



KOLLEKTIVTRAFIKK-
FORENINGEN

Mulighetsrom for inntektsgenerering i den nye normalen

Samlet leveranse – Innovasjonsprosjektet

November 2021

Innhold

 **Oppsummering**

 **Situasjonsbeskrivelse**

 **Veien fram til konseptene**

 **Mulighetsrommene**

 **Konklusjon og forslag til neste steg**

 **Vedlegg 1: Kontaktinformasjon**



Oppsummering

Innovasjonsarbeidet i dette prosjektet skisserer seks mulighetsrom for inntektsgenerering. Rapporten er utviklet i tett samarbeid med fagpersoner fra KTFs medlemmer og er ment som faglig innspill til utviklingsarbeid og politisk diskusjon

Formål med prosjektet

- > I lys av utfordringene medbrakt av koronapandemien ønsket Kollektivtrafikkforeningen å lansere et prosjekt for å utforske og skissere noen mulighetsrom for inntektsgenerering i et landskap av endrede reisevaner.
- > Prosjektets innretning var å kartlegge samt bygge videre på eksisterende innsikt, ekspertise og idéer på tvers av Kollektivtrafikkforeningens mange medlemmer, med fokus på bred involvering og forankring.
- > Prosjektet har vært en god samhandlingsplattform for nytenking og diskusjon på tvers av Kollektivtrafikkforeningens medlemmer – og prosjektet har hatt stor nytte av, og fått ta del i, det tette samarbeidet aktørene har.
- > Rapportens nøkkelverdi er å kunne samle de viktigste idéene, konseptene og mulighetsrommene på ett sted – for så å strekke på og dele disse idéene bredt blant Kollektivtrafikkforeningens medlemmer.

Kort om mulighetsrommene

- > For å sikre et vedvarende inntektsnivå må kollektivtrafikken opprettholde og videreutvikle et bærekraftig og attraktivt tilbud i post-Covid-19 situasjonen. Prosjektet har identifisert seks mulighetsrom for hvordan dette kan oppnås.
- > Mulighetsrommene har blitt utviklet gjennom intervjuer, workshops, ukentlige prosjektgruppemøter, en innovasjonskonkurranse for unge og søk internasjonalt.
- > Flere av de identifiserte mulighetsrommene er allerede områder som er under evaluering, utvikling eller pilotering hos en eller flere av kollektivforeningens medlemmer.
- > Vi har sammen ikke lyktes med å identifisere den/de mulighetsområdene som vil gi umiddelbar eller tilstrekkelig høy inntektsøkning, men flere av mulighetsområdene har høy attraktivitet for målgruppen og et interessant inntektspotensial på lang sikt. For å lykkes blir det viktig å se helhetlig på disse mulighetsrommene – da totaleffekten vil gi gode synergier.

Hvordan kan mulighetsrommene brukes i videre arbeid?

- > Utfallet av prosjektet kan brukes av KTFs medlemmer i deres utviklingsarbeid og til politiske diskusjoner på nasjonalt og regionalt nivå.
- > Det er viktig at flere av mulighetsrommene sees og utvikles i parallell, da de vil forsterke hverandre og eventuelt legge premisser for kommersiell suksess.
- > De skisserte mulighetsrommene kan være en god plattform for å underbygge viktigheten av, samt bygge videre på et felles samarbeid i kollektivbransjen.
 - A. Skal vi fortsette som nå, med innovasjon og utvikling i de ulike selskapene – samtidig som vi deler informasjon, erfaring og kompetanse så godt vi kan?
 - B. Skal vi ta ett steg videre, med en felles innovasjons- og utviklingsagenda – hvor vi identifiserer noen mindre, men fokuserte felles aktiviteter med felles ansvar?
 - C. Skal vi ta ett hopp videre, og etablere en felles innovasjons- og utviklingssatsning – hvor ett eller flere utvalgte initiativ utvikles gjennom en felles «start-up»?

Inntektpotensial versus inntektsrisiko

Når kollektivaktørene skal ta disse mulighetsrommene videre blir det viktig å vurdere den helhetlige effekten av tiltakene – det å se på balansen mellom inntektpotensial versus potensiell inntektsrisiko

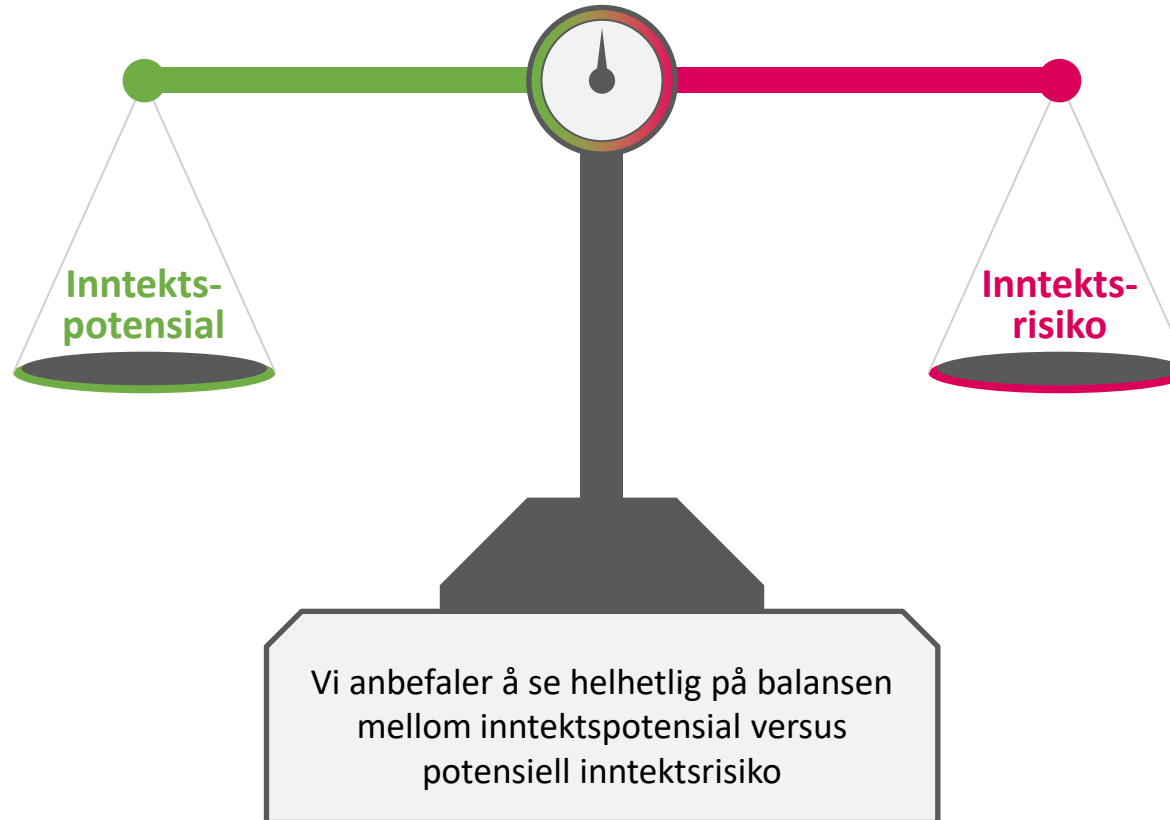
Kort om inntektpotensial

Denne rapporten skisserer seks mulighetsrom, og detaljerer ut vår kvalitative vurdering av hvilken attraktivitet, gjennomførbarhet og inntektpotensial disse mulighetsrommene har – basert på kvalitative analyser og diskusjoner i workshops, intervjuer og prosjekt-gruppemøter med fagpersoner fra kollektivbransjen.

I detaljeringen av inntektpotensial har vi sett på: Hva er den potensielle oppsiden ved dette mulighetsrommet?

Hvorvidt tror vi at kollektivtrafikk-bransjen kan tjene penger på dette?

Hvilke muligheter og utfordringer ser vi på inntektssiden?



Kort om inntektsrisiko

Denne rapporten skisserer også noen risikoområder mtp potensielt inntektsbortfall. Det tydeligste eksemplet på dette er usikkerhet og risiko rundt det å lansere nye, fleksible betalings-løsninger. Det å gå bort ifra dagens etablerte inntektsstrømmer og over på en dynamisk betalingsmodell – gir en reell risiko for varig inntektsbortfall, som da eventuelt må kompenseres ved økte tilskudd. Risikoen varierer også mellom de ulike kollektivaktørene, og med dagens usikkerhet og allerede reduserte inntekt må alle forsøk og piloteringer kunne estimeres og valideres før man iverksetter tiltak som kan skape urealistiske forventninger eller reduserer allerede hardt pressede inntektsstrømmer.



Situasjonsbeskrivelse

Hvordan har COVID-19 truffet kollektivtrafikken?

COVID-19 hadde en drastisk effekt på kollektiv trafikken, nesten over natten. Ved utløpet av COVID-19 står vi en ny hverdag – med færre reisende og lavere billettinntekter

Pre-COVID-19



Etter en sammenhengende opptur for kollektivtrafikken de siste par tiårene, så bransjen lyst på framtiden og var klare til å fortsette denne spennende reisen.

COVID-19 inntreffer



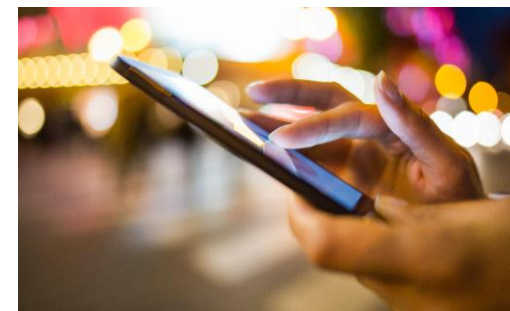
Mars 2020 inntraff COVID-19 Norge for fullt, med en øyeblikkelig effekt på kollektivtrafikken. Myndighetene frarådet folk fra å reise kollektivt for å unngå smitte, noe som førte til at 70–80 % av kundene ble borte umiddelbart, og i perioder lå inntektstapet på 90 %.

Under COVID-19



Underveis i koronapandemien tilpasset befolkningen seg til en ny hverdag, med hjemmekontor og mer bruk av individuelle transportmidler – både gjennom bil og mikromobilitet. For å opprettholde kollektivtrafikken som en samfunns-kritisk funksjon kompenserte myndighetene tapte billettinntekter.

Etter COVID-19



Ved utgangen av koronapandemien har vi en ny hverdag, med færre reisende og lavere billettinntekter. Myndighetene vil også fase ut kompensasjonen nå som pandemien går mot slutten – og spørsmålet gjenstår: Hvordan skal kollektivtrafikken tilpasse seg denne nye normalen?

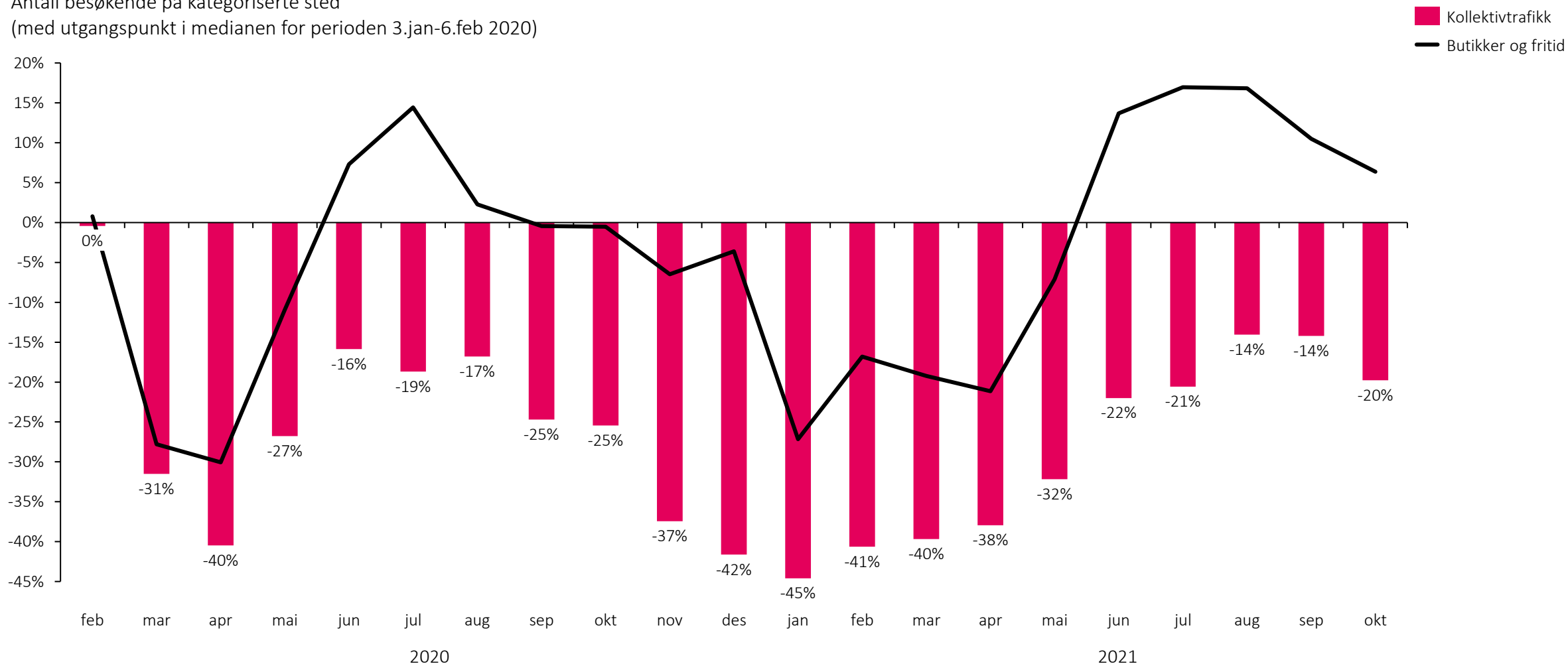
Sannsynligheten er stor for at vi aldri kommer tilbake til den hverdagen og de reisemønstrene vi hadde i 2019, før COVID-19 inntraff. På oppdrag for KS lanserte Asplan Viak/Urbanet en rapport som forventer inntil 15 prosent færre kollektivreiser etter pandemien. Det tilsvarer tapte billettinntekter tilsvarende 1,5-2,3 milliarder kroner¹. For å ikke måtte kutte i kollektivtilbudet må kollektivtrafikken finne nye innovative tiltak som kan generere inntekter og sikre et bærekraftig og attraktivt tilbud, også i post-COVID-19 situasjonen. Utfordringen og dilemmaet ligger i at nye tiltak bærer med seg risiko – i tillegg til at det er ressurskrevende å utvikle nyvinninger i en tid hvor kollektivbransjen er såpass presset på ressurser som det de er i dag, grunnet COVID-19.

Kollektivtrafikken har ikke hatt samme innhentingseffekt som andre industrier

Antall besøkende hadde en rask nedgang både for kollektivtrafikken samt butikker og fritid da COVID-19 inntraff. Kollektivtrafikken har ikke klart å ha samme innhentingseffekt som sistnevnte.

Antall besøkende på kategoriserte sted

(med utgangspunkt i medianen for perioden 3.jan-6.feb 2020)



Hvordan har kollektivbransjen prøvd å finne løsninger?

I lys av strategiprojektet og utfordringene medbrakt av COVID-19 ønsket Kollektivtrafikkforeningen å lansere et nytt prosjekt for å utforske og skissere noen mulighetsrom for inntektsgenerering i et landskap preget av endrede reisevaner

FORRIGE RAPPORT



Strategi: Hvordan kan fremtiden se ut?

Høsten 2020 vedtok styret å gjennomføre et større strategiprojekt for å skissere hvordan fremtidens kollektivtrafikk i Norge 2025 kunne se ut i lys av pandemien og endrede reisevaner. Prosjektet endte i en scenariorapport med 4 ulike fremtidsscenarioer.

«Fremtidens kollektivtrafikk i Norge 2025»



DENNE RAPPORTEN



Innovasjon: Hvilke tiltak kan vi iverksette?

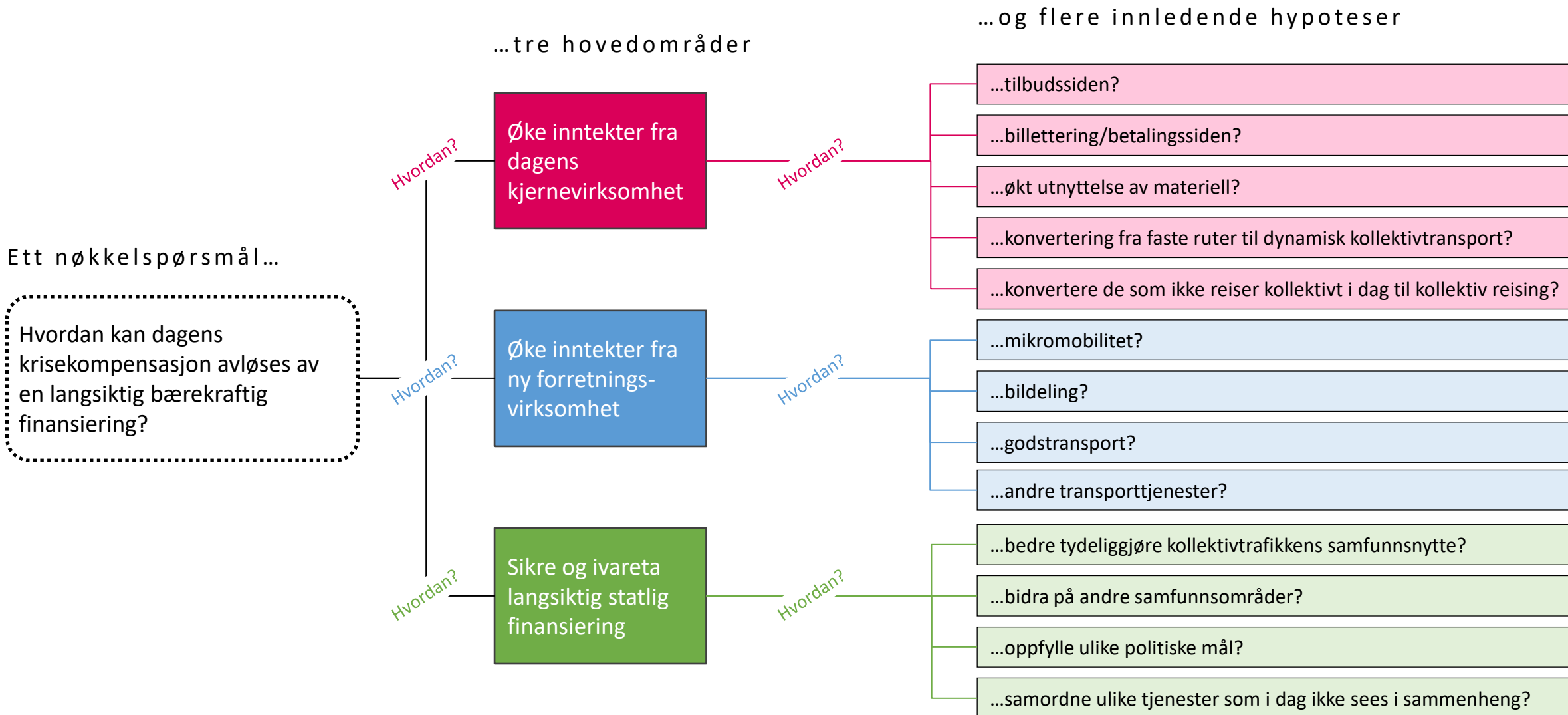
Som en oppfølging av strategiprojektet bestemte styret seg for å lansere dette prosjektet – et innovasjonsprosjekt med mål om å skissere noen mulighetsrom for å hvordan statens krisekompensasjon kunne avløses av en mer langsiktig bærekraftig finansiering post-COVID-19.

