

Slutrapport:

Delad mobilitet för landsbygden – Plustrafik

Dokumenttitel:	Delad mobilitet för landsbygden - Plustrafik
Dokumentansvarig:	Mohamed Natour, Projektmedarbetare
Dokumenttyp:	Slutrapport
Berörd verksamhet:	Område Näringsliv och Tillväxt
Diarienummer:	KS 00414-2019
Skapad:	2023-11-03
Senast reviderad:	2023-11-02
Antal sidor:	10
Författare:	Mohamed Natour

Sammanfattning

I denna rapport redovisar vi genomförandet av pilotprojekt ”Delad Mobilitet för Landsbygden”, lärodomer och rekommendationer som man kan dra efter genomförandet av piloten.

Bakgrund

Projektet Delad Mobilitet för Landsbygden (Plustrafik) utgick från en tidigare inlämnad motion som inkommit till kommunstyrelsen den 20:e juni 2019, motionen som har ” Kör ut bussen på landsbygden - så att fler kan åka!” som rubrik yrkade att Östersunds kommun genomför ett test av öppen närtrafik på landsbygden enligt Jönköpingsmodellen för att få fler att kunna använda sig av kollektivtrafiken (ärende 00414-2019).

Kommunfullmäktige beslutade att inte genomföra någon test av öppen närtrafik på landsbygden enligt Jönköpingsmodellen. De hänvisade istället till det beslutade pilotprojekt, med finansiering genom Vinnova. att öka hållbart resande på landsbygden. Det ska ske genom att synliggöra den anropsstyrda kollektivtrafik som finns i aktuellt område och nyttja färdtjänst, skolskjutsar, sjukresor samt privata och kommersiella samåkningsinitiativ.

Färdtjänst är en form av kollektivtrafik för personer som har en funktionsnedsättning som hindrar dem att resa med vanlig kollektivtrafik. Att vara en form av kollektivtrafik betyder att beställaren eventuellt kan resa tillsammans med andra resenärer. En begränsning är att beställaren inte kan använda färdtjänst för sjukresor, bara resor i samband med förebyggande hälsovård som exempelvis hälsoundersökning, vaccination eller besök hos tandhygienist kan göras med färdtjänst.

En sjukresa är en resa som görs mellan beställarens folkbokföringsadress och ett besök i sjukvården. Det gäller vid besök hos närmaste vårdgivare som Region Jämtland Härjedalen har anvisat. Sjukresan räknas inte som en del av vårdbesöket. Därför ansvarar patienten själv för att ta sig till och från besöket. Sjukresorna som diskuteras i projektet är resorna med taxi som används bara om patienten har en funktionsnedsättning som gör att hen inte kan använda andra färdmedel. Sjukresa med taxi används främst för patienter som i sin vardag använder sig av färdtjänst, taxi eller andra former av servicefordon.

Anropsstyrd linjetrafik avser anslutning till ordinarie busslinjetrafik och har samma biljettpreiser som linjetrafiken. Resorna beställs på ett telefonnummer en dag före resdag under ordinära arbetstider. En hel del anropsstyrda turer har inte varit sökbara i vår reseplanerare och resenärer blev hänvisade till PDF filer på Länstrafikens hemsida för att ta reda på tidtabeller. Majoriteten av personer som vi intervjuade under projektperioden kände inte till anropsstyrd trafiken. Under tiden

som projektet har pågått har Länstrafiken gjort alla anropsstyrda turer sökbara i reseplaneraren, detta arbete var klart under april månad.

Närtrafiken kan beställas för att komma till orter inom kommunen som har affär, bank eller annan service. Här gäller endast enkelbiljett. Priset beror på längden av ressträckan. Resan beställs på ett telefonnummer senast en vardag före resdag under ordinära arbetstider.

Privata samåkningsinitiativ betyder att privata personer som är anslutna till Plustrafik appen kan publicera sina privata resor och göra de tillgängliga till andra privata personer att boka in sig och samåka med dem.

Beskrivning

Projektet avsett att tillhandahålla delade mobilitetslösningar som är resurs- och klimateffektiva för landsbygden, samt bidra till en ökad folkhälsa.

Mobilitetslösningar som möjliggör ökad tillgång till service och arbete för de som bor på landsbygden. Mobilitet är avgörande för att utveckla hela Sverige, för att klara klimatmålen och för att kyla av en överhettad bostadsmarknad i framför allt storstäderna. Men framför allt för att skapa en levande och dynamisk landsbygd.

