

PROSJEKTET MÅLBILDET FOR DEN NYE NORMALEN

Olov Grøtting, daglig leder
Jernbaneforum 4. mars 2021

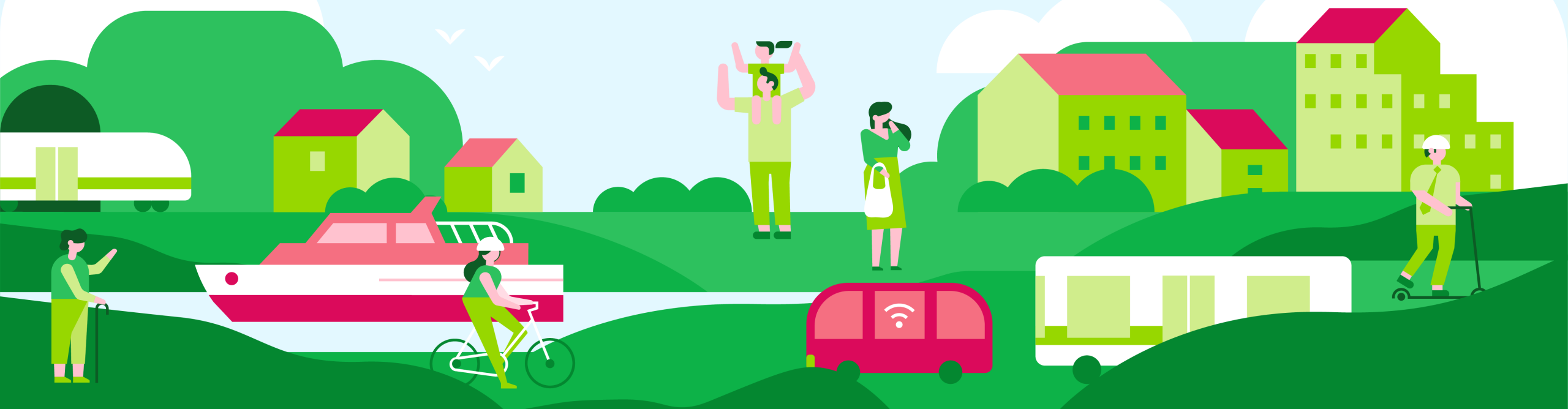


KOLLEKTIVTRAFIKK-
FORENINGEN



INNHOOLD

- ➔ Kollektivtrafikken og Covid-19
- ➔ Endrede reisevaner Post-Covid-19
- ➔ Scenariene



KOLLEKTIVTRAFIKKEN OG COVID-19

KOLLEKTIVTRAFIKK

718 millioner
kollektivreiser (2019)

35 % økning fra 2009 (SSB)

2 tiår med kontinuerlig økning

Covid-19

- 80 – 90 % av de reisende borte over natta – varierende siden
- Kamp gjennom hele 2020
 - Kriseberedskap, endringer, smitte
 - Inntektssvikt og kompensasjon
- Takk til myndighetene for kompensasjon –vi kunne ivareta samfunnsoppdraget vårt



Målbildet for den nye normalen – eller fremtidens kollektivtrafikk i Norge i 2025

HVA KAN VI VENTE OSS POST-COVID-19

Sterke trender - forsterket av covid-19

FN's bærekraftsmål

3 ulike disruptive skift

- Endringer i kundeatferd
- Det teknologiske skiftet.
- Det økonomiske skiftet

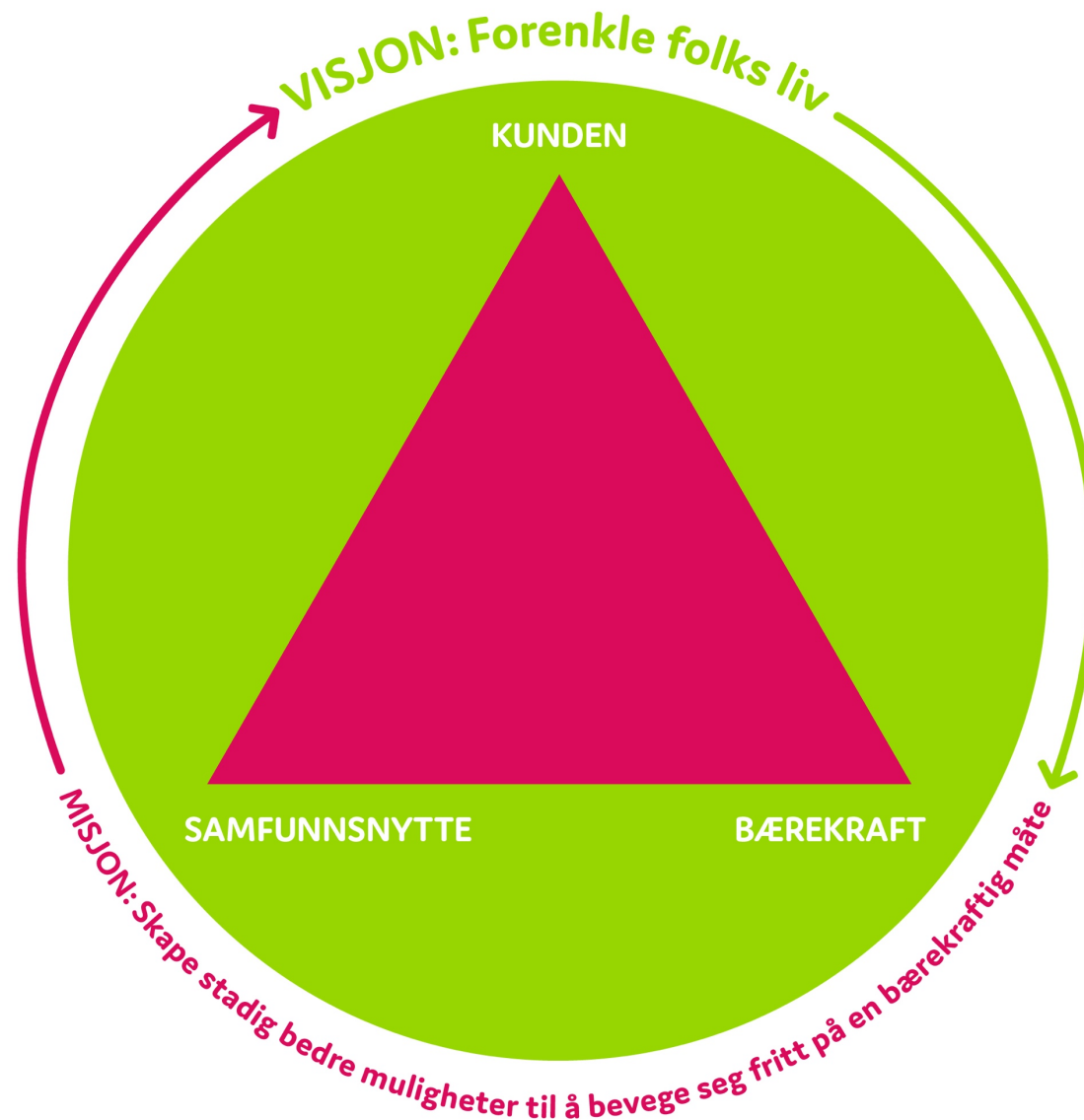
Vi må omstille oss



Endrede reisevaner post-Covid-19

POST-COVID-19

- ➔ Færre reisende enn før 12. mars 2020
 - flere sykler, går, digitale møter, hjemmekontor.
- ➔ Må få tilbake de som har gått over til bilen
 - til ikkebærekraftige mobilitetsløsninger.
- ➔ Vårt samfunnsoppdrag:
 - Muligheten til å bevege seg fritt
 - Reise bærekraftig.



ENDREDE REISEVANER – RURALE PERSONAS

➔ 2-barnsfamilien

- «Avstandene er store, og vi er avhengige av bilen for å få det til å gå opp».
- Mindre tid på transport – mer hjemmekontor og færre jobbreiser

➔ Unge og lovende

- «Bil er livet.»
- Studentlivet, flytte til nytt sted, kollektivt og mikromobilitet



➔ Ung voksen

- «Skulle vært flere avganger lørdagskvelden».
- Hjemmekontor og samkjøring

➔ Godt voksen

- «Hva med at jeg kan melde fra hvor jeg skal?»
- Mer sosial, hverdagen tas tilbake, men vil unngå trengsel



ENDREDE REISEVANER – URBANE PERSONAS

➔ 2-barnsfamilien

- «Vi klarer oss kollektivt i ukedagene - men bil er behagelig da».
- Hjemmekontor, digitale løsninger – lokalkontor i nærheten for det sosiale

➔ Unge og lovende

- «Vi må redde kloden. Kjøtt og bil er så 2019»
- Covid vil sitte i – fortsette vanene



➔ Ung voksen

- «Jeg SKAL klare meg uten bil, men det går litt på bekostning av min frihet».
- Ny dynamisk mobil hverdag – bildeling, lastesykkel...

