



# REFERAT MØTE I MARKEDSFORUM

DATO: 6. SEPTEMBER 2018

STED: KOLLEKTIVTRAFIKKFORENINGEN, DRONNINGENS GATE 40, OSLO

TID: KL. 11.00-15.30

DELTAKERE: Anna Sandvik Hauge, Kolumbus. Christel Reinertsen, VKT. Christoffer Fatland Lie, Fram/Møre og Romsdal. Hege Fosberg Krogh, Hedmark trafikk. Marit Holen, Fram/Møre og Romsdal. Merete Raknes, Skyss. Morten Møkleby, Nordland fylkeskommune. Roald Mørvik, AKT. Annika Mørch Astè, Ruter. Siv Anita Sletten, Brakar. Solfrid Olsen, Østfold kollektivtrafikk. Stein Erik Jensen, Entur. Stine Fredriksen, Opplandstrafikk. Maren Høiland, Opplandstrafikk. Vegar Grislingås, Telemark fylkeskommune. Edd Olav Sæter, Snelandia/Finnmark Fylkeskommune. Hanne Kopstad, Entur. Anna Kristine Gytri, Sogn og Fjordane Fylkeskommune. Anne Camilla Marud, Jernbanedirektoratet. Christina Andersen, sekretariatet. Ragna Skøien, sekretariatet (referent).

Referat:

## 1: Velkomst v/ Stine Fredriksen, leder av Markedsforum

Stine ønsket særlig velkommen til forumets nye medlemmer; Edd Olav Sæther fra Finnmark, Hanne Kopstad fra Entur, Anna Kristine Gytri fra Kringom, Anne Camilla Marud fra Jernbanedirektoratet og Annika Mørch Astè fra Ruter.

## 2: Runde rundt bordet

**Østfold:** Nytt busstilbud i nedre Glomma ga voldsomme reaksjoner. Masse trykk i alle kanaler. Tidkrevende å håndtere. God planlegging og mye medvirkning i forkant, men det er vanskelig å forklare endringer for folk. Utsatt bomring har ført til at kampanje i forbindelse med bypakken også er blitt utsatt. Har jobbet mye med informasjon – og har fått veldig god klikkrate på informasjonskampanjer.

**AKT:** Stor ruteomlegging 25.juni. Ikke mange negative tilbakemeldinger. Tidlig ute og har brukt info-skjermer på bussene for å informere om endringer. Ny operatør 1.juli – Boreal har tatt over kjøring fra Nettbuss i Kristiansandsområdet. Har gått veldig fint – nå er det påstigning bak. To linjer med elbuss-drift, fungerer greit. Nytt stort prosjekt: periodebillett i mobilbillett. Alle billetter skal valideres om bord, men utfordringer med validatorene så prosjektet er utsatt til oktober. Jobber med filmkampanje om holdninger samt nullpunkts-analyse i forhold til markedskommunikasjon.

**Entur:** Forbereder seg til første trafikkkpakke Sør - operatør velges i oktober. Jobber med omprofilering, offisiell åpning av trafikknutepunkt i Bergen og Trondheim – utsalgssteder har fått ny drakt, nye uniformer, billettautomater og billetter. Entur begynner å synes i markedet.

Den nasjonal reiseplanlegger-appen (Entur-appen) fra 2017 nærmer seg 100 000 nedlastninger. 100 000 reisesøk per uke. Har lagt inn sykkel med høyde-profil i appen. Hyggelig å se at Entur leverer tjenester til flere av medlemmene: Kringom, Østfold (skjermer til sykehuset, videregående skole), Hedmark & Oppland. Leverer data til Avinor, ut.no, yr.no etc.

**Nordland:** Har som første fylke tatt bort ruteopplysning på telefon fra 1.september. Går foreløpig veldig bra, omtrent ingen negative tilbakemeldinger. Har kjørt kampanje for å fortelle at man finner informasjon på nett og i



app. Satset på reiseliv: gode resultater i Nordland i sommer – f.eks. Narvik – Lofoten 3 ganger om dagen. Noen problemer med manglende materiell på grunn av for mange passasjerer. NFK har vunnet en nattbuss-kampanje fra Amedia. Holder på med ny nattbuss-kampanje. I Bodø bruker over 50% reise-appen. I Bodø har det vært økning på 70% i kollektivreisende fra 2012-2017.

**Fram:** Omlegging i Ålesund fra 1.mai – har gitt mange bedre frekvens men mange må bytte buss. Vanskelig å få frem at de fleste får et bedre tilbud. Kampanjen Travel like the Locals er en suksess – har bl.a. vært i Dagsrevyen. 7500 reiser i år - 25% økning fra i fjor.

Fram har hatt kampanjer på videregående skole og elev i «arbeidserfaring». Gode tilbakemeldinger. Som fylkeskommune har Møre og Romsdal et ansvar for ungdom i utdanning – mål å hjelpe dem å få erfaring og vise muligheter i fylkeskommunen. Europeisk Mobilitetsuke – Ålesund vil ha 125 kr for en ukesbillett inkludert hurtigbåt. Kjører annonsering nå.

Reklame for Fram-appen, både på holdeplasser, flyplass, digitalt etc. Solgt ca 114 000 app-billetter på ett år. Skal forbedre rutetilbudet i Kristiansund, mer på vann enn på land. Prosjektet starter 1/05-19. Jobber med nettsiden. Sluttet med trykte ruteplaner – de som ønsker kan ta kontakt med kundesenter for utskrift. Tester ut Sanntid i byene – kommer ila september. QR-koder til å lese av billetter i appen kommer etter hvert, hatt noen utfordringer. Har QR på hurtigbåtene.

**VKT:** Tester ut kontaktløse bankkort, sjåførene er fornøyd med dette. Europeisk mobilitetsuke – alle billetter koster 10 kr den uka. Ser på takstsystemet – vil redusere antall soner, dette må godkjennes. Oktober: Omlegging av 6 linjer – ny linje til sykehuset som er fylkets største arbeidsplass. Spennende prosjekt med Next Signal – har utviklet en app som blinde og svaksynte kan benytte seg av når de skal reise med buss. Skal presenteres på Medlemsmøtet. Jobber også med ny nettside.

**Kringom:** EnTur og billettering i appen – første fylke som skal inn i dette sammen med Ruter. Sogn og Fjordane er opptatt av rutetabell-problematikk. Oppfølging av markedsplan. Mye å plukke opp fra andre medlemmer. Har fokus på nettsider og sosiale medier.

**Hedmark trafikk:** 20.august: passasjerene fikk bedre rutetilbud. Utvidet nattbuss + ny bybuss i Kongsvinger. 1.juli: Prisendringer. Vanlig prisøkning, men nå 50% rabatt for honnør og «ung voksen». Vil ha flere over på mobilbillett – derfor er rabatt på mobilbillett økt til 40%. Lettere prissystem, fjernet 14-dagersbillett. På høsten er det alltid info om skoleskyss. Utsendelse av refleksvester for alle 1.klassinger. Ny nettside kommer 15.september.

**Kolumbus:** Omorganisert siden sist. Spennende fase. Ny profil. Merker at Kolumbus er en mobilitetsaktør og alles øyne er på arbeidet som gjøres. Tatt inn GoogleMaps i appen for å også vise gange og sykkel for å måle reisetid opp mot bil. Jobbet med sjåførmotivasjon – eget opplæringsopplegg sammen med Norgesbuss. «Sjåfør-Facebookgruppe» - sjåførene vil ha mer kontakt med Kolumbus. Stor suksess foreløpig. Hent Meg-kampanjen har fått god pressedeckning. Vil trolig lansere dette flere steder etter hvert. Demo av Hent-meg i Stavanger kommer. Studiestart – gratis 7-dagersbillett til alle studenter. Europeisk mobilitetsuke - buss til 1 kr på miljø-søndag. Folk må fremdeles kjøpe 1-kr billett i appen = flere nedlastninger. 10 busser utsmykket med kunstverk til Nuart-festivalen. Nullpunktsmålning – finne ut mer om holdninger. Vil jobbe med spørreundersøkelser online i stedet for fysiske intervjuere. Økt fokus på sosiale medier. Vil bli bedre på koding og foto/film – tar gjerne imot innspill om noen er gode på dette.

**Finnmark:** Validering av billetter – jobber for å få systemet til å fungere. Vil bli bedre til å bruke info-skjermene på bussene. Finnmark har utfordringer med kjøring til skole - lange avstander, få elever på små skoler. Omlegging av rutetilbud i Kirkenes - trafikkmønster endres på grunn av nytt sykehus i byen. Dette har gitt noen negative tilbakemeldinger.

**Skyss:** 1.august: ny takstsonestruktur – fra 400 soner til 7. Endelig billettapp i hele Hordaland! Denne omleggingen har gått fint. Jobber med data og å tilgjengeliggjøre tall. Ny avtale med Opinion. Gjennomføre undersøkelser om



bord på bussen ved bruk av beacons. Samarbeider med NHO Transport om sjåførrekruttering. Undersøkelse om snik – ny markeds kampanje. 70% av reisende bruker Skyss-appen.