Syfte & mål

Syftet med projektet är att tillgängliggöra befintliga transportresurser och transportrutter (ev transportresvägar) utan att addera nya fordon och på så sätt maximera effekten i det befintliga kollektivtransportsystemet. På detta sätt skapas klimat- och kostnadseffektiv samhällsservice i lokalsamhällen. Projektets övergripande mål är att genom samordning av befintliga system, resurser samt matchning med mobilitetsbehoven skapa en bättre mobilitetslösning för boende och verksamma jämfört med eget privat fordon.

Mål:

- Totalt netto noll nya privata fordon.
- Ökat transportarbete per delat fordon med minst 20 %.
- Förbättrad upplevd mobilitet.
- Demonstrera hur man kan ersätta den privata bilen genom teknik som tillgängliggör befintliga transporter som annars inte är möjliga att nyttja.

Omvärldsanalys

Forskning, kartläggningar och åtgärder har genomförts på hållbara resvanor ur en mängd perspektiv med olika metodiker. De visar att gles- och landsbygd har särskilda utmaningar skilda från städernas. En god samhällsservice, både offentlig och kommersiell, ska upprätthållas inom givna kostnadsramar. Här visar tidigare forskning att tillgången på infrastruktur och kollektivtrafiktillgänglighet kraftigt påverkar förutsättningarna till ett klimateffektivt resebeteende och att geografiska, såväl som demografiska skillnader är markanta i olika delar av landet (Robèrt, 2017¹). Elektrifiering innebär större investeringar i fordonen vilket i förlängningen innebär större krav på en hög nyttjandegrad för att skillnaderna mellan stad och land inte skall dras isär ytterligare. De globala trenderna inom digitalisering representerar en möjlighet att bryta stuprör mellan olika transportslag och tillgängliggöra transportresurser lokalt helt utan nya fordon - dvs en högre samhällsservice med noll nya fordon. Detta sammanfaller väl med hållbara beteendeförändringar då bättre kommunikation av nya tillgängliga transportlösningar skapar en helhet för boende, verksamma och besökande - BVB på ett enkelt tillgängligt sätt. Lokalt finns all grund genom kollektivtrafikens befintliga data och transportlösningar, dessa behöver dock publiceras, tillgängliggöras och kombineras med andra lösningar för att bli mer attraktiva och använda.

Erfarenheterna från projektet i Östersund är representativt för många andra platser, där integration, publicering, ruttoptimering, bokning och biljetthantering samt betalning är vad som krävs för en sömlös och enkelt tillgänglig mobilitetstjänst. Inte minst publicering av en reseplanerarens rekommendationer - nudging - som i grunden bygger på behoven, där gång och cykel samt distansarbete är samhällsförändringar som redan sker och som med integration över olika system och kommunikation till BVB har potential att leda till snabb positiv beteendeförändring som analyseras och verifieras.

Metod / Modell

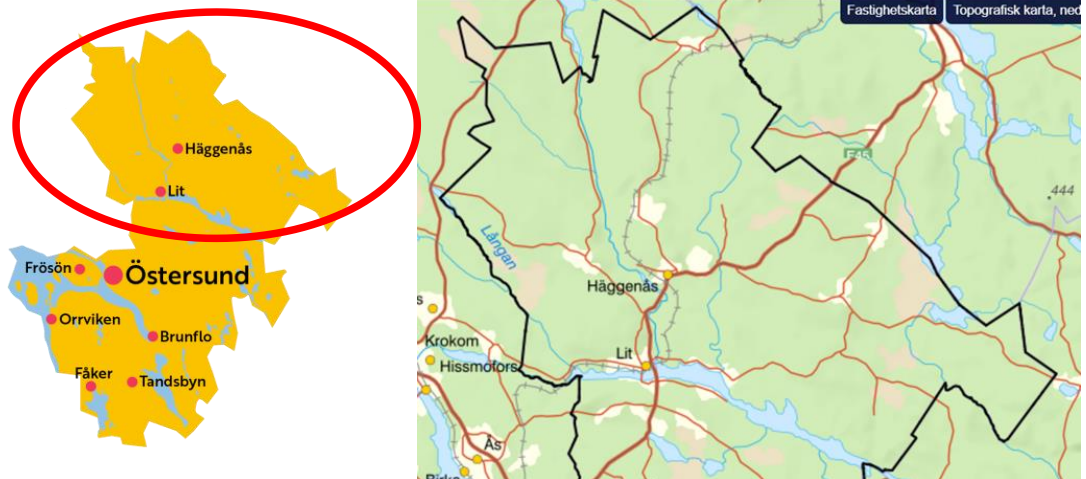
Östersunds Kommuns del av projektet utgår från Arbetspaket 9: Hållbart Resande med syftet att stimulera till ökat hållbart resande i Östersunds kommun. Utförandet sker genom att digitalt synliggöra och dela de transportresurser som finns tillgängliga genom Freelways applösning. Projektets övergripande mål är att

