



Dato: 18. januar 2019

Initialer: ug

Bestyrelsesmøde i Sydtrafik

Dagsorden

Tid: Fredag, den 25. januar 2019 kl. 09:00-11:00

Sted: Hotel Skibelund Krat, Skibelund Krat 4, 6600 Vejen

Medlemmer: Majbrit Rasmussen

Henning Ravn

Søren Rishøj Jakobsen

Erik Lauritzen (afbud)

Mathias Knudsen

Vagn Sørensen

Christoffer Melson

Karsten Uno Petersen

Preben Friis-Hauge

Jan Riber Jakobsen (suppleant for Erik Lauritzen)

Øvrige: John Nyborg

Jakob Ville Jensen

Peter Nielsen

Direktør Lars Berg

Afdelingschef Jette Lauridsen

Afdelingschef Britta Søndergaard Nielsen

Afdelingschef Michael Aagaard

Afdelingschef Lotte Stenberg

Direktionssekretær Ulla Grosmann (ref.)

Afbud sker til Ulla (ug@sydtrafik.dk) eller på tlf: 76 60 86 98

Indholdsfortegnelse

Pkt.	Tekst	Side
------	-------	------

Åbne dagsordenspunkter

1	Godkendelse af dagsordenen	3
2	Godkendelse af Sydtrafiks strategi 2018-2022	4
3	Implementering af Plustur i Sydtrafiks område	6
4	Reklamer på Sydtrafiks busser	9
5	Sager til orientering	12
6	Eventuelt	13

Lukkede dagsordenspunkter

00-01-06-1-19

1. Godkendelse af dagsordenen

Indstilling

Det indstilles, at dagsordenen godkendes.

2. Godkendelse af Sydtrafiks strategi 2018-2022

Sagsfremstilling

Bestyrelsen og repræsentantskabet var samlet til en strategidag d. 7. december 2018, hvor dagen blev brugt til drøftelser omkring, hvilken retning og fokus der ønskes for Sydtrafik i de kommende 4 år.

På strategidagen fremlagde ledelsen oplæg til ny strategi med en ny vision med tilhørende fokusområder, som skulle være Sydtrafiks nye strategi for perioden 2019-2022.

Overordnet set var der fuld opbakning til det på strategidagen fremlagte. Dog var der ønsker om mindre justeringer, som ledelsen efterfølgende har behandlet og der fremlægges nu et endeligt udkast til ny strategi.

I Bilag 1, som er opsamling fra strategidagen, fremgår de kommentarer, der var udbyttet af de forskellige gruppearbejder, der var på dagen.

I Bilag 2 er der udvalgte slides fra dagen, der omhandler oplægget til den nye strategi.

Den på strategidagen fremlagte nye vision var:

Vi vil være et attraktivt trafikselskab, som med kunden i centrum, drives effektivt med fokus på innovation og mobilitet.

På strategidagen var der bred opbakning til, at enten visionen eller fokusområderne bør indeholde noget om bæredygtighed, da det fylder meget hos de enkelte kommuner og da flere kommuner står over for at træffe valg om alternative drivmidler i den kollektive trafik.

Ledelsen lægger derfor op til, at den foreslåede vision tilrettes, således at bæredygtighed indgår i visionen.

Den nye vision vil derfor se således ud:

Vi vil være et attraktivt trafikselskab, som med kunden i centrum, drives effektivt med fokus på innovation, bæredygtighed og mobilitet.

De 4 fokusområder, der støtter visionen, var der på strategidagen opbakning til. Det drejer sig om: Datadrevet udvikling, behovsstyret betjening, tæt på kunden og strategiske partnerskaber. Der var en enkelt kommentar til et par ord i definitionen af fokuspunktet "Datadrevet udvikling", som medfører at definitionen ændres en smule.

I sætningen stod der: tilpasse tilbuddene til størst mulig glæde for flest mulige ...

Ændres til: tilpasse tilbuddene til gavn for flest mulige.....

I Bilag 3 er der udarbejdet en visuel fremstilling af den kommende strategi, der vil være den præsentationsform, der ønskes anvendt ved visning af den overordnede strategi.

Såfremt bestyrelsen godkender ovennævnte overordnede strategi, vil administrationen arbejde videre med at udarbejde mål og indsatsområder for hvert fokuspunkt. Herunder også inddrage de kommentarer fra Bilag 1, der ikke er indarbejdet i selve den overordnede strategi. Denne proces vil være en proces, hvor medarbejderne inddrages, således at alle gode input kommer på bordet. Når processen er kørt, forventelig i løbet af februar og marts måned, udarbejdes den endelige strategiplan, som lægges op til endelig beslutning i bestyrelsen inden sommerferien.

Lovgivning

Ingen lovgivningsmæssige forhold.

Økonomi

Der er ikke brug for yderligere midler til projektet.

Indstilling

Det indstilles, at bestyrelsen godkender den fremlagte overordnede strategi og at det videre arbejde fortsættes som beskrevet.

3. Implementering af Plustur i Sydtrafiks område

Sagsfremstilling

FlexDanmark, Rejseplanen og trafikelskaberne har sammen udviklet Plustur (også kaldet Den Samlede Rejse). Plustur er åben flextrafik som kobles med bus/ tog via Rejseplanen. Plustur er tilgængelig for alle. Kunderne bestiller og betaler for Plusturen via Rejseplanen. Rejsekort vil desuden fra Q3 2019 kunne bruges som betaling for Plusturen.

Med koblingen af Plustur til den ordinære kollektive trafik, fra fx hjemadresse til et defineret Plusturs stoppested, er det intentionen at øge mobiliteten i tyndtbefolkede områder, hvor frekvensen af den ordinære kollektive bustrafik er lav og give lettere adgang til stoppesteder, hvor det anbefales, at der mindst er 1 afgang pr. time.

Siden introduktionen er Plustur testet i alle trafikelskaber i 2017/2018. Fra 1. juni 2018 har Sydtrafik testet Plustur i Sønderborg Kommune. I NT og Fynbus' dækningsområde er Plustur (på Fyn kaldet Teletaxa) udrullet til alle kommuner i løbet 2018. Tilsvarende forventer Movia udrulning til 30 til 40 kommuner i 1. halvår 2019. Midttrafik har først indledt pilottesten i Lemvig Kommune i efteråret 2018, men forventer også implementering i 2019.

Erfaringerne fra NT viser, at søgningen til Plustur er stigende, men fortsat ikke overvældende sammenlignet med søgningen til ordinær kollektiv trafik. NT har tilbudt Plustur i alle kommuner siden januar 2018 og har gennemført en massiv markedsføring. Antallet af kunder og rejser er ved udgangen af 2018 henholdsvis 650 unikke kundeoprettelser og gennemsnitligt 180 rejser pr. måned.

Taksterne for Plustur fastsættes af det enkelte trafikelskab. NT's bestyrelse har besluttet at indføre Plustur til en reduceret pris på 22 kr. fra 06.00 til 24.00. Fynbus' bestyrelse har besluttet at indføre Plustur (Teletaxa) til Teletaxa taksterne.

Erfaringer fra pilottest i Sønderborg Kommune

Siden 1. juni 2018 har kunderne kunnet bestille Plustur på Rejseplanen dagligt mellem 06.00 til 24.00 svarende til taksten for en flextur, altså et grundbeløb på 35 kr. og 5 kr. pr. kørt kilometer.

Sønderborg kommune har endvidere besluttet at gøre Plustur tilgængelig i pilotprojektet til en reduceret pris (22 kr. prisen for en enkeltbillet) på hverdage fra 9.30 til 13.30. I Sønderborg der udvalgt 13 stoppesteder se kort i bilag 1.

Testen af Plustur i Sønderborg er forløbet tilfredsstillende og ved udgangen af 2018 er der gennemført 41 ture. Samtidig med testen af Plustur har Sydtrafik også testet brugen af Rejsekort som betaling for Plusturen. Ved udgangen af 2018 er der gennemført 7 rejser, hvor rejsekortet har været brugt som betalingsmiddel. Sønderborg Kommunes nettoomkostning udgør godt 4900 kr., dertil skal lægges knap 960 kr. i administrationsbidrag svarende til 23,40 pr. rejse.

Sideløbende med testen har Sydtrafik udviklet markedsføringsmateriale relateret til Plustur. Materialet er blevet brugt i markedsføringen af Plustur i Sønderborg Kommune og vil kunne bruges uændret i Sydtrafiks øvrige kommuner.

Markedsføringen i Sønderborg blev indledt i begyndelsen af september og har omfattet:

- Markedsføring i busser
- Markedsføring på Facebook og kommunen hjemmeside
- Markedsføring i lokalaviser og på kommunale informationsstandere
- Uddeling af Plusturs materiale ved uddannelsesinstitutioner m.fl.
- Informationsmøder afviklet af Sydtrafiks kundeambassadører fx i lokal- og ældreråd.

Testen har også omfattet kobling af Plustur til rejsekort. Koblingen har umiddelbart været problematisk og har vist, at der er et udviklingsbehov før rejsekortet generelt kan udrulles som betalingsmiddel for Plustur. FlexDanmark har sammen med Rejsekort identificeret udviklingsaktiviteterne og forventer at kunne afslutte udviklingen i løbet af 2. halvår 2019. Når udviklingen er klarmeldt fra FlexDanmark vil Sydtrafik tilbyde rejsekortet som betalingsmiddel for Plustur.

Erfaringerne fra Sønderborg Kommune viser endvidere, at det vil være hensigtsmæssigt at gøre Plustur tilgængelig til 22 kr. i hele det tidsrum, hvor den almindelige rutebundne trafik i form af by- og regionalbusser er tilgængelig for borgerne.

Koncept for Plustur i Sydtrafik område

Baseret på erfaringerne fra pilottesten i Sønderborg Kommune foreslås det at indføre følgende koncept for Plustur i Sydtrafiks Kommuner.

Koncept

Plustur er Flextrafik, som kan benyttes når bussen eller toget ikke kører hele vejen. Konceptet anvendes i tyndt befolkede områder og være hjælp til at gennemføre hele rejsen. Kunderne vil blive kørt fra en adresse til et stoppested eller omvendt, hvor der som minimum er én afgang pr. time. Plustur koordineres med flextrafikkens øvrige biler. Kunderne kører derfor med andre og vognen kører måske en omvej for at hente andre kunder. Rejsen vises på Rejseplanen.

Plusturstoppstederne vil typisk ikke blive implementeret i byområder. Stoppestederne udvælges i et samarbejde med de enkelte kommuner så Plustur i øvrigt understøtter den kommunale strategi for kollektiv trafik. Stoppestederne skal gerne have faciliteter, som gør det acceptabelt at vente op til 15 minutter.

En række andre parametre som Plusturens maksimale længde, Plusturens maksimale procentmæssige andel af hele rejsen m.m. er med til at regulere, at kunderne kun får tilbudt en Plustur når det er det mest gunstige valg ellers vil de som i dag via Rejseplanen få tilbudt almindelig rutebunden trafik.

Kunderne bestiller og betaler for Plustur på Rejseplanen minimum 2 timer før ønsket afhentning. Når kunderne bestiller turen, får de en bekræftelse på afhentning og et afhentningstidspunkt. Kort tid før afhentning (15 min.) får kunderne en påmindelses-sms om afhentning.

Plustur tilbydes til en pris svarende til prisen på en enkeltbillet (22 kr. pr. tur). Bruger kunden Plustur i begge ender af en rejse, vil prisen samlet være 44 kr. Kunderne kan tage op til 3 gæster med til halv pris. Antallet af rejsende tilvælges ved bestillingen på Rejseplanen. Kunderne afleveres/ hentes ved stoppestedet tættest mulig på afgang, men kan komme til at vente op til 15 minutter mellem skiftene fra flextur til bus og fra bus til flextur.

Det forventede økonomiske estimat det første år, når alle kommuner er implementeret, er ca. 300.000 kr., svarende til 2.500 rejser. Estimatet er baseret på erfaringer fra NT.

Strategi for udrulning af Plustur i Sydtrafiks dækningsområde

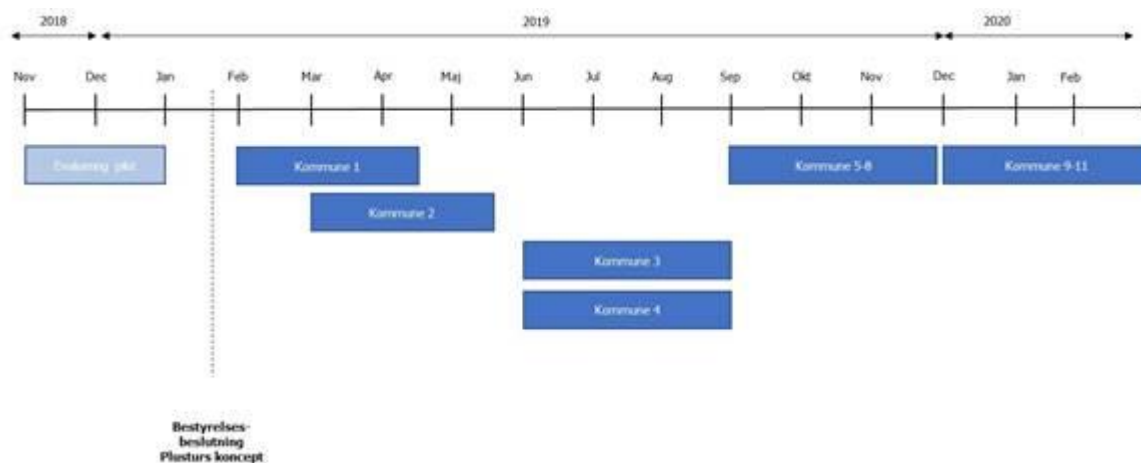
Implementeringen af Plustur tilrettelægges over det næste år. I første omgang implementeres en mellemstor kommune i Q1. Herefter laves en status på ressourcebehov og implementeringsaktiviteter i relation til projektet. Implementeringen af de næste kommuner igangsættes forventeligt i Q2.

Procestiden for implementeringen af en kommune er ca. 10 uger. På den baggrund foreslås det, at der implementeres:

- 4 kommuner fra februar til september 2019
- 4 kommuner fra september 2019 til december 2019
- 3 kommuner fra januar 2020 til marts 2020.

Efter implementering af kommune 1 og kommune 2 evalueres både implementering og driften.

Implementeringsplanen er vist nedenfor:



Indstilling

Det indstilles:

- at Plustur tilbydes til Sydtrafiks kommuner og udrulning startes Q1 2019
- at Plustur tilbydes til en pris svarende til en enkeltbillet (22 kr.) når almindelige rutebunden trafik i form af by- og regionalbusser er tilgængelig for borgerne
- at rejsekort tilbydes som betalingsmiddel for Plustur forventeligt fra Q3 2019.

4. Reklamer på Sydtrafiks busser

Sagsfremstilling

På ønske fra bestyrelsen fremstilles hermed de regler og retningslinjer som administrationen arbejder ud fra i forhold til reklamer på Sydtrafiks rutebusser.

I forbindelse med at Sydtrafik udbyder kørsel i et givent område, står der i kontrakten med vognmanden, at reklamerettighederne tilfalder vognmanden. Dog med visse begrænsninger, hvor Sydtrafik har mulighed for at disponere over reklamepladsen på bussen. Vognmandens rettighed fremgår af §13 i kontrakten, som er gengivet nedenfor:

§ 13. Sydtrafik har ret til at disponere over plads til information og reklame, som angivet i bilag 3, afsnit 3.2.2. Herudover disponerer vognmanden selv, med de begrænsninger der er anført i bilag 3, over ind- og udvendig reklameplads på de busser, der er omfattet af kontrakten, og modtager selv indtægterne fra anvendelsen heraf. Reklamerne skal overholde dansk/international reklamekodeks. Eventuel totalreklame må ikke dække vinduerne.

Stk. 2. Vognmanden sørger uden beregning for opsætning af Sydtrafiks hængeskilte, plakater, "streamers" og udvendige reklamer. Det er vognmandens ansvar, at opsætningsstedet er rent og tørt inden opsætning.

Stk. 3. Sydtrafik skal sende meddelelse om anvendelse af udvendig reklameplads til vognmanden senest fire måneder inden opsætning. Sydtrafik marketing sørger for løbende at fremsende gældende oversigter over de krævede basismaterialer samt materialer til kampagner.

Stk. 4. Informationsmateriale, udleveret af Sydtrafik, skal placeres i busserne og udleveres til kunderne i overensstemmelse med de retningslinjer, der løbende fastlægges af Sydtrafik. Det er vognmandens ansvar at rekvirere yderligere materiale hos Sydtrafik, hvis noget af materialet slipper op. Det er vognmandens ansvar at indkøbe og montere egnede holdere til informationsmaterialerne. Informationsmateriale, der ikke er udarbejdet af Sydtrafik, må ikke udleveres i busserne uden godkendelse af Sydtrafik.

Som nævnt i §13, har Sydtrafik mulighed for at disponere over plads til information og reklame som angivet i Bilag 3, afsnit 3.2.2.1 og 3.2.2.2. Disse er angivet nedenfor:

3.2.2.1 Disponibelt for Sydtrafik

Til information og reklame råder Sydtrafik over:

- Fire pladser til hængeskilte i bussens forreste halvdel. Pladserne skal forsynes med klemmer eller kroge (afstand 350 mm).
- Monteret skab bag førerplads til opsætning af plakat. De indvendige mål skal minimum være (H´B) 70´50 cm.

-
- En plads til "streamer" i bagruden (h x b) 250 mm x 1250 mm. Der kan ikke sælges yderligere reklameplads i bagruden. (I busser uden bagrude: I højde svarende til bagruden).
 - I 3 x 2 uger råder Sydtrafik desuden over den udvendige plads i format 480 mm x 4800 mm på venstre langside af bybusserne, som vognmanden i forvejen anvender til 2-ugers kommerciel reklame. De 3 x 2 uger fastlægges ud fra de perioder, som reklameselskaberne anvender: I den første periode skal den dag, hvor sommerkøreplansskiftet sker, indgå.

Busforskrifterne er vedtaget ud fra et ønske om at gøre Sydtrafik synlig i landskabet. Sydtrafiks busser er let genkendelige, og de signalerer et sammenhængende trafiksystem med fælles serviceniveau. Vi bør derfor værne om busdesignet og kun undtagelsesvis godkende totalreklamer/specialfoliering

Anvendelse af totalreklamer/specialfoliering forudsætter godkendelse af Sydtrafik. Totalreklame/specialfoliering må som udgangspunkt ikke dække vinduerne.

3.2.2.2 Retningslinjer for anvendelse af totalreklame/specialfoliering

Betegnelsen "totalreklame" dækker over begrebet specialfoliering, dvs. hel eller delvis foliering af bussen. Hvis der skal gives adgang til specialfoliering skal følgende betingelser være opfyldt:

- Reklamen skal være et ønske fra en af Sydtrafiks bestillere
- Reklamens design skal godkendes af chefen for Kunde- og Marked. Ansøgning indeholdende beskrivelse og layout skal sendes til Sydtrafik senest to måneder før totalreklamen ønskes monteret
- Reklamen må maksimalt anvendes i 6 måneder
- Bestilleren skal selv afholde udgifterne til totalreklamen og til evt. kompensation til vognmanden for dokumenteret mistet reklameindtægt

Generelt har Sydtrafik således ikke nogen forhold til den praktiske brug af reklameplads, der er på busserne. Sydtrafiks kontrolopgave er at sikre, at reklamernes størrelse og placering overholder de gældende regler i kontrakten og at indgå i drøftelser med vognmanden såfremt, der kommer henvendelser om, at reklamer ikke overholder dansk/international reklamekodeks.

I praksis har en vognmand ofte tilknyttet et reklameselskab, der sørger for at sælge reklamepladsen på deres busser. Nogle vognmænd påsætter og aftager selv reklamerne og andre har reklameselskabet til det.

Administrationen er meget påpasselig med at sikre, at retningslinjerne for reklame overholdes, da reklame på busserne også anses for en del af det image som bussen/Sydtrafik udstråler. Lige så vel som at det er kendt, at en gul bus er en bybus.

Administrationen vurderer, at de nuværende forhold fungerer godt og at man skal være påpasselig med at lave lokale løsninger, som kan påvirke Sydtrafiks image.

Lovgivning

De uddrag som er gengivet i sagen.

Økonomi

Reklamepladsen på bussen har en værdi, men det er svært at vurdere hvor stor en værdi, der er tale om. Det er dog sikkert, at reklamepladsen på en bybus har en større værdi end reklamepladsen på en lokalbus/skolebus. Reklameværdien er noget, vognmanden indregner i sit tilbud som en indtægt.

Sydtrafik har ikke afsat ressourcer til håndtering af reklamer. Hvis Sydtrafik vælger at bruge rettigheden til at lave reklame i et bestemt tidsrum på året, kontakter vi den pågældende vognmands reklamekontakt.

Indstilling

Det indstilles, at bestyrelsen drøfter ovennævnte regler og retningslinjer.

00-01-06-1-19

5. Sager til orientering

Sagsfremstilling

- Forsøg med nyt Flexpendler koncept
- Foranalyse af patientbefordringen
- Orientering fra kundeambassadørerne

00-01-06-1-19

6. Eventuelt