BORÅS STAD

Instans
Kommunstyrelsen

SP3

BESLUTSFÖRSLAG

# Svar på remiss/samråd kring förslag till ny zonstruktur för Västtrafik

Kommunstyrelsen föreslås besluta:

Borås Stad avger yttrande enligt upprättat förslag.

Datum
2017-11-15

Tom Andersson
Kommunalråd

Datum
2017-11-15

Morgan Hjalmarsson
Kommunalråd

☐ Tillstyrkes

☐ Alternativt förslag

Diarienummer: KS 2017-00674

Programområde: 001

Handläggare: Charlotta Tornvall

Datum
2017-11-15

Bengt Himmelmann
Avdelningschef

Charlotta Tornvall
Handläggare
033 357276

Datum
2017-11-20

Instans
**Kommunstyrelsen**
Dnr KS 2017-00674
531

DKR Sjuhärad/Boråsregionen

# Svar på remiss/samråd kring förslag till ny zonstruktur för Västtrafik

## Förslag till beslut

Borås Stad avger skrivelse enligt upprättat förslag.

## Sammanfattning

Kollektivtrafiknämnden i Västra Götalandsregionen har gett Västtrafik i uppdrag att ta fram förslag på möjliga zonstrukturer och sortiment.

Tre olika koncept har utvärderats:

- *Flexibla zoner*, där kunden själv placerar en zon med en viss diameter

- *Tre zoner,* där dagens kommunzoner slås samman till tre zoner

- *En zon,* där Västra Götaland består av en enda zon och där samtliga resor kostar lika mycket

Västtrafiks rekommendation är att genomföra konceptet Tre zoner. Detta då Tre zoner utgör en stor förenkling för kunderna och Västtrafik. Samtidigt är förändringen i flera perspektiv begränsad och medför bara ett mindre förändringssteg för kunderna samt låg risk för minskat resande och därmed minskade intäkter.

Dessutom införs en gemensam tätortsbiljett för 30 eller 90 dagar för Borås, ToV, Skövde och Uddevalla.

En intäkt motsvarande dagens subvention av periodbiljetter från Göteborgs stad behövs för att kunna åstadkomma de föreslagna prisnivåerna.

Tre zoner utgör en stor förenkling för kunderna och Västtrafik. Förslaget är det mest likt nuvarande biljettsystem och kommer innebära lägre biljettpriser.

Sträckan Borås – Göteborg är ett av landets viktigaste kollektivtrafik stråk. Det är därför viktigt att biljettpriserna på sträckan kan hållas låga för att kollektivtrafiken skall vara attraktiv.

Idag gör Borås Stad ett årligt tillköp på 2 milj. kr som innebär att tätortstaxa gäller i hela kommunen. Detta upplägg är viktigt för Borås Stad och bör finnas kvar även i en framtida zonstruktur.

En förändring av zon-strukturen i Borås regionen skulle kunna gynna attraktiviteten för pendling till och från Borås.

## Ärendet i sin helhet

Kollektivtrafiknämnden i Västra Götalandsregionen har gett Västtrafik i uppdrag att ta fram förslag på möjliga zonstrukturer och sortiment. Målet har varit att ersätta dagens struktur för att skapa bättre förutsättningar för kunderna att enkelt välja, köpa och resa med sin biljett. Den initiala analysen har identifierat tre olika koncept som utvärderats:

- *Flexibla zoner*, där kunden själv placerar en zon med en viss diameter

- *Tre zoner*, där dagens kommunzoner slås samman till tre zoner

- *En zon*, där Västra Götaland består av en enda zon och där samtliga resor kostar lika mycket

Koncepten har utvärderats utifrån följande huvudkriterier:

- Kundupplevelse

- Ökat resande

- Bra lösning för Västtrafik och partners

- Politiska mål

Västtrafiks rekommendation är att genomföra konceptet Tre zoner. Detta då Tre zoner utgör en stor förenkling för kunderna och Västtrafik. Samtidigt är förändringen i flera perspektiv begränsad och medför bara ett mindre förändringssteg för kunderna samt låg risk för minskat resande och därmed minskade intäkter.

En zon väljs bort som koncept även om det är optimalt för enkelhet. Dels blir prissättningen alltför svår, främst för enkelbiljetter, dels är risken för minskade intäkter och ökade trafikkostnader vid kraftiga resandeförändringar alltför stor. Västtrafik ser dock möjligheter att utveckla zonstrukturen mot En zon över tid om förutsättningar och drivkrafter finns.

Vidare rekommenderas inget fortsatt arbete med Flexibla zoner då både Västtrafik och kunderna upplever få fördelar men desto fler utmaningar och större osäkerhet.

För sortimentet rekommenderas att renodla grundsortimentet till enkelbiljetter, periodbiljetter 30 och 90 dagar samt 1- och 3-dygnsbiljetter för samtliga zoner. Rabatt på 25 % ges ungdomar och studenter m fl. på hela sortimentet. De flesta specialbiljetter tas bort. Dessutom införs en gemensam tätortsbiljett för 30 eller 90 dagar för Borås, ToV, Skövde och Uddevalla.

En intäkt motsvarande dagens subvention av periodbiljetter från Göteborgs stad behövs för att kunna åstadkomma de föreslagna prisnivåerna.

**Tre zoner**

Tre zoner innebär att det i regionen endast finns tre fasta zoner kvar, därmed har fler än 70 zoner blivit tre. Tre zoner är det minsta antalet zoner som är möjligt i Västra Götaland med en rimligare prisbild än konceptet En zon. Upplägget följer den nordiska trenden med färre och större zoner, och skapar en mer lättförståelig och lättöverskådlig zonstruktur.

Den variant som utvärderats är med tre fristående zoner som utgörs av

- Göteborg, Mölndal och Partille kommuner som Zon A

- Göteborgs övriga kranskommuner som Zon B (Öckerö, Kungälv, Ale, Lerum, Härryda och Kungsbacka)

- Resterande kommuner i regionen som Zon C.

## Beslutsunderlag

1. Bilaga KTN beslutsunderlag ny zonstruktur, datum
2. Bilaga följebrev till DKR angående ny zonstruktur

## Beslutet expedieras till

1. DKR Sjuhärad/Boråsregionen/Karin Björklind/ info@borasregionen.se

Ulf Olsson
Kommunstyrelsens ordförande

Bengt Himmelmann
Chef för strategisk samhällsplanering

Göteborg 2017-10-03

# DKR samråd kring förslag till ny zonstruktur för Västtrafik

Hej

Västra Götalandsregionens Kollektivtrafiknämnd beslutade den 26/9 att inleda samråd i de delregionala kollektivtrafikråden om förslag till ny zonstruktur för Västtrafik, enligt följande:

1. *Kollektivtrafiknämnden ställer sig bakom ett förslag om Tre zoner som ny zonstruktur för Västtrafik. Där zon A omfattar kommunerna Göteborg, Mölndal, Partille och Öckerö. Där zon B omfattar kommunerna Kungälv, Ale, Lerum, Härryda och Kungsbacka. Där zon C omfattar resterande kommuner i Västra Götalandsregionen.*
2. *Kollektivtrafiknämnden tar inte ställning till den framtida prisstrukturen eller sortimentets framtida omfattning i relation till förslaget Tre zoner.*
3. *Kollektivtrafiknämnden beslutar att med ovan nämnda ställningstaganden skicka ut bifogad handling som underlag för samråd i de delregionala kollektivtrafikråden inför planerat ställningstagande i Beredningen för hållbar utveckling under första kvartalet 2018.*

Vid samma möte beslutades även följande angående Göteborgs subvention av månadskort:

- *Kollektivtrafiknämnden uppdrar åt Västtrafik att utreda olika alternativ för att helt eller delvis fasa ut Göteborgs subvention av månadskorten med hänsyn taget till pris-elasticitetens påverkan på resandet.*

## Förankring

Förankringsprocessen kring förslaget till ny zonstruktur inleds med dialog i de delregionala Kollektivtrafikråden och tillhörande tjänstemannanätverk, där VGRs tjänstemän presenterar bifogat förslag. Det är sedan upp varje delregion hur man vill samla kommunernas synpunkter, via intern remiss, inom kommunalförbundet eller på annat sätt.

Målsättningen är att samtliga DKR ska kunna ställa sig bakom ett förslag till ny zonstruktur på BHU den 13 mars. Om ni önskar lägga in ett extra DKR-möte innan mars 2018 ser vi givetvis till att berörda tjänstemän och ledamöter från kollektivtrafiknämnden kan medverka så långt möjligt.

BHU är i sin egenskap av regionalt kollektivtrafikråd beredande till kollektivtrafiknämnden, som sedan lyfter frågan vidare till regionstyrelsen och slutligen regionfullmäktige. Ett gemensamt ställningstagande i BHU den 13 mars är en förutsättning om regionfullmäktige ska kunna fatta beslut om ny zonstruktur innan sommaren 2018.

## Frågor till DKR

Vi vill gärna att ni tar upp följande frågor i förankringsprocessen:

- Beskriv de för- och nackdelar ni ser med dagens zonstruktur
- Beskriv för- och nackdelar med förslaget tre zoner, jämfört med dagens zonstruktur
- Lyft fram de eventuella knäckfrågor ni ser kopplat till förslaget tre zoner

Göteborg 2017-10-03

## Tidplan

- DKR Sjuhärad den 29 september
- DKR Göteborgsregionen den 20 oktober
- DKR Skaraborg den 20 oktober
- DKR Fyrbodal den 30 november
- BHU (beredningen för hållbar utveckling) den 13 mars 2018
- Kollektivtrafiknämnden den 18 april
- Regionstyrelsen i maj 2018
- Regionfullmäktige i juni 2018

## Dokumentation

- Bilaga 1: Beslutsunderlag från kollektivtrafiknämnden. Notera att bilagans innehåll skiljer sig från kollektivtrafiknämndens beslut, dels genom att Öckerö flyttas till A-zonen, dels att prisstruktur och sortiment inte ska ingå i ställningstagandet.
- Bilaga 2: Bildspel med beskrivning av bakgrund, utvärdering och förslag till ny zonstruktur.

Återkom gärna om ni har frågor eller vill stämma av kring förankringsprocessen.

Vänliga hälsningar

Jörn Engström, *för kollektivtrafiknämnden*
Kollektivtrafik och infrastruktur
Västra Götalandsregionen

# Ny zonstruktur och nytt sortiment

Beslutsunderlag

2017-09-15

# Förord

Västra Götalandsregionen har som mål att fördubbla kollektivtrafikresandet fram till 2025. För att uppnå detta mål är en central del att förenkla så att det blir lätt för kunden att välja biljett, köpa biljett samt att resa med sin biljett. Det finns en bred övertygelse kring att dagens zonstruktur behöver göras om i grunden för att kunna uppnå detta mål.

Kollektivtrafiknämnden i Västra Götalandsregionen har gett Västtrafik i uppdrag att ta fram förslag på möjliga zonstrukturer och sedan utvärdera förslagen baserat på framtagna utvärderingskriterier. Detta dokument beskriver resultatet av denna utvärdering och kommer att ligga till grund för förankring i de delregionala kollektivtrafikråden och även att utgöra del av underlag till Regionfullmäktige för beslut om genomförande.

Göteborg september 2017

Lars Backström, VD Västtrafik AB

# Sammanfattning

## Beslutsunderlag: Ny zonstruktur och nytt sortiment

Under våren 2017 har Västtrafik genomfört ett arbete för att ta fram förslag för ny zonstruktur och nytt sortiment. Målet har varit att ersätta dagens struktur för att skapa bättre förutsättningar för kunderna att enkelt välja, köpa och resa med sin biljett. En förenkling av zonstrukturen behövs också för att kunna utveckla ett enklare biljettsystem utan check-ut. Den initiala analysen har identifierat tre olika koncept som utvärderats:

- *Flexibla zoner*, där kunden själv placerar en zon med en viss diameter
- *Tre zoner*, där dagens kommunzoner slås samman till tre zoner
- *En zon*, där Västra Götaland består av en enda zon och där samtliga resor kostar lika mycket

Koncepten har utvärderats utifrån följande huvudkriterier:

- Kundupplevelse
- Ökat resande
- Bra lösning för Västtrafik och partners
- Politiska mål

Utvärderingen har baserats på ett antal aktiviteter, bl.a. omfattande kund- och partnerintervjuer enligt tjänstedesignmetodik, workshops med partneranställda, pris- och intäktsanalyser, workshops och analyser med Västtrafiks experter inom trafikplanering, IT, prisanalys och kommunikation. Arbetet har utförts av en tvärfunktionell grupp med blandade kompetenser och erfarenheter och har löpande stämts av med Kollektivtrafiknämndens arbetsgrupp för pris och sortiment.

Västtrafiks rekommendation är att genomföra konceptet *Tre zoner* som beskrivet i detta dokument. Detta då *Tre zoner* utgör en stor förenkling för kunderna och Västtrafik. Samtidigt är förändringen i flera perspektiv begränsad och medför bara ett mindre förändringssteg för kunderna samt låg risk för minskat resande och därmed minskade intäkter.

*En zon* väljs bort som koncept även om det är optimalt för enkelhet. Dels blir prissättningen alltför svår, främst för enkelbiljetter, dels är risken för minskade intäkter och ökade trafikkostnader vid kraftiga resandeförändringar alltför stor. Västtrafik ser dock möjligheter att utveckla zonstrukturen mot *En zon* över tid om förutsättningar och drivkrafter finns.

Vidare rekommenderas inget fortsatt arbete med *Flexibla zoner* då både Västtrafik och kunderna upplever få fördelar men desto fler utmaningar och större osäkerhet.

För sortimentet rekommenderas att renodla grundsortimentet till enkelbiljetter, periodbiljetter 30 och 90 dagar samt 1- och 3-dygnsbiljetter för samtliga zoner. Rabatt på 25 % ges ungdomar och studenter m fl. på hela sortimentet. De flesta specialbiljetter tas bort. Dessutom införs en gemensam tätortsbiljett för 30 eller 90 dagar för Borås, ToV, Skövde och Uddevalla.

En intäkt motsvarande dagens subvention av periodbiljetter från Göteborgs stad behövs för att kunna åstadkomma de föreslagna prisnivåerna.

