



REFERAT MARKEDSFORUM 20.05.2021

TIL STEDE: Silje Andersen – Ruter
Hilde Eikeland - AtB
Maren Høiland – Innlandstrafikk
Stine Fredriksen – Innlandstrafikk
Solfrid Olsen – Østfold kollektivtrafikk
Terese Hansen - Østfold kollektivtrafikk
Christel Reinertsen - Vestfold og Telemark Fylkeskommune
Odd Morten Møkleby – Reis Nordland / Nordland Fylkeskommune
Anna Sandvik Hauge – Kolumbus
Marit Holen – Fram
Roald Morvik – AKT
Merete Træen Raknes – Skyss
Anne Camilla Maurud – Jernbanedirektoratet
Hanne Kopstad – Entur
Siv Anita Sletten
Delvis: *Marte Nes, Ruter AS*
Mathias Molden, Kolumbus
Gry Slettjord, Skyss
Line Holm, AtB
Marthe Andersen, REIS Nordland

SEKRETARIAT: Elisabeth H. Berge (referent) fra Kollektivtrafikkforeningen

STED: Teams

TIDSPUNKT: 09.00 – 13.00

Velkommen

Marit Holen, leder Markedsforum, ønsket velkommen.

HVA SKJER I PRIS- OG BILLETTERINGS MARKEDET?

Vi fikk presentert arbeidet som gjøres av Brakar, Østfold kollektivtrafikk, Ruter (BØR selskapene) samt Kolumbus og Skyss vedr. pris- og billettering. Se vedlagte presentasjoner samt opptak på Workplace.

«UTREDNING AV NY PRISMODELL FOR OSLO OG VIKEN» v/Marte Nes, Ruter As

KOLUMBUS – NY PRISMODELL v/Mathias, Molden Kolumbus

KONTOBASERT BILLETTERING v/Gry Slettjord, Skyss

ATB ´S SATSNING PÅ SOMMERPASS v/Line Holm, AtB

REIS NORDLAND TRAVEL PASS NORDLAND v/Marthe Andersen, Nordland fk



Vi fikk presentert pilotprosjektet SommerPass og Travel Pass Nordland som har vært en stor suksess i flere år. Se vedlagte presentasjoner samt på Workplace.

ERFARINGSUTVEKSLING - Runde rundt bordet med hovedfokus på «Back to business etter Covid-19. Hvordan skal vi jobbe for å vinne kunden tilbake post Covid?»

AKT

- Stort smittetrykk i Agder! Jobber med daglig drift.
- Fare for en nedadgående spiral. Kutt i bevilgninger fra fylkeskommunen på 13 mill. medfører rutekutt fra juni mnd. der kundegrunnlaget er lavt.
- Post Covid: Startet i 2020 med Always on kampanje
- Konsekvensrapport fra TØI, arbeidsdokument: teoretisk og modellbasert. Gir enkelte svar, tidskostnader og reisetid. Viktig bidrag til å kommunisere hva som skjer hvis ikke kollektivtrafikken hadde eksistert!
- Prosjekt: AKT deltar i et internasjonalt interreg ØKS prosjekt sammen med Midttrafikk og Region Midt Jylland Med fokus på «Hva skal vi gjøre for å få passasjerene tilbake post Covid-19».

ATB

- Ingen konkret satsning på å ønske folk velkommen tilbake.
- Pilot: AtB Sommer Pass er lansert. 3 ulike pilotområder i Trøndelag, muligheter for kjøp av 7 dagers pass som er gyldig på alle transportmidler.
- Ny app: Nytt billettsystem som erstatter det vi har. Åpning av billett kjøp i august – september. Brukertesting av nettbutikk.
- Region oppstart: Nytt reisetilbud fra 7. august. Alle områder utenfor Tronhjemsområde, Fokus på fleksibel transport (bestillingstransport).
- Snikkampanje: Budskap rettet mot 15-35 år: Sniking er flaut og dumt. Tas opp igjen til høsten for å øke billettandel og betalende reiser.
-

BRAKAR

- Lansering av el-buss sykkel. Kjøper sykler av Kolumbus grunnet forsinkelser av leveranser.
- Jobber med snikkampanje: Lojalitet mot linjen. Hvilke konsekvenser får det for deg hvis du sniker.
- Selvkjørende buss uten fører i Kongsberg 21. mai. Flytter ruten til Drammen for å få erfaring fra et større bybilde.
- Brakar salg, sammen med Ruter.
- Kun el-busser i Hallingdal, forsinket leveranse.



ENTUR

- Forsiktig med markedsføringen, Always on kampanje i flere år ble stoppet i oktober er nå igjen aktiv.
- Kombinerer reiseforslag med Entur og Ticketmaster.
- Arbeid med forankring av oppdraget. Entur gjør det enklere å velge kollektivt. Samarbeid med DN.
- Skifte i strategi og fokus, få opp kjennskapen tilgjengeliggjøre portalen.
- Sommerkampanje: Eskaleres opp eller ned i jun-aug. ref. smittesituasjonen.
- Periodebillett: Brakar og Innlandet
- Kontobasert billettering
- AI og stordata: Utvidet del av oppdraget
- Kampanje i påsken: Lov å begynne å tenke på å reise, ble tatt godt imot, stor interesse.

FRAM

- Back to business etter Covid: Planlagt til høsten, men fortsatt usikkert. Håper å få produsert materiell som skal være klart når restriksjonene oppheves.
- Nytt reklamebyrå: Større grad av animasjon. Kampanje våren 2021: Vis hensyn, nye regler for mat og drikke på buss.
- Snik: Spesielt i Ålesund. Høyere snik prosent i hele området enn før Covid-19.
- Fram er med i offentlig-offentlig samarbeid med AtB, Nordland. Benytter SVIPP som bestillingstransportløsning.
- Ålesundkommune, Bypakke proposisjon i Stortinget. Stort potensial for øking av kollektivandelen i fylket.

INNLANDSTRAFIKK

- Back to business er planlagt til høsten: Bygge tillit til kundene, trygt å reise kollektivt igjen. Øke kjennskap. «Vel framme» rulles ut til høsten.
- Hva kan vi gjøre for å vinne kundene tilbake? Samarbeid med førere.
- Politisk sak, 10 kroners kampanje på sikt når det er anbefalt å reise kollektivt igjen.
- Markedsføring av kollektivtilbudet: arbeid med synlighet. Treffe publikum eks. på knutepunkt.
- Lillehammer: Kun elbusser i bybildet
- Prosjekter: Acos – Priskalkulator for å forbedre prissøk. Mulig en felles løsning for alle som har Acos som leverandør.
- Samarbeid med Entur med utvikling av periodebilletter i appen. Sømløs billettering.

JERNBANEDIREKTORATET

- Urbanet Analyse har gjennomført analyse på hvordan reisemønstre vil endre seg post Covid. (Nå Asplan Viak – Urbanet Analyse)



- Jernbanedirektoratet overtar gjennomføringen den store kundetilfredshet-undersøkelsen. Ny leverandør er Epinion DK, mer kunderettet og revitalisert.
- Undersøkelse for å se på Sømløshet. Resultatene rapporteres til SD siden 2019. Ny mini konkurranse. Tidligere utført 3 x årlig, endres til 2 x årlig.

KOLUMBUS

- Post korona: Ikke oppfordret til kollektivreiser på lang tid. Skal ikke oppfordre til annet enn reiser foretatt med sykkel og gange og by-sykkelen.
- Etter sommerferien ønsker vi å få reklamebyrået til å lage strategi for velkommen tilbake samt betal for deg!
- Bysykel 1-2-3. Kom i gang med gåing. Praktisk info og inspirerende innhold.
- Fokus på design av transportpakke: samordne wayfinding, knutepunkter og designarbeid.
- Design for de nye digitale løsningene.

REIS – NORDLAND

- Ikke laget en direkte kampanje på å folk tilbake. I august – september planlegger vi for en kampanje der vi ønsker reisende tilbake.
- 1. juli, ny app og betalingsløsning på plass.
- Kjører Always on på kino mm. Tilstede digitalt!
- Reiselivet i Nordland opplever stor etterspørsel i 2021. Tatt høyde for stor trafikk.
- Kraftig reiselivskampanje der Travelpass Nordland skal promoteres.

RUTER

- Vi oppfordrer folk til å ikke reise med oss.
- Takk for at du alltid kjøper billett, relansering av kampanje. Stor andel av antall reisende uten billett. 45% hadde reist 2-5 ganger uten billett siste 10 mnd. Plakater om bord samt på sosiale medier.
- Tilbudsjustering: Forbereder, men har ikke planlagt. Har signalisert eierne om dette etter sommeren, og har informert styret. Håper å unngå tilbudsjustering, men kan skje på ca. 5-10%
- El sparkesykler: RFI til alle leverandører av el-sparkesykler for mulig implementering av el-sparkesykler i Ruters app. Innkomne svar benyttes til å utarbeide en kravspesifikasjon.

SKYSS

- Post Covid 19: Satt av midler i budsjettet, men har ikke påbegynt arbeidet.
- Merkevarekampanje for å bygge positive følelser knyttet opp mot kollektivtransport.
- Formidable snik tall også i Bergen.
- Stor ruteomleggingen i Bergen 25. mai. Stort kommunikasjonsarbeid vedr. dette.
- Kontobasert billettering: Se egen presentasjon
- Nye holdeplassløsning med nye billettautomater ved stasjonene til Bybanen



TROMSFYLKESTRAFIKK – deltok ikke

VTFK: VKT/FARTE

- Snik kampanje rullet ut i april og følges opp nå med økte gebyrer.
- Covid 19 kommunikasjon tar mye tid - økt smitte spesielt i Grenland og nord i Vestfold.
- Mye av fokus og jobb ellers går nå til utviklingen av ny app med reiseplanlegging, betaling og konseptet «Best Pris». Best Pris konseptet jobber vi sammen med Entur. Pilot allerede i juni/juli. Lansering sent august. Så ekspressfart på dette prosjektet!

ØKT

- Lite fokus på veien videre post Covid. Sparer i alle ledd for å kunne opprettholde ruteproduksjon.
- Stort snik nivå: Førere som er opptatt av å sikre inntekter opplever spesielle holdninger fra passasjerene. Passasjerer tror at Kollektivtilbudet er gratis!
- Bestillingstransport / Flex: Samarbeid med Vy og GoMobile med lansering 1. juni av «Her og nå» i Moss sentrum. Åpner opp for «Her og nå» i perioden fra kl. 10.00 – 14.00. Kjøres av minibusser.
- Samarbeid med Entur: Utvikling av datavarehus. Alle tall, salg og passasjertall legges inn og Entur lager ulike fremstillinger.
- Inngått en gjensidig distribusjonsavtale med Vy av salg av billetter i hverandres salgskanaler.
- Bypakke Nedre Glomma: Filmprosjekt «Lange flate baller nr. 3». Håper å inngå ett samarbeid med å implementere budskap inn i filmen.

INFORMASJON FRA KOLLEKTIVTRAFIKKFORENINGEN v/ Elisabeth H. Berge

- **Velkommen til webinar om mulige endringer i ITS-regulativet 2. juni kl. 13.00 – 14.45**
 - o Se nærmere info i Presentasjon samt på WP
- **Kollektivbarometeret**, Epinion DK er ny leverandør av Kollektivbarometeret og BEST undersøkelsen. Kollektivbarometeret er en standardisert undersøkelse som gjør det mulig å sammenligne og benchmarke kollektivtilbudet på tvers v geografi og kollektivselskaper.
- **Tilgang til Kollektivbarometeret meldes inn til elisabeth.helene.berge@kollektivtrafikk.no.**
NB: Krever tilgang til PowerBI.
- **Status «Kollektivtrafikkens Bransje-ordbok» - Arbeidsgruppe**
 - o Mål – å ha en mest mulig ensrettet terminologi som hele bransjen benytter.
 - o Krevende arbeid som belyser store forskjeller!



EVENTUELT:

- Kommentar fra Kolumbus: Økende snik hos alle aktører, kan vi sammenstille prosjekter og kampanjer slik at vi kan dele erfaringer? Dokument er laget og ligger på Workplace.
<https://kollektivtrafikk.workplace.com/groups/1782342075403370/permalink/2636579406646295/>
- De som ikke har tilgang til WP kan oversende til elisabeth.helene.berge@kollektivtrafikk.no, så legges det ut. Informasjon vil også sendes videre til de som ikke har tilgang til WP.
- Ønske om å få løftet opp snik problematikken på et nasjonalt nivå! Kan Kollektivtrafikkforeningen bidra inn her?
- Diskusjon: Mandat – Markedsforum samt avgrensing av oppgaver mellom MM komiteen og Markedsforum ble diskutert.

VELKOMMEN TIL NESTE MØTE I MARKEDSFORUM 22.-23. SEPTEMBER 2021 LUNSJ TIL LUNSJ MØTE PLANLAGT I TRONDHJEM