



# En ny hverdag for kollektivtrafikken

25.11.2021

Trine Holand, leder Analyse

Ruter#



**Reduced capacity**

Passenger capacity on board our vehicles and ferries is reduced to combat the spread of the coronavirus.

Only use the seats that are made available and the standing spaces indicated on the floor. Small children can sit on your lap.

If no spots are available, please disembark and wait for the next vehicle/ferry.

Be considerate of the other passengers and offer your seat to those who need it most.

Thank you for your cooperation.

 More information:  
Scan the code using your smartphone to learn more  
about the national guidelines for public transport.  
#RuterAnslutt

**Ruter#**

I 1,5 år har Ruter bedt folk om å ikke reise kollektivt

**Ruter#**



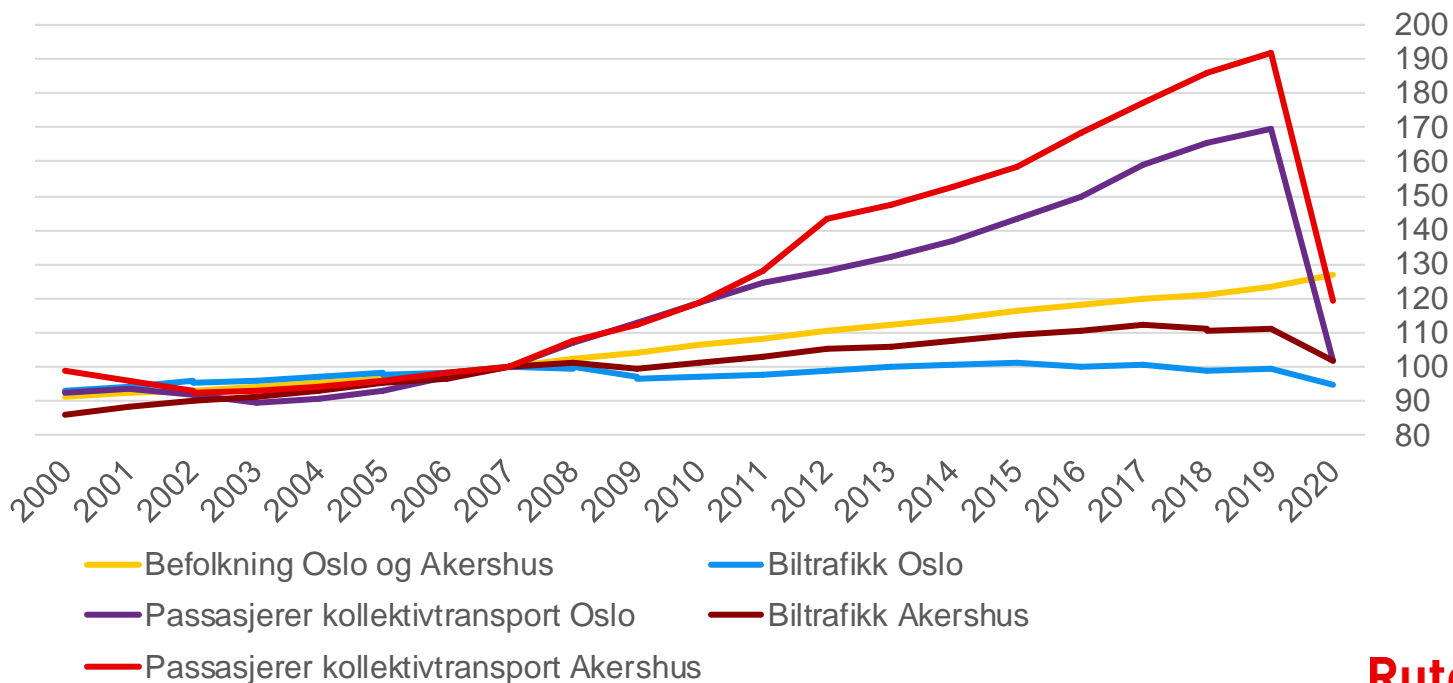
Når  
myndighetene  
har fjernet  
restriksjonene