# Innehåll

Förord ... 2
Sammanfattning ... 3
Innehåll ... 4
Rekommendation ... 5
Västtrafiks strategiska inriktning för arbetet ... 9
Utvärderingskriterier ... 10
Konceptbeskrivningar ... 12
Analys ... 15
Utvärdering av koncept ... 27
Referenser ... 36

# Rekommendation

Tre koncept för ny zonstruktur har utvärderats (se kapitel Konceptbeskrivningar för mer utförliga beskrivningar):

- *Flexibla zoner*
- *Tre zoner*
- *En zon*

Utvärderingen är gjord baserad på nedanstående kriterier:

- Kundupplevelse
- Ökat resande
- Bra lösning för Västtrafik och partners
- Politiska mål

I nedanstående tabeller betyder färgmarkeringen följande:

| Betydelse | Färg |
|---|---|
| Förbättring jämfört med idag | |
| Likvärdigt jämfört med idag | |
| Försämring jämfört med idag | |

## Utvärdering av kundupplevelse

*Tre zoner* är en tydlig förbättring jämfört med idag eftersom modellen upplevs som enkel och lättöverskådlig. Förändringen kommer att vara hanterbar utan att kunderna ska lära sig en ny modell, och modellen är bekant från andra platser i Sverige och världen. Förändringen upplevs som en tydlig förenkling och reaktionen på zonindelning har varit positiv och den har uppfattats naturlig. Modellen leder till att längre resor blir något billigare. Den enda tydliga nackdelen för kundupplevelsen är att resorna blir dyrare i Göteborg och i vissa tätorter.

*Flexibla zoner* upplevs initialt som lockande och flexibelt med en möjlighet till personlig anpassning. Men när kunderna fördjupar sig vidare uppfattas konceptet som svårt att förstå, svårt att resa med och dyrare än förväntat.

*En zon* uppfattas direkt som mycket enkelt och positivt. Men utmaningen med att sätta samma pris för mycket korta och långa resor ligger det till last.

Sammanfattningen för utvärderingen av kundupplevelse blir enligt nedan:

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Minimera utmaningar för kunden* | | | |
| *Erbjud en zonstruktur och ett sortiment som upplevs som attraktivt, prisvärt och logiskt* | | | |

## Utvärdering av ökat resande

För ökat resande är *Tre zoner* jämförbart med idag. Modellen är enkel att förstå både för befintliga och nya kunder. Prisminskningen ger möjlighet till en viss ökning av längre resor, samtidigt som det finns en risk för viss minskning av resandet i Göteborg. På lång sikt kommer förändringen troligen också förenkla för nya resenärer, vilket kan ge ett ökat resande.

För *Flexibla zoner* blir det en utmaning att förklara konceptet för nya kunder, vilket höjer tröskeln för att börja resa. För de befintliga kunderna blir resandet troligen i stort sett oförändrat, men det finns risk för en viss instängningseffekt när kunden optimerar sin egen zon baserat på vardagsresandet och då skapar en högre tröskel för att göra uddaresor utanför sin zon.

För *En zon* kommer det att bli mycket enklare för kunden att förstå hur denne köper biljett och reser med den. Betydligt dyrare korta resor leder dock till stora osäkerheter i resandet och kommer troligen leda till en minskning av resandet.

Sammanfattningen för utvärderingen av ökat resande blir enligt nedan:

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Sänk tröskeln för att börja åka kollektivt och att göra uddaresor* | 🔴 | 🟢 | 🟢 |
| *Bevara och öka resande bland befintliga kunder* | 🟡 | 🟡 | 🔴 |

## Utvärdering av bra lösning för Västtrafik och partners

*Tre zoner* förenklar vardagen för partners då modellen upplevs som mycket enkel. Den är genomförbar för samtliga kanaler och biljettbärare i närtid och är en bekant modell som ger låg risk för oförutsedda förändringar på intäkter och kostnader. Sammantaget blir detta en bättre lösning för Västtrafik och partners än idag.

*Flexibla zoner* kommer att vara mycket utmanande att genomföra, både i fråga om tid, kostnad och att skapa en bra lösning.

*En zon* innebär stora risker för minskade intäkter, men även risk för ökade trafikkostnader från ökat långväga resande, t.ex. med tåg.

Sammanfattningen för utvärderingen av bättre lösning för Västtrafik och partners blir enligt nedan:

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Hållbar intäktsmodell på kort och lång sikt* | 🟡 | 🟡 | 🔴 |
| *Kostnadseffektiv lösning (t.ex. avseende försäljningskostnad och trafikkostnad)* | 🔴 | 🟡 | 🔴 |
| *Möjliggör genomförande för samtliga biljettyper och biljettbärare i närtid* | 🔴 | 🟢 | 🟢 |
| *Skapa förutsättningar för bättre service till kunderna och en bättre arbetsmiljö för de som möter kunderna genom att alla efter en enkel utbildning ska förstå biljettsystem, zonstruktur och sortiment* | 🔴 | 🟢 | 🟢 |
| *Möjliggör tredjepartsförsäljning både som en del av kombinerad mobilitet och som fristående försäljning* | 🔴 | 🟢 | 🟢 |

# Utvärdering av de politiska målen

*Tre zoner* uppfyller de politiska målen ungefär lika bra som dagens zonstruktur, där vissa mål uppfylls bättre än idag och andra sämre. Arbetspendling kommer troligen att vara ungefär samma som idag. De minskade antalet zoner ger färre korta resor över zongräns än idag. Större zoner och sammanpressad prisstruktur ger billigare längre resor vilket gynnar en ”rundare region”. Kommunala tillköp kommer att vara enklare att välja och administrera än idag, men de geografiska områden som kan väljas kommer att vara större än idag. Förutsättningar för kommunala tillköp är i princip desamma som idag, men möjligheten för kommunerna att subventionera påverkas genom att det inte längre finns biljetter som bara gäller inom en kommun. För kombinerad mobilitet gynnas modeller där kunden behöver ta liten hänsyn till geografi, *Tre zoner* blir därmed något bättre än dagens modell.

För *Flexibla zoner* innebär en förbättring för ett av de politiska målen, främst prissättning av korta resor över zongräns, men övriga är detsamma som dagens lösning eller sämre. T.ex. påverkas även här möjligheten för kommunerna att subventionera eftersom det inte längre finns biljetter som bara gäller inom en kommun.

För *En zon* uppfylls de flesta politiska mål bättre än idag, men det minskade resandet inom pendlingsnaven och svårigheten att hantera enskilda kommuners subvention innebär försämringar jämfört med idag.

Sammanfattningen för utvärderingen av politiska mål blir enligt nedan:

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Stimulera till ökad arbetspendling (inklusive resor över länsgräns)* | 🟡 | 🟡 | 🔴 |
| *Mera ”rättvis” prissättning av korta resor över zongräns* | 🟢 | 🟢 | 🟢 |
| *Möjlighet att med priserna styra mot en ”rundare region”* | 🟡 | 🟢 | 🟢 |
| *Möjlighet till kommunala tillköp (inklusive subventioner)* | 🔴 | 🔴 | 🔴 |
| *Möjligheten att främja kombinerad mobilitet (och extern försäljning)* | 🔴 | 🟡 | 🟢 |

# Slutsats

**Sammantaget blir *Tre zoner* en tydlig förbättring mot dagens zonstruktur och rekommenderas för genomförande.**

Baserat på ovanstående rekommenderas följande grundsortiment:

- Enkelbiljetter, periodbiljetter (30 dagar och 90 dagar) och dygnsbiljetter (1 och 3 dygn) bibehålls och gäller för samtliga zoner.
- För enkelbiljetter bibehålls återbäringen i de kanaler där detta är genomförbart.
- Rabatt ges till ungdomar under 20 år, studenter och de andra grupper som har rätt till rabatt och gäller för samtliga biljetter.
- En gemensam tätortsbiljett giltig för 30 och 90 dagar införs som gäller i tätortsområden ToV, Skövde, Borås och Uddevalla.

Den så kallade ”glasskartan” är ett uttryck för ett publikt sortiment som är så enkelt och lättöverskådligt att det i sin helhet går att överblicka likt en glasskarta på endast en sida. Att nå den typen av enkelhet kräver färre zoner och prissteg, men även färre undantag och större symmetri i det sortiment som erbjuds.

Baserat på den rekommenderade zonstrukturen *Tre zoner* och det sortiment som beskrivs ovan så är förslaget om ”glasskartan” enligt bilden nedan. Observera att nedanstående priser baseras på 2017 års priser och att motsvarande intäktsnivå, som idag inkluderar subvention från Göteborgs stad, bibehålls. Enkelbiljettspriserna nedan avser Västtrafik To Go och kontoladdning. Denna prisbild ska endast ses som en indikation på möjliga prisnivåer i jämförelse med dagens nivåer. När en förändring av zonstrukturen införs kommer en definitiv prissättning att behöva tas fram baserat på då aktuella prisnivåer och förutsättningar.

| | Enkel | 1 dygn | 3 dygn | 30 dagar | 90 dagar |
|---|---|---|---|---|---|
| **1 zon** | 33 kr | 100 kr | 200 kr | 695 kr | 1 900 kr |
| **2 zoner** | 61 kr | 185 kr | 370 kr | 1 065 kr | 2 900 kr |
| **3 zoner** | 92 kr | 275 kr | 550 kr | 1 595 kr | 4 300 kr |

Tätortsbiljett 30 dagar kostar 595kr. Ungdomar och studenter erbjuds 25% rabatt på samtliga biljetter.

Priserna ovan följer ambitionen om enkelhet genom få prissteg, symmetri i sortimentet samt mindre skillnader än idag mellan den dyraste och billigaste biljetten. Priserna är anpassade för att minimera effekter och skillnader jämfört med dagens prissättning vid ett införande, t.ex. är priset för en periodbiljett med två zoner detsamma som en periodbiljett för dagens Göteborg+.

# Västtrafiks strategiska inriktning för arbetet

Enligt det Regionala trafikförsörjningsprogrammet (se [1]) är målsättningen att öka kollektivtrafikens marknadsandel gentemot biltrafiken. För frågan om zonstruktur och sortiment innebär detta följande:

- Kollektivtrafikens enkelhet och låga tröskel behöver säkras. En viktig del av upplevelsen är hur det är att välja biljett, köpa biljett och resa med sin biljett. Detta bör inte vara någon extraordinär upplevelse, utan snarare en med så få utmaningar för kunden som möjligt.
- Kollektivtrafiken behöver konkurrera med bilens flexibilitet. Detta görs dels genom förbättrad tillgänglighet och turtäthet, men också genom att sänka priset för långa resor och genom att göra det enkelt att förlänga en påbörjad resa samt att göra resor utanför det vanliga resandet mellan bostad och sysselsättning.
- Kollektivtrafiken behöver ha ett attraktivt erbjudande även för de som idag inte reser kollektivt. Detta är nyckeln för att öka resandet och få fler kunder. Biljetter och deras pris är bara en mindre del av erbjudandet. Det är därför viktigt att fokusera på andra delar av erbjudandet såsom enkelhet, trygghet och en positiv upplevelse under själva resan.
- Regionen ska bli rundare, dvs. upplevelsen av avstånd i regionen ska minska. För sortimentet blir konsekvensen av detta en minskad skillnad i pris mellan den billigaste och dyraste biljetten.
- De kunder som reser mest kollektivt ska belönas och uppmuntras. Detta leder till att priser för enkelbiljetter kommer att behöva höjas för att kunna erbjuda ett lägre pris för periodbiljetter.

**Som en förberedelse inför arbetet med zonstruktur beslutade Kollektivtrafiknämnden om följande målbild för arbetet:**

- *Kunden förstår enkelt vilket av få och tydliga alternativ denne ska välja tack vare att zonerna har blivit flexibla, mycket större eller helt försvunnit. Det fungerar likadant i hela regionen och man passerar väldigt sällan en zongräns om dessa finns kvar.*
- *Kunden får snabbt en överblick över de biljetter som finns och förstår precis vilken som passar bäst, samt upplever att det är ett attraktivt erbjudande. Kunden känner sig trygg med att denne klarar sig själv både som nybörjare och vaneresenär.*

Målbilden kompletterades med följande principer som ledning för det fortsatta arbetet:

- Om förändringen är stor så måste förbättringen för både kunderna och Västtrafik vara mycket stor.
- Enkelhet med få undantag skapar trygghet för både kunderna och Västtrafik. Vi måste vara modiga och undvika kompromisser.
- Kunden ska känna igen sig oberoende av biljett, biljettbärare, försäljningskanal och var de befinner sig i regionen.
- Biljettens pris ska upplevas som rimligt.
- Genomförbarhet i närtid för andra biljettbärare än mobilen är viktigt.
- Vi eftersträvar intäktsneutralitet.

# Utvärderingskriterier

Utvärderingskriterierna nedan har tagits fram av Västtrafik tillsammans med Kollektivtrafiknämndens arbetsgrupp för pris- och sortiment och omfattar de olika aspekter som koncepten kommer att bedömas på.

## Kundupplevelse

**Minimera utmaningar för kunden**

Målet är att minska kundens utmaningar och göra det så enkelt som möjligt att välja biljett, köpa biljett och resa med sin biljett. Målet baseras på kundens förväntan på kollektivtrafiken som en fungerande tjänst som är lätt att använda utan förkunskap eller särskilt engagemang.

**Erbjud en zonstruktur och ett sortiment som upplevs som attraktivt, prisvärt och rimligt**

Majoriteten av Västtrafiks kunder ska uppfatta att de får ett attraktivt erbjudande där det upplevda värdet av tjänsten är detsamma eller högre än priset de betalar för sin biljett.

## Ökat resande

**Sänk tröskeln för att börja åka kollektivt och att göra uddaresor**

Det ska bli enklare för en nybörjare att börja åka kollektivt utan hjälp från andra. Det ska också bli enklare för befintliga kunder att göra resor med kollektivtrafiken utanför sina vanliga resmönster.

**Bevara och öka resande bland befintliga kunder**

Idag reser en stor mängd människor i regionen med kollektivtrafiken, en eventuell förändring av zonstruktur ska bevara dagens nivå av resande hos befintliga kunder samtidigt som den skapar potential för ett ökat resande, både hos befintliga och nya kunder.

## Bra lösning för Västtrafik och partners

**Hållbar intäktsmodell på kort och lång sikt**

Västtrafik har tydliga krav på sig att bibehålla dagens självfinansieringsgrad, dvs. fördelningen mellan biljettintäkter och skattefinansiering. En ny zonstruktur leder till en förändring av prisstrukturen vilket på kort sikt kan leda till förändringar i intäkterna. På lång sikt måste dock intäkterna motsvara dagens, för att bibehålla självfinansieringsgraden.

**Kostnadseffektiv lösning (t.ex. avseende försäljningskostnad)**

Hänsyn måste tas till kostnader och kommande investeringar för införande av en ny zonstruktur, t.ex. kopplat till biljettsystem (dvs. det tekniska system som möjliggör försäljning av biljetter), samt påverkan på löpande kostnader som förvaltning och försäljningskostnader. Även ökade trafikkostnader behöver beaktas, t.ex. kan kraftiga prissänkningar på längre resor leda till behov av ökad trafikkapacitet och därmed ökade kostnader för fordon och trafik.

