

KTF Transmission: Alle vil gerne gøre en god handel

Af: Mikael Hansen

Billige billetter er en oplagt måde at få nye passagerer til at stige ind i toget, siger Jan Sigurdur Christensen, kommerciel direktør i DSB, i Kollektiv Trafik Forums tredje webinar om takster i kollektiv trafik.

Udgangspunktet for webinarret den 4. maj 2021 er DSB's succes med Orange billetter, som i 2019 betød, at DSB begyndte at vinde markedsandele i øst-vest trafikken. I slutningen af 2019 tjente DSB endda penge på Orange og Orange Fri billetterne. Men så kom coronakrisen med en helt anden dagsorden!

Nu er udfordringen at få passagererne tilbage i den kollektive trafik. Både politikere og branchen efterspørger mere fleksible takster i kollektiv trafik. Måske kan DSB's erfaringer bruges?

- Jeg kommer fra luftfarten, og et fælles træk for fly og tog er, at et tomt sæde er tabt fra afgangstidspunktet, siger Jan Sigurdur Christensen og fortsætter:

- Det sidste sæde burde være solgt først - lang tid før afgang, og ud fra denne tankegang kunne det godt have været solgt til en meget lav pris, mens priserne op til afgangen bør være højere. På den måde kan man udnytte forskellige kundegrupperes forskellige betalingsvillighed. Dette samspil mellem pris og kapacitet er baggrunden for DSB's kommercielle satsning med Orange Billetter.

Jan Sigurdur Christensen fortæller videre, at DSB har udviklet et sofistikeret system til at fastsætte priserne på de Orange billetter ud fra historiske belægningstal. Han forklarer:

- Psykologien i dette er, at alle gerne vil gøre en god handel. Og DSB vil gerne have kunden til at stige på toget. Til gengæld træder en helt anden psykologi ind, når kunden er steget på toget. Så handler det om service, punktlighed og komfort.

Gennemsnitsprisen skal ned

Jan Sigurdur Christensen ser den kommercielle prissætning som mest velegnet til de lange rejser. Der er mere at arbejde med, hvis prisen er 400 kroner frem for 38 kroner. Og DSB vil gerne have gennemsnitsprisen ned på de lange rejser.

- Vi har set, at gennemsnitsprisen for togrejser over Storebælt er faldet med 20 procent, og det er vi meget tilfredse med, siger Jan Sigurdur Christensen.

Han ser også mulighed for at integrere den kommercielle tænkning i de lokale og regionale rejser. Gennemsigthed og forudsigelighed er afgørende faktorer. Han forklarer:

- De to takstreformer Takst Sjælland og Takst Vest har gjort det meget nemmere at være kunde i kollektiv trafik. Den gennemsigthed, vi har opnået, skal vi arbejde videre med, og vi skal fastholde det unikke ved Rejsekortet og Rejseplanen. Man finder ikke mange lande eller områder i verden, hvor man kan rejse både lokalt, regional og landsdækkende på samme rejsehjemmel og til gennemskuelige takster.

- En videreudvikling af Rejsekortet og Rejseplanen til en bred mobilitetsplatform vil være et afgørende skridt til at gøre den nemmere at være kunde både i kollektiv trafik og i øvrige transportformer.

Han indrømmede dog, at køb af DSB's Orange billetter via Rejsekortet lå et godt stykke tid ude i fremtiden, men løftede også sløret for, at der er fleksible billetterprodukter på vej orienteret mod pendlere, fritidsrejsende m.v.

Der var 20 deltagere i webinarret, som kan genses på adressen <https://www.crowdcast.io/kollektivtrafikforum>