«Mulighetsrom for inntektsgenerering i den nye normalen»



Hva skulle dette prosjektet utforske?

For å utforske hvilke inntektsgenererende tiltak kollektivbransjen burde iverksette skulle prosjektet se på tre hovedområder, med flere innledende hypoteser



Hvem involverte vi?

Prosjektet la til rette for en god og bred involvering av KTFs interessenter



INTERVJUER OG SAMTALER

En-til-en dialoger for å innhente innsikt, teste ut idéer og bli inspirert

- 1. Nøkkellinteressenter hos KTF medlemmene**
Markedssjefer, tjeneste-/forretningsutviklere, direktører, ruteplanleggere, kommunearbeidere, etc.
- 2. Nærliggende prosjekter**
Ruter gods- og vareleveranser, Del-prosjekter fra Innovasjonsnettverket
- 3. Nøkkellinteressenter fra omverdenen**
StartupLab Mobility, Leder for mobilitet i Deloitte Canada, Tøi, Parqio (startup), Asistobe (startup), Applied Autonomy



KREATIVE ARBEIDSMØTER

Utvikle, videreutvikle og prioritere idéer

- 1. Prosjektgruppa (ukentlig)**
Idémyldre, diskutere, justere, og bearbeide materiale
- 2. Innovasjonsnettverket (13. september)**
Idémyldre og videreutvikle idéer
- 3. Strategi- og utviklingsforum (30. september)**
Vurdere, prioritere og konkretisere idéer
- 4. Studenter og unge**
Tenke nytt om fremtiden, og utvikle konkrete idéer for hvordan kollektivtrafikken kan tilpasse seg ungdommens reiseønsker



FORANKRINGSMØTER

Informere og forankre prosessen og resultatene

Fra prosjektgruppa (nå)

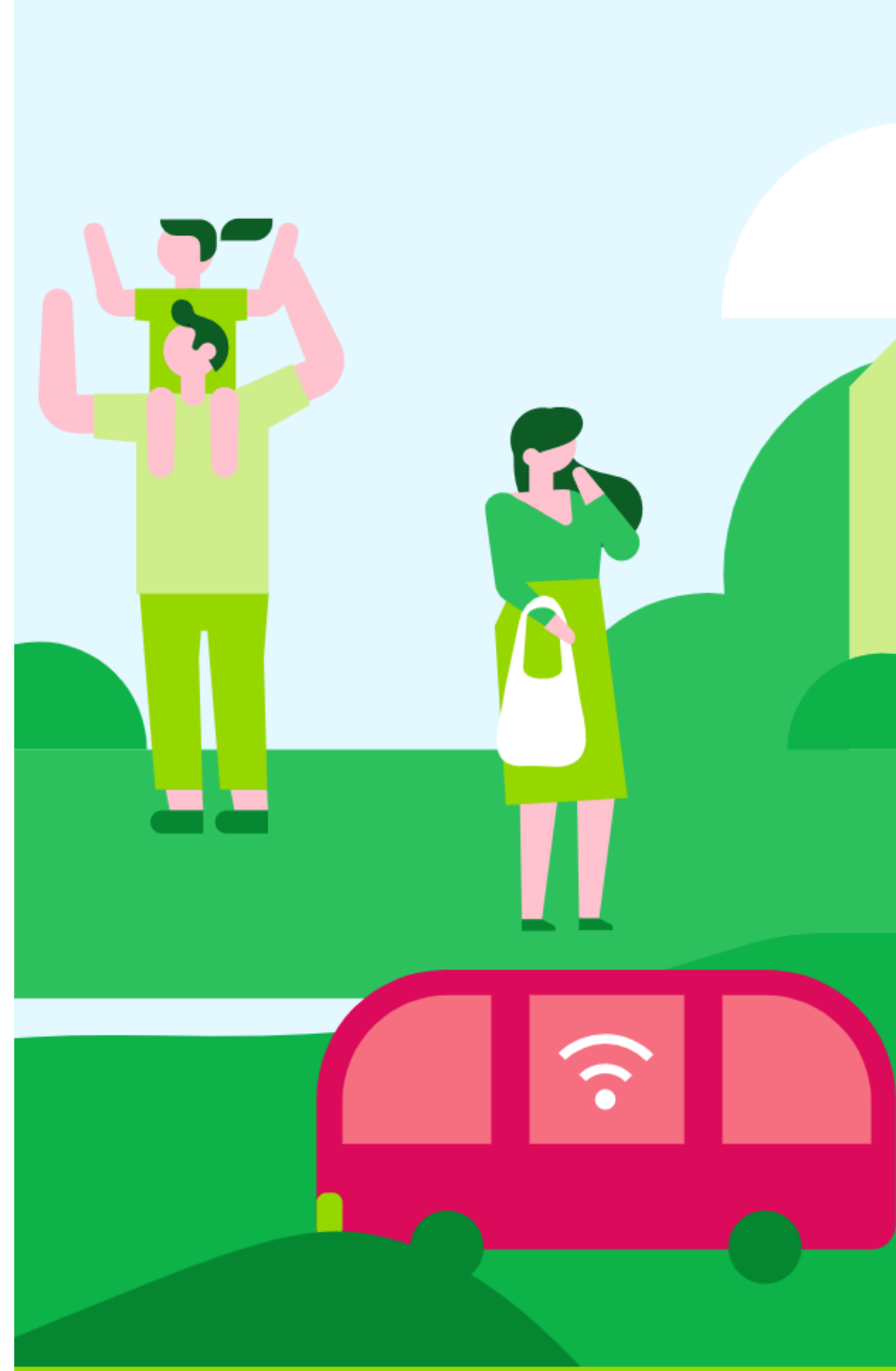
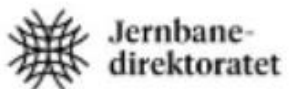
- 1. KTFs styre (styringsgruppa)**
- 2. Toppledere**

Fra KTFs medlemmer (senere)

- 1. Myndighetene**
- 2. Eiere**

Hvem har vi gjort dette for?

Utfallet av prosjektet skal kunne brukes av KTFs medlemmer i deres utviklingsarbeid og til politiske diskusjoner på nasjonalt og regionalt nivå



Prosjektet «Mulighetsrom for inntektsgenerering i den nye normalen» har vært ledet av et team fra Deloitte...

Kjerneteamet fra **Deloitte.**



Jørund Vollan

Prosjektansvarlig

Nordisk leder for transport og mobilitet

#Transport #Mobilitet
#Innovasjon
#Implementering



Fredrik Helland

Prosjektleder

Co-lead for bærekraftig strategi og transformasjon

#Strategiutvikling
#Innovasjon #Bærekraft
#Forretningsutvikling



Daniel Campos

Prosjektmedarbeider

Strategi, innovasjon og design

#Strategiutvikling
#Innovasjon #Analyse

...i tett samarbeid med prosjekteierne i KTF

Prosjekteierskap fra



KOLLEKTIVTRAFIKK-
FORENINGEN



Olov Grøtting

Prosjekteier

Daglig leder



Ola Viken Stalund

Prosjektstøtte

Seniorrådgiver

Et av prosjektpremissene var at innsikten skulle hentes fra kollektivtrafikkaktørene, ikke konsulenter. Prosjektet har derfor hatt stor glede av en flott prosjektgruppe som har jobbet sammen ukentlig.

Prosjektgruppe

Prosjektleder
Fredrik Helland (Deloitte)

Prosjektmedarbeidere

**Thomas
Ruud
Jensen**



Agder kollektivtrafikk

**Audun
Solheim**



**Kari
Steinsland**



**Nasir
Mushtaq
Ahmed**



**Ola Viken
Stalund**





Veien fram til konseptene

100

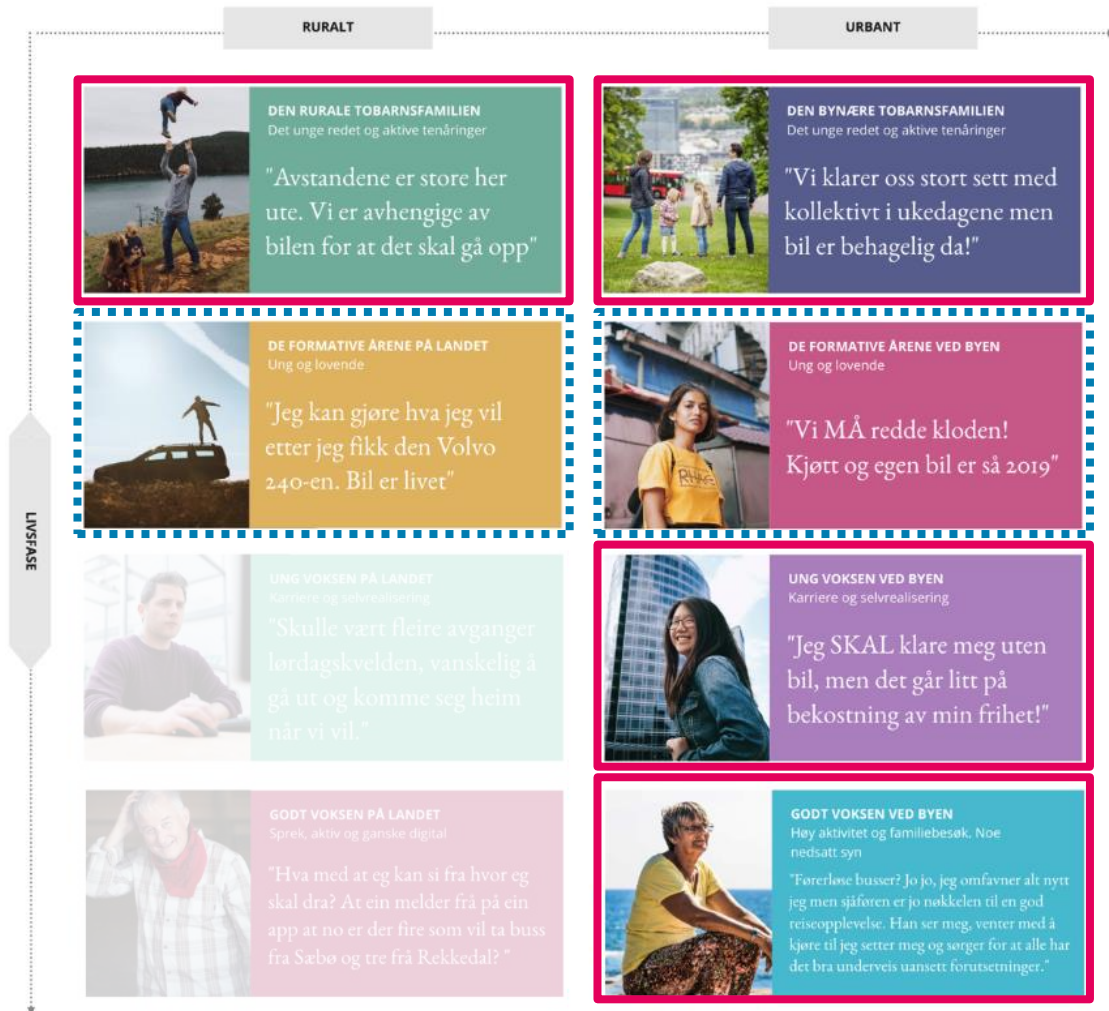


Eksempelvis ble sosiale trender løftet fram som de viktigste driverne for inntektsgenerering, og brukt til idégenerering for potensielle mulighetsområder og konsepter med prosjektgruppen

Fremhevet tekst er prioriterte trender for inntektsgenerering

	Sosiale	Teknologiske	Økonomiske	Miljømessige	Pol./regulatoriske
Strategisk viktige drivere Drivere med stor sannsynlighet for at de inntreffer og med stor innvirkning på oss	• Aksept for nye former for (mikro)mobilitet • Befolkningstetthet • Bevegelsesfrihet for alle • Forventninger til brukeropplevelse • Hjemmekontor og fleksible arbeidstider • Privatpersoners villighet til å dele data • Smitteutvikling (COVID) • Sunne transportformer / Aktiv Mobilitet	• Batteriteknologi og ladeinfrastruktur • Bestillingstransport • Cybersikkerhetsrisiko • Overgang fra fossilt drivstoff til elektrifisering • Innovasjonshastighet hos mindre offentlige kollektivaktører • Konnektivitet av intelligente transportsystemer (ITS)	• Samarbeid mellom offentlig og private aktører	• Økende miljøbevissthet • Parisavtalen driver en stor politisk velvilje til å investere i klimavennlige alternativer	• Bompenger og avgifter på bil • Endring i byrom • EU Direktiver • Regulatorisk kompleksitet • Samarbeid i bransjen • Skoleskyss • Politisk satsing og tilskudd til kollektiv
Kritiske usikkerheter Drivere med usikkerhet rundt sannsynlighet for at de inntreffer, men med stor innvirkning på oss	• Økende andel eldre i samfunnet • Forventning til komfort, arbeidsrom og underholdning • Kollektivtrafikkens (manglende) status • Opplevd reisetrygghet (smitteredsel) • Status knyttet til å kjøre bil	• Analyse av stordata • Autonome kjøretøy • Delingsmobilitet • Digitalisering av hverdagen • Dynamisk prising av veinett • Innovasjons-hastighet hos de store offentlige kollektivaktørene	• Handlingsrom i norsk økonomi • Konkurranse om data - Fra private aktører • Nye typer billettprodukter • Kollektivtransport sin konkurransekraft i kampen om midler fra offentlig sektor • Fremvekst av nye finansierings-modeller • Fremvekst av delingsøkonomi • Tilgjengelige rammer til å løse klimakrav	• EU Green deal plattform implementering	• Deregulering av operatør-landskapet • Deregulering av kundegrensesnittet • Politisk uforutsigbarhet • Regulatoriske myndigheters evne til å holde tritt med teknologi

Tilsvarende ble gjort rundt personas, hvor vi bygget videre på arbeidet fra KTFs scenariorapport og identifisert 6 målgrupper med størst inntektspotensial – og deretter kartla «pains» og «gains» som vi brukte for idémyldring rundt fremtidig mulighetsrom



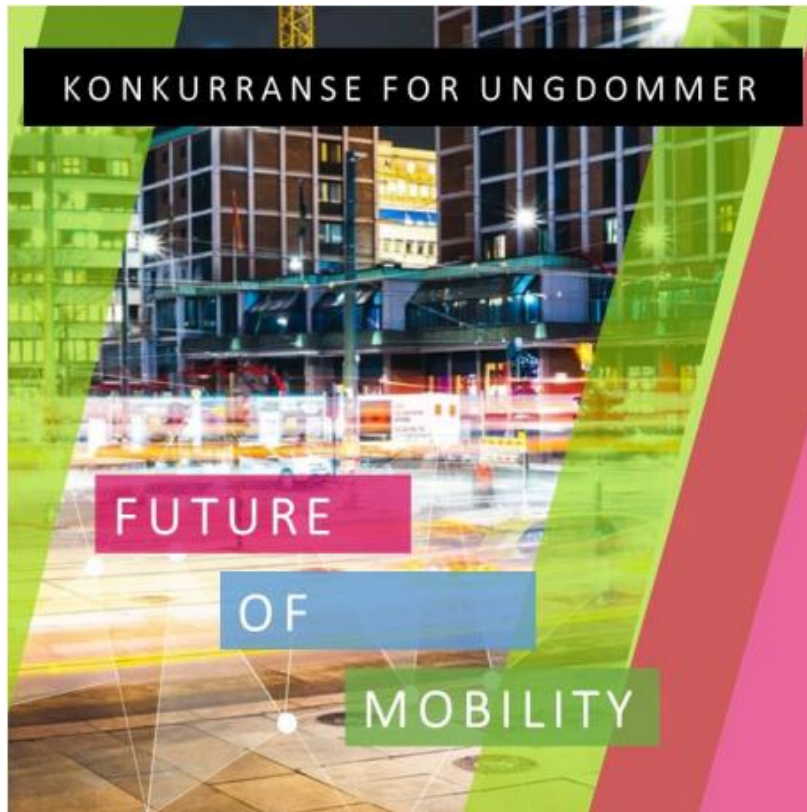
Løftet fram som de viktigste målgruppene av KTFs medlemmer gjennom 2 innovasjonsworkshops med KTFs innovasjonsnettverk.



Løftet fram som viktig målgruppe av KTFs styre. En egen innsiktsprosess ble lansert for å innhente innspill fra ungdommen. Dette ble gjort i form av en online innsiktskonkurranse på en global «crowd sourcing» plattform.

Vi gjennomførte også en global online konkurranse for å samle innsikt fra ungdommen om hva de tenker om fremtidens mobilitet. Konkurransen fikk inn 150 forskjellige besvarelser

Problemstilling: "Hvordan kan offentlig transport omstille seg for å møte mobilitetsbehovene til unge mennesker?"



Kritiske spørsmål som vi stilte ungdommen:

1. Hva er nøkkel mobilitet/transport **behovene for unge mennesker** i dag?
 - a. Ønsker og behov – hva gjør dem lykkelige?
 - b. Utfordringer og barrierer – hva synes de er irriterende og plagsomt?
2. Hvordan kan vi **tenke nytt** om offentlig transport for å tilpasse oss unge menneskers mobilitetsbehov?
 - a. Mobilitetstjenester
 - b. Ikke-mobilitetstjenester
 - c. Utnyttelse av infrastruktur
3. Hvordan kan offentlig transport **endre sitt image** til å bli mer "innovativ og hip" i stedet for "gammeldags og kjedelig"?

