

Trafiknämnden

Datum: 2019-08-21

Tid: 09:00-14:00

Plats: Bolmen, Region Kronoberg, Nygatan 20, Växjö

Ledamöter

Carina Bengtsson (C), ordförande
Eva Johnsson (KD), vice ordförande
Peter Freij (S), 2:e vice ordförande
Catharina Winberg (M)
Rolf Andersson (L)
Marianne Nordin (S)
Stefan Jönsson (S)
Olja Pekusic (S)
Jeanette Schölin (SD)

Ersättare

Mikael Andersson (C)
Lars Nyberg (KD)
Tina Edberg (V)
Tomas Thornell (S)
Ann-Charlotte Wiesel (M)

Övriga kallade

Thomas Nilsson, Trafikdirektör
Ulf Pettersson, Ekonomichef

1 Justering av protokoll

Sammanfattning

Föreslås att Peter Freij utses att jämte ordförande justera protokollet. Justering sker 27 augusti.

2 Fastställande av dagordning

Sammanfattning

Föreslås att trafiknämnden fastställer dagordning i enlighet med utsänd kallelse 2019-08-16.

3 Trafikförsörjningsprogram Kronobergs län 2021-2030 (19RGK393)

Föredragande Martin Hedenmo

Förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden noterar informationen till protokollet.

Sammanfattning

Region Kronoberg trafikförsörjningsprogram för 2016 – 2025 antogs av regionfullmäktige i december 2015 och ska, enligt nuvarande program, aktualitetsprövas vart fjärde år. Istället för en revidering av nuvarande program föreslås att ett nytt trafikförsörjningsprogram arbetar fram för perioden 2021 – 2030. Målhorisonten för programmet bör vara 2030, med utblick framåt.

Trafikförsörjningsprogrammet är styrande för trafiknämndens verksamhet. Länstrafiken Kronoberg har till uppgift att utföra den trafik som beskrivs i programmet och tillse att målen som finns i programmet uppfylls. Detta görs i en strategiplan som tydliggör hur målen i TFP ska kunna förverkligas, samt i Länstrafikens budget.

4 Rapporter från externa uppdrag

Förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden noterar informationen till protokollet.

Sammanfattning

Trafiknämndens ledamöter rapporterar från externa uppdrag.

5 Aktuella lägesrapporter

Förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden noterar informationen till protokollet.

Sammanfattning

Ansvariga tjänstepersoner lämnar aktuella lägesrapporter.

6 Månadssammandrag maj 2019 (19RGK67)

Förslag till beslut

Föreslås att Trafiknämnden godkänner månadssammandrag maj 2019 för trafiknämnden samt överlämnar den till regionstyrelsen för information.

Sammanfattning

Det ekonomiska resultatet för perioden januari – maj 2019 uppgår sammanlagt till 1,2 miljoner kr. Årsprognosen för 2019 är ett totalt resultat i enlighet med budget. Den totala självfinansieringsgraden för linjetrafiken uppgick till 54,6 % för januari - maj 2019.

Beslutsunderlag

- Förslag till beslut trafiknämnden månadsammandrag 2019-05
- Trafiknämnden Månadssammandrag 2019-05

7 Länstrafiktaxa 2020 (19RGK57)

Förslag till beslut

Föreslås att Trafiknämnden föreslår att regionfullmäktige fastställer Länstrafiktaxa 2020 i enlighet med upprättad handling

Sammanfattning

Regionfullmäktige fastställer Länstrafiktaxa 2020.

Föreslagna förändringar sammanfattas enligt följande:

- Den genomsnittliga prishöjningen i Taxa 2020 uppgår till 1,7 % för periodbiljetter och 2,5 % för enkelbiljetter.
 - Priset för resa i 1 zon Växjö Stadstrafik höjs med 3 kr för enkelbiljett (ord pris), från 27 till 30 kr, och med 60 kr för periodbiljett (ord pris), från 540 kr till 600 kr.
 - Priset för resa 2-12 zoner höjs med mellan 1-3 kr för enkelbiljett (från 37-165 kr till 40-166 kr) och med 10 kr för periodbiljett (från 640-1440 kr till 650-1450 kr).
 - Priset för resor med kortet Grundskola grupp höjs i enlighet med prisförändringar för reskassa.
 - Sommarlovskort och Fritidskort med terminsgiltighet upphör och ersätts med en Fritidsbiljett som kan köpas hela året om.
 - Alla enkelbiljetter kan även köpas med 24 timmars giltighet.*
 - Kostnadsfri returresa inom giltig övergångstid för den aktuella biljetten införs.*
 - Biljettslaget Duo/Familj upphör – Tillsammansrabatt på 25 % införs.*
- * Gäller det nya biljettsystemet

Beslutsunderlag

- Förslag till beslut Länstrafiktaxa 2020
- TAXA 2020 LTK - TN190821
- Försäljningskanalsstrategi revision 2019-04-25

8 Direktiv till upphandling av linjelagd busstrafik (19RGK387)

Föredragande Jessica Gunnarsson

Förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden noterar informationen till protokollet.

Sammanfattning

Regionstyrelsen fullgör uppgiften som Regional kollektivtrafikmyndighet i Kronobergs län. Det åligger kollektivtrafikmyndigheten att fatta strategiska beslut gällande nya trafikupphandlingar och besluten ska återspegla de politiska intentionerna i det regionala trafikförsörjningsprogrammet. Regionstyrelsen lämnar därför direktiv till trafiknämnden kring hur upphandlingen ska genomföras.

Beslutsunderlag

- Förslag till beslut Direktiv till upphandling av linjelagd busstrafik
- §122 RS Direktiv till trafiknämnden- Upphandling av linjelagd busstrafik

9 Svar på skrivelse från Gemla samhällsråd (19RGK1407)

Förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden godkänner förslag på svar på skrivelse från Gemla samhällsråd.

Sammanfattning

Region Kronoberg har mottagit skrivelse från Gemla samhällsråd 2019-07-19. Skrivelsen handlar om konsekvenserna av de förändringar i trafikutbudet till och från Gemla som genomförs vid tidtabellskifte i december 2019.

Föreslås att trafiknämnden godkänner svar på skrivelse.

Beslutsunderlag

- Förslag till beslut Svar på skrivelse från Gemla samhällsråd

- Förslag på svar på skrivelse Reducerade antalet avgångar till och från Gemla
- Skrivelse om reducerade antalet avgångar till och från Gemla

10 Tågtrafik 2019 - Förändringar av trafikutbud (19RGK1450)

Sammanfattning

Ärendet kompletteras med beslutsunderlag till trafiknämndens sammanträde.

11 Busstrafik 2019 - Förändringar av trafikutbud i anslutning till tidtabellskifte i december 2019 (19RGK1433)

Sammanfattning

Ärendet kompletteras med beslutsunderlag till trafiknämndens sammanträde.

12 Inbjudan att nominera ledamöter till järnvägspolitisk grupp (18RGK840)

Förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden nominerar Carina Bengtsson (C) och Peter Freij (S) att representera Region Kronoberg i Svensk kollektivtrafiks järnvägspolitiska grupp.

Sammanfattning

Vid Svensk Kollektivtrafiks styrelse möte den 10 juni fattades beslut om att även innevarande mandatperiod (2019-2023) inrätta en järnvägspolitisk strategigrupp. Svensk kollektivtrafiks aktiva medlemmar inbjuds därför att nominera ledamöter.

Föreslås att trafiknämnden nominerar Carina Bengtsson och Peter Freij att representera Region Kronoberg.

Beslutsunderlag

- Förslag till beslut Inbjudan att nominera ledamöter till järnvägspolitisk grupp
- Inbjudan att nominera ledamöter till Järnvägspolitisk grupp

13 Redovisning av delegeringsbeslut

Förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden noterar delegationsbesluten till protokollet.

Sammanfattning

Följande delegationsbeslut anmäls till trafiknämnden:

- Anmälan av beslut om Färdtjänst och Riksfärdtjänst under perioden 2019-05-01 - 2019-07-31.
- Trafiknämndens ordförandes delegationsbeslut 1/2019. Se beslut och underlag i netpublicator.

Delegationsbeslut

- 19RGK36-1 Nr 1 Brådskande beslut avseende Krösatågstrafiken

14 Anmälningar för kännedom

Förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden noterar anmälningarna till protokollet.

Sammanfattning

Ärenden och handlingar som anmäls till trafiknämnden kan ses i netpublicator.

Anmälningar

- 19RGK1431-1 Skrivelse om minskat antal avgångar i kollektivtrafiken till och från Gemla

15 Övriga ärenden

Månadssammandrag maj 2019

6

19RGK67

Trafiknämnden

Månadssammandrag maj 2019

Förslag till beslut

Föreslås att Trafiknämnden beslutar

att godkänna månadssammandrag maj 2019 för trafiknämnden samt att överlämna den till regionstyrelsen för information

Sammanfattning

Det ekonomiska resultatet för perioden januari – maj 2019 uppgår sammanlagt till 1,2 miljoner kr.

Årsprognosen för 2019 är ett totalt resultat i enlighet med budget.

Den totala självfinansieringsgraden för linjetrafiken uppgick till 54,6 % för januari - maj 2019.

Carina Bengtsson
Trafiknämndens ordförande

Thomas Nilsson
Trafikdirektör

Bilaga: Månadssammandrag maj 2019 för trafiknämnden

**MÅNADS-
SAMMANDRAG**

TRAFIKNÄMNDEN

MAJ 2019



**REGION
KRONOBERG**

Resultatuppföljning per kostnadsställe

Resultaträkning (tkr)	Månad: Januari – Maj 2019			Rullande	Årsbudget	Prognos
	Utfall ack	Budget Ack	Differens	12 mån	2019	2019
Länstrafikens Kansli	-14 559	-14 909	350	-32 122	-33 650	0
Teknik och omkostnader	-8 916	-9 690	774	-22 341	-23 257	0
Marknadsföring	-1 921	-3 083	1 162	-5 980	-7 400	500
Utrednings- uppdrag	-512	-417	-95	-1 082	-1 000	0
Regiontrafik	-50 767	-48 808	-1 959	-124 013	-123 500	-2 000
Växjö stadstrafik	-32 155	-31 617	-539	-74 335	-75 300	-500
Älmhults stadstrafik	-443	-500	57	-1 102	-1 200	0
Krösatåg	-17 606	-18 500	894	-49 577	-45 200	1 500
Öresundståg	-3 432	-3 875	443	-3 797	-10 500	-500
Pågatåg	-687	-708	22	-1 616	-1 700	0
Vidarefakturerering tågtrafik	0	0	0	0	0	0
Anropsstyrd trafik	-1 640	-2 292	651	-3 733	-5 500	1 000
Serviceresor	-1 050	-529	-520	-1 509	-679	0
Sjukrese- administration	0	0	0	0	0	0
Färdtjänst- avdelning	-135	-135	0	-214	-111	0
Abonnerad skolskjuts	-28	0	-28	-28	0	0
Totalsumma	-133 851	-135 063	1 212	-321 448	-328 997	0

Kommentar:

Resultatet för januari – maj 2019 är totalt 1 212 tkr bättre än budget.

Resultatet för Krösatåg är 894 tkr bättre än budget vilket beror på slutreglering avseende punktlighet, incitament och index för 2018.

Störst underskott jämfört med budget har regiontrafik buss som ligger 1 959 tkr under budget, varav 1 651 tkr avser lägre intäkter än budget och 308 tkr avser högre kostnader än budget.

Årsprognosen för 2019 är ett totalt resultat i enlighet med budget. Årsprognosen revideras i samband med delårsrapporten i augusti.

Resandet för perioden juni 2018 – maj 2019 ökade med 6,2 % för Växjö stadstrafik och med 5,0 % för regiontrafiken jämfört med samma period tidigare år (exklusive skolkort).

Det samlade betyget för NKI (nöjd kundindex) enligt Kollektivtrafikbarometern var 71 % för perioden juni 2018 – maj 2019 vilket var högre än för samma period tidigare år (64 %).

Betyget för nöjdhet med den senaste resan enligt Kollektivtrafikbarometern var 84 % för perioden juni 2018 – maj 2019 vilket var högre än för samma period tidigare år (83 %).

Betyget för nöjdhet med bemötandet enligt Kollektivtrafikbarometern var 73 % för perioden juni 2018 – maj 2019 vilket var något lägre än för samma period tidigare år (75 %).

Marknadsandelen enligt Kollektivtrafikbarometern var 13 % för perioden juni 2018 – maj 2019 vilket var högre än för samma period tidigare år (10,2 %).

Fr.o.m. 2019 redovisas Krösatågen som ett gemensamt tågssystem.

Självfinansieringsgrad per trafikslag (linjetrafik)

Trafikslag	Intäkter tkr januari-maj 2019	Kostnader tkr januari-maj 2019	% januari-maj 2019	Jämförelse % Bokslut 2018	Jämförelse % Budget 2019	% Prognos 2019
Öresundståg	50 444	53 876	93,6%	99,6%	92,0%	91,6%
Älmhults stadstrafik	617	1 061	58,2%	57,0%	55,6%	55,6%
Regiontrafik buss	42 941	93 708	45,8%	44,1%	43,9%	43,5%
Växjö stadstrafik	21 836	53 992	40,4%	38,8%	39,2%	39,0%
Pågatåg	336	1 023	32,8%	33,2%	32,0%	32,0%
Krösatåg	10 312	27 918	36,9%	31,6%	35,6%	36,4%
SUMMA	126 486	231 578	54,6%	53,4%	53,2%	53,0%

Kommentar:

Självfinansieringsgraden för januari - maj 2019 är 54,6 % vilket är högre än Bokslut 2018 (53,4 %) och Budget 2019 (53,2 %). Årets prognos är 53,0 %.

Självfinansieringsgraden för motsvarande period 2018 var 54,4 %.

Sjukfrånvaro (i procent av ordinarie arbetstid)

Centrum	JANUARI – MAJ 2019			JANUARI – MAJ 2018		
	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män
Länstrafiken Gemensamt	4,4	6,6	2,1	6,1	9,7	1,9
Uppdragsverksamhet Trafik	10,1	15,3	2,6	10,9	15,6	3,0
Trafiknämnd totalt	6,4	9,9	2,2	7,8	12,0	2,3

Kommentar:

Den totala sjukfrånvaron har minskat jämfört med motsvarande period förra året.

Länstrafiktaxa 2020

7

19RGK57

Trafiknämnden

Länstrafiktaxa 2020

Ordförandes förslag till beslut

Föreslås att Trafiknämnden föreslår att regionfullmäktige fastställer Länstrafiktaxa 2020 i enlighet med upprättad handling

Sammanfattning

Regionfullmäktige fastställer Länstrafiktaxa 2020.

Föreslagna förändringar sammanfattas enligt följande:

- Den genomsnittliga prishöjningen i Taxa 2020 uppgår till 1,7 % för periodbiljetter och 2,5 % för enkelbiljetter.
 - Priset för resa i 1 zon Växjö Stadstrafik höjs med 3 kr för enkelbiljett (ord pris), från 27 till 30 kr, och med 60 kr för periodbiljett (ord pris), från 540 kr till 600 kr.
 - Priset för resa 2-12 zoner höjs med mellan 1-3 kr för enkelbiljett (från 37-165 kr till 40-166 kr) och med 10 kr för periodbiljett (från 640-1440 kr till 650-1450 kr).
 - Priset för resor med kortet Grundskola grupp höjs i enlighet med prisförändringar för reskassa.
 - Sommarlovskort och Fritidskort med terminsgiltighet upphör och ersätts med en Fritidsbiljett som kan köpas hela året om.
 - Alla enkelbiljetter kan även köpas med 24 timmars giltighet.*
 - Kostnadsfri returresa inom giltig övergångstid för den aktuella biljetten införs.*
 - Biljettslaget Duo/Familj upphör – Tillsammansrabatt på 25 % införs.*
- * Gäller det nya biljettsystemet

Carina Bengtsson
Trafiknämndens ordförande

Thomas Nilsson
Trafikdirektör

Bilaga: Länstrafiktaxa 2020
Försäljningskanalstrategi, version 2.0

LÄNSTRAFIKTAXA 2020

Förslag till Trafiknämnden 190821



INNEHÅLLSFÖRTECKNING LÄNSTRAFIKTAXA 2020

	SID
1 BAKGRUND TIDIGARE TAXEFÖRÄNDRINGAR	3
2 SAMMANFATTNING TAXEFÖRÄNDRINGAR 2020	4
3 FÄRDBEVIS	6
4 MOBILBILJETT	11
5 SUBVENTIONERADE RESOR	12
6 MÄNGDRABATT VID STÖRRE INKÖP	12
7 BESÖKSBILJETT	12
8 RABATTERAD GRUPPBILJETT FÖR GRUNDSKOLEELEVER	13
9 GILTIGHETSTID FÖR ENKELBILJETTER	13
10 DUO/FAMILJ OCH TILSAMMANSBILJETT	13
11 FRITIDSBILJETTEN	14
12 KONTANTHANTERING OMBORD UPPHÖR	14
13 SKOLKORT, BUSS	15
14 SKOLKORT, TÅG	15
15 SYDTAXA 2.0 ENKELBILJETTER FÖR RESA ÖVER LÄNSGRÄNS	16
16 FÄRDTJÄNSTTAXA	
17 NÄRTRAFIKTAXA	16
 <u>TAXOR:</u>	
18 PERIODBILJETT BUSS	17
19 PERIODBILJETT TÅG (ANDRA KLASS)	18
20 PERIODBILJETT TÅG (FÖRSTA KLASS)	19
21 PERIODBILJETT ÖVER LÄNSGRÄNS, SYDTAXA 2.0	20
22 STUDERANDEBILJETT BUSS	21
23 STUDERANDEBILJETT TÅG (ANDRA KLASS)	22
24 UNGDOMSBILJETT BUSS	23
25 UNGDOMSBILJETT TÅG (ANDRA KLASS)	24
26 ENKELBILJETTER BUSS (OCH TÅG ANDRA KLASS)	25
27 ENKELBILJETTER TÅG FÖRSTA KLASS	26
28 ÖVRIGT	27
29 SKOLKORT BUSS	28
30 SKOLKORT TÅG	28
31 FRITIDSBILJETT	29
34 FÄRDTJÄNST, ENKELBILJETT	30
35 FÄRDTJÄNST, PERIODKORT	31
36 ÖVERSIKT PRISER OCH FÖRSÄLJNINGSKANALER	32
37 JÄMFÖRELSE TAXOR I ANDRA LÄN 2019-03-15	34

1 BAKGRUND TIDIGARE TAXEFÖRÄNDRINGAR

Sedan några år tillbaka är Länstrafiken Kronoberg med i Kollektivtrafikbarometern, som är en landsomfattande kvalitets- och attitydundersökning som genomförs av landets länstrafiksorganisationer.

År 2018 hamnade nöjdhetsvärdet avseende prisvärdhet på 44 %, vilket är en minskning på åtta procentenheter mot 2017 (52 %). Detta värde är dock i linje med riksgenomsnittet (44 %).

Länstrafiktaxan för 2019 fastställdes i fullmäktige 2018-06-20. Införandet har försenats på grund av överklagade upphandlingar av försäljningssystem och införs därför preliminärt i november 2019.

De viktigaste förändringarna i Länstrafiktaxa 2019 är:

- Enkelbiljetter köpta i ny mobilapp rabatteras med 10 %.
- Försäljning av periodprodukter rabatteras även i ny mobilapp med 10 %
- Rabatten på biljetter köpta med reskassa sänks till 10 %
- Sydtaxa 2.0 – nya regler och ny rabattering för länsgränsöverskridande resor införs i nya försäljningskanaler

2 SAMMANFATTNING TAXEFÖRÄNDRINGAR 2020

Nedan sammanfattas de förändringar som införs i samband med taxeskiftet:

- Den genomsnittliga prishöjningen i Taxa 2020 uppgår till 1,7 % för periodbiljetter och 2,5 % för enkelbiljetter.
- Priset för resa i 1 zon Växjö Stadstrafik höjs med 3 kr för enkelbiljett (ord pris), från 27 till 30 kr, och med 60 kr för periodbiljett (ord pris), från 540 kr till 600 kr.
- Priset för resa 2-12 zoner höjs med mellan 1-3 kr för enkelbiljett (från 37-165 kr till 40-166 kr) och med 10 kr för periodbiljett (från 640-1440 kr till 650-1450 kr).
- Priset för resor med kortet Grundskola grupp höjs i enlighet med prisförändringar för reskassa.
- Sommarlovskort och Fritidskort med terminsgiltighet upphör och ersätts med en Fritidsbiljett som kan köpas hela året om.
- Alla enkelbiljetter kan även köpas med 24 timmars giltighet.*
- Kostnadsfri returreisa inom giltig övergångstid för den aktuella biljetten införs.*
- Biljettslaget Duo/Familj upphör – Tillsammansrabatt på 25 % införs.*

* Gäller det nya biljettsystemet

Regionfullmäktige fastställer Länstrafiktaxa 2020. Under löpande år kan mindre justeringar/erbjudanden som initieras av Länstrafiken och som hänger samman med marknadsföringsinsatser beslutas av Trafiknämnden under förutsättning att kostnaden ryms inom fastställd budget.

Taxeförändringarna **2020** träder i kraft **söndagen den 15 december 2019** i samband med tidtabellsskiftet för tåg och buss i länet.

Se avsnitt 34, sidan 32-33 för en samlad bild av prissättningen det nya biljettsystemet.

