



REFERAT MARKEDSFORUM

30.01.2020

TIL STEDE:

Steffen Ringstad – Ruter
Siv Anita Sletten – Brakar
Stine Fredriksen – Innlandet
Maren Høilund – Innlandet
Anita Glomsvoll – Innlandet
Hilde Eikeland - AtB
Solfrid Rød Olsen – Østfold Kollektivtrafikk
Terese Hansen – Østfold Kollektivtrafikk
Merete Raknes – Skyss
Anne Camilla Maurud – Jernbanedirektoratet
Mari Torsmyr Hansen - Vestfold og Telemark Fylkeskommune
Vegar Grislingås – Vestfold og Telemark Fylkeskommune
Christel Reinertsen - Vestfold og Telemark Fylkeskommune
Grace Ann Cikatello – Nordland Fylkeskommune
Odd Morten Møkleby – Nordland Fylkeskommune
Anna Sandvik Hauge – Kolumbus
Marit Holen – Fram
Svein Olav Midtstigen – Entur

Christoffer Flatland Lie – Fram via Skype
Roald Morvik – AKT via Skype

SEKRETARIAT: Elisabeth H. Berge (referent) fra Kollektivtrafikkforeningen

STED: Ruter S, Jernbanetorget 1 - Oslo

TIDSPUNKT: 10.00 – 15.15

Velkommen

Marit Holen, leder Markedsforum, ønsket velkommen.

Runde rundt bordet

RUTER:

- Hei, kampanjen høst 2019. Ruter er et kollektivselskap men også møteplass for ulke mennesker og er et tilbud for alle. Først og fremst tilby et kollektivtilbud, men oppfordre til å se hverandre – smil / hei gjør en forskjell. Posttest: 74% har sett kampanjen , 46% er enige i at kampanjen gjør byen til et bedre sted å leve, 44% mer sannsynlig at de vil si hei til en fremmed.
- Kommende kampanje: Selfie – kampanje. Trafikkvekst for å treffe fritidsreisende.



- Regionsreform: Brakar, ØKT og Ruter skal samarbeide om å planlegge, drifte og utvikle kollektivtilbudet i Viken fra januar 2020. Men nye fylkesgrenser endrer ikke reisestrømmene, men gir en mulighet til å utvikle et mer helhetlig kollektivtilbud i regionen.
- Ungdomsundersøkelsen, Hva er viktig for de mellom 13 og 25? Kvalitativ studie viser: at de liker tradisjonell kollektivtransport, forsinkelser største friksjon, nært forhold til Ruter, miljøvennlig transport er viktig men vil ha bil. *De unges ønske og behov er ikke så forskjellige som de voksne!*

BRAKAR:

- I det siste har vi jobbet med: Samme vei, Elbysyssel, NM på Konnerud, VM 2022 Vikersund, Raw Air 2020, Nye priser - Vi har satt ned prisene på noen produkter og innført nye produkter i tråd med harmonisering mot Viken. Ny billett Buskerudbyen 25 kr
- Andre del av Bussvettkampanjen lanseres nå i vår
- SOME kampanje som heter #derforgjørvidet, med flotte bilder fra Buskerud som viser vårt miljøengasjement.

INNLANDSTRAFIKK:

- Innlandet fylkeskommune og Innlandstrafikk er fullt i gang. Mye nytt, mange nye medarbeidere spesielt for samferdsel med ca. 250 ansatte i fylkeskommunen
- Innlandstrafikk har 59 medarbeidere – sammenslåing av Hedmark Trafikk, Opplandstrafikk, og Kjørekontoret Innlandet i Folldal. Ingen offisiell flytting av folk før høst 2020. Innlandstrafikk skal ha hovedkontor på Lillehammer, hovedvekten av ansatte i samferdsel på Hamar. Innlandstrafikk bygges litt stein for stein, store forventninger ute, både på samordnet rutetilbud, samarbeidsavtaler etc. Mange som vil samarbeide med oss.
- Jobbes med Jernbanedirektoratet om trafikkpakke 4 – Gjøvikbanen – takst- og billettavtale – tidligere inngått avtale på trafikkpakke 2. Signerer snart avtale med SJ på samarbeid Rørosbanen og Dovrebanen.
- Kampanje: Velkommen til Innlandstrafikk kampanje, fortsatt samme buss, sjåfører og linje, men andre kontaktflater. Slutfase på profilarbeid, design og bussprofil, maler. Ser bra ut, leket og bra linjer.
- Februar prisøkning, 1,9 %. 180 dagers billett, betal for 5 mnd få 6.365, betal for 10 få 12
- Ny billettapp – Innlandstrafikk Billett – lanseres 01.02.20 - Leveres av Fara
- Kampanjeplan 2020, jobbes med.
- Samarbeidsavtaler: godt i gang. Nye maler for avtalene våre. Tre ulike etter størrelse.
- Stands- og arrangementer, Promotering på større knutepunkt.
- Reklame på buss: Hvordan bruke flatene både på innvendige skjermer og utvendig på buss. Har vært ulikt i Hedmark og Oppland, så nå harmoniseres dette. Selger selv.