*...business as  
usual?*

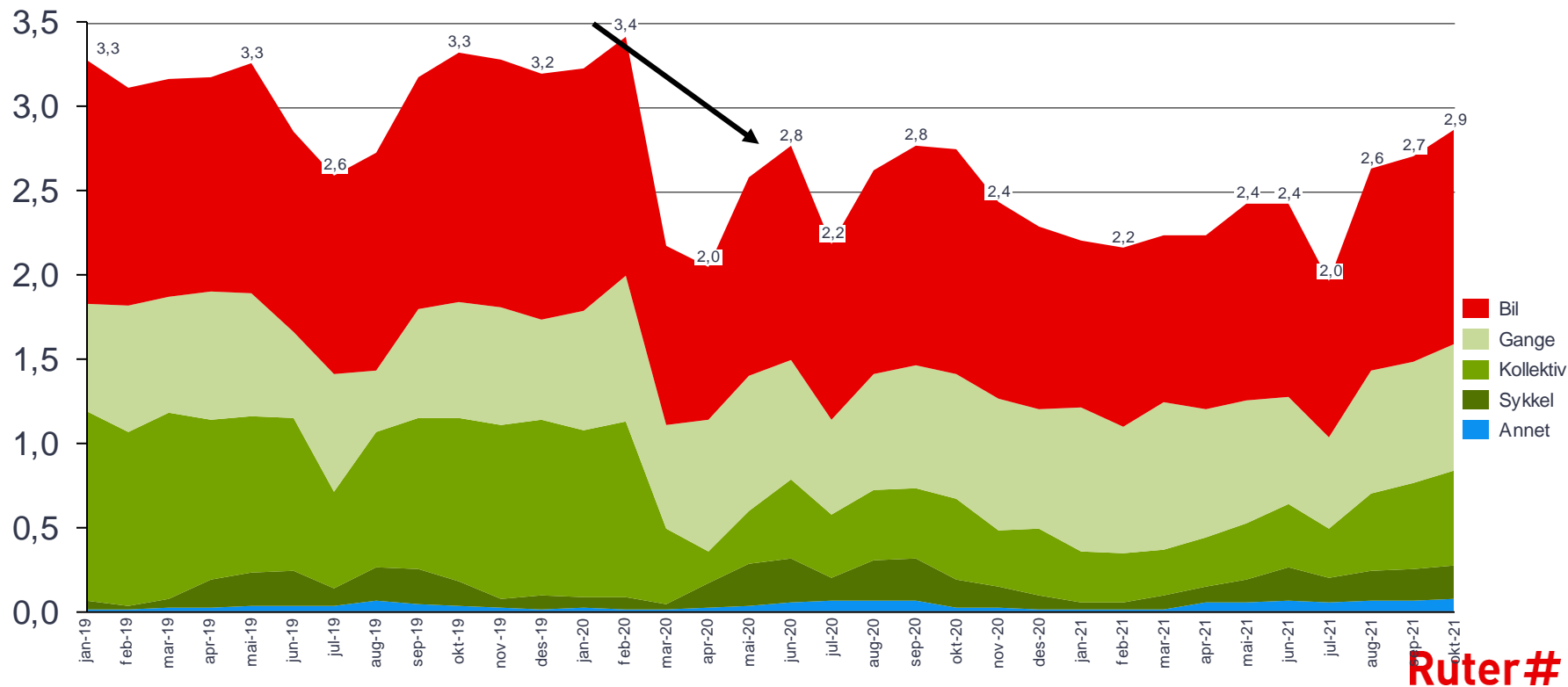
**Ruter#**

# Nye reisevaner

# Positiv utvikling frem til 2020

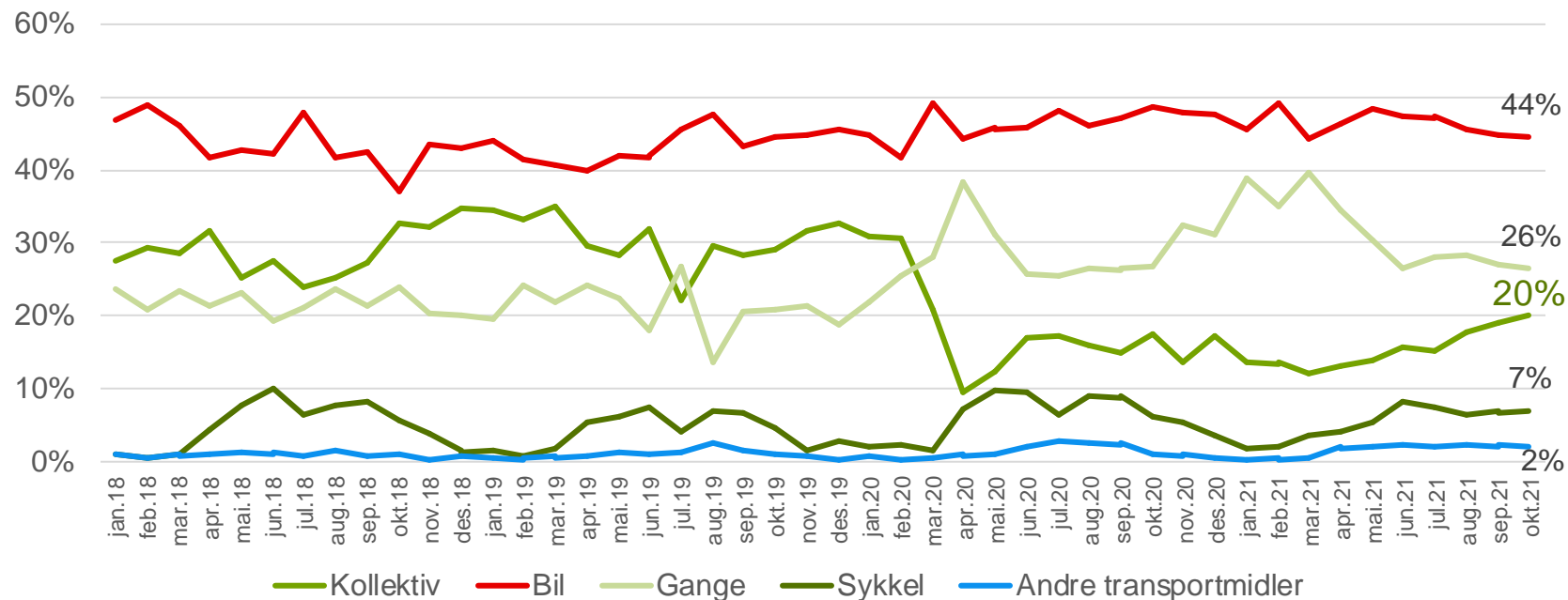


# I løpet av pandemien har antallet daglige reiser i samfunnet blitt færre



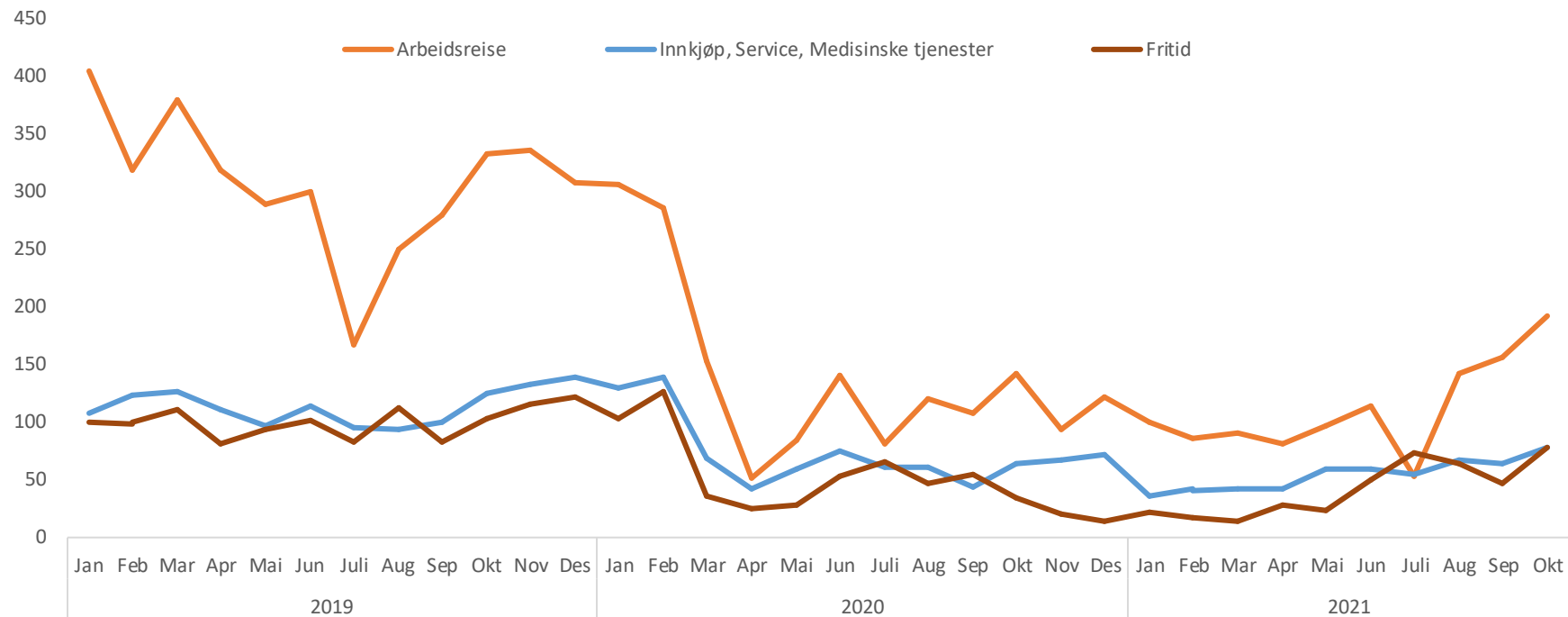
## Markedsandeler:

# Forandringer i hvilke mobilitetsformer som brukes



Nedgang på kollektivreiser:

# Det er særlig arbeidsreiser som har falt

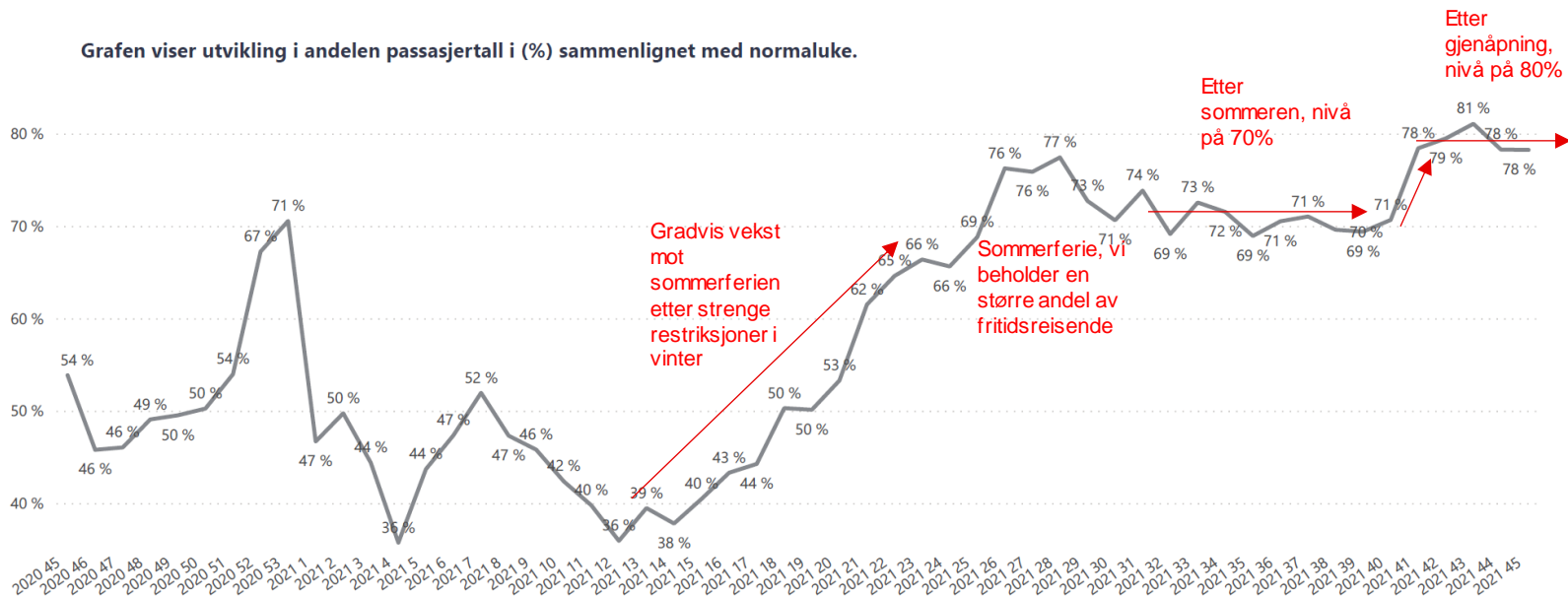


**Ruter#**



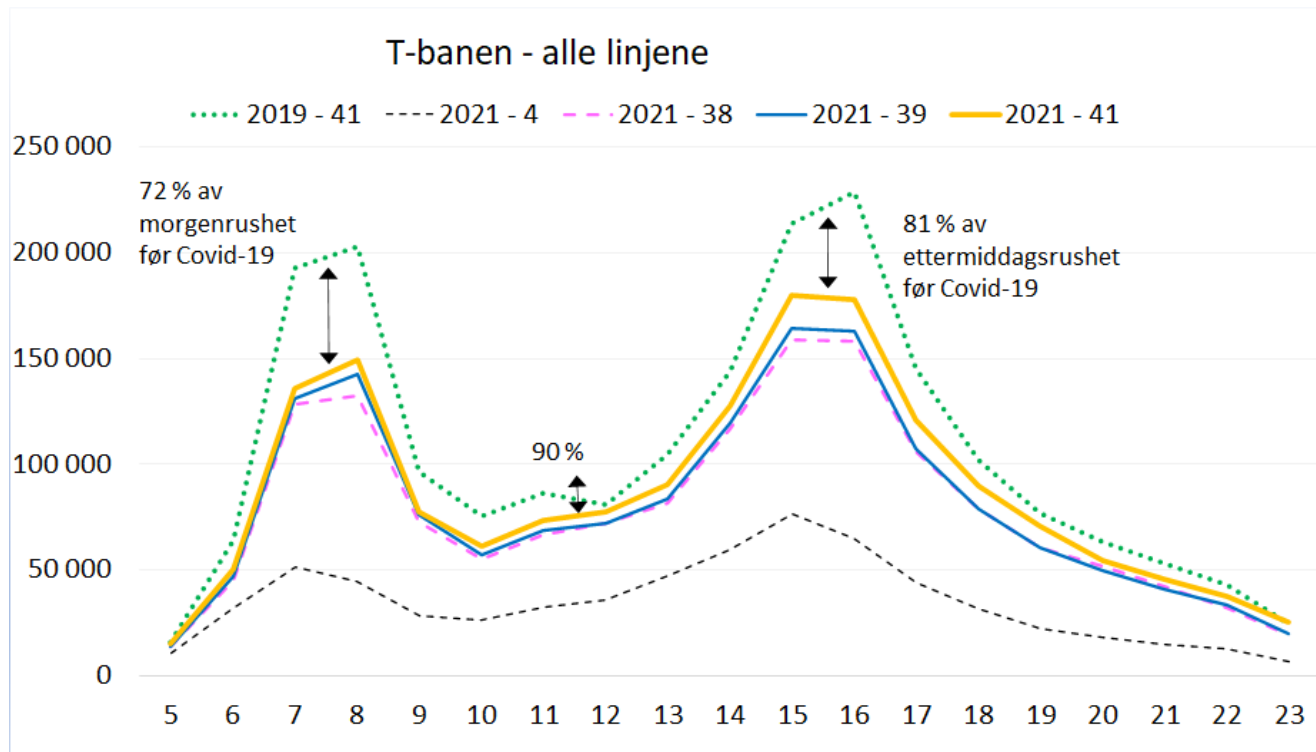
# Passasjertallene har stabilisert seg på omkring 80% av normaltrafikken

Grafen viser utvikling i andelen passasjertall i (%) sammenlignet med normaluke.



Utvikling i andel passasjerer (%) per uke i kollektivtrafikken. Grafen viser utvikling sammenlignet med normaluke.

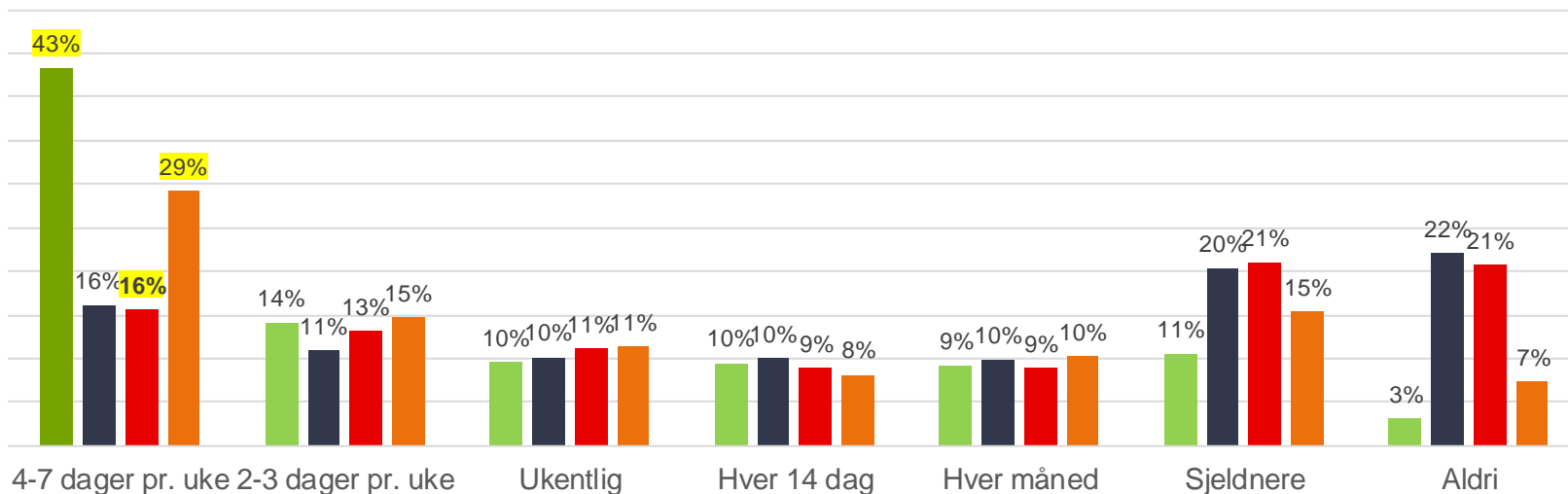
# Forandringer i *når* folk reiser?



# Reisemønsteret er fortsatt pandemipreget, selv om restriksjonene er borte

## Reiser kollektivt...

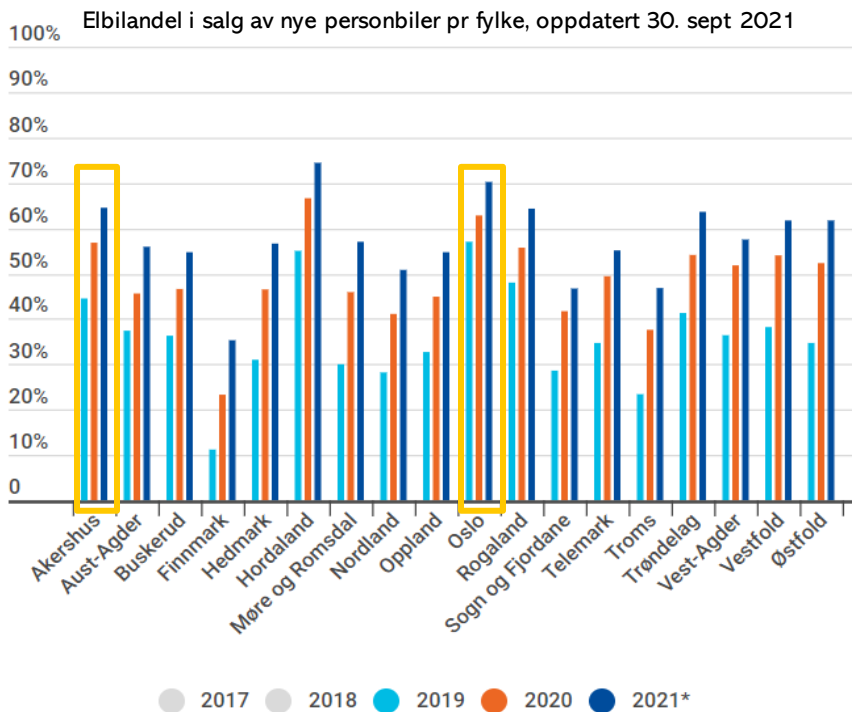
■ Før pandemien (okt-nov 2019) ■ Under pandemien (okt-nov 2020) ■ Nå (okt-nov 2021) ■ I "ny normal"\*



