
Modtager Midttrafiks bestyrelse

Udarbejdet af Danni Giørtz-Jørgensen, Johanne Seest Hebsgaard,
Britta Charmig

Cc

Emne Hvordan tiltrækker vi kunder til den kollektive trafik?

Søren Nymarks Vej 3
8270 Højbjerg

Tlf.: 87 40 82 00
midttrafik.dk

15. marts 2022

Journalnr.:
[xxxxx]

Kontaktperson:
Britta Charmig

E-mail:
brc@midttrafik.dk

Indhold

1	Baggrund	3
2	Samfundsmæssige tendenser	3
2.1	Tryghed.....	3
2.2	Nye transportvaner	4
2.3	Hjemmearbejde.....	5
2.4	Samfundsnytte.....	7
3	Hvad er status hos Midttrafik?	7
3.1	Passagertal og økonomi.....	7
3.2	Kundefordeling i Midttrafik	8
4	Hvad vil kunderne have?	10
4.1	Mere attraktiv kollektiv trafik	10
4.1.1	<i>Et godt grundprodukt</i>	10
4.1.2	<i>Fleksible billetløsninger</i>	11
4.1.3	<i>Busindretning og cykelmedtagning</i>	11
4.1.4	<i>Bedre faciliteter ved stoppesteder</i>	11
4.1.5	<i>Park and ride</i>	11

4.2	Hvorfor vælger kunderne kollektiv trafik?	12
4.3	Særligt fokus på unge-målgruppen	12
5	Hvad har Midttrafik indflydelse på?	13
5.1	Markedsføring og branding af kollektiv trafik	13
5.2	God basiskvalitet på grundproduktet	14
5.3	Tryghedsskabende tiltag	14
5.4	Billetter og priser	15
5.5	Cykelmedtagning	16
5.6	Busindretning	16
5.7	Stoppesteder og Park and ride	16
5.8	Bedre Flextrafik	17
6	Hvor ser Midttrafik et potentiale?	17
6.1	Samarbejde med virksomheder	17
6.2	Tiltag til de unge	17
6.3	Adfærdsændrende tiltag	18
6.4	Stoppesteder, park and ride og knudepunkter	19
6.5	Bedre mobilitet	19
6.6	Busprioritering	19
6.7	First and last mile	19
6.8	Mere hjemmearbejde	20
6.9	Onboarding af lejlighedsvis rejsende	20
6.10	Større incitament til ejerne	20
7	Hvad skal ejerne bidrage med og hvad kræver politisk handling?	20
7.1	Investering i kollektiv trafik	21
7.2	Samarbejde med Midttrafik	21
7.3	Tidlig inddragelse af Midttrafik	21
7.4	Puljemidler	21
8	Referenceliste	21

1 Baggrund

Covid-19 har ikke længere status som samfunds-kritisk sygdom og alle restriktioner i bus, tog og letbane er fjernet. Den kollektive trafik står tilbage med passagernedgang og manglende indtægtsgrundlag. Dertil kommer udfordringer med stigende energipriser og mangel på chauffører.

Under pandemien har kunderne fundet nye vaner både i forhold til transport og arbejde. Nogle kunder er fortsat utrygge efter, at kollektiv trafik blev udråbt som en farlig smittekilde af myndighederne under pandemien. Andre kunder er pandemitrætte og vil hurtigst muligt tilbage til normale tilstande.

Klimaproblematikken og den stigende trængsel i byerne kalder på en god kollektiv trafik og færre biler på vejene. Når en rejse med kollektiv trafik erstatter en rejse med en bil, giver det mindre trafik, mindre støj og bedre luftkvalitet. Ligesom kollektiv trafik kan bidrage til at opfylde Danmarks klimamål om 70 % reduktion af CO₂-udslippet i 2030.

På baggrund af både egne og andres undersøgelser, statistikker, rapporter og artikler vil vi i dette notat redegøre for, hvordan samfundsmæssige tendenser spiller ind i forhold til den kollektive trafiks fremtid, hvad kunderne ønsker, og hvordan Midttrafik sammen med bestillerne kan imødekomme både kunder og samfundets behov for en velfungerende og attraktiv kollektiv trafik.

2 Samfundsmæssige tendenser

2.1 Tryghed

Under pandemien blev den kollektive trafik udråbt til at være et sted med stor smitterisiko, især på grund af den manglende mulighed for at holde afstand.

Udenlandske studier, blandt andet af det franske institut for sundhed (Santé Publique France) har vist, at risikoen for at blive smittet med Covid-19 i kollektiv trafik var ret lav. Kun 1,2 % af covid-19 tilfælde kunne i testperioden (maj-september 2020) tilskrives kollektiv trafik, mens cirka 40 % var relateret til arbejdspladser og uddannelsesinstitutioner. Et dansk forsøg foretaget af Nordsjællands Hospital viser samme tendens. (1)

Ifølge Passagerpuls'en føler godt 70 % af de adspurgte i en undersøgelse fra oktober 2021 sig trygge i den kollektive transport. (2) Mindre end hver tiende føler sig utryg. Det samme billede tegnede sig allerede hos Midttrafik i maj 2021 i en undersøgelse, som Silverbullet foretog, mens der stadig var restriktioner i den kollektive trafik. (3)

HOPE-projektets forskning viser, at kunderne i den kollektive trafik fordeler sig i to grupper, hvoraf den ene fortsat vil være utryk, mens den anden er pandemitræt. Det kan skabe spændinger på steder, hvor de personligt bekymrede ikke kan holde afstand til andre, fx i den kollektive trafik. Her ser man i øvrigt fortsat kunder, der bruger mundbind efter, at restriktionerne er ophørte. (4)

44 % har svaret, at de har fået et andet syn på trængsel i den kollektive trafik efter Covid-19 i en undersøgelse, foretaget af Wilke i efteråret 2021. (5)

2.2 Nye transportvaner

Under pandemien har mange kunder skiftet kollektiv trafik ud med bil, cykel eller gang. Ifølge Passagerpulsens undersøgelse fra oktober 2021 har 61 % svaret, at de er skiftet til bil, 52 % til cykel og 13 % til gang. (2)

Midttrafik gennemførte i maj 2021 en tilsvarende undersøgelse i Region Midtjylland. Undersøgelsen viste, at 41 % havde erstattet kollektiv trafik med bil og 20 % med cykel som transportform. (3)

Ifølge Vejdirektoratet steg biltrafikken på vejene i andet halvår 2021 med 1,7 % sammenlignet med andet halvår 2019, mens cykeltrafikken i 4. kvartal 2021 lå 3,0 % over samme kvartal i 2019. (6) Ligesom bilbestanden i Region Midtjylland er steget fra 616.653 biler i 2019 til 648.022 i 2021. (7)

Især skiftet til bil er en udfordring for den kollektive trafik. Når først bilen er anskaffet og afdrag på lån, forsikring og brændstofforbrug er faste udgifter, er det svært for den kollektive trafik at konkurrere på pris, rejsetid og fleksibilitet.

Bilen er danskernes foretrukne transportmiddel. 6 ud af 10 familier har en bil. De seneste 10 år er familiernes rådighed over mere end én bil ifølge Danmarks Statistik steget fra 14,1 % til 17,9 % i 2021. I kommuner som Hedensted, Favrskov og Skanderborg har mere end 30 % af familierne to eller flere biler. (7)

Ifølge trafikforsker ved Aalborg Universitet Marlene Freudendal-Petersen er det ikke tilfældigt, da vores samfund er bygget op omkring en autologik, hvor byplanlægning og infrastruktur favoriserer bilen. Som eksempel kan nævnes Aarhus Universitetshospital, hvor placeringen af de mange parkeringspladser tæt på indgangen medfører, at bus- og letbanekunder skal gå længere for at komme til indgangen. Hun peger på, at byplanlægning i fremtiden skal favorisere den kollektive trafik fremfor bilen, hvis den kollektive trafik skal være mere attraktiv og trængselsproblemerne skal løses.

Samtidig skal der arbejdes med kundedfærd og en mere positiv fortælling om kollektiv trafik. (8)

Den stigende bilrådighed har en række afledte effekter:

- Når flere får biler, vil færre pendle med kollektiv trafik – det gælder også unge, der vælger kollektiv trafik fra og tager bilen til fx ungdomsuddannelsen.
- Børn og unge bliver kørt af forældre i bil, og skal først til at "lære", hvordan man bruger kollektiv trafik, når de starter på en ungdomsuddannelse.
- Der er en sammenhæng mellem bilrådighed og kollektiv trafikdækning. Tendensen til at købe bil nummer to eller tre er større, hvis der ikke er et godt kollektivt trafiktilbud i området.
- Stigningen i bilrådighed betyder også en øget trængsel på vejene. Ikke blot en udfordring for bilister, men især for busserne, da trængsel påvirker fremkommeligheden og har betydning for rettidighed.
- Større CO₂-udledning og mere luftforurening. Privatbilismen står for størstedelen af vejtransportens CO₂-udledning. (18)

Pandemien har sendt mange kunder fra kollektiv trafik ud i den friske luft på cykel eller på gåben. Især cykeltrafikken er øget under pandemien. Vejdirektoratet anslår, at årsagen er bedre vejrmæssige forhold, niveauet af hjemmearbejde på det givne tidspunkt samt det faktum, at den kollektive trafik havde færre kunder som følge af covid-19.

Større brug af cykler gavner klimaet, trængselsproblematikken og folkesundheden. Kollektiv trafik skal ikke konkurrere med cyklen, men søge at være et supplement til cyklen på dage, hvor det regner og når afstanden bliver for lang.

2.3 Hjemmearbejde

Ifølge Passagerpulsens undersøgelse fra oktober 2021 arbejder og studerer 61 % i samme omfang som før pandemien med fysisk fremmøde, mens 30 % skifter mellem hjemmearbejde og fysisk fremmøde. De adspurgte benyttede kollektiv trafik i et eller andet omfang inden Covid-19. (2)

I Midttrafiks undersøgelse fra maj 2021 svarede 16 %, at de rejste mindre med kollektiv trafik på grund af hjemmearbejde. (3)

En undersøgelse fra Dansk Industri viser, at otte ud af ti virksomheder åbner for mere hjemmearbejde efter covid-19. Målet er at fastholde medarbejdere og skabe en bedre work-life balance. Til gengæld er der ifølge

undersøgelsen stor forskel på, i hvilken udstrækning medarbejderne benytter sig af muligheden.

Undersøgelsen viser, at andelen af beskæftigede danskere, der tager hjemmearbejdsdage, befinder sig hovedsageligt i Storkøbenhavn. Mellem 18 og 32 % af arbejdsstyrken i Midttrafiks kommuner har jobfunktioner, hvor det er praktisk muligt at arbejde hjemmefra. (9)

Eksempler på andel af medarbejdere med mulighed for hjemmearbejde i Midttrafiks kommuner: (Dansk Industri)

- Hedensted 18 %
- Randers 20 %
- Skanderborg 24 %
- Aarhus 29 %
- Silkeborg 32 %
- Holstebro 17 %
- Skive 20 %

Jævnfør Danmarks Statistik er omfanget af hjemmearbejde på vej tilbage til normal, da det i Q3 2021 er hhv. 69 % (privat) og 68 % (offentlig), der aldrig har hjemmearbejde. De tilsvarende tal var 74 % og 73 % i Q3 2019. Statistikken viser dog, at de, der nu arbejder hjemme hyppigt (i stedet for af og til), er steget fra 7 % til 13 % (privat) og fra 6 % til 12 % i samme periode. (10)

Et svensk studie viser, at der er sammenhæng mellem rejsemønstre og socioøkonomiske faktorer som fx indtægt, uddannelse og ansættelsesforhold. Ifølge Danmarks Statistik er det brancherne information & kommunikation, finansiering & forsikring samt erhvervs-service, der arbejder mest hjemme. Brancher, hvor bilrådgigheden traditionelt er høj og brugen af kollektiv trafik er lav, hvorimod faggrupper som sygeplejersker og lærere, der ikke kan arbejde hjemme, er mere sandsynlige kunder i den kollektive trafik. (11)

En undersøgelse som Rambøll har gennemført for Midttrafik i november 2021 bekræfter dette. Her nævner respondenterne ikke hjemmearbejde som årsag til nedsat brug af kollektiv trafik, men begrunder i stedet de ændrede transportvaner med sundere vaner, pris, rejsetid, miljøhensyn og skift af job eller bolig. (12)

Der er dog en række afledte effekter:

- Når forældrene arbejder hjemme, kan de unge tage bilen i stedet for bussen.
- Stigning i antallet af hjemmearbejdsdage betyder øget efterspørgsel af fleksible produkter hos både eksisterende og potentielle kunder.

- Stigning i antallet af hjemmearbejdsdage kan betyde, at bil nummer to bliver overflødig og det kan være et kundepotentiale for den kollektive trafik.

2.4 Samfundsnytte

Den kollektive trafik er vigtig for mobiliteten i Region Midtjylland. Den sikrer, at børn, unge, ældre og andre, der ikke har mulighed for at køre bil, kan komme frem til skole, uddannelse, job m.m.

Erhvervslivet har brug for god kollektiv trafik til at transportere og tiltrække medarbejdere til de store virksomheder, som fx Grundfos.

Dansk Industri gennemførte en undersøgelse i september 2020 om kundernes tilbagevenden efter covid-19. Resultatet af undersøgelsen bekymrede i høj grad branchedirektør i DI Transport Michael Svane, der efterfølgende udtalte:

”Hvis flere danskere fravælger den kollektive trafik, kommer vi til at få store problemer. Det går ud over mobiliteten, når danskerne vælger bus og tog fra og i stedet tager bilen. Samtidig er det skidt for samfundsøkonomien, fordi det kan ende med, at flere kommer til at holde i kø på vejene. Vi skal have passagererne tilbage i den kollektive trafik på en sundhedsforvarlig måde. Det kræver, at der sker en koordineret indsats mellem branchens parter. Det er nødvendigt, at transportministeriet sætter sig for bordenden af et sådant arbejde”, siger Michael Svane.

Undersøgelsen blev udført af Epinion og viste blandt andet, at 76 % af danskerne sjældent eller aldrig bruger den kollektive trafik, hvortil Michael Svane udtaler:

”Den kollektive trafik er under pres, og vi kommer ikke uden om, at det kræver investeringer at få skabt et attraktivt kollektivt trafiksystem i fremtiden. Det gælder også investeringer i infrastruktur”. (13)

I forhold til klima og miljø spiller den kollektive trafik en vigtig rolle. CO2 udslippet bliver reduceret, når kollektiv trafik erstatter en bil, der kører på diesel eller benzin. Samtidig bliver den kollektive trafik hele tiden grønnere i takt med, at diesel bliver udskiftet med grønne drivmidler.

Kollektiv trafik er bæredygtigt, både socialt, samfundsøkonomisk og i forhold til miljøet.

3 Hvad er status hos Midttrafik?

3.1 Passagertal og økonomi

Covid-19 har haft stor betydning for indtægtseffekten i Midttrafik, siden nedlukningen i marts 2020. Konsekvenserne har indtil videre overvejende været afbødet af statskompensationen til trafikselskaberne, som foreløbig gælder til og med regnskabsåret 2022.

Passagertallene er medio marts cirka 22 % under 2019-niveau og vil også have indtægtsmæssige konsekvenser for Midttrafik ind i 2022. I årets første to måneder har indtjeningen været reduceret med gennemsnitligt 30 %, hvor den i 2020 og 2021, gennemsnitligt var reduceret med henholdsvis 37 % og 34 % i forhold til 2019.

Midttrafiks økonomiske situation er beskrevet i en særskilt indstilling i materialet til bestyrelsesmødet 1. april 2022.

3.2 Kundefordeling i Midttrafik

Midttrafik har via undersøgelser, passagerdata og indtægter fordelt på kommuner og billettyper forsøgt at kortlægge, hvilke kunder vi har mistet under pandemien.

Nedenstående skema viser, at Midttrafik både før og efter pandemien havde en større andel lejlighedsvis kunder end pendlerkunder. Fordelingen mellem de to kundetyper har ikke rykket sig signifikant under pandemien.

Der har dog været forskydninger blandt billettyperne, hvor kontantbilletterne er faldet mest markant. Dette kan blandt andet skyldes nedlukning af kontantsalget i perioder i 2020 og 2021, hvilket har fået nogle kunder til at vælge Midttrafik app eller rejsekort som billettype og andre til at vælge kollektiv trafik fra.

Udvikling i billettypernes andel

	Andel 2021	Andel 2020	Andel 2019	Andel 2018
Kontantbilletter	25%	24%	30%	33%
Rejsekort	47%	45%	40%	33%
Pendlerkort	20%	24%	22%	22%
MobilKlippekort	8%	7%	8%	11%

Andelen af kunder på rejsekort er tilsvarende steget i perioden. Rejsekort er en velegnet billettype, hvis man ikke rejser dagligt, men fx 2-4 gange om ugen, hvilket modsvarer perioder med hjemsendelse og mere hjemmearbejde i både 2020 og 2021.

Nedenstående tabel sammenligner indtægter fordelt på billettyper i september 2019 og 2021. Ser man bort fra skiftet fra kontantbilletter til

digitale billetter, er der en jævn nedgang i de billettyper, vi tilskriver de lej-
lighedsvisse kunder (rejsekort, klippekort, enkeltbillet) og pendlerne (app
pendlerkort, rejsekort pendlerkort).

Sammenligning af indtægter fordelt på billettyper

	September 2019	September 2021
Salgssteder	788.696	400.527
BAAS-billetautomater	1.611.558	833.247
Kontantsalg i busser	5.039.460	1.822.940
Rejsekort - classic	16.395.009	15.602.933
Rejsekort - pendlerkort	2.747.092	2.586.623
App - Pendlerkort	6.903.624	5.320.505
App - Klippe kort	3.922.318	2.766.713
App - Pendlerklip	-	630.857
App - Enkeltbillet	6.280.655	8.028.418
I alt	43.688.411	37.992.762

En sammenligning af rejsekortindtægter i de forskellige kommuner og regi-
onen viser ikke de store indtægtsforskelle, mens der er mindre regionale
forskelle, når det kommer til passagertallene for februar 2022. Som ek-
sempel vises tal fra bybusbyer i både den østlige og vestlige del af Midttra-
fik.

Den samlede antal passagertal for alle Midttrafiks busser ligger på 78 % af
passagertallet for 2019. (medio marts 2022)

Passagertal i udvalgte bybusbyer - indeks for uge 8 + 9 2022 ift. 2020

Bybussystem	Hverdag	Lørdag	Søndag
Aarhus	82 %	91%	89 %
Herning	75 %	101%	83 %
Horsens	87 %	98 %	98 %
Viborg	83 %	75 %	83 %

Ovennævnte tabeller viser, at Midttrafik har mistet kunder jævnt fordelt
over hele linjen, hvad angår billetprodukter, kundetyper og geografisk.

Det samme er resultatet af en kvantitativ undersøgelse, som Rambøll har
gennemført for Midttrafik vedrørende transportvaner efter covid-19 i no-
vember 2021 med 750 respondenter fra Region Midtjylland. (12)

Udover spørgsmål vedr. transportvaner udleverede respondenterne også
relevante baggrundsinformationer så som alder, køn, geografi, uddannelse,
civil status, beskæftigelse, bilrådighed, arbejdsforhold (hjemme/ude), hvil-
ket giver nogle interessante observationer om kunderne, der rejser sjæld-
nere med bus.

Nedenstående andele indenfor udvalgte karakteristika har alle angivet, at de rejser sjældnere eller meget sjældnere med bus.

Alder:

- 27 % blandt 15-24-årige
- 23 % blandt 25-44-årige
- 20 % blandt 45-64-årige
- 22 % blandt kunder på 65+ år

Uddannelsesniveauer med størst nedgang:

- 31 % blandt kunder med folkeskole som højst gennemførte uddannelse
- 30 % blandt kunder lang videregående uddannelse som højst gennemførte uddannelse

Nedgang blandt de største beskæftigelsesgrupper:

- 26 % blandt kunder, der har angivet beskæftigelse som studerende/elev
- 22 % blandt kunder, der har angivet fuldtidsarbejde
- 23 % Blandt kunder, der har angivet deltidsarbejde
- 23 % blandt kunder, der har angivet pensionist

Bilrådighed:

- 24 % blandt kunder med adgang til og mulighed for at benytte bil
- 20 % blandt kunder uden adgang til bil

Civilstatus med størst nedgang:

- 26 % blandt kunder, der har angivet "bor sammen med mine forældre" under civilstatus

4 Hvad vil kunderne have?

Kunderne forsvandt fra den kollektive trafik på grund af covid-19, men der skal helt andre ting til at få dem tilbage.

4.1 Mere attraktiv kollektiv trafik

4.1.1 Et godt grundprodukt

Silverbullet gennemførte i maj 2021 en undersøgelse for Midttrafik af, hvad der skulle få kunderne til at komme tilbage efter covid-19. På daværende tidspunkt var der stadig restriktioner i den kollektive trafik. Udover tryghedsskabende tiltag som, at andre kunder udviste den rette adfærd, hyppig rengøring, mundbind og færre passagerer, efterspurgte kunderne de samme ting som før covid-19: (3)

- Lavere billetpriser
- Let tilgængelig information om ankomst- og afgangstider
- Flere afgang
- Færre forsinkelser
- Kortere rejsetider

Kunderne har altså fortsat ønsker til forbedring af grundproduktet. I forbindelse med undersøgelsen om transportvaner fra november 2021 (12) og Passagerpulsens undersøgelse fra oktober 2021 (2) har kunderne nævnt en række potentielle tiltag, der kan gøre den kollektive trafik mere attraktiv i en ny normal.

4.1.2 *Fleksible billetløsninger*

Kunderne efterspørger fleksible billetløsninger på grund af mere hjemmearbejde og ændrede rejsemønstre fx i forbindelse med samkørsel en dag og kollektiv trafik den næste. Helt konkret efterspørges billetter, der er billigere uden for myldretiden, fleksible billettyper på tværs af geografi og billetter, der kombinerer forskellige transportmidler.

Midttrafik har lanceret PendlerKlip til Midttrafiks busser, Letbanen og Midtjyske Jernbaner, som dog ikke er markedsført særlig meget under pandemien. DSB har lanceret Pendler20, som er et fælles billetprodukt til bus, tog, metro og letbane. Rejsekortet er ligeledes en fleksibel billetløsning. Med et rejsekort kan kunderne rejse billigere uden for myldretiden og i hele Danmark.

4.1.3 *Busindretning og cykelmedtagning*

Kunderne peger på mere komfortable sæder, mere afstand mellem sæderne, borde til at arbejde ved og stillezoner, hvis den kollektive trafik skal være mere attraktiv.

Transport til og fra den kollektive trafik er et fokuspunkt hos aktørerne (first-and-last mile), da det ofte er en barriere for at tage kollektiv trafik.

I Midttrafiks undersøgelse peger 16 % på muligheden for at medtage cykel i bus, tog eller letbane som noget, der kan få dem til at anvende kollektiv trafik oftere. (12)

Ønsket er særlig udbredt blandt respondenter under 25 år og respondenter, som bor i en by med mere end 100.000 indbyggere.

4.1.4 *Bedre faciliteter ved stoppesteder*

Især pendlerne ønsker sig bedre faciliteter ved stoppestederne. Det omfatter gode siddemuligheder, sikker cykelparkering og læ for regn og blæst.

4.1.5 *Park and ride*

Potentielle kunder og kunder, der er begyndt at rejse mindre efter covid-19, efterspørger i højere grad gode løsninger for at kombinere kollektiv trafik med bilen via park and ride anlæg.

4.2 Hvorfor vælger kunderne kollektiv trafik?

Ifølge undersøgelse om transportvaner fra november 2021 vælger kunderne kollektiv trafik af følgende årsager: (12)

- Den hurtigste måde at komme frem (51 %)
- Ingen skift undervejs (26 %)
- Billigst (25 %)
- Miljø- og klimahensyn (15 %)
- God transportoplevelse/uden trængsel (13 %)

4.3 Særligt fokus på unge-målgruppen

Midttrafik har et særligt fokus på unge, som udgør cirka 30 % af Midttrafiks kunder.

I Danmark har der de seneste 10 år været en tendens til, at unge mennesker fravælger at pendle med bus og tog til deres ungdomsuddannelser til fordel for at køre med bil.

Børn og unge er fremtidens kunder. Det er vigtigt, at de får et kendskab til den kollektive trafik, så de også i fremtiden vælger bus, tog eller letbane som transportform.

Flere trafikselskaber har undersøgt unge menneskers transportbehov og vaner for at finde ud af, hvordan de skabe et mere attraktivt tilbud.

Vigtige findings:

- Det er ikke cool at rejse med kollektiv trafik. Især bussen har et dårligt image hos de unge. Metroen bliver fremhævet som et transportmiddel, der appellerer til unge. (14)
- Kollektiv trafik bliver opfattet som en dyr transportform. Det skyldes blandt andet, at unge ikke medregner andre udgifter til bil end brændstof, når de sammenligner priser. (15)
- Længere rejsetid end med bil, som er mere fleksibel og giver en følelse af frihed. (16)
- Ventetiden er et problem – alt over 15-20 minutters ventetid på bussen er spild af tid. (16)
- Kollektiv trafik er et voksent miljø og på voksnes præmisser. De unge vil gerne sidde sammen med deres kammerater. Det er vigtigt, at de føler sig velkomne. (16)
- Unge vil gerne bruge offentlig transport, men føler sig til en vis grad usikre og vil gerne have råd og hjælp – ikke bare links til hjemmesider. (14)

- Det er dyrt at købe et Ungdomskort, fordi man skal forudbetale og binde sig for minimum 30 dage. (16)
- Nogle unge er klimabevidste forbrugere og ønsker, at samfundet investerer mere i kollektiv trafik, fx flere afgang på lokalruter. (17)
- De unge er bange for at komme for sent til uddannelse og få fravær, når de rejser med kollektiv trafik. (16)

5 Hvad har Midttrafik indflydelse på?

Midttrafik planlægger og administrerer den kollektive trafik i region Midtjylland inden for de økonomiske rammer, som kommuner og region tildeler kollektiv trafik.

