres med det perspektiv, at den kollektive transport her også skal kunne varetage patientbesøgendes behov, hvilket stiller krav til betjening på hverdage udenfor myldretiderne.

Information er i særlig grad nødvendigt for patienter, idet mange kommer sjældent på området, og ikke har samme kendskab til disse forhold som de ansatte har. Den fysiske tilgængelighed har også en helt særlig betydning, da nogle patienter har permanente eller midlertidige funktionsnedsættelser

For patienterne skal man være opmærksomme på spørgsmål som:

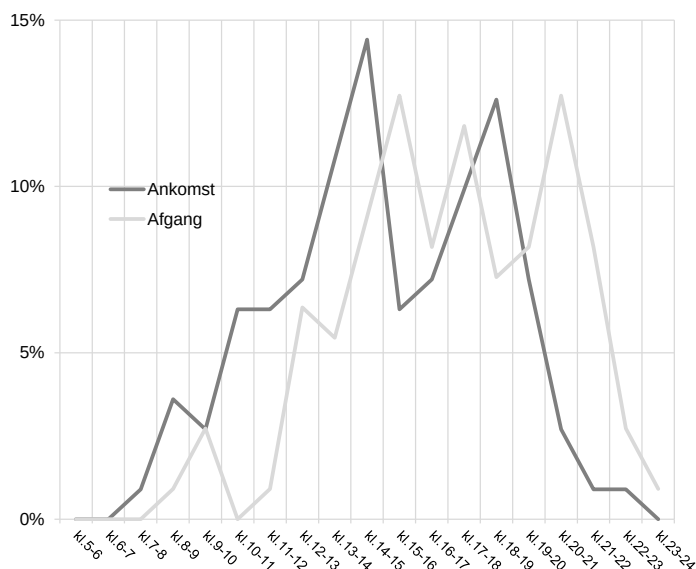
Hvordan patienterne informeres om det kollektive transporttilbud: hvor og hvornår?

Orienteringsinformation - det skal være enkelt at finde vej mellem den kollektive transport og de enkelte funktioner på hospitalet.

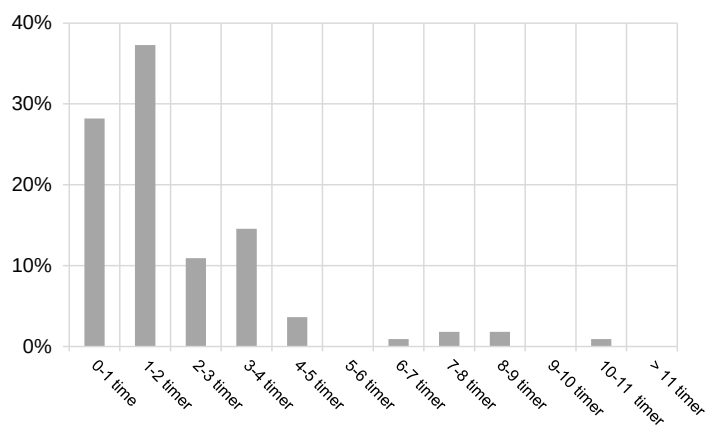
Adgangsvejene, som skal være tilgængelige og gerne korte.

Ventefaciliteter som skal være bekvemme og trygge.

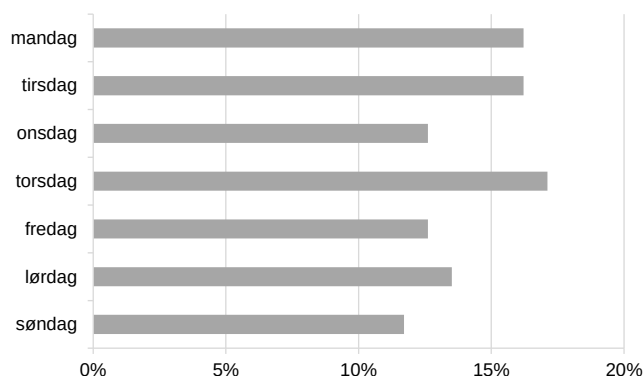
Fordeling af ankomst og afgang for besøgende til patienter



Fordeling af længde besøgendes opholdstid på hospitalet



Fordeling af besøgende på ugedage



Besøgende

Der er ca. 320.000 indlæggelser per år. Den gennemsnitlige indlæggelsestid er på fire dage. Det skønnes med udgangspunkt i disse oplysninger, at der på et gennemsnitligt årsdøgn vil være ca. 10.000 besøgende til og fra hospitalerne.

De besøgende ankommer fordelt hen over eftermiddagen og de tidlige aftentimer - 76% kommer i tidsrummet kl. 12-20. Og de forlader hospitalet hen over eftermiddagen og aftenen - 78% forlader hospitalet i tidsrummet kl. 14-22.

Knap to tredjedele af de besøgende til patienterne opholder sig under to timer på hospitalet. 97% af alle har forladt hospitalet igen indenfor fire timer. Alle ugens dage er besøgsdage, og der er ingen væsensforskel på hverdage og weekend.

For de besøgende til patienterne er det aktuelt med en god kollektiv betjening udenfor myldretiderne. Og i tillæg til patienternes transportbehov, der overvejende er på hverdage i dagtimerne, så er de besøgendes behov også i aftentimerne og i weekenden.

Besøgende, som for de flestes vedkommende kun sjældent besøger hospitalet, er der behov for alle former for information om det kollektive transporttilbud, samt om hvordan man finder rundt.

For de besøgende er der, som gruppe betragtet, næppe helt samme behov for nærhed som flere af patienterne har behov for. Lidt længere gangafstande kan formentlig accepteres, hvis der er god orienteringsinformation, gode adgangsveje og ventefaciliteter samt en rimelig hyppig betjening.