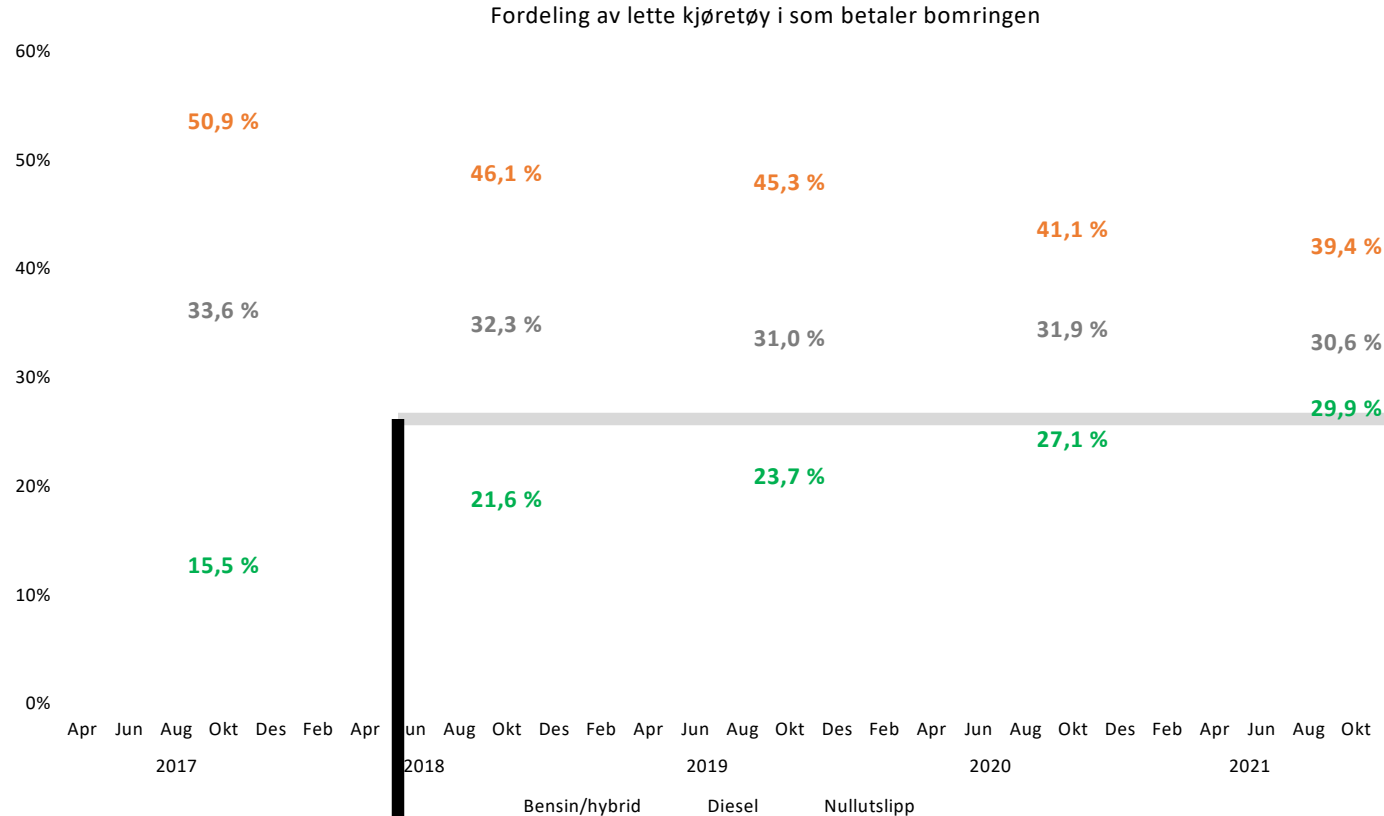
# Elbilen

Ruter #

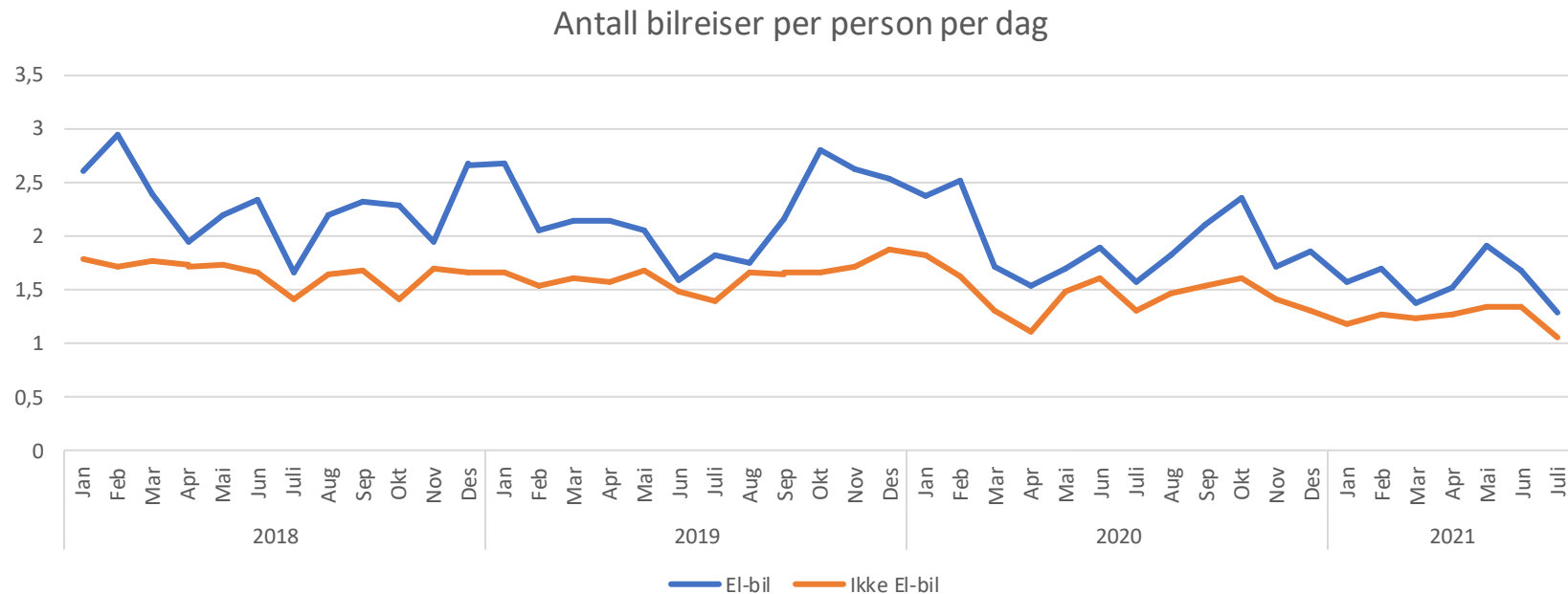
# Elbilandelen med sine konkurransefortrinn styrker seg



# El-bil har