

Dato: 30. august 2013

Det skal være NEMT at være kunde i den kollektive transport – oplæg til paraplyorganisation

Fælles oplæg udarbejdet af DSB, Metroselskabet I/S og Trafikselskabet Movias administrationer

På baggrund af evalueringen af Lov om Trafikselskaber har Transportministeriet bedt DSB, Metroselskabet og Movia om, at udarbejde et oplæg til den fremtidige organisering af den kollektive transport i Hovedstadsområdet ved oprettelse af en såkaldt paraplyorganisation.

En bedre organisering af den kollektive trafik skal bidrage til at styrke sammenhængen i den kollektive trafik med henblik på at få flere rejsende. Det er selskabernes hensigt, at paraplyorganisationen indrettes på en måde som sikrer, at den kollektive trafik udvikles til gavn for kunderne og med kunden i centrum, for at kunne sikre, at den politiske ambition om vækst i den kollektive trafik opfyldes. Baggrunden for oplægget er, at en kommende paraplyorganisation skal realisere følgende mål:

- Øge kundetilfredsheden i den kollektive trafik
- Øge effektiviteten for de opgaver som løses i fællesskab mellem selskaberne

Det skal ske ved at gøre det nemmere at være kunde i den kollektive transport. Dette gøres ved, at kundevedtøede funktioner og opgaver i den kollektive transport varetages i en fælles paraplyorganisation. Paraplyorganisationen er således en fælles fremtræden over for kunderne. For kunderne skal den kollektive transport opleves som én sammenhængende enhed, uafhængigt af hvem der producerer ydelserne.

KUNDENS REJSE MED PARAPLY

Johanne Birk bor i Svogerslev ved Roskilde og arbejder hos Nordea på Christianshavn. Hver dag tager hun bus 201A til Roskilde st. og derfra videre med regionaltoget til Nørreport st., hvor hun skifter til Metroen frem til Christianshavns st. På Paraply-app kan hun hurtigt og nemt se, om trafikken kører som planlagt, og hvor lang tid der er til næste afgang. Det er rart, at al informationen om den kollektive trafik er samlet et sted – hun kan stadig huske, hvordan hun tidligere skulle på tre hjemmesider for at tjekke, om der var ændringer på vej.

Hun fornyer også sit mobilperiodekort på Paraply-app'en, og hun har valgt at lade det ske helt automatisk. Som fast kunde hos Paraply får hun nemlig højere rabat.

Det, Johanne sætter størst pris på, er, den personaliserede information hun får via MinParaply. I sidste måned var der fx signalproblemer en eftermiddag ved Trekroner st., og så fik hun besked om, at hun med fordel kunne skifte til bus 123 fra Høje-Taastrup st. Selvom hun bliver guidet ud på en anden rejse, følger hun sig godt hjulpet. Skiltningen på stationerne fra det ene transportmiddel til det andet, viser hende vej, og der er skærme der giver overblik over, om hun skal skynde sig eller kan nå et stop i kiosken. Hun har også lagt mærke til, at personalet fra Metro stewards til buschauffører er blevet meget bedre til at informere på tværs af transportformerne.

Hvis det går helt galt – og det gør det heldigvis meget sjældent – har Paraply oven i købet en rejsegaranti, der gælder hele rejsen. Det giver trykthed for, at hun kan regne med at nå frem, inden institutionen lukker. Hun er glad for at pendle med Paraply, hvor tiden er helt hendes egen - til afslapning eller lidt hjemmearbejde - i stedet for at spilde sin tid i bilkøer.

Hendes svigerfar er også blevet rigtig glad for den kollektive trafik, fordi der er kommet ens regler for pensionister i bus, tog og metro. Medarbejderne i Paraply kundecenter er altid hjælpsomme, når man måske har lidt svært ved at bruge de digitale muligheder. Uanset hvad man spørger om, får man svar, og man får ikke længere at vide, at man skal ringe til et andet nummer.