**Möjliggör genomförande för samtliga biljettyper och biljettbärare i närtid**

Ambitionen är ett sammanhängande upplägg där det fungerar på ett liknande sätt oavsett vilken biljett kunden köpt, eller hur kunden har köpt den. Det ställer krav på att en eventuell ny zonstruktur ska vara genomförbar för enkel-, dygns- och periodbiljetter för samtliga befintliga sätt att hantera sin biljett, som app, Västtrafikkort och papper, men även skapa förutsättningar för nya potentiella sätt att resa med sin biljett.

Skapa förutsättningar för bättre service till kunderna och en bättre arbetsmiljö för de som möter kunderna genom att alla efter en enkel utbildning ska förstå biljettsystem, zonstruktur och sortiment

Bättre möjlighet för de som servar kunderna att förstå zonstruktur och sortiment leder till tydligare information och bättre service för kunderna. Idag är upplägget mycket komplicerat samt har en stor mängd undantag, vilket innebär att väldigt få som representerar Västtrafik känner sig trygga i sin kunskap i alla situationer.

**Möjliggör tredjepartsförsäljning både som en del av kombinerad mobilitet och som fristående försäljning**

Det finns en framtida potential för ökad försäljning i extern försäljning genom att andra parter säljer Västtrafiks biljetter samt där kollektivtrafiken är en del av en resekedja i lösningar för kombinerad mobilitet. Därför är det viktigt att en ny zonstruktur möjliggör att Västtrafik enkelt kan samarbeta med tredjepartsaktörer inom biljettförsäljning.

## Politiska mål

**Stimulera till ökad arbetspendling (inklusive resor över länsgräns)**

En ny zonstruktur bör skapa potential till ökad arbetspendling inom regionens pendlingsnav, mellan pendlingsnav samt till och från pendlingsnav utanför regionen.

**Mera ”rättvis” prissättning av korta resor över zongräns**

Korta resor över zongräns har idag en upplevd orättvis prissättning: En resa som är kortare än flertalet resor inom en zon, kostar vid passage av en zongräns i många fall betydligt mer än motsvarande resa inom en zon. En ny zonstruktur bör minska antalet zonöverskridande resor samt minska den negativa effekten på priset av att passera en zongräns.

**Möjlighet att med priserna styra mot en ”rundare region”**

En ny modell bör möjliggöra att längre resor kan premieras framför resor inom en ort för att få en mer sammanhållen region.

**Möjlighet till kommunala tillköp (inklusive subventioner)**

Regionens kommuner bör precis som idag ha möjlighet att göra kommunala tillköp som t ex. skolkort, seniorkort samt eventuella subventioner av kollektivtrafiken.

**Möjligheten att främja kombinerad mobilitet (och extern försäljning)**

Även för att uppfylla de politiska målen är det viktigt att en ny modell möjliggör samarbeten med tredjepartsaktörer kring biljettförsäljning, dels för att göra kollektivtrafiken mer attraktiv, dels för att knyta ihop kollektivtrafiken i olika regioner.

# Konceptbeskrivningar

Nedan beskrivs de tre koncept för zonstruktur som under arbetet blivit kandidater att utvärdera. I samtliga koncept används samma zonstruktur för samtliga biljetter, oavsett om det är enkel-, dygns- eller periodbiljetter, samt oavsett om det är för privatkunder, företagskunder eller kommunala tillköp. Bilder som beskriver koncepten innehåller förenklade kartor av regionen som inte är helt skalenliga.

## Flexibla zoner

*Bild:* Flexibla zoner *där kunden bestämmer både storlek och position för sin zon genom att ange minst två hållplatser.*

*Flexibla zoner*, som ibland även kallas personliga zoner, ger kunden möjlighet att välja både placering och storlek på en cirkulär zon utan begränsning av t ex. kommungränser. Det leder också till att varje kund får en unik zon. Konceptet följer trenden med personalisering av tjänster, och togs fram bland annat för att lösa problematiken med korta resor över zongräns.

Konceptet *Flexibla zoner* togs ursprungligen fram på Västtrafik som en möjlig lösning för en ny zonstruktur. Detta koncept utgår dock från den variant som tagits fram i Skåne, där kunden sätter sin zon genom att välja ett antal hållplatser som ska ingå i resan/perioden och där systemet baserat på dessa sätter en lämplig storlek och placering av zonen.

Zonerna erbjuds i tre storlekar:

- Liten = 20km diameter
- Mellan = 40km diameter
- Stor = hela regionen

Zonens storlek och placering gäller för biljettens hela giltighetstid vare sig det är en enkel-, dygns- eller periodbiljett. Det finns dock möjlighet att temporärt utöka sin zon genom en tilläggsbiljett när kundens befintliga zon inte räcker till, t ex. vid en resa utanför det område som kunden har en periodbiljett för. Den lilla zonen täcker ett avsevärt mindre område än de allra flesta av dagens kommunzoner, dock innebär den flexibla placeringen att majoriteten av kundernas kollektivtrafikresor bör kunna täckas om zonen placeras på ett optimalt sätt.

Flera varianter av zonstorlekar analyserades och testades med kunder under arbetets gång. Det blev tydligt att med fler prissteg kommer man närmare att betala för exakt det man reser, men man ökar samtidigt komplexiteten för kunderna. Detta gjorde att upplägget med tre prissteg ansågs mest lämpligt.

## Tre zoner

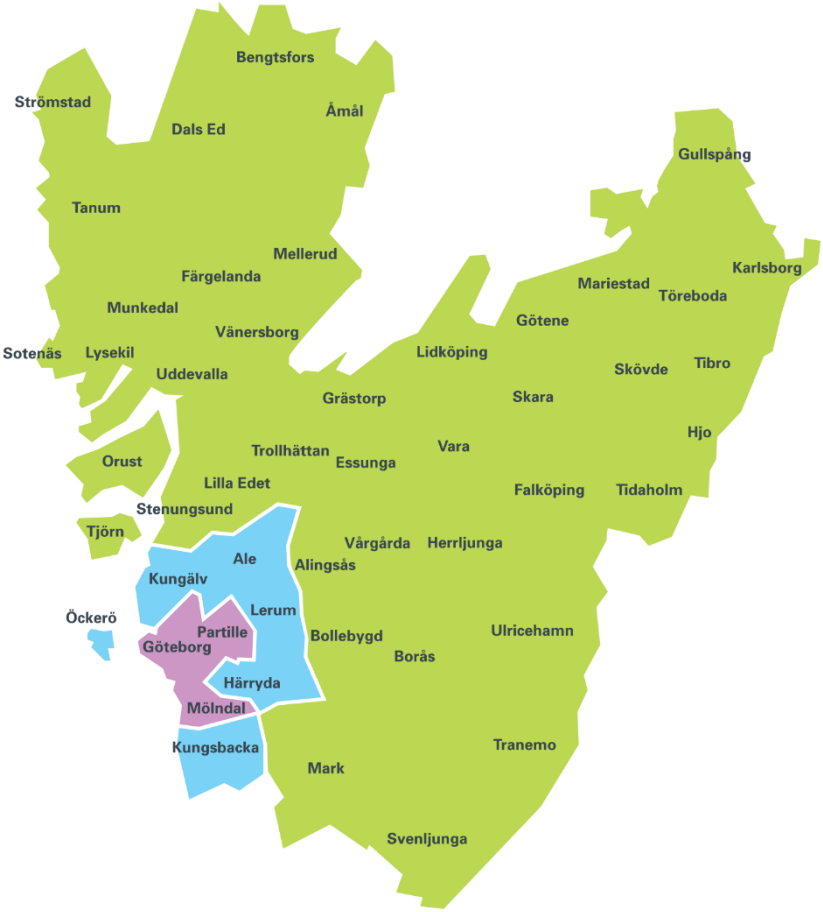



*Bild:* Tre zoner *med Göteborg, Mölndal och Partille som Zon A, Göteborgs övriga kranskommuner som Zon B samt resterande del av regionen som Zon C.*

*Tre zoner* innebär att det i regionen endast finns tre fasta zoner kvar, därmed har fler än 70 zoner blivit tre. Tre zoner är det minsta antalet zoner som är möjligt i Västra Götaland med en rimligare prisbild än konceptet *En zon*. Upplägget följer den nordiska trenden med färre och större zoner, och skapar en mer lättförståelig och lättöverskådlig zonstruktur.

Den variant som utvärderats är med tre fristående zoner som utgörs av

- Göteborg, Mölndal och Partille kommuner som Zon A
- Göteborgs övriga kranskommuner som Zon B (Öckerö, Kungälv, Ale, Lerum, Härryda och Kungsbacka)
- Resterande kommuner i regionen som Zon C.

Zon A är ett sammanhängande bebyggt område där majoriteten av resandet sker och innefattar all spårvagnstrafik och stombusstrafik. Zon B utgör kransen av kommunerna utanför zon A. För att kunna få en prisstruktur där priset för resor inom Göteborg skiljer sig för längre resor behöver det finnas ett prissteg till kranskommunerna. Resandet för zon B är huvudsakligen in till A-zonen, och i viss mån inom respektive kommun. En mindre del av resandet är också ut till C-zonen. Eftersom resandet mellan kommuner inom zon B är litet är det intäktsmässigt ingen skillnad att ha en stor zon istället för att låta kommunerna vara egna kommunzoner, den enklaste lösningen är då att låta alla kommuner i zon B tillsammans utgöra en zon. Zon C omfattar resten av regionen, och då den största delen av resandet sker i och in till Göteborg är det prismässigt möjligt att öka enkelheten och låta hela zon C vara en enda zon. I detta koncept används befintliga kommunzoners gränser vilket ger en förenkling för kunderna i att använda gränser som används idag. Det är också ett sätt att undvika utmaningen att skapa nya gränser specifika för Västtrafik.

Kunden väljer en eller flera av zonerna för sin biljett, det finns sammanlagt sex varianter; A, B, C, AB, BC och ABC. Vilka zoner som behövs för biljetten baseras på vilka zoner som passeras längs resvägen. Till exempel kommer en resa mellan Alingsås och Kungälv med tåg via Göteborg kräva en biljett för alla tre zonerna, eftersom resan går genom alla tre zoner.

## En zon

*Bild:* En zon *där samtliga biljetter gäller för hela regionen under deras respektive giltighetstid.*

*En zon* innebär att zonerna i regionen helt tas bort. Regionen blir därmed en enda zon där endast gränsen mot grannlänen kvarstår. Förenklat kan sägas att samtliga biljetter, oavsett om det är enkel-, dygns- eller periodbiljetter fungerar som dagens Regionen Runt-biljetter för respektive giltighetstid.

Det är viktigt att skilja detta koncept från andra varianter som varit föremål för diskussioner tidigare där t ex. förslaget var att kunden betalar ett fast pris varje gång denne steg på ett nytt fordon.

# Analys

## Nuläge

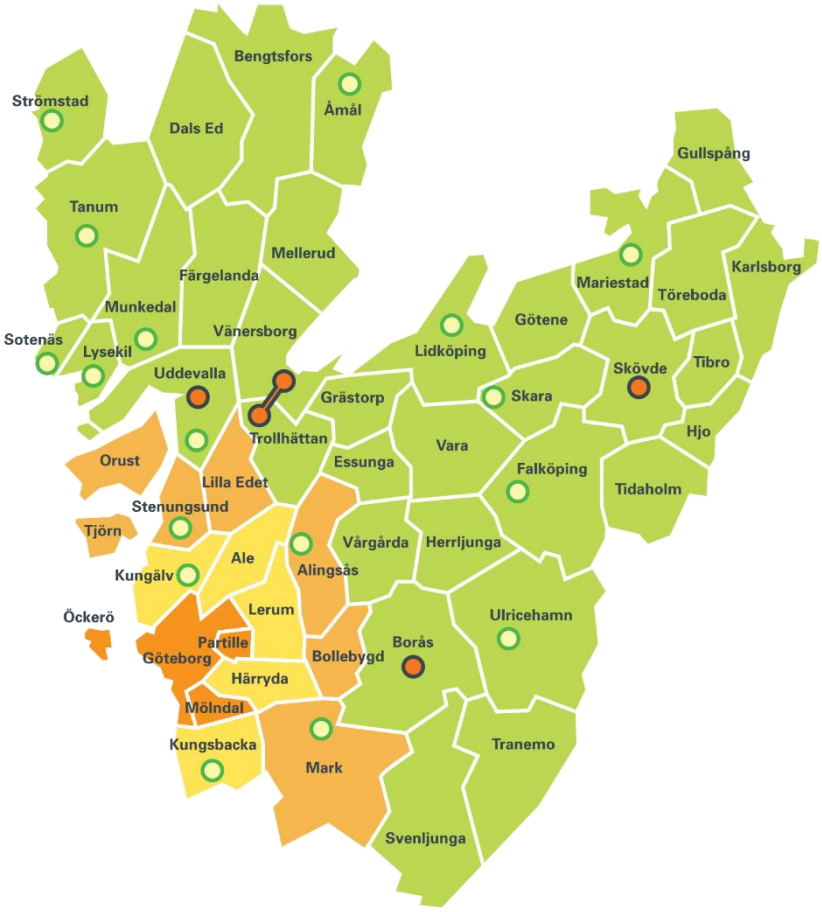



*Bild: Förenklad bild av Nuläget där zonstrukturen baseras på kommunzoner, biljetter som gäller i flera kommuner samt ett antal tätortszoner.*

Utgångspunkten för detta arbete är dagens pris- och sortimentsstruktur i Västra Götaland. Nedan följer en kortfattad beskrivning av denna, med fokus på de områden som berörs mest av de föreslagna förändringarna. För en mer heltäckande beskrivning se [2].

Zonstrukturen för periodbiljetter utgörs dels av zoner baserade på kommungränserna, och dels på ett antal zoner där flera kommuner slagits samman. Vissa kommuner är delade i flera delar där olika delar tillhör olika biljetter. Biljettpriset för kommunzoner är med en del undantag densamma för alla kommuner. För enkelbiljetter används också kommunzoner, priset baseras på en matris av zoner som ger vilket pris som gäller för resor mellan två zoner. För kontoladdning finns också en kilometerbaserad prissättning som systemet automatiskt väljer om den ger ett lägre pris än zonmatrisen.

Sortimentet består av periodbiljetter (30, 90 och 365 dagar), dygnsbiljetter (1 och 3 dygn) och enkelbiljetter (antingen genom förköpt kontoladdning eller direkt via appen Västtrafik To Go, ombord eller i butik). Alla giltighetstider finns inte tillgängliga för alla kommuner.

Vissa kommuner gör tillköp av skolkort och seniorkort åt sina invånare. Priset för skolkort följer i de flesta fall den publika prislistan. Närmare 40 av regionens kommuner erbjuder idag seniorkort som ger gratis resande för kunder över en viss ålder antingen hela dygnet eller under lågtrafik.

Två kommuner bekostar också lokala subventioner: Göteborgs stad subventionerar priset för periodbiljett Göteborgs kommun med 135 kronor per biljett (30-dagars) vilket 2016 motsvarade 168 Mnkr. Borås stad bekostar

en subvention som innebär att priset för hela kommunen är detsamma som tätortspriset skulle ha varit. Denna subvention motsvarar ca 2,5 Mnkr per år. Dessa subventioner innebär ur ett perspektiv ett positivt tillskott som gör det möjligt att hålla lägre priser för resenärerna. Ur ett annat perspektiv skapar subventionerna ett problem i prisstrukturen: Skulle subventionen tas bort kommer det leda till stora prishöjningar i Göteborg, vilket direkt skulle påverka priset för områden nära Göteborg, som idag är anpassade efter priset med Göteborgs subvention, och indirekt påverka alla priser i regionen då alla priser kommer att behöva höjas för att kompensera det minskade resandet i Göteborg.

Dagens biljetter och priser är till stor del ett arv från när kollektivtrafiken i regionen sköttes av flera olika länstrafikbolag. Genom åren har ett omfattande arbete för att förenkla sortimentet genomförts och t ex. båttillägg och nattillägg har tagits bort, en viss harmonisering av åldersgränserna har gjorts. Den senaste förändringen var att harmonisera priset för enkelbiljetter i Västtrafik To Go och för kontoladdningen.

Ändå kvarstår ett lapptäcke av undantag med t ex. olika sortiment för olika geografiska områden, olika sortiment beroende på hur biljetten köps, olika bytestider för olika biljetter osv. Det är svåröverskådligt på gränsen till oöverskådligt, och i intervjuer med partnerpersonal blir det tydligt att det krävs stor ansträngning och mycket tid för dem att sätta sig in i Västtrafiks erbjudande till kunderna. Dagens situation är långt från målbilden om ett lättöverskådligt sortiment där kunden snabbt förstår vilken biljett som passar bäst.

## Benchmark

En benchmark är genomförd i form av intervjuer med ett antal andra trafikhuvudmän i Norden. Sju andra huvudmän som har genomfört liknande förändringar intervjuades, liksom de tre av Västtrafiks grannlän som ännu inte genomfört förändringar, men som kommer att påverkas av förändringar på Västtrafik.

Inriktningen i de förändringar som genomförts är entydig: många zoner slås samman till färre, i vissa fall till bara en enda zon. Drivkraften är ökad enkelhet, både för kund och för de som arbetar med biljettsystemet. Gemensamt är också den viktiga framgångsfaktorn mod, och att alla intressenter samlas kring förändringen. Till sist är en genomgående kommentar att även förändringar som upplevs som stora när de genomförs ganska snabbt blir vardag efter genomförandet.

Nedan ges en kort översikt över vilka intervjuer som har genomförts och en del av resultaten. Se [3] för fördjupad information om resultatet.

| Trafikhuvudman | Genomförd förändring | Mottagande | Viktigaste medskick |
|---|---|---|---|
| *Ruter, Oslo* | 77 zoner blev 8 inkl lite prisförändringar; Nytt resekort infördes. Uttalat få övriga förändringar. | Försiktigt positivt utom i västra välbärgade Oslo. Viss rese- och intäktsökning. | Visa mod. Lyssna på kunderna, förbered processbaserat. Icke-handling dödar. |
| *Movia, Köpenhamn* | Nya zoner, nya priser och uppdatering av produkter. | I huvudsak positivt mottagande. Politiken stod upp tydligt. DSB blev nöjda. Visst missnöje bland dom som fick det dyrare. Osäker på resor/intäkter. | Tydlighet. Håll starkt i principerna. Kommunikation. Transparens. |
| *Jönköpings Länstrafik* | 80-talet zoner blev 8 inklusive nya priser. Billigt ungdomskort lanserades samtidigt. | Neutralt till lite positiva efter kort inledande ”storm”. Dom som reser kort (dyrare) blev missnöjda. | Ta er tid att försöka tänka på allt, Resplus och resor till grannlänen t ex. |
| *Skånetrafiken* | 202 zoner blev 3 nivåer med personliga inslag. Rensat och bland mängder av produkter erbjudanden och rabatter. | Ingen big bang. Över lag ganska positivt mottagande i alla läger. Bra försäljningsstart i appen; osäkerhet om resandet. | Få ihop teamet. Lär av andra som gör ett bra jobb. Lyssna på kunderna. Krångla inte till det. Prioritera! |
| *SL, Stockholm* | Enhetstaxa infördes även för enkelbiljett och reskassa (fanns sedan tidigare för periodkort). | Överraskande bra mottagande i media. Relativt lite reaktioner. Politikerna stod upp och få kundklagomål. | Politiska processen är nyckeln! Tidigt och djupt samarbete. |
| *UL, Uppsala* | Många småzoner har blivit 3 (4) för enkelresor. Enhetstaxa för periodbiljetter och prisjusteringar. | Totalt sett positivt. Negativt från Uppsalabor (inklusive Uppsala-media). Politikerna stod upp. Bra utveckling på resandet, inte tillräckligt bra för intäkterna. | Lita på kompetensen. Våga titta framåt. Glöm inte politiken. |
| *Sörmland* | Nytt biljettsystem och nya färre zoner. | Togs emot bra: enklare, modernare, lägre pris för de flesta. Hittills har resandet gått upp och intäkterna ned. | Var inte rädda. Våga tänka nytt. Enkelhet för kunden. |
| *Hallandstrafiken* | Inte genomfört förändringar men planering pågår. | - | - |
| *Örebro* | Inte genomfört förändringar. | - | - |

## Digitalisering - förändringar i köp och beteende

Zonstrukturen påverkar både direkt och indirekt hur Västtrafiks kunder köper och reser med sina biljetter. Därför är det viktigt att identifiera hur kundernas förhållningssätt till köp och resande förändras och utvecklas nu och framåt, och i synnerhet mot bakgrund av den ökade digitaliseringen i samhället.

Både bland branschkollegor och i omvärlden i stort pågår en förflyttning mot mer gränslösa erbjudanden. Många trafikhuvudmän väljer zonstrukturer med större zoner än tidigare (se resultat från Benchmark ovan). Större zoner ger större frihet i resandet och minskade utmaningar i kundupplevelsen. Risk för utmaningar finns t ex. när det är många biljetter att välja mellan, när kunden inte vet var biljetten gäller, när kunden måste göra något annorlunda i samband med en resa man normalt inte gör eller om det krävs komplicerad interaktion med en kortläsare eller person för att kunna göra sin resa.

Teleoperatörer, Spotify, Netflix m.fl. har på senare år valt att paketera tydliga helhetserbjudanden utan gränser snarare än att prissätta så noggrant som möjligt. Precis som det är rimligt att i kollektivtrafiken betala för hur långt man reser, är det rimligt att teleoperatörer tar betalt för samtalsminuter och skickade SMS, det är rimligt för Spotify att ta betalt per lyssnad låt eller timme och det är rimligt för Netflix att ta betalt per avsnitt som tidigare Pay-per-view-konkurrenter. Istället erbjuder dessa tjänsteleverantörer obegränsade abonnemang där kunderna kan nyttja så mycket de behöver, med så få och små utmaningar som möjligt då samma erbjudande gäller för alla användningsfall.

Denna typ av prissättning maximerar enkelheten för kunden och skapar kraftfulla och heltäckande erbjudanden med ökad frihet för en kraftig tillväxt i en konkurrensutsatt situation. Västtrafiks viktigaste mål är att öka antalet kunder som reser kollektivt, vilket leder till fokus på minskade utmaningar för kunder och ett erbjudande som ger en upplevelse av att resa utan begränsningar.

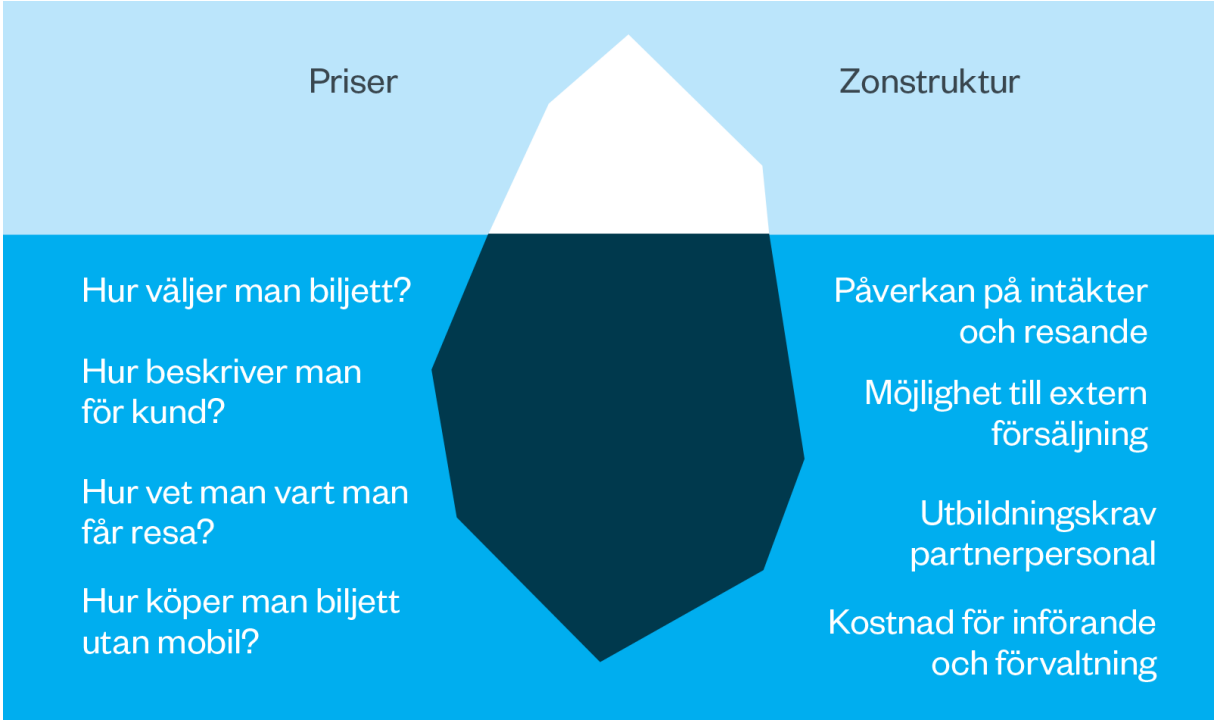
Dagens kunder har mindre och mindre friktion och utmaningar i de digitala tjänster de utnyttjar. När kollektivtrafiken digitaliseras behöver därför fokus på låg friktion för kunderna vara betydligt större än vad det varit tidigare i kollektivtrafiken.

Västtrafik har egen erfarenhet av hur kundens utmaningar påverkar nyttjandet av en digital tjänst. När Västtrafik på grund av nya affärsmodeller hos teleoperatörerna tvingades införa registrering för SMS-tjänsten den 1 februari 2013 tappades ungefär hälften av försäljningen via SMS i princip över en natt, från ca 20 mnkr/mån till ca 10mnkr/mån. Försäljningen via SMS återhämtade sig aldrig och tjänstens avvecklades i januari 2017. Den enda utmaning som infördes var tvånget att registrera ett konto varefter tjänsten kunde användas som tidigare, men även denna till synes lilla försämring gav en drastisk förändring av användandet.

Västtrafik har en uttalad strategi om att bygga en närmare relation med kunderna genom att öka andelen biljetter som säljs direkt till kund, framförallt genom att öka den digitala försäljningen. Dels för att kunna skapa så relevanta erbjudanden som möjligt för varje kund, dels för att en lojalitetseffekt med mer försäljning och resande varit tydlig för de tjänster där kunden har haft en direkt relation med Västtrafik. Denna överflyttning har redan påbörjats (nästan 30 % av privatkundsförsäljningen görs i Västtrafik To Go redan nu, 17 månader efter lansering) och bedömningen är att det kommer att accelerera under de kommande åren. När en ny zonstruktur lanseras bedöms majoriteten av resenärerna att köpa sina biljetter i en app, och även använda biljetten i appen för att resa. Samtidigt har undersökningar visat att det finns en grupp på mellan 5-20 % av resenärerna som inte i en närtid kommer att börja resa med app. Dessa kunder kommer under en lång tid att fortsätta resa med smarta kort eller andra icke-digitala biljetter. Alla koncept behöver ta hänsyn till båda dessa kundgrupper.

## Kund

Den grundläggande drivkraften att förändra zonstrukturen är att skapa ett bättre kundmöte. Kundens syn på och acceptans av de olika koncepten är därför central. Samtidigt är det svårt att på ett tydligt sätt beskriva konsekvenserna för kunden av en ny zonstruktur bortanför en zonkarta med priser, se bild nedan med en analogi kring isberget ovanför ytan.




För att på ett fördjupat sätt förstå kundernas syn på koncepten har en analys genomförts enligt tjänstedesignsmetodik. Tjänstedesign är en metod för att involvera kunden i utvecklingen av tjänster eller produkter så att kundinsikterna finns med redan från början. Involveringen görs genom djupintervjuer där

respondenten ges stor frihet att utveckla de aspekter som är viktiga för denne för att på så sätt nå de djupare drivkrafterna, som ofta är känslo- eller värderingsstyrda.

Ett 70-tal intervjuer genomfördes med kunder och anställda hos Västtrafiks partners. Intervjuerna var spridda över hela regionen och deltagarna utgjorde ett urval av olika kunder som reste inom olika områden och som reste olika ofta. Denna undersökning var ovanligt stor med tjänstedesignsmått mätt, något som bekräftades av de entydiga resultaten som också gällde oberoende plats och resefrekvens.

Nedan följer en kortfattad sammanfattning av resultatet, för fördjupad information se [4].

Arbetet har gett åtta generella huvudinsikter:

- Priser och zonstruktur är en komponent av flera när kunden väljer att resa kollektivt. Flera av de som svarade hade helt andra frågor som de tyckte var viktigare, t.ex. turtäthet, placering av hållplatser och problem med inställd trafik.
- Det finns en acceptans för den nuvarande zonstrukturen och nuvarande biljettsystem. Kunderna har lärt sig att göra sin resa med Västtrafik, trots att det är svårt att förstå och lätt att göra fel.
- En förändring måste leda till en förbättring. Varje förändring är en utmaning för både kunder och personal och det är viktigt att de upplever att förändringen är ”värd besväret”.
- Få av resenärerna upplever orättvisor i nuvarande zonstruktur. Oftast handlar det då om att korta resor som råkar passera en zongräns blir orimligt dyra. Samtidigt framstår begreppet rättvisa som något relativt som innebär helt olika saker för olika kunder.
- Kunden bedömer alltid en förändring utifrån hur den påverkar kunden själv, t.ex. priset som kunden får betala. Priset för den egna resan blir en tung faktor för upplevelsen av de olika koncepten.
- En förändring leder till en försämring för vissa. Kunderna har förståelse för att varje förändring av zonstrukturen har vinnare och förlorare. Det kommer att vara viktigt att förklara och motivera besluten, särskilt riktat till de som får det sämre.
- Förklara det större syftet med förändringen. Västtrafik kommer att behöva förklara förändringen som en del av helheten för att förbättra kollektivtrafikresandet i hela regionen.
- Kunder har olika logik för prissättning. Flera prisfaktorer upplevs som logiska, men olika personer viktar dessa prisfaktorer olika.

Ett antal insikter har också framkommit för respektive koncept. De viktigaste insikterna för *Flexibla zoner* är:

- Spontant upplevs det som positivt att sätta sin egen zon. Beteendet och reglerna blir desamma för hela regionen.
- Vissa känner sig begränsade i sitt resande. Många kunder inser att de kommer att optimera sin kostnad, köpa så liten zon som möjligt och placera den för sina vanligaste resor. Konsekvensen av detta blir en känsla av instängdhet och begränsning, där kollektivtrafikresandet hämmas. Många reagerar också på att den zongräns som sätts kan dela en stad mitt itu, så att kunden bara har rätt att resa i delar av den staden.
- Det upplevda värdet av zonens storlek och form varierar mellan stad och landsbygd. En cirkel med en viss diameter i t.ex. Lidköping kostar lika mycket som en cirkel med samma diameter i Göteborg, trots att trafikutbudet är mycket större i Göteborg. Utanför städerna sågs inte cirkeln heller som en lämplig form, då trafiken nästan uteslutande utgörs av stråk mellan två punkter snarare än ett område med trafik. Kunderna förväntar sig också en sänkning av priset när de får sätta sin zon själva.
- Modellen är komplicerad och svår att förstå. Även om modellen initialt känns intressant så vände upplevelsen när kunderna funderade över hur den skulle fungera i vardagen. Några exempel är svårigheter med att veta var de personliga zongränserna går, svårt vid spontanresor och svårt att göra rätt val av biljett och zon. Komplikationerna med modellen lyftes ännu tydligare fram av partnerpersonalen som intervjuades.
- Den kräver ett väl utvecklat intuitivt stöd för att lyckas. I första hand behövs ett teknikstöd, t.ex. i en app, men även analoga lösningar behövs för kunder som inte använder smartphone. I intervjuerna kom idén att

få en utskriven karta med zonen inritad. En sådan karta skulle dock snabbt bli ohanterlig då den behöver vara detaljerad nog att visa alla hållplatser i zonen och samtidigt vara överskådlig nog att visa kundens hela zon. Även Västtrafiks personal kommer att behöva ett avancerat teknikstöd för att kunna läsa av varje kunds zon och svara på den kundens frågor.

De viktigaste insikterna för *Tre zoner* är:

- Upplevs som enkelt och tydligt. Konceptet känns rimligt, tydligt och bekant från kollektivtrafik på andra platser. Det faktum att det är lätt att överblicka på en kartbild är också positivt.
- Upplevs av många som nästan ingen förändring alls. Många upplever inga skillnader för resandemönster eller användning av kollektivtrafiken. Upplevelsen av en liten förändring leder också till ett ökat behov av att Västtrafik motiverar förändringen.
- Utmaningar med zongränser kvarstår. De som bor precis vid gränsen mellan två zoner kommer att betala mer för korta resor. De som bor i zon B ser litet värde av den zonen, då de flesta av deras resor görs till Göteborg.
- De som reser lokalt ser inte att mervärdet motiverar prisökningen. Många som idag reser lokalt inom en ort kommer att få tillgång till ett större reseområde även om de köper den minsta biljetten som utgörs av en av de tre zonerna. Samtidigt ser dessa kunder inte att de kommer att utnyttja den större zonen, och ser inte att en prishöjning motiveras av detta.
- Ingen större förändring för långpendlarna. Många som idag reser på Regionen runt kommer att resa på motsvarande (ABC-zon) i konceptet *Tre zoner*. För den stora mängden långpendlare som reser in till Göteborg gör den stora C-zonen ingen skillnad.

De viktigaste insikterna för *En zon* är:

- Upplevs som en enorm förändring, med både starka positiva och negativa reaktioner. De positiva ser enkelheten och även en rättvisa att det är lika för alla i hela regionen. De negativa ser det som orimligt att korta lokala resor har samma pris som långa resor över hela regionen.
- Upplevs som en stor förenkling för alla. Kunderna är eniga om att detta skapar enkelhet för alla kundgrupper.
- Uppmuntrar till fler långa kollektivtrafikresor i regionen. Modellen ökar incitamenten att göra fler längre resor kollektivt. Det finns ett tydligt ökat värde ute i regionen av att billigare kunna resa in till Göteborg. Det motsatta värdet, att billigare kunna resa från Göteborg ut i regionen billigt upplevs av de som bor i Göteborg som mycket lägre.
- Kan hämma korta kollektivresor. Modellen upplevs som dyr och orättvis av många av de som bara reser lokalt.
- Många vill inte betala för det man inte använder. Vissa kunder ser inget värde att betala för att resa i hela regionen när man inte utnyttjar detta. Vidare ses *En zon* inte som flexibelt ur perspektivet att modellen inte går att anpassa för olika kundbehov utan är ”one size fits all”.

## Partners

Västtrafik har under de senaste åren arbetat med *Det goda kundmötet*, där den allra viktigaste kuggen är de som dagligen möter kunden: Personalen som arbetar på Västtrafiks partnerföretag. Alla större förändringar som påverkar kunden kommer också att påverka Västtrafiks partners. Hanteras förändringen väl blir personalen hos partnerföretagen ambassadörer för förändringen hos kunderna. Partnerföretagens mottagande av förändringar är mycket viktigt för att säkerställa ett bra mottagande av kunderna.

Utifrån detta utgjorde intervjuer med partners 12 av de 70-tal genomförda intervjuerna i tjänstedesignsarbetet. Vidare har workshops hållits med både ledningarna för samtliga partnerföretag och med partnergruppen som är en större referensgrupp av personer anställda hos partnerföretagen.

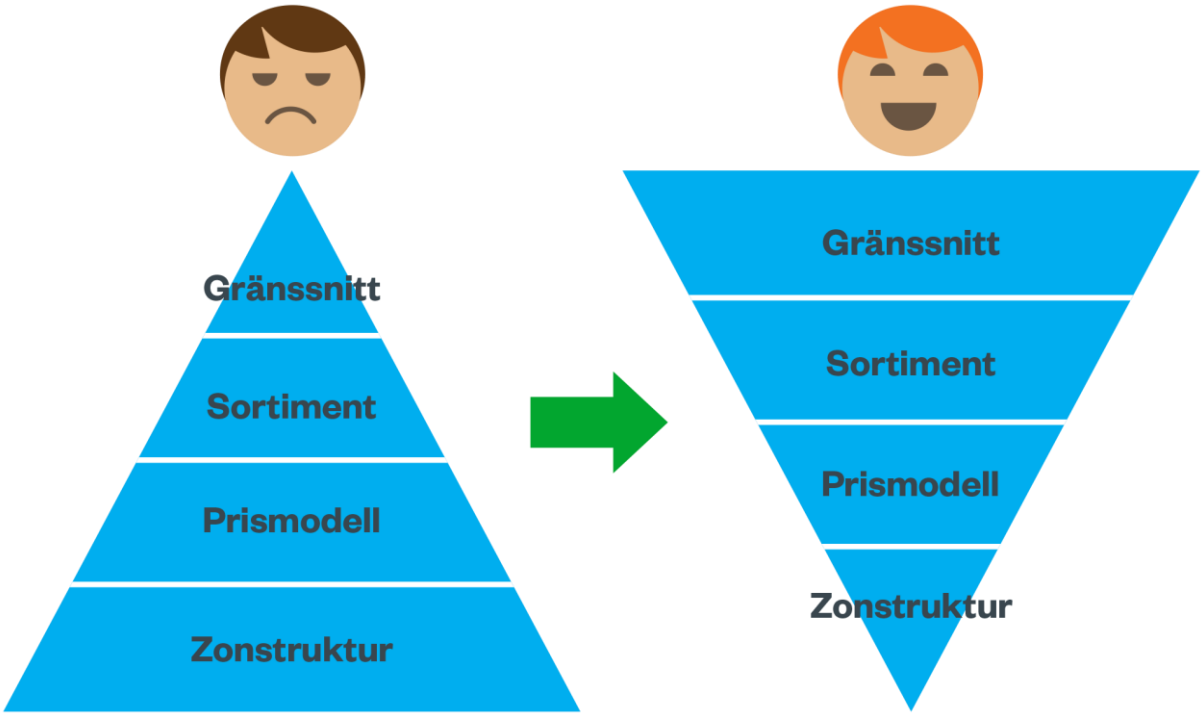
Resultaten har på flera sätt speglat resultaten från kundinteraktionerna, men med viss fördjupning. Insikterna har ofta handlat om vikten av att personal som möter kunderna enkelt ska kunna förklara vilken biljett kunden behöver och var och hur länge man får resa med biljetten.

## Genomförande i biljettsystem

Nedanstående bild beskriver hur biljettköpet byggs upp. Grunden är zonstrukturen, dvs. hur regionen delas in geografiskt. Därefter finns en prismodell, som beskriver hur priset för en resa räknas fram. Ovanpå prismodellen läggs ett sortiment som utgörs av utbudet av biljetter och deras priser. Kunden möts av ett gränssnitt (som kan vara personligt eller digitalt) genom vilket kunden väljer, köper och reser med sin biljett.

I dagens system är zonstrukturen i botten mycket komplicerad vilket ger en komplex prissättning och minskad flexibilitet. Det blir också svårare både att skapa ett attraktivt sortiment och att införa ett enkelt sätt för kunden att köpa och resa med sin biljett.

Målet är att vända pyramiden så att zonstrukturen blir kraftigt förenklad, med få ovanliggande prisfaktorer. Detta ger större möjligheter till ett kundanpassat sortiment och ett enkelt gränssnitt för kunden att köpa och resa med sin biljett.




Västtrafik har idag två dominerande biljettsystem, som tillsammans står för mer än 95 % av all försäljning:

- Biljettsystemet som baseras på den digitala försäljningsplattformen DFP och Västtrafik To Go
- Biljettsystemet som baseras på Västtrafikkort.

Det pågår en överflyttning av kunder från biljettsystemet baserat på Västtrafikkort till Västtrafik To Go och idag sker nästan 30% av Västtrafiks biljettförsäljning till privatkund i Västtrafik To Go.

Tabellen nedan sammanfattar påverkan för att genomföra de olika koncepten i respektive system:

| | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Västtrafik To Go* | Stor påverkan | Liten påverkan | Liten påverkan |
| *Biljettsystem för Västtrafikkort* | Mycket stor påverkan / svårt att genomföra | Liten påverkan | Liten påverkan |

Tabellen tydliggör att modellerna *Tre zoner* och *En zon* är relativt enkla att införa i båda biljettsystem. Dels är de ganska lika dagens modell, fast enklare, dels är de statiska och sortimentet utgörs fortfarande av en enkel lista med möjliga val.

För *Flexibla zoner* är utmaningarna större. Vad gäller Västtrafik To Go behöver stora delar av användargränssnitt och system för att hantera priser göras om. Vad gäller biljettsystemet för Västtrafikkort kommer *Flexibla zoner* att kräva ett omfattande projekt får att ta fram ett helt nytt gränssnitt i kortläsarna tas fram, och även för att införa stora förändringar i program för prisberäkning mm. Erfarenheten av den typen av förändringar är att de är mycket kostsamma och tidsödande.

Västtrafik har även i tidigare analyser konstaterat att ett införande av *Flexibla zoner* i biljettsystemet för Västtrafikkort blir alltför kostsamt och riskabelt för att vara motiverat att genomföra. Dessutom finns det ingen lösning för hur detta kan realiseras till en bra och kundvänlig lösning för smarta kort med kortläsare ombord. Ett flertal workshops har hållits med experter på interaktionsdesign utan att se en lösning som blir kundvänlig, bland annat eftersom det skulle krävas teknikstöd för att välja zon och se var zonen man har gäller.

## Priser och intäkter

Viktiga delar i de olika konceptförslagen är prissättning och en bedömning av hur förändringarna påverkar intäkterna. Varje ändring i strukturen medför att olika kundgrupper kommer att få prisförändringar, vilket också kommer att påverka försäljningen.

För att analysera priser och intäkter har en modell som utgår från dagens försäljningsfördelning tagits fram. Utgångspunkten har varit hur stor försäljningen är för olika biljetter. Utifrån denna fördelning har en uppskattning gjorts av vilka nya biljetter kunderna kommer att flytta till i en ny zonstruktur (t.ex. antas de kunder som idag köper ”Göteborg kommun” köpa biljett i A-zonen i konceptet *Tre zoner*). Sedan har skillnaden i pris och hur priselasticiteten påverkar försäljningen analyserats (priselasticiteten är ett mått på hur mycket ökade priser leder till minskad försäljning, och hur mycket sänkta priser leder till ökad försäljning). Den beräknade försäljningen har gett en beräknad total intäkt som sedan jämförts med dagens intäktsnivå. Målet var att dessa två intäkter skulle hamna på samma nivå.

Modellen innehåller en del osäkerheter, t.ex. exakt vilka biljetter kunderna kommer att gå över till och exakt hur mycket verklighetens reaktion på förändrade priser skiljer sig från den modellerade priselasticiteten.

*En zon* ger störst osäkerhet i priselasticiteten då det blir stora prisförändringar och det är svårt att förutse hur dessa förändringar påverkar resandet.

*Flexibla zoner* innebär en viss osäkerhet kring vilka biljetter kunderna kommer att gå över till och därmed också en osäkerhet kring intäkten. Prisförändringarna leder också till en osäkerhet i påverkan på resandet.

*Tre zoner* är relativt likt dagens zonstruktur och vilka biljetter kunderna kommer att gå över till är enklare att anta än i de båda andra modellerna. Det finns en viss osäkerhet i effekterna av priselasticiteten även i detta koncept, men då prisförändringarna blir mindre och förutsägbara så förväntas effekterna bli mindre än i de andra koncepten.