De fem viktigste behovene som kom fram fra ungdommen var at de ønsket tidseffektivitet, kostnadseffektivitet, tilstrekkelig plass, valgfrihet i mobilitetsalternativer og innovativt tankesett

Basert på de 150 innspillene vi mottok sa følgende prosentandeler av ungdommen at de ønsket...

53%

Tidseffektive tjenester

Velutviklede nettverk med optimerte ruter og sømløse kundereiser for å komme fra A til B

47%

Kosteffektiv transport

Kollektivtransport bør føles som en «god deal» i forhold til andre alternativer

42%

Tilstrekkelig plass

Ønsker et transportalternativ som ikke føles ukomfortabel og trangt i rushtiden

40%

Mix av transportmidler

Ønsker fleksibilitet i når, hvor og hvordan de reiser, med flere mobilitetsløsninger å velge mellom

36%

Innoverende kollektivaktører

Ønsker at kollektivtransporten skal være innoverende og følge brukertrender

28%

Pålitelig transport

Ønsker høy integritet, tjenester ankommer og reiser til oppsatt tid

28%

Underholdning under reisen

Tilgang på underholdning som digitale betalings-aviser, strømmetjenester, shopping, etc.

26%

Trygt transport alternativ

Trygt for diskriminering, smitte spredning og ikke minst personlig sikkerhet

22%

Bærekraftig alternativ

Unge ønsker evnen til å bidra positivt for klima tiltak og et inkluderende samfunn

19%

Digitale løsninger

Ende til ende kundereiser som inkluderer kost, tid, bærekraftsinitiativer og billettløsninger

Basert på all innsikten gikk vi fra et bredt spekter av idéer om mulighetsrom og tiltak, til utformingen av 12 røffe konsepter som vi utforsket og diskuterte med et bredt spekter av interessenter

Fra kaos til strukturerte idéer

1. Totalt sett, ut ifra workshops, prosjektgruppemøter, innsiktskonkurransen, samtaler og intervjuer fikk vi inn et bredt spekter av forskjellige over 200 idéer til potensielle mulighetsrom og tiltak (inkl. duplikater)



2. Disse samlet vi til noen kategoriserte grupper...

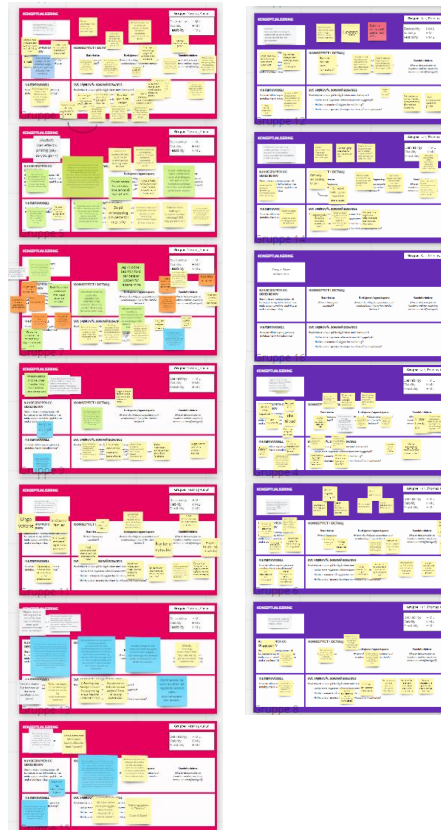


3. ...og strukturerte dem til noen overordnede idéer



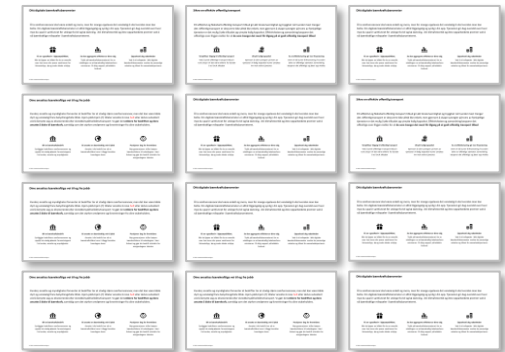
Fra strukturerte idéer til verdikanvaser

4. Blant disse overordnede idéene valgte vi ut de vi hadde mest troen på, og skrev dem ut i et verdiforslagskanvas



Fra verdikanvas til konsepter

5. Basert på disse verdiforslagskanvasene skisserte vi ut 12 røffe konsepter...



6. ...som vi jobbet videre med sammen med strategi- og utviklingsforum 30. september og i prosjektgruppen i etterkant for å justere og vurdere

DESIRABLE:
Hvor attraktivt tror vi dette for er målgruppen?

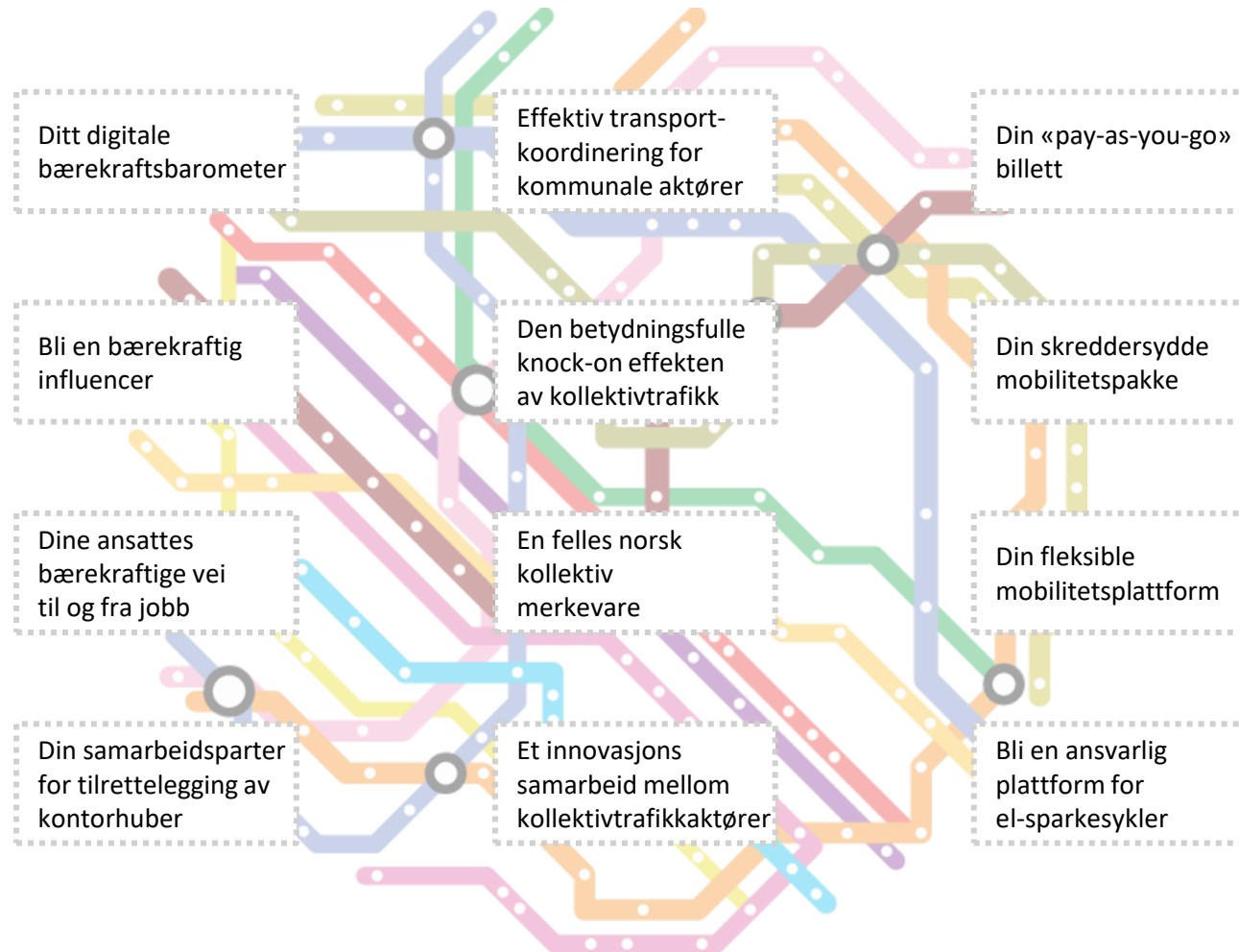
PROFITABLE:
Hvor stort inntektpotensial har dette tror vi?

FEASIBLE:
Hvor gjennomførbart er et slik konsept?

JUSTERINGER:
Er det noe som mangler? Hvordan kan vi strekke disse konseptene enda lenger?

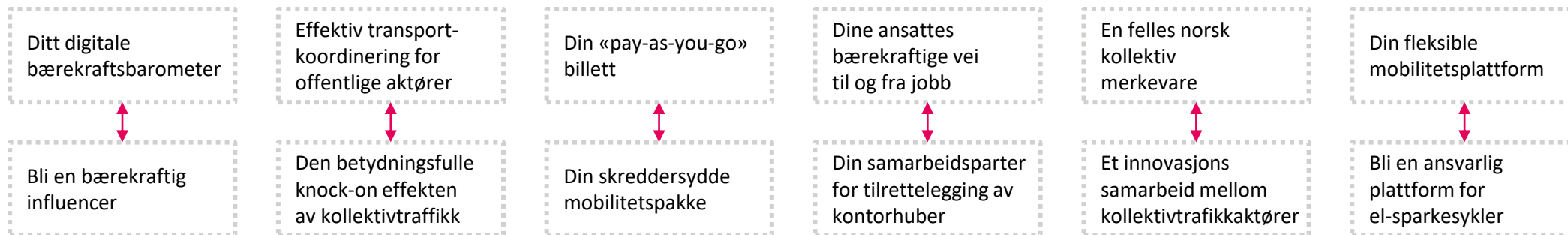
VEIEN VIDERE
Hvem har gjort noe likt tidligere? Hvem kan vi snakke med (kollegaer eller samarbeidspartnere?)

Et av innspillene vi fikk fra strategi- og utviklingsforum, samt prosjektgruppen, var at flere av disse 12 konseptene til fordel kunne kombineres til større sammenhengende ideer...

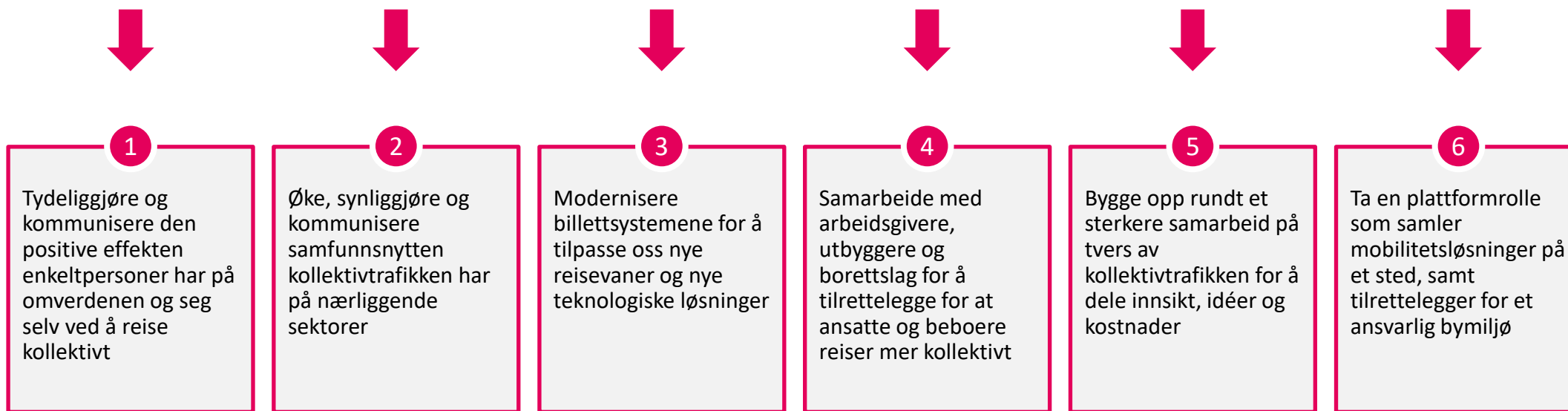


...som resulterte i en gruppering av de 12 røffe konseptene til 6 aggregerte mulighetsrom

Fra 12 røffe konsepter...



...til 6 mulighetsrom





Mulighetsrommene

Overordnet blikk på mulighetsrommene

For å sikre et vedvarende inntektsnivå må kollektivtrafikken opprettholde og videreutvikle et bærekraftig og attraktivt tilbud i post-Covid-19 situasjonen. Vi har identifisert seks mulighetsrom for hvordan dette kan oppnås.

**Prosjektets
nøkkelspørsmål**

Hvordan kan dagens krisekompensasjon
avløses av en langsiktig bærekraftig
finansiering?



**Overordnet
svar**

Kollektivtrafikken må opprettholde og
videreutvikle et bærekraftig og attraktivt
tilbud i post-Covid-19 situasjonen



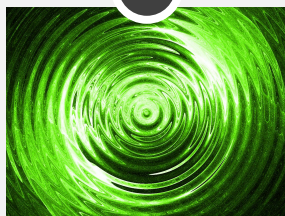
**Seks
mulighetsrom**

1



Tydeliggjøre og kommunisere den positive effekten enkeltpersoner har på omverdenen og seg selv ved å reise kollektivt

2



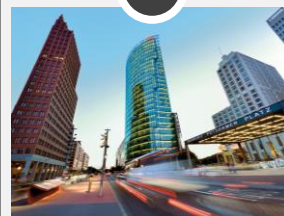
Øke, synliggjøre og kommunisere samfunnsnyttene kollektivtrafikken har på nærliggende sektorer

3



Modernisere billettsystemene for å tilpasse oss nye reisevaner og nye teknologiske løsninger

4



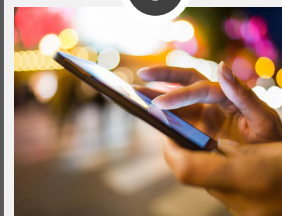
Samarbeide med arbeidsgivere, utbyggere og borettslag for å tilrettelegge for at ansatte og beboere reiser mer kollektivt

5



Bygge opp rundt et sterkere samarbeid på tvers av kollektivtrafikken for å dele innsikt, idéer og kostnader

6



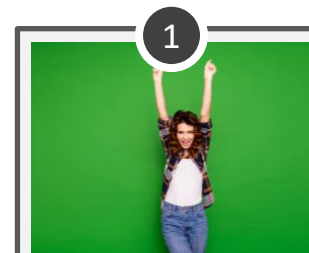
Ta en plattformrolle som samler mobilitetsløsninger på et sted, samt tilrettelegger for et ansvarlig bymiljø

Mulighetsrommene er bygget på innsikt, ekspertise og idéer fra KTFs medlemmer

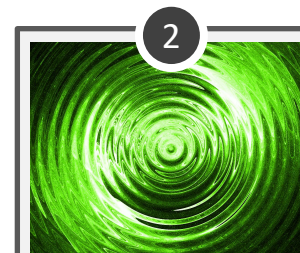
Prosjektet har løftet fram seks aggregerte mulighetsrom basert på en innsiktsbase på over 200 idéer som kom fram gjennom en bred involvering av KTFs interessenter. Hovedverdien er tilrettelegging for innsiktsdeling og samarbeid.

Prosjektets innretning var å kartlegge samt bygge videre på eksisterende innsikt, ekspertise og idéer på tvers av Kollektivtrafikkforeningens mange medlemmer. Det er derfor naturlig at flere av disse mulighetsrommene allerede er på radaren til flere av aktørene i dag.

Hovedverdien i denne rapporten er å kunne samle alle disse idéene, konseptene og mulighetsrommene på ett sted – for så å strekke på og dele disse idéene bredt blant Kollektivtrafikkforeningens medlemmer.



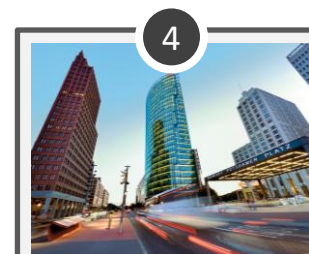
1
Tydeliggjøre og kommunisere den positive effekten enkeltpersoner har på omverdenen og seg selv ved å reise kollektivt



2
Øke, synliggjøre og kommunisere samfunnsnyttene kollektivtrafikken har på nærliggende sektorer



3
Modernisere billettsystemene for å tilpasse oss nye reisevaner og nye teknologiske løsninger



4
Samarbeide med arbeidsgivere, utbyggere og borettslag for å tilrettelegge for at ansatte og beboere reiser mer kollektivt



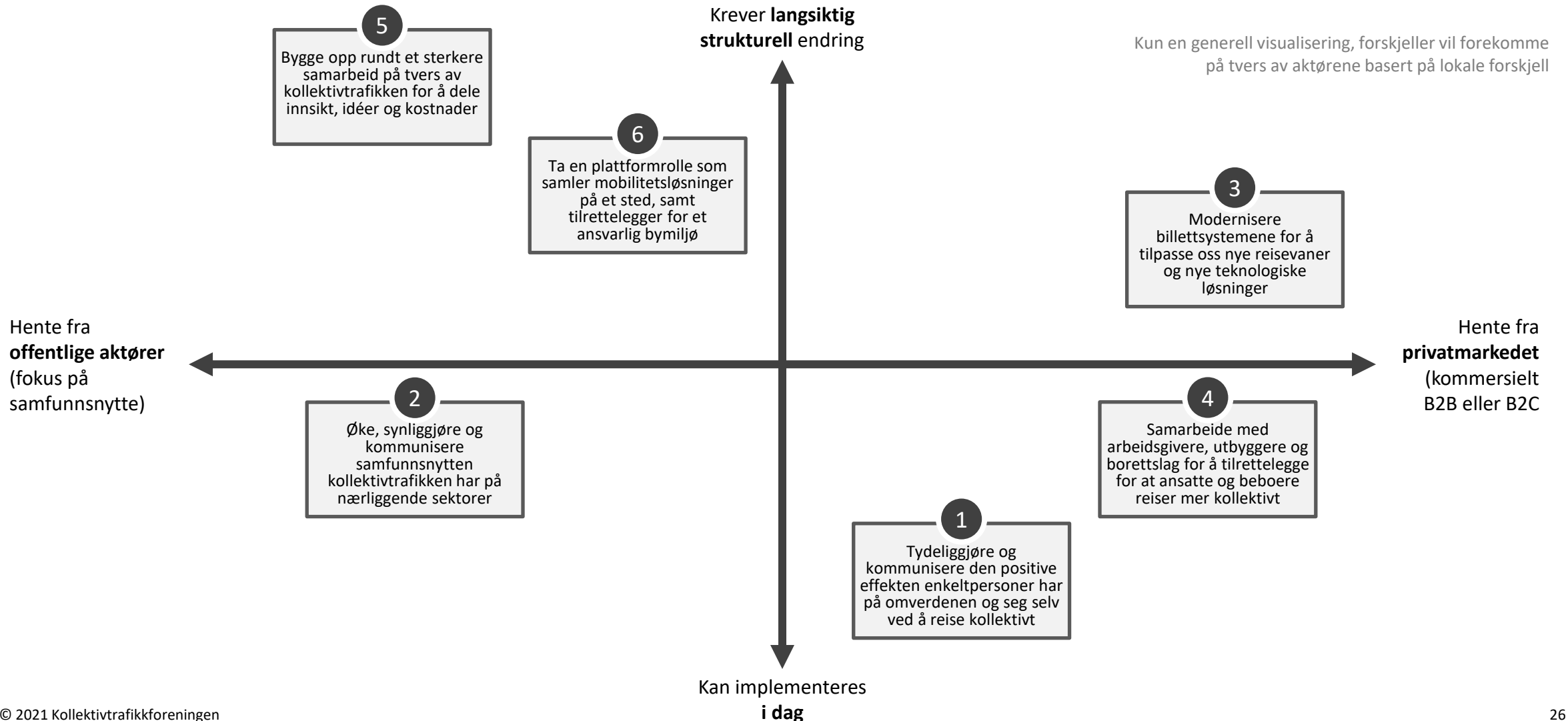
5
Bygge opp rundt et sterkere samarbeid på tvers av kollektivtrafikken for å dele innsikt, idéer og kostnader



6
Ta en plattformrolle som samler mobilitetsløsninger på et sted, samt tilrettelegger for et ansvarlig bymiljø

Hvert mulighetsrom treffer forskjellig

Under har vi skissert hvordan noen av mulighetsrommene strekker seg mer mot å hente midler fra offentlige aktører, mens andre mot privatmarkedet. Tilsvarende har vi på y-aksen mtp. rammebetingelsene for implementering.