**Ruter:** Jobber for å nå passasjer måltallene for Akershus. Vil fylle informasjonsgap for å vise folk hvor ofte bussen går. Merke bussene med «jeg går hvert 10. minutt» osv. Handlingsplan for billett kontroll + prisøkning. Barnegrense nå opp til 6 år (ikke 4 som nå) og ungdom opp til 18 år (ikke 16 som nå). Jobber med omdømme. Vil snakke mer om menneskene som reiser med Ruter, mobilitet, bevegelsesfrihet. Fokus: Ruter må gjøre seg fortjent til folks støtte - inspirert av Vinmonopolet. Ny segmenteringsmodell: mer behovsbasert. Vil gjerne presentere dette neste møte. 70% bruker Ruterappen.

**Oppland:** Fokus på Innlandet fylkeskommune. Ferdig med kartlegging av arbeidsoppgaver og prioriteringer. Organisasjonsform er ikke klart. Vil føre til nytt navn, ny profil etc. Kampanjer: holdningsskapende arbeid. Synliggjøre fordeler ved å bruke app. Ansatt ny person- skal ut og informere bedrifter/kunder om fordelene av kollektiv. Stand på høyskoler i studiestart. Synliggjøre frekvens på bybusser. Ny operatør på Hadeland; litt tekniske problemer. Vil starte sjåfør opplæring – endagskurs om service osv. Europeisk mobilitetsuke: 10kr-billetter. Salg av reklame på busser: strenge retningslinjer for hva slags reklame. Skal helst ha lokal tilknytning. Teste to elbusser våren 2019.

**Brakar:** Sommerferie på noen rutelinjer – fikk negative tilbakemeldinger på dette, men brukte sparte kilometer i sommer til å øke ruter andre steder på høsten. Bragernes Torg skal bli nytt kollektivpunkt. Sjåfører går på kundeservice-kurs sammen med Nettbuss, vil se om dette har noen effekt på klager. Brakar ansatte to ungdom i sommer som reiste rundt og viste alt man kunne gjøre i Buskerud med ungdomsbillett.

**Telemark:** Telemark måtte gå fra møtet før runden rundt bordet, her følger oppsummering tilsendt i etterkant: Nye kontrakter i fylket. Nettbuss vant i alle 4 rute-pakkene. Virkning fra 1.7.19. Fortsatt nett kontrakter. Vekst i billettsalg på 2,4% i Grenland i 2018. Periodebillett øker. Billettsamarbeid mellom tog/buss - VKT/TFK/NSB/JD ved åpning av ny togstrekning mellom Porsgrunn og Larvik. Kjøp av periodebillett tog, få rabattert bussbillett som tilvalg. Ombordundersøkelse juni 2018. 1680 svar: over 90% tilfreds eller svært tilfreds med totalopplevelse på buss/ferge. Markedsføring: Kampanjer inkluderer kinodagen 22. september med gratis billetter. Fortsette kampanje om «Det hyggelige busselskapet». Barnas dag i Porsgrunn i mai, Farte hovedsponsor. Tema miljø og transport. Dette ga god PR. Regionreformen Vestfold og Telemark. Egen prosjektgruppe som ser på organiseringa av kollektivområdet. Tar kapasitet i avdelingen. Skoleskyss: Nytt søkesystem Farteskys.

## 2: Belte i Buss kampanjen

v/ kommunikasjons- og kampanje rådgiver Ingunn Finstad Haavi, Statens Vegvesen. Til stede var også avdelingsleder for seksjonen for Trafikantadferd, Ida Kongsrud.

Presentasjon vedlegges referat.

I løpet av presentasjonen dukket det opp noen spørsmål, og følgende ble avklart: 1) Det er kun klasse 2 og 3-busser som blir kontrollert når Statens Vegvesen har setebelte-kontroller. 2) Det kan forekomme kontroller også utenfor annonserte «kontroll-uker», men da uten markedsføringstiltak i tillegg. 3) Mange syntes det var bra at Statens Vegvesen har digitalt materiell til fri nedlastning. Kan være lurt å tenke på lesbarhet på skjerm i buss for dem som lager kampanjer. 4) Det er en god ide at Statens Vegvesen sender info om kampanjer direkte ut til trafikkselskapene og Kollektivtrafikkforeningen og ikke bare til busselskapene.



