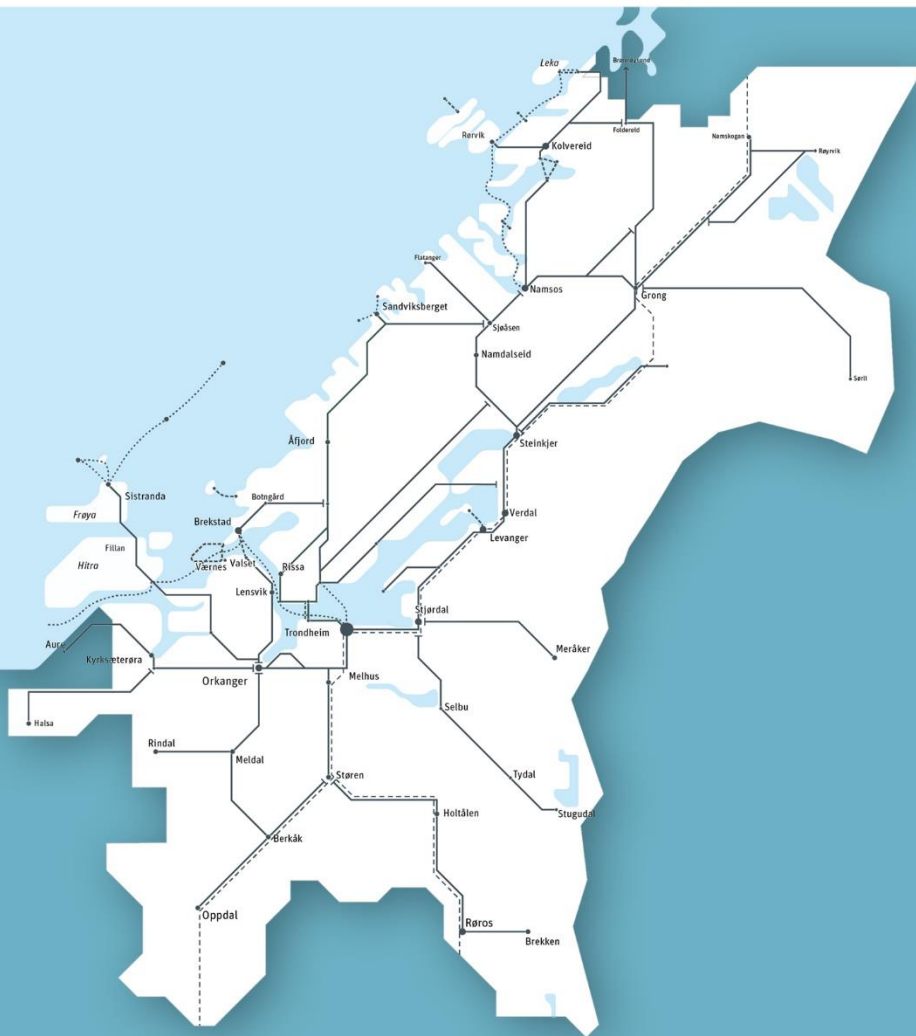




Forslag til strategi for anbud buss **TRØNDELAG REGION 2021**

Delrapport 1 • Markedsperspektivet

DOKUMENTINFORMASJON

Oppdragsgiver:	Trøndelag fylkeskommune
Grunnlag	Mandat for anbud på kollektivtrafikk i Trøndelag utenom Stor-Trondheim fra 2021. Vedtatt i Fylkestinget den 28.2.2018.
Rapportnavn:	Forslag til strategi for Anbud buss Trøndelag region 2021 (Regionanbud 2021) Delrapport 1 – Markedsperspektivet
Arkivreferanse:	18/000178
Oppdrag:	
Prosjektbeskrivelse:	
Prosjekteier:	Janne Sollie
Fag:	Kollektivtrafikk
Tema	Anbudsstrategi
Leveranse:	Rapport til Trøndelag fylkeskommune den 01.11.2018
Skrevet av:	AtB AS
Kvalitetskontroll:	AtB AS

SAMMENDRAG

AtB har på oppdrag fra Trøndelag fylkeskommune laget et forslag til anbudsstrategi for Regionanbud 2021. Innholdet i denne rapporten beskriver markedspektivet knyttet til befolkning, trender og utvikling for Trøndelag, og ligger som grunnlag for hvordan AtB utvikler det totale mobilitetstilbudet i Trøndelag utenom Stor-Trondheim.

I 2017 bodde det rundt 457 000 mennesker i Trøndelag. Det er lav befolkningstetthet spredt over store områder, men med en tydelig konsentrasjon i Trondheimsområdet. Det er sentralisering i Trøndelag, en økning av andelen eldre, og prognoser fra SSB viser en befolkningsvekst på 14,9 % frem mot 2035. Kommunene nær Trondheim øker mest, mens det i 9 kommuner er forventet nedgang i antall innbyggere. En stor andel av befolkningen pendler for studie eller arbeid daglig eller ukentlig og er den største gruppen reisende sammen med skoleelever.

AtB har valgt å beskrive Trøndelag pr region, og har vært i dialog med og utredet reisebehov for kommunene i følgende 6 regioner: Namdalsregionen, Inn-Trøndelag, Region Fosen, Region Midt-Trøndelag, Region Trøndelag sør og Orkdalsregionen.

Det er gjennomført en reisevaneundersøkelse for å avdekke reisebehovet i Trøndelag, kartlegge hva befolkningen kjenner til og hva de mener om kollektivtrafikken i sitt område. Undersøkelsen viser store variasjoner i hvor tilfredse folk er med sitt tilbud og at det ligger et stort potensial i å få flere til å bruke kollektivtransport.

AtB har også gjennomført en driveranalyse for å få svar på hvilke elementer folk legger mest vekt på når de skal reise kollektivt, hva som motiverer og hva som kan få flere til å velge kollektivtrafikk når de skal reise. Resultatet viser at det som driver kundene til å velge kollektivtrafikk som reiseform er frekvens, tilgjengelighet, sømløshet, kapasitet og komfort.

Befolkningen endrer både vaner og forbrukermønster i stor grad på bakgrunn av trender og utvikling i samfunnet. Trender innenfor ulike områder vil påvirke reisemønsteret i fremtiden. Det er derfor viktig å være bevisst endringer og legge til rette for dette, slik at mobilitetstilbudet blir i takt med utviklingen og forventningene til markedet.

Forskjellige trender påvirker ulike aspekter knyttet til fremtidens mobilitetstilbud. Det finnes flere megatrender, og AtB velger her å dele trendene inn i fire grupper: Samfunn, menneske, teknologi og marked.

Hvor folk befinner seg i livet er med på å påvirke både behov, adferd og holdninger. AtB har valgt å dele inn markedet i kundegrupper og reisebehov:

KUNDEGRUPPER	Barn, unge, studenter, voksne, voksne med barn, innbyggere med redusert mulighet for mobilitet
REISEBEHOV	Skole, fritid, kultur, handel, studie og arbeid (lokalt, dagpendling, ukependling), offentlige service- og tjenestetilbud, helseforetak, reiseliv/turisme/arrangement

For å kunne prioritere mellom kundegrupper og behov utover de reisene som er lovpålagte (som skoleskyss) har AtB vurdert disse opp mot mål og formål for Regionanbudet. Det betyr at reisebehovene til hver enkelt kundegruppe er vurdert opp mot hvordan det å dekke akkurat deres behov bidrar til å binde Trøndelag sammen og bidrar til bo- og næringsutvikling.

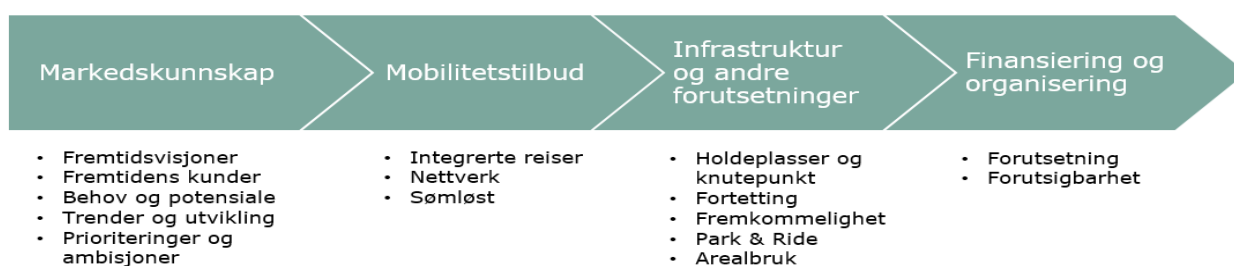
Prioriteringen av reisebehov er nødvendig for å kunne planlegge mobilitetstilbudet. Tilbudet planlegges etter hvilken nytte det gir for hvem, hvor og til hvilket tidspunkt de har behov for transport, tilpasset etter lokale forhold og behov i hver enkelt kommune og region. Ingen kommuner er lik, noe som betyr at et tilbud som fungerer godt i en kommune ikke vil fungere like godt i en annen, og man må derfor

bruke prioriterte kundebehov som en retningsveileder og justere etter demografi, tidligere reisevaner, forbrukertrender og i dialog med hver enkelt kommune.

De høyest prioriterte reisebehov i tillegg til skoleskyss er studie- og arbeidsreiser i Trondheimsområdet i byer og ukependling, handel og offentlig helse- og tjenestetilbud for innbyggere med redusert mulighet for mobilitet og reiser til byer for unge i helg.

Alle trendanalyser, undersøkelser, prioriteringer og informasjon fra dialog med kommunene i Trøndelag danner grunnlaget for hvordan mobilitetstilbudet utvikles til et kundetilpasset og sømløst tilbud med høyere frekvens. Det er også utredet hva kundens behov og ønsker er i forhold til infrastruktur og valg av materiell. Knutepunkter, gode muligheter for park and ride, kapasitet og komfort er viktig for kundene. Den raske endringen i samfunnet, og endringen i befolkningssammensetningen gjør at AtB må legge opp til fleksibilitet og et handlingsrom for kontraktperioden i region, for å kunne fortsette å tilpasse tilbudet ettersom kundebehovet endrer seg.

Basert på kundebehov og prioriteringer har AtB definert minimum- og maksimumsambisjoner som viser hva ytterpunktene i tilbudet kan være. I utarbeidelse av tre alternative mobilitetstilbud fra 2021 vil ingen av tilbudene treffe helt på noen av ambisjonsnivåene, men alle tre vil befinne seg et sted mellom disse.



Figur 1 Kundetilpasset utvikling av mobilitetstilbudet

Innholdsfortegnelse

1	Innledning	7
2	Markedsgrunnlag i Trøndelag	8
2.1	Befolkning og utvikling	8
2.1.1	Befolkningsutvikling	8
2.1.2	Aldersfordeling i Trøndelag mot 2035	10
2.2	Arbeids- og studieplasser	10
2.2.1	Arbeidspendling	11
2.3	Regioner i Trøndelag	13
2.4	Markedsanalyse	14
2.4.1	Reisevaneundersøkelse Trøndelag	15
2.4.2	Kundetilfredshet	15
2.4.3	Driveranalyse	16
2.4.4	Oppsummering fra markedsanalysene	17
3	Reisemål og kundegrupper	18
3.1	Segmentering og kundegrupper	18
3.1.1	Barn	18
3.1.2	Unge	18
3.1.3	Studenter	18
3.1.4	Voksne	19
3.1.5	Voksne med barn	19
3.1.6	Innbyggere med redusert mulighet for mobilitet	19
3.2	Hvem reiser kollektivt og hvorfor	19
3.3	Kundebehov og reisemål	20
4	Trender og betydning for forbrukervaner	25
4.1	Samfunn	25
4.1.1	Urbanisering	25
4.1.2	Hvordan ivaretar vi urbanisering og mobilitetstilbudet?	26
4.2	Menneske	26
4.2.1	Individualisering	26
4.2.2	Generelle forbrukertrender	26
4.2.3	Hva betyr individualisering og generelle forbrukertrender for mobilitetstilbudet?	27
4.3	Teknologi	28
4.3.1	Digitalisering	28
4.3.2	Arbeidsvaner og arbeidsmarked i endring	29
4.3.3	Hva betyr digitalisering for mobilitetstilbudet?	29
4.4	Marked	30
4.4.1	Handlevaner	30

4.4.2	Skole- og utdanning	30
4.4.3	Den sømløse forbruker	30
4.4.4	Delingsøkonomi - utvikling og holdninger til det å eie egen bil	30
4.4.5	Hvordan påvirkes fremtidens mobilitetstilbud av markedsutviklingen?	31
5	Fremtidens reisevaner og reisebehov	32
5.1	Ulike behov i ulike deler av Trøndelag	32
5.2	Kombinasjon av ulike transportmidler, sømløse reiser og fleksibilitet	32
5.3	Tilpassede tjenester	33
5.4	Reisebehov i Trøndelag	33
5.5	Oppsummert reisebehov pr region	33
5.5.1	Namdalsregionen	34
5.5.2	Inn-Trøndelagsregionen	35
5.5.3	Region Fosen	35
5.5.4	Region Midt-Trøndelag	36
5.5.5	Orkdalsregionen	36
5.5.6	Region Trøndelag sør	37
6	Prioritering av kundebehov og ambisjoner for mobilitetstilbudet	38
6.1	Formål med mobilitetstilbudet i Trøndelag og prioritering av kundebehov	40
6.1.1	Grunnlag for prioritering	40
6.1.2	Prioriteringsmetode	40
6.1.3	Endelige prioriteringer	41
6.2	Ambisjonsnivå	42
6.2.1	Ambisjon minimumstilbud	43
6.2.2	Ambisjon maksimumstilbud	43
6.3	Fra kundebehov til mobilitetstilbud	43

1 INNLEDNING

Denne delrapporten omfatter utredning av kundebehov i Trøndelag utenom Stor-Trondheim og arbeidet med prioritering av reisebehov for ulike kundegrupper for utvikling av mobilitetstilbud fra 2021.

Utgangspunktet for denne rapporten var å utrede og beskrive sannsynlig utvikling i Trøndelag mht. by- og regional utvikling, befolkning, kunder og reisebehov gjennom undersøkelser, analyser av reisemønstre, trendanalyse og informasjonsinnhenting gjennom dialog med interessenter og skriftlige innspill fra kommunene i Trøndelag.

Det er første gang AtB har gjort en så grundig utredning av kundebehovet og brukt dette til grunn for å utarbeide en metode for prioritering i strategien før anbudsutsettelse av mobilitetstilbudet i region i Trøndelag.

For å løse oppgaven er det gjennomført en reisevaneundersøkelse gjennom telefonintervju med 2213 innbyggere i Trøndelag utenom Stor-Trondheim, en driveranalyse basert på svar fra 558 respondenter i en webundersøkelse, informasjonsinnhenting fra SSB og andre kilder, trendanalyse og analyse av egne data.

Basert på dette og forslag til formål for kollektivtrafikken i region (nærmere beskrevet i Forslag til strategi Anbud buss Trøndelag region 2021 Hovedrapport), er det definert kundegrupper og reisebehov som er brukt videre for å prioritere kundebehov og ambisjoner til utviklingen av mobilitetstilbudet.

Trøndelag fylke er et sammensatt område med store variasjoner på befolkningstetthet, befolkningsutvikling og reisebehov og det er derfor omfattende og krevende å kartlegge hele området likt. Det er i tillegg et fylke i stor utvikling og innbyggernes sammensetning og bosetting er i stadig bevegelse, og samfunnet og teknologi i stadig utvikling.

AtB har bedt om skriftlige innspill fra alle involverte kommuner, og har mottatt dette fra de fleste, men for de kommunene som ikke har levert dette må reisebehovet baseres på det som er mulig å hente fra andre kilder. I reisevaneundersøkelsen er det kun innbyggere over 15 år som er spurt, da det ikke er lov å hente inn denne type informasjon fra barn og ungdom. Behovene til disse gruppene er derfor ikke tilstrekkelig dekt i undersøkelsen og en må derfor basere deres reisebehov i større grad på innspill fra kommunene.

Rapporten består av 6 kapitler som beskriver markedsgrunnlag i Trøndelag, reisemål og kundegrupper, kundebehov og reisemål, trender og betydning for forbrukervaner, fremtidens reisevaner og reisebehov, og prioritering av kundegrupper og ambisjoner for mobilitetstilbudet. Det er i tillegg 2 vedlegg som tilhører rapporten: Vedlegg 1 – Markedsanalyse og Vedlegg 2 – Utvikling i Trøndelags kommuner.

2 MARKEDSGRUNNLAG I TRØNDELAG

Befolkningsutvikling, reisemønster og reisebehov danner grunnlaget for potensialet med hensyn til ulike transportløsninger i Trøndelag fylke. I dette kapitlet beskrives fakta knyttet til markedspotensialet.

2.1 Befolkning og utvikling

I 2017 bodde det rundt 457 000 mennesker i Trøndelag og fylket er det femte størst i landet målt etter innbyggertall. Fylket som helhet har lav befolkningstetthet da innbyggerne er spredt over store områder, men det er en tydelig konsentrasjon i Trondheimsområdet. Et hovedtrekk i fylkets bosetningsmønster er at befolkningen er sentrert rundt aksene mellom Orkanger/Melhus til Steinkjer, med regionale sentra i innlandet og langs kysten.

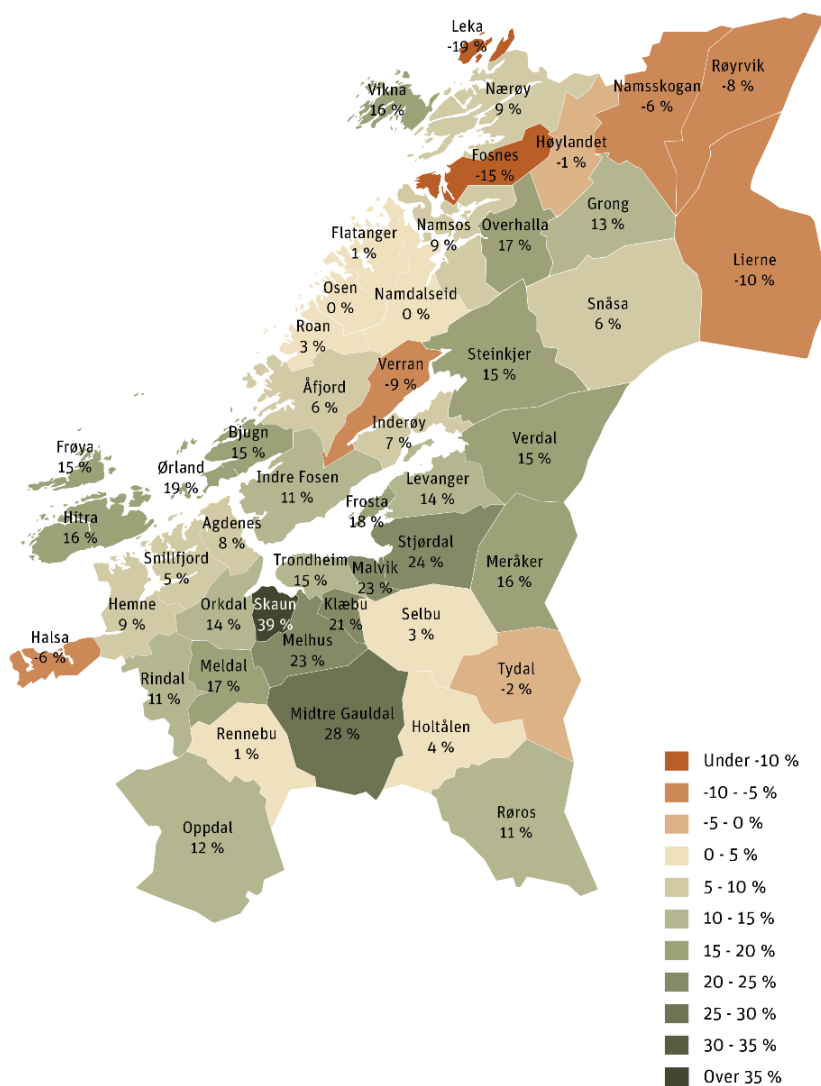
Siden mange bor, arbeider og studerer i disse områdene, er det også her de fleste reiser finner sted. Bo- og arbeidsregionen i og rundt Trondheim består alene av tett opptil 270 000 innbyggere, hvorav 175 000 er bosatt i byen Trondheim. I Trondheim kommune er det totalt 190 000 innbyggere.

Trøndelag opplever sentralisering, en trend som gjenspeiles i den nasjonale utviklingen. Flere og flere ønsker å bo i og i nærheten av de store byene. Befolkningsveksten de siste årene har vært sterkest i Trondheim kommune og kommunene rundt. Denne veksten har bestått av 2/3 tilflytting og innvandring og 1/3 fødselsoverskudd. I perioden 2010-2016 har innbyggertallet økt med 7,9 % til 313 000 i tidligere Sør-Trøndelag og med 3,7 % til 136 500 i tidligere Nord-Trøndelag. Dette utgjør henholdsvis en økning på 23 000 og 5 000, totalt i underkant av 28 000 innbyggere i fylket. 16 500 av disse ble bosatt i Trondheim.

2.1.1 Befolkningsutvikling

SSBs prognoser estimerer 525 000 bosatte i Trøndelag i 2035. Veksten på 70 000 innbyggere utgjør 14,9 % i seg selv, mens prognosene tilsier at det vil skje større endringer i den demografiske sammensetningen.

Befolkningsveksten de siste årene har vært sterkest i Trondheim i tillegg til kommunene Malvik, Melhus, Stjørdal, Klæbu, Skaun og Orkdal, samt Hitra og Frøya. Også Levanger, Steinkjer og Verdal har opplevd vekst, og det forventes fortsatt positiv utvikling i alle disse kommunene frem mot 2035. Trondheim kommune vil ha størst vekst i antall innbyggere med 27 300 nye, selv om den prosentvise veksten vil være større i randkommunene til Trondheim. Prognoser for befolkningsvekst per kommune vises i Figur 2.



Figur 2: Befolkningsvekst 2016 – 2035 per kommune i prosent (SSB tabell 10213)

SSB estimerer at veksten i randkommunene til Trondheim kan skyldes flere årsaker. Høyt prisnivå i by i kombinasjon med et ønske om mer plass, særlig ved familieetablering, løftes frem som en av dem. Pendlerområdet rundt Trondheim har en kraftigere vekst i aldersgruppen 20-39 år enn i hele Trøndelag, noe som ser ut til å støtte denne hypotesen. En annen mulig årsak som løftes frem er at byene vokser ut over sine kommunegrenser. For Trondheim er det i liten grad sammenhengende bebyggelse ut over kommunegrensene, men man ser antydninger nordover langs Trondheimsfjorden mot Malvik og sørover langs E6 mot Melhus. Dette ser man også delvis langs E6 mellom kommunene Stjørdal, Verdal og Steinkjer.

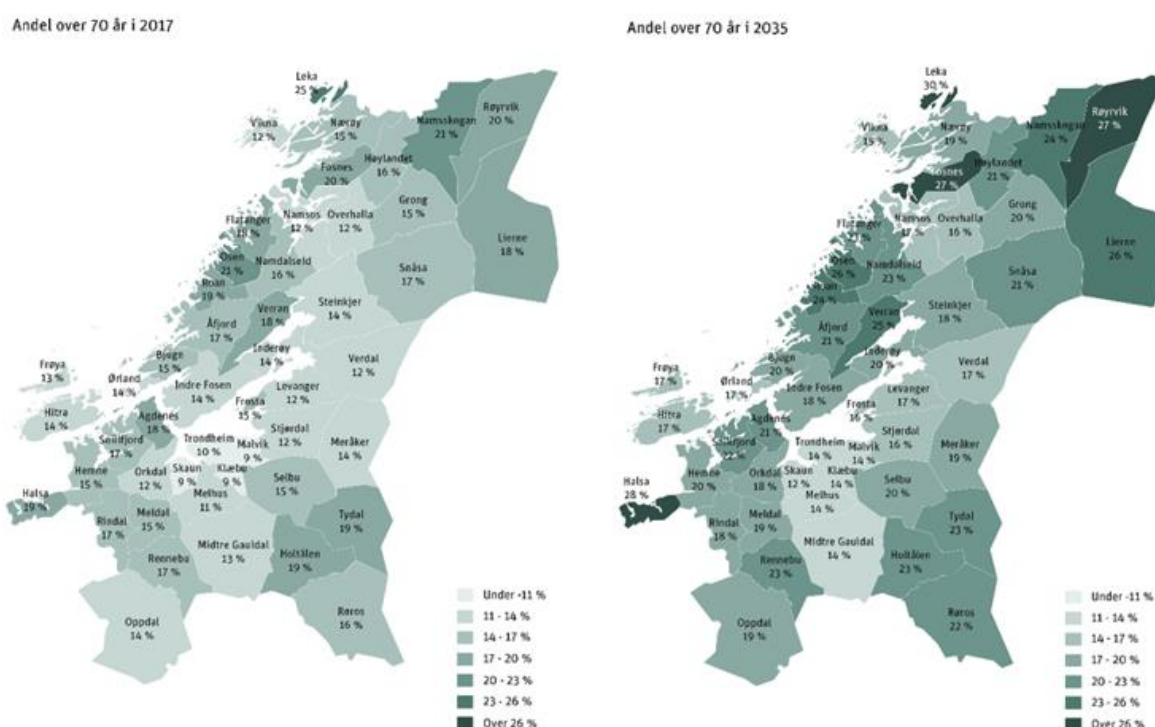
For ni kommuner i Trøndelag viser SSBs prognoser mot år 2035 en reduksjon i innbyggertall. Samlet utgjør dette en reduksjon på 775 innbyggere. Den absolutte nedgangen er størst i Leka og Fosnes ved kysten, samt i Halsa i sør og i Verran og Lierne i innlandet. Nord for Steinkjer er det kun Namsos, Vikna, Overhalla, Nærøy og Grong som ventes å ha positiv vekst. Samlet utgjør veksten i disse fem kommunene totalt 3330 nye innbyggere.

Utviklingen mot 2035 antas dermed å være at de fleste nye innbyggerne bosetter seg i Trondheim og pendlerområdet rundt, samt langs aksene nordover, dannet av E6 og jernbanen, i kommunene Levanger, Steinkjer, Verdal og Namsos, og dermed en forsterkning av dagens bosettingsmønster (ref pkt 2.1).

Skaun vil ifølge SSBs prognoser oppleve en vekst mot 2035 på hele 39 % fra dagens 7 900 til 11 000, og dermed alene ha tilnærmet lik vekst som kommunene i fylket nord for Steinkjer samlet.

2.1.2 Aldersfordeling i Trøndelag mot 2035

Det er ventet en kraftig økning i andelen innbyggere som overstiger yrkesaktiv alder (70 år og eldre) i tiden fremover. Antallet vil gå fra 53 000 til 83 000 fram til 2035, som utgjør en økning på 55 %, og tar andelen over 70 år fra 11 % til 16 % av befolkningen. Dette skyldes en stadig økende levealder og de store fødselskullene fra etterkrigstiden. Etter SSBs prognoser vil Trondheim og de tilgrensede kommunene på fastlandet fortsatt ha Trøndelags laveste andel innbyggere over 70 år i 2035, men andelen øker også her. I Trondheim kommune vil andelen eldre ligge på 14 %, men i absolutte tall utgjør dette rundt en tredjedel av Trøndelags befolkning over 70 år. I dag er andelen 10 %. Effekten vil være størst i distriktskommunene, som både vil få en større andel eldre, færre yrkesaktive og stor grad av fraflytting som vist i Figur 3.



Figur 3: Andel over 70 år i 2017 (t.v.) og 2035 (t.h.) (SSB tabell 10213)

2.2 Arbeids- og studieplasser

I Trøndelag er det i 2017 rundt 40 000 registrerte studenter. Det er størst andel studenter på høyere utdanning i Trondheim, hvor det er omtrent 35 500 studenter fordelt på NTNU (inkludert tidligere HiST), Dronning Mauds Minne høyskole og BI. Andre viktige studiesteder i Trøndelag er Nord Universitet (tidligere HiNT) i Levanger (2 300 studenter), Steinkjer (1 224 studenter), Namsos (582 studenter) og Stjørdal (366 studenter). Veksten i antall studenter i Trøndelag har siden 2010 ligget tett opp mot landsgjennomsnittet på 15 %, noe som vil føre til et økt behov for å dekke studenters reisebehov i fremtiden hvis denne veksten fortsetter. Det er i dag stor grad av ukependling til studiestedene i Trøndelag fra hele fylket. I alle studiebyene er det tilrettelagt med studentboliger i gangavstand til studiested, men mange studenter bor privat eller i nabokommuner så en stor andel har behov for daglig transport til og fra studiestedet.

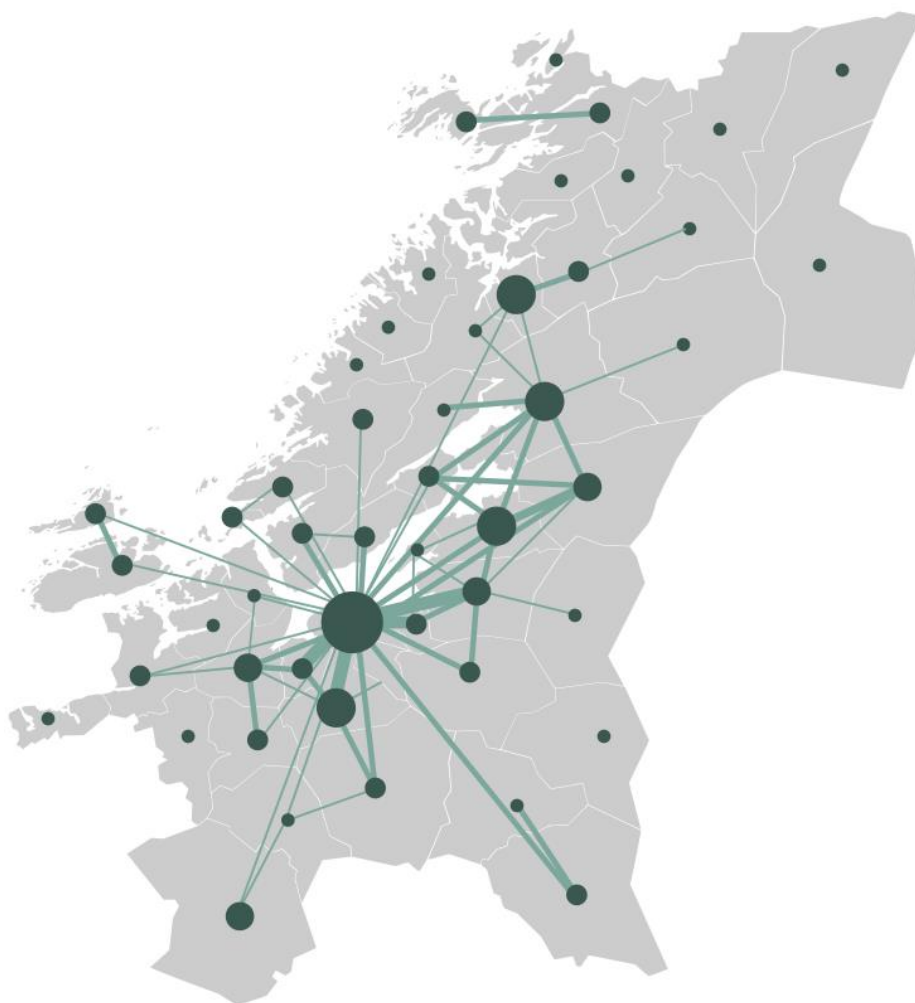
Antallet elever og læringer i videregående utdanning har økt med 3 % siden 2010 og lå i 2015 på 22 000 i Trøndelag. De fire største videregående skolene i Trøndelag ligger i Trondheim, og videre

følger Steinkjer VGS, Ole Vig VGS i Stjørdal og Olav Duun VGS i Namsos. I Trøndelag er det i dag ikke fritt skolevalg. Alle elever på videregående skole som bor minst 6 km fra skolen har rett til skoleskyss.

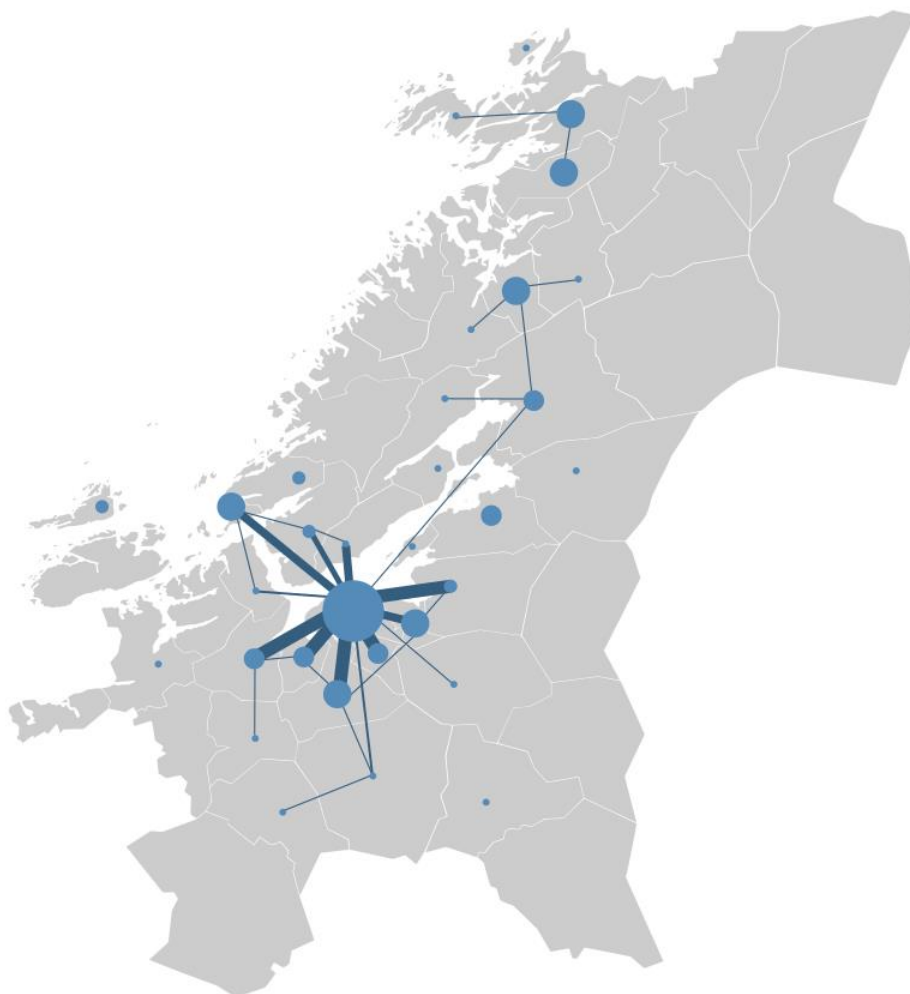
I 2015 hadde 70 % av de nesten 162 000 sysselsatte i tidligere Sør-Trøndelag sitt arbeidssted i Trondheim, og over 80 % av nye arbeidsplasser i tidligere Sør-Trøndelag i perioden 2010 til 2014 tilfalt Trondheim. Etter Trondheims 113 000 arbeidsplasser følger Orkdal med 6 000 og Melhus med 5 000. I tidligere Nord-Trøndelag er de nesten 62 000 arbeidsplassene mer spredt, hvor Stjørdal (17,5 %), Steinkjer (17,1 %), Levanger (15,4 %), Namsos (11 %), Verdal (10,5 %) og Vikna (3,9 %) har de høyeste andelene av de sysselsatte.

2.2.1 Arbeidspendling

Statistisk sentralbyrå fører statistikk som sammenholder beliggenhet for innbyggernes bosted og arbeidssted. Ved å sammenligne formelt bosted og arbeidssted for den enkelte person, får man en indikasjon på omfanget av arbeidsreiser eller pendling i og mellom kommuner. Svakheten med dataene er at for en del sysselsatte vil bedriftens beliggenhet ikke være det samme som oppmøteplass på arbeid, og pendling er ikke nødvendigvis det samme som daglige arbeidsreiser. Noen vil være ukependlere, andre er deltidssysselsatte eller jobber helt eller delvis hjemmefra. Oversikten gir likevel en god indikasjon på det overordnede bildet av reisebehov knyttet til arbeidspendling. Figur 4 framstiller SSB sine pendlerdata fra 2017. Figur 5 viser en tilsvarende oversikt for de som pendler kollektivt med buss og/eller båt.



Figur 4: Arbeidspendling internt i kommuner (sirkler) og mellom kommuner (linjer) i 2017 for alle transportformer (bil, kollektivt, etc.). Diameter og tykkelse representerer antall pendlere internt og begge veier mellom kommunene. Det er benyttet en progressiv skala, noe som betyr at det ikke er et lineært forhold mellom pendlerstrømmene. Store strømmer framstår mindre enn de egentlig er og små strømmer fremstår større enn de egentlig er. Pendlerstrømmer med færre enn 100 pendlere er ikke tatt med. Kilde: SSB tabell 03321



Figur 5: Arbeidspendling internt i kommuner (sirkler) og mellom kommuner (linjer) i 2017 for pendlere med periodekort. Diameter og tykkelse representerer antall pendlere internt og begge veier mellom kommunene. Det er benyttet en progressiv skala, noe som betyr at det ikke er et lineært forhold mellom pendlerstrømmene. Store strømmer framstår mindre enn de egentlig er og små strømmer framstår større enn de egentlig er. Pendlerstrømmer med færre enn 10 pendlere er ikke tatt med. Kilde: AtBs egne tall

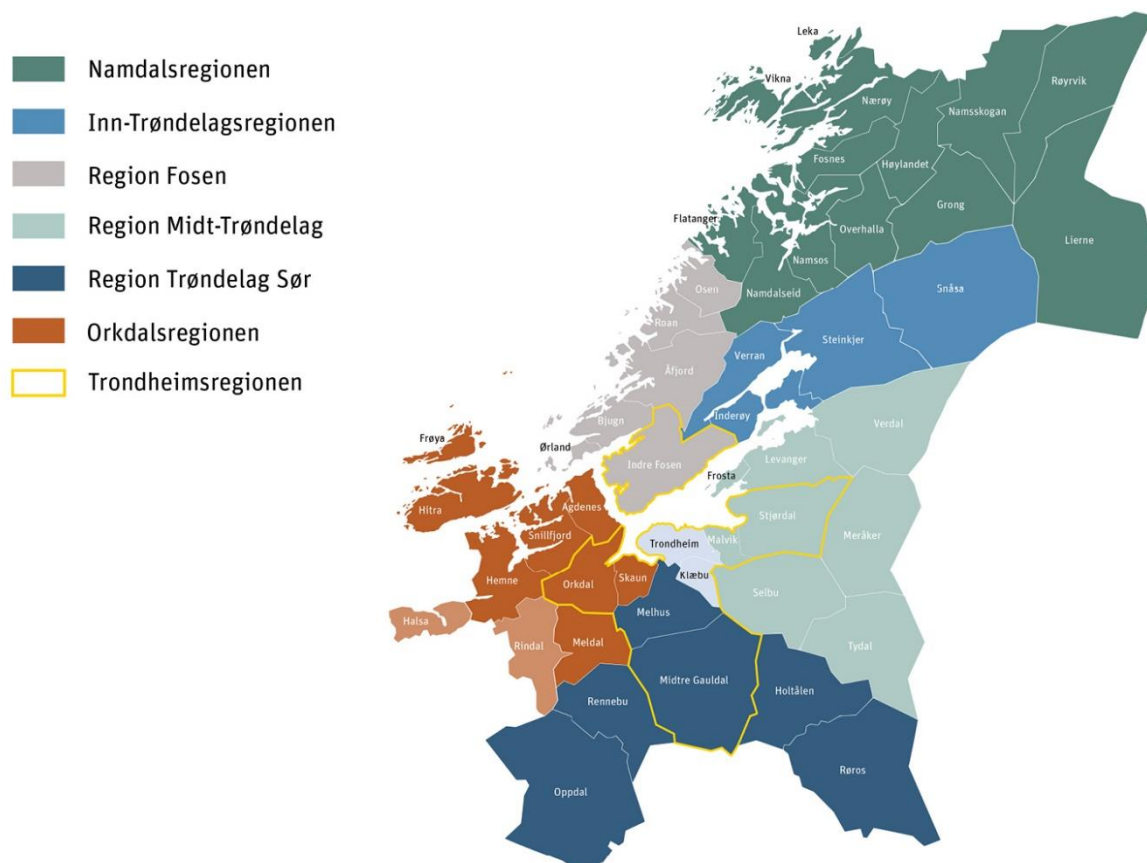
I Figur 4 er tallene hentet fra SSB og her er alle pendlerreiser, uansett transportmidler inkludert, mens Figur 5 er basert på AtBs egne tall for reiser registrert i billettsystemet utført med periodekort i 2017, inkludert båt. Reisesrømmene med færre enn 10 pendlere er ikke vist i kartet.

Av Figur 4 og Figur 5 ser vi at potensialet for flere pendler- og arbeidsreiser utført med kollektive transportmidler er stort både internt i kommunene og til andre kommuner. Mange av reisene i Figur 4 tas nok i dag med tog, spesielt i aksene Steinkjer – Trondheim, Trondheim-Røros og Trondheim- Oppdal hvor man kan se pendlerstrømmer man ikke ser igjen i Figur 5. I områder hvor det ikke går tog ser vi strømmer som i ingen eller liten grad dekkes av kollektivtilbudet for eksempel Hitra-Frøya, Namsos-Grong, Levanger-Inderøy, Steinkjer- Inderøy, Inderøy-Verdal, i tillegg til at det er mange reiser fra de fleste kommuner i Orkdalsregionen til Trondheim som potensielt kunne vært foretatt med kollektive transportmidler.

2.3 Regioner i Trøndelag

Geografisk er de ulike regionene i Trøndelag delt opp etter regionråd som vist i Figur 6. Kommuner innad i hver region har ofte forskjellige utgangspunkt og er ulike på mange måter. Noen kommuner har

vekst i folketall, mens andre opplever fraflytting og reduksjon i folketall. Videre har enkelte kommuner høy utpendling, og noen motsatt. Tilgangen til arbeid er den store driveren for befolkningsutviklingen i kommunene, enten i form av arbeidsplasser i kommunen eller gjennom arbeidsplasser i nærliggende kommuner. Det er gjennomført en grundig analyse av og dialog med de ulike regionene gjennom markedsundersøkelser og møter med regionråd og kommuner, beskrevet i vedlegg 1 og 2.



Figur 6: Regioner i Trøndelag

Tabell 1: Regioner og kommuner som inngår i utredningen

Regioner	Kommuner pr. mars 2018
Region Fosen	Bjugn, Indre Fosen, Osen, Roan, Ørland, Ålfjord
Namdalsregionen	Flatanger, Fosnes, Grong, Høylandet, Leka, Lierne, Namdalseid, Namsos, Namsskogan, Nærøy, Overhalla, Røyrvik, Vikna, Osen (observatør)
Region Midt-Trøndelag	Levanger, Stjørdal, Verdal, Frosta, Malvik, Meråker, Selbu, Tydal
Inn-Trøndelagsregionen	Inderøy, Snåsa, Steinkjer, Verran
Region Trøndelag sør	Holtålen, Melhus, Midtre Gauldal, Oppdal, Rennebu, Røros
Orkdalsregionen	Agdenes, Frøya, Hemne, Hitra, Meldal, Orkdal, Rindal, Skaun, Snillfjord, Halså

2.4 Markedsanalyse

For å kunne beskrive potensialet og hva som er viktig for de ulike kundegruppene ved valg av transportmiddel har AtB gjennomført ulike markedsundersøkelser. I februar gjennomførte AtB reisevaneundersøkelse og driveranalyse i hele Trøndelag (utenom Stor-Trondheim). AtB og Trøndelag er også med på Kollektivtrafikkforeningens kollektivbarometer hvor befolkningens og kollektivreisendes

tilfredshet måles. I tillegg hentes det også ut data fra Nasjonal Reisevaneundersøkelse (RVU) og AtBs egne kundetilfredshetsmålinger (KTI).

2.4.1 Reisevaneundersøkelse Trøndelag

AtB gjennomførte i februar 2018 en reisevaneundersøkelse i samtlige kommuner utenfor Stor-Trondheim for å kartlegge hva befolkningen i Trøndelag kjenner til, bruker og hva de mener om kollektivtrafikken i Trøndelag (vedlegg 1).

Alle kommuner i Trøndelag har et kollektivtilbud, men tilbudet mellom de ulike kommunene varierer. Noen kommuner har kun skoleruter, supplert med bestillingstransport. Andre kommuner har i tillegg bussruter som har flere avganger i timen. Det er allikevel ikke slik at kjennskapen til kollektivtrafikken nødvendigvis er bedre i de kommuner med gode tilbud enn der hvor tilbudet er mindre godt. Kjennskapen til et kollektivtransportmiddel kan gi oss en pekepinn på hvor stor *betydning* det har for beboerne i den enkelte kommune.

Gjennom undersøkelsen blir det også bekreftet at bruken av kollektivtrafikk har et stort potensial i Trøndelag utenfor Stor-Trondheim. Jo nærmere Trondheim vi kommer, jo flere brukere av kollektivtrafikk finner vi. Sett i forhold til innbyggertall er det allikevel få brukere også i de kommuner som ligger nærme Trondheim. Det samme gjelder kommuner som har relativt gode kollektivtilbud, slik som Levanger og Namsos.

De fleste som bor i det tidligere Nord-Trøndelag har i dag et tilbud om bestillingstransport. Dette er det få som kjenner til og enda færre som benytter seg av. De som har benyttet det, er imidlertid godt fornøyd med tilbudet, og det oppleves som at tilbudet gir dem god tilgjengelighet.

Rundt 30 % ser på kollektivtrafikk som et alternativ til reiser til jobb/skole og handel/service, mens over halvparten ser det som et alternativ på reiser med andre formål enn disse. Dette forteller at det er et stort potensial, og for de som *ikke* anser det som et alternativ, er det først og fremst et ukjent eller utilstrekkelig tilbud som er årsaken til at de ikke reiser kollektivt i dag.

Årsakene som flest nevner for hvorfor de reiser kollektivt, er at det er lettvinnt, mer komfortabelt og at det er billigere enn bil. Det ble gjennomført en nærmere analyse av disse to driverne. Denne viste at det er noen forskjeller mellom de som reiser kollektivt fordi det er lettvinnt/mer komfortabelt og de som peker på prisen som en viktig driver for at de reiser kollektivt. De som reiser fordi det er billigere bor i størst grad i Orkdal/Skaun og Stjørdal, og de som mener det er lettvinnt/komfortabelt bor mer spredt utover hele regionen. 80 % av de som peker på pris som viktig reiser med rutebuss flere ganger i uka, mens blant de som mener kollektivtrafikk er lettvinnt/komfortabelt finner vi 50 % rutebusspendlere og 25 % togpendlere. Vi vet at prisen for å reise kollektivt er blitt rimeligere for de aller fleste i Trøndelag utenom Stor-Trondheim etter innføring av ny sonestruktur og prismodell januar 2018.

Mens noen mener det er mer lettvinnt/komfortabelt å reise kollektivt, nevnes den samme årsaken av svært mange som bakgrunn for at man *ikke* reiser kollektivt. Disse kjører *bil* fordi det er lettvinnt/mer komfortabelt.

2.4.2 Kundetilfredshet

AtB gjennomfører halvårlige målinger av kundetilfredsheten i det tidligere Sør-Trøndelag. De siste målingene viser en stigende tilfredshet blant kundene. Den nye sonestrukturen og prismodellen ser ut til å ha hatt en særlig innvirkning på kundetilfredsheten. Flere har fått opp øynene for at det er økonomisk gunstig å reise kollektivt.

Målingene som gjennomføres i Kollektivbarometeret viser, i likhet med reisevaneundersøkelsen gjennomført i forbindelse med denne rapporten, en noe lavere tilfredshet. Dette skyldes i størst grad at man snakker med hele befolkningen, uavhengig av om man er bruker av kollektivtrafikk eller ikke. AtB

har satt som mål at minimum 55 % av innbyggerne i Trøndelag utenom Stor-Trondheim skal være fornøyd med tilbudet. Pr første kvartal 2018 er andelen ifølge Kollektivbarometeret på 45 %. I følge Kollektivbarometeret er andel tilfredse i det tidligere Nord-Trøndelag 41 % og det tidligere Sør-Trøndelag (utenom Trondheim) 51 %.

2.4.3 Driveranalyse

AtB har gjennomført en driveranalyse i regionene i Trøndelag hvor både bussbrukere og ikke-bussbrukere er intervjuet i webskjema om deres tilfredshet med kollektivtilbudet. Målet med undersøkelsen var å få svar på hvilke elementer folk legger mest vekt på når de skal reise kollektivt, hva som motiverer og hva som kan få flere til å velge kollektivtrafikk når de skal reise.

Under vises de tre faktorene som har størst betydning for innbyggernes tilfredshet med kollektivtilbudet, med regresjonsverdi for bussbrukere/befolkningen i parentes:

- Antall avganger (40/42)
- Gangavstand til holdeplass/stasjon (22/18)
- Mulighetene kollektivsystemet gir meg til å reise dit jeg skal i Trøndelag (19/20)

Dette viser at *antall avganger* er den faktoren som i størst grad påvirker Trøndelags befolknings tilfredshet med kollektivtilbudet. Påvirkningen er noe høyere for befolkningen enn for de faste bussbrukerne (42/40). Tilfredsheten med *antall avganger* er lav i regionen, med et skalagjennomsnitt på 44 av 100 for bussbrukere og 36 av 100 for befolkningen. Rent teoretisk vil en økning i tilfredshet med dette elementet med ett poeng øke den totale tilfredsheten med 0,4 poeng, gitt at de andre elementene forblir uforandret. For å kunne øke tilfredsheten med kollektivtilbudet er det antall avganger som bør prioriteres høyest.

Gangavstand til holdeplass/stasjon påvirker også den totale tilfredsheten, men i en betydelig lavere grad. Påvirkningen er høyere for de faste bussbrukerne enn for befolkningen (22/18). *Gangavstand til holdeplass/stasjon* handler om tilgjengelighet og nærhet til tilbudet, og må sees i sammenheng med infrastrukturtiltak, areal- og bosetting, park & ride osv. Det er naturlig at nærhet til holdeplass gjør det enklere å velge et kollektivt alternativ. De faste bussbrukerne er imidlertid rimelig tilfredse med gangavstanden til holdeplass/stasjon, med et skalagjennomsnitt på 69. Det vil derfor være noe mer krevende å endre dette elementet positivt enn for antall avganger og økt mulighet for å reise dit en vil kollektivt.

Mulighetene kollektivsystemet gir den enkelte til å reise dit de ønsker i Trøndelag er også en medvirkende faktor for å forklare den totale tilfredsheten. Brukere av bussen er middels fornøyde med denne delen av busstilbudet med et skalagjennomsnitt på 51. Ikke-brukere mener i en enda mindre grad at de kan komme seg dit de vil (43 poeng). Det understreker viktigheten av å markedstilpasse tilbudet etter kundenes reisestrømmer slik at kollektivtilbudet går dit folk reiser oftest.

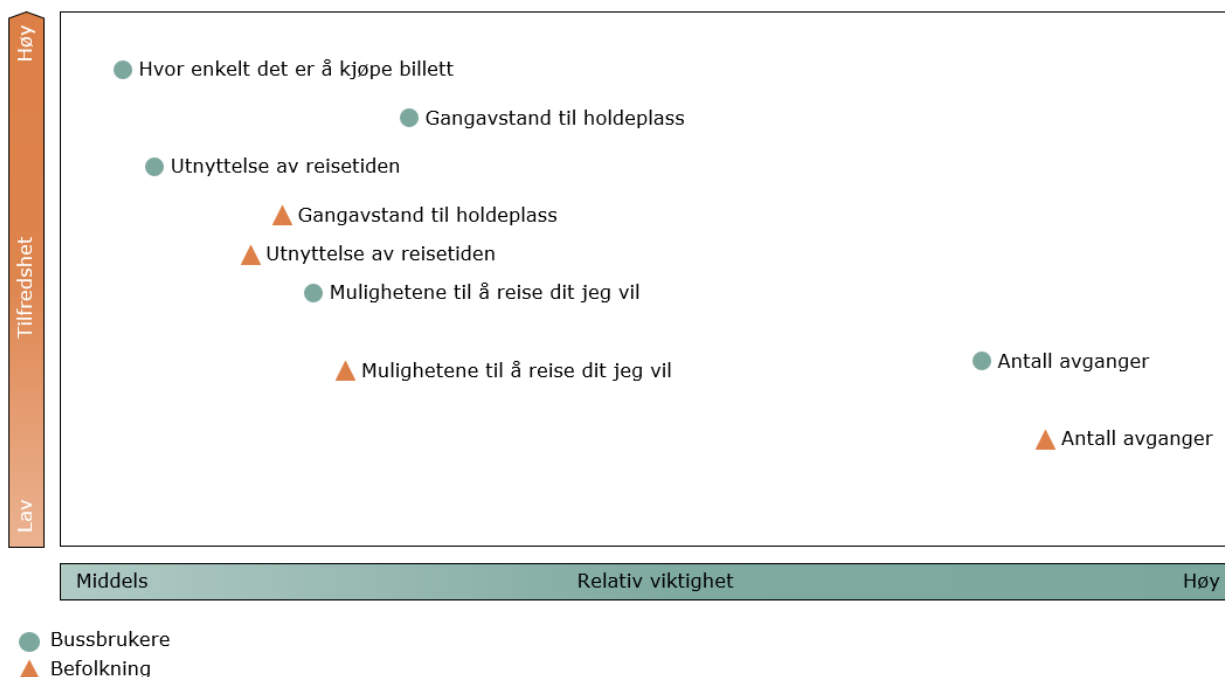
Utnyttelse av reisetiden til det som passer meg og mulighet for sitteplass er også faktorer som er viktige for kundenes tilfredshet og valg av transportmiddel. Bussbrukere er godt fornøyde med disse elementene av sitt busstilbud og det understreker viktigheten av å legge vekt på god komfort om bord slik at reisende kan benytte tiden om bord på en god måte.

De nevnte faktorene forklarer i alt 58 % av variasjonene i den totale tilfredsheten med kollektivtilbudet blant befolkningen i Trøndelag. Den tilsvarende modellen for *de faste bussbrukerne* har en forklaringskraft på 55 % (r^2).

AtB har jobbet videre med disse faktorene og kommet frem til følgende begreper for å forklare hva som driver kundene til å velge kollektivtrafikken som reiseform:

1. Frekvens
2. Tilgjengelighet

- Gangavstand holdeplass
 - Knutepunkt/omstigningspunkt
 - Park & Ride
3. Sømløshet
 4. Kapasitet og komfort



Figur 7 Driveere for kollektivtransport i Trøndelag med tilfredshet ved dagens tilbud.

2.4.4 Oppsummering fra markedsanalysene

Reisevaneundersøkelsen gjennomført i forbindelse med denne rapporten viste store variasjoner i både bruk av og tilfredshet med kollektivtrafikken i Trøndelag. Totalt sett ligger det et stort potensial både i å få flere til å bruke kollektivtrafikk og for å øke tilfredsheten med kollektivtrafikktilbudet i Trøndelag.

Målinger gjennomført av Kollektivtrafikkforeningen gjennom Kollektivbarometeret viser mange av de samme funnene når det kommer til den totale tilfredsheten. Det er allikevel mye befolkningen i Trøndelag er fornøyd med ved kollektivtrafikken. De mener det er trygt og sikkert å reise kollektivt. Service og komfort er andre faktorer som skårer høyt.

I følge AtBs egne kundeundersøkelser er tilfredsheten med kollektivtrafikken stigende i det tidligere Sør-Trøndelag. Flere enn noen gang tidligere vil anbefale andre å ta buss. Man opplever at det er lett å få informasjon om avgangstider og enkelt å kjøpe billetter og kort. Det kommer også frem at flere mener at det er økonomisk lønnsomt å reise med buss.

For å øke tilfredsheten med kollektivtransporten og få flere til å velge dette som transportmiddel må frekvensen opp på de riktige strekningene, samtidig som det legges til rette for å øke tilgjengeligheten på park & ride og holdeplasser, og tilrettelegge for gode knutepunkt/omstigningspunkt med god sømløshet mellom de forskjellige transportmidlene.

3 REISEMÅL OG KUNDEGRUPPER

Det er ikke kollektivreisen i seg selv som er kundenes behov, men målet med reisen. Dette kan være lokal handel, komme seg til jobb eller skole eller overgang til andre transportmidler som bringer dem videre til et annet reisemål. Ulike kundegrupper har ulike reisemål og ønsker å reise til forskjellige tidspunkt.

Det er mange ulike faktorer som påvirker de valgene befolkningen tar, og trender og utvikling i samfunnet generelt er i stor grad med å påvirke kundenes transportbehov. Livssituasjonen befolkningen befinner seg i er med å styre grad av forventning og holdninger til tjenestene som leveres. Urbanisering, aldrende befolkning og et arbeidsmarked i endring gir kollektivtrafikken i Trøndelag nye kundebehov frem mot 2035. I tillegg knytter den teknologiske utviklingen stadig grenser for hva som er mulig. Dette kapittelet gir en beskrivelse av ulike kundegrupper og hvilke typiske reisemål de har.

3.1 Segmentering og kundegrupper

Det totale markedet kan deles inn i ulike segmenter. Hvor befolkningen befinner seg i livet er med på å påvirke både behov, adferd og holdninger. Befolkningssammensetningen i de ulike regionene vil påvirke hvordan transporttilbud og tjenester må tilpasses.

I arbeidet med strategi for kollektivtrafikken i Trøndelag er kundegruppene delt inn etter livssyklus, alder og reisebehov og er beskrevet i delkapitlene 3.1.1 til 3.1.6. Det er disse definisjonene som brukes videre som utgangspunkt i strategien.

3.1.1 Barn

Kundegruppen barn defineres som de yngste barna som er avhengige av å reise sammen med en voksen fordi de ikke er selvstendige nok til å kunne foreta en kollektivreise alene.

Mange barn får egen mobiltelefon i tidlig alder og tilpasser seg fort den digitale verden, så de blir tidlig vant til bruk av teknologi og mulighetene dette kan gi. Teknologien kan også bidra til at barn i en lavere alder kan begynne å reise kollektivt uten voksne, da for eksempel en mobiltelefon gir en økt følelse av trygghet for å ferdes alene og informasjon til enhver tid er lett tilgjengelig. Barn som reiser alene tilhører kundegruppen unge.

Barns reisebehov hvor de kan foreta reisen alene er kun skoleskyss. De fleste av deres reiser dekkes av kundegruppen voksne med barn.

3.1.2 Unge

Unge er i overgangen mellom barn og voksen. I 10-12-års alderen begynner mange barn å bli mer selvstendige og kan i større grad reise uten følge med voksne. Dette er en generasjon som vokser opp i en digital verden hvor internettilkobling er like viktig og vanlig som tilgang på vann og strøm. De er vant til å benytte digitale tjenester, har lite frykt for ny utvikling og er digitalt tilpasningsdyktige. De forventer individuelt tilpassede løsninger og det å kunne gjøre det de vil når det passer dem.

Barn og unge i dag har et mer bevisst forhold til miljø og utfordringer knyttet til dette, og tilpasser sine valg deretter.

Unge kan ikke selv kjøre bil, og de er avhengige av kollektivtilbud eller andres mulighet og vilje til å kjøre dem til deres reisemål. Det er også en trend at unge i dag ikke velger å ta førerkort, men velger kollektive løsninger. Nå er dette nok mest vanlig i byene, men økt urbanisering også i regionen utenfor Trondheim kan gi etterspørsel om økt mobilitet for gruppen unge.

De unges reisebehov er skoleskyss og transport til fritidsaktiviteter, kultur, handel og helseforetak.

3.1.3 Studenter

Kundegruppen studenter defineres ved at de studerer ved universitet eller høyskole. Mange bor på hybel, mens andre fortsatt er hjemmeboende og de reiser daglig til og fra studiested.

I likhet med de unge er digitale løsninger selvsagt for studenter, og de er raske til å ta i bruk ny teknologi. Studenter går i større grad mot deling og å leie produkter og tjenester enn å eie selv. Deres reiser foretas ofte med kollektivtransport da de sjeldent disponerer bil selv.

Reisebehov som er spesielt for studenter i denne sammenheng er reisen mellom bolig og studiested, samt ukependling. Andre reisebehov dekkes i kundekategoriene unge, voksne og voksne med barn.

3.1.4 Voksne

Voksne er i stor grad tilpasset og påvirket av den digitale hverdag, men må i mange sammenhenger endre både adferd og holdninger for å tilpasse seg utviklingen innenfor mange ulike områder i samfunnet. Det kreves noe lengre tid for voksne enn hos barn og unge, da de er oppvokst i en tid hvor «verden var annerledes». Nye arbeidsvaner og digital utvikling kan i fremtiden gjøre at reisemønsteret til denne gruppen vil endres, noe som vil ha stor betydning da en stor andel av reiser som gjennomføres er reiser til og fra jobb.

De voksne ønsker i større grad å ha bevis som forteller dem hva som er fordelene med de ulike valgene de tar. Voksne har oftest tilgang på en eller flere biler og deres reiser foretas ofte med bil.

Reisebehov for voksne er til arbeidssted, kultur, fritidsaktiviteter, handel, offentlig service- og tjenestetilbud og helseforetak.

3.1.5 Voksne med barn

Voksne med barn er opptatt av å kunne utnytte tiden på best mulig måte da det er mange å ta hensyn til i en travel hverdag med henting/levering på skole, i barnehage og til fritidsaktiviteter. I en familiesituasjon skal ofte flere aktiviteter samkjøres og tid knyttet til transport og logistikk er viktig mht. transportvalg. Reisebehovet for voksne med barn er knyttet til reisene som foretas for å dekke barnas behov, hvor de er avhengige av følge med voksne. I likhet med *voksne* er dette en gruppe som oftest har tilgang på bil (gjørne to) og pga. tidsaspektet gjennomføres de fleste reisene også med bil. Reisebehov for voksne med barn er reiser til fritidsaktiviteter, kultur, og helseforetak.

3.1.6 Innbyggere med redusert mulighet for mobilitet

Innbyggere med redusert mulighet for mobilitet pga. alder eller andre forhold, består i stor grad av eldre, men gjelder også mennesker i alle aldre som av ulike årsaker ikke er arbeidsaktive. Disse har samme muligheter i forhold til tid som eldre og samme utfordringer i forhold til mobilitet. Mange eldre ønsker å være uavhengige og vil derfor bo mest mulig sentralt, samtidig som en stor andel ønsker å bo så lenge som mulig i egen (ene)bolig, ofte i spredtbygde strøk.

Mange eldre disponerer bil, men må fra fylte 75 år ha helseattest, noe som begrenser varigheten av førerkortet. Flere eldre vil miste sin mobilitet og vi lever lenger, så denne gruppen er økende.

De som ikke kan kjøre eller har tilgang på bil er avhengig av andre for handel og offentlige tjenester. Eldre er i noen grad tilpasset den digitale hverdag, men de har en lavere endringsvilje enn yngre grupper. En del innen denne gruppen føler utrygghet for å gå inn i det nye, og har større behov for opplæring og tilpasning for å forstå og kunne tilpasse seg den digitale hverdagen. De vil helst holde på det gamle mønsteret knyttet til å eie selv fremfor å dele.

Disse innbyggernes reisebehov er oftest reiser til handel, offentlige service- og tjenestetilbud, helseforetak og kultur.

3.2 Hvem reiser kollektivt og hvorfor

Informasjonen i dette kapitlet baserer seg på data fra Den nasjonale reisevaneundersøkelsen (RVU) 2013/2014¹, AtBs gjennomførte reisevaneundersøkelse i Trøndelag utenom Stor-Trondheim i februar 2018 (vedlegg 1), AtBs driveranalyse fra mars/april 2018 og AtBs reisestatistikk.

Unge og kvinner reiser mest kollektivt. Det er blant de yngste og eldste aldersgruppene at skillet mellom antall kvinner og menn som reiser kollektivt er størst, mens det i aldersgruppen 35-54 år ikke er noen forskjell. Tilgangen på førerkort kan ha betydning for forskjellen mellom kvinner og menn i de ulike aldersgruppene. Blant de eldste er det færre kvinner enn menn som har førerkort, mens forskjellene er mindre i yngre aldersgrupper. Voksne uten barn reiser hyppigere kollektivt enn voksne med barn.

¹ <https://www.toi.no/publikasjoner/den-nasjonale-reisevaneundersokelsen-2013-14-nokkelrapport-article32973-8.html>

Det er først og fremst på skolereiser man bruker kollektivtransport, men andelen her har gått noe ned siden 2009 (39%) i 2013/14. Andel arbeidsreiser går derimot opp og lå i 2013/14 på 15% på landsbasis.

I gjennomførte markedsanalyse (vedlegg 1) ser vi at det i Trøndelags region er høyest andel av de som er intervjuet som reiser mest kollektivt i Orkdalsregionen, Fosen og i region Midt-Trøndelag, og av byene som har bybusstilbud er det mest brukt i Namsos. AtBs passasjerstatistikk for buss utenom Stor-Trondheim er det i Orkdalsregionen, region Trøndelag sør og region Fosen det reises mest pr innbygger. I Orkdalsregionen ble det registrert 27 reiser i snitt pr innbygger pr år, mens det i Inn-Trøndelag, som er regionen med færrest antall reiser pr innbygger, ble registrert 4 reiser pr innbygger. Namsos er også kommunen med bybuss i dag det er registrert flest reiser pr innbygger pr år (15), mens Levanger og Steinkjer har færrest reiser (4 og 5). Tallene inkluderer skoleskyss, og i tidligere Nord-Trøndelag ble det i liten grad registrert skoleskyss på buss så tallene er lavere enn antallet faktisk reist.

Andelen kollektivreiser øker i takt med kollektivtilbudet, andelen som kjører bil stiger raskere med lav kvalitet på kollektivtilbudet og tilgang på bil har stor betydning for om man velger kollektivtransport eller ikke.

Driveranalysen viser at gangavstand til stasjon/holdeplass er en viktig driver for om innbyggerne velger å benytte seg av kollektivtilbudet eller ikke. Akseptert gangavstand til holdeplass vil variere basert på om man bor i by eller på land, og hvor godt tilrettelagt det er for gange langs veien til holdeplass. I vedlegg 1 ser vi at innbyggerne i Trøndelag i hovedsak ikke reiser kollektivt fordi det ikke går buss på strekningen de ønsker å reise, eller det er for få avganger. For de som ikke bare reiser kollektivt fordi de må, men fordi de velger det selv er driverne at det er mer komfortabelt og det er billigere enn alternativet.

3.3 Kundebehov og reisemål

For kunden er det reisemålet som er viktigst, mens transport til målet er et behov som bare må dekkes så sømløst, effektivt og behagelig som mulig (Kapittel 2.4.3 Driveranalyse). Med utgangspunkt i innhentet informasjon (vedlegg 1 og 2) og tilbakemeldinger fra kommunene i Trøndelag har AtB skilt på lokale, regionale og lange reiser og kartlagt hvilke reisemål de ulike kundekategorier oftest har. Dette er utgangspunktet for videre arbeid med prioriteringer og ambisjoner.

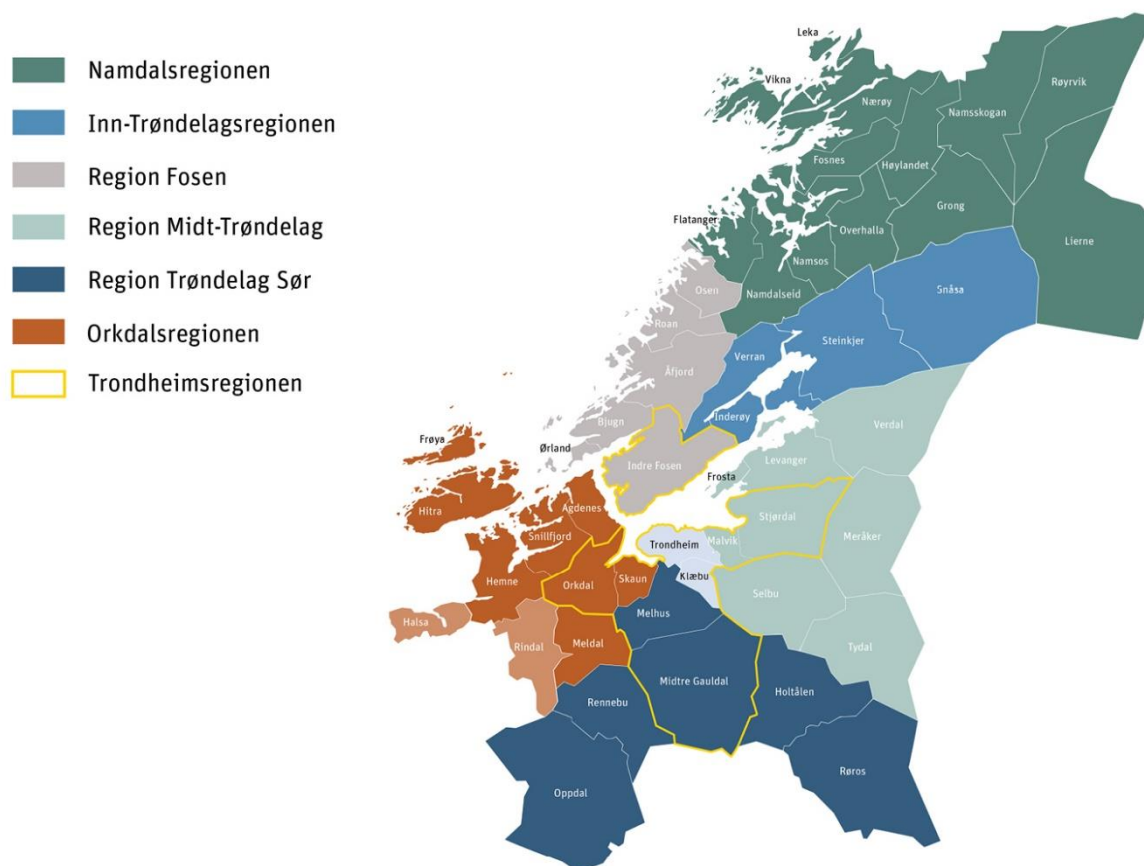
AtB har definert følgende som viktigste reisemål/reisebehov (ikke i prioritert rekkefølge):

- Skole
- Handel
- Studie og arbeid:
 - Lokalt
 - Dagpendling
 - Ukependling
- Offentlige service- og tjenestetilbud
- Helseforetak
- Reiseliv/turisme/arrangement
- Fritid
- Kultur

Prioriteringen av de ulike reisebehovene vil variere noe i de ulike områdene på bakgrunn av reisestrømmer og sesongbehov gjennom året.

Tabell 2 Oversikt over kundebehov og reisemål

Kundebehov			
Behov	Kundekategori	Reisemål	Tidsperiode
Skoleskyss	Barn	Skole	Morgen
	Unge		Middag
Fritidsaktiviteter	Unge	Fritidsklubber	Middag
		Treningshaller	
	Voksne med barn	Treningshaller	Ettermiddag
	Voksne	Treningssenter	Kveld
Kultur		Treningshaller	
	Unge	Kino	Ettermiddag
		Kommunesenter	Kveld
		Regionale senter	Lørdag
			Søndag
	Voksne med barn	Kino	Ettermiddag
		Kommunesenter	Lørdag
			Søndag
Handel	Voksne	Fritidstilbud/kultur	Kveld
		Bysentrum	
		Utesteder	Lørdag
		Andre sosiale arena	
	Innb. m/red. mulighet for mobilitet	Lokale kulturtilbud til eldre	Kveld
		Kommunesenter	Lørdag
		Fritidstilbud/kultur	
	Unge		Lørdag
Studie og arbeid: Dagpendling	Student	Handelssentra	Ettermiddag
		Kjøpesenter	Lørdag
		Kommunesenter	
Studie og arbeid: Ukependling	Innb. m/red. mulighet for mobilitet		Formiddag
			Ettermiddag
			Lørdag
Studie og arbeid: Lokalt	Student	Studiested, Universitet/høyskole	Morgen
	Voksen	Arbeidssted i andre kommuner	Middag
Offentlig service- og tjenestetilbud			Kveld
	Student	Studiested, Universitet/høyskole	Fredag
Helseforetak	Voksen	Arbeidssted i andre kommuner/regioner	søndag
	Student	Universitet/høyskole	Morgen
Reiseliv/turisme/ arrangement (må prioriteres i spesielle områder)	Voksen	Arbeidssted i kommunen	Middag
	Voksne	Kommunesenter	Formiddag
Helseforetak	Innb. m/red. mulighet for mobilitet		
	Unge		
	Voksne med barn	Sykehus	Morgen
	Voksne	Lege	Formiddag
Reiseliv/turisme/ arrangement (må prioriteres i spesielle områder)	Innb. m/red. mulighet for mobilitet	Tannlege	
	Alle kundegrupper	Severdigheter	Sommer
		Arena	Påske
Reiseliv/turisme/ arrangement (må prioriteres i spesielle områder)		Større arrangementer	Fredag
		Natur	Lørdag
			Søndag



Figur 8: Regioner i Trøndelag

Tabell 3 Viktigste reisemål, knutepunkt og omstigningspunkt pr region.

	Reisemål, knutepunkt og omstigningspunkt				
	Område	Benevnelse	Viktige reisemål	Knutepunkt/Omstigningspunkt	Bilparkering og Park & Ride
Orkdalsregionen	A	Lange reiser	Orkanger (sykehus) Trondheim (større by) Værnes (fly) Berkåk (tog) Trondheim (tog)	Orkanger Trondheim	
	C	Trondheims- pendling	Orkanger Trondheim	Orkanger	Orkanger skysstasjon Buvika Børsa
	D	Byruter	Orkanger: - Orkanger - Skysstasjon - Industriområdet - Grønøra - Fannrem	Orkanger Skysstasjon	Orkanger Skysstasjon
	E	Spredtbygde områder	Orkanger Trondheim Nabokommuner Kommunesenter	Kommunesenter	Dolmsundet hotell (Hitra) Hitra trafikkterminal
Inn-Trøndelagsregionen	A	Lange reiser	Levanger (Sykehus) Namsos (Sykehus) Trondheim (Større by) Værnes (Fly) Steinkjer (tog)	Steinkjer	Steinkjer stasjon Sparbu stasjon Røra stasjon
	D	Byruter	Steinkjer: - Steinkjer stasjon - Amfi Steinkjer - Dampsaga - Guldbergaunet	Steinkjer stasjon	Steinkjer stasjon
	E	Spredtbygde områder	Steinkjer Levanger Nabokommuner Kommunesenter	Kommunesenter Togstasjoner	Røra stasjon Sparbu stasjon Jørstad stasjon Snåsa stasjon
Region Trøndelag sør	A	Lange reiser	Trondheim (større by) Orkanger (sykehus) Værnes (fly)	Røros Berkåk Støren Ålen	Melhus skysstasjon Støren stasjon Ålen stasjon Oppdal Stasjon Røros
	C	Trondheims- pendling	Trondheim	Støren	Melhus skysstasjon Støren stasjon
	E	Spredtbygde områder	Røros Melhus Oppdal Berkåk Støren Os (Hedmark) Nabokommuner Kommunesenter	Kommunesenter	
Region Fosen	A	Lange reiser	Trondheim (større by) Orkanger (sykehus) Namsos (sykehus) Levanger (sykehus) Værnes (fly) Steinkjer	Sjøåsen Åfjord	
	C	Trondheims- pendling	Ørland Bjugn Indre Fosen Trondheim	Brekstad Vanvikan Rissa	Brekstad Rissa skysstasjon Vanvikan (under planlegging)
	E	Spredtbygde områder	Nabokommuner Kommunesenter	Kommunesenter	Rissa skysstasjon Åfjord skysstasjon

Region Midt-Trøndelag	A	Lange reiser	Trondheim (større by) Værnes (fly) Stjørdal (tog) Levanger (sykehus) Trondheim (sykehus)	Selbu skysstasjon Stjørdal stasjon Åsen stasjon Verdal stasjon Levanger stasjon	
	C	Trondheims- pendling	Stjørdal Trondheim	Stjørdal Hommelvik	Fossli Fjellhall (Stjørdal) Stjørdal sentrum Malvik
	D	Byruter	Stjørdal: - Værnes - Tangen - Stjørdal stasjon - Stjørdal sentrum - Nord universitet - Kimen Levanger: - Nord Universitet (Røstad) - Magneten kjøpesenter- Moan - Levanger sentrum - Sykehuset Levanger Verdal: - Verdal industripark - Verdal sentrum - Verdal stasjon	Stjørdal stasjon Værnes Levanger Verdal stasjon	Stjørdal sentrum Stjørdal stasjon Fossli fjellhall, Stjørdal Levanger stasjon Verdal stasjon
	E	Spredtbygde områder	Levanger Stjørdal Trondheim Nabokommuner Kommunesenter	Togstasjoner Kommunesenter	Åsen stasjon Skogn stasjon Meråker stasjon Skatval stasjon Hommelvik stasjon
Namdalsregionen	A	Lange reiser	Trondheim (større by) Værnes (fly) Namsos (sykehus og fly) Steinkjer Grong (tog)	Namsos Grong	
	D	Byruter	Namsos: - Namsos sentrum - Sykehuset Namsos - Nord universitet	Namsos sentrum	
	E	Spredtbygde områder	Nabokommuner Kommunesenter	Kommunesenter	Lassemoen stasjon Namsskogan Grong stasjon Harran stasjon

4 TRENDER OG BETYDNING FOR FORBRUKERVANER

Befolkningen endrer både vaner og forbrukermønster i stor grad på bakgrunn av trender og utvikling i samfunnet. Trender innenfor ulike områder vil påvirke reisemønsteret i fremtiden. Det er derfor viktig å være bevisst endringer og legge til rette for dette, slik at mobilitetstilbudet blir i takt med utviklingen og forventningene til markedet.