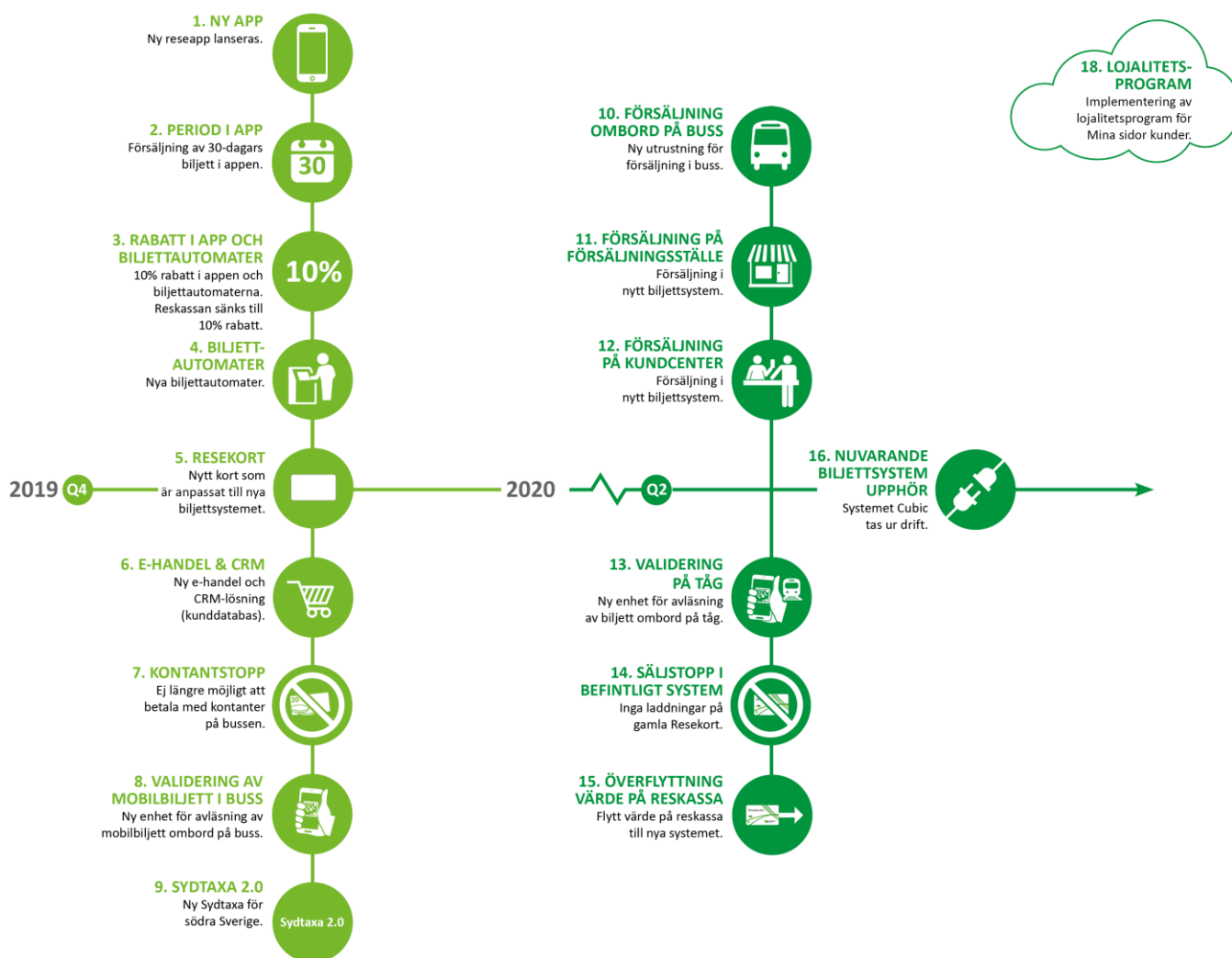
2.1 HANDLINGSPLAN FÖRSÄLJNINGSKANALSSTRATEGI

Den av Trafiknämnden (§ 25 TN 2017-03-30) beslutade försäljningskanalsstrategin som omfattar länstrafikens verksamhet för åren 2017-2020 innehåller en åtgärdsplan för försäljningsrelaterade aktiviteter utöver eventuella förändringar i ordinarie taxa (se nedan) som ska samverka med taxearbetet för varje år under perioden.

Syftet med försäljningskanalsstrategin är att stimulera överflyttning till de prioriterade försäljningskanaler där länstrafiken har bäst kontakt med kunden och där kunden kan nås av uppdaterad information. De prioriterade försäljningskanalerna är en bärande del i Framtidens Resesystem som kommer att tas i bruk successivt fram till 2020 då det nuvarande biljettsystemet tas ur drift.

Denna plan har reviderats sommaren 2019 med hänsyn till försenad upphandling av mobilapp på grund av överklagan. Fördjupade intäkts- och kostnadsanalyser för respektive förändring genomförs i samband med taxerevideringar.

Preliminär tidplan för åtgärder enligt den beslutade försäljningskanalsstrategin:



3 FÄRDBEVIS

Under 2009-2010 infördes Resekortet som kan innehålla både periodgiltighet och reskassa. Dessa Resekort kan användas t o m den 20 juni 2020.

Som ytterligare bärare för färdbevis kan antingen nya Resekort eller ny reseapp användas (introduceras under senhösten 2019).

Den valda biljetten, enkelbiljett eller periodbiljett, köps för ett antal utvalda zoner längs en sträcka och kopplas till den önskade bäraren.

Dessa zonrelaterade periodbiljetter eller enkelbiljetter kan även kombineras för köp av resor i andra län t.ex. periodbiljett för tåg andra klass Lund – Älmhult eller enkelbiljett för buss Växjö – Ronneby.

3.1 Enkelbiljetter

Enkelbiljetter i två varianter; antingen för en viss tidsrymd kopplad till resans längd – alternativt med 24 timmars giltighet.

24-timmarsbiljetten är prissatt till dubbla priset för en enkelbiljett till ordinarie pris.

Enkelbiljetter som köps med ny reseapp eller i det nya biljettsystemet saknar riktningsbestämning och kan därför användas fritt utmed den köpta sträckan under giltighetstiden.

3.2 Periodbiljett buss 30 dagar

Periodbiljett buss 1 zon (30 dagar)

Periodbiljett för resa med buss i en zon.

Periodbiljett buss 2 zoner (30 dagar)

Periodbiljett för resa med buss i två angivna zoner som geografiskt hör ihop.
Ej giltig för resa i andra zoner än i de två angivna zonerna.

Periodbiljett buss 3 zoner (30 dagar)

Periodbiljett för resa med buss i tre angivna zoner som geografiskt hör ihop.
Ej giltig för resa i andra zoner än i de tre angivna zonerna.

Periodbiljett buss 4 zoner (30 dagar)

Periodbiljett för resa med buss i fyra angivna zoner som geografiskt hör ihop.
Ej giltig för resa i andra zoner än i de fyra angivna zonerna..

Periodbiljett buss 5 zoner (30 dagar)

Periodbiljett för resa med buss i fem angivna zoner som geografiskt hör ihop.
Ej giltig för resa i andra zoner än i de fem angivna zonerna.

Periodbiljett buss 6 zoner (30 dagar)

Periodbiljett för resa med buss i sex angivna zoner som geografiskt hör ihop.
Ej giltig för resa i andra zoner än i de sex angivna zonerna.

Periodbiljett buss 7 zoner (30 dagar)

Periodbiljett för resa med buss i sju angivna zoner som geografiskt hör ihop.
Ej giltig för resa i andra zoner än i de sju angivna zonerna.

Periodbiljett buss län (30 dagar)

Periodbiljett för resor med buss i hela länet.

För samtliga län inom Sydtaxesamarbetet så är respektive länsgräns även taxegräns.

3.3 Periodbiljett tåg 30 dagar

Zonrelaterade periodbiljetter för tåg köps på samma sätt som periodbiljetter för buss. Periodbiljett för tåg gäller inte på SJ X2000. Periodbiljett för tågtrafiken gäller även för samma zoner i busstrafiken. Periodbiljett för tåg finns för tåg andra klass respektive tåg första klass och finns i följande varianter:

- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

3.4 Årsbiljett (365 dagar)

Årsbiljett säljs under året med en löpande giltighet om 365 dagar och kan endast köpas på Länstrafikens kansli/kundcenter. Årsbiljetten säljs för hela giltigheten, men kan på grund av sjukdom, ändrade arbetsförhållanden eller liknande returneras och återlösas enligt en avräkningsmodell under året fram till den 10:e giltighetsmånaden. Därefter medges ej återlösen.

Årsbiljett för buss finns i följande varianter:

- En zon
- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

Årsbiljett för tåg finns i följande varianter:

- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

Priset för årsbiljetten motsvarar priset för 9,5 månader.

Årsbiljett kan kombineras med giltighet för zoner i Sydtaxeområdet enligt Sydtaxa 2.0.

3.5 Periodbiljett Studerande 30 dagar

Periodbiljett Studerande innebär 25 % rabatt jämfört med ordinarie periodbiljettspris. Rabatteringen sker enligt nationell överenskommelse: Studenter berättigade till rabatten är de som har Mecenatkort eller Studentkort och en studietakt på minst 50 % om minst 10 veckors sammanhängande studier per termin på en studiemedelsberättigad utbildning som står under statlig tillsyn (dvs ej SFI el uppdragsutbildning).

Periodbiljett Studerande kan köpas i följande varianter för busstrafiken:

- En zon
- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

Periodbiljett Studerande kan köpas i följande varianter för tågtrafiken:

- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

3.6 Periodbiljett Studerande, giltighet i Sydtaxan – dvs över länsgräns

Studeranderabatt finns för länsgränsöverskridande periodbiljetter inom taxesamarbetet i södra Sverige. Rabatteringen på dessa biljetter är 25 % på ordinarie pris för den valda sträckan. Studenter som är berättigade till rabatten är de som har Mecenatkort eller Studentkort och en studietakt på minst 50 % om minst 10 veckors sammanhängande studier per termin på en studiemedelsberättigad utbildning som står under statlig tillsyn (dvs ej SFI el uppdragsutbildning).

Den som reser med rabatterat färdbevis ska kunna uppvisa fotolegitimation och kompletterande handlingar som styrker rätten att resa för rabatterat pris (Mecenat- el Studentkort).

3.7 Periodbiljett Ungdom 30 dagar

Ungdomsbiljett finns dels för buss och dels för tåg inom länet. Ungdomsbiljett ger 25 % rabatt jämfört med ordinarie periodbiljettspris (vilket innebär samma pris som gäller för studerandebiljetten) och gäller upp till och med 19 års ålder. Vid resa med Ungdomsbiljett skall legitimation som styrker giltig ålder kunna uppvisas.

Ungdomsbiljett kan köpas i följande varianter för busstrafiken:

- En zon
- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

Ungdomsbiljett kan köpas i följande varianter för tågtrafiken:

- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

Ungdomsbiljetten kan inte köpas med giltighet över länsgräns.

3.8 Reskassa

I biljettsystemet som infördes 2009 finns möjlighet att ladda reskassa på Resekortet. Resekortets reskassa kan användas som betalning för resor med kollektivtrafik till och från samt inom Halland, Skåne, Blekinge, Kronoberg samt Kalmar och Jönköpings län. Detta biljettsystem fasas fram till juni 2020 ut successivt i de ovan nämnda länen.

Resekort med reskassa säljs endast med jämnt hundratal kronor. Lägsta inköpsbelopp är 100 kronor och högsta inköpsbelopp är från och med 15 december 2019 1 400 kr. Användningen av reskassa fasas ut under 2020. Sista dag för att ladda på ytterligare reskassavärde på Resekort är den 15 mars 2020. Sista dag för att använda Resekort laddat med reskassa är den 20 juni 2020.

Betalning med reskassa ger 10 % rabatt på ordinarie enkelbiljettspris inom Kronobergs län med start i november 2019. Varje län fastställer rabattsats för resor inom sitt län. Därför kan den totala rabattsatsen för en länsgränsöverskridande resa bli annorlunda.

Kvarvarande reskasssaldo kommer att kunna omvandlas för köp i det nya biljettsystemet och knytas till en personlig kundprofil.

3.9 Nya Resekort

Nya Resekort för användning i det biljettsystem som introduceras under 2019/2020 kan användas som bärare för periodbiljetter eller enkelbiljetter. Resekorten och den nya mobilappen kan användas för samma ändamål.

Korten är återladdningsbara. Kan även laddas med ett saldo (från 100 kr) som kopplas till kortet.

4 MOBILBILJETT

Mobilbiljetten visas upp i länstrafikens mobilapp och kan köpas för resor till, från samt inom länen som ingår i Sydtaxeöverenskommelsen.

I och med Taxa 2019 likställdes priset för enkelbiljett som betalas med mobilappen eller med reskassa. Betalning med mobilapp ger 10 % rabatt på ordinarie enkelbiljettspris inom Kronobergs län med start i november 2019.

I november 2019 introduceras att mobilappen även kan vara bärare av periodprodukter (funktionsmässigt likställda Resekort Period). Köp av periodprodukter via mobilappen prissätts enligt sedvanlig rabattering på Mina sidor, dvs med 10 % rabatt.

5 SUBVENTIONERADE RESOR

I och med att Länstrafikens verksamhet erfordrar bidrag är varje resa subventionerad med skattemedel. Länstrafiken får utöver detta varje år förfrågningar om ytterligare subvention av resor utöver de normala taxorna. Följande policy gäller vid förfrågningar om ytterligare subvention av resor utöver ordinarie taxa:

- Extra resor ombesörjs av Länstrafiken endast åt de huvudmän som Länstrafiken träffat skolskjutsavtal med.
- Ytterligare subventioner av resor, t.ex. fria resor i någon omfattning, utöver vad regionfullmäktige fastställt, genomförs ej. Trafiknämnden kan besluta om enstaka undantag, företrädesvis i samband med nationella kollektivtrafikkampanjer.

6 MÄNGDRABATT VID STÖRRE INKÖP

Följande policy gäller för mängdrabatt vid större inköp:

Inköp av reskassa:	10 % volymrabatt vid inköp av minst 100 kort (t o m 15/12 2019)
Inköp av periodbiljett:	10 % volymrabatt vid inköp av minst 10 färdbevis
Inköp av endagskort:	10 % volymrabatt vid inköp av minst 50 kort
Enkelbiljetter:	10 % volymrabatt vid inköp av minst 1 000 biljetter/kalenderår

7 BESÖKSBILJETT, 72-TIMMAR

I Taxa 2015 introducerades besöksbiljetter som riktar sig till turister och tillfälliga besökare. I och med att enkelbiljetter i Sydtaxan kan köpas med 24 timmas giltighet så blir dessa även tillgängliga inom Kronobergs län.

Besöksbiljetterna med en giltighet på 3 dygn (72 h). Ålderskategori: 0-19 år, över 19 år säljs antingen för resa i Växjö Stadstrafik eller för hela Kronobergs län.

Biljetten kan köpas i den nya reseappen, ombord på buss, i biljettautomater och på fasta försäljningsställen. Besöksbiljetten finns med giltighet i Växjö Stadstrafik, alternativt för hela länet.

<u>Stadstrafik</u>	<u>2020</u>	<u>2019</u>
Besöksbiljett 72 timmar, vuxen	120 kr	134 kr
Besöksbiljett 72 timmar, barn	72 kr	80 kr

<u>Län</u>		
Besöksbiljett 72 timmar, vuxen	400 kr	244 kr
Besöksbiljett 72 timmar, barn	240 kr	144 kr

8 RABATTERAD GRUPPBILJETT FÖR GRUNDSKOLEELEVER

Den 1 februari 2007 infördes en rabatterad gruppbiljett i linjetrafik för grundskoleelever. Gruppbiljetten kan användas för kulturaktiviteter, vid besök av olika slag etc. Priset är ett enhetspris för hela gruppen oavsett gruppens storlek. Gruppen får vara maximalt 30 personer. Gruppbiljetten gäller sedan 15 december 2013 hela skoldagen utan tidsbegränsning. För pris se s 28.

9 GILTIGHETSTID FÖR ENKELBILJETTER

2008 infördes förlängd övergångstid. Övergångstiden förlängdes från en timme till två timmar i den första zonen för resenärer med reskassa och enkelbiljetter. Övergångstiden gäller även mobilbiljetter. Detta innebär att en resenär kan genomföra en tur- och returresa i Växjö stadstrafik inom två timmar för samma kostnad som en enkelresa.

I och med Taxa 2020 upphör riktningsbestämning för enkelbiljetter. Detta innebär att det är möjligt att genomföra en fri återresa inom tidsgiltigheten för enkelbiljetter även vid resa över flera zoner. Övergångstiden startar på 2 timmar och ökar beroende på resans längd.

10 DUO/FAMILJ OCH TILLSAMMANSRABATT

Duo/familj (nuvarande försäljningskanaler)

Duo/familj gäller för högst fem personer och av dessa kan maximalt två personer vara vuxna. Två vuxna kan alltså köpa en biljett Duo/familj. En familj kan bestå av: två vuxna och upp till tre skolungdomar, en vuxen och upp till fyra skolungdomar eller fem skolungdomar.

Duo/familj kan endast köpas ombord på buss eller på kundcenter/försäljningsställe som enkelbiljett och betalas med betalkort eller med reskassa.

Priset för Duo/familj beräknas efter priset för två vuxna med 10 % rabatt. Duo/Familj-biljetten kan inte köpas efter den 20 juni 2020.

Tillsammansrabatt (nya försäljningskanaler)

När två eller flera personer reser på samma enkelbiljett ges 25 % rabatt på totalsumman för biljetten. Rabatten ges oavsett resenärskategori när man köper biljett i de nya försäljningskanalerna som införs successivt 2019/2020.

11 FRITIDSBILJETTEN

Fritidsbiljetten är en 30-dagars periodbiljett som gäller för ungdomar t.o.m. 19 år och har giltighet måndag – fredag 14.00 - 04.00, samt lördag – söndag 00.00 -24.00. Lovdagar och studiedagar under terminen är giltigheten som för vardag. Helgdagar samt under sammanhängande lov är giltigheten som för lördag/söndag.

- Fritidsbiljetten, län tåg & buss: 200 kr

Fritidsbiljetten säljs endast till privatpersoner.

12 KONTANTHANTERING OMBORD UPPHÖR

Under hösten 2012 genomfördes ett tillägg om 20 kr vid kontant betalning ombord i buss, det sista steget i prisdifferentieringsstrategin. Sedan dess har användandet av kontanter ombord i busstrafiken minskat ned till en volym om ca 1 % av de totala intäkterna (ca 1 Mkr årligen). Möjligheten att använda kontanter ombord i buss upphör därmed den 15 december 2019 i enlighet med den av Trafiknämnden beslutade försäljningskanalstrategin.

13 SKOLKORT BUSS

Taxan för skolkorten följer taxan för periodkort med buss enligt följande tabell:

Skolkort län	Pris i % av länsbiljett buss
2 resor/dag	75
1 resa/dag	60
Skolkort kommun	Pris i % av fyrzonsbiljett buss
2 resor/dag	75
1 resa/dag	60
Skolkort tätort	Pris i % av tätortsbiljett buss
2 resor/dag	75
1 resa/dag	60

14 SKOLKORT TÅG

Taxan för skolkorten följer taxan för periodkort med tåg enligt följande tabell:

Skolkort län	Pris i % av länsbiljett tåg
2 resor/dag	75
1 resa/dag	60
Skolkort kommun	Pris i % av fyrzonsbiljett tåg
2 resor/dag	75
1 resa/dag	60

Skolkortspriserna skall vid varje tillfälle följa ordinarie periodkortspriser.
Skolkortspriserna skall redovisas exklusive moms samt alltid avrundas till närmaste 5 kr.

Utöver skolkorten som normalt utställs läsårsvis så finns även praktikkort för
10 respektive 20 resor.

Det finns även endagskort som säljs till skolor och socialförvaltningar, Migrationsverket
etc. Dessa skolkort, praktikkort och endagskort säljs inte direkt till enskilda resenärer.

15 SYDTAXA 2.0 ENKELBILJETTER FÖR RESA ÖVER LÄNSGRÄNS

Enligt Sydtaxa 2.0 rabatteras en länsgränsöverskridande enkelbiljett med 25 % av priset för den billigaste biljetten i varje län för aktuell biljettkategori som ingår i den aktuella reserelationen.

För Kronoberg innebär detta i Taxa 2020 en rabattering om kr 7,50 ($30 * 0.25$).

Motsvarande rabattering sker för resa i varje län (minst ett) som ingår i berörd biljett.

Exempel: En resa mellan Älmhult-Osby rabatteras med kr 13.75 ($(30*0.25)+(25*0.25)$) och får ett pris om kr 38,25.

Sydtaxa 2.0 börjar att införas under 2019, i takt med att nya försäljningskanaler införs.

16 FÄRDTJÄNSTTAXA

Enligt beslut i regionfullmäktige 2012-10-12 (§47) skall färdtjänsttaxan följa taxan för den allmänna kollektivtrafiken. Färdtjänsttaxan framgår av punkt 34-35.

Region Kronoberg ansvarar för färdtjänsttaxan i de kommuner som överlåtit sina uppgifter enligt Lag (1997:736) om Färdtjänst till den regionala kollektivtrafikmyndigheten i länet. Detta innebär att Region Kronoberg i egenskap av regional kollektivtrafikmyndighet fastställer färdtjänsttaxan för kommunerna Alvesta, Lessebo, Ljungby, Tingsryd, Uppvidinge och Växjö.

17 NÄRTRAFIKTAXA

Närtrafiken innebär resmöjligheter för ökad trygghet och flexibilitet på landsbygden. På samma sätt som tidigare gällde för kompletteringstrafiken är närtrafiken prissatt som den allmänna kollektivtrafiken. Man kan betala mot faktura eller med kontanter. Det går även att använda Resekortet period genom att visa aktiveringskvitto för aktuell period. Betalningsalternativ anges vid bokning. Resekortet reskassa eller betalkort gäller inte.

Närtrafik finns i följande kommuner i Kronobergs län: Alvesta, Lessebo, Ljungby, Tingsryd, Växjö och Uppvidinge.

