



# ÅRSBERETNING FYNBUS 2018





# MEGET BLEV NEMMERE I 2018

FynBus blæste 2018 i gang med offentliggørelsen af en ny 3-årig strategi, der tog udgangspunkt i visionen om, at det skulle være nemmere at være kunde hos FynBus. I 2018 gik arbejdet i gang med at omdanne visionen til den virkelighed, som FynBus skulle møde kunderne med. Baggrunden for visionen var en tro på, at hvis det gøres så nemt og overskueligt som muligt at benytte FynBus' tilbud, vil det fremme borgernes og kundernes brug af bussen og dermed bane vejen for en positiv passagervækst. Strategien indbefattede en lang række aktiviteter, der blev igangsat henover året, og som alle havde til formål at gøre det nemmere for kunderne på en lang række områder. Blev det så nemmere i 2018? Ja, FynBus kom i mål med en række projekter, som man kan læse om på de kommende sider, mens andre projekter fortsætter ind i 2019.

Det er fortsat ikke nemt at skaffe flere kunder i den kollektive bustrafik på Fyn. I 2018 oplevede FynBus en samlet passagertilbagegang på knap 9 % i forhold til det foregående år. Tilbagegangen var generelt størst i første halvdel af 2018, og begyndte at flade ud i løbet af andet halvår. I første halvår var tilbagegangen størst på rejser med rejsekort og periodekort, hvilket dog rettede sig i andet halvår, hvor især rejser på de to ovennævnte produktområder igen steg markant. Over hele året oplevede FynBus ligeledes et markant fald i antallet af rejser på Ungdomskort.

I 2018 faldt passagertallet i bybusserne i Odense med godt 11 %, mens passagertallet på de regionale ruter i samme periode faldt med godt 6 %. Trods et faldende antal rejser havde antallet af faste FynBus-kunder samme niveau ved udgangen af 2018 som i 2017. Med andre ord: FynBus har stadig mange faste kunder, men kunderne rejser mindre med bus.

Det var også i 2018, at FynBus vedtog en ny trafikplan, der, for at blive i de trafikale termer, lagde skinnerne ud for udviklingen af den kollektive trafik i FynBus' område for de kommende fire år. Grundlaget for den nye trafikplan har været god dialog mellem ejerne og brugerne af den kollektive trafik, hvor ikke mindst den kommende letbane i Odense har været med til at udstikke retningen for planen.

FynBus har fortsat landets måske mest tilfredse buspassagerer, idet kunderne fortsat fastholder en høj tilfredshed, en høj grad af loyalitet og fortsat opfatter FynBus som værende et meget troværdigt trafikselskab.

Set i det lys er FynBus godt rustet til at tage hul på de opgaver, der skal løses i 2019, og som altså både indbefatter arbejdet med at gøre det endnu nemmere, at arbejde for passagervækst, at påbegynde arbejdet med at realisere den nye trafikplan, samtidig med at den høje tilfredshed skal fastholdes og forhåbentligt konsolideres yderligere.



FORMAND MORTEN ANDERSEN



DIREKTØR CARSTEN HYLDBORG JENSEN

## INDHOLD

- 05: OM FYNBUS
- 06: ORGANISATIONEN
- 07: BESTYRELSEN
- 08: 2018 KORT FORTALT
- 17: KUNDETILFREDSHED
- 18: VIDSTE DU...
- 20: KONTROL MED KLAUSULEN
- 22: SKINNERNE ER LAGT TIL FREMTIDENS KOLLEKTIVE TRAFIK
- 24: ALLE SKAL DA HAVE SIG ET REJSEKORT
- 28: HVAD ER EN GOD BUSTUR
- 32: ÅRSREGNSKAB LIGHT
- 34: 2019: FYNBUS TROR FORTSAT PÅ DE NEMME LØSNINGER



# OM FYNBUS

Trafikselskabet FynBus er et offentligt § 60-selskab stiftet den 1. januar 2007 ud fra loven om trafikselskaber. Selskabet er etableret for Region Syddanmark og kommunerne på Fyn, Langeland og Ærø. FynBus' vision er at skabe et fremsynet og veldrevet FynBus med basis i sikker drift.

FynBus planlægger buskørsel for Region Syddanmark og de 9 kommuner på Fyn og Langeland.

Det er regionen og kommunerne, der ejer FynBus. Ejerne beslutter rammerne for, hvordan busserne skal køre. FynBus rådgiver ejerne om, hvordan buskørslen kan planlægges bedst muligt og laver køreplanerne.

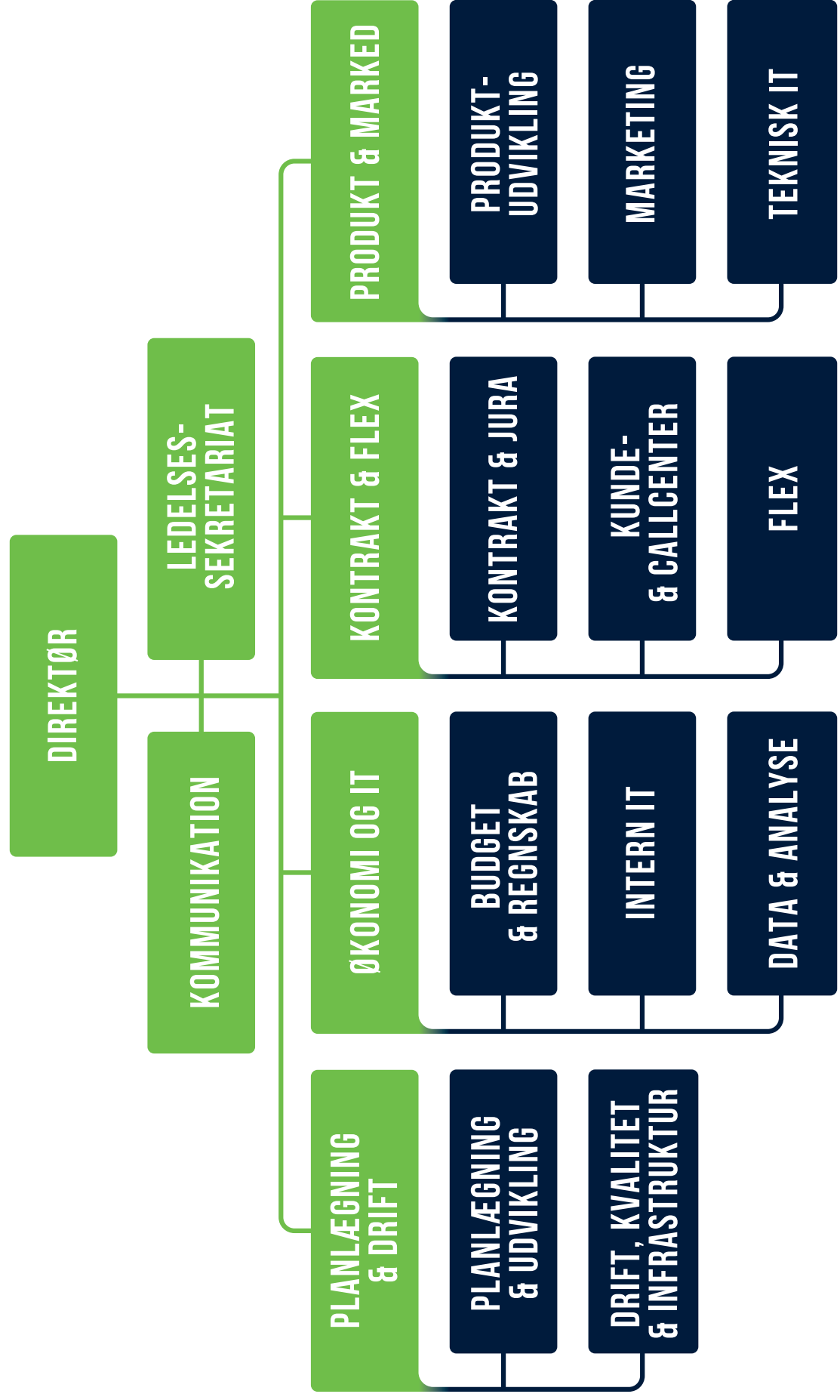
Regionen og kommunerne bestiller de ruter de ønsker hos FynBus. Passagerindtægterne dækker kun en del af den samlede udgift, og den ejer, der har bestilt en rute, betaler resten af udgifterne.

Selve buskørslen sendes i udbud. Den entreprenør, der vinder et udbud, udfører kørslen med sine egne busser og chauffører.

FynBus er ledet af en bestyrelse, der består af repræsentanter for ejerne, dvs. Region Syddanmark og de 9 kommuner. Bestyrelsen bestemmer blandt andet, hvad passagerne skal betale for at køre med busserne.

Ud over buskørsel koordinerer FynBus også Flextrafik, som blandt andet omfatter kørsel for svært bevægelseshæmmede, elevkørsel, aktivitets- og genoptræningskørsel, lægekørsel mv.

# ORGANISATIONEN



# BESTYRELSEN



**MORTEN ANDERSEN (V)**  
NORDFYNS KOMMUNE  
**FORMAND**



**POUL ANDERSEN (A)**  
REGION SYDDANMARK  
**NÆSTFORMAND**



**FLEMMING MADSEN (A)**  
SVENDBORG KOMMUNE



**KRISTIAN NIELSEN (V)**  
FAABORG-MIDTFYN KOMMUNE



**JESPER HEMPLER (SF)**  
KERTEMINDE KOMMUNE



**ANDERS W. BERTHELSEN (A)**  
ODENSE KOMMUNE



**BO LIBERGREN (V)**  
REGION SYDDANMARK



**REGITZE TILMA (V)**  
MIDDELFART KOMMUNE



**ALBERT PEDERSEN (A)**  
NYBORG KOMMUNE



**LEIF ROTHE RASMUSSEN (A)**  
ASSENS KOMMUNE  
**REPRÆSENTANTSKABSMEDLEM**



**JAN OLE JACOBSEN (V)**  
LANGELAND KOMMUNE  
**REPRÆSENTANTSKABSMEDLEM**

2018

KORT

FORT

ALT:

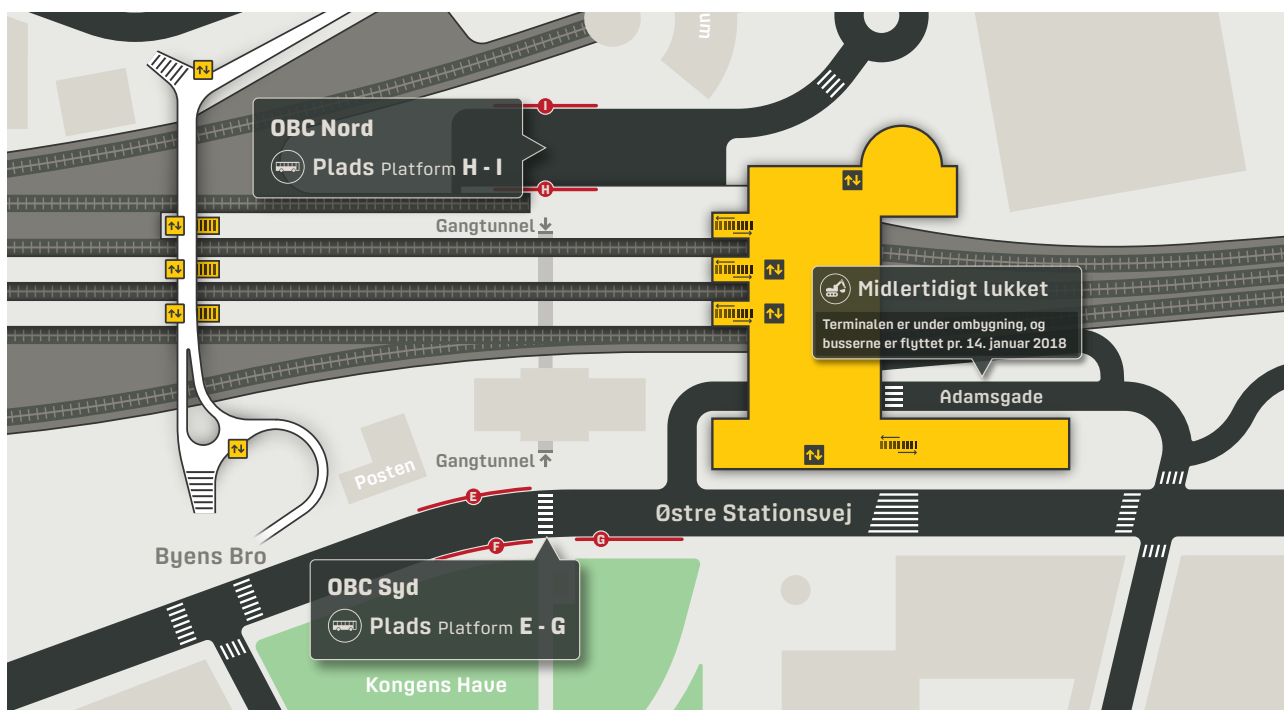




## TAK FOR ALT SMS-BILLET

Knap var 2018 begyndt før FynBus varslede, at SMS-billetten ville blive afskaffet. Tilbage i 2008 introducerede FynBus SMS-billetten som det første trafiksbureau i Danmark, men her, 10 år efter, var vurderingen, at det var på tide, at SMS-billetten definitivt måtte lade livet. Mobilbillet-appen havde overtaget rollen som den hurtige digitale billetløsning, så en nedlukning af den gamle teknologi forventedes ikke at ville give problemer for kunderne. Med en opdatering af den daværende app blev den nye mobilbillet også i stand til at håndtere udfordringer,

som den gamle SMS-billet havde svært ved. Derfor varslede FynBus i starten af 2018, at den sidste SMS-billet ville blive solgt den 28. februar, hvorefter det var slut med den 10 år gamle SMS-billet. For at gøre det så nemt for kunderne som muligt blev der indledt en markedsføringskampagne, der havde til formål at få kunderne til at downloade den nye mobilbillet. Da SMS-billetten lukkede den 1. marts betød det derfor ikke et fald i antallet af solgte digitale billetter, da kunderne som forventet skiftede SMS-plattformen ud med den nye mobilbillet.



## BUSSENE SKIFTEDE PLADSER

FynBus indledte 2018 med et omfattende køreplansskifte, hvor en stor del af busserne i Odense fik nye holdepladser, da Østre Stationsvej skulle ombygges som led i forberedelserne til letbanen. Det betød, at mange busser blev flyttet fra busterminalen

på Østre Stationsvej til midlertidige holdepladser ved Kongens Have, benævnt OBC syd, mens de fleste regionale ruter blev flyttet til Dannebrogsgade på den anden side af sporene, benævnt OBC Nord.



## UNGDOMSKORT BLEV FLYTTET PÅ REJSEKORTET

Den 18. januar 2018 blev Ungdomskortet, som er et særligt fordelagtigt tilbud til unge mennesker ved brug af den kollektive trafik, flyttet over på rejsekortet. I praksis betød det for kunderne, at alle fysiske Ungdomskort skulle udskiftes, og at det oprindelige Ungdomskort helt og aldeles blev løftet over på rejsekort-teknologien. Ungdomskortkunderne havde længe været vant til at "bippe" sig ind, når de steg på bussen, nu de skulle blot vende sig til også at checke ud, og den bagvedliggende teknik gjorde det nu muligt at indstille automatisk fornyelse, så kortbestillingen og busrejsen kunne gøres så nemt og problemfrit som muligt. Der blev gennemført en stor og målrettet kampagne for at få flyttet de mange kunder over i rejsekort-systemet, og det lykkedes uden de store problemer.

## DEN REGIONALE RUTEØKONOMI GAV FRYGT FOR NEDLÆGGERSE AF BUSRUTER

En frygt for et stort underskud på den regionale ruteøkonomi som følge af faldende passagertal medførte en diskussion om, hvordan de regionale midler skulle prioriteres og dermed også en diskussion om, hvorvidt det ville blive nødvendigt at nedlægge afgang eller buslinjer. I debatten opstod også frygt for at konkrete busforbindelser til en række uddannelsesinstitutioner ville være i fare. Her blev det dog præciseret, at den regionale busbetjening af ungdomsuddannelserne ikke stod til diskussion.



## TAKST VEST; TAKSTREFORM I VEST-DANMARK

Den 18. marts blev det nemmere at finde den billigste billet til sin bus- og togrejse, idet en omfattende "oprydning" i priser, billetter og rabatter gjorde det mere overskueligt for kunderne. For fynboerne fik takstreformen imidlertid ikke den store betydning, idet FynBus allerede havde gennemført de fleste grundprincipper ved overgangen til rejsekortet i starten af 2017, herunder indførslen af det princip, at det altid er billigere at benytte rejsekortet end at købe en kontantbillet. Dog blev det væsentligt mere overskueligt for kunder, der rejser i både Jylland og på Fyn, da priser og rabatter blev mere ens på tværs af trafiksselskaberne – og hele zonesystemet blev meget mere logisk.

*Næsten ikke)*

**Vi justerer på taksterne 18. marts.**

Se om det betyder noget for dig på [FynBus.dk](http://FynBus.dk)

**FYNBUS**



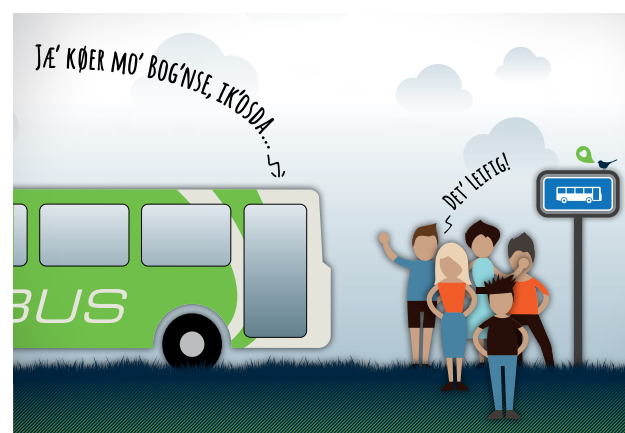
## KUNDEAMBASSADØRER: FLERE KUNDER I BUSSENE

I foråret 2018 besøgte FynBus' kundeambassadører en lang række fynske byer for at fortælle borgerne om mulighederne med den kollektive trafik. Det overordnede formål med kampagnen var at sætte fokus på de regionale busforbindelser, men også at fortælle om lokalbusser og telekørsel. I alle byer inviterede man borgerne til at komme forbi, enten via brev i postkassen eller annonce i lokalavisen. Også denne gang lykkedes det at få lov til at stille en stand op i de lokale butikker,

typisk i det lokale supermarked, hvor kundeambassadørerne trygt, varmt og indendøre kunne få en god snak med de nuværende og potentielle kunder. I foråret besøgte ambassadørerne Nyborg, Fåborg, Assens, Kerteminde, Munkebo, Otterup, Rudkøbing, Bogense, Bellinge, Langeskov, Svendborg og Middelfart. Efter sommerferien besøgte FynBus' kundeambassadører Odense, Svendborg, Nyborg og Middelfart. Denne gang med henblik på at fortælle om bybus-tilbuddet.

## FYNBUS OG DE TALENDE BUSSE

I starten af 2018 indledte FynBus et forsøg med talende busser, forstået på den måde at to busser blev forsynet med udvendige højttalere, der fortalte kunderne, hvilket rutenummer bussen havde, når den ankom til et stoppested, og hvor den kørte hen. Formålet var at gøre det nemmere og mere overskueligt for synshandicappede at benytte den kollektive busstrafik. Inden forsøget kan udbredes til at gælde samtlige busser, er det dels vigtigt at få selve forsøget evalueret af brugere, men også at få taget stilling til, på hvilke ruter og ved hvilke stoppesteder, det giver mening at have talende busser.



## FYNBUS OG DE TILFREDSE KUNDER

Den samlede tilfredshed med FynBus er fortsat høj, konkluderede analysefirmaet Epinion, da resultatet af den årlige undersøgelse blev offentliggjort i marts 2018. Der var generelt ikke tale om de store udsving siden den tilsvarende måling i 2017. Værd var det dog at hæfte sig ved, at kundernes tilfredshed med information om forsinkelser og aflysninger var steget signifikant i forhold til 2017. Tillige med en høj tilfredshed kan FynBus også fortsat konstatere, at både den samlede loyalitet og det samlede image også scorer højt i kundernes bevidsthed. Træerne gror dog ikke ind i himlen, og der er da fortsat noget at arbejde med, ikke mindst i forhold til den yngre målgruppe, som fortsat er den gruppe, hvor tilfredsheden er lavest. Men generelt endnu et år med et tilfredsstillende resultat for FynBus. Se nøgletal på side 17.



**HEJ BILIST**

**KENDER DU  
PENDLERKORTET?  
KAN BILEN  
MATCHE PRISEN?**

## HEY BILIST!

I april måned sagde busbagenderne i Odense "Hey" til de bagvedkørende bilister, og bagenderne kom desuden med et godt tilbud om billig bus. Tanken var at kommunikere direkte til bilisterne med et budskab om, at man for fx 500 kroner kunne køre alt det bus mellem fx Odense og Sønder sø i en hel måned, man orkede. Den pris kan ingen bil nemlig konkurrere med. Selvom der stadig er mange biler på vejene mellem Odense og Sønder sø, gav kampagnen et pænt løft i salget af periodekort, hvilket afstedkom en ny kampagne i efteråret 2018, som gik mere bredt ud med budskaber til borgere i oplandsbyer omkring Odense og Svendborg.

## BUSSERNE VENTER PÅ HINANDEN

Man kan næppe forestille sig noget mere irriterende end at sidde en forsinket bus og se bagenden af den bus, man havde håbet på at nå. Derfor har FynBus siden oktober 2017 kørt forsøg med såkaldt "korrespondancesikring", der skal sikre, at busserne venter på hinanden, og at kunden dermed er bedre sikret i forhold til hele rejsen. I forsøgsperioden sikrer et IT-system i busserne, at lokal- og regionalbusser i Assens og Kerteminde Kommune venter på hinanden. Efter veloverstået forsøg fra oktober 2017 frem til foråret 2018 blev det vedtaget at indføre systemet på alle busserne - dog ikke i det centrale Odense, da letbanearbejdet, mange omkørsler, samt terminalflytningen ved OBC gør det meget svært at opsætte korrespondancer, der kan overholdes. Odenseanerne må væbne sig med tålmodighed lidt endnu, mens det øvrige Fyn nu kan glæde sig over, at busserne "taler" sammen, og dermed forbedrer muligheden for at kunderne får en god oplevelse, også hvis bussen er forsinket, og der er længe til næste bus.





## BUSSERNE KØRER (FORTSAT) TIL TIDEN

Der er mange myter i den kollektive trafik. Én af de tilbagevendende myter er, at busserne altid er forsinkede og derfor ikke er til at stole på. FynBus' nyeste rettidighedsmålinger viser dog, at der ikke er hold i disse myter, da busserne i stor udstrækning kører til tiden. FynBus har GPS-udstyr i alle sine busser, og udstyret sladrer om køretider og forsinkelser. Tallene bekræfter, at FynBus holder fast i en høj rettidighed, også selvom de trafikale forhold i Odense kan give udfordringer for chaufførerne (og dermed også kunderne).

## REJSEKORT TIL ALLE

FynBus vil så gerne have, at kunderne har et rejsekort. Det giver nemlig kunderne de billigste busrejser, samt en meget hurtigere og nemmere billettering. Hvis kunderne oplever, at det er billigt og nemt at bruge bussen, er der en større sandsynlighed for, at de også sidder i bussen næste gang. Derfor gik FynBus i foråret i gang med at kommunikere direkte med de eksisterende buskunder med en opfordring til at anskaffe sig et rejsekort og med et tilbud om hjælp, hvis det føltes svært. Kampagnen blev fulgt op i efteråret med en ny kampagne, der havde til formål at få mange flere fynboer til at få sig et rejsekort og dermed lade sig indlemme i gruppen af mere faste kunder i den kollektive trafik. Læs mere om kampagnen på side 24.



## GOD BUSTUR FOR BÅDE CHAUFFØRER OG KUNDER

FynBus satte sig i starten af 2018 for at undersøge, hvad der er nøglen til den gode bustur. Læs mere om undersøgelsens resultater og opfølgende aktiviteter på side 28. Fremhæves skal det dog, at FynBus den 1. juni iværksatte en adfærdskampagne under overskriften "Smil smitter – god bustur", som blandt andet satte fokus på, hvor vigtigt det er at anerkende hinanden, når chauffører og kunder møder hinanden i den kollektive trafik. Kampagnen blev skudt i gang med en event, hvor FynBus' kundeambassadører uddelte både ægte smil og vingummi-smil i busser og terminaler. Det skete fra morgenstunden og i strålende solskin. Absolut et smil værd.



## TINDERBUS

FynBus var klar med shuttlebusser og en særlig Tinderbox-busbillet, da årets store musikfestival løb af stablen i Odense. Som noget nyt kunne deltagerne både køre til og fra OBC og fra bymidten, som dermed blev en del af festen, der indbefattede mange tusinde mennesker, der skulle til og fra festivalpladsen, før, under og efter festivalen. Mere end 3000 festivaldeltagere benyttede sig af tilbuddet.

## FYNBUS FIK EN NY TRAFIKPLAN

Den 12. oktober 2018 vedtog FynBus' bestyrelse en ny trafikplan, der gælder for årene 2018 til 2021. Forud for vedtagelsen af trafikplanen lå et stort forarbejde, hvor de fynske kommuner og Region Syddanmark blev inddraget blandt andet via deltagelse i strategiske temamøder og i efterfølgende bilaterale møder med Regionen og de enkelte kommuner. Efterfølgende blev trafikplanen sendt i høring, og efter implementering af høringssvarene kunne trafikplanen vedtages i bestyrelsen på mødet i oktober.



## BUSSENE FLYTTEDE IGEN DEN 5. AUGUST

Da skoleåret startede i august, skiftede de fleste busser på Fyn og Langeland traditionen tro til en ny køreplan. I Odense kunne busserne endelig flytte tilbage til selve OBC fra de midlertidige holdepladser ved Kongens Have – det betød, at det blev lettere at skifte mellem de forskellige ruter. Udfordringerne for passagerer og chauffører var dog ikke helt ovre, da Odense Letbanes arbejde med at lægge klinker og gøre klar til letbanen på Odense Banegård Centers forside ikke var afsluttet som planlagt. Det betød, at kunderne gennem resten af året måtte zigzagge gennem byggepladsen foran centeret for at finde to af de fire holdepladser på OBC Syd.

## CYKLER (GRATIS) MED I BUSSEN

Siden slutningen 2016 har det, i en forsøgsperiode, været muligt for de fynske buskunder gratis at tage en cykel med i regionalbusserne samt i bybusserne i Odense og Svendborg. Forsøgsperioden sluttede i 2018, hvor forsøget blev evalueret. FynBus' bestyrelse og Odense Kommunes By- og Kulturudvalg har på baggrund af evalueringen besluttet, at det fortsat skal være muligt for fynboerne at kombinere en rejse med cykel og bus, og at det, indtil videre, fortsat skal være gratis.



## FYNBUS' KUNDECENTER I SVENDBORG LUKKEDE, MEN KUNDERNE KAN STADIG FÅ HJÆLP

Den 1. september lukkede FynBus sit kundecenter på Svendborg Station. Årsagen var et markant fald i antallet af kundeforestillinger igennem en længere periode. Dertil kom, at kompleksiteten i henvendelserne også var faldende, hvorfor det var nærliggende at finde en anden løsning. Resultatet blev en lukning af kundecenteret, samt en aftale med Svendborg Kommune om at kommunens Borgerservice blev salgssted pr. 24. september 2018, og dermed stedet, hvor borgerne kan få hjælp til rejsekortet. En løsning som mange andre fynske kommuner allerede tilbød deres borgere. .

## SPLINTERNE NYE BUSSE I ASSENS KOMMUNE

Da det nye skoleår startede i 2018, blev de borgere og skoleelever, der benytter lokalbusserne i Assens Kommune mødt af helt nye energivenlige og støjsvage busser med bløde sæder, stik til opladning af telefoner og tablets og lav indstigningshøjde. Årsagen til al denne lykke var et kontraktstift, hvor en ny vognmand, Bergholdt.dk A/S, overtog rutekørslen og ifølge kontrakten skulle stille med nye og moderne busser.



## 900 DEMENSVENLIGE BUSCHAUFFØRER

Når man har demens, kan helt almindelige hverdagsting som at finde rundt, købe ind og transportere sig i byen være forbundet med stor usikkerhed. Det kan i værste fald betyde, at mennesker med demens bliver hjemme - med ensomhed og isolation til følge. I 2018 satte FynBus sig for at hjælpe ved at uddanne sine 900 buschauffører, så de er i stand til at hjælpe, hvis de støder på en person med demens. Samarbejdet blev indgået mellem FynBus, Odense Kommune og Alzheimerforeningen og fik stor opmærksomhed blandt kunder og borgere på hele Fyn.



## KUNDERNE HJALP FYNBUS MED VIDEN

I perioden fra 7. september til 7. oktober bad FynBus kunder og borgere om hjælp til at svare på en række spørgsmål om deres transportvaner. Formålet var at blive klogere med henblik på at kunne forbedre den kollektive trafik og dermed fastholde og tiltrække kunder. Undersøgelsen blev lagt på FynBus' hjemmeside og via annoncering og mund-til-mund, fik FynBus over 4.000 svar fra borgere på Fyn og Langeland. For at lokke ekstra mange til at svare, havde FynBus sat 5 iPads på højkant blandt deltagerne, som blev overrakt til de heldige vindere den 1. november 2018. Vinderne fik hver en iPad, og FynBus fik værdifuld viden om både eksisterende og potentielle kunder. Viden, der i 2019 vil blive vekslet til konkrete initiativer.

## LIDT NEMMERE AT VÆRE KUNDE

Den 21. september tændte FynBus for 7 nye informations-skærme i Odense Banegård Centers stueetage. Skærmene er placeret strategisk i forhold til kundestrømmene på banegården og indeholder informationer om, hvornår de næste busser kører og hvorfra, samt relevante informationer fra FynBus om produkter, services og større ændringer.





# HVOR TILFREDS ER DU MED...

Hvert år foretager FynBus en undersøgelse, der har til formål at undersøge tilfredsheden blandt de fynske buspassagerer. Tilfredshedsundersøgelsen er blevet til på baggrund af over 1000 interviews med passagerer, og omhandler alt fra chaufførens kørsel, rengøring af busserne til kvaliteten af køreplanerne, ventetid og FynBus' image som trafikskelskab. Resultater angives på en skala fra 0 til 100, hvor resultater fra

65 svarer til "God" og resultater fra 75 svarer til "Meget god". Den årlige tilfredshedsundersøgelse er et vigtigt arbejdsredskab for FynBus, og vi gennemgår grundigt resultaterne og tilbagemeldingerne. Resultatet er et godt værktøj, når vi skal se på de områder, hvor vi kan gøre det bedre, og hvor skal vi fastholde den gode indsats.

	INDEX SCORE*	UDVIKLING 2017 - 2018
<b>TILFREDSHED (TOTAL)</b>	<b>72</b>	<b>-0,5</b>
HVOR TILFREDS ER DU ALT I ALT MED DENNE BUSTUR?	78	-0,6
ER DINE FORVENTNINGER TIL FYNBUS BLEVET INDFRIET?	74	-0,7
FORESTIL DIG DET PERFEKTE TRAFIKSELSKAB - HVOR TÆT PÅ ELLER LANGT FRA DETTE IDEAL ER FYNBUS?	65	0,0
<b>LOYALITET (TOTAL)</b>	<b>71</b>	<b>0,9</b>
I HVILKEN GRAD VILLE DU ANVENDE FYNBUS, HVIS DU HAVDE ANDRE TRANSPORTMULIGHEDER PÅ SAMME STRÆKNING?	45	-2,1
I HVILKEN GRAD VIL DU ANBEFALE FYNBUS TIL FX. VENNER, FAMILIE OG KOLLEGER?	70	3,4
HVOR SANDSYNLIGT ER DET, AT DU VIL VÆLGE AT KØRE MED FYNBUS IGEN?	96	-0,1
<b>IMAGE (TOTAL)</b>	<b>76</b>	<b>-0,6</b>
I HVILKEN GRAD OPLEVER DU FYNBUS SOM ET TROVÆRDIGT BUSSELSKAB?	79	1,0
I HVILKEN GRAD OPLEVER DU FYNBUS SOM ET PÅLIDELIGT BUSSELSKAB?	76	0,7
I HVILKEN GRAD OPLEVER DU FYNBUS SOM ET BUSSELSKAB MED ET GODT OMDØMME?	66	-3,1
<b>INCITAMENTSFAKTORERNE</b>		
INDEKLIMAET I BUSSEN	75	0,9
BUSSENS INDVENDIGE RENGØRING	74	-1,9
CHAUFFØRENS KØRSEL	78	0,9
CHAUFFØRENS KUNDESERVICE	79	1,0
BUSSENS UDVENDIGE RENGØRING OG VEDLIGEHOLDELSE	74	-2,0
BUSSENS OVERHOLDELSE AF KØREPLANEN	72	2,3

## \* INDEX SCORE :

Gennem denne rapport, bruges der indekstal for de fleste spørgsmål. Dette betyder, at respondenternes svar genberegnes i en skala fra 0-100. Gennem en lang række undersøgelser, er der konsensus om fortolkningen af hvert niveau. Måden hvorpå de enkelte niveauer skal fortolkes er vist til venstre. Alle værdier på 75 og derover, skal fortolkes som "meget god". Dette signalerer, at det er mere vanskeligt at forbedre tilfredsheden fra 80 til 90, end det er 60 til 70, selv om forskellen i absolutte tal er den samme.

**FIND HELE TILFREDSHEDSUNDERSØGELSEN PÅ:  
FYNBUS.DK/KONOMI-OG-STATISTIK**

V I D S

T E D U

AT VI I 2018 HAVDE

14.115.000

PÅSTIGNINGER I BUSSENE PÅ FYN OG LANGELAND?

AT VI I 2018 HAVDE

623.389

KØREPLANTIMER?

AT VI I 2018 HAVDE

7.500

AKTIVE UNGDOMSKORT I GENNEMSIT PR. MÅNED?

AT VI I 2018 HAVDE

15.428

KUNDER MED ET AKTIVT PENDLERKORT ELLER REJSEKORT MED PENDLER KOMBI?

AT VI I 2018 SOLGTE

423.159

BILLETTER I VORES APP (ENKELTBILLETTER, GRUPPEBILLETTER, TURIST- OG EVENTBILLETTER)?

AT VI I 2018 SOLGTE

13.639

TURISTBILLETTER (BILLETTER SOLGT I APP OG WEBSHOP)?

AT VI I 2018 SOLGTE

3.240

BUSBILLETTER TIL TINDERBOX (1345 STK. 24 TIMERSBILLET OG 1695 STK. 3-DAGSBILLET)?

AT VI I 2018 UDDELTE

7.400

BREVE I FORBINDELSE MED VORES AMBASSADØRAKTIONER?

AT VI I 2018 TALTE MED

2.258

PERSONER VED VORES AMBASSADØRAKTIONER?

# KONTROL MED KLAUSUREN

**GODKENDT**

VEDRØRENDE:

I 2014 indførte FynBus en arbejdsklausulsbestemmelse i fremtidige kontraktforhold med sine samarbejdspartnere. FynBus' bestyrelse besluttede i september 2018 at etablere et kontrolpanel, der skal medvirke til at udføre kontrol af overholdelsen af FynBus' arbejdsklausul.

UDDYBENDE OPLYSNINGER OM KONTROLLEN:

Arbejdsklausulen havde og har til formål at sikre, at FynBus' leverandører overholder en række krav, der skal sikre ordentlige arbejdsforhold for leverandørernes ansatte. Chaufførernes løn- og arbejdsvilkår samt særlige ydelser skal således leve op til og være mindst lige så gode som vilkårene i de gældende landsdækkende overenskomster for fagområdet. Ved indførelsen af arbejdsklausulen aftalte FynBus med arbejdsmarkedets parter, at disse skulle bistå FynBus med deres vurdering i sager, hvor der var tvivl om, hvorvidt FynBus' arbejdsklausul blev overholdt. Erfaringen med denne fremgangsmåde var imidlertid, at det var en meget langtrukket proces, hvor der blev oplevet stor forskel på tilbagemeldingerne. Samtidig savnede arbejdsmarkedets parter en tilbagemelding på, hvad kontrollen resulterede i. I maj mødtes FynBus derfor med ATAX, 3F, Kristelig Arbejdsgiverforening og Det Faglige Hus for at drøfte fremtidigt samarbejde, og her blev mulig-

heden for at nedsætte et kontrolpanel drøftet. Et kontrolpanel ville give mulighed for, at FynBus og arbejdsmarkedets parter sammen kunne få drøftet de enkelte sager, og at der på kontrolpanelets møder ville kunne opnås enighed om, hvorvidt den enkelte vognmand overholdt FynBus' arbejdsklausul eller ej. Arbejdsmarkedets parter var positivt indstillet overfor et kontrolpanel, som de allerede kendte fra Nordjyllands Trafikselskab og Movia. Erfaringen herfra var, at en mødefrekvens én gang i kvartalet ville være det mest optimale.

FynBus besluttede at nedsætte et kontrolpanel bestående af repræsentanter fra ATAX, 3F, Kristelig Arbejdsgiverforening og Det faglige Hus, som repræsenterer de store overenskomster på Fyn. Kontrolpanelet har afholdt et enkelt møde i kontrolpanelet i 2018, og her er parterne blevet bekræftet i, at det er den rigtige måde at gøre det på.

SÅDAN BRUGES KONTROLLEN:

1. FynBus indhenter bl.a. lønsedler, ansættelsesbeviser og e-indkomstkвиттерinger. FynBus fremsender løbende materialet til paneldeltagerne.
2. Kontrolpanelet mødes en gang i kvartalet, hvor de enkelte sager drøftes.
3. FynBus følger som udgangspunkt kontrolpanelets anbefalinger og følger op i forhold til den enkelte vognmand.



# SKINNERNE ER LAGT TIL FREMTIDENS KOLLEKTIVE TRAFIK

**I 2018 fik Fyn en ny trafikplan, som beskriver, hvordan den kollektive trafik skal ændre sig over de kommende år. Gennem en længere proces udarbejdede FynBus planen, der sætter rammerne for udviklingen frem til 2021.**

Planen beskæftiger sig blandt andet med, hvordan trafiksystemet skal udvikle sig frem til åbningen af Odense Letbane, hvor rutenettet skal tilpasses til den nye kollektive trafikplan. Ud over at have betydning for den lokale kollektive trafik i Odense, kan letbanen nemlig også få betydning for, hvordan de regionale ruter skal køre ind og ud ad Odense for at give det bedst mulige samspil mellem de forskellige trafikformer.

FynBus har desuden et ønske om at forenkle og effektivisere det regionale rutenet for at tiltrække flere passagerer. Det nuværende rutenet er kompliceret og har mange rutevarianter, og derfor skal der arbejdes med at gøre rutetilbuddet mere brugervenligt og overskueligt. Sideløbende med trafikplanens tilblivelse kørte en debat i offentligheden om fremtiden for de regionale ruter – mange borgere på Fyn var nervøse for, om det faldende antal passagerer i de regionale ruter og en effektivisering af rutenettet ville betyde, at busruter ville blive nedlagt på steder, hvor knap så mange passagerer benytter dem, fx rute 920 på strækningen Kerteminde-Nyborg-Ringe-Faaborg.



I disse år tales der meget om klimaaftrykket fra transportbranchen. I trafikplanen opridses mulighederne for, hvordan omstillingen af bustrafikken fra fossile brændsler til bæredygtige drivmidler kan indledes.

FynBus' trafikplan er blevet til i samarbejde med bestyrelsen og ejerne på henholdsvis politisk og administrativt niveau. Det skete blandt andet gennem tre temadage, hvor ejerne og en række særligt inviterede gæster var med til at levere inspiration til arbejdet og sætte rammerne for den kollektive trafiks udvikling.

På den første temadag blev der set på fremtiden for det regionale rutenet. På anden temadag var emnet

trafikinformation, knudepunkter og stoppesteder. Her blev der blandt andet fokuseret på sammenhængen til Statens trafikplan og til de knudepunkter, som Byregion Fyn arbejder med at udvikle. På tredje temadag blev der kastet et bredere blik på mobilitetsbegrebet, og på hvordan man kan sikre borgernes mobilitet med en lang række kendte og nye mobilitetsformer på de steder af landkortet, hvor der ikke kører så mange busser.

Trafikplanen har derefter været i høring hos FynBus' ejere, samt en række interessenter. Borgere og brugere af den kollektive trafik har desuden været inviteret til at læse og kommentere forslaget til trafikplanen på [FynBus.dk](http://FynBus.dk)



# Alle skal da have sig et rejsekort!

Hvis man træder ind i en tilfældig forsamling af mennesker og beder dem ved håndsoprækning at markere, hvor mange der har et gult sygesikringskort, mødes man som regel af en skov af hænder. Næsten samme effekt opnås, hvis man spørger til dankortet. Hvis man derimod spørger til rejsekortet, er antallet af oprakte hænder hurtigt til at tælle. Det besluttede FynBus sig for at lave om på, og første trin på den rejse indledtes i efteråret 2018.



Som udgangspunkt mener vi, at det skal være nemt at rejse med FynBus, og her passer rejsekortet rigtig godt ind. Ikke noget med at tænke på rede penge, zoner og afstande. Bare check ind og check ud, så er du fremme. Det er da nemt. Desværre er ikke alle klar over, hvor nemt det er. Og derfor tog FynBus i 2018 hul på en ambition om, at 150.000 fynboer skal have et rejsekort inden udgangen af 2020.

## KAMPAGNENS BUDSKAB

Det handlede om at fjerne det svære og fremme det nemme, da FynBus i efteråret 2018 iværksatte reklamekampagnen "Med dig hele vejen". Formålet med kampagnen var at øge kendskabet til rejsekortet og få flere borgere til at anskaffe sig et.

Udgangspunktet for kampagnen, der er udviklet i samarbejde med reklamebureauet Step, var at tydeliggøre hvilke behov rejsekortet dækkede og dækker. For eksempel hedder det i kampagnen "Rejsekortet er der, når DMI egentlig havde lovet tørvejr" – altså når det regner. Efter samme princip serverede FynBus en lang række budskaber, passende til en lang række situationer, hvor det er godt at have et rejsekort i lommen, som fx:

*"Når du gerne vil spare p-billetten. Eller bøden."*

*"Når du har brugt alle pengene på drinks."*

*"Når der pludselig er længere hjem, end du havde regnet med."*

*"Når I er for mange til at være i en taxi."*

## KAMPAGNENS VIRKEMIDLER

Målgruppen for kampagnen var alle borgere på Fyn og Langeland, der endnu ikke havde fået bestilt sig et rejsekort, og derfor skulle kampagnen også nå meget bredt ud. Virkemidlerne blev derfor indrettet til formålet, og det betød tv-reklamer, radio-reklamer, digitale annoncer på diverse kommercielle hjemmesider, annoncer på Facebook og Instagram og sågar billboard-reklame, der alle mindede borgerne om situationer, hvor det ville være rart at have sig et rejsekort.

Udover de traditionelle annoncer benyttede FynBus sig også at såkaldte Micro influencers, der typisk er unge mennesker på Instagram med mange følgere. Ideen var

her at udstyre en gruppe unge med et rejsekort og så lade dem opleve og blogge om deres oplevelser. Formålet var at få en målgruppe i tale, der normalt er meget svær at nå. Kampagnen startede lige efter efterårsferien og kørte i alt i 6 uger. Efteråret er traditionelt set et godt tidspunkt at kommunikere om kollektiv trafik, idet det våde og blæsende vejr, kombineret med årstidens mørke, er to gode allierede.

## VIRKEDE KAMPAGNEN SÅ? HAR ALLE FYNBOER OG LANGELÆNDERE NU FÅET SIG ET REJSEKORT?

Ja, den virkede, og nej, der er stadig uudnyttet kundepotentiale på Fyn og Langeland. Da kampagnen var overstået, og det var tid til at gøre status, stod det klart, at der i kampagneperioden var blevet udstedt ekstraordinært mange rejsekort. Ved at sammenligne med den tilsvarende periode i 2017 kunne man konstatere et forøget salg i kampagneperioden på knap 1.500 rejsekort.

Udover at kampagnen skabte et mersalg af rejsekort, har kampagnen også haft en tydelig synlighedseffekt, i det den vurderes til at have nået rigtig mange af de potentielle kunder, som kampagnen satte sig som mål at ville i dialog med. Nu er opgaven at fortsætte med at udbrede kendskabet og samtidig at påvirke købsbeslutningen, så folk, der har taget beslutningen, men som endnu ikke har handlet, får bestilt rejsekortet og begynder at bruge det. Al erfaring med rejsekortet viser nemlig, at når man først har anskaffet sig kortet og prøvet at rejse på det, bliver man rigtig glad for sit rejsekort.

I forhold til ambitionen om 150.000 fynboere, der skal have sig et rejsekort, er der et stykke vej endnu, men samlet set er der faktisk mange rejsekort på Fyn. I alt inkl. skolekort, uddannelseskort og periodekort er der ved udgangen af 2018 udstedt cirka 125.000 rejsekort, og arbejdet med at udbrede rejsekortet fortsætter med kampagneaktiviteter i forår og efterår 2019.

I skrivende stund er kampagnen "Brug Fyn. Brug byen. Brug rejsekortet" i fuld gang, og her er målet at få alle dem, der har anskaffet sig et rejsekort til at rejse mere, samtidig med at dem, der endnu ikke har fået bestilt et kort skal sige: "Nu skal jeg også have bestilt det rejsekort".



# Det er muligt, at fanden har skabt rejsekortet, men han har alligevel tænkt sig om

Rejsekortet er en god ven at have i hånden, uanset om du skal med bus, tog eller metro. Det gælder nemlig til det hele og giver dig automatisk den billigste billet.

**Start rejsen på [FynBus.dk](http://FynBus.dk)**

Med dig hele vejen

**FYNBUS**

Denne plakat vakte så stor begejstring hos Rejsekort A/S, at direktøren straks bestilte plakaterne til at hænge i Rejsekortets administration, sikkert blot for at minde personalet om, hvem der i virkeligheden skabte rejsekortet.



# Rejsekortet er der, når DMI egentlig havde lovet tørvejlr

Rejsekortet er en god ven at have i hånden, uanset om du skal med bus, tog eller metro. Det gælder nemlig til det hele og giver dig automatisk den billigste billet.

**Start rejsen på FynBus.dk**

Med dig hele vejen

**FYNBUS**

Denne plakat udløste tak fra DMIs vicedirektør Anne Højer Simonsen, der på LinkedIn skrev: "Tak for kærlig omtale til @fynbus og @rejsekortet og tilføjede: "Og @dmi er klar med vejrudsigter og varsler, når bussen egentlig skulle køre"



# HVAD ER EN GOD BUSTUR?

Hos trafikselskabet FynBus er det vigtigt, at chaufførerne, der kører de grønne busser, yder en god service, så det giver kunderne en god bustur. Samtidig er det vigtigt for selskabet, at kunderne har en forståelse for, at de selv kan være med til at skabe den gode bustur.

I kundetilfredshedsundersøgelserne for 2017 kunne FynBus læse, at kunderne i stor udstrækning var tilfredse med chaufførernes serviceniveau, men at der stadig var plads til forbedringer.

Derfor søsatte trafikelskabet i slutning af 2017 et projekt under navnet "En god bustur – hvad kræver det?", der havde til formål at afdække, hvordan chaufførerne og kunderne kan hjælpe hinanden med at skabe den gode bustur.

Idéen med projektet var, at det skulle munde ud i en komparativanalyse, der skulle afdække, hvor der var lighed, og hvor der var forskelle mellem de to gruppers opfattelser af, hvad det kræver for, at alle i bussen får en god og behagelig bustur.

Målet med projektet var at bane vejen for større tilfredshed blandt kunderne og chaufførerne og dermed sikre et bedre omdømme. Det skal få kunderne til at blive i bussen og også medvirke til, at der kommer flere kunder i busserne.

## **INDSAMLING AF DATA**

I henhold til ovenstående blev der udarbejdet to kvalitative spørgeskemaer. Ét til chaufførerne og ét til kunderne. Målet var, at mindst 100 chauffører skulle besvare undersøgelsen, hvilket svarer til ca. 10 % af busoperatørens chauffører. Ligeledes var der et ønske om, at mindst 200 kunder skulle besvare spørgeskemaundersøgelsen. Spørgeskemaundersøgelsen til kunderne blev offentliggjort på FynBus' Facebookside, der i dag har ca. 15.000 følgere. Kunderne skulle besvare spørgeskemaet via et link på FynBus' hjemmeside. For at stimulere interessen for undersøgelsen udloddede FynBus 3 gavekort, hvor der blev trukket lod blandt alle, der deltog i undersøgelsen. Der var tillige et ønske om at komme i kontakt med kunder, der ikke er så stærke udi brugen af en computer. Derfor tog FynBus' kundeambassadører med på flere busafgange, hvor de med printede spørgeskemaer i hånden indsamlede data til undersøgelse.

Undersøgelsen målrettet chaufførerne blev gjort tilgængelig via chaufførportalen VoresFynBus, der i skrivende stund har ca. 600 chauffører tilknyttet. For at komme ud

til alle busoperatørerne, så undersøgelsen ville dække både bybus-, lokal- og regionalchaufførerne, valgte FynBus også her at sende deres to kundeambassadører ud til busoperatørernes chaufførstuer, hvor de bevæbnet med pc'er, printede spørgeskemaer, godter og kaffe gennemførte undersøgelsen sammen med chaufførerne. Der var tillige tre gavekort på højkant blandt chaufførerne. Undersøgelsens data blev indsamlet i perioden 6.-26. november 2017, og det viste sig, at der var stor opbakning til projektet. I alt svarede 441 kunder på undersøgelsen, mens 226 chauffører udfyldte spørgeskemaet.

## **DATBEHANDLING - EN KOMPARATIV ANALYSE**

Efter endt dataindsamlingsperiode skulle dataene analyseres. I forbindelse med analysearbejdet gik det hurtigt op for FynBus, at kunderne og chaufførerne i stor udstrækning var enige om de byggesten, der skal til for, at begge parter kan få en god bustur.

De ti hyppigste udsagn fra chaufførerne og fra kunderne blev sammenlignet, for at se hvilke elementer af den gode bustur de to brugergrupper kunne blive enige om. Det viste sig, at ud af de 10 hyppigste udsagn fra chaufførerne og kunder, kunne de blive enige om de 7. De ti udsagn var listet i en prioriteret rækkefølge, efter hvor mange respondenter der var enige i udsagnet. Ud af de 7 udsagn, der var enighed om, var der forskel på, hvordan de to brugergrupper vurderede vigtigheden af udsagnende.

## **DEN GODE BUSTUR STARTER MED ET SMIL**

Det viste sig hurtigt, at chaufførerne og kunderne var enige om, at det er vigtigt at anerkende hinanden, når de mødes i bussen. Noget så enkelt som at anerkende hinanden med et smil eller sige goddag, når de to brugergrupper mødes i bussen, er helt essentielt for, at begge parter får en god bustur. Dette udsagn var nummer et på chaufførernes liste og nummer fire på kundernes liste. Chaufførerne og kunderne var også enige om, at det er vigtigt, at bussen holdes ren og pæn, at den kører til tiden, at chauffører yder en behagelig kørsel, og at der er ro og orden i bussen.

## DE 10 BUD

Med baggrund i den komparative analyse udarbejdede FynBus "10 bud om den gode bustur" i et kunde- og chaufførperspektiv.

Idéen med de 10 bud om den gode bustur er, at de ikke bare er nogle tilfældige udsagn, som FynBus har fundet på. Nej, det er nemlig en vejledning, som tager udgangspunkt i det som chaufførerne og kunderne selv mener, der skal til for, at både chauffører og kunder får en god og behagelig bustur.

Dette er især vigtigt overfor chaufførerne, hvor de "De 10 bud om den gode bustur" nemt kan opfattes som et sæt spilleregler, som FynBus vælger at trække ned over hovederne på chaufførerne uden samtykke. Det har derfor været helt essentielt i processen, at chaufførerne selv har været med til at skabe de 10 bud om den gode bustur. Derfor har det været vigtigt for FynBus, at udkastet til slutproduktet blev diskuteret med chaufførpanelet, der består af busoperatørernes ledelse og chaufførernes arbejdsmarkedsrepræsentanter, inden slutproduktet blev godkendt og sendt til trykkeriet.

## ADFÆRDSKAMPAGNE: SMIL SMITTER – GOD BUSTUR!

1. juni 2018 startede FynBus en adfærds-kampagne målrettet kunderne under temaet "Smil smitter – god bustur". FynBus' kundeambassadører og kontrollører var denne fredag morgen til stede ved busholdepladserne omkring Odense Banegård Center, hvor de uddelte en flyer, der fortalte budskabet om, hvordan de som kunder i den kollektive trafik kan være med til at skabe en god bustur for alle i bussen. På flyeren var der påhæftet en smiley-vingummi, der skulle sætte fokus på, at det er vigtigt, at kunder og chaufførerne anderkender hinanden, når de mødes i bussen.

Samme dag blev adfærds-kampagnen lanceret på FynBus' Facebookside samt hjemmeside.

## ÅRETS SURESTE DAG

Kunderne har ofte lettere til et smil, når solen skinner og de ikke er nødsaget til at indkapsle sig i dunjakker, hue og

handsker. Derfor trak FynBus igen i arbejdstøjet på den selvudnævnte "årets sureste dag" mandag morgen i uge 43 – den første arbejdsdag efter efterårsferien.

Her stod FynBus' kundeambassadører igen klar med smil-vingummier, en morgenhilsen og de 10 bud om den gode bustur. Denne gang ved Svendborg Rutebilstation. Samtidig lancerede FynBus sin første af fem kampagne-videoer, der på humoristisk vis fortæller historier fra de 10 bud om den gode bustur.

## KAMPAGNEFILM OG DET VIDERE FORLØB

Fra uge 43-45 blev de første tre kampagnefilm lagt på FynBus' Facebookside, og blev vist til kunderne via infoskærmene i busserne.

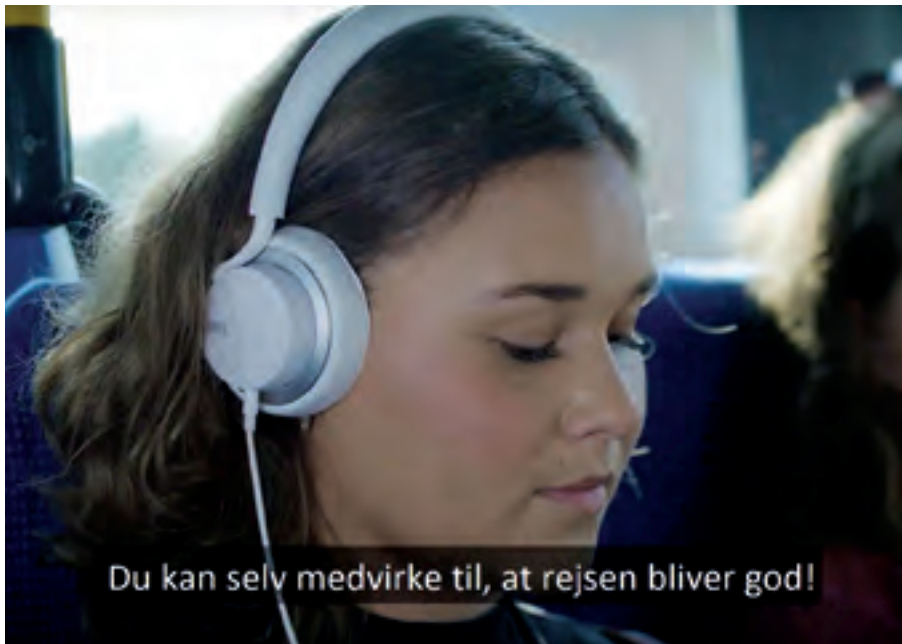
Overordnet set tog kunderne rigtig godt imod budskaberne. Dog var der enkelte pendlere, der var irriteret over at skulle se den samme film 20 gange på turen mellem Kerteminde og Assens.

Den første kampagnefilm, der handler om, at det er vigtigt, at vi hilser på hinanden i bussen, blev taget virkelig godt imod. Filmen opnåede 151.882 visningen, hvoraf de 74.504 var unikke visninger. Kampagnefilmen nåede også udover Danmarks grænser, da brugere i Tyskland og Polen også kommenterede på opslaget.

De efterfølgende to film opnåede henholdsvis 80.441 og 129.057 visninger på Facebook. I december 2018 blev den fjerde kampagnefilm vist til kunderne. Filmen havde et juletema som omdrejningspunkt. Filmens budskab var, at kunderne selv kan være med til at skabe den gode julestemning i bussen.

I løbet af foråret 2019 ruller den sidste kampagnefilm over skærmene. Det markerer samtidig afslutning på det kampagnemateriale, der indtil videre er lavet til projektet. Det betyder dog ikke, at projektet er definitivt slut. FynBus vil løbende genbruge kampagnematerialet i adfærds-kampagner overfor kunderne, samtidig med at de 10 bud om den gode bustur nu er en fast del af det undervisningstilbud, som chaufførerne stifter bekendtskab med på chaufførportalen VoresFynBus.

**LÆS MERE OM PROJEKTET OG  
SE KAMPAGNEFILMENE PÅ  
FYNBUS.DK/GODBUSTUR**



# ÅRSREGNSKAB LIGHT\*: DRIFTSREGNSKAB

## REGNSKABSOPGØRELSE (UDGIFTSBASERET)

(1.000 KR.)	REGNSKAB 2018	BUDGET 2018	REGNSKAB 2017
INDTÆGTER FRA BUSDRIFT	-209.089	-226.285	-237.915
EJERBIDRAG FRA BUSDRIFT	-388.493	-366.625	-344.803
INDTÆGTER KOLLEKTIV TRAFIK I ALT	-597.582	-592.910	-582.717
INDTÆGTER FRA FLEXTRAFIK	-7.537	-7.142	-7.222
EJERBIDRAG FRA FLEXTRAFIK	-88.763	-86.792	-84.584
INDTÆGTER FLEXTRAFIK I ALT	-96.300	-93.934	-91.806
INDTÆGTER FRA PROJEKTER	0	-1.000	-937
INDTÆGTER FRA ØVRIGE	-3.479	-3.400	-3.475
INDTÆGTER I ALT	-697.361	-691.245	-678.935
UDGIFTER FRA BUSDRIFT	516.376	510.381	496.721
FÆLLESUDGIFTER	80.917	81.515	80.302
UDGIFTER KOLLEKTIV TRAFIK I ALT	597.294	591.896	577.023
UDGIFTER FRA FLEXTRAFIK	77.266	74.792	72.890
FÆLLESUDGIFTER	16.411	16.505	16.482
UDGIFTER FLEXTRAFIK I ALT	93.677	91.297	89.372
UDGIFTER FRA PROJEKTER	0	0	937
UDGIFTER FRA ØVRIGE	12.929	11.530	17.622
UDGIFTER I ALT	703.900	694.723	684.955
DRIFTSRESULTAT FØR FINANSIERING (- = OVERSKUD)	6.539	3.478	6.020
RENTER	-4.607	-1.769	-4.857
RESULTAT AF ORDINÆR DRIFTSVIRKSOMHED (- = OVERSKUD)	1.931	1.709	1.162
ANLÆGSUDGIFTER	6.824	7.078	8.799
RESULTAT I ALT (- = OVERSKUD)	8.755	8.787	9.961

## RESULTATDISPONERING

(1.000 KR.)	REGNSKAB 2018	BUDGET 2018	REGNSKAB 2017
TIL RAMMESTYRING VIA EGENKAPITAL	2.185	0	-803
TIL EGENKAPITAL	6.570	8.787	10.764
RESULTAT I ALT (- = OVERSKUD)	8.755	8.787	9.961



# BALANCE

## AKTIVER

(1.000 KR.)	ULTIMO 2018	ULTIMO 2017
<b>MATERIELLE ANLÆGSAKTIVER</b>		
GRUNDE OG BYGNINGER	40.069	42.439
TEKNISKE ANLÆG M.V.	46.489	53.006
INVENTAR MV.	313	129
ANLÆG UNDER UDFØRELSE	0	44
<b>IMMATERIELLE ANLÆGSAKTIVER</b>		
IMMATERIELLE ANLÆGSAKTIVER	4.193	3.882
ANLÆG UNDER UDFØRELSE	435	769
<b>MATERIELLE/IMMATERIELLE ANLÆGSAKTIVER I ALT</b>	<b>91.499</b>	<b>100.269</b>
<b>FINANSIELLE ANLÆGSAKTIVER</b>	<b>233.239</b>	<b>198.134</b>
<b>ANLÆGSAKTIVER I ALT</b>	<b>324.738</b>	<b>298.403</b>
<b>OMSÆTNINGSAKTIVER</b>		
TILGODEHAVENDER	87.708	34.834
LIKVIDE BEHOLDNINGER	23.689	92.655
<b>OMSÆTNINGSAKTIVER I ALT</b>	<b>111.397</b>	<b>127.489</b>
<b>AKTIVER I ALT</b>	<b>436.135</b>	<b>425.891</b>

## PASSIVER

(1.000 KR.)	ULTIMO 2018	ULTIMO 2018
<b>EGENKAPITAL</b>	<b>-65.174</b>	<b>-54.750</b>
HENSATTE FORPLIGTIGELSER	440.042	414.579
LANGFRISTEDE GÆLDSFORPLIGTIGELSER	0	0
KORTFRISTEDE GÆLDSFORPLIGTIGELSER	61.268	66.062
<b>PASSIVER I ALT</b>	<b>436.135</b>	<b>425.891</b>

\* Find det samlede årsregnskab for 2018 på [FynBus.dk/konomi-og-statistik](http://FynBus.dk/konomi-og-statistik)

# 2019: FYNBUS TROR FORTSAT PÅ NEMME LØSNINGER!

Nøglen til at flere rejser med den kollektive trafik ligger i at gøre det enkelt, nemt og relevant. Selvom relevans kan synes at være det vigtigste, så skylder FynBus at tydeliggøre trafiktilbuddet over for kunderne, for før kan de ikke vurdere tilbuddet, og dermed heller ikke afgøre om tilbuddet faktisk er relevant for dem.

Set i det lys fortsætter FynBus arbejdet med at gøre det nemt for kunder og samarbejdspartnere, men også med at gøre det nemmere for os selv. Det hænger nemlig sammen som en kæde.

FynBus har fire væsentlige fokusområder for sit arbejde i 2019:

Et optimeret og sammenhængende trafiksystem betyder, at FynBus skal anvende de tildelte ressourcer til at skabe et trafiksystem på Fyn, hvor flest mulige fynboer kan benytte kollektiv trafik som et naturligt transportvalg, eller leve et liv uden afhængighed af bil.

Nem adgang til billettering og produkter er vigtigt for kunderne og for samfundets oplevelse af og holdning til den kollektive trafik og de muligheder, som produktet tilbyder.

Uddannelse, information og markedsføring er grundstenen i arbejdet med, at bilister og andre trafikanter får øje på den kollektive trafik, og får et grundigt kendskab til de muligheder, som produktet tilbyder.

Sikker drift betyder, at kunderne kan stole på de ydelser, FynBus tilbyder, og at de fastlagte kvalitetsmål opfyldes. Dermed bliver sikker drift afgørende for, om det opfattes som nemt at være kunde hos FynBus.

En kombination af disse fire indsatsområder skal sikre fortsat udvikling og vækst for FynBus og FynBus' ejere, samtidig med at FynBus skal løse alle de øvrige udfordringer, der står i kø for at påvirke den kollektive trafik ikke bare på Fyn, men også på landsplan.

Med fortsatte udfordringer for passagertallet, en teknologisk udvikling der går hurtigere og hurtigere, en politisk virkelighed i konstant forandring, samt et ønske om at gøre det både nemmere og bedre for kunderne kommer FynBus ikke til at mangle opgaver i 2019.

Det gør ikke noget, at det ikke er nemt at skabe løsningerne, hvis bare løsningerne gør det nemt at rejse med FynBus.

**KUNDEN I CENTRUM:  
DET SKAL VÆRE NEMT AT REJSE MED FYNBUS**



**ET OPTIMERET  
OG SAMMEN-  
HÆNGENDE  
TRAFIKSYSTEM**



**NEM ADGANG  
TIL BILLETTERING  
OG PRODUKTER**



**UDDANNELSE,  
INFORMATION OG  
MARKEDSFØRING**



**SIKKER DRIFT**











