

La asociación de transportes públicos de
Hamburgo Verkehrsverbund

Más de 50 años de oferta de transporte
integrada para la región metropolitana de
Hamburgo

Una tarifa – un billete – un plan de horarios
Para todos los transportes públicos

Hamburger Verkehrsverbund GmbH

The logo for HVV (Hamburger Verkehrsverbund) features the letters 'HVV' in a bold, red, italicized sans-serif font. The letters are set against a blue background that forms a stylized, upward-pointing chevron shape. The entire logo is positioned on the right side of a horizontal bar that spans the width of the slide. This bar is primarily blue with a thin red line running along its bottom edge.

(Hagen Seifert)

1. Punto de partida: ¿Cuál era el principal desafío, tema o problema a tratar en el marco de la buena práctica?

1965:

- Distintos medios de transporte, diferentes operadores (públicos, municipales y privados) con sus propias tarifas
- La utilización de los transportes públicos es complicada
- Cambiar de medio de transporte implica gastos adicionales y se evita con lo cual existe competencia en la oferta y dobles estructuras
- Aumenta el transporte en coche, los transportes públicos pierden viajeros

1996:

- Cambio sustancial del marco normativo

2000:

- La zona de urbanización y los itinerarios de los viajeros habituales sobrepasan ampliamente los límites de la Verkehrsverbund

2. Visión y objetivos: ¿Qué visión y qué objetivos se perseguían en los inicios del proyecto de la buena práctica?

Una tarifa – un billete – un plan de horarios

Para todos los transportes públicos

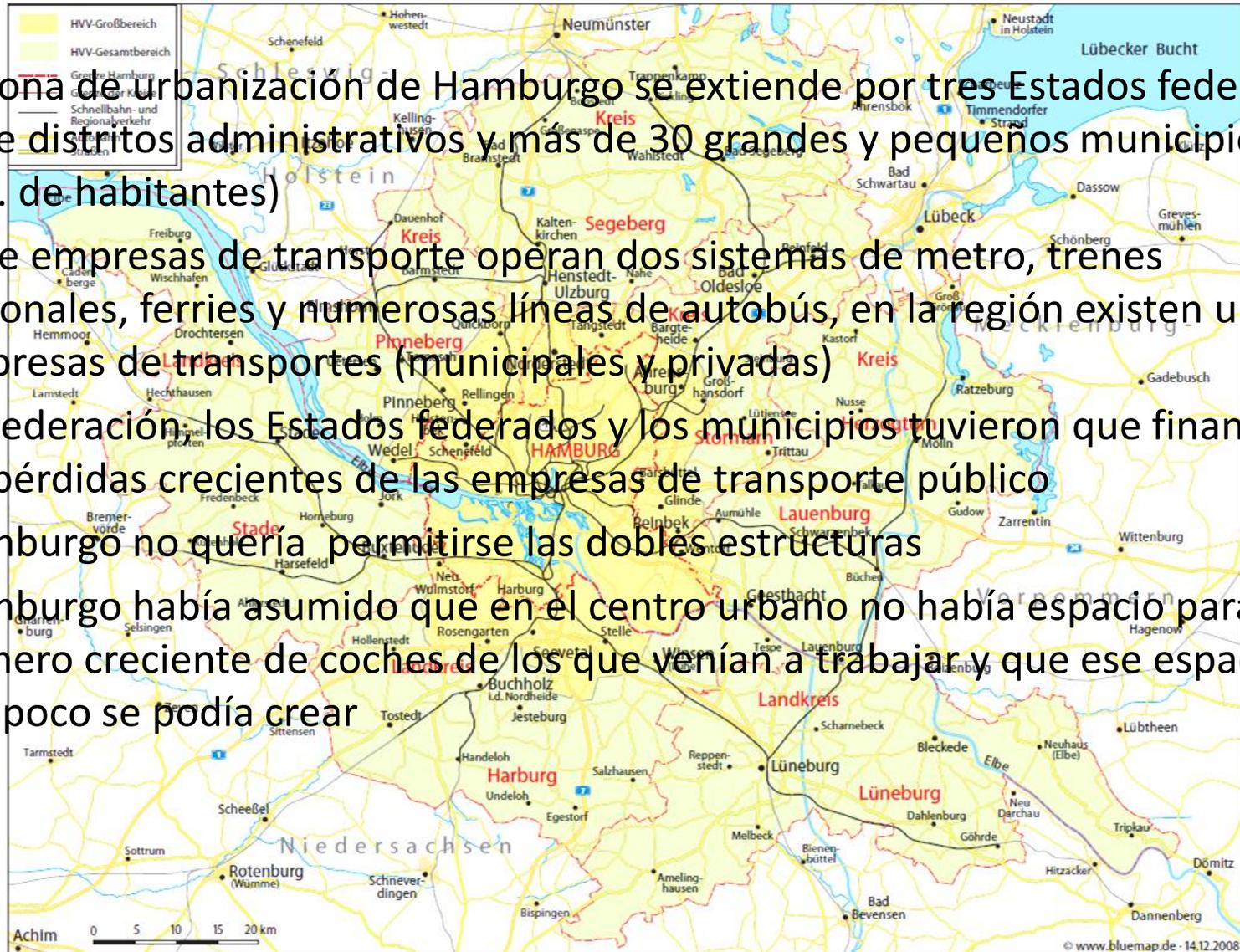
Sólo con una oferta única los transportes públicos pueden competir con el coche a fin de aliviar al máximo la carga sobre el medio ambiente y las ciudades

