



Midttrafik

Afrapportering pendlerbus projekt Passagerpuljen

Februar 2010

Midttrafik

Affrapportering pend- lerbus projekt Passagerpuljen

Februar 2010

Indholdsfortegnelse

1.	Indledning	3
2.	Konklusion på kundeanalyse	4
2.1	Ændringer af markedsgrundlag	6
3.	Konklusion på markedsføringsplan	9
3.1	Målsætning for pendlerruten	9
3.2	Målsætning for markedsføringskampagnen	9
3.3	Målgrupper	10
3.3.1	Uddannelsespendlere	10
3.3.2	Erhvervspendlerne	11
3.3.3	Målgrupperne i overblik	11
3.4	Budskaber	12
3.5	Medier	13
3.5.1	Midttrafiks egne medier	14
3.5.2	Købte medier	14
3.5.3	Timing	16
3.6	Budget	16
4.	Resultat af planlægningen	17
5.	Resultat af udbudsovervejelser	22
5.1	Kravspecifikation for pendlerruten	22
5.1.1	Særlige bestemmelser	22
5.1.2	Markedsføring	23
5.1.3	Udstyr i bussen	23
5.1.4	Bustype, busstørrelse mm.	23
5.1.5	Andre forhold	24
6.	Efterspørgsels og økonomiberegninger	24
7.	Beskrivelse af koncept for pendlerruten	27

1. Indledning

Der har i Århus området gennem en årrække været en stærk stigning i pendlingstrafikken til og fra byen. Trafikken har ikke udelukkende været rettet mod centrum, idet erhvervsstrukturen har ændret sig meget i retning af at erhvervsområder er blevet placeret i udkanten af Stor-Århus. Den største udvikling er sket i Århus Nord/Skejby området. Infrastrukturen er derfor blevet meget belastet i dette område, og på trods af at infrastrukturen der udbygges må man alligevel forudse, at den vil blive stærkt belastet om nogle år, når erhvervsområdet er blevet yderligere udvidet.

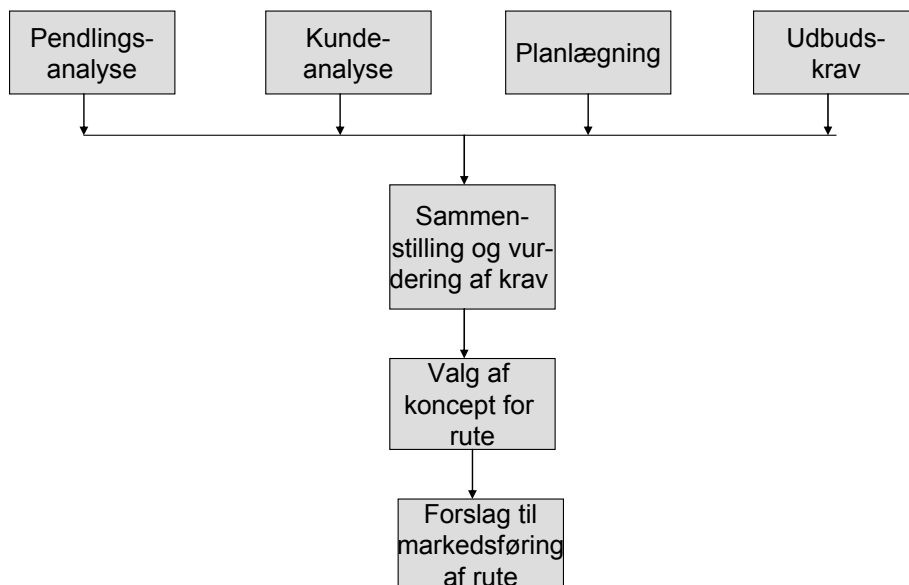
Den regionale kollektive trafik mod Århus er i høj grad rettet mod centrum, og derfor vil det ofte være besværligt at komme til erhvervsområder i kanten af Stor-Århus, hvis ruten ikke tilfældigt passerer forbi. Midttrafik har iagttaget at den kollektive trafik f.eks. mellem Silkeborg og Århus ikke har kunnet aflaste trafikken til Århus Nord. Forbindelserne mellem de to byer er ellers ret frekvente, idet der både er en togforbindelse Silkeborg – Skanderborg – Århus og to direkte busruter:

- Rute 113: Silkeborg – Galten – Århus
- Rute 913X: Silkeborg – Århus

For både togforbindelsen og busforbindelserne gælder det, at man kun kan komme til Århus Nord via et eller to skift, og transporttiden ligger mellem 70 og 90 minutter, hvilket betyder, at stort set alle pendlere vælger bilen.

På den baggrund besluttede Midttrafik, at iværksætte forprojektet for at undersøge muligheden for at etablere en direkte pendlerrute Silkeborg – Galten – Århus Nord, som kan befordre erhvervspendlere og uddannelsespendlere fra Silkeborg området og fra Galten området til Århus Nord.

På baggrund af en bevilling fra passagerpuljen blev der iværksat en række aktiviteter med det formål at undersøge underlaget og mulighederne for en sådan rute. I figur 1 er der vist fremgangsmåden i projektet:



Figur 1: Fremgangsmåden i projektet

For hver af analyserne er der udarbejdet en selvstændig rapportering enten i form af rapporter kunde- og pendlingsanalyserne og markedsføringsplanen. Udbudskravene er dokumenteret i et notat, og de konkrete planer med ruten er dokumenteret i form af køreplaner, vognplaner og kort.

Konceptudformningen er drøftet på grundlag af de krav der er opstået i forhold til analyser, planlægning og forberedelse af udbudsproces. Konceptet er dokumenteret i denne afrapportering i afsnit 7.

2. Konklusion på kundeanalyse

Kundeanalysen er gennemført på et grundlag som baserer sig på en tese om at der er et behov for en hurtig direkte forbindelse, der kan transportere pendlere fra Silkeborg og Galten området til Århus Nord. Derimod har der ikke været nogen forventning om at der skulle etableres forbindelser uden for de normale tidspunkter for pendlingstrafikken.

Transportmulighederne i dag er dækket af henholdsvis togforbindelser mellem Silkeborg og Århus og regionalruter mellem Silkeborg og Århus. Dog er Galten området ikke dækket af togforbindelsen som går via Skanderborg. Det gælder for både tog og busforbindelser mellem Silkeborg og Århus, at man kører via Århus centrum, og der skifter til busser til Århus Nord (ét eller to skift). Det er meget lidt attraktivt, så næsten ingen af respondenterne anvender kollektiv trafik mellem hjem og arbejde i dag.

Der er derfor undersøgelsen har rettet sig mod ansatte i virksomheder og institutioner i Århus Nord (distrikter i Skejby, Christiansbjerg, Vejlbj, Ellevang og dele af Risskov), og

som bor inden for postnumrene: 8600, 8632, 8653 og 8464 – i Silkeborg og Galten området. De ansatte fra de pågældende områder har fået fremsendt et spørgeskema via mail, som de har besvaret via nettet.

Der er modtaget 149 besvarelser ud af de 195 e-mails der er udsendt.

Resultaterne i kundeanalysen baseret på de 149 respondenter er holdt op mod det potentielle marked for pendlerruten, som defineres som antallet af pendlere mellem Silkeborg/Galten og Århus Nord.

Den detaljerede pendlingsstatistik som Midttrafik råder over giver et godt overblik over hvor det potentielle marked er for pendlerruten, og det giver et fingerpeg om hvilke områder i henholdsvis Silkeborg, Galten og Århus Nord, som ruten skal betjene og i hvilken rækkefølge. Pendlingen peger helt klart på, at det er vigtigt at betjene Galten, Skovby og Framlev, idet over halvdelen af de potentielle kunder (fra Silkeborg og Galten områderne) til Århus Nord bor i disse byer. Kundeundersøgelsen påpeger ligeledes meget klart at hurtig transport er den vigtigste faktor. Derfor foreslås det at Galten, Skovby og Framlev betjenes fra Landevejen.

Kundeundersøgelsen viser ligeledes, at hvis der er stor forskel på afstanden til nærmeste stoppested i forhold til alternative ruteforløb vil lidt over halvdelen og op til 2/3 fortrække længere køretid og kortere vej til stoppestedet.

Derfor peger meget på at ruten bør betjene/komme tæt på parcelhuskvartererne i Silkeborg Nord, Vest og Sydvest.

Der er ligeledes et klart ønske om at have forholdsvis lille afstand mellem stoppested og arbejdsplads, hvilket bør betyde at der laves et ruteforløb, som både betjener området omkring Skejby Sygehus, Vejlbj og evt. Skejby Industri kvarter.

En halvtimes frekvens vil givetvis tiltrække flere kunder; men der ikke noget der tyder på, at man tilnærmelsesvis kan få dækket omkostningerne til en fordobling af materielindsatsen og fordoblingen af køreplantimerne.

Tallene tyder ikke på, at der vil være særlig stor efterspørgsel efter transport fra beboelseskvartererne i Århus Øst/Nord til Galten og Silkeborg. Der er et forholdsvist stort potentiale mellem Galten og Silkeborg; men her er der direkte konkurrence mellem pendlerruten og rute 113 (Silkeborg – Århus) og X bus 913 (Århus - Ringkøbing). Kan tomkørsel være med til at reducere busforbruget på pendlerruten og dermed reducere omkostningerne væsentligt må det anbefales at køre tomkørsel mod Silkeborg om morgenen og mod Århus om eftermiddagen. Alternativt kan man have passagerer med mellem de to endepunkter og undlade at standse undervejs.

Kundeundersøgelsen peger på at det er de mere fundamentale faktorer som hurtigheden af transporten og direkte kørsel uden omstigning der er vigtigt for de potentielle kunder. Det prioriteres væsentlig højere end diverse servicefaktorer. Den eneste ser-

vice- og komfortfaktor der prioriteres højt sammenlignet med de ovenfor beskrevne er siddepladsgaranti.

I bedømmelsen af servicefaktorerne isoleret er det siddepladsgaranti og Internet de eneste faktorer der bedømmes som vigtige eller meget vigtige af en større andel af respondenterne (45% og 37%).

Kundeundersøgelsens resultater er særlig interessante, fordi der her er en population, hvor op mod 85% anvender bil mellem bolig og arbejde, og sammensætningen af populationen kønsmæssigt er meget lig sammensætningen i den øvrige befolkning. Aldersmæssigt koncentrerer population sig omkring aldersgrupperne mellem 15 – 64 altså de erhvervsaktive aldersgrupper. Skal man med den kollektive trafik medvirke til at løse trafikproblemer og miljøproblemer på de store indfaldsveje, er det netop kunder i disse segmenter, man skal have fat i.

Undersøgelsen tyder på, at der vil være et markeds-mæssigt grundlag for etablering af en pendlerrute mellem Silkeborg/Galten og Århus Nord. Der er dog en særlig udfordring ved denne type rute, idet der kun er et kundeunderlag til pendlingsturene i 3 timer om morgenen og 3-4 timer om eftermiddagen, hvilket betyder at der ikke er basis for mere end 8 timers drift pr. bus pr. dag, hvilket kommer til at betyde, at timeprisen bliver relativt høj.

Beregningerne viser en efterspørgsel på mellem 120 – 130 passagerer pr. retning pr. dag. Dette svarer til 10% af det potentielle marked, hvilket synes som et fornuftigt niveau, når ruten kan tilbyde hurtig, direkte og i mange tilfælde en ruteføring forholdsvis tæt på bolig og arbejdsplads. Service og komfortfaktorerne synes ikke at have højere prioritet; men det må alligevel forventes at med de kundegrupper, der er tale om, er der en forventning om at få tilbudt kvalitetsmateriel.

Da kundeunderlaget for Pendlerruten hovedsagelig består af pendlere, der benytter bil, er det afgørende, at der ved en introduktion af ruten vil blive gennemført en markedsføring af ruten, så de potentielle kunder bliver gjort opmærksom på mulighederne.

Deltagelsen i undersøgelsen fra de medvirkende virksomheder og offentlige virksomheder har været meget tilfredsstillende; mens deltagelsen fra de uddannelsessøgende på uddannelsesinstitutionerne ikke har været tilfredsstillende. Der må derfor sættes et spørgsmålstejn ved, om der er en undervurdering af markedsmulighederne, fordi man må forvente at de uddannelsessøgende vil benytte en sådan rute i større omfang end de øvrige erhvervsaktive, idet deres bilrådighed er meget lavere.

2.1 Ændringer af markedsgrundlag

Efter gennemførelsen af kundeundersøgelsen gik arbejdet med at udarbejde udbudsgrundlag og plangrundlag for pendlerruten i gang.

Køreplanlægningen viste at den forventede ruteføring ville blive problematisk, hvis man skulle holde sig på et ressourceforbrug på 2 busser og samtidig kunne udbyde 3 ture i hver retning. Foreløbige kalkuler indikerede, at økonomien med 3 busser eller mere ville

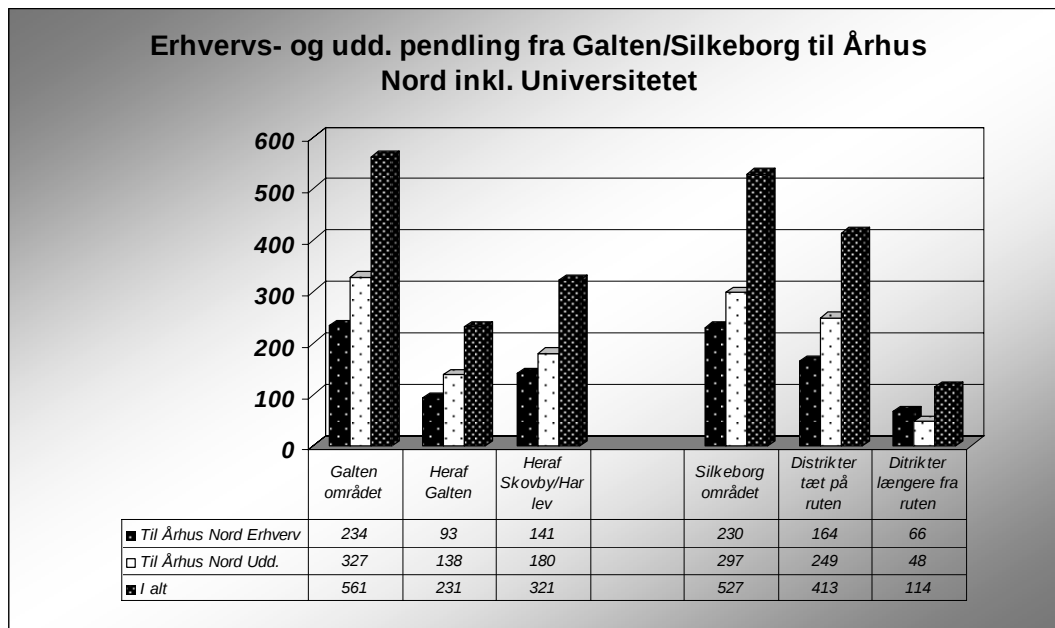
være problematisk, derfor var der fokus på, at udvikle en køreplan, der kun skulle anvende 2 busser.

Planlægningen blev derfor gennemført i forhold til et afkortet ruteforløb. (Se kort over ruteforløb i Silkeborg, Galten og Århus i afsnit 4). I Silkeborg ender fastholder man princippet om at starte ruten i beboelseskvarterer nord for centrum; men man afkorter forløbet, således at det maksimalt vil tage 15 min. (indtil man når busterminalen i Silkeborg). Dvs. at nogle af villakvartererne nord og nordøst for byen ikke vil blive betjent direkte, og hvor pendlerne vil være henvist til at anvende en bybus til et stoppested på pendlerruten eller selv transportere sig til centrum af Silkeborg.

I Århus Nord var det oprindeligt tanken, at bussen efter at have betjent distrikterne – Skejby og Christiansbjerg skulle betjene distrikterne Ellevang, Vejlby og Risskov, hvor der ligger en række større og mindre virksomheder og institutioner. Imidlertid vil ruteforløbet blive for langt, og man vil ikke kunne returnere betids mod Silkeborg. I stedet har man valgt at betjene Universitetet, Kommunehospitalet og Katrinebjerg området. Disse institutioner og områder har endog lidt større potentielt markedsunderlag sammenlignet med de fravalgte områder. I modsat retning tæller, at nogle distrikter i Silkeborg Nord, som ikke vil blive direkte betjent vil få længere til bussen eller alternativt skal køre med en bybus og stige om til pendlerruten, hvilket vil gøre produktet mindre attraktivt for pendlere fra de pågældende distrikter.

Ved den oprindelige analyse af pendlingen var der omkring 1.000 pendlere fra Silkeborg og Galten områderne til Århus Nord (her er fraregnet pendlere fra Silkeborg til Galten). I det ændrede ruteforløb er der ca. 1.100 pendlere, idet der er flere pendlere til Universitetsområdet end til Vejlby/Ellevangområdet; men til gengæld er der en række pendlere i det nord og nordøstlige Silkeborg, der får længere til nærmeste stoppested, så alt i alt er der ikke den store forskel i det potentielle kundeunderlag for pendlerruten før og efter planændringerne.

I figur 1 er det potentielle kundeunderlag i form af totalt antal pendlere vist.



Figur 2.1: Antal pendlere fra henholdsvis Silkeborg området og Galten området til Århus Nord
Et andet marked som ikke er taget i betragtning her, er de personer, der skal til undersøgelse i ambulatorier på Skejby Sygehus, og som kan transportere sig selv. De får en bedre og direkte transportmulighed til sygehuset, hvor de har mulighed for at komme ind om morgenen og tidlig formiddag og blive transporteret hjem først på eftermiddagen.

Det samlede marked må forventes at stige betragteligt over de næste 5 år, idet en stor virksomhed som Vestas flytter sit hovedkvarter til Århus Nord i de kommende år og sundhedsuddannelserne under Via University bliver samlet i en Campus i Århus Nord i 2011. Desforuden vil der ske en stor udbygning af Skejby Sygehus, så medarbejderstaben over de næste 7 -8 år bliver øget fra omkring 3.500 til 9.000. Det betyder at antallet af arbejdspladser i Århus Nord må forventes at blive udbygget fra det nuværende niveau på 18.000 arbejdspladser til mindst 25.000 arbejdspladser. Samtidig sker der en generel stigning i tendensen til at pendle og pendle længere.

Forskellen i markedsgrundlaget i forhold til kundeundersøgelsen både som konsekvens af planændringer men også som en konsekvens af fremtidige ændringer er vist i nedenstående tabel 2.1.

Faktorer der vil øge markedsunderlaget	Faktorer der vil mindske markedsunderlaget
Omlægning af rute i Århus Nord	Afkortning af rute i Silkeborg Nord
Udbygning af virksomheder i Århus Nord herunder Vestas	Tomkørsel mod Silkeborg om morgenen og mod Århus Nord om eftermiddagen
Anvendelse af ruten til ambulatorier på Skej-	

by Sygehus	
Bygning af uddannelsescampus i Århus Nord	
Udbygning af Skejby Sygehus	

Tabel 2-1: Faktorer der påvirker det fremtidige kundeunderlag

I afsnit 6 er der en nærmere gennemgang af de efterspørgselstal som ligger til grund for økonomiberegningerne i samme afsnit.

3. Konklusion på markedsføringsplan

På grundlag af resultaterne i kundeanalysen er der udarbejdet en markedsføringsplan for pendlerruten, som analyserer hvilke kundesegmenter man skal satse på i en markedsføring omkring opstarten af ruten. Derudover er der en vurdering af hvilke typer budskaber man skal lancere og hvilke medier der bør anvendes. Der er vist to niveauer for markedsføringsindsats – plan A og plan B. Plan A vurderes af Envision til at have den største effekt; men er også mere omkostningstung end plan B. Plan B indeholder fundamentalt den samme tilgang; men med anvendelse af færre forskellige medier. Markedsføringsplanen indeholder ikke selve det kreative oplæg og priserne på de forskellige indsatser er kun vejledende.

3.1 Målsætning for pendlerruten

Den overordnede målsætning med etableringen af pendlerruten er jf. kundeanalysen for pendlerrute Silkeborg – Århus Nord:

At tiltrække nye kundegrupper til den kollektive trafik ved at give pendlere et hurtigt og direkte høj kvalitets transportalternativ med bus uden omstigninger mellem hjem og arbejde.

Der er ifølge kundeanalysen i dag stor pendling mellem Silkeborg og Århus Nord. Trafikforbindelserne med bus eller tog/bus er på nuværende tidspunkt meget langsomme, og der kræves en til to omstigninger. Det betyder, at langt de fleste pendlere vælger at anvende egen bil, hvilket er med til at belaste infrastrukturen i Århus Nord omkring Søftenvej og Ikea-krydset.

3.2 Målsætning for markedsføringskampagnen

For markedsføringen af den nye pendlerrute, betyder dette, at vi skal:

- Tiltrække nye kundegrupper til den kollektive trafik, ved at øge kendskabet til den nye pendlerrute.
- Ændre kundernes generelle opfattelse af den kollektive trafik med et høj kvalitetsprodukt. Det vil sige, at:

- Pendlerne skal associere ruten med hurtighed og behagelighed
- Negative associationer med at tage bussen skal undgås.

3.3 Målgrupper

Vi anbefaler, at der i markedsføringen fokuseres på de to primære målgrupper for pendlerruten: Studerende og erhvervspendlere. Det skyldes, at disse to grupper udgør langt størstedelen af det samlede potentiale for pendlerruten, som i øvrigt etableres i overensstemmelse med uddannelses- og erhvervspendlernes mødetider, og derfor især opfylder disse to målgruppes behov.

Det betyder, at vi har valgt at se bort fra de helt snævre potentielle målgrupper, såsom behandlingspendlere, familier og passere af små børn. Disse målgrupper vil dog formentligt se kampagnen alligevel, selvom dens budskaber ikke er direkte henvendt til dem. Derfor forventes det, at kampagnen rammer disse grupper, selvom de ikke er blandt de primære målgrupper.

I det følgende skema ses de primære målgrupper og målsætninger:

Målgrupper		
Målsætninger	Uddannelsespendlere	Erhvervspendlere
Tiltrække nye kundegrupper til den kollektive trafik, gennem øget kendskab	X	X
Ændre kundernes opfattelse af den kollektive trafik. (Dvs. ruten skal associeres med hurtighed og behagelighed og eventuelle negative associationer skal undgås)	X	X

Nedenfor vil vi yderligere beskrive de to målgrupper: Uddannelsespendlere og erhvervspendlere.

3.3.1 Uddannelsespendlere

Uddannelsespendlerne udgør lidt over halvdelen af det potentielle marked for ruten, og må forventes at anvende bussen på de fleste hverdage. Uddannelsesinstitutionernes optagelsesområder er meget store, og derfor er der en stor uddannelsespendling fra Silkeborg og Galten til Århus Nord. Senest er det tilmed besluttet at pendlerruten også skal stoppe ved Århus Universitet, hvilket udvider målgruppen af uddannelsespendlere markant. Uddannelsespendlerne vil typisk ligge i aldersgruppen 15-27 år, og de vil benytte pendler-ruten i forbindelse med rejser mellem deres bolig og deres uddannelsesinstitution.

Vi har valgt at inddele uddannelsespendlerne i to grupper i forhold til de uddannelsesinstitutioner, som findes i Århus Nord.

Studerende på grunduddannelse: Gruppen består af studerende på grunduddannelser såsom Teknisk Skole, Århus Købmandsskole og Århus Akademi. De studerende i denne gruppe er cirka 15-20 år.

Studerende på videregående uddannelse: I denne gruppe findes studerende på videregående uddannelser såsom Danmarks Medie- og Journalisthøjskole, VIA University College, Århus Social og Sundhedsskole samt Universitetet. De studerende er primært i alderen 20-27 år.

3.3.2 Erhvervspendlerne

Der er en stor del af erhvervspendlere, som på nuværende tidspunkt pendler frem og tilbage fra Silkeborg og Galten til Århus Nord. Denne gruppe forventes fremover at ville benytte den nye pendlerrute som et alternativ til bilen.

Der arbejder omkring 18.000 mennesker i Århus Nord, og det vurderes at der arbejder omkring 8.500 medarbejdere i de virksomheder, som deltog i kundenanalysen. Der er ifølge kundenanalysen i alt 1016 pendlere fra Silkeborg og Galten, som arbejder i Århus Nord, og heraf har 15% af den samlede population besvaret undersøgelsen. Erhvervspendlerne ligger i aldersgruppen 25-54 år med hovedvægten i aldersgruppen 35-44 år. Erhvervspendlernes formål med den nye pendlerrute mellem Silkeborg og Galten området til Århus Nord er udelukkende at rejse fra bolig til arbejdsplads.

Fordelingen af pendlere er påvirket af den type virksomheder og institutioner, der er beliggende i Århus Nord. Der er en stor andel af service – og IT virksomheder. Skejby Sygehus er desuden ret dominerende som den største arbejdsplads i området. Endelig ligger der nogle meget store uddannelsesinstitutioner, hvortil der er knyttet store stabe af lærere og teknisk personale. En stor del af erhvervspendlerne tilhører det såkaldte professionelle segment, som indeholder stillingskategorier som laboranter, sygeplejersker, læger, sælgere, IT folk, konsulenter, undervisere etc.

Erhvervspendlerne er med andre ord en meget blandet flok. Derfor giver det heller ikke mening at opdele dem i yderligere segmenter, afhængig af variabler som fx livsstil eller demografi. Dog ser vi et særligt område, hvor det giver mening at opdele gruppen af erhvervspendlere i to. Dette punkt handler om, hvorvidt man ønsker at arbejde i bussen, eller ej.

En del af de som er undervisere, konsulenter, sælgere, IT-medarbejdere og lignende, vil sandsynligvis betragte pendlerruten som en god mulighed for, at udnytte det som normalt er "spildtid", til at få klaret lidt arbejde. Denne mulighed har sygeplejersker, læger og teknisk personale næppe – ligesom dele af de andre grupper ikke ønsker at gøre brug af muligheden til at arbejde i bussen.

3.3.3 Målgrupperne i overblik

Således har vi altså valgt at opdele målgrupperne i 4 segmenter:

- Uddannelsespendlere på grunduddannelse
- Uddannelsespendlere på videregående uddannelse

- Erhvervspendlere der ønsker at arbejde i bussen
- Erhvervspendlere der ikke ønsker at arbejde i bussen

Endelig bør det nævnes, at vi betragtede muligheden for at opdele målgruppen i kvinder og mænd. Kundeanalysen viste dog kun en mindre afvigelse mellem kønnene, hvorfor vi ikke valgte denne løsning.

3.4 Budskaber

Der skal være forskellige budskaber til forskellige segmenter af markedet. Budskaberne opdeles først og fremmest efter de to hovedgrupper:

- Uddannelsespendlerne
- Erhvervspendlere

De to grupper underopdeles derefter i følgende undergrupper:

Uddannelsespendlere:

- På grunduddannelse
- På videregående uddannelse

Erhvervspendlere:

- Som ønsker at arbejde i bussen
- Som ikke ønsker at arbejde i bussen

Følgende figur viser en oversigt over målgrupperne, det overordnede budskab og budskabets vinkling til de enkelte målgrupper.

	Budskab	Vinkling
Studerende på videregående uddannelse	Hurtigt + behagelighed	Lektier → mere fritid
Studerende på grunduddannelse	Hurtigt + behagelighed	Surfe på internettet

Erhvervsspendlere som ønsker at arbejde i bussen	Hurtigt + behagelighed	Arbejde → mere fritid
Erhvervsspendlere som ikke ønsker at arbejde i bussen	Hurtigt + behagelighed	Hvile → mere energi til familien

3.5 Medier

I dette afsnit beskrives og vurderes valget af formidlingskanaler for udbredelsen af kampagnens budskaber.

Vi har valgt at anvende mange forskellige medier i markedsføringen, da det er særligt vigtigt, at kampagnen når bredt ud fra start og har en omgående effekt. Ved at sprede os på en række forskellige medier, øger vi muligheden for at ramme alle i målgruppen indenfor kort tid.

Kampagnen henvender sig som bekendt til fire målgrupper:

- Studerende på grunduddannelse
- Studerende på videregående uddannelse
- Erhvervsspendlere som ønsker at arbejde i bussen
- Erhvervsspendlere som ikke ønsker at arbejde i bussen

Nedenstående er overblikket over hvilke medier, der anvendes i kampagnen, og hvilke målgrupper de enkelte medier har fokus på. Denne opdeling er naturligvis en anelse "fiktiv", da det ikke er muligt at afskærme enkelte grupper fra at se budskaberne i medier, der ikke var tiltænkt dem. Når det alligevel giver mening med nedenstående "kasseopdeling", er det for at illustrere, hvilke målgrupper mediet primært er tiltænkt – og dermed også hvilket budskab, som skal være i fokus i hvert enkelt medie.

	Udd. grund	Udd.videre	Erhverv arb.	Erhverv arb. Ikke
Midttrafiks egne medier				
PR	X	X	X	X
Midttrafik.dk	X	X	X	X
Bus: Hængeskilte	X	X		
Bus: Bagruder			X	X
Foldere med køreplan		X	X	
Købte medier				
Midtjyllands Avis			X	X
Galten og omegns Folkeblad			X	X
Ekstra Posten		X		X
Outdoor		X		
Radio1			X	
Radio Guld	X			
BioSilkeborg	X	X		
BioHuset Galten	X	X		
Mja.dk			X	
Diverse online	X	X	X	X
Uddannelsesinstitutioner og arbejdspladser				
Plakater	X	X	X	X
Artikler (skole/pers.blad/intranet)	X	X	X	X
	X	X	X	X

3.5.1 Midttrafiks egne medier

Midttrafik er i den heldige situation, at de selv ejer en række særdeles attraktive medier. Derudover har Midttrafik stærke PR-kompetencer internt i huset. Begge skal naturligvis udnyttes i kampagnen. Følgende medier hører under gruppen egne medier

- PR (artikler, indslag og pressemeddelelser)
- www.Midttrafik.dk
- Hængeskilte i busserne
- Busbagender (er meget synlige for bilpendlerne på ruten)
- Foldere med køreplan

3.5.2 Købte medier

En stor del af kampagnen er opbygget omkring tilkøbte medier. Kampagnens målgruppe er meget geografisk snæver, hvilket gør det relativt let, at indkøbe de rette medier til opgaven.

Igen gør vi opmærksom på, at vi anbefaler en bred vifte af medier. Dette skyldes, at i gerne vil i kontakt med flest muligt i målgruppen, indenfor meget kort tid.

- Aviser og ugeaviser
 - o Midtjyllands Avis
 - o Galten og omegns Folkeblad
 - o Ekstra Posten

De to førstnævnte læser især af erhvervspendlerne; mens Ekstraposten i højere grad henvender sig til de unge

Af øvrige købte medier kan nævnes:

- Outdoor (kun opsætning på få udvalgte steder)
- Lokal radio
 - o Radio Guld (især unge lyttere)
 - o Radio 1 (ældre målgruppe)
- Biografreklamer
 - o Bio Silkeborg
 - o Biohuset Galten
- Internet
 - o Banner reklamer
 - o MJA.dk (Midtjyllands avis)

Radioen er et medie som Midttrafik ikke har stor erfaring med. Vi vurderer at radiomediet er særligt relevant i denne sammenhæng, da vi går specifikt efter bilister. Netop i bilen lytter målgruppen ofte til radio, hvorfor der er rigtig god chance for at ramme dem på et tidspunkt hvor de er modtagelige for vores budskab om en ny pendlerrute. Derfor bør der indrykkes et radiospot målrettet gruppen af erhvervspendlere, som ønsker at arbejde i bussen.

I biograferne kan man inden for beskedne ressourcer få stillbilleder.

Det vurderes at både arbejdspladser og uddannelsesinstitutioner vil være åbne over for informationsmateriale om pendlerbussen både i papirform og til elektronisk brug. Det vil være et meget direkte og målrettet medie.

3.5.3 Timing

Det første som bør igangsættes, er PR-arbejdet. De første artikler og notitser om den nye rute bør udsendes en måneds tid før lanceringen af den nye rute, altså primo december.

Omkring samme periode starter markedsføring af ruten så småt, med annoncer i Midtjyllands Avis, Outdoors og bio-spots. Det er også i denne periode, at der bør gøres en stor indsats overfor både arbejdspladser og uddannelsesinstitutioner, med hensyn til ophængning af plakater, artikler til intranet/personaleblade/skoleblade osv.

Når den nye rute åbnes, gives der fuld tryk på alle medier – og trykket fastholdes hele januar måned. I februar måned forsætter vi med annoncer i Midtjyllands Avis samt outdoors.

Herefter består kampagnen af enkelte dryp henover foråret og sommeren. Efter sommerferien lægges på ny et markant tryk, for at sikre, at vi fanger alle de nye, som er startet på en uddannelse i Århus. Igen i denne periode bør der gøres en særlig indsats overfor uddannelsesinstitutionerne, så man sikrer at alle de studerende kender til pendlerruten.

3.6 Budget

Budgettet består af to poster: Udgifter til indrykning i div. medier samt udgifter til produktion af materialer. Budgettet nedenfor er baseret på en ideel situation, hvor Midttrafik har ca. 500.000 til rådighed. I punkt 5.4 findes imidlertid en "plan b", hvor vi har skåret enkelte af de medier fra, som har mindst effekt, med henblik på at bringe omkostningerne ned.

Alle priser er *overslag* og eks. moms. Da der ikke er fastlagt et kreativt koncept, er det svært at give et præcist bud på omkostningerne til produktion, ligesom priserne for indrykning i diverse medier justeres løbende. Alle priser er baseret på nuværende listepreiser eller erfaring, og er udarbejdet af Carat og envision.

Udgifter samlet plan A:

Udgifter til indrykning	249.250,-
Udgifter til produktion	245.500,-
Udgifter samlet	494.750,-

Udgifter samlet plan B:

Udgifter til indrykning	114.250,-
Udgifter til produktion	213.000,-
Udgifter samlet	327.250,-

Pendlerruten er en ny type rute og dens kundegrundlag blandt erhvervspendlerne består næsten udelukkende af bilister. Det er derfor konklusionen, at man må gå nye veje med hensyn til markedsføring sammenlignet med traditionel markedsføring af lokal og regional bustrafik. Det anbefales derfor at markedsføringsplanen indeholder en række forskellige medier for at øge opmærksomhedsfaktoren, og at man anvender dette forsøg til at teste effekten af forskellige medier.

4. Resultat af planlægningen

Der foreslås etableret en direkte og hurtig pendlerrelevant rute (901X) fra Silkeborg via Galten-området til Århus Nord tilpasset til pendlernes mødetider på arbejdspladser og uddannelsesinstitutioner i Århus Nord - med et standsningsmønster som samtidig er målrettet til pendlerne bopæl i Galten-området og Silkeborg by og arbejdspladsernes og uddannelsesinstitutionernes beliggenhed.

I forhold til de eksisterende kollektive trafikforbindelser med bus/tog vil rute 901X ikke blot betjene en anden geografi i Stor-Århus end de nuværende busruter og tog – men den kører både i Silkeborg (og delvist Galtenområdet) og i Århus Nord så at sige målrettet på "adresseniveau" mellem pendlerens bopæl og arbejdspladsen/uddannelsesinstitutionen – så denne rute være både hurtigere og mere direkte end de nuværende bus-/tog-forbindelser som kører til/fra Århus Centrum.

Hvis bus eller tog benyttes i dag, skal der foretages et eller to busskifte for at komme fra Silkeborg/Galten til Århus Nord – og rejsetiden vil være noget længere end i forslaget afhængig af, om der anvendes en ordinær standsende bus på rute 113 med halv-

timedrift el. 913X/952X som kører med timedrift - eller tog som kører med halvtimedrift.

Det bemærkes, at Galtenområdet ikke er X-bus - eller togbetjent.

Der planlægges 3 afgang fra Silkeborg/Galten om morgenen til Århus Nord og 3 afgang retur om eftermiddagen. Om morgenen returneres til Silkeborg som tomkørsel og omvendt om eftermiddagen. Der anvendes 2 busser på ruten. Rejsetiden mellem Silkeborg til Århus Nord vil være ca. 1 time og rejsetiden mellem Galten og Århus Nord vil være ca. 35 minutter.

Det har været vurderet, om det kunne være hensigtsmæssigt at medtage kunder på tomkørslerne mellem Århus og Silkeborg - men dels giver det problemer i forhold særlige EU-køre- hviletidsregler, eller de returnerende busser kommer tæt på eksisterende X-bus forbindelser mellem Ringgaden i Århus og Silkeborg (langs Silkeborgvej i Århus).

Standsningsmønstret på ruten skal dels tilgodese at kunderne ønsker at komme hurtigt frem og dels ønsker man især i arbejdspladsenden at komme rimelig tæt på arbejdspladsen. Derfor er der i begge ender af ruten et forholdsvis tæt standsningsmønster, hvorimod man kører uden stop mellem Silkeborg og Galten/Skovby området og uden stop mellem Galten/Skovby området og Århus Nord.

Køreplan:

901X

Universitetet - Århus Nord - Harlev - Skovby - Galten - Silkeborg

Gyldig fra 3/1 2011 - 25/6 2011

Zone	Rutenummer	Hverdage undt. lørdage		
		401	403	405
1	Århus Universitet af	14.30	15.40	16.40
2	Nehrus Allé	14.34	15.44	16.44
2	Danmarks Radio	14.35	15.45	16.45
2	Social- og Sundhedsskolen	14.36	15.46	16.46
2	Skejby Sygehus, Blodbank	14.38	15.48	16.48
2	Skejby Sygehus, Hovedindg.	14.39	15.49	16.49
4	Harlev, Framlev Korsvej	15.00	16.10	17.10
38	Skovby v. Landevejen	15.04	16.14	17.14
38	Galten v. Landevejen	15.09	16.19	17.19
30	Silkeborg Seminarium	15.31	16.41	17.41
30	Silkeborg Sygehus	15.32	16.42	17.42
30	Silkeborg Busterminal	15.35	16.45	17.45
Linje 11 Nørreskov Bakke af			16.50	17.50
30	Silkeborg Station	15.38		
30	Lyngbygade v. Landlystvej		16.50	17.50
30	Eidervej v. Slienvej		16.55	17.55
30	Eidervej v. Logumklosterv		17.00	18.00
30	Hvinningsdalvej v. Frejasvæn		17.05	18.05

x bus. Standser kun anførte steder.
Kan ikke benyttes til lokale rejser i
Århus og Silkeborg.

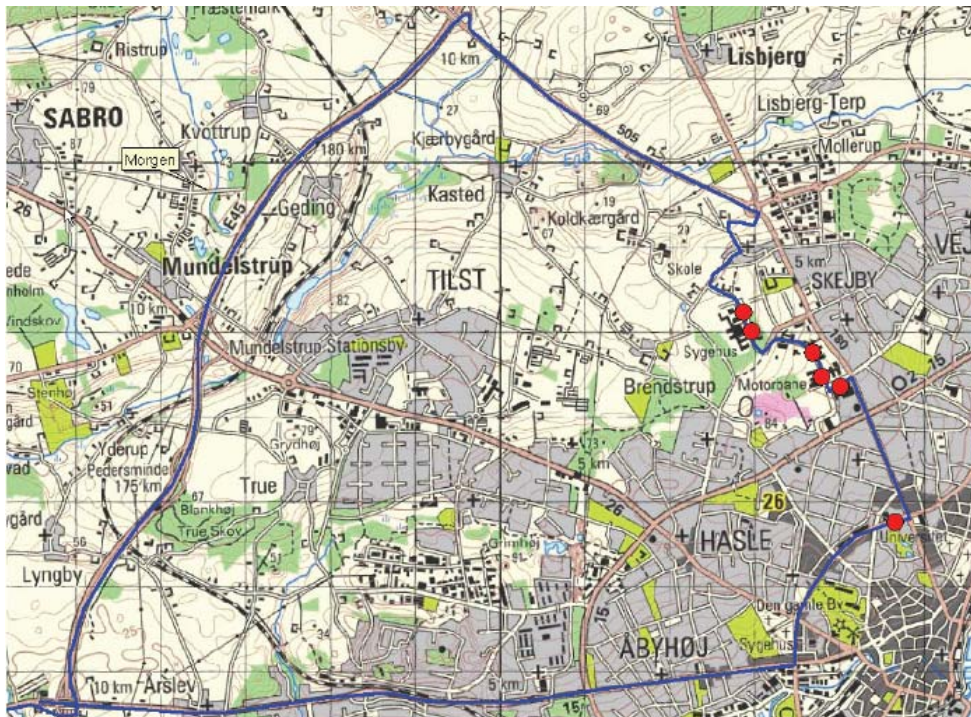
901X

Silkeborg - Galten - Skovby - Harlev - Århus Nord - Universitetet

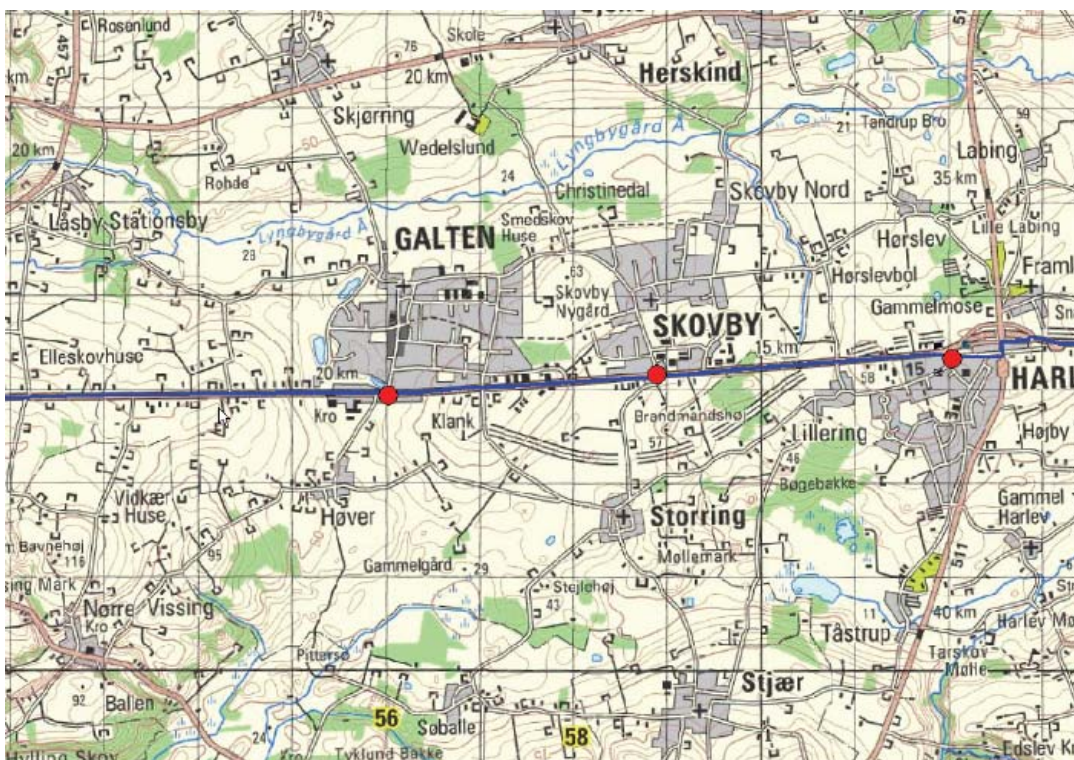
Gyldig fra 3/1 2011 - 25/6 2011

Zone	Rutenummer	Hverdage undt. lørdage		
		402	404	406
30	Hvinningsdalvej v. Frejasvæn	05.24	06.25	
30	Eidervej v. Logumklosterv	05.29	06.30	
30	Eidervej v. Slienvej	05.34	06.35	
30	Lyngbygade v. Landlystvej	05.39	06.40	
30	Silkeborg Station			07.45
Linje 9 Nørreskov Bakke an			06.38	07.38
30	Silkeborg Busterminal	05.44	06.45	07.47
30	Silkeborg Sygehus	05.47	06.48	07.50
30	Silkeborg Seminarium	05.48	06.49	07.51
38	Galten v. Landevejen	06.08	07.11	08.13
38	Skovby v. Landevejen	06.13	07.16	08.18
4	Harlev, Framlev Korsvej	06.17	07.20	08.22
2	Skejby Sygehus, Hovedindg.	06.36	07.41	08.43
2	Skejby Sygehus, Blodbank	06.37	07.42	08.44
2	Social- og Sundhedsskolen	06.39	07.44	08.46
2	Danmarks Radio	06.40	07.45	08.47
2	Nehrus Allé	06.41	07.46	08.48
1	Århus Universitet an	06.45	07.50	08.52

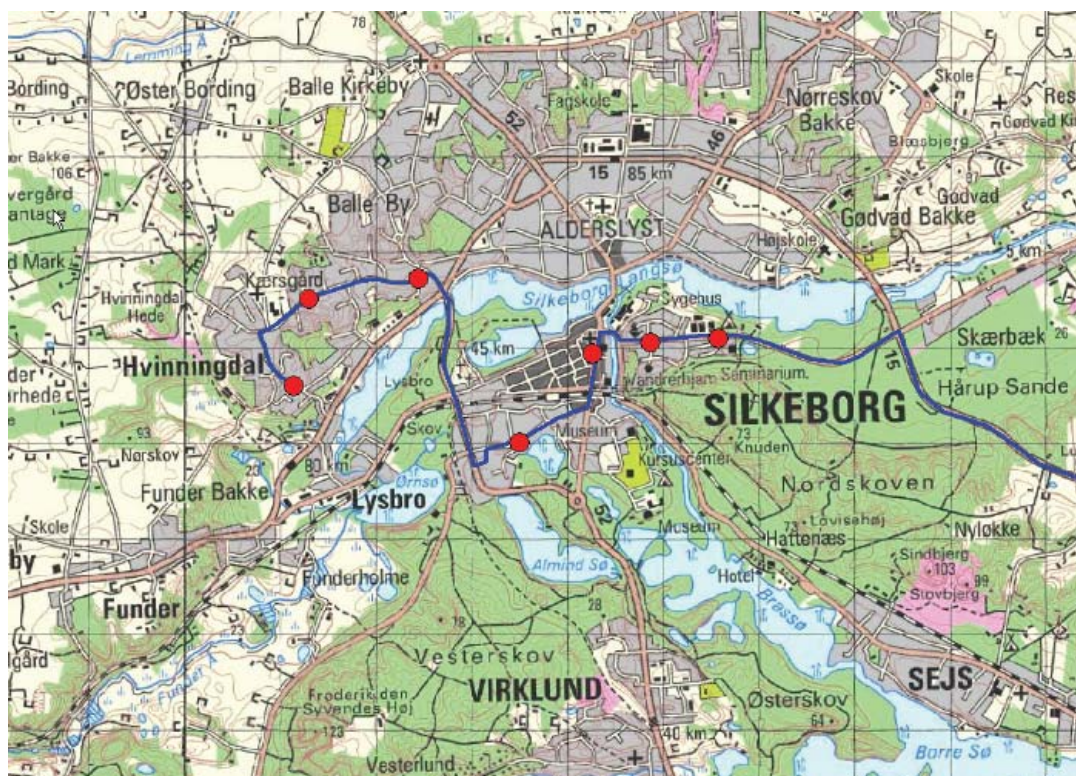
Standser kun de anførte steder. X-Bus må ikke
benyttes til lokale rejser internt i byerne.



Ruteføring i Århus



Ruteføring Galten/Skovby området



Ruteføring i Silkeborg

5. Resultat af udbudsovervejelser

Udbudskontoret har udarbejdet en kravspecifikation for pendlerruten. Kravspecifikationen bliver en del af det udbudsmateriale, der sendes ud til de selskaber der bliver prækvalificeret. Det er besluttet i Midttrafiks bestyrelse at anvende udbud med forhandling i udbuddet af pendlerruten.

5.1 Kravspecifikation for pendlerruten

Udbudsform

Udbud med forhandling. Udbudsformen er blandt andet valgt fordi denne udbudsform giver stor fleksibilitet, der er mulighed for at inddrage byernes forslag/erfaringer, man får et mere entydigt sammenligningsgrundlag, en formentlig bedre kvalitet, mulighed for at vejlede på de områder, hvor udbuddet er nyt og der er mulighed for justering af tilbud i overensstemmelse med ønsker og forventninger.

Tildelingskriterium

Tildelingskriteriet er det økonomisk mest fordelagtige tilbud. Det foreslås at have følgende underkriterier: Pris, miljø, bussens udstyr og kvalitet af drift. Disse underkriterier indarbejdes i en tildelingsmodel.

I kravspecifikationen har der været særligt fokus på at tilpasse de anvendte busser de særlige kvalitets – og komfortbehov behov som erhvervs – og uddannelsespendlere har. Derfor skal selskaberne sammen med deres tilbud afleverer et indretningsforslag, der vil blive indarbejdet i en tildelingsmodel.

5.1.1 Særlige bestemmelser

Til den målgruppe som er pendlerrutens er der en forventning om at der skal være god komfort og behagelig rejse, derfor er der krav eller option på en række faciliteter/services der kan understøtte dette.

Pladsbestilling

Udbudsmaterialet vil indeholde en option på pladsbestilling. Optionen kan indløses hvis der bliver behov for at kunne pladsreservere. Sammen med tilbuddet afleveres en beskrivelse af, hvordan pladsbestilling vil blive håndteret, hvis optionen indløses.

Stillezone

Idet ruten henvender sig til personer der skal på arbejde i Århus N, er det sandsynligt at flere vil benytte turen til at arbejde. Busserne skal derfor indeholde en stillezone. Stillezonen indarbejdes i udbudsmaterialet som en option. Bevilliger trafikstyrelsen evt. penge til et forsøg med stillezoner kunne busserne på pendlerruten evt. bruges som for-

søgsbusser, idet Trafikstyrelsen træffer endelig afgørelse vedrørende ansøgningen om stillezoner, inden der træffes tildelingsbeslutning vedrørende pendlerruten.

5.1.2 Markedsføring

Som det fremgår af afsnit 4 vedrørende markedsføring er reklamer i og uden på bussen vigtigt, derfor er der en række krav omkring reklame og design.

Reklamer

Midttrafik disponerer over al udvendig såvel som indvendig reklameplads.

Busselskabet kan blive pålagt at opsætte reklamer på bussens bagende. Bussen skal være forberedt til fire hængeskilte. Absolut krav.

Design - Indvendigt og udvendigt

Såfremt bussen bemales i normalt X-bus design med et stort X på siden må bussen ikke bruges til andet end x-buskørsel. Busserne kører kun i myldretiden og de anvendes kun i weekenderne. Det vil være hensigtsmæssigt, hvis busserne kan bruges til anden kørsel. Det vurderes at være væsentlig fordyrende, hvis busserne ikke kan anvendes til anden kørsel. Der stilles derfor krav om at busserne skal males x-busblå, men der stilles ikke krav om, at der skal males et stort x på siden af bussen. Bussen skal fortsat have et x i forruden og bagruden der kan af- og påmonteres. På den måde kan busserne også bruges til regionalkørsel og som reservebus andre steder.

5.1.3 Udstyr i bussen

For pendlerne er det vigtigt både at kunne bruge rejsetiden til afslapning og arbejde. Der er derfor stillet krav om diverse udstyr i bussen som kan understøtte dette.

Trådløst internet og infotainment

Bussen skal give passagererne mulighed for at koble deres computer på et trådløst internet sammen med et infotainmentsystem. Der skal også være strømstik så man tilslutte en computer eller andet elektronisk udstyr.

Andre forhold:

Der skal være en række andre installationer og faciliteter der skal gøre rejsen behagelig og komfortabel, såsom bagagehylder, aircondition, tonede ruder og rullegardin, læselampe til hver plads, flyborde eller vis a vis borde og der er en række specifikke krav til stole.

5.1.4 Bustype, busstørrelse mm.

Pendlerruten stiller også krav om indretning og størrelse. Idet der skal en del passagerer med de to busser for at ruten kan blive overskudsgivende foreslås det at køre med mindst 13,7 meter busser. Antallet af siddepladser skal være minimum 49.

Der stilles ikke krav om toilet, da ruten gennemkøres på omkring 1 time.

På pendlerruten er der et ensrettet passagerflow i bussen, hvilket betyder at man kan nøjes med 2 enkeltdøre. Det har den positive effekt, at der opstår mindre træk i bussen, når dørene åbnes/lukkes ved stoppestederne.

Bustypen foreslås som værende en komfortbus/turistlignende. Den endelige indretning aftales med Midttrafik.

Der stilles høje miljøkrav i form af Euro 4 norm eller mere. Busserne må ikke være over 8 år gamle.

5.1.5 Andre forhold

Det skal være muligt at indtage mad og drikkevarer som passagererne slev medbringer; men der vil ikke blive opstillet kaffe/te automater.

Der vil på linje med øvrige X busser være aviser i bussen.

6. Efterspørgsels og økonomiberegninger

Rutens to busser anvendes udelukkende i pendlingstrafikken. Derfor bliver der ret få timer pr. bus hvilket påvirker timeprisen markant. Timeprisen bliver meget afhængig af hvad det vindende busselskab har af øvrig kørsel de kan blande denne kørsel med. Der er her regnet med en timepris på 850 Kr., hvilket er meget højt sammenlignet med almindelige regionale ruter.

I nedenstående tabel er vist de forventede årlige omkostninger for rute 901X:

Omkostninger pendlerrute Silkeborg - Århus N				
Dage	Timer pr. dag	Timer pr. år	Pris pr. time	Pris pr år.
252	ca. 14	3379	850	2.872.150

Der er følgende grundforudsætninger for beregning af efterspørgslen:

- 5% af erhvervspendlerne til Århus Nord fra Galten/Silkeborg anvender ruten i år 1. Markedet i Århus Nord vokser med 5% pr.år på grund af den kraftige udbygning af området.
- 7,5% af erhvervspendlerne til Århus Nord fra Galten/Silkeborg anvender ruten i år 2
- 10% af erhvervspendlerne til Århus Nord fra Galten/Silkeborg anvender ruten i år 2

For uddannelsespendlerne regnes der med højere andele idet bilrådigheden er væsentlig mindre for denne gruppe. Så år 1 regnes der med en andel på 10%. År 2 med 12,5% og år3 med 15%.

Fordeling af erhvervspendlerne i forhold til rejsehjemler følger resultaterne i kundeundersøgelsen, idet fordelingen er foretaget i forhold til hvor ofte pendlerne forventede de ville rejse.

Indtægter år 1:

År 1		Antal			Pris pr. rejse			Indtægter pr. dag			I alt pr. dag	250 dage
		Månedskort	Klippekort	EB	Månedskort	Klippekort	EB	Månedskort	Klippekort	EB		
	Antal rejser begge veje	42%	35%	23%								
Indtægter erhvervspendlere	24	10,0	8,5	5,6	27,81	48,5	65	279	412	366	1.057	264.190
5% markedsandel Silkeborg - Århus N	25	10,2	8,6	5,7	14,1	21,5	33	144	186	189	519	129.659
5% markedsandel Galten - Århus Nord	19	7,9	6,7	4,4	17,87	28	40	141	187	177	505	126.345
5% markedsandel Silkeborg - Galten												
												520.194
	Antal rejser begge veje	annelseskort 100%										
Indtægter uddannelsespendlere	59	59			26,11			1.551			1.551	387.734
10% markedsandel Silkeborg - Århus N	65	65			13,77			901			901	225.156
10% markedsandel Galten - Århus Nord												612.889
I alt Uddannelse og erhvervspendling												1.133.084

Indtægter år 2:

År 2		Antal			Pris pr. rejse			Indtægter pr. dag			I alt pr. dag	250 dage
		Månedskort	Klippekort	EB	Månedskort	Klippekort	EB	Månedskort	Klippekort	EB		
	Antal rejser begge veje	42%	35%	23%								
Indtægter erhvervspendlere	38	15,8	13,4	8,9	27,81	48,5	65	439	649	576	1.664	416.099
7,5% markedsandel Silkeborg - Århus N	39	16,1	13,6	9,0	14,1	21,5	33	226	293	298	817	204.213
7,5% markedsandel Galten - Århus Nord	30	12,4	10,5	7,0	17,87	28	40	222	295	279	796	198.994
7,5% markedsandel Silkeborg - Galten												
												819.306
	Antal rejser begge veje	annelseskort 100%										
Indtægter uddannelsespendlere	74	74			26,11			1.939			1.939	484.667
12,5% markedsandel Silkeborg - Århus N	82	82			13,77			1.126			1.126	281.445
12,5% markedsandel Galten - Århus Nord												766.112
												1.585.418
I alt Uddannelse og erhvervspendling												

Indtægter år 3:

År 3		Antal			Pris pr. rejse			Indtægter pr. dag			I alt pr. dag	250 dage
		Månedskort	Klippekort	EB	Månedskort	Klippekort	EB	Månedskort	Klippekort	EB		
	Antal rejser begge veje	42%	35%	23%								
10% markedsandel Silkeborg - Århus N	53	22,1	18,7	12,4	27,81	48,5	65	615	909	806	2.330	582.539
10% markedsandel Galten - Århus Nord	54	22,5	19,1	12,6	14,1	21,5	33	317	410	417	1.144	285.898
10% markedsandel Silkeborg - Galten	42	17,4	14,8	9,8	17,87	28	40	311	413	391	1.114	278.592
	149										4.588	1.147.028
	Antal rejser begge veje	annelseskort 100%										
Indtægter uddannelsespendlere	89	89			25,57			2.278			2.278	569.561
15% markedsandel Silkeborg - Århus N	98	98			13,23			1.298			1.298	324.478
15% markedsandel Galten - Århus Nord												894.039
Sum	187											
I alt Uddannelse og erhvervspendling												2.041.067

Budgettet for 3 års drift er vist i tabel næste side. Der er foretaget en fordeling af underskuddet, således som det foreslås fordelt mellem Trafikstyrelsen og Midttrafik.

Ruten giver underskud i alle tre år. I år 3 dækkes ca. 71% af omkostningerne, når der regnes med en timepris på 850 Kr. Regner man i stedet med 700 Kr. bliver omkostningsdækningen i stedet godt og vel 86%. Det forventes at der ved udbudsforhandlingerne kan forhandles om anden anvendelse af busserne og chufførerne, således at timeprisen kommer nærmere de 700 Kr.

År	Trafikstyrelsen	Midttrafik
2011	75 %	25 %
2012	50 %	50 %
2013	25 %	75 %

Budget 3 år						
	Omkostninger	Indtægter	Underskud	Underskuds- dækning	Trafikstyrelsen	Midttrafik
År 1	2.872.150	1.133.084	1.739.066	75%	1.304.300	434.767
År 2	2.872.150	1.585.418	1.286.732	50%	643.366	643.366
År 3	2.872.150	2.041.067	831.083	25%	207.771	623.312
Underskud 3 år					2.155.437	1.701.445

7. Beskrivelse af koncept for pendlerruten

Forprojektet vedrørende etablering af en rute fra Silkeborg til Århus Nord har haft til formål at undersøge om der kan etableres et bæredygtigt koncept for en sådan rute.

På grundlag af kundeundersøgelsen og pendlingsanalysen, der er udført, er der blotlagt hvilket potentielt marked der er for ruten og kundernes krav og præferencer er undersøgt. Arbejdet med planlægningen og udbud har derefter lagt nogle rammer for hvordan et koncept kan opbygges inden for de forventede økonomiske rammer.

Selve ruten skal være en **hurtigrute** og en **direkte rute**, hvor man befordre sig direkte uden omstigning.

Ruten skal være en **pendlerrute** baseret på både erhvervspendlere og uddannelsespendlere. Det er en pendlerrute med det særlige karakteristikum at den ikke skal køre fra centrum til centrum; men fra et boligområde til et erhvervsområde:

- Boligområder i Silkeborg → Erhvervsområdet i Århus Nord
- Boligområder i Galten/Skovby → Erhvervsområdet i Århus Nord

Da der stort set ikke er andet kundepotentiale til ruten end pendlere, skal ruten udelukkende køre i de timer om morgenen, hvor der er pendlingstrafik og i de timer om eftermiddagen hvor pendlingstrafikken vender rundt.

Der er blandt kunderne både et ønske om hurtig transport, men også et ønske om at komme tæt på destinationen især i arbejdsplads enden af ruten. Det betyder at der er en moderat afstand mellem stoppestederne i bolig enden. I arbejdsplads enden bør stoppestederne ligge forholdsvis tæt. Derimod standses der ikke midt på ruten. Geografien er således at der er to boligområder som skal betjenes i forhold til Århus Nord (Silkeborg området og Galten/Skovby området). Derfor er der opsamling på to adskilte geografiske steder; men ingen stop ind i mellem.

Som et resultat af planlægningen og de forventede økonomiske rammer er ruten tilrettelagt til at ramme de væsentligste mødetider kl. 7, kl. 8 og kl. 9. Kundeundersøgelsen påviste at de fleste der møder til faste tider kan blive betjent med en timefrekvens. Derudover er der mange på flekstid, som bør kunne tilpasse sig en lavfrekvent rute. Kundeundersøgelsen viste ligeledes at der kun er en meget begrænset efterspørgsel den modsatte vej fra Århus Nord til Galten/Silkeborg. Ruten er derfor indrettet til kun at betjene passagerer i den ene retning. Retningen vendes så midt på dagen.

Kundeunderlaget består for halvdelen af erhvervsspendlere, som i dag stort set betjener sig af egen bil til pendlingsrejserne. Erhvervsspendlerne til Århus Nord tilhører i stor udstrækning det professionelle segment på grund af erhvervssammenhængen i Århus Nord. Det betyder, at man skal satse på et høj kvalitets produkt i forhold til det indsatte busmateriel.

Det skal være busser med høj komfort, og hvor der både er god mulighed for at arbejde og hvile, således at transporttiden kan udnyttes hensigtsmæssigt.

Der tages udgangspunkt i X bus standarden; men der foreslås en række opjusteringer i forhold til den eksisterende standard. Da udbuddet af ruten er fastlagt som et udbud efter forhandling, er der en række af service- og komfortfaciliteter, der ikke er lagt endelig fast på forhånd, og der er også visse faciliteter der er beskrevet som optioner.

Busserne kan karakteriseres som turistlignende busser. Der stilles krav om to store enkelt døre, idet passagerflowet er ensrettet, så man ikke behøver at tilnærme sig bybusindretning mht. døre, og dermed kan man i højere grad tage hensyn til, at man på mellem lange rejser ikke skal sidde i træk fra hyppig åbning af f.eks. 3 dobbeltdøre.

Udover det normale X bus buskoncept åbnes der mulighed for:

- Etablering af stillezone område
- Flyborde til computere
- Stik til computere og derudover etableres der Internet og infotainment skærme på linje med hvad der sker i de nuværende X busser

Derudover er der en række mere detaljerede krav der fremgår af afsnit 5.

Udvendigt skal bussen udstyres med den blå X-bus farve, og det skal af skilte fremgå tydeligt, at der er tale om en X bus.

Takstsystemet der anvendes er det normale Midttrafik takstsystem.

I udbuddet er der en option på et pladsbestillingssystem, som kan iværksættes, hvis der viser sig behov for det. I kundeanalysen var der en væsentlig andel af respondenterne som lagde vægt på garanti for en siddeplads.

**Projekt-
beskrivelse****1. Projekttitel:**

Pendlerbus

Projektnummer:

Midt -001

Projekttype:Forprojekt: ☐

Hovedprojekt: x

Side:

1

2. Resumé

Som led i forprojekt vedrørende Pendlerruten Silkeborg – Galten – Århus Nord er der udarbejdet et grundlag for etablering af Pendlerruten. Dette projekt går ud på at implementere ruten på grundlag af det i forprojektet udarbejdede grundlag, som består af

- Kundeanalyse
- Planlægning af rute
- Udbudsplanlægning
- Markedsføringsplan
- Konceptudarbejdelse

Der foreslås en rute etableret med 2 busser som udelukkende betjener pendlingstrafik til/fra Århus Nord på hverdage.

Der er foreslået en underskudsfordelingsmodel mellem Passagerpuljen og Midttrafik.

3. Baggrund:

Der er i efteråret 2009 gennemført en foranalyse af mulighederne for at etablere en direkte pendlerrute fra Silkeborg og Galten området direkte til Århus Nord.

Kundeanalysen viste at der er stor interesse blandt erhvervspendlerne for at anvende en hurtig og direkte forbindelse til Århus Nord. Pendlingsanalysen viste, at der er et tilstrækkeligt markedspotentiale både blandt erhvervs- og uddannelsespendlere; men udover pendlingstrafik der primært forgår i perioden Kl. 6 – 9 om morgenen og fra Kl. 14-18 om eftermiddagen er der ikke meget kundeunderlag på den pågældende strækning. Kundeunderlaget i pendlingstiden den modsatte vej (mod Silkeborg om morgenen og mod Århus om eftermiddagen) er meget begrænset.

Kundeanalysen viste at kun omkring 10-15% af respondenterne anvendte den kollektive trafik til/fra arbejde i Århus Nord fra Silkeborg - og Galten området, hvilket skyldes at de eksisterende forbindelser er langsomme, og transport til Århus Nord kræver 1-2 omstigninger.

4. Formål:

Formålet med at etablere pendlerruten er, at give et tilbud til pendlere fra Silkeborg- og Galten området om direkte bustransport til Århus Nord, hvor der i dag ikke er nogen hurtig og direkte forbindelse.

Et af målene med at prøve og etablere en specifik pendlerrute med høj kvalitet er, at afprøve om man få pendlerne til at skifte fra transport med egen bil til bustransport, når man kan tilbyde en hurtig og direkte forbindelse.

Et andet mål er at søge at dæmpe trafikpresset i myldretiderne til/fra Århus Nord og i selve Århus Nord, hvor man på grund af forsat udbygning af området kan forudse yderligere trafikproblemer i løbet af nogle år.

Et tredje mål er at afprøve om busser med en række nye komfort- og serviceindretninger kan tiltrække kunder fra det professionelle segment.

Et fjerde mål er at teste nye metoder i forbindelse med iværksættelse af nye ruter/ændring af eksisterende ruter, såsom markedsføring, udbudsprocesser og indretning af busser.

Et femte mål er at formindske miljøbelastningen i form af reduktion af brændstofforbrug og CO₂ udledning.

5. Projektets indhold:

Der iværksættes fra primo 2011 en pendlerrute på strækningen:

Silkeborg – Galten – Århus Nord

Ruten vil få 3 ture mod Århus Nord om morgenen og tomkørsel retur til Silkeborg. Om eftermiddagen får ruten 3 ture i retning mod Silkeborg og tomkørsel retur mod Århus Nord.

Der indsættes 2 busser på ruten og kørselsomfanget pr. år bliver omkring 3.380 timer. Der køres på alle hverdage; men der ingen kørsel i weekenden.

Stoppestederne er placeret med en rimelig tæthed i boligområdet i Silkeborg og Galten/Skovby området. Mellem Silkeborg og Galten området standses der ikke og mellem Galten området og Århus Nord standses der ikke. I Århus Nord er stoppestederne placeret tæt på de store arbejdspladser og uddannelsesinstitutioner.

Som bilag til projektbeskrivelsen er der udarbejdet en afrapportering for Pendlerruteforsøget. Afsnit 4 indeholder en beskrivelse af planlægningsaktiviteterne i foranalysen. Der er udarbejdet en konkret køreplan for ruten, stoppemønster for ruten og rutekort. Alle disse oplysninger findes i afsnit 4.

Planlægningen er foretaget på grundlag af en vekselvirkning mellem resultaterne af kunde- og pendlingsanalysen og de begrænsninger der viste sig køreplanlægningen.

Kravene til udbuddet er bl.a. fastsat på grundlag af de præferencer som respondenterne havde til buskomfort og til service og desuden indgår hensyn til den overordnede økonomi. Endelig indgår de nye krav som Midttrafik normalt stiller til X busser med visse modifikationer. Der indgår også miljøkrav idet man stiller krav til bussernes Euronorm. Udbudskravene er beskrevet i afsnit 5 i afrapporteringen. Materiale til prækvalifikation bliver udsendt i marts måned 2010. Til selve udbudsprocessen er der valgt at gøre forsøg med modellen: Udbud efter forhandling. Der er derfor ikke i kravene til udbud lagt op til absolutte krav på alle områder; men der er en række parametre der vil blive fastsat efter nærmere forhandling.

På grundlag af resultaterne i kundeanalysen er der udarbejdet en markedsføringsplan, som beskriver hvilke målgrupper man skal markedsføre sig over for. Ligeledes beskrives hvilke budskaber der bør sættes på og hvilke medier disse budskaber bør spredes via. Markedsføringsplanen er omtalt i afrapporteringen i afsnit 3. Der er ikke udarbejdet et kreativt oplæg, idet denne del plus selve markedsføringen af ruten vil finde sted i selve hovedprojektet i forbindelse med opstarten af ruten. Der sættes på en meget lokal markedsføring i de to bopælsområder, foruden markedsføring i Midttrafiks egne medier herunder busser mellem Silkeborg og Århus og endelig skal der markedsføres på arbejdspladser og uddannelsesinstitutioner i Århus Nord. Markedsføringen skal også betragtes som en test af hvilke metoder og medier, der har den største virkning. Disse erfaringer skal kunne anvendes i forbindelse med andre ændringer af ruter i Midttrafik.

I afsnit 6 er der vist efterspørgsels- og økonomiberegninger. Efterspørgselstallene for erhvervspendlerne er baseret på svarene i kundeanalysen. Tallene for uddannelsespendlerne er fastsat på grundlag af et skøn, der baserer sig på at de uddannelsessøgende har en væsentlig lavere bilrådighed og derfor vil andelen af kollektiv rejsende være væsentlig højere. Kundernes fordeling på rejsehjemler er ligeledes baseret på kundeanalysens tal. Det skal dog bemærkes at denne fordeling ligger tæt på tidligere undersøgelsers resultat på regionalruter.

Omkostningssatserne for busdriften er høje for pendlerruten på grund af det lille kørselsomfang pr. bus. De tilbud man vil modtage ved udbuddet må forventes at variere temmelig meget, idet omkostningerne for det enkelte selskab vil variere i forhold til den kørsel de pågældende selskaber vil have i området i forvejen, og hvordan den vil passe sammen med den udbudte kørsel på Pendlerruten.

Underskudsdelingen foreslås fordelt således:

	<u>Trafikstyrelsen</u>	<u>Midttrafik</u>
År 1	75%	25%
År 2	50%	50%
År 3	25%	75%

Budgettet er baseret på et estimat af timeprisen på 850 Kr. som forudsætter at ruten køres isoleret. Midttrafik forventer imidlertid at der ved forhandling sker en reduktion af timeprisen, idet både bus og chaufførressourcer kan planlægges sammen med anden trafik.

Den overordnede konceptbeskrivelse er placeret i afsnit 7 i afrapporteringen. Den er baseret på de erfaringer man har gjort i de enkelte faser i forprojektet, som omfattede kunde- og pendlingsanalysen, ruteplanlægningen og udbudsforberedelsen.

Forventede resultater:

- Kørsel på ruten gennemføres i henhold til køreplan
- Kundernes tilfredshed med de enkelte elementer i forhold til komfort og service testes
- Pendlerne anvender ruten i overensstemmelse med de vurderede efterspørgselstal
- Ruten giver sit bidrag til at mindske trængselsproblemerne i Århus Nord
- Analyse af effekten af de forskellige markedsføringstiltag
- Erfaringer med udbudsprocessen: Udbud efter forhandling

Forventede leverancer:

- Pendlerrute iværksat og i drift fra primo 2011 med 2 busser og et årligt kørselsomfang på ca. 3.380 timer.
- Køreplan udgivet
- Informations- og markedsføringskampagne gennemført
- Effektmålinger
- Ekstern evaluering

6. Passagertal før projektets gennemførelse:

Der eksisterer ikke nogen rute med den pågældende linjeføring, og kun en lille andel af erhvervspendlerne anvender kollektiv trafik i dag. En del af uddannelsespendlerne anvender andre busruter i dag; men vil fremover ikke belaste de ruter, der går mod centrum, og som på morgen- og eftermiddagsafgangene i spidsbelastningstimerne kan risikere at skulle dubleres.

7. Succeskriterier for passagertilvæksten efter projektets gennemførelse:

- At ruten opnår et dagligt passagertal på ca. 70 erhvervspendlere og ca. 125 uddannelsespendlere i år 1
- At ruten opnår et dagligt passagertal på. Ca. 100 erhvervspendlere og ca. 150 uddannelsespendlere i år 2
- At ruten opnår et dagligt passagertal på ca. 150 erhvervspendlere og ca. 180 uddannelsespendlere.

8. Øvrige succeskriterier for projektet:

- At der sker en væsentlig miljøforbedring herunder vil der blive sparet 58.000 l benzin i år 3 under forudsætning af at de forventede passagertal opnås. Det er en beregningsforudsætning at 90% af erhvervspendlerne bruger bil i dag og at 10% af uddannelsespendlerne bruger bil
- Midttrafik vinder nogle erfaringer som kan anvendes i forhold til om man skal gå videre med at etablere pendlerruter andre steder omkring de større byer.
- Midttrafik får testet forhold vedrørende busindretning, udbudsprocesser og markedsføring.

9. Projektorganisering:

Den tværfaglige gruppe under ledelse af planlægningsafdelingens chef der blev nedsat under forprojektet opretholdes under hovedprojektet. Der kan ad hoc tilkaldes andre til gruppens møder.

10. Tidsplan

- Prækvalifikationsproces (01.03.2010- 30.05.2010)
- Udbudsproces (01.05.2010 – 01.08.2010)
- Dialog med vindende busselskab om forberedelse af idriftsættelsen (01.09.2010 – 31.12.2010)
- Udbud af markedsføringsopgave (01.09.2010 – 30.09.2010)
- Dialog med bureau om informations- og markedsføringskampagne (01.10.2010 - 30.03. 2011)

11. Rapportering af projektet

- Udbudsmateriale til leverandører
- Markedsføringskampagne
- Kundeanalyse og tællinger
- Indtægts- og omkostningsopgørelser (årligt)
- Årlige køreplaner
- Evaluering

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Markedsføringskampagne 01.12.2010 – 30.06.2011• Løbende information i hele projektperioden• Drift i hele projektperioden (01.01.2011 – 31.12.2013)• Opfølgende kundeanalyse (01.01.2011 – 30.06. 2012)• Evaluering af forsøg (01.01. 2014 – 31.01-.2014) |
|--|--|

BUDGETSKABELON TIL ANSØGERS DETALJEREDE BUDGET

INDEN UDARBEJDELSE AF SKEMA LÆSES INSTRUKS FOR REGNSKAB VEDR. BUSPULJERNE OG REVISIONSINSTRUKSEN SAMMEN MED VEJLEDNINGSMATERIALET PÅ WWW.TRAFIKSTYRELSEN.DK

Dato: 28. februar 2010 Ansøger: Midttrafik Projekttitel: Pendlerrute

Projektbudget som vedlægges ansøgningen									I alt	I alt	I alt	Moms
Tidsperiode:	2010	2011	2012	2013	måned startår- måned slutår	måned startår- måned slutår	måned startår- måned slutår					
	Ansøgt tilskud	Projektets medfinansiering	Ansøgt tilskud	Projektets medfinansiering	Ansøgt tilskud	Projektets medfinansiering	Ansøgt tilskud	Projektets medfinansiering	Ansøgt tilskud	Projektets medfinansiering	Projektets samlede omkostninger	Inkl./Ekskl.
Hovedaktivitet 1 (Forberedelses og driftsaktiviteter)												
Udbudsaktiviteter		80.000							0	80.000	80.000	Ekskl.
Iværksættelsesaktiviteter		80.000							0	80.000	80.000	Ekskl.
PR og information		30.000		30.000		20.000		20.000	0	100.000	100.000	Ekskl.
Køreplanlægning				20.000		20.000			0	40.000	40.000	Ekskl.
Projektledelse				20.000		20.000		20.000	0	60.000	60.000	Ekskl.
Udbud markedsføring og opfølgning på bureau		20.000							0	20.000	20.000	Ekskl.
Markedsføring	150.000	75.000	100.000	50.000					250.000	125.000	375.000	Inkl.
Opfølgende Kundeanalyse					55.000	25.000	55.000	25.000	110.000	50.000	160.000	Inkl.
Hovedaktivitet 2 (Drift af ruten)												
Underskudsdekning år 1 (TS 75%-Midt 25%)			1.304.000	435.000					1.304.000	435.000	1.739.000	Ekskl.
Underskudsdekning år 2 (TS 50%-Midt 50%)					643.000	643.000			643.000	643.000	1.286.000	Ekskl.
Underskudsdekning år 3 (TS 25%-Midt 75%)							208.000	623.000	208.000	623.000	831.000	Ekskl.
Hovedaktivitet 3												
Evaluerings							15.000	35.000	15.000	35.000	50.000	
									0	0	0	
I alt	150.000	285.000	1.404.000	555.000	698.000	728.000	278.000	723.000	2.530.000	2.291.000	4.821.000	-
Procentandel	34,5%	65,5%	71,7%	28,3%	48,9%	51,1%			52,5%	47,5%	-	-
Timer Timepris ekskl. moms Midttrafik eget arbejde 950 400 Opfølgende Kundeanalyse 128 1.000 Evaluerings 40 1.000												

Ved ansøgning bekræfter ansøger at der er midler til den del af projektet der medfinansieres, samt at tilskudsudbetaling, der vedrører moms, ikke kan refunderes fra andre instanser.

Vejledning til budgetskabelon:

Budgettet skal afspejle de leverancer, der ydes, for at opnå projektets resultater og succeskriterier.

Tidsperiode: Budgettet opdeles på kalenderår.

Moms: Det skal angives om omkostningen er med eller uden moms. Ikke med angivelse af beløb, men ved at notere hhv. "inkl." eller "ekskl." i momsfeltet.

Puljemidler kan kun bruges til dækning af omkostninger til moms, når moms er medtaget i det til ansøgningen vedlagte budget, og hvis tilskudsmodtager ikke kan få refunderet momsen jf. eksisterende refusionsordninger mv. Hvis anførte omkostninger er uden moms forudsættes det, at omkostningerne ikke er momsbelagt, at tilskudsmodtager kan afløfte/få refunderet moms eller at ansøger har valgt selv at finansiere omkostninger til moms. Det er således ikke muligt at få forhøjet det tildelte tilskud til dækning af momsomkostninger, som ikke har været medtaget i ansøgningen, der ligger til grund for tildelingen af puljemidler.

Hovedaktivitet: Hovedaktiviteten skal navngives. Der skal foretages underopdeling af større budgetposter i specificerede omkostninger. Tilskudsmodtager kan uden forudgående accept fra Trafikstyrelsen omdisponere mellem de i budgettet tilskudsberettigede hovedaktiviteter på en sådan måde, at hvis en hovedaktivitets budget overskrides med op til 10% eller op til 5 mio. kr. accepteres dette, forudsat at det dækkes ind af tilsvarende mindreforbrug fra de andre hovedaktiviteter.

Specificeret omkostning: Større omkostninger under hovedaktiviteterne skal specificeres for derved at tydeliggøre baggrunden for omkostningerne.

Eksempler på opdeling i specificerede omkostninger kan være:

* udstyr,

* eksterne konsulentytelser af antal timer og timepris,

* lønomkostninger med antal timer og timepris,

* anlægsomkostninger,

* revisionsomkostninger.

Dette kan fx ske med vedlæggelse af bilag såsom tilbud fra leverandør, erfaringsgrundlag, beregningsgrundlag med antal enheder og styk/enhedspris for omkostningen under aktiviteten.

Det bemærkes, at tilskudsmodtageren skal føre en liste over udstyr, der helt eller delvist er anskaffet for tilskuddet, når projektet gennemføres. Listen skal vedlægges det afsluttende regnskab.

I alt: Det samlede budget for projektet, så vel som andelen af budgettet, der finansieres af puljemidler og andelen der dækkes af projektets medfinansiering.

Procentandel: Det angives hvor stor en procentandel af projektets budget, der finansieres af ansøgte puljemidler og hvor stor en andel der dækkes af medfinansieringen fra ansøger. Med ansøgers medfinansiering menes den del som ansøger og samarbejdspartnere tilsammen finansierer af projektet. Tilskudsmodtagers egenfinansiering kan ikke dækkes af andre statslige puljer inden for Transportministeriets område. For Fremkommelighedspuljen bemærkes kravet om medfinansiering på min. 50%.

Øvrige kommentarer til budgettet: Ansøger kan her tilføje kommentarer som er nyttige i forbindelse med forståelse af budgettet.

Evt. rater: Der udbetales først tilskud efter omkostninger er afholdt. Hvis ansøger ønsker tilskuddet udbetalt i flere rater skal sidste rate udgøre min. 25%. Der udbetales maks. 5 rater. Ved opdeling i rater skal der til disse rater være tilknyttet hovedaktiviteter og delmål så som leverancer, resultater og succeskriterier for projektet, der er i overensstemmende med det økonomiske afløb for projektet. Se udbetaling af tilskud i vejledningen.

Denne version er af 29. januar 2010.