	Pris 2020 inkl moms	Pris 2019 inkl moms	Differens
30-dagarsbiljett:			
Tätortsbiljett/Enzonsbiljett	600	540	+ 60
Tvåzonsbiljett	650	640	+ 10
Trezonsbiljett	790	780	+ 10
Fyrzonsbiljett	900	890	+ 10
Femzonsbiljett	980	970	+ 10
Sexzonsbiljett	1 060	1 050	+ 10
Sjuzonsbiljett	1 150	1 140	+ 10
Länsbiljett	1 250	1 240	+ 10

30-dagarsbiljett vid inköp på Mina Sidor alt. i ny mobilapp (10 % rabatt):

Tätortsbiljett/Enzonsbiljett	540	486	+ 54
Tvåzonsbiljett	585	576	+ 9
Trezonsbiljett	711	702	+ 9
Fyrzonsbiljett	810	801	+ 9
Femzonsbiljett	882	873	+ 9
Sexzonsbiljett	954	945	+ 9
Sjuzonsbiljett	1 035	1 026	+ 9
Länsbiljett	1 125	1 116	+ 9

Årsbiljett (365 dagar):

Tätortsbiljett/Enzonsbiljett	5 700	5 130	+ 570
Tvåzonsbiljett	6 175	6 080	+ 95
Trezonsbiljett	7 505	7 410	+ 95
Fyrzonsbiljett	8 550	8 455	+ 95
Femzonsbiljett	9 310	9 215	+ 95
Sexzonsbiljett	10 070	9 975	+ 95
Sjuzonsbiljett	10 925	10 830	+ 95
Länsbiljett	11 875	11 780	+ 95

19 TAXA 2020 PERIODBILJETT TÅG (ANDRA KLASS)

	Pris 2020 inkl moms	Pris 2019 inkl moms	Differens
--	------------------------	------------------------	-----------

30-dagarskort:

Tvåzonbiljett	720	710	+ 10
Trezonbiljett	970	960	+ 10
Fyrzonbiljett	1 100	1 090	+ 10
Femzonbiljett	1 180	1 170	+ 10
Sexzonbiljett	1 260	1 250	+ 10
Sjuzonbiljett	1 350	1 340	+ 10
Länsbiljett	1 450	1 440	+ 10

30-dagarskort vid inköp på Mina Sidor alt. i ny mobilapp (10 % rabatt):

Tvåzonbiljett	648	639	+ 9
Trezonbiljett	873	864	+ 9
Fyrzonbiljett	990	981	+ 9
Femzonbiljett	1 062	1 053	+ 9
Sexzonbiljett	1 134	1 125	+ 9
Sjuzonbiljett	1 215	1 206	+ 9
Länsbiljett	1 305	1 296	+ 9

Årsbiljett (365 dagar):

Tvåzonbiljett	6 840	6 745	+ 95
Trezonbiljett	9 215	9 120	+ 95
Fyrzonbiljett	10 450	10 355	+ 95
Femzonbiljett	11 210	11 115	+ 95
Sexzonbiljett	11 970	11 875	+ 95
Sjuzonbiljett	12 825	12 730	+ 95
Länsbiljett	13 775	13 680	+ 95

20 TAXA 2020 PERIODBILJETT TÅG (FÖRSTA KLASS)

	Pris 2020 inkl moms	Pris 2019 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tvåzonsbiljett	1 150	1 140	+ 10
Trezonsbiljett	1 400	1 390	+ 10
Fyrzonsbiljett	1 530	1 520	+ 10
Femzonsbiljett	1 610	1 600	+ 10
Sexzonsbiljett	1 690	1 680	+ 10
Sjuzonsbiljett	1 780	1 770	+ 10
Länsbiljett	1 880	1 870	+ 10
Årsbiljett (365 dagar):			
Tvåzonsbiljett	10 925	10 830	+ 95
Trezonsbiljett	13 300	13 205	+ 95
Fyrzonsbiljett	14 535	14 440	+ 95
Femzonsbiljett	15 295	15 200	+ 95
Sexzonsbiljett	16 055	15 960	+ 95
Sjuzonsbiljett	16 910	16 815	+ 95
Länsbiljett	17 860	17 765	+ 95

	Pris 2020 inkl moms	Pris 2019 inkl moms	Differens
30-dagarskort buss:			
Enzonsbiljett	390	360	+ 30
Tvåzonsbiljett	440	390	+ 50
Trezonsbiljett	580	600	+ 20
Fyrzonsbiljett	690	890	– 200
Femzonsbiljett	770	970	– 200
Sexzonsbiljett	850	1 050	– 200
Sjuzonsbiljett	940	1 140	– 200
Länsbiljett	1 051	1 240	– 200

30-dagarsbiljett tåg andra klass:

Enzonsbiljett	390	360	+ 30
Tvåzonsbiljett	510	520	– 10
Trezonsbiljett	760	600	+ 160
Fyrzonsbiljett	890	1 090	– 200
Femzonsbiljett	970	1 170	– 200
Sexzonsbiljett	1 050	1 250	– 200
Sjuzonsbiljett	1 140	1 340	– 200
Länsbiljett	1 240	1 440	– 200

Enligt Sydtaxa 2.0 rabatteras en länsgränsöverskridande periodprodukt med 35 % av priset för den billigaste periodprodukten i varje län som ingår i den aktuella periodkortsrelationen.

För Kronoberg innebär detta i Taxa 2020 en rabattering om 210 kr ($600 \cdot 0.35$).

Exempel: Om en resenär från Skåne vill lägga till en zon i Kronobergs län (Älmhult) så blir merkostnaden för den zonen 390 kronor.

Periodkort över länsgräns kan även ställas ut med giltighet för studerande. Då tillämpas ovanstående prissättning med en rabatt på 25 %.

	Pris 2020 inkl moms	Pris 2019 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tätortskort/Enzonkort	450	405	+ 45
Tvåzonbiljett	488	480	+ 8
Trezonbiljett	593	585	+ 8
Fyrzonbiljett	675	665	+ 10
Femzonbiljett	735	725	+ 10
Sexzonbiljett	795	790	+ 5
Sjuzonbiljett	863	855	+ 8
Länsbiljett	938	930	+ 8

30-dagarskort vid inköp på Mina Sidor alt. i ny mobilapp (10 % rabatt):

Tätortskort/Enzonkort	405	365	+ 40
Tvåzonbiljett	439	432	+ 7
Trezonbiljett	533	527	+ 6
Fyrzonbiljett	607	599	+ 8
Femzonbiljett	661	653	+ 8
Sexzonbiljett	715	711	+ 4
Sjuzonbiljett	777	769	+ 8
Länsbiljett	844	837	+ 7

	Pris 2020 inkl moms	Pris 2019 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tvåzonsbiljett	540	530	+ 10
Trezonsbiljett	728	720	+ 8
Fyrzonsbiljett	825	815	+ 10
Femzonsbiljett	885	875	+ 10
Sexzonsbiljett	945	940	+ 5
Sjuzonsbiljett	1 013	1 005	+ 8
Länsbiljett	1 088	1 080	+ 8

30-dagarskort vid inköp på Mina Sidor alt. i ny mobilapp (10 % rabatt):

Tvåzonsbiljett	486	477	+ 9
Trezonsbiljett	655	648	+ 7
Fyrzonsbiljett	742	734	+ 8
Femzonsbiljett	797	787	+ 10
Sexzonsbiljett	850	846	+ 4
Sjuzonsbiljett	911	904	+ 7
Länsbiljett	979	972	+ 7

	Pris 2020 inkl moms	Pris 2019 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tätortskort/Enzonskort	450	405	+ 45
Tvåzonbiljett	488	480	+ 8
Trezonbiljett	593	585	+ 8
Fyrzonbiljett	675	665	+ 10
Femzonbiljett	735	725	+ 10
Sexzonbiljett	795	790	+ 5
Sjuzonbiljett	863	855	+ 8
Länsbiljett	938	930	+ 8

30-dagarskort vid inköp på Mina Sidor alt. i ny mobilapp (10 % rabatt):

Tätortskort/Enzonskort	405	365	+ 40
Tvåzonbiljett	439	432	+ 7
Trezonbiljett	533	527	+ 6
Fyrzonbiljett	607	599	+ 8
Femzonbiljett	661	653	+ 8
Sexzonbiljett	715	711	+ 4
Sjuzonbiljett	777	769	+ 8
Länsbiljett	844	837	+ 7

	Pris 2020 inkl moms	Pris 2019 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tvåzonsbiljett	540	530	+ 10
Trezonsbiljett	728	720	+ 8
Fyrzonsbiljett	825	815	+ 10
Femzonsbiljett	885	875	+ 10
Sexzonsbiljett	945	940	+ 5
Sjuzonsbiljett	1 013	1 005	+ 8
Länsbiljett	1 088	1 080	+ 8

30-dagarskort vid inköp på Mina Sidor alt. i ny mobilapp (10 % rabatt):

Tvåzonsbiljett	486	477	+ 9
Trezonsbiljett	655	648	+ 7
Fyrzonsbiljett	742	734	+ 8
Femzonsbiljett	797	787	+ 10
Sexzonsbiljett	850	846	+ 4
Sjuzonsbiljett	911	904	+ 7
Länsbiljett	979	972	+ 7

Enkelbiljetter		Pris 2020	Pris 2019	Differens
Resa antal zoner		inkl moms	inkl moms	
Vuxen				
1	zon	30	27	+ 3
2	zoner	40	37	+ 3
3	zoner	50	49	+ 1
4	zoner	62	61	+ 1
5	zoner	74	73	+ 1
6	zoner	86	85	+ 1
7	zoner	100	99	+ 1
8	zoner	116	115	+ 1
9	zoner	126	125	+ 1
10	zoner	138	137	+ 1
11	zoner	150	149	+ 1
12	zoner	166	165	+ 1
Barn/ungdom 7 – 19 år (40 % rabatt)				
1	zon	18	16	+ 2
2	zoner	24	22	+ 2
3	zoner	30	29	+ 1
4	zoner	37	37	-
5	zoner	44	44	-
6	zoner	52	51	+ 1
7	zoner	60	59	+ 1
8	zoner	70	69	+ 1
9	zoner	76	75	+ 1
10	zoner	83	82	+ 1
11	zoner	90	89	+ 1
12	zoner	100	99	+ 1

Enkelbiljetter		Pris 2020	Pris 2019	Differens
Resa antal zoner		inkl moms	inkl moms	
Vuxen				
1	zon	60	57	+ 3
2	zoner	70	67	+ 3
3	zoner	80	79	+ 1
4	zoner	92	91	+ 1
5	zoner	104	103	+ 1
6	zoner	116	115	+ 1
7	zoner	129	129	-
8	zoner	142	145	- 3
9	zoner	155	155	-
10	zoner	168	167	+ 1
11	zoner	181	179	+ 2
12	zoner	194	195	- 1
Barn/ungdom 7 – 19 år (40 % rabatt)				
1	zon	46	46	-
2	zoner	52	52	-
3	zoner	59	59	-
4	zoner	67	67	-
5	zoner	74	74	-
6	zoner	81	81	-
7	zoner	89	89	-
8	zoner	99	99	-
9	zoner	105	105	-
10	zoner	112	112	-
11	zoner	119	119	-
12	zoner	129	129	-

	Pris 2020 inkl moms	Pris 2019 inkl moms	Differens
Reskassa (t o m 15/3 2020) (10 % rabatt)	fr.o.m. 100 kr (jämn hundratals kronor)	fr.o.m. 100 kr	-
Cykel regiontrafik buss	som Barn/ungdom	som Barn/ungdom	-
Cykel tåg	som Barn/ungdom	som Barn/ungdom	-
Kontrollavgift buss	1 200	1 000	+ 200
Kontrollavgift tåg	1 200	1 000	+ 200

	Kostnad/månad exkl. moms		Differens
	2020	2019	
Skolkort län			
Begränsad giltighet (2 resor/dag, mån-fre 04.00-24.00)	885	875	+ 10
Begränsad giltighet (1 resa/dag, mån-fre 04.00-24.00)	710	700	+ 10
Skolkort kommun			
Begränsad giltighet (2 resor/dag, mån-fre 04.00-24.00)	635	630	+ 5
Begränsad giltighet (1 resa/dag, mån-fre 04.00-24.00)	510	505	+ 5
Skolkort tätort			
Begränsad giltighet (2 resor/dag, mån-fre 04.00-24.00)	425	380	+ 45
Begränsad giltighet (1 resa/dag, mån-fre 04.00-24.00)	340	305	+ 35

	Kostnad/månad exkl. moms		Differens
	2020	2019	
Skolkort län			
Begränsad giltighet (2 resor/dag, mån-fre 04.00-24.00)	1 025	1 020	+ 5
Begränsad giltighet (1 resa/dag, mån-fre 04.00-24.00)	820	815	+ 5
Skolkort kommun			
Begränsad giltighet (2 resor/dag, mån-fre 04.00-24.00)	780	770	+ 10
Begränsad giltighet (1 resa/dag, mån-fre 04.00-24.00)	620	615	+ 5
Övriga biljetter			
Skolkort, ersättningskort (inkl. moms)			
- gymnasieelever	250	250	-
- gymnasieelever, <u>med polisanmälan</u>	100	100	-
- grundskoleelever årskurs 7-9	100	100	-
- grundskoleelever årskurs F-6	0	0	-
Endagsbiljett län buss (inkl. moms)	148	122	+26
Praktikkort (inkl moms)	270:-/540:-	(10/20 resor)	
Gruppbiljett enkelresa stadstrafik	243	216	+ 27
Gruppbiljett enkelresa regiontrafik	405	345	+ 60

Fritidsbiljett län buss + tåg

Giltighet mån-fre 14.00 - 04.00,
lör-sön och sammanhängande lov 00.00-24.00

Giltighet 30 dagar

200

Enkelbiljetter		Pris 2020	Pris 2019	Differens
Resa antal zoner		inkl moms	inkl moms	
Vuxen, bokning dagen före resan				
1	zon	45	40	+ 5
2	zoner	55	55	-
3	zoner	70	70	-
4	zoner	80	80	-
5	zoner	95	95	-
6	zoner	115	115	-
7	zoner	130	130	-
8	zoner	145	145	-
9	zoner	155	155	-
10	zoner	170	170	-
11	zoner	185	185	-
12	zoner	200	200	-
Vuxen, bokning samma dag som resan				
1	zon	55	50	+ 5
2	zoner	65	65	-
3	zoner	80	80	-
4	zoner	100	100	-
5	zoner	120	120	-
6	zoner	140	140	-
7	zoner	165	165	-
8	zoner	180	180	-
9	zoner	195	195	-
10	zoner	215	215	-
11	zoner	230	230	-
12	zoner	250	250	-
Ungdom 7 – 19 år, bokning dagen före resan				
1	zon	30	30	-
2	zoner	35	35	-
3	zoner	45	45	-
4	zoner	50	50	-
5	zoner	60	60	-
6	zoner	70	70	-
7	zoner	80	80	-
8	zoner	90	90	-
9	zoner	100	100	-
10	zoner	110	110	-
11	zoner	120	120	-
12	zoner	130	130	-

Ungdom 7 – 19 år, bokning samma dag som resan

1	zon	35	35	-
2	zoner	40	40	-
3	zoner	55	55	-
4	zoner	65	65	-
5	zoner	75	75	-
6	zoner	85	85	-
7	zoner	100	100	-
8	zoner	110	110	-
9	zoner	120	120	-
10	zoner	135	135	-
11	zoner	150	150	-
12	zoner	165	165	-

33 TAXA 2020**FÄRDTJÄNST PERIODKORT**

30-dagarskort:		Pris 2020	Pris 2019	Differens
Resa antal zoner		inkl moms	inkl moms	
Vuxen				
1	zon	660	600	+ 60
2	zoner	710	710	-
3	zoner	840	840	-
4	zoner	960	960	-
5	zoner	1 060	1 060	-
6	zoner	1 180	1 180	-
7	zoner	1 280	1 280	-

Ungdom 7 – 19 år, (50 % rabatt)

1	zon	330	300	+ 30
2	zoner	355	355	-
3	zoner	420	420	-
4	zoner	480	480	-
5	zoner	530	530	-
6	zoner	590	590	-
7	zoner	640	640	-

34 ÖVERSIKT PRISER OCH FÖRSÄLJNINGSKANALER

	Biljettslag	Enkelbiljett	Enkelbiljett	Enkelbiljett	Enkelbiljett	24h-biljett	24h-biljett	24h-biljett	24h-biljett
	Kategori	Vuxen, från 20 år	Vuxen, från 20 år	Barn/Ungd 0-19 år	Barn/Ungd 0-19 år	Vuxen, från 20 år	Vuxen, från 20 år	Barn/Ungd 0-19 år	Barn/Ungd 0-19 år
Zoner	Kanal	Bemannad försäljning (ombord i buss, på kundcenter eller försäljningställe)	App/Webb, Biljett-automat, Reskassa*	Bemannad försäljning (ombord i buss, på kundcenter eller försäljningställe)	App/Webb, Biljett-automat, Reskassa*	Bemannad försäljning (ombord i buss, på kundcenter eller försäljningställe)	App/Webb, Biljett-automat**	Bemannad försäljning (ombord i buss, på kundcenter eller försäljningställe)	App/Webb, Biljett-automat**
1		30	27.00	18	16.20	60	54.00	36	32.40
2		40	36.00	24	21.60	80	72.00	48	43.20
3		50	45.00	30	27.00	100	90.00	60	54.00
4		62	55.80	37	33.30	124	111.60	74	66.60
5		74	66.60	44	39.60	148	133.20	88	79.20
6		86	77.40	52	46.80	172	154.80	104	93.60
7		100	90.00	60	54.00	200	180.00	120	108.00
8		116	104.40	70	63.00	232	208.80	140	126.00
9		126	113.40	76	68.40	252	226.80	152	136.80
10		138	124.20	83	74.70	276	248.40	166	149.40
11		150	135.00	90	81.00	300	270.00	180	162.00
12		166	149.40	100	90.00	332	298.80	200	180.00
	Biljettslag	Period buss 30 dgr	Period buss 30 dgr	Period buss 30 dgr	Period buss 30 dgr	Period tåg 30 dgr	Period tåg 30 dgr	Period tåg 30 dgr	Period tåg 30 dgr
	Kategori	Vuxen, från 20 år	Vuxen, från 20 år	Ungdom/Stud.	Ungdom/Stud.	Vuxen, från 20 år	Vuxen, från 20 år	Ungdom/Stud.	Ungdom/Stud.
Zoner	Kanal	Bemannad försäljning (ombord i buss, på kundcenter eller	App/Webb, Biljett-automat**	Bemannad försäljning (ombord i buss, på kundcenter eller	App/Webb, Biljett-automat**	Bemannad försäljning (ombord i buss, på kundcenter eller	App/Webb, Biljett-automat**	Bemannad försäljning (ombord i buss, på kundcenter eller	App/Webb, Biljett-automat**
1		600	540	450	405	-	-	-	-
2		650	585	488	439	720	648	540	486
3		790	711	593	534	970	873	728	655
4		900	810	675	608	1100	990	825	743
5		980	882	735	662	1180	1062	885	797
6		1060	954	795	716	1260	1134	945	851
7		1150	1035	863	777	1350	1215	1013	912
Län		1250	1125	938	844	1450	1305	1088	979

	72h-biljett	72h-biljett	72h-biljett	72h-biljett
	Vuxen, från 20 år	Vuxen, från 20 år	Barn/Ungd 0-19 år	Barn/Ungd 0-19 år
	Bemannad försäljning (ombord i buss, på kundcenter eller försäljningställe)	App/Webb, Biljett-automat**	Bemannad försäljning (ombord i buss, på kundcenter eller försäljningställe)	App/Webb, Biljett-automat**
Växjö Stadstraf.	120.00	108	72	64.80
Kronobergs län	400	360	240	216.00
Förklaring:				
Bemannade försäljningskanaler har ett högre grundpris				
Självservicekanaler har ett lägre grundpris				
* Reskassa kan endast användas t o m den 20 juni 2020, och upphör som betalmedel i biljettautomater i december 2019.				
** Avser nya biljettautomater som introduceras i december 2019				

35 JÄMFÖRELSE TAXOR I ANDRA LÄN 2019-03-15

	Vuxen enkelbiljett 1 zon	Vuxen enkelbiljett taktaxa	Periodkort, ord pris 30 dagar	Anmärkning
Jönköping	30	134	715 840 1200	1 zon 2 zoner Länskort
Kalmar	29	115	625 890 1155 1360 1475	1 zon 2 zoner 3 zoner 4 zoner 5 zoner (län)
Blekinge	23	128	489 689 889 1089	1 zon 2 zoner 4 zoner 8 (län)
Skåne (Jojo*)	35	122	550	1-2 zoner storstad (Lund, Malmö, Helsingborg)
	35	122	450 700 900 1100 1275	1-2 zon (ej storstad) 3 zoner 4-6 zoner 7-9 zoner 10 (län)
Skåne (ny**)	25	105	550	Liten zon storstad (Lund, Malmö, Helsingborg)
	25	105	450 850 1199	Liten zon (småstad) Mellanzon Stor zon
Halland	27	221	630 735 840 945 1050 1155 1260 1365 1470 1575 1680	1 zon tåg & buss 2 zoner tåg & buss 3 zoner tåg & buss 4 zoner tåg & buss 5 zoner tåg & buss 6 zoner tåg & buss 7 zoner tåg & buss 8 zoner tåg & buss 9 zoner tåg & buss 10 zoner tåg & buss Län tåg & buss

* Avser periodprodukter i det kortbaserade biljettsystemet Jojo.

** Avser periodprodukter och enkelbiljetter i det nya appbaserade betalsystemet

Försäljningskanalsstrategi för Länstrafiken Kronoberg

Version 2.0, april 2019



Sammanfattning

En försäljningskanalsstrategi skulle kunna förklaras på följande sätt:

”Hur mycket ska en vara eller tjänst kosta i respektive kanal och av vilken anledning ska priset skilja?”

Det innebär att dokumentet beskriver vilken prioritering vi vill göra rörande våra framtida försäljningskanaler kopplade till projektet Framtidens Resesystem vilket har startats med anledning av att nuvarande biljettsystem tas ur drift 2020.

Med ledning av strategin som tas fram i dokumentet görs lämpliga vägval för försäljning och biljettering vilket i sin tur har bäring på vilken utrustning som ska användas i och omkring fordon och på vilket sätt vi väljer att bemöta kunder – digitalt såväl som i det fysiska mötet.

De åtgärder som strategin föranleder kommer att leda till vissa kanalförflyttningar, och en strategi är nödvändig för att dessa omflyttningar ska ske på önskat sätt och leda till önskat resultat. Tidshorizonten för de moment som beskrivs i dokumentet har en tonvikt på åren 2018-2020 – med en viss utblick mot 2025.

Sammanfattningsvis kan vi säga att den framtida omprioriteringen av försäljningskanalerna innebär att vi prioriterar upp självbetjäningsskanaler och dessa har även de inneboende egenskaper att de erbjuder en hög tillgänglighet och en god kontakt med kund, samtidigt som det är möjligt att utforma dem med ett modernt och personligt anslag.

Sammanfattning av de viktigaste kanalförflyttningarna som de strategiska valen innebär:

- Ökad försäljning via mobilapp – snabb självservice stöttad av vår mest uppdaterade information och vårt bästa pris
- Minskad andel köp ombord – för att möjliggöra snabbare trafik och bättre viseringsmöjligheter
- Färre kontanter i trafiken – på sikt ett fullständigt upphörande av kontanthantering
- Sammankoppling mellan e-handel och appen – för att ge stöd till fler produkter i appen och erbjuda en bättre kundtrygghet i kanalen
- Mer information i de nya biljettautomaterna – t ex tidpunkter för de närmaste avgångarna (inkl ändrade tider p g a störningar) och upplysningar om produktalternativ
- Mindre försäljning på Kundcenter – till förmån för mer kvalificerad kundrådgivning

Strategidokumentet avslutas med en sammanställning av nödvändiga beslut som måste tas för att genomföra de förändringar som läggs fram i dokumentet. Detta formuleras i en föreslagen åtgärdsplan.

Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	2
Innehållsförteckning.....	3
1. Inledning.....	4
1.1 Syfte.....	4
1.2 Mål.....	4
2. Nulägesbeskrivning.....	5
2.1 Resultat av fokusgruppstudie.....	8
3. Historik och omvärldsanalys.....	9
3.1 Befintlig kanalsegmentering i form av prisdifferentiering	12
3.2 Nulägesanalys av kontanthantering och kortbetalning i kollektivtrafiken i landet	13
3.3 Sydtaxan och samarbete mellan grannlän i syd	14
4. Kanalprioritering (klassificering av kanaler)	16
4.1 De viktigaste önskade effekterna av kanalförflyttning	17
4.2 Generell riskbedömning av kanalförflyttning.....	18
4.3 Betalsätt	18
4.4 Målgruppsanalys	19
5. Försäljningskanalsstrategi	21
5.1 Strategiska val per kanal.....	21
5.1.1 Försäljningskanalstrategins påverkan på framtida kanalfördelning	25
5.1.3 Reskassa	27
5.1.4 Återuppladdningsbar produkt i nytt system	27
5.1.5 Enkelbiljetter	28
5.1.6 Periodprodukter	28
5.2 Kostnader förenade med olika försäljningskanaler.....	28
5.2.1 Lojaliserande funktioner	30
5.3 Styrning till prioriterade kanaler	30
5.4 Åtgärder för att uppnå kanalförflyttningen	32
5.5 Förslag till strategiska förändringar.....	34

1. Inledning

En försäljningskanalsstrategi används för att lägga fast riktlinjer och vägval för på vilket sätt en vara eller tjänst ska säljas och omfattar på vilka premisser en varierande prissättning väljs för att styra kunder till de kanaler man vill främja samt anledningen till att vissa kanaler ska prioriteras framför andra.

Detta dokument ställs samman av den anledning att vi behöver en ny strategi för hur Länstrafiken Kronoberg i framtiden ska prioritera försäljningskanaler i den framtida betallösningen i och med att det kommande biljettsystemet innebär andra möjligheter till biljettering och försäljning. I samband med ett kommande systemskifte finns även möjligheter att förbättra områden där det finns en förbättringspotential exempelvis genom att utöka servicemöjligheterna till kund och öka ombordstigningshastigheten på buss.

Dokumentet har reviderats under våren 2019, dels för att återspegla den aktuella statusen i de pågående projekt som påverkar genomförandet av försäljningskanalstrategin, och dels för att i strategin införliva de beslut som togs i Regionfullmäktige 2018-06-20.

1.1 Syfte

Syftet med dokumentet är att ge en bakgrund till nuvarande kanalfördelning, en omvärldsanalys rörande försäljning och sätt att betala i stort – samt en analys av de olika kanalernas problem och förtjänster för att därefter mynna ut i framtida prioritering av försäljningskanaler.

1.2 Mål

Målet är att våra framtida försäljningskanaler i möjligaste mån ska stämma överens med målbilden för projektet Framtidens Resesystem inom vilket framtida betallösningar kommer att hanteras.

Målbild – Framtidens Resesystem

- Enkelt – lätt att förstå och lätt att använda.
- Driva resandet – konkurrenskraftigt koncept som premierar lojalitet och inspirerar till att fler reser mer.
- Modernt – flexibelt, nytänkande och utvecklingsbart för framtida behov.
- Intäktssäkring – affärsstödjande för en tryggad ekonomisk bas.
- Personligt – utgångspunkt i kundens behov och önskemål (kundanpassat).
- Funktionellt – säkert, snabbt och pålitligt för alla användare.
- Samverkan – sömlöst resande för kunden oavsett gränser och trafikslag.

Strategidokumentet ska ge svar på vad vi väljer att basera kanalprioriteringen på och av vilka anledningar vi väljer att prioritera en viss kanal framför en annan.

Tidsmässigt handlar det om att under åren 2018 fram till utgången av 2020 genomföra nödvändiga åtgärder på flera plan; både avseende regler och riktlinjer, taxor, investeringar i ny utrustning samt marknadsföring och information.

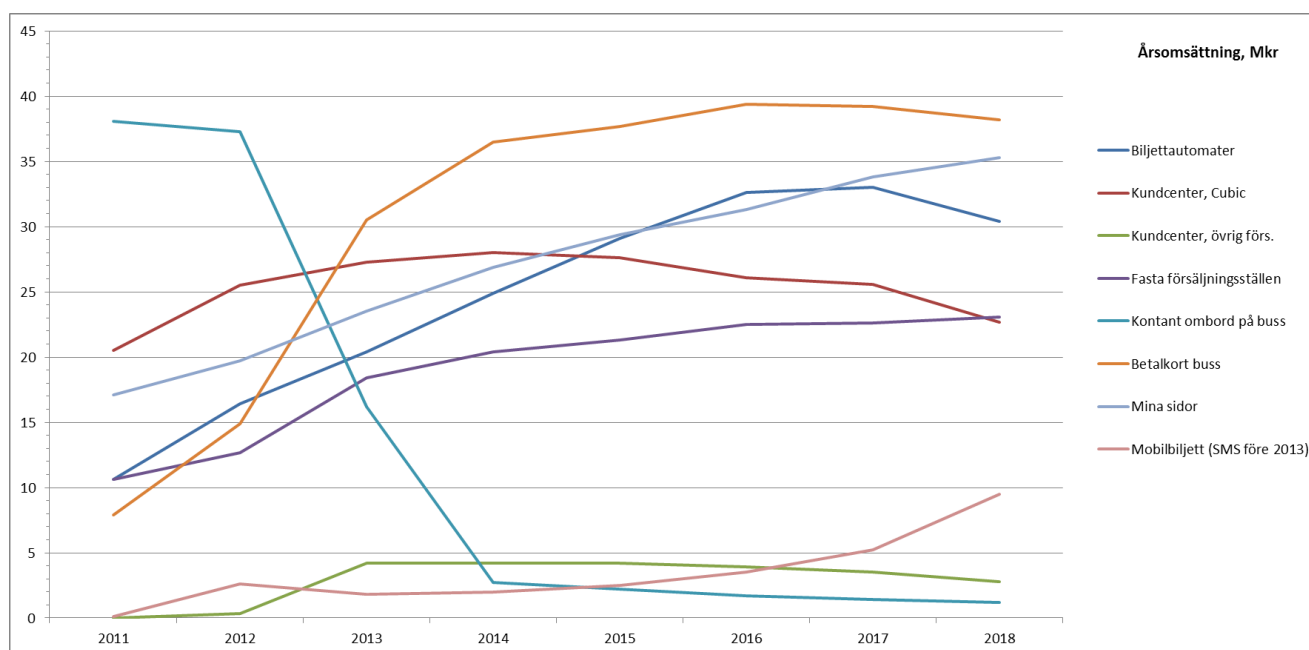
2. Nulägesbeskrivning

Idag har länstrafiken dessa försäljningskanaler:

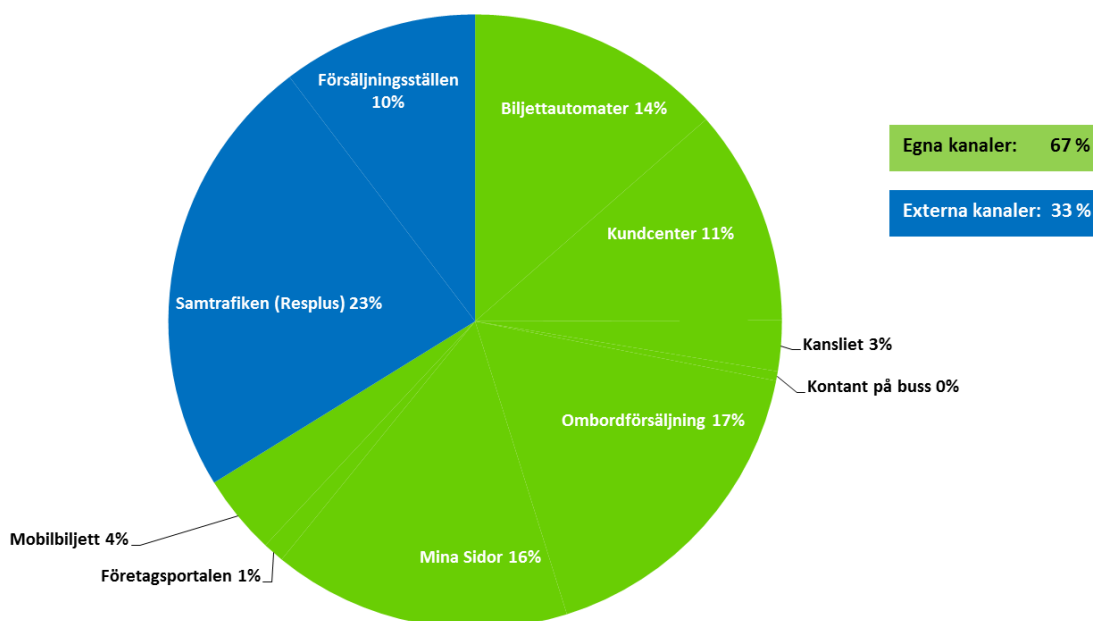
- Biljettautomater
- E-handel (Mina sidor)
- Mobilbiljett
- Kansliet
- Kundcenter
- Ombord (buss & förekommande fall tåg)
- Resplus
- Försäljningsställen

Det bör poängteras att vi har intäkter utöver dessa kanaler som inte redovisas som försäljning på sedvanligt vis. Till dessa hör resandet på skolkort, resandet med Linnéuniversitetets tjänsteresekort, försäljning av internationella tågbiljetter, men även gränsavräkningar mot grannlänerna. Intäkter i dessa kanaler är heller inte med i prioriteringsmodellen.

Fördelningen av länstrafikens årsomsättning i de olika kanalerna har varit relativt konstant mellan 2014-2017. De riktigt stora omsvängningarna skedde tidigare. På senare tid har vi börjat skönja beteendeförändringar när det gäller mobilbiljett, kundcenterförsäljning och användning av biljettautomater



Årsomsättning i olika kanaler 2011-2018



Kanalfördelning 2018

Kanaluppdelningen som vi använder oss av idag är den som löpande används i våra månadsrapporter och här särredovisas kontantandelen ombord i buss som ett led i att följa denna minskning enligt den tidigare prisdifferentieringsstrategin (se s 12). För att spara tid i trafiken är det inte sättet att genomföra betaltransaktioner ombord som har betydelse utan snarare det faktum att det görs transaktioner. Av denna anledning har "Ombordförsäljning" och "Kontant på buss" i cirkeldiagrammet har lagts samman till en kategori när för- och nackdelar med de olika kanalerna belyses nedan.

Biljettautomater

Fördelar: självbetjäning, förköp, försäljning dygnet runt, enhetligt koncept, brett sortiment

Nackdelar: ej anpassade för funktionshindrade, dyrt serviceavtal, tar tid vid försäljning, dåligt gränssnitt, dyr investering, dåligt köpflöde, långsamma

Kundcenter

Fördelar: hög servicegrad, bygger varumärke, personligt bemötande, fullservice = brett sortiment, hög kompetens

Nackdelar: begränsade öppettider, dyrt, begränsad fysisk tillgänglighet, hot om våld/rånrisk för egen personal

Kansliet

Fördelar: personlig service, möjlighet till fakturaköp

Nackdelar: otillgängligt (tid, geografi), otydligt, tar administrativ kraft, endast för vissa kunder

Försäljningsställen

Fördelar: personlig service, relativt bra geografisk spridning, avlastar övriga kanaler, geografisk rättvisa.

Nackdelar: varierande och bristande kompetens och intresse, dyr provision, dyr teknisk utrustning, otydlig bild av länstrafiken, administrativt tunga redovisningsrutiner

Ombordförsäljning

Fördelar: enkelt för kund, brett sortiment, personlig service, hög tillgänglighet,

Nackdelar: tar tid i trafik, rårisk, krångligt för föraren, teknikkrävande, ojämn kvalitet i utförandet, betungande redovisningsrutiner, kräver dyra investeringar

Mina sidor (dagens e-handel)

Fördelar: mervärde för kund, relationsskapande, billig kanal (transaktionskostnad), försäljning dygnet runt, enkelt för kund, vi äger kanalen

Nackdelar: rabatterad kanal, begränsat utbud, teknikberoende, kräver framförhållning, kräver svenskt personnummer (registreringskrav)

Mobilbiljett

Fördelar: förköp (snabb ombordstigning), självbetjäning, alltid tillgänglig, mervärde för kund

Nackdelar: viss tröskel in, teknikberoende, dagens typ av visering saknar validering, separat biljettsystem (dock ej i framtiden), plattform kan locka till fusk med dagens lösning utan validering

Resplus

Fördelar: självbetjäning, alltid tillgänglig, kombinerbara resor (hela resan på en biljett)

Nackdelar: otydlig kanal, svårt att påverka såväl information som försäljningsflöde, endast bokat resande, teknisk validering saknas, ställer extra krav på länstrafikens planerare

2.1 Resultat av fokusgruppstudie

I början av 2017 genomförde företaget InterMetra på beställning av Länstrafiken Kronoberg kvalitativa intervjustudier i form av fokusgrupper där invånare i Kronobergs län med olika resvanor fick lämna synpunkter kring dagens utbud men också lämna önskemål om framtidens försäljningskanaler och kringtjänster.

Resultatet från undersökningen visar bland annat att yngre och vana resenärer önskar köpa och bära sin produkt i en mobilapp, där de kan administrera sin produkt själva och följa sina resor direkt i sin mobiltelefon. Denna grupp ser inte behov av att erbjudas många alternativ utan önskar färre men moderna betal metoder.

Ombordförsäljning upplevs som ett störande moment för gruppen yngre samt vana eftersom det hindrar en snabb ombordstigning och riskerar att göra så att resan blir försenad.

Äldre, samt grupper som inte reser så ofta idag, önskar fler alternativa försäljningskanaler än den vana resenären. Denna grupp är mer positivt inställd till kanaler som inte kräver förköp utan kan köpas direkt i anslutning till resan.

Resultatet visar på att båda grupperna prioriterar trygghet och enkelhet. De vill kunna lita på att systemen fungerar och att det är tydligt vad som gäller för produkten. En annan viktig aspekt är att de inte vill övervakas genom de digitala kanalerna utan att ha gett sitt medgivande till detta. Kontanthanteringen ifrågasätts också som ett betalmedel av båda grupper, de som inte önskar använda sin mobiltelefon vill istället använda sitt kreditkort och ser då helst att det är kontaktlöst.

Fokusgruppstudien visade även på att deltagarna var positiva till någon typ av lojalitetsprogram, dvs att man på något sätt belönas (t ex i form av rabatter) för upprepade köp. När det gäller vilken typ av erbjudande som skulle kunna vara aktuellt för frekventa kunder så var uppfattningen i fokusgrupperna att erbjudandena skulle hållas enkla och lättfattliga och med nära anknytning till kollektivtrafikresandet (exempelvis återbetalning utifrån gjorda resor enligt en förutbestämd modell).



3. Historik och omvärldsanalys

Sedan början av 2000-talet har en av kollektivtrafikbranschens utmaningar varit att minimera antalet köp som genomförs ombord i trafiken. Istället har man arbetat med att styra kunden mot produkter med lång giltighetstid eller förladdning av produkter likt reskassefunktionen, som används i nuvarande biljettsystem men som även funnits i tidigare, vilket underlättar köp av enkelbiljetter. Reskassan har också fått effekten att kunder i och med att de förladdat kort binder upp de pengar som laddats till att användas i kollektivtrafiken, vilket från branschen setts som något positivt.

Detta tänk har på 2010-talet kommit att ifrågasättas sedan det blivit betydligt vanligare i handeln att kunder kan genomföra mindre köp på ett betydligt enklare och snabbare sätt. Denna utveckling har också möjliggjort att många kunder i större utsträckning accepterar och även önskar att själv kunna köpa sina produkter t ex via sin telefon eller dator.

Efter att möjligheten att sälja SMS-biljetter togs bort ökade kravet på kollektivtrafiken att utveckla mobilappar som möjliggör att kunden kan använda sin smartphone som bärare av produkt, men också kunna administrera sin produkt direkt utan att behöva uppsöka ett försäljningsställe eller en buss.

Nästintill samtliga aktörer som bedriver kollektivtrafik i Sverige har idag anammat detta koncept och erbjuder möjligheten att köpa produkter via digitala kanaler, t ex via en mobilapp eller e-handel. Samtidigt som man förser kunden med ett mer modernt sätt att betala och bära sin produkt ger detta andra fördelar som att få en tätare kommunikation med kunden. Eftersom försäljning ökar i dessa kanaler arbetar nu kollektivtrafiksverige med att få dessa produkter maskinellt avläsbara i fordonen för inkomstsäkring och statistikinsamling.

Nya standarder kring kontaktlösa kredit/betalkort har lanserats på flera platser i Europa. Vissa trafikhuvudmän i Europa har redan implementerat detta som ett komplement till kortbaserade RFID-kort. En standard som denna (t ex EMV contactless) skulle kunna möjliggöra snabbare köp ombord men också fungera som en identifierare i ett system där produkten ligger i molnet. Detta kräver dock en säker kommunikation från samtliga fordon. Kortmottagarna, bankerna och teknikleverantörerna har gemensamt tagit initiativ till att koordinera införandet av kontaktlösa betalningar i Sverige i paraplyorganisationen Contactless Forum. Denna organisation uppgav i maj 2018 att 64 % av totalt utgivna MasterCard, VISA och American Express-kort utgivna i Sverige hade kontaktlös funktion och att prognosen var att vid utgången av 2019 skulle alla kort ha denna standard.



Symbol för EMV contactless-kompatibel kortterminal

Best price är ett koncept där systemet räknar ut det bästa priset för resan baserat på vilka försäljningsregler som används. Detta kan användas när man t ex inte har några periodkort utan kunden reser på enkelbiljetter som sedan når ett tak och kunden åker därifrån gratis fram till ett visst datum. Detta kan automatiseras med hjälp av teknik kallad Low energy Bluetooth som känner av när kunden kliver på och av fordonen och processar sedan betalningen mot det betalmedel som kunden valt. Detta kräver dock att kunden är registrerad och har Bluetooth aktiverat på sin mobiltelefon.

Nya betalsätt kräver tekniska lösningar och utmaningen är att göra det enkelt för kunden i så mån att man "döljer" vad som kan uppfattas som tekniskt krångel för kunden och istället uppvisar ett enkelt och tydligt gränssnitt mot kunden. Helt otekniskt blir det dock sällan, och det är tydligt att acceptansen för ett visst mått av "tekniska val" för den enskilde bör vara relativt hög och t o m öka med tanke på funktion och teknik i vår omvärld – exempelvis abonnemang på tjänster som Netflix och Spotify, administration av mobiltelefonabonnemang och tillhörande surfmängder, samt allehanda köp och bokningar via nätet.

Generellt kan sägas att snabba betalningar som sker genom interaktion med någon typ av app eller via webben är något som verkar efterfrågas av allt fler, och som kund vill man ha lätt överblickbar kontroll över förloppet.

När det gäller resande i allmänhet och kollektivtrafik i synnerhet så är det tydligt att den individanpassning som digitaliseringen innebär är något som passar denna marknad väl. Det är naturligt att man före, under och även efter den avslutade resan är betjänt av tids- och prisuppgifter som kan erbjudas i en smartphone. Men detta öppnar också för att kunna erbjuda kringtjänster som inte alltid behöver vara kopplade till resan utan kan vara tjänster som tillåter kunden att utnyttja tiden under resan på ett effektivare sätt. Detta ger då ett mervärde för kunden och kan göra att valet att resa kollektivt blir mer attraktivt.

Allt fler använder sig av en mobil. Att utföra olika typer av tjänster och genomföra ekonomiska transaktioner på detta sätt blir allt vanligare.

Enligt undersökningen Svensk E-handel 2018 uppgav ca 59 % av de som deltog i undersökningen att de handlat på nätet via en mobil enhet under de senaste tre månaderna. Föregående år var det 54 %.

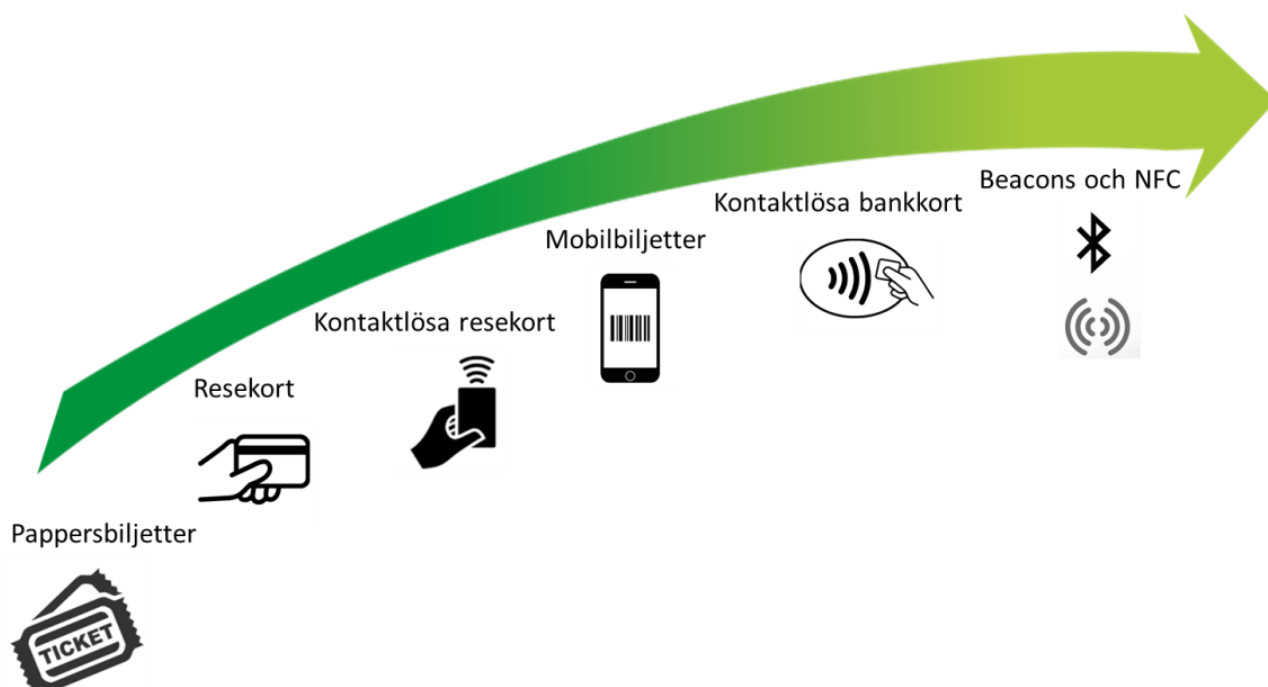


Illustration över den tekniska utvecklingen av kollektivtrafikens färdbevis över tid.

Kombinerad mobilitet

Kombinerad mobilitet och Mobility as a Service (MaaS) är begrepp som används allt mer och kan förklaras som att mobilitet (dvs att förflytta sig från en plats till en annan) är något som kan köpas som en tjänst och inte kräver att man äger en egen bil. Att själva resan är en tjänst som kan köpas är knappast något nytt, utan det är mer kombinationen av flera färdmedel som präglas av ett nytänk. Inom kollektivtrafikbranschen ser vi naturligt nog kollektivtrafiken som ryggraden i den kombinerade mobiliteten som kan erbjudas allt fler i och med att tjänster som hyrcykel, taxi eller samåkning kan kopplas på i ändarna eller som mellanled i kollektivtrafikresan.

Utöver de alternativa färsätten kan också göras en koppling till privata aktörer som bedriver kollektivtrafik. Här kan kunden ges en möjlighet att själv köpa eller beställa hela resan vid ett köptillfälle och då kombinera tåg, buss och taxitrafik från privata aktörer tillsammans med offentligt finansierad trafik. Detta kan också ge kunden ett bättre utbud och en smidigare upplevelse när båda delarna utnyttjas på en och samma resa.

För detta ändamål faller det sig naturligt att dra nytta av de möjligheter som digitaliseringen innebär i form av goda möjligheter till bokning, betalning, geografisk positionering och intäktsfördelning.

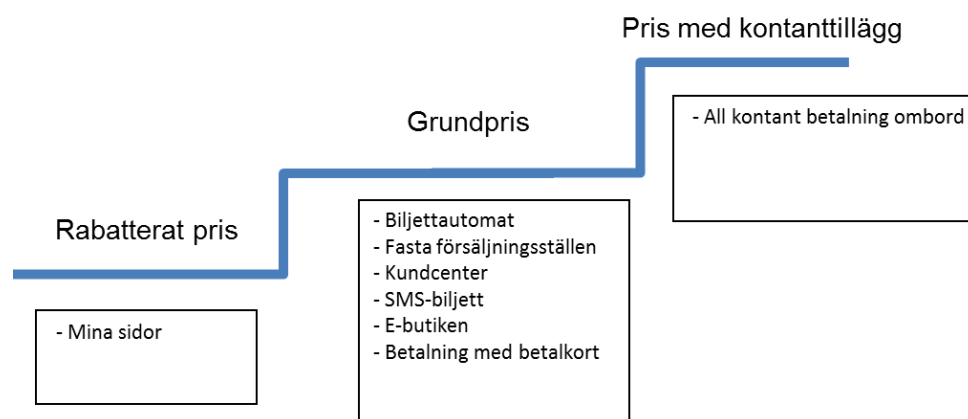
För att lösa de tekniska utmaningarna det innebär att koppla samman trafik från flera olika aktörer har ett nationellt projekt kallat BoB (Biljett- och Betalprojektet) slutförts i januari 2017. Projektet har drivits av Samtrafiken och utmynnat i en standard för biljettering vilket utgör en gemensam samverkansplattform för aktörer inom kollektivtrafikbranschen. Standarden syftar bland annat till att ta fram tekniska specifikationer och gränssnitt för en nationell arkitektur avseende biljett- och betalsystem, som i sin tur ska kunna ligga till grund för att kunna sälja och läsa av olika aktörers biljetter. Länstrafiken Kronoberg har tagit en aktiv roll i detta arbete.

3.1 Befintlig kanalsegmentering i form av prisdifferentiering

I december 2012 genomfördes kontanttillägg vid betalning ombord som det sista steget i den tidigare beslutade handlingsplanen för minimering av kontanthantering och hot om våld, vilken innebar följande åtgärder (punkterna genomfördes successivt under åren 2006-2012):

- installation av övervakningskameror
- utökning av betjänade försäljningsställen
- nytt biljettsystem med laddning via Internet
- översyn av taxor med förmånligare villkor för nattaxa
- möjlighet att betala med bank- och kreditkort ombord
- införande av SMS-biljett
- översyn av otrygga hållplatser
- ökade insatser med väktarpersonal
- utbildning i konflikthantering för förare
- information till resenärer om var man bäst laddar sitt kort
- kontanttillägget om 20 kr på all kontant betalning av kort och biljetter ombord i buss

Ett flertal åtgärder hade en direkt bäring på försäljningskanaler och i samband med att kontanttillägget infördes så sammanfattades länstrafikens prisdifferentiering enligt nedanstående modell. Prissättningsstrategin är sedan dess det närmaste en kanalsegmentering vi kommit.

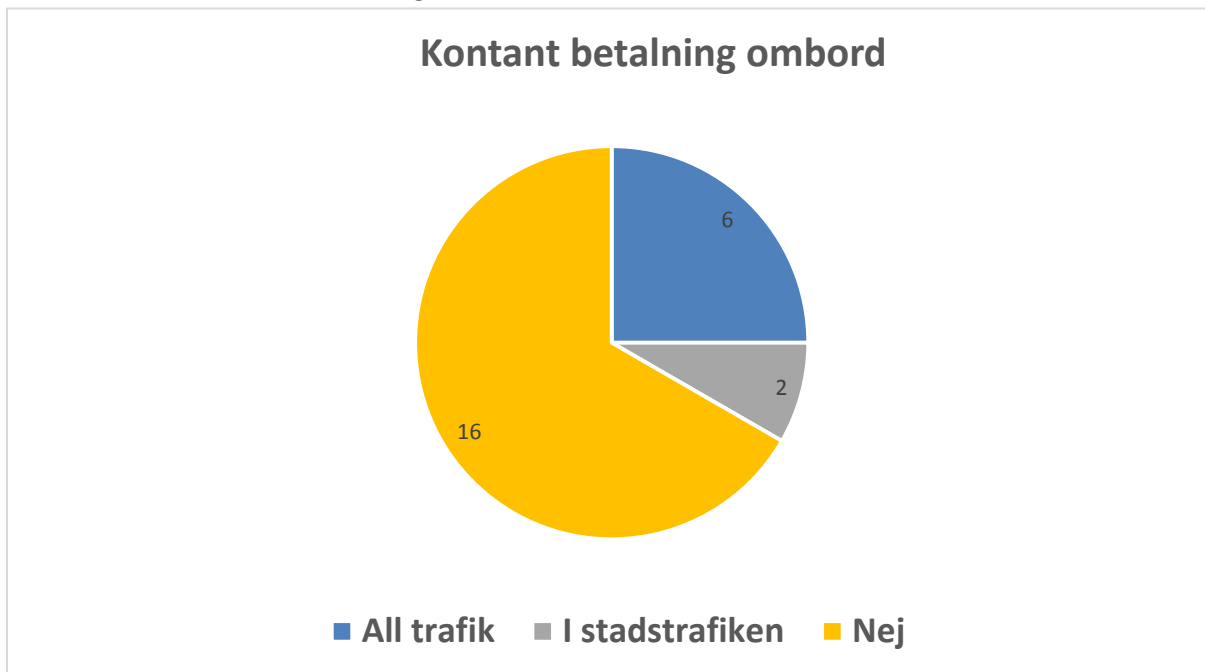


Modell för prisdifferentiering, så som den uttrycktes vid införandet december 2012.

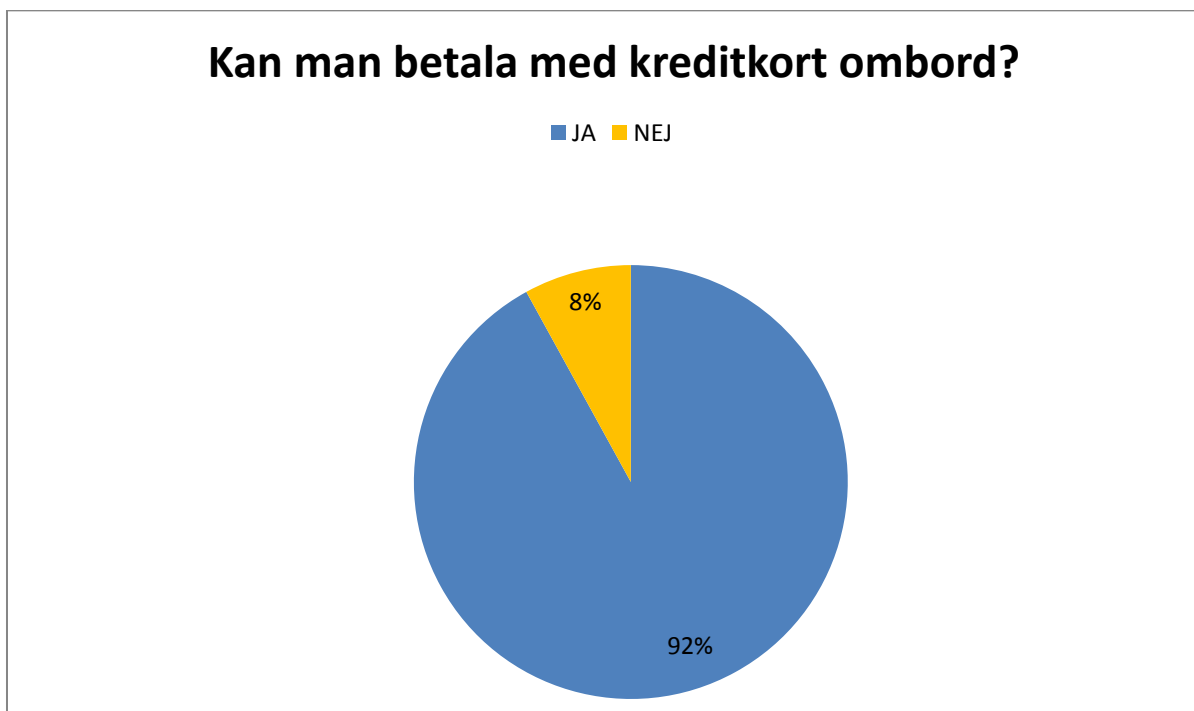
Ledorden för prisdifferentieringen var: enkelt, rättvist och styrande. Med det menas att det ska vara enkelt för kunden att förstå varför priset kan vara olika beroende var biljetten köps. Att prissättningen upplevs som rättvis, samt att den styr till de kanaler som ska premieras.

3.2 Nulägesanalys av kontanthantering och kortbetalning i kollektivtrafiken i landet

Enligt Svensk Kollektivtrafiks biljettprisundersökning minskade möjligheterna till kontant betalning ombord mellan 2016-2017 men låg stilla under 2018.



8 länstrafiksorganisationer i landet uppgav 2018 att man betala med kontanter i någon eller några delar av trafiken i länet. Detta var samma siffra som 2017 men 2 färre än 2016.



Hos 92 % av länstrafiksorganisationerna i landet kan man betala med kredit- eller betalkort ombord.

3.3 Sydtaxan och samarbete mellan grannlän i syd

Länstrafiken Kronobergs taxa är en integrerad del av Sydtaxan, ett samarbete mellan länstrafikbolagen i Sydsverige, vilket har sitt ursprung i upphandlingen av ett gemensamt biljettsystem som togs i bruk 2009 och där det chipbaserade Resekortet är en central komponent. Detta fick extra kraft genom starten av Öresundståg i länstrafikbolagens regi samma år.

Sydtaxan är ett överenskommet sätt att prissätta och ställa ut färdbevis för buss och tågresor och bygger på en modell för adderad zontaxa, där respektive huvudman själv beslutar om zonpriser i det egna länet men där övergripande produkter som 30-dagars periodkort och biljetter som kan betalas med en förladdad reskassa är gemensamma överenskommelser. Likaså är enhetliga ålderskategorier för biljetterna och övriga resevillkor överenskomna och gemensamma.

Principen för Sydtaxan innebär att ett pris fastställs för en resa inom en viss zon. En längre resa som företas genom flera, sinsemellan angränsande zoner, prissätts till det adderade priset av dessa zoner. Grundprincipen är att man betalar för den sträcka man reser.

Ett avtal för en uppdaterad modell för Sydtaxan (Sydtaxa 2.0) ska beslutas i respektive region i Sydsverige under våren 2019 och är den taxemodell som framtida biljett- och betalsystem kommer att fungera med. Region Kronobergs fullmäktige tog beslutet den 24 april.

Nyheter i Sydtaxa 2.0 är:

- 24-timmarsbiljetter
- Ingen riktningsbestämning på biljetter
- Gruppbiljettrabatterning
- Gränsavdrag för länsgränsöverskridande enkelbiljetter
- Tidsberäkning av biljettgiltighet med gränsavdrag

Följande utgår ur Sydtaxan:

- Reskassa
- Biljettslaget Duo/Familj

Flera av länstrafikbolagen i Sydsverige har 24-timmarsbiljetter redan idag. Dessa används främst av tillfälliga besökare som ett smidigt sätt att göra en serie kollektivtrafikresor under en begränsad tid. Nu införs denna möjlighet även över länsgräns. Riktningsbestämningen för biljetten försvinner i Sydtaxan. Det innebär att det (inom biljettens giltighetstid) är tillåtet att göra en återresa på samma sträcka utan extra kostnad. Detta kan liknas vid användningsmönstret för t ex en biljett i stadstrafik. En rabatterning av gruppbiljett införs; för två eller flera personer som reser tillsammans. Grupprabatten ges på enkelbiljett och dygnsbiljett som köps vid samma tillfälle och för samma geografiska område.

Ett gränsavdrag införs vid länsgränsöverskridande resor för att så långt det är möjligt prismässigt jämställa biljettpriset med en resa av motsvarande längd inom ett län. Varje part gör ett avdrag på sin del av priset innan biljetten ställs ut. För dessa biljetter görs även ett tidsavdrag för giltighetstiden för att motverka allt för lång adderad giltighetstid vid längre resor.

Reskassa som betalmedel utgår ur Sydtaxa 2.0 och likaså biljettslaget Duo/Familj.

Skånetrafiken har redan tagit beslut om en ny taxemodell där det nuvarande sättet att använda zonerna i länet byts ut mot "personliga zoner" som är kilometerbaserade.

Samtliga trafikbolag inom Sydtaxan står inför det faktum att dagens biljettsystem inom kort ersätts av ett nytt till följd av att leverantörsavtalet löper ut. Därför är det viktigt att poängtera dels att de mått och steg som tas med en försäljningskanalsstrategi ska ses i ljuset av ett fortsatt samarbete mellan sydlänen och dels att verksamheterna kommer att använda sig av befintlig utrustning fram till 2020. Detta betyder att kanalstrategin behöver anpassas för att fungera med, och dra nytta av, gjorda investeringar samtidigt som den främjar ett skifte till ny teknik som kommer att rullas in successivt.

Sydtaxa 2.0 införs stegvis i de försäljningskanaler som introduceras i och med övergång till nytt biljettsystem (se åtgärdsplan s 32).

4. Kanalprioritering (klassificering av kanaler)

För att göra det möjligt att bedöma i vilken grad som de olika kanalerna lever upp till den målbild vi arbetar med för framtidens betallösning har vi valt att ta fram ett antal försäljningsegenskaper som befinner sig i nära samklang med varje punkt i målbilden. Genom att beskriva dessa önskvärda egenskaper vid försäljning och knyta dessa egenskaper till målformuleringarna menar vi att det är möjligt att skapa en profil för bedömning av framtida kanalprioritering.

Mål:

Enkelt

Driva resandet

Modernt

Intäktssäkring

Personligt

Funktionellt

Samverkan

Egenskap vid försäljning:

Tillgängligt, Kundvänligt insteg

Uppkopplad, personligt, snabb ombordstigning

Uppkopplad, personligt, självbetjäning

Kostnadseffektiv, säker biljettering

Personligt, kundanpassat

Tydlig information

Försäljning över länsgräns

Genom att skapa en matris som visar i vilken utsträckning som respektive kanal infriar kravet eller önskemålet på en viss egenskap kan man sedan göra vissa utfästelser över hur man, baserat på dessa egenskaper, bör prioritera försäljningskanalerna:

Matris som visar prioriteringsmodell över försäljningskanalerna:

Försäljningsegenskaper	Mobil	Biljettautomat	Försäljningsställen	Ombordförsäljning	Kundcenter	Resplus	E-handel
Personligt, kundanpassat	x		x	x	x		x
Uppkopplad kontakt med kund	x	o					x
Tillgänglighet	x			x		x	x
Självbetjäning	x	x				o	x
Kostnadseffektiv	x	x					x
Kundvänligt insteg	o	o	x	x	x		o
Försäljning över länsgräns	x	x	x	o	x	x	x
Tydlig och enhetlig information	x	o	o		x		x
Snabb ombordstigning	x	x	x		x	x	x
Säker biljettering	x	x	x	x	x	x	x

X=infriar kravet o=infriar delvis kravet

Baserat på ovanstående försäljningsegenskaper ska kanalerna prioriteras på följande sätt:

- | | |
|------------------------|--|
| 1. Mobil | Det kommande biljett- och betalsystemet med mobilen som bärare |
| 2. E-handel | Nästa generations kundportal på nätet |
| 3. Biljettautomat | Tågtrafiken ökar och försäljningen behöver mötas upp effektivt |
| 4. Kundcenter | Kundmötet är fortfarande viktigt |
| 5. Försäljningsställen | Bidrar till spridning av assisterad försäljning |
| 6. Ombordförsäljning | Manuell försäljning ombord, omfattning återstår att utreda |
| 7. Resplus | Viktig intäktskälla, som vi dock har svårt att påverka |

Framtidens e-handel och mobilapp hänger funktionsmässigt samman på ett sätt som inte är fallet idag. Biljetterna kontrolleras och definieras i samma system, och användaren ska kunna nå sitt kundkonto från såväl app som via webbsida – med likvärdigt resultat. Båda kanalerna är beroende av varandra för att kunna bli så bra som möjligt. Om det inte finns en stark koppling mellan dessa köp- och informationskanaler så blir båda svagare. Skillnader finns dock. Appen är, till skillnad från webbplatsen, en biljettbärare, och webbplatsen (e-handeln) har fler köpfunktioner, exempelvis mängdköp av biljetter till andra användare.

Detta återspeglas inte fullt ut i matrisvärderingen, och möjligen kan man finna liknande kopplingar, om än inte lika starka, mellan t ex ombordförsäljning och kundcenter.

När det gäller begreppet kostnadseffektivitet så är detta i nuläget huvudsakligen en uppskattning baserad på erfarenhet och handlar främst om löpande kostnader. Här har vi vägt in att de kanaler som vi betraktar som kostnadseffektiva är dels egna kanaler där vi har bättre kontroll över kostnaderna samt kanaler som inte är personalintensiva.

4.1 De viktigaste önskade effekterna av kanalförflyttning

Mer självservice avlastar förare från försäljningsmoment i trafiken. Med tanke på att resandet ökar blir självservice också viktigare för att inte försäljnings- och kundservicemomentet ska bli en trång sektor.

En annan effekt av ökad självservice blir också att Kundcenter kan koncentrera sig på de kunder som bäst behöver personlig service (istället för försäljning till alla).

Kunden får bättre kontroll på sin resesituation. Med detta menas att när vi styr försäljning och information till färre men bättre kanaler är det enklare att ge en sammanhållen och konsekvent bild som innehåller färsk information om exempelvis trafik, resmönster och gjorda utlägg.

När vi har en majoritet av kunderna i de prioriterade kanalerna ökar också möjligheterna för att få en så komplett bild som möjligt av kunderna och deras behov. Vi kan även få bättre möjligheter till direktkoppling via app eller hemsida som kan användas oavsett geografisk belägenhet – något som kan vara till nytta vid ett exempelvis vid förseningar i trafiken. Men vad vi dessutom har nytta av oavsett trafikläge är att vi skaffar oss bättre möjligheter att målgruppsanpassa vår kommunikation så att rätt kund nås av ett mera relevant budskap.

I ett ekonomiperspektiv ska kanalförflyttningen inte bli fördyrande; dvs försäljningsomkostnaden antingen totalt eller mätt per transaktion bör inte bli högre i de prioriterade kanalerna. Skulle det ändå bli en fördyring av att flytta försäljning till prioriterade kanaler är det angeläget att man nyttoberäknar de fördelar som verksamheten värdesätter med en viss vald kanal.

4.2 Generell riskbedömning av kanalförflyttning

En förflyttning av försäljning medför såväl förutsedda som oförutsedda effekter. Av denna anledning är det nödvändigt att göra en riskbedömning av kanalförflyttning så att det är möjligt att belysa eventuella risker med de åtgärder som planeras.

Den yttersta risken vore ett minskat resande till följd av antingen krångliga system, ofördelaktig prissättning eller en kombination därav. Vi bedömer dock detta som ganska osannolikt eftersom det inte varit vanligt förekommande när det gäller kollektivtrafikbranschen i andra delar av landet. För att möta denna eventuella risk bedömer vi att det är tillräckligt att följa upp förändringar i regelverk och produktutbud, samt att genomföra tester under implementationsfasen och tidigt fånga upp synpunkter följt av noggrann ekonomisk uppföljning – detta för att minimera risker med intäktsbortfall.

En mer allmän risk är att förflyttningar inte sker på det sätt som vi förutsett. Det skulle innebära att en större del än förväntat hamnar i kategorin oprioriterade kanaler – vilket får till följd att det blir fler kunder som vi inte bemöter på ett optimalt sätt och att det blir fler resenärer som påverkar ombordstigningshastigheten.