Forskjellige trender påvirker ulike aspekter knyttet til fremtidens mobilitetstilbud. Det finnes flere megatrender, og vi velger her å dele trendene inn i fire grupper:

- Samfunn
- Menneske
- Teknologi
- Marked

I dette kapitlet vil det i størst grad henvises til hvordan de ulike megatrendene påvirker forbrukernes holdninger og handlinger som en følge av endringene, og hvilken betydning dette vil ha for mobilitetstilbudet og tilhørende tjenester som skal leveres.

Trender innenfor teknologi knyttet til miljø og transportmidler vil i større grad omtales i delrapport 3, Materiell, drivstoff og infrastruktur.

4.1 Samfunn

Trender i kategorien samfunn er ofte lange og robuste, og vil med stor sikkerhet fortsette inn i fremtiden. Det innebærer at de er vanskelig å endre dersom de trendene er uønsket, men dersom de først endres vil endringene ofte få svært store konsekvenser spesielt på lang sikt. Det innebærer at det er viktig å være bevisst hvilken tidshorisont en legger til grunn når en diskuterer denne typen trender.

4.1.1 Urbanisering

Befolkningssammensetningen i Trøndelag vil endre seg i årene fremover (se kap. 2). Det er en klar tendens til urbanisering i form av rask befolkningsvekst i og rundt Trondheim, og på aksene langs E6/Trønderbanen. Endret befolkningstetthet og befolkningssammensetning har en direkte kobling til etterspørselen etter reiser i berørte områder.

Helhetlig planlegging av infrastruktur, bolig, arbeidsplasser, utdanningsinstitusjoner og handel bidrar til hvordan vi transporterer oss. Arealplanlegging må ta høyde for at det bygges der folk vil bo, og trenden viser at flere vil bo i leiligheter. Dette gjelder også i spredtbygde områder og spesielt for eldre. Eldre ønsker enkel tilgang til handel, servicefunksjoner og å bo i nærheten av venner og familie, og utviklingstrekk viser at det i de siste årene er økende grad av utbygging av leiligheter på tettsteder og knutepunkter².

Det er stor forskjell på boligutbygging og infrastrukturtiltak i de ulike kommunene avhengig av befolkningsgrunnlag og utvikling. I mange områder i distriktene blir det meste av handel og servicefunksjoner samlet rundt kommunesentra, og små lokale matvarebutikker og annet legges ned. Dette krever at de som ikke bor i nærheten av kommunesentra er avhengig av transport for å gjøre vanlige gjøremål som handel og andre tjenester, som igjen kan være noe av grunnen til at også eldre i distriktet ønsker å bo «sentralt» for å slippe og være avhengig av transport for sine daglige gjøremål. Det gir en viss grad av frihet og sosial kontakt. I tillegg fører det til at forbrukermønsteret for handel generelt i større grad dreies over til netthandel³ både for dagligvarer og andre varer.

Når folk bor samlet er det enklere å legge til rette for gode kollektivløsninger både lokalt og regionalt. Utviklingen viser også at folk flytter fra byer til satellitter utenfor. Urbanisering fører til mindre behov for transport – folk flytter nærmere byende og arbeidsplassene. Flytting fra byer til satellitter kan øke transportbehovet noe, men dette antas å dekkes opp av kollektivtrafikk og ikke bilkjøring.

² Fremsyn 2050 – Trender innen samferdsel mot 2050, KPMG

³ <https://www.postnord.no/info/om-postnord/nyheter-og-presse/netthandelsrapporter>

Det vil være viktig å legge til rette for god tilgang til knutepunkt ved urbanisering. Dette gjelder både i regionene og bynære strøk. Det å kunne kombinere ulike transportmidler og reise kollektivt på deler av strekningen vil være viktig.

Teknologi som muliggjør smarte reiser vil redusere behovet for å eie egne transportmidler, men pr i dag er ikke denne teknologien god nok eller rimelig nok til at det reduserer eller fjerner behovet for personbil. Frem mot 2030 er det grunn til å tro at autonome kjøretøy kan spille en rolle for å bringe folk til kollektivknutepunkt. I tillegg vil samkjøring og bildeling være viktig å se på i denne sammenheng. Dagens unge er i stor grad villig til å dele eller leie fremfor å eie. Det vil føre til at færre har behov for egen bil og at kollektivtilbud blir brukt til pendling. De siste årene har også el-sykkel kommet inn som et transportmiddel mange benytter og antall solgte el-sykler forventes å øke betraktelig. Det betyr at sykkel i kombinasjon med andre kollektivmidler vil være viktig å hensynta både med tanke på transport og infrastruktur. Det å legge til rette for at det skal være enkelt å kombinere flere transporttilbud vil være viktig i fremtidig mobilitetsutvikling.

4.1.2 Hvordan ivaretar vi urbanisering og mobilitetstilbudet?

For å kunne ivareta utviklingen og tilpasningen av mobilitetstilbudet med hensyn både til urbanisering og bosettingsmønsteret generelt er det viktig å ha tett dialog med den enkelte kommune knyttet til arealplaner og utvikling. For å få til et velfungerende mobilitetstilbud må dette være gjennomtenkt på et tidlig tidspunkt for å sikre at behov og muligheter blir ivarettatt. Det samme gjelder ved planlegging av ny infrastruktur som kan være med å påvirke hvordan reisestrømmer kan utvikle seg, og kan føre til nye behov og muligheter.

For å sikre at mobilitetstilbudet ivaretar de ulike kundegruppenes sine behov er det viktig med jevnlig befolkningsundersøkelser som både får avklart forventninger og faktisk transportbehov og bruk.

4.2 Menneske

Hvem vi er, livssyklusen vi er i, demografien, holdninger og muligheter påvirker hvordan ulike mennesker opptrer og hvilke forventninger og krav som stilles. Behovene og mulighetene for å tilpasse tjenester opp mot forventninger endrer seg i takt med utviklingen. «Gjør det selv» blir et enda sterkere mantra fremover.

4.2.1 Individualisering

Sosiale forandringer medfører et skifte fra det kollektive samfunnet mot økt individualisering. Norge blir sammen med mange andre vestlige land betegnet som en typisk individualistisk kultur. Kundene vil ha produkter og tjenester tilpasset sine individuelle ønsker og behov, og befinner seg i en verden hvor selvrealisering og menneskets frie vilje står høyt på agendaen. Kunden får stadig flere valgmuligheter ved de fleste sider av samfunnet, drevet av åpen konkurranse som både svarer på og skaper stadig nye kundebehov. Vi blir gitt muligheter for individuelle tilpasninger i så godt som alle produkter vi kjøper, fra klær til elektronikk og biler.

Med økt krav til individuelle løsninger, kommer også økt krav til fleksibilitet og valgmuligheter i kundens mobilitet. Kunden ønsker å velge transportmiddel selv på bakgrunn av sine behov.

4.2.2 Generelle forbrukertrender

For å endre adferd og holdninger må tjenester tilpasses forbrukernes behov og forventninger. Forbrukertrender er definert som «trender under utvikling innenfor livsstil som har til felles at de vil påvirke forbrukernes hverdag, holdninger og adferd».

Forskningsprosjektet «Verdidrevet tjenesteinnovasjon⁴» har kommet frem til ulike viktige og varige forbrukertrender og en segmenteringsmodell som kan være nyttig å ta med seg i arbeidet knyttet til utvikling av transporttjenester.

Alltid på farten – Som følge av økt konkurranse innen flyindustrien, åpningen av Øst-Europa, utvidelsen av EU og økt kjøpekraft, er stadig flere av oss på farten. Vi beveger oss hyppig fra sted til sted for kortere eller lengre perioder og distanser, av profesjonelle årsaker eller private. Forflytting er ikke bare billigere, men også enklere og raskere. Digitalisering av tjenester og omfattende elektroniske

⁴ <https://www.magma.no/trend-spotting>

sosiale nettverk gir mindre personlig stress og tilpasningsvansker og forhindrer at relasjoner går i oppløsning som følge av stadig økende mobilitet.

Alltid tilkoblet – Illustrerer behovet for og viljen til å gå på nettet for informasjon og tjenester hvor som helst og når som helst. Fremveksten av smarttelefoner har ytterligere stimulert dette. Gitt den økende mobiliteten (alltid på farten) og intensiteten i livsførselen i utviklede land reduserer vi vår tilhørighet til materielle ting, men blir mer kresne når det gjelder det virtuelle livet og immaterielle tjenester. Den rådende oppfatningen er at alle immaterielle tjenester og sosiale nettverk skal være tilgjengelige til enhver tid: 24x7x365 overalt.

Avkastning på tid – Siden tiden er knapp, ønsker vi full uttelling på vår tidsallokering. Individuer optimaliserer sin avkastning på tid når de kan frigjøre tid og fylle denne tiden med et optimalt antall selvrealiserende opplevelser. Optimalisering av avkastning på tid betyr at vi finner den optimale balansen mellom opplevelsens kvalitet og kvantitet. Optimalisering av opplevelseskvalitet krever allokering av tid til de aktivitetene som gir best mulighet for selvrealisering, effektivitet og velbehag eller lykke. Optimalisering av opplevelseskvantitet krever optimalisering av antall selvrealiserende opplevelser per tidsenhet.

Kvalitetsinformasjon raskere – Datadigitalisering og lave distribusjonskostnader har skapt en eksplosjon av daglig informasjon, for eksempel nyheter og underholdning. Sosiale medier blir stadig viktigere kanaler for oppdatering av hva venner, familie og kjente foretar seg. Noen føler at de blir overinformert. Mens økt kvalitet på informasjon tillater forbrukere å være mere oppdatert, baner det også vei for bedre bruk av tiden. For eksempel responderer forbrukere ved å droppe one-size-fits-all-aviser og abonnerer på definerte RSS- og nyhetsoppdateringer som tillater skreddersydd innhold. En annen respons er en økning i bruk av søkemaskiner for å optimalisere relevant informasjon snarere enn mengde informasjon. Med andre ord ser vi en trend fra mengde informasjon til relevant informasjon – raskt.

Å leve i nuet – Folk engasjerer seg i og bruker i økende grad penger på aktiviteter som gir umiddelbar belønning og fordeler. Mens tidligere generasjoner var opplært til å investere før de kunne høste (utdanning, familie og karriere før man kunne nyte pensjonstilværelsen), vil stadig flere i dag høste mens de investerer. Studenters behov for ekstra penger kan skyldes at de ønsker å nyte av livets goder også mens de studerer. Andre grunner kan være at til tross for økt forventet levealder er trusler som alvorlige sykdommer, terroranslag og så videre mer uttalte, og færre tror på et liv etter døden. Selv om det opplevelsesbaserte konsumet ikke er nytt, tilfører det å leve i nuet en ekstra intensitetsdimensjon. I stedet for å se frem til en lang god ferie en gang i året velger man heller å ha flere, men kortere ferier – ovale weekender i storbyer. Mens opplevelsesbasert konsum tidligere måtte være ekstraordinært og uforglemmelig, har vi mindre tid til å minnes og gjenoppleve opplevelsene siden vi nå haster av sted til neste opplevelse.

Personvern – Med konstant tilgang til internett og mulighet til å handle eller søke etter informasjon gjennom datamaskiner, lesebrett eller smarttelefoner legger forbrukere igjen en rekke elektroniske spor daglig. Eksempler på dette kan være hvilke sider man har søkt på, hvor lenge man oppholdt seg på hver side, hva man kjøpte eller lastet ned, personopplysninger, kredittkortopplysninger, etc. Mens tilgang til internett stort sett er sett på som positivt, er den negative siden av informasjonssamfunnet en økning i sannsynligheten for misbruk av informasjon og straffbare handlinger, for eksempel identitetstyveri. Selv om Se på meg nå blir en norm, og behovet for informasjonsgjennomsiktighet er økende, har uautorisert bruk og misbruk av personlig informasjon (kredittkortnummer, personnummer, transaksjonshistorikk, osv.) blitt en generell trussel – med turboladning fra skyteknologien. Folk responderer ved å være avventende til å dele sensitiv informasjon, beskytte seg ved å begrense hva andre kan samle inn av opplysninger om dem, og kjøpe programvare som sletter elektroniske fotavtrykk når de er på nett.

4.2.3 Hva bety individualisering og generelle forbrukertrender for mobilitetstilbudet?

Økt individualisering og andre ulike forbrukertrender påvirker ulike deler av det totale mobilitetstilbudet. Det mest innlysende er å kunne gi individuell tilpasset informasjon på en rask og effektiv måte i de til enhver tid gjeldende kanalene for de reisende. Med dagens teknologi og muligheter er dette en klar forventning. Folk er «alltid på» og i en reisesituasjon vil det være viktig både å kunne gi forutsigbar og tilpasset informasjon før og underveis på reisen om selve reisen. Reisen gjennomføres for å komme frem til kundens egentlige behov, og det er derfor viktig å legge til rette for at alle tilhørende

tjenester gir en merverdi og gjør reisen forutsigbar. Informasjonsbehovet knyttet til mobilitet må sees gjennom hele «kundereisen» hele veien fra der de er til dit de skal, og de reisende ønsker selv å kunne velge hvordan de kommer seg fra A til B. Det betyr at ulike transportalternativer og kombinasjoner må presenteres, noe som vil kreve god samhandling mellom ulike aktører/informasjonskanaler og datastrømmer.

Folk er opptatt av å kunne bruke tiden til det de selv ønsker. Her vil behovene og forventningene være ulike på bakgrunn av reiselengde. For korte reiser vil det ikke være behov for spesiell tilrettelegging, men for lengre reiser, jobbreiser osv vil det være viktig å gi tilgang til nett, mulighet for lading av digitale enheter osv slik at de reisende kan benytte sine egne flater til å «underholde» seg selv på reisen og utnytte tiden godt.

Når man ser individualisering opp mot betydning for selve reisetilbudet vil dette måtte vurderes fra ulike vinkler. De aller fleste ønsker å ha et tilbud som gir dem mulighet til å reise akkurat når det passer dem best, på den måten de foretrekker best og uten å måtte ta hensyn til andre. I tillegg er det viktig med forutsigbarhet og trygghet for at du kommer deg fra A til B. Mobilitetstilbudet vil være en kombinasjon av planlagte ruter på bakgrunn av at mange har et reisebehov på samme tidspunkt og mer individuelt tilrettelagte tilbud, hvor reisen i større grad dekker den individuelle behov. Planlagte ruter gir en forutsigbarhet og er lett å forholde seg til for reisende. De slipper å gjøre annet enn å møte opp på holdeplass og betale billett. Her vil det være informasjonsflyten mot kundene og tilpasninger underveis på reisen som er med å bygge opp under behov for individualisering. Det å tilrettelegge mer for transport gjennom bestillingsløsninger gir reisende i større grad en opplevelse av individuelt tilpasset tilbud. Dette vil fungere i de områder eller på de tidspunkt hvor antall reisende er lavt. Bestilt transport vil kreve mer av den enkelte reisende gjennom planlegging og selve bestillingen, og er sånn sett mindre forutsigbart enn oppsatt rutetilbud da det kan være begrensning mht kapasitet på ønsket reisetidspunkt.

4.3 Teknologi

Utviklingen innen teknologi har stor betydning for forbrukernes handlingsmønster, forventninger og muligheter. Ulike sider av teknologiutviklingen vil i stor grad påvirke blant annet reisevaner, informasjonsinnhenting og informasjonsdeling. Kunstig intelligens, automatisering og robotisering vil påvirke hverdagen, endre strukturen i arbeidslivet og gi grobunn for street-smarte og digitalt sterke entreprenører⁵.

Teknologiutviklingen bidrar også til at selve transportmidlene blir betydelig mer miljøvennlig fremover. Trender knyttet til transportmidler og konsekvenser for materiellvalg beskrives nærmere i Delrapport 3, Materiell, drivstoff og infrastruktur.

4.3.1 Digitalisering

Digitalisering påvirker i stor grad forbrukernes vaner og muligheter og trendene tilsier at vi bare er i startgropa med tanke på å utnytte dette. Digitalisering har ført til at de fleste av oss er på nett. Dette åpner for helt nye måter å være sosiale på, og hvordan det konsumere varer og tjenester.

Omfanget av internett er de siste årene utvidet til stadig nye bruksområdet og begrepet «internet of things», eller «tingenes internett» på norsk, er en relatert teknologisk trend. Tingenes internett vil bestå av bittesmå datamaskiner som er så billige å produsere og effektive i drift at de kan bygges inn i alle mulige hverdagslige ting. Når disse små datamaskinene kobles til internett, kan vi kommunisere med tingene våre, og de kommuniserer med hverandre. Eksempler kan være alt fra ventilasjonssystemer i hjemmet som kan styres via mobilapplikasjoner, til biler som kan oppgradere sin programvare trådløst via internett. Det er grunn til å tro at IoT også vil få betydning for hvordan informasjon om transportvalg vil formidles til forbrukerne⁶ og ikke minst hvordan kjøretøy snakker sammen. Teleselskapene mener dette kan ta av i løpet av 2018.⁷ Et av de store spørsmålene ved tingenes internett er hvordan å sikre forsvarlig håndtering av all data som genereres og personvern hensynet til den enkelte.

De aller fleste i Norge har smarttelefon. Siden statistisk sentralbyrå startet måling av dette i 2012, har andelen av den norske befolkningen mellom 9 og 79 år med tilgang til smarttelefon økt hvert år og nådde 85 % i 2015. I 2013 var Norge på femteplass i verden når det kommer til andel av befolkningen

⁵ <https://www.ericsson.com/en/trends-and-insights/consumerlab/consumer-insights/reports/10-hot-consumer-trends-2017>

⁶ <https://kryptofinans.no/2018/08/09/hva-er-tingenes-internett-iot/>

⁷ <https://gemini.no/2018/03/tingenes-internett-naermer/>

som har smarttelefon. I 2015 hadde hele 96% av befolkningen tilgang til internett og nordmenn tilbrakte i gjennomsnitt 127 minutter av dagen til internettrafikk. En stadig større andel av internettrafikken foretas på mobile enheter som mobiletelefon og nettbrett. TNS gallup⁸ viser i en rapport om nordmenns medietrender at 60 % av antall nettsidebesøk nå er gjort med mobil eller nettbrett. Bruksområdene for smarttelefonen utvides stadig, og smarttelefoner kan brukes til alt fra underholdning til nyttige formål som betaling, arbeid, reiseplasslegging, kartfunksjon og banktjenester. Krav til mobil internettilkobling med høy hastighet øker med endrede bruksmønstre og befolkningen forventer til enhver tid å være tilkoblet internett. Leverandørene av mobilnett konkurrerer om kundene og bygger ut mobil bredbåndsdekning i rask hastighet. For eksempel har Telenor mål om at 99,8 % av Norges befolkning skal ha 4G-dekning der de bor innen utgangen av 2017.

Mobility as a Service (MaaS) er en samlet tilgang til private og offentlige transportmåter, tilgjengelig som en tjeneste via en portal/operatør hvor brukeren kan bestille og betale. MaaS er pr i dag mest aktuelt i storbyområder hvor tilgjengeligheten til andre transportmidler enn privatbil er størst, og Helsinki er en av byene som har innført dette⁹. Med tanke på individuelle tilpassede løsninger, utviklingen knyttet til delingsøkonomi, at færre vil eie sin egen bil i fremtiden osv vil MaaS kunne ha en funksjon i et fremtidig mobilitetssystem også i regionale områder¹⁰.

4.3.2 Arbeidsvaner og arbeidsmarked i endring

Digitalisering gir mulighet for økende grad av hjemmekontor og fjernarbeidsløsninger som vil påvirke reisebehov og reisestrømmer. En av tre jobber jevnlig hjemmefra og mange ønsker å bruke hjemmekontor enda mer enn i dag¹¹. Den teknologiske utviklingen gjør at det for mange er mulig å jobbe fra «hvor som helst». Dette gjør at reisemønstret for arbeidsreiser er i endring. Flere har fleksible løsninger knyttet til sin arbeidsplass som gjør at de kan ha hjemmekontor. Reisemønstret viser bl.a. at færre reiser til og fra jobb på fredager. Arbeid i dag er mer fleksibelt enn tidligere, reiser mellom jobb og hjem reduseres og flere vil ha hjemmet som primært arbeidssted i fremtiden.

Digitalisering og automatisering kan, sammen med nye forretningsmodeller, endre verdikjeder radikalt. Endringene kan føre til tap av jobber, men også til at nye jobber med annet innhold og krav kan bli skapt. SINTEF konkluderer i en rapport at de fleste sektorer vil bli berørt av teknologiendringene. Takten og styrken i hvordan teknologien påvirker oss vil ifølge rapporten være avhengig av konkurransesituasjonen, arbeidsstyrkens realkompetanse og ikke minst av den viljen vi har som fellesskap til å omfavne de mulighetene som ligger i de teknologiske endringene.

Ny og forbedret teknologi innen videokonferanse og virtuell virkelighet muliggjør i stadig større grad samarbeid uavhengig av geografisk lokasjon og dermed uten behov for persontransport. Samtidig har reiseaktivitet i arbeidslivet i Norge økt de senere årene. Det kan derfor tenkes at ny teknologi gir arenaer for samarbeid som kommer i tillegg til møter der deltakerne stiller i egen person.

Arbeidsmarkedet forventes også gå i retning av større andel midlertidig ansatte og selvstendig næringsdrivende og frilansere med flere parallelle arbeidsforhold. I tillegg blir det mer fleksible arbeidsordninger hvor sted og tid ikke er avgjørende for utførelsen av arbeidet.

I sum vil endret arbeidsmarked føre til endrede transportbehov og større krav til å kunne utnytte tiden underveis på reisen og i terminaler og knutepunkt. Det kan også tenkes at det vil skje endringer i når og hvorfor man i fremtiden reiser, med mulige forskjeller for lokale, regionale, nasjonale og internasjonale reiser.

4.3.3 Hva betyr digitalisering for mobilitetstilbudet?

Utviklingen innen digitalisering betyr mye for å kunne tilrettelegge både informasjon og billettering i kanaler som reisende allerede har. Dette gjelder også innenfor mulighetene for kundedialog og support ved å være til stede der kundene er gjennom digitale kanaler. Digitalisering krever at det legges godt til rette for at reisende alltid er på nett og har mulighet for å bruke sine digitale enheter underveis på reisen.

⁸ <https://www.tns-gallup.no/kantar-tns-innsikt/mye-nytt-og-mer-av-det-samme/>

⁹ <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/deloitte-review/issue-20/smart-transportation-technology-mobility-as-a-service.html>

¹⁰ <https://www.toi.no/getfile.php/1345876/Publikasjoner/T%C3%98I%20rapporter/2017/1578-2017/1578-2017-sam.pdf>

¹¹ <http://presse.enova.no/documents/rapport-hvordan-vil-vi-bo-og-forflytte-oss-i-2030-74991>

Endret reisemønster som en følge av digitalisering knyttet til f.eks arbeidsreiser vil kunne påvirkes over tid, og det er viktig å ha god oversikt over denne utviklingen.

4.4 Marked

Forbrukerne tilpasser seg løsninger som endrer seg i takt med utviklingen i markedet, og som oppleves som tilgjengelige og enkle. I takt med utviklingen endres også forventningene til hva som skal leveres og på hvilken måte.

4.4.1 Handlevaner

Fremdeles foregår det aller meste av handel via ordinære butikker, men andelen av netthandel er voksende. Dette gjelder innenfor mange varekategorier hvor de største er reiser, klær, sko og elektronikk¹². I tillegg tilbyr nå flere dagligvarekjede netthandel av mat. Levering av brød, råvarer til middag og annet er tjenester som er i full utvikling. Det er grunn til å tro at dagligvarehandel via nett vil kunne utvikle seg, og at dagligvarer blir levert hjem til befolkningen i stedet for at hver enkelt må reise til butikken.

Graden av netthandel vil være med å påvirke hvordan befolkningens reisemønster vil være i fremtiden med tanke på handel. Det er samtidig viktig å vurdere den sosiale faktoren knyttet til at handel ofte er forbundet med et viktig sosialt møtested.

4.4.2 Skole- og utdanning

Den teknologiske utviklingen vil kunne påvirke hvordan undervisning vil foregå i fremtiden. Større andel av undervisningen vil kunne foregå over nett, og det vil føre til mindre eller annet reisebehov.

4.4.3 Den sømløse forbruker

Forventingene til forbrukerne er høye og for å kunne tilby kundene et best mulig totalprodukt er det viktig å ta hensyn til hele kundereisen.

Ved å tenke gjennom alle detaljer i hele kundereisen kan man unngå friksjon. Ved å sette seg inn i og identifisere de ulike kundegruppenes behov i hvert trinn av kundereisen og ut fra dette bygge tjenester og tilbud vil det i større grad være mulig å eliminere bort friksjon som skaper dårlig opplevelse. Dårlige opplevelser på deler av kundereisen gjør det lettere for kundene å gå tilbake til «konkurrenten» som kan være privatbil.

Kundene forventer informasjon om hjelper dem fremover og som er veiledende og meningsfylt gjennom hele reisen.

Som en del av kundereisen knyttet til det å komme seg fra A til B er det en forventning om sømløs reise. Opinions trendrapport, Consumer Stories 2017-2019¹³ sier følgende:

Erfarne brukere ønsker at ting skal flyte, gå raskt og være enkelt. Det skal være ukomplisert å være kunde. Blir det for mange valg, går man heller et annet sted. Det må oppleves som enkelt å velge, det må være tilgjengelig overalt og kommuniseres effektivt. Overfor forbrukerne er det viktig å gjøre det enklest mulig å støtte gode saker med minst mulig friksjon.

4.4.4 Delingsøkonomi - utvikling og holdninger til det å eie egen bil

I dag er det i snitt 1,2 biler pr husholdning i Trøndelag. Privat eierskap av bil er normen, til tross for at en gjennomsnittsbil står stille store deler av tiden¹⁴. Trendene viser at flere i fremtiden vil dele bil fremfor å eie selv. Dette vil først komme til byene hvor det er alternative transportformer til bil, mens det i distriktet fremdeles vil være større behov for bil.

Trenden viser at færre ungdommer tar førerkort. Reisevaneundersøkelser viser også at unge som har førerkort i dag bruker mindre bil i hverdagen enn tidligere.

Behovet for bil varierer med utgangspunkt i hvor du bor. Det er dyrt å eie bil i Norge, og kostnader knyttet til eierskap av bil kan oppleves som særlig stor for unge mennesker.

Økonomi vil være en avgjørende faktor i fremtiden med tanke på å eie eller dele bil. I byer og tettbygde strøk vil mange etter hvert innse at det lønner seg å dele bil med flere. I distriktet brukes bilen mer på lengre avstander og det er få andre alternativer.

Holdningene til det å dele fremfor å eie vil endre seg med generasjonene. Tidligere har det å eie bil i enkelte kretser vært statussymbol, men dette er i endring. Dagens teknologi gjør det enkelt å dele og

¹² <https://e24.no/betalt-innhold/bak-tallene/vet-du-hva-nordmenn-handler-mest-paa-nett/24152346>

¹³ <http://opinion.no/consumerstories/>

¹⁴ <http://presse.enova.no/documents/rapport-hvordan-vil-vi-bo-og-forflytte-oss-i-2030-74991>

oppvoksende generasjoner vil være vant til deling av ulike varer og tjenester på en helt annen måte enn de eldre generasjoner.

Bildelingstjenester vil kreve endringsvilje og omstilling hos mennesker. Eldre, som i motsetning til dagens unge, ikke har vokst opp med delings- og abonnements tjenester, kan utvise lavere vilje til å ta i bruk slike tjenester. Dette henger også sammen med opparbeidede vaner knyttet til mer tradisjonelle transportmåter. Samtidig kan bildeling være positivt med tanke på de som ikke har eget førerkort og er avhengig av andre for å komme seg fra A til B.

Utviklingen knyttet til bilhold vil i stor grad være med å påvirke tilbudet rundt kollektivtrafikk i fremtiden og hvordan dette f.eks. skal sees i sammenheng med bildelingstjenester.¹⁵

Ved oppbygging av kollektivtilbudet vil det i mange områder være viktig å se bil som en del av reisen, og legge godt til rette for at bil og kollektiv kan kombineres på en god, forutsigbar og trygg måte.

4.4.5 Hvordan påvirkes fremtidens mobilitetstilbud av markedsutviklingen?

Forbrukernes vaner og muligheter endres i takt med utviklingen og de ulike generasjonene gjør nytte av dette i ulik takt med forskjellig utgangspunkt.

Når fremtidig mobilitetstilbud skal gjelde fra 2021 og fremover er det viktig å ta høyde for markedsutviklingen som vil foregå i den perioden. Det er dagens yngre generasjoner som vil bli voksne i den perioden tilbudet skal bygges for, og de som blir født inn i denne perioden vil kun kjenne til fremtidens marked. Langt færre vil eie bil og ha førerkort. Måten de ulike generasjoner forholder seg til transport på generelt, holdninger knyttet til det å dele fremfor å eie, det at tradisjonelle mønster med tanke på handel, studier og arbeid som utgjør de største reisestrømmene vil endre seg i årene fremover er viktig å ta hensyn til.

Digitalisering og tekniske løsninger vil utvikle seg i perioden og bli enda mer integrert i samfunnet enn i dag. Det vil være viktig å legge til rette for forutsigbare og mest mulig sømløse løsninger, og kunne tilpasse tilbudet i takt med utviklingen. Dette krever kontinuerlig markedsdialog og tett oppfølging av trender og muligheter, og å ha et klart bilde av forbrukernes handlingsmønstre med tanke på selve reisebehovet og hvordan reisemønsteret endrer seg, samt ha tilhørende tjenester som er tilpasset de ulike generasjonene.

Det er mange aktører som Google og andre som samler data om alle forbrukermønstre og utvikler tjenester og løsninger deretter. Forbrukerne vil være ut etter det mest fordelaktige og effektive tilbudet, og lojalitetsmønsteret vil endre seg¹⁶. Det bør settes en klar ambisjon på hvordan mobilitetstilbudet i Trøndelag skal møte fremtidens marked og se på dette i en helhet for å være en foretrukken leverandør med tanke på selve reisetilbudet, tilhørende tjenester, kundeservice og oppfølging.

¹⁵ <https://www.tu.no/artikler/kommer-ikke-til-a-bli-produsert-biler-med-forbrenningsmotor-etter-2025/354613>

¹⁶ <https://kampanje.com/markedsforing/2017/07/nordmenn-er-nordens-minst-lojale-forbrukere/>

5 FREMTIDENS REISEVANER OG REISEBEHOV

I 2035 er det ventet at Trøndelag har passert 500 000 innbyggere. Økningen blir størst i allerede tettbygde områder, noe som medfører at en stadig flere bor sentralt i og rundt byer og regionale sentra. Dette fører til at dagens reisemønster i hovedsak forsterkes, med økning der det i dag gjennomføres mange reiser og uendret eller redusert antall reiser i øvrige områder. Det er særlig pendling til Trondheim og andre tettsteder som bidrar til veksten i antall reiser.

Forandringer i arbeidsmarked, utdanning, handel og offentlige tjenester, blant annet innenfor digitalisering og utvikling av nettbaserte tjenester, påvirker også innbyggernes reisemønster. Det totale reisebehovet er ventet å øke, men i større grad spredt utover døgnet. Andre endringer som kan gi nye transportbehov er at flere bor alene, det blir flere delte familier grunnet samlivsbrudd og økt urban livsstil fører til at flere reiser til byer og sentrumsområder.

Enkelte reisemål ligger i umiddelbar nærhet og det vil være mest naturlig å gå eller sykle, mens for lengre reiser vil bil, buss, båt og tog være aktuelle.

Regionene i Trøndelag er sammensatt av småbyer, spredtbygde strøk og bynære strøk. Transportbehovet vil variere mht. hvor befolkningen bor.

Kundebehovene knyttes opp mot faktorer som jobb, skole, handel og fritid. Behovene vil variere med hensyn til alder og evne til å komme seg fra A til B. Det vil være ulike tilpasningsbehov innenfor de tjenestene som leveres med tanke på reisemål, informasjons- og betalingstjenester, behov for universell utforming og andre faktorer.

Det er store forskjeller på de ulike kundebehovene som skal dekkes blant befolkningen med utgangspunkt i hvor de bor. Når vi snakker om regionene i Trøndelag dekker dette både bynære strøk (satellitter) rundt Trondheim, småbyer spredt i resten av Trøndelag og distrikt. I tillegg er noen av områdene preget av turisme og tilreisende.

Kundebehovene avdekkes gjennom reisevaneundersøkelser og dialog med den enkelte kommune og region.

5.1 Ulike behov i ulike deler av Trøndelag

Fremtidens reisevaner og reisebehov vil variere i de ulike regionene i Trøndelag. Dette vil i stor grad avhenge av befolkningssammensetning, beliggenhet og arbeidsmarked. De ulike kundegruppene (barn, unge, studenter, voksne, voksne med barn og innbyggere med redusert mulighet for mobilitet) vil ha samme grunnleggende forbrukerbehov som må ivaretas på samme måte over alt.

Kollektivtilbudet skal binde Trøndelag sammen, men det er samtidig viktig å se på lokale tilpasninger for hver region ut i fra deres reisemønster og behov. Regionenes forventede utvikling og utbygging av infrastruktur vil være en viktig faktor for å kunne tilpasse fremtidens reisebehov. Trendene viser en større grad av urbanisering, og det er vil være avgjørende for reisevanene hvor folk velger å bo og jobbe i fremtiden, om kommunene for eksempel bygger leiligheter for eldre i sentrumsnære strøk eller om strategien er at flest mulig skal bo i opprinnelig bolig lengst mulig osv.

Avstandene er med å påvirke hvordan folk reiser og hvilket kollektivtilbud som kan tilbys. Det er enklere å utvikle kollektivtilbud der hvor folk bor tett. For de som har lengst reisevei til jobb, skole og andre tilbud er det viktig å se på kombinasjon av å benytte bil og kollektiv.

Malvik, Melhus og Stjørdal er i forhandlinger om byvekstavtale med Samferdselsdepartementet. Utfallet av forhandlingene vil ha konsekvenser for kollektivtrafikken. Et betydelig antall reiser som i dag gjennomføres med bil vil måtte tas med kollektivtransport til/fra Trondheim. Hvis nullvekstmålet omfatter alle personbilreiser innad i de deltakende kommunene, vil det bli et økt behov for et bedre tilbud også lokalt i kommunene.

5.2 Kombinasjon av ulike transportmidler, sømløse reiser og fleksibilitet

Basert på trender og utvikling er forventningene til dagens forbrukere ganske store når det gjelder tilrettelegging av tjenester og tilbud. Det forventes i større grad at tilbudet tilpasses individuelle behov og fleksibilitet. I tillegg er tid en viktig faktor, og at hele kundereisen skal være hensyntatt. En reise kan bestå av flere etapper med ulike transportmidler.

Kundene vil forvente at disse etappene er planlagt slik at de henger sammen på mest mulig effektiv måte. Kombinasjon av ulike transportmidler må i den grad det er mulig foregå sømløst og med minst mulig ventetid i mellom. Dersom andre alternativer gir en langt mer effektiv reise vil dette foretrekkes. Dersom det ikke er mulig å tilby et kollektivtilbud for hele reisestrekninger er det viktig å legge til rette for å kunne kombinere bil og kollektiv slik at kollektivtrafikk kan benyttes på en del av strekningen. De som reiser må være trygge på at hele reisekjeden fungerer og er til å stole på. Dette krever gode og forutsigbare løsninger dersom det blir avvik på planlagt reisekjede.

5.3 Tilpassede tjenester

Folk vil ha mer og mer individuelle tilpassede tjenester, og teknologiutviklingen gjør dette mulig. Det vil være viktig å utvikle gode løsninger knyttet til informasjon og billettering som gjør det enkelt for kundene å velge transportmidler, planlegge og betale for hele reisen og gi en forutsigbar reise gjennom informasjon før og underveis. Tilhørende tjenester må ha som mål å gjøre opplevelsen av friksjon mindre.

Selv om en stor andel av befolkningen er digital vil det være viktig å tilrettelegge tjenester for ulike kundegrupper i overgangen mellom ulike generasjoner. De ulike aldersgruppene har ulik måte å tilnærme seg teknologi på. Vi må hensynta alle kundegrupper og ha tilpassede løsninger.

5.4 Reisebehov i Trøndelag

Befolkningssammensetning, bo- og arbeidsmønster vil være avgjørende for hvilke reisebehov som må dekkes i de ulike kommuner og regioner og hvor de største reisestrømmene vil gå. Befolkningens grunnleggende behov knyttet til jobb, skole og handel/offentlige tjenester er noen av de viktigste reisestrømmene som må dekkes. Trendene tilsier at alle disse behovene vil kunne endre seg over tid avhengig av hvor fort forbrukerne og samfunnet utnytter nye tjenester eller teknologi som gjør det mulig med mer fleksible løsninger.

Det er ingen grunn til å tro at behovet for å reise til jobb og skole blir drastisk endret de nærmeste årene, men det vil kunne være behov for mer fleksible løsninger som er tilpasset en annen rytme enn det som har vært tidligere. Behovet for reise til handel og offentlige tjenester er i endring og vil i noen grad kunne avta, spesielt for den yngre generasjon. Offentlige tjenester går mer og mer over til nettbaserte løsninger som gjør at behovet for personlig oppmøte avtar. Det samme gjelder handel hvor utviklingen knyttet til løsninger for netthandel vil være med å påvirke reisebehovet.

Utvikling av infrastruktur og tilrettelegging av handel, fritid og næring i den enkelte kommune for å få til en mest mulig hensiktsmessige løsninger for befolkningen vil påvirke hvordan reisestrømmene vil gå. I den grad det er mulig å tilrettelegge for at folk kan dekke flere behov på samme «stoppested», jo enklere vil det være å tilrettelegge for kollektivtrafikk. Eksempel på dette kan være å ha dagligvarehandel i nærheten av knutepunkt, vurdere hvordan henting på barnehage/skole kan kombineres med handel og videre reise med kollektiv osv.

Trenden som peker på urbanisering og at flere velger å bo i byene eller nærmere kommunesentra gir endring i reisebehov. Det vil være viktig å se arealplanlegging og transport i sammenheng for å på best mulig måte legge til rette for god tilgang til kollektivtransport og samtidig se på muligheten for å redusere en del av reisebehovet.

5.5 Oppsummert reisebehov pr region

Gjennom dialog med Trøndelags kommuner har AtB fått god innsikt i reisebehov i region, og selv om tilbudet må tilpasses hver enkelt kommune er det noen fellestrekk som kan løftes frem:

Oppsummerte innspill og ønsker fra Trøndelags kommuner



Langs jernbanen er det et ønske om et styrket lokaltogtilbud med økt mating av annen kollektivtrafikk (buss og drosje) til toget



Det er ønske om et sømløst tilbud med god korrespondanse mellom båt, buss, tog, bil og andre transportmidler. Det vil være viktig med godt tilrettelagte knutepunkter og innfartsparkeringer



Det skal være mulig å reise kollektivt til Værnes fra hele Trøndelag



Det må tilrettelegges for pendling til regionsenter fra nabokommuner og for dagpendling til arbeid og studieplasser. Aksen Støren/Orkanger-Trondheim-Steinkjer er spesielt viktig



Ungdom trenger et tilbud for handel og fritid, med mulighet for sen retur i helger



Det tilrettelegges i stor grad for eldreboliger i og rundt kommunesenter. Kollektivtrafikken bør bygge opp under målsettingen om at eldre skal kunne bo hjemme lengst mulig



Fleksible transportløsninger bør opprettholdes og videreutvikles



Skolelinjene bør være åpen for alle



Kollektivtransporten bør ivareta reiseliv og turisme

5.5.1 Namdalsregionen

Namdalsregionen har lavest forventet befolkningsvekst i Trøndelag, da det forventes vekst i kun 6 av 14 kommuner. Veksten vil være størst i Overhalla, Vikna og Grong. Flatanger, Fosnes og Overhalla er de eneste kommunene som vil oppleve en økning i prosentandelen barn og unge, men med lave innbyggertall utgjør ikke veksten mange nye innbyggere. Flatanger, Fosnes og Namdalseid jobber aktivt med å få unge til å etablere seg i kommunene med for eksempel start- og etableringspakker.

Regionen ønsker at eldre skal kunne bo hjemme lengst mulig, noe som vil påvirke behovet for kollektivtilbud. Omsorgsboliger flyttes i hovedsak til kommunesentrene, som gjør at reisebehovet knyttet til handel og offentlige tjenester reduseres for de som bor i disse boligene.

Det er videregående skoler i Namsos, Grong og Vikna og man får derfor naturlige reisestrømmer med unge til disse kommunene. Regionen ønsker et styrket tilbud for unge til Namsos for handel og kultur i helger for å gi dem større uavhengighet og flatedekning.

De største pendlerstrømmene innad i regionen går fra Overhalla til Namsos og fra Vikna til Nærøy, mens pendling ut av regionen går til Steinkjer og Trondheim.

Det viktigste knutepunktet i regionen er Namsos, både for sykehus, handel, studier og arbeid. Grong er et viktig knutepunkt for korrespondanse med tog, handel og arbeid for de nærmeste kommunene. Her jobbes det også med å utvide næringsparken. Transportbehovet kan derfor bli større til Grong i løpet av perioden.

Det er fra regionen ytre ønske om styrking av kollektivtilbudet på strekninger som Rørvik-Kolvereid, Grong/Høylandet/Namdalseid/Fosnes-Namsos og Ytre Namdal-Bindal. Et bedre tilbud mellom Namsos og Trondheim er også nødvendig for å muliggjøre kollektivreiser uten usikkerhet i forhold til sømløshet og ventetid.

Regionen er et bilbasert samfunn og de fleste reiser vil bli foretatt med bil også i fremtiden. Det er viktig å legge til rette for kombinasjon av bil og kollektivtransport.

5.5.2 Inn-Trøndelagsregionen

Det er ventet en noe lavere befolkningsvekst i regionen enn snittet for øvrige Trøndelag. Steinkjer vil oppleve den største befolkningsveksten og Verran er ventet den største nedgangen.

Inn-Trøndelag er ventet en høyere vekst i andel eldre enn resten av Trøndelag, og det vil være viktig å legge til rette for disse. Eldre trekkes mot kommunesentre i større grad, så behovet for transport for denne gruppen vil være større i starten av anbudsperioden enn mot slutten.

Videregående skole finnes på Steinkjer og på Inderøy, men det er også en del av de unge i Snåsa som går på skole i Grong. Universitetet Nord i Steinkjer bidrar også til en del ukependling og dagpendling fra nærkommuner. Steinkjer er et naturlig samlested for unge for handel og kultur.

Regionen er den med lavest andel kollektivreisende i dag, men mange pendler til arbeid. Den største andelen pendlere finner vi i Inderøy kommune hvor halvparten arbeider utenfor kommunen. De sterkeste strømmene ser man fra Inderøy, Snåsa og Verran til Steinkjer, fra Steinkjer til Inderøy og mellom Steinkjer og Trondheim, inkludert byene som ligger langs E6 på denne strekningen.

Steinkjer utpeker seg som et naturlig knutepunkt for regionen både med tanke på handel og arbeidsreiser, men Sparbu, Røra, Jørstad og Snåsa er også viktige knutepunkt i regionen. Det vil være viktig med god lokal kobling mot tog og tilrettelegging for Park & Ride. Med mating inn til Steinkjer fra alle kommunene i regionen, og med god korrespondanse videre med tog eller buss, dekkes det største reisebehovet i regionen.

Etter kommunesammenslåing mellom Steinkjer og Verran kommune antar man at det vil oppstå et større behov for kommunikasjon mellom Malm og Steinkjer ettersom de fleste tjenestetilbud vil bli flyttet til Steinkjer.

5.5.3 Region Fosen

På Fosen bor det færre i tettsteder enn ellers i Trøndelag. Dette gjør det vanskeligere å binde folk sammen med et kollektivnett. Utvikling av eksisterende og nye havbruksnæringer vil bli svært viktig for Fosen med sin lange kystlinje. Brekstad har allerede opplevd befolkningsvekst og Ørland kommune er også ventet den største prosentvise veksten frem mot 2035 på grunn av utbygging av kampflybasen. Økning i Bjugn kommune ventes også av samme årsak. Flest eldre er forventet i Osen og Roan kommune og det er også i disse kommuner befolkningsveksten vil være lavest.

Det er fire videregående skoler i region Fosen, i Rissa, Leksvik, Bjugn og Åfjord. Skolene i Leksvik og Rissa vil slås sammen til ny felles skole i Vanvikan fra 2022. Det er et ønske fra kommunene at kommunikasjonen mellom Fosen og Trondheim bedres slik at ungdommene bedre kan ta del i kulturliv og fritidstilbud i storbyen.

Størst utpendling for arbeid finner vi i Bjugn kommune (36 %). De fleste av disse arbeider på Ørlandet og i Trondheim. I Indre Fosen arbeider flest i Rissa, men også mange i Leksvik. 29 % pendler ut av kommunen og de fleste pendler til Trondheim.

De fleste på Fosen handler i kommunen de bor i, men det er også handelsreiser mellom Bjugn og Ørland. I Indre Fosen er det Rissa og Leksvik som tiltrekker seg flest for handel. Noen reiser også til Trondheim for handel.

Osen og Roan er tilknyttet Namsos sykehus, mens Ørland, Bjugn og Åfjord er tilknyttet Orkdal sjukehus – St. Olavs hospital. Den nye kommunen Indre Fosen er delt i to; tidligere kommune Leksvik hører til Levanger sykehus og Rissa er tilknyttet St. Olavs hospital Trondheim.

Viktige knutepunkt på Fosen er Brekstad, Vanvikan, Rissa og Åfjord. Nye veier på Fosen har dessuten gitt nye kommunikasjonskryss som må ses i sammenheng med rutetilbudene slik at man lettere kan parkere bilen og reise kollektivt.

Tilbudet på Fosen må knyttes tett sammen mellom buss og ferge fra Brekstad, Hasselvika, Vanvikan, Osen, samt hurtigbåt til Trondheim. Det er et ønske fra kommunene på Fosen at hurtigbåtene korresponderer med buss og er compatible med togtrafikken og videre transport til Værnes. Viktigst er det at man skal kunne bo og leve på Fosen og arbeide i Trondheim.

Det finnes over 5000 fritidsbygninger i regionen, hvilket periodevis gir noe tilreisning til regionen. Flest fritidsboliger finner man i Indre Fosen, Bjugn og Åfjord kommune.

5.5.4 Region Midt-Trøndelag

I deler av regionen er det ventet forholdsvis høy befolkningsvekst. Tydal er den eneste kommunen i regionen som vil oppleve befolkningsnedgang. Regionen vil ha en lavere andel eldre enn resten av Trøndelag i perioden 2021-2035.

Det vil være viktig å ivareta muligheten for eldre å handle lokalt ukedager. Stjørdal, Levanger og Trondheim er viktige handelssteder for hele regionen, spesielt på lørdager.

Barn og unge på Sveberg i Malvik kommune har en utfordring med å komme seg til fritidsaktiviteter og det er ønskelig med et tilbud for å dekke denne utfordringen. Unge i nabokommuner reiser til Stjørdal for videregående skole, og en del ukependler til Meråker og skigymnaset. Studenter på universitetet i Levanger bor stort sett i nærheten av universitetet. Stjørdal vokser som handels- og kultursentrum for ungdom bla. pga. Kimen, og et behov for transporttilbud hit er økende. Nord universitet på Tangen vokser, og det forventes mellom 5-600 studenter på campus i løpet av de nærmeste årene. Det er derfor behov for et godt kollektivtilbud mellom Stjørdal sentrum og Tangen.

I Levanger opplever man en endring i folks handlevaner fra handel i sentrum til handel i kjøpesentre, og da særlig Magneten kjøpesenter. Det er ønskelig med flere aktiviteter i sentrum. Det er mange boliger og flere studentboliger i området Bruborg og det er derfor ønskelig at dette området inkluderes i bybusstraséen.

Det er en stor pendlerstrøm mellom Stjørdal og Trondheim i dag. Det forventes at denne vil holde seg på et jevnt nivå fremover, men at det vil bli mer innpendling og mindre utpendling. Innbyggere i Levanger pendler til og fra Verdal, Steinkjer og Stjørdal, hvor det også er gode togforbindelser. Det vil være viktig for regionen med gode korrespondanser til togstasjoner her. Værnes er også et viktig knutepunkt for hele Trøndelag for reiser innad og ut av fylket. Gode muligheter for Park & Ride er en kritisk suksessfaktor for at folk skal reise kollektivt, spesielt i Malvik og Stjørdal kommune. Ny E6 Nord og tunnel gjennom Forbordfjellet vil medføre en tidsbesparelse for de som kjører bil, men bompenger vil kunne skyve flere over på kollektivtrafikk. Det er viktig å holde et øye med utviklingen.

Med offentlige arbeidsplasser på Steinkjer, helse/utdanning på Levanger og mekanisk industri på Verdal, vil et godt og sømløst kollektivtilbud mellom Innherredsbyene være et fortrinn for å oppnå bo- og arbeidsutvikling i regionen. Strekningen Levanger-Verdal (12 km) er en interessant akse for nytenkende løsninger.

Det er mye turisme i helgene til Selbu, Tydal og Meråker, og et tilbud i helg vil være viktig til og fra disse kommunene. Midtsandtangen nevnes som et populært friluftsområde hvor det fort oppstår parkeringsproblemer om sommeren. På samme måte er Abrahallen mye besøkt vinterstid.

5.5.5 Orkdalsregionen

Skaun er ventet den største befolkningsveksten i hele Trøndelag (39 %) og det vil i hovedsak være snakk om unge voksne, voksne og barn. Et godt kollektivtilbud både til arbeid, skole og fritidsaktiviteter ville derfor dekket mange behov i denne delen av regionen. Halså er den eneste kommunen i regionen som er ventet befolkningsnedgang. Kommunen vil i tillegg ha den nest eldste befolkningen i hele Trøndelag. Halså har i dag en større dragnet mot Møre og Romsdal og Kristiansund/Surnadal, men ved kommunesammenslåing og overgang til Trøndelag fylke (2019/2020), vil reisestrømmer fra Halså og Rindal til videregående skoler endre seg.

Regionen har som mål at eldre skal kunne bo hjemme og det vil derfor være behov for tilrettelagt transport fra spredtbygde strøk inn til kommunesentrene.

Regionen har i alt fire videregående skoler. En med avdelinger på Hitra og Frøya, en i Kyrksæterøra, en i Meldal og en på Orkanger. Mange trekker inn mot Trondheim for fritidsaktiviteter i tillegg til at man har gode muligheter for både handel og fritidsaktiviteter på Orkanger.

Det er sterke bånd mellom Hitra og Frøya, og med en forventet befolkningsvekst på henholdsvis 16 og 15 %, bør det legges til rette for et kollektivtilbud som knytter de største tettstedene på de to øyene sammen. Bestillingstransport kunne ifølge kommunene vært en god løsning.

Et sømløst kollektivtilbud er noe kommunene i regionen nevner som det viktigste i tilbakemeldinger til AtB. Tilbudet må knyttes sammen med hurtigbåt/ferge, regiontog og buss fra Mørebyene mot Trondheim. Av store infrastrukturprosjekt nevnes ferge mellom Hitra og Aure, Trøndelagstunnelen under Trondheimsfjorden og ny vei mellom Snillfjord og Agdenes.

Orkanger er sentrum i regionen, både for arbeid, handel og helse. Regionen er tett knyttet til Trondheim, med store pendlerstrømmer fra de nærliggende kommunene. Norsk Kylling og Isfjord etableres på Orkanger, noe som vil gi nye reisestrømmer til Orkanger fra Støren og Trondheim. Mange i regionen pendler også til Trondheim for arbeid og skole, og pendlerstrømmene er sterkest fra Skaun og Orkdal.

For handel reiser innbyggerne i hovedsak til Orkanger og Trondheim, hvis de ikke handler lokalt. Det er planlagt utbygging for handel på Beitøra/Laksøra i Orkdal kommune og det er derfor ønskelig med et tilbud som dekker disse områdene.

5.5.6 Region Trøndelag sør

Befolkningsveksten i regionen vil i aller størst grad skje i kommunene tetttest på Trondheim; Midtre Gauldal og Melhus. Disse kommunene vil også ha de minste andelene eldre og blir blant kommunene i Trøndelag med størst andel barn og unge. Regionen ønsker at eldre skal kunne bo hjemme så lenge som mulig og det vil derfor være behov for tilrettelagt transport fra spredtbygde strøk inn til kommunesentrene.

Det er fem videregående skoler i regionen. To i Melhus kommune, en i Midtre Gauldal, en på Oppdal og en på Røros. Gauldal og Melhus vgs. er de klart største av disse med over 200 elever hvert sted. Når det gjelder de unges reisebehov fremmer Melhus kommune et ønske om fleksibel transport for ungdommer på Hølonda.

I 2017 reiste rundt 40 % av alle sysselsatte ut av egen kommune for å arbeide. Størst utpendling er fra Melhus, hvor de aller fleste pendler til Trondheim. Det er ønskelig med flere pendlerparkeringsplasser på Melhus. Hovin trekkes også frem da innbyggerne her vil måtte kjøre gjennom to bommer for å komme seg til Melhus. Det forventes at ny E6 og bompenger vil føre til at en større andel vil gå over til kollektivtilbud, så det vil bli enda viktigere med et godt pendlertilbud til Trondheim. Støren er ønsket som et kollektivknutepunkt for regionen, og det vil i tilfelle bli viktig med mulighet for Park & Ride. Alle kommuner har egne legekantor med tilknyttede fastleger. Innbyggerne i Røros, Holtålen, Midtre Gauldal og Melhus er tilknyttet St. Olavs hospital, mens Oppdal og Rennebu har tilknytning til Orkdal sjukehus – St. Olavs hospital.

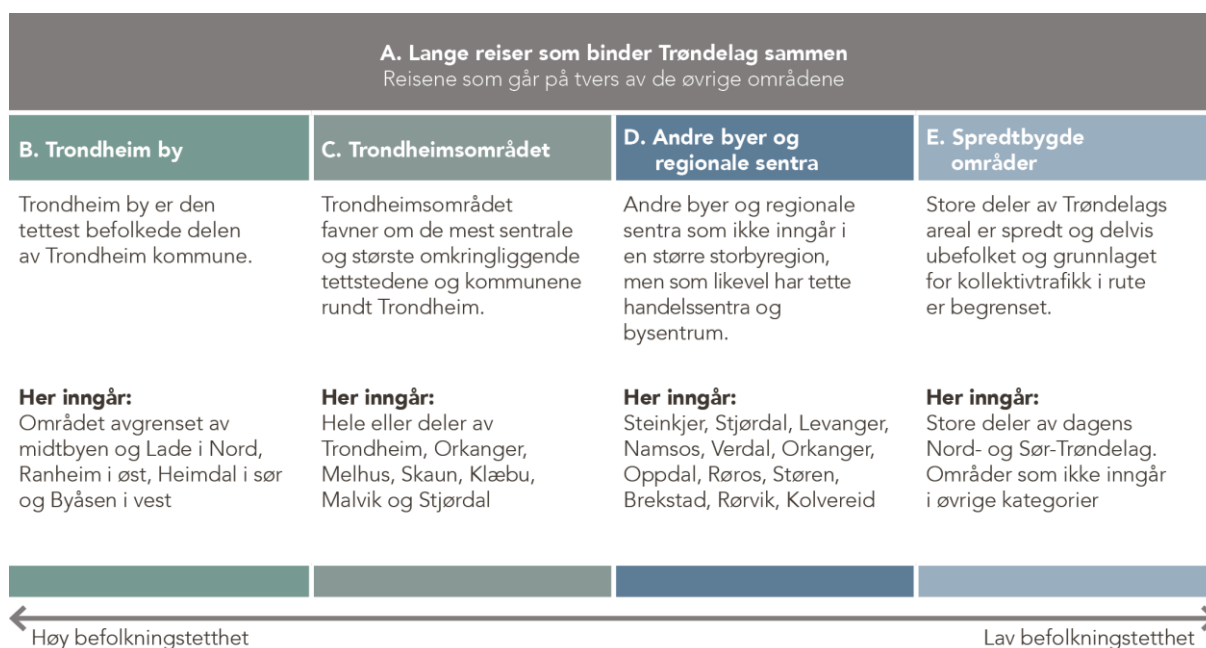
Det går store strømmer fra hele regionen og inn til Trondheim, særlig fra Midtre Gauldal og Melhus. Fra Rennebu reiser mange til Oppdal, Støren og Orkanger for handel og mange fra Holtålen reiser til Røros for detaljhandel. Det er viktig at et fremtidig busstilbud i regionen korresponderer med rutetilbudet til Dovrebanen og Rørosbanen. Innbyggerne i regionen har en mye større kjennskap til togtilbudet enn busstilbudet.

Alle kommuner i regionen er attraktive hytte- og friluftslivskommuner og særlig Oppdal og Røros tiltrekker seg besøkende fra både inn- og utland, og det vil være viktig med en god dialog med kommunene for å legge til rette for transport for turister her.

