

RAPPORT

NYA VÄGAR FÖR RESENÄRSINFLYTANDE



HELENA LEUFSTADIUS 2012-11-14
SWECO GÖTEBORG

Innehåll

1. SAMMANFATTNING	3
2. BAKGRUND OCH SYFTE	4
3. METOD	4
4. SAMRÅD ENLIGT NYA KOLLEKTIVTRAFIKLAGSTIFTNINGEN	4
5. SAMRÅDSPROCESSER OCH REGIONALA TRAFIKFÖRSÖRJNINGSPROGRAM	5
5.1. Vilka samråd har genomförts?	5
5.2. Resenärsgruppers deltagande i samrådsprocessen	5
5.3. Resenärsinflytande i programprocessen	6
5.4. Har resenärernas synpunkter tagits tillvara?	6
5.5. Upplevelsen av nyttan med resenärsdeltagande i samrådsprocessen	6
5.6. Sammanfattning	7
6. INNOVATIVA SAMVERKANSFORMER	8
6.1. Inledning	8
6.2. Ungas inflytande och medbestämmande	8
6.3. Kundinvolverad tjänsteutveckling	9
6.4. Sociala medier	10
6.5. Medborgardialog	12
6.6. Resenärsombud - resenärens röst	13
6.7. Resenärspaneler	14
6.8. ”Good practice guide”	14
6.9. UITP Passenger Charter	15
7. ORGANISATION OCH FINANSIERING	15
8. RESENÄRSSAMVERKAN – GODA EXEMPEL FRÅN UTLANDET	17
8.1. Passenger Focus	17
8.2. Bus User UK	18
8.3. London TravelWatch	19
8.4. EPF - European passenger federation	20
BILAGOR	20

1. SAMMANFATTNING

Den nya kollektivtrafiklagen trädde i kraft 1 januari 2012 och nya kollektivtrafikmyndigheter har bildats i varje län. De regionala myndigheterna (RKM) har fått en strategisk viktig roll att utveckla kollektivtrafiken med utgångspunkt från resenärernas behov både på kort och lång sikt. De ska bland annat upprätta regionala trafikförsörjningsprogram i samråd med en rad olika intressenter där företrädare för resenärerna utpekats som en viktig samrådsgrupp. Det är därför angeläget att resenärer kan vävas in i processen på ett enkelt och praktiskt sätt, samt att synpunkter och behov kommer in på ett tidigt stadium i processen.

Partnersamverkan för en fördubblad kollektivtrafik har tagit fram en vägledning som stöd för den övergripande programprocessen, vilken många RKM har följt. Men man efterlyser fler konkreta "mallprogram", särskilt när det gäller samrådsprocessen.

En av målsättningarna i den nya lagen är att resenärsperspektivet ska komma in i ett tidigt skede i processen. Myndigheterna beskriver en positiv inställning till dialog med resenärer, men efterlyser **en** samtalspartner som representerar "de många resenärerna". Som referens för "resenärskollektivet" används mestadels handikapp-, pensionär- och ungdomsgrupper. Många samråd har skett i form av skriftliga remissrundor på färdigskrivet programförslag, vilket inte anses tillräckligt, enligt lagens intentioner.

Det saknas ett tydligt resenärsperspektiv i programprocessen. För att stimulera dialogen mellan de nya myndigheterna och resenärer/medborgare bör samverkan mellan myndigheter och resenärerna dels formaliseras och dels i största mån likformas i hela Sverige.

Mitt förslag innebär att ett resenärsombud och resenärspanel utses inom respektive RKM:s område. Resenärsombudets uppdrag är att företräda resenärsperspektivet. Deras arbete koordineras genom Resenärsforum i samarbete med Sveriges kommuner och Landsting (SKL). Genom samarbete mellan RKM och Resenärsombud/resenärspanel, med Resenärsforum som nationell koordinator och SKL som har det övergripande ansvaret för uppföljning, skapas en tydlig struktur för resenärsinflytande i Sverige. Arbetet finansieras via en avgift på 20 öre per invånare, vilket innebär en budget på ca 2 MSEK/år.

Resenärforum har genomfört ett studiebesök hos sex organisationer i England för att dra erfarenheter från den resenärsmedverkan som finns där sedan flera år. Resenärsforums rapport därifrån (juli 2012) utgör också ett viktigt tillskott till utredningen. **(bilaga 1)**

I anslutning till detta arbete har professor Bo Enquist, SAMOT vid Karlstad Universitet, visat på exempel från andra branscher för (pro-) aktiv kundmedverkan för att påverka en tjänst. **(bilaga 2)**

Min förhoppning är att föreliggande rapport tillsammans med rapporten från England och "Resenärsfokus i ett tjänste/servicelogik" (24 okt 2012) ger inspiration och stöd i det fortsatta arbetet att utveckla en innovativ kunddialog.

2. BAKGRUND OCH SYFTE

Ett innovativt synsätt på resenärsinflytande har en stor betydelse för att nå uppställda mål. De nya Regionala Kollektivtrafikmyndigheterna (RKM) har därmed en strategiskt viktig roll att utveckla kollektivtrafiken med utgångspunkt från resenärernas behov på kort och lång sikt.

Resenärsperspektivet ska, enligt den nya lagen, vävas in i processen på ett tidigt stadium. Genom att bereda resenärerna tillfälle att delta i diskussioner, ta upp önskemål och förslag som brukarna finner angelägna och att sedan utvärdera alternativen, skapas en konstruktiv utveckling.

Syftet med denna rapport är att utvärdera hur resenärer har kommit till tals under arbetsprocessen med de regionala trafikförsörjningsprogrammen samt identifiera goda exempel hur man kan öka resenärsinflytandet lokalt och regionalt.

Målet är att finna innovativa sätt för att öka resenärsinflytandet både i daglig verksamhet och till kommande regionala trafikförsörjningsprogram samt hur detta kan organiseras och finansieras på lokal, regional och nationell nivå.

3. METOD

Arbetet har genomförts via inläsning av samtliga regionala trafikförsörjningsprogram (med undantag av Gotland), sökningar på nätet samt via telefonintervjuer. Innehållet i trafikförsörjningsprogrammen har analyserats ur ett resenärsperspektiv, avseende vilka som medverkat i samråden samt formerna för samrådsprocessen.

Vidare har Resenärsforum genomfört en studie av hur de engelska resenärsorganisationerna bedriver sitt arbete, eftersom de har lång erfarenhet och goda resultat. Resenärsforum genomförde ett studiebesök hos sex organisationer i England och redovisar erfarenheterna i en rapport som ingår i underlaget till denna rapport. (Resenärsforum 2012 "Resenärsinflytande i England").

