



REFERAT MARKEDSFORUM 01.10.2024

TIL STEDE: Miriam Brockstedt Berg – Ruter
Maren Høilund – Innlandstrafikk
Stine Fredriksen – Innlandstrafikk
Camilla Fåvang – Innlandstrafikk
Anders Kyrkjebø Landheim – Innlandstrafikk
Hilde Eikeland - AtB
Christel Reinertsen - Vestfold fylkeskommune
Solfrid Djuve – Telemark fylkeskommune
Espen Schiager – Kolumbus
Roald Morvik – AKT
Merete Træen Raknes – Skyss
Zita Asdal - Jernbanedirektoratet
Anne Bérard-Andersen – Entur
Kristine Marie Børresen – Svipper Troms fylkeskommune
Lasse Pettersen – Svipper Troms fylkeskommune
Cathrine Kvisvik Pedersen – Svipper Troms fylkeskommune (delvis)
Vegard Steffensen – Finnmark fylkeskommune
Espen Strand Henriksen – Kolumbus (delvis)
Lykke – Skyss (delvis)

SEKRETARIAT: Elisabeth H. Berge (referent) fra Kollektivtrafikkforeningen, Håvard Saanum, Reidun Kvitberg
Gulliksen

STED: Teams

TIDSPUNKT: 09.00 – 11.30

VELKOMMEN

Espen Schiager, leder Markedsforum, ønsket velkommen.

09.10 – 09.55 NASJONAL SATSNING PÅ BEDRIFTSMARKEDET v/Espen Strand Henriksen Kolumbus.

Vi fulgte opp fagseksjon 2. fra samlingen i Stavanger med «Hvordan ta jafset», med siste oppdatering av den nasjonale satsningen på bedriftsmarkedet.

Innlegg fra Espen Strand Henriksen. Han presenterte en nasjonal bedriftssatsning, som ble diskutert på et møte 19. september. Han fremhevet viktigheten av en standardisert løsning og finansiering fra departementsnivå. Espen delte også erfaringer fra Kolumbus og hvordan de har jobbet med bedriftsmarkedet

Se presentasjonen på Workplace

Status i Norge per i dag, hva er status i ditt fylke?

- Innlandstrafikk: Innlandet delte sine erfaringer og planer for bedriftsmarkedet. Innlande har fått midler og politisk bestilling for å jobbe med bedriftsmarkedet. De ønsker å lære mer om hjemjobbhjem-konseptet og hvordan de kan innlemme det i sin portefølje.
- AKT: Interessant samt viktig å ha fokus på.



- Grenland (FUS): **Diskusjon om Finansiering og Strategi:** Det ble diskutert viktigheten av finansiering og strategisk samarbeid. Solfrid påpekte at det er viktig å ha en felles nasjonal oppfattelse og modell for å lykkes med prosjektet.

09.55 – 10.25 KAMPANJER SKYSS v/Merete Raknes, Skyss

- Reiserabatt, snik, studentkampanje og holdningskampanje «Smil det videre» Hun delte detaljer om kampanjene, inkludert målgrupper, kanaler og resultater.
- Ønsker fra AtB og Farte om å dele

Se presentasjonen på Workplace.

10.40 – 11.00 TEMATIKK FOR VIDERE DISKUSJON v/Solfrid Djuve, Farte

Kommunikasjon på holdeplass - en undervurdert kommunikasjonskanal

- Trenger vi rutetabellen og hvordan kan holdeplassen gi merverdi?
- Hva er best for kunden og «godt nok» for universiell utforming?

Erfaringsdeling:

- **Svipper:** Omfattende prosess med kartlegging av informasjonskvaliteten. Vi har prøv ut QR koder, få tilbakemeldinger, da QR koder nok har befestet seg. Men vinteren og hærverk gjør at QR koden er utfordrende og vi går ikke videre med dette. Yngre har utordringer med å lese tidtabeller. Det er behov for innovasjon!
- **Innlandstrafikk:** Feilinformasjon er verre enn ingen informasjon. Startet med QR koder i 2015. QR koder lenket opp ti Entur. Ryddet i informasjonen på leskur, holdeplass etc. Vi har redusert antall rutetabellen med tidtabeller med 81 % etter vi ble Innlandet. Så nå har vi 337holdeplasser som har rutetider og resten har qr plakater.
- **Skyss:** Holdeplasser må ha 50 påstigende for å ha Rutetabell på holdeplass. De blir brukt og folk bruker dem. Generelle plakater: Henger i mindre trafikkerte områder av Bergensområde og i distrikt. Fremtidige visjoner: Nytt fagsystem for ruteplanlegging fra 2025 gir mulighet for implementering av eks. QR koder.
- **AKT:** Agder delte at de også vurderer løsninger for analog informasjon på holdeplasser, og understreket behovet for universelle og vedlikeholds vennlige løsninger.
- **Kolumbus:** Setter i gang ett prosjekt for å se på dette
- **ATB:** Markedsinnsikt kartla informasjon passasjerer etterspør. **Denne er delt via epost og på Workplace.**
- **Snelandia:** Inspirert av Innlandstrafikk, holdeplassinformasjon i by og distrikt. QR kode som lenker til nettsider.
- **FARTE:** Regler og innsikt i forbindelse med QR koder og universiell utforming. Kan man dele informasjon vedr. dette? **Universell Utforming og QR-koder: Undersøke regelverket for bruk av QR-koder i forhold til universell utforming og dele innsikter med gruppen (Solfrid)**



- Se presentasjonene samt egen post på Workplace

11.00 – 11.30 MARKEDSKAMPANJER HØSTEN OG FREMOVER!

Hvilke fokusområder ligger til grunn for pågående markeds kampanjer? Kort «touchdown» per fylke

- **Innlandstrafikk:**
 - o Rutetilbudskampanjer Mål: Flere reisende. Brukt holdeplasser som infopunkt
 - o Markedsføring: Oftere, Raskere Enklere
 - o Bedre kveldsavganger
 - o Refleks og setebilete
 - o Befolkningsundersøkelse
 - o Arbeide med markedsplan 2025
- **AtB:**
 - o Nye mobilitetstilbud mot 2028
 - o 2025 Ski VM
 - o Høstkampanje med fokus på div. bydeler. Kapasitetsutvidelser
 - o Bærekraft – hvordan fronte dette
 - o Snik
- **AKT:**
 - o Fokus på skifte av billettsystem. Billettapp og kjøp. Mindre avhengig av sjåførinteraksjon
 - o Ærlig markedsføring: Voksesmerter, kapasitetsutnyttelse
 - o Bedriftssatsning
- **Svipper:**
 - o Lansert ny app juni - kampanje
 - o Svipper, ny merkevare lansert 1. august.
 - o Bussuka: Uke 42 Fokus på trafikkssikkerhet, gode reisevaner, økt kjennskap til kollektivtrafikken. Bygge kunnskap for på sikt å forhindre snik.
 - o Fortsette merkevarebygging
 - o Snik – 66% av de gebyrlagte er under 30 år!
- **Snelandia:**
 - o 10 kronersbillett etter kl. 17. i byen
 - o Ekspressbussene
 - o Student
 - o Sjåførrekruttering
- **Ruter:**
 - o Betalingsandel kampanje frem til uke 42
 - o Reise
 - o Merkevarebygging
 - o Hent- lokal markedsføring
- **SKYSS:**
 - o Nedtrekk i Markedsbudsjettet. Ingen aktivitet på Markedsavdelingen pga. nedskjæring. Håper at dette er midlertidig.
- **Entur:**



- Sommerkampanjen, bygge kjennskap til Entur appen.
- Jernbanedirektoratet:
 - Byvekstavtale i Sarpsborg
 - Mer punktlighet i jernbanen
- Kolumbus:
 - Du er skapt til å bevege deg
 - Treningssenter kampanje: Humor, reklame lik SATS reklame.
 - Bussveien
 - Sykkelstamveien

INFORMASJON FRA KOLLEKTIVTRAFIKKFORENINGEN

- Møtet 5. desember blir digitalt: 09.00 – 11.30
- Kollektivkonferansen 2024 går av stabelen 28. november! Delta fysisk eller digitalt!
www.kollektivkonferansen.no
- Årets Kollektiv-Norge Rundt ble veldig bra, deles opp i 3 og vises i hovedprogrammet!