

**Hallandstrafiken**  
Daniel Modiggård  
Chefsstrateg

**Beslutsförslag**

<b>Datum</b>	<b>Diarienummer</b>
2025-01-28	DNKT240076

**Driftnämnden Kollektivtrafik****Beslutsförslag, Yttrande avseende motion om diversifierade intäkter inom kollektivtrafiken****Förslag till beslut**

Driftnämnd Kollektivtrafik beslutar att

- ställa sig bakom yttrandet avseende motion om diversifierade intäkter inom kollektivtrafiken, samt att
- översända yttrandet till Regionstyrelsen

**Sammanfattning**

Sverigedemokraterna har inkommit med en motion om diversifierade intäkter inom kollektivtrafiken. Innan Regionfullmäktige beslutar i ett ärende ska den nämnd vars verksamhet berörs beredas möjlighet att yttra sig. Motionärernas förslag är att Regionfullmäktige beslutar att Hallandstrafiken öppnar upp för reklam på sina fordon, samt att förvaltningen gör en egen bedömning utifrån vad som anses vara lämpliga reklamplatser.

**Bakgrund****Ärendet**

Sverigedemokraterna har inkommit med en motion om diversifierade intäkter inom kollektivtrafiken. Driftnämnd Kollektivtrafik har ombetts yttra sig avseende motionen. Motionärernas förslag är att Regionfullmäktige beslutar att Hallandstrafiken öppnar upp för reklam på sina fordon, och att förvaltningen gör en egen bedömning utifrån vad som anses vara lämpliga reklamplatser.

## Reklam inom kollektivtrafiken

Ansvarsfördelning avseende anskaffning, drift och underhåll med tillhörande finansiering av kollektivtrafikens infrastruktur förändrades i samband med Region Hallands övertagande av kollektivtrafiken 2012. Hallandstrafiken övertog vid denna tidpunkt ansvaret för väderskydd, väntutrymmen och servicefunktioner för resenärerna inkluderat äganderätten till reklamtytor.

Reklam, i olika omfattning, finns på stationer, hållplatser och fordon. Hallandstrafiken har historiskt arbetat med reklamintäkter från analoga kanaler, exempelvis genom fysisk reklam på bussar och vid hållplatser. Sedan några år har digitala kanaler börjat användas i större utsträckning, exempelvis genom skärmar ombord på fordon och digitala skyltar vid hållplatser och stationer. Kategorier av reklam:

- Samhällsinformation – Utgörs av information med avsändare såsom Region Halland, kommuner och andra myndigheter.
- Reklam som bidrar till ökat kollektivt resande – Utgörs av budskap med avsändare Hallandstrafiken.
- Kommersiell reklam – Utgörs av reklambudskap från externa marknadsaktörer.

## Riktlinjer och principer

Nu gällande riktlinje och principer för reklam inom kollektivtrafiken beslutades av Hallandstrafiken AB:s styrelse den 3 mars 2017.

- Hallandstrafiken upphandlar i konkurrens reklamrättigheter på väderskydd. Upphandlingar genomförs med avtalstider om 3 – 5 år. Förfarandet förutsätter att Hallandstrafiken har ägarskap av väderskydd med tillhörande reklamvitrin.
- Hallandstrafiken förvaltar reklamrättigheterna på bussytor i egen regi. Hallandstrafiken nyttjar i huvudsak reklamplats för sin egen verksamhet med syfte att främja ökat hållbart resande. Möjlighet kvarstår att sälja reklam till annan part samt för andra verksamheter inom Region Hallands regi. Varumärket ska främjas genom hela och rena fordon med kontroll över budskap och adressater (även som förutsättning för ny designprofil från juni 2020).

### **Nuläge - reklam fordon**

Den huvudsakliga kanalen för information ombord på fordon är via det så kallade infotainmentsystemet, vilket är en digital kanal som möjliggör exempelvis filmade budskap och rörlig bild. Reklamytor används idag av exempelvis Region Halland som kanal för att ge Hallands invånare relevant och nyttig samhällsinformation. Hallandstrafiken har en viktig roll i att sprida samhällsviktiga budskap och information till resenärerna där samarbetet inom Region Halland märkbart har intensifierats efter övergång från bolag till nämnd i januari 2023.