Inom projektet har det också ansetts angeläget att inrymma en redogörelse för vilka erfarenheter av kundinflytande som finns i andra branscher. Denna redogörelse har på projektets uppdrag genomförts av SAMOT vid Karlstads Universitet. (B. Enquist 2012, "Resenärsfokus utifrån en tjänste- och servicelogik").

4. SAMRÅD ENLIGT NYA KOLLEKTIVTRAFIKLAGSTIFTNINGEN

"Det regionala trafikförsörjningsprogrammet ska upprättas efter samråd med motsvarande myndigheter i angränsande län. Samråd ska även ske med övriga berörda myndigheter, organisationer, kollektivtrafikföretag samt företrädare för näringsliv och resenärer. I de fall ett landsting ensamt är regional kollektivtrafikmyndighet ska samråd även ske med kommunerna i länet." (Lag 2010:1065, 2 kap. 9 §).

Lagtexten säger med andra ord, *att* samråd ska ske, men beskriver inte *hur* detta ska genomföras. Samtliga myndigheter uppger att de följt de nya direktiven och många RKM har också genomfört samråd med flera intressentgrupper än de närmast berörda.

5. SAMRÅDSPROCESSER OCH REGIONALA TRAFIKFÖRSÖRJNINGSPROGRAM

För att ta reda på hur myndigheterna specifikt har arbetat med samråd kopplat till resenärsinflytande genomfördes en telefonundersökning under våren där följande frågor ställdes:

- Vilka samråd har genomförts?
- Har några specifika resenärsgrupper deltagit i samrådsprocessen?
- Hur har ni arbetat med att få in resenärsinflytande i programprocessen?
- Har resenärernas synpunkter kunnat tas tillvara i förslagen?
- Hur upplever ni nytta med att ha med resenärer i samrådsprocessen?

Efter sommaren har uppföljning genomförts hos några utvalda RKM för att utvisa om ytterligare insatser har genomförts i syfte att utveckla kunddialogen.

5.1. Vilka samråd har genomförts?

Samtliga RKM har kunskap om att samråd numera ska ske med fler intressentgrupper än tidigare. Trots denna insikt har samråd oftast genomförts enbart med de "vanliga" intressenterna, d.v.s. politiker och tjänstemän i kommuner, landsting, region, Trafikverket och RKM i angränsande län. Övriga intressentgrupper som i varierande omfattning har medverkat är trafikbolag, länsstyrelse, regionförbund, allmänhet, näringsliv i form av t ex Handelskammaren och branschorganisationer (tåg, taxi, buss).

Jernhusen har inte omnämnts en enda gång, vilket är något anmärkningsvärt då de har en viktig roll att tillhandahålla attraktiva terminaler och bytespunkter.

5.2. Resenärsgruppers deltagande i samrådsprocessen

Många RKM kom igång sent med programarbetet, hamnade i tidsbrist och resenärssamråd blev bortprioriterade. Befintliga råd (handikapp/pension/ungdom) hos f.d. Trafikhuvudmän har använts för samråd där deras nyckelfrågor har diskuterats. Få pendlarföreningar har bjudits in till samråd. Den orsak som i efterhand nämns är att fokus då lätt hamnar på detaljfrågor. Några RKM har haft löpande kontakt med Resenärsforum och/eller arrangerat möten där Resenärsforum varit inbjudna. Fakta om resenärsbehov samlades även in från Kollektivtrafikbarometern (Kollbar), egna kundundersökningar och "djupdykningar" i kundärendehanteringssystemet.

5.3. Resenärsinflytande i programprocessen

Samråden har till största delen genomförts efter att man börjat skriva själva programtexten, och anmärkningsvärt många samråd har genomförts i form av skriftliga remisser trots att det inte, enligt lagtexten, anses tillräckligt.

- Halland och Jönköping har haft öppna möten i varje kommun där man diskuterat programmet och invånare har kunnat komma med förslag och synpunkter.

- I Värmland tog myndigheten fram en checklista till kommunerna som stöd i dialogen med invånarna.

Man har till stor del uppmanat resenärer genom anslag på hållplatser, terminaler eller annonsering i media att skicka in synpunkter via mejl. Östergötland har även använt sig av en webenkät. Det kan konstateras att resenärerna kan bidra med betydligt mera allmänna kunskaper än enbart detaljkunskap ifall rätt metod används.

5.4. Har resenärernas synpunkter tagits tillvara?

I programskrivningarna är det svårt att utläsa om de nya myndigheterna har tagit tillvara på resenärernas/medborgarnas synpunkter. Några uttrycker att man har ambitionen att bli bättre till nästa program.

Ett fåtal RKM har följt upp med nya samrådsrundor när programmet börjat ta sin form. I Västernorrland har medborgardialogerna i de mindre byarna gett bra inspel till åtgärder, dels till programmet samt kommande upphandling. Inkomna synpunkter har hos några RKM sammanställts och använts i ny remissrunda till kommunerna.

5.5. Upplevelsen av nyttan med resenärsdeltagande i samrådsprocessen

Överlag anser RKM att nyttan med resenärsdeltagande är ganska liten och man efterlyser nya vägar för dialog. Detta står i motsats till de erfarenheter som framkommer hos de engelska trafikföretagens samrådsrutiner med resenärerna. Det upplevs av flera RKM som svårt att nå en representativitet för hela resenärskollektivet, och man efterlyser en gruppering som kan föra talan för "alla". De engelska resenärsorganisationerna har pekat på de undersökningar som görs på ett stort antal resenärer, vilket gör att representativiteten blir god. Det är resenärernas åsikter som speglas.

I Jönköping har man lyckats hålla diskussionen på en strategisk och "bra nivå". Det kom in många kreativa synpunkter, både kort- och långsiktiga, och man konstaterade att det kom in ungefär samma typ av synpunkter i samtliga kommuner.

Kronoberg uppskattar att Resenärsforum har kunnat lämna allmängiltiga synpunkter.

5.6. Sammanfattning

Arbetet med att ta fram ett regionalt trafikförsörjningsprogram har varit en tuff uppgift för de nya myndigheterna. Under samma period som de skulle ta fram ett nytt och viktigt strategiskt trafikförsörjningsprogram befann de sig i en förändringsprocess som omfattade både omorganisation, rekrytering av nya medarbetare, samt att nya styrelseledamöter skulle tillsättas. Konsekvensen blev att resenärsperspektivet ofta fick stå tillbaka. Trots stödet från den framtagna vägledningen har frågetecknen varit många vad programmet ska innehålla och hur samrådsprocesserna ska genomföras. Myndigheterna tycks i liten omfattning diskuterat med och tagit stöd av andra myndigheter hur deras arbetsprocess fungerat.

Lagstiftaren har ett tydligt krav på samrådsprocesser i programmen och de flesta RKM har genomfört samråd i någon form. Framförallt genom möten med befintliga intressentgrupper som kommuner, regionen, handikapporganisationer och pensionärsföreningar. Det är inte många myndigheter som har breddat intressentgruppen utöver de "vanliga" (**bilaga 3**).

Målsättningen i den nya lagen var att resenärsperspektivet skulle komma in i ett tidigt skede i processen. Myndigheterna har å ena sidan generellt en positiv inställning till samråd. Å andra sidan har man inte genomfört samråd med specifika resenärsgupper och i synnerhet inte i ett tidigt skede i processen. Orsaken som nämnts av flera myndigheter är att programarbetet varit väldigt pressat i tid, och att man varit tvungen att prioritera de "vanliga" intressenterna.

Myndigheterna efterlyser representanter från resenärsgupper, men man önskar att det fanns **en** samtalspartner som representerar "de många resenärerna". Man upplever det svårt att hantera alla detaljfrågor kopplat till de strategiska frågeställningar som omfattas av programarbetet. På samma sätt kan det vara svårt för en medborgare/resenär att ge synpunkter på ett "luddigt" strategiskt underlag. Förvånansvärt många samråd har skett i form av skriftliga remissrundor vilket inte, enligt lagtexten, anses tillräckligt.

Några RKM utmärker sig trots allt mycket positivt när det gäller samrådsprocessen.

- Västra Götaland började sin arbetsprocess i ett tidigt skede och har under flera omgångar samrått i ett stort nätverk. Höstens samråd följdes upp under våren då intressenterna fick ta del av ett utkast av programmet tillsammans med de punkter som tidigare tagits upp som viktiga inför framtiden. Därefter bockades de av, en efter en, utifrån om det tagits hänsyn till dem i programmet eller inte. Uppföljning och transparens skapar delaktighet, en viktig framgångsfaktor i att öka resenär/medborgarinflytandet.

- Jönköping och Halland har lagt ner mycket tid och engagemang för att nå ut med sitt programförslag och varit öppna och lyhörda för synpunkter från "alla". De har genom öppna möten i samtliga kommuner samlat in en mängd synpunkter som varit värdefulla i programarbetet. Ca 30-50 personer deltog i varje kommun i Jönköpings län.

Sammanfattningsvis, det finns ett stort och tydligt behov av att utveckla resenärsinflytandet både i den dagliga verksamheten och till kommande samrådsprocesser. De nya myndigheterna måste prioritera tid och resurser för att säkerställa att resenärer och medborgare dels blir delaktiga och dels får inflytande i ett tidigt skede!

6. INNOVATIVA SAMVERKANSFORMER

6.1. Inledning

Delaktighetstrappan är en modell som kan användas för att mäta graden av inflytande. Man kan ha stor nytta av den för att definiera om det ibland är tillräckligt att informera, medan det i andra fall är kritiskt med delaktighet.

Mäter vi graden av resenärsinflytande enligt Delaktighetstrappan under arbetet med de regionala trafikförsörjningsprogrammen, har den inte varit särskilt hög. Resenärer/medborgare har på sin höjd *medverkat* i samrådsprocessen i vissa regioner, men inte haft något reellt inflytande. Inför kommande programarbete är det därför angeläget att nivån av inflytande kan höjas.

I följande kapitel beskriver jag några goda exempel och förslag som förhoppningsvis kan skapa ett större resenärsinflytande både i daglig verksamhet och nästa trafikförsörjningsprogramarbete.



6.2. Ungas inflytande och medbestämmande

Barn och ungdomar har många tankar och idéer väl värda att ta till vara i samhällsplanering. En viktig framgångsfaktor för ett hållbart samhälle är också att ungdomar fortsätter åka kollektivt efter att de slutat skolan. En dialog med unga är därför värdefull.

Det är skillnad på barnperspektiv och barnens perspektiv. Det är viktigt att barn och ungdomar själva blir tillfrågade och får bidra med synpunkter, uppfattningar och förslag kring frågor som rör dem. När förslag ska analyseras rörande kollektivtrafik bör man alltid först ta reda på hur det påverkar barn och ungdomar genom att införa och använda sig av riktade samråd, samt exempelvis denna checklista:

- Vilka barn/ungdomar berörs av förslaget?
- Vilka intressekonflikter finns?
- Hur påverkar eller påverkas förslaget av andra faktorer?
- Vilka synpunkter har de berörda barnen/ungdomarna?
- Vilken hänsyn har tagits till de berörda barnens/ungdomarnas synpunkter?
- Vilka kompenserande åtgärder behöver vidtas?

I Sverige sker projekt för att involvera barn och unga i samhällsplaneringen. Trafikverket har i samverkan med Boverket fått i uppdrag att stötta utvalda kommuner att få barn och

unga mer delaktiga i samhällsplaneringen. Sex kommuner medverkar i projektet; Göteborg, Örebro, Borlänge, Hällefors, Trelleborg och Östersund. Projektet har pågått sedan 2010 och under 2012 kommer en slutrapport. Målsättningen är att skapa intresse hos barn och ungdomar för samhällsplanering och att barn och ungdomar blir en naturlig målgrupp och finns på dagordningen i kommunerna. Det förväntade resultatet är att hitta ra arbetssätt/rutiner, samt goda exempel som kan spridas vidare.

Genom ungdomsråd, där engagerade ungdomar träffas och arbetar för saker som de vill att kommunen ska göra för dem, kan deras behov och synpunkter enkelt kopplas till kollektivtrafik. Ett bra exempel är ungdomsrådet i Borås stad. Ungdomsrådet arbetar med att på olika sätt göra ungdomars liv så bra som möjligt, och den främsta uppgiften är att driva ungas röst genom att påverka beslut som tas i kommunen. De fungerar som remissinstans till Kommunfullmäktige och driver egna frågor som rör unga och arbetar bland annat med kollektivtrafik. I Borås blir ungdomarna hörda och lyssnade på av politikerna och får vara med och starta upp bra idéer som ungdomsrådet har kommit fram till.