Johanne var slet ikke i tvivl om at svare, at hun er en meget tilfreds kunde, da hun blev kontaktet af et analysefirma i sidste måned, der lavede en kundeundersøgelse for paraply.

Rammerne for det fælles oplæg

Rammerne for det fremtidige samarbejde er formuleret af Transportministeriet:

- Det kollektive trafiksystem i Hovedstadsområdet skal have ét navn, ét ansigt og ét brand.
- De deltagende selskaber ændrer ikke status for så vidt angår ejerskab og selskabsform.
- Der skal ikke etableres en ny aktør i den kollektive trafik
- Paraplyorganisationen er en fælles organisering af kontaktfladen til kunderne og skal opfattes som en udbygning af det eksisterende direktørsamarbejde støttet af en mindre koordinerende organisation/sekretariat
- Paraplyorganisationen skal kunne træffe beslutninger på en effektiv og smidig måde.
- Modellen skal være udgiftsneutral i forhold til i dag.
- For DSB forudsættes Kystbanen/Kastrupbanen, S-tog og Øresundstrafikken omfattet.

Transportministeriet har foreslået, at paraplyorganisationen kan varetage følgende opgaver på vegne af selskaberne:

- Kundeservice
- Billetter og takster
- Indtægtsdeling og opgaver relateret hertil
- Markedsføring og kommunikation
- Rejseregler
- Koordinering af køreplanlægning
- Trafikinformation
- Analyse og benchmarking

Derudover foreslår Transportministeriet, at parterne kan øge samarbejdet om fx. billetteringsudstyr, kontrolvirksomhed, trykning og levering af billetter m.v.

I de kommende afsnit præsenteres et oplæg til opgaveindhold af en kommende paraplyorganisation. Sidst i oplægget skitseres en implementeringsplan for den nye organisering. Oplægget er udarbejdet i fællesskab af Metroselskabet, Movia og DSB – herefter kaldet selskaberne.

Paraplyorganisationens opgaver

Parterne i den kollektive trafik i Hovedstadsområdet samarbejder allerede i dag om en række opgaver. Det sker i regi af det såkaldte ”Direktørsamarbejde”, som sekretariatsbetjenes af Trafikstyrelsen. Samarbejdet omfatter bl.a. fælles billetter, abonnementskort og priser (takster) herunder indtægtsdeling, kundeinformation og markedsføring, Erhvervs-salg, Rejskort, fælles mobilbilletter, rejseregler og koordinering af køreplaner.

Etableringen af paraplyorganisationen forventes at give en markant styrkelse af samarbejdet – et samarbejde, der vil gøre det lettere at være rejsende, da den kollektive trafik vil fremstå som ét ansigt over for kunderne. Følgende væsentlige ændringer i paraplyorganisationens dækningsområde i forhold til dagens situation skal fremhæves:

- Al markedsføring af den trafik der er omfattet af paraplyorganisationens område varetages i regi af paraplyorganisationen under et fælles navn. DSB vil fortsat i hele landet markedsføre tiltag rettet mod den trafik, der ikke er omfattet af paraplyorganisationen.
- Al kundeendt passagerinformation afsendes i paraplyorganisationens navn og logo.
- Kundeendt kommunikation baserer sig på ét fælles logo, fælles designlinje og fælles sprog.
- Der etableres én indgang til den kollektive trafik i paraplyorganisationens område: én e-mailadresse, ét telefonnummer, ét kundecenter, én hjemmeside, én app, én facebook side og ét kundeprogram.

Paraplyorganisationen udarbejder – inden for rammer fastlagt af de deltagende selskaber – oplæg til:

- Udvikling af billetprodukter, tilbud, kampagner mv. inden for paraplyens område
- Markedsføring af paraplyorganisationens produkter og services, både den samlede kollektive trafik og de enkelte transportformer
- Kundeundersøgelser
- Fælles strategi for udvikling af salgsflader inden for paraplyen. Det vil dog fortsat være op til de enkelte selskaber, hvorvidt man ønsker at oprette hhv. afvikle forskellige typer af salgskanaler/-steder
- Videreudvikling af paraplyorganisationens koncept.

Initiativer besluttet i fællesskab af de selskaber, der er tilsluttet paraplyorganisationen. Eftersom der er forskel på udformning og indretning af de forskellige transportformer (bus, tog, metro og på sigt letbane) vil selskaberne fortsat kunne tilbyde transportspecifikke

produkter til gavn for den kollektive trafik som helhed. Disse markedsføres også ift. de designmæssige retningslinjer, der gælder inden for paraplyen.

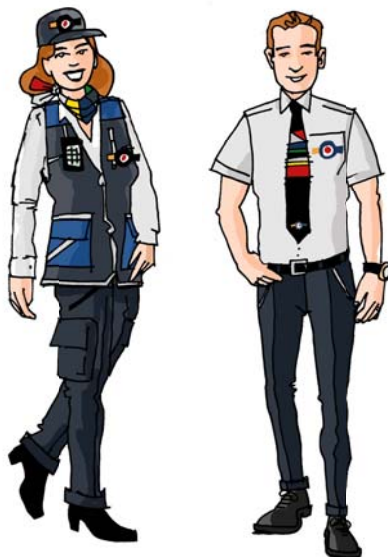
Nedenfor gennemgås de enkelte opgaver, som foreslås varetaget af paraplyorganisationen:

Branding og design

Den kollektive transport i hovedstadsområdet skal fremstå med et fælles ansigt i forhold til kunderne.



Kundevendt information vil derfor ske med et fælles navn, logo og design. De forskellige transportformer kan eventuelt kommunikeres med "underbrands"/logoer. Den kundevendte kommunikation omfatter bl.a. markedsføring, billetprodukter, skiltning og digital passagerinformation. Personale med direkte kundekontakt bærer fælles paraply-identifikationsmærke.



Implementeringen af paraplyorganisationens design i det fysiske udstyr som terminaler, stationer og stoppesteder (Paraply-info) er en investerings- og implementeringsmæssig udfordring. Paraplyorganisationen skal udarbejde et koncept og en plan for implementeringen. Af hensyn til at begrænse omkostningerne foretages særligt udgiftstunge investeringer i takt med at eksisterende skiltning eller udstyr bliver forældet. Såfremt der skal ske en hurtigere implementering, vil dette ikke kunne ske indenfor forudsætningen om udgiftsneutralitet.

Nedenstående eksempel på logo for paraplyorganisationen er udarbejdet med inspiration fra Rejseplanen og skal fungere som et let genkendeligt logo som symboliserer kollektiv trafik. Logoet skal signalere kunden i centrum illustreret ved den røde prik. Derudover kan logoet udarbejdes i forskellige farvevarianter for at symbolisere forskellige formål/platforme - eksempelvis orange som symbol for kundeservice, orange gul som symbol for trafikinformation, blå som symbol for Rejsekortet og rød som symbol for stationer/terminaler. Logoet eksisterer desuden med "underlogoer" i form af symboler for de omfattede transportformer.



Selskaberne vil fortsat anvende egne brands i den ikke-kundevendte kommunikation som fx brevpapir og årsrapporter. Stationernes og stoppestedernes arkitektur vil foreløbig blive undtaget de fælles designprincipper af omkostningsmæssige årsager.

Markedsføring

For at give den kollektive trafik et fælles ansigt vil al markedsføring af den trafik der er omfattet af paraplyorganisationens område blive varetaget i regi af paraplyorganisationen. Det er målet, at den kollektive trafik over for kunderne skal fremstå som ét brand og dermed nemmere af aflæse og forstå. De enkelte selskaber har mulighed for at købe supplerende markedsføringskampagner af paraplyen. Det kunne fx være relevant ved særlige hændelser eller andet, hvor et selskab har behov for særlig markedsføring. I disse tilfælde vil det dog fortsat være paraplyen, som gennemfører kampagnen.

Markedsføring gennemføres under paraplyens logo og designlinje. Endvidere vil samarbejdet om markedsføring af den kollektive trafik i forbindelse med større events blive styrket (koncerter, sportsbegivenheder etc.).

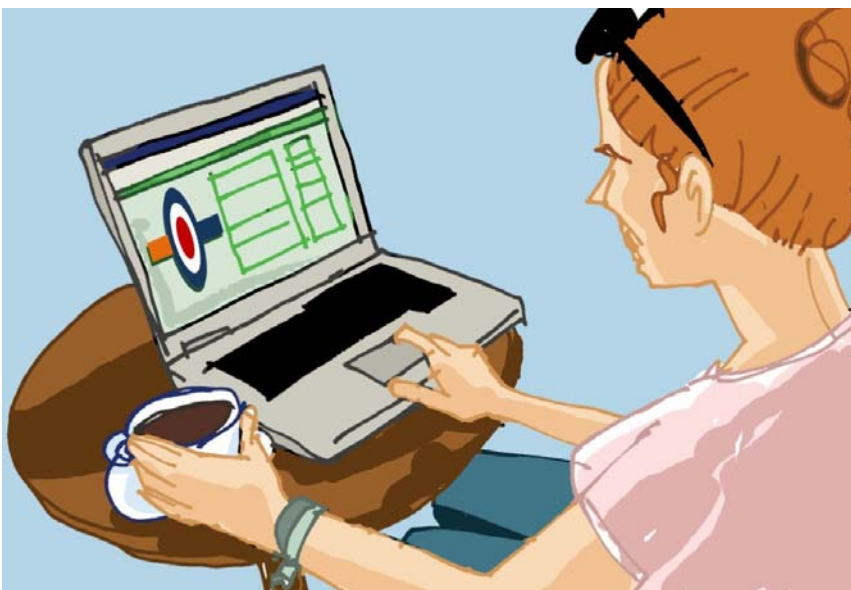


Paraplyorganisationen udarbejder en markedsføringsstrategi og en årlig markedsføringsplan med tilhørende budget.

Loyalitetsprogrammer som gennemføres inden for paraplyens geografiske område skal ske i fælles regi af paraplyen.

Kundeservice

Kunderne skal have én indgang til den kollektive trafik. Der etableres derfor en fælles indgang for kunderne til den kollektive trafik i området (ét telefonnummer, én mailadresse, ét kundeservicecenter, én hjemmeside, én facebookside og én app). Kunderne vil dermed ikke længere skulle henvende sig til forskellige selskaber afhængigt af, hvilken transportform de bruger (gælder også hittegods). Denne fælles funktion skal tage sig af telefoniske og skriftlige henvendelser vedr. alle rejser i paraplyorganisationens dækningsområde.



Ovenstående betyder bl.a., at de bagvedliggende selskaber ikke længere vil have kunde-
vendt information på egne hjemmesider og apps mm. vedr. den trafik, der er omfattet af
paraplyen.

Passagerinformation

Kunderne skal opleve, at den skriftlige og digitale information om drift, planer, priser mv.
fremstår sammenhængende for hele kundens rejse (via bl.a. paraply.dk og paraply-app).
Målet er, at passagerinformationen gives på en ensartet og problemløsende måde for kun-
den. Kunden skal endvidere kunne få en individualiseret informationservice (MinParaply),
der tager udgangspunkt i kundens samlede rejse.

Udviklingen af passagerinformationen varetages af paraplyorganisationen og det nuvæ-
rende samarbejde om fælles passagerinformation i ”TUS” fortsættes i regi af paraplyorga-
nisationen. Rejseplanen er i dag central for mange kunder og bliver derfor grundlaget for
paraplyens passagerinformation.

Paraplyens passagerinformation bør have tæt samarbejde med Banedanmark, Vejdirekto-
ret og relevante kommuner og regioner.

Opgaver, der varetages lokalt (eksempelvis højtalerudkald og personalets information til
kunderne på stationer, i busser m.v.), kan reguleres efter et koncept, der fastlægges af para-
plyen.

Passagerinformation om permanente og midlertidige køreplanændringer vil fremover blive
koordineret i paraplyorganisationen, så det sikres at kommunikationen i forbindelse med en
køreplansændring tænkes igennem i forhold til alle transportformer, samt kommunikeres til
kunderne i et helhedsorienteret perspektiv med fokus på det samlede transporttilbud.



Priser, billetter og salg

Kunden skal opleve, at hele rejsen kan ske på samme billet.

Fælles priser (takster) og billetter fortsættes for at sikre en nem og smidig rejse for kunderne. Udvikling af billetprodukter i paraplyens område vil fremover ske i regi af paraplyorganisationen.

Kunden skal møde den samme velkendte salgslade uanset hvor billetten købes. Det er målsætningen for selskaberne, at størstedelen af billetsalget skal ske som selvbetjening enten via hjemmeside eller automater.

Det er målet, at salg af rejsehjemmel i fremtiden vil ske på fælles salgsplatforme (Paraplyens billetsalg). Det omfatter bl.a. salg via digitale medier, billetautomater, betjent salg og salg via 3. part.

Ejerskabet til eksisterende og kommende billetautomater kan på sigt overvejes placeret i regi af paraplyorganisationen. Det omfatter også vedligehold og indkøb af nye automater, således at der på længere sigt opsættes billetautomater med samme funktionalitet på alle stationer. Det kan overvejes at udlicitere opgaven til 3. part. Investeringer i automater er dog omkostningstungt, hvorfor fordele og ulemper ved en fuldstændig harmonisering bør overvejes.

De enkelte selskabers kontrakter med 3. part (agentsalg) om varetagelse af billetsalg skal tænkes ind i arbejdet med fælles salgsplatforme.

Indtægtsdeling

Delingen af indtægterne mellem selskaberne skal være effektiv, retfærdig og ske på et objektivt grundlag.

Sekretariatsbetjeningen vedr. indtægtsdelingen i Hovedstadsområdet vil blive flyttet fra Trafikstyrelsen til paraplyorganisationens sekretariat.

Andet

Paraplyorganisationen vil varetage en koordinerende eller udførende rolle i forhold til en række andre opgaver, herunder:

- Bedre koordination af processer og tidsplaner for udarbejdelse af køreplaner.
- Udførelse af harmonisering af rejseregler og rejsegaranti samt håndhævelse af rejseregler herunder kontrolafgifter.
- Udførelse af fælles kundetilfredshedsundersøgelser og andre relevante undersøgelser.



Det skal bemærkes, at parterne hver især i dag har kontrakter med eksterne parter, som vil skulle håndteres i forbindelse med oprettelsen af en paraplyorganisation. Eksempelvis har Metroselskabet en driftskontrakt med Ansaldo STS, som vil skulle tilpasses i forhold til paraplyorganisationen. Ligeledes bør der tages højde for oprettelsen af paraplyorganisationen i DSB's trafikkontrakt med Transportministeriet, samt i Movias kontrakter med busoperatører og lokalbanerne.

Organisering af paraplyorganisationen

Paraplyorganisationen er ikke en ny organisation "oven over" de eksisterende organisationer – Movia, DSB og Metroselskabet – men først og fremmest en fælles organisering af kontaktheden til kunderne, dvs. en fælles og sammenhængende måde, hvorpå de eksisterende organisationer præsenterer sig over for kunderne. Dette kræver på visse punkter et udvidet og forpligtende samarbejde med henblik på at sikre denne sammenhæng.