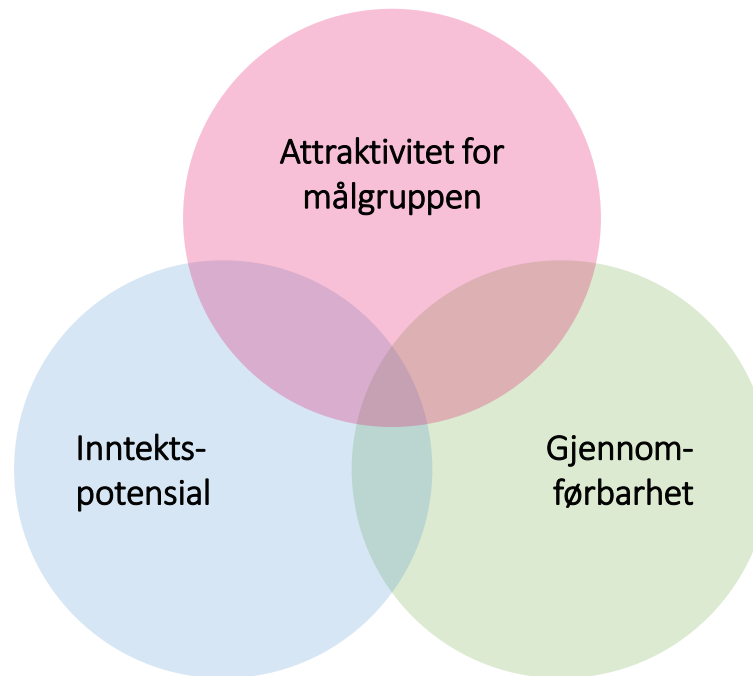


Hvordan vurderer vi verdiene i mulighetsrom

Verdien av et mulighetsrom er kombinasjonen av tre elementer: 1) attraktivitet for målgruppen – vil noen ha dette?, 2) gjennomførbarhet – kan vi gjennomføre dette? , og 3) inntekspotensialet – er det noe penger å hente her?

- Hvem er målgruppen for dette mulighetsrommet?
- Hvorvidt tror vi dette mulighetsrommet er attraktivt for målgruppen?
- Hvorvidt ønsker målgruppen å benytte seg av dette?

Hvor attraktivt er mulighetsrommet for målgruppen?



Hvordan ser det potensielle inntektsbildet ut? Kan vi tjene penger på dette?

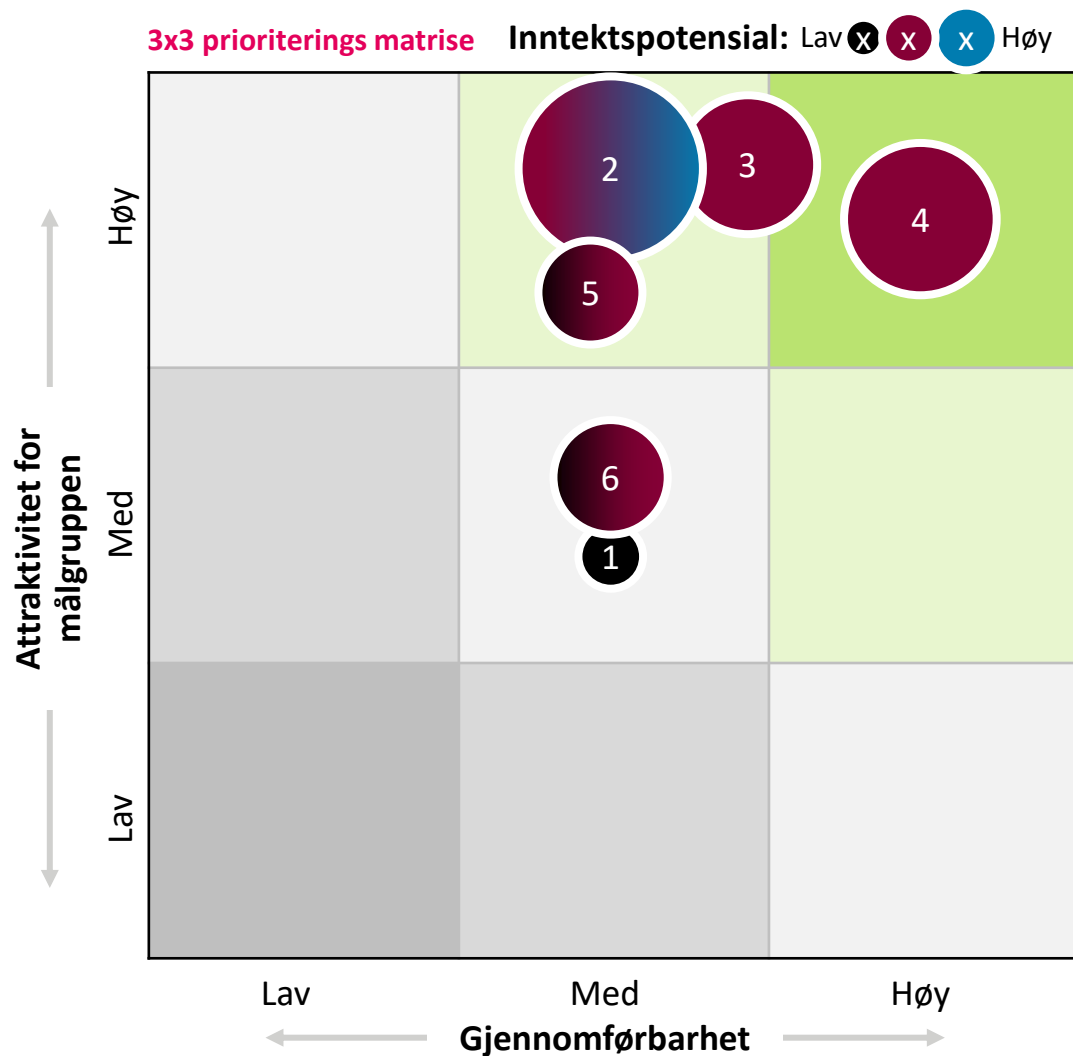
Hvor gjennomførbart er konseptet på baksiden av det kundene opplever?

- Hva er den potensielle oppsiden ved dette mulighetsrommet?
- Hvorvidt tror vi at kollektivtrafikkbransjen kan tjene penger på dette?
- Hvilke muligheter og utfordringer ser vi på inntektssiden?

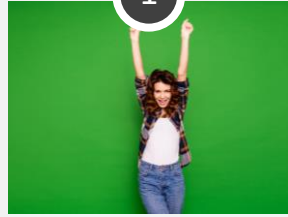
- Hvorvidt passer mulighetsrommet inn i dagens roadmap hos kollektivbransjen?
- Hvorvidt kan både pilot og ferdig konsept enkelt bygges på eksisterende teknisk plattform, kunnskap og infrastruktur? Eller bør vi sammen knytte oss til en annen partner?
- Hvorvidt kan dette driftes på en effektiv måte?

Vår vurdering av mulighetsrommenes verdi

Vi har sammen ikke lykkes med å identifisere den/de mulighetsområdene som vil gi umiddelbar eller tilstrekkelig høy inntektsøkning, men flere av mulighetsområdene har høy attraktivitet for målgruppen og inntektpotensial på lang sikt.



1



Tydeliggjøre og kommunisere den positive effekten enkeltpersoner har på omverdenen og seg selv ved å reise kollektivt

2



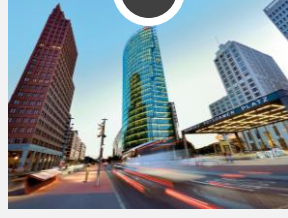
Øke, synliggjøre og kommunisere samfunnsnyttens kollektivtrafikken har på nærliggende sektorer

3



Modernisere billettsystemene for å tilpasse oss nye reisevaner og nye teknologiske løsninger

4



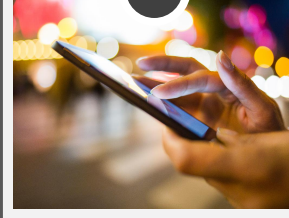
Samarbeide med arbeidsgivere, utbyggere og borettslag for å tilrettelegge for at ansatte og beboere reiser mer kollektivt

5



Bygge opp rundt et sterkere samarbeid på tvers av kollektivtrafikken for å dele innsikt, idéer og kostnader

6



Ta en plattformrolle som samler mobilitetsløsninger på et sted, samt tilrettelegger for et ansvarlig bymiljø



Mulighetsrom #1

Tydeliggjøre og kommunisere den positive effekten enkeltpersoner har på omverdenen og seg selv ved å reise kollektivt

Beskrivelse av mulighetsrom #1

Tydeliggjøre og kommunisere den positive effekten enkeltpersoner har på omverdenen og seg selv ved å reise kollektivt

Vi er nå i handlingens tiår for å realisere FNs bærekraftsmål. I tillegg er fler og fler opptatt av tiltak for å forbedre egen helse, samt redusere lokale utslipp og bygge opp under et grønnere bymiljø. Ved å synliggjøre den positive effekten enkeltpersoner har på omverdenen og seg selv ved å reise kollektivt vil kollektivtrafikkaktørene øke sannsynligheten for at flere velger å reise kollektivt, samt frekvensen på hvor ofte de reiser. Dette kan gjøres ved å integrere en funksjon i billett-Appen som viser den positive effekten dine reiser har på omverdenen – i kjøpsøyeblikket og på aggregert nivå.

KORT FORKLART

En klapp på ryggen i kjøpsøyeblikket

Hva er effekten av strekken du reiser akkurat nå på klima, kødanning, lokale utslipp, og ikke minst helsen og lommeboken din?

Oversikt over aggregert nytteverdi

Hvor stor effekt kan du skape på en måned med kollektivreiser? Hva med i løpet av et år? Dine mobilitetsvalg har konsekvenser!

Gamification gjør reisen gøy og sosial

Hvor stor effekt klarer du å skape sammenlignet med broren, kollegaen eller naboen din? Hvem havner øverst på poengtavlen?

Et motivasjonsdytt fra din lokale influenser

Kollektivreiser passer godt inn i en sunn livsstil. Noen ganger trenger vi bare et lite «dytt» fra vår yndlings vegetarblogger for å ta sunnere valg i hverdagen.

Vinn premier og tjen rabatter

Våre samarbeidspartnere lar deg tjene opp gunstige rabatter basert på hvor mye du reiser! Delta også i trekning av kule premier med større vinnersjanser jo mer du reiser!

Vurdering av mulighetsrom #1

Oversikt over attraktivitet, inntekspotensial og gjennomførbarhet er basert på kvalitative analyser og diskusjoner i workshops, intervjuer og prosjektgruppemøter

Hvor attraktivt er det for målgruppen?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Høy blant bærekraftsentusiaster.** De som bryr seg mye om bærekraft vil få en merverdi av å både kunne se sin egen effekt samt dele den med andre på sosiale medier
- **Lav blant folk flest.** De fleste vil kanskje ikke se dette som noen stor merverdi, men det kan være en interessant «nudging» effekt mot å bli mer bevisst på den positive effekten av å reise kollektivt. Vi tror også det vil være en voksende generell attraktivitet etterhvert som bærekrafts- og bymiljøagendaen blir bedre forankret blant det norske folket på generell basis.

Hvor stort inntekspotensialet har det?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Lav inntekspotensial,** da de fleste som bryr seg om denne type funksjonalitet allerede reiser med kollektivtrafikk
- **Potensiell større imageeffekt** blant ungdommer og yngre voksne som kan gi økte inntekter på lang sikt ved at flere velger å sette igjen bilen

Hvor gjennomførbart er det?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- Krever en god del **investeringer i både data- og Apputviklingssiden.** Mye eksisterer allerede i dag, men dette må kunne kobles sammen (sannstids kødanning, antall folk på bussen, værtilstand, klimaeffekt, etc.)
- **Utfordringer i forskjellen mellom by og distrikt** (har ikke nødvendigvis ambisjoner om å konkurrere ut bilen i distriktene, og her er heller ikke alltid bærekraftseffekten ved busskjøring den beste)
- Må tilknytte seg **gode samarbeidspartnere**, både på rabatt/premie siden, men også mtp influenser aspektet. Her anbefaler vi å velge aktører som allerede har nærliggende interesser (helse aktører, sportsbutikker, vegetar-influensere, treningsfantomer, etc.)

Eksempel på hvordan man kan komme i gang med mulighetsrom #1

Under har vi skissert noen tips og triks til hvordan man kan starte for å benytte seg av dette mulighetsrommet. Tipsene er utarbeidet i dialog med fageksperter blant kollektivtrafikkens medlemmer.

INTEGRERING AV ET NYTTEBAROMETER I BILLETT-APPEN

Å vise den positive effekten som kollektivreiser har på den reisende og omverdenen vil kreve to ting: tilgang på datasett og Apputvikling.

Steg 1 – tilgang på datasett med sanntidsdata

- Kartlegg hva dere har tilgang på av eksisterende data i dag (sanntidsdata på kødanning, antall folk på bussen, værtilstand, skrittelling, geolokasjon, klimaeffekt, etc.).
- Kartlegg hva som mangler av eventuelle datasett, og identifiser hvilke datakilder som potensielt kan integreres for å fylle gapene (for eksempel trafikkdata fra Google eller andre datakilder som [MUST sitt mobilitetsdashboard](#)).
- Samle all data og sikre interoperabilitet mellom de forskjellige datakildene / systemene

Steg 2 – utvikle en App-integrering i billettsystemene

- Her kan man enten utvikle Appen selv, eller finne en samarbeidspartner som man kan slå seg sammen med. Eksempler å se til er for eksempel [Vy sin miljøkalkulator](#) eller [Kobla sin App-løsning](#).

Steg 3 – se bredere på mulighetsrommet

Et sånn type datasett sammensatt med antall reisende kan brukes til å eksemplifisere det positive verdien kollektivtrafikken har på enkeltpersoners liv og omverdenen, tilgjengeliggjøres for bedrifter til bærekraftsrapportering, samt mange andre mulighetsrom.

SAMARBEID MED INFLUENSERE/BEDRIFTER

Å få en riktig nytteverdi ut av samarbeid med influensere/bedrifter vil avhenge av å finne riktig partnerskap, med riktig publikum. Vi har noen tips til hvordan dette kan gjøres under.

Velg lokalt, lavskala og jordnært

- Influensere med størst innvirkning er de man gjenkjenner seg med. Å velge en lokal influencer vil øke sannsynligheten både for at innholdet som deles er mer relevant, samt at publikumet som mottar beskjednen får den ønskede effekten (velg med lokal kollektivtrafikk)

Skap en win-win situasjon

- I stedet for å velge en stor nasjonal influencer, velg heller en mindre influencer med lokal tilhørighet – som kollektivtrafikken gjerne kan være med å bygge opp rundt og skape en win-win situasjon

Velg en samarbeidspartner med nærliggende profilering

- Dessverre er det få influensere med en tydelig profilering inn mot kollektivtrafikken. Derimot finnes det flere gode alternativer som kan kobles opp mot samme verdsett. Ved å velge en influencer som er opptatt av for eksempel vegetar mat, trening, helse og/eller klima kan man nå ut til en lesergruppe hvor kollektivtrafikkens nøkkelbudskap resonerer godt
- Samme gjelder samarbeidspartnere for potensielle rabatter og spesialtilbud i App-funksjonen – velg bedrifter som ønsker å posisjonere seg på for eksempel bærekraft, helse eller friluftsliv. Da får de også den eksponeringen de ønsker.

Et utvalg av innspill fra den globale ungdomskonkurransen som støtter mulighetsrom #1

Young people today are far more environmentally conscious than before and as such, a greener public transport network will appeal greatly to this demographic and help countries to reach their net zero emissions targets.

We are in a world where ecology is in vogue. The best means of transportation for short trips is still walking or biking. The creation of applications that promote these types of transportation for a fee is starting to emerge, but still lacks visibility. It could be interesting to enrich this system.

The addition of local neighborhood business advertisements would appeal to those who use the stations most - maybe it's a discount code you only see when riding public transit. This would speak to the locals and make public transit a relevant resource.

Have artist/Instagram worthy features (for example artwork). NFT?

As you use public transportation you earn points or unlock special deals which can be redeemed in other services such as uber rides, happy meal at McDonalds, bike rental, clothing shops, sporting events, museums, etc. This connects people to the city while influencing people to use public transportation.

Social media to start customer engagement through hashtags and social challenges e.g. “#TuesdayBusride”, this will create a trend for younger people, and there are opportunities for celebrities and influencers to campaign for public transport and its benefits

Loyalty rewards such as discounted fares or coupons for repeated or long-term public transport uses for regular customers/passengers – this creates strong bonds with customers which makes them come back.

