



REFERAT MOBILITETS- OG MARKEDSKOMITEEN 29.09.2021

Medlemmer tilstede:

Grethe Opsal fra ATB
Stine Fredriksen fra Innlandstrafikk,
Svein Book Dalsgård fra Skyss,
Marit Holen fra Fram/Markedsforum ,
Solfrid Rød Olsen, ØKT
Hanne Nettum Breivik, Entur
Terje Mathisen, AKT
Andrea Muribø, Snelandia
Elisabeth Tostensen, Kolumbus
Marthe Andersen, Nordland FK
Ahmed Nasir, Ruter fram til kl. 10.00

Sekretariat: Olov Grøtting, Reidun Kvitberg Eckhoff, Ola Viken Stalund og Elisabeth Helene Berge
Kollektivtrafikkforeningen

OBS. Husk «Kompetanseområde for medlemmer» på nettsiden vår:

<https://kollektivtrafikk.no/kompetanseomrade-for-medlemmer/>

Passord: kollektivkompetanse

24/21 Godkjenning referat 09.06.2021

Vedtakssak.

Vedtak: Referatet godkjennes.



25/21 Innovasjon

Orienteringssak

Se presentasjonen på workplace.

26/21 Entur – virkemiddelselskap for samferdselsdepartementet

Orienterings- og diskusjonssak.

Entur er ikke organisert som øvrige medlemmer i Kollektivtrafikkforeningen. De er et virkemiddelselskap under samferdselsdepartementet som ivaretar ulike oppdrag fra Samferdselsdepartementet.

Visjon: Samarbeid om enkle, bærekraftige reiser.

Hvordan sikre en god informasjonsflyt?

Hanne Nettum Breivik orienterer.

Spørsmål fra Mobilitets- og markedsforum:

- Hvordan kan vår bransje dra nytte av de ressursene og det arbeidet som gjøres i Entur på bakgrunn av de oppdragene de får tildelt?
- Om vi snur problemstillingen. Er det andre oppdrag som vi har bruk for at Entur jobber med, som vi bør spille inn til departementet?

Diskusjon.

- Må ha felles forståelse av hva som er mulig, og hva som er realistisk. Ting kan bli mulig fordi det er etterspurt.
- Må vite hva man skal be om penger for, før vi kan gjøre det.
- Snelandia ønsker en bestillings/betalingsløsning. Skulle gjerne koble seg på en nasjonal løsning.
- Offentlig offentlig samarbeid
 - Entur og andre er i dialog. Hvordan ser vi det framover? Masse potensiale for flere aktører i eksisterende nettverk.
 - I dag Entur + 4 fylkeskommuner. Flere banker på døra og vil være med. Må finne samarbeidsordningen som kan være aktuell om det er OOS eller annen. Har juridiske rammebetingelser som må ivaretas.
 - Jo flere som samarbeider og kan utnytte ressursene, jo mer utnytter man ressursene.
 - Entur er ikke leverandør. Viktig å ha det med i denne betraktningen, det blir et samarbeid der alle som er med må bidra inn. Krav om reelt samarbeid for å bidra inn i et slikt samarbeid.
- Reiseplanleggeren:
 - Er den nasjonale mye brukt?'
 - Har de lokale og den nasjonale samme funksjon?
 - Den nasjonale kan ikke spisses så lokalt som den enkelte kan med sin.
 - Innlandstrafikk er fornøyd med å bruke Entur sin reiseplanlegger, men den har svakheter i lokale ruter, da den nasjonale velger raskeste vei og det er ikke alltid slik at andre gode tilbud kommer opp.
 - Entur har en ambisjon om at kunder skal vite om denne slik at du kan finne en publikumstjeneste for hele Norge.
 - Buss-tog-billetter på tvers er krevende. Den kan være rigid for kunden å finne fram om du ikke baserer på reisesøk.
 - Kjennskap i markedet: 16%. For lite – bør være 60 % for at folk kjenne nok til den.
- Billetter:



- Enturs billetter er billigst for tog når en må koble sammen flere ulike jernbanestrekninger.
- Nasjonal eller regional app?
 - Alle selskap uansett samarbeid bør være med på å fremme Entur sin app for reiser utenom eget fylke.
 - Entur ønsker ikke en konkurranse med andre selskaper, men den er nødvendig for en del reiser – som jernbane.
 - Det er en avveining hvordan de i noen sammenhenger utfyller hverandre eller i andre sammenhenger konkurrerer litt. Det er viktig å samhandle.
 - Flere selskaper opplever en positivitet ift å se helhet.