tatt igjen bensin/hybrid i bomringpasseringer



# De som kjøper seg elbil kjører oftere

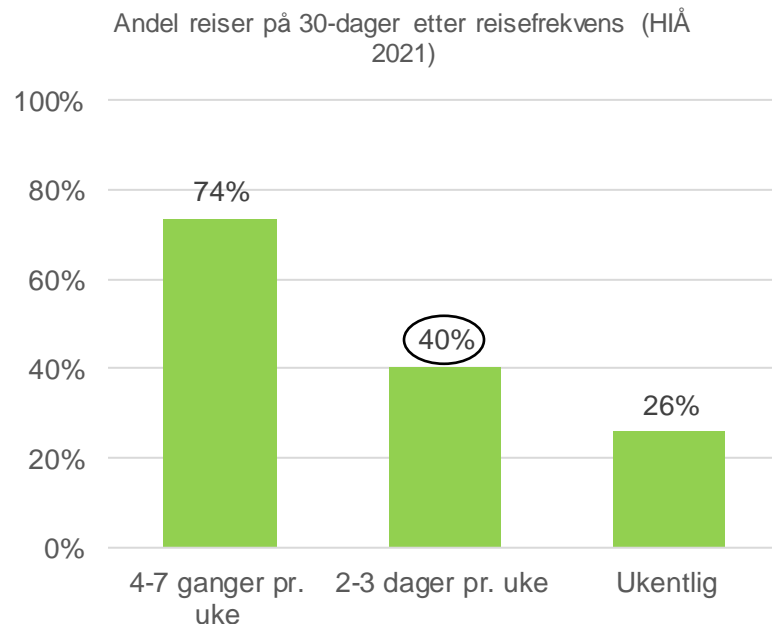
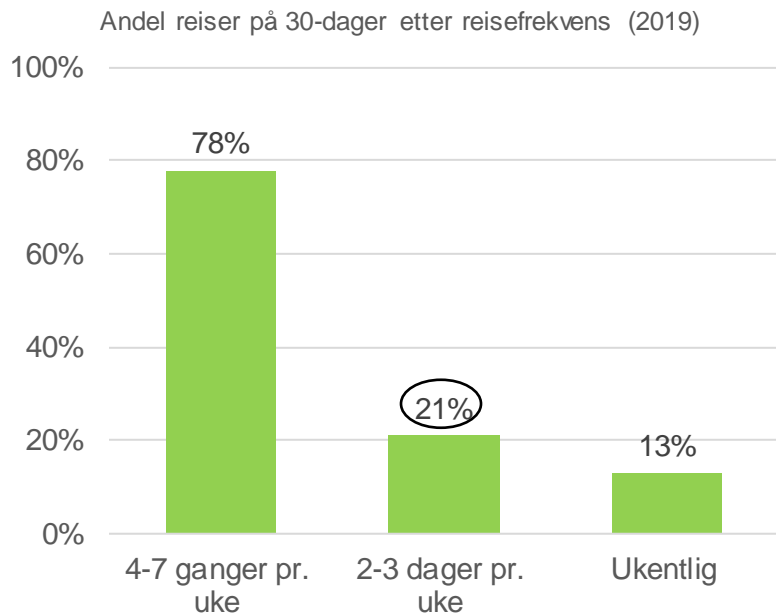