En risk med moderna betalsystem är att det kan finnas kundgrupper som inte fullt ut kan ta till sig ny teknik. Här tror vi att det kan bli nödvändigt med flera olika åtgärder för att bemöta dessa grupper, exempelvis är det inte säkert att yngre och äldre resenärer är betjänta av samma lösning för biljettbärare. Ett återuppladdningsbart kort med ett värde för efterföljande användning ska vara kvar som ett komplement.

Även om det utifrån ett organisatoriskt perspektiv eller i informations- och marknadsförings-sammanhang kan synas lockande att koppla en pris- eller försäljningsmässig förändring till ett tekniskifte så kan det vara värt att fundera över risken att eventuell negativ publicitet rörande förändringen förknippas med den nya tekniken eller betalsättet. Detta är ett övervägande som bör beaktas i införandeplanen.

4.3 Betalsätt

Varje försäljningskanal erbjuder minst ett betalsätt. I många fall kan kunden själv välja vilket betalsätt som han eller hon föredrar. Olika föredragna betalsätt varierar av erfarenhet över tid. Exempelvis så har Swish på kort tid blivit ett populärt sätt att betala hos privatpersoner. Oavsett försäljningskanal är det önskvärt att uppnå en flexibilitet när det gäller att tillföra nya betalsätt (likväl som att ta bort oönskade). Från politiskt håll har man understrukit att ett betalsätt i form av ett återuppladdningsbart kort skall finnas.

I nuläget finns följande betalsätt i de olika kanalerna:

Betalsätt	Kanal
Betalkort	<i>Ombord på buss, Kundcenter, försäljningsställen, Mina sidor, reseappen, biljettautomat</i>
Swish	<i>Mina sidor, reseappen</i>
Reskassa	<i>Ombord på buss, Kundcenter, försäljningsställen, biljettautomat</i>
Direktbetalning	<i>Mina sidor</i>
Faktura (egen)	<i>Företagsportalen</i>
Faktura (Klarna)	<i>Reseappen</i>
Kontanter	<i>Ombord på buss, Kundcenter, försäljningsställen</i>

4.4 Målgruppsanalys

2017 engagerade länstrafiken företaget InterMetra för att göra en målgruppsanalys av länets invånare i syfte att skapa en bild av vilken tillgång de har till olika transportmedel, vilka transportbehov de har och vilken inställning de har till att resa kollektivt. Målgrupperna benämndes på följande sätt: Engagerade, Välvilliga, Återhållsamma och Ifrågasättande.

Målgrupperna, om man skulle formulera dem som personer, har sammanfattats med följande särskiljande drag

De Engagerade

Dessa är mer progressiva i sin syn på samhället jämfört med de andra grupperna. De ser i mycket lägre grad bilen som ett viktigt hjälpmedel. De värderar frihet och valmöjligheter högt.

De Välvilliga

Den här gruppen lägger gärna pengar på märkeskläder och är tidiga med ny teknik. De känner sig mindre trygga på gator och torg.

De Återhållsamma

Detta är den grupp som är minst aktiva; de har få fritidsaktiviteter och provar sällan nya produkter. De är mindre säkra på sin sak och sällan impulsiva.

De Ifrågasättande

Dessa eftersträvar stabilitet och frihet att bestämma själv. De är mindre bekväma i sammanhang med mycket folk.

Källa: Rapport av kundsegmentering, InterMetra, 2017-02-06

Segmenteringen visar att mer än hälften av t o m de ifrågasättande tycker att det är enkelt att köpa biljett. Vårt breda kanalutbud blir även i framtiden en garant för att alla målgrupper har ett alternativ som passar dem. Ett primärt fokus på biljett i mobilen skapar goda möjligheter för väldigt många i samhället med tanke på den stora utbredningen för smartphones på marknaden.

Enligt undersökningen "Svenskarna och Internet 2018" har 90 procent av befolkningen tillgång till en smart mobil. Det är en ökning med 5 procentenheter sedan förra året (2017) då 85 procent av befolkningen hade en smart mobil. Samtidigt minskar andelen mobiltelefoner som inte är en smart mobil från föregående året 12 procent till 8 procent i 2018 års undersökning. Den typ av internetillgång kan jämföras med den andel av befolkningen som uppger att de har detta via en egen dator i hemmet, vilket är 93 procent, och som inte ökat mellan mätningarna.

Sammanlagt kan vi se att de olika segmentens behov och önskemål täcks in genom att alla kanaler ska finnas även i framtiden och att acceptansen för vårt val av mobil som den mest prioriterade bäraren har god förankring i användarundersökningar.

Smarta mobiler fortsätter öka

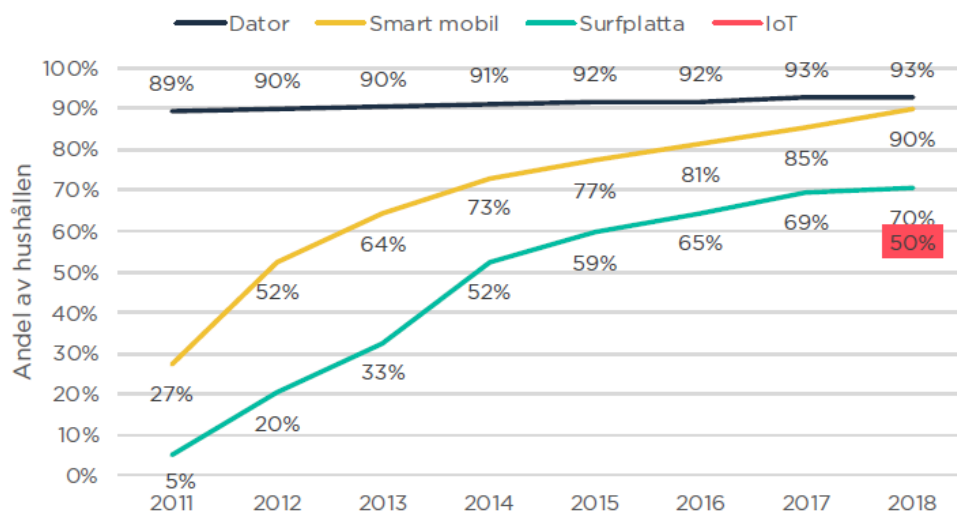


Diagram 1.9 Andel av befolkningen (12+ år) som har en eller flera datorer, smarta mobiler, surfplattor eller uppkopplade prylar (internet of things) i hemmet, år 2011-2018. Uppkopplade prylar mäts för första året.

Källa: Svenskarna och internet. Internetstiftelsen, oktober 2018

5. Försäljningskanalsstrategi

För att den färdiga strategin ska bli slagkraftig och fungera vägledande på ett antal områden i verksamheten så tror vi att det är viktigt att den kan förklaras och marknadsföras internt i ett antal lättförståeliga punkter där vi kan tillåta oss att "höja blicken" – men samtidigt utan att förlora fotfästet i en fast förankring i driften. Det är sannolikt klokt att inte låta punkterna i försäljningskanalsstrategin vara *exakt* det som vi ska förändra – utan istället sätta in förändringsarbetet och dess effekter på verksamheten (trafik, kunder, personal) i ett större sammanhang.

Bärande principer för kanalstrategin är:

- Enkelt – lätt att göra rätt
- Flexibelt – anpassningsbart efter kundens behov
- Styrande – en prissättning som styr mot de prioriterade kanalerna

5.1 Strategiska val per kanal

Genom att stimulera överflyttning och ökad försäljning i de kanaler som vi vill prioritera blir en naturlig följd att öka i de kanaler som vi själva äger och där vi har en direkt kundpåverkan (dvs där vi äger relationen till kund). I nuläget har vi dock, utöver kontanttillägget, inga styrmedel i form av regler eller prismässiga tillägg som påverkar var kunderna handlar. Däremot har vi än så länge en rabattering vid laddning av produkter i form av reskassa eller periodkort via Mina sidor.

En direktkoppling till kund så långt det är möjligt, möjlighet att nå ut med konsekvent och lättförstådd information (oavsett om det handlar om priser, regler eller förseningar), samt möjlighet att kommunicera varumärke och de inneboende kärnvärden som vi önskar att förknippas med – allt detta är sådant som är viktigt att framhäva i de försäljningskanaler som vi ska prioritera i framtiden.

Omvänt kan man säga att om vi inte kan infria större delen av dessa krav eller önskemål så kan kanalen inte prioriteras. Eller så får man arbeta på att undanröja de hinder som finns för att kanalen ska nå upp till de standarder eller riktlinjer som vi ställt upp.

Vad vi vill uppnå i varje kanal under åren framöver är centralt för den slutgiltiga kanalstrategin.

Det finns goda skäl att behålla det nuvarande kanalutbudet för att tillgodose alla kundsegment med tanke på länets beskaffenhet – med få stora centralorter och mycket glesbygd. Dessutom tyder goda resultat av kundnöjdhetsmätningar i Kollektivtrafikbarometern på att vår hittillsvarande strategi att erbjuda flera olika sätt att köpa biljetter och kort varit lyckad. Däremot ser vi det som nödvändigt att få till stånd vissa förflyttningar vilka vi ska redovisa i detta kapitel.

De strategiska valen att flytta en stor del av försäljningen till de digitala kanalerna och då framförallt mobilappen bekräftas som rätt väg av de kunder som deltog i fokusgrupperna (se kapitel 2). Dock behövs alternativ för de kunder som inte önskar använda de kanalerna, vilket tillgodoses i form av försäljningsställen, viss ombordförsäljning och alternativ bärare till mobiltelefon i form av återuppladdningsbara kort för periodprodukter eller förladdat värde. Den generella samhällstrenden är annars att allt fler försäljnings- och informationsfunktioner flyttas närmare kunden i digital form. I den omvärldsbevakning som länstrafiken ständigt gör är det tydligt att ökad service via appar och

digitala gränssnitt är verksamhetsbeslut som tas på motsvarande sätt av länstrafikbolagen runt om i landet. Resultat i Kollektivtrafikbarometern visar, särskilt när det gäller information om tider och turer, att digitaliseringen ger möjligheter att snabbt presentera aktuell information – något som uppskattas (och allt mera förväntas) av dagens resenärer.

E-handel

Den nuvarande e-handelskanalen Mina sidor har en försäljningsvolym som är näst störst efter att betala ombord, och är därmed en viktig försäljningskanal. Vi har över 21 000 registrerade aktiva kunder. Det är därmed nödvändigt att förvalta kanalen och se till att den utvecklas även i framtiden. För att möjliggöra detta behöver vi bygga ihop appen och den framtida e-handelskanalen till en sammanhållen e-handelsfunktion. Med fler funktioner eller produkter i appen ökar nödvändigheten av att erbjuda ett "back-office" och omvänt behövs kopplingen till app för att på ett mera "mobiliserat" sätt erbjuda attraktiva tjänster till kund. För den händelse att vi inte kan (eller vill) fortsätta att erbjuda dagens rabatter i denna kanal är det viktigt att e-handelstjänsten fylls med andra mervärden än rent ekonomiska. För att kunna kommunicera med våra kunder på ett modernt och ändamålsenligt sätt ser vi det som nödvändigt att bygga upp ett kundhanteringssystem (CRM, Customer Relationship Management) för att som ett minimum knyta samman existerande kunddata med de data som finns kopplade till dagens mobilapp. Det kan även vara attraktivt att koppla fler kundrelaterade funktioner till denna lösning (exempelvis inkomna kundsynpunkter och förseningssättningsärenden). Ett projekt för att realisera detta till introduktionen av det nya biljettsystemet har påbörjats.

Mobilappen

För att kunna åstadkomma en minskning i vissa kanaler behöver vi naturligt nog öka i andra. Mobilbiljettens andel av den totala försäljningen behöver öka, och vi ser detta som den mest prioriterade kanalen i framtiden vilket även avspeglades i matrisen i kapitel 4. I appen blir vi närmst kunden, vi ger den bästa informationen om resan och vi erbjuder ett rabatterat pris. En viktig faktor är att Mina sidor (eller snarare kunderna i denna databas) i en framtida e-handelslösning knyts samman med en mobilapp för att totalt sett kunna öka försäljningsandelen (dvs att vi inte tappar försäljningsandelen som Mina sidor utgör i nuläget utan att denna istället smälts samman och ökar tillsammans med appens försäljningsandel). En mobilapp bedöms även som det i nuläget säkraste sättet att agera kundnära i frågor som kombinerad mobilitet och kringtjänster (både sådana som kan knytas till resan och andra eventuellt tillkommande). Det kan vara lämpligt att se över vilka betalfunktioner som ska finnas i appen (t ex via registrerat betalkort eller fakturering i efterhand) och i samband med detta även utvärdera Swish som en av flera betalfunktioner. Precis som idag så ska den framtida applösningen möjliggöra biljettköp över länsgräns.

Köp ombord

Vi vill arbeta för en förflyttning från köp ombord eftersom att det tar tid i trafiken (främst i Växjö Stadstrafik) vilket påverkar punktligheten negativt – något som drabbar alla resenärer. Att begränsa köp ombord är dock en balansgång mellan kundvänlighet och flöde i trafiken. Beslutet att även i

framtiden erbjuda påladdningsbara kort i Kronoberg kan påverka graden av ombordförsäljning negativt om påladdning av dessa ska tillåtas ombord. Här ser vi att en kombination mellan att införa regler som begränsar möjligheterna att köpa biljetter och ladda Resekort ombord på buss samt att erbjuda prismässiga fördelar med förköpta biljetter är en framkomlig väg om denna risken skulle bli en realitet. Det är värt att poängtera att regelverket kring köp ombord i våra grannlän är högst varierande – vilket märks särskilt tydligt på länsgränsöverskridande linjer. Redan idag skiljer sig betalningsmöjligheterna ombord för kunder som reser med Öresundståg, Krösatågen eller med SJ. En samordning här skulle ge ett enklare kundbudskap. I december 2017 togs möjligheten att köpa biljett ombord på tåg vid avgångar från stationer i Kronobergs län bort. Beslut i samma linje har tagits i andra län i Sydsverige. I nuläget är möjlighet till biljettköp på tåg att betrakta som ett undantag.

Biljettautomater

Med sitt strategiska läge vid tågstationerna är biljettautomaterna en viktig kanal som passar majoriteten av resenärerna bra under dygnets alla timmar när det gäller köp av enkelbiljetter. Vi tror dock att det, mot bakgrund av de tekniska möjligheter som erbjuds resenärer via dator/smartphone, är nödvändigt att höja nivån på den information som ges i biljettautomaten – både rörande den aktuella resan, men även generell information om tillgängligt produktutbud (som inte nödvändigtvis behöver vara fullständigt). Vi kommer även att ha möjlighet att ställa ut fler automater i framtiden – t ex vid välfrekventerade bytespunkter i busstrafiken.

Kundcenter

I takt med att försäljningen ökar i appen tror vi att det är rimligt att anta att de rena biljettförsäljnings- och laddningsärendena minskar på Kundcenter. Vi ser detta som en välkommen förändring som bör uppmuntras så att Kundcenter kan avlastas från ren försäljning till förmån för kundinformation. Det informativa och mänskliga kundmötet är värdefullt, men tonvikt bör läggas på just de ärenden där den mänskliga kontakten är särskilt betydelsefull. Det betyder att kundrådgivningen kan bli mer kvalificerad.

Försäljningsställen

Tidigare arbete har visat att det är svårt att öka antalet försäljningsställen på grund av att det på mindre orter i länet är svårt att finna lämpliga samarbetspartners, samt att mindre försäljningsställen ofta har svårt att uppnå den kritiska massa av rena försäljningstransaktioner som är nödvändig för att kunna upprätthålla en tillräcklig kompetens kring biljettförsäljningen. Externa försäljningsställen kommer inte att vara en prioriterad kanal för oss i framtiden och vi kommer inte att arbeta för att öka antalet försäljningsställen i länet.

Resplus (Samtrafiken)

Varken kombinerad försäljning med andra operatörer (klassisk Resplus) eller förköpt enkelbiljett (sträcka med endast en operatör) kommer att vara en prioriterad kanal i framtiden. På grund av Kronobergs geografiska läge med många bytesresor i Alvesta så står dock Resplus för en stor del av

våra biljettintäkter och det är viktigt att vi håller oss à jour med nyheter och eventuella förändringar som kan påverka oss. Däremot har vi inte den påverkan på försäljningskanalen som vi menar krävs för att vi fullt ut ska kunna prioritera kanalen. Vårt åtagande i denna kanal begränsas till att leverera rätt pris- och tidtabellsuppgifter. På ett annat plan samarbetar vi däremot mycket ingående med Samtrafiken exempelvis när det gäller informationssamverkan och inte minst med arbetet i Bob-projektet (se kapitel 3). I dagsläget är Resplus-biljetterna inte maskinellt avläsningsbara. Det är en förutsättning att kunna få till detta i framtiden med tanke på betydelsen av resandestatistik.

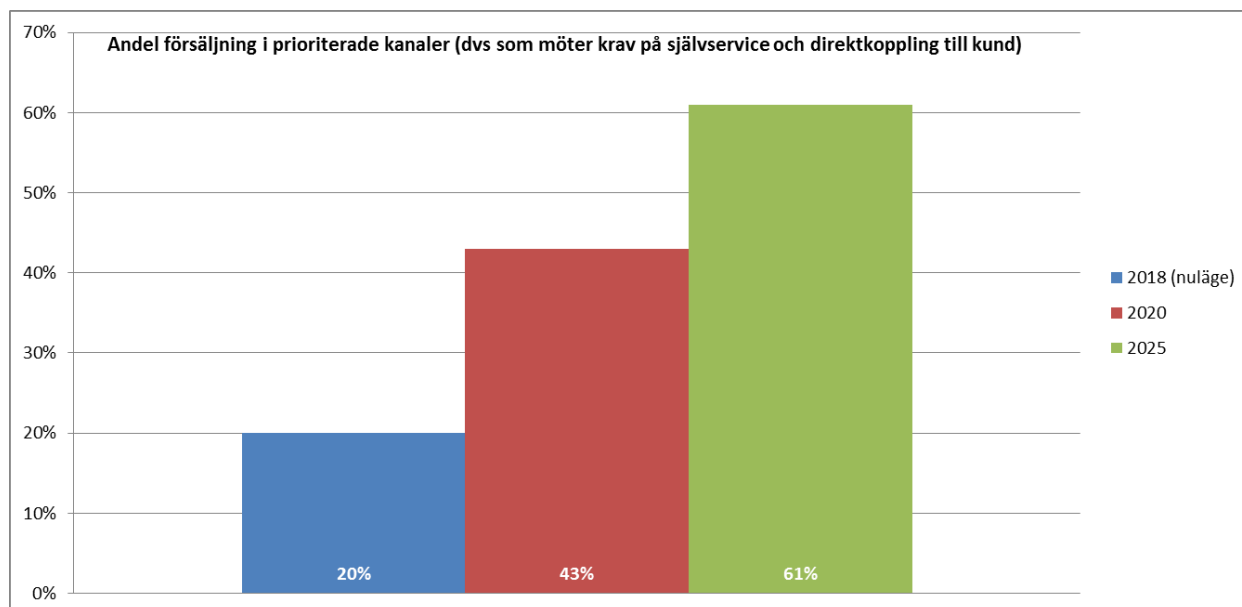
Sammanfattning av strategiska val

Sammanfattningsvis kan vi säga att den framtida omprioriteringen av försäljningskanalerna innebär att vi prioriterar upp självbetjäningskanaler och dessa har även de inneboende egenskaper att de erbjuder en hög tillgänglighet och en god kontakt med kund, samtidigt som det är möjligt att utforma dem med ett modernt och personligt anslag – vilket går i linje med såväl matrisen i kapitel 4 såväl som resultatet av de utförda fokusgruppsundersökningarna.



5.1.1 Försäljningskanalstrategins påverkan på framtida kanalfördelning

Uttryckt i ekonomiska termer skulle man kunna beskriva strategin på följande vis:



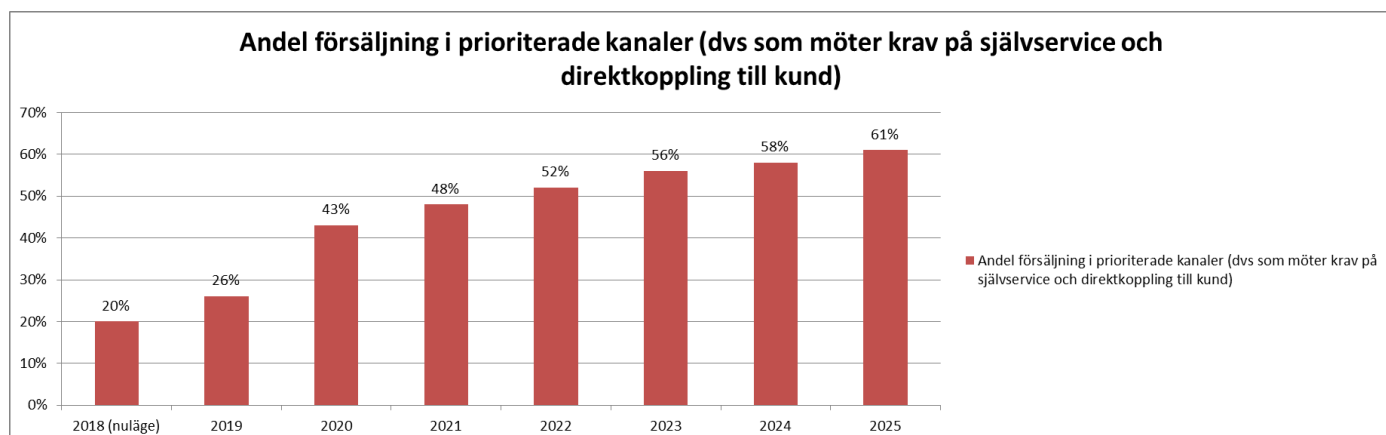
Med detta menas att dagens försäljning via Mina sidor samt försäljning i appen kan anses möta krav på självservice och direktkoppling till kund.

Denna ska mer än fördubblas till en procentandel om 43 % år 2020 samt stå för 61 % av försäljningen år 2025.

Detta innebär att vi i stort sett uteslutande gör en fördelning *inom* våra egna kanaler.

Försäljningsandelen i de externa kanalerna (rödmarkerade i tabellen 'Procentuell kanalfördelning' på omstående sida) kommer sannolikt att minska i takt med att våra egna kanaler blir bättre.

Den årliga procentuella förändringen av försäljning i prioriterade kanaler framgår av nedanstående stapeldiagram.



Om vi skissar på ett scenario för förändringen av den procentuella kanalfördelningen under åren fram till 2025 enligt ovanstående modell så skulle den kunna beskrivas på följande sätt:

Procentuell kanalfördelning	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Mobilapp	6	12	18	20	21	23	26	29
E-handel (framtidens)*			12	16	20	22	22	22
E-handel (dagens)	16	14						
Biljettautomater	14	15	13	12	11	11	10	10
Kundcenter	11	10	10	10	10	9	9	7
Ombord	18	13	12	11	9	7	7	6
Kansliet	3	3	3	2	1	1	1	1
Kontant ombord	1	1	0	0	0	0	0	0
Försäljningsställen	10	9	9	9	8	8	7	7
Resplus	23	23	23	20	20	19	18	18
* laddning av periodprodukt via hemsida (med mobil eller komplement som bärare)								

Det gröna området står för det som vi kan anse vara de mest prioriterade kanalerna, dvs de egna kanaler som bäst möter krav på självservice och direktkoppling till kund. Det gula området är våra egna kanaler som successivt behöver minska i volym för att styra över till prioriterade kanaler. Alternativt att vi väljer att lyfta upp och höja statusen för någon eller några av dessa kanaler till att vara prioriterade. Det röda området är de icke-prioriterade externa kanalerna. Scenariot innebär att år 2025 kommer 75 % av intäkterna att finnas i de egna kanalerna – vilket är en viss ökning jämfört med idag.

Mobilbiljett:

Detta är vår huvudsakliga kanal och biljettbärare i framtiden. Större delen av produktutbudet lyfts in i kanalen och 2019-2020 är då försäljningen tar fart ordentligt i takt med att det gamla systemet fasas ut. Fokusgrupperna visar dock att vissa kunder efterfrågar möjligheten att göra ett anonymt köp vilket gör att vi kommer att möjliggöra den typen av köp även i den framtida mobilappen..

Framtidens e-handel:

I slutet av 2019 har vi även en e-handelsfunktion som inte är knuten till det nuvarande biljettsystemet (som då står inför avveckling) och de nuvarande resekorterna. Kanalen ger möjlighet att lära känna och kunna ha direktkontakt med kunden är som tidigare beskrivet prioriterade.

Dagens e-handel:

Vi ser att ökningen av intäktsandelen för Mina sidor planar ut och kommer 2019 att ersättas av en ny e-handelslösning som är kopplat till framtidens betalsystem.

Biljettautomater:

Under december 2019 planerar att vi ha biljettautomater som bättre möter kraven på information kring resor. I nuläget är det dock inte bestämt exakt vilken typ av försäljning som dessa automater ska kunna klara av.

Kundcenter:

Försäljningen kommer att minska på kundcenter till att 2025 vara drygt hälften av vad den är idag. Målgrupper som behöver assisterad försäljning ska prioriteras.

Ombord:

Vi ser framför oss att endast en tredjedel av försäljningen ombord kommer att vara kvar 2025. Målgruppen är nya kunder och tillfälliga besökare, och kan komma att kräva åtgärder för att reglera omfattningen förladdning av kort ombord. Nya standarder som kontaktlöst EMV som beskrivs under omvärldsbevakningen är något som kan komma att förändra strategin kring ombordförsäljningen. Denna typ av betalningar möjliggör snabba köp vilket skulle kunna användas för att t ex snabba på ombordstigningen i stadstrafiken.

Kansliet:

Vi strävar efter att införa en högre grad av automatiserad försäljning via faktura vilket bör innebära att dagens manuella försäljning via kansliet kommer att minska.

Kontant ombord:

Givet tendenserna med minskad kontant användning i samhället bedömer vi det inte som kontroversiellt att upphöra med kontant betalning ombord december 2019.

Försäljningsställen:

Denna kanal bedömer vi kommer att minska i intäktsandel, men fortfarande ha ett berättigande för assisterad försäljning med bättre geografisk spridning.

Resplus:

Den nationella standarden spås i framtiden kunna möjliggöra försäljning mellan länstrafikbolagens egna system varför intäktsandelen i denna kanal lär minska och försäljning istället flyttas över till länstrafikbolagens egna kanaler.

5.1.3 Reskassa

Som nämndes i omvärldsanalysen ifrågasätts idag reskassan som produkt från flera håll. Problem som att hålla koll på sitt saldo och att ständigt behöva återuppladda sin reskassa gör att hanteringen av produkten inte blir särskilt smidig för kunden. Dock har produkten alltid varit fördelaktig med sina 20 % rabatt vid varje resa oavsett om du som kund reser en gång om året eller flera gånger i veckan, vilket också skapat en flexibilitet bland de kunder som ännu inte reser tillräckligt för att välja en periodkortsprodukt. Att alltid rabattera med ett fast belopp oavsett hur många resor kunden gör skapar en situation där kunder inte har något incitament att resa mer eftersom rabatten alltid är densamma, vilket inte per automatik driver resandet. Skånetrafiken har sedan tidigare sänkt sin rabattsats för reskassan till 10 %, och Hallandstrafiken har sänkt rabattsatsen till 15 % vilket gör att den enhetliga bilden av en sammanhållen rabattsats redan har urholkats.

Våra grannlän planerar att fasa ut reskassan när dagens biljettsystem avvecklas. Man har alltså beslutat att inte använda sig av reskassa som ett betalmedel. Situationen som då uppstår påverkar också oss då produkter likt reskassan inte kommer att kunna användas inom Sydntaxan i framtiden.

5.1.4 Återuppladdningsbar produkt i nytt system

Det nya systemet kommer att ha en återuppladdningsbar produkt som används parallellt med övriga betalmöjligheter och biljettbärare. Reskassan är idag starkt kopplad till det befintliga biljettsystem

som fasas ut till år 2020 vilket gör att den framtida återuppladdningsbara produkten behöver införas samtidigt som den nuvarande tas ur drift. Den nya återuppladdningsbara produkten är avsedd för användning inom Kronobergs län, och är ett alternativt sätt att betala en enkelbiljett till ordinarie pris.

Den återuppladdningsbara produkten kommer att erbjudas som ett alternativ till de kunder som ej önskar använda mobiltelefon eller betalkort och inte innebära någon rabattering. En åtgärdsplan som tidigt påbörjar överflyttningen till de bärare som ingår i de prioriterade kanalerna är av största vikt.

5.1.5 Enkelbiljetter

Enkelbiljetter står för en stor volym av intäkterna och kännetecknas av att de köps och används på mycket varierande sätt. Det kan handla om sällanresenärer likaväl som kunder som känner till systemet väl, och biljetterna kan köpas i förväg – via ett bemannat försäljningsställe – likaväl som de kan köpas ombord eller med hjälp av mobilen. På detta sätt kan biljettbäraren komma att variera, och det blir viktigt att ta höjd för flexibla lösningar som både är kundvänliga och ger ett smidigt flöde i trafiken. Ett gemensamt arbete i Sydlänen har startats upp för att inom Sydtaxan säkerställa länsgränsöverskridande biljettering av enkelbiljetter även i framtiden.

I framtiden ser vi en hög fortsatt användning av enkelbiljetten, och vi ser behov av att på ett bättre sätt knyta till oss kunderna oavsett om de reser på enkelbiljett eller med någon periodprodukt för att kunna erbjuda bra information.

En god kund som köper många enkelbiljetter bör kunna dra nytta av någon typ av rabatt, bonus eller liknande som stimulerar till ökat resande.

5.1.6 Periodprodukter

Hos de som köper periodprodukter har vi våra mest trogna kunder, med ett frekvent resande – oftast mellan samma ändpunkter. Även i framtiden kommer periodprodukter att vara en viktig intäktskälla och ett kunderbjudande som vi fortsätter att ge en stor betydelse. Dock kommer bäraren att variera. I framtiden ska kunden kunna välja; mobilen likaväl som ett plastkort eller annan kommande bärare med ny teknik ska kunna användas. Fördelen med mobilen som bärare är återigen att det kan förknippas med en utbredd personalisering och riktad information, exempelvis vid trafikstörningar eller för erbjudanden.

Även periodprodukterna är något som de samverkande Sydlänen vill finna gemensamma samarbetsformer kring även i framtiden inom Sydtaxan.

5.2 Kostnader förenade med olika försäljningskanaler

Det finns naturligtvis försäljningsomkostnader förknippade med de olika försäljningskanalerna. I detta avsnitt beskrivs översiktligt vilka kostnader, fasta såväl som löpande, som särpräglar varje kanal.

E-handel: Den nuvarande e-handelslösningen har löpande kostnader för drift av webbplats som inte är omsättningsberoende. För varje transaktion betalas en liten avgift till betalväxeln som handhar betalning via betalkort. För en kommande e-handelslösning går det i nuläget inte att göra några utfästelser för vare sig investeringar eller driftskostnader. Rörande betalväxel kan det vara gynnsamt att omförhandla avtal i samband med att nya system tas i bruk.

Mobilappen: Den nuvarande mobilappen har dels löpande kostnader; delvis omsättningsberoende medan andra är fasta månadsavgifter. I sammanhanget bör det poängteras att appen inte enbart är en försäljningskanal, utan även en informationskanal. Utöver detta finns även här kostnader för betalväxel och även inlösen. En framtida applösning är upphandlad och projektet är startat. Kostnaden för denna lösning är inte omsättningsberoende.

Köp ombord: För betalkortstransaktioner ombord gäller ett löpande avtal med befintlig leverantör med en fast månadskostnad som inte påverkas av mängden transaktioner. En ny upphandling för motsvarande tjänst är utförd. När det gäller kontanthantering ombord är det endast ett fåtal entreprenörer som särredovisat kostnader för detta i de gällande linjetrafiksavtalen. Kostnader för förbrukningsmateriel såsom biljettrullar tillkommer.

Biljettautomater: Denna kanal är förenad med ett antal olika kostnader som är fördelade på: service- och underhållsavtal med befintlig leverantör, kostnader för ström och datakommunikation, kostnader för förbrukningsmateriel samt kostnader för hantering av betalkortstransaktioner. Samtliga dessa kostnader är inte avhängiga av antalet gjorda försäljningstransaktioner. En ny upphandling för motsvarande tjänst är avslutad och leverans beräknad till i slutet av 2019.

Kundcenter: För vårt Kundcenter i Växjö Resecentrum finns ett stort antal kostnader för själva driften i form av personalomkostnader, lokalkostnader och driftskostnader för teknisk utrustning utanför själva biljettsystemet. Även här är det relevant att notera att det som bekant inte bara säljs biljetter och kort på Kundcenter utan en stor del av arbetstiden ägnas åt att svara på kundfrågor via telefon, per e-post, via sociala medier – men även över disk.

Försäljningsställen: De fasta externa försäljningsställen som vi har avtal med uppbär en provisionsbaserad ersättning utefter försäljning. Det innebär att det är en rörlig kostnad som ökar med försäljningen. Utöver detta så har vi kostnader (datakommunikation och del av service- och underhållsavtal för biljettmaskin) för den försäljningsutrustning som vi utrustar dem med.

Resplus (Samtrafiken): Den försäljning som sker via denna kanal avräknas månatligen via Samtrafiken. Från biljettpriset dras omkostnader för biljettförsäljning och distribution av biljetter med vissa fastställda procentsatser. Utöver detta har vi i stort sett fasta kostnader för vår del av det gemensamma nationella systemet för trafikantinformation (vilket baseras på antalet hållplatser och turer). Det nuvarande partneravtalet med Samtrafiken är nyligen omförhandlat och kostnadsbilden för Kronoberg är något lägre från och med 1 juli 2018.

Som kan noteras av ovanstående är det inte alldeles enkelt att särskilja vilka kostnader i respektive kanal som strikt kan knytas till försäljning och vilken kostnad som mera är att förknippa med kundservice eller information. I mobilappen görs idag ca hundra gånger fler resesökningar än vad det görs biljettköp. På Kundcenter gör man som bekant mycket mer än att sälja biljetter. Även våra

försäljningsställen får kundfrågor som inte mynnar ut i någon försäljning – dock i betydligt mindre omfattning. Teknik för maskinell avläsning av biljetter är en kostnad att ta hänsyn till i framtiden dock är alla försäljningskanaler betjänta av tekniken på sikt eftersom att det möjliggör förbättrad intäktssäkring och statistikinsamling.

5.2.1 Lojaliserande funktioner

För att nå de mål som finns uppsatta kring antalet resor krävs att även enkelbiljettsresenärerna reser mer vilket gör att många i kollektivtrafiksverige när man tittar på framtida lösningar dömer bort produkter med raka rabatter likt reskassan. Det som kan införas istället är en typ av poängbaserade lojalitetsprogram som då premierar de som reser mer. Programmen kan efterlikna övriga handeln där du som kund känner igen dig i upplägget från andra medlemsklubbar och belöningen till kund skall då vara produkter i form av billigare resor eller produkter som kan utnyttjas på resan.

Ett lojalitetsprogram är ett verktyg med processer och aktiviteter som stödjer arbetet med att bygga och stärka långsiktiga kundrelationer. Målet med lojalitetsprogrammet är att få kunderna att stanna längre och öka sina snittköp vilket leder till ett ökat CLV (Customer Lifetime Value) och därmed ett ökat resande, högre intäkter samt nöjdare kunder.

I länstrafikens strategi ligger att ge incitament till kunder som reser på enkelbiljetter uppmuntras till att resa mer. Biljettköpen bör vara kopplade till de mest prioriterade försäljningskanalerna för att ge största möjliga nytta och utbyte. Ett lojalitetsprogram kan ge olika typer av premierande erbjudanden beroende på kundtyp. Frågan kring lojalitetsprogram kommer att utredas vidare och bygga på de undersökningar som vi gjort i form av fokusgrupper och målgruppsanalyser.

5.3 Styrning till prioriterade kanaler

För att styrningen av försäljningen till de kanaler som länstrafiken prioriterar ska kännas transparent och enkel att förstå för alla parter är det viktigt att regelverket kring prissättning och biljettering är så enkelt som möjligt. Antalet prissättningsvarianter för samma resa bör vara så få som möjligt; och det bör tydligt framgå av vilken anledning som man får betala ett tillägg – och minst lika tydligt bör det framgå vilket sätt att köpa och betala för sin resa som länstrafiken premierar – både i form av ett lägre pris och i form av serviceutbud.

Baserat på ovanstående resonemang vill vi på sikt prioritera ned ombordförsäljning och förse denna med någon form av tillägg eller högre prissättning som ett styrmedel till andra, mer prioriterade, kanaler där kunden i förväg köper sin biljett själv. Särskilt i Växjö Stadstrafik är ombordköp en tidsstörande faktor som påverkar punktligheten i trafiken och ombordstigningshastigheten vid hållplatsangöring. Det kan vara aktuellt att begränsa ombordförsäljning av vissa produkter.

Tendensen i samhället är allt fler självservicefunktioner, och kombinerat med en valfrihet samt ett prissättningsincitament räknar vi med att det ska både bli tydligt samt uppfattas positivt av våra kunder att vi arbetar med att förbättra servicen såväl före, som under och efter resan. Detta är något som möjliggörs genom en högre grad av digitalisering av köpprocessen.

För att stimulera överflyttning till de prioriterade kanalerna bör, särskilt inledningsvis, någon typ av ekonomiska styrmedel användas i form av rabatterad prissättning för den eller de kanaler där vi vill se de flesta kunderna i framtiden.

Med tanke på den adderade zonprissättningen som används i Sydtaxan, och som i oförändrad form kommer att användas fram till 2020, samt för prissättning i Resplus har vi behov av att utgå från ett grundpris från vilket vi räknar på dels ett tillägg och dels en rabattering.

Vi är medvetna om att vi representerar en viktig samhällsfunktion och av denna anledning ser vi det som nödvändigt att även i framtiden erbjuda en mångsidighet när det gäller att betala för sin resa. Samtidigt är det nödvändigt att vi följer med samhällsutvecklingen i stort och att de val vi presenterar för våra kunder ska kännas naturliga och följa med sin tid.

Kontantanvändning är exempel på ett område där det kan vara värt att följa samhällsutvecklingen; den är stadigt minskande – och med tanke på långa avtalstider kan det vara relevant att lyfta bort denna ombord i bussar samt på tåg.

Sammanfattning av de viktigaste kanalförflyttningar som de strategiska valen innebär:

- Ökad försäljning via mobilapp – snabb självservice stöttad av vår mest uppdaterade information och vårt bästa pris
- Minskad andel köp ombord – för att möjliggöra snabbare trafik och bättre viseringsmöjligheter
- Färre kontanter i trafiken – på sikt ett fullständigt upphörande av kontanthantering
- Sammankoppling mellan e-handel och appen – för att ge stöd till fler produkter i appen och erbjuda en bättre kundtrygghet i kanalen
- Mer information i de nya biljettautomaterna – t ex tidpunkter för de närmaste avgångarna (inkl ändrade tider p g a störningar) och upplysningar om produktalternativ
- Mindre försäljning på Kundcenter – till förmån för mer kvalificerad kundrådgivning

5.4 Åtgärder för att uppnå kanalförflyttningen

Åtgärder och satsningar för att nå målen skulle kunna förklaras som vad vi behöver för att kunna nå dit vi tänker oss att nå.

För att kunna nå upp till den framtagna målbilden är detta viktiga punkter (utan inbördes ordning) där vi menar att vi behöver genomföra satsningar:

- Skapa en e-handelslösning med koppling till framtida biljettbärare för bibehållen möjlighet till självservice
- Införande av CRM - gemensam plattform för kundbearbetning med koppling till e-handel
- Ta fram nya moderna biljettautomater med snabbare funktion och bättre information
- Förändra reskasserabatten och rabattera mobilbiljetten för att påskynda förflyttning till prioriterade kanaler
- Avskaffa kontanthantering ombord
- Prisdifferentiering för att premiera självservice och förköp
- Maskinell validering av biljetter och kort med mobilappen som bärare
- På sikt införa ett framtida lojalitetsprogram
- Utvärdera produktutbud i respektive kanal
- Utfasning av dagens biljettsystem
- Fortsätta erbjuda återuppladdningsbara kort

Dessa förändringar behöver ske i flera steg. De flesta åtgärderna är beroende av politiska beslut och alla åtgärder kan inte genomföras samtidigt. Detta beror på att de olika tekniska systemen inte kan skiftas ut omedelbart. Det betyder däremot inte att vi kan vänta med att genomföra åtgärder i linje med strategin utan måste istället påbörja ett medvetet förändringsarbete så snart som möjligt.

I mitten av 2019 beräknas nödvändig utrustning som möjliggör maskinell validering av färdbevis i mobiltelefon finnas på plats, vilket gör det lämpligt att under senare delen av 2019 sträva efter att sälja fler biljetter i denna kanal. Med detta uppnås primärt två saker; dels minskas andelen köp ombord och dels stöttas försäljningen i en prioriterad självservicekanal.

En fördel med att inleda förflyttning med hjälp av mobilappen och införa maskinell visering ombord är att detta kan ske fullständigt parallellt och inte påverkar vare sig befintlig utrustning eller regelverk.

Införandet bör kunna förväntas få ett positivt mottagande av förarkåren eftersom dessa avlastas från kontrolluppgiften.

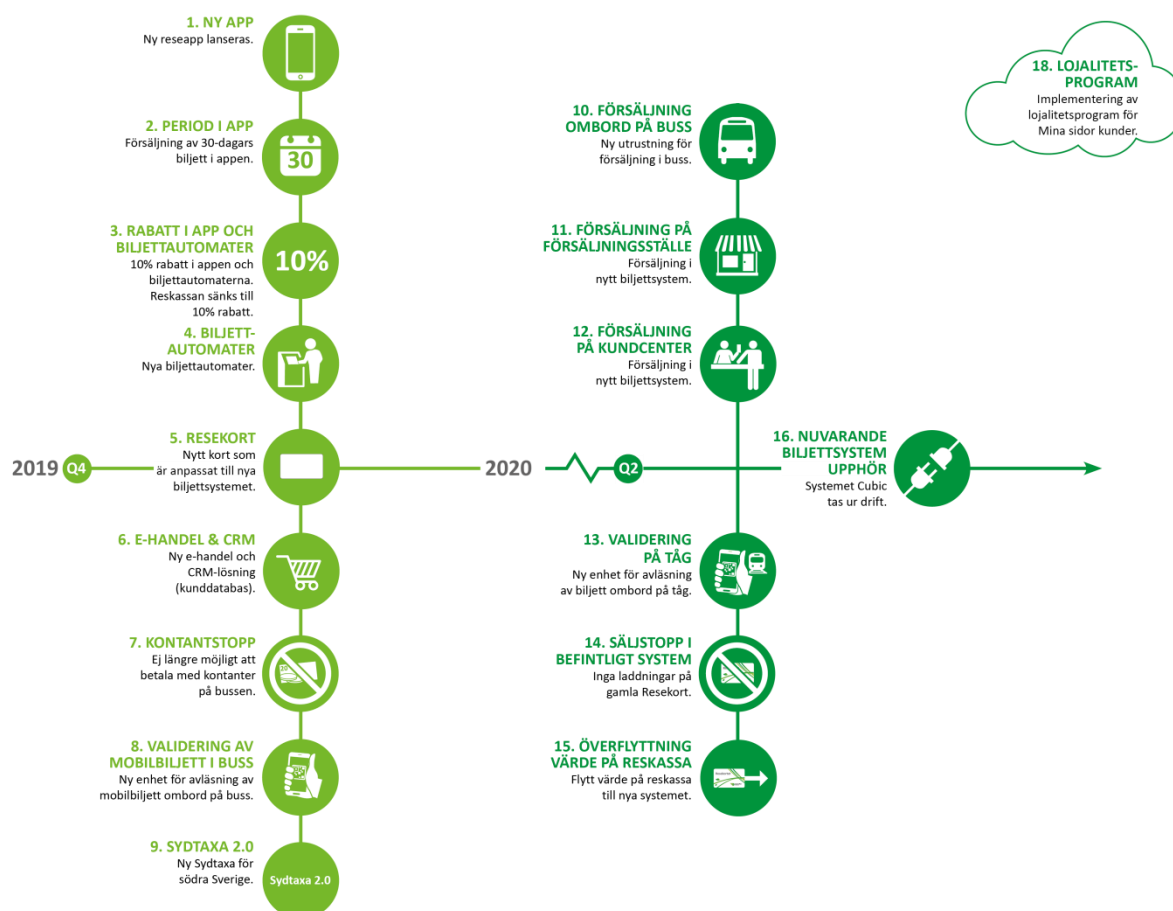
För att stödja denna förflyttning kan med fördel någon typ av prisdifferentiering av ombordförsäljning ombord på buss användas. Främst gäller detta Växjö Stadstrafik där det finns ett tydligt behov av att kunna begränsa försäljningen ombord eftersom detta tar tid i trafiken vilket resulterar i långsammare ombordstigning och försämrad punktlighet gällande ankomster till hållplatser utmed linjen.