En viktig slutsats av detta arbete är att varje modell kan prissättas på olika sätt. Den slutgiltiga prissättningen vid ett genomförande kommer att behöva ett omfattande arbete som styrs av förutsättningarna just vid det tillfället samt vilka målsättningar som ska uppnås med prissättningen.

# Subventioner och tillköp

I dagens biljettsystem finns ett antal produkter och lösningar där enskilda kommuner gör tillköp eller subventionerar vissa biljetter. En analys har gjorts hur de olika koncepten påverkar subventioner och tillköp.

När det gäller tillköp är kommunernas tillköp, t.ex. av seniorkort eller skolkort knutna till den specifika kommun som avses. Om zonstrukturen förändras och kommunzonerna försvinner (vilket gäller i alla tre koncepten) kommer tillköpen att på olika sätt ge kunderna tillgång till biljetter som har ett annat giltighetsområde än kommungränsen.

Se nedanstående tabell som beskriver hur olika typer av tillköp påverkas av de olika koncepten:

| | **Flexibla zoner** | **Tre zoner** | **En zon** |
|---|---|---|---|
| *Tillköp skolkort* | - Kan köpas enligt ordinarie biljetter (20 km, 40 km eller hela regionen), beslutas av respektive kommun.<br>- Intäkter och kostnader kan hållas på liknande nivå som idag.<br>- Giltighet kommer inte att följa kommungränser.<br>- Hur zonen placeras och av vem behöver beslutas. Teknikstöd för att hantera placering av zonen behöver också tas fram. | - Kan köpas enligt ordinarie zoner (A, B, C eller i kombination), beslutas av respektive kommun.<br>- Intäkter och kostnader kan hållas på liknande nivå som idag.<br>- Giltighet kommer att omfatta ett större område än kommungränsen, vilket behöver accepteras av kommunerna. | - Kan bara köpas för en zon.<br>- Intäkter och kostnaden kan hållas på liknande nivå som idag.<br>- Giltighet kommer att omfatta hela regionen, vilket behöver accepteras av kommunerna. |
| *Tillköp seniorkort* | - Kan köpas enligt ordinarie biljetter (20 km, 40 km eller hela regionen), beslutas av respektive kommun.<br>- Intäkter och kostnader kan hållas på liknande nivå som idag.<br>- Giltighet kommer inte att följa kommungränser.<br>- Hur zonen placeras ut och av vem behöver beslutas. En möjlig lösning är att mittpunkten ska finnas inom kommunen. Teknikstöd för att hantera placering av zonen behöver också tas fram. | - Kan köpas enligt ordinarie zoner (A, B eller C), beslutas av respektive kommun.<br>- Intäkter och kostnader kan hållas på liknande nivå som idag.<br>- Giltighet kommer att omfatta ett större område än kommungränsen.<br>- Olika kommuner inom samma zon har fortfarande möjlighet att avgöra om seniorerna ska få resa gratis hela dygnet eller endast i lågtrafik. | - Kan bara köpas för en zon.<br>- Kostnaden för kommunerna kommer att öka till följd av ett större intäktsbortfall när seniorkorten gäller i hela regionen.<br>- Giltighet kommer att omfatta hela regionen, vilket behöver accepteras av kommunerna.<br>- Olika kommuner inom samma zon har fortfarande möjlighet att avgöra om seniorerna ska få resa gratis hela dygnet eller endast i lågtrafik. |

Generellt sett behöver kommunerna acceptera att invånarna får tillgång till ett större geografiskt område för skolkort och seniorkort än idag, och Västtrafik behöver ange hur detta större geografiska område påverkar kostnaden för kommunerna utifrån principen om att kostnaden för tillköp ska motsvara nettokostnaden. Med acceptans för dessa förändringar är tillköpen hanterbara i en ny zonstruktur. För *Flexibla zoner* blir det dock mer komplicerat när zonen ska sättas för varje individuellt skolkort och seniorkort och zonomfattningen ska kommuniceras till kunden.

Subventioner, där en viss kommun subventionerar resandet för sina kommuninnevånare försvåras i alla tre koncepten, då det inte finns några biljetter som gäller för en specifik kommun.

# Tätortspriser

I nuvarande prisstruktur finns 19 tätortszoner, dvs. stadszoner som är mindre än respektive kommun där en resa inom denna zon har ett lägre pris än motsvarande kommunzon. De 19 tätortszonerna utgörs av stadskärnan i 19 större kommuner i regionen (dock inte Göteborg som inte har någon tätortszon).

Alla koncept innebär färre antal zoner, där den minsta zonen generellt sett är större än en enskild kommun. Detta leder till höjda priser för resor inom tätorterna. I alla koncept behöver därför detta resande beaktas.

Analysen visar att tätortsbiljetterna stod för 6,5 % av periodbiljettsintäkterna 2016. Av tätorterna står de fyra största (Borås, Skövde, ToV och Uddevalla) för 94 % av intäkterna. Fokus när det gäller att hitta lösningar för tätortspriserna har därför varit på dessa fyra områden då de övriga befintliga 15 tätortsbiljetterna står för mindre än 0,4 % av Västtrafiks periodbiljettförsäljning.

En möjlig lösning för *Flexibla zoner* är att skapa en specifik tätortsbiljett, som gäller i de fyra områden som nämns ovan. Detta skapar en ökad otydlighet eftersom de flexibla zonerna blandas med en biljett med fast zon, men skulle troligen vara en möjlig väg.

För *Tre zoner* är det också möjligt att införa en specifik tätortsbiljett som gäller i Borås, Skövde, ToV och Uddevalla. För att förenkla är det en periodbiljett som gäller i alla fyra områden.

Konceptet *En zon* innebär en prissättning helt utan hänsyn till geografi, vilket gör att undantagslösningar som tätortsprodukter helt skulle ta bort den stora förenkling som *En zon* innebär och inte kan införas för detta koncept. Vidare finns det i konceptet *En zon* andra fördelar för resande i tätorterna i form av ett betydligt större giltighetsområde för sin biljett.

## Utbildning och kommunikation

När en ny zonstruktur lanseras kommer utbildning av partnerpersonal och information till kunderna att bli två nyckelaktiviteter för att säkerställa ett positivt mottagande.

Att Västtrafiks partnerpersonal är väl förberedda och känner sig komfortabla med förändringen är nödvändigt för att de ska kunna skapa trygghet hos kunderna när förändringen genomförs. Att förbereda all partnerpersonal genom utbildning är dock både kostsamt och tidskrävande (Västtrafiks partners har ca 9000 anställda personer). Det är därför viktigt att förändringen är enkel att förstå så att även utbildningen blir enkel att genomföra.

Utbildningsinsatserna för de olika koncepten sammanfattas i nedanstående tabell:

| | **Flexibla zoner** | **Tre zoner** | **En zon** |
|---|---|---|---|
| *Omfattning av utbildning* | Utbildning i små grupper | Utbildning i större grupper | Utbildning i stora grupper |
| *Svårighetsgrad utbildning* | Kommer att gå att lära ut till partneranställda<br>Kommer att vara svårt att lära kunderna | Enkelt att utbilda partneranställda, enkelt att utbilda kunderna | Enkelt att utbilda partneranställda, enkelt att utbilda kunderna |

Kommunikation till kund för de olika koncepten sammanfattas i nedanstående tabell:

| | **Flexibla zoner** | **Tre zoner** | **En zon** |
|---|---|---|---|
| *Enkelt/Svårt att kommunicera* | Genomgripande förändring, kräver att kunderna lär sig något helt nytt.<br>Konceptet är svårt att förstå och kommer att vara svårt att kommunicera. | Enkelt att kommunicera, utmaningen blir att kommunicera prishöjningar (i Göteborg). | Enkelt att kommunicera konceptet, utmaningen blir att förklara värdet för de som får stora prishöjningar. |
| *Omfattning kommunikation vid lansering* | Alla kunder behöver lära om → stort behov av omfattande och personlig kommunikation. | Kräver ganska lite kommunikation vid lansering. | Kräver ganska lite kommunikation vid lansering. |
| *Omfattning kommunikation efter lansering* | Kommer att kräva fortsatt personlig kommunikation. | Inget stort behov. | Inget stort behov. |
| *Kommunikativa utmaningar* | Svårt att få tillräckligt med intresse hos kunderna att utbildas på ett helt nytt koncept. | Prishöjning i Göteborg, där behövs en tydlig argumentation och politisk enighet. | Stora förändringar i pris leder till stora förbättringar för vissa och försämringar för andra, viktigt att vara beredd på vilka grupper som drabbas. |

# Kombinerad mobilitet

Kombinerad mobilitet är ett samlingsbegrepp för tjänster som ger kunden möjlighet att resa fritt utan att behöva äga en bil. Kollektivtrafiken utgör oftast grunden i tjänsten och kompletteras med andra trafikslag t.ex. bilpool, taxi, hyrcykel etc. Tjänster för kombinerad mobilitet är under utveckling (t.ex. via Samtrafiken) vilket ses som en viktig komponent för att öka det hållbara resandet samt att minska bilresandet. Kombinerad mobilitet antas oftast ha en särskild tjänsteleverantör som samverkar med leverantörer t.ex. taxibolag och kollektivtrafikhuvudmän för att sätta samman en tjänst som tjänsteleverantören säljer till kunderna.

Vid en förändring av zonstruktur är det viktigt att beakta den eventuella påverkan olika modeller har på möjligheterna att genomföra kombinerad mobilitet.

I arbetet har det framkommit några generella insikter om kombinerad mobilitet som påverkar zonstruktur och sortiment:

- Kombinerad mobilitet är en storstadsprodukt, helt enkelt för att det bara är i storstadsområden det finns tillräckligt tät kollektivtrafik som kan utgöra grunden för en tjänst. Utanför storstäderna kommer det åtminstone initialt inte att finnas affärsmässigt underlag att driva den här typen av tjänst.
- Initialt bör fokus vara på enkelbiljetter och dygnsbiljetter för kollektivtrafiken inom kombinerad mobilitet. Enkelbiljetter för att det är enkel startpunkt för en tjänst och dygnsbiljetter för att de är attraktiva att kunna erbjuda som en komponent i en abonnemangstjänst.
- Sortimentet behöver vara enkelt för att underlätta en affärsmodell där kollektivtrafiken kombineras med andra produkter.
- Affärsmodellen för kombinerad mobilitet kommer inte att vara ett pris per rest kilometer. Den viktigaste konkurrenten är bilen vars kostnadsbild är mer komplex. Bilen har en stor fast kostnad som innebär en ganska låg upplevd kostnad för att använda bilen, dvs. långt ifrån ett pris per kilometer.

Följande analys gjordes av de tre koncepten för zonstruktur:

- *Flexibla zoner* skapar extra komplexitet för en tjänsteleverantör. Dels behöver tjänsteleverantören bestämma placering och storlek på cirkeln och dels behöver den kunna kommunicera giltighetsområdet för biljetten till kunden. Samtidigt ska kombinerad mobilitet vara en tjänst som konkurrerar med bilens frihet, vilket innebär att alla begränsningar i tid och geografi blir hämmande för attraktiviteten.
- För *Tre zoner* liksom för *Flexibla zoner* finns en gräns att ta hänsyn till, alternativt behöver kunden välja område för sin kombinerade biljett. Detta komplicerar lösningen och gör kombinerad mobilitet mindre attraktivt. Samtidigt blir *Tre zoner* enklare än *Flexibla zoner* för en tjänsteleverantör att bygga tjänster på.
- *En zon* är den perfekta zonstrukturen för kombinerad mobilitet, där alla biljetter saknar en geografisk begränsning (inom Västra Götaland). Det förenklar för att skapa en tjänst för kombinerad mobilitet. Samtidigt stämmer modellen också bra med de affärsmodeller som tros vara aktuella för kombinerad mobilitet.

# Varianter och kombinationer av koncept

I arbetet med framtagande av en ny zonstruktur har ett antal varianter på koncept och även kombinationer diskuterats och utretts. Några av dessa tas upp i detta kapitel.

Olika varianter på *Flexibla zoner* är att kunden antingen själv placerar sin zon eller att zonen sätts automatiskt baserat på kundens resmönster. Det har även diskuterats varianter med helt fri zonstorlek eller zonstorlekar i ett antal fördefinierade steg.

Det ursprungliga konceptet för *Flexibla zoner* utgick från att cirkelns mittpunkt alltid sattes utifrån kundens nuvarande position vilket möjliggjorde att realisera ett gränssnitt i en kortläsare. Detta koncept förkastades då majoriteten av köp kommer att göras i en app vid tidpunkten för ett eventuellt införande av konceptet. I en app skulle begränsningen att bara kunna välja biljett beroende på var du befinner dig just vid köptillfället vara omodern och kundfrånvänd. Dessutom skulle det tvinga periodbiljettkunder att varje resdag checka in för att sätta dagens zon. Det skulle innebära en ny utmaning för kundgruppen som står för majoriteten av resandet idag.

Varianter att kombinera *Flexibla zoner* med fasta zoner för t ex. större städer utforskades, men valdes bort då fördelarna med förändringen och införandet av *Flexibla zoner* i så fall blev oklara samt att varianten upplevdes onödigt komplicerad för kunderna. Även möjligheten att införa *Flexibla zoner* endast i en app bedömdes som att det skapade mer komplexitet än kundvärde, samt riskerade att skapa förflyttning mellan digitala och personliga kanaler på grund av individuella fördelar, vilket inte är önskvärt.

Ett antal varianter av *Tre zoner* med uppdelning enligt delregioner, zoner kring varje pendlingsnav etc. valdes bort under arbetets gång då de antingen speglade resandet dåligt eller inte gav någon större påverkan på möjlig prissättning. Att skapa ett koncept med bara två zoner har undersökts, men det resulterade i en prisnivå för respektive zon som skulle hamna på samma nivå som priserna i *En zon*. Ett förslag som också lyfts fram har varit att skapa en fjärde zon inom zon A som bara omfattar Göteborgs stad. Även om detta skulle vara möjligt att prissätta skulle en stor del av förenklingen som *Tre zoner* ger gå förlorad, antalet zonöverskridande resor skulle bli fler och prisskillnaden mellan olika delar av regionen skulle bli större.

För *En zon* finns en problematik att prissätta framförallt enkelbiljetter som gäller både för en resa inom Göteborg och för en resa från Göteborg till Strömstad. Därför utforskades även alternativ som att segmentera upp enkelbiljetter med olika giltighetstider som 30 minuter, 60 minuter osv. Detta förslag förkastades, dels för att tiden att resa inte alls motsvarar sträckan som kan nyttjas, och dels för att det ansågs skapa stress för kunden när majoriteten av kunderna skulle nyttja 30-minutersbiljetter och majoriteten av resorna tar ca 30 minuter.

En annan variant om har studerats var att periodbiljetter gällde för *En zon* och enkelbiljetter för *Tre zoner*. Genom att låta enkelbiljetterna ha ett högre pris och samtidigt tre prisnivåer så blev prisbilden rimligare än i förslaget med bara en zon. Men flera av osäkerheterna från *En zon* kring intäkter och ökade trafikkostnader kvarstod i detta förslag, och det bedömdes därför vara ett alltför stort steg att rekommendera i nuläget.

# Utvärdering av koncept

Varje koncept har utvärderats enligt de beslutade utvärderingskriterierna och bedömts enligt skalan i tabellen nedan.

| Betydelse | Färg |
|---|---|
| Förbättring jämfört med idag | |
| Likvärdigt jämfört med idag | |
| Försämring jämfört med idag | |

## Kundupplevelse

**Minimera utmaningar för kunden**

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Minimera utmaningar för kunden* | Försämring | Förbättring | Förbättring |

*Flexibla zoner*

*Flexibla zoner* innebär stora utmaningar för kund – även om det implementeras i en app. Att zonerna inte är fasta upplevs som krångligt och osäkert för såväl kunder som partnerpersonal. Konceptet riskerar också att öka utmaningarna för kunden då denne lockas att välja en så liten zon som möjligt för att täcka in den vanligaste resan. Detta innebär att zongränser kommer att hamna mitt i en tätort som t ex. Göteborg, vilket leder till nya utmaningar då varje kund ska veta var den egna zongränsen går på hållplatsnivå för att t.ex. inte fuskåka av misstag. För att undvika zoner mitt i en tätort kan fasta zoner behållas runt städerna, men då finns istället två parallella modeller vilket innebär ännu fler val att ta ställning till samt fler saker för kunderna att lära sig.

*Flexibla zoner* skulle av de olika koncepten som utvärderats innebära störst förändring jämfört med dagens modell då samtliga kunder och partners behöver lära sig ett nytt upplägg. Det skulle även vara det koncept som skiljer sig mest från hur det fungerar i kollektivtrafiken i andra regioner i Sverige och utomlands. Det skulle också innebära nya utmaningar för befintliga kunder och högre tröskel för nya kunder, dessutom med otydliga fördelar för de allra flesta kunderna. Även flera av de kunder som bor vid en zongräns föredrar lägre prissteg mellan att resa en zon och flera zoner än att införa *Flexibla zoner*.

*Tre zoner*

*Tre zoner* innebär en stor förenkling där fler än 70 zoner blir 3, och konceptet bygger dessutom på fasta zoner som kunderna upplever som betydligt lättare att förstå och använda än *Flexibla zoner*. De allra flesta kunder kommer att resa utan att fundera på zongränser vid val av biljett. Kunder i Göteborg, vilka står för en majoritet av resandet, klarar sig i majoriteten av fallen med endast zon A. Kunder i regionen utanför Göteborgsområdet klarar sig i majoriteten av fallen med endast zon C. Kunder i Göteborgs övriga kranskommuner samt de som reser från utanför Göteborgsområdet in till Göteborg eller tvärtom kommer dock likt idag behöva köpa en biljett för flera zoner.

Konceptet upplevs som bekant jämfört med hur det är i regionen idag, men även jämfört med andra regioner. Med en grundstruktur som är bekant samt endast ett fåtal möjliga biljetter upplevs detta koncept som enkelt av både kunder och partners. Det kommer att minska antalet zonöverskridande resor, vilka idag är både svåra vid biljettköp och vid kontakt med kortläsare ombord. Konceptet kan dessutom införas utan att kunderna upplever en stor förändring, vilket är önskvärt då varje förändring är en utmaning.

*En zon*

*En zon* innebär maximal enkelhet för alla kunder, med mycket få utmaningar för allt slags resande, oavsett hur kunden köper sin biljett. Det finns bara en enkelbiljett, en dygnsbiljett och en periodbiljett som är relevant för varje kund och det finns inte längre några zonöverskridande resor eller behov att utöka befintligt område.

**Erbjud en zonstruktur och ett sortiment som upplevs som attraktivt, prisvärt och logiskt**

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Erbjud en zonstruktur och ett sortiment som upplevs som attraktivt, prisvärt och logiskt* | Likvärdigt | Förbättring | Försämring |

*Flexibla zoner*

*Flexibla zoner* upplevs vid första anblick av många kunder som en modern, attraktiv och rättvis lösning för prissättning, där kunden betalar för det område där den vill resa. Genom att kunden själv placerar sin zon ges även möjlighet att hantera dagens korta zonöverskridande resor.

Dock visade kund- och partnerintervjuer att kunden förväntade sig ett betydligt lägre pris när resmönstret ringas in. Om den flexibla zonen blir stor nog att täcka större delen av kundens resbehov, behöver den också inbringa större delen av de förväntade biljettintäkterna från den kunden. Det är därför inte möjligt att erbjuda ett bättre pris än idag utan att skapa mycket små flexibla zoner. Alltför små flexibla zoner skulle dock leda till stora utmaningar för kunden då utökningar av zongränsen skulle krävas regelbundet i vardagen.

Trots att det är intressant för många kunder att betala för det de faktiskt reser samt att sätta sin egen zon, har det i kund- och partnerintervjuer samt interna analyser blivit uppenbart att *Flexibla zoner* inte är ett tillräckligt enkelt och attraktivt sätt att uppnå detta.

*Tre zoner*

Zongränserna i konceptet upplevs som rimliga och prissättningen som acceptabel av de allra flesta som deltagit i kundintervjuerna. Många har också uttryckt en känsla av igenkännande och att förändringen inte känns särskilt stor. Konceptet leder till prissänkningar för många biljetter för resor ute i regionen. För resor från kranskommunerna in till Göteborg blir resorna antingen billigare eller oförändrade. Utmaningen ligger i resor inom Göteborg. Zon A kommer att bli dyrare än dagens biljett för Göteborgs kommun, vilket bara delvis kompenseras med att även Mölndal och Partille omfattas.

*Tre zoner* är en kompromiss mellan viljan att införa så få zoner (och därmed så få zonöverskridande resor) som möjligt och att ha rimliga priser på biljetterna. Alternativ att införa flera zoner (t.ex. en Göteborgszon i zon A) tar bort stora delar av enkelheten och möjligheten till en tydligare prisstruktur. Att dela zon C i flera mindre zoner är möjligt, men ger inga positiva effekter på intäkterna utan skapar snarare en ökad komplexitet för kunden.

*En zon*

Uppfattningen om *En zon* blir för flera kunder mycket kluven: Enkelheten och tydligheten i vad priset för resan blir ställs mot det svåra att bedöma rimligheten i prisnivån. Alla kunder som intervjuats har insett att detta leder till höjda priser på kortare resor, men också sänkta priser på längre resor.

Vissa kunder ser att dessa prisförändringar kan accepteras för att uppnå enkelhet och att stärka kollektivtrafikens erbjudande. Vissa kunder ser också en rimlighet att ett höjt pris också kommer med ett ökat möjligt område att resa i. Men flera av kunderna lyfter fram utmaningen med prissättningen för de kortare resorna som kommer att få en kraftig prishöjning som värdet av ett utökat område inte uppväger. Kortare resor står för majoriteten av resorna, och för många av dessa kunder upplevs modellen inte som attraktiv, prisvärd och rimlig. Särskilt enkelbiljettspriset är problematiskt, då det uppfattas som svårt att hitta ett pris som ska gälla båda för en resa några få hållplatser och för en resa genom hela regionen.

# Ökat resande

### Sänk tröskeln för att börja åka kollektivt och att göra uddaresor

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Sänk tröskeln för att börja åka kollektivt och att göra uddaresor* | Försämring | Förbättring | Förbättring |

*Flexibla zoner*

*Flexibla zoner* upplevs av både kunder och partners som krångligt och osäkert att komma igång med då zonerna inte är fasta och det därmed inte finns något att förhålla sig till utan teknikstöd. Kunden kan inte heller fråga andra resenärer om hjälp då alla har individuella zoner. Konceptet riskerar även att minska antalet uddaresor då kunden lockas att välja en så liten zon som möjligt för att täcka in den vanligaste resan, vilket innebär nya utmaningar vid uddaresor utanför zonen då utökning av zon krävs. En kund uttryckte det som att: ”Man blir inramad. Jag har min bostad här jag har mitt jobb där och jag har lagt yttergränserna så att jag ska få det så billigt som möjligt. Men jag är fast, när jag behöver resa utanför cirkeln kommer det att kosta mer…”.

Kund- och partnerintervjuer gav entydigt resultatet att *Flexibla zoner* innebär en högre tröskel för befintliga och nya kunder.

*Tre zoner*

Kunder och potentiella kunder upplever konceptet som enkelt. Färre zoner gör det enklare att välja rätt biljett, och större zoner gör det enklare att förstå var biljetten gäller. Antalet flerzonsresor minskar drastiskt och det blir en stor förbättring gällande överskådlighet och minskade utmaningar när kunden ska välja biljett, köpa biljett och resa med sin biljett. För periodbiljettkunder finns stora möjligheter till ökat antal uddaresor med kollektivtrafik med ett betydligt lägre pris för längre resor, samt att de får ett större område att resa i för en liknande kostnad som idag. För kortare resor kommer priset att öka vilket skapar en viss priströskel att börja åka kollektivt, den är dock betydligt lägre än för *En zon*.

*En zon*

*En zon* gör det mycket enklare att resa med kollektivtrafiken vilket gör att utmaningar kring biljettköp och resande mer eller mindre försvinner helt och hållet. Däremot innebär ett och samma pris för hela regionen ett högre grundpris, vilket skapar en priströskel för att börja åka kollektivt.

### Bevara och öka resandet bland befintliga kunder

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Bevara och öka resandet bland befintliga kunder* | Likvärdigt | Likvärdigt | Försämring |

*Flexibla zoner*

Zonstorlekarna anpassas efter hur varje kund gör sina vanligaste resor, vilket talar för ett oförändrat resande. Dock riskeras en viss negativ påverkan på uddaresor som uppfattas som svåra att genomföra av kunderna. För att samma zonstorlekar ska gälla i hela regionen kommer *Flexibla zoner*, likt de andra koncepten, att kräva ett något högre pris i Göteborg samt för de tätorter som idag har en tätortszon. På grund av det högre priset finns även en viss risk för minskning i resandet i dessa områden. Det finns möjlighet till en liten ökning av korta resor över zongräns, samt ökat resande i vissa av regionens kommuner där priset blir lägre än idag. Det finns även en övergripande risk för ett minskat resande då kunderna upplever konceptet som mer krångligt och osäkert än idag, då kunderna oftare kan välja ett alternativt färdsätt och mer sällan rekommendera kollektivtrafiken till andra.

Sammantaget förväntas konceptet inte ha en större påverkan på resandet.

*Tre zoner*

Konceptet skapar förutsättningar för många fler bra digitala, fysiska och personliga kundmöten och att kollektivtrafiken upplevs som mer attraktiv. Många får ett liknande pris som idag, men det finns en utmaning

med prishöjningen för de kortare resorna främst för resenärer i Göteborg. Det finns möjlighet till ett visst ökat resande bland befintliga periodbiljettkunder då de får ett större område att resa inom jämfört med idag.

Sammantaget förväntas konceptet inte att ha en större påverkan på resandet.

*En zon*

Detta koncept skapar stora förändringar för biljettpriserna jämfört med idag. För de kunder som idag reser längre, blir biljetten betydligt billigare vilket kan leda till ett ökat resande. För de kunder som reser kortare resor kommer biljetten att bli betydligt dyrare och resultera i ett minskat resande. Den stora förenklingen som konceptet innebär kan också leda till ett ökat resande.

Sammantaget finns det dock en stor osäkerhet i hur konceptet påverkar resandet, en osäkerhet som också innebär stora risker för resandemål och intäkter. Sammantaget är bedömningen att ett minskat resande i Göteborg kommer att leda till ett minskat resande totalt.

## Bra lösning för Västtrafik och partners

### Hållbar intäktsmodell på kort och lång sikt

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Hållbar intäktsmodell på kort och lång sikt* | Likvärdigt | Likvärdigt | Försämring |

*Flexibla zoner*

Intäktsmodellen för *Flexibla zoner* ser ut ungefär som idag eftersom zonernas storlekar baseras på dagens resmönster. Det går att prissätta zonerna i nivå med dagens priser för alla förutom Göteborg och tätortszonerna. Det finns även möjlighet att senare justera pris och storlekar för zonerna för att säkra intäkterna. Den största risken för intäkterna ligger i att kunderna upplever det som krångligare än idag, vilket riskerar att minska resandet.

*Tre zoner*

Konceptet skiljer sig inte så mycket från dagens upplägg med periodbiljetter, och vid analys av påverkan på framtida intäkter är bedömningen att *Tre zoner* innebär mycket låg risk för intäkterna. Det finns även möjlighet att i framtiden justera priser och zonstorlekar om resandeströmmar ändras.

*En zon*

*En zon* är det koncept som innebär störst risk för Västtrafiks intäkter och kostnader. Kraftigt ökade priser för korta resor riskerar minskat resande för majoriteten av kunderna som reser i Göteborg, vilket också leder till minskade intäkter. Att kompensera dessa minskade intäkter med att höja priset leder till ytterligare minskning av resandet i hela regionen vilket skapar en ond cirkel.

Samtidigt innebär kraftigt sänkta priser för långa resor att dessa resor, i synnerhet på tåg, blir mycket attraktivt prissatta vilket kommer att locka fler resenärer. Då tågen idag har hög beläggning på många sträckor under högtrafik finns det en risk att en ökning av antalet resenärer leder till ökad trängsel som kan motverka den positiva effekten och även på sikt riskerar att leda till ökade kostnader för utökning av trafiken.

### Kostnadseffektiv lösning (t.ex. avseende försäljningskostnad)

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Kostnadseffektiv lösning (t.ex. avseende försäljningskostnad och trafikkostnad)* | Försämring | Likvärdigt | Försämring |

*Flexibla zoner*

*Flexibla zoner* bedöms vara det dyraste konceptet att införa då detta koncept är det som skiljer sig mest från hur det är idag, hur det fungerar i andra regioner/länder samt att upplägget är mest komplext. Att införa *Flexibla zoner* kommer att innebära omfattande investeringar och utveckling. Det skulle bli både kostsamt och ta lång tid.

Konceptet kräver teknikstöd i mycket fler situationer än övriga koncept, t.ex. för att förstå vilken biljett som behövs och var biljetten är giltig. Teknikstödet, som idag inte finns eller behövs, kommer att leda till ytterligare kostnader för införande och framför allt förvaltning.

Sammantaget är detta koncept avsevärt dyrare att genomföra än övriga koncept. Det innehåller flera tekniska risker och utmaningar som idag uppfattas som svåra att lösa.

*Tre zoner*

Dagens system är uppbyggt av fasta zoner. I konceptet *Tre zoner* behöver dessa zoner slås samman till tre. I biljettsystemen innebär detta i huvudsak bara en förändring i den inmatade prislistan, dvs det är inte troligt att någon kostsam och riskabel omprogrammering krävs. Detta innebär små kostnader och korta ledtider för införande.

Kostnaden för uppdatering av informationsmaterial och utbildning av partnerpersonal förväntas bli ungefär lika stor som den tekniska anpassningen.

Sammantaget är införandet av detta koncept tekniskt sett relativt enkelt och omfattningen av arbetet kommer mer att handla om ambition på information och utbildning.

*En zon*

För *En zon* blir analysen densamma som för *Tre zoner*, men förändring blir ännu enklare i *En zon*, Bedömningen är även att behovet av information och utbildning blir minimalt.

**Möjliggör genomförande för samtliga biljettyper och biljettbärare i närtid**

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Möjliggör genomförande för samtliga biljettyper och biljettbärare i närtid* | Försämring | Förbättring | Förbättring |

*Flexibla zoner*

Genomförande i app anses möjligt i närtid, dock ses ingen möjlighet att införa *Flexibla zoner* i dagens system för Västtrafikkortet och pappersbiljetter. Sannolikt skulle ett nytt biljettsystem behöva införas för att konceptet skulle kunna bli verklighet för samtliga biljettbärare.

*Tre zoner*

Konceptet kan genomföras för samtliga biljettyper och biljettbärare i närtid. I nuläget utreds möjligheten att införa det i dagens biljettsystem för Västtrafikkort och pappersbiljetter utan omprogrammering.

*En zon*

Konceptet kan genomföras för samtliga biljettyper och biljettbärare i närtid. Det finns en god möjlighet att införa det i dagens biljettsystem för Västtrafikkort och pappersbiljetter.

**Skapa förutsättningar för bättre service till kunderna och en bättre arbetsmiljö för de som möter kunderna genom att alla efter en enkel utbildning ska förstå biljettsystem, zonstruktur och sortiment**

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Skapa förutsättningar för bättre service till kunderna och en bättre arbetsmiljö för de som möter kunderna genom att alla efter en enkel utbildning ska förstå biljettsystem, zonstruktur och sortiment* | Försämring | Förbättring | Förbättring |

*Flexibla zoner*

Västtrafiks partners upplever konceptet som krångligt. Möjligheterna att hjälpa kunderna, då zonerna är flexibla och därmed individuella för varje kund, blir begränsade och är beroende av väl fungerande teknikstöd. Ett exempel är att när en förare ska rekommendera rätt biljett för en kund krävs både teknikstöd och att kunden har kunskap om vilka hållplatser denna ska åka mellan under biljettens giltighetstid. En bussförare uttryckte det:

”Idag behöver jag ha kunskap på kommunnivå, men om flexibla zoner införs kommer jag och kunderna ofta behöva ha kunskap på hållplatsnivå” – en kunskapsnivå som inte kändes realistisk baserat på förarens erfarenheter.

*Tre zoner*

Detta koncept upplevs som enkelt att förstå och kommunicera till kunderna, vilket också ökar partnerpersonalens trygghet i sin yrkesroll jämfört med idag. Konceptet skulle också innebära en stor förenkling jämfört med idag vad gäller utbildning av personal som möter kunderna.

*En zon*

Konceptet är ännu enklare att förstå och kommunicera än *Tre zoner*, och kommer att leda en markant förenkling för partnerpersonalen och deras utbildning. Utmaningen kan bli att försvara konceptet som sådant, men denna utmaning vägs upp av den ökade enkelheten.

**Möjliggör tredjepartsförsäljning både som en del av kombinerad mobilitet och som fristående försäljning**

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Möjliggör tredjepartsförsäljning både som en del av kombinerad mobilitet och som fristående försäljning* | Försämring | Förbättring | Förbättring |

*Flexibla zoner*

Försäljning av Västtrafiks biljetter genom en tredje part innebär för *Flexibla zoner* att zonens storlek och placering ska definieras av antingen den tredje parten eller av kunden. Om den tredje parten gör det, behöver denne beskriva för vilka hållplatser biljetten är giltig. Om kunden gör det, krävs stöd för att ange hållplatser i den tredje partens system. Jämfört med dagens fasta zoner innebär båda alternativen betydligt fler utmaningar.

*Tre zoner*

*Tre zoner* gör det enkelt för tredje parter att välja rätt biljett för kunden samt att enkelt beskriva var biljetten gäller. Detta gör det enkelt att sälja Västtrafiks biljetter som en del av ett erbjudande eller för sig själva.

*En zon*

*En zon* gör det optimalt gällande enkelhet för tredje parter då det bara finns en biljett och det är också enkelt att beskriva var biljetten gäller. Det gör det mycket enkelt att sälja Västtrafiks biljetter som en del av ett erbjudande eller för sig själva.

## Politiska mål

**Stimulera till ökad arbetspendling (inklusive resor över länsgräns)**

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Stimulera till ökad arbetspendling (inklusive resor över länsgräns)* | Likvärdigt | Likvärdigt | Försämring |

*Flexibla zoner*

Effekten av införandet av konceptet på arbetspendlingen bedöms som begränsad. Konceptet innebär både vinnare och förlorare (beroende på resornas längd) men överlag förväntas ingen ökad arbetspendling på totalen ske då zonernas storlekar är beräknade och prissatta utifrån dagens resmönster.

För att hantera länsöverskridande resor så bedöms detta koncept vara jämställt med dagens zonstruktur. En negativ aspekt kan dock bli att kombinera fasta zoner på andra sidan länsgränsen med en flexibel zon.

*Tre zoner*

Konceptet möjliggör ökad arbetspendling mellan pendlingsnav då de allra flesta periodbiljettkunder får tillgång till ett större område till ett liknande pris. Dock innebär det att korta resor blir dyrare, vilket kan leda till viss minskning av arbetspendling inom pendlingsnav.

För länsöverskridande resor bedöms detta koncept vara jämställt med dagens zonstruktur. Det kan ses som en viss förenkling att det blir färre möjliga zoner att kombinera med länsöverskridande resande.

*En zon*

Konceptet möjliggör ökad arbetspendling mellan pendlingsnav då hela regionen prissätts på ett attraktivt sätt. Dock innebär det att korta resor blir väsentligt dyrare, vilket riskerar att leda till en omfattande minskning av arbetspendling inom pendlingsnav vilket står för majoriteten av arbetspendlingen.

För länsöverskridande resor bedöms detta koncept vara jämställt med dagens zonstruktur. Att länsöverskridande resor bara kan kombineras med *En zon* blir en förenkling genom att det finns färre biljetter att ta hänsyn till.

### Mera ”rättvis” prissättning av korta resor över zongräns

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Mera ”rättvis” prissättning av korta resor över zongräns* | Förbättring | Förbättring | Förbättring |

*Flexibla zoner*

En av de största fördelarna med *Flexibla zoner* är att alla resor upp till 20 km hanteras utan att de blir zonöverskridande resor, det innebär en stor förbättring för de som idag reser korta zonöverskridande resor. Vid längre resor skapas en ny typ av zonöverskridande resor där kunden inte begränsas av en fast zongräns, utan av en zongräns som denne satt själv för att få ett så förmånligt pris som möjligt. Precis som dagens tilläggsresor krävs då en temporär utökning av zonen.

*Tre zoner*

Inte lika fördelaktigt som *Flexibla zoner* där problemet med zonöverskridande resor under 20km försvinner. *Tre zoner* innebär dock betydligt färre zongränser och resor som passerar sådana, dessutom ger färre prissteg möjlighet att trycka ihop prisbilden för att göra prisskillnaden mellan en resa i en eller flera zoner mindre än idag. På så sätt mildras effekten av att passera en zongräns.

*En zon*

Konceptet innebär att det inte längre finns några zongränser inom regionen, och därmed inte heller någon prisskillnad för resor inom regionen.

### Möjlighet att med priserna styra mot en ”rundare region”

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Möjlighet att med priserna styra mot en ”rundare region”* | Likvärdigt | Förbättring | Förbättring |

*Flexibla zoner*

Konceptet innebär att dagens kommunzoner inte längre ligger till grund för kundernas biljetter, och det fungerar på ett liknande sätt i hela regionen. Dock påverkas möjligheten att justera priser för en rundare region eftersom förändrade priser på en zonstorlek får effekter i hela regionen. Om man t ex. vill erbjuda ett lägre pris för den mellanstora zonen, för att resenärer i regionen utanför Göteborg ska ha ett attraktivt pris för att ta sig till nästa tätort, kan det leda till alltför låga intäkter på pendlingsstråken till och från Göteborg eftersom samma zonstorlek används även där.

*Tre zoner*

Färre zoner ger färre prissteg och möjlighet att minska prisskillnaden mellan den kortaste billigaste resan och den längsta dyraste resan jämfört med idag. Dessutom ger de större zonerna en rundare region då resande inom zonerna kan göras utan att kunden behöver betala mer.

*En zon*

Konceptet styr mot en helt rund region då priset är detsamma i hela regionen, oavsett om resorna är korta eller långa.

**Möjlighet till kommunala tillköp (inklusive subventioner)**

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Möjlighet till kommunala tillköp (inklusive subventioner)* | Försämring | Försämring | Försämring |

*Flexibla zoner*

*Flexibla zoner* ger möjlighet att genomföra tillköp för skolkort och seniorkort, med kostnader för kommunen och intäkter för Västtrafik på liknande nivå som idag. Dock kommer det att komma utmaningar med hur de flexibla zonerna sätts och kommuniceras, vilket kommer att leda till en försämring jämfört med dagens zonsystem.

Möjligheten att låta enskilda kommuner att subventionera biljettpriset för sina kommuninnevånare blir försvåras med *Flexibla zoner* jämfört med dagens zonsystem då det inte längre finns några specifika kommunzoner.

*Tre zoner*

*Tre zoner* ger också möjlighet att genomföra tillköp för skolkort och seniorkort, med kostnader för kommunen och intäkter för Västtrafik på liknande nivå som idag.

Möjligheten att låta enskilda kommuner att subventionera biljettpriset för sina kommuninnevånare blir försvåras med *Tre zoner* jämfört med dagens zonsystem då det inte längre finns några specifika kommunzoner.

*En zon*

*En zon* ger också möjlighet att genomföra tillköp för skolkort och seniorkort. För skolkort kan kostnader för kommunen och intäkter för Västtrafik hållas på liknande nivå som idag. För seniorkort kommer *En zon* troligen leda till större förändringar i kostnad för kommunen för att kompensera ett större intäktsbortfall när seniorkortet gäller i hela regionen.

Möjligheten att låta enskilda kommuner att subventionera biljettpriset för sina kommuninnevånare blir försvåras med *En zon* jämfört med dagens zonsystem då det inte längre finns några specifika kommunzoner.

**Möjligheten att främja kombinerad mobilitet (och extern försäljning)**

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Möjligheten att främja kombinerad mobilitet (och extern försäljning)* | Försämring | Likvärdigt | Förbättring |

*Flexibla zoner*

För att skapa förutsättningar för Västtrafiks erbjudande i en tjänst för kombinerad mobilitet behöver biljetten vara tydligt definierad och helst inte innehålla för många begränsningar. Utmaningen med att placera ut zonen, och även med att veta exakt var zonen gäller kommer att innebära betydande komplexitet för en sådan tjänst.

*Tre zoner*

*Tre zoner* innebär ungefär samma förutsättningar som idag för Västtrafiks erbjudande i en tjänst för kombinerad mobilitet. Liksom idag finns det fasta zoner att ta hänsyn till, men i konceptet blir antalet zoner färre.

*En zon*

*En zon* gör det mycket enkelt för tredje part att sälja Västtrafiks biljetter. För kombinerad mobilitet är avsaknaden av den geografiska begränsningen mycket positiv.

# Sammanfattning av utvärderingsmatrisen

Nedan följer resultatet av utvärdering för del olika områdena sammanfattat:

## Kundupplevelse

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Minimera utmaningar för kunden* | Försämring | Förbättring | Förbättring |
| *Erbjud en zonstruktur och ett sortiment som upplevs som attraktivt, prisvärt och logiskt* | Likvärdigt | Förbättring | Försämring |

## Ökat resande

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Sänk tröskeln för att börja åka kollektivt och att göra uddaresor* | Försämring | Förbättring | Förbättring |
| *Bevara och öka resandet bland befintliga kunder* | Likvärdigt | Likvärdigt | Försämring |

## Bra lösning för Västtrafik och partners

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Hållbar intäktsmodell på kort och lång sikt* | Likvärdigt | Likvärdigt | Försämring |
| *Kostnadseffektiv lösning (t.ex. avseende försäljningskostnad och trafikkostnad)* | Försämring | Likvärdigt | Försämring |
| *Möjliggör genomförande för samtliga biljettyper och biljettbärare i närtid* | Försämring | Förbättring | Förbättring |
| *Skapa förutsättningar för bättre service till kunderna och en bättre arbetsmiljö för de som möter kunderna genom att alla efter en enkel utbildning ska förstå biljettsystem, zonstruktur och sortiment* | Försämring | Förbättring | Förbättring |
| *Möjliggör tredjepartsförsäljning både som en del av kombinerad mobilitet och som fristående försäljning* | Försämring | Förbättring | Förbättring |

## Politiska mål

| Utvärderingskriterium | Flexibla zoner | Tre zoner | En zon |
|---|---|---|---|
| *Stimulera till ökad arbetspendling (inklusive resor över länsgräns)* | Likvärdigt | Likvärdigt | Försämring |
| *Mera "rättvis" prissättning av korta resor över zongräns* | Förbättring | Förbättring | Förbättring |
| *Möjlighet att med priserna styra mot en "rundare region"* | Likvärdigt | Förbättring | Förbättring |
| *Möjlighet till kommunala tillköp (inklusive subventioner)* | Försämring | Försämring | Försämring |
| *Möjligheten att främja kombinerad mobilitet (och extern försäljning)* | Försämring | Likvärdigt | Förbättring |

# Referenser

[1] **Regionalt trafikförsörjningsprogram**
”Regionalt trafikförsörjningsprogram 2017-2020, antaget november 2016”

[2] **Prishandboken**
”Att resa med Västtrafik, Prishandbok, Gäller från januari 2017”

[3] **Benchmark intervjuer**
”Skandinaviska erfarenheter_intervjuer_pdf.pdf”

[4] **Slutrapport kund- och partnerutvärdering geografimodeller**
”Utvärdering geografimodeller Västtrafik Expedition Mondial Slutrapport Rev C 2017-06-21_small.PDF”