Entur vil gjerne være åpne og transparente i det de jobber med. De ønsker å levere, men de har ikke nok ressurser til å levere alt. Dialog er nøkkelordet slik at man vet hva som skjer. Døra er åpen.

27/21 Gjenåpning og omstilling – hva gjør vi?

Orienteringssak.

ATB:

- Har planlagt og tenkt lenge.
- Kunder er i ferd med å komme tilbake. Har ambisjoner om vekst – har et nytt system som ikke er tatt i bruk i stor nok grad.
- Følge med på trendene framover – hjemmekontor etc.
- Nært samarbeid med kommuner.
- Nye billettprodukter på mandag. Har ikke jobbet fram en mellomløsning mellom periodebillett og enkeltbillett enda.
- Snik er en utfordring.

AKT:

- Befriende å være offensive nå. Tilrettelegge for nye billettprodukter. Finne et av- og tilprodukt:
 - De billettene man kommer opp med må ikke influere negativt på inntektsgrunnlaget.
 - Analysene predikerer et post-korona-behov for billetter.
 - Samlet inn informasjon fra andre.
 - Har landet på to mulige løsninger.
 - Koblet på statistikkavdelingen.
 - Kundene ser ut til å velge 30-dagerst kundekort – selv om de validerer færre ganger. Hva betyr det?
 - Ikke fått mer enn to henvendelser til kundesenteret med spørsmål på et postkorona-tilbud.
 - Spørsmålet er om det blir mer bruk av hjemmekontor, og om arbeidsgivere tillater det.
 - Har man predikert et behov som ikke kommer?
- Skal iverksette salgskampanje i november.
- Brobyggingssprosjekt med Nord-Jylland.
- Vurderer å kjøre en ny nullpunktsanalyse. Ønsker å sjekke omdømmet, om det må bygges opp igjen eller om man kan være mer offensiv.
- Ikke kjørt så mye kontroller på snik nå, men skal intensiveres.
-



SKYSS:

- Ser også på et mellomprodukt.
- Månedsbillett koster 735 kr.
- Har byttet ut hele betalingsløsningen i bussene under pandemien. Man har ikke fått testet det fordi framdøra har vært stengt. Har derfor rullet ut dette i fullskala samtidig med gjenåpning.
- Kundene får da en rekke betalingsløsninger tilgjengelig.
- Sammenslåingen av fylker. Felles betalingsløsninger etc for hele Vestland.
- Merkevarundersøkelse.
- Jobbes med en ny strategi, bærekraftig mobilitet. Skal vi være relevante i framtida så må vi tenke dør til dør og ikke fra holdeplass til holdeplass.
- Hvordan samarbeide med andre? Gi kunden opplysninger om hva som finnes av mobilitetstilbud.

FRAM:

- Hadde planlagt en markedsføringskampanje med velkommen tilbake, men nå kommuniserer de: Velkommen på bussen.
- Må kommunisere hva man gjør og hva man fortsetter å gjøre – rengjøring etc.
- Få flere til å reise.

ØKT:

- Hadde planlagt en kampanje med velkommen tilbake som de har spart på.
- Kollektivtrafikken betyr mye for mange og vi er en del av det grønne skiftet. De har nå planlagt en langsiktig jobbing med kampanje gjennom neste året. Minner østfoldinger om at de alltid har fraktet dem trygt og godt og skal fortsette med det. Ønsker flere betalende passasjerer.
- Ønske å gjøre kollektivtilbudet til allemannseie med kommunikasjon.
- Det er enklere enn du tror er budskapet.
- Lange flate ballær – stor markedsføring. Veldig nedpå – veldig Østfold.