Utöver samhällsviktig information nyttjas fordon för olika samarbeten med utgångspunkt att främja ökat hållbart resande. Externa kunder kan erbjudas synlighet i och på fordon där förvaltningen kan få andra vinster tillbaka, som exempelvis att den andra parten premierar kollektivt resande till arbetsplats eller evenemang.

Fordonen ägs av externa trafikföretag men där Hallandstrafiken har ensamrätt gällande upplåtelse av reklam och information. Fordonen utgör en betydande del av Hallandstrafikens varumärkesplattform.

Kategorier - reklam fordon består i huvudsak av samhällsinformation och reklam som bidrag till ökat kollektivt resande.

### **Nuläge - reklam väderskydd**

Beslutet från 2017 förgicks av längre ingångna avtal med externa leverantörer, med tillhörande kvalitetsbrister. Avtalen för ägarskap av väderskydd med externa leverantörer för städerna Falkenberg, Kungsbacka och Varberg avslutades den 31 augusti 2017. Avtal för väderskydd i Halmstad avslutas först 31 december 2024, vilket härleds till av kommunen ingånget avtal år 1990. Som konsekvens av uppsagda avtal har Hallandstrafiken investerat i egna väderskydd med tillhörande plats för reklamytor. Beskrivet tillvägagångssätt har möjliggjort konkurrensutsättning av reklamrättigheter under kortare tidsperioder om 3-5 år med resultat att verksamhetens intäkter har ökat.

Kategorier - reklam på väderskydd består i huvudsak av kommersiell reklam, men möjliggör även samhällsinformation och reklam som bidrar till ökat kollektivt resande.

### Ekonomiskt utfall över tid

Intäkter från reklam använder Hallandstrafiken för att utveckla och förbättra kollektivtrafiken. Reklamens värde har ett tydligt samband med koncentrationen av antalet resenärer, där reklamen har ett högre värde i de större städerna. Reklamrättigheter för väderskydden i Halmstad tas över av Hallandstrafiken med start 2025, vilket förväntas generera fortsatt ökade intäkter.

Nedan tabell visar hur verksamhetens intäkter för reklamrättigheter har utvecklats över tid:

(tkr)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Reklam Fordon	960	871							
Reklam Väderskydd	150	405	1743	1879	1803	1436	1510	1705	1878
<b>Totalt</b>	<b>1100</b>	<b>1276</b>	<b>1743</b>	<b>1879</b>	<b>1803</b>	<b>1436</b>	<b>1510</b>	<b>1705</b>	<b>1878</b>

Verksamhetens intäkter för reklam uppgår till närmare 1,9 miljoner för 2024 och har ökat över tid. Förvaltningen gör bedömningen att planerat övertagande av väderskydd i centrala Halmstad under 2025, tillsammans med fortsatt transformation från analog till digital reklam på fordon, kommer att generera fortsatt ökade intäkter.

### Barnkonsekvens- och jämställdhetsanalys

Inga konsekvenser för barn, kvinnor eller män med anledning av beslutet.

Fler kvinnor än män nyttjar kollektivtrafik, varför en god kollektivtrafik skapar bättre förutsättningar för kvinnor att vara en aktiv del i samhällslivet.

Kollektivtrafiken skapar mer självständigt resande för fler samhällsgrupper, där barn och unga ges ökade möjligheter till en aktiv fritid.

Barnrättsperspektivet beaktas vid upphandling av reklamrättigheter inom kollektivtrafiken.

### Ekonomiska konsekvenser av beslutet

Inga ekonomiska konsekvenser med anledning av beslutet.

## **Förvaltning**

Andreas Almquist  
Förvaltningschef

Daniel Modiggård  
Chefsstrateg

## **Bilaga:**

- Yttrande – motion om diversifierade intäkter inom kollektivtrafiken, DNKT240076
- Motion från Sverigedemokraterna om diversifierade intäkter inom kollektivtrafiken, RS241121

## **Styrelsens/nämndens beslut delges**

Regionstyrelsen