Fitness challenges such as the number of steps taken to encourage the community to walk and use public transport rather than drive.

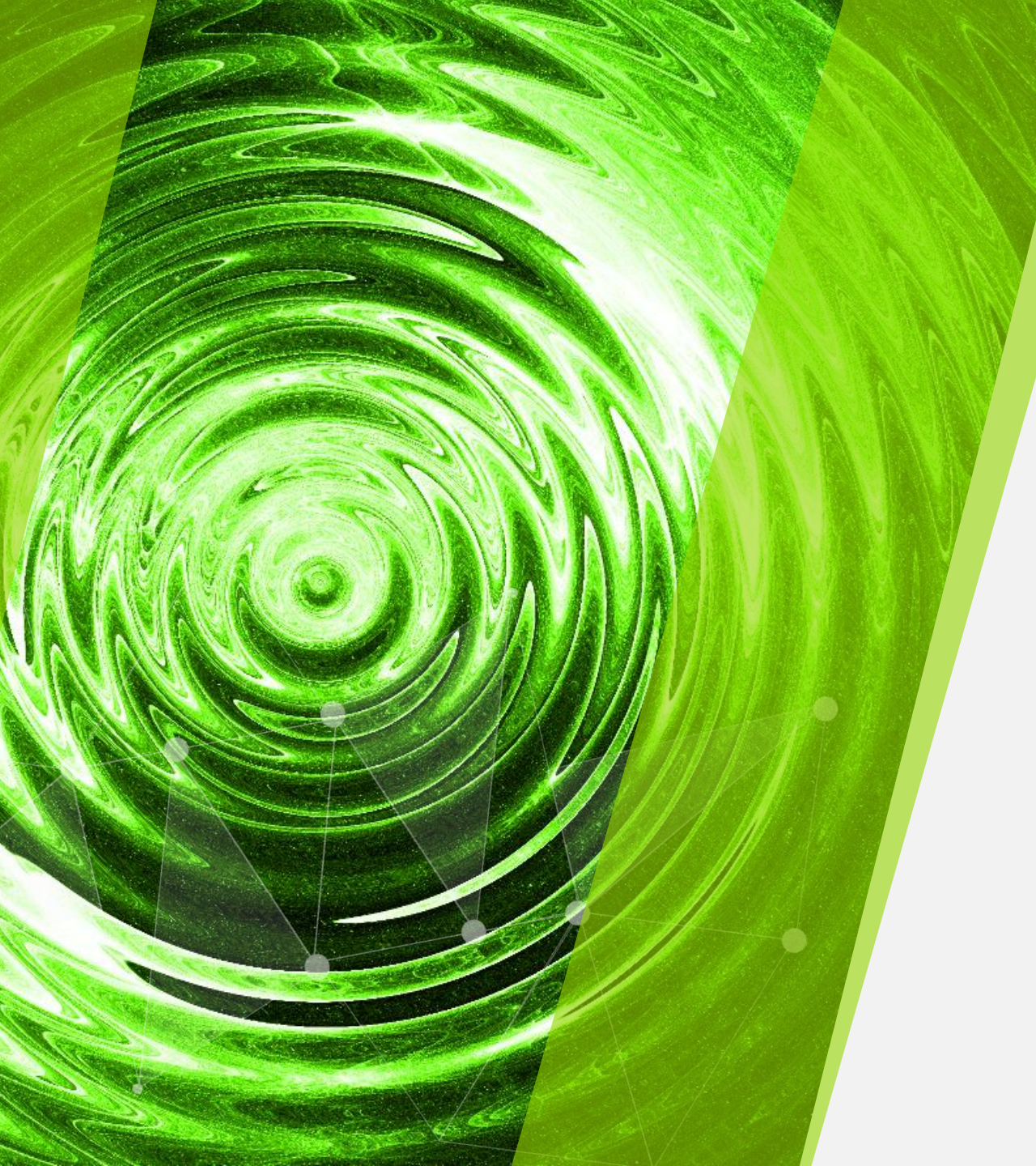
In Japan, there are buses or customized means of transportation (for example, there is a Pikachu bus) that attract many young people. Why not do the same thing with a famous mascot of the country? This makes for a fun, attractive trip that will be remembered with many memories.

If the Social Media posts etc are based on the trending memes and so on, it will give an additional boost. Youngsters can also be invited to collaborate by sending their entries for potential posts and incentivising them, for example- by crowning 'memer of the month' etc.

Through the app, encouraging people to use bicycles and other micromobility, link this option to health, indicating people's weekly tasks. In flyers and flyers, where you invite people to leave their car and use these means for the benefit of their health. The advertisements, indicate that just 10 minutes of daily bicycle use benefits health, heart, blood circulation, muscles, and other benefits such as the mind and all these advertisements with doctors, so that people have this incentive to use.

Graphically present the cumulative distance traveled by the passenger against the number of gasoline gallons saved (or another environmentally friendly analogy) so they can see their impact of using public transport on the environment.

Together with companies and NGOs like WWF, Greenpeace and others, public transport companies can offer those who use public transport for their work or other reasons instead of vehicles, climate-friendly citizen certificates. To get the certificate, study together with the NGOs for a few hours or days per year of using public transport.



Mulighetsrom #2

Øke, synliggjøre og kommunisere
samfunnsnytten kollektivtrafikken
har på nærliggende sektorer

Beskrivelse av mulighetsrom #2

Øke, synliggjøre og kommunisere samfunnsnyttene kollektivtrafikken har på nærliggende sektorer

Kollektivtrafikkens nytteverdi strekker seg allerede mye lenger enn bare det å flytte befolkningen fra A til B, og statlig finansiering av kollektivtrafikken fører til besparelser i mange andre områder av samfunnet som veikostnader, helsekostnader, etc. I dag brukes det store summer på bestillingstransport på tvers av kommunale tjenester, uten at noen har helhetsblikket på reisebehovet – og hva er verdien i at mange kommunale tjenester har sin egen avdeling med ansvar for transportbestilling for sine brukere? Ved at kollektivtrafikken tar en rolle i koordineringen og samordningen av transport på tvers av kommunale tjenester kan nytteverdien i form av effektivisering og tjenesteverdi bli enda større – samtidig som inntjeningen til kollektivtrafikken øker.

KORT FORKLART

En mer effektiv ressursutnyttelse

Skoleskyssen fra A til B kan plukke opp eldretransport nær B som skal til C. Mellom B og C kan dagssentertransport som skal til D plukkes opp og bli med på turen. Dette har en positiv effekt på inntekter, kostnader og miljøet.

Bedre tilgjengeliggjøring av bestillingstransport

Ved å synliggjøre alle reisebehov og planlagte reiser, på ett sted, kan flere få muligheten til å hve seg på. La oss benytte den ledige kapasitet i bilene, også for de som «kun» skal på shopping i byen!

Besparelser blant kommunale tjenesteytere

Ikke lenger trenger helseforetakene, fylkeskommunene og kommunene ha sine egne transportkoordineringsfunksjoner. Reisebehovet registreres enkelt under en plattform og koordineres sentralt.

Høyere kvalitet og trygghet på reisen

Kollektivtrafikken kan sikre tilrettelegging for personer med psykiske og fysiske utfordringer, men også økt fokus på sikkerhet som for eksempel i forbindelse med barn i bil.

Synliggjøring av samfunnsnyttene

Mulighet til å konkretisere og kommunisere enda bedre hvilken positiv effekt kollektivtrafikken har på nærliggende sektorer – og underbygge viktigheten av å finansiere kollektivtransporten som en tilrettelegger for andre sektorer.

Vurdering av mulighetsrom #2

Oversikt over attraktivitet, inntekspotensial og gjennomførbarhet basert på kvalitative analyser og diskusjoner i workshops, intervjuer og prosjektgruppemøter

Hvor attraktivt er det for målgruppen?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Høy for privatpersoner.** Privatpersoner får flere fordeler som: kostnadsbesparende, høyere fleksibilitet, kontinuerlig oppdatert informasjon på app vedrørende ventetid og eventuelle forsinkelser, tilrettelegging for personer med psykiske og fysiske utfordringer, økt fokus på sikkerhet, f.eks i forbindelse med barn i bil, blir hentet der du er og du kommer helt frem!
- **Høy for offentlig sektor.** Muligheten til å utkontraktere store deler nåværende transportkoordinasjon – men vil også lede til en nedbemanning og kutt i midler. Vil også bringe flere samfunnsnyttige verdier som: effektiv ressursutnyttelse, bredere mobilitetstilbud, eldre kan bo hjemme i en lengre periode (økt livskvalitet), effektiv transportavvikling, mer miljøeffektiv transport, effektiv bruk av gatearealet, redusert utslipp og trengsel

Hvor stort inntekspotensialet har det?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Middels blant privatpersoner.** Muligheten til å betale litt ekstra for å få tilgang til en samkjørt bestillingstransport fra A til B – et alternativ mellom taxi og buss.
- **Høy blant offentlige midler.** Kvalifisere til en større andel av offentlige midler ved å ta over og koordinere ansvarsområder som tidligere lå på tvers av flere andre offentlige aktører. Besparelser hos disse aktørene kan gå med på å finansiere videreutvikling av denne koordineringstjenesten hos kollektivaktører. Innledende estimer fra AKT viser at man kan spare mellom 5-10% av offentlige midler ved å kombinere og samordne dette. Markedet på utsiden av dagens PTA'er er på kr 4-5 mrd. årlig.

Hvor gjennomførbart er det?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

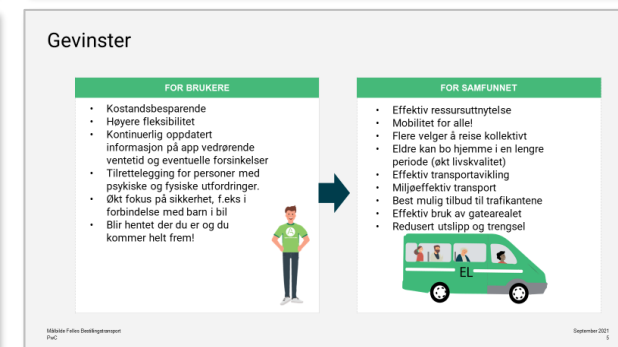
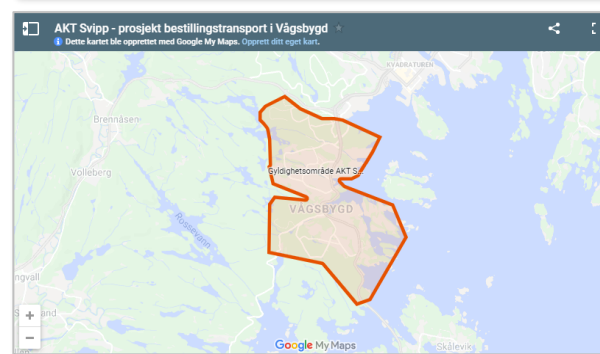
- **Krever politiske avklaringer** for å få til et slikt skifte. Dette er allerede gjort i Danmark og Sverige, men i Norge ligger vi fortsatt bak. Dette kan ta tid.
- Krever **investeringer i systemer og interoperabilitet** mellom systemene for å legge til rette for en sømløs og effektiv bestillingstransport på tvers av flere forskjellige aktører.

Agder kollektivtrafikk har allerede begynt å se på mulighetene innenfor dette område, med imponerende resultater så langt mtp nytteverdien det skaper for samfunnet. Et godt første steg er å ta kontakt med AKT for å lære mer.

Agder Kollektivtrafikk (AKT) har siden 2016 jobbet mot en felles koordinering av bestillingstransport – ledet av kollektivtrafikken i Agder. Så langt ser de for seg to uavhengige veier mot en fremtid hvor dette blir den nye normalen.

- Samle alle offentlige transportoppdrag i en ressurspool (skoleskyss, TT pasienttransport, sosialtransport, etc.)
- Lage systemer som koordinerer og samkjører disse reisebehovene for å skape en god ressursutnyttelse og effektiviseringsverdi
- Gevinstene fra dette kan enten benyttes til å videreutvikle denne koordineringstjenester, eller benyttes andre steder hos de offentlige aktørene som nå har kuttet kostnader.

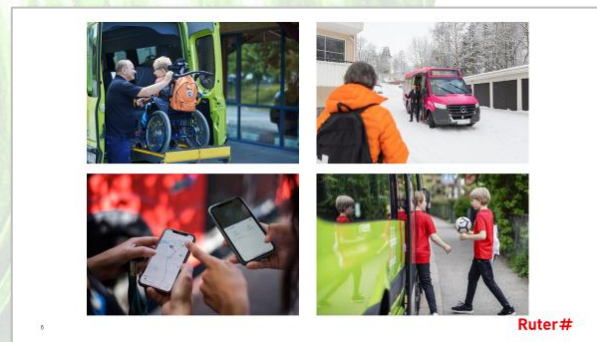
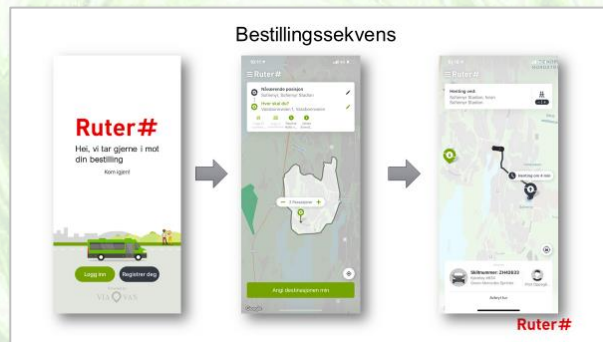
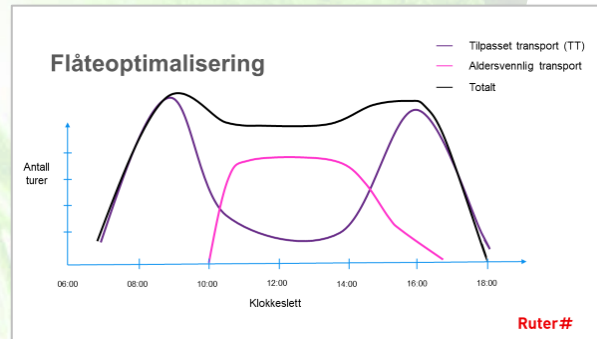
- [AKT Svipp](#) ble opprettet som et prøveprosjekt i Vågsbygd for å forbedre transporttilbudet og gi nye reisemuligheter til de over 67 år.
- AKT Svipp er en samkjøringstjeneste, uten fast ruteplan, men som baserer seg på at turene forhåndsbestilles.
- Kunden har likevel stor fleksibilitet i forhold til bestillingstidspunkt, hentetidspunkt og servicenivå.
- Kan også omdannes til «aktivitetstransport» for barn o.l.



Ta kontakt med Thomas Ruud Jensen,
utviklingsdirektør i AKT
thomas.ruud.jensen@akt.no

Eksempel på hvordan man kan komme i gang med mulighetsrom #2

Et annet eksempel på dette området er Ruters bestillingstransport som utforsker muligheter og synergier man kan oppnå ved å optimalisere en flåte av flere eksisterende bestillingstjenester på ett sted.



Vil du vite mer?

Ta kontakt med Tord-Arve Holmedal,
leder for bestillingstransport i Ruter.
tord-arve.holmedal@ruter.no

Ruters bestillingstransport

Ruters jobber med tjenesteutvikling på bestillingstransport som utforsker hvilke muligheter og synergier man kan oppnå ved å optimalisere en flåte av flere eksisterende bestillingstjenester. Så langt har Ruter kartlagt flere potensielle synergier og verdier for forskjellige interessenter.

Gevinster for brukerne

- Individtilpasset bærekraftig bevegelsesfrihet
- Økt kvalitet, fleksibilitet og tilgjengelighet -> brukertilfredshet
- Klima og miljøvennlig tjeneste
- Sosial tjeneste

Gevinster for eiere og tjenesteansvarlig

- Utnyttelse av materiellet gir lavere kapitalkostnader (færre minibusser)
- Kan tilby lengre åpningstid for flere tjenester
- Mer samkjøring og lavere kostnader per personkilometer
- En anskaffelse gir trolig lavere priser og vi vil ha en felles bilpark som kan optimaliseres
- Økt heltids-innleie til erstatning for deltids-innleie av sjåfører
- Økt kvalitet i leveransene, gjennom mer tilfredse sjåfører og ansatte som har en forutsigbar arbeidstid og kjenner området og brukergruppen de jobber med

Et utvalg av innspill fra den globale ungdomskonkurransen som støtter mulighetsrom #2

Busses picking me up exactly at my location and dropping me off at an exact location – offered at premium pricing and as an option between a taxi and a regular bus

Why do we need traditional bus routes? How about smaller busses that purely operate on the travel needs of the individuals; using AI to design unique routes based on the aggregated real-time travel needs of individuals. The people input where they need to go, the system connects people heading on the same direction and creates the most optimal route for the bus to take in order to pick up and deliver people.



Mulighetsrom #3

Modernisere billettsystemene for
å tilpasse oss nye reisevaner og
nye teknologiske løsninger

Beskrivelse av mulighetsrom #3

Modernisere billettsystemene for å tilpasse oss nye reisevaner og nye teknologiske løsninger

Dagens samfunn er under stadig endring med tanke på krav til skreddersydde løsninger, teknologiske utviklinger og digitale kundereiser. For å holde seg relevante kan kollektivtrafikken se til nye løsninger for billettering som er mer rettferdig og bedre tilpasset reisebehovet til den enkelte. Per i dag er korte reiser veldig dyre, og lange reiser veldig billige – hypotesen er at vi taper penger i begge tilfellene. Ved å modernisere billettsystemene til en mer dynamisk betalingsmodell, som tar betalt for det du faktisk bruker og som sikrer mer sømløshet, kan man fjerne barrierer for både å velge kollektivt samt å faktisk betale for reisen (unngå snik på korte reiser). Dette vil gi en positiv inntektsmulighet for kollektivtrafikken.

KORT FORKLART

Hopp på og hopp av, vi etterfakturerer på bruk

Hopp på et transportmiddel ved behov, og bytt gjerne til et nytt transportmiddel ved neste holdeplass. Vi holder kontroll på hvor langt du reiser, og etterfakturerer kun basert på faktisk bruk!

Gjør det enklere å velge å reise kollektivt

Ved å tilby en rettferdig prising slipper brukere å vurdere hvorvidt reisen er verdt prisen. De får den beste prisen basert på strekken de reiser – alltid!

Digitale nyvinninger fjerner fokus på pris

Med en mer sømløs og rettferdig betalingsløsning slipper brukere å få en bevisstgjøring på billett-kostnad i kjøpsøyeblikket. Kostnadsoversikt per reise ligger i Appen, men kun tilgjengelig ved ønske.

Få et bedre, anonymisert datasett på de reisende

Å tilby en «pay-as-you-go» løsning vil også tilgjengeliggjøre et konkret datasett på hvor folk reiser og når. Dette kan anonymiseres og brukes til bedre tjenesteutvikling til fordel for kundene.

Hente ut potensialet i lange vs. korte reiser

En mer rettferdig prising vil kunne hente ut gevinstene fra en større betalingsvilje på lengre reiser, samt få ned prisen på korte reiser (2-3 stopp) slik at flere ønsker å betale for disse.

Vurdering av mulighetsrom #3

Oversikt over attraktivitet, inntekspotensial og gjennomførbarhet basert på kvalitative analyser og diskusjoner i workshops, intervjuer og prosjektgruppemøter

Hvor attraktivt er det for målgruppen?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Høy attraktivitet for reisende.** På den ene siden får de en sømløs billetteringsløsning som fjerner behovet for kjøpe månedskort eller enkeltbillett. På den andre siden så får de en rettferdig pris, uansett hvor langt de reiser, som fjerner behovet for å ta noen kjøpsbeslutninger basert på kost/nytte. Dette er også noe som forventes i stadig større grad, etter hvert som reisende blir mer og mer vant til mobilitetsløsninger som Uber og el-scootere.
- **Potensiell høy attraktivitet for bedrifter.** En slik løsning vil gjøre det mye enklere å subsidiere tjenestereiser ved at alt kan gå elektronisk og basert på faktisk bruk.

Hvor stort inntekspotensialet har det?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

Det ligger mye usikkerhet i inntekspotensialet i slike nye betalingsløsninger, før vi har testet det.

- **Middels inntekspotensial.** Få flere betalende reisende ved å gjøre korte reiser mer rettferdig priset – og slik konvertere prissensitive kunder som i dag enten velger å ikke reise kollektivt, eller snike, på korte reiser.
- **Middels inntekspotensial** i det å kunne ta mer betalt for lengre reiser, samt for de som reiser ofte. Her er det en betalingsvilje å hente ut.
- **Potensielt inntekspotensial** i å ta høyere priser for «premium reiser», for eksempel tog, eller reiser basert på tidspunktet (rush/ikke-rush).
- **Potensiell inntektsrisiko** i det å gå bort ifra månedskortet man har i dag og over på en dynamisk betalingsmodell – hvor man potensielt mister inntekter fra de som har månedskort i dag, men som reiser lite.

Hvor gjennomførbart er det?

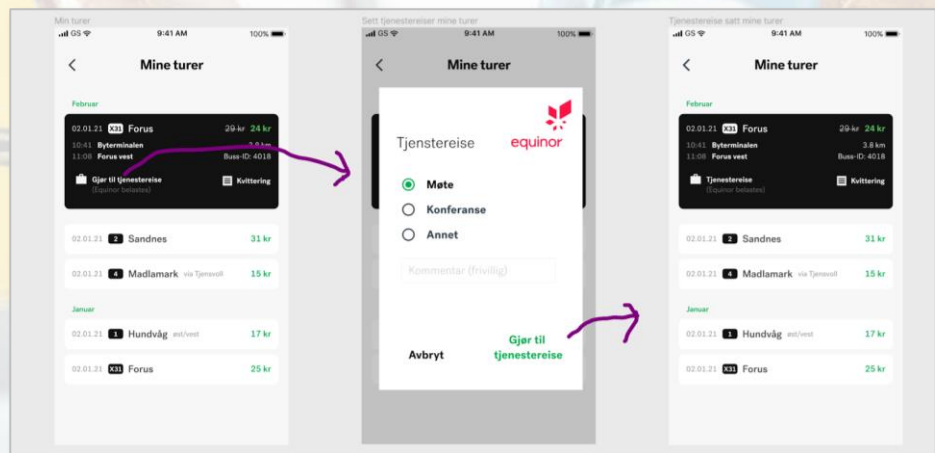
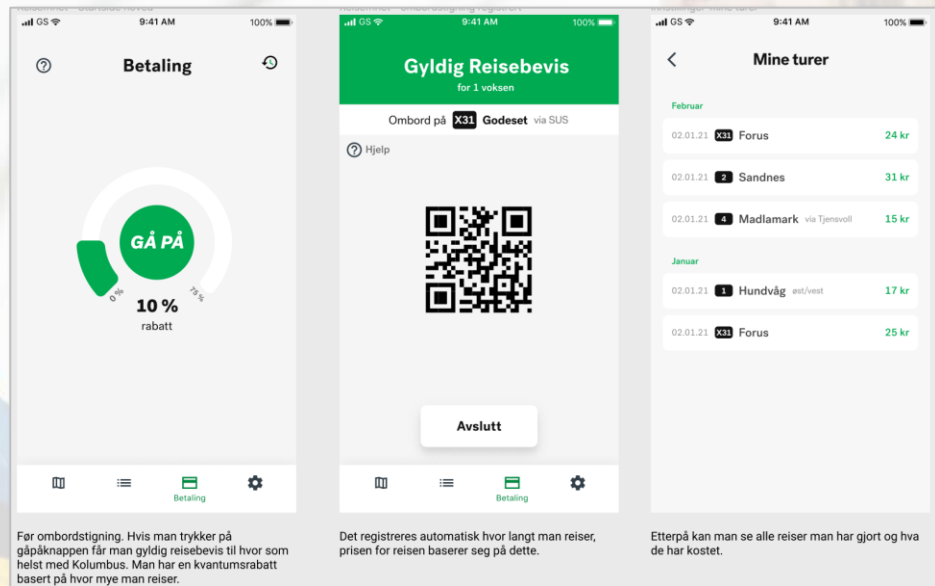
VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Høy gjennomførbarhet.** En mer rettferdig strekningsbasert betalingsløsning er noe kollektivaktører allerede er i gang med, og vil være relativt enkelt å rulle ut i en semi-sømløs variant med selvregistrering ved påstigning via App.
- **Noen tekniske utfordringer gjenstår.** Utfordringen ligger i å få til full sømløshet på det tekniske; hvordan registrerer man at en reisende går om bord, og hvordan registrerer man at de går av – uten at den reisende trenger å gjøre noe? En full sømløshet er det som ville skapt mest verdi. I tillegg må en definere hva en «rettferdig» pris er. Hvor mye skal man betale per km og per transportmiddel brukt?

Eksempel på hvordan man kan komme i gang med mulighetsrom #3

Kolumbus har allerede kommet langt på vei med å teste ut og implementere en betalingsløsning hvor brukeren kun betaler basert på reiselengde og transportmiddel. Et godt første steg er å ta kontakt med Kolumbus for å lære mer.



Kolumbus' nye betalingsløsning

Kolumbus utvikler i disse dager en ny betalingsløsning for alle reisende, som baserer seg på at reiser registreres og at man bare betaler for det man bruker. Prisen er avhengig av reiselengde og transportmiddel og man får en kvantumsrabatt hvis man reiser mye.

Hvordan fungerer det?

- Betaling vil skje i Kolumbus sin app (der man også får reiseinfo om avganger og slikt). Man trykker på en knapp, "gåpå-knappen" før man går ombord, så finner appen ut hvilket kollektivtransportmiddel man reiser med og hvor langt man reiser. Betalingen baserer seg på dette og på en rabattsats som øker jo mer man reiser.

Hvordan kan det benyttes i kombinasjon med andre mulighetsrom?

- Siden man i den nye betalingsløsningen registrerer reiser automatisk gir dette nye muligheter for bedriftsbruk enn de man har i tradisjonell betalingsmodell. Kolumbus ønsker å utforske disse mulighetene. Det er to hovedprinsipper Kolumbus vil utforske og få innspill fra bedrifter på:
 - Enkel løsning for at bedriften betaler **tjenestereiser**, enklere enn at den ansatte må lage reiseregning for tog- båt- og bussbilletter slik det er i dag.
 - Mulighet for bedrifter til å **sponse alle kollektivreisene** for sine ansatte - også utenom det som defineres som tjenestereiser. Dette kan være begrenset til reisen til og fra jobb eller gjelde kollektivtransport generelt. Noe slikt kan for mange bedrifter være aktuelt å tilby i stedet for f.eks. parkeringsplass og kanskje kunne være et positivt ansatt-gode som er bra for bedrifters miljøprofil og konkurranse om ansatte. Vi vil gjøre markedsundersøkelser blant bedrifter for å avdekke attraktiviteten i dette. En slik støtte vil være skattepliktig så en del av løsningen vil være enkel håndtering av skattegrunnlagsberegning.

Vil du lære mer?

Kontakt Audun M. Solheim, Strategi- og utviklingssjef i Kolumbus, Audun.Solheim@kolumbus.no

Et utvalg av innspill fra den globale ungdomskonkurransen som støtter mulighetsrom #3

An app that makes it possible to book a seat when buying a ticket

Having a cabin on trains or other means of transportations that have good working facilities. You book a desk for 1-hour slots – booking opens when train leaves the station.

Splitting trains into dedicated sections (office area, family/nursery area, library/entertainment area) to adapt the user experience of the journey – potentially with different pricing options.

Face recognition system for bus payment without saving any history or data to avoid leaks

Creating a program with micro-mobility services where the fee is covered/reduced if the device is being used to get to (first mile) or from (last mile) a public transport station

Congestion pricing for rail. If you want to travel at peak time, you pay more. If you want to travel off peak, you pay substantially less. Changes to the current ticket pricing system could include time of day pricing (lower fares when there is spare capacity)

Offer long-term bike rentals as part of the monthly ticket; allowing travelers to go by bike or public transport depending on the weather – working as a good lock-in effect on the revenue stream

All-in-one public transport tickets that can charge according to social status (student, older, etc.) and can charge according to how many stops was ridden (could make fares cheaper or more expensive depending on far you are going). However, that could also be disadvantageous and unfair for people already struggling financially and have to live further away from the center (thus traveling further).

An app where the passenger can pay for their fares based on their public transport usage, with frequent travellers getting rewarded with lower rates the more times they use public transport (up to a limit).

Offering additional services at a premium, such as ability to select our seats when purchasing our tickets as we would when buying an airplane ticket. Price differentiation for a guaranteed seat



Mulighetsrom #4

Samarbeide med arbeidsgivere, utbyggere og borettslag for å tilrettelegge for at ansatte og beboere reiser mer kollektivt

Beskrivelse av mulighetsrom #4

Samarbeide med arbeidsgivere, utbyggere og borettslag for å tilrettelegge for at ansatte og beboere reiser mer kollektivt

Bærekraft er blitt lønnsomt og attraktivt. Kunder, ansatte og myndigheter forventer at arbeidsgivere og utbyggere tar et stadig større samfunnsansvar, men det kan være vanskelig å finne betydningsfulle tiltak som leverer både bærekraftig og økonomisk verdi. Kollektivtrafikken kan benytte sin infrastrukturole og mobilitetserfaring til å bli en tilrettelegger og mobilitetsrådgiver for mobilitetsløsninger til arbeidsgivere og utbyggere for å sikre at ansatte, kunder og beboere reiser mer kollektivt. Et slikt alternativ vil gjøre bedriftene og utbyggerne mer attraktive for sine interessenter, samtidig som det vil gi flere reisende for kollektivtrafikken.

KORT FORKLART

Rådgivning for å finne rette mobilitetsløsninger

Bistå bedrifter med å finne den mest optimale mobilitetspakken for deres kunder, ansatte eller beboere basert på lokasjon og bruksbehov.

Tilby spesialtilpassede mobilitetspakker

Skreddersy og tilby integrerte mobilitetspakker til arbeidsgivere og utbyggere som en del av deres bærekraftsagenda ovenfor kunder, ansatte og beboere.

Tilrettelegging for nye måter å jobbe/leve på

Gå i dialog med bedrifter og aktører som ser på nye måter å tilpasse seg den nye fleksible hverdagen – og inngå partnerskap som finner felles løsninger som støtter opp under dette.

Synliggjør hva man kan spare på kollektivsatsning

Bedrifter og utbyggere kan spare mye på å ikke måtte trenge å bygge parkeringsplasser. Dette arealet kan brukes til andre inntektsgenererende kilder for disse aktørene.

Partnerskap med tjenesteytere

Muliggjør mer sømløse reiseopplevelser ved å inngå samarbeid medfor eksempel hoteller, AirBnB, reisebyråer, eventbyråer, for å tilby mer integrerte full-service reisepakker rundt om i byer og distrikter.

Vurdering av mulighetsrom #4

Oversikt over attraktivitet, inntekspotensial og gjennomførbarhet basert på kvalitative analyser og diskusjoner i workshops, intervjuer og prosjektgruppemøter

Hvor attraktivt er det for målgruppen?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Høy blant utbyggere.** Hvis en utbygger skal bygge et nytt bygg eller et nytt område, er de gjerne interessert i god mobilitet til, fra og ved stedet -- da det skaper merverdi for de som skal kjøpe/leie, og dermed for utbyggeren selv.
- **Middels blant borettslag.** Borettslag kan øke attraktiviteten og verdien av eiendommen ved å inkludere kollektive mobilitetsløsninger som en integrert del av de faste kostnadene.
- **Høy blant bedrifter.** Bedrifter ser stadig etter nye måter å levere på bærekraftsagendaen sin. Dette vil være et gode for de ansatte som også kan tiltrekke seg
- **Høy blant kommuner/byplanleggere.** Disse er ofte i tøffe dialoger med utbyggere – og de vil nok sette stor pris på om en aktør som kollektivbransjen gjorde dette mer strømlinjeformet.

Hvor stort inntekspotensialet har det?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Høy blant utbyggere.** Disse må ofte få på plass eller betale for mobilitet for å få lov til å bygge på et gitt sted. Hvis man i tillegg klarer å forankre dette i lovpålagte krav, vil det være en enda sikrere inntektskilde, samtidig som det er helt naturlig at man betaler for de behovene man selv utløser.
- **Middels blant borettslag.** Vil være opp til hver enkelt beboer om de vil benytte seg av dette.
- **Middels blant arbeidsgivere.** Bedrifter kan spare mye penger på å slippe å betale for parkeringsplasser eller subsidiere biler for sine ansatte – disse pengene kan brukes til å subsidierte kollektivløsninger. Utfordringen ligger at det p.t. ikke finnes noen gunstige fordelsbeskatningsløsninger på dette feltet, men løser man dette vil potensialet bli stort.
- **Høy i samarbeid med tjenesteytere.** Her kan man åpne for helt nye reiseopplevelser og nå ut til nye kunder med nye prismodeller.

Hvor gjennomførbart er det?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Høy gjennomføringsevne.** Kollektivaktørene er godt posisjonert for å ta en rolle her, og Kolumbus har allerede en fot innenfor bedriftsmarkedet gjennom tjenesten HjemJobbHjem som man kan spille videre på. Suksessen her vil ligge i det å kunne åpne gode samarbeidsdialoger med de rette selskapene, samt kunne inspirere til hvorfor mobilitetsløsninger i regi av kollektivtrafikken ikke bare er kostnadsbesparende men også skaper verdi for bedriften, kunder, ansatte og omverdenen.

Eksempel på hvordan man kan komme i gang med mulighetsrom #4

Kolumbus har allerede begynt å se på mulighetene innenfor bedriftsmarkedet gjennom HjemJobbHjem. Fremover blir det spennende å se hvordan man kan videreutvikle dette. Et første steg er å ta kontakt med Kolumbus for å lære mer.

Kolumbus' HjemJobbHjem løsning for bedrifter

Sett bilen hjemme, av og til. HjemJobbHjem er en mobilitetsordning rettet mot bedriftsmarkedet på Nord-Jæren. Målsetningen er å redusere personbiltrafikken i byområdene gjennom å tilrettelegge for at flere velger å gå, sykle eller reise med kollektivtransport til og fra jobb.

Samarbeid er grunnleggende for å skape et godt mobilitetstilbud

HjemJobbHjem er et samarbeid mellom Rogaland Fylkeskommune, Stavanger, Sandnes, Sola og Randaberg kommune, Bysykkelen, Kolumbus, Statens vegvesen og Jernbanedirektoratet. Formål er å redusere bilandelen blant de ansatte i bedriftene på Nord-Jæren.

Fordeler for bedriften

- HjemJobbHjem-bedrifter får hjelp og verktøy som skal bidra til at ansatte endrer reisevaner i forbindelse med jobbreisen. Felles målsetning er å redusere personbiltrafikken gjennom å inspirere ansatte til å velge kollektivtransport, sykkel eller gange.

Fordeler for ansatte

- Ansatte får tilbud om å kjøpe HjemJobbHjem-billetten som er en personlig 30-dagersbillett som er tilpasset for bedriftsmarkedet, med flere mobilitetsløsninger som kollektivtransport og bysykkel inkludert.
- HjemJobbHjem teamet sørger for god informasjon og kjekke aktiviteter i bedriftene for å motivere ansatte til å endre reisevaner.

Hva er mulighetsrommet?

- I dag er dette kun en rabattert billett, som er gunstig for bedrifter. Framover kan man tenke seg å strekke på dette, ved å tilby premium tjenester som faktisk kan prises til et premium mot bedriftskundene.

Vil du lære mer?

Kontakt Audun M. Solheim, Strategi- og utviklingssjef i Kolumbus,
Audun.Solheim@kolumbus.no

HjemJobbHjem "verktøykasse"

Ansatte i en HjemJobbHjem bedrift får tilgang til Bysykkelen uavhengig om man velger å kjøpe HjemJobbHjem-billetten. Videre setter vi opp en aktivitetsplan i bedriftene i henhold til resultatene fra reisevaneundersøkelsen.

Kom i gang med Bysykkelen



Kom i gang med HjemJobbHjem-billetten



Du får også:



Lån en el-sykkel i to uker

Ansatte i HjemJobbHjem-bedrifter får tilbud om å prøve en el-sykkel i to uker. I hjertet av tiltaket ligger idéen om at folk skal få prøve nye alternativer for å endre reisevanene sine.



Stands og kampanjer i bedriften

HjemJobbHjem-teamet møter opp hos bedriftene og motiverer de ansatte til å endre reisevaner. Vi tilbyr helselunsj, foredrag, konkurranser, sykkel og gå-kampanjer og test av el-sykkel. Ta kontakt for mer informasjon om hvilke tiltak HjemJobbHjem-bedriftene kan dra nytte av.



Sanntidsinformasjon fra Kolumbus

For at ansatte i din bedrift kan holde seg oppdatert på rutetilbudet til Kolumbus kan dere legge ut sanntidsinformasjon på en skjerm i resepsjonen eller i et område hvor mange ferdes i løpet av arbeidsdagen. Kolumbus setter opp en egen link med sanntidsinformasjon tilpasset lokasjonen til din bedrift.

Eksempel på hvordan man kan komme i gang med mulighetsrom #4

Ruter har sett en etterspørsel fra boligutviklere om tilrettelegging av grønn mobilitet, og har lansert et pilotprosjekt i Vestre Billingstad som tilbyr en «grønn mobilitetspakke» inkl. i boligene. Ta kontakt med Ruter for å lære mer.

Samarbeid med utbyggere og bærekraftig mobilitet

Ruter#

Grønn mobilitetspakke, Vestre Billingstad

Boligene selges med en integrert "grønn mobilitetspakke" (medlemskap) som i utgangspunktet består av:

- Tilgang bildeling.
- Tilgang sykkeldeling.
- Tilgang til innendørs (trygg) sykkel-parkering.
- Avtale med sykkelverksted om enkel tilgang til service/henting/levering.
- Utvikle leverings-/hentepunkt for hjemlevering av dagligvarer.
- Mulighet for endret eierskap av parkeringsplass (inkludert privatutleie)
- Oversikt over lokale turveier
- Pakkepost med Bring/Posten



Ruter#

Ruters samarbeid med utbyggere og bærekraftig mobilitet

Vann, strøm og internett er allerede inkludert i de fleste fellesleie – hvorfor skal ikke det samme gjelde for mobilitet?

Voksende etterspørsel fra boligutviklere

Ruter har identifisert at boligutviklere etterspør Ruter sin kompetanse og løsninger om mobilitet. Boligutviklere er opptatt av bærekraft og effektiv arealbruk, og ønsker å implementere nye bærekraftige løsninger som ser helhetlig på tjenestetilbud og mobilitetsløsninger i området og reduserer behov for parkeringsplasser. Så langt har Ruter vært i dialog med Bertel O. Steen, Mustad Eiendom, Ferd, USBL og OBOS.

Grønn mobilitetspakke, Vestre Billingstad

I Vestre Billingstad har Ruter lansert en pilot hvor boliger selges med en integrert "grønn mobilitetspakke" (medlemskap) som består av:

- Tilgang bildeling
- Tilgang sykkeldeling
- Tilgang til innendørs (trygg) sykkelparkering
- Avtale med sykkelverksted om enkel tilgang til service/henting/levering
- Utvikle leverings-/hentepunkt for hjemlevering av dagligvarer
- Mulighet for endret eierskap av parkeringsplass (inkludert privatutleie)
- Oversikt over lokale turveier
- Pakkepost med Bring/Posten

Tall og analyse Vestre Billingstad

ca 310

Overleverte leiligheter

ca 600

Potensielle brukere

102

Unike brukere

tøi

Ruter#

Mobilitet = vann/strøm/kabel tv/internett?



Ruter#

Mulighetsrom - mobilitetspakke som kan erstatte privatbilen

Tilby delte tjenester og redusere behov for å eie egen privat bil

Mobilitetspakke som del av boligtilbudet

På lik linje som med vann, strøm, kabel-tv og internett er mobilitet inkludert.

Bruke «nudging»-insentiver til forandring

Enklere å adoptere ny adferd ved endringer i livssituasjon

Hypotese:

Ruter klarer ikke å vinne kundegrensesnittet hvis det settes opp egne løsninger for hvert enkelt område med egne apper.

Ruter#

Vil du vite mer?

Ta kontakt med Anna Wadström,
Prosjektleder i Ruter.

anna.wadstrom@ruter.no

Et utvalg av innspill fra den globale ungdomskonkurransen som støtter mulighetsrom #4

Partnering with companies that have a large young workforce to offer transportation options to their workplaces.

Enter partnerships with companies to integrate services like Ironing services, Grocery, Food Delivery, etc. which can be booked during the last mile transport

Enter partnerships with companies to integrate services like Ironing services, Grocery, Food Delivery, etc. which can be booked during the last mile transport

Offer free or discounted access to eBooks, Audiobooks, Netflix/HBO streaming, premium newspapers, etc. while on the transit – enabled through the on-ride WIFI and delivered through partnerships with these entertainment firms.

Build on new models of private-public collaboration, which take advantage of the increasingly diverse ecosystem of public, private, and nonprofit entities that are working to meet the mobility challenges of the 21st century



Mulighetsrom #5

Bygge opp rundt et sterkere samarbeid på tvers av kollektivtrafikken for å dele innsikt, idéer og kostnader

Beskrivelse av mulighetsrom #5

Bygge opp rundt et sterkere samarbeid på tvers av kollektivtrafikken for å dele innsikt, idéer og kostnader

Det gjøres mye spennende og bra innovasjonsarbeid i blant kollektivtrafikkaktørene – men flere kjenner seg nok igjen i at innsikten og nyvinningene kunne vært bedre delt på tvers. Kunder, bygder, småbyer og storbyer fortjener alle at kollektivtransporten alltid utvikler seg for å levere de beste og nyeste tjenestene. Et selvstendig felles innovasjonssamarbeid blant kollektivtransportaktører vil kontinuerlig jobbe koordinert med innovasjon gjennom utvikling av produkter og tjenester for mobilitet på tvers av fylkesgrenser. Det vil gi tilgang på innovasjon og tjenesteutvikling på en lik linje for alle deltakende kollektivaktører, store og små, og på langsikt skape inntektsmuligheter og konkurransekraft.

KORT FORKLART

Felles plan og finansiering av innovasjonsarbeid

Innovasjonsarbeid og nødvendig finansiering sentraliseres på ett sted, slik at piloter og tjenester utvikles i en forankret pipeline hvor risiko og vinninger deles på tvers.

Flere hoder tenker bedre enn ett

Samkjøring av innovasjonsarbeid under samme flagg vil få fram idéer og nyanser på tvers av fylkeskommunegrenser – som vil bidra til et rikere innovasjonsbilde.

Innovasjon krever frihet til å tenke stort

En selvstendig samarbeid frigjør ansatte fra «gamle» tøyler som stopper dem fra å tenke stort – og trenger ikke lenger å ta hensyn til interne regler. La oss dyrke innovasjon på heltid!

Felles kommunikasjon, med lokale justeringer

Utvikling av felles kampanjer, kommunikasjonsmateriale, reklamer, etc. som tilpasses til lokale nivå ved behov.

Flere samarbeidsformer kan benyttes

Samarbeidet kan ta mange former og fasonger. Skal vi samarbeide om radikale innovasjoner? Skal vi ha et forretningsmessig og strategisk samarbeid? Eller skal vi samarbeidet om teknisk tjenesteutvikling?

Vurdering av mulighetsrom #5

Oversikt over attraktivitet, inntekspotensial og gjennomførbarhet basert på kvalitative analyser og diskusjoner i workshops, intervjuer og prosjektgruppemøter

Hvor attraktivt er det for målgruppen?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Høy attraktivitet blant sluttbrukerne.** Et felles innovasjonssamarbeid vil kunne gi bedre tjenester og mobilitetsløsninger til sluttbrukerne på lang sikt, og sikre at vi får et effektivt og rettferdig fortelt kollektiv- og mobilitetstilbud på tvers av fylkesgrenser
- **Høy attraktivitet blant kollektivaktørene.** Vil gi flere fordeler på tvers av fylkesgrenser, som: redusert risiko ved utvikling, synergier i tjenesteutvikling, større tyngde i relasjon til nye aktører, større datagrunnlag, større landskap å teste forskjellige idéer, mer effektiv bruk av offentlige midler gjennom kostnadsdeling, gjenbruk av funksjonalitet og erfaringer, kunnskapsdeling og bedre tekniske løsninger.

Hvor stort inntekspotensialet har det?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Middels inntekspotensial.** Først og fremst kostnadsbesparende, da aktørene kan dra god nytte av stordriftsfordeler. Lavt inntekspotensial på kort sikt med høyt potensial på lang sikt. Et slikt samarbeid vil kunne legge til rette for radikale innovasjoner som har muligheten til å øke skape tjenester og produkter som gjør at kollektiv-aktørene får et enda større eierskap til kundegrensesnittet og står sterkere i konkurransearenaen.

Hvor gjennomførbart er det?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Middels gjennomførbarhet.** Selv om flere ønsker et sterkere felles samarbeid, så kan veien fram til mål være litt lenger enn ønsket. Det er blant annet forskjellige strukturer og sammensettinger på tvers av aktørene (noen er aksjeselskap, andre ikke) – det gir forskjellige forutsetninger. Modenheten er også forskjellig mellom de ulike aktørene, mtp forskjellig ambisjonsnivå og strategisk retning mellom aktørene. Dette byr også på forskjellig ønske om tempo og risikovilje.

Eksempel på hvordan man kan komme i gang med mulighetsrom #5

Kollektivkameratene er et av flere eksempler på innovative samarbeid i kollektivbransjen. Det gjennomføres nå dialoger på strategisk nivå for å avklare hvordan dette samarbeidet kan videreutvikles til å bli noe mer.

Kollektivkameratene



Nytt innovasjons-samarbeid?

Andre kollektivselskap



Andre relevante selskap



Kollektivkameratenes skritt i riktig retning

Siden 2017 har kollektivkameratene samarbeidet tett om innovasjon rundt billetterings-løsninger, først gjennom Ruter, Brakar, ØKT, AKT og Kolumbus; og deretter med en integrering av Troms og Skyss i 2018.

Hva har samarbeidet gått ut på?

- Samarbeidet ble satt opp for å samhandle om utvikling av tjenester for billettsalg og relaterte tjenester – herunder digital mobil billett med integrering av grunnplattform. Samarbeidet har hatt en kostnadsfordeling basert på «antall reiser per region» som tildelingsnøkkel. Partene bistår inn med en teknisk og en administrativ kontaktperson – og partene møtes flere ganger årlig for å diskutere og beslutte et felles veikart og prioriteringer

Utfallet fra samarbeidet

- Samarbeidet har bydd på flere gevinster, som: delt finansiering av forvaltning, redusert risiko ved nyutvikling, utveksling av kunnskap på tvers, sømløs betaling i andre regioner, bedre tekniske løsninger. Det har naturligvis også vært utfordringer som koordinering, utviklingstakt, tilstrekkelig involvering av nøkkelinteressenter, forskjellige rammebetingelser/ambisjoner.

Veien videre

- Ruter jobber nå strategisk med å finne en god vei videre for dette samarbeidet. Det er for tiden flere strategiske dialoger i gang på ledelses- og styrenivå for å diskutere og enes om hvilken retning videre samarbeid kan, og bør ta. En av disse retningene er et strategisk innovasjonssamarbeid slik dette mulighetsrommet skisserer opp.

Vil du vite mer?

Kontakt Terje Storhaug, CIO / Head of Digital Services i Ruter, Terje.Storhaug@ruter.no



Mulighetsrom #6

Ta en plattformrolle som samler mobilitetsløsninger på et sted, samt tilrettelegger for et ansvarlig bymiljø

Beskrivelse av mulighetsrom #6

Ta en plattformrolle som samler mobilitetsløsninger på et sted, samt tilrettelegger for et ansvarlig bymiljø

I en hverdag preget av stadig nye mobilitetsløsninger er det lett å gå seg vill. Gjennom de siste årene har norske små- og storbyer vært ville vesten for mikromobilitetsaktører som dumper ut el-sparkesykkel etter el-sparkesykkel i gatene. For å skape en rettferdig konkurransearena, et enkelt brukergrensesnitt og et ansvarlig bymiljø kan kollektivbransjen ta en plattformrolle hvor man lar forskjellige mobilitets- og ikke-mobilitetsaktører koble seg på plattformen for å selge sine tjenester til endekunden. Dette vil gi kollektivtrafikken en enda større App-penetrering i markedet, og videre eierskap til kundedialogen, som på lang sikt kan ha gode muligheter for videre finansieringskilder.

KORT FORKLART

En kompetent og nøytral tilrettelegger

Som en nøytral offentlig aktør har kollektivtrafikken en unik posisjon til å ta en rolle som tilrettelegger og regulator av et helhetlig mobilitetstilbud

Enklere planlegging av sammensatte reiser

Ved å samle alle mobilitetsalternativer på en plattform vil det være enklere for de reisende å planlegge sammensatte reiser, inkl. first og last mile tjenester

Integrering av ikke-mobilitetstjenester

Muliggjør integrering av ikke-mobilitetstjenester som er knyttet til hvor og hvorfor folk reiser – for eksempel varelevering eller tilleggstjenester knyttet til legebesøk, kino, konserter, etc.

Oppfølging og operasjonell oversikt

Ta en rolle for konkratsoppfølging og ivaretagelse av innbyggernes interesser og mobilitetsbehov.

Rådgivning og konseptualisering

Bistå det offentlige med rådgivning og retning for hvordan man best mulig kan utvikle og realisere et helhetlig mobilitetstilbud.

Vurdering av mulighetsrom #6

Oversikt over attraktivitet, inntekspotensial og gjennomførbarhet basert på kvalitative analyser og diskusjoner i workshops, intervjuer og prosjektgruppemøter

Hvor attraktivt er det for målgruppen?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Høy attraktivitet** lokale kommuner for å ha en aktør som tar styrings- og tilretteleggingsrollen for å sikre et godt bymiljø og en sunn konkurranse blant nye mobilitetsaktører
- **Middels attraktivitet** blant nye mobilitets- og ikke-mobilitetsaktører som kan koble seg på kollektivtrafikkens App og brukermasse for å tilby tjenestene sine. Dog litt usikkert hvorvidt de ser det som en utfordring at kundegrensesnittet eies av kollektivtrafikken
- **Høy attraktivitet** blant sluttbrukeren. Får tilgang på og oversikt over alle mobilitetsløsninger via én App.

Hvor stort inntekspotensialet har det?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Lav blant mobilitets- og ikke-mobilitetsaktører.** Utfordringen ligger i hvordan vi kan ta betalt for disse løsningene. P.t. uttrykkes det ingen ambisjon om å ta betalt en andel av det kundene betaler for disse tjenestene, men kun samle alle mobilitetsløsninger på ett sted. Hvis man åpner opp for å ta en andel av trafikken man sender til disse aktørene så kan inntekspotensialet bli betraktelig større – etter hvert som man blir en one-stop-shop for mobilitetsløsninger.
- **Høy mtp regulerende rolle.** Ved å ta en regulerende, rådgivende og operasjonell rolle i å sikre et sunt konkurransegrunnlag og et godt bymiljø vil kollektivtrafikken kvalifisere seg for ytterligere statlige midler. Det er også muligheter her for å ta betalt for grunnleie, dedikerte områder hvor mobilitetsaktørene har lov til å plassere sine delebiler og sparkesykler for eksempel.

Hvor gjennomførbart er det?

VÅR VURDERING:  Lav Mid Høy

HVORFOR

- **Middels gjennomførbart.** Det krever en del å sette opp (fysisk tilrettelegging, innkjøpsprosesser, App-plattformutvikling, samarbeidspartnere, etc.), men det er allerede mange prosesser i gang her som kollektivtrafikkaktørene kan bygge videre på. Eksempler her er erfaringene Kolumbus har med delebiler, samt konseptet Nivel har gående på sparkesykelregulering.
- **Strategisk utforende.** For å bli den plattformen som lykkes med å ta denne rollen så må man inverttere mye på forhånd og reinvestere over mange år.

Eksempel på hvordan man kan komme i gang med mulighetsrom #6

Kolumbus ser allerede på mulighetene ved å ta en plattformrolle mtp nye mobilitetsløsninger. Fremover blir det spennende å se hvordan man kan videreutvikle dette. Et godt første steg er å ta kontakt med Kolumbus for å lære mer.

Kolumbus' bildeling

Bildeling: Når du går, sykler eller reiser kollektivt, men trenger bil av og til.

- Bruken av bil er på en side kjerneutfordringen i regjeringens nullvekstmål (at all vekst i persontransport tas gjennom kollektivtransport, sykkel, gange og bildeling), men på en annen side en del av løsningen. Derfor inkluderer Kolumbus, som mobilitetsaktør, bil som en del av deres tjenester i et bidrag til å nå nullvekstmålet.
- Tjenesten gjør det lettere for ansatte å sette bilen hjemme når de skal til jobb og heller sykle, gå og reise kollektivt. Samtidig har de bil tilgjengelig hvis de skal i et møte eller lignende i løpet av arbeidsdagen.
- Tjenesten gjør det også lettere for mange å selge bil nummer to, da en nå kan leie bil når en trenger det i stedet for å ha bil nummer to i garasjen hele tiden.

Hvor og hvordan?

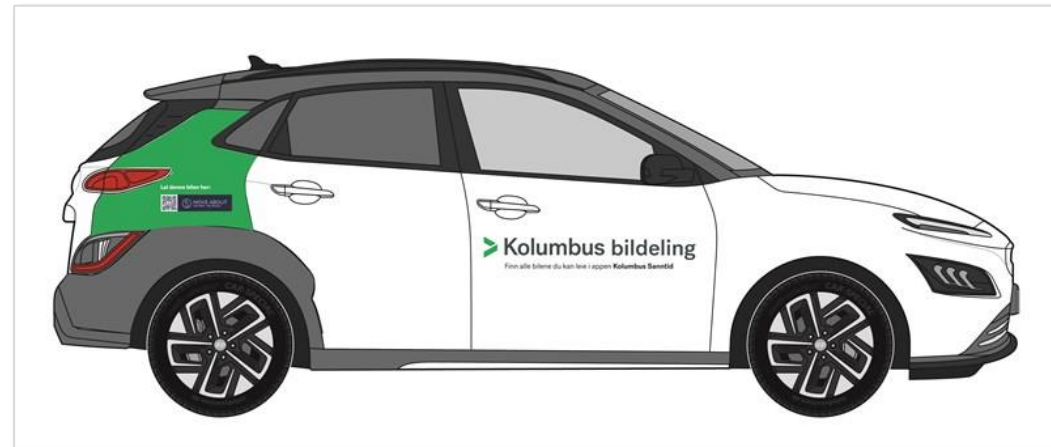
- Tjenesten startet med syv biler på Innovasjonspark Stavanger fra 18. oktober. Etter hvert vil Kolumbus utvide ordningen til andre lokasjoner, som Jorenholmen og Jernbanelokket i Stavanger sentrum. Du kan finne bilene i kartet i Kolumbus' sanntidsapp. Vil du leie en bil, blir du sendt videre til en tilbyders app.
- På Innovasjonspark Stavanger står bilene like utenfor Måltidets hus. Last ned biloperatøren Move Abouts app. Appen er nøkkelen din. Bestill og lås opp bilen i appen, og kjør av gårde. Når du er ferdig, parkerer du bilen der du henter den, kobler i ladekabelen og låser bilen og avslutter turen i appen.

