

Sjø og bane sliter med et informasjonsgap i konkurransen med veitransporten

Stortinget har som mål å flytte gods fra vei til jernbane og sjø. Men målene og kartet stemmer ikke overens med realitetene for vareeierne. Ny vareeierundersøkelse viser hvor mye av utfordringene ligger.

Les Vareeierundersøkelsen 2022 [her](#).

- Vi kan ikke bare vedta å flytte gods. Vi må se hva som motiverer vareeierne. Dette er målet for vareeierundersøkelsen, som vi nå har gjennomført for andre gang, sier daglig leder i Shortsea Promotion Centre Norway, Jørn Askvik.

Undersøkelsen ble lansert i dag, og vise at en av fem vareeiere har opplevd å ikke finne frem til relevant informasjon om transporttilbud. Flertallet gjør disse erfaringene innen sjø og bane.

Sjøveien oppleves som mer fragmentert og kompleks sammenlignet med vei. Et fragmentert informasjonsbilde kompliserer informasjonsinnhenting og gjør innkjøpsprosessen mindre effektiv.

-Vi har intervjuet vareeiere som vil bruke sjø, men i kampen om begrenset med tid og ressurser, så vinner enkelhet og transparens. Sagt på en annen måte - de gir opp, forklarer Askvik.

-Utvikling må starte med kundeopplevelsen for deretter å jobbe bakover mot løsningen som tilbys, ikke starte med løsningen, for deretter finne forskjellige måter å selge løsningen på, sier Jørn Askvik, daglig leder i Shortsea Promotion Centre.

Det er Shortsea Promotion Centre Norway som for andre gang har spurt ca. 90 vareeiere om sine transportbehov i en nasjonal vareeierundersøkelse.

- Vareeieren er godt fornøyd med vei som transportform. Fornøyde kunder vurderer endring som en operasjonell risiko. Det eksisterer med andre ord et underliggende motivasjonsgap mellom ambisjonen for å flytte gods fra vei til andre transportformer og kundens motivasjon for å søke alternativer, sier Askvik.



Kjøpsprosessen skal først og fremst sikre tilgang på forutsigbare og konkurransedyktige leverandører. Behovet er ikke bil, båt eller tog. Miljø er først avgjørende når kravene til funksjon og pris er tilfredstilt.

-Utfordringen for transportbransjen er hvordan fremtidige løsninger skal møte samtidige krav til funksjonalitet, konkurransedyktighet og miljø, forklarer Jørn Askvik

Om Shortsea Promotion Centre

Shortsea Promotion Centre (SPC) er et samarbeidsprosjekt mellom maritim næring og norske myndigheter med fokus på godsoverføring. SPC er en del av et europeisk nettverk av tilsvarende sentere som jobber for å gjøre sjøveien til en større del av en intermodal verdikjede.

For mer informasjon ta kontakt med:

Jørn Askvik, Daglig leder Shortsea Promotion Centre

Mail: jornaskvik@vidsynconsulting.no

Telefon: 48 25 45 28