

Medietilsynet
Nygata 4
1607 FREDRIKSTAD

Att.: Guthus /Nermoen

Bergen, 18. mai 2011

Deres ref: 11/461-3/LIVE

Trafikkportalen med høringsfrist 18. mai 2011.

Med utgangspunkt i NRK's søknad om forhåndsgodkjenning (av 12. april 2011) og Mediatilsynets beslutning om iverksettelse av forhåndsgodkjenningsprosedyre (av 26. april 2011), har vi følgende innspill:

Forord:

DataGrafikk as, med 23 år som systemleverandør til kollektivtrafikken innenfor dette markedssegmentet, er blant de aktørene som mener Norge vil være tjent med å etablere et tilbud om en Nasjonal reiseplanlegger (NRP).

DataGrafikk as har blant annet bidradd med viktig FOU-innsats (uten noen som helst godtgjørelse) til det Forskningsråd-finansierte MultiRIT -prosjektet for å utrede mulighetene for å kunne realisere NRP. På avslutningsseminaret for MultiRIT, der også Samferdselsdepartementet var representert, viste DataGrafikk sammen med Triona ab (for Statens Vegvesen) for første gang en fungerende demonstrator der trafikanter (bil og kollektivtrafikk) kunne søke reiser fra Kristiansund til Trondheim og derved sammenlikne reiser med bil med alternativer via kollektivtrafikk (Multimodalt – altså med kombinasjoner av transportmidler).

DataGrafikks interesser i denne sammenheng er som systemleverandør av informasjonssystemer rundt kollektivtrafikk (reiseplanlegging og annen informasjon). Dette gjelder i første rekke buss, tog, ferje og hurtigbåt.

De fylkesvise reiseplanleggerne har en sterk posisjon innen kollektivtrafikken i Norge – langt sterkere enn NRKs søknad viser. Markedet for leveranse og drift av reiseplanleggere er pr 2011 delt mellom NRI/Trafikanten og DataGrafikk. DataGrafikk har som vi vil vise til senere i rapporten, en betydelig markedsandel. De DataGrafikk leverte reisemotorene utarbeidet i 2010 ca 50 millioner reiseforslag til publikum.

NRK Trafikks annonserte portal inneholder mange funksjoner, men vi antar at den kollektive reiseplanleggeren med utøket funksjonalitet som sanntid og avviksmeldinger, vil stå for en vesentlig andel av den kommende totaltrafikken.

Mediatilsynet etterspør i 4b:

- "Finnes det et marked"
- "Finnes det et fremtidig marked"
- Vil NRKs varslede tjenester kunne være konkurransebegrensende på disse eventuelle markedene?

Vi ser følgende områder som vil bli påvirket:

- A. **Konkurransen mellom ulike mediehus:** Den situasjonen antar vi blir grundig belyst av mediehusene som har / eventuelt vurderer satsning på området. NRK har nevnt en del mediehus, men vi synes det er merkelig at Google Transit som nettopp satser på en global ruteopplysningstjeneste er så å si utelatt. Utover dette, kommer vi ikke til å utdype vårt syn på konkurransen mellom mediehusene.
- B. **Konkurransen vedrørende opplysning om kollektivtrafikk mellom NRK Trafikks landsdekkende portal og de Fylkeskommunale løsningene:**
Flertallet av norske Fylkeskommuner har selv eller via sitt kollektivselskap utviklet egne portaler for å kommunisere med sine trafikanter. www.177.no gir enkleste oversikt over disse løsningene. Disse portalene vil risikere å miste brukere ved en ny tung satsning fra NRK slik den er skissert. Saken blir nærmere drøftet senere i vårt innspill.
- C. **Konkurransen om leveranser av systemer for ruteopplysning.**
På 90-tallet (altså før internett) var Oslo og Akershus Trafikkservice (Trafikanten) med sitt Callcenter-system for ruteopplysning levert fra DOSK i Sverige, så og si enerådende i Norge. Det spesielle med Trafikanten, var at de i tillegg til å være en offentlig mønsterbedrift innen ruteopplysning og serviceleverandør til trafikanter i sitt virkeområde også var systemleverandør til en del øvrige fylkeskommuner. Mot slutten av 90-tallet, da reiseplanleggere på internett ble aktuelt, fikk de konkurranse fra andre systemleverandører, blant andre DataGrafikk.

Dette markedet har siden ca 1997 vært velfungerende med ca 5 ulike leverandører. Trafikanten har tidligere vært involvert i 2 grep som har endret markedet vesentlig: Østlandssamarbeidet og overtagelsen av NRI. Vi oppfatter satsningen med NRK som et 3. forsøk på å få total kontroll over markedet.