Modernare biljettautomater införs 2019, och utplacering även i bussmiljön i Växjö är planerad.

Användningen av periodprodukter står för en stor del av resandet och med möjlighet att ombord maskinellt kunna visa färdbevis där mobiltelefoner är bäraren så kan även periodprodukter flyttas över till mobilen. Då blir det nödvändigt att kunna skapa en starkare koppling mellan reseappen och e-handelslösningen eftersom vi gärna vill att kunden ska få bättre möjligheter att administrera sin produkt på båda plattformarna - inte minst eftersom att periodprodukter är en kostsammare produkt som gäller över längre tid och kunden skulle kunna råka tappa sin mobiltelefon eller byta till en ny (som två exempel på behov för att kunna administrera via ett back office).

5.5 Förslag till strategiska förändringar

Nedanstående reviderade plan är försäljningsrelaterade aktiviteter utöver eventuella förändringar i ordinarie taxa för respektive år. Den överklagade upphandlingen av framtida mobilapp samt den överklagade upphandlingen av ny försäljningsutrustning medför en stor tidsförskjutning vilket påverkar förändringsarbetet. Det är nödvändigt att taxebesluten under de närmsta kommande åren går i linje med försäljningskanalsstrategin och verkar understödjande för att främja genomförandet av densamma.



Förklaring av respektive åtgärdssteg:

1. **Ny app:** Ny reseapp lanseras med biljettförsäljning baserad på den nationella BoB-standard. Nya funktioner i appen lanseras stegvis under 2019/2020.
2. **Period i app:** Periodbiljett införs i den nya mobilappen. Även periodbiljetter rabatteras med 10 % i appen.
3. **Rabatt i app och biljettautomat:** Sänkt pris på appbiljetten med 10 % innebär att vi prismässigt stimulerar till fler sålda biljetter i vår app. Detta eftersom att vi vill vänja fler resenärer till att själva köpa sin biljett i förväg, och att minska försäljningsandelen ombord. Sänkt rabatt för reskassa till 10 % är ett sätt att påbörja den kommande utfasningen av reskasseprodukten genom att göra det mindre attraktivt att använda denna. Eftersom det finns ett stort antal laddade kort i omlopp är det viktigt att i god tid gå ut och meddela kunder om framtida planer och vilka möjligheter som finns. Med en sänkt rabatt för reskassa blir priset detsamma som i mobilappen. Förändringen införs för att stimulera mobilappen som försäljningskanal och den förväntade intäktsökningen finansierar överflyttningen. De nya biljettautomaterna erbjuder samma prisnivåer som appen – både för enkelbiljetter och för laddning av periodprodukter. Även här arbetar vi med prissättningen för att uppnå en överflyttning till självservicekanaler.
4. **Biljettautomater:** Nya biljettautomater lanseras med förbättrad trafikinformation och modernare försäljningsgränssnitt. Dessa är även tänkta att placeras ut vid strategiskt placerade busknutpunkter.
5. **Resekort:** Det nya Resekortet är anpassat till det nya biljettsystemet och kan användas successivt i de nya kanaler som införs. Först ut blir de nya biljettautomaterna.
6. **E-handel och CRM:** Ny e-handelslösning för laddning av nya Resekort och administration av app och biljetter införs under sista kvartalet 2019.
7. **Kontantstopp:** I takt med kanalförflyttningen ser vi det som ett naturligt steg att upphöra med kontant betalning ombord i buss.
8. **Validering av mobilbiljett i buss:** Maskinell validering av appbiljetterna gäller både enkel- och periodbiljetter. Detta innebär en effektivare intäktssäkring samtidigt som förarkåren får bättre stöd i sitt arbete.
9. **Sydtaxa 2.0:** Varje ny säljkanal som tas i bruk kommer att sälja biljetter enligt det regelverk som finns i Sydtaxa 2.0. Den första kanalen med detta regelverk är den nya mobilappen.
10. **Försäljning ombord på buss:** Försäljning i ny utrustning ombord på buss. Kunden kan köpa enkelbiljetter eller periodbiljetter och betala med antingen betalkort eller med ett förladdat kort.
11. **Försäljning på försäljningsställe:** Försäljning på försäljningsställen med hjälp av ny utrustning. Kunden kan köpa enkelbiljetter eller periodbiljetter och betala med antingen betalkort, förladdat kort, alternativt med kontanter.
12. **Försäljning på kundcenter:** Försäljning på kundcenter med hjälp av ny utrustning. Kundcenter får samtidigt nya verktyg för att administrera kundkonton och reskort – exempelvis för att återskapa produkter åt kunder som stött på någon form av problem.

13. **Validering på tåg:** Tågvärdarna får med hjälp av ny utrustning möjlighet att maskinellt validera nya resekort och appbiljetter.
14. **Säljstopp i befintligt system:** Det sista steget i utfasningen av det nuvarande biljettsystemet innebär stopp för laddning av reskassa den 15 mars 2020 (gäller även nuvarande Mina sidor) och ett säljstopp för periodladdningar i det befintliga biljettsystemet i april 2020. Under de sista månaderna i drift kommer såväl periodkortsresenärer som reskassekunder att upplysas om nya möjligheter att betala för sin resa. Produkterna kan fortfarande användas i befintlig utrustning till 20/6 2020.
15. **Överflyttning av värde på Reskassa:** En möjlighet för kund att omvandla sin reskassa till ett värde att använda i det nya systemet introduceras. Detta kommer att kunna ske dels via e-handeln eller med hjälp av personlig betjäning på Kundcenter.
16. **Nuvarande biljettsystem upphör:** Befintligt biljettsystem tas ur drift. Detta innebär stopp för användning av reskassa och periodkortsprodukter som finns på befintliga plastkort.
17. **Införande av lojalitetsprogram:** En implementation av ett lojalitetsprogram för Mina sidor-kunder skulle möta upp kundbehovet med någon form av rabatterat resande för trogna kunder när reskassan fasats ut. Detta genomförs under förutsättning att det finns en teknisk plattform som kan hantera lojalitetsprogrammet, dock tidigast 2021.

Direktiv till upphandling av linjelagd busstrafik

8

19RGK387

Trafiknämnden

Direktiv till upphandling av linjelagd busstrafik

Ordförandes förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden noterar informationen till protokollet.

Sammanfattning

Regionstyrelsen fullgör uppgiften som Regional kollektivtrafikmyndighet i Kronobergs län. Det åligger kollektivtrafikmyndigheten att fatta strategiska beslut gällande nya trafikupphandlingar och besluten ska återspegla de politiska intentionerna i det regionala trafikförsörjningsprogrammet. Regionstyrelsen lämnar därför direktiv till trafiknämnden kring hur upphandlingen ska genomföras.

...

Carina Bengtsson
Trafiknämndens ordförande

Thomas Nilsson
Trafikdirektör

Bilaga: § 122 RS Direktiv till trafiknämnden- Upphandling
av linjelagd busstrafik

§ 122 **Direktiv till trafiknämnden- Upphandling av linjelagd busstrafik (19RGK387)**

Beslut

Regionstyrelsen beslutar att:

1. Uppdra åt trafiknämnden att initiera arbetet med Linjetrafikupphandling 2023, med följande inriktningar;

- Inriktningen för drivmedel i Växjö stadstrafik från 2023 ska vara eldrift.
- Inriktningen för drivmedel i regionbusstrafik från 2023 ska vara att regionbussar med stationeringsort Växjö ska drivas på Biogas. För övriga regionbussar kan flera fossilfria bränsletyper vara aktuella. Biogas anskaffas av vinnande trafikföretag i upphandlingen.

2. Genomföra en depåutredning för bussdepån på Hammerdalsvägen i Växjö.

Sammanfattning

Regionstyrelsen fullgör uppgiften som Regional kollektivtrafikmyndighet i Kronobergs län. Det åligger kollektivtrafikmyndigheten att fatta strategiska beslut gällande nya trafikupphandlingar och besluten ska återspegla de politiska intentionerna i det regionala trafikförsörjningsprogrammet. Regionstyrelsen lämnar därför direktiv till trafiknämnden kring hur upphandlingen ska genomföras.

Trafiknämnden ska påbörja ny trafikupphandling för all busstrafik som drivs i offentlig regi i Kronobergs län. Nuvarande trafikavtal, som startade juni 2013 omfattar all linjelagd busstrafik, både stads- och regionbusstrafik och löper fram till juni 2023. För att med god framförhållning och väl tilltagna tidsmarginaler under processens gång bör därför nu arbetet med en ny upphandling påbörjas.

Upphandlingen ska genomföras enligt Region Kronobergs sedan tidigare beslutade huvudprinciper för upphandling. Inriktningen gällande drivmedel föreslås vara elektrifiering av Växjö stadsbusstrafik och att regionbusstrafiken som är stationerad i Växjö ska drivas med biogas. Biogas anskaffas, i likhet med övriga bränsletyper, av vinnande trafikentreprenör. Övrig regionbusstrafik ska drivas med fossilfria bränslen.

Förändringar i fordonsflottan och drivmedelssammansättning medför ett behov av att bussdepån på Hammerdalsvägen i Växjö utreds.

Förslag till beslut

Regionstyrelsens arbetsutskott har lämnat följande förslag till beslut till regionstyrelsen:

Regionstyrelsen beslutar att:

1. Uppdra åt trafiknämnden att initiera arbetet med Linjetrafikupphandling 2023, med följande inriktningar;

- Inriktningen för drivmedel i Växjö stadstrafik från 2023 ska vara eldrift.
- Inriktningen för drivmedel i regionbusstrafik från 2023 ska vara att regionbussar med stationeringsort Växjö ska drivas på Biogas. För övriga regionbussar kan flera fossilfria bränsletyper vara aktuella. Biogas anskaffas av vinnande trafikföretag i upphandlingen.

2. Genomföra en depåutredning för bussdepån på Hammerdalsvägen i Växjö.

Yrkanden

- Henrietta Serrate (S), Eva Johnsson (KD), Sven Sunesson (C) och Eva-Britt Svensson (V) föreslår att regionstyrelsen ska bifalla regionstyrelsens arbetsutskotts förslag till beslut.

- Robert Fredriksson (SD) föreslår att regionstyrelsen ska bifalla följande tilläggsförslag:

"Till Växjö stadstrafik: Alternativt biogas eller elhybrid, beroende på hur mycket eldriven trafik som går att leverera med den teknik som finns tillgänglig vid tiden för anbudsgivning utifrån långtidsladdning på depå."

- Henrietta Serrate (S) föreslår att regionstyrelsen ska avslå Robert Fredriksson (SD) tilläggsförslag.

Beslutsgång

Ordföranden frågar om regionstyrelsen bifaller eller avslår regionstyrelsens arbetsutskotts förslag till beslut. Han finner att regionstyrelsen bifaller arbetsutskottets förslag.

Därefter frågar ordföranden om regionstyrelsen bifaller eller avslår Robert Fredrikssons (SD) tilläggsförslag. Han finner att regionstyrelsen avslår tilläggsförslaget.

Expedieras till

Trafiknämnden

Beslutsunderlag

- Förslag till beslut - Direktiv till trafiknämnden - upphandling av linjelagd busstrafik
- Upphandling linjelagd busstrafik
- Reviderad tidplan trafikupphandling 2023
- Framtidens bussar och drivmedel i Kronoberg - Inför ny avtalsperiod 2023
- Rapport - Drivmedel för bussar, Strategier för Region Kronoberg
- §61 TN Beslutsunderlag till regionstyrelsen gällande drivmedel för bussar
- §146 RSAU Direktiv till trafiknämnden - Upphandling av linjelagd busstrafik

Paragrafen är justerad

Svar på skrivelse från
Gemla samhällsråd

9

19RGK1407

Trafiknämnden

Svar på skrivelse från Gemla samhällsråd

Ordförandes förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden godkänner förslag på svar på skrivelse från Gemla samhällsråd.

Sammanfattning

Region Kronoberg har mottagit skrivelse från Gemla samhällsråd 2019-07-19. Skrivelsen handlar om konsekvenserna av de förändringar i trafikutbudet till och från Gemla som genomförs vid tidtabellskifte i december 2019.

Föreslås att trafiknämnden godkänner svar på skrivelse.

Carina Bengtsson
Trafiknämndens ordförande

Thomas Nilsson
Trafikdirektör

Bilaga: Skrivelse från Gemla samhällsråd
Förslag på svar på skrivelse från Gemla samhällsråd

Gemla Samhällsförening
Nils-Erik Magnusson
Fredrik Karlsson

Svar på skrivelse – Reducerade antalet avgångar till och från Gemla

Tack för er skrivelse om kollektivtrafiken till och från Gemla. Region Kronoberg är tacksam för att få återkoppling och att få förslag på förbättringsområden.

Trafiknämnden i Region Kronoberg för en regelbunden dialog med länets kommuner om trafikutbudet i Kronobergs län. Ett möte med Växjö kommun planeras för att diskutera trafikutbudet till och från Gemla.

Förutsättningarna att bedriva kollektivtrafik i länet är alltid beroende av de resurser som tilldelas trafiknämnden ur Region Kronobergs budget. Biljettintäkterna ska täcka ungefär 50 % av kostnaderna, enligt beslut av regionfullmäktige, resterande kostnader täcks av skattemedel.

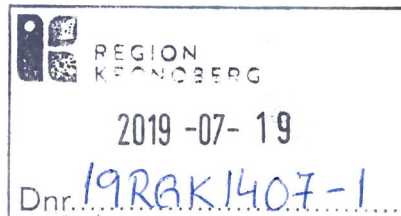
Trafiknämnden gör årligen en översyn av all trafik och anpassar trafikutbudet, bland annat efter antalet resenärer. Förändringar i trafiken görs där ett alltför lågt antal resenärer nyttjar trafiken. När förändringar ska göras förs alltid en diskussion om var, hur och vilka som påverkas av förändringarna. Vi är medvetna om att förändringar alltid påverkar de resenärer som reser regelbundet med de aktuella turlerna.

Trafikutbudet i Gemla kommer även efter förändringarna vara bland de bästa i länet.

Med vänlig hälsning

Carina Bengtsson
Trafiknämndens ordförande

Thomas Nilsson
Trafikdirektör



2019-07-15

Till:

Region Kronoberg, Region Styrelsen
351 88 Växjö

Gemla Samhällsråd är en politisk och religiöst obunden ideell förening med allmännyttiga ändamål och ideell verksamhet. Gemla Samhällsråd ska främja en hållbar och varaktig utveckling som gagnar invånarna och bygden genom att samverka med invånarna, kommunen, myndigheter, politiker och andra intressen.

Med anledning av det reducerande antalet avgångar i kollektivtrafiken som drabbat Gemla den senaste tiden, vill styrelsen för Gemla Samhällsråd uttrycka sitt missnöje och oro över situationen.

Vid förändringar i länstrafikens tidtabell den 9 december 2018, drogs alla avgångar med buss 145 in via Gemla. Vi har nu också tagit del av nyheten att Region Kronoberg har för avsikt att reducera antalet avgångar med Krösatåget vilket direkt påverkar invånarna i Gemla.

I Växjö Kommuns översiktsplan Gemla-Öja står det beskrivet att Gemla är kommunens viktigaste pendlingsort, och i Region Kronobergs utvecklingsstrategi Gröna Kronoberg 2025 står det i prioritering 1: "Utveckla attraktiva livsmiljöer med god tillgänglighet". Vi ställer oss starkt kritiska till att Växjö kommun och Region Kronoberg överhuvudtaget försöker leva upp till detta. Kritiken omfattar neddragningar och dåligt anpassad tidtabell för kollektivtrafiken, avsaknad av trafiksäker cykelväg till Växjö och Alvesta samt att den bilburna pendeltrafiken till Växjö störs av körfält dedikerade för busstrafik vilken synes flertalet stunder vara oanvänd.

Gemla ligger bara 6 minuters tågresor från Växjö, vilket gör att tidsmässigt ligger Gemla betydligt närmare Växjö än många stadsdelar. Vi är övertygade om att vikten av goda möjligheter till bra och miljövänlig kommunikation skulle få flertalet positiva effekter på pendlingstrafiken från Gemla, samt utvecklingen av Gemla som ort. Invånarna i Gemla vill också kunna åka kollektivt och miljövänligt för att bl.a. nyttja Växjös, men även Öresundsregionens kultur och nöjesutbud och i större utsträckning även kunna jobbspendlar miljövänligt. Vi ser också att anslutningstrafiken via Krösatåget till stambanan går att förbättra avsevärt

Från dokumentet Ortsutveckling i Kronobergs län som är framtagen av Region Kronoberg står det; Av de åtta orter som har haft en positiv befolkningsutveckling mellan 1990-2015 är sex av dem den största tätorten i kommunen. Gemla och Rottne är de enda orterna i länet som har haft en befolkningstillväxt under denna tid utan att utgöra ett formellt centrum. Gemensamt för dessa orter är att de har ett fördelaktigt pendlingsläge till Växjös arbetsmarknad.

Befolkningsutveckling i orter med tågstopp 2010-2015;

Jämförelsen visar att Gemla är den ort med tågstopp som har haft den största befolkningstillväxten under den studerade tidsperioden. Övriga studerade orter med ett tågstopp har haft en negativ befolkningstillväxt. Källa: Ortsutveckling i Kronobergs län



2019-07-15

Om vi förutsätter att restiden in till Växjö är av väsentlighet för orterna i jämförelsen är tillväxten i Gemla förmodligen delvis ett resultat av att restiden till Växjö är kort och än kortare om man väljer tåget istället för bil. I Lammhult uppnås inte samma restidsvinst genom att ta tåget och restiden som helhet in till Växjö är betydligt längre än från Gemla, vilket skulle kunna vara en förklaring till att folkmängden i Lammhult har minskat. Källa: Ortsutveckling i Kronobergs län

Av detta är det väldigt tydligt att Gemla som ort inte behöver reducerat antal avgångar med tåg utan istället fler och på bättre tider än i dagens tabell.

Som till exempel att ta bort turer som, avgång 21:48 och avgång 16:43 från Växjö är en väldigt olycklig tankevrupa, 21:48 är dagsläget sista avgången från Växjö med tåg, om denna tas bort skapas än mindre möjlighet att på ett effektivt sätt kunna åka kollektivt hem från tex nöjesutbudet i Växjö. Avgången 16:43 är med största sannolikhet en uppskattad tur får många jobbpendlare, vilket med en indragning bör resultera att fler kommer välja bilen som kommunikationsmedel för jobbpendlandet.

Styrelsen för Gemla Samhällsråd vill med denna skrivelse göra Regionen och Kommunen uppmärksam på vårt missnöje, samt få till en dialog med Växjö Kommun och Region Kronoberg om hur planerna för ett hållbart kollektivt resande från Gemla kan förbättras.

Nils-Erik Magnusson

Ordförande Gemla Samhällsråd

Fredrik Karlsson

Vice Ordförande Gemla Samhällsråd

Inbjudan att nominera
ledamöter till
järnvägspolitisk grupp

12

18RGK840

Trafiknämnden

Inbjudan att nominera ledamöter till järnvägspolitisk grupp

Ordförandes förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden nominerar Carina Bengtsson (C) och Peter Freij (S) att representera Region Kronoberg i Svensk kollektivtrafiks järnvägspolitiska grupp.

Sammanfattning

Vid Svensk Kollektivtrafiks styrelse möte den 10 juni fattades beslut om att även innevarande mandatperiod (2019-2023) inrätta en järnvägspolitisk strategigrupp. Svensk kollektivtrafiks aktiva medlemmar inbjuds därför att nominera ledamöter.

Föreslås att trafiknämnden nominerar Carina Bengtsson och Peter Freij att representera Region Kronoberg.

Carina Bengtsson
Trafiknämndens ordförande

Thomas Nilsson
Trafikdirektör

Bilaga: Inbjudan att nominera ledamöter till Järnvägspolitisk grupp

2019-06-13

Nu är det dags att nominera till Svensk Kollektivtrafiks politiska arbetsgrupp för Järnvägsfrågor!

Styrelse/nämnd/direktionsordförande,
Medlem i Svensk Kollektivtrafik

Vid Svensk Kollektivtrafiks styrelse möte den 10 juni fattades beslut om att även innevarande mandatperiod (2019-2023) inrätta en järnvägspolitisk strategigrupp.

Svensk Kollektivtrafiks medlemmar står tillsammans för 86 % av landets persontågsresor. Enskilt är dock många av medlemmarna små, genom samverkan kan man både överföra erfarenheter och skapa styrka i de politiska samtalen. Styrelsen bedömer att järnvägsfrågor och förutsättningsskapande på nationell nivå är oerhört viktiga för framgångsrik regional kollektivtrafik i framtiden. Under förra mandatperioden hade gruppen tio möten och bedrev bland annat påverkansarbete mot EU-parlamentariker, trafik- och civilutskotten i Riksdagen, höll möten med Trafikverket samt bidrog med debattartiklar och underlag för interpellationer.

Vi inleder därför nu en nomineringsprocess för att utse representanter till arbetsgruppen. Möjligheten att bidra till nominering erbjuds alla Svensk Kollektivtrafiks aktiva medlemmar. Gruppen är tänkt att ha bred förankring över landet, mellan stora och små organisationer, stad- och landsbygd. Ett engagemang och kunskap i järnvägsfrågor är självklart kvalificerande.

Kriteriet för att nomineras och väljas är att man är politiskt aktiv i den styrelse, direktion eller nämnd hos någon av Svensk Kollektivtrafik aktiva medlemmar som är ansvarig för kollektivtrafikfrågorna.

Svensk Kollektivtrafiks styrelsepresidium kommer att agera valberedning bland de nominerade och styrelsen i Svensk Kollektivtrafik kommer att formellt utse arbetsgruppen på sitt styrelsemöte den 5 september.

För att gruppens arbete ska komma igång önskar vi era nomineringar **senast den 25 augusti. Nomineringar sänds till mattias.andersson@svenskkollektivtrafik.se**

Vid eventuella frågor kring nominering, deltagande etc, vänligen kontakta undertecknad.

Med vänlig hälsning,

Mattias Andersson