Hva er mulighetsrommet?

- Det er biloperatøren som håndterer alt rundt leieforholdet, inkludert kundeservice og betaling. Kolumbus tjener derfor ingen penger på disse tjenestene, men har heller ingen store kostnader. Fremover kan man tenke seg en modell hvor man kan integrere flere mobilitetsløsninger i plattformen, samt ta betalt for disse.

Vil du lære mer?

Kontakt Audun M. Solheim, Strategi- og utviklingssjef i Kolumbus,
Audun.Solheim@kolumbus.no



Eksempel på hvordan man kan komme i gang med mulighetsrom #6

Ruter utforsker mulighetsrommet ved å sette selvkjørende kjøretøy i system – og hvordan dette både kan drive nye, og komplettere eksisterende transporttjenester. Ta kontakt med Ruter for å lære mer.

Selvkjørende kjøretøy i Ruter

Selvkjørende kjøretøy satt i system vil være en viktig del av fremtidens mobilitetsløsninger for å oppnå bærekraftig bevegelsesfrihet. De kan gi muligheter for nye typer transporttjenester og komplementere eksisterende tjenester.

Hovedmålsetninger med selvkjøringsarbeidet

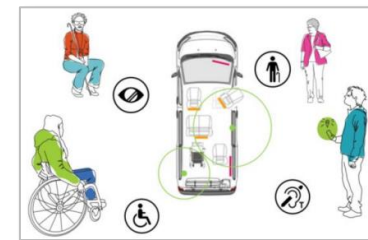
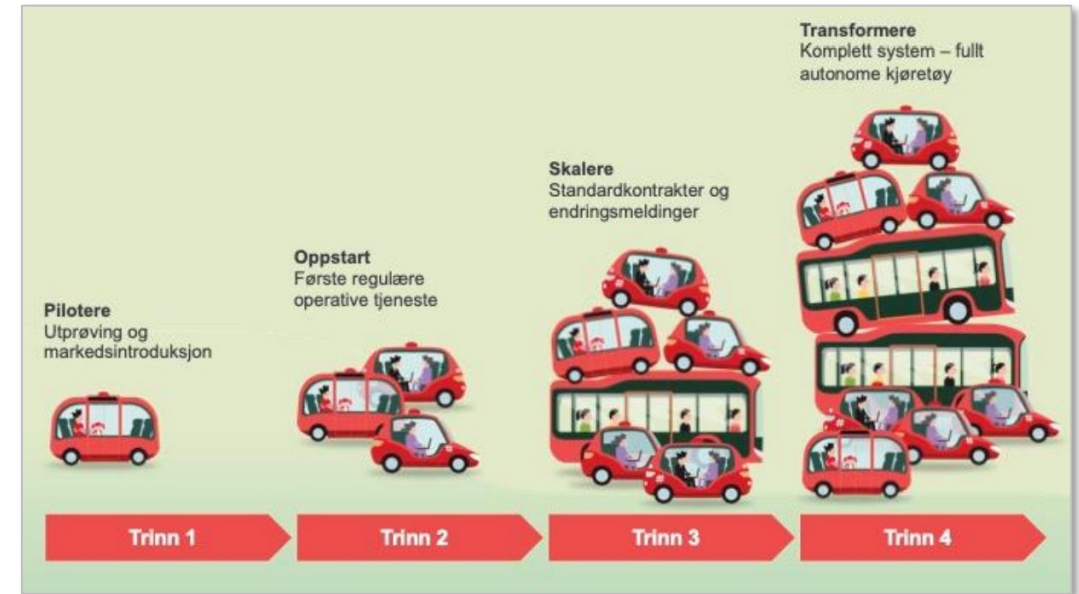
1. Introdusere teknologien til kunder og omgivelser
2. Utforske hvordan teknologien kan anvendes for å skape mer bærekraftig bevegelsesfrihet.
3. Forberede Ruter, offentlige aktører, Ruters partnere og Ruters leverandører på selvkjøringssteknologiens fremvekst

Erfaringer og læring skapt gjennom prosjektet

Ruters utprøving har så langt fraktet over 30 000 betalende passasjerer og kjørt over 40 000 kilometer i blandet trafikk og åpne gater. Tidligere utprøvinger har vært på Akershusstranda, Nedre Bekkelaget og i Kongens gate, i tillegg til dagens pågående utprøving i Ski. Fra drift og planlegging av pilotene har Ruter opparbeidet mye erfaring om kundeopplevelsen, i tillegg til mer generell erfaring innenfor prosjektets tre hovedmålsetninger.

Ambisjoner og veien videre

Veien videre for Ruters arbeid med selvkjørende kjøretøy er solid fundamentert i Oslostudien¹. Operative tjenester for reelle kunder i deres normale hverdag, er et helt sentralt fundament for det økosystemet av partnere, prosjekter og forsknings-/innovasjonsprosjekter Ruter trenger for å realisere potensialet som ligger i selvkjørende kjøretøy. Trappetrinnsmodellen viser hvordan Ruter kan transformere dagens system, men det er høy grad av usikkerhet på hvor mange trinn som blir nødvendig og hva et realistisk tidsløp vil være. Ruter har derfor lagt opp til dynamiske prosesser med fleksibilitet. Selvkjøringsprosjektet nærmer seg overgangen til Trinn 2 i figuren til høyre. Fokus fremover er derfor på stabil drift, en bedre digital sjåfør og oppskalering av tjenestene. Det innebærer at Ruter må: 1) Tiltrekke seg leverandører med den beste tilgjengelige digitale sjåføren på markedet; og 2) Etablere en flåte av selvkjørende kjøretøy som leverer operative tjenester i en lengre periode til Ruters kunder.



Vil du vite mer?

Ta kontakt med Vibeke Harlem, leder mobilitetstjenester i Ruter.
vibeke.harlem@ruter.no



Et utvalg av innspill fra den globale ungdomskonkurransen som støtter mulighetsrom #6

An app that connects me to all modes of public transportation and lets me look at my options based on time spent traveling vs the cost of taxis/busses/scooters/etc. so I can pick the best option. An app which clearly distinguishes which mobility option is most cost effective, environmentally savvy, most comfortable or the fastest getting from A to B.

Linking micro-mobility options with traditional transportation modes through having bike/scooter rentals available outside bus/ferry/train/subway stations, allowing users to complete the rest of their journey through micro-mobility

Connectivity with a local Uber or Lyft service. A way to order a car based on your ETA at a specific station, without having to remember to do so before you hop off the train. Any automation for this functionality would greatly increase ridership since many take Uber or Lyft rather than public transit these days.

There could also be a social justice aspect to this, by making micro-mobility affordable to all, and bringing the bike/scooter on the public transport (e.g. bus) to neighborhoods where the major bike rental players might not venture otherwise.

A user could plug in their final destination so a delivery service could have the groceries or goods delivered around the same time as the user's estimated arrival time.

An App tracking the real-time location and direction of all mobility options such as buses, subway, trains, taxis. They will know how long it will take to get to the stop, and approximate arrival of their transport, so they will not be late. Examples of such applications in practice can be seen in countries such as Sweden (Sweden SL), Kazakhstan (CityBus).

Scheduling capabilities for scooters, bikes, etc. to ensure that they will be available when we are ready to take our commute – to ensure predictability (forutsigbarhet). Bike shares and other micro-mobility are unpredictable on a day-to-day basis, and sometimes if you don't get a bike you're out of luck.

Shared cars could become part of the public transportation, with public transport authorities/ companies owning them and providing them as a utility service to users. There are e-vehicles which could be rented by the minute where I live, and they are taken and left at specific small e-vehicle hubs. This could be part of the future infrastructure, especially if these vehicles become truly autonomous.

Partnering with a car-share service to facilitate the accessibility of public transport stations



Bonus innspill

Utvalgte innspill fra ungdomskonkurransen som faller litt utenfor, men som er allikevel har en interessant komponent

Et utvalg av interessante innspill fra den globale ungdomskonkurransen som faller litt utenfor

It's seriously the high time to bring low budget flying machines in the market, like that can take 4-5 people at a time and can travel from 30-50 km at once. This kind of transportation is very necessary when you're in hurry and want to avoid all the traffics.

Aerial transport is intriguing, though there are likely regulatory complications - there would absolutely be people willing to pay for helicopter flights across the city (whether for sightseeing or expedited travel) but without the resources to own one themselves.

The most promising new invention in the area is probably the hyper-loop tube. Obviously, it is decades from widespread adoption, but traveling at 1,000 km/hour in a cool futuristic tunnel is a natural development for long-range transport.

Automakers are focused on next-generation “connected vehicles” that can access, consume, create and share information with other vehicles and surrounding infrastructure in real time, improving traffic flow and safety—could we connect to this?

In Beijing China we have machines installed in subway stations that allow you to exchange PANT bottles for tickets. This idea encourages two sustainable actions: the use of public transport and recycling

We need to use more of our air, water and Space/orbit and build our current infrastructure around those elements. We already have too much infrastructure on land and we are running out of real estate, so I think connecting trains, busses, boats, real estate, etc to Air, water and Space/Orbit is the key to increasing revenue and jobs.

A big public transport system like bus or train can be broken down to smaller smart self driven vehicles or pods which can be rejoined or detached as per consumer's desire. For instance, if a person wants to go to a place A; he would book an online ticket and a local pod would arrive and collect him and join the next main system. After transferring the person, it can detach and go back. Now the person can meet people travelling to the same direction and if his destination is still remote, again the same process can be repeated. Recreational activities and data support can be added for customer friendly journeys. Self charging systems or charging stations can be implemented.

Storage - public transit can be inconvenient if running errands due to the hassle in bringing bags to the transit stop (especially if that involves escalators or long walks to transfer). Better storage could alleviate that to some extent, transit systems could also consider some form of porter service that would deliver someone's bags while they ride back.

Offer free or discounted access to eBooks, Audiobooks, Netflix/HBO streaming, premium newspapers, etc. while on the transit – enabled through the on-ride WIFI and delivered through partnerships with these entertainment firms.

Breakfast service: Suppose if an individual wakes up late and skips breakfast home there should be an option on the app of the public transport where he can collect his breakfast on the way to his/her office so that the waiting time is reduced for the customer and there will be a vendor at station who will get the business it shall be a win- win situation for both

Use the trams and buses smart senso technology and cameras to monitor the road for any traffic violations, when the fines are paid by the violators they can retain a certain percentage of the fine.

Old buses that cannot be run on road can be converted to cafes, small food outlets or rented out for e.g. wedding photography or other events

Having a bright pink bus with no patterns and no ads on it might seem overly simple and even boring--but for the younger generation, we love clean and modern aesthetics that pop out. Wouldn't you rather ride on a bus that looks like it belongs to Barbie rather than one that is promoting the best cream for your dry skin?



Konklusjon og forslag til neste steg

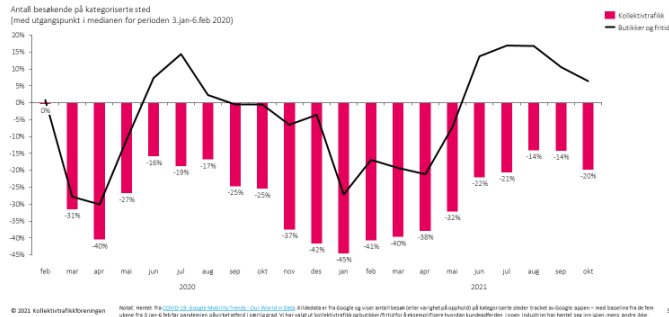
Fremtiden er interessant, men utfordrende

Et varig inntektstap, ingen umiddelbare og enkle løsninger og en økende konkurranse krever handling – men hvilken?

Inntektsbortfallet er vedvarende...

Hvordan har COVID-19 truffet kollektivtrafikken?

Antall besøkende hadde en rask nedgang både for kollektivtrafikken samt butikker og fritid da COVID-19 inntraff. Kollektivtrafikken har ikke klart å ha samme innhentningseffekt som sistnevnte.

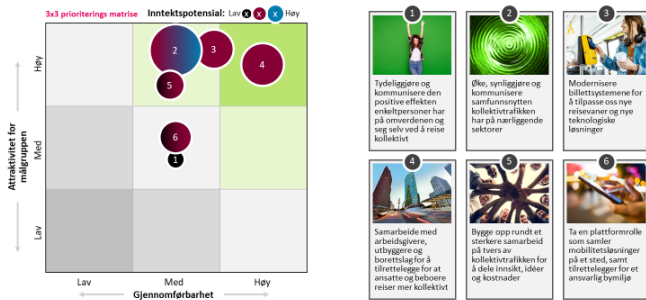


- Inntektsbortfallet gitt dagens tjenestetilbud antas å være varig, eller i beste fall langsiktig
- Besøktall fra andre nærliggende sektorer har helt eller delvis hentet seg inn igjen, med det samme gjelder ikke for kollektivtrafikken

...og vi har ikke funnet noen «quick fix»

Vår vurdering av mulighetsrommenes verdi

Vi har sammen ikke lyktes med å identifisere den/de mulighetsområdene som vil gi umiddelbar eller tilstrekkelig høy inntektsøkning, men flere av mulighetsområdene har høy attraktivitet for målgruppen og inntektspotensial på lang sikt.

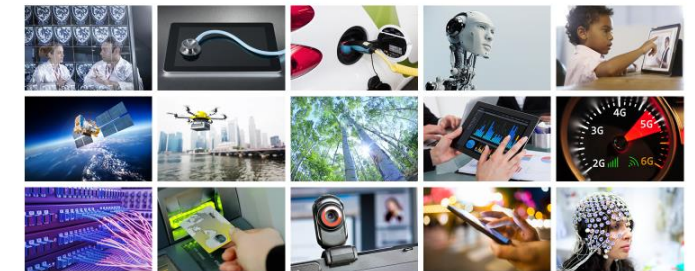


- Vi har sammen ikke lyktes med å identifisere den/de mulighetsområdene som vil gi umiddelbar eller tilstrekkelig høy inntektsøkning
- Allikevel, flere av mulighetsområdene har høy attraktivitet for målgruppen og et interessant inntekspotensial på lang sikt

Samtidig øker stadig konkurransen

Verden endrer seg med stormskritt

Endringstakten blant konkurrenter, myndigheter og kunder er raskere enn noen gang.



© 2021 Kollektivtrafikkforeningen

- Globale aktører, teknologiselskaper og godt finansierte selskaper i skaleringsfasen utvikler og lanserer løsninger som utfordrer kollektivselskaperes eierskap til kundegrensesnittet og transportmidlene

Nøkkelobservasjoner og kritiske spørsmål

Kollektivbransjen har over tid lykkes med å utvikle og tilpasse seg i takt med endrede kundebehov, teknologiske muligheter med fokus på bærekraft

OBSERVASJON

Kollektivselskapene har over tid vist evne til omstilling og nytenkning

- Norge leder an i bruk av digitale løsninger og er verdensledende innen elektrifisering av transport.
- Kollektivselskapene har tidlig vist vei og tatt et ansvar for å utvikle bærekraftige tjenester med et helhetlig fokus – ikke kun miljøutslipp.
- Andelen digitale kunder er høy og adopsjonsraten for nye kommunikasjons- og mobilitetsløsninger er rask.
- Innsikten innhentet fra globale ungdommer i dette prosjektet underbygger hvor langt foran Norge allerede er mtp å svare ut digitale behov.

Konseptene identifisert i prosjektet er i de fleste tilfeller kjent blant kollektivaktørene

- Prosjektet har gjennom intervjuer, workshops, innovasjonskonkurranse og søk internasjonalt samlet og strukturert en rekke ideer og konsepter. Brorparten av disse er allerede under evaluering, utvikling eller pilotering hos en eller flere av kollektivforeningens medlemmer.
- Det er viktig at flere av konseptene utvikles i parallell da de vil forsterke hverandre, evt legge premisser for kommersiell suksess.

Selskapene har flere samarbeidsarenaer, deler ideer og har felles utviklingsprosjekter

- Prosjektet har hatt stor nytte av, og fått ta del i, det tette samarbeidet aktørene har. Det er etablert gode og engasjerende arenaer for samarbeid, informasjonsdeling og felles læring.
- Det er etablert forpliktende samarbeid rundt teknologiske løsninger – eksemplifisert gjennom for eksempel betalings- og billetteringssystem.
- Videre er det iverksatt initiativ for å etablere et felles utviklingsselskap som kan omfatte utvikling av innovasjoner, digitalisering og andre konsepter som løser felles behov

SPM

Vil kollektivselskapene klare å fortsette å lede an i utviklingen når de store globale kommersielle aktørene øker fokuset på å vinne kundegrensesnittet og tilby løsninger som konkurrerer direkte med kjernevirksomheten?

Klarer kollektivselskapene å opprettholde en høy nok utviklingstakt, gitt stadig større kompleksitet, økonomisk usikkerhet og behovet for flere parallelle initiativ?

Vil etablering av en mer omfattende og forpliktende juridisk samarbeidsform gå raskt nok til å håndtere utfordringene knyttet til inntektsbortfall og økt gjennomføringskraft?

Veien videre for kollektivbransjen

Mer av det samme, fokusert satsning eller bransjerevolusjon?

Vi opplever at kollektivbransjen står ovenfor et veivalg med tre alternativer

1

**Vi fortsetter som nå,
med det som har gitt oss
suksess hittil**



Vi fortsetter som nå, og jobber med innovasjon og utvikling i de ulike selskapene – samtidig som vi deler informasjon, erfaring og kompetanse så godt vi kan

2

**Vi tar ett steg videre, med en
felles innovasjons- og
utviklingsagenda**



Vi identifiserer noen mindre, men fokuserte felles aktiviteter som vi tar et felles ansvar for å gjennomføre (omdømmebygging, offentlig/privat samarbeid, eller lignende)

3

**Vi tar ett hopp videre, og
etablerer en felles innovasjons-
og utviklingssatsning**



Det identifiseres ett eller flere utvalgte initiativ som flere selskaper ønsker å realisere. Disse utvikles gjennom en felles «start-up» med påvirkning og avkastning reflektert i avtalt finansiering



Vedlegg 1: Kontaktpersoner



KOLLEKTIVTRAFIKK-
FORENINGEN



Olov Grøtting

Prosjekteier (KTF)

Leder for Kollektivtrafikkforeningen

+47 918 20 510

olov.grotting@kollektivtrafikk.no



Fredrik Helland

Prosjektleder (Deloitte)

Co-lead for bærekraftig
strategi og transformasjon

+47 902 03 734

frhelland@deloitte.no



Jørund Vollan

Prosjektansvarlig (Deloitte)

Nordisk leder for transport
og mobilitet

+47 934 17 619

jvollan@deloitte.no