Även internationellt har man insett betydelsen av att ta vara på ungdomars synpunkter. Vid varje större UITP konferens (International Association of Public Transport) arrangeras även ett UITP Youth Parliament där 15-20 unga människor från skolor och universitet bjuds in att delta som aktiva delegater under 3-4 dagar. De samverkar i arbetsgrupper och sessioner för att vid avslutningsceremonin överlämna och presentera en sammanfattande rapport över alla deras överläggningar. Den här arbets-metodiken möjliggör att de ungas åsikter, farhågor och rekommendationer tas hänsyn till av UITP:s medlemmar och regeringsrepresentanter som deltagit vid eventet.

Förslag - åtgärder som presenteras i trafikförsörjningsprogrammen ska alltid först vara diskuterade i riktade samråd med barn/ungdomar, samt belysta enligt ovan checklista.

6.3. Kundinvolverad tjänsteutveckling

Den allt hårdare konkurrensen om kundernas uppmärksamhet innebär att företag och organisationer måste bli bättre på att förstå hur kunderna tänker, känner och beter sig. I förlängningen handlar det om att utveckla samspelet med kunderna vilket kan påverka hela det sätt företaget arbetar på.

Med hjälp av nya tekniker som Kundinvolverad tjänsteutveckling (KIT) kan man få den djupare insikt som krävs och därmed ett mer tillförlitligt beslutsunderlag. KIT-metoden är framtagen av stiftelsen MTC (Marknadstekniskt Centrum, grundat av IVA och IFL) med ledande forskare inom tjänsteinnovation, från Centrum för tjänsteforskning vid Karlstads universitet och Akademin för innovation, design och teknik vid Mälardalens högskola.

KIT metoden bygger på att kunden själv identifierar och dokumenterar sina upplevelser och känslor i de ögonblick de uppstår. På så vis fångas såväl uttalade som dolda behov. Materialet ligger till grund för det fortsatta processarbetet som innefattar analys, framtagande av innovationspotentialer och konkreta tjänsteidéer. (se www.kitmetoden.se)

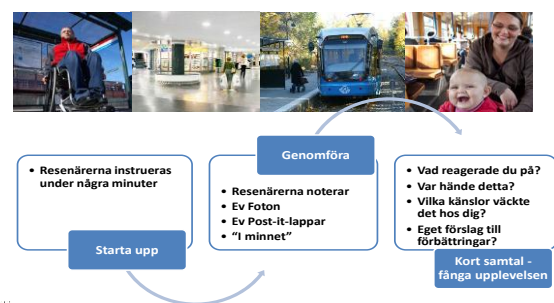
Syftet med KIT metoden inom kollektivtrafiken är att involvera ett antal resenärer på ett enkelt sätt så att vi kan få fram ny kunskap och förståelse för resenärernas dolda behov. En frågeställning kan vara:

"Vad kan vi lära oss av resenärerna för att bli bättre på att uppfylla deras förväntningar och önskemål på kollektivtrafiken".

Exempel på möjlig användarsituation:

- Ta sig till och från jobbet (fånga helhetsupplevelsen från det att man planerar sin resa tills man kommer fram)
- Resa med buss, tunnelbana, pendeltrafik (exempelvis fånga upplevelsen av visst färdstadium vid viss tid på dygnet via specifik rutt)
- Biljettköp (exempelvis via viss försäljningskanal)
- Väntan (exempelvis vid viss station/hållplats vid viss tidpunkt)

Resultatet ger information som kan adderas till kollektivtrafikens befintliga kunskap om användarna. Baserat på den informationen kan man utveckla nya tjänster som möter användarnas förväntningar och samtidigt ger det lilla extra för upplevelsen som kan skapa ett "wow!".



En fördel med metoden är att det är enkelt och kravlöst för användaren/resenären att delta. Utgångspunkt för metodiken är att användare har kunskap om sitt behov och även har egna idéer. Erfarenheter från genomförda projekt med KIT-metoden är att deltagarna ofta upplever en djup delaktighet i tjänsteutvecklingen. Genom att använda resenärernas kunskap för att skapa nya tjänsteinnovationer kan vi lättare förstå deras drivkrafter att välja kollektivtrafiken, vilket i sin tur kan leda till ett ökat resande. B. Enquist (2012).

Förslag - I Karlstad genomförs till hösten ett pilotprojekt enligt KIT metoden. Resenärsforum förslås arrangera ett "KIT" seminarium ihop med Karlstadtrafik och Vascaia som genomför undersökningen, där metod och resultat presenteras till inbjudna RKM samt andra berörda intressenter.

6.4. Sociala medier

När man talar om sociala medier är det i första hand Facebook och Twitter de flesta kommer att tänka på. Men utbudet har blivit allt större vad gäller sociala medier, och det finns i dagsläget flera miljoner användare som dagligen använder sig av de tjänster som finns att välja bland i fråga om sociala medier.

Genom att vara aktiv på Facebook kan man få reaktioner och respons direkt från läsarna vars kommentarer sedan blir direkt synligt för alla dennes vänner. Idag använder flera RKM, fd länstrafikbolag och trafikoperatörer Facebook och bloggar för att föra en dialog med sina kunder.

Ett gott exempel är Lars Backström, VD på Västtrafik, som håller aktiv kontakt med sina resenärer via både twitter och facebook. Han svarade bl.a. under en timme på frågor på Västtrafiks Facebook-sida.



– Jag tror på den här sortens tillgänglighet. Det är ett jättebra sätt att fånga upp synpunkter på, och kunna ha en dialog med kunderna. Det stödjer vår målsättning att bli ett lättillgängligt, lyhört och modernt företag, säger Lars Backström.

Passenger Focus (kap.8.1) har nyligen genomfört en undersökning hur resenärer vill kommunicera via sociala medier. En av slutsatserna är att resenärerna föredrar twitter än facebook som informationskanal vid störningar. "Short and Tweet. How passengers want social media during disruption", 29th June 2012

Den som vill påverka allmänheten måste ta sig ut i den värld där allmänheten befinner sig. Youtube är den snabbaste kanalen som finns för att nå ut till så många som möjligt. Det har inneburit att marknadsföring via youtube gått i taket och att allt fler företag och organisationer väljer att marknadsföra sig via youtube. Funktionerna i youtube som innebär att man direkt rekommenderar klipp man sett för sina vänner, ger en enorm ökning av träffar som är svår att slå med andra medel som står till buds. Utöver reklam kan youtube även användas för information, skapa engagemang, föra diskussioner etc, vilket innebär att man måste finnas på plats på innovativa kanaler för resenärsinflytande. Detta är också en metod som särskilt framhålls av London Travelwatch. Det danska trafikföretaget Midttrafiks bussreklam är ett spännande och nytt exempel hur man kan skapa engagemang för kollektivtrafik i Youtube. Se https://www.youtube.com/watch?v=N_Si6Jg8-ds.

En nyligen genomförd undersökning, visar att 78% av UITP´s medlemmar använder sociala medier medan 22% har planer på att göra. Av dem som använder sociala medier, använder 78 % Facebook och Twitter och 33 % använder Youtube. Den tid som investeras i sociala medier varierar mellan 0,1 till 1.5 av en heltids tjänst av de resurser som ansvarar för marknadsföring/ kommunikation. Detta är relativt låg jämfört med andra resurser för kommunikation och marknadsföring.

Att tänka på när du använder sociala medier:

Social Media: Current Activity & Lessons Learned, UITP information sheet, May 2012

Riktade målgruppskampanjer

Använd gärna sociala medier vid kampanjer mot en avgränsad målgrupp, exempelvis yngre personer som är väl lämpade för kortsiktig, omedelbar och taktisk kommunikation (evenemang, event osv.)

Varumärke

Kommunikation via sociala medier är en del av den totala varumärkesstrategin. den personliga rösten måste vara förenliga med den övergripande varumärkesstrategin – företag kan inte ha en "delad" personlighet för sociala och andra media.

Innehåll

Innehållet måste vara spännande, intressant och inte formellt eller för gammalt.

Kostnad

Titta på den totala kostnaden: ingångskostnaderna är låga, men kostnader för underhåll kan vara högre och det är viktigt att hålla "up-to-date".

Resurser

Det behövs resurser för snabba svar. Det behöver inte nödvändigtvis vara dygnet runt, men definitivt regelbundet under arbetsveckan.

"Bevakning"

Sociala medier är interaktiva. Vad händer om det skrivs negativa kommentarer? Ska man ta bort det? Innebär det att man är oärlig? Aktiv och effektiv bevakning tillsammans med en tydlig policy är viktigt.

Information till passagerarna

Sociala medier kan med fördel vara en del av informationen till resenärer (d.v.s. en mix av realtid och senaste nyheter är bättre än enbart en tidtabell). Det ger också ett mervärde i form av varning för störningar och möjlighet till alternativa resor.

Webbplats

Glöm inte att använda din webbplats för mer information

Utvärdering

Liksom alla investeringar på marknadsföring måste detta utvärderas. Fråga är hur?...

Mål

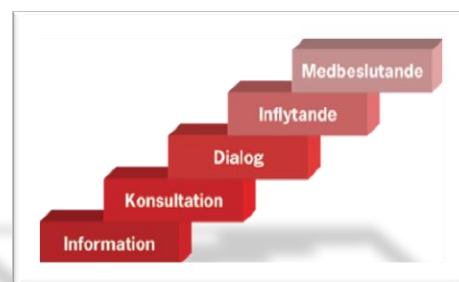
.. utvärdera mot tydliga mål – glöm inte detta bara för att mediet är nytt

6.5. Medborgardialog

Det finns olika sätt att få inflytande som medborgare. Tillräcklig information för att kunna bilda sig en uppfattning är ett minimikrav. Opinionsundersökningar eller medborgarpaneler som tar reda på vad allmänheten tycker kallas för konsultation. I en *dialog* möts politiker och medborgare och man får utbyta åsikter med varandra. Lite högre i inflytandetrappan ligger just inflytande eller medbeslutande, till exempel genom folkomröstningar.

Skånedialogen är en metod Region Skåne använder för långsiktig medborgardialog och är ett väldigt bra exempel på hur man strukturerat och med en tydlig metodik kan hålla medborgardialoger inom alla områden. Den är nyskapande eftersom den bygger på ett statistiskt urval, men är samtidigt traditionell i mening att samtliga möten sker öga mot öga. Skånedialogen startar med en enkät som skickas ut till 1 % av Skånes befolkning mellan åldern 18 - 80. I enkäten ställs frågor som berör Region Skånes ansvarsområden. Syftet är att skapa en bild av det aktuella opinionsläget, utgöra en mätpunkt för uppföljning, men också ge respondenterna möjlighet att delta i en dialoggrupp.

Grundidén är att genom samtal skapa en informerad opinion och proaktiva politiker. Hela processen genomsyras därför av en ständig interaktivitet genom upprepade enkäter, informationshäften, återkoppling efter varje möte, telefonsamtal samt en hemsida med diskussionsforum.



Skånedialogens styrka ligger i den genomtänkta strukturen, från skapandet av relativt representativa dialoggrupper till genomförandet med informationsmaterial och fysiska möten,

till uppföljning och återrapportering. Samtalen kan bidra till bättre underlag och stärker legitimiteten för den demokratiska beslutsprocessen.

I Montana, USA genomfördes en mycket framgångsrik medborgardialog i samband med arbetet att ta fram en förvaltningsplan då vargstammen började bli för stor. Ett vargråd, med medlemmar från jägare, allmänhet, boskapsuppfödare, informatörer och jaktguider bildades, som tillsammans tog fram 26 vägledande principer för att hantera allas intressen. Därefter påbörjades en omfattande dialogprocess som resulterade i en väl accepterad miljökonsekvensbeskrivning (MKB). B. Enquist (2012)

Under programarbetet genomförde RKM i Västernorrland medborgardialoger genom att bjuda in till seminarier med olika teman; Kompetensförsörjning, Landsbygd, Turism/Besöksnäring och Ungdomar. De understryker vikten av att ha medborgardialogmöten, i synnerhet i de mindre byarna. De kände en viss tveksamhet i början, men det visade sig snart att diskussionerna blev mycket konstruktiva och deltagarnas tankar var både realistiska och det kom fram många bra lösningar.

Förslag: Att utveckla en medborgardialog är en tydlig framgångsfaktor i kommande trafikförsörjningsprogram. Skånedialogen kan med fördel spridas till flera RKM.

6.6. Resenärsombud - resenärens röst

De flesta medborgare använder en konsumentombudsman och Allmänna reklamationsnämnden (ARN) vid ett reklamationsärende eller om man inte är nöjd med sin kompensation från transportören.

I **Schweiz** kan en resenär få hjälp av "Service för medling av kollektivtrafik" om hen är i en tvist med ett transportföretag. Ombudsmannen fungerar endast som en medlare som gör rekommendationer men inte kan utfärda sanktioner. Läs mer på <http://www.ombudsstelle.ch>

I **Danmark** har man sedan 2009 etablerat en oberoende överklagningsenhet för buss/tåg och metro som samverkar med det nationella konsumentverket. Läs mer på: www.atbm.dk

I **Tyskland** finns också en kundombudsman och man har delat upp ansvaret för långväga buss/tåg/flyg/båt, samt en för lokal och regionaltrafik. <http://www.schlichtungsstelle-mobilitaet.org/> samt <http://www.schlichtungsstelle-nahverkehr.de>

Både **Holland och Österrike** har (en slags) kundombudsman som kan ta emot och hantera kundklagomål för resor. Läs mer på <http://www.sgc.nl/> samt www.scg.gv.at

I **Storbritannien** hanterar Travel watch i London alla slags resor och Passenger Focus ansvarar för buss och tåg utanför London. Storbritanniens positiva erfarenheter med formaliserade resenärsorganisationer som med mandat att driva frågor och stor påverkansmöjlighet kan med fördel införas i Sverige.

Förslag: Respektive RKM etablerar ett samarbete med ett Resenärsombud (se kap.7) inom det geografiska RKM området. Genom regelbundna samråd ihop etableras en metod att låta resenärerna komma till tals som tillför ett resenärsperspektiv i arbetet med

trafikförsörjningsprogrammet. Syftet ska inte vara att agera domare vid reklamationärenden, utan en mer symbolisk karaktär, dvs. "resenärens röst" i allmänna frågor. Det handlar om att vara opinionsförmedlare på uppdrag av dem som använder kollektivtrafiken. Metoden innebär att föra dialog med respektive parter med en informerad och kompetent argumentering. Hen är även kanalen in till trafikorganisations operativa verksamhet.

6.7. Resenärspaneler

I Sverige används kundpaneler inom kollektivtrafikbranschen fortfarande i liten skala. I Storbritannien är det helt annorlunda, där t.ex Passenger Focus använder kundpaneler som ett strategiskt viktigt verktyg för att hålla en dialog med resenärer i hela landet. För att uppmuntra intresset och komma över eventuella hinder har de tagit fram en skrift om hur man på ett enkelt sätt skapar resenärspaneler och vad man ska tänka på för att undvika eventuella fallgropar. **(bilaga 4)**

Trafikverket har åtta resenärspaneler spridda i landet som årligen genomför tre undersökningar. Syftet är att ta reda på informationsbehovet och göra anpassningar efter det. Resultatet läggs ut på nätet, vilket ger en bra återkoppling på vad som sker både till medlemmarna i resenärspanelerna, men även till andra intresserade.

Förslag: Resenärforum får i uppdrag att ta fram en folder (se Passenger Focus) hur man på ett enkelt sätt kan skapa olika resenärspaneler.

6.8. "Good practice guide"

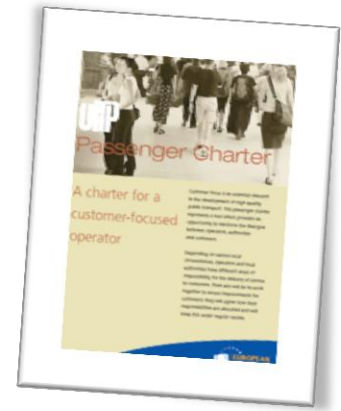
Bus User UK har sedan länge använt sig av "Bus Surgeries", vilket innebär att de organiserar lokala möten ombord på bussar runt i England mellan bussorganisationer och resenärer. Syftet är att skapa möjligheter för dialog, där alla ges möjlighet att få berätta vad de tycker i olika frågor som berör kollektivtrafiken. Genom att använda samma metod i hela landet har de fått värdefull information som de har använt till en "Good Practice Guide", **(bilaga 4)** vilken är en sammanställning av resenärernas förslag på förbättringar inklusive en åtgärdslista på sju utpekade områden:

1. Före en resa
2. Hållplatser och terminaler
3. Bussfordon
4. Priser och biljetter
5. Punktlighet och tillförlitlighet
6. Klagomål och synpunkter
7. Involvera kunden i verksamhetsutveckling

Förslag: Resenärernas förslag och behov i Storbritannien är med stor sannolikhet av samma natur som resenärernas behov i Sverige. Resenärforum får i uppdrag att ta fram en svensk version.

6.9. UITP Passenger Charter

UITPs Passenger Charter är ett verktyg för dialog mellan myndigheter, trafikföretag och resenärer. Syftet är att stärka samarbetet mellan parterna och genomföra förbättringar för kunderna. Genom gemensamma rekommendationer har de kommit överens om hur ansvar ska fördelas och hur det ska följas upp. Foldern innehåller tydliga rekommendationer i utpekade områden, samt även vilka skyldigheter resenären har.



Förslag: SKL föreslås ta fram en liknande folder anpassad för svenska förhållanden.

7. ORGANISATION OCH FINANSIERING

I Storbritannien finns två resenärsorganisationer som båda är finansierade genom offentliga medel, men är helt fristående från beställare och kollektivtrafikbolag. Det ger styrka i att inneha goda medel för sitt arbete, stöd från politiken att driva frågorna, men även en frihet i det att det är resenärsfokus de ska använda i alla frågor. Båda organisationerna arbetar med undersökning och analys samt finns med i debatt och diskussioner med övriga parter inom kollektivtrafiken, samt undersöker klagomål från resenärer.

För att skapa ett större resenärsinflytande måste formen och finansiering av verksamheten vara både tydligt förankrad och formaliserad. En långsiktig målsättning, enligt min mening, är att det i Sverige ska skapas en organisation med samma mandat som Passenger Focus i Storbritannien (se kapitel 8). Utifrån dagens förutsättningar är den enklaste vägen att börja bygga på befintliga organisationer.

Sveriges enda motsvarighet till nationell resenärsorganisation är Resenärsforum. Resenärsforum är en svensk organisation för kollektivtrafikresenärer som organiseras av enskilda personer och närstående organisationer, samt samverkar med lokala pendlarföreningar. Verksamheten finansieras dels genom medlemsavgifter och vissa mindre bidrag, dels genom verksamhetsbidrag från Konsumentverket. Vissa projekt genomförs med projektbidrag från gång till gång. Allt arbete sker till största delen ideellt.

Resenärsforum anordnar diskussioner och seminarier, tar fram rapporter kring aktuella ämnen samt uppvaltar beslutsfattare och trafikföretag angående nödvändiga eller önskvärda förbättringar. Syftet är att skapa bättre resekvalitet, ett viktigt arbete som innebär att medverka i debatter och konferenser för att säkerställa att resenärernas synpunkter i ett tidigt skede kommer med i planeringen. Inför arbetet med de nya trafikförsörjningsprogrammen har Resenärsforum försett de nya myndigheterna med grundläggande krav som de anser behöver uppfyllas för att resenärerna ska uppleva kollektivtrafiken tillräckligt attraktiv. Resenärsforums mål är att säkerställa att resenärernas synpunkter och önskemål tillgodoses i görligaste mån. Strategin är att en löpande dialog ska ge ömsesidiga kunskaper till trafikföretag och resenärer, så att resenärsperspektivet kommer in i planeringsprocessen på ett effektivt sätt.