Det eksisterende "Direktørsamarbejde" i Hovedstaden afvikles formelt og afløses af paraplyorganisationens bestyrelse, som vil bestå af repræsentanter fra selskaberne, og som kan opfattes som en udvidelse og styrkelse af det nuværende samarbejde. Bestyrelsen service-res af eget mindre sekretariat. Forskellen i forhold til det nuværende direktørsamarbejde er først og fremmest, at kontaktheden til kunderne samles under det fælles paraply-navn. Paraplyen er således en fælles, entydig og enkel kontakthede rettet mod kunderne, der skal gøre det nemt at være kunde i den kollektive transport – før, under og efter rejsen.

En forudsætning herfor er, at i det omfang selskaberne har selskabsspecifikke kundeflader, der alene dækker indenfor paraplyens område, vil disse blive afviklet. Paraplyen udgør den fremtidige og fælles kundeflade under ét navn – paraplyens navn – i paraplyens område. Andre ydelser til kunderne i den kollektive transport, der i dag gives til kunderne under særlige brands, som f.eks. Rejsekortet, kan i fremtiden også stilles til rådighed for kunderne under paraplyens navn.

Paraplyen er altså ikke en endnu en ny aktør i forhold til kunderne og heller ikke et nyt hierarkisk niveau i organiseringen af den kollektive transport. Med paraplyens etablering træder de tre selskaber i baggrunden vis à vis kunderne.

Paraplyorganisationen samarbejder med en række allerede eksisterende interessenter og aktører, fx Rejseplanen A/S, Rejsekortet A/S, Bus & Tog samarbejdet, BaneDanmark samt andre relevante myndigheder og kan udvides til at omfatte andre trafikkselskaber.

Styring

Paraplyen kan betragtes som en franchise, der er ejet i fællesskab af Movia, DSB og Metroselskabet, og hvor Movia, DSB og Metroselskabet samtidig hver især er franchisetagere og derved forpligter sig til at sælge deres transportydelse til kunderne i henhold til det fælles koncept, der besluttet af de tre selskaber i fællesskab.

Parterne er enige om, at der i den videre planlægning skal tages stilling til, hvorledes opgaverne skal løses.

Opgaverne kan overordnet løses på følgende måder:

- Paraplyorganisationen kan, hvor det er hensigtsmæssigt, nedsætte arbejdsgrupper med repræsentanter fra selskaberne til at løse opgaver, der lægges i paraplyen.
- Paraplyorganisationen kan vælge at få opgaver løst af 3. part eller af et af de deltagende selskaber via kontrakter eller paraplyorganisationen kan selv drifte opgaver.
- De forskellige opgavekomplekser, paraplyen varetager, reguleres af resultatkontrakter eller service level agreements, der revideres fx hvert 3. år.

Endvidere er parterne enige om, at opgaverne skal løses kundefremt og omkostningseffektivt, og at der skal tilføres ressourcer til paraplyen, der er nødvendige for at håndtere opgaverne.

Parterne har inden for tidsrammen ikke kunne blive enige om, i hvor høj grad det er ønskværdigt at driftsopgaverne løses af paraplyen eller udliciteres af paraplyen og om organisationen således også skal være en driftsorganisation eller en "koncept og kontrakthåndterings-organisation".

Det lovpligtige samarbejde – takstsamarbejdet og koordination af køreplanlægning - videreføres i rammer, der overvejende svarer til de nuværende, men fremover med sekretariatsbetjening fra paraplyen i stedet for Trafikstyrelsen. Opgaver vedr. indtægtsdeling flyttes ligeledes fra Trafikstyrelsen til paraplyen.

Etableringen af en besluttende, udførende og koordinerende paraply skal sikre den nødvendige effektivitet og dedikation i opgaveløsningen i modsætning til decentral opgaveløsning. Det kan fx ske som en forening, hvor væsentlige beslutninger træffes i enighed, fx økonomi og strategi.

Finansiering

Selskaberne vil fortsat være ansvarlige for egne indtægter og udgifter.

Opgaver, der varetages af paraplyorganisationen, finansieres via et årligt medlemskontingent. Parterne har overvejet, om det vil være mest hensigtsmæssigt at anvende en transaktionsbaseret model, som det kendes fra Rejsekort A/S, eller en omsætningsbaseret model, som det kendes fra Bus & Tog-samarbejdet og Hovedstadssamarbejdet. Inden for tidsfristen har det ikke været muligt for parterne at blive enige herom. Medlemskontingentet fastsættes en gang årligt i forbindelse med fastlæggelse af kommende års budget.

Derudover kan parterne i fællesskab indbetale engangsbeløb til finansiering af fælles engangsinvesteringer/omkostninger og som betaling for tilkøb af eventuelle supplerende ydelser. Retningslinjer for investeringer og gensidig afregning skal afklares.

Geografisk afgrænsning og selskabsmæssige snitflader

Opdraget fra Transportministeriet er, at der oprettes en paraplyorganisation for Hovedstadsområdet. Paraplyorganisationen er i opdraget ikke et landsdækkende brand for den kollektive trafik.

Transportministeriet har i sit opdrag foreslået en hovedstadsorganisation. Der vil dog - uanset hvor den geografiske grænse for paraplyorganisationens område lægges - opstå snitflader for kunderne, der hvor kunderne rejser over grænsen til paraplyorganisationen.

Movia vurderer, at der er flest fordele forbundet ved paraplyen ved en geografisk udstrækning til hele Sjælland., Sjælland er i dag i vid udstrækning et stort sammenhængende pendlingsopland. 90 pct. af de kollektive rejser foregår inden for Hovedstadsområdet, men den daglige pendling ml. Sjælland og Hovedstadsområdet omfatter knap 100.000 personer. Heraf udgør 30-35 pct. pendlere i den kollektive trafik, hvorfor der er et stort potentiale for at øge den kollektive trafiks markedsandel igennem en sammenhængende køreplanlægning og kommunikation til kunderne. Af hensyn til både miljø og trængsel er det væsentligt, at den størst mulige del af pendlingen foregår i den kollektive trafik.

Det er Movias opfattelse, at det af hensyn til kunderne vil være nemmere at kommunikere Sjælland som dækningsområde for paraplyen, da der er tale om en tydelig og naturlig afgrænsning af geografien og ikke en administrativ afgrænsning på et kort, der ikke kan findes i det fysiske landskab. Dertil kommer, at der på Sjælland er 7 buslinjer og 8 toglinjer, som krydser grænsen til Hovedstadsområdet, hvilket kan udfordre kommunikationen til de kunder på disse strækninger.

En paraply der kan dække hele Sjælland vil endelig understøtte arbejdet med en harmonisering af taksterne i den kollektive trafik på Sjælland og etableringen af et samlet takstområde.

DSB dækker hele landet og har mange kunder, der rejser på tværs af landsdelene. For at sikre, at snitfladerne for disse kunder reduceres mest muligt, så den kollektive trafik i hele landet opleves som sammenhængende, vil der efter DSB's opfattelse være fordele ved, at

paraplyorganisationen på sigt bliver landsdækkende – eventuelt som en del af proces i to faser med en første fase, hvor paraplyorganisationen dækker den kollektive trafik øst for Storebælt (ekskl. Bornholm), hvorefter samarbejdet på sigt udvides til at være landsdækkende. Indtil fælles kundeplatforme (hjemmeside, App m.v.) er landsdækkende vil DSB fortsat have behov for to platforme, som hjælper kunden med information, billetsalg etc. på hele rejsen fra fx. Århus og ind i Hovedstadsområdet. Dermed sikres det, at kunden let kan finde information om hele sin rejse - hvad enten den foregår internt i paraplyorganisationens område på paraplyens platforme eller som en rejse ind eller ud af paraplyorganisationens område på DSB's platforme. DSB vil sikre, at informationen på DSB's platforme er i overensstemmelse med de informationer der kan findes på paraplyorganisationens platforme for så vidt angår trafikken indenfor paraplyorganisationens område. Eksempler på konkrete snitflader for kunderne:

- For kunder, der rejser fra fx. Århus til Nørreport og videre med metro til Vestamager er det væsentligt, at de ikke skal anvende forskellige platforme alt afhængigt af, hvor på rejsen kunden befinder sig. Kunden vil derfor kunne finde information om hele sin rejse på DSB's platforme og vil ikke blive tvunget over på en anden platform, når han krydser en geografisk grænse.

- Kunden, der rejser fra Aalborg til Hovedstadsområdet skal i hele landet kunne se, hvor han kan købe en DSB-billet hjem til Aalborg. Der vil derfor fortsat være DSB salgssteder i hele landet.

- Kunden, der rejser fra Odense til København, og som mister sin telefon undervejs, bør have ét telefonnummer til hittegods uanset om telefonen er mistet i paraplyorganisationens område eller udenfor.

- Kunden fra eksempelvis Herning, der er vant til at bruge DSB billetapp, skal kunne købe en billet til et DSB tog i hele landet. DSB's App vil derfor også dække paraplyorganisationens område.

- Kunden der både rejser landsdækkende og indenfor paraplyorganisationens område vil fremover skulle tilmelde sig to forskellige loyalitetsprogrammer - DSB's for de grænseoverskridende rejser og rejser udenfor paraplyorganisationen og paraplyorganisationens loyalitetsprogram for rejser internt i paraplyorganisationen.

Implementering

Under forudsætning af, at der opnås enighed mellem staten og selskaberne om rammerne og indholdet, forventes paraplyorganisationen at kunne opstarte arbejdet ca. 1 år efter beslutningen herom.

Umiddelbart efter beslutningen om at oprette en paraplyorganisation nedsætter selskaberne et midlertidigt etableringssekretariat, der får ansvaret for at gennemføre implementeringen.

Der er med det foreliggende oplæg ikke gennemført juridiske vurderinger af, om ændringerne kræver lovændring. Det midlertidige etableringssekretariat vil bl.a. udarbejde en

konkret implementeringsplan for de enkelte opgaver, og vil i den forbindelse gennemføre en juridisk vurdering af, hvilke opgaver der kræver lovændring. Endvidere skal budget til paraplyorganisationen afklares, samt håndtering af eventuelle eksisterende kontraktlige forpligtelser mellem selskaberne og 3. part.

Paraplyorganisationen forventes dog at kunne etableres med hjemmel i lov om kollektive trafiksselskaber § 7, stk. 3: ”Transportministeren kan fastsætte regler for et samarbejde mellem trafiksselskabet på Sjælland, Metroselskabet I/S og de jernbanevirksomheder, der udfører offentlig servicetrafik på kontrakt med staten inden for trafiksselskabet på Sjællands område. Samarbejdet skal mindst omfatte hovedstadsområdet.”

Implementeringen af paraplyorganisationen kan i givet fald ske efter følgende tidsplan:

Aktivitet	Dato
Oplæg forelægges transportministeren	August 2013
Midlertidigt etableringssekretariat bemandet	Efterår 2013
Udarbejdelse af implementeringsplan herunder afdækning af juridiske og økonomiske forhold	Ultimo 2013
Evt. ny lovgivning fremsat	Primo 2014
Gennemførelse af basismåling, som bl.a. vil være grundlaget for kommende evalueringer af paraplyen	Primo 2014
Implementeringsplan for de enkelte opgaver godkendt af midlertidig bestyrelsen	Medio 2014
Finansieringsmodel godkendt	Medio 2014
SLA'er/resultatkontrakter indgået	Medio 2014
Evt. ny lovgivning vedtaget	Medio 2014
Opstart for paraplyorganisationen	Efterår 2014

Senest tre år efter overdragelsen af ansvaret for opgaverne gennemføres en evaluering af paraplyens opgavevaretagelse og organisering. På baggrund heraf tager selskaberne og staten stilling til en evt. revidering af paraplyorganisationens organisering og ansvarsområde.