Los viajeros tienen que poder cambiar fácilmente entre los medios de transporte más rápidos como el metro, el tranvía o los trenes y los autobuses de cercanías con paradas muy frecuentes así como entre el transporte público municipal y regional

Se trata de mejorar la eficiencia de la oferta de transportes por medio de la eliminación de las dobles estructuras

3. Transfondo institucional: ¿Cuáles eran las condiciones marco para la buena práctica que aquí se presenta?

- La zona de Urbanización de Hamburgo se extiende por tres Estados federados, siete distritos administrativos y más de 30 grandes y pequeños municipios (3,4 mill. de habitantes)
- Siete empresas de transporte operan dos sistemas de metro, trenes regionales, ferries y numerosas líneas de autobús, en la región existen unas 30 empresas de transportes (municipales y privadas)
- La Federación, los Estados federados y los municipios tuvieron que financiar las pérdidas crecientes de las empresas de transporte público
- Hamburgo no quería permitirse las dobles estructuras
- Hamburgo había asumido que en el centro urbano no había espacio para un número creciente de coches de los que venían a trabajar y que ese espacio tampoco se podía crear



4. Planteamiento: ¿Qué métodos, herramientas o instrumentos se desarrollaron y aplicaron para poder hacer frente a los desafíos?
¿Cómo se solucionó el tema de la financiación (Financiación y gestión)?

- Cooperación de las empresas de transportes (1965) por mediación de la política – Asociación conjunta de transportes
- Cooperación de las autoridades de transporte (1997) - Asociación como organismo gestor común – empieza modestamente y va creciendo con las tareas encomendadas
- Acuerdo de cooperación, procedimiento de reparto de ingresos, planificación conjunta de la oferta para toda el área de servicio
- Convenios con la Federación, los Estados federados, los distritos administrativos y los municipios para la financiación del déficit de las empresas de transportes

5. Resultados: ¿Cuáles han sido los resultados tangibles concretos, consecuencias y/o el impacto de la buena práctica y cómo se garantiza su sostenibilidad?

Entretanto existen Asociaciones de Transporte casi en toda Alemania, Austria y Suiza; cada vez son más las regiones en Europa y más allá de sus límites que crean sistemas de transporte público integrados

- Se ha podido frenar la reducción del número de viajeros, con la ampliación del área cubierta en 2002 y 2004 se consiguieron incrementos importantes en el número de viajeros, sobre todo en las líneas ferroviarias regionales
- La Verkehrsverbund GmbH de Hamburgo sigue trabajando intensamente para mejorar al máximo el sistema de transporte público
- La „marca“ HVV está muy presente en el mercado y los municipios ven en ella una ventaja competitiva

6. Conclusión:

Lo importante es asumir que

- Con los medios de transporte público se pueden superar las fronteras administrativas con la misma facilidad que con el coche
- Los usuarios siempre toman como referencia la peor empresa de transporte en su decisión a favor o en contra del coche y la competencia intramodal crea más desventajas en la competencia intermodal
- Las negociaciones necesarias siempre son largas, las terceras partes neutrales han demostrado ser de gran ayuda para solucionar los aspectos conflictivos
- Sin financiación pública por lo menos en la fase inicial, la ejecución será difícil ya que siempre habrá grupos de usuarios que sufran inconvenientes
- cada región es distinta; lo primero es fijar el objetivo común, la manera de alcanzarlo debería definirse después