### **3: Presentasjon av Trygghetskampanje**

v/ Marit Holen og Christoffer Fatland Lie, FRAM

Kampanje om trygghet basert på tilbakemeldinger fra kunder og sjåførere.

Presentasjon vedlegges referat.

### **4: Reisegaranti-diskusjon**

Sekretariatet orienterte: Det er kommet en transportklagenemnd på sjø i tillegg til den eksisterende for buss. Der er blitt reist spørsmål om dette krever at det blir etablert en reisegaranti for sjø i tillegg til den eksisterende som Kollektivtrafikkforeningen og NHO har utarbeidet i fellesskap (oppdaterte høsten 2015). Hvordan kan vi jobbe videre?

I diskusjonen kom det frem at det er ulik praksis hos fylkene når det gjelder reisegaranti. Mange gir reisegaranti på hurtigbåt på samme måte som buss, mens det ikke er reisegaranti på ferje. Noen gir reisegaranti med et maksbeløp mens andre ikke opererer med dette. Generelt ikke mange saker. Det er ofte været som har skylden for forsinkelser. Møre og Romsdal har et vedtak i Samferdselsutvalget i 2016 om at fylket skal utrede en lignende reisegarantiordning som buss for hurtigbåt og ferje.

Sekretariatet lager et forslag til felles reisegaranti som fagmiljøene hos de ulike medlemmene må være med og kvalitetssikre. Både maritime avdelinger og kundesentre kan involveres. De av medlemmene som viser interesse og har størst behov vil bli kontaktet for å arbeide videre med dette.

### **5: Informasjon om Arendalsuka og Kollektivdagene**

Sekretariatet meldte ut at Innovasjonsworkshop utgikk av programmet ettersom det ennå ikke er klart noe «mottaksapparat» for å ta imot innspillene som kommer. Sekretariatet presenterte møtene

Kollektivtrafikkforeningen organiserte under Arendalsuka samt program for Kollektivkonferansen + medlemsmøtet.

### **6: UTGIKK Presentasjon av markeds kampanjer**

v/ Hanne Kopstad, Entur - utsatt til 29.november

### **7: UTGIKK En diskusjon om rutetabeller**

Diskusjon om rutetabeller utgikk på selv møtet. I etterkant er Sogn og Fjordane, Oppland og sekretariatet blitt enige om at der i første omgang skal lages en beskrivelse på i hvilke situasjoner det er særlig hensiktsmessig for kundene å ha tilgang til rutetabeller. Dette igangsettes av Sogn og Fjordane og innsendes til sekretariatet, som deretter koordinerer med Opplandstrafikk og det videre forløp, herunder involvering av Entur.

### **8: Informasjon fra sekretariatet**

v/ Stine Fredriksen og Kollektivtrafikkforeningen

Etablering av Mobilitets- og markedskomité. I forbindelse med strategiarbeid er det bestemt at det skal opprettes en mobilitets- og markedskomité. Komiteen skal ha fokus på mobilitet på tvers, samle inn info om trender og innovasjonsprosesser samt være i dialog med Digital Plattform-gruppa.

Markedsforums rolle. Markedsforum får dermed et bredere mandat og overtar noen oppgaver fra den gamle komiteen. Forumet skal synliggjøre hele reisen, også mobilitet. Markedsforumet kan løfte opp saker til komiteen. Positivt at Jernbanedirektoratet og Entur nå er med på laget. Leder av markedsforum kan være med i den nye mobilitets- og markedskomiteen.

Kollektivbarometeret. Markedsforum har ansvar for oppfølging av resultatene og følge bruken av Kollektivbarometeret. Forumet kan foreslå hvilke endringer som skal gjøre i barometeret. Det kom innspill om at kollektivbarometeret må synliggjøre hele reisen, og at man kan sette opp alternativer i barometeret for dem som bruker flere reisemåter. Viktig at gruppen er litt «på» for å finne ut hva barometeret kan brukes til. Markedsforum



kan foreslå nye spørsmål og bidra til forbedringer, som meldes til Mobilitet- og markedskomiteen. Sekretariatet sender ut innloggingdetaljer til barometeret til dem som trenger.

#### **9: Eventuelt**

Innspill fra Møre og Romsdal: Vil gjerne ha mye tid til runden rundt bordet. Fint om alle kan bruke tilmålt tid og ha forberedt 2-3 saker. Kan evt. også utvide møtet med en time. Sekretariatet lager utkast til struktur til fremtidige runder rundt bordet.