# Billetter og priser

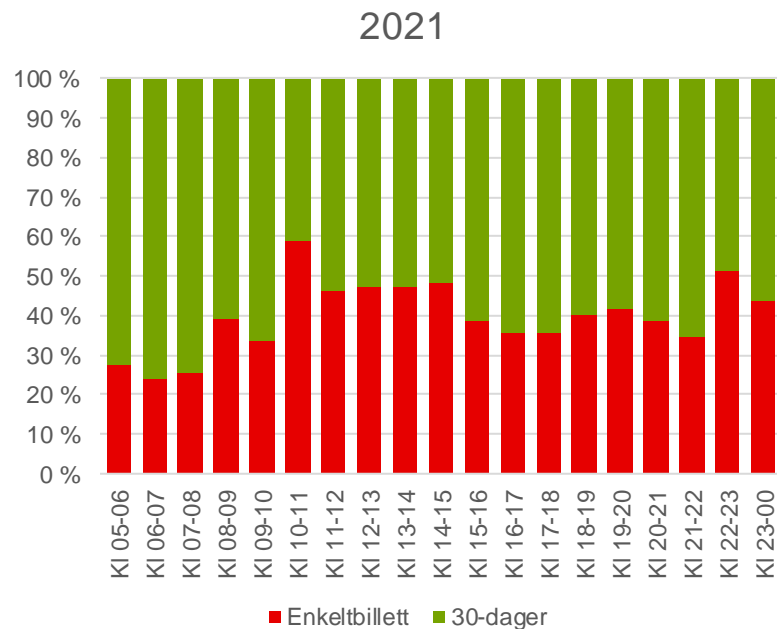
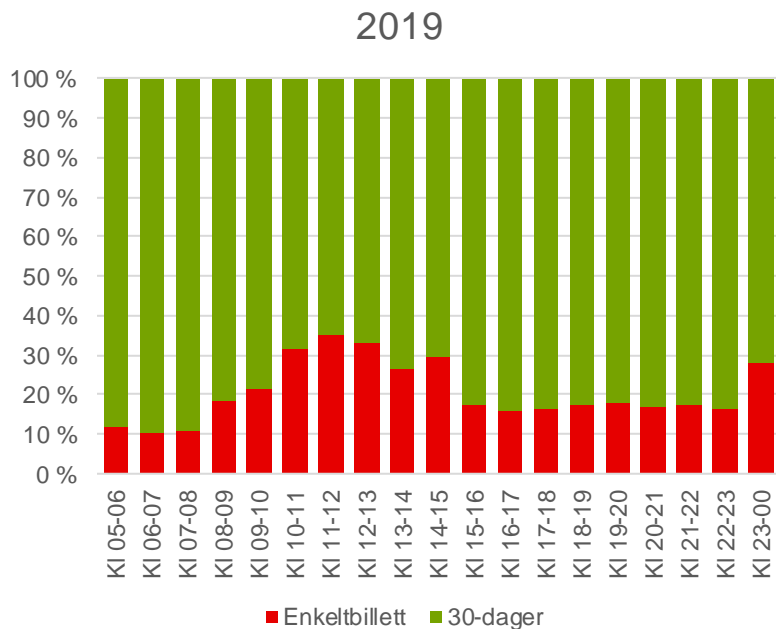
Ruter#



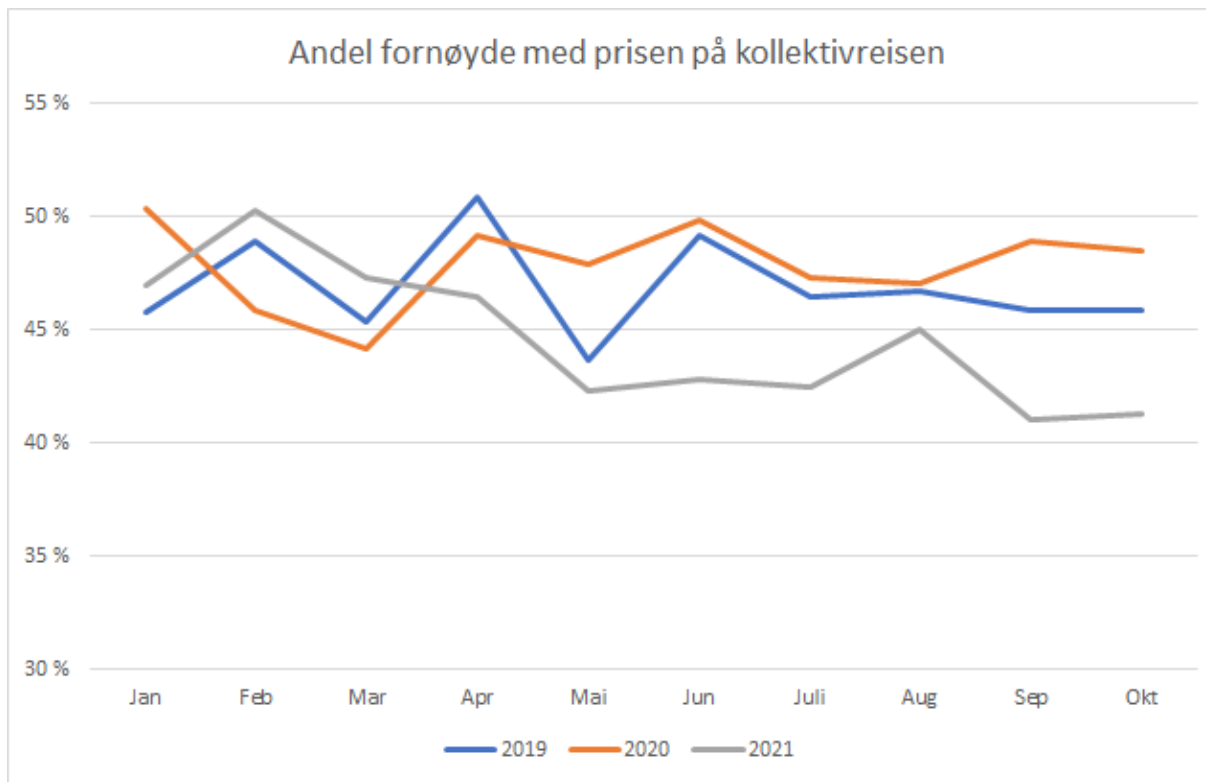
# Under pandemien har periodekortandelen økt spesielt mye blant mellomfrekvente kunder




# Enkeltbillettsalget har økt under pandemien, men månedskort er fortsatt mest brukt



# Andel fornøyde med pris ligger lavere enn 2019



# Prisens betydning for tilfredshet med kollektivtilbudet er liten, men har økt svakt

	2019	2020	2021
Antall avganger	0,40	0,40	0,33
Gangavstand fra bosted	0,16	0,14	0,16
Muligheten for direkte reise	0,14	0,14	0,16
Punktlighet	0,11	0,11	0,09
Ventetiden ved bytte	0,09	0,11	0,08
 <b>Prisen på kollektivreisen</b>	<b>0,03</b>	<b>0,05</b>	<b>0,07</b>
Transportmiddelets komfort	0,05	0,02*	0,03*
Enkelheten i kjøp av billett	0,02	0,02	0,03
Gangavstand fra arbeidsplass/skole	0,06	0,04	0,02*
Mulighet for sitteplass	0,01*	0,01*	0,01*
Ruteinformasjon	0,02*	0,02*	0,01*

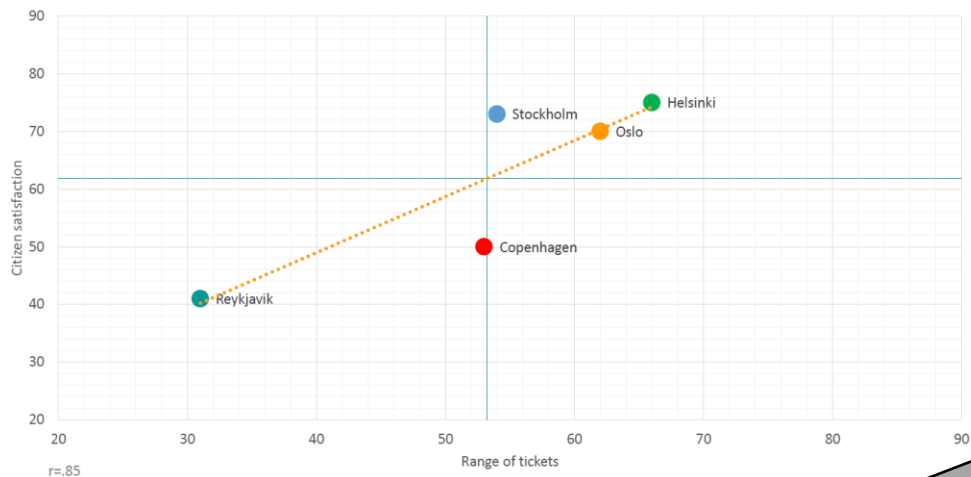
\* Ikke signifikant

# Oslo har relativt høy tilfredshet (ift andre nordiske hovedsteder), både generelt med kollektivtilbudet og med billettutvalget

**BEST**

Benchmarking in European Service of Public Transport

## Citizen satisfaction versus Range of tickets



23% er uenige i utsagnet «Ruter tilbyr et utvalg av billettyper som dekker mitt behov».

De som reiser daglig er mer fornøyde med billettutvalget enn de som reiser av og til.

**En ny normal (?)**

# Faktorer som vaneendringer og hjemmekontor blir viktigere når vi går ut av pandemien

Faktorer som påvirker kollektivbruken

Smittevernstiltak i samfunnet

Smittefrykt

Økonomiske konsekvenser

Bruk av hjemmekontor

Endrede hverdagsvaner

Påvirkning på trafikken

*Svært høy*

*Middels*

*Lav*

*Høy*

*Middels*

Varighet etter pandemien

*Ingen*

*Kortvarig*

*Mellomlang*

*Langvarig*

*Langvarig*

# Oppsummering

- Reiseaktiviteten på kollektivt har økt etter gjenåpningen.
- Selv om restriksjonene er borte, reiser innbyggerne mye mindre enn slik de ser for seg å reise i en «ny normal».
- De kortsiktige effektene av smittefrykt og restriksjoner begynner å avta.
- Vi vet ennå ikke effekten av vaneendringene, der blant annet hjemmekontorbruk og overgang til elbil er viktige faktorer.
- De fleste kundene er tilfredse med dagens produktportefølje. Vi vil bruke kunde- og markedsinnsikt for å utvikle våre priser og produkter for fremtiden.