ATB:

- Ny kampanje: flere om bord. Størst fokus på arbeidsreisende, større kapasitet etter omlegging. Hvordan rette endring – fokus.
- Pilotprosjekt 67+ Oppstart i Trondheim.
- To nye anbud i denne perioden, bla. anbud bestillingstransport.



- Utvikling av ny mobil plattform. AMP (ATBs Mobile Plattform, alle tjenester skal samles på ett sted. 7 eksterne konsulenter + 4 egne skal levere hver annen uke.
- Ny kommunikasjonsstrategi skal utarbeides.
- Reisekort til sommeren 2020, buss og båt 7 dagerskort – Like Travepass Nordland.
- Prosjekt innen micromobilitet: Besøkt kommuner i hele fylket for å kartlegge behov og ønsker.
- Utbygger – ny bydel: Ser på muligheter for bærekraftig og miljøvennlig tilrettelegging.

ØSTFOLDKOLLEKTIVTRAFIKK:

- Regionsreform: ØKT er en virksomhet i fylkeskommunen, mens Brakar og Ruter er egne selskap. Utfordringer ved oppstart av Viken. Foreløpig gjøres alt som det har vært gjort før.
- Harmonisering av priser fra 27. februar. Store innvirkninger: Kontanttillegg på voksenbillett buss kr 20,- innføres. Konsekvenser for ungdomsbillett og familierabatten endres.
- Togavtale skal på plass: Markedssamarbeid og avvikshåndtering.
- Fokus på internt arbeid istedenfor eksterne kampanjer, ny nettside og ny kommunikasjonsstrategi.
- Enkeltbilletter på plass i Entur
- Flex – Fortsetter
- Bypakkeområdene: 10 februar, store bevilgninger og medfølgende reduserte billettpriser i byområdene.
- Har hatt gratisbussprosjekter. Har vært krevende men har gitt mye oppmerksomhet.

SKYSS/KRINGOM:

- De siste månedene har fylkessammenslåingen tatt mye tid i hele organisasjonen. Jobber for at kunden ikke skal merke større endringer før markedsintegrasjon er besluttet. To merkevarer (Skyss/Kringom) inntil videre. Prosess mot felles merkevare vil ta mye tid første halvår.
- Utarbeider felles markedsplan, kundesenter og avvikshåndtering for det nye storfylket.
- Skyss har fått ny lokalisering, flyttet ut av sentrum for 3 år mens nytt fylkesbygg bygges.
- Overtatt ansvaret for fylkesveifergene i gamle Hordaland fra 1.1.2020.
- Oppstart av bestillingstransport i Odda 11. februar 2020.
- Billettsystemet skal fases ut, nytt skal implementeres høsten 2020 samtidig med at rutene legges om i Bergensområdet.
- Skjermer i transportmidler: Kunder ønsker mer variasjon. Da større kampanjer er kostnadskrevende har vi startet opp med «microtekster» feks. Kollektivrelaterte Jodel-tekster, tekster fra Facebook-siden «Overhørt hos Skyss», fun-facts og reisedikt som kundene har sendt inn.



JERNBANEDIREKTORATET

- Jernbanedirektoratet jobber etter tildelingsbrev fra SD hovedintensjonen med jernbanereformen til det beste for de reisende, godstrafikken og samfunnet. Den viktigste oppgaven er gjennomføringen av konkurransene, har gjennomført trafikkpakke 1 SØR, 2 NORD og 3 VEST og er nå i gang med trafikkpakke 4, som er deler av Østlandet.
- Fått i oppdrag å evaluere de lange stengningsperiodene som kreves når Bane NOR skal gjøre vedlikehold og nybygging. I den forbindelse er det gjennomført fokusgrupper i Oslo, Stavanger, Bergen og Trondheim blant pendlere og ferie- og fritidsreisende.
- Jernbanedirektoratet har et koordineringsansvar med kollektivsystemet og har i den forbindelse utviklet en kundeundersøkelse som kalles KTI sømløshet, en nullpunktsmåling er gjennomført og skal ha tre målinger per år og rapportere til SD.
- Har en konkurranse ute for å gjennomføre en driverundersøkelse i 2020

VESTFOLD OG TELEMAR FYLKESKOMMUNE

- Organisert i seksjon Kollektiv og Mobilitet. Nye ressurser inn i marked. Telemark og VKT samkjøres
- Arbeider med FARTE og det gule budskapet.
- Ny kontrakt i øvre Telemark Nettokontrakt med mulighet for omprofilering og markedsføring av produkt. Fokuserer på samme linjer og sjåfører.
- Fortsatt fokus i Grenland området på «De smarte kjører gult». Synliggjort hva man kan spare/tjene på å ta buss i forhold til bil. Buss for bil-annonsering.
- 5 mill bussreiser i Grenland i 2019. 200 000 flere nye påstigninger/reiser pr år fra 2016 til 2025 i Grenland for å nå målet med 8% kollektivandel innen 2025. Vi er i rute pr 2019
- Markedsplan med fokus på holdningsskapende arbeid spesielt med arbeidsplasser - Farte
- Arbeides med felles markedsplan
- Anbud på ny App
- Takst og sone harmonisering, Tidl. Vestfold hadde takstøkning 1. januar.
- Nytt anbud i «nordfylket» (Vestfold). Har redusert kraftig i ett område. Mye støy rundt dette. Stor pågang på sosiale medier
- Sjåførrekruttering - Skal kjøre kampanje på skjerm i buss.
- Må skape felles kultur

NORDLAND FYLKESKOMMUNE

- Nordland fylkeskommune får ca. 450 mill. i mindre årlige tilskudd fra staten, av dette må samferdsel ta en vesentlig del.
- Økning av fergeprisene på opptil 40%. Full reset. Kommer tbc til økning til sommeren.
- Kortanbud på 1,5år i Bodø: Signifikant økning av klager. Epost og FB tar inn kundeklager da det ikke er et eget kundesenter. Konsekvenser for omdømmet, reklamebyrået er involvert for å lage en «Beklager» kampanje
- Starter med hent meg fra 1. februar i Bodø.



- Reklameanbud: 4 tilbud der det eksisterende byrået vant.
- Travelpass Nordland, gode målinger på re-design.
- Dårlig vær skaper forsinkelser og dårlig fremkommelighet.
- Julekalender: Hvor skal du reise? Trekning av 7 dagers billett. Kjempeoppslutning av kampanjen.

KOLUMBUS

- Jobber med kampanjer og markedsføring, men ser at det er en dreining fra «markedsføring til kundeopplevelse».
- 1 dedikert ressurs er ansatt for SOME. Jobber strategisk.
- Bysykkelen lanseres i appen 3. februar i hele Rogaland. Klimasats midler. Alle kommunene er med! Egenproduserte sykler, og alle som har gyldig billett via app får tilgang til bysykkel.
- DOGA designmerke for KULTur, føreroppføring. Operatørene har begynt å etterspørre dette. Bransjen i endring – service betyr noe. Kolumbus er i dialog med designbyrået for å finne ut hvordan de kan utvikle dette videre.
- A og B – hvilken side av veien skal man stå på? Hvordan merke holdeplassene og sørge for sikkerhet og forståelse.
- Reklameanbud – avgjørelse denne uken. Takk for innspill fra Skyss, AKT og Ruter.
- Knapp i billettmaskinen – sanntidsapp. Alle førere har integrert knapp for avviksmeldinger, slik at de enkelt kan melde inn avvik. Dette genererer pushvarslinger - abo - fra sine favoritt holdeplasser.
- Bussveien åpner ikke før 2024. Finner gode erfaringer i Norge og resten av Europa, bistår Fylkeskommunen med videre arbeid
- Innsikt: Vi må forstå kunden i større grad. Hvordan implementere dette i organisasjonen. Kultur endring.
- Samarbeid med SammeVei (samkjøring), i forb. med åpningen av Ryfast. 5 mnd samarbeid.
- GoAhead: Kolumbus får få kundehenvendelser vedr. dette.

