



INNKALLING TIL MØTE I MOBILITETS- OG MARKEDSKOMITEEN

Dato: Torsdag 18. februar 2021
Sted: Teams
Tid: Kl. 12.30 - 15.30

DAGSORDEN MOBILITETS- OG MARKEDSKOMITEEN:

Inspirasjonsforedrag med Ole Petter Nyhaug fra Opinion.

Tema:

Trender, og hva vil påvirke oss framover? Spesielt vekt på personlig mobilitet og deling.

- 1/21 Godkjenning referat
- 2/21 Arbeidsmåte, deltagelse, tema, utbytte
- 3/21 Valg
- 4/21 Målbildet for den nye normalen, også årets tema
- 5/21 Kollektivkonferansen, formål, målgruppe og tema
- 6/21 Innovasjonsnettverket
- 7/21 Orienteringer:
 - Kommunikasjonskanaler.
 - Kompetanseformidling
- 8/21 Eventuelt



Sakspapirer:

1/21 Godkjenning referat

Vedtakssak.

Referatet fra møtet 08.12.2020 kan du lese [her](#).

Forslag til vedtak: Referatet godkjennes.

2/21 Arbeidsmåte, deltagelse, tema, utbytte

Diskusjonssak

Bakgrunn:

Markedskomiteen ble for noen år siden splittet i Markedskomite og Markedsforum

Bakgrunnen for dette var at komiteen hadde blitt en tung og uoversiktlig komite med uklart mandat. De jobbet både med erfaringsutveksling og utviklingsoppgaver.

De to nye fikk følgende arbeidsfordeling:

- Markedskomiteen. Skulle bestå av en fast gruppe på ca. 8 -9 medlemmer som jobbet med utviklingsoppgaver.
- Markedsforum. Skulle bestå av min 1 deltager fra hver medlemsorganisasjon, og skulle sørge for å dele erfaringer og kompetanse seg i mellom. Saker som kom opp her var ment å kunne jobbes videre med av markedskomiteen ved behov.

Dette fungerte bra, og etter hvert som Kollektivtrafikkforeningen begynte å jobbe mer med mobilitet, ble Markedskomiteen gjort om til Mobilitets- og markedskomiteen. Dette med et utvidet mandat til å jobbe med mobilitets- og innovasjonsoppgaver.



Dagens mandat ble vedtatt av styret i sak 10/2018:

Mobilitets- og markedskomiteen skal:

- *Arbeide målrettet for innovative og framtidsrettede mobilitetsløsninger som forenkler menneskers liv.*
- *Definere hvilken kunde-, forbruker- og markedsinnsikt man trenger, samt sikre at den og oversikt over trender framskaffes. Slik innsikt ligger til grunn for arbeidet og skal formidles til medlemmene og bransjen forøvrig.*
- *Sikre implementering av innovasjonsprosesser i alle foreningens forum, komiteer og aktiviteter.*
- *Sikre at arbeidsgruppa for Digital plattform utformer en IT-plattform og løsninger som kan legges til grunn for og gir gode og enkle kundeopplevelser og -tjenester.*

Deltagelse og arbeidsform:

Antall:

- *De medlemmene som er innmeldt, i alt 13 fra ulike medlemmer tilbys plass i komiteen.*
- *Leder i markedsforum har møte- og talerett.*
- *Digital plattform-gruppe sikres deltagelse.*
- *Det etableres et arbeidsutvalg som tilrettelegger og planlegger møtene samt andre oppgaver mellom ca. 4 årlige møter, bestående av:*
 - *Leder*
 - *Nestleder*
 - *En fra jernbane (Entur eller Jenbanedirektoratet).*
 - *Representant fra sekretariatet*
- *Arbeidsutvalget forsterkes med deltagere fra komiteen etter behov og tematikk som behandles.*

Arbeidsform:

- *Ca. 4 årlige møter, der kompetanseheving er en del av agendaen*
- *Arbeidsutvalg som jobber mellom møtene og bidrar til å klargjøre saker.*
- *Årshjul med tema/oppgaver for det man skal jobbe med*
- *Settes av nok tid til å få gjennomdiskutert ting – ikke fyller agendaen med for mye. Må ha nytte ved å delta – det skal være så viktig at en mister noe om en ikke stiller.*
- *Innledninger med faglig innhold på møtene.*
- *Sette ned grupper når en trenger det, slik at ikke 13 må være med på alt.*



Avgrensning av oppgaver mellom komiteen og Markedsforum.

- *Markedsforum får et litt bredere mandat – skal synliggjøre hele reisen, også mobilitet.*
- *Mulighet for leder av Markedsforum til å delta i MM-komiteen.*
- *Markedsforum kan løfte opp saker til komiteen*
- *Komiteen formidler trendanalyser etc og det som foregår i MM-komiteen ut til medlemmene.*
- *Kundeinnsikt må formidles begge veier. Må huske at vi jobber med bredden i befolkningen, blinde, eldre m.fl.*
- *Kollektivbarometeret*
 - *Bruken legges til markedsforumet med innspill til utvikling som formidles til MM-komiteen.*
 - *Ansvar og oppfølging legges til MM-komiteen, antall respondenter osv. Behandles på høsten hvert år, etter faglige innspill fra Markedsforum.*

Prioritering:

Mobilitets- og markedskomiteen gjør en fortløpende prioritering av oppgavene, og gjør endringer i organiseringen ved behov.

Rapportering:

Mobilitets- og markedskomiteen rapporterer fortløpende tilbake til styret om arbeidet.

Arbeidsutvalg:

Består av leder, nestleder, en fra jernbanesektoren og sekretariatsansvarlig. Entur og Jernbanedirektoratet blir enige om en person fra jernbanesektoren.

Innovasjonsgruppe:

Det settes ned ei gruppe som starter dette arbeidet. Gruppen skal prioritere og ta prosjektene videre. De får ikke et klart mandat i dag, da man må finne arbeidsformen underveis. De ulike forum og komiteer må prioritere prosjekter, og jobbe videre med og foredle sine innspill før overlevering til innovasjonsgruppa.

Mobilitets- og markedskomiteen spiller inn medlemmer til denne gruppa – 3 - 4 personer.



Det kan bli nødvendig å ta inn en fagperson fra det forum/komite som har spilt inn prosjektet

Siden mandatet ble vedtatt er arbeidet med Digital plattform endret til Digital tjenesteutvikling. Status på dette arbeidet var at det kom opp 4 områder man skal jobbe med:

- ITxPT
- Betaling og billettering
- Bestillingstransport
- Sanntid

Dette arbeidet bør løftes videre i neste møte.

De 13 medlemmene som hadde meldt sin interesse for å delta, fikk alle plass. Siden har det vært en endring i antallet medlemsorganisasjoner i takt med regionreformen. Det er derfor bare 2 av medlemsorganisasjonene som ikke var med, og de er nå invitert inn, slik at alle får delta.

Tidligere har vi hatt ca. 4 fysiske møter i året, på omtrent 5 timer hver. I koronatiden har alle møter vært digitale, og det er da mer hensiktsmessig å ha oftere og kortere møter.

Arbeidsutvalget foreslår følgende arbeidsform framover:

- Digitale møter annenhver mnd, med noe kortere varighet enn de fysiske møtene. F.eks. 2,5 - 3 timers møter, enten før eller etter lunsj.
- En gang i året møtes Mobilitets- og markedskomiteen til lunsj-til-lunsj-samling.
- Det bør være et inspirasjonsforedrag i hvert møte, enten med eksterne bidragsyttere og/eller interne.



- Vi har flere saker som må følges opp fortløpende, det er Innovasjon, Mobilitet og Digital tjenesteutvikling. Det er viktig at disse temaene og sakene har utvikling, og at de ikke oppleves som gjentakende.
- Vi setter et årlig tema som vi jobber med. Kollektivtrafikkforeningen og Kollektivkonferansen har et årlig tema, skal dette temaet være det samme? I år er det «Den nye normalen».
- Vi setter fokus på trender og kunde- og forbrukerinnsikt i de første møtene.

Diskusjon og innspill.

3/21 Valg

Vedtakssak.

Valg skal gjennomføres annet hvert år. De som velges er leder, nestleder og medlem i arbeidsutvalg.

Nåværende arbeidsutvalg består av:

- Kjersti Nordgård Danielsen, leder
- Grethe Opsal, nestleder
- Hanne Nettum Breivik, medlem

Alle har sagt seg villig til å fortsette.

Forslag til vedtak:

Arbeidsutvalget gjenvelges for to år:

- Kjersti Nordgård Danielsen, leder
- Grethe Opsal, nestleder
- Hanne Nettum Breivik, medlem



4/21 Målbildet for den nye normalen

Orienteringssak.

Den nye normalen er også årets gjennomgående tema for Kollektivtrafikkforeningen, samt for Kollektivkonferansen.

Olov orienterer om framdriften i prosjektet.

5/21 Kollektivkonferansen, formål, målgruppe og tema

Diskusjonssak.

V/ Elisabeth Helene Berge

Evaluering av Kollektivkonferansen var sak på desembermøtet i Mobilitet -og markedskomiteen. Der ble det vedtatt å diskutere Kollektivkonferansens formål, målgruppe og tema i neste møte.

På Kollektivkonferansen i 2020 var det 88% økning av antall deltagere fra Kollektivtrafikkforeningens medlemmer dvs, flere fikk anledning til å delta.

Utfra deltagerlistene fra 2019 og 2020 ser vi at henholdsvis 41% og 46% av deltagerne ikke er ansatte hos Kollektivtrafikkforeningens medlemmer, dvs. Kollektivkonferansen favner bredt.

Det er viktig å implementere **Kollektivtrafikkens Kommunikasjonsstrategi- og handlingsplan 2020** og spesielt mål B: **Øke oppmerksomhet og kunnskap om bærekraftig mobilitet og kollektivtrafikk** inn i formål, målgruppe og tema for Kollektivkonferansen.

Sekretariatet avholdt et møte 1. februar der formål, målgruppe og tema for Kollektivkonferansen ble diskutert og spisset utfra bl. annet Kollektivtrafikkens Kommunikasjonsstrategi- og handlingsplan 2020.

Elisabeth H. Berge orienterer.

Diskusjon og innspill.



Vedlegg: Presentasjon Kollektivkonferansen formål, målgruppe og tema.

6/21 Innovasjonsnettverket

Diskusjonssak.

V/ Reidun Kvitberg Gulliksen

Status:

Det tredje møtet i innovasjonsnettverket er en tenkt forlengelse av møte to, med bruk av **prosessdesign for å finne en mulig vei til å etablere et trekant-/firkantsamarbeid**, med bistand fra Æra, som også sto bak Mobilitetsfloken.

Vi vil finne noen **konkrete temaer for samarbeid** gjennom å lage vår egen slags flokeprosess som vil gå over 4 møter med siste samling etter sommeren. Det første møtet ble utsatt fra 28. januar til 11. mars og Mads fra Æra vil være prosessleder på den første delen. Han har bistått oss i å skissere opp prosessen bestående av de 4 møtene. Det spesifikke målet med denne prosessen er både økt innovasjonskompetanse, sterkere nettverk og samhandling samt også at vi kommer ut med innovasjonspiloter som en, to eller flere av medlemmene deltar i, og der vi også får inn eksterne bidrag gjennom trekant-/firkantsamarbeidet.

Metodikken / prosessdesignet som er tenkt å bli tatt i bruk er Open Space tilnærming, som kort og greit kan beskrives slik:

Er en prosessmetode som egner seg godt dersom agendaen er åpen, men formålet satt (visjon) og at man tenker at ekspertisen i rommet/gruppen vil selv kunne få fram de gode perspektivene/ideer (ingen fasit).

Prosessene er systematiske, men samtidig åpne. Den baserer seg mye på tillit og bygger godt eierskap inn i ideene, siden idéhaverne selv må ta ansvar for å legge planen videre.

Den er godt egnet til å adressere mange ulike og komplekse utfordringer på kort tid som ofte byr på innovative og meningsfulle resultater, fordi den ikke følger en forutbestemt logikk men gir deltagerne selv åpne (men fortsatt systematiske) rammer til å tenke fritt.

Anerkjent metode som brukes av mange store selskaper for å utvikle strategier, konsepter, produkter/tjenester og organisasjonsutvikling



Open Space er delt inn i fire deler – ofte tas en del per møte. Den 11. mars skal vi ha den første samlingen / **del 1**, med utgangspunkt i en **markeds plass**, der vi skal prøve å lande noen **temaer** som skal foredles videre i diskusjonsgrupper. Open Space metoden er vanligvis gjennomført ved fysisk deltakelse, men vi skal ha en **digital utgave** av denne.

De neste tre delene, Nye muligheter, Deling og Feiring er et fortsatt arbeid med de temaene man har kommet fram til på del 1 møtet. Mads fra Æra vil være prosessleder på den første delen, deretter tar Reidun over derfra.

Innspill og diskusjon.

7/21 Orienteringer:

- **Kommunikasjonskanaler.**

V/ Ola Viken Stalund

Det er satt i gang ei arbeidsgruppe som skal komme med en anbefaling om hvilke kommunikasjonskanaler vi skal satse på. Det skal sikre at medlemmene har en god plattform for kommunikasjon, erfaringsutveksling og deling, i tillegg til toveis kommunikasjon mellom sekretariat og medlemmene.

Ola orienterer om arbeidet.

- **Kompetanseformidling**

Hvordan sørge for at de folkevalgte i din region har oppdatert kunnskap om kollektivtrafikk og mobilitet som nøkkel til samfunnsutvikling?

Hvis medlemmene i Kollektivtrafikkforeningen skal lykkes med sine mål for kollektivtrafikk og mobilitet må både eiere og samfunnet for øvrig ha god nok kompetanse om bransjens muligheter og utfordringer. Vi har derfor utviklet en verktøykasse for kompetanseformidling på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå. Vi håper den hjelper dere med å nå fram med innsikt om kollektivtrafikk som en del av bærekraftig mobilitet!

Verktøykassen vil oppdateres med nytt innhold etter hvert. For eksempel vil resultatet av prosjektet «Målbildet for den nye normalen» være viktig å formidle når det er klart rundt påske. Les mer om det [her](#).

Bakgrunn: Styret i Kollektivtrafikkforeningen etterlyste i 2020 en satsing på kompetanseformidling. Ruter, AKT og Jernbanedirektoratet har sammen med sekretariatet bidratt til å utvikle verktøykassen, med hjelp fra Agenda Rådgiving.



Dere kan benytte verktøyene som dere vil, med alle de lokale tilpasningene som er nødvendige.

Dere finner verktøykassen her: <https://kollektivtrafikk.no/kompetanseomrade-for-medlemmer/>

Passord: kollektivkompetanse *(Dette er en intern side, men dere kan fritt dele med alle ansatte hos Kollektivtrafikkforeningens medlemmer.)*

Innspill på verktøykassen, og diskusjon.

11.02.2021

Olov Grøtting