Ett ökat resande med kollektivtrafik kan endast komma till stånd genom resenärernas frivilliga val och bara om resan är attraktivare än de alternativ som står till buds. Vad som är attraktivt för resenärerna kan endast resenärerna själva avgöra. Ökad attraktivitet betyder fler kollektivresor, och fler kollektivresor betyder successivt bättre ekonomi för trafikföretagen. Bättre ekonomi betyder mindre behov av skattefinansiering. Det visar att det är nödvändigt både för RKM och trafikföretag att resenärerna kommer till tals. Att resenärerna ska komma till tals måste tas för givet och det ligger i samhällets intresse att säkerställa att en effektiv form av samråd och dialog skapas.

Det är därför det är så angeläget att RKM och operatörerna driver ett regelbundet samråd med resenärerna, i första hand genom dialog, men också genom löpande samråd i specifika frågor. Analysen av programmen visar att det saknas ett tydligt resenärsinflytande samtidigt som RKM efterlyser en samtalspartner som representerar "de många resenärerna".

Förslag på organisation

Erfarenheten säger att resenärerna måste utse sina egna företrädare. Det kan ske genom olika processer som säkerställer att resenärerna i gemen får inflytande. Men eftersom det är viktigt att samrådet mellan RKM och resenärsföreträdaren sker på en jämställd nivå, fungerar det inte att RKM utser representanter för resenärerna. Baserat på de positiva erfarenheterna i England, föreslår jag att respektive RKM tillsammans med den regionala eller lokala resenärsorganisationen samt med stöd av Resenärsforum utser ett Resenärsombud samt bestämmer hur en organisation med ett regionalt resenärsombud ska se ut. Vidare bör RKM stödja den resenärspanel (ca 15-20 personer) som förutsätts bildas för att diskutera vissa frågor.

En viktig arbetsmetod för Resenärsombudet är att tillämpa olika enkätundersökningar och andra opinionsmätningar för att förvissa sig om vilka åsikter som resenärerna i gemen hyser. Resenärsombudens övergripande uppdrag bör styras av hur resenärerna inom respektive område uttalar sig.

Resenärsombuden samarbetar i första hand med Resenärsforum som ansvarar för att koordinera arbetet i landet, genomför utbildningar och överför erfarenheter mellan olika landsdelar. Resenärsforum kan exempelvis följa upp gemensamma frågor hos olika RKM, och Resenärsforum kommer att framföra resenärernas synpunkter i remissyttranden till regeringen, till utredningar och liknande nationella uppgifter.

Förslag på finansiering

En förutsättning för att ett Resenärsombud ska kunna delta i sammanträden och i sin tur kunna samråda med medresenärer, kringboende, grannar och potentiella resenärer är att tillräcklig tid kan läggas på dessa uppgifter.

Därutöver ska enkätundersökningar genomföras, vilket ska göras av professionella undersökningsföretag. Detta arbete kräver en viss ekonomisk bas. Resenärsforum kan bistå med kunskap och information, men har knappa resurser av ekonomisk karaktär.

Arbetet föreslås finansiering av RKM via en avgift på 20 öre per invånare vilket innebär en budget på ca 2 MSEK/år. Budgeten ska omfatta finansiering av reskostnader och sammanträdesarvoden för resenärsombuden, men kan i begränsad omfattning även avse gemensamma arbetsuppgifter som Resenärsforum utför åt lokala resenärsgupper, såsom

nationella resenärsenkäter. Resenärsforum får också ansvar för att koordinera och utbilda Resenärsombuden, samt omkostnader för resenärspaneler och genomförande av möten/seminarier etc. Det är viktigt att kostnaderna lokalt kan klaras av hos respektive RKM.

Den gemensamma erfarenhetsbanken som finns hos Resenärsforum och som står till resenärsombudens förfogande kan Resenärsforum klara i huvudsak på egen hand, med visst stöd från Konsumentverket eller liknande. Resenärsforums strategi är att stödja de lokala resenärsföreträdarna och åstadkomma lokala/regionala samråd.

Genom denna nya samverkansform mellan RKM, Resenärsombud och respektive resenärspanel, ihop med Resenärsforum som nationell koordinatör och SKL som har ett övergripande ansvar för uppföljning, kan vi skapa en tydlig struktur som möjliggör ökat resenärsinflytande i Sverige.

Ansvar och rollfördelning	
RKM	utser intern kontaktperson RKM, utser Resenärsombud och resenärspanel tillsammans med lokal resenärsorganisation och Resenärsforum, tillhandahåller lokaler för möten (3-4/år) med resenärspanel
Resenärsombud	Dialog med RKM, enkätundersökningar gällande regionala frågor, huvudansvar för möten med resenärspanel, återkoppling av enkätresultat till RKM/Resenärsforum/resenärspanel
Resenärsforum	utser i samråd med lokal grupp och RKM resenärsombud. Koordinerar arbetet med alla resenärsombud, ansvarar för att utbilda resenärsombud. För generella diskussioner med SKL och respektive RKM tillsammans med resenärsombudet; anordnar seminarier; årlig återkoppling till SKL.
SKL	Övergripande ansvar för uppföljning av samrådsprocess med resenärskollektivet. Administrerar finansieringen.

8. RESENÄRSSAMVERKAN – GODA EXEMPEL FRÅN UTLANDET

Inom ramen för detta projekt genomförde Resenärsforum ett studiebesök hos ett antal resenärsorganisationer i England i syfte att hitta goda exempel på organisationer där man med ett tydligt resenärsperspektiv och i nära samverkan med resenärerna verkar för att utveckla kollektivtrafiken. Nedanstående text är delvis hämtat från rapporten. "Studiebesök i London juli 2012 ReFo".

8.1. Passenger Focus

Passenger Focus är en oberoende offentlig organisation som inrättats av regeringen för att skydda tåg- och bussresenärers intressen utanför London. De finansieras av Transportdepartementet men verksamheten och beslutsfattande är oberoende av regering. Legitimiteten för Passenger Focus ligger i att PF tillkom genom ett beslut i parlamentet. Det

är inte ett statligt organ, men det har fått en uppgift från staten att undersöka vissa saker. Denna roll kallas för "statutory body", vilket kan betraktas som ett slags certifikat att utföra uppgifter som samhället behöver.