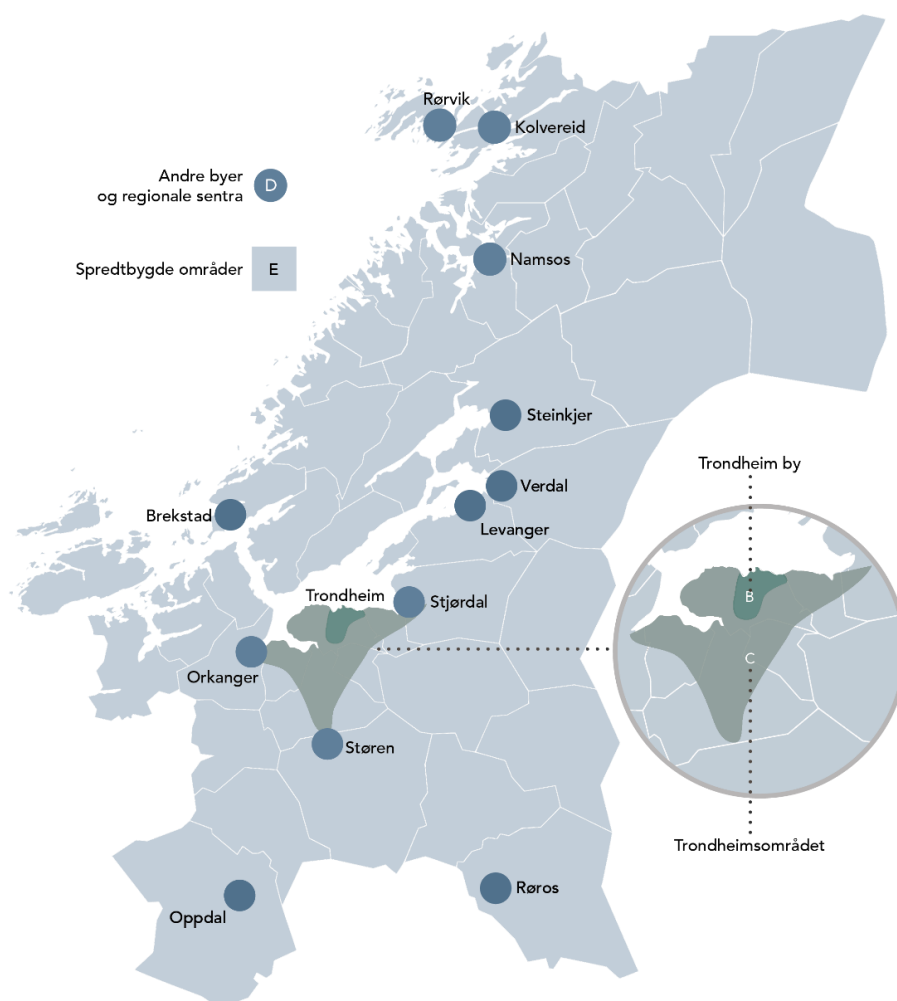
6 PRIORITERING AV KUNDEBEHOV OG AMBISJONER FOR MOBILITETSTILBUDET

Trøndelag består av mange ulike områder med forskjellig demografi og samfunnsutvikling med varierende forutsetninger for persontransport. Det er likevel mulig å se likhetstrekk mellom enkelte geografiske områder. I kapittel 3 beskrives forskjellen på reisebehov både for tid og sted for de ulike kundegruppene. Demografi og geografi har stor betydning for hvilke muligheter man har for å dekke de ulike behovene i de ulike områdene, og setter premisser for om det i det hele tatt er aktuelt å ha kollektivtilbud i området, men også for frekvens og materiell.

For å kunne beskrive de ulike områdene har AtB delt inn Trøndelag i fem områder basert på befolkningstetthet, innbyggernes reisemønster og muligheten til kollektivtilbud innen disse områdene vist i figuren under, og Figur 10 Områder i Trøndelag, illustrert geografisk, som underlag for prioriteringer av kundebehov. Disse områdene er brukt for å kunne finne hvilke reisebehov til ulike kundegrupper som skal prioriteres ved planlegging av kollektivtransport fra 2021. Da kollektivtilbud i Stor-Trondheim dekkes i Framtidig rutestruktur 2019-2029 er ikke dette området tatt med i analysene her for prioritering av kundegrupper i Trøndelag.



Figur 9: Områder i Trøndelag som underlag for prioriteringer av kundebehov.



Figur 10: Områder i Trøndelag, illustrert geografisk, som underlag for prioriteringer av kundebehov.

Bo- og arbeidssstedtettheten, vil framover være størst nær aksene mellom Orkanger/Melhus-Trondheim-Stjørdal-Steinkjer, og det er her den største befolkningsveksten også vil komme. Område B «Trondheim by» og C «Trondheimsområdet» er en del av denne aksene, mens område A «lange reiser», D «Andre byer og regionale sentra» og E «Spredtbygde områder» har deler både innenfor og utenfor aksene. Prioriteringer av kundebehov må derfor differensieres ut fra om de er en del av denne aksene eller ikke.

For å kjenne til de ulike kundegruppene er det hentet informasjon eller gjennomført ulike analyser som danner grunnlag for markedskunnskap knyttet til ulike reisebehov. Trendanalyser og forståelse av fremtidens reisebehov, samt driveranalyse danner noe av grunnlaget for å kunne bygge opp et velfungerende kollektivsystem. Analysene og informasjonsinnhenting viser at enkelte kundegrupper og reisebehov er viktigere å prioritere ved planlegging av et nytt kollektivtilbud. AtB velger å prioritere å legge opp tilbudet først til de kundegruppene som har størst behov for å få dekket reisen sin med kollektivtransport, dvs. de som ikke har mulighet til å reise dit de ønsker selv, for å dekke de viktigste behov i samfunnet.

I utvikling av ambisjonsnivå kobles ulike kundegrupper og reisebehov mot de viktigste faktorene for å utvikle kollektivtilbudet. Demografi, kundegruppe, hvor viktig behovet er å få dekt, hyppighet for reisebehovet, tidspunkt på dagen og realistiske muligheter for å kunne gi et tilbud er blant annet brukt for å sette ambisjonsnivå.

6.1 Formål med mobilitetstilbudet i Trøndelag og prioritering av kundebehov

Formål med mobilitetstilbudet i Trøndelag utenom Stor-Trondheim er definert av AtB basert på Mandat for regionanbud 2021 fra Trøndelag fylkeskommune (nærmere beskrevet i Forslag til strategi Anbud buss Trøndelag region 2021 Hovedrapport):

1. **Bidra til regional bo- og næringsutvikling**
2. **Bidra til å binde Trøndelag sammen**
3. **Bidra til å nå nasjonale og regionale klima- og miljømål**
4. **Bidra til å nå nullvekstmål for personbiltrafikk i Byvekstavgiftens område**
5. **Sørge for en for sikker og trygg kollektivtransport**

Formålene er retningsgivende for hvordan mobilitetstilbudet utvikles for Trøndelag. I tillegg gir de noen føringer for hvilke reisemål og kundegrupper som må ivaretas for å bygge opp under formålene.

For å kunne bygge opp et tilbud som dekker ulike kundebehov er det helt nødvendig med en prioriteringsoversikt. Målet med prioriteringen er å gjøre det tydelig hvilke reisemål som absolutt må dekkes og hvilke som må vurderes i omfang der hvor ikke alle reisebehov kan dekkes med kollektivtrafikk.

6.1.1 Grunnlag for prioritering

Skoleskyss er en lovpålagt oppgave som reguleres av Lov om grunnskolen og den videregående opplæringa, opplæringsloven, av 17. juli 1998 nr. 61 med tilhørende forskrifter.¹⁷ Dette er altså et tilbud som må være tilgjengelig for skoleelever som har krav på dette og må derfor prioriteres over alle andre reisebehov.

Enkelte kundegrupper har liten eller ingen mulighet til å få dekket grunnleggende behov hvis de ikke har et kollektivtilbud, derfor er det viktig å prioritere disse kundegruppene. I Abraham Maslows behovspyramide¹⁸ er de tre nederste behovene i pyramiden såkalte mangelbehov, og det er disse tre behovene AtB har valgt å ta hensyn til her:

- Fysiologiske behov: mat, vann, husly og søvn
- Trygghet: sikkerhet, helse og opplevelse av trygget knyttet til jobb og økonomi
- Sosiale behov: behov for fellesskap, kjærlighet og vennskap

6.1.2 Prioriteringsmetode

Reisebehov prioriteres pr kundegruppe og reisemål beskrevet i kapittel 3.2. Alle behov får en verdi mellom 1 og 4 pr kriterium hvor 1 er høyeste og 4 er laveste prioritet. Endelig prioritet bestemmes av snittet av de 3 kriteriene II-IV (Figur 11) hvert enkelt reisebehov og kundegruppe har fått. Lovpålagt skoleskyss vil alltid ha høyeste prioritet. De behov som kom ut med lavere prioritet enn 4 har blitt fjernet fra tabellen da de ikke lenger ble ansett som reelle behov en kan planlegge å dekke med kollektivtilbud.

¹⁷ <https://www.skoleskyss.no/index.php/om-skoleskyss/retningslinjer>

¹⁸ https://snl.no/Abraham_Maslow

I Lovpålagt	• Skoleskyss • Reisebehovet er lovpålagt og gis alltid prioritet 4
II Grunnleggende behov	• Fysiologiske, trygghets- og sosiale behov (Maslows behovspyramide) • Nederste del av pyramiden får høyeste prioritet • Prioritet 4: Mat/Inntekt - 3: Sikkerhet og helse - 2: Sosiale behov - 1: Annet • Behov som ikke dekkes uten et kollektivtilbud får høyere prioritet
III Prosjektets formål lokalt	• Bidra til regional bo- og næringsutvikling • Kollektivtilbudet tilpasset kundegruppens reisebehov kan bidra til utvikling i kommunen/regionen • Behov som ikke dekkes uten et kollektivtilbud får høyere prioritet
IV Prosjektets formål for hele Trøndelag	• Bidra til å binde Trøndelag sammen • Gir prioritet for de lange reisene på kryss av kommune- og regionsgrenser • Bidra til å nå nullvekstmål for personbiltrafikk i Byvekstavtalens område • Gir prioritet hvis reisen foretas i Bymiljøavtalens område • Gir prioritet hvis et kollektivtilbud bidrar til å nå nullvekstmålet ved å dekke dette reisebehovet

Figur 11: Kriterier for prioritet av reisebehov og kundegrupper

6.1.3 Endelige prioriteringer

For å kunne tilrettelegge for et funksjonelt mobilitetstilbud må tilbudet tilpasses ulike reisebehov best mulig både med tanke på trasé og avgangstidspunkt, for å kunne tilpasse optimalt etter innbyggernes behov og ønsker innenfor de rammene som er tilgjengelige. Tilbudet planlegges på bakgrunn av lokale forhold og behov i hver enkelt kommune og region. Ingen kommuner er lik, noe som betyr at et tilbud som fungerer godt i en kommune ikke vil fungere like godt i en annen, og man må derfor bruke prioriterte kundebehov som en retningsveileder og justere etter demografi, tidligere reisevaner, forbrukertrender og i dialog med hver enkelt kommune.

Når et tilbud er satt opp tilpasset et kundebehov, vil det likevel stå som en del av et helhetlig tilbud til hele befolkningen. Alle kundegrupper som ikke er prioritert vil oppleve å få dekket sine behov via tilbudet som settes opp til andre.

Tabell 4: Prioriterte reisebehov og kundegrupper

Prioritet	Reisebehov og kundegruppe (Kundebehov)
1 Høyeste	• Skoleskyss for barn og unge • Studie og arbeidsreiser, dagpendling for student og voksen (Trondheimsområdet og byer) • Studie- og arbeidsreiser, ukependling for student og voksen (lange reiser)
2 Høy	• Studie- og arbeidsreiser lokalt for student og voksen (byer) • Handel og offentlig helse- og tjenestetilbud for innb. m/red mulighet for mobilitet • Handel for unge lørdag
3 Middels/ høy	• Fritidsaktiviteter unge, voksne og voksne med barn • Handel for voksne • Studie- og arbeidsreiser lokalt for student og voksen (spredtbebygde områder) • Reiseliv/turisme/arrangement
4 Lav	• Offentlig service- og tjenestetilbud for voksne og voksne med barn • Helseforetak for unge, voksne og voksne med barn • Kultur for alle kundegrupper

I møter og dialog med kommuner i Trøndelag, blant annet gjennom regionråd, har AtB fått innspill på kundebehov i hver enkelt kommune. De enkleste reisebehovene å dekke er der hvor det reiser flest innenfor et gitt tidsrom som skole og arbeid. Det samme gjelder tilbud for å dekke handel og servicetilbud for innbyggere med redusert mulighet for mobilitet, som er mer fleksibelt med hensyn til tidspunkt. Noen reisebehov som har blitt nevnt av flere kommuner som ikke har nådd opp som høyeste prioritet er reise til fritidstilbud for unge og reiseliv/turisme.

Å dekke behovet for unge for å komme seg til fritidsaktiviteter vil være krevende og kostbart, da ulike fritidsaktiviteter gjerne starter til forskjellige tidspunkt hele ettermiddagen, arrangeres på ulike steder i kommunen, og det varierer fra år til år hvem som skal hvor.

I delrapport 5 beskrives enkelte innovasjonsløp med noen mulige løsninger for å dekke de viktigste, men mest krevende behov som ikke er mulig å dekke tilstrekkelig med et ordinært kollektivtilbud. Her kan det være mulig å jobbe med både reiser til fritidsaktivitet for unge, og reiser i forbindelse med turisme og reiseliv.

6.2 Ambisjonsnivå

De ulike prioriteringene danner grunnlag for ambisjonsnivået på de tre ulike alternativene som utarbeides. Alle alternativer vil befinne seg et sted mellom minimum- og maksimumsambisjonene, og ingen av dem vil nok treffe på noen av ambisjonsnivåene, da dette er generelle ambisjoner og lokale tilpasninger er nødvendig.

6.2.1 Ambisjon minimumstilbud

Ambisjoner for et minimumstilbud:

Retur av skoleskyss	En retur hver dag for barn og unge
Studie- og arbeidsreiser	Lange reiser: fredag og søndag Trondheimsområdet og byer: morgen, middag og kveld
Handel, helse og offentlig service- og tjenestetilbud	Reise t/r en gang i uka, korresponderende reise til sykehus for innb. m/red mulighet for mobilitet
Handel	Reise t/r nærmeste regionale senter fra kommunesenter en gang i uka for unge

Ambisjonen for et minimumstilbud anser AtB som det absolutt laveste tilbud innbyggerne i Trøndelag kan ha. Bli tilbudet lavere enn dette vil det gå ut over lovpålagt transport, mulighet for reise til helseforetak vil ikke bli ivaretatt, nasjonale miljøkrav vil ikke bli oppfylt, og man vil ikke lenger kunne opprettholde bosetting i store deler av Trøndelag. Reiseliv og turisme er ikke inkludert i et minimumstilbud så det vil også ha innvirkning på lokalt næringsliv.

6.2.2 Ambisjon maksimumstilbud

Ambisjoner for et maksimumstilbud:

Retur av skoleskyss, fritidsaktivitet og kultur	Tilpasset lokalt tilbud som gir barn og unge mulighet til å delta på kommunens fritids- og kulturtilbud
Studie- og arbeidsreiser	Lange reiser: Daglige reiser morgen og middag i høytrafikkerte pendlerområder Trondheimsområdet og byer: t/r morgen, middag og kveld, utvidet tilbud og høyere frekvens Spredtbygde områder: t/r morgen og middag
Helse og offentlig service- og tjenestetilbud	t/r 1 gang pr. uke for unge og voksne 3 reiser pr. uke t/r for innb. m/red mulighet for mobilitet
Handel	t/r 3 gang pr. uke formiddag for innb. m/red mulighet for mobilitet t/r 3 gang pr. uke til kommunesenter, og i Trondheimsområdet også til Trondheim på lørdag for unge og voksne
Reiseliv/turisme/arrangement	Tilpasset reise etter behov, formål, sesong og geografi

Ambisjoner for et maksimumstilbud må ligge på et nivå som er høyt nok til at man har noe å strekke seg etter. Det må være det beste tilbudet en kan gi basert på behov men samtidig være realistisk å gjennomføre. Et mulig maksimumstilbud skal ikke være et tilbud som er satt opp uten at det brukes, det må finnes behov og et kundegrunnlag, men alle kundebehov vil ideelt sett dekkes.

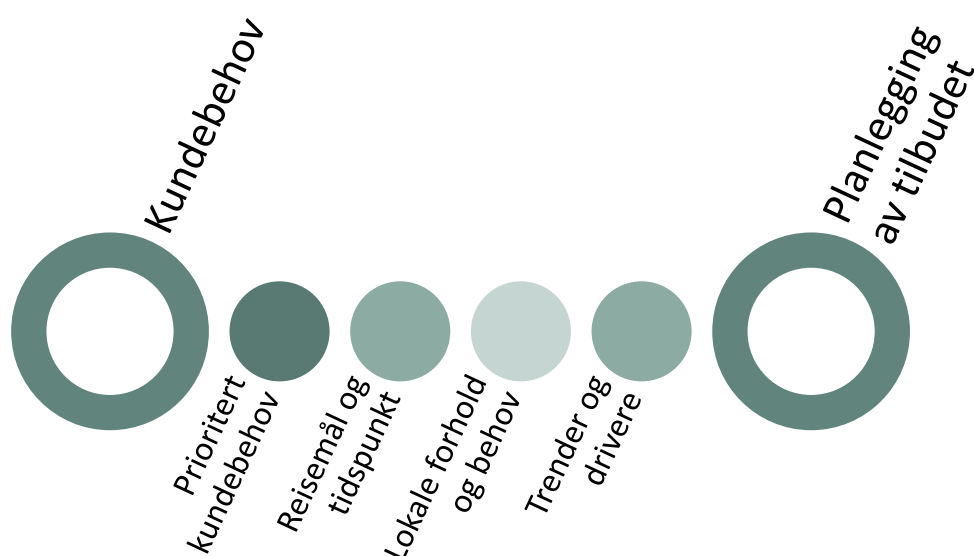
6.3 Fra kundebehov til mobilitetstilbud

Målet med behovsanalysene som er gjennomført er å få et godt tilrettelagt og kundetilpasset mobilitetstilbud i region. Prioriteringer og ambisjoner brukes for å sette mål for de ulike områdene i Trøndelag ved utviklingen av 3 alternative løsninger med ulik tilskuddsramme. Det legges opp til et tilbud tilpasset prioriterte kundegrupper og behov hvor en ved lavest tilskuddsramme tilpasser tilbudet etter de høyest prioriterte kundebehov. Ved økt tilskudd gir det mulighet til å prioritere flere kundegrupper og reisebehov. Figuren nedenfor viser hvordan prioriteringer kan henge sammen med utvikling av tilbud for tre alternative tilskuddsnivå.

Prioritet	Reisemål og kundegruppe
Høyeste prioritet	Skoleskyss for barn og unge
	Studie og arbeidsreiser, dagpendling for student og voksen (Trondheimsområdet og byer)
	Studie- og arbeidsreiser, ukependling for student og voksen (lange reiser)
Høy prioritet	Studie- og arbeidsreiser lokalt for student og voksen (Byer)
	Handel og offentlig helse- og tjenestetilbud for innb. m/red. mulighet for mobilitet
	Handel for unge lørdag
Middels høy prioritet	Studie- og arbeidsreiser lokalt for student og voksen (Spredtbygde områder)
	Reiseliv/turisme/arrangement
	Handel for voksne
	Fritidsaktiviteter unge, voksne og voksne med barn
Lav prioritet	Offentlig service- og tjenestetilbud for voksne og voksne med barn
	Helseforetak for unge, voksne og voksne med barn
	Kultur for alle kundegrupper
	Fremtid Tilpasning Minimum

Figur 12 Sammenhengen mellom prioriterte kundebehov og utvikling av tre alternative mobilitetstilbud.

Tilbudet planlegges ved å se på hvilken prioritet som er høyest og hittil i planleggingen ikke dekket. Videre må en se på hvor og til hvilket tidspunkt kundegruppen trenger tilbudet, og deretter tilpasse tilbudet etter lokale forhold og behov i hver enkelt kommune og region.



Figur 13 Tilbudet planlegges med utgangspunkt i et prioritert kundebehov