Dersom NRKs trafikkportal får klarsignal, kan resultatet bli meget konkurransebegrensende.

Vi mener at NRK (med samarbeidspartnere) i sin søknad ikke har fått frem hele "sannheten" omkring dagens situasjon, marked, innførings- og driftskostnader og aktører innenfor alle de felt som her berøres, særlig i forbindelse med kapittel 4.1.3 Kollektivtrafikk.

Våre innvendinger er fortrinnsvis knyttet opp mot:

- a. Saken blir framstilt som en nasjonal satsning med nøytrale aktører som i all hovedsak representerer alles interesser. Satsningen vil få ubetydelige konsekvenser.
Angående de samarbeidende aktører:
 - o **NRK:** Her antar vi mediehusene har mange synspunkter.
 - o **Statens Vegvesen** er sannsynligvis en ubestridt og geografisk fulldekkende aktør innen sitt felt, men er ikke innenfor vårt interesseområde.
 - o Vi er imidlertid usikre på om **Trafikanten** nødvendigvis har samme dominerende posisjon innenfor sitt fagområde. En slik satsning med Trafikanten som systemleverandør vil påvirke balansen mellom systemleverandørene. Aktørene har gjennomført en del møter ute hos fylkeskommunene og den avgitte informasjon har allerede gitt konsekvenser for konkurransen mellom Trafikanten og DataGrafikk. (Nærmere omtalt senere).
- b. NRK Trafikkportal blir eventuelt en slags snarvei til Nasjonal Reiseplanlegger – som samtidig i betydelig grad endrer markedet.
- c. NRKs søknad tegner på langt nær et korrekt og fullstendig bilde av nåsituasjonen.
- d. De oppgitte budsjetter for nødvendige investeringer og drift kan være kraftig underdimensjonert og muligens fordekt gjennom kryssfinansiering. Trafikanten sannsynligvis sammen med datterselskapet NRI, skal sannsynligvis stå for betydelige leveranser av programvare, kunnskap og bearbeiding. Skal NRI fortsatt finansieres gjennom å ta betalt for tjenestene fra de som publiserer sine ruter (der fylkeskommunene etter hvert utgjør majoriteten)? Skal Trafikantens innsats fortsatt finansieres gjennom bidrag fra eierne (hovedstadsdominert)?

- e. NRKs trafikkportal, der man kan forvente en massiv introduksjonskampanje inkludert annonsering via radio, fjernsyn, nrk.no (kanskje også yr.no?) (jfr liknende kampanjer for å promotere yr.no, ut.no og nrk.no), kan komme til å undergrave de fylkesvise løsningene som av mange betraktes som kollektivselskapene viktigste kommunikasjonskanal mot egne trafikanter.
- f. Har man her gått så stille i dørene og hatt så korte frister at de enkelte fylkeskommuners samferdselsansvarlige ikke nødvendigvis har hatt anledning til å sette seg inn i saken og konsekvensene innen fristen?

En nasjonal reiseplanlegger, med tilgrensende funksjonalitet er samfunnsmessig meget ønskelig, men vi mener saken og konsekvensene på langt nær er grundig nok utredet til at man bør gi klarsignal slik prosjektet er organisert og beskrevet.

A. Bakgrunnsinformasjon:

A.1 Forvaltning av kollektivtrafikk i Norge:

Ansvar for å administrere, planlegge, gi konsesjon / anbuds-utsette, drifte og publisere/informere rundt kollektivtrafikken er i Norge desentralisert til fylkeskommunene. I noen fylker forvaltes dette gjennom fylkets nærings-/samferdselsavdeling (eks. Nordland FK). I andre utøves dette av fylkets kollektivselskap (f.eks. Skyss, Kolumbus, Agder Kollektivtrafikk og VKT as). La oss kalle disse for Kollektivselskapene.

De fleste av Kollektivselskapene har nå lagt ned betydelige ressurser i å bygge egne merkevarenavn og utviklet portaler som i de fleste tilfeller er deres viktigste kommunikasjonskanal til sine trafikanter. Portalene inneholder aktuell lokal informasjon om trafikkportalen, samt en integrert reiseplanlegger.

Eksempler på disse er:

- www.trafikanten.no primært rettet mot innbyggere i Oslo og Akershus.
- www.skyss.no, www.kolumbus.no, www.atb.no, er eksempler fra andre fylkeskommuner

Se www.177.no for komplett oversikt med linker til de enkelte fylkesportalene.

A.2 Ruteplanverktøy

Kollektivselskapene benytter egne verktøy for å planlegge kollektivtrafikk (F. eks. TR-Bus fra Trapeze, Hastus fra Giro, DGBuss fra DataGrafikk eller Microbus). Disse systemene eksporterer data på ulike transportformat, der RegTopp-formatet er dominerende i Norge. Det finnes imidlertid eksempler på fylker som pr i dag ikke har eksportmuligheter via RegTopp-formatet. Derved kam man ikke på en enkel måte levere data til NRK Trafikkportalen.

A.3 Rute- / reiseplanlegger en sentral komponent i Trafikkportalen.

NRK skriver i søknaden kap 2: "Trafikkportalen skal tilby relevant trafikk- og ruteinformasjon for alle typer reisende...". Selv om trafikkportalen også har andre emneområder, tror vi informasjon vedrørende kollektivtrafikk blir et av de viktigste elementene ikke minst når det gjelder å generere trafikk på portalen. Til sammenlikning utarbeidet DataGrafikks reiseplanmotor ca 50 millioner reiseforslag i 2010 – en trafikk Trafikkportalen sannsynligvis har satt som mål å overta..

En portal med reiseplanlegger består av ulike elementer. Å utvikle WEB-grensesnittene kan sammenliknes med godt håndverk og denne typen oppgaver utføres av et utall selskap i Norge. Likeledes Mobile grensesnitt, apper osv, men man kommer ingen vei uten en god og avansert reiseplanmotor.

A.4 Hva er en reiseplanmotor?

Forutsatt at man har rutedata tilgjengelig via et lesbart transportformat, (se under Ruteplanverktøy) er den største tekniske utfordringen å kunne generere gode reiser ut av det enorme utvalget av enkeltturer i et transportnettverk. Skal man reise fra A til B vil reisevei og muligheter variere gjennom hele dagen og dag for dag. 2 reiseplanmotorer gir ikke nødvendigvis samme resultater på tross av at man forer dem med de samme grunnlagsdata. Begrepet god reise er et relativt begrep og forhold som

antall overganger for å komme fra A til B, ventetider, hvor man blir henstilt om å bytte transportmidler (f.eks. en tilrettelagt terminal eller en holdeplass-stolpe langs landeveien på E6), og en rekke andre kriterier er med på å bestemme hva som er en god reise og som derved skiller kvaliteten på de alternative reiseplanmotorene.

Har man en god reiseplanmotor, kan reiseplanlegging gjøres tilgjengelig bl.a. via Callsenter løsning (spesialisert og avansert grensesnitt beregnet for profesjonelle ruteopplysere, best kjent gjennom 177 innringning), Internettbasert ruteopplysning, ruteopplysningsterminaler (touch-baserte), SMS, WAP, mobile terminaler og i senere til Apper til smarttelefoner.

DataGrafikk er oss bekjent eneste norske selskap som utvikler og markedsfører egen reiseplanmotor for kollektivtrafikk.

Andre kjente leverandører er: Trapeze (pt. ingen leveranser i Norge), NRI (representerer tyske Hafas i Norge) og Trafikanten (selger DOSK-basert motor med egenutviklede grensesnitt).

Eksempler på områder det konkurreres på ved leveranser av reiseplanleggere /reiseplanmotor:

- Kvalitet på utarbeidede reiseforslag.
- Grensesnitt på WEB.
- Integriert, god kartløsning.
- Pris ved anskaffelse
- Driftskostnader
- Stabilitet
- Alternative grensesnitt / apper
- Evne til å lese ruteinformasjon på ulike formater
- Håndtering av supportbehov og andre endringsønsker fra kunde.

A.5 Trafikanten

Trafikanten (opprinnelig, Oslo og Akershus Trafikkservice, som tidlig benyttet merkevarenavnet Trafikanten) har primært vært en mønsterbedrift som informasjonsformidler for sine eiere i sitt hjemmeområde: Oslo-regionen.

Det som for mange muligens ikke er like kjent, er at Trafikanten også er en systemleverandør (i konkurranse med blant andre DataGrafikk) til andre fylker i Norge.

Trafikantens representanter deltar dessuten i offentlige utredninger på vegne av Oslo og Akershus FK (jfr Østlandssamarbeidet, arbeidsgruppe 4). DataGrafikk har ikke lagt skjul på at man er skeptisk til blandingen av Trafikantens utreder- og leverandørrolle.

A.5.1 Trafikantens tilsynelatende ambisjoner om å være landsdekkende.

Det er neppe noen hemmelighet at Trafikanten ikke minst representert ved sin leder Jarl Eliassen, i 20 år har hatt ambisjoner om å bli landsdekkende og i den forbindelse har drevet intense kampanjer for å selge inn sitt konsept til øvrige fylker. De har siden 90-tallet solgt ruteopplysningsprogramvare (Topp II og III) og callsenter-løsninger, de har solgt merkenavnet Trafikanten som en del av pakken (f.eks. Trafikanten Midt-Norge, Trafikanten Møre og Romsdal), de har solgt avgangssystemer, de har ved flere anledninger optrådt som tilbyder i offentlige anbud (bl.a. Vest-Agder og Østfold) osv.

A.5.2 Teknisk ang Trafikantens reiseplanmotor:

Trafikanten benytter oss bekjent, fortsatt DOSK sin reiseplanmotor i sitt informasjonssystem. Denne motoren ble utviklet i språket Fortran av DOSK ab i Sverige på 80-tallet? DOSK ser senere ut til å ha gått inn i DanielsonDosk ab, men det går pr i dag ikke fram av deres hjemmesider om de lenger jobber med reiseplanleggere. Hvem som nå har kildekode, rettigheter og om det fortsatt finnes kompetanse rundt denne viktige komponenten i en kollektiv reiseplanlegger, vites ikke.

A.6 DataGrafikk as:

DataGrafikk as er systemleverandør til kollektivtrafikken. DataGrafikk konkurrerer innenfor 3 områder:

- System for planlegging av rutetraffic
- System for publikumsinformasjon
- System for administrasjon av turbiloppdrag.

I forbindelse med vurderinger rundt Trafikkportal, er det kun markedssegmentet publikumsinformasjon som er relevant.

I motsetning til NRI og Trafikanten er DataGrafikk en ren systemleverandør; DataGrafikk utgir ikke reiseinformasjon i egen regi, men utvikler og drifter for kunder.

DataGrafikk lanserte den første reiseplanleggeren på nett i 1997.

Det største markedsområdet for DataGrafikk de senere år, har vært salg av løsninger for publikumsinformasjon, fortrinnsvis reiseplanleggere samt drift og tjenester rundt dette til Fylkeskommunene.

Vi har betraktet og betrakter NRI/Trafikanten som vår viktigste konkurrent i dette markedet.

Våre markedsandeler har økt kraftig de senere år.

DataGrafikk legger kontinuerlig ned et stort arbeid med å videreutvikle reiseplanleggerne 14. og 15. juni møtes kundene i Bergen for bl.a. å se neste versjon av reiseplanleggeren inklusiv ny funksjonalitet (prisberegning, sanntidsinfo etc), samt for å avholde brukergruppemøte. Sist var fler enn 50% av Norges fylker representert. Så langt tyder det på at 12-15 fylker blir representert på årets seminar.

A.7 Konkurransen mellom tilbyderne av reiseplanleggere:

Historikk:

Innledningsvis, fram til 1997 var rivaliseringen først og fremst knyttet til konkurransen mellom Trafikanten og Forlaget Rutebok for Norge (RfN), videreført av NRI, om å samle inn data, drive telefonruteopplysning fra callsenter og til dels produsere rutehefter. Begge organisasjoner ønsket tilgang til rutedata fra trafikksekskapene samt å omslutte størst mulig andel av trafikk-Norge.

RfN/NRI hadde et visst overtak da de gjennom konsesjonsvilkårene i Samferdselsloven hadde rett til å kreve inn og å publisere ruter for trafikksekskapene. I 1990 var det ca 250 trafikksekskap i Norge og det var i stor utstrekning trafikksekskapene selv som vedlikeholdte og utgav rutehefter. Det sier seg selv at det å samle inn og publisere dette i en samlet publikasjon for Norge var en stor oppgave – noe RfN/NRI har erfaring fra i mer enn 100 år.

Gradvis har tendensen til kjededannelser også nådd trafikksekskapene. Antallet selskap avtar og størrelsen øker. Det medfører en enklere oppgave å kommunisere med de aktuelle trafikksekskapene for innhenting av ruteinformasjon. Samtidig har fylkeskommunene/kollektivsekskapene overtatt mer av ansvaret for planlegging og publisering av ruteinformasjon.

I 1997 ble de første internettbaserte reiseplanleggerne lansert.

Disse faktorene gjorde at det åpnet seg et marked for å levere reiseplanleggere til fylkeskommunene som etter hvert ønsket egne portaler for ruteopplysning.

Trafikanten, NRI, DataGrafikk, Hafas og Trapeze har alle vært med å konkurrere om disse leveransene.

I 2006 overtok Trafikanten konkurrenten NRI.

Detaljer rundt dette, kan leses ut av våre innvendinger når Trafikanten søkte om tillatelse til å overta NRI (brev av 11. desember 2006 til Konkurransetilsynet). Vi var den gangen bekymret for at sammenslutningen av Trafikanten/NRI skulle bli for sterk. Våre innvendinger ble ikke tatt til følge og bedriftsovertagelsen ble gjennomført.

Det som så skjedde, er etter vår oppfatning et godt eksempel på at konkurranse kan fungere. Vi hadde nye ideer og intensiverte utviklingsinnsatsen. Ny funksjonalitet ble implementert og økte interessen for DataGrafikks løsninger: Adresse til adresse-søk, via-funksjonalitet, velg fra kart, vis i kart og ikke minst tilgang til lisensfrie kart via integrasjon med Google Maps.

Følgende oversikt viste Trafikanten + NRI's samlede installasjoner før fusjonen i 2006 (data hentet fra brev av 11. desember 2006 til Konkurransetilsynet). Tabellen er utvidet med samtlige fylker og status pr 2011 er påført i egen kolonne.

Fylke	Status ved fusjon i 2006	Status pr mai 2011
Nordland	NRI,	<i>fra 2010: DataGrafikk</i>
Nord Trøndelag	NRI?	<i>Vurderinger pågår – eneste kystfylke mellom Møre og Romsdal til Finnmark som ikke benytter DataGrafikk</i>
Sør Trøndelag	NRI?	<i>Fra 2009: DataGrafikk</i>
Sogn og Fjordane	NRI	
Hordaland	Hafas, (nå er representert ved NRI)	<i>Fra 2009: DataGrafikk</i>
Aust-Agder	NRI	NRI
Vest-Agder	NRI	NRI
Telemark	OAT	<i>Fra 2010: Gikk tilbake til DataGrafikk's Callsenterløsning</i>
Vestfold	OAT	<i>Fra 2010: Gikk tilbake til DataGrafikk's Callsenterløsning</i>
Buskerud	OAT	<i>På vei ut av VKT-samarbeidet. Status ukjent</i>
Oslo	OAT	OAT
Akershus	OAT	OAT
Østfold	OAT	OAT
Hedmark	OAT	<i>DataGrafikks reiseplanlegger på Hedmark Trafikks portal. Senest oppgradert med adresse-søk og kart våren 2010</i>
Oppland	OAT	<i>Benytter fortsatt Trafikanten, men har kjøpt avgangssystem som også omfatter DataGrafikks reisemotor-installasjon</i>
Følgende fylker var ikke med i tabellen:		
Finnmark	DataGrafikk	DataGrafikk
Troms	DataGrafikk	DataGrafikk
Møre og Romsdal	DataGrafikk	DataGrafikk
Rogaland	Trapeze	DataGrafikk

I perioden fra desember 2006 til mai 2011 har altså DataGrafikk as øket sin markedsandel på bekostning av Trafikanten. Selv innenfor de 8 fylkene som inngår i Østlandssamarbeidet som i utgangspunktet skulle ha vært et rent Trafikanten-område, har bevegelsen gått i retning av DataGrafikk.

På tross av Trafikantens overtagelse av NRI og "Østlandssamarbeidet", har DataGrafikk kommet styrket ut i konkurransen.

Vi antar at årsaken til dette først og fremst må ligge i at de potensielle kundene bedømmer totalpakken DataGrafikk tilbyr som bedre enn Trafikantens (jfr konkurransemomentene listet i Hva er en reiseplanlegger?).

B. Konkurransen mellom NRK Trafikk og de fylkesvise trafikportalene:

B1. Samarbeidsavtalen mellom NRK, Ruter, Statens Vegvesen og Trafikanten:

Vi tar utgangspunkt i 4 setninger hentet fra Kapittel 1 i avtalen mellom partene av 22. desember 2009:

"Portalen skal samle all rute- og trafikk-informasjon under én merkevare, som av brukerne skal oppfattes som Norges "offisielle" rute- og trafikkportal."

Visjonen:

"Tilby norsk rute- og trafikkinformasjon for alle formål når den enkelte trenger det. Portalen skal bli den største og mest komplette rute- og trafikk-tjeneste for nordmenn. Portalen skal bli verdensledende på enkeltområder innen funksjonalitet, dataomfang og andre typer tjenester."

Avtalen slår i pkt 2a også fast at alle portalene partene i dag kontrollerer skal avvikles og omdirigeres til NRK Trafikk etter endt oppstartsperiode. I og med at Ruter/Trafikanten gir slipp på sin hjemmeportal, er det også grunn til å tro at intensjonen er at også alle andre av dagens portaler som forsyner NRK med grunnlagsdata på sikt forventes nedlagt.

Litt forenklet kan man si at avtalen viser at alle de 4 partene forplikter seg til å promotere den nye portalen i alle sammenhenger. Dette medfører også at NRK aktivt skal promotere ruteportalene gjennom radio, fjernsyn og nrk.no når portalen er klar for lansering.

B2. Støtte fra Samferdselsdepartementet.

Kombinerer man dette med den støtten Samferdselsdepartementet har yttet vedr satsningen (bl.a. i Statsbusjettet), samt vet hvilken massiv påvirkningskraft promoteringen fra NRK kan medføre (jmf Yr.no), er vi ikke i tvil om prosjektet kan utkonkurrere alle andre kollektivportaler i Norge – om de får tillatelse til å gjennomføre etter intensjonene! Vi vet at noen har tatt til orde for å tone ned ambisjonene om å erstatte de lokale løsningene, men når dette "toget ført å rulle", tror vi ikke at det lar seg stoppe før NRK har utkonkurrert alle andre portaler.

B3. Er prosjektet og godkjeningsprosedyrene tilstrekkelig annonsert ovenfor de som påvirkes mest: Fylkeskommunenes samferdselsmyndigheter?

Vi har tipset noen nøkkelpersoner blant våre forbindelser i de fylkeskommunale kollektivselskapene og her er noen av de reaksjonene vi har fått tilbake:

- NRKs søknad er til dels en tendensiøs fremstilling der beskrivelsen av de eksisterende fylkeskommunale portalene unntatt Trafikantens er kraftig nedtonet.
- Bærer preg av "snikinnføring" av Nasjonal Reiseplanlegger
- Vi har ikke teknisk mulighet for å forsyne det prosjektet med grunnlagsdata og det har prosjektet fått beskjed om
- Vår egen portal skal være den foretrukne informasjonskanal mot våre kunder. Vi deler deres bekymring for at NRK Trafikk kan undergrave den kommunikasjonskanalen mot våre kollektivreisende som er bygget opp
- Deres tips er vårt første kjennskap til denne høringsrunden og vi har ingen mulighet for å reagere på dette med så korte frister.
- Vår erfaring fra våre tidligere forbindelser med Trafikanten / NRI tilsier at vi er skeptiske til at de klarer å formidle informasjon vedr vår lokaltrafikk på en korrekt måte.

Vi er ikke i tvil om at NRKs Trafikkportal eventuelt vil få stor innvirkning på brukermønsteret og at dette vil gå utover de fylkesvise portalene. Ressursene de fylkesvise kollektivselskapene har lagt ned i form av merkevarebygging og utvikling av egne portaler for å kommunisere med sine reisende kan gå tapt på kort tid.

NRK bruker selv yr.no som eksempel.

Etter yr.no ble lansert, hvem sjekker lenger været ved å gå via lokalavisens hjemmesider? Svaret er at de fleste av oss går rett på den nasjonale løsningen. Slik kan det bli med hensyn til trafikkportalen også.

I en sak med såpass store konsekvenser for de fylkeskommunale trafikk-selskapene mener vi disse burde vært varslet særskilt og høringsfristen bør være såpass lang at de har mulighet for å komme med innsigelser. Er saken f.eks. tatt opp med Samferdselssjefkollegiet eller Kollektivtrafikkforeningen?

B4. Indirekte effekt på leverandører av systemer og tjenester.

Går det i retning av at de fylkesvise motorene på sikt mister trafikk og må avvikles, har denne satsningen indirekte den effekt av den begrenser markedet for leveranser av reiseplanportaler og reiseplanmotorer.

Vi kan allerede vise til en konkret konsekvens av Trafikkportalens satsning:

DataGrafikk har siden oktober 2010 jobbet med å etablere en pilot for et fylke som i utgangspunktet leter etter nye løsninger. NRK/NRI/Trafikantens har reist en runde i Norge for å innhente opplysninger om tilgjengelighet av rutedata og sanntidsinformasjon. I løpet av dette besøket klarte de å overbevise den aktuelle kunden om å unngå å tegne avtaler med andre leverandører – da tilsvarende publisering via NRK Trafikk blir gratis. Dette har skapt såpass mye usikkerhet hos den aktuelle kunden at prosjektet er bremsert. Det er veldig vanskelig for en kommersiell aktør å konkurrere med en gruppe som tilsynelatende tilbyr gratis tjenester. Vår holdning er at dette for samfunnet Norge på langt fra blir noen gratis tjeneste. Kostnadene vil minst bli like høye, selv om Kollektivselskapene ikke får noen fakturaer direkte fra Trafikkportalen. Midlene skaffes tilveie via andre kanaler enn tidligere ved å benytte NRK lisensmidler, tilskudd via Trafikanten, Statens Vegvesen og muligens som før: Publiseringsavgifter fra NRI?

C. Konkurransen om leveranser av systemer for ruteopplysning.

Det forhold at etableringen av NRK Trafikk samtidig vil medføre en store konsekvenser i markedet for underleverandørene av reiseplanmotorer og grensesnitt og at Trafikanten er den leverandøren som har mest å vinne på prosjektet, kan vi ikke se at er omtalt i NRKs søknad.

Våre vurderinger av produkter, leverandører, marked og konkurransesituasjon er grundig beskrevet i kap A. Bakgrunnsinformasjon.

Det vi vil sette fokus på her, er hvordan NRK har fremstilt satsningen i sin søknad og hvordan NRK Trafikk vil påvirke markedet for systemleveransene.

Søknaden kan bære preg av at man forenkler og bagatelliserer de tekniske og organisatoriske utfordringene. Såfremt man får klarsignal, kan det se ut som om man satser på å løse problemene etter hvert som de måtte dukke opp.

På den måten har man muligens satt alle anslag over nødvendige ressurser (både menneskelige og investeringer) lavt slik at barrieren for at ansvarlige myndigheter skal godkjenne prosjektet er tilsvarende lav. Forutsatt at prosjektet først er igangsatt, vil vi anta at evt tilleggbevilgninger innen NRK-systemet uansett er oppnåelig for å sikre prosjektets fremdrift.

C.1. Totale projektkostnader (samlet for de samarbeidende parter):

Søknaden gir i pkt 6 budsjetter for NRK's del av utviklings- og driftskostnader, men gir ingen totaloversikt over innsatsen de samlede parter i prosjektet skal stille.

De samfunnsmessige kostnadene utgjør summen av det NRK, Trafikanten, Ruter, Statens Vegvesen m.fl. legger inn i prosjektet. Vi savner en detaljert beskrivelse av hva de enkelte parter skal bistå med og hvorledes dette skal finansieres. Dette er muligens ikke Mediatilsynets ansvar å vurdere, men i og med at konkurransetilsynet også er med på behandlingen, vil vi tro den samlede økonomien burde legges fram.

C.1.1 Trafikanten

Trafikanten har vært og er en aktuell systemleverandør i slike prosjekter på lik linje med DataGrafikk og andre leverandører.

C.1.1.1 Menneskelige ressurser

I følge pkt 4c. i Samarbeidsavtalen av 22. desember 2009 skal Trafikanten bidra med 2 definerte årsverk og utover dette en udefinert mengde bistand. I utgangspunktet er Trafikantens driftsområde område begrenset til Oslo og Akershus. Når man her tar mål av seg til å dekke hele område. Vil Trafikanten skalere opp organisasjonen med tilsvarende kostnadseffekt å kunne dekke opp rute- og trafikkinformasjon for hele Norge?

C.1.1.2 Tekniske løsninger Trafikanten bringer inn i prosjektet

I vårt kap A.5.2: *Teknisk ang Trafikantens reiseplanmotor*: henviser vi til den tekniske løsning Trafikanten bygger på. I hvilken grad kjernen i vår konkurrents produkt er tidsriktig, skalerbar og møter fremtidens krav, er selvfølgelig DataGrafikk uvedkommende. Imidlertid er vi usikre på i hvilken grad det er utredet og testet om denne motoren vil møte behovene nå og i framtiden når man kobler på data fra hele Norges kollektivtrafikk.

Poenget er: Anbud ved offentlige anskaffelser muliggjør en grundig vurdering av ulike kriterier som er viktig for et prosjekt. Om man som i Trafikkportalens vedkommende velger teknisk løsning uten konkurranse er mulighetene store for at man verken får det beste systemet eller at leveransen har "riktig" pris. Som eksempel kan man f.eks. sammenlikne kostnadene før og etter overgang til Trafikanten for deltagerne i Østlandssamarbeidet.

- Tilgjengelig rapporter, i forbindelse med Østlandssamarbeidet bl.a. fra Oppland Fylkeskommune (Arkivsak 200300509-11) viser at Trafikanten tilbød løsning til Vestfold som årlig (i 2005) skulle koste kr 320.000. For DataGrafikks reiseplanlegger som allerede var i drift, betalte de ca kr 70.000 pr år. Sammenlikner man VKT's løsning levert fra Trafikanten pr mai 2011 med løsningen DataGrafikk drifter for Hedmark Trafikk, vil man se at Hedmark har en betydelig mer avansert løsning – og det til en brøkdel av prisen.

I og med at dette tilsynelatende skal være et sentralt verktøy i den foreslåtte totalløsningen tillater vi oss å påpeke at vi er sterkt i tvil om at dette er et godt nok utgangspunkt til en løsning som har som ambisjon om å drifte ruteopplysning for hele Norge. Man risikerer å bli tvunget til å kjøpe inn en ny reiseplanleggermotor for å kunne avvikle den planlagte driften noe som de oppgitte budsjetter på langt nær tar høyde for. Til sammenlikning viser regnskapene til den danske Rejseplanen at de hvert år omsetter for 20-30 mill Kr. En vesentlig andel av dette er knyttet opp mot selve reiseplanleggeren fra tyske HAFAS. Regnskapet for 2010 viser at programvedlikehold til Hafas alene utgjør mer enn kr 5 mill. Rejseplanen har for øvrig benyttet normale anbudsrutiner for å anskaffe nødvendig programvare.

C.1.1.3 Trafikantens datterselskap NRI.

NRI's hovedoppgave var å samle inn og distribuere ruteinformasjon i Norge. Inntektene bestod i salg av Rutebok for Norge samt avgift pr spaltemillimeter for de som kunngjorde ruter i boken. Utover dette har de hatt endel inntekter for spesialpublikasjoner samt trykning av rutehefter for trafikkelskap og kollektivselskaper. Ruteboken avtar kraftig i opplag og regnskapene viser over tid en negativ tendens. Det ryktes at NRI også skal ha en rolle i NRK Trafikkportal. Er det planlagt at NRI skal ha en koordineringsrolle og benytte den gamle klausulen og kreve inn ruteinformasjon og fortsette å belaste trafikkelskapene for publisering som i framtiden skal skje via NRK Trafikkportal?

C.1.2 Ruter

Antar også Ruters forventede totalkostnader (initielt + løpende) burde fremkomme som totalkostnader for prosjektet

C.1.3 Statens Vegvesen

Antar også Statens Vegvesens (initielt + løpende) burde fremkomme som totalkostnader for prosjektet

C2. Hvor ble det av Nasjonal Reiseplanlegger (NRP)-prosjektet?

Det har pågått et omfattende arbeid med å utrede NRP. MultiRIT-prosjektet var sentralt i arbeidet. DataGrafikk fikk utkastene til rapporter forelagt noen dager før disse skulle legges fram for Samferdselsdepartementet i desember 2006. Våre innspill som i følge Ingunn R. Sørli fulgte med til SD i sin helhet, ligger vedlagt. Også ved det tilfellet har vi innvendinger til at Trafikanten er en selvskreven deltager og leverandør i de fleste tilsvarende prosjekter som har eller skal gjennomføres i Norge.

Så også i dette prosjektet. Her ser det ut til at SD har grepet fatt i et initiativ og bifaller det som en Nasjonal Reiseportal og derved slipper tak i NRP og det løpet man opprinnelig hadde lagt opp.

Vi er i tvil om den lanserte løsningen sikrer at alle hensyn til konkurranselovgivning er ivarettatt og om samfunnet som sådan er tjent med at en slik gruppering av direkte eller indirekte statsfinansierte aktører til de grader tar kontroll over denne veldig viktige informasjonsflyten til trafikanter i Norge. Er

denne typen prosjektorganisering der man helt uten konkurranse om leveransene av en slik art at den sikrer at man ender opp med den beste løsningen og det til "riktig" pris?

Hovedregelen må være at offentlig anskaffelser av denne art skal ut på anbud. I dette tilfellet indikerer liknende prosjekter i utlandet at kostnadene blir så høye at prosjektet burde ut på EU-anbud.

For øvrig vil vi påpeke at veien til suksess, sannsynligvis blir veldig tung om man ikke har fylkeskommunenes samferdselsadministrasjoner som deltagere i et slikt prosjekt.

Vi ber om at den forelagte søknad fra NRK ikke blir godkjent.

Ta gjerne kontakt om noe er uklart, eller om man ønsker ytterligere informasjon.

Med vennlig hilsen
for **DataGrafikk a.s**

Rolf Einar Eriksen

Vedlegg:

Våre innvendinger til sammenslåing av Trafikanten og NRI i 2006

Regnskap 2010 fra den danske Rejseplanen

Vedlegg til NRP-utredning til SD 2006

Kopi: Konkurransetilsynet