Kolumbus:

- Veldig fornøyd med arbeidet gjennom pandemien – fra KTF og fra dem selv.
- Klarte å fjerne alle hindringer på lørdag – markerte starten på at vi kan fortelle folk hvem vi er igjen.
- Startet med kontroller. Inntektssikring.
- Hatt lite snik før, men gjennom pandemien har folk oppfattet kollektivtilbudet som gratis.
- Billettsystemet. Viktigst at folk slipper å predikere reisemønsteret.
- Ikke konkurrere med de som går og sykler.
- Nytt sanntidssystem i alle områdene. Kombinert med reiseplanlegger. Den blir veldig smart. Spennende.
- Jobbe mot svakere grupper som eldre og universell utforming. Skal gjøre det enklere for de å reise kollektivt.
- Tramprosjekt – verdens første el hurtigbåt.
- Bildeling – blir et svar på at vi ser verden forandrer seg.
- Jobbet mye mot FK for å få tankene deres inn i deres strategier.

ENTUR:

- Hverdagsreisene skal tilbake. Kommer ikke tungt med markedsføring der.
- Jobber med cappingløsninger sammen med andre. Ta gjerne kontakt om dere ønsker å jobbe med det.

Innlandstrafikk:

- Har ønsket de reisende tilbake på bussen. Oppfordrer folk til å vise hensyn.



- Fulle busser bare morgen og ettermiddag.
- Omdømmekampanje «vel framme» - de reisende skal føle det trygt å reise med buss.
- Har diskutert billettprisene mye – men har funnet det ikke er så galt med de produktene de har. Rimelig månedsbillett.
- Forholdsvis nye – Innlandstrafikk kom etter regionreformen.
- Hadde en markeds kampanje i mars i fjor – som de ikke fikk brukt.
- Budsjettene er krevende å forholde seg til.

Nordland:

- Hatt mye fokus på billetteringsløsningene. Har nye løsninger flere steder
- Skal ha nye løsninger på båt.
- Ny app for Nordland. To apper – lite kundevennlig.
- Ikke velkommen tilbake-kampanje. Kjører utsatt reiselivskampanje utover høsten.
- Kampanje bybuss Bodø. Ny kontrakt, nordligste helelektriske byen.
- Mange spennende prosjekter de er inne i sammen med andre – bl.a. Nord Universitet.
- Spissing av mål for neste år. Skulle gjerne delt og sparret hvilke planer og tiltak man har rundt omkring.
- Spennende hva som skjer med autopass på fergene.

28/21 Orientering

• **Markedsforum:**

- Erfaringsutveksling. Alltid noen som viser eksempler på kampanjer og det som er på gang. Helt uvurderlig.
- Aktive på Workplace – legger ut spørsmål og får svar fra andre.
- Når vi har hatt møte i markedsforum går vi ut av det med stor entusiasme.
- Takker de store for å dele det de gjør – gir inspirasjon til alle.
- Pandemiperioden – vært mye spørsmål om betalingsløsninger, hva gjør dere med det osv.
- Diskuterte sist uke hvordan åpne – diskuterte planene. Alle hadde planer, og er nå i gang med dem.
- Jobbe for å få tilbake de som har gått over til bilen.
- Gjenreise det å få folk til å synes det er greit å reise kollektivt.
- Flere jobber med føreropplæring/kulturoplæring – deler alt som jobbes med.
- Sommerbillett er det flere som jobber med – lærer av hverandre.
- Kunne tenkt oss noen flere samordninger av kategorier osv.
- Billettering er også noe vi snakker om. Vi i markedsforum jobber ikke så mye med å utvikle systemene, men er opptatt av det.

• **Kollektivkonferansen 2021**

- Elisabeth Helene Berge presenterte.
- Se presentasjon på workplace. .

• **Arbeidsgruppe Transportvedtekter**

- Arbeidet er i gang. Det er gjennomført et møte med Samferdselsdepartementet, og første arbeidsmøte er planlagt 13.10.



- **Prosjekt Inntektspotensiale**
 - Les mer om prosjektet [her](#).
 - Se presentasjon om prosjektet på workplace.
- **Kommunikasjon gjenåpning**
 - Ola Vikens Stalund orienterte om gruppa som har jobbet med samferdselsdepartementet om dette med gjenåpningskommunikasjon.

29/21 Eventuelt

29.09.2021,

Olov Grøtting