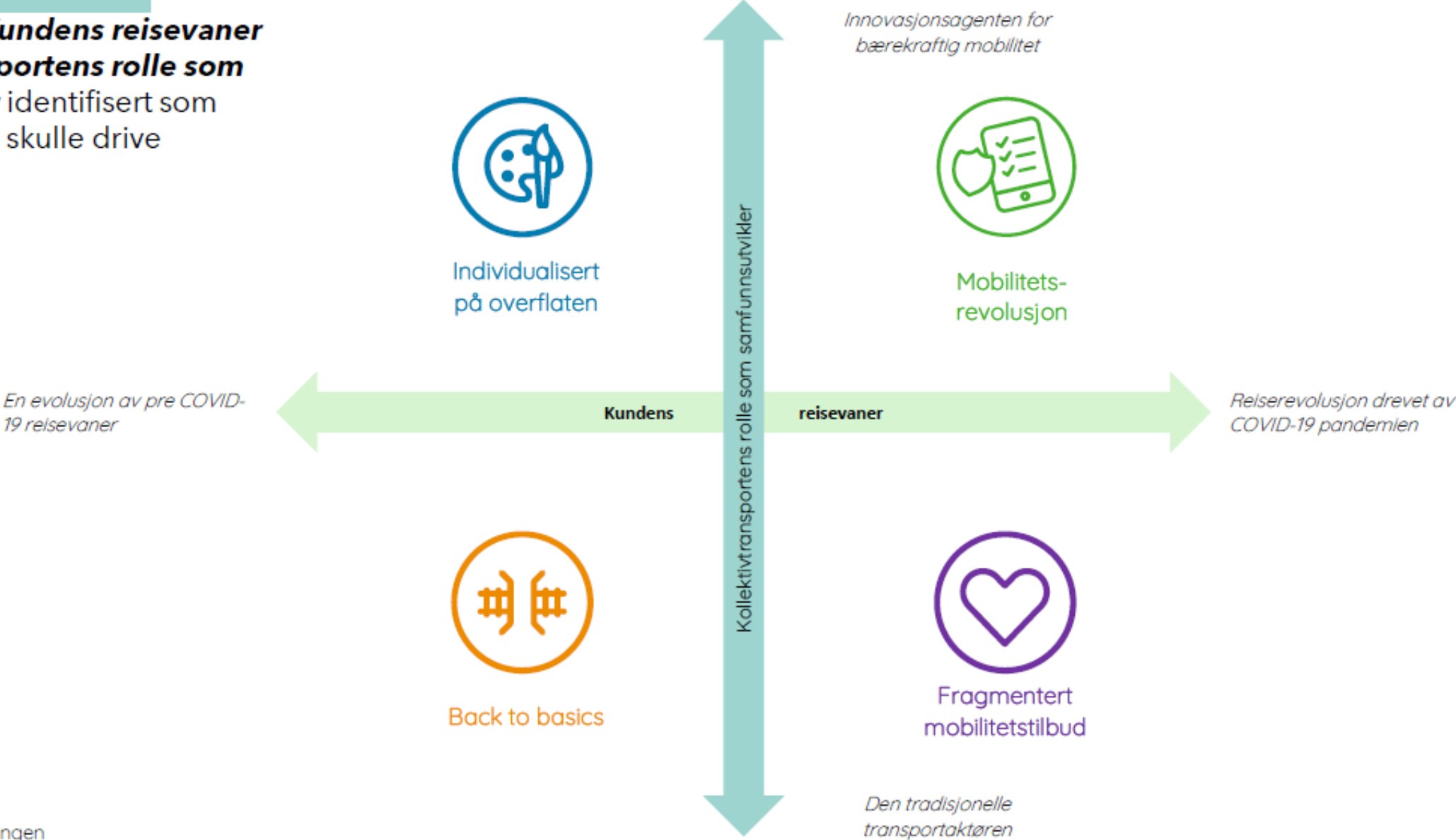
➔ Godt voksen

- «Førerløse busser? Jo jeg omfavner alt nytt jeg, men sjåføren er jo nøkkelen til en god reiseopplevelse».
- Mer egentid og dynamiske mobilitetsløsninger. Veldig glad i ny app for bestillingstransport.



Scenariene

I vår prosess ble **Kundens reisevaner** og **Kollektivtransportens rolle som samfunnsutvikler** identifisert som hovedaksene som skulle drive scenarioene



MOBILITETSREVOLUSJONEN

- Kundens reisevaner er drastisk endret
 - reiser mindre enn før
 - etterspør kvalitet framfor kvantitet
- Offentlige kollektivaktører
 - klarer å utnytte teknologien
 - virkemiddel for Norges bærekraftsambisjoner
- Kollektivtransportens rolle blir viktig.



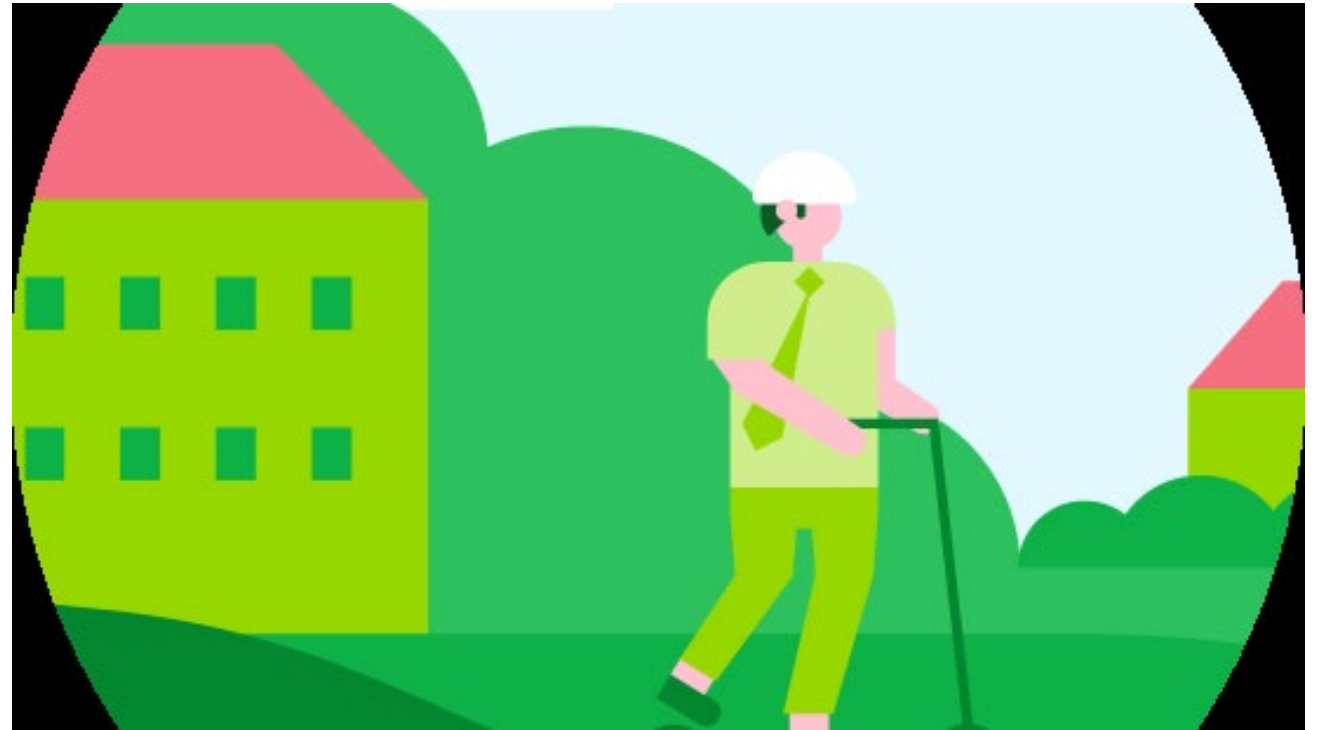


FRAGMENTERT MOBILITETSTILBUD

- Kundens reisevaner drastisk endret
- Kollektivaktørene klarer ikke å tilby i stor nok grad individualiserte tilbud, og blir derfor mindre relevante
- Større konkurranse fra andre mobilitetsaktører
- Kunden har fått nye reisevaner, og vil unngå trengsel.

INDIVIDUALISERT – PÅ OVERFLATEN

- Kundens reisevaner forandrer seg i samme takt som før pandemien
- Kollektivaktørene
 - utnytter teknologi på en god måte
 - mer individualisert opplevelse
 - eier i hovedsak kundeflatene.
- Private byr på gode mobilitetsløsninger som blir en del av et helhetlig tilbud i offentlig regi
- Kollektivtrafikk er et relevant virkemiddel for å oppnå Norges bærekraftsambisjoner.





BACK TO BASIC

- Kundens reisevaner forandrer seg i samme takt som før pandemien.
- Kollektivaktørene
 - får ikke selge billetter – nye reguleringer fra EU. Det overlates nå til private MaaS-aktører.
 - blir mindre relevante som virkemiddel til å nå Norges bærekraftsambisjoner.
 - Får en viktig rolle som rådgivere for myndighetene
- Fullstendig endring på strategisk nivå

*Vi ønsker å synliggjøre alternative framtider
på en slik måte at både bransjen og alle
interessenter vil ta de valgene som er best
for den framtida de enkelte ønsker seg.*



FORENKLER FOLKS LIV.

kollektivtrafikk.no

