



Öka reklamintäkterna

Kollektivtrafiken står inför många utmaningar. Finansiering är en sådan. Idag står det allmänna via skattsedeln för en mycket stor andel av kostnaderna. Biljettintäkter för en mindre och reklamintäkter för ytterligare mindre andel.

Pandemin har påverkat resandet, biljettintäkterna sjönk som en sten under perioden med de kraftigaste restriktionerna. Många företag hade det också mycket svårt vilket medförde snabb inbromsning av reklaminköp.

Nu håller Sverige och Västmanland på att öppna upp igen. Resandet ökar igen och företagen ser ljusare på framtiden.

För oss är det självklart att jobba med att öka intäkterna för att kunna utveckla kollektivtrafiken framåt. Reklamförsäljning och andra samarbeten med externa aktörer är ett viktigt inslag i det arbetet.

I april yrkade vi på 'Att de externa samarbetena ökar, exempelvis med näringsliv, föreningsliv och civilsamhälle i syfte att förbättra service och öka intäkterna.' Det har vi ett halvår senare inte ens fått svar på.

Arbetet med att se över riktlinjerna kring reklamförsäljning pågår just nu. Resultatet av det arbetet ser vi fram emot. Men det ska inte råda något tvivel om att reklamförsäljning och samarbeten med externa aktörer är viktigt även för framtiden inom Kollektivtrafiken i Västmanland.

Vi har en duktig marknadsavdelning som har gott om kreativa idéer, de behöver bättre förutsättningar och ett tydligare uppdrag för att lyckas ännu bättre med sitt uppdrag.

Därför yrkar vi på

Att förvaltningen får i uppdrag att ta fram aktiviteter som ökar intäkterna från reklamförsäljning och andra externa samarbeten både på kort och längre sikt.

Jenny Landernäs (M)

Gunnar Björnstad (M)

Victoria Kihlström (M)

Samuel Stengård (KD)