I forhold til samfundsmæssige tendenser og kundernes ønsker har Midttrafik ikke mandat eller råderum til at løse de udfordringer, som kollektiv trafik møder i kampen om kunderne med bilen. Strategiplan 2021-2024 peger på særlige fokusområder inden for emner, som Midttrafik har indflydelse på.

5.1 Markedsføring og branding af kollektiv trafik

Midttrafik skal helt op på den store klinge for at forbedre den kollektive trafiks image i region Midtjylland. Kampagner skal fortælle den gode historie om kollektiv trafik med stor eksponering i medier, der rammer bredt. Der er to spor: Reelle fordele ved kollektiv trafik som fx brug din rejsetid, spar penge, slip for stress i lange bilkøer, nem parkering etc. og holdningskampagner, der omhandler klima, samfundsnytte/ansvar og trængselsproblemer med udgangspunkt i den enkeltes borgers bidrag, fx ved CO₂-besparelse. Bilbranchen er mester i at fortælle om fordelene ved bilen. Det skal vi også være.

Imagekampagner skal køre i særlige unge-spor og lægge vægt på de ting, der er vigtige for de unge – særligt uddannelsessøgende.

Derudover skal der køres taktiske produktkampagner for at udbrede kendskabet til billettyper, Midttrafik live, Letbanen, cykelmedtagning, elbusser m.m. overfor alle målgrupper: pendlere, unge, lejlighedsvis kunder og potentielle kunder.

Unge skal hjælpes i gang med den kollektive trafik. Dagsbilletter og andre gode tilbud skal lokke nye kunder ind i den kollektive trafik, så de rejser med os bare engang i mellem. Vi skal arbejde for, at bussen bliver top-of-mind, når bilen er på værksted, sociale aktiviteter, familieturen, byturen og andre oplagte lejligheder, hvor bilen ikke nødvendigvis er den bedste transportform.

De taktiske produktkampagner skal informere potentielle kunder om, at vi allerede har nogle af de ting, de efterspørger: billigere billetter uden for myldretiden (rejsekort og pensionistkort), fleksible billetter (PendlerKlip og rejsekort), cykelmedtagning m.m.

Midttrafik skal give kunderne en fornemmelse af tryghed ved at benytte en 'show-it-dont-tell-it' strategi med hyppig rengøring, udluftning og adfærd igennem nudging.

Midttrafiks markedsføringsindsats er dog betinget af, at der ikke opstår en ny omgang covid-19 i efteråret. Dette kan medføre begrænsninger på markedsføring, mens der fortsat kan arbejdes videre med øvrige tiltag, som fx busindretning.

5.2 God basiskvalitet på grundproduktet

Markedsføring og branding kan ikke stå alene, men skal være understøttet af et godt grundprodukt.

Midttrafik skal derfor fortsætte med initiativer, der fastholder og forbedrer kvaliteten i og omkring den kollektive trafik i Midtjylland helt ud i sidste led, hvor chaufføren møder kunden.

Rettidighed er en vigtig forudsætning for kundernes tilfredshed og for at nedbryde ikke-kunders fordomme om, at den kollektive trafik aldrig kommer til tiden. Midttrafik overvåger systematisk rettidigheden og kommer med anbefalinger til kommuner og regioner om, hvad de kan gøre for at sikre bus til tiden. Især i byerne er bussernes rettidighed udfordret af trængsel fra de mange biler på vejene.

Midttrafik planlægger den kollektive trafik, så kunderne får mest muligt kollektiv trafik for pengene. Målet er robuste køreplaner, der sikrer færre forsinkelser og så kort rejsetid som muligt. Det er dog kommuner og region, der bestemmer serviceniveauet i forhold til antal afgang på en rute.

Kunderne skal modtage god service, når de kontakter Midttrafik via de sociale medier, telefonen eller ved personligt fremmøde på Midttrafik Kundecenter. Selvom det er kontakten på de sociale medier, der vinder frem, ønsker Midttrafik at møde kunderne i øjenhøjde med et mobilt kundecenter.

5.3 Tryghedsskabende tiltag

Midttrafik skal gennem kontrakter med busselskaberne sikre ekstra rengøring og udluftning, så kunderne oplever rene busser og godt indeklima, og dermed bliver trygge i forhold til smitte.

På Midttrafik live har kunderne mulighed for at se, hvor mange der er med bussen, inden den kommer til stoppestedet. Det giver kunderne mulighed for at vælge en anden afgang, hvis de er utrygge i en fyldt bus. Passagerpulsens undersøgelse fra oktober 2021 viser dog, at kunderne sjældent vælger en ændring af rejsevej, hvis det samtidig betyder en forlængelse af rejsetiden. (2)

Som udgangspunkt er der mest plads i bus, tog og letbane uden for myldretiden. Midttrafik kan via markedsføring af billettyper, der er billigere uden for myldretiden, forsøge at ændre kundernes rejseadfærd. Både pensionistkort og rejsekort er gode billetformer for de ældre, der oftest er mest utrygge og har mulighed for at rejse uden for myldretiden.

I forhold til tryghed i forhold til overfald eller lignende har Midttrafik overvågning i alle busser og kan indsætte ekstra kontrollører, hvis der er behov for det, ligesom der samarbejdes med relevante myndigheder.

Midttrafik har ikke mandat til at nedsætte kapaciteten i bus, tog og letbane eller ændre på busindretningen, så der bliver mere afstand mellem kunderne.

5.4 Billetter og priser

Midttrafiks indflydelse på priser og billetter er begrænset på grund af Takst Vest-samarbejdet med trafikselskaber og togoperatører, hvor rejsekort, Ungdomskort og pendlerkort er fælles produkter, ligesom rabatsatserne på børn og pensionister er politisk besluttet.

Midttrafik har egen billetapp, hvor enkeltbilletter og klippekortet er prissat af Takst Vest-samarbejdet, mens der er mere frie rammer med de kommercielle produkter, hvor det er Midttrafiks bestyrelse, der fastsætter taksterne. Det er fx dagsbilletter, kombinationsbilletter, cykelbilletter, pensionistkort m.m. I den forbindelse har Midttrafik lanceret PendlerKlip som et godt alternativ til de kunder, der både arbejder ude og hjemme.

Kunderne efterspørger fleksible billetprodukter. Her kan Midttrafik tilbyde PendlerKlip og rejsekort.

DSB har lanceret Pendler20 som et fælles produkt for alle trafikselskaber og togoperatører. Undersøgelser viser, at kunderne efterspørger fleksible produkter, men salget af Pendler20, som er markedsført massivt viser det modsatte. Nogle kunder begrundes det med, at 20 rejsedage er for lidt på 2 måneder, fordi de har svært ved at forudsige, hvor meget de skal rejse.

PendlerKlip er Midttrafiks klippekort til de kunder, der arbejder skiftevis hjemme og ude. Salget er indtil nu begrænset, men produktet er ikke blevet markedsført under pandemien. PendlerKlip kan kun bruges til Midttrafiks busser, Letbanen og Midtjyske Jernbaner. Der er ikke tidsbegrænsning

på klippene, som der er ved Pendler20, og klippene er billigere, fordi de ikke er gyldige til DSB og Arriva tog.

5.5 Cykelmedtagning

Midttrafik kan i dag tilbyde cykelmedtagning i alle bybusser uden for Aarhus, i Letbanen, i Midtjyske Jernbaner og i regionalbusser uden lavguld mod betaling og uden for myldretiden. Derudover er der planlagt et pilotforsøg med gratis cykelmedtagning i rute 100 i hele driftsdøgnet. Forsøget skal gøre Midttrafik klogere på behov og efterspørgsel i Aarhus med henblik på at indføre cykelmedtagning i Aarhus bybusser (Midttrafiks undersøgelse viser, at interessen er højest hos unge i Aarhus). Med den nuværende indretning kan Midttrafiks lavguldsvbusser ikke medtage cykler, da flexarealet er for lille. I forsøget på rute 100 bliver flexarealet bygget om, så der bliver plads til cykler. Midttrafik får derfor indsigt i, om der i fremtidige kontrakter skal tages højde for cykelmedtagning i bussernes indretning. Det er i sidste ende ejerne, der beslutter og finansierer den fremtidige busindretning.

5.6 Busindretning

I forbindelse med indkøb af nye regionale elbusser, bliver der monteret bagagenet og arbejdsborde i busserne. Den nye busindretning sker på baggrund af den store unge-undersøgelse, som Midttrafik har gennemført sammen med regionen og otte midt-vestjyske kommuner. Midttrafik skal arbejde aktivt med busindretning, så rejsen bliver mere komfortabel. Der kan eventuelt arbejdes med forskellige serviceniveauer. Midttrafik skal vurdere, hvor det giver størst effekt med cykelindretning, borde, bedre plads mellem sæderne osv.

Midttrafik ønsker også fremadrettet rådgive kommuner og region om, hvordan ny busindretning kan tiltrække kunder, og starter i løbet af foråret et projekt op, der skal undersøge efterspørgsel og muligheder for den fremtidige busindretning. I sidste ende er det dog ejernes beslutning, da nye former for busindretning kan medføre dyrere kontrakter.

5.7 Stoppesteder og Park and ride

Midttrafik kan rådgive kommuner og region i, hvordan de kan etablere gode stoppestedforhold, knudepunkter og park and ride anlæg. Midttrafik har en stoppestedspulje, hvor kommuner og region kan søge om 50 % finansiering til forbedring af stoppesteder, fordi Midttrafik ønsker at give ejerne incitament til forbedringer, der gavner den kollektiv trafik. Midttrafik ønsker mere indflydelse på stoppestedernes indretning, men det er i sidste ende ejernes beslutning.

5.8 Bedre Flextrafik

Midttrafik arbejder på at harmonisere Flextrafik, så kunderne får et produkt, der er kundevenligt i bestilling, betaling og en god kørselsoplevelse. Et velfungerende Flextrafik-produkt kan sikre fleksibel kollektiv trafik på landet og de tyndt befolkede områder. Blandt andet for de unge, der kan have svært ved at komme til fritidsaktiviteter i det nuværende tilbud. Flextrafik kan også være et supplement til den øvrige kollektive trafik, hvis der er langt til et stoppested eller en station.

6 Hvor ser Midttrafik et potentiale?

Strategiplanen 2021-2024 indeholder en række strategiske indsatsområder, som Midttrafik skal omsætte til konkrete indsatsområder i en virksomhedsplan og 4 strategiske mål: Flere tilfredse kunder, dygtige leverandører, tilfredse bestillere og en kompetent og effektiv organisation.

- Grøn omstilling
- Fremkommelighed
- Bedre stoppesteder
- Bedre flextrafik
- Digitalisering
- Ny normal

De strategiske indsatsområder dækker på tværs af de fleste af kundernes ønsker. Midttrafik har nedbrudt ønsker og strategi til en række indsatser, der potentielt kan gøre den kollektive trafik mere attraktiv på både kort og lang sigt.

6.1 Samarbejde med virksomheder

I takt med den stigende trængsel på vejene og et større pres for grønne løsninger, er der potentielt en mulighed for, at større virksomheder begynder at interessere sig for, hvordan deres medarbejdere transporterer sig på arbejde. Helt konkret har Midttrafik modtaget henvendelser fra Arla Foods, AUH og Kamstrup/Skanderborg Kommune.

Midttrafik ser en mulighed i et samarbejde, hvor vi tilbyder en god kollektiv forbindelse, målrettet information, særlig service og gode billetmuligheder. Eventuelt også forsøgsordninger med busindretning, der giver bedre muligheder for at arbejde, medbringe cykler eller andre behov. Virksomheden skal modsat give medarbejderne incitament til at bruge den kollektive trafik. Fx ved at lade rejsetid være arbejdstid, belønne nedsat CO₂-udledning, bedre adgangsveje til stoppesteder, investere i en Rejseplan infoskærm m.m.

Samarbejdet kan resultere i god PR for både Midttrafik og den gældende virksomhed.

6.2 Tiltag til de unge

Som tidligere skrevet er det kritisk, at de unge fravælger kollektiv trafik til fordel for bilen. Midttrafik har derfor nedsat en særlig Unge-projektgruppe, der på tværs af afdelinger skal arbejde på tiltag, der kan gøre den kollektiv trafik mere attraktiv for de unge og ændre den uheldige udvikling, hvor unge fravælger kollektiv trafik.

Midttrafik ser blandt andet et potentiale i at påvirke både unge og forældre til at bruge den kollektive trafik på et tidligere stadie end i dag. Børn og unge bliver kørt i bil størstedelen af tiden og har ingen kendskab til den kollektive trafik hjemmefra. Ved at samarbejde med folkeskolerne kunne Midttrafik lære børn og unge om kollektiv trafik ved hjælp af undervisningsmaterialer til både de mindre klasser og udskoling. Der kunne være en Bussens dag, hvor en chauffør kommer ud og viser, hvordan man skal sidde i en bus. Og materialer til uddeling på forældremøder, der opfordrer til at tage en tur med bus, tog eller letbane sammen med deres børn.

Allerede i dag bliver der samarbejdet med uddannelsesinstitutioner vedr. ringetider m.m. Samarbejdet kunne udvides med udvalgte uddannelsesinstitutioner på samme vilkår, som med virksomhederne. Midttrafik indsætter en bedre kollektiv trafik, fx uden skift, med arbejdsborde, en mere ungdommelig indretning m.m. Uddannelsesinstitutionen giver incitament til eleverne til at bruge kollektiv trafik ved fx ikke at give fravær, hvis man kommer med bus, indskrænke parkeringspladser, gratis kaffe og andre fordele.

Unge-projektgruppen vil også kigge på, hvad Midttrafik kan gøre i forhold til rabatter og fordele for unge i Midttrafiks område. Trafikselskaberne samarbejder om at gentænke rabat til unge kunder på forskellige parametre. Der er især behov for at forbedre Ungdomskortet, som møder kritik fra de unge vedr. bestillingsflow og fleksibilitet.

6.3 Adfærdsændrende tiltag

Transportvaner er påvirket af mange faktorer. Blandt andet alder, familie, livssituation, økonomi, erfaringer og holdninger til transport. Mange kører mest på autopilot og er mest modtagelige for at ændre transportvaner i forbindelse med store forandringer i livet. Det kan være flytning, nyt arbejde, studiestart, kørekort, hjemmearbejde m.m.

Ifølge Marianne Weinrich fra Rambøll, der har arbejdet med bedre mobilitet i mange år, kan man påvirke ændringen af transportvaner ved at ændre den fysiske infrastruktur, fx gøre det lettere, billigere at bruge kollektiv trafik og sværere at bruge biler. Midttrafik kan gennem kampagner og information bidrage til ændrede normer og kunders virkelighedsopfattelse. Det er vigtigt, at Midttrafik hjælper og støtter folk med at gøre det nemmere at bryde vaner, når de er mest modtagelige for det.

Den bedste måde at ændre folks transportvaner, er at få dem til at bruge kollektiv trafik. Hun anbefaler derfor, at Midttrafik iværksætter adfærdsændrende tiltag som fx forsøg med gratis bus i en periode, forsøge med kombination af cykel og bus i en periode eller direkte linjer for unge til uddannelse i en periode.

Andre metoder til at få nye kunder til at bruge den kollektive trafik kan være kraftig markedsføring af gode billettilbud, som fx billige dagsbilletter, tag en ven med gratis, hvis du har Ungdomskort eller særkørsler til arrangementer som fx Northside, Smukfest og lignende.

6.4 Stoppesteder, park and ride og knudepunkter

Passagerpulsens seneste undersøgelse af "Danskerne og kollektiv transport 2021" peger på, at udvikling i form af mere tryghed, bedre parkeringsmuligheder og bedre tilgængelighed kan medvirke til, at nogle passagerer vil benytte kollektiv transport mere.

Midttrafik ønsker at tilbyde kunderne en god modtagelse i form af faciliteter, der skaber tryghed, tilgængelighed, komfort og bekvemmelighed. Moderne stoppesteder er samtidig et positivt udstillingsvindue for den kollektive trafik i forhold til nye kunder.

Stoppestederne skal tilbyde faciliteter, der gør det let for kunderne at bruge kollektiv trafik i kombination med andre transportformer som cykel, bil, løbehjul etc. Det gælder både almindelige stoppesteder, stationer og knudepunkter. Midttrafik har både en stoppestedsmanual og en stoppestedspulje, der kan bidrage med input til kommunerne ved forbedringer, ny infrastruktur, byfornyelsesprojekter eller eksisterende knudepunkter.

6.5 Bedre mobilitet

Trafikplan for Midttrafik 2023-2026 bliver et af de vigtigste værktøjer til at udstikke retningen for udviklingen af den kollektive trafik. Med udgangspunkt i kundernes virkelighed skal planen anvise, hvordan den samlede kollektive trafik skal styrkes og sammentænkes i de kommende år. Målet er et styrket mobilitetsbillede, der skal gøre det lettere for borgerne i Region Midtjylland at komme omkring.

Planen skal udstikke retningen for udvikling af et hovednet og bidrage til et optimalt sammenspil af hovedlinjer, bybus, lokalruter, flextrafik og bredere mobilitetsløsninger, der bliver understøttet af den fysiske infrastruktur på veje og stoppesteder.

6.6 Busprioritering

Kollektiv trafik bliver mere attraktivt, hvis der sker forbedringer af grundproduktet, så kunderne oplever, at de kommer hurtigere frem. Det kan ske ved at lade bussen komme foran bilen i trafikken, fx gennem signalprioritering, busbaner, fremrykning af stoppesteder eller ved at investere i BRT eller letbane på strækninger, hvor biltrafikken er tæt.

6.7 First and last mile

Kunderne opfatter det som en barriere, hvis der er langt til stoppestedet eller besværlig adgang. Der er lanceret flere kommercielle løsninger til at løse denne problematik på markedet, fx elløbehjul og elcykler, som typisk er placeret ved stationer i større byer. Kommuner, store virksomheder eller

en industripark har også mulighed for at indgå aftaler med udbydere. Midttrafik kan have en aktiv rolle og i samarbejde med fx en kommune udvikle et koncept, der kan udbredes til andre kommuner.

6.8 Mere hjemmearbejde

I takt med højere priser på brændstof og øget hjemmearbejde er der sandsynlighed for, at nogle familier begynder at kigge på bilrådigheden derhjemme. Det er dyrt at have en bil stående i garagen, hvis man kun bruger den 2-3 dage om ugen. Her er kollektiv trafik et godt alternativ. Midttrafik skal dog nok skubbe til den beslutning ved at kommunikere om kollektiv trafiks fordele og fleksible billetter.

6.9 Onboarding af lejlighedsvisende rejsende

Skal Midttrafik have flere og nye lejlighedsvisende kunder, skal vi gøre det lettere for dem at bruge den kollektive trafik med god information og lettere adgang til kollektiv trafik. Med Midttrafiks nye mobile kundecenter er det muligt pro-aktivt at opsøge og komme i kontakt med nye kunder. Blandt andet unge på ungdomsuddannelser. En anden mulighed kunne være events med busguider på større stationer fx ved studiestart, juleshopping, natbusser, koncerter og andre begivenheder, hvor nye kunder skal bruge kollektiv trafik første gang. Midttrafik har i dag to app's, som kunderne er glade for – Midttrafik app og Midttrafik live. Ved hjælp af nye funktioner kunne vi gøre det mere trygt for nye og lejlighedsvisende kunder, fx hvis Midttrafik live kunne meddele, hvornår kunden skulle stå af bussen.

6.10 Større incitament til ejerne

Midttrafik ønsker en bedre vidensdeling af gode mobilitetsprojekter mellem ejerne. I dag er der Fagligt Forum og Midttrafiks nyhedsbrev. Midttrafik arbejder på en mobilitetshåndbog med best practice eksempler, der sammen med ejernes mobilitetsprojekter kan deles på en fælles vidensportal på midttrafik.dk. Vidensportalen skal inspirere andre ejere og give incitament til at investere i kollektiv trafik, ligesom der kan laves webinarer om udvalgte mobilitetsprojekter.

7 Hvad skal ejerne bidrage med og hvad kræver politisk handling?

Passagerpuls anbefaler: "at der findes økonomiske løsninger, der gør det muligt at opretholde drift og service på uforandret niveau, indtil pandemi-frygten er aftaget i væsentlig grad og der er potentiale for, at kunderne er vundet fuldt tilbage. En situation, hvor trafiksselskaberne bliver tvunget til at skære ned på ruter og afgang i 2022 og nærmeste år på grund af usikkerhed om indtægtsgrundlaget, vil være begyndelsen på en skadelig og negativ spiral for den kollektive transport og klimaet". (2)

Det er derfor vigtigt, at kommuner og region sikrer et godt serviceniveau, så kunderne møder et attraktivt udbud af kollektiv trafik.

7.1 Investering i kollektiv trafik

Midttrafik kan ikke alene vinde kunderne tilbage til den kollektive trafik. Kundernes ønsker til den kollektive trafik kræver, at den kollektive trafik bliver prioriteret i ejernes budgetter og i planlægning af byrum og infrastruktur. Derudover skal kollektiv trafik på den politiske agenda. Der er mange gevinster ved, at flere borgere bruger den kollektive trafik. Det er bedre for trængslen på vejene, bedre for klimaet og bedre for fremtiden, hvis unge foretrækker kollektiv trafik frem for bilen. Der skal investeres i den kollektive trafik, og i en årrække vil det være nødvendigt at acceptere en lavere finansieringsgrad.

7.2 Samarbejde med Midttrafik

Ejerne skal samarbejde med Midttrafik om bedre stoppesteder, park and ride, knudepunkter, fremkommelighed og markedsføring af den kollektive trafik. Midttrafik har gode værktøjer til at indgå i dialog og data til at understøtte argumenter i en eventuel ansøgning/indstilling til by- og regionalråd.

Kommuner og region kan bidrage med at give borgerne større incitament til at bruge kollektiv trafik til kulturinstitutioner, borgerservices, biblioteker, sygehuse etc. ved at informere om muligheder om kollektiv trafik fremfor parkeringsinfo ved indkaldelser, på hjemmesider, i foldere, annoncering m.m.

7.3 Tidlig inddragelse af Midttrafik

Midttrafik ønsker at blive inddraget allerede i planprocessen af større anlægsarbejder. Her kan vi blandt andet bidrage med data om fortætning, input til nye stoppesteder og gode stiforbindelser/adgangsforhold til kollektiv trafik. En ændring af byplanlægning og infrastruktur, der tilgodeser kollektiv trafik fremfor biltrafikken kan bidrage til, at flere kunder vælger kollektiv trafik. Det kan fx gøres ved at lade bussen stoppe ved hovedindgangen og dermed nudge borgerne til at tage det rigtige valg i forhold til trængsel og klima.

7.4 Puljemidler

Kommuner og region bør i højere grad ansøge om puljemidler til projekter, der gør den kollektive trafik mere attraktiv. Ejerne skal selv drive ansøgning og projekter, men Midttrafik ønsker at bidrage ved pro-aktivt at foreslå puljemidler, idégenerering, rådgivning om løsninger og deltagelse i projektgrupper.

Gode eksempler er Region Midtjyllands deltagelse i et nordisk Interreg-samarbejde om fremtidens mobilitet og Viborg Kommune, der har fået støtte fra Trafik-, Bygge- og Boligstyrelsen til forbedring af cykelparkering ved banegård og rutebilstation.

8 Referenceliste

- (1) UITP (2020). *Public transport is covid-safe*. Hentet fra <https://cms.uitp.org/wp/wp-content/uploads/2020/10/Policy-Brief-PTisCOVID-Safe.pdf>
- (2) Passagerpuls: Kommer passagererne tilbage efter covid-19 (oktober 2021)
[file:///C:/Users/brc/Downloads/pp_rapport_kommer_passagererne_tilbage_efter_covid_19_final%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/brc/Downloads/pp_rapport_kommer_passagererne_tilbage_efter_covid_19_final%20(2).pdf)
- (3) Midttrafik (Silverbullet) Kollektiv trafik under og efter covid-19 (juni 2021)
- (4) Artikel i Stiften <https://stiften.dk/artikel/professor-farvel-til-restriktioner-giver-gro-bund-for-konflikter>
- (5) Wilke: Tilbage fra corona – Normal eller new normal (februar 2022)
- (6) Vejdirektoratet: <https://www.vejdirektoratet.dk/side/trafikkens-udvikling-i-tal>
- (7) Danmarks Statistik: <https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/transport/transportmidler>
- (8) Rambøll: Workshop om styrket kollektiv trafik efter covid-19 (februar 2022)
- (9) Dansk Industri: <https://www.danskindustri.dk/arkiv/analyser/2021/11/den-nye-normal-100000-flere-arbejder-hjemme/>
- (10) Danmarks Statistik: <https://www.dst.dk/da/Statistik/nyheder/analyser-publ/nyt/NytHtml?cid=33324>
- (11) Almlöf, E., Rubensson, I., Cebecauer, M. og Jenelius, E. (2021). Who Continued Traveling by Public Transport During COVID-19? Socioeconomic Factors Explaining Travel Behaviour in Stockholm 2020 Based on Smart Card Data. Hentet fra <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3689091>
- (12) Midttrafik/Rambøll: Undersøgelse af borgernes transportvaner og -behov (november 2021)
- (13) Dansk Industri: Dansker forventer at bruge den kollektive trafik mindre end før coronakrisen (september 2020)
- (14) DOT: Fastholdelse af de unge (august 2021)
- (15) FynBus: Ungeundersøgelse
- (16) Midttrafik (Jysk Analyse): Undersøgelse af unges transportvalg (februar 2021)
- (17) Unge Klimarådet: [https://kefm.dk/Media/637610746885753968/anbefalinger%20til%20adf%C3%A6rd%20\(web-tilg%C3%A6ngelig\).pdf](https://kefm.dk/Media/637610746885753968/anbefalinger%20til%20adf%C3%A6rd%20(web-tilg%C3%A6ngelig).pdf)
- (18) Energistyrelsen: https://ens.dk/sites/ens.dk/files/Basisfremskrivning/4a_kf21_sektornotat_-_transport.pdf