Organisationen bildades 2005. Passenger Focus har koncentrerat sig på att genomföra undersökningar. Sedan åtta år tillbaka genomför de en årlig kundundersökning där över 65 000 tågresenärer ger sina synpunkter som stödjer lobbyarbetet för att säkra resenärernas röst vid beslut om framtida trafik. Tillsammans med 25 000 intervjuer per år av busspassagerare har de skapat en stor databas som delvis kan användas för nya analyser. Det är undersökningarna och de analyser som görs i materialet som är den stora styrkan i Passenger Focus argumentering.

Resenärspaneler används också i hög grad som metod för feedback och idéer om förbättringar och nya produkter och de har tagit fram ett bra underlag för hur man genomför dessa på ett konstruktivt sätt. De har även tagit fram ett faktablad vad funktionshinderade behöver för ett gott resande – Assisted Passenger Reservation Service - Best Practice Guidelines.

Något som blir väldigt tydligt när man tittar igenom deras publikationer är värdet och styrkan av att ha en stark organisation som kan bedriva forskning, genomföra undersökningar fristående från Kollektivtrafikbolagen och huvudmännen med enbart resenärerna i fokus. Passenger Focus studier presenteras en gång om året. De väcker alltid stor uppmärksamhet. Passenger Focus mätningar har numera karaktären av offentlig statistik, som alla kan hänvisa till. Idag har de ca 40 medarbetare i London, samt Manchester.



8.2. Bus User UK

Bus User UK, tidigare känd som den nationella federationen för bussresenärer, är en oberoende grupp som vill påverka lokala och nationella regeringen att sätta in åtgärder som bidrar till att förbättra busstjänster för alla.

Alla som vill kan bli medlem. Buss User UK är inte anslutet till något politiskt parti och har nära kontakt med samtliga stora bussbolag och massor av små samt även deras branschorganisationer, regeringen och lokala myndigheter. De ger ut en 32 - sidig tidning/nyhetsbrev fyra gånger per år.

Deras arbete inriktar sig på att:

- Stärka bussresenärers argument i diskussioner om kollektivtrafikfrågor
- Öka inflytandet på lokala och nationella nivåer när det gäller beslut som påverkar buss tjänster
- Utveckla en god dialog mellan bussbolag och deras resenärer

- Organisera lokala möten (Bus Users Surgeries) ombord på bussar runt i landet mellan bussorganisationer och resenärer, där de kan berätta vad de tycker och höra deras åsikt

Den viktigaste verksamheten har varit att hjälpa resenärerna att reda ut problem. Bus User UK lyckades få igång en konstruktiv dialog med de politiska instanserna, som oftast inte såg bussresenärerna som särskilt viktiga.

Branschen och Bus Users har ett gemensamt organ Bus Appeals Body, som är överklagningsorgan för klagande som inte känner att de behandlats rättvist. Den enda sanktionen som detta organ kan vidta är att utesluta ett bussföretag från medverkan, vilket kan svida. En hårdare granskning kan göras av Traffic Commissioner (the Regulator), som har överinseende över busstrafikbranschen, på samma sätt som the Rail Regulator har över järnvägsbranschen. Sverige saknar motsvarighet till Regulator – Transportstyrelsen vill inte befatta sig med kvalitetsfrågor, endast med säkerhet och konkurrensneutralitet. Bus Users UK har ett kansli med 7 personer anställda. Två av de anställda arbetar enbart med klagomål.

8.3. London TravelWatch

London TravelWatch (LTW) har på uppdrag av staten uppgiften att företräda alla olika sorters resenärer i londonområdet, dvs. även fotgängare, cyklister och bilister och är remissinstans för allt som rör trafiken. LTW har funnits i mer än 60 år. LTW fungerar också som överklagandeinstans för klagomål. Den största frågan vad gäller klagomål gäller Oysterkortet/priser. Styrelsen för London Travelwatch utses av Great London Authority och är arvoderade. Ordföranden med ett belopp motsvarande en arbetsinsats om 2,5 dagar per vecka och ledamöterna med ett belopp motsvarande en dag per vecka. Ledamöterna får 3000-5000 GBP per år. Ledamöterna i LTW betalas mera.

LTW arbetar mycket med interaktiva media. Hemsidan är aktiv och LTW finns sedan helt nyligen på twitter. Kontakterna med operatörerna är extra viktig. Det gäller också att tillhandahålla svar på FAQ (frequently asked questions). Däremot finns inte LTW inte på facebook, som inte anses tillräckligt bra idag.

Ett viktigt medium som används är däremot youtube. Där kan man lägga ut korta filmsnuttar som får stort tittarvärde. Det är ett sätt att nå ut med budskap. Man har t ex med framgång inbjudit till evenemang den vägen.

Det finns stationsanvändargrupper och linjeresenärigrupper. Det finns en organisation för självhjälpgrupper, Federation of Self Help Groups. Det finns också en organisation för trafikplanerare inom kollektivtrafiken, Association of Transport Coordinating Officers, båda med länkar från LTWs hemsida.

Opinionsbildningen är en viktig roll som LTW har. De faktorer som LTW sätter högst är tre stora F, nämligen Frequency, Faces och Friendliness. Som lobbyorganisation har de också identifierat tio nyckelområden för kollektivtrafik i syfte att få politiska kandidater att stödja dessa till nästa val. De har även tagit fram ett "manifest" med många viktiga punkter ur ett resenärsperspektiv.

8.4. EPF - European passenger federation

EPF är en ideell organisation och den belgiska passagerar organisationen TrainTramBus agerar sekretariat för EPF. De har för närvarande 33 medlemmar och har etablerat sin position som "en röst för kollektivtrafikens användare" i Europa. Resenärsforum är en av medlemmarna. De bildades 2002 och 2007 blev EPF medlem av globala alliansen för EcoMobility. EPF bedriver forskning, publicerar rapporter, håller konferenser och arbetar med transportföretag och beslutsfattare i syfte att verka för passagerarnas rättigheter i hela Europa.

BILAGOR

1. Rapport "Studiebesök i London juli 2012" Kurt Hultgren, Resenärsforum
2. Rapport "Resenärsfokus i ett tjänste/servicelogik" Bo Enquist okt 2012
3. Sammanställning av samråd 2012
4. "Guide to passenger panels"- Passenger Focus mars-2012
5. "Good practice guide" - Bus User UK