FRAM

- Omstrukturering av organisasjonen grunnet SAMS, 130 inn fra SVV. Skal spare 50 mill på samferdsel i 2020.
- Legger planer for 2020.
- Mye støy rundt Autopass for ferge. FRAM må gjøre en informasjonsjobb, selv om det er Vegdirektoratet/SVV som har ansvar for Autopass for ferje.
- Også mye støy rundt fergepriser og tilbud. Folkeopprør.
- Stort fokus på inntektsskapende aktiviteter, videreutvikler produkter for kommuner og barneskoler.
- Samarbeid med Bypatriotene i Ålesund om artikler/-saker for å møte gjentakende spørsmål om kollektivtrafikk og forklare hvordan ting henger sammen og hvorfor vi prioriterer som vi gjør.



- TLTL: Innføringsprosjektet for Vestland og Rogaland er avsluttet. Fortsetter felles prosjekt der også Møre og Romsdal er med. Felles markedsføring via Fjord Norge. Ressurs i 20% stilling for å koordinere felles markedsføring, håndtere felles nettside og support til produkteiere.
- Arbeider for fokus på Kollektivtrafikk i ny organisasjon.
- Ingen endring i generelle priser for buss og hurtigbåt fra 1. januar. Markedskampanjer for endret pris på FRAM Ung, periodebillett for ungdom. Prisen økt til kr. 500, men aldersgrensen ble også økt fra 22 til 24 år (fram til den dagen du fyller 25).
- Kjører kampanjer for mobilappen FRAM og nettsiden vår.
- Europeisk mobilitetsuke 2020: håper å få til gode aktiviteter både i Ålesund og Molde og ev. Kristiansund.
- Flybussen i Ålesund ble kommersiell fra 1. januar 2020. Informasjon i forbindelse med dette.
- Skal gjennomføre egne om bord-undersøkelser i år for å måle kundetilfredshet.
- Har gjennomført spørreundersøkelse om betaling og billettering. Underlag for nytt anbud billettsystem.
- Har begynt å se på sjøførprogram/føreropplæring for å bygge felles kultur.

ENTUR

- Gått igjennom endring i ledelsen. Markedsdirektøren har sluttet, Ansvarlig for kombinert mobilitet blir ansvarlig for marked. – Hvordan skal Entur virke samt hvilken rolle skal Entur ha?
- Nytt reklamebyrå og planer for mediebyrå. Nytt Onboarding prosess.
- Legger planer med mediebyråer for aktiviteter 2020.
- Interne prosjekter. To fotoshoots, for kommende kampanjer og materiell. Employer branding mm. Merkevarer hierarki, designbibliotek. God og konsistent måte for bruk av bilder og illustrasjoner.
- Innsiktsfase for corporate webside. Like identitet. Ønsker å nå ut til utviklere, mer interaktiv.
- YV har ny prismodell – stor utviklingsjobb
- Onboarding med Go-Ahead og SJ
- Integrering av fylkeskommuner og kollektivselskap

AKT

- Skal prøve nytt konsept der markedsavdelingen med 2 personer skal få litt hjelp. «Always on»-kampanje. 24/7-kampanje i lokale medier. Blir dyrt, men tror på god effekt. Mål om å ligge i bevisstheten til potensielle kunder.
- Videreutvikling av bruk av video. Vlog-konsept. Lavbudsjett. Ny på bussen-konsept for helt nye kunder. «AKT-skolen».
- Jobber videre med bestillingstransportprosjekt. Liten del av større prosjekt der man forhåpentligvis kan gå inn i samarbeid med pasienttransport og annen offentlig betalt transport.
- Prisjustering utsatt til mars.



- MDG har lansert gratis transport for 12-åringer i Kristiansand. Kommer til å ha stor innvirkning på ruteplanlegging.
- Store utfordringer i forbindelse med stort vegprosjekt som vil skape kø.

INFLUENCERS KAMPANJEN – KOLUMBUS v/Anna Sandvik Hauge

- Se presentasjon lagt ut på Workplace

NASJONALE STANDARDER PIKTOGRAM ARBEIDSGRUPPE v/Christian Nordstrøm, Ruter

- Se presentasjon lagt ut på Workplace

STATUS SNIK KAMPANJEN OG BYBANEN 100 MILLIONER REISENDE-MARKERINGEN

v/Merete Raknes, Skyss

- Se presentasjoner lagt ut på Workplace

GRATIS BUSS-PROSJEKTENE I MOSS OG FREDRIKSTAD v/Solfrid Rød Olsen ØKT

- Se presentasjon lagt ut på Workplace

ARBEIDET JERNBANEDIREKTORATET GJØR I FORBINDELSE MED TRAFIKKPAKKE 4 v/

Camilla Maurud. Jernbanedirektoratet

- Se presentasjon lagt ut på Workplace

INFO FRA SEKRETARIATET – KTF v/Elisabeth H. Berge

- Se presentasjon lagt ut på Workplace

Arbeidsgruppe for program for vårmøtet for Markedsforum 2020 i Trondheim v/AtB mm.

- Ønsker du å bidra inn her så send epost til elisabeth.helene.berge@kollektivtrafikk.no i løpet av uke 8.

177 Spesialnummer er ikke lenger avgiftsbelagt

Innovasjonsworkshop: Tilbakemeldinger og videre arbeid etter innovasjonsworkshop 28.11.19

- Epost sendes ut til Markedsforum for avklaring av videre arbeid.

Reisegaranti Hurtigbåt

EVENTUELT

Under eventuelt: Flere setter nå i gang med fører-opplæring.

- Samkjøring av informasjon vedr. dette vil iverksettes av Kollektivtrafikkforeningen.

Arbeidet som er gjort av Ruter og Oppland nå Innlandet ble kort presentert.



Ruter v/Jan Erik Grøna

Se presentasjon på Workplace

Oppland v/Stine Fredriksen

- Opplandstrafikk startet arbeidet med sjåførkompetanse i 2018 etter å ha diskutert utfordringene over flere år.
- Målet var å knytte sjåførene tettere til Opplandstrafikk og å gjøre sjåførene bedre rustet til å gi gode tjenester for våre kunder.
- Så bra – internkommunikasjonsplan lå i bunn
- Forankring i Kollektivforum Oppland hvor daglige ledere i alle transportselskapene + tillitsvalgte sitter
- I Oppland er det avtalefestet tilgang til alle sjåførene 1 dag i året
- Kurs gjennomført i egenregi – innleid prosjektleder for å koordinere
 - Halvdag – Håndbok for kollektivreiser – kort gjennomgang – oppgaver – caseløsning i grupper og diskusjoner
 - Halvdag – Praktisk billettering – kort gjennomgang – sjåførene delt i grupper med hver sin superbruker (fra selskapene) – mulighet for å trykke og teste + stille spørsmål
 - Oppsummering
- Gode tilbakemeldinger – nyttig å møte oppdragsgiver – hverandre – utveksle erfaringer – finne beste løsninger
- Høsten 2019 tok Hedmark Trafikk kopi og gjennomførte samme løp med sine transportører
- Gjennomføringsgrad ca 70 %
- I Innlandet skal det jobbes videre med strategi for sjåførkompetanse:
 - 1. Grunnopplæring i selskap
 - 2. Håndbok/regelverk
 - 3. Praktisk billettering
 - 4. Service – kommunikasjon (startet arbeid med innhold)
- Hvilke krav skal stilles til opplæring i selskap? Hva kan Innlandstrafikk bidra med for å heve kompetansen/servicegraden?
- Digitale opplæringsplattformer versus kurs – må også diskuteres

Vel møtt til neste møte i Trondheim i mai!