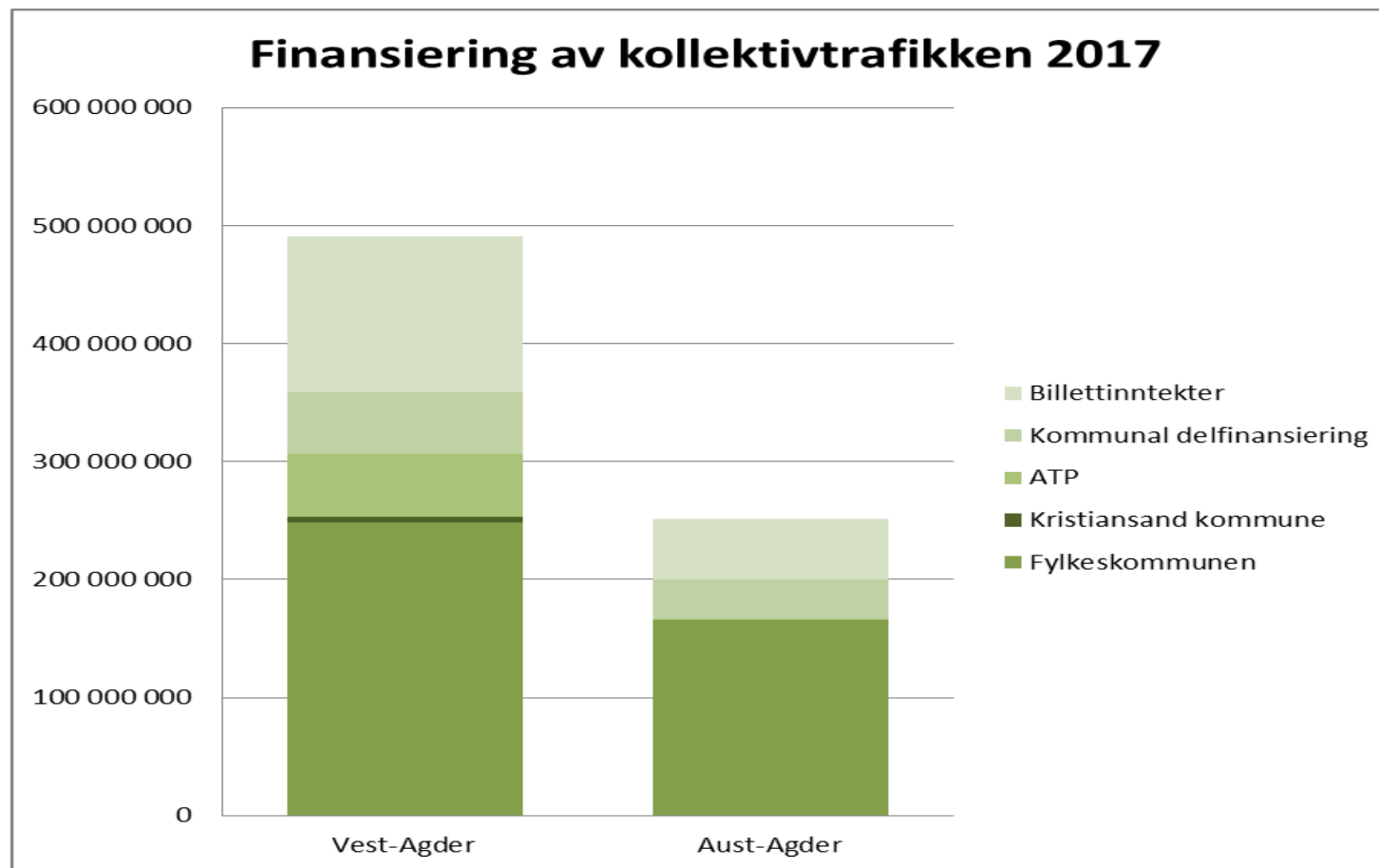


# **STRATEGIPLAN 2017-2030**

# **AGDER KOLLEKTIVTRAFIKK AS**

Siv Elisabeth Wiken, administrerende direktør, Agder Kollektivtrafikk AS  
Kristiansand, 23.10.2016

## Litt om AKT AS



## Visjon

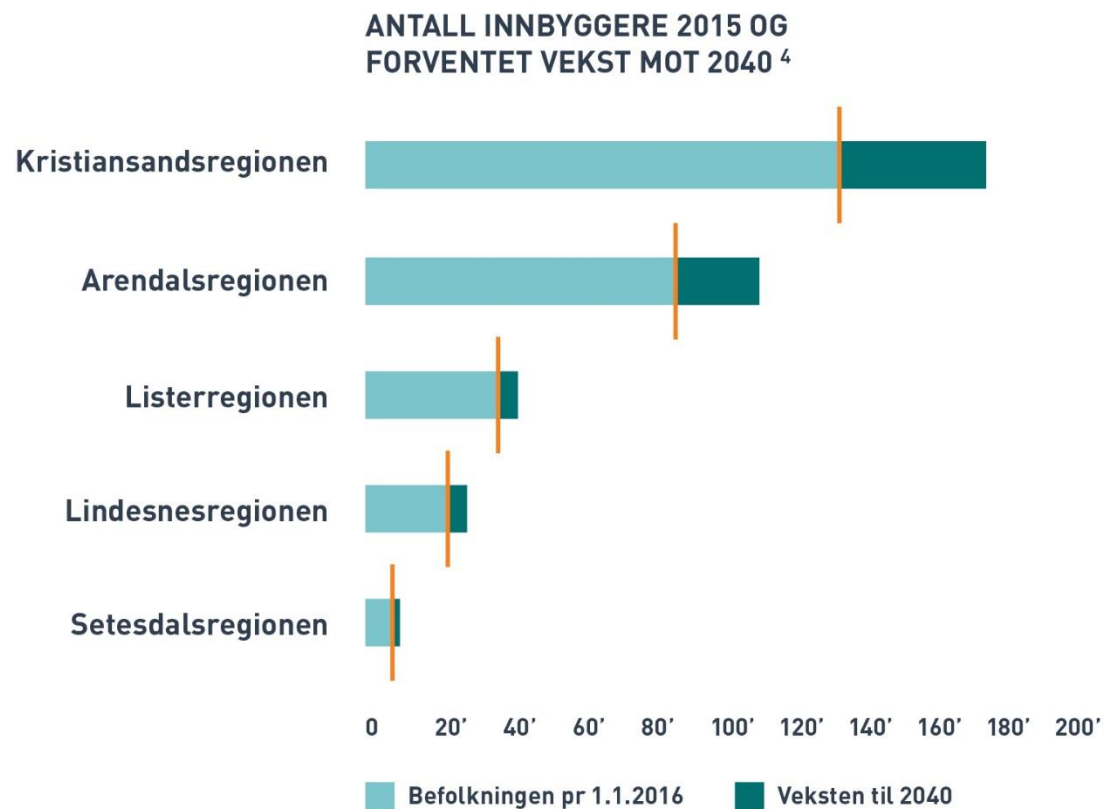


- Det er stadig for mange som vurderer kollektivtrafikk som en **sekundær løsning**.
- AKTs ambisjon er å snu disse holdningene, og tilrettelegge for at kollektivtrafikken kan framstå som et **relevant alternativ i stadig flere reisesammenhenger**.

Visjonen er formulert slik:

«Det skal være **enkelt og attraktivt å reise kollektivt.**»

# Kollektivtrafikkens marked



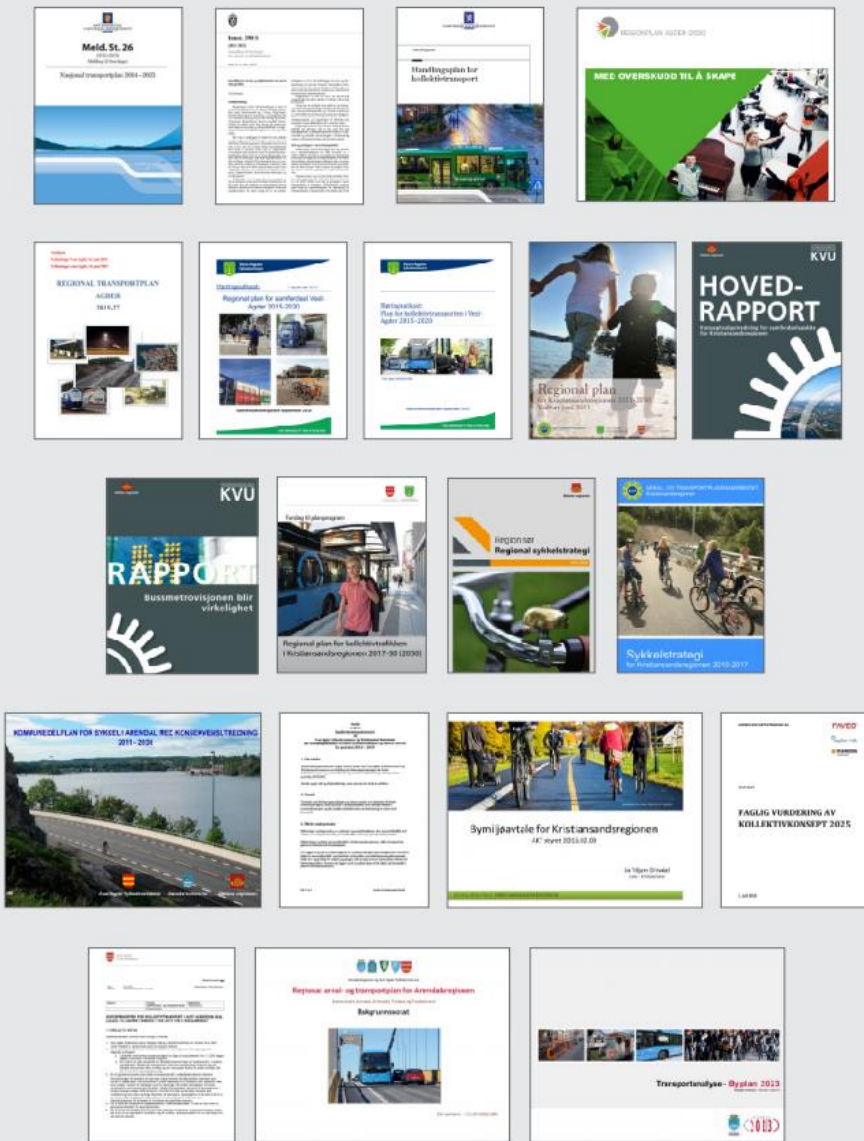
- **Agderfylkene har varierende befolkningsgrunnlag.**
  - Ikke økonomisk forsvarlig å gi et konkurransedyktig kollektivtrafikktilbud i alle deler av fylkene.
- **Bilen står sterkt.**
  - Kollektivtrafikkens markedsandel er\*:
    - 9 % på landsbasis,
    - 6 % i Kristiansandsregionen,
    - 4 % i Arendalsregionen.
- **Befolkningsveksten er ujevnt fordelt.**
  - 83 % av veksten mot 2040 forventes å skje i Kristiansands- og Arendalregionen.
- **Kristiansand er Agders største arbeidsplassstygdepunkt.**
  - Premissgivende for strategien.

\*) Kilde: SSB befolkningsprognose år juni 2016.

Kristiansandsregionen består av Birkenes, Iveland, Kristiansand, Lillesand, Songdalen, Søgne og Vennesla kommuner.

Arendalsregionen består av Arendal, Froland, Gjerstad, Grimstad, Risør, Tvedestrand, Vegårshei og Åmli kommuner.