¹ Robèrt, M. 2017. Strategic travel planning toward future emission targets—A comparative analysis of 20 Swedish municipalities applying the CERO model. *International Journal of Sustainable Transportation* 2017, VOL. 11, NO. 5, 330–341. <http://dx.doi.org/10.1080/15568318.2016.1232452>

genom samordning av befintliga system, resurser samt matchning med mobilitetsbehoven skapa en upplevt bättre mobilitetslösning.

Den primära idén i projektet är att samla skolskjutsar och färdtjänstresor med tillgängliga platser i samma app och göra det möjligt för användaren att boka samt betala en bokad resa. Appen gör dessutom anropstyrd trafik och närtrafikrutter och tider synliga, med tydlig information om bokningen som sker via ett telefonnummer. En sökfunktion i appen kan samordna den tidigare nämnda transportresurser med andra ordinarie kollektivtrafikmedel. Regionen beslutade dock att inte inkludera sjukresor i projektet av olika anledningar.

Testområdet – norra delen av Östersund Kommun ses som intressant geografiskt område för detta projekt pga dess utmaningar för mobilitet med få fastboende. Den begränsade befolkningmängden i kombination med stora geografiska ytor har skapat påtagliga hinder för traditionell kollektivtrafik i området vilket avspeglar sig på servicegraden för transport jämfört med t ex storstäder. Den egna bilen är därför idag det självklara färdmedlet för de flesta boende och besökare i området. Samtidigt representerar testområdet en situation kring transporter som återspeglar sig i stora delar av landet. Vi bedömer att de delade mobilitetslösningar och analysmetoder som detta projekt demonstrerar kommer att kunna tillämpas runt om i Sverige.



Testperioden sträckte sig från och med 2023-03-01 till och med 2023-09-30. Testperioden skulle göra det möjligt att förstå hur olika perioder under läsåret påverkar projektet och applösningen. Ett exempel på frågor som uppkommit under tidsperioden är hur projektet och applösningen påverkas under sommarlovet när skolskjutsar försvinner från appen.

Lanseringen

Tjänsten lanserades i mars 2023. Innan lanseringen togs en marknadsföringsplan fram för att informera medborgarna i testområdet om tjänsten.

- En kampanj på olika social media kanaler utfördes av Freelway på ett uppdrag från Östersunds Kommun i samband med information om tjänsten på kommunens hemsida. Syftet är att sprida basinformation om tjänsten och skapa intresse hos målgruppen.
- 4 informationsträffar på olika ställen i testområdet bokade och marknadsförandes i samarbete med olika civilsamhälleorganisationer på sociala media. Affischer med inbjudan till informationsträffar sattes upp på alla anslagstavlor i testområdet.
Marknadsföringsinsatserna genererade ett väldigt svagt intresse av både tjänsten och informationsträffarna hos målgruppen, deltagandet på informationsträffarna var väldigt lågt, i genomsnitt 6 personer deltog i informationsträffarna. Intresset hos media och andra organisationer, kommuner eller regioner har i stället varit större och många har hört av sig till projektledaren med frågor och velat ha mer information om projektet.
- Utifrån det låga intresset beslutades om en ytterligare marknadsföringsinsats, där en utskriven broschyr togs fram och skickades med posten till alla hushåll i testområdet.



Broschyren som skickades med traditionella posten gav bättre resultat, fler individer från målgruppen hörde av sig till kommunen med frågor eller synpunkter om tjänsten och antalet appnedladdningar ökade efter broschyrens utdelning.

