



**Åben dagsorden
til mødet i
Bestyrelsen for Midttrafik
14. marts 2025 kl. 09:00**

**Gl. Skovridergaard
Marienlundsvej 36
8600 Silkeborg**

Indholdsfortegnelse

Pkt. Tekst	Side
BESLUTNINGSPUNKTER	
1 Beslutning: Tidsplan for Midttrafiks budget 2026	3
ORIENTERINGSPUNKTER	
2 Orientering: Midttrafik går ind på B2B-markedet	4
3 Orientering: Midttrafiks nøgletal 2024	7
4 Orientering: Køreplanhøring K25	9
5 Orientering: Midttrafiks passagertælling 2024	12
6 Orientering: Evaluering af kampagneindsatser i 2024.....	15
7 Orientering: Kundeundersøgelse i flextrafik 2024.....	22
8 Orientering: Afvikling af jule- og nytårskørsel i flextrafik 2024	25
9 Orientering: Resultat af Midttrafiks 68. udbud – Horsens, Lemvig og Favrskovs skoleruter	27
10 Orientering: Resultat af Midttrafiks 70. udbud – Skive lokalruter.....	29
11 Orientering: Siden sidst	31
12 Eventuelt	35

1 Beslutning: Tidsplan for Midttrafiks budget 2026

BESLUTNING

Direktøren indstiller,

at den foreslåede tidsplan for Midttrafiks budget for 2026 godkendes.

Resumé

Administrationen fremlægger forslag til tidsplan for udarbejdelse af budget 2026

Sagsfremstilling

Administrationen har lavet nedenstående forslag til tidsplan for udarbejdelse af budgettet for 2026. Tidsplanen for udarbejdelse af Midttrafiks budget for 2026 følger samme procedure som tidsplanen for budget 2025.

Forudsætningsbudget fremlægges for bestyrelsen på mødet 16. maj 2025.

1. behandling af budgettet udsendes til bestillerne først i en kombineret administrativ og politisk høring med høringsfrist ultimo oktober.

Herefter udarbejdes 2. behandling af budgettet, som efterfølgende vil blive endeligt behandlet og vedtaget af Midttrafiks bestyrelse medio december.

Det bemærkes, at budgetmaterialet til juni-mødet består af 3 bilag: Hovednotat (bilag 1) med generelle beskrivelser af forudsætninger og ændringer ift. tidligere budgetter, byrdefordelingsoversigter (bilag 2) samt et bestillerspecifikt materiale (bilag 3). I forbindelse med 2. behandling af budget vil de indkomne høringssvar blive vedlagt som bilag.

Tidsplanen for udarbejdelse af det endelige budget for 2026 er vist nedenfor:

- 16. maj 2025: Forudsætningsbudget fremlægges.
- 20. juni 2025: 1. behandling af budget 2026. Det foreløbige budgetforslag for 2026 drøftes på bestyrelsesmødet.
- 20. juni 2025: Det foreløbige budget udsendes til politisk høring ved bestillerne. Deadline for politiske høringssvar er 31. oktober 2025.
- 12. december 2025: 2. behandling af budget 2026. Bestyrelsen behandler det endelige budget for Midttrafik.

2 Orientering: Midttrafik går ind på B2B-markedet

ORIENTERING

Direktøren indstiller,

at bestyrelsen tager orienteringen til efterretning.

Resumé

Den kollektive trafik i Danmark har fortrinsvist haft fokus på at markedsføre og sælge kollektiv trafik til slutbrugere. Midttrafik kan med fordel styrke sit fokus mod B2B-markedet - med direkte samarbejde og salg til virksomheder, virksomheders medarbejdere og gæster.

Markedsføring direkte til erhvervslivet giver mulighed for at vækste på nye områder og på sigt at styrke markedspositionen.

Administrationen giver en status på planlagte og allerede iværksatte initiativer over for erhvervsmarkedet.

Sagsfremstilling

Midttrafik har allerede god erfaring i at samarbejde med virksomheder og kommuner om mersalg fx i forbindelse med arrangementskørsel, hvor Midttrafik indgår aftaler med arrangører eller kommuner om ekstrakørsel.

B2B-markedet rummer potentiale for mersalg, og salgsmængderne er ofte større end på slutbrugermarkedet. Man skal selvfølgelig have for øje, at investeringen i B2B-markedet er langsigtet, fordi beslutningsprocessen som regel er længere - i modsætning til B2C-køb som er impulsive og hurtige.

Der er en lang række fordele for virksomheder i at indgå samarbejde om god kollektiv trafik. Virksomhedens ansatte kan nemt komme til og fra arbejdspladsen, virksomhederne kan nemmere tiltrække arbejdskraft, og kollektiv trafik kan være med til at styrke virksomhedernes grønne profiler. I de større byer kan kollektiv trafik ligeledes være med til at minimere virksomhedernes omkostninger til dyre parkeringspladser.

Midttrafik har planlagt og igangsat følgende indsats under en ny B2B-strategi, ud fra den viden vi har nu om erhvervslivets præferencer for samarbejde:

Arrangementskørsel tiltrækker (nye) kunder

Kørsel til arrangementer er et af Midttrafiks indsatsområder i kampen om at få flere kunder til at rejse med den kollektive trafik. Bus, tog og letbane har klare fordele i forhold til privatbilismen, når mange mennesker skal det samme sted hen, ikke mindst når der også bliver indtaget alkohol. Arrangørerne kan minimere trængsel og kamp om parkeringspladser.

Midttrafik har allerede indgået en del aftaler med kommuner og organisationer om arrangementskørsel. Nogle aftaler rummer hele pakken med dubleringskørsel/ekstra busser, billetsamarbejde og markedsføring, det er fx Smukfest og Grøn Koncert, NorthSide, Skive Festival og ABC Beach Party.

Nogle aftaler rummer alene ekstra busser fx Boxen, AGF og Tivoli Friheden.

Og endelig er nogle aftaler med rene billetsamarbejder fx Lemvigbanens Familiebillet, Djurs Sommerland og konferencer.

Administrationen vurderer, at der er potentiale for mersalg ved at indgå yderligere samarbejder om arrangementskørsel.

Midttrafik er i gang med en omfattende professionalisering af fx hjemmeside, prismo-deller mv., så det bliver nemmere for arrangører og kommuner at tage stilling til muligheden for at give borgerne god kollektiv trafik til deres arrangementer.

Mulighed for tredjepartssalg

Medierne har løbende omtalt situationer, hvor turister har svært ved at billettere i busser og letbaner, i transportmidler hvor der ikke kan betales med betalingskort eller kontanter. Midttrafik kan med fordel skabe bedre muligheder for, at hoteller, campingpladser, konferencecentre etc. kan styrke transporttilbuddet over for deres gæster. I de kommende år vil Midttrafik forsøge at indgå aftaler med virksomheder, som vil stå for salg af dagsbilletter til deres gæster.

Offentligt privat samarbejde

Samarbejdet mellem det offentlige og private kan skabe forbedret mobilitet, eksempler på dette ses i Movia, hvor medicinalvirksomheden Bavarian Nordic har valgt at finansiere en ny busrute mellem Humlebæk Station og deres produktionssted i Kvistgård. Og i Nordjylland har Fårup Sommerland tilkøbt en ekspresbus mellem Aalborg og sommerlandet for at give gæsterne de bedste muligheder for at besøge dem. Midttrafik har deltaget i forsøg med opp-samarbejder, men det har ikke ført til blivende samarbejder.

Midttrafiks mobile Kundeservice

Bestyrelsen har tidligere besluttet, at Midttrafiks mobile Kundeservice skal besøge forskellige byer i regionen, så flest mulige borgere kan få råd og vejledning om den kollektive trafik. Det mobile Kundeservice deltager også ved events fx på universiteter, ved produktlanceringer mv. I evalueringen af det mobile Kundeservice vil administrationen vurdere hvilke indsatser, der giver mest værdi for pengene og størst effekt for borgerne.

Forsøg med bruttoerhvervskortet

Som del af MOVE-projektet har bestyrelsen i september 2024 besluttet, at Midttrafik gennemfører et forsøg med bruttoerhvervskort, hvor virksomheder kan tilbyde deres ansatte et særligt medarbejderpendlerkort. Vilklårene for bruttoerhvervskortet vil være attraktive for medarbejderne, som køber kortet skattefrit via en bruttolønsordning og sparer op imod 60 % ift. køb af et almindeligt pendlerkort. Dette sker dog på bekostning af, at medarbejderne ikke kan modtage befordringsfradrag og en lang bindingsperiode på ét år.

Forsøget vil have en prøveperiode på ét år, og formålet vil være at få afdækket

virksomhedernes interesse for den grønne pendlerløsning. Indtil videre har én virksomhed sagt ja til samarbejdet.

Hvis forsøget er en succes, vil bruttoerhvervskortet blive en fast del af Midttrafiks produktsortiment og kan bruges i samarbejdet med virksomheder.

Samarbejde med virksomheder

Midttrafik skal investere i at opsøge virksomheder, som har lyst og mulighed for at indgå i et samarbejde om at få flere medarbejdere til at bruge kollektiv trafik. I søgelyset er virksomheder, som vil profilere sig miljømæssigt, virksomheder som har problemer med mangel på areal til parkeringspladser, virksomheder som har god kollektiv trafik, men hvor medarbejderne ikke bruger muligheden osv.

I samarbejdet med virksomhederne kommer en lang række virkemidler i spil: Tydeliggørelse af mulighederne for kollektiv trafik (fx opsætning af køreplaner eller oplæg), samarbejde om erhvervskort, køb af mere kollektiv trafik målrettet virksomheden og til udarbejdelse af deciderede transportplaner.

Midttrafik taler pt. med fire konkrete virksomheder om et samarbejde.

3 Orientering: Midttrafiks nøgletal 2024

ORIENTERING

Direktøren indstiller,

at bestyrelsen tager orienteringen til efterretning.

Resumé

Administrationen fremlægger Midttrafiks nøgletal for 2024

Sagsfremstilling

Hver måned udarbejdes i Midttrafik en nøgletalsrapport til internt brug og målopfølgning.

I vedlagte bilag er nøgletallene for 2024, hvor udvalgte vil blive fremlagt på bestyrelsesmødet.

De samlede indtægter for bus, tog og letbane er med 828 mio. kr. i 2024 gået 1 % over budget. Årsagen skyldes hovedsageligt flere passagerer på især letbanen.

Det fysiske billet salg er faldet fra 41,8 mio. kr. i 2023 til 32 mio. kr. i 2024, svarende til en nedgang på 23 %. Hovedårsagen skal findes i nedlukning af billetautomaterne i bybusserne i Aarhus.

Kundehenvendelser ligger på niveau med sidste år. Klager over chaufførens kørsel/adfærd, forsinkelser samt generelt information er nogle af de store gengangere i henvendelserne.

Rejsegarantisager er faldet med 12 % i forhold til sidste år. Hovedårsagen skal findes i bedre vejrforhold og dermed færre dage med forsinkelser og udgående ture grundet vejret.

Udgåede ture er steget med 54 % siden sidste år. Hovedårsagen skal findes i snestormen januar 2024 samt AarBus' udfordringer med elbusser, som ikke kører så langt som forventet og kræver mere service end ventet.

Mandskabsmangel er endnu en stor udfordring for især de regionale selskaber. Nye kontrakter, hvor der køres morgen og aften, og chaufføren dermed forventes at holde fri midt på dagen, har gjort, at mange søger arbejde andre steder.

Som led i den grønne omstilling øges andelen af emissionsfrie busser øges gradvist. Målet er, at ca. 50% af busserne er emissionsfrie el- eller brintbusser i 2025. Og i 2030 skal hele busflåden være CO2-neutral.

Bilag

- 3.a Bilag 1 – Nøgletal i Midttrafik 2024

4 Orientering: Køreplanhøring K25

ORIENTERING

Direktøren indstiller,

at bestyrelsen tager orienteringen til efterretning

Resumé

Midttrafiks udkast til nye køreplaner, gældende fra 29. juni 2025, har været i offentlig høring i januar måned 2025. Den offentlige høring markerer en afsluttende fase på køreplanlægningen, hvor høringen giver borgere mulighed for at komme med bemærkninger til væsentlige ændringer i udkastet til nye køreplaner. Alle henvendelser i høringen sagsbehandles af Midttrafik og indgår videre i kommuners og regionens endelige beslutningsproces.

Administrationen orienterer om resultatet af høringen for de væsentligste ændringer til køreplansskiftet 2025 (K25)

Sagsfremstilling

Høringen i januar måned omhandler de væsentlige ændringer, der er foreslået i køreplanerne til kommende køreplansskifte. Høringen er en del af en større planlægningsproces, hvor Midttrafik i første omgang udarbejder forslag til nye køreplaner ud fra dels kommuner og regionens ønsker og behov og dels ud fra ønsker og behov fra bus-selskaber og chauffører samt de kundefremstillinger og erfaringer, vi i øvrigt har samlet op i løbet af køreplanåret.

Når forslag til væsentlige køreplanændringer sendes i offentlig høring hos borgere, er det for at give kunderne mulighed for både at se og komme med deres bemærkninger og synspunkter til nye køreplaner. Kunder skal kunne forholde sig til de konsekvenser, ændringer måtte have for dem og deres daglige rejser. Overordnet set anvendes høringssvar til to formål. Dels skal kundernes bemærkninger indgå videre i bestillerens politiske behandling, så de kan træffe den endelige beslutning på et fuldt oplyst grundlag. Dels skal Midttrafik bruge dem til at fange mindre uhensigtsmæssigheder, fx mistede korrespondancer, eller at vi kommer for sent til en ringetid, altså forhold og bindinger, som vi ikke umiddelbart har kendskab til eller har været opmærksomme på. Alle henvendelser vurderes og indgår i den videre proces med udarbejdelsen af de endelige køreplaner.

Midttrafik inddrager bestillerne ifm. høringen. Inden høringen vil vi typisk inddrage berørte kommuner, hvis væsentlige ændringer i regionale ruter vurderes at påvirke betjeningen i kommunen, så kommunen kan indarbejde evt. kompenserende betjening. Når høringssvarene er modtaget, laver Midttrafik en "høringsbehandling" for hver rute med væsentlige ændringer, som indeholder en opsummering af indholdet i de modtagne høringssvar, altså typisk opdelt i "emner" og antal høringssvar der omhandler dette emne. Midttrafik sagsbehandler de enkelte emner i høringssvarene, fx om vi kan foreslå ændringer. Derefter går vi i dialog med bestillerne, som vurderer, om de

ønsker at gå videre med ændringerne, herunder om de skal behandles politisk. Det kan også ske, at hørings svar på ændringer på regionale ruter har et lokalt præg, så hørings svarene også drøftes med den relevante kommune.

Køreplanhøringen 2025

Den offentlige køreplanhøring er foregået i perioden 6.-19. januar 2025. Der er i alt indkommet 407 hørings svar på ændringer med følgende fordeling i kommuner og region:

	Antal hørings svar	%-andel
Viborg	16	4 %
Silkeborg	29	7 %
Randers	39	10 %
Ikast Brande	5	1 %
Horsens	10	2 %
Herning	7	2 %
Skanderborg	15	4 %
Odder	29	7 %
Aarhus	28	7 %
Skive	1	0 %
Syddjurs	6	1 %
Norddjurs	2	0 %
Regionen	220	54 %

Antallet af modtagne hørings svar i dette års offentlige høring er meget lavere end de seneste år. Dette skyldes, at der i år ikke har været krav om betydelige reduktioner i serviceniveauet fra kommuner og region.

Administrationen har derfor kunnet fokusere på muligheder for at forbedre betjeningen af uddannelsessteder i regionen. I den forbindelse har Midttrafik været i en tættere dialog med elever på en lang række uddannelsessteder i regionen. Formålet har været at undersøge mulighederne for mindre justeringer af de eksisterende køreplaner for at lette deres daglige rejser.

De største reaktioner på ændringer i høring

Langt den overvejende andel af ændringerne omhandler mindre tilpasninger i køreplanerne med henblik på bedre tilpasning til bl.a. uddannelsessteder. Særligt Aarhus Kommune har valgt at forbedre betjeningen på A-buslinje 3A og 4A, hvor frekvensen er øget morgen- og eftermiddag, så der er henholdsvis 8 busafgange i timen og 10 busafgange i timen.

På enkelte regionalruter er der også indarbejdet forslag til forbedret betjeningsomfang. Det gælder særligt regionalrute 124 (Ringkøbing-Herning-Silkeborg-Aarhus), hvor betjeningsomfanget i korridoren mellem Silkeborg og Aarhus er løftet for at sikre mere kapacitet til et stort antal kunder, der rejser på strækningen.

Ca. 54 % af alle indkomne hørings svar vedrører ændringer på regionale ruter. En stor andel af hørings svarene indkommet på regionale ruter vedrører ændrings forslag til regional rute 62 (ca. 35%).

Rute 62 mellem Randers og Viborg blev i 2022 sammenlagt med den tidligere X-bus-rute 928X til et enstrengt rute forløb. Midttrafik har efter to års forløb evalueret benyttelsen, som giver anledning til et nyt køreplan forslag, som indeholder flere mere direkte afgang og generelt kortere rejsetid på strækningen.

Rute forløbets udretning forbedrer rejsen mellem Viborg, Ørum, Hammershøj og Randers. Den nye køreplan tilbyder flere afgang på hverdage med bedre rejsetider og frekvens om morgenen og eftermiddagen samt forbedret aftenbetjening. Til gengæld reduceres betjeningen af Sønderbæk og AU Viborg i Foulum til/fra Randers.

Ændrings forslaget til betjeningen på rute 62 mellem Randers og Viborg har givet anledning til i alt 76 hørings svar. En betydelig del af disse svar omhandler primært den reducerede betjening af Sønderbæk.

Betjeningen af Sønderbæk er reduceret på afgang med lav benyttelse, og afgang med højst benyttelse er fastholdt. Det betyder, at afgang om morgenen mod Randers og eftermiddags afgang fra Randers er fastholdt.

En stor del af hørings svarene (ca. 55) udtrykker generelt utilfredshed med den reducerede betjening, som giver begrænset mulighed for at rejse til/fra Sønderbæk, hvor bl.a. Fussingø-Egnens Friskole, Børnehaven og Vuggestue får begrænset deres mulighed for udflugter til Randers.

Som alternativ til busbetjening mellem Sønderbæk og Randers er der mulighed for at benytte flexitur, hvor en rejse til/fra knudepunkt kan ske til 3 kr. pr. km. Som supplement er Midttrafik i dialog med Vejdirektoratet omkring etablering af stoppesteder på Viborgvej ved Sønderbæk.

Den videre proces

På nuværende tidspunkt er Midttrafiks sagsbehandling leveret til alle relevante kommuner og region, og indgår nu i deres videre behandling frem mod en endelig bestilling af køreplan ændringer senest medio marts.

Herefter vil Midttrafik udarbejde de endelige køreplaner, som skal leveres til busselskaberne senest ved udgangen af marts 2025.

5 Orientering: Midttrafiks passagertælling 2024

ORIENTERING

Direktøren indstiller,

at bestyrelsen tager orienteringen til efterretning.

Resumé

Midttrafik har opgjort passagertal for rutekørsel i 2024. Her er en orientering om baggrunden for årstællingen, og et overblik over hvilke tendenser, der er værd at lægge mærke til. Tællingen viser, at det samlede passagertal er på niveau med 2023 på trods af besparelser fra flere bestillere i løbet af perioden.

Sagsfremstilling

Midttrafik har opgjort passagertal for rutekørsel i 2024. Midttrafik har måleudstyr i 99 % af busserne og har siden efteråret 2023 haft måleudstyr i alle letbanetog. Vi kan derfor gøre brug af færre estimater og i stedet basere årstællingen på faktiske tællinger.

I alt havde Midttrafik ca. 55,6 mio. passagerer i 2024, hvilket er ca. det samme som året før. Væksten er størst på letbane og tog, med hhv. 10 % og 9 % flere passagerer sammenlignet med 2023.

Passagerer	År		Udvikling
	2023	2024	
Trafikart			
Bus	14.912.679	14.803.590	-1%
Bybus	34.273.113	33.783.132	-1%
Natbus	228.322	241.234	6%
Bus i alt	49.414.114	48.827.956	-1%
Letbane	5.762.093	6.351.187	10%
Tog	409.433	445.023	9%
Total	55.585.640	55.624.166	0%

At passagertallet fastholdes på 2023-niveau skal ses i lyset af besparelser i mange kommuner og regionen, der blev gennemført i sommeren 2023 og sommeren 2024. For hele Midttrafiks område var der således 4 % færre køreplantimer i 2024 sammenholdt med 2023. At der trods besparelser ikke er sket en nedgang i passagertallet, er meget positivt.

Passagerudvikling i kommunerne og regionen

Passagerudviklingen pr. bestiller viser, at der særligt er passagerfremgang i Struer Kommune (43 %), Favrskov Kommune (11 %), Aarhus Letbane (10 %) og Midtjyske Jernbaner (9 %).

Bemærk, at bybusser og lokalruter blev gjort gratis i Struer Kommune fra sommeren 2023, hvilket vurderes at være den væsentligste årsag til passagerstigningen her. Favrskov Kommune overtog i sommeren 2023 en rute fra Region Midtjylland, hvilket vurderes at være årsagen til væksten her.

Nedgangen er størst hos Holstebro Kommune (-30 %), Viborg Kommune (-12 %) og Skive Kommune (-10 %), alle som følge af besparelser til køreplansskiftet i sommeren 2023 og sommeren 2024.

Passagerer	År		Udvikling i %
	2023*	2024	
Bestiller	2023*	2024	2023-2024
Favrskov	132.872	147.805	11%
Hedensted	160.215	151.801	-5%
Herning	945.077	878.736	-7%
Holstebro	373.238	260.927	-30%
Horsens	1.621.120	1.570.976	-3%
Ikast-Brande	175.731	166.238	-5%
Norddjurs	70.529	64.095	-9%
Odder	130.100	122.284	-6%
Randers	2.881.895	2.794.683	-3%
Ringkøbing-Skjern	297.443	296.560	0%
Silkeborg	1.592.832	1.460.561	-8%
Skanderborg	425.808	426.049	0%
Skive	413.448	372.631	-10%
Struer	77.621	111.019	43%
Syddjurs	196.216	183.927	-6%
Viborg	939.840	823.485	-12%
Aarhus	27.217.119	27.258.387	0%
Region Midtjylland	11.339.062	11.312.540	0%
Aarhus Letbane	5.762.093	6.351.187	10%
Midtjyske Jernbaner	409.433	445.023	9%
Region Syddanmark	247.992	248.652	0%
Region Nordjylland	175.954	176.597	0%
Total	55.585.640	55.624.166	0%

Tabel: Passagerer per bestiller i hhv. 2023 og 2024. Passagerer på ruter med flere bestillere er fordelt efter finansierungsandel.

Passagerer per køreplantime

I lyset af de besparelser, flere ejere har gennemført, er det relevant at holde passagertallene op mod kørselsomfanget for den enkelte bestiller. Det giver et mål for om kørslen er blevet mere eller mindre effektiv som følge af besparelserne.

Samlet set har Midttrafiks ruter i gennemsnit 34 påstigere per køreplantime i 2024. Det er en stigning på 4 % fra 2023 til 2024, mens det ligger på niveau med 2019.

Særligt Favrskov Kommune, Struer Kommune, Letbanen og Midtjyske Jernbaner har haft fremgang i passagerer per time fra 2023 til 2024.

Det er også værd at bemærke, at Region Midtjyllands ruter har bevaret antallet af passagerer til trods for nedgang i køreplantimer, hvilket giver en stigning på 5 % i effektiviteten.

Køreplantimer				Passagerer per køreplantime			
Bestiller	2023	2024	2023-2024	Bestiller	2023	2024	2023-2024
Favrskov	10.709	10.278	-4%	Favrskov	12	14	16%
Hedensted	9.872	9.930	1%	Hedensted	16	15	-6%
Herning	44.486	42.423	-5%	Herning	21	21	-2%
Holstebro	24.987	16.605	-34%	Holstebro	15	16	5%
Horsens	70.637	63.638	-10%	Horsens	23	25	8%
Ikast-Brande	11.541	11.144	-3%	Ikast-Brande	15	15	-2%
Norddjurs	10.804	10.212	-5%	Norddjurs	7	6	-4%
Odder	9.617	9.733	1%	Odder	14	13	-7%
Randers	108.003	103.816	-4%	Randers	27	27	1%
Ringkøbing-Skjern	20.908	20.881	0%	Ringkøbing-Skjern	14	14	0%
Silkeborg	68.048	62.381	-8%	Silkeborg	23	23	0%
Skanderborg	17.317	17.082	-1%	Skanderborg	25	25	1%
Skive	39.396	37.130	-6%	Skive	10	10	-4%
Struer	7.524	7.177	-5%	Struer	10	15	50%
Syddjurs	19.387	18.536	-4%	Syddjurs	10	10	-2%
Viborg	71.577	62.424	-13%	Viborg	13	13	0%
Aarhus	538.981	536.721	0%	Aarhus	50	51	1%
Region Midtjylland	533.081	504.920	-5%	Region Midtjylland	21	22	5%
Letbanen	77.835	79.293	2%	Letbanen	74	80	8%
Midtjyske Jernbaner	16.009	16.136	1%	Midtjyske Jernbaner	26	28	8%
Total	1.710.719	1.640.462	-4%	Total	32	34	4%

Tabellerne viser udviklingen i hhv. antal køreplantimer og antallet af passagerer pr. køreplantime.

6 Orientering: Evaluering af kampagneindsatser i 2024

ORIENTERING

Direktøren indstiller,

at bestyrelsen tager orienteringen til efterretning.

Resumé

Midttrafik gennemfører hvert år en række markedsføringskampagner. Administrationen giver et indblik i et udvalg af de branding-, produkt- og informationskampagner, vi har gennemført i 2024 med beskrivelse af formålet og de vigtigste resultater.

Sagsfremstilling

De gennemførte kampagner spiller tæt sammen med de indsatser og fokusområder, der er i organisationen, og resultaterne afhænger derfor af mange faktorer både internt og eksternt – og ikke af kampagnerne alene.

Mange af kampagnerne følger et årshjul, som også indeholder aktuelle informationsindsatser om fx priser, høring, nye køreplaner, vis hensyn, turistinformation osv. Herudover hjælper vi kommunerne med lokale initiativer, fx information om nye trafikplaner, lokale arrangementer, events for nye elbusser mv.

Se visuelt overblik over kampagnerne i bilaget.

Vis hensyn-kampagne

Kampagneperiode uge 5 – 8. Vi kører hvert år en kampagne med hængeskilte og plakater i busserne samt opslag på Facebook om, hvordan man kan vise hensyn til hinanden, når man kører med bus. Både kunder og chauffører efterlyser kampagnen hvert år og kommer med input til budskaberne.

Formål:

- At komme kunderne i møde ift. de udfordringer, de oplever i busserne i dagligdagen
- At komme chaufførerne i møde ift. de udfordringer, de oplever med og blandt kunderne i dagligdagen

Resultater:

- Fokus på problemstillinger i busserne, fx høj lyd, skrald mm.
- Bidrager til mere tilfredse kunder
- Bidrager til mere tilfredse chauffører

Pensionistkampagne

Kampagneperiode: uge 10 – 14. Kampagnen kører lokalt i de enkelte kommuner i Midttrafiks område, fordi prisen på pensionistkort er forskellig alt efter, hvilken

kommune man bor i. Vi fremhæver både pensionistkort og andre billettyper med pensionistrabat, så kunden kan vælge den billet, der passer bedst til deres rejsebehov.

Formål:

- At udbrede kendskabet til pensionistkortet og andre billetmuligheder med pensionistrabat
- Øge salget af pensionistkort og andre billettyper til pensionister
- Få flere pensionister til at bruge bus og letbane

Resultater:

- I kampagneperioden 2024 er der solgt 3.484 pensionistkort. I den tilsvarende kampagneperiode i 2023 blev der solgt 3.371 pensionistkort.
- Kampagnens effekt på salg og brug af Rejsekort og klippekort i Midttrafik app er ikke opgjort særligt for målgruppen.

Brandingkampagne – Få mere ud af turen

Kampagneperiode uge 10 - 43. Brandingkampagnen 'Få mere ud af turen' kørte første gang i efteråret 2022 og efterfølgende i 2023 og 2024. Brandingkampagnen var oprindeligt en del af indsatsen om at vinde kunderne tilbage efter corona, og kampagnen har udviklet sig til en stærk og effektiv branding af Midttrafik. Kampagnen bygger på kundeundersøgelser og indsigter om kundernes holdninger til og fordomme om den kollektive trafik og rummer både busser, letbane og flextur.

Formål:

Kampagnen er skabt med et langsigtet fokus og har til formål

- At fastholde eksisterende kunder
- At tiltrække nye kunder
- At få lejlighedsvis kunder til at rejse mere

Resultater:

Kampagnen har i hele perioden vist gode resultater, men i 2024 ændrede vi til en 'always-on' tilgang, så kampagnen var synlig på SoMe non stop fra marts til oktober. Det har givet kampagnen et ekstra performanceløft i den samlede klikrate og har opnået markant flere eksponeringer i målgruppen på tværs af medierne.

- 43.305.739 gange blev vores indhold vist på tværs af alle platforme
- 295.560 gange har nogen klikket på annoncerne
- Kampagnen har præsteret bedre på alle parametre i 2024 sammenlignet med 2023, hvilket viser, at kampagnen stadig er effektiv og relevant for kunderne.
- Fra eftermålingen i 2023 kan vi se, at kampagnen har en høj liking på 78 % og opfattes som værende både troværdig, relevant og interessant samt at lysten til at bruge kollektiv trafik i kampagneperioden stiger.

Planer for 2025

Da kampagnen stadig performer godt og er relevant for brugerne, fortsætter vi kampagnen med en 'always-on' tilgang. Vi justerer budskaber og grafik, så den opretholder samme relevans for kunderne. Kampagnen forventes at løbe fra april til oktober. I 2025 gennemfører vi en ny eftermåling for at sikre, at kampagnen stadig er relevant og har den ønskede effekt.

Branding- og produktkampagne – Flextur

Kampagneperiode uge 10 – 43. Flextur kører dels som en naturlig del af 'Få mere ud

af turen' kampagnen (se ovenfor), dels som lokal markedsføring ude i kommunerne. Flere kommuner har også i 2024 bestilt markedsføringsmateriale hos Midttrafik, som er tilpasset de lokale forhold.

Formål:

- Udbrede kendskabet til flextur som en transportform til alle på lige fod med bus, tog og letbane
- Få flere til at benytte flextur

Resultater:

Kampagnen har som en del af 'Få mere ud af turen' kampagnen performet mere effektivt på SoMe i 2024 ift. 2023:

- Antal bestilte flexture er steget fra 129.343 i 2023 til 136.517 i 2024
- Megafonundersøgelse juni 2024: Kendskabet er steget, så det i 2024 er næsten 3 ud af 4 (74 %), der som minimum har hørt om Flextur. I 2020 var det 29 %, Det svarer til en stigning i kendskab på 155 %.

Planer for 2025

Kampagnen fortsætter i 2025 som en del af 'Få mere ud af turen' kampagnen.

Ungekampagne

Kampagneperiode uge 10 – 39. Ungekampagnen er en målgruppekampagne for unge i alderen 16-29 år. Kampagnen skal hjælpe de unge til at finde den billet, der passer bedst til dem. Til formålet har vi udarbejdet en særlig billetguide på midttrafik.dk målrettet de unge.

Formål:

- Påvirke de unge til at vælge kollektiv trafik
- Øge salget af Ungdomskort og andre billetprodukter til de forskellige undermålgrupper i alderen 16-29 år
- Informere de unge og deres forældre om de forskellige billetmuligheder (Ungdomskort vs. Rejsekort) alt efter behov og rejsemønstre

Resultater:

- Bred eksponering af vores budskaber: 21.524.980 gange blev vores indhold vist på tværs af alle platforme
- Salget af Ungdomskort (omsætning) er steget 2,67 % fra 2023 til 2024
- Kampagnens effekt på salg og brug af Rejsekort er ikke opgjort specifikt for målgruppen

Chaufførrekrutteringskampagne

Kampagneperiode uge 20 – 25. Oven på corona-pandemien modtog Midttrafik flere meldinger om chaufførmangel hos busselskaberne, og direktionen besluttede i 2023 at afsætte ressourcer til en kampagne for rekruttering af chauffører. Kampagnen blev til med input, viden og ikke mindst opbakning fra et eksisterende branchenetværk om kollektiv trafik i Østjylland faciliteret af Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR) og 3F.

Formål:

- Støtte op om busbranchen
- Støtte op om bedre forudsætninger for busselskaberne for at rekruttere flere kompetente chauffører

Resultater:

- Stor synlighed omkring emnet - kampagnefilmen blevet set til ende over 40.000 gange på SoMe
- Kampagnen er nået ud til flere end 330.000 personer online, som i alt har set vores annoncer 1,65 mio. gange
- Over 17.000 personer har besøgt kampagnehjemmesiden www.brugfordig.dk i kampagneperioden. Heraf har over 3.000 klikket sig videre til yderligere information hos uddannelsesinstitutioner, kursuscentre og busselskaber

Trafikplan Viborg – Informationskampagne

Kampagneperiode uge 24 – 32. Viborg Kommune gennemførte til køreplansskiftet 2024 en ny trafikplan, som skulle skabe et mere markedsorienteret kollektivt busnet. Samtidig gennemførte de en besparelse i busdriften på omkring 10 mio. kr. Den nye trafikplan indebar udover en omorganisering af bybusser og lokalruter også en flytning af det centrale knudepunkt for busser fra Trappetorvet til et nyt i Jernbanegade. Samtidig blev alle dieselbusser udskiftet med elbusser.

Formål:

- At hjælpe Viborg Kommune med at informere kunder og interessenter om den nye trafikplan
- At hjælpe buskunderne i Viborg Kommune bedst muligt i gang med det nye busnet

Arrangementskørsel: Grøn Koncert og Smukfest

Midttrafik indsætter ekstrabusser og/eller markedsfører busser til adskillige arrangementer i løbet af året. Her fremhæver vi Grøn Koncert og Smukfest. Vi har gode erfaringer med at gøre kommunikationen enkel og meget målrettet (rette tid og rette sted).

Formål:

- Få flere lejlighedsvisse kunder til at rejse mere
- Tiltrække helt nye kunder
- Give nye kunder en god oplevelse med bed busserne, så de forhåbentligt vender tilbage

Resultater:

- Grøn Koncert: Passagertallet er steget fra ca. 9.500 i 2023 til ca. 13.000 i 2024
- Grøn Koncert: Antal solgte Grøn Koncert busbilletter steg fra ca. 2.800 i 2023 til ca. 3.800 i 2024. Herudover har kunderne haft mulighed for at bruge de normale busbilletter, fx Ungdomskort eller klippekort.
- Smukfest: Passagertallet er steget igen i år fra 73.460 i 2023 til 76.313 i 2024
- Smukfest: Antal solgte Smukfest busbilletter er faldet ift. 2023, i alt blev der solgt 14.000 billetter. Dvs. at kunderne også har benyttet andre billettyper til og fra Smukfest, fx Dagsbilletter og Rejsekort.

Handicapkørsel - flere online bestillinger

Kampagneperiode: igangsat uge 26. Kampagnen blev startet op for at flytte flere telefonbestillinger over på online- og app-bestilling. Kampagnen var målrettet eksisterende og nye brugere af handicapkørsel. Indsatserne fortsætter i 2025.

Formål:

- Aflaste callcenteret ved at flytte flere telefonbestillinger over på online- og app-bestilling
- Gøre brugerne opmærksomme på de fordele, der er ved at kunne bestille ture selv

Resultater:

- Andelen af ture, som er bestilt af kunderne online eller via app, er steget fra 14 % i 2023 til 16 % i 2024

Rejsekort som app

Kampagneperiode uge 36 – 52 (+ videre i 2025). Den landsdækkende Rejsekort som app skal erstatte det nuværende Rejsekort som kort. Senere kommer en ikke-digital løsning til dem, som ikke kan/vil bruge app. Midttrafik deltager i en landsdækkende marketinggruppe, som har til formål at koordinere markedsføringsmaterialer og -indsatser i hele Danmark. Markedsføringsindsatser gennemføres landsdækkende i boosts af tre til fire uger ad gangen. Lokalt i Midttrafik har vi indsatser, som kører non-stop.

Formål:

- At udbrede kendskabet til Rejsekort som app
- At flytte så mange kunder som muligt, så hurtigt som muligt, fra Rejsekort som kort til Rejsekort som app (18+ og alderspensionister)

Resultater:

- 7.338.143 gange blev vores indhold vist på tværs af alle digitale platforme
- 36.354 gange har nogen klikket på vores digitale annoncer
- Ved udgangen af 2024 havde Midttrafik opnået 23,5 % af det samlede antal delrejser i Danmark med bus. Denne tendens er fortsat ind i 2025, hvor vi i januar 2025 også ramte 1 mio. rejser med Rejsekort som app.

Herning Kommune: Gratis lokalruter og billig billet til unge

Kampagneperiode uge 38 – 13, 2025. Herning Kommune ønskede at tilbyde et særligt pendlerkort til unge i alderen 16-26 år, som vil give billig transport med bus i hele kommunen, også i de regionale busser. De ønskede også at styrke den kollektive trafik i oplandet til Herning med gratis befordring på følgende lokalruter: 140, 150, 160, 168 og 169.

Formål:

At hjælpe Herning Kommune med at informere borgerne i kommunen om de to nye muligheder:

- Alle kan køre gratis på lokalruterne i Herning Kommune
- Unge får muligheden for at købe en billig billet - HerningUNG - til 210 kr./md.

Resultater:

- De fem lokalruter 140, 150, 160, 168 og 169 har i de tre første kampagnemåneder oplevet en passagerfremgang på hhv. 31, 11 og 46 % ift. samme måneder i 2023
- Der er i alt i de tre første kampagnemåneder solgt 593 af den billige HerningUNG billet

Rejsebillet

Kampagneperiode uge 44 – 52 (+ videre i 2025). Den landsdækkende app Rejsebillet skal overtage salget fra Midttrafik app, efterhånden som Midttrafik app lukker. Rejsebillet markedsføres primært i kommunikationen på midttrafik.dk og i den direkte kommunikation til kunderne i forbindelse med, at de skal downloade en billettapp for første gang eller ifm., at de skal flytte fra Midttrafik app. Midttrafik deltager i en landsdækkende marketinggruppe, som sikrer ensartet markedsføringsmateriale på tværs af trafikelskaberne.

Formål:

- I step 1 at flytte så mange kunder som muligt så snart som muligt (og inden vi begynder at kommunikere om lukning af Midttrafik app) fra Midttrafik app over på et tilsvarende produkt på Rejsebillet
- I step 2 at hjælpe kunderne over på en tilsvarende billettype, efterhånden som de forskellige billettyper lukker i Midttrafik app
- Få alle nye kunder til at oprette sig i Rejsebillet i stedet for i Midttrafik app

Resultater:

- Det samlede salg i Rejsebillet opgøres på landsplan. Midttrafik opgør salget pr. billettype ifm. overflytning af kunder fra Midttrafik app til Rejsebillet i 2025.

Julenatbus kampagne

Kampagneperiode uge 46 – 52. Hvert år i november og december kører vi en kampagne for at promovere natbusserne. I november 2024 blev det særlige julenatbustillæg fjernet, hvilket var et ekstra budskab, som skulle kommunikeres.

Formål:

- Tiltrække nye kunder til den kollektive trafik
- Skabe opmærksomhed om natbusserne og de særlige julenatbusser og øge passagertallet
- Skabe trykthed ift. at kunne komme sikkert hjem fra byen/julefrokosten

Resultater:

- Passagertallet er steget fra 2023 til 2024 i de fleste bybusbyer.

Handicapørsel jul og nytår

Kampagneperiode uge 43 – 52. Hvert år i november og december kører vi en informationskampagne for bestilling af handicapørsel til 24. og 31. december inden for tidsfristen.

Formål:

- Sikre, at alle kunder i handicapkørsel bliver gjort opmærksom på bestillingsfristen og får bestilt deres tur til jule- og nytårsaften
- Sikre større tilfredshed blandt brugerne af handicapkørsel

Resultater:

- Bestillingen af ture efter endt deadline er faldet fra 84 henvendelser i 2023 til 56 henvendelser i 2024

Kampagner 2025

I 2025 fortsætter vi vores fokus med at tiltrække nye kunder og få de nuværende lejlighedsvis kunder til at rejse mere med bus, letbane, tog og flextur. Vi fastholder og videreudvikler Midttrafiks egne kampagner samt brandingkampagnen 'Få mere ud af turen' for at styrke Midttrafiks position i Region Midtjylland i en virkelighed, hvor de landsdækkende app-kampagner for Rejsekort som app, Rejsebillet og DSB app får mere og mere fokus.

Bilag

- 6.a Bilag 1 - Tidslinje over udvalgte kampagner fra 2024

7 Orientering: Kundeundersøgelse i flextrafik 2024

ORIENTERING

Direktøren indstiller,

at bestyrelsen tager orienteringen til efterretning

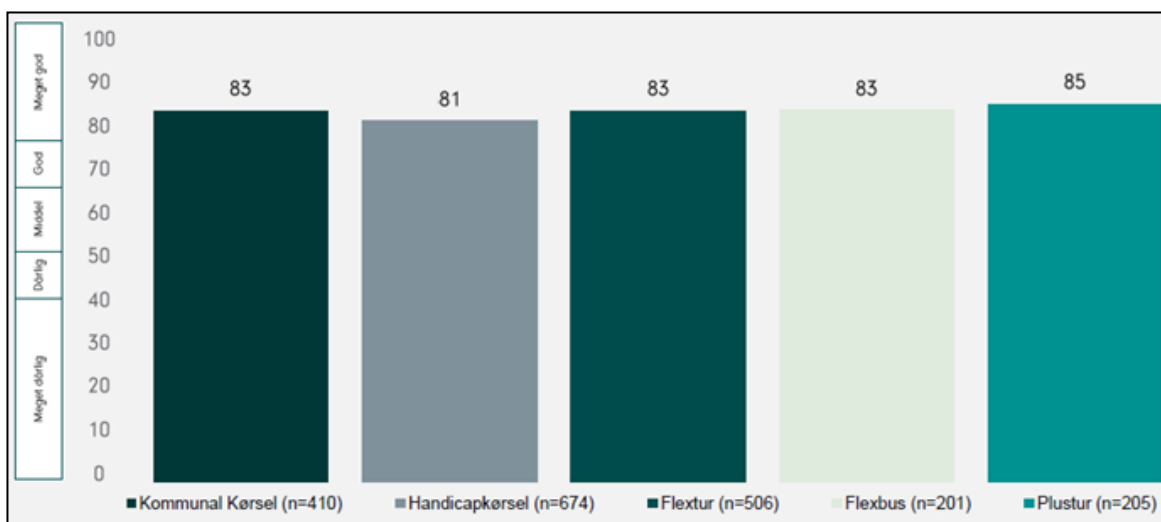
Resumé

Midttrafik har i 2024 opstartet en fast kundeundersøgelse på tværs af kørselsordningerne i flextrafik. Dataindsamlingen foretages løbende og giver os mulighed for at følge relevante nøgletal over tid. Årsrapporten for 2024 viser generelt høje niveauer af kundetilfredshed på tværs af alle kørselsordninger, hvilket understreger det positive billede flextrafik efterlader hos kunderne.

Sagsfremstilling

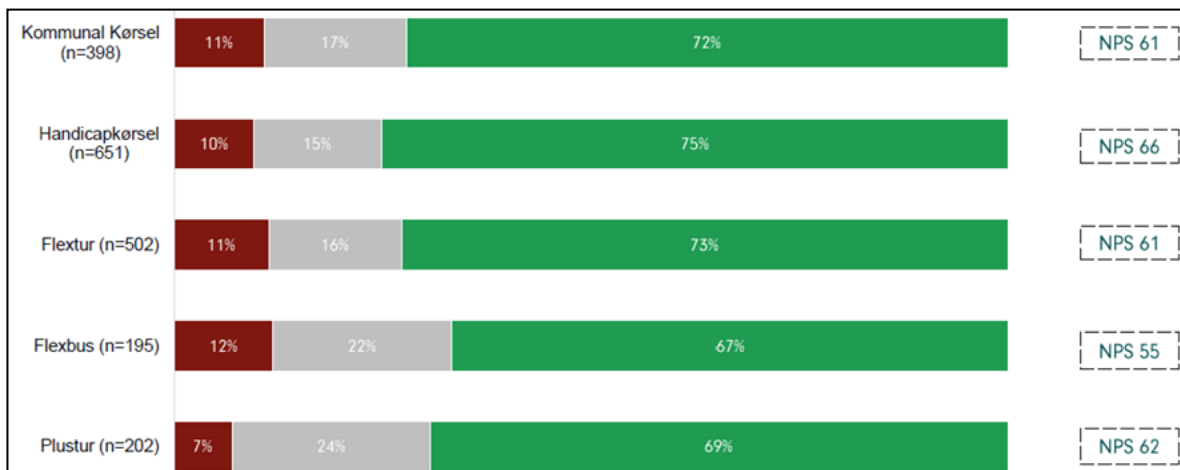
Overordnet tilfredshed

Kundeundersøgelsen for flextrafik viser mange positive resultater. Den generelle tilfredshed med flextrafik er høj på tværs af kunder fra alle kørselsordninger (jf. figur 1). Plusturs-kunder har med indeks 85 den højeste tilfredshed.



Figur 1: 'Hvor tilfreds er du generelt med flextrafik?' (indekstal fra 0-100).

Samme positive tendens ses ved beregning af Net Promoter Score (NPS), som er et udtryk for tilfredshed og loyalitet. I undersøgelsen opnås en overordnet NPS på +62, som er meget højt sammenlignet med andre undersøgelser inden for kollektiv transport. Scoren kan variere fra -100 til +100, da andelen af ambassadører (grønne) fratrækkes andelen af kritikere (røde). Som det fremgår af figur 2, opnår alle fem kørselsordninger høje NPS, med handicapkørsel i front. Dette resultat er meget positivt i forhold til at fastholde kunder og udbrede kendskabet til flere.

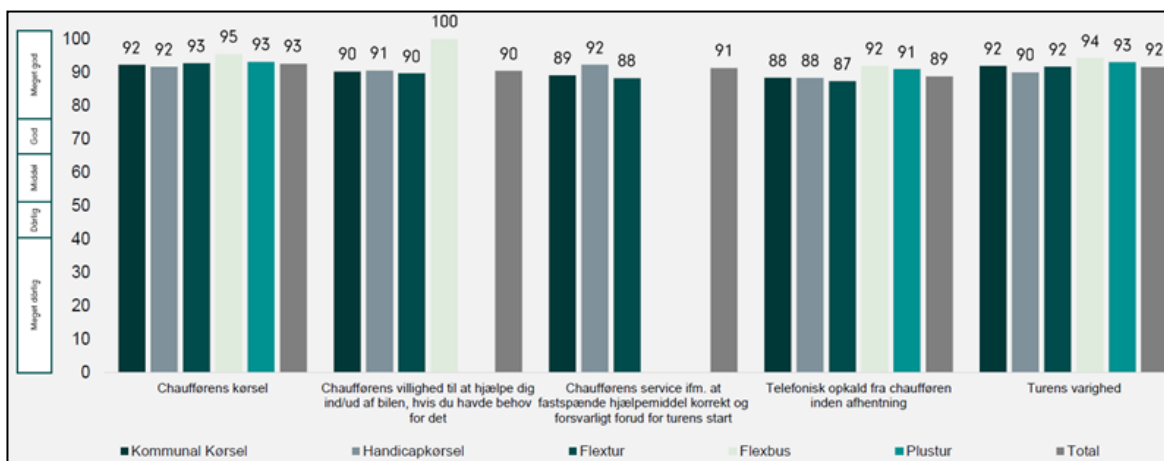


Figur 2: 'Alt i alt på, på en skala fra 0-10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale flextrafik til en ven eller en kollega?'.
Rød (kritikere) = 0-6, Grå (passive) = 7-8 og Grøn (ambassadører) = 9-10.

I dataanalysen er der foretaget en regresionsanalyse, der har til formål at undersøge, hvilke af de underliggende parametre, der har størst betydning for kundernes tilfredshed. Analysen viser, at fire forhold har signifikant betydning for tilfredsheden med flextrafik: Chaufførens adfærd, Afhentningstidspunktet, Ventetiden i telefonen ved bestilling og Telefonisk opkald inden afhentning. Midttrafik vil løbende arbejde med på en høj tilfredshed indenfor disse områder.

Øvrige resultater

Der er høj tilfredshed med chaufføren i form af både kørsel og hjælpsomhed (jf. figur 3). Når adspurgt, hvad der var godt ved turen, svarer flest, at Chaufføren var venlig og Bilen hentede mig til tiden.



Figur 3: Hvor tilfreds er du alt i alt med følgende ting i forhold til din tur med flextrafik? (indekstal fra 0-100)

Udbredelsen af online bestilling er et fokuspunkt. Handicapkørsel og flextur har med hhv. 85 % og 63 % de højeste andele af kunder, der vælger at bestille telefonisk. Blandt kunder, der bestiller handicapkørsel, kender ca. halvdelen ikke til mulighederne for online bestilling. Der laves i 2025 en særlig informationsindsats i bestillingsmodtagelsen målrettet denne kundegruppe.

Siden 26. juni 2023 har prisen på flextur været ens på tværs af kommunegrænser. Denne harmonisering har for nogle kunder betydet en prisstigning og for andre et fald. 75 % af kunderne, der har benyttet flextur, angiver i undersøgelsen, at de tilfredse eller meget tilfredse med prisen.

Anvendelse af resultater

Undersøgelsens resultater vil blive brugt internt til at identificere og udpege indsatsområder, som med målrettet indsats kan påvirkes i positiv retning.

Undersøgelsen viser flere nuancer og en langt højere tilfredshed end hvad kunder i dag bliver eksponeret for via pressen, der ofte tager udgangspunkt i enkeltsager. Det er derfor relevant at dele undersøgelsens resultater eksternt, så der også kommer opmærksomhed på den brede oplevelse af flextrafik. Relevante budskaber til pressemeddelelser kunne være:

- Høj kundetilfredshed og NPS-score på tværs af alle kørselsordninger.
- Chaufførernes vigtighed for kundetilfredsheden og hvor godt de leverer.
- Hvordan kunder bestiller deres tur med fokus på at udbrede viden om online bestillingsmuligheder.
- Kunderne vælger flextur på grund af bekvemmelighed. Der kan i den forbindelse sættes fokus på de fordele, der er, og øge kendskabet.

Om undersøgelsen

Dataindsamlingen har fundet sted i perioden 1. februar – 31. december 2024 via telefoniske interviews. Der er indsamlet i alt 2.002 interviews på tværs af følgende fem kørselsordninger: handicapkørsel, kommunal kørsel, flextur, flexbus og plustur. Interviewet foretages efter en gennemført tur og mængden af interviews afspejler kørselsomfanget for den enkelte kørselsordning.

Den samlede rapport kan ses på Midttrafiks hjemmeside med undersøgelser i 2025, www.midttrafik.dk/om-midttrafik/midttrafiks-undersogelser.

8 Orientering: Afvikling af jule- og nytårskørsel i flextrafik 2024

ORIENTERING

Direktøren indstiller,

at bestyrelsen tager orienteringen til efterretning.

Resumé

Der blev 24. december 2024 gennemført samlet set 2.600 kørsler, hvilket er på niveau med tidligere år. Overordnet set er julekørslen afviklet tilfredsstillende. Stram kapacitet skabte udfordringer i planlægningen, dog uden at dette har påvirket kunderne mærkbart. Alle, der bestilte inden for den fastsatte bestillingsfrist, kunne tilbydes kørsel.

Sagsfremstilling

24. december er ubetinget den største og vigtigste kørselsdag for individuel handicapkørsel. Flexbus, flextur og plustur er ikke åben for kørsel 24. og 31. december. Der udføres udelukkende handicapkørsel og siddende patientbefordring.

Afviklingen af kørslen 24. og 31. december 2024 er forløbet forholdsvis planmæssigt. Der har været udfordringer med at sikre kapacitet nok til udførsel af den bestilte kørsel, som skabte et større arbejdspress i planlægningen og i driften på selve dagen. Som tidligere år, med undtagelse af under COVID-19, har Midttrafik sendt en medarbejder til Aalborg 24. december. I år for første gang ved Nordjyllands Trafikselskab efter de har overtaget callcenteret fra FlexDanmark.

Bestilling i 2024

Kunderne har haft mulighed for at bestille handicapkørsel til 24. december 2024 ved Midttrafik i perioden 14. november til 16. december 2024. Ved bestilling af handicapkørsel til 24. december gælder der særlige regler, og derfor foretager bestillingsmodtagelsen et søgeinterval på maks. -2/+2 timer i forhold til kundernes ønskede afhentningstidspunkt.

Alle kunder, der henvendte sig indenfor bestillingsfristen, kunne tilbydes kørsel via Midttrafiks flextrafik.

Efter deadline har der været 56 bestillinger/forespørgsler på kørsel til 24. december, hvoraf 17 kunder kunne tilbydes.

I alt blev der 24. december 2024 gennemført 2.600 kørsler. Dette ligger ca. på niveau med kørselsomfanget 24. december 2023.

Midttrafik anvendte 181 kørestolsvogne og 170 små vogne til denne kørsel. Derudover er der anvendt cirka 25 vogne fra Sydtrafik til kørsel i Region Midtjylland.

Juledagene, 25. og 26. december, er det samlede turantal for alle kørselstyper faldet med ca. 145 ture i forhold til 2023, svarende til 6 %.

31. december 2024 er handicapkørsel steget med ca. 20 kørsler i forhold til 2023, svarende til cirka 4 %. Patientbefordringen oplevede en stigning på ca. 100 ture, svarende til cirka 50 %. Se bilag 1.

Midttrafik har generelt oplevet tilfredshed med kørslen, men vi har modtaget 8 kundehenvendelser angående kørslen 24. december. For yderligere se Bilag 2.

Aflysninger i 2024

Midttrafik har i 2021 indført et gebyr på 250 kr. for afbestilling af kørsel efter afbestillingsfristen, som følger bestillingsfristen 16. december 2024, samt for forgæves kørsel. Dette fastholdtes 24. december 2024. Der er sendt ca. 250 aflysninger/forgæves kørsel af handicapkørsel til opkrævning.

Bilag

- 8.a Bilag 1 - Udvikling og fordeling af turantal
- 8.b Bilag 2 - Kundehenvendelser

9 Orientering: Resultat af Midttrafiks 68. udbud – Horsens, Lemvig og Favrskovs skoleruter

ORIENTERING

Direktøren indstiller,

at bestyrelsen tager orienteringen til efterretning.

Resumé

Midttrafik har gennemført udbud af skolebuskørslen i Horsens, Lemvig og Favrskov kommuner. Udbuddet omfatter ca. 28.600 køreplantimer fordelt på 47 kontraktbusser. Nye kontrakter træder i kraft efter sommerferien i 2025.

Sagsfremstilling

Udbuddet af skolebuskørsel i Horsens, Lemvig og Favrskov kommuner er opdelt i 3 pakker, som sammenlagt omfatter ca. 28.600 køreplantimer fordelt på 47 kontraktbusser.

Kontraktlængden er 5 år med mulig forlængelse i op til 2 år, og der er kontraktstart efter sommerferien 2025.

Alle indkomne tilbud var konditionsræssige, og følgende selskaber bød på en eller flere af pakkerne:

- Brande Buslinier (Herning Turist)
- De Grønne Busser
- Herning Bilen Specialruter
- Holstebro Turistbusser
- JJ Turist
- Todbjerg City
- Umov

Udbuddet blev gennemført som et offentligt udbud, hvormed alle busselskaber kunne byde. Vinder er fundet ud fra billigste tilbud regnet fra evalueringssummen.

Pakke	Kommune	Ruter	Køreplantimer	Kontraktbusser	Vindende tilbudsgiver
1	Horsens	620-625, 630, 631, 633-635 og 670-674	9.328	18	Brande Buslinier (Herning Turist)
2	Lemvig	481-487, 489-491 og 496-499a	5.893	12	Brande Buslinier (Herning Turist)
3	Favrskov	1-15, 851 og svømmekørsel 101-104	13.372	17	Brande Buslinier (Herning Turist)

Der er sendt meddelelse om resultat til alle deltagende selskaber. Stand-still-perioden (klageperioden) løber til og med den 20. februar. Senest 14 dage herefter skal vindende selskab sende økonomiske garantier til Midttrafik, hvorefter kontrakter kan underskrives.

Materiel, optioner og økonomi

Busserne må maksimalt være 15 år gamle og skal have mindst 70 pladser – heraf 45 siddepladser. Kontrakten åbner dog op for, at der er mulighed for at dispensere fra kravene om pladser, hvis det er hensigtsmæssigt ud fra økonomiske eller betjeningsmæssige årsager. Det vil sige, at der er mulighed for at indsætte mindre busser, hvis de er store nok i forhold til kapacitetsbehovet, og hvis forholdene ellers gør det muligt. Enhver sådan dispensation skal godkendes af Midttrafik.

Der er indsat optionsmulighed på HVO-biodiesel i pakkerne for Horsens og Favrskov kommuner. Kommunerne har endnu ikke haft mulighed for at beslutte, om de ønsker at gøre brug af optionerne.

Den gennemsnitlige timepris i Horsens bliver ca. 1.072 kr. ekskl. optioner, hvilket er billigere end den nuværende timepris. Den gennemsnitlige timepris i Lemvig bliver ca. 1.168 kr., hvilket er en smule dyrere end den nuværende timepris. Den gennemsnitlige timepris i Favrskov bliver ca. 867 kr. ekskl. optioner, hvilket ligger på niveau med de nuværende timepriser, som er fordelt over flere pakker. Midttrafik vurderer, at de indkomne timepriser er fornuftige i det nuværende marked.

10 Orientering: Resultat af Midttrafiks 70. udbud – Skive lokalruter

ORIENTERING

Direktøren indstiller,

at bestyrelsen tager orienteringen til efterretning.

Resumé

Bestyrelsen godkendte i september 2024 udbudsgrundlaget for 70. udbud, som dækker Skive lokalruter. Udbuddet består af én pakke, som samlet har 28.866 køreplantimer pr. år, fordelt på 11 kontrakt- og reservebusser, og kontrakten træder i kraft ved køreplansskiftet i sommeren 2026. Busselskabet Umove A/S har vundet kontrakten, og driften bliver med elbusser.

Sagsfremstilling

Udbuddet er gennemført som et offentligt udbud med én pakke.

Kontrakten blev tildelt på baggrund af følgende kriterier:

Underkriterier	Vægtning i procent
Pris	60 %
Stabil drift	25 %
Implementeringsplan	10 %
Arbejds miljø	5 %

Pakke 1 består af 28.866 køreplantimer fordelt på 11 kontrakt- og reservebusser.

Pakken dækker lokalkørsel i Skive Kommune. Forud for udbuddet havde Skive Kommune truffet beslutning om implementering af en ny trafikplan. Trafikplanen træder i kraft samtidig med, at den nye kontrakt træder i kraft.

Udbuddet er gennemført som et offentligt udbud, og følgende busselskaber afgav konditions mæssige tilbud:

- Umove A/S
- Keolis Danmark A/S

Begge konditions mæssige tilbud var under Skive Kommunes fastlagte budgetgrænse, som var på 25,6 mio. kr. årligt.

Kontrakten er 17. februar 2025 tildelt på baggrund af Umoves tilbud på pakke 1, da tilbuddet samlet set er identificeret som det økonomisk mest fordelagtige tilbud.

I forbindelse med tildelingen starter standstill-perioden, der løb til og med torsdag 27. februar 2025. Kontrakten ville således tidligst blive underskrevet fredag 28. februar 2025.

En forudsætning for kontraktindgåelse er, at Umove stiller gyldig garanti for kontrakten. Garantien skal stilles senest 14 dage efter udløbet af standstill-perioden, herved 14. marts 2025.

Fakta om udbuddet

	Pakke 1
Køreplantimer (pr. år)	28.866
Antal ruter	6
Antal kontraktbusser	10
Antal reservebusser	1
Drivmiddel	Elbusser
Driftsstart	28. juni 2026
Kontraktophør	26. juni 2038
Forlængelsesperiode	Op til 2 x 2 år
Bonus for kundetilfredshed	Op til 577.300 kr. årligt

Midttrafiks 70. udbud er Midttrafiks første udbud, hvor der kunne bydes med brugte elbusser. Der var dog budt med nye elbusser i begge tilbud.

Betydning for kunderne

Kunderne kan glæde sig over nye elbusser, selv på de mindste strækninger. Elbusserne er støjsvage, så kunderne vil opleve en betydelig støjreduktion i forhold til de nuværende driftede busser. Derudover leveres de nye busser også i overensstemmelse med den nye designmanual, hvorfor kunderne kan se frem til et mere nuanceenkelt og lyst design.

Busserne bliver produceret af det kinesiske selskab Yutong. Konkret er der tale om modellen U12, som er 12,17 m lang laventré bus med 39 siddepladser (samt 3 klapsæder) og en totalkapacitet på 72 passagerer.

Til glæde for kunderne leveres busserne med elektrisk kørestolsrampe, trådløst 4G-internet og et flexareal på 200x90 cm.

Ligeledes kommer det også kunderne til gode, at busserne leveres med infotainment-skærme.

Økonomi

Udbuddet er vundet med en samlet evalueringssum på 20.382.327 kr., hvilket medfører en timepris på 705,64 kr., hvilket Midttrafik anser som en meget god timepris. Det er samtidig den laveste timepris tilbudt med elbusser hos Midttrafik.

Dette medfører også at Skive Kommune får elbusser inden for den fastsatte budgetramme.

Skive Kommune har forud for tildelingen valgt ikke at udløse option på stoppestedsannoncering pba. kravet om infotainmentskærme i busserne.

11 Orientering: Siden sidst

ORIENTERING

Direktøren indstiller,

at bestyrelsen tager orienteringen til efterretning.

Sagsfremstilling

Midttrafik Strategiplan 2025-2028

Midttrafiks ledelse afsluttede sin besøgsrunde ved Midttrafiks ejere i midten af januar 2025. På alle møder er Midttrafik blevet mødt af engagerede ejere, der gerne vil udvikle mobilitetsløsninger for borgerne både på landet og i byerne.

Input fra møderne med ejerne indgik i en intern workshop, hvor 38 medarbejdere og ledere fra Midttrafik 23. januar arbejdede videre med Midttrafiks strategiske indsatsområder både eksternt og internt.

Både ejernes input og resultaterne af den interne workshop danner grundlaget for det strategiseminar for Midttrafiks bestyrelse og repræsentantskab, der afholdes 14. marts.

Efter strategiseminaret udarbejdes strategiplanen for 2025-2028 med henblik på endelige godkendelse på bestyrelsesmødet 20. juni 2025.

Gratis buskørsel i forbindelse med åbning af trafikknudepunkt i Voel

Midttrafiks direktør har godkendt et ønske fra Silkeborg Kommune om at kunne tilbyde gratis buskørsel på rute 113 i anledning af indvielsen af det nye trafikknudepunkt på Sorringvej i Voel 24. februar 2025.

Det samlede forventede indtægtstab vurderes at være 17.500 kr., fordelt med 1.500 kr. for Silkeborg Kommune og 16.000 kr. for Region Midtjylland.

Normalt er det kutyme, at andre bestillere kompenseres, hvis de lider et økonomisk tab. Region Midtjylland ønsker dog at støtte arrangementet og har derfor afstået fra at kræve kompensation for det indtægtstab, der opstår ved gratis buskørsel på rute 113.

Gratis buskørsel i forbindelse afholdelse af ishockey VM i Herning

Herning Kommune har forespurgt om muligheden for at tilbyde gratis buskørsel på rute 6, som kører mellem Herning Station og Messecenter Herning, i forbindelse med værtskabet for VM i ishockey fra 9. maj til 22. maj.

Det samlede forventede indtægtstab i perioden vurderes til 20.000 kr. Da ingen andre bestillere påvirkes økonomisk af denne beslutning, er der ikke behov for indtægtskompensation.

Direktøren har godkendt anmodningen.

Tilsagn om puljestøtte til let, enkel og synlig behovsstyret transport i Syddjurs

Midttrafik har i samarbejde med Syddjurs Kommune og Region Midtjylland søgt Trafikstyrelsen om medfinansiering af projektet "Let, enkel og synlig behovsstyret transport i Syddjurs". Puljen er nu afgjort, og Trafikstyrelsen har givet tilsagn om statslig medfinansiering på ca. 3,7 mio. kr. ud af projektets samlede udgift på ca. 5 mio. kr. Den lokale selvfinansiering på ca. 1,3 mio. kr. deles ligeligt mellem de tre parter.

Med projektet "Let, enkel og synlig behovsstyret transport i Syddjurs" afprøver Midttrafik sammen med Syddjurs Kommune og Region Midtjylland, hvordan det eksisterende koncept flexbus kan videreudvikles til et mere attraktivt tilbud for passagererne. Herunder testes bl.a. øget frekvens, reduceret bestillingstid og forskellige forenklinger i bestillingen. Samtidig afprøves nye former for kommunikation af de behovsstyrede løsninger i kommunen, som gerne skulle føre til et dybere kendskab til produkterne hos langt flere borgere.

De to indsatser vil bl.a. sætte fokus på hvordan den behovsstyrede kollektive trafik kan bruges som tilbringer til de stærke hovedruter i kommunen, så flest muligt får gavn af disse solide transporttilbud.

Projektet afvikles over de kommende 3 år. Midttrafik står i spidsen for at drive projektet og vil også stå for at samle op på erfaringer løbende, så de gode læringer kan udvides til resten af regionen.

Billigere natbusser betød flere kunder

Midttrafiks bestyrelses besluttede at fjerne et særligt natbustillæg i november 2024. Tidligere kostede det ekstra at rejse med natbus og afhængig af billettype skulle der tilkøbes en ekstra billet. Nu kan kunderne køre med natbussen på deres pendlerkort, rejsekort eller en helt almindelig enkeltbillet uden at skulle betale ekstra.

Nu viser en opgørelse over passagertal for december 2024 en stigning på 28 procent i forhold til året før. Det viser meget tydeligt, at flere kunder vælger at komme sikkert hjem med natbussen, når prisen bliver lavere, og det bliver nemmere for kunden at købe den rigtige billet.

Rejsekort som app vinder international pris

Rejsekort som app har vundet prisen for Best Passenger Experience Initiative på konferencen Transport Ticketing Global, der er en verdens største indenfor kollektiv transport. Det er et godt rygstød til, at Midttrafik nu kan markedsføre og anbefale Rejsekort som app, som et virkelig godt produkt for kunderne. Prisen blev vundet foran en række internationale operatører inden for mobilitet og kollektiv trafik.

Rejsebillet overtager billetsalg fra Midttrafik app

Billetløsninger som Midttrafik app og Rejsekort som kort er på vej ud til fordel for landsdækkende produkter som Rejsebillet og Rejsekort som app

I løbet af 2025 og 2026 vil Midttrafik løbende udfase billetprodukter på Midttrafik app og flytte billetter over på Rejsebillet. Undtaget er PendlerKlip og klippekort, der udgår helt.

Tidsplan for udfasning af billetter i Midttrafik app:

- Ungdomskort 31. marts 2025
- Pendlerkort 30. april eller 31. maj 2025
- Specialbilletter (fx dagsbilletter) 31. august 2025
- PendlerKlip 30. september 2025
- Klippekort 30. september 2025
- Enkelbilletter 28. februar 2026

Der kommer information ud i god tid til kunderne, inden salget af de enkelte billetter stopper. Der kommer blandt andet information direkte i Midttrafik app.

Evaluering af På Egne Ben kampagnen

Midttrafik samarbejder med Region Midtjylland og Aalborg Kommune om kampagnen På Egne Ben, der skal fremme bæredygtig transportadfærd hos elever i 4., 5. og 6. klasse. På seks udvalgte skoler i Jylland har 736 elever dystet klassevist mod hinanden ved at transportere sig bæredygtigt til skole på gåben, cykel eller kollektiv trafik i fem uger i efteråret 2024.

Nu er kampagnen evalueret og noget tyder på, at det er muligt at ændre børns transportadfærd med konkurrencer, belønning og faglig information. Kampagnen er blevet evalueret på flere måder. Både før, under og efter kampagnen er der lavet måling med håndsoprækning, hvor børnene har svaret på, hvordan de er kommet til skole den dag. Efter kampagnen er der også sendt spørgeskemaer ud til forældre og elever samt lavet kvalitative interviews med lærere og elever, hvilket Epinion har stået for.

Evalueringen viser, at eleverne har haft et øget brug af at cykle og gå til skole og har mindsket deres brug af at blive kørt i bil. De ændrede transportvaner ser også ud til at vare ved efter kampagneperioden. Brugen af kollektiv trafik ligger på samme niveau som før kampagnen.

Mange af eleverne gik eller cyklede dog til deres skole allerede før kampagnen. Men effekten ses stadig, fx med målingen med håndsoprækning. Før kampagnen blev 23 % af eleverne kørt i skole den dag, håndsoprækningen blev foretaget. Hvor under kampagnen og efter kampagnen var det 12 % af eleverne. Ligeledes viste håndsoprækningen, at 33 % cyklede til skole før kampagnen, hvor under kampagnen var det 46 %.

Kampagnen har også haft en væsentlig spill-over-effekt på eleverne i form af et øget socialt fællesskab. At klassen sammen har konkurreret i kampagnen, har været med til at styrke elevernes interne relationer, fx ved at de følges ad på cykel og sammen sikrer point til klassen, og fordi de er selvtransporterende, har det været nemmere for børnene at lave legeaftaler med hinanden.

En lærer nævnte i evalueringen, at de mere motiverede elever og dem, der i forvejen er fysisk aktive, ofte trak de mindre motiverede elever eller de elever, der normalt ikke bryder sig om at bevæge sig, med. Dermed har der også været en motiverende effekt eleverne imellem.

Eleverne tilkendegav også i evalueringen, at mange af dem nød at kunne gå eller cykle sammen med deres venner og bruge transporttiden på at snakke eller hygge sig.

At børnene kunne transportere sig selv, gav dem også en anden frihed og en større selvbestemmelse. Evalueringen viser, at ca. en tredjedel af eleverne på hhv. 4. og 5. årgang har opnået en større selvbestemmelse over, hvordan de transporterer sig til og fra skole.

Særligt de yngre elever i 4. årgang er blevet mere selvstændige i deres transportvaner. Og særligt eleverne på 5. årgang er blevet mere bevidste om deres brug af transportmiddel. Kampagnen har ikke blot ændret elevernes transportvaner, men også hvordan de tænker over transport.

Kampagnen testes igen i efteråret 2025. Evalueringen peger på et par forbedringspotentialer som fx bedre benyttelse af kampagnens hjemmeside og mere rettidig information til lærerne, så de bedre kan nå at indarbejde kampagnens materialer og øvelser i undervisningen. Dette justerer vi til testen i efteråret 2025.

Midtjyske Jernbaner viser deres nye batteritog

Kollektiv trafik tager endnu et skridt i en grønnere retning, når Danmarks første batteritog går i fuld drift senere på året. I februar modtager Midtjyske Jernbaners de første to af syv nye batteritog. Det bliver et historisk øjeblik for Midtjyske Jernbaner, men også for de vestjyske passagerer, der dermed tager et stort skridt ind i en mere bæredygtig fremtid.

Batteritogene kører på grøn strøm og er de første i Danmark. De erstatter dieseltogene på strækningerne Vemb, Lemvig og Thyborøn samt Holstebro og Skjern.

Togene ventes i fuld drift fra sensommeren 2025, men allerede 21. februar viste Midtjyske Jernbaner togene frem ved et åbent hus-arrangement.

Sporarbejde og togbusser fra 1. marts til 14. juli

Fra 1. marts begyndte Banedanmark et omfattende sporarbejde mellem Holstebro og Skjern. Det betyder, at Midtjyske Jernbaner ikke kan køre tog på strækningen. Der kører i stedet togbusser, der holder ved alle stationerne. Sporarbejdet varer til 14. juli og forbereder banen til Danmarks første batteritog.

12 Eventuelt