# Forventninger til AKT



## Hva innebærer nullvekst i biltrafikken? Case: Kristiansand

Nullvekstmålet innfris ved

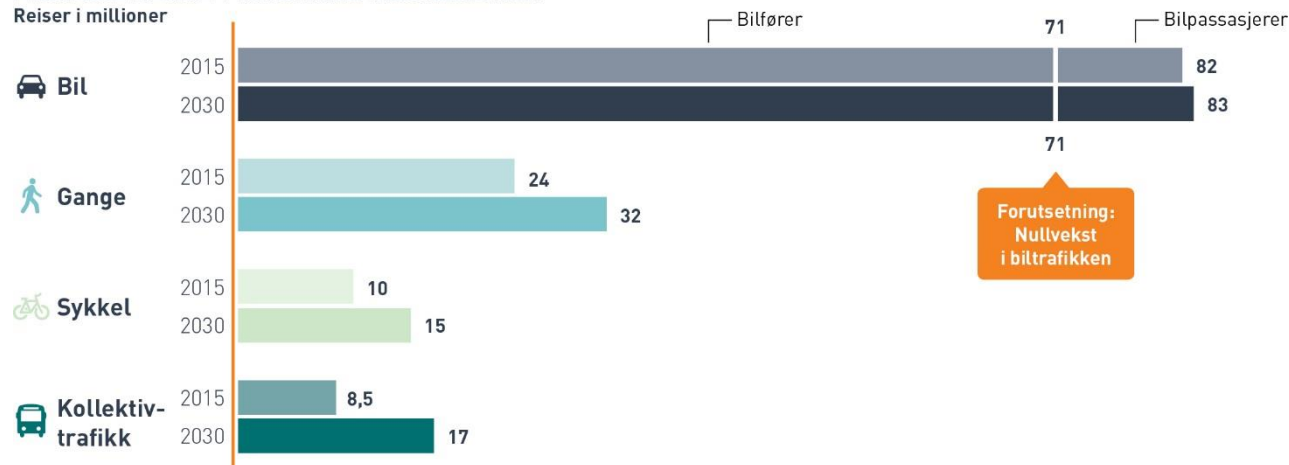
- Ca doubling i antall kollektivreiser innen 2030.
- Kollektivtrafikkens markedsandel må opp fra 6 til 12 % av alle reiser, samtidig som potensialet for flere gang- og sykkelreiser tas ut.
- Tilskuddsbehovet for å innfri nullvekstmålet i Kristiansand er beregnet til 375 millioner kroner i 2030 (i faste priser, 2015-kroner).

Kilder:

- Urbanet Analyse 50/2014.
- Kollektivkonsept 2030, Bymiljøavtale Kristiansandsregionen.

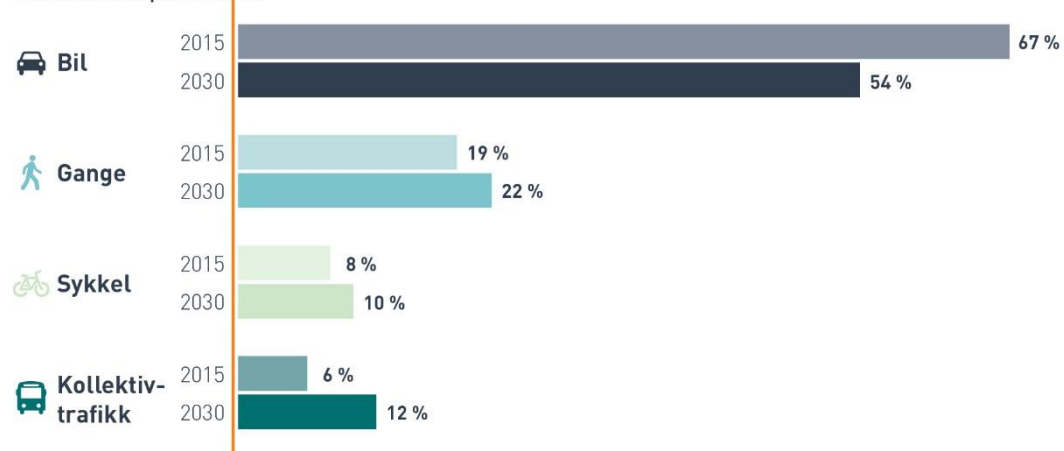
### PASSASJERVEKST I KRISTIANSANDSREGIONEN

Reiser i millioner



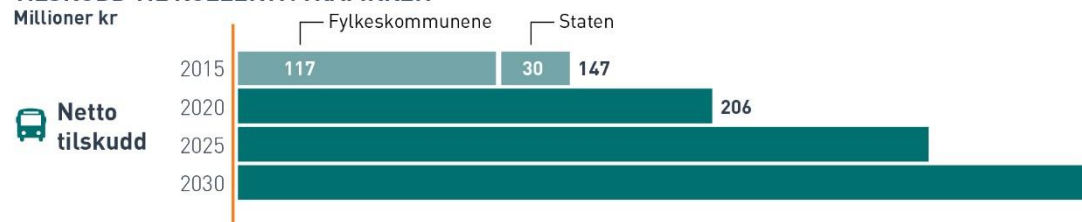
### MARKEDSANDELER

Prosent av alle personreiser



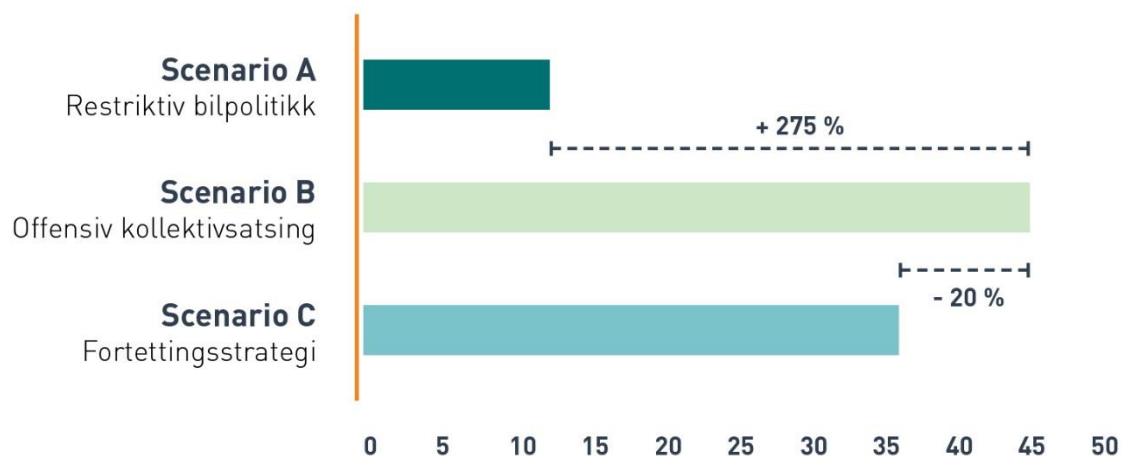
### TILSKUDD TIL KOLLEKTIVTRAFIKKEN

Millioner kr



# Samlet virkemiddelbruk

TILSKUDDSBEHOV PR NY KOLLEKTIVREISE  
KRISTIANSAND 2030 (kr)



Tilskuddsbehov pr ny kollektivreise avhenger av samlet virkemiddelbruk. Restriktive tiltak er mer effektivt enn positive kollektivtiltak alene. Det optimale nivået oppnås ved å kombinere ulike virkemidler (kilde: Urbanet Analyse rapport 74/2016).

- Kollektivtrafikkbasert utvikling er billigere for samfunnet.
- Tilskuddsbehov avhenger av samlet virkemiddelbruk.
  - Restriktive tiltak er mer effektive enn positive kollektivtiltak alene.
  - Effekten av kollektivsatsningen blir best når den kombineres med restriktive tiltak for bil.
- Kristiansand har landets beste parkeringsdekning.
  - Tilgang til parkering har stor betydning for bilbruk på arbeidsreiser.

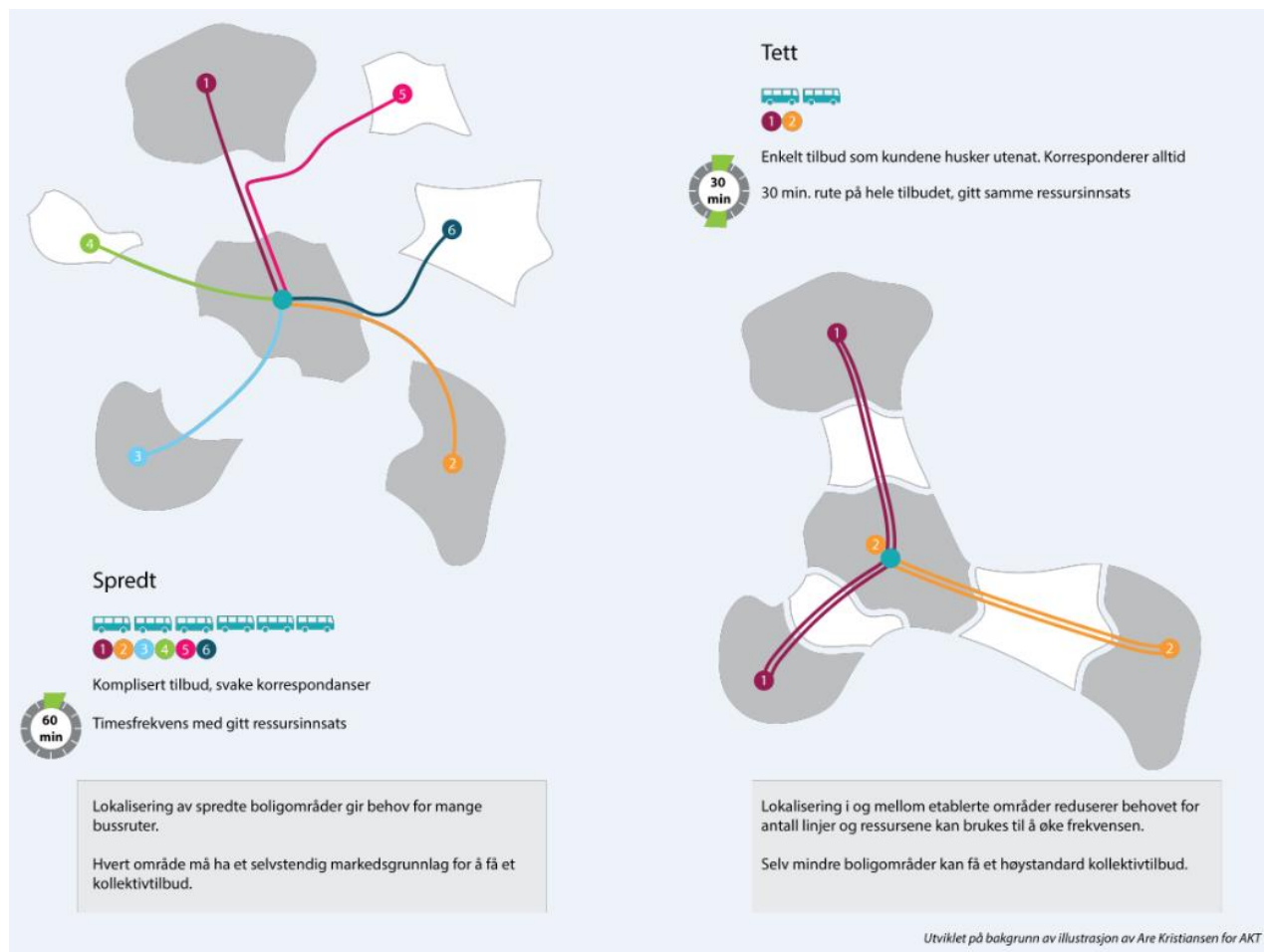
# Et kollektivtrafikkorientert arealplangrep



Kollektivtrafikkvennlig arealbruksutvikling i praksis. Foto: Justneshalvøya i Kristiansand. Anders Martinsen for Krag Gruppen AS.

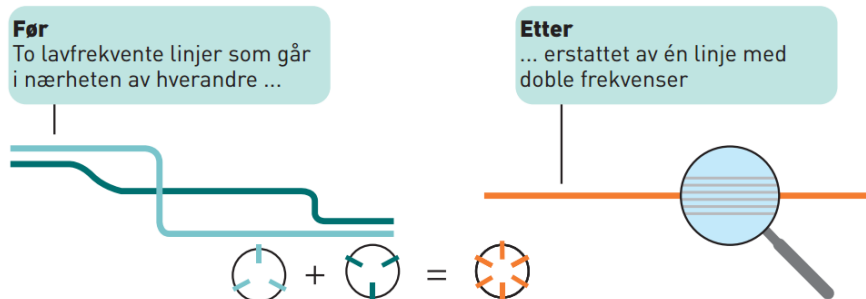
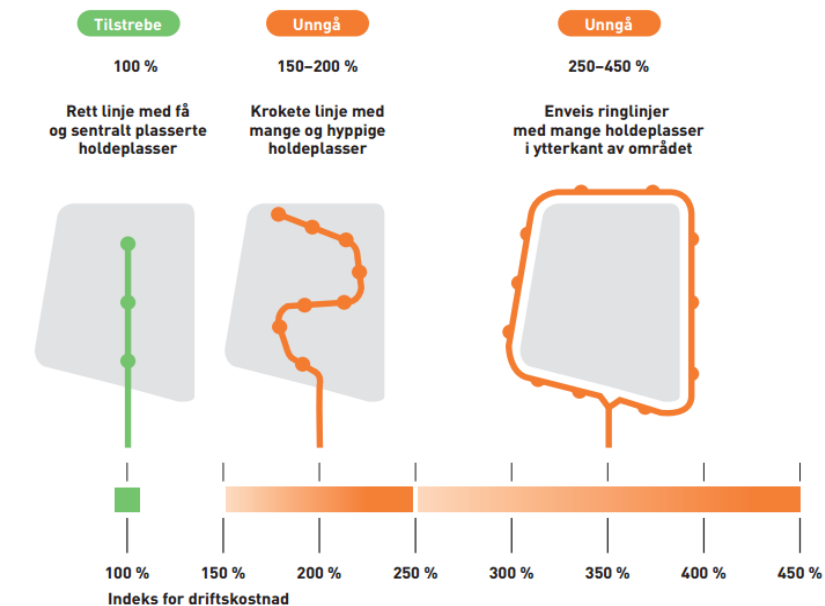


# Kollektivvennlig arealplanlegging



- Grunnlaget for høy kollektivandel legges gjennom arealbruken.
  - Tett utbygging styrker markedsgrunnlaget for kollektivtrafikken.
  - Næringsvirksomhet lokalisert på rett sted.
- Høystandard kollektivtrafikk kan øke et byområdes kvalitet, og understøtte ønsket byutvikling.
- God arealplanlegging er ikke forbeholdt byområdene.
  - Fortetting i kommune- og regionsentra.

# Markedsrettet trafikktilbud

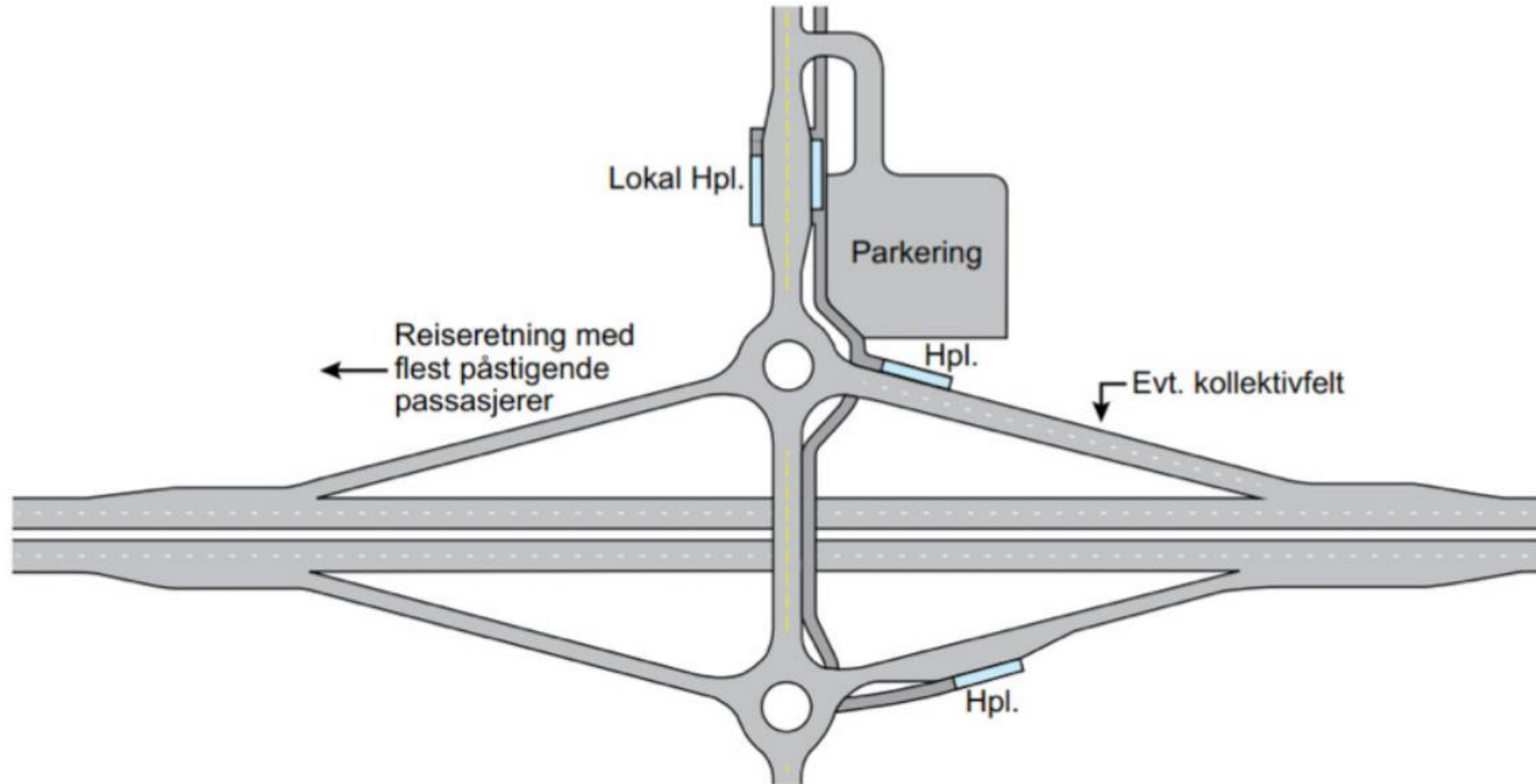


## «Prinsipper for linjenettet» (AKT 2015).

- AKT bygger rutetilbudet basert på vel dokumenterte analyser av tiltak-nytte.
- Grunnlag for å prioritere ressursene.
- Gi økt forutsigbarhet for hva slags kollektivtilbud som kan gis.
- Eksempel på prinsipper:
  - Enkelt linjenett
  - Stive rutetider
  - Jevn puls på fellestrasé
  - Pendle gjennom byen
  - Rette linjer
  - Unngå ring
  - Optimal holdeplassavstand

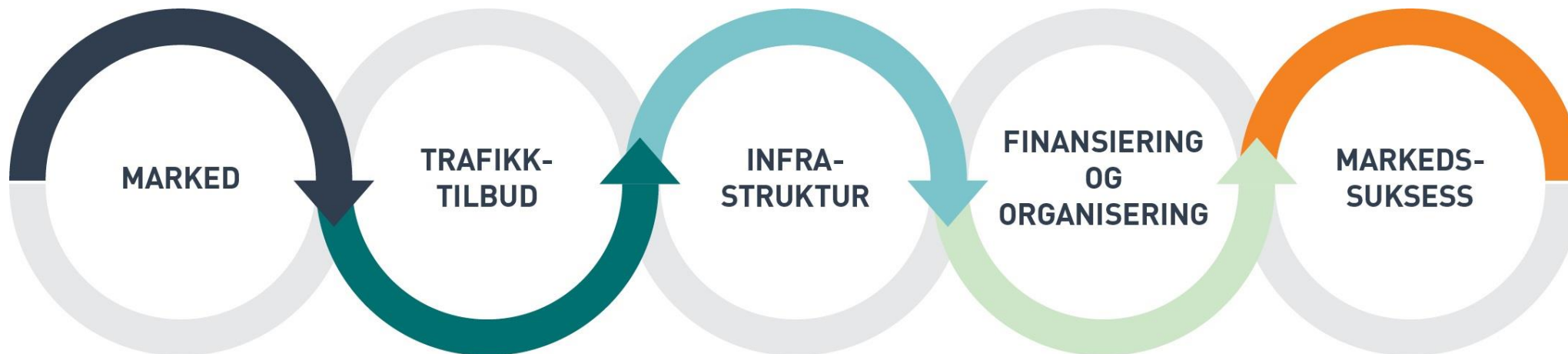


# Infrastruktur



Eksempel på plassering av holdeplasser langs motorvei (Statens vegvesen, Håndbok V123, Kollektivhåndboka)

# STRATEGI # 1: Markedsrettet trafikktilbud



- Dagens og framtidens kunder
- Kundebehov og forventinger
- By- og bygdeutvikling

- Enkelt og attraktivt tilbud
- Nettverk av høyfrekvente linjer i byen
- Regionens stamnett
- Skoleskyss
- Bestillingslinjer

- Økt kapasitet
- Fortetting
- Bedre fremkommelighet

- Forutsigbar og målrettet finansiering
- Målrettet styring

- Økt markedsandel
- Fornøyde kunder

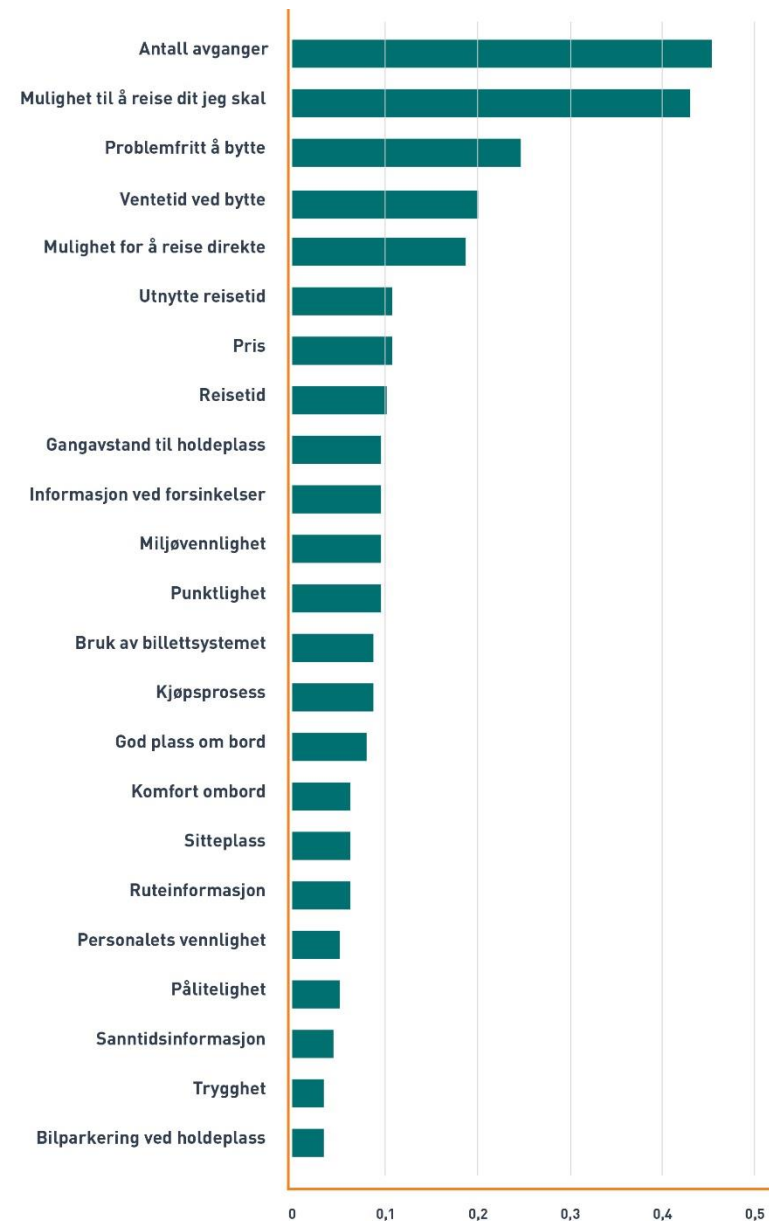
Illustrasjon: Kollektivhåndboka V123 Statens vegvesen 2014, samt Ruter M2016.

# Infrastruktur

- *Ansvaret for infrastrukturtiltak tilhører veieier. AKTs rolle er å være en pådriver for best mulig tilrettelegging for kollektivtrafikken.*
- **Infrastrukturtiltak i by har gjennomgående høy kundenytte og bør prioriteres først.**
  - Ved strategiplanen bekrefter AKT hvor det skal kjøres mye buss i all framtid. Med andre ord: hvor infrastrukturtiltakene gjør best nytte for seg.
- **Tidseffektiv holdeplassutforming langs motorvei.**
  - Ny E39/E18 øker omfanget av pendlingen. AKT vil kjøre flere regionlinjer by-til-by i framtida. Konkurransedyktig reisetid bil/buss er avgjørende.
- **Bussanlegg**
  - I pressområdene anbefaler AKT at fylkeskommunene eier bussanlegg som stilles tilgjengelig til vinnende tilbyder etter bussanbud.
  - Sørger for konkurranse på like vilkår, og sikrer råderetten over sentralt lokaliserte bussanlegg.
  - Alternativene er mer perifere, og innebærer mer tomkjøring/større miljøbelastning.
- **Universell utforming.**
- **Innfartsparkering.**
  - Riktig lokalisert og tilrettelagt.
  - Forbeholdt de som har behov for det.

# Hva er viktigst for kundene?

- Tilbudsforbedringer er viktigst
  - Pris, komfort og miljø kommer lenger ned på listen («hygienefaktorer»)
- Ulike kundegrupper har ulike behov
  - De som reiser sjelden er framtidens potensielle kunder, og bør være målgruppen for informasjonen om tilbudet.

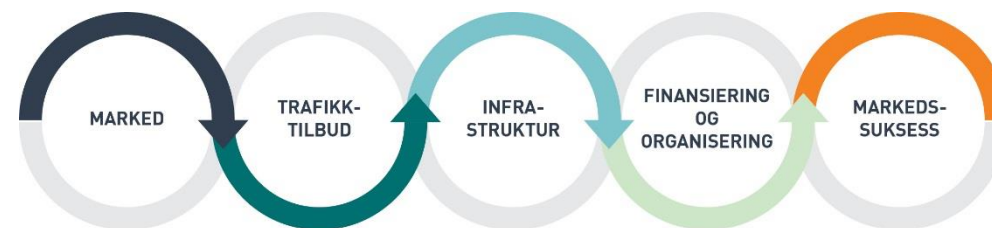


Rangering av hvor AKT har mest å hente i forhold til å gjøre dagens kunder mer fornøyd, Kristiansand. Skalaen uttrykker effekten på total tilfredshet ved en forbedring på det enkelte kvalitetselement (Kilde: Driverundersøkelse, Ipsos for AKT 2016).

Målgruppe	Viktigste kvalitetselementer
<b>De som ikke reiser kollektivt i dag</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trenger kunnskap om tilbudet</li> <li>• Føler uro for forsinkelser</li> <li>• Bekymrer seg for ikke å nå fram i tide</li> <li>• Ønsker informasjon i sanntid</li> </ul>
<b>Dagens kunder</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Antall avganger</li> <li>• Muligheten for å reise dit man skal</li> <li>• Direkte reise eller at bussbytte kan skje problemfritt.</li> </ul>

# Markedsrettet trafikktilbud

- Trafikktilbudet baseres på **markedets behov**, i dag og i framtiden.
- **Det skal være best tilbud der flest reiser.**
  - I byene skal tilbudet preges av høy frekvens og enkel linjeføring.
  - Regionlinjene binder Agder sammen.
  - Utenfor tettbygde strøk skal det opprettholdes et rimelig nivå for mobilitet.
  - Bestillingslinjer.
  - Det er ønskelig å samordne offentlig betalte transporter.



# Kundestrategi

- Kundene skal møte et tilbud som er lett å bruke og holder høy kvalitet.
- Kundene ønsker selvbetjening og verktøy til å løse utfordringer på egenhånd
  - AKT skal til enhver tid ha et av Norges ledende informasjonssystemer for kundene.
- Nye kunder er hovedmålgruppen for kommunikasjonen.
  - Mange har allerede et godt tilbud i nærheten av der de bor og jobber.
- AKT er ensbetydende med kollektivtrafikken i Agder. Bygge merkevaren.





# Forenklet pris- og sonesystem



- Enkelt pris- og sonesystem, felles for Agder.
  - Vesentlig reduksjon i antall soner.
  - Harmonisering av produkter og rabattsatser.
  - Færrest mulig unntaksbestemmelser, varianter og spesialprodukter.
  - Perspektiv mot nasjonal samordning.
- Økt forhåndskjøp.
  - Dagens billettsalg er for manuelt, og førerne bruker for mye tid på å selge billetter.
  - Det skal alltid lønne seg å kjøpe billett på forhånd.
- Mobilbillett i hele Agder.

# Organisering av skoleskyss

- AKT organiserer daglig skoleskyss for 16.-17.000 elever i Agder.
- Skoleskyss skal være **trygt, enkelt og forutsigbart** for eleven, foreldre og skolen.
- AKTs oppdrag er samtidig å organisere skoleskyssen rasjonelt og kostnadseffektivt.
- Kommunene og fylkeskommunene påvirker kostnadene.



MER SAMBRUK  
AV DROSJENE  
VED 1-3  
PASSASJERER

BENYTT  
MINIBUSSER  
VED 4-16  
PASSASJERER

BEST MULIG  
UTNYTTELSE AV  
SKOLEBUSSENE

LA SÅ MANGE  
SKYSSBERETTIGEDE  
ELEVER SOM  
MULIG BETJENES  
AV DET ORDINÆRE  
TILBUDET

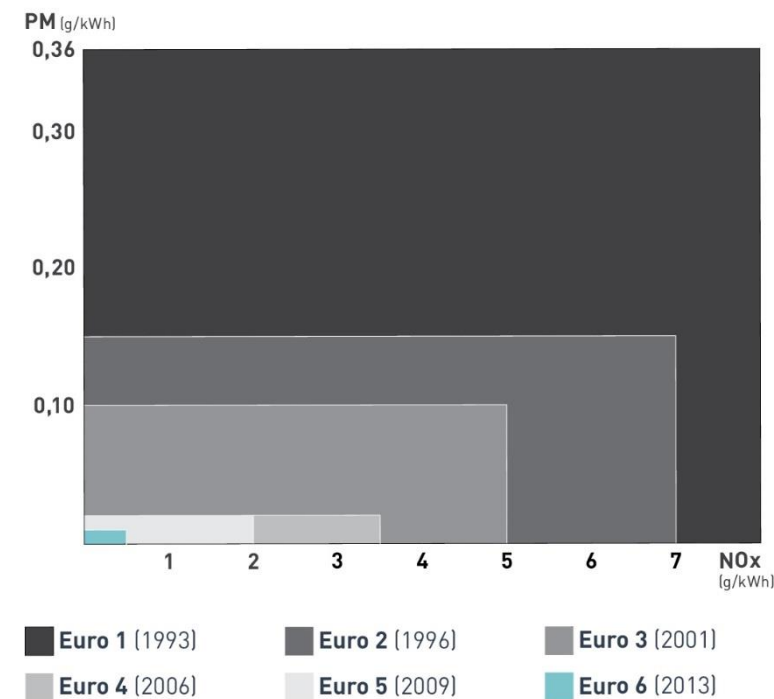
# Kontrakter

- AKT skal være en **attraktiv oppdragsgiver** og **sikre gode innkjøp**.
  - Kontrakter som balanserer ansvar og risiko og et samarbeid basert på tillit.
- Busselskapene skal bli **mer aktive bidragsyttere i tilbudsutvikling**
  - Gjennom sin lokalkunnskap og kundeinnsikt.
- Samfunnsansvar.
- Svak konkurranse i drosjemarkedet.
  - Manglende kapasitet I distriktene er en utfordring.
  - Liten forskjell i enhetspriser på buss og taxi.
  - Bedre ruteplanlegging for drosjekapasiteten.

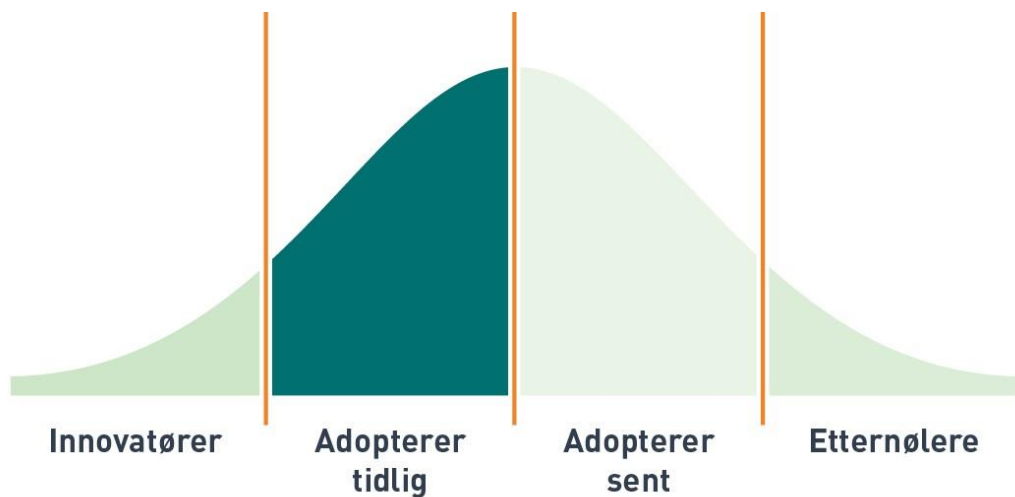


# Miljø og drivstoff

- AKTs viktigste miljøbidrag er å få flere til å sette fra seg bilen og begynne å reise kollektivt.
  - Derrest at rutetilbudet produseres til lavest mulig utslipp.
- AKT implementerer en drivstoffstrategi som sikrer best mulig miljøgevinst pr investerte krone
  - Fornybar diesel i distriktene.
  - Gradvis elektrifisering av bytrafikken
- AKT vil adoptere ny teknologi tidlig.
  - Lange busskontrakter vs. rask teknologisk utvikling.



# Teknologi



Overordnede betraktninger:

- Trafikkdrift. Strategisk bruk av informasjonen vi samler inn. Analyse av «big data».
- Neste generasjons informasjonssystem
- Autonome (selvkjørende) busser?
- Et bredere mobilitetsperspektiv?
- Den bekymringsløse reisen

Foto: Arcando





*Strategiplanen kan lastes ned fra  
[www.akt.no](http://www.akt.no)*

*Takk for oppmerksomheten!*