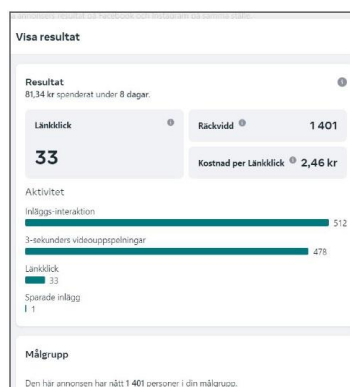
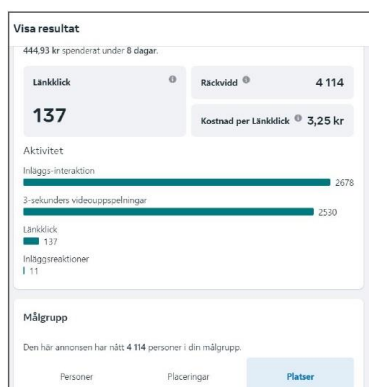
Resultat

Marknadsföring

Antalet visningar av digitala annonser på olika sociala media kanaler var 5215 visningar, 170 personer valde att klicka på länken för att kunna veta mer om tjänsten. Alla marknadsföringsinsatser förutom broschyren ledde till 137 nedladdningar av appen. Broschyrutdelning ledde till 144 nedladdningar av appen.

Statistik Plustrafik soc medier

5215 visningar



Publicerade turer

Antalet åkturer som blev publicerade på appen under pilotprojekt var 1711, varav antalet manuellt publicerade färdtjänstresor av Häggenås Taxi var 298 turer.

Antalet färdtjänstresor skulle kunna ha varit mycket fler, men på grund av utmaningarna som beskrivs längre fram, blev det inte fler.

I testområdet har det funnits tillgång på 24 anropsstyrda turer och 9 närtrafiksturer. Av dessa tillgängliga turer var det 13 turer som nyttjades under pilotprojekts period kontra 12 turer som nyttjades under samma period under 2022. Under tiden som pilotprojektet har pågått har Länstrafiken gjort alla anropsstyrda turer sökbara i reseplaneraren.

En anropsstyrdtrafik linje började nyttjas under pilotprojekts period, antalet bokningar på denna linje är 501 bokningar. Antalet anropsstyrdtrafik bokningar via Länstrafikens telefonnummer under pilotprojekts period är 4025 bokningar kontra 4289 bokningar under samma period under 2022. Sammanfattningsvis har antalet linjer som nyttjas ökat, medan det sammantagna nyttjandet av tjänsten minskat. Det har endast varit anropsstyrt som nyttjats, ej tjänsten närtrafik.

Bokningar

Antalet bokningar på appen är noll under pilotprojekts period.

Varför funkade inte tjänsten?

Många utmaningar har blivit identifierade under projekts planeringsfas, som begränsat projektet.

1. Tekniken

Integration av färdtjänst-bokningar i systemet var ej möjligt.

Konsekvensen blev färre resor.

- Taxibolaget (Taxi Östersund) höll på att upphandla ett nytt bokningssystem. Det nya bokningssystemet skulle vara på plats under pilotprojekts utförande. Att integrera system med det gamla systemet var inte ett bra alternativ och att integrera till det nya systemet hade varit omöjligt.
- Färdtjänstresor utförs genom en underleverantör (Häggenås Taxi), bokningen sker genom att ringa Taxi Östersunds beställningscentral som i sin tur bokar resorna åt berättigade medborgare. Bokningen kan ske fram till 4 timmar innan resan, men majoriteten av bokningar sker en dag innan. En lista på bokningar skickas via mejl till Häggenås Taxi dagligen i kvällstid, Häggenås Taxi tar emot listan och planerar morgondagens resor och rutter manuellt. Häggenås Taxi äger inget bokningssystem som Freelway appen kunde integreras med. Dessa bokningar fick därmed läggas in manuellt, vilket begränsade hur många som blev inlagda.

2. Hög taxa

- Att använda en annan taxa än taxan som används av Länstrafiken krävdes ett politiskt beslut från Regionen som bedömdes som en för tidskrävande åtgärd.
- Att erbjuda rabatterade biljettpreiser till unga eller pensionärer har också varit omöjligt under pilotprojektet.
- Möjligheten att använda Länstrafikens månadskort eller ungdomskort för att använda tjänsten har varit omöjlig, utifrån att frågan om vem som står för reskostnaden ej kunde lösas. Även möjligheten att validera kortet i Häggenås Taxibilar har också omöjligt då bilarna saknade kortläsaren och inte kunde kopplas till kortsystemet hos Länstrafiken.
- **Konsekvensen blev att tjänsten blev mindre attraktiv.**

3. Kort projekttid

- Projektet blev på grund utav byte och sedan avsaknad av projektledare försenat och tiden blev kort för att nå ut med information om appen och att folk skulle komma i gång med att använda den.

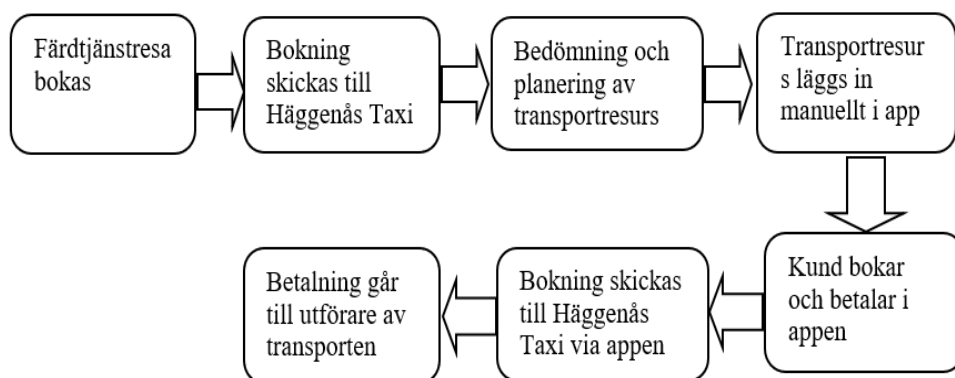
4. Svårt att nå ut till befolkningen med informationen

- Det var svårt att nå ut med information till invånarna, vilket också hade krävt en längre projekttid för att ha kunnat åtgärda

5. Beteendeförändring

- En stor utmaning i projektet, är att det krävs en beteendeförändring hos invånarna för att appen ska fungera. Denna förändring kräver tid och gedigna insatser, samt att förutsättningarna ska vara på plats, såsom att ovanstående utmaningar är lösta.

En överenskommelse om en tillfällig lösning under pilotprojektet togs fram för att kunna övervinna några av begränsningarna:



Erfarenheter och rekommendationer

Hitta former för att priset för tjänsten ska vara samma som vanligt eller billigare.

- Att använda hållbarheten som det enda försäljningsargument är otillräckligt, tjänsten måste vara ekonomisk eller åtminstone inte dyrare än vad den vanliga resan är. För exempelvis ungdomar blev resorna dyrare, då de inte kunde använda sitt ungdomskort som bekostas av kommunen. ”Att resa hållbart behöver inte kosta mer” är ett argument som bör tas med. Oförmågan att ge en rabatterad taxa till ungdomar och pensionärer innebar att tjänsten blev oattraktiv för precis den målgrupp som har störst behov, då det är de som brukar sakna körkort eller tillgång till privatbil.
- Användning av Länstrafikens kollektivtrafikstaxa för att räkna kostnaden på resorna innebar höga priser enligt målgruppen, en annan prismodell som passar denna typ av resor som presenterades i appen borde användas.

Arbeta med beteendeförändring parallellt

- Ett pilotprojekt som innebär en viss ändring i målgrupp beteende kräver ett intensivt och omfattande arbete med beteende förändringen. En privat bil är inte bara ett transportmedel till en del av målgruppen, den är en del av deras personlighet och en del är stolta över den typ av privat bil som de kör, att uppmana den delen av målgruppen att slippa användning av en privat bil kräver mycket större jobb inom beteende förändring.

Förbered en genomgående marknadsföringskampanj med fysiska utskick

- Den digitala marknadsföringen via kommunens hemsida och sociala medier lyckades inte nå målgruppen i någon större utsträckning, utan en broschyr utdelad med traditionell post nådde målgruppen på ett bättre sätt än alla andra digitala marknadsföringskampanjer.

Integrera tjänsten i befintlig app

En app som inte används glöms ofta bort. Att integrera tjänsten inom en befintlig populär app hos målgruppen som exempelvis Länstrafikens reseplanerare, skulle ge målgruppen en god möjlighet att testa att använda dom utan att man behöver göra något extra.

Det bästa scenariot i projektet hade varit att kunna integrerar Freelways app med andra befintliga system, detta innebär att appen kan addera, modifiera eller ta bort färdtjänst- eller skolskjutsresor automatisk utan att behöva någon manuell administration.

Önskade Data Flow Diagram är:

