

STUDERENDE

FYNBUS 2020

FRA BIL TIL BUS

AFRAPPORTERING AF PROJEKT



FYNBUS

Indhold

1. Resumé.....	5
2. Tidsrammer	6
3. Projektbemanding	6
4. Projektbeskrivelse.....	7
4.1. Baggrund for projektet.....	7
4.2. Målsætning og effekt	8
4.3. Målgrupper	8
4.4. Beskrivelse	9
5. Handlingsplan	10
6. Projektforløb og resultater	10
6.1. Plan for projektet	10
6.2. Resultat af fase 1	10
6.3. Resultat af fase 2	11
6.4. Resultat af fase 3	13
6.5. Planer for projektets fremtid	13
7. Fase 1: Markedsundersøgelse	15
Baggrund	15
Hovedkonklusioner	15
Undersøgelsesresultater.....	17
8. Fase 2: Arbejde med det unge kundesegment	18
8.1. Arbejdsområde 1: Skabe buskultur	18
FynBus Academy	18
FynBus Pendlertjek	21
Samarbejde med uddannelsessteder	25
8.2. Arbejdsområde 2: Fastholdelse af de unge kunder	30
SoMe-kampagne	30
Videokonkurrence for studerende	32
Videoer	37
Undersøgelse af loyalitetsprogram	39
9. Fase 3: Politisk fokus: Unges adfærd og transportvaner på den politiske agenda	42
9.1. Projektet på fora.....	44
10. Effektmåling	45
10.1. Dataanalyse af det unge kundesegment	45
11. Budget	47
Bilag	48

Bilag 1 Projektbeskrivelse udarbejdet i juni 2018.	48
Bilag 2 Beskrivelse af projektets 3 faser udarbejdet i oktober 2018.	51
Bilag 3 Handlingsplan 2019/20: Studerende fra bil til bus.	53
Bilag 4 Resultat af markedsanalyse Studerende fra bil til bus	54
Bilag 5 Folder med FynBus' tilbud til uddannelsessteder	97
Bilag 6 FynBus Academy hjemmeside	98
Bilag 7 Studycases – FynBus Academy	99
Bilag 8 Bestillingsblanket for dynamisk trafikinformation under FynBus Academy	109
Bilag 9 Mail til skolerne med præsentation af FynBus Academy	110
Bilag 10 Uddannelsesinstitutioner, som har modtaget mail med præsentation af FynBus Academy. .	111
Bilag 11 Handlingsplan for udvikling og implementering af FynBus Pendlertjek.....	112
Bilag 12 Liste over rettelser i og videreudvikling af FynBus Pendlertjek.....	113
Bilag 13 Handlingsplan fra Instagram-kampagnen under projekt 'Studerende fra bil til bus'	114
Bilag 14 Rapport for Instagram-kampagnen under projekt 'Studerende fra bil til bus'	115
Bilag 15 Officiel mail med introduktion af FynBus videokonkurrence 1	116
Bilag 16 Officiel mail med introduktion af FynBus videokonkurrence 2	118
Bilag 17 FynBus videokonkurrence mail til månedsvindergrupper	119
Bilag 18 FynBus videokonkurrence mails til ikke-vindergrupper.....	120
Bilag 19 Mail med månedlig promovning til af FynBus videokonkurrence	121
Bilag 20 FynBus videokonkurrence - uddannelsesinstitutioner og fritidsorganisationer	122
Bilag 21 Plakaten som var brugt til at promovere FynBus videokonkurrence	124
Bilag 22 Handlingsplan for FynBus' konkurrencen	125
Bilag 23 Handlingsplan for månedlig promovning af FynBus' konkurrencen	126
Bilag 24 Rapport fra undersøgelse om loyalitetsprogram og fastholdelse af de unge kunder.....	127
Bilag 25 Befolkning og Uddannelse (Danmarks Statistik): Befolkning (realiseret og prognose) per år	158
Bilag 26 Befolkning og Uddannelse (Danmarks Statistik): Elevtal per institution.....	159
Bilag 27 Befolkning og Uddannelse (Danmarks Statistik): Elevtal (elevens bopælsområde)	160
Bilag 28 Befolkning og Uddannelse (Danmarks Statistik): Elevtal (institutionens beliggenhed).....	161
Bilag 29 Brug af Ungdomskort: Ungdomskort – Måneder	162
Bilag 30 Brug af Ungdomskort: Ungdomskort – Stoppested og tid	163
Bilag 31 Brug af Ungdomskort: Ruter.....	164
Bilag 32 Brug af Ungdomskort: Unikke kort 1.....	165
Bilag 33 Brug af Ungdomskort: Unikke kort 2.....	166
Bilag 34 Solgte kortdage – Ungdomskort: Gyldighedsdatoer delt ud på gyldige måneder	167
Bilag 35 Solgte kortdage – Ungdomskort: Gyldighedsdatoer fordelt på første gyldigheds måned	168
Bilag 36 Rapport fra dataanalysen af det unge kundesegment	169

Bilag 37 Fuldt oversigt over projektets budget og udgifter.	182
--	-----

Liste over figurer i rapporten

Figur 1 Uddannelsesruter og ungdomsuddannelsesinstitutioner på Fyn, FynBus 2020.	8
Figur 2 Indhold af FynBus Academy.	20
Figur 3 FynBus Pendlertjek.	21
Figur 4 Et eksempel for resultater på FynBus Pendlertjek.	23
Figur 5 Rapport over antal søgninger i FynBus Pendlertjek, Power BI.	24
Figur 6 Rapport på baggrund af søgninger i FynBus Pendlertjek.	25
Figur 7 Gæsteforelæsning på SDU for ca. 70 medievidenskabsstuderende.	26
Figur 8 Virksomhedsbesøg studerende fra Ung Odense hos FynBus, oktober 2019.	26
Figur 9 Ambassadørindsatser, samt flyer ud på HF+VUC Fyn.	27
Figur 10 Indhold og effekter af Instagram-kampagne for Studerende fra bil til.	31
Figur 11 Screenshot af FynBus' kampagnesite med onlineafstemning af FynBus videokonkurrence.	33
Figur 12 Reception og udlevering af hovedpræmien i FynBus videokonkurrence, den 26. juni 2020.	35
Figur 13 Potentielle samarbejdspartnere ift. unges adfærd og transportvaner på den politiske agenda. .	43
Figur 14 Oversigt over projektets budget.	47

Rapporten udarbejdet af Patrycja Anna Zieba, Markedskonsulent & Projektleder

Sproglig korrektur Louise Hofstedt Nielsen, Kommunikationskonsulent

Forsidens grafik Mads Jensen, Grafisk Designer

FynBus, oktober 2020

1. Resumé

FynBus' projekt 'Studerende fra bil til bus' har unges adfærd og transportvaner, heri betydning og vigtighed af mobilitet og klimaet, i fokus. Projektet er tænkt i 3 faser, der samlet set strækker sig over perioden 2018-2020.

I fase 1 af projektet har FynBus undersøgt det unge kundesegment i en grundig markedsanalyse. Af undersøgelsesresultaterne fremgår det bl.a., at godt halvdelen af de studerende benytter bus til/fra uddannelse, mens næsten hver fjerde studerende kører alene i bil. I samme undersøgelse vurderer flertallet, at bussen har et overvejende dårligt image sammenlignet med eksempelvis bus og cykel. Fire ud af fem vurderer ligeledes, at bussen er en dyr transportform. Flertallet angiver, at de er meget bekymrede for klimaet, men over halvdelen mener ikke, at de skåner miljøet ved at benytte bus til og fra uddannelse.

I fase 2 har Fynbus arbejdet med to arbejdsområder: 'Skabe buskultur' og 'Fastholdelse af de unge kunder'. Under det første arbejdsområde 'Skabe buskultur' har FynBus introduceret FynBus Pendlertjek, samt udviklet konceptet FynBus Academy, der tilbyder undervisningsmateriale til uddannelsesstederne med fokus på transport og mobilitet. Trafikselskabet samarbejder med uddannelsessteder på forskellige niveauer, hvor materialerne er anvendt.

Under det andet arbejdsområde 'Fastholdelse af de unge kunder' har FynBus gennemført en kampagne på Instagram målrettet de unge, samt afholdt en stor videokonkurrence for de unge. Sidst men ikke mindst har Fynbus gennemført en ny markedsanalyse, med fokus på hvad det vil kræve, hvis vi ikke skal miste de unge kunder, når de er færdig med at læse.

I fase 3 har Fynbus arbejdet med at få de unges adfærd og transportvaner på den politiske agenda. En politisk og samfundsmæssig debat med fokus på blandt andet klima og mobilitet er blevet planlagt og aktiveret blandt relevante myndigheder og medier, men planerne er blevet aflyst pga. af Coronasituationen.

2. Tidsrammer

Projekt er blevet formuleret i juni 2018 og afrapporteres i november 2020.

3. Projektbemanding

Projektejer:

Jan Gudmann Hansen, Produkt- og Markedschef

Styregruppe:

Carsten Hyldborg, Direktør

Jan Gudmann Hansen, Produkt- og Markedschef

Martin Bødker Krogh, Kommunikationschef

Projektleder:

Patrycja Anna Zieba, Markedskonsulent & Projektleder

Projektmedarbejdere:

Morten Pors, Kommunikationskonsulent

Louise Hofstedt Nielsen, Kommunikationskonsulent

Mads Jensen, Grafisk Designer

Rene Kristian Hansen, Økonomisk konsulent

Søren Linaa Larsen, Trafikplanlægger

Krestina Lauridsen, Kundeambassadør og projektleder

Katja Harder Andersen, student medarbejder, deltog i projektet i en afgrænset periode

Susanne Nørgaard, Trafikplanlægger (er stoppet i løbet af projektet)

Hans Ove Skælbæk, Kundeambassadør (er gået på pension i løbet af projektet)

4. Projektbeskrivelse

4.1. Baggrund for projektet

Ifølge rapporten 'Mobilitet for fremtiden' (marts 2018) fra Transport-, Bygnings- og Boligministeriet forudsiges der en samlet vækst i den indenlandske personbiltrafik på 16 %, mens den tid bilisterne bruger i bilkøer og stærk trængsel forventes at stige med 61 % generelt i Danmark og med 149 % i centrum af de fire største byer i perioden 2015-2030. Det medfører samfundsmæssige og miljømæssige konsekvenser, mere trafikerede veje, øget trængsel og problemer med at finde parkeringspladser.

De studerende er en del af denne udvikling, idet deres transportvaner ændrer sig. De studerende har i stigende omfang rådighed over bil med relativ mindre brug af den kollektive trafik og cykler til følge, og der ses på Fyn flere eksempler på, at trafikken omkring uddannelsesstederne er præget af trængsel. Det er en landsdækkende tendens. Samtidig er den kollektive trafikbetjening af uddannelsesstederne god og koordineret med uddannelsesstederne.

Projektet understøtter FN's verdensmål for klimaindsats, som indgår i udviklingsdagsordenen for bæredygtig udvikling frem mod 2030. Derfor er bæredygtighed med fokus på miljø en uadskillelig del af projektet.

Med alle de overstående punkter som baggrund har FynBus igangsat projektet "Studerende fra bil til bus". Projektet fokuserer på det unge kundesegment, som omfatter studerende på ungdomsuddannelserne og de videregående uddannelser. Projektet forudsætter involvering af de studerende og tæt samarbejde med uddannelsesstederne.

Uddannelsesruter og ungdomsuddannelsesinstitutioner

Nedenstående kort præsenterer uddannelsesrutenet, samt placering af ungdomsuddannelsesinstitutioner på Fyn.



Figur 1 Uddannelsesruter og ungdomsuddannelsesinstitutioner på Fyn, FynBus 2020.

4.2. Målsætning og effekt

Formålet med projektet er en politisk og samfundsmæssig debat om, hvordan adfærden hos de unge kan ændres.

4.3. Målgrupper

Projektet har følgende målgrupper:

- **Fase 1:** Ungdomsuddannelser, og videregående uddannelser
- **Fase 2:** Ungdomsuddannelser, og videregående uddannelser
- **Fase 3:** Region Syddanmark, kommuner, politikerne, politisk ungdom, elevråd, miljøaktivister, studerende, forældre, andre trafikelskaber, medier, ungdomsredaktion, andre myndigheder og relevante parter

4.4. Beskrivelse

Bilag 1 præsenterer den originale projektbeskrivelse udarbejdet i juni 2018.

Bilag 2 præsenterer den originale beskrivelse af projektets 3 faser udarbejdet i oktober 2018.

5. Handlingsplan

Projektet er afviklet efter handlingsplan udarbejdet for projektet. Bilag 3 præsenterer handlingsplan 2019/20 for Studerende fra bil til bus.

6. Projektforløb og resultater

6.1. Plan for projektet

Projektet er tænkt i 3 faser, der samlet set strækker sig over perioden 2018-2020.

Fase 1: Undersøgelsen af studerendes transportsvaner, adfærd og behov.

Der blev blandt 532 studerende gennemført en undersøgelse af de studerendes transportvaner, adfærd og behov, samt deres vurdering af forskellige transportmidler (cykel, bil og bus). Dette belyste baggrunden for de studerendes valg af transportmiddel. Ud fra undersøgelsesresultater er 15 hovedkonklusioner defineret. Formålet med undersøgelsen var en kortlægning af de studerendes adfærd, herunder fakta og argumenter som kan danne baggrund for politisk og samfundsmæssig drøftelse, og det er opnået.

Fase 2: Arbejde med to arbejdsområder:

- **Skabe buskultur**
 - FynBus Pendlertjek
 - FynBus Academy
 - Samarbejde med uddannelsessteder
- **Fastholdelse af de unge kunder**
 - Instagram-kampagne
 - FynBus´ videokonkurrence
 - Markedsanalyse – fastholdelse

Fase 3: Politisk fokus: Unges adfærd og transportvaner på den politiske agenda.

I fase 3 aktiveres en politisk og samfundsmæssig debat med fokus på blandt andet klima og mobilitet.

6.2. Resultat af fase 1

Af analysen fremgår bl.a., at mere end halvdelen af de studerende benytter bus til og fra deres uddannelsessted, mens næsten hver fjerde studerende kører alene i bil. I samme undersøgelse vurderer flertallet, at bussen har et overvejende dårligt image sammenlignet med eksempelvis bil og cykel. Fire ud af fem vurderer ligeledes, at bussen er en dyr transportform. Flertallet angiver, at de er meget bekymrede for klimaet, men over halvdelen mener ikke, at de skåner miljøet ved at benytte bus til og fra uddannelsesstedet.

FynBus ser undersøgelsen som grundlag for en målrettet indsats for at gøre bussen mere attraktiv for den unge målgruppe.

6.3. Resultat af fase 2

I fase 2 har Fynbus arbejdet med to arbejdsområder: 'Skabe buskultur' og 'Fastholdelse af de unge kunder'. Formålet med den fase er at arbejde med unges adfærd og opdragelse.

Under det første arbejdsområde 'Skabe buskultur' har FynBus:

- introduceret FynBus Pendlertjek. Det er en digital løsning, som findes på FynBus' hjemmeside. Her kan man mellem 2 adresser fx hjem og uddannelsessted sammenligne økonomiske, tidsmæssige, sundhedsmæssige og klimamæssige konsekvenser af forskellige transportformer (cykel, bil og bus).
- udviklet konceptet FynBus Academy, med undervisningsmateriale til uddannelsesstederne med fokus på transport og mobilitet.

FynBus Academy indeholder samarbejdstilbud til ungdomsuddannelsessteder og undervisningsmaterialer, som kan indarbejdes i undervisningsplaner. FynBus står til rådighed for at samarbejde med skolerne omkring forskellige events som temauger, debatpaneller, konkurrencer og sender gerne kundeambassadører på besøg med FynBus infostand. Alle skoler får tilbud om trafikinformation til infoskærme. Det giver nudging effekt, at når man går forbi skærmen hver dag, så kan man se, at bussen altid er en tilgængelig transportform.

FynBus stiller både online og trykte undervisningsmaterialer til rådighed: heri fynbuspendlertjek.dk, study-cases med beregningsopgaver som besparelse af CO2 kg og penge ved benyttelse af bus frem for bil, samt læringsforløb udarbejdet af Movia 'Unge Viser Vej'. Ud over det kan studerende arbejde i projektgrupper med data fra undersøgelsen 'Studerende fra bil til bus'.

FynBus Academy er tilgængelig på hjemmesiden fynbus.dk/academy.

- FynBus samarbejder med uddannelsessteder på forskellige niveauer, hvor projektet er blevet introduceret og materialerne er anvendt. FynBus har samarbejdet med følgende skoler under projektet: SDU, Ung Odense, Svendborg Gymnasium, HF VUC Fyn, Tietgen Business, Det Blå Gymnasium, Nordfyns Efterskole, samt været i kontakt med Middelfart Gymnasium og Skt. Knuds Gymnasium. Officiel information og præsentation af FynBus Academy er blevet sendt til alle fynske uddannelsesinstitutioner (46 kontakter i alt).

Under det andet arbejdsområde 'Fastholdelse af de unge kunder' har FynBus gennemført:

- en Instagram-kampagne målrettet de unge – FynBus har præsenteret 3 forskellige temaer på FynBus' Instagramside: Miljø, Fynbuspendlertjek.dk og Trængsel/Parkeringspladser, hvert tema har indeholdt 5 til 6 billeder eller videoer og har kørt over to uger.
- en stor videokonkurrence, der har henvendt sig til studerende og uddannelsesinstitutioner. Konkurrencen gik ud på storytelling, dvs. at de studerende gennem videoer skulle fortælle historier til hinanden i deres øjenhøjde og fra deres perspektiv. Konkurrencen var tænkt som et socialt projekt for klasser/studiegrupper, hvor de studerende kunne reflektere over, hvad der skal til for, at de vælger bussen i skole fremfor bilen. Konkurrencen kunne inddrages i undervisningen og være en del af et undervisningsforløb hvor studerende talte om trængsel på vejene, klima, miljø, reduktion af CO₂ osv. Videokonkurrencen løb fra oktober 2019 til og med marts 2020, og de studerende havde i perioden mulighed for at lave videoer ud fra seks temaer:

- Bæredygtighed og Miljø
- Bussen som en kørende studieplads
- Hvorfor er det cool at tage bussen?
- Hvad bruger du din tid på i bussen?
- Hvordan får vi flere studerende til at tage bussen i stedet for bilen?
- Vis os dit bedste argument for at tage bussen frem for bilen

Konkurrencen tilbød præmier, der styrkede sammenholdet i klassen: hovedpræmie: partoutbilletter til Tinderbox 2021 til vindergruppen og månedspræmie: 1 times underholdning i Escape Rooms efterfulgt af aftensmad hos The Grill. Vindervideoer, samt videoer, der blev valgt som nummer 2, er blevet delt på FynBus' Facebook- og Instagramside.

I forbindelse med konkurrencen har FynBus kontaktet alle fynske uddannelsesinstitutioner, samt relevante fritidsorganisationer på månedsbasis (51 kontakter i alt).

- en ny markedsanalyse, med fokus på hvad det vil kræve, hvis vi ikke skal miste de unge kunder, når de er færdige med deres uddannelse. Hovedkonklusioner er, at de studerende ændrer sin livsfase, derfor deres transportbehov, samt deres muligheder ændrer sig. De unge frygter en stor prisstigning, samt kommenterer på busproduktet. De studerende er interesserede i FynBus' loyalitetsprogram, men der skal huskes, at et eventuelt loyalitetsprogram ikke direkte kan omregnes til flere passagerer eller til 'ikke-mistede' passagerer. Derfor kan grundene bag et eventuelt loyalitetsprogram være kundernes tilfredshed, 'add-on oplevelse', kommunikationskanal med de unge, motivationsfaktor til flere rejser. Der anbefales, at et eventuelt loyalitetsprogram inkluderer en kommunikationskanal til dem, som er i risikogruppen for at blive mistet som kunde. FynBus ser undersøgelsen som grundlag for en beslutning om der skal arbejdes med FynBus' loyalitetsprogram under et nyt projekt.

6.4. Resultat af fase 3

I fase 3 har Fynbus arbejdet med at få unges adfærd og transportvaner på den politiske agenda. En politisk og samfundsmæssig debat med fokus på unges transportadfærd og syn på klima og mobilitet er blevet aktiveret blandt relevante myndigheder og medier.

FynBus har præsenteret projektet og resultaterne til Udvalget for Regional Udvikling hos Region Syddanmark. Derudover var FynBus i kontakt med Transportministeriet, og rapporten, samt præsentationen, er sendt til ministeriet. FynBus var i kontakt med DR om et potentielt samarbejde.

FynBus ønskede at afslutte projektet med et stort debatpanel med relevante repræsentanter fra forskellige interessentgrupper og en mediapartner på debatten, men planerne er blevet aflyst pga. af Coronasituationen.

Projektet var præsenteret og omtalt på forskellige fora bl.a. Trafikdage 2019, TØF 2019, Kundetilfreds konference 2019, under samarbejde med andre trafikselskaber (Movia, Sydtrafik, NT), Mobilitetsnetværk, og ud på forskellige uddannelsesinstitutioner, samt drøftet med et par kommuner, og beskrevet i presseomtaler. Derfor vurderer FynBus, at projektets formål med at drøfte den politiske og samfundsmæssige debat med fokus på unges transportadfærd er delvis nået.

6.5. Planer for projektets fremtid

FynBus vil fortsat arbejde med det unge kundesegment.

Samarbejdet med uddannelsesstederne er afgørende for at engagere potentielle og eksisterende kunder i en direkte interaktion med FynBus, og vi kan derigennem være med til at påvirke de unges adfærd og forhåbentlig være med til at skabe buskultur fremfor bilkultur. Derfor vil FynBus fortsat arbejde med initiativer og tiltag overfor de unge målgrupper som er:

- Unge potentielle kunder. De studerende bearbejdes gennem drøftelse af samfundsmæssige problemstillinger i egne grupper, og de kan arbejde med data og argumenter for at tage kollektiv trafik frem for bilen, og dette kan overbevise dem om kollektiv trafiks rolle i samfundet og dens betydning for klimaet og mobilitet.
- Eksisterende unge kunder. De studerende bearbejdes gennem drøftelse af samfundsmæssige problemstillinger i egne grupper, og de kan arbejde med data og argumenter for at tage kollektiv trafik frem for bilen, og dette kan overbevise dem om at blive loyale og bevidste kunder, som bliver i bussen efter de er færdige med deres uddannelse.

Jo flere passagerer i bussen, jo flere busser og afgang, jo mindre antal biler på vejen, og jo mindre CO2-aftryk og jo mindre trængsel. Unge har brug for at selv komme til disse konklusioner, og det er en vigtig del af deres dannelsesproces. FynBus har som en offentlig virksomhed ansvar ift. 'public-service' for at bidrage til dannelsesprocessen og være en proaktiv del af den.

Ud fra resultater af markedsanalysen 'fastholdelse af de unge kunder' vil FynBus vurdere, om der skal startes et nyt projekt med formål at bygge et loyalitetsprogram til kundesegmentet.

Udover det har FynBus udarbejdet en ny handlingsplan for det unge kundesegment, som indeholder følgende initiativer og tiltag:

- promovning af FynBus Academy
- samarbejde med uddannelsessteder, heri:
 - o SDU – en række nudging tiltag opsat i universitetsbygninger og udendørs med formål at implementere adfærdsinterventioner
 - o Ung Odense – FynBus' deltagelse, samt case til valgfag 'Bredagtighed og Innovation' og Idé Festival
- udarbejdelse af samlet overblik under årets hjul med indsats over for det unge kundesegment
- udarbejdelse af kommunikationsplan for anvendelse af videos mv. – SoMe kanaler, busskærme
- evt. udarbejdelse af FynBus' loyalitetsprogram
- evt. en Ungdomskort-undersøgelse
- evt. forsøg at gentage ideen med politisk debat 'Unge adfærd og transportvaner på den politiske agenda'
- evt. en kampagne med storytelling målrettet risikogruppen. Gruppen der potentielt forsvinder ud af busserne

7. Fase 1: Markedsundersøgelse

Baggrund

For at kunne påvirke og ændre de studerendes adfærd skal man først forstå, hvad og hvordan de tænker. Her opstår et behov for en undersøgelse af de studerendes adfærd, holdninger, transportvaner og behov, der dermed kan sammenstilles med de konkrete tilbud. De studerende skulle gennemføre en transportformvurdering - cykel, bil, bus, som hjælper med til at fastslå deres baggrund for valg af transportmiddel. Gennem undersøgelsen forsøger FynBus at besvare spørgsmålet: Er det muligt at ændre deres adfærd, og i givet fald hvordan kan vi påvirke deres adfærd?

Undersøgelsen blev gennemført i perioden fra 24. oktober til 13. december 2018. Der deltog 532 respondenter i undersøgelsen fra tre fynske ungdomsuddannelser, som er placeret forskelligt på Fyn: HF + VUC Fyn, Svendborg Gymnasium, Det Blå Gymnasium (Glamsbjerg).

Hovedkonklusioner

Der er blevet defineret 15 hovedkonklusioner på baggrund af undersøgelsesresultater. På baggrund af disse konklusioner har FynBus udarbejdet tre indsatsområder under projektet Studerende fra bil til bus (fase 2 og 3 af projektet).

Konklusionerne er således:

- Næsten hver fjerde studerende kører alene i bil. Flest unge har eller har ønske om at tage kørekort. Undersøgelsesresultater viser, at 60 % af studerende har kørekort og 60 % af de studerende, som ikke har kørekort, har planer om at tage kørekort, mens de er under uddannelse.
- Der er mange studerende, der bruger bussen (54 %), men vi mister dem, når de er færdige med uddannelsen (70%).¹
- Næsten alle unge kender Rejseplanen (94%). Over halvdelen af de studerende er enige om, at det er nemt at finde informationer om en busforbindelse.

¹ Sammensætning af resultater fra undersøgelse 'Studerende fra bil til bus' og 'FynBus Kundeundersøgelse 2018'. Resultater fra FynBus Kundeundersøgelse 2018 viser, at næsten 70 % af de studerende, der er stoppet med at bruge Ungdomskort, rejser mindre med bussen. FynBus har gennemført kundeundersøgelse i efteråret 2018 med i alt 4.545 besvarelser.

Det er derfor vigtigt, at projektet fokuserer på at oplyse de studerende om Rejseplanens muligheder, såsom notifikationer om forsinkelser, live-map med tracking funktion samt mulighed for at tilføje cyklen som et transportmiddel til/fra stoppestedet med mere.

- Den unge målgruppe tænker ikke på de samlede omkostningerne ved at have en bil, men kun på brændstoffet.

70% af de studerende bruger op til 400 kr. om måneden på transport til og fra uddannelsessted

I 75 % af tilfældene er det forældrene/andre, der helt eller delvist betaler udgifterne til bilen.

- Forældre skal inddrages i debatten og er en vigtig interessant.

45 % af de studerende oplyser, at forældrene har indflydelse på deres transportvalg.

- Kollektiv trafik skal promoveres, når unge vælger et uddannelsessted, samt lige før og i starten af et skoleår.

Det er de perioder, hvor studerende undersøger, om der er en god forbindelse til og fra skole og hvilket transportmiddel de skal benytte til og fra uddannelsesstedet.

- Flertallet angiver, at de er meget bekymrede for klimaet. Men over halvdelen mener ikke, at de skåner miljøet ved at benytte bus til og fra uddannelsesstedet.

Der skal arbejdes på image af bussen. Det bekræfter vigtigheden af projektets formål og behov for debat. Det vigtigt for projektet at italesætte overfor de studerende, at bussen er en mere klimavenlig løsning end bilen.

- Det aspekt, der kan bruges som et argument for at tage bussen, er manglende parkeringspladser. Over 63 % af de studerende mener, at der er dårlige muligheder for at parkere bilen ved deres uddannelsessted.
- Unge opfatter cykel og bil som bedre transportmidler end bussen. Flertallet vurderer, at bussen har et overvejende dårligt image sammenlignet med eksempelvis bil og cykel.

Her taler vi om aspekter som pålidelighed, fleksibilitet, tilgængelighed og hvor hurtigt transportmiddel er.

Derudover kan 61 % af de studerende ikke lide at tage bussen.

76 % af de studerende har maksimalt op til 1 km til et busstoppested, hvilket normalt opfattes som god busdækning.

Derfor mener FynBus, at det skal diskuteres, hvordan de unge opfatter busproduktet og ikke hvorvidt selve busbetjeningen er god nok.

- Fire ud af fem vurderer, at bussen er en dyr transportform.

Faktum er, at bussen er væsentligt billigere end bil, hvis man sammenligner med alle udgifter til bilen. Et Ungdomskort koster 375 kroner for 30 dage, hvormed man får ubegrænset transport i hele FynBus' område og sparer penge på rejser udenfor Fyn.

- Jo større afstand man har til sit uddannelsessted, jo større villighed er der til at slippe kontrollen, og jo mindre vil man selv føre transportmidlet.

Bussen giver større frihed end bilen, især på lange strækninger. De studerende kan bruge tiden fornuftigt i bussen.

- Jo større afstand man har til sit uddannelsessted, jo større utilfredshed er der med sit transportmiddel.

Så er det lige meget om man sidder i en bus eller en bil, da man gradvist bliver mere utilfreds, som afstanden øges.

Her kan fokus derfor være på den målgruppe som har lang afstand til uddannelsesstedet.

- Over halvdelen af de unge er 'meget tilfredse' med at køre alene i bil, og kun 5 % af unge er 'meget tilfredse' med at tage bussen.

- Samtidigt er mange unge mennesker 'tilfredse' med at tage bussen (41 %) og mange er 'hverken tilfredse eller utilfredse' med at tage bussen (36 %).

- Bussen er et alternativ til cyklen i dårligt vejret.

Derfor er det en god idé at promovere, at man kan tage cyklen gratis med i bussen. Cyklen og bussen er ikke konkurrenter, men kan være samarbejdspartnere.

- Bussen er et mere komfortabelt transportmiddel end cykel. Samtidigt vurderer næsten alle unge (90 %), at bilen er en komfortabel transportform.

Bilen er dermed den største konkurrent for FynBus.

Undersøgelsesresultater

Resultater, samt konklusioner og anbefalinger er blevet beskrevet i rapporten 'Studerende fra bil til bus: Resultat af markedsanalyse, FynBus 2019'. Rapporten er præsenteret i bilag 4.

8. Fase 2: Arbejde med det unge kundesegment

8.1. Arbejdsområde 1: Skabe buskultur

FynBus Academy

Beskrivelse

FynBus har udviklet et tiltag målrettet de unge, der med fagligt afsæt gør dem bedre rustet til at træffe bevidste valg om mobilitet og bæredygtighed.

Tiltaget er kaldet FynBus Academy og består af gratis undervisningsmateriale, konkrete værktøjer til brug i undervisning, mulighed for foredrag om kollektiv trafik, dynamisk trafikinformation på jeres skærme og særligt tilrettede forløb.

FynBus har udarbejdet folderen "FynBus Academy", som beskriver tilbuddet til uddannelsessteder. Folderen er præsenteret i bilag 5.

FynBus har udarbejdet en hjemmeside, der beskriver hele konceptet til uddannelsessteder, og hvor materialerne kan downloades frit. Hjemmesiden er tilgængelig under linket: <https://fynbus.dk/academy>. Screenshot af hjemmesiden præsenteres i bilag 6.

Formål

Formålet med FynBus Academy er at skabe debat og bevidsthed hos de studerende om, hvor vigtig en faktor mobilitet og kollektiv trafik er, når der diskuteres klima, miljø og bæredygtighed. At gøre dem bevidste om at et valg af bussen og et fravalg af bilen er et klimarigtigt valg.

Målgruppe

Tiltaget FynBus Academy er målrettet specielt mod studerende på ungdomsuddannelser, og tilbuddene er særligt rettede mod matematiske, økonomiske og samfundsfaglige fag.

Indhold

FynBus Academy har følgende indhold:

- Unge viser vej

Et lærings- og innovationsforløb der skal give unge viden om mobilitet og inspirere de unge til selv at udvikle gode, lokale og innovative mobilitetsløsninger.

Materialet kan bruges på mange måder fx som kortere eller længere forløb om mobilitet og kollektiv trafik. Materialet er med til at styrke de studerendes evne til reflekteret at tage del i den samfundsmæssige debat om klima, miljø og mobilitet. Dokumentet kan findes under linket: [Unge viser vej](#).

- FynBus Pendlertjek

FynBus Pendlertjek er en digital løsning, som findes på FynBus.dk. Her kan man mellem 2 adresse fx hjem og uddannelsessted sammenligne økonomiske, tidsmæssige og klimamæssige konsekvenser af forskellige transportformer. Man kan også lave et pendlertjek på en hel klasse. Under projektet har FynBus udviklet og implementeret FynBus' version af Pendlertjek, som fremover bruges på tværs af forskellige projekter og kommunikationskampagner. Udvikling og implementering af FynBus Pendlertjek er beskrevet i efterfølgende underkapitel 'FynBus Pendlertjek'.

- Studycases

FynBus Academy har opsat nogle beregningsopgaver, som handler om de økonomiske og klimamæssige besparelser, der er ved at vælge bussen fremfor bilen.

Det er også muligt at downloade rapporten fra vores undersøgelse af studerendes transportvaner og arbejde med opgaver, der tager udgangspunkt i undersøgelsens resultater.

FynBus Academy tilbyder følgende studycases:

- [Er der penge at spare ved at vælge bussen fremfor bilen?](#)
- [Nedsætter du din CO2-udledning ved at vælge bussen fremfor bilen?](#)
- [Hvordan får man studerende til at vælge bussen fremfor bilen?](#)
- [Kampagne for den grønne bus](#)
- [Få flere unge til at bruge bussen](#)

Studycases, som FynBus har udarbejdet under projektet, er præsenteret i bilag 7.

- Få besøg på skolen af FynBus

FynBus' kundeambassadører kommer gerne på besøg på uddannelsesstederne, og stiller op med en infostand eller holder et informationsoplæg med nyttig viden om kollektiv trafik. FynBus stiller også gerne relevant personale til rådighed i forbindelse med temauger, debatarrangementer eller lignende, og uddannelsesinstitutioner er velkomne til at komme med deres idéer mht. samarbejde.

- Vis hvornår bussen kører

Udover undervisningsmaterialerne tilbyder FynBus dynamisk trafikinformation til uddannelsesinstitutioner. Hvis uddannelsesinstitutionen har informationskærme på deres uddannelsessted, stiller FynBus gerne dynamisk trafikinformation til rådighed, der viser hvornår de

næste busser kører fra stoppestederne nærmest skolen. Dette har en nudgingeffekt på de studerende og medarbejderne.

Dynamisk trafikinformation bestilles gennem skemaet præsenteret i bilag 8, som kan downloades fra FynBus Academy hjemmeside.



Figur 2 Indhold af FynBus Academy.

Officiel information og præsentation af FynBus Academy er blevet sendt til alle fynske uddannelsesinstitutioner med mail (46 kontakter i alt). Officiel mail til skolerne er præsenteret i bilag 9, listen over uddannelsesinstitutioner, som har modtaget informationen, er præsenteret i bilag 10.

Udover det har FynBus produceret i samarbejde med en ekstern partner, Instafilm, en videoreklame for FynBus Academy, som præsenterer konceptet. Reklamen skal bruges til viderepromovering af konceptet til alle fynske uddannelsesinstitutioner.

FynBus Pendlertjek

FynBus Pendlertjek er blevet implementeret hos FynBus i juni 2019 i samarbejde med en ekstern samarbejdspartner, Edentic.

Bilag 11 præsenterer handlingsplan for udvikling og implementering af FynBus Pendlertjek.

Pendlertjek er en digital løsning, som findes under linket fynbuspendlertjek.dk, samt gennem en direkte knap på FynBus.dk.

Man kan i Pendlertjek søge en strækning mellem 2 adresse fx hjem og uddannelsessted. Der er mulighed for at søge i begge retninger og specificere ankomst- eller afgangstid. Man vælger hvilken biltype der er alternativ transportløsning blandt: ny bil til 100.000 kr., 150.000 kr., 200.000 kr., 275.000 kr., 350.000 kr. eller plug-in bil eller el-bil til 300.000 eller en brugt bil til 150.000 og hvor mange dage man pendler om ugen.

FYNBUS PENDLERTJEK

Tjek om du kan pendle hurtigere, billigere, sundere og renere. Du får en sammenligning af din rejse med offentlig transport, cykel og bil.

Fra:

Til: ↕

Dato
09-10-2020

Ankomst 08 :00 Afgang Ankomst

Biltype
Ny bil til 100.000

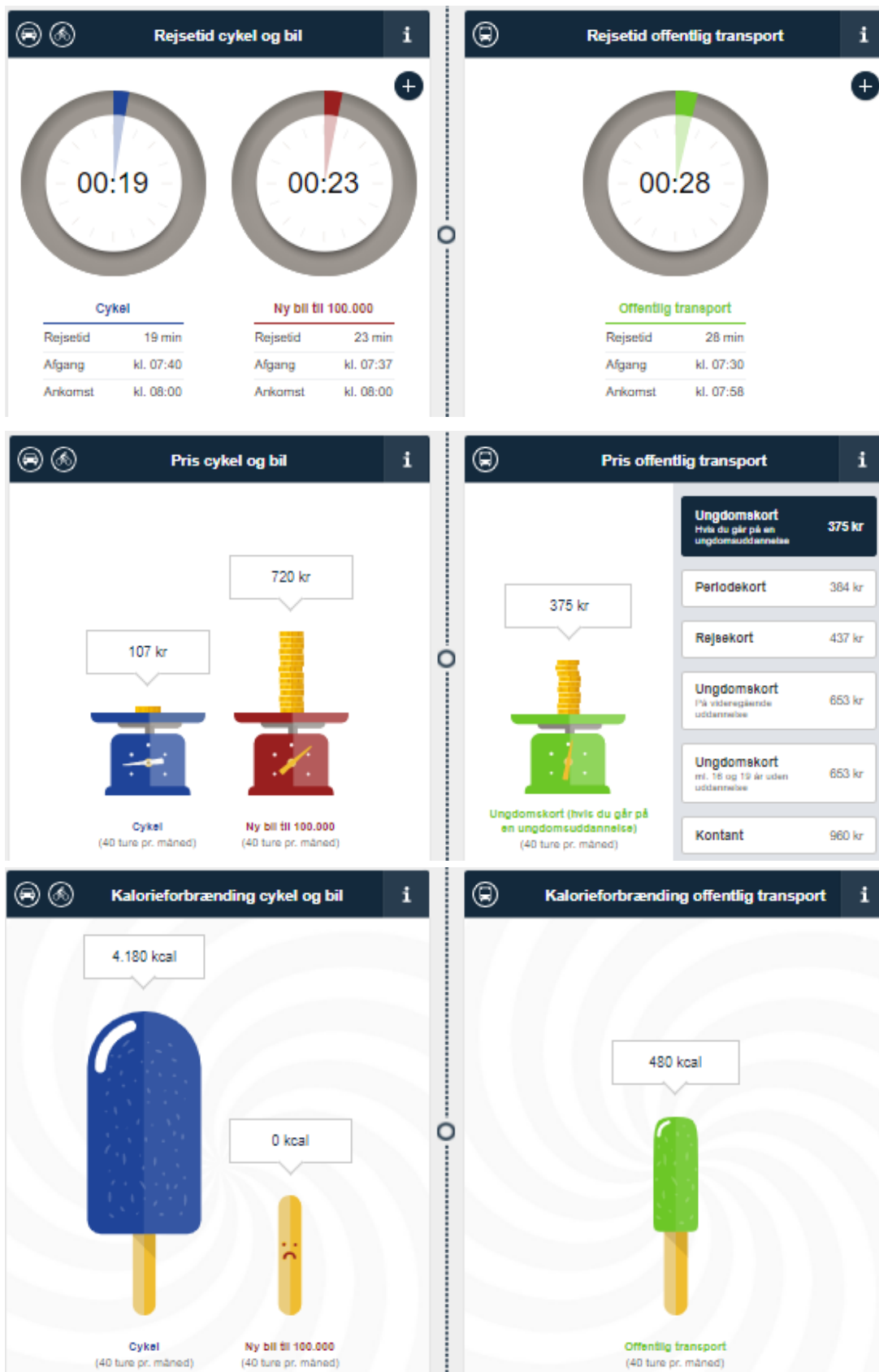
Vælg antal dage du pendler pr. uge (frem og tilbage)
5 dage = 40 ture pr. måned

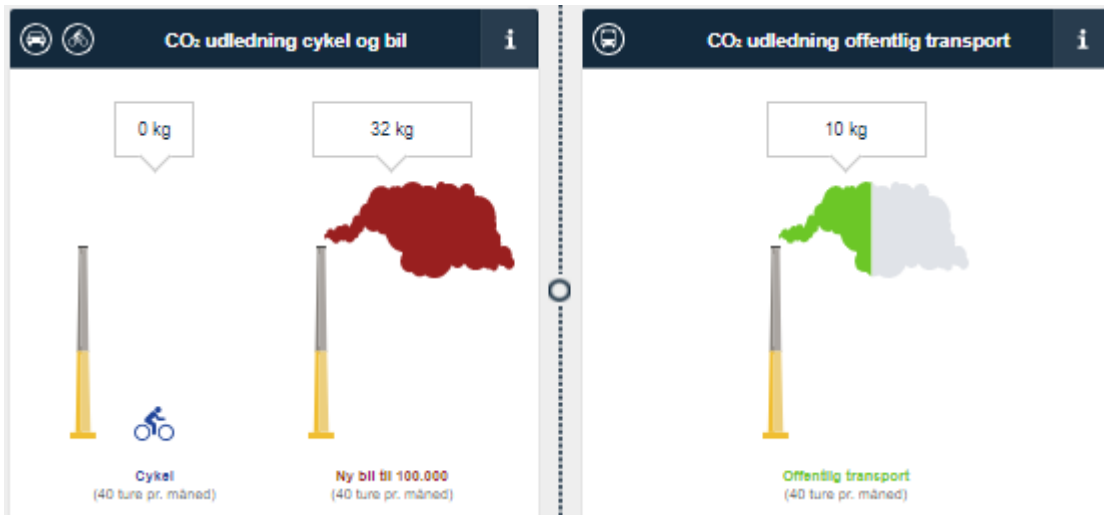
Vi anvender 3. parts cookies til at indsamle statistik om brugen af hjemmesiden – [se cookiepolitik](#). Du giver dit samtykke til vores cookies, hvis du fortsætter med at bruge denne hjemmeside. Vi gemmer ikke persondata om dig. Siden ejes af FynBus.

BEREGN

Figur 3 FynBus Pendlertjek

Man får præsenteret resultater for bil, cykel og kollektiv trafik på de økonomiske, tidsmæssige, klimamæssige og sundhedsmæssige konsekvenser for de forskellige transportformer.





Figur 4 Et eksempel for resultater på FynBus Pendlertjek.

FynBus har også implementeret en udvidelse til Pendlertjek, Pendlertjek Batch, hvor man kan lave et pendlertjek på en hel klasse eller virksomhed.

Resultater fra FynBus Pendlertjek samles i en rapport i Power BI. Frem til den 5. oktober 2020 var FynBus Pendlertjek blevet brugt 2800 gange, med deri 1974 unikke søgninger. På baggrund af rapporten kan ses i hvilke perioder Pendlertjek blev promoveret, hvilket har givet større antal af søgninger i disse perioder (se figur 5).

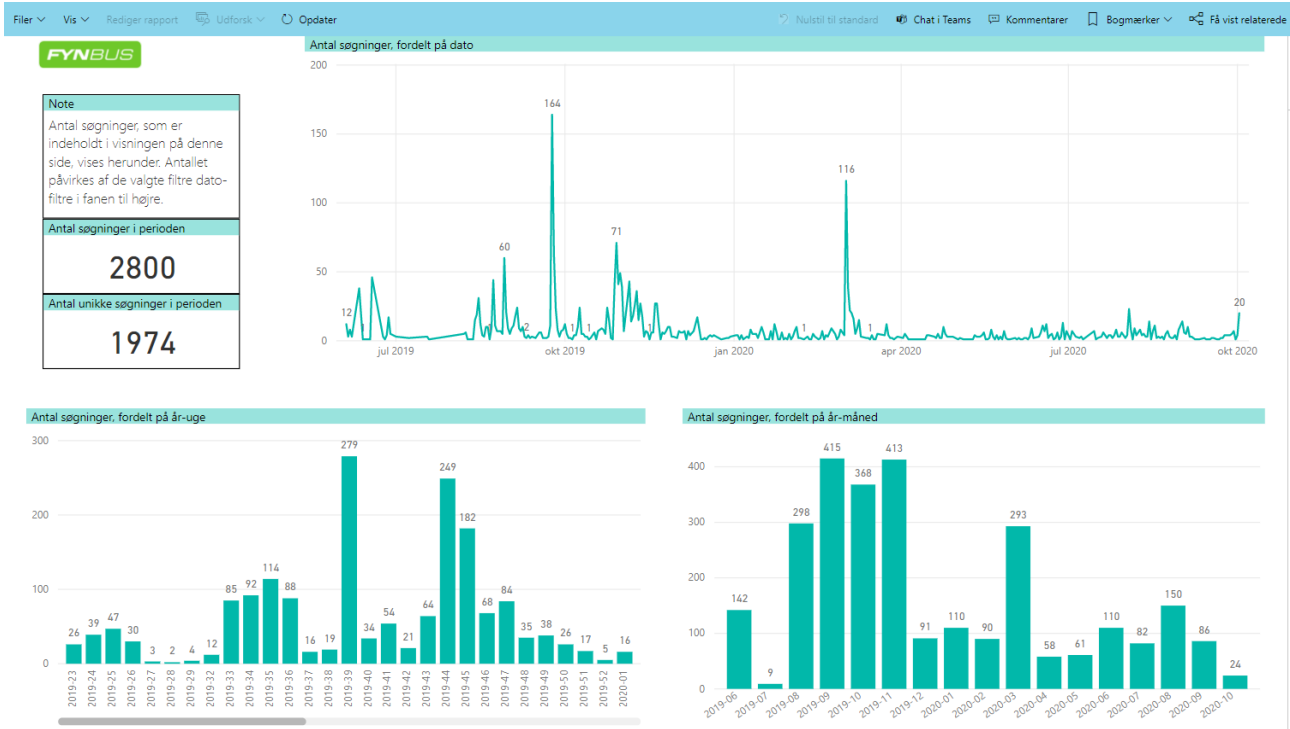
Rapporten præsenterer OD matrice, dvs. relationer i søgningerne - til og fra. Det er muligt at fokusere i rapporten og analysere konkrete områder (fx rejseformål eller hvor pendlere kommer fra). En anden mulighed i rapporten er et overblik over ratio bil til bus, som sammenligner transporttiden i bussen ift. transporttiden i bilen. Der vurderes, at potentielle kunder er villige til at bruge bussen, hvis transporttiden er under 1,5 gang længere end transport i bilen. De nuværende resultater i Pendlertjek viser, at i 1123 tilfælde var transporttiden i bussen under 1,5 gang længere end transport i bilen, samt i 1637 tilfælde var transporttiden i bussen ikke attraktiv ift. bilen. Dvs. at i knap 60% af søgningerne var bussen ikke attraktiv og konkurrencedygtig ift. bilen (se figur 6).

Under projektets periode blev Pendlertjek videreudviklet, og mange rettelser er blevet implementeret. Bilag 12 præsenterer listen over rettelser gennemført i Pendlertjek. FynBus Pendlertjek er et værktøj, som kan videreudvikles og bruges i større omfang. Indtil videre er FynBus Pendlertjek brugt i følgende projekter:

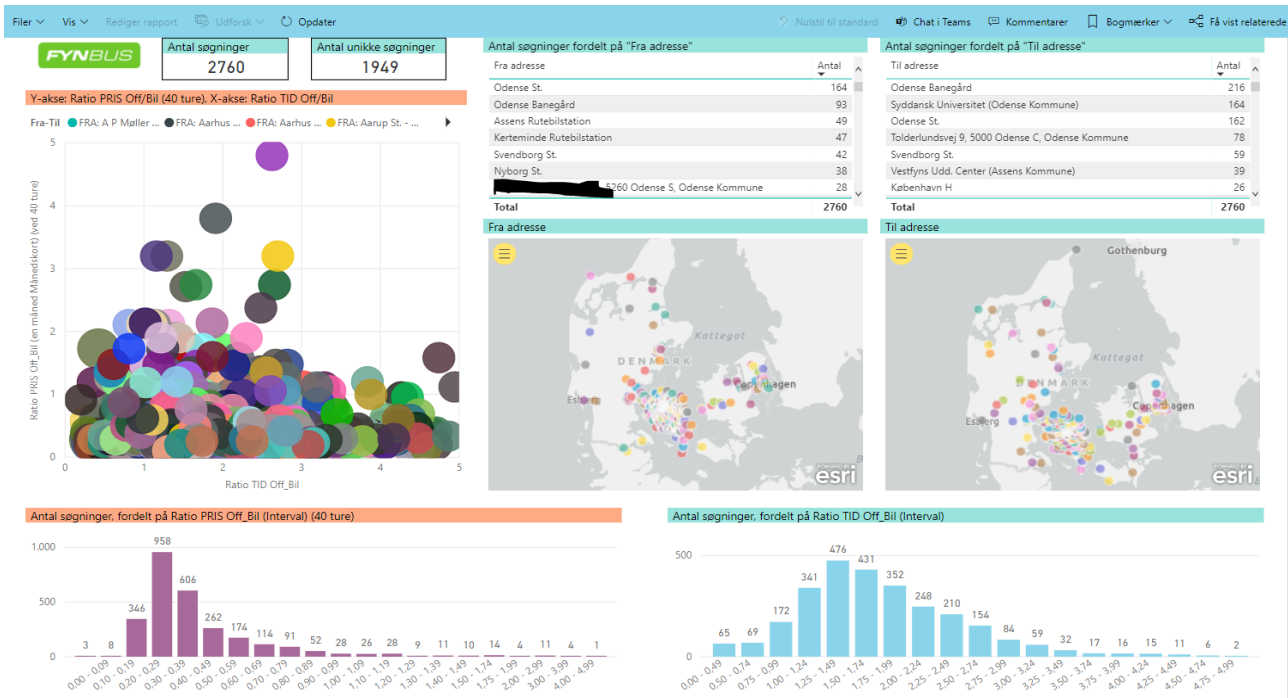
- Studerende fra bil til bus
- FynBusiness

- FynBus klimakampagne
- Samarbejde med Odense Kommune – Odense Cyklisternes By
- FynBus Kundeambassadørers infostand

Pendlertjek er originalt udviklet af Movia, og der er flere trafiksselskaber, som bruger systemet. Der er dannet ERFA-gruppe på tværs af trafiksselskaber, som mødes efter behov og diskuterer videreudvikling af Pendlertjek.



Figur 5 Rapport over antal søgninger i FynBus Pendlertjek, Power BI.



Figur 6 Rapport på baggrund af søgninger i FynBus Pendlertjek.

Samarbejde med uddannelsessteder

Projekt 'Studerende fra bil til bus' forudsætter et tæt samarbejde med uddannelsesinstitutioner. Samarbejdet er tilpasset til skolernes forespørgsel og behov. FynBus har samarbejdet med følgende skoler under projektet:

- **SDU**
 - Ca. 70 Medievidenskabsstuderende
 - Gæsteforelæsning
 - Der er blevet præsenteret 2 cases, de studerende kunne arbejde på som semesteropgave. To grupper har udarbejdet deres løsning til cases i samarbejde med Fynbus (FynBus har leveret data og vejledning), og de har præsenteret løsningen til FynBus.
 - 'SDU grøn transport' projekt 2020-21 – FynBus og SDU samarbejder på en række nudging tiltag, der skal implementeres på universitet som adfærdsinterventioner for at få flere ansatte og studerende til at vælge den grønne mobilitet



Figur 7 Gæsteforelæsning på SDU for ca. 70 medievidenskabsstuderende

- Ung Odense 2019/20 og 2020/21

- FynBus samarbejder med Ung Odense på valgfag: Bæredygtighed og Innovation
- Elever kommer til FynBus på virksomhedsbesøg
- Der blev præsenteret for 2 cases, de studerende kunne arbejde på i løbet af valgfaget (fra oktober til marts)
- Forløbet afsluttes med Idé Festival, hvor de studerende præsenterer deres projekter.
- FynBus deltog i forløbet to gange: oktober-marts 2019/20 og oktober-marts 2020/21, selve Idé Festival i marts 2020 er blevet aflyst pga. Coronasituationen.



Figur 8 Virksomhedsbesøg studerende fra Ung Odense hos FynBus, oktober 2019.

- Svendborg Gymnasium

- Præsentation af projekt til rektoren og et par lærere
- FynBus deltog i Innovationsuge
- Studerende deltog i markedsundersøgelse 'Studerende fra bil til bus' og arbejdede med resultaterne
- Der var 7 grupper, som udarbejdede 7 projekter

- De studerende præsenterede deres projekter for 4 dommere (2 fra Svendborg Gymnasium og 2 fra FynBus)
- 3 tilbagevendende temaer: tracking system, loyalitetsprogrammer, miljø
- **HF+VUC Fyn**
 - FynBus har i samarbejde med HF+VUC Fyn udarbejdet kampagne #frabiltilbus i forbindelse med afskaffelse af parkeringspladser ved skolen, samt daglige trængselsproblemer
 - Studerende deltog i markedsundersøgelsen 'Studerende fra bil til bus'
 - Der er blevet installeret infoskærm med realtid på skolen
 - Studerende modtog et nyhedsbrev med argumenter for at tage bussen fremfor bilen
 - På uddannelsesstedet blev der delt ud flyers
 - FynBus og HF+VUC Fyn har fokuseret på vidensdeling som input til FynBus Academy
 - Der er blevet gennemført ambassadørindsatser, hvor ambassadørerne var ud på skolen to gange med en infostand, har svaret på studerendes spørgsmål, samt gennemført en lykkehjul-konkurrence.



Figur 9 Ambassadørindsatser, samt flyer ud på HF+VUC Fyn.

- **Tietgen Business**
 - FynBus deltog i temadag
 - Oplæg med præsentation af projektet og introduktion af FynBus' videokonkurrence er blevet fremlagt for omkring 125 studerende
 - 5 klasser har i løbet af dagen arbejdet på at udarbejde videoer til FynBus
- **Det Blå Gymnasium**
 - Præsentation af projekt til rektoren og en lærer

- Samarbejde under udarbejdelse af FynBus Academy
- Sparring og feedback til undervisningsmaterialer
- Test af FynBus Academy
- Deltagelse i videoreklame af FynBus Academy
- **Nordfyns Efterskole**
 - En gruppe elever fra 10. klasse har arbejdet med deres obligatoriske selvvalgte opgave, hvor innovation og eksternt samarbejde med FynBus har været i fokus
 - Eleverne har arbejdet med et tema under FN's Verdensmål med udgangspunkt i en problemstilling fra FynBus (klimafokus og el-busser)
 - Eleverne har udarbejdet et projekt, som de har præsenteret for FynBus og deres skole under temadag

FynBus' videokonkurrence, som er beskrevet i en af de følgende kapitler, var også en form for samarbejde med skolerne. Studerende skulle under konkurrencen udarbejde videoer indenfor bestemte temaer, som FynBus fremover kan bruge til markedsføring. FynBus har præsenteret og promoveret konkurrencen for alle uddannelsesinstitutioner, samt relevante fritidsforeninger på Fyn (51 kontakter i alt). Kontakten til uddannelsesinstitutioner og fritidsforeninger var holdt på månedsbasis over et halvt år fra oktober 2019 til marts 2020. I konkurrencen deltog følgende institutioner:

- UCL
- FGU Fyn
- Svendborg Gymnasium
- HF+VUC Fyn
- Nordfyns Gymnasium
- Middelfart Gymnasium
- Tietgen Business
- OURE
- Fritidsgrupper

Udover det har FynBus været i kontakt med følgende:

- Middelfart Kommune ifm. potentielt samarbejde med Middelfart Gymnasium, som er blevet udsat pga. Coronasituationen.

- Skt. Knuds Gymnasium ifm. potentielt samarbejde og spørgsmål om FynBus Pendlertjek er tilgængelig efter afslutning og projektet.

8.2. Arbejdsområde 2: Fastholdelse af de unge kunder

SoMe-kampagne

FynBus har gennemført en Instagram-kampagne målrettet det unge kundesegment under projektet. FynBus har præsenteret 3 forskellige temaer på sin Instagramside:

- Miljø
- Fynbuspendlertjek.dk
- Trængsel/Parkeringspladser

Hvert tema har indeholdt 5 til 6 billeder eller videoer og har kørt over to uger. Hvert opslag (billede eller video + beskrivelse) har præsenteret noget indenfor temaerne.

Timing af kampagnen var planlagt til lige før og i starten af skoleåret 2019. Det er de perioder, hvor de studerende undersøger, om der er en god forbindelse til og fra skole og hvilket transportmiddel de skal benytte til og fra uddannelsesstedet. FynBus vil udnytte timing til at:

- promovere kollektiv trafik over for de unge
- præsentere argumenter for at vælge bus fremfor bil
- promovere FynBus Pendlertjek over for de unge
- fremme FynBus' image som det grønne (miljøvenlige) transportmiddel
- nudge de unge til at bruge bussen

De endelige datoer for en del af kampagnen er blevet påvirket af udfordringen med FynBus' fraskrivelse hos notar for at kunne promovere miljøbudskaber på FynBus SoMe-kanaler.

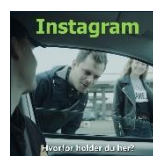
Kampagnen nåede frem og blev set af mange tusinde unge mennesker.

Figur 9 præsenterer indhold og effekter af Instagram-kampagne for Studerende fra bil til bus.

Bilags 13 og 14 præsenterer handlingsplan og rapport fra Instagram-kampagnen.

Tema 1: Miljø	Tema 2: Fynbuspendlertjek.dk	Tema 3: Trængsel/Parkeringspladser
Video: Klimaaftryk	Billede 1 Rejsetid	Billede 1 Trængsel på vejene
Billede 1 luftforurening	Billede 2 Pris	Billede 2 Fyldte parkeringspladser
Billede 2 Natur og Bus	Billede 3 CO ₂	Billede 3 Biler vs. Bus og cykel
Billede 3 Miljøvenlig bus	Billede 4 Sammenligning	Billede 4 Det er nemt at tage bussen
Billede 4 FN's verdensmål	Video: FynBuspendlertjek.dk	Video: Bus spiser biler
Billede 5 Busudvikling 1990-2019		Video: Svært at finde parkering ved skolen

Eksempler for opslag:



Eksposeringer: 43.575

Antal nåede personer: 25.079

Gå til website: 38

Likes: 200

Kommentar: 1

Forbrug: 820 kr.

Eksposeringer: 121.277

Antal nåede personer: 57.567

Gå til website: 419

Likes: 214

Kommentar: 14

Forbrug: 3.375 kr.

Eksposeringer: 219.425

Antal nåede personer: 101.302

Gå til website: 296

Likes: 298

Kommentar: 14

Forbrug: 5.625 kr.

Figur 10 Indhold og effekter af Instagram-kampagne for Studerende fra bil til.

Videokonkurrence for studerende

Beskrivelse

FynBus' videokonkurrence var et socialt projekt for klasser/studiegrupper. FynBus' videokonkurrence var lavet med udgangspunkt i, at studerende med et kamera i hånden kommer til at reflektere over, hvordan vi får flere studerende til at tage bussen i stedet for bilen.

For at deltage i videokonkurrencen skulle man være en klasse, studiegruppe eller fritidsgruppe, hvor alle deltagere er mellem 16 og 24 år. De unge skulle gerne være i gang med en ungdoms- eller videregående uddannelse, men det var dog ikke et krav.

FynBus anbefalede, at videoproduktionerne bliver gjort til et klasseprojekt, da præmierne i konkurrencen henvendte sig til større grupper. Der kunne maksimalt være 30 deltagere i én gruppe. Der var ingen begrænsninger på, hvor mange videoer de unge måtte indsende pr. tema.

FynBus' videokonkurrence er blevet afsluttet med en onlineafstemning. Vinderen af videokonkurrencen bliver offentliggjort på FynBus' Facebookside d. 22. juni.

Præmier

- Hovedpræmie: Partoutbilletter til Tinderbox 2021 til vindergruppen (maks. 30 personer). Hovedpræmiens værdi er på ca. 2000 kroner pr. person.
- Månedspræmie: 1 times underholdning i Bowl 'n' Funs Escape Rooms i Odense efterfulgt af fri buffet og sodavand/slush ice hos The Grill (maks. 30 personer). Månedspræmiens værdi er på 420 kroner pr. person.

De unge er blevet gjort opmærksomme på, at både hovedpræmien og månedspræmierne er indkomstskattepligtige.

Udvælgelse af vindervideoer

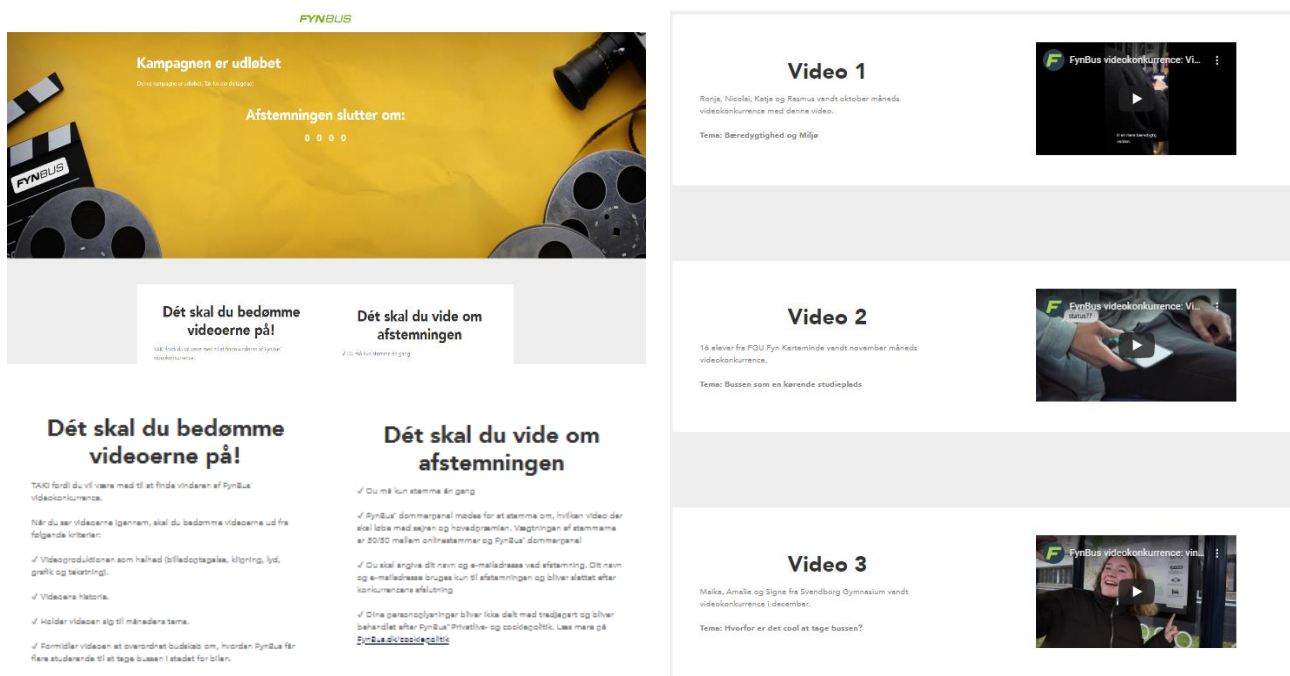
Et dommerpanel fra FynBus har hver måned udvalgt en vindergruppe, der i forhold til månedens tema har produceret den bedste video. Videoerne bliver bl.a. vurderet på:

- Videoproduktionen som helhed (billedoptagelse, klipning, lyd, grafik og tekstning)
- Videoens historie
- Holder videoen sig til månedens tema
- Formidler videoen et overordnet budskab om, hvordan FynBus får flere studerende til at tage bussen i stedet for bilen

Månedsvindergruppen er blevet offentliggjort på FynBus' Facebookside i anden uge af den efterfølgende måned og er herefter blevet kontaktet og har modtaget månedspræmien, der skulle nydes på allerede fastlagte datoer.

Efter konkurrencens afslutning blev alle månedstema-vindervideoerne (seks i alt) offentliggjort på FynBus' kampagnesite. Herefter skulle brugerne og FynBus' dommerpanel stemme om, hvilken månedstema-vindervideo der skulle løbe med sejren og hovedpræmien - partoutbilletter til Tinderbox 2021. Vægtningen af stemmerne var 50/50 mellem Facebookstemmer og FynBus' dommerpanel.

Onlineafstemningen løb i perioden fra den 18. maj til 31. maj 2020 på FynBus' kampagnesite tilgængelig under linket: fynbus.leadfamily.com/videokonkurrence



Figur 11 Screenshot af FynBus' kampagnesite med onlineafstemning af FynBus videokonkurrence.

Konkurrenceperiode og temaer

Med en kort video skulle de unge med udgangspunkt i månedens tema vise FynBus, hvordan FynBus får flere studerende til at tage bussen i skole frem for bilen. FynBus' videokonkurrence var gennemført i perioden oktober 2019 – marts 2020.

Måned	Tema
Oktober 2019	Bæredygtighed og Miljø

November 2019	Bussen som en kørende studieplads
December 2019	Hvorfor er det cool at tage bussen?
Januar 2020	Hvad bruger du din tid på i bussen?
Februar 2020	Hvordan får vi flere studerende til at tage bussen i stedet for bilen?
Marts 2020	Vis os dit bedste argument for at tage bussen frem for bilen

Tekniske krav til videoer og indsendelse

- Videoen måtte maksimalt vare 30 sekunder.
- Videoen skulle sendes til FynBus i .mp4-format og være i minimum Full HD-opløsning (1080p).
- Videoerne skulle sendes til konkurrence@fynbus.dk via tjenesten www.wetransfer.com eller lignende tjeneste, der kan håndtere store filer.
- Sammen med videoen skulle de unge anføre navne og kontaktoplysninger på alle dem, der har været med til at producere videoen. De anførte navne var også dem, der havde mulighed for at vinde præmierne.
- FynBus skulle modtage alle temavideoer senest den sidste dag i måneden kl. 23.59. Videoer modtaget efter dette tidspunkt var ikke med i konkurrencen.

Overdragelse af videoer til FynBus

Det var et ufravigeligt krav, at rettighederne til de indsendte videoer overgik til FynBus, når videoen var afsendt. FynBus har herefter ret til at redigere i videoerne eller bruge dem i deres helhed i markedsføringsøjemed.

Udlevering af præmier

Månedspræmierne er blevet sendt til vindergruppen pr. mail.

Hovedpræmievinderne blev kontaktet af FynBus, og gruppen kom forbi FynBus' Administration (Tolderlundsvej 9, 5000, Odense C), hvor formanden for dommerkomiteen holdt en kort tale efterfulgt af præmieoverrækkelse.

Datoer for indløsning af månedspræmier var følgende:

Måned	Tema	Indløsning af præmie hos Bowl 'n' Fun
Oktober 2019	Bæredygtighed og miljø	Fredag 22-11-2019 kl. 17-21
November 2019	Bussen som en kørende studieplads	Fredag 13-12-2019 kl. 17-20
December 2019	Hvorfor er det cool at tage bussen?	Fredag 24-01-2020 kl. 17-20

Januar 2020	Hvad bruger du din tid på i bussen?	Fredag 21-02-2020 kl. 17-20
Februar 2020	Hvordan får vi flere studerende til at tage bussen i stedet for bilen?	Aflyst pga. Coronasituationen
Marts 2020	Vis os dit bedste argument for at tage bussen frem for bilen	Fredag 13-08-2020 kl. 17-20 Ny dato pga. Coronasituationen

Ansatte hos FynBus kunne ikke deltage i konkurrencen.



Figur 12 Reception og udlevering af hovedpræmien i FynBus videokonkurrence, den 26. juni 2020.

Promovering af konkurrencen

FynBus har sendt præsentation af konkurrencen, samt promoveret konkurrencen for alle uddannelsesinstitutioner og relevante fritidsforeninger på Fyn (51 kontakter i alt).

Uddannelsesinstitutionerne og de relevante fritidsforeninger har modtaget både en officiel mail fra FynBus, samt et brev sendt med post indeholdende præsentation af konkurrencen og et par plakater, som skulle hænges op disse steder.

Kontakten til uddannelsesinstitutioner og fritidsforeninger var holdt på månedsbasis over halvårstid fra oktober 2019 til marts 2020. Officielle breve og mails til institutionerne er præsenteret i følgende bilag:

- Officiel(t) mail/brev med introduktion af FynBus' videokonkurrence i bilag 15 og 16
- Mail til månedsvindergrupper i bilag 17

- Mail til ikke-vindergrupper, men FynBus vil bruge deres video i bilag 18
- Mail til ikke-vindergrupper i bilag 18
- Månedlig promovning til af FynBus' videokonkurrence til uddannelsesinstitutioner og fritidsforeninger i bilag 19

Listen over uddannelsesinstitutioner og fritidsforeninger, som har modtaget informationen er præsenteret i bilag 20.

Plakaten, som var brugt til at promovere FynBus videokonkurrence, og som var synlig på mange uddannelsesinstitutioner og fritidsforeninger på Fyn er præsenteret i bilag 21.

Handlingsplan for konkurrencen og månedlig promovning er præsenteret i bilags 22 og 23.

Udover det har FynBus, i samarbejde med en ekstern partner, Instafilm, produceret en videoreklame af FynBus videokonkurrence, som præsenterede konceptet. Reklamen blev vist på følgende:

- Den officielle præsentation af konkurrencen blev sendt til alle uddannelsesinstitutioner og relevante fritidsforeninger på Fyn
- Vist på busskærme i valgte tidsperioder i perioden oktober 2019 – marts 2020
- Vist FynBus' Facebook-side og Instagram-profil, hvor konkurrencen var annonceret til den unge målgruppe på Fyn i perioden oktober 2019 – marts 2020

Månedsvindervideoer blev også brugt til at promovere konkurrencen på FynBus' Facebook-side.

Videoerne er beskrevet i følgende underkapitel. Alle videoer kan findes på fælles drev (FynBus server) under linket: V:\PAZ\Studerende fra bil til bus\Reklamevideoer

Videoer

I løbet af projektet blev der produceret følgende videoreklamer, som kan bruges fremover hos FynBus til markedsføring:

- FynBus Academy:
 - **FynBus Academy** – videoreklame med præsentation af konceptet målrettet uddannelsesinstitutioner – rektorerne og lærerne (produceret af Instafilm)
- FynBus Pendlertjek:
 - **Interview vedr. FynBus Pendlertjek** - videoreklame med præsentation af konceptet (produceret af Instafilm, købt gennem Edentic)
 - **Bus spiser biler** (produceret af Instafilm, købt gennem Edentic)
- SoMe-kampagne 'Studerende fra bil til bus'
 - **Klimaaftryk** (internt produceret hos FynBus)
 - **FynBus Undgå Trafik** (produceret af Instafilm)
 - **FynBus din tid i bussen** (ikke brugt indtil videre, produceret af Instafilm)
- FynBus videokonkurrence
 - **FynBus videokonkurrence** - videoreklame med præsentation af konceptet målrettet uddannelsesinstitutioner – studerende (produceret af Instafilm)
 - Månedsvindervideoer inden for følgende temaer (produceret af studerende):
 - **Bæredygtighed og Miljø** – en video fra UCL
 - **Bussen som en kørende studieplads** - en video fra Musisk og Kunstnerisk produktion, holdet fra FGUFYN Kerteminde
 - **Hvorfor er det cool at tage bussen?** - en video fra Svendborg Gymnasium
 - **Hvad bruger du din tid på i bussen?** - en video fra Musisk og Kunstnerisk Produktion, holdet fra FGU FYN Kerteminde
 - **Hvordan får vi flere studerende til at tage bussen i stedet for bilen?** en video fra HF & VUC FYN Odense
 - **Vis os dit bedste argument for at tage bussen frem for bilen** - en video fra Svendborg Gymnasium
 - Ikke-vindervideoer fra studerende valgt af dommerpanelet, som gode og brugbare (produceret af studerende):
 - **Bæredygtighed og Miljø** - en video fra Oure Efterskole
 - **Bussen som en kørende studieplads** - videoer fra Svendborg Gymnasium, Tietgen Business, og en fritidsgruppe

- **Hvorfor er det cool at tage bussen?** - en video fra Middelfart Gymnasium
- **Hvordan får vi flere studerende til at tage bussen i stedet for bilen?** – et par videoer fra Nordfyns Gymnasium

Alle videoer kan findes på fælles drev (FynBus server) under linket: V:\PAZ\Studerende fra bil til bus\Reklamevideoer

Undersøgelse af loyalitetsprogram

Formål

Under arbejdsområdet 2 'Fastholdelse af de unge kunder' blev en ny markedsundersøgelse gennemført med formål at undersøge:

- hvad der skal til for ikke at miste unge kunder, når de er færdige med deres uddannelse
- samt unges meninger om et eventuelt loyalitetsprogram

Metode

FynBus har undersøgt nye undersøgelsesmetoder og det var ønsket at afprøve en ny onlineundersøgelsesmetode med chat-bot, som ville appellere til det unge kundeselement. Der er blevet undersøgt følgende systemer for at afprøve en ny metode:

- Surveybot – efter konsultation med jurister blev systemet ikke anbefalet, da firmaet kommer fra USA og er GDPR-kompatibel, men ikke hører under europæiske GDPR-lovgivning
- SurveyMonkey – systemet kommer også fra USA, derfor blev det vurderet, at det ikke skal undersøges videre
- Opinion – FynBus har modtaget et tilbud, men leverandøren har selv trukket sig tilbage med en forklaring om, at deres system var ustabil og de er stoppet med at sælge ydelsen
- BotXO - FynBus har modtaget et tilbud, løsningen er ikke blevet valgt. Systemet er oprindeligt bygget til robot-chat-bots. Der er ikke rapporteringsmuligheder i systemet, dvs. man skal arbejde med dataset i Excel.
- LeadFamly – FynBus har haft abonnement til systemet ifm. et andet projekt i huset. Det er blevet afprøvet at sætte undersøgelsen op i systemet. Der opleves udfordringer ift. funktionalitet og rapporteringsmuligheder i systemet, da systemet ikke er oprindeligt bygget til at gennemføre markedsundersøgelser.

Det er blevet vurderet, at de undersøgte systemer ikke er tilstrækkelige for at gennemføre en markedsundersøgelse ift. GDPR-krav eller på grund af begrænset funktionalitet og rapporteringsmuligheder. Derfor blev det besluttet, at Analyzer, som FynBus har erfaring med, skulle bruges til at gennemføre undersøgelsen.

Resultater

Undersøgelsesresultaterne viser, at:

- 57% af de studerende anvender bussen til og fra deres uddannelsessted og 78% af dem er tilfredse med at bruge bussen
- over halvdelen kommer til at bruge bussen mindre, når de er færdige med deres uddannelse
- yderligere 6% af de unge vil stoppe med at bruge bussen, når de er færdige med deres uddannelse
- unge primært rejser med bybusser og regionalbusser (73%) og ikke med U-ruter (9%) til og fra deres uddannelsessted

Konklusioner fra undersøgelsen

Hovedkonklusioner omfatter:

- Studerende ændrer deres livsfase og frygter en stor prisstigning, samt kommenterer produktet.
 - o Det er et naturligt frafald, der opstår hos det unge kundesegment mellem ungdomsuddannelse og videregående uddannelse, samt efter de er færdige med deres videregående uddannelse. Deres liv ændrer sig, hermed deres rejsebehov – de flytter hjemmefra eller skifter bopæl, og så skifter de uddannelsessted eller starter på en ny arbejdsplads.
- Eventuelt loyalitetsprogram skal:
 - o bygges på et pointsystem og være tilgængeligt på en app
 - o byde på rabatter - til sine busrejser og til forlystelser
 - o samarbejdspartnere skal omfatte: biografer, populære caféer (McDonald's, Storms Pakhus), butikkerne og eventuelt oplevelser.
- Man skal være opmærksom på, at loyalitetsprogram ikke direkte kan omregnes til flere passagerer eller til 'ikke-mistede' passagerer.

Anbefalinger fra undersøgelsen

Et eventuelt loyalitetsprogram skal inkludere:

- kommunikationskanal til dem, som er i risikogruppen
- mulighed for at have sin rejsehjemmel i samme app
- tjene public-service formål, dvs. positiv virkning på holdninger (miljøbudskaber)
- undgåelse af stor prisstigning for unge, mens de har lave indkomster og andre prioriteter
- forbedringer/tilføjelser til busproduktet (busdækning/afgangstider)

Grunde bagved loyalitetsprogram: kundernes tilfredshed, 'add-on oplevelse' faktor, kommunikationskanal med de unge, motivationsfaktor til flere rejser.

Fuld rapport fra undersøgelsen med beskrivelse af resultater, konklusioner og anbefalinger er præsenteret i bilag 24.

9. Fase 3: Politisk fokus: Unges adfærd og transportvaner på den politiske agenda

Projektets formål er en politisk og samfundsmæssig debat om hvordan adfærden hos de unge kan ændres.

For at opnå formålet har Fynbus i fase 3 af projektet arbejdet med at få unges adfærd og transportvaner på den politiske agenda. Politisk og samfundsmæssig debat med fokus på unges transportadfærd og syn på klima og mobilitet er blevet aktiveret blandt relevante myndigheder og medier.

FynBus ønskede at afslutte projektet med et stort debatpanel med relevante repræsentanter fra forskellige interessentgrupper og en mediapartner på debatten, men planerne er blevet aflyst pga. af Coronasituationen.

Planerne for den politiske debat har inkluderet fokus på samarbejde med media og myndigheder.

I forhold til media har FynBus defineret en prioriteringsliste for at finde en mediapartner på debatten:

- **Prioritet 1: DR**

Fynbus var i kontakt med DR i slutningen af 2019 for at høre om de ville være interesseret i at samarbejde på emnet og lave en politisk debat. DR Fyn havde ikke interesse for emnet i denne periode og ville kunne se på mulighederne i det nye år, samt har tilbagemeldt, at radioprogrammet på P1 "Public Service" vil kunne tage emnet med i et program og det skulle vendes på redaktionsmøde.

- **Prioritet 2: TV2 Fyn, samt Ungdoms Redaktion**

FynBus har overvejet to muligheder:

- Hvis TV2 Fyn og Ungdoms Redaktion vil være interesserede i emnet, så vil de kunne drøfte det efter DR.
- Eller hvis DR ikke har interesse i at samarbejde og tage emnet op, så kan TV2 få tilbud om at tage emnet.

- **Prioritet 3: Dansk Industri og presse**

Dansk Industri havde interesse i og havde tilbudt at hjælpe med at drøfte emnet. De ville kunne hjælpe med at få dækket emnet gennem pressen. FynBus har besluttet først at prøve at dække emnet i de digitale media (radio og/eller TV) og bagefter i aviser.

I forhold til myndighederne har FynBus gennemført følgende:

- Transportministeriet, og transportminister Benny Engelbrecht:

- FynBus var i kontakt med Transportministeriet til et par faglige arrangementer, hvor projektet blev nævnt for transportministeren og hans medarbejder. Rapporten, samt præsentationen af projektet, blev sendt til ministeriet – både til ministeren og medarbejderen.
- Region Syddanmark:
 - FynBus har præsenteret projektet og resultaterne til Udvalget for Regional Udvikling hos Region Syddanmark. Projektet blev positivt modtaget af politikerne fra Udvalget. De har fundet emnet relevant, samt kort har diskuteret det under udvalgs mødet.

Projektet blev præsenteret og omtalt på forskellige fora (beskrevet i følgende kapitel 9.1), præsenteret og diskuteret på forskellige uddannelsesinstitutioner, samt drøftet med et par kommuner, og beskrevet i presseomtaler. Sidst men ikke mindst er projektet 'Studerende fra bil til bus' nået frem til Transportministeriet, derfor vurderer FynBus, at projektets formål med at drøfte den politiske og samfundsmæssige debat med fokus på unges transportadfærd er delvis nået. Arbejdet med emnet skal fortsættes.

Studerende i politisk fokus













Public service

P1s daglige program, der bringer døgnetts aktuelle historier et skridt videre. Vært Jesper Borup vil sammen med lytterne lede efter gode ideer og løsninger på problemer i hele Danmark. Får du selv en idé, mens du lytter til programmet, så send den til publicservice@dr.dk [VIS MINDRE](#)

P1 NYHEDER & AKTUALITET

 FØLG SERIE

Figur 13 Potentielle samarbejdspartnere ift. unges adfærd og transportvaner på den politiske agenda.

9.1. Projektet på fora

Projektet er blevet præsenteret på følgende fora:

- Konferencer:
 - Trafikdage 2019
 - TØF 2019
 - Kundetilfredsheds konference 2019
 - Trafikdage 2020 aflyst pga. Coronasituationen
- I forbindelse med projektets fase 3 'Unge adfærd og transportvaner på den politiske agenda':
 - Udvalgsmøde Region Syddanmark
- I forbindelse med samarbejde med andre trafikkselskaber:
 - ERFA-gruppe for kundeambassadører
 - Movia
 - Sydtrafik
- Andet:
 - Mobilitetsnetværksmøde

Projektet blev nævnt i pressen i forbindelse med:

- Afslutning af FynBus' videokonkurrence. Tilgængelig under linket: <https://fyens.dk/artikel/vinderen-af-fynbus-videokonkurrence-er-fundet>
- Lancering af FynBus Pendlertjek. Tilgængelig under linket: <https://migogodense.dk/derfor-boer-du-tage-bussen-fynbus-lancerer-ny-tjeneste/>
- Resultater fra markedsundersøgelsen. Tilgængelig under linket: <https://www.kollektivtrafik.dk/trafikkselskab-har-set-pog229-studerendes-rejser-fra-bil-til-bus/914>

FynBus har bevidst ventet med media og presse i forbindelse med projektet pga. planer om den store politisk debat i fase 3 af projektet '**Unge adfærd og transportvaner på den politiske agenda.**'

Rapporter udarbejdet under projektet, samt præsentation af projektet er offentliggjort på FynBus hjemmeside under linket:

<https://www.fynbus.dk/rapporter-og-praesentationer>

10. Effektmåling

Da projektets formål er svært at måle på (en politisk og samfundsmæssig debat om hvordan adfærden hos de unge kan ændres), blev der indført forskellige effektmålingsmetoder til de enkelte projektdelen. Der er blevet overvåget antal søgninger, samt resultater fra FynBus' Pendlertjek. Der er blevet udarbejdet en række makroøkonomiske/demografiske data, samt data baseret på FynBus' bus- og billetdata rapporter i Power BI. Der er blevet gennemført en dataanalyse ift. det unge kundesegment og sidst men ikke mindst er der blevet overvåget forskellige faktorer på SoMe kanaler (eksponeringer (antal visninger i alt), antal nåede personer, gå til website, antal likes, antal kommentarer).

Der er blevet udarbejdet følgende rapporter i FynBus' Power BI under projektet, som kan bruges fremover mht. det unge kundesegment:

- Rapport over Pendlertjeks resultater (præsenteret i kapitel 8.1)
- Befolkning og Uddannelse (Danmarks Statistik):
 - o Befolkning (realiseret og prognose) per år (præsenteret i bilag 25)
 - o Elevtal per institution (præsenteret i bilag 26)
 - o Elevtal (elevens bopælsområde) (præsenteret i bilag 27)
 - o Elevtal (institutionens beliggenhed) (præsenteret i bilag 28)
- Brug af Ungdomskort:
 - o Ungdomskort – Måneder (præsenteret i bilag 29)
 - o Ungdomskort – Stoppested og tid (præsenteret i bilag 30)
 - o Ungdomskort – Ruter (præsenteret i bilag 31)
 - o Ungdomskort – Unikke kort 1 (præsenteret i bilag 32)
 - o Ungdomskort – Unikke kort 2 (præsenteret i bilag 33)
- Solgte kortdage – Ungdomskort:
 - o Gyldighedsdatoer delt ud på gyldige måneder (præsenteret i bilag 34)
 - o Gyldighedsdatoer fordelt på første gyldighedsmåned (præsenteret i bilag 35)

10.1. Dataanalyse af det unge kundesegment

FynBus har gennemført en dataanalyse af det unge kundesegment. Ud fra dataanalysen ift. det unge kundesegment (2018-2019). fremgår det, at:

- FynBus har fået 9% flere unikke kunder fra 2018 til 2019

- Unge rejser mindre, men ikke så markant:
 - de unge kunder rejser mindre med bussen og det reelle fald i antal unge passagerer er på 1,1 %
 - der er en passagerstigning på 35% på andre produkter end Ungdomskort
- Der observeres frafald på Ungdomskortet:
 - Antal unikke kunder med Ungdomskort er faldet med 6,6%
 - Antal passagerer med Ungdomskort er faldet med 8,7 %
 - Ungdomskort-passagerer udgør 80 % af alle unge passagerer i 2019
- FynBus har en stor markedsandel:
 - FynBus' markedsandel er 85% i forholdt til antal elever/studerende 16-25 år
 - FynBus' markedsandel udgør 55% af hele det unge kundesegment

Fuld rapport fra dataanalysen af det unge kundesegment er præsenteret i bilag 36.

11. Budget

FynBus havde et budget på 450.000 kr. til projektet.:

- 150.000 kr. inkl. moms til udvikling af undervisningspakken, hvoraf størsteparten vedrører implementering af en fynsk version af pendlertjek.
- 300.000 kr. inkl. moms til gennemførelse af kampagne. Udgifterne vil primært gå til annoncering, videoproduktion, supplerende markedsanalyser og præmier.

Under projektet er der blevet brugt 336.012,39 kr. faktureret på projektets budget.

Budget Del 1	Beløb	Budget	Tilbage	År 2019	År 2020	Notat
Pendlertjek	136.785,00			101.800,00	34.985,00	
FynBus Academy	5.665,00			5.665,00		betalt af KOMM budget
Konferencer (Trafikdage, TØF)	6.553,00			5.121,00	1.432,00	heri hotel i Aalborg betalt af UDD konto (1.065 kr.)
SUM	149.003,00	150.000,00	997,00	112.586,00	36.417,00	

Budget Del 2	Beløb	Budget	Tilbage	År 2019	År 2020	Notat
Temabaseret Instagram kampagne målrettet mod ungesegmentet	32.894,84			32.894,84		heri annoncering betalt af KOMM konto (8.389,90 kr.)
Gennemføre en konkurrence, hvor studerende skal lave en video	136.975,52			134.392,25	2.583,27	heri annoncering betalt af KOMM konto (3.682,52 kr.)
Promovering af FynBus Academy	23.796,25				23.796,25	heri biografbilletter betalt af KOMM konto (2.800 kr.)
Andet	19.313,95			19.313,95		heri SoMe konference 2019 betalt af UDD konto (4.368,75 kr.)
SUM	212.980,56	300.000,00	87.019,44	186.601,04	26.379,52	

Budget i alt	Beløb	Budget	Tilbage	År 2019	År 2020
SUM	361.983,56	450.000,00	88.016,44	299.187,04	62.796,52

SUM i konto 'Målstyret
Markedsføring- Ungdomsuddannelse' 336.012,39

Figur 14 Oversigt over projektets budget.

Bilag 37 præsenterer fuldt oversigt over projektets budget og udgifter.

Bilag

Bilag 1 Projektbeskrivelse udarbejdet i juni 2018.

Studerende fra bil til bus

Projektbeskrivelse

Dato: 18-06-18

Sidste opdatering: 15-10-18, PAZ

<p>Projekt</p> <p>'Studerende fra bil til bus' - Markedsindsats til at motivere de studerende til at tage bussen</p>
<p>Formål med projektet</p> <p>Fase 1: Formålet er at tilvejebringe fakta om studerendes trafikvaner via dialog og undersøgelse af adfærd og behov. Datagrundlaget vil kunne medvirke som baggrund for debat og metodeudvikling. Efterfølgende og ud fra analysens konklusioner kommer fase 2 og 3. Fase 2 består af planlægning af debat, markedsindsats og study cases, deri konsultationer med 'advisory board' (embedsmænd, cityforening, erhverv (iværksætttermiljø), rektorer og politikere). Fase 3 er de konkrete aktiviteter og debat.</p>
<p>Projektets målgrupper</p> <p>Gymnasiale uddannelser, SDU, HF+VUC Fyn</p>
<p>Beskrivelse</p> <p>Prognosen siger, at antallet af biler fortsat vil være voksende i fremtiden og der forudsiges en samlet vækst i den indenlandske personbiltrafik på 16 % i 2030 (i f.t. 2015) (Mobilitet for fremtiden, marts 2018). Det fører til samfundsmæssige og miljømæssige konsekvenser, mere trafikerede veje, øget trængsel og problemer med at finde parkeringspladser. Specielt de centrale dele af de større byer som Odense forventes over de næste 10-15 år at opleve væsentlige udfordringer. For at imødegå denne udvikling er det afgørende, at den kollektive trafik i specielt disse områder øger markedsandelen af trafikarbejdet markant. I Odense vil implementering af letbanen understøtte denne udvikling, men busdriften spiller fortsat også en meget stor rolle i at opnå dette.</p> <p>Hvad skal der til for at ændre adfærden og dermed flytte transportarbejde fra bil til bus?</p>

I projektet er der fokus på studerende og uddannelsessøgende. For det første har de typisk en god busbetjening til deres uddannelsessted og for det andet er der typisk udfordringer med overbelagte parkeringsarealer ved skolerne.

For unge mennesker er det typisk et ønske at skifte fra den offentlige transport til selv at køre bil, så snart de får kørekort. De har ikke de økonomiske styrker til at købe, drifte og vedligeholde bilerne, derfor er det oftest forældrene, som kommer til at betale for det. De unge menneskers adfærd og transportvaner er en udfordring på landsplan og direkte over trængselsproblemer på parkeringspladser ved skolerne.

Til at kunne påvirke og ændre de studerendes adfærd skal man først forstå, hvad og hvordan de tænker. Her opstår et behov for en markedsanalyse – en undersøgelse af de studerendes adfærd som vil fremlægge og forklare deres holdninger og transportvaner, og en undersøgelse af konkrete behov, der dermed kan sammenstilles med de konkrete tilbud. Der vil medfølge en produktvurdering, som vil hjælpe til at fastslå deres beslutninger i transportvalg og besvare de spørgsmål, om der er en chance, og hvordan vi kan påvirke deres adfærd.

Bæredygtighed er et af de argumenter, som kommunen lægger mest vægt på, og derfor vil bæredygtighed med fokus på miljø være en uadskillelig del af analysen.

Som output af analysen forventes der en simpel kortlægning om de studerendes adfærd dvs. fakta og argumenter som kan danne baggrund for politisk samfundsmæssig drøftelse af, hvordan adfærden kan ændres.

De argumenter og budskaber, som kan bruges til bussernes fordel, er – økonomi, miljø, sundhed, fremkommelighed og tidsforbrug.

Analysen forudsætter involvering af de studerende og skal ske i tæt samarbejde med uddannelsesstederne.

Nødvendige oplysninger

- Hvor stort er segmentet?
- Hvor stort potentiale er i målgruppen?
- Hvad er deres karakteristik og adfærdsprofil (til kortlægning)?
- Hvad bruger de ellers bilen til? Hvem betaler for bilen?
- Hvilke argumenter vil overbevise dem?
- Hvad er deres miljøholdninger og bevidsthed?
- Hvornår skal vi tage fat på målgruppen?

Grundlæggende data om målgruppen:

- Alder
- Bilejerskab
- Indkomst
- Har de familie, børn?
- Hvor de bor – by, provinsby, landsby?
- Motivations niveau

Skal forældrene involveres, og hvis ja, hvordan skal forældrene involveres?

Kilde til data
Markedsanalyse

Pilotprojekt (Fase1)
HF + VUC Fyn, Det Blå Gymnasium (Glamsbjerg), Svendborg Gymnasium

Forventet ressourceforbrug
Tryk af plakater og/eller andre materialer, Finansiering af eventuelle præmier

Handlingsplan – aktiviteter (pilotprojekt)	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1. Markedsanalyse, Unge – Desk-Research							X					
2. Markedsanalyse, Unge – Forberedelse spørgeskema								X → x				
3. Aftale med HF + VUC Fyn								X → x				
4. Markedsanalyse, Unge – Spørgeskemaundersøgelse i skolen – PAZ + ?									O → o			
5. Markedsanalyse, Unge – Analyse og Rapport										X		X
6. Planlægning af fase 2										X	X	
7. Planlægning af 'advisory board' – JGH, MBK												X
Planlagt projektafslutning og evaluering												

Projektgruppe: PAZ, KLA, LHN, MLP, MJE, SNOE, HOS
Styregruppe: CH, JGH, MBK, AMO
Projektleder: PAZ

Bilag 2 Beskrivelse af projektets 3 faser udarbejdet i oktober 2018.

Studerende fra bil til bus

Formål med projektet – beskrivelse af de 3 faser

Dato: 14-09-18

Sidste opdatering: 15-10-18, PAZ

Fase 1:

Formålet med fase 1 er at gennemføre en markedsanalyse i det kundesegment, som omfatter studerende på de gymnasiale og videregående uddannelser. Markedsanalysen består af et spørgeskema, som har til formål at undersøge de studerendes adfærd, transportvaner og behov. Resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen vil blive brugt som baggrundsmateriale for en analyse af de unges adfærd og hjælpe med at forklare, hvad og hvordan de studerende tænker.

Selve spørgeskemaet består af følgende dele: kort beskrivelse af formålet, grundprofil, transportvaner, produktvurdering (cykel vs bil vs bus), vurdering af de argumenter, som kan bruges til bussernes fordel og generelle spørgsmål, som giver mulighed for en åben besvarelse.

I første omgang skal spørgeskemaet gennemføres på tre uddannelsessteder (HF + VUC Fyn i Odense, Det Blå Gymnasium i Glamsbjerg og Svendborg Gymnasium). Undersøgelsen gennemføres som pilotprojekter for at samle erfaringer, vurdere præcision af spørgeskemaet og give grundlag til metodeudvikling. Undersøgelsen laves i et samarbejde mellem FynBus og de ovennævnte uddannelsessteder.

Markedsanalysen skal afsluttes med en rapport, som beskriver undersøgelsens konklusioner.

Fase 2:

Fase 2 består af planlægning af en politisk debat og markedsindsats, deri konsultationer med et rådgiverpanel.

JGH og MBK står for at danne rådgiverpanelet. Følgende grupper/organisationer skal være repræsenteret i panelet: embedsmænd, cityforening, erhverv (iværksætttermiljø), rektorer, politikere og repræsentanter for studenterhuset.

Formålet med debatten er at diskutere analysens resultater bredt for at vække opmærksomheden og øge politikernes interesse for unges transportvaner og dens påvirkning på trafikken og øget trængsel, samt de samfundsmæssige og miljømæssige konsekvenser.

Markedsindsatsen vil bestå af forskellige aktiviteter, som har til formål at markedsføre FynBus overfor det unge markedssegment. De forskellige aktiviteter kan indeholde marketingkampagner, annonceringer og aktioner, hvor kundeambassadørerne kommer i direkte kontakt med de studerende.

Udover det vil FynBus udarbejde undervisningsmateriale i form af 'study cases', som kan bruges af skolelærere i økonomi-, samfunds- eller andre fag. Study cases består af fx beregningsopgaver med fokus på økonomiske data (beregning af biludgifter og sammenligning med pris af busbilletter) eller miljødata (besparelse af CO2 i kg ved at tage bussen). Desuden kan studerende få adgang til resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen, hvor de selv kan bearbejde data og komme med konklusioner, samt løfte en debat baseret på resultaterne.

Fase 3:

Formålet med fase 3 er udarbejdelse og gennemførelse af konkrete markedsindsatser og debat.

Bilag 3 Handlingsplan 2019/20: Studerende fra bil til bus.

Handlingsplan 2019/20: Studerende fra bil til bus

FYNBUS

Dato: 20-01-19
Sidste opdatering: 07/09/20, PAZ

Studerende fra bil til bus	Ja	Fe	M	Aj	M	Ju	Ju	At	Se	OI	Nt	De	Ja	Fe	M	Aj	M	Ju	Ju	At	Se
Fase 1: Markedsanalyse af det unge kundesegment																					
Rapport fra undersøgelsen					x✓	x✓	x✓	x✓													
Grafik - forsiden af rapporten									x✓												
Effektmåling af projektet																					
Rapport over udvikling af tal af unge						x✓	x✓	x✓													
Rapport over Ungdomskort og U-ruter						x✓															
Rapport Pendlertjek										x✓	x✓										
Rapport Studerende fra bil til bus i Power BI										x✓	x✓										
Fase 2: Arbejde med det unge kundesegment																					
Arbudsområde 1: Adfærd og opdragelse																					
Kursus nudging						x✓															
FynBus Academy (Undervisningsmaterialer og folder med tilbud til uddannelsessteder):																					
Kocept			x✓	x✓	x✓	x✓															
Indledning og formål						x✓															
Folder med FynBus tilbud: Initiativer, der fremhæver argumenter for at vælge bussen fremfor bilen																					
FynBus' undervisningsmaterialer*						x✓															
FynBus' deltagelse i temaugne						x✓															
FynBus' deltagelse i debatpanel ud på skolerne						x✓															
FynBus' ambassadørbesøg						x✓															
FynBus' deltagelse i konkurrencer						x✓															
Trafikinformation til infokærme (link til realtid)						x✓	x✓					x✓									
'Kom med din idé'						x✓															
Sproglig redagering												x✓	x✓								
Grafiskdesign af folderen												x✓	x✓	x✓							
*Undervisningsmaterialer til uddannelsessteder																					
Fynbuspendlertjek.dk			x✓	x✓	x✓	x✓	x✓	x✓	x✓	x✓											
Study case: Beregnings opgaver (CO2 og DKK)																					
Unge Viser Vej - Læringsforløb fra Movia																					
Arbejde med data fra undersøgelsen																					
Sproglig redagering																					
Grafiskdesign af undervisningsmaterialer																					
FynBus Academy: Lancering af undervisningsmaterialerne på FynBus' website																					
FynBus Academy: Udgivelse af trykt undervisningsmaterialer																					
Tæt samarbejde med gymnasiale, videregående og andreuddannelsessteder:																					
HF+VUC Fyn			x✓																		
Det Blå Gymnasium			x✓																		
Svendborg Gymnasium																					
UCL																					
SDE																					
Skt. Knuds Gymnasium																					
Andre skoler																					
Initiativer, der fremhæver argumenter for at vælge bussen fremfor bilen (ud fra undersøgelsesresultater), og arbejde med FynBus-produktets enkelhed og tilgængelighed																					
HF+VUC Fyn kampagne #frabiltibus			x✓																		
Arbudsområde 2: Fastholdelse af de unge kunder																					
Markedsanalyse for at undersøge, hvad skal der til for at ikke miste kunder fra det unge kundesegment, når de er færdige med deres uddannelse																					
Forberedelse af spørgeskema			x✓	x✓																	
Undersøgelse af potentielle leverandører + udvælgelse																					
Udnyttelse af programmet																					
Spørgeskemaundersøgelse 'goes live'																					
Analyse og Rapport																					
Evt. udvikling af et loyalitetsprogram for den unge målgruppe																					
Gennemføre en konkurrence, hvor studerende skal lave en video																					
Temabaseret Instagram kampagne målrettet mod ungesegmentet																					
Fase 3: Unge adfærd og transportvaner på den politiske agenda																					
Samarbejde med Region Syddanmark			x✓	x✓	x✓	x✓	x✓	x✓	x✓												
Trafikdage 2019																					
TØF 2019																					
Konferencen om kundetilfredshed 2019																					
Trafikdage 2020																					
Planlægning af indsatser - den politiske fokus																					
Relevante parter research																					
Den store politiske diskussion:																					
Samarbejde med medierne: DR (evt. p2 TV Fyn, p3 Dansk Industri)																					
Samarbejde/Dialog med myndighederne Region Syddanmark og Transportministeriet																					
Pressemeddelelser																					
Planlægning af debat																					
Gennemførelse af debat																					
Kommunikationsplan																					
Del 1: Op til evt. koferance																					
Onsdagsmøde - oplæg projektpræsentation																					
Onsdagsmøde - oplæg Pendlertjek																					
FUP																					
Mail med info om Pendlertjek til FynBus Kundecenter																					
Del 2: Spredt budskab om FynBus Academy																					
Kontakt skoler med info om vores tilbud og undervisningsmaterialer																					
Del 2: Spredt budskab om FynBus videokonkurrence																					
Kontakt skoler med info om vores videokonkurrence																					
Styregruppemøder																					
Projektgruppemøder																					
Effektmåling og rapportering																					
Dataanalyse af det unge kundesegment																					
Projektaf rapportering																					

påvirket af Corona-krise



Indholdsfortegnelse

1. Forord	56
2. Resumé	56
3. Konklusioner og anbefalinger	58
3.1 Konklusion	58
3.2 Anbefalinger	61
4. Resultater	63
4.1 Valg af transportmiddel	63
4.2 Brug af billettyper	64
4.3 Betydning af kørekort til bil	64
4.4 Betydning af afstand og rejsetid til uddannelsesstedet	64
4.5 Timing og informationsbehov	67
4.6 Tilfredshed med transportmiddel	67
4.7 Vurdering af Trafikinformation	70
4.8 Villighed til at skifte transportmiddel	70
4.9 Betydning af klima	71
4.10 Sammenligning af transportmidler	72
5. Om undersøgelsen	74
5.1 Metodebeskrivelse	74
5.2 Om deltagerne i undersøgelsen	74
5.3 Målgruppen – makrodata	75
6. Om rapporten	77
Bilag 1 Spørgeskema med svarfordeling	78
Bilag 2 Åbne spørgsmål	94

1. Forord

Prognosen siger, at antallet af biler fortsat vil være voksende i fremtiden, og der forudsiges en samlet vækst i den indenlandske personbiltrafik på 16 % og 61 % mere tid i trængsel i hele Danmark og 149 % mere tid i trængsel i centrum af de 4 største byer i perioden 2015-2030². Det fører til samfundsmæssige og miljømæssige konsekvenser, mere trafikerede veje og problemer med at finde parkeringspladser. Specielt de centrale dele af de større byer som Odense forventes over de næste 10-15 år at opleve væsentlige udfordringer. For at imødegå denne udvikling er det afgørende, at den kollektive trafik i specielt disse områder øger markedsandelen markant. I Odense vil implementering af letbanen understøtte denne udvikling, men busdriften spiller fortsat også en meget stor rolle i at opnå dette.

I projektet "Studerende fra bil til bus" er der primært fokus på uddannelsessøgende på gymnasiale- og erhvervsfaglige ungdomsuddannelser og sekundært fokus på studerende på videregående uddannelser, det vil sige gruppen af 16-19 årige og delvist gruppen af 20-24 årige. I projektet er den samlede målgruppe omtalt som studerende.

For studerende er det typisk et ønske at skifte fra den offentlige transport til selv at køre bil, så snart de får kørekort. De har ikke de økonomiske styrker til at købe, drifte og vedligeholde bilerne, derfor er det oftest forældrene, som helt eller delvist kommer til at betale for det. På trods af at de studerende typisk har en god og målrettet busbetjening til deres uddannelsessted, er deres adfærd og transportvaner en udfordring på landsplan og medfører blandt andet til øget kørsel i bil og trængselsproblemer på parkeringspladser ved uddannelsesstederne.

For at kunne påvirke og ændre de studerendes adfærd skal man først forstå, hvad og hvordan de tænker. Her opstår et behov for en markedsanalyse – en undersøgelse af de unges adfærd som vil afdække og forklare deres holdninger og transportvaner, og en undersøgelse af konkrete behov, der dermed kan sammenstilles med de konkrete tilbud. Det er afgørende at få afklaret om de studerendes transportadfærd kan påvirkes og hvordan man i givet fald kan påvirke deres adfærd.

Bæredygtighed og miljø er nogle af de argumenter, som ligger højt på den politiske dagsorden for tiden, og derfor vil bæredygtighed med fokus på miljø være en uadskillelig del af projektet. Projektet understøtter FN's verdensmål for klimaindsats, som indgår i udviklingsdagsordenen for bæredygtig udvikling frem mod 2030³.

2. Resumé

FynBus har i efteråret 2018 gennemført fase 1 af projekt "Studerende fra bil til bus", hvor det unge kundesegments transportvaner og holdninger er undersøgt i en grundig markedsanalyse blandt især de gymnasiale studerende.

² Mobilitet for fremtiden, marts 2018

³ [De Globale Mål](#), FN topmødet, september 2015

Der er foretaget en kortlægning af de uddannelsessøgendes transportadfærd dvs. fakta og argumenter som kan danne baggrund for politisk samfundsmæssig drøftelse af, hvordan adfærden kan ændres til at flytte mere af transport fra bil til bus.

De argumenter og budskaber, som kan bruges til bussernes fordel, er – økonomi, miljø, sundhed, fremkommelighed og tidsforbrug.

Af undersøgelsen fremgår det bl.a., at godt halvdelen af de studerende benytter bus til og fra uddannelse, mens næsten hver fjerde studerende kører alene i bil. I samme undersøgelse vurderer flertallet, at bussen har et overvejende dårligt image sammenlignet med eksempelvis bus og cykel. Fire ud af fem vurderer ligeledes, at bussen er en dyr transportform. Flertallet angiver, at de er meget bekymrede for klimaet, men over halvdelen mener ikke, at de skåner miljøet ved at benytte bus til og fra uddannelse.

Projektet har som hovedformål at skabe en politisk og samfundsmæssig debat om de studerendes transportadfærd, og hvad skal der til for at ændre adfærden og dermed flytte transportarbejde fra bil til bus?

Der skal derfor arbejdes med at informere de unge omkring blandt andet økonomien både i forhold til bil og bus. Derudover er det vigtigt at oplyse de unge, som er meget opmærksomme på miljøet, om hvilken effekt det har på miljøet, når så mange unge bruger bil til deres uddannelsessted. Det vurderes også at være væsentligt at inddrage de unges forældre i denne drøftelse, da det oftest er forældrene, der stiller bilen til rådighed og dækker udgifterne til bilen.

Undersøgelsens konklusioner har udmøntet sig i 9 konkrete anbefalinger som FynBus vil arbejde videre med i projektet.

3. Konklusioner og anbefalinger

3.1 Konklusion

Valg af transportmiddel

I gennemsnit viser undersøgelsen, at det primært anvendte transportmiddel til og fra uddannelse er fordelt med 26 % til gang eller cykler, 33 % til bussen og 37 % til bilen. 5 % anvender andre transporttyper som fx tog og teletaxa.

Trængselsudfordringer

FynBus vurderer, at et argument for at tage bussen, er de manglende parkeringspladser ved uddannelsesstederne. Over 63 % af de studerende mener, at der er dårlige muligheder for at parkere bilen ved deres uddannelsessted.

Miljøvenlighed

FynBus vurderer ud fra undersøgelsen, at et væsentligt argument er, at bussen er mere miljøvenlig end bilen. Flere unge er i dag meget opmærksomme på miljøvenlighed. Det at kunne spare CO₂ skal bruges som et argument, for at tage bussen fremfor bilen.

Dog mener over halvdelen af de studerende ikke, at de skåner miljøet ved at benytte bussen til og fra deres uddannelsessted. Der er derfor behov for en diskussion om adfærden og oplevelsen af at bussen er mere miljøvenlig.

Priser

Bussen er væsentligt billigere end bil, hvis man sammenligner med alle udgifter til bilen. Et ungdomskort koster 375 kroner for 30 dage, hvormed man får ubegrænset transport i hele FynBus' område og sparer penge på rejser udenfor Fyn.

81 % af de studerende vurderer, at bussen er en dyr transportform, og det viser sig, at en overvejende del af de studerende vælger at benytte bilen som transportform, når de skal transportere sig til deres uddannelsessted.

Af undersøgelsen fremgår det, at de studerende formentlig ikke tænker på omkostningerne til bilen som helhed, men kun på de marginale omkostninger til brændstoffet. Undersøgelsen viser ydermere, at det i 75 % af tilfældene er forældrene/andre, der helt eller delvist betaler udgifterne til bilen. Derfor er de studerendes perspektiv, at bilen er en billig transportform. Dette understreger vigtigheden i, at projektet også fokuserer på at inddrage forældrene.

Samtidigt er 57 % af de studerende villige til at skifte transportmiddel, hvis det er mere økonomisk. Dette bekræfter projektet i, at de unge skal oplyses om de reelle omkostninger ved bilen, og ungdomskortet skal promoveres.

Image

I forbindelse med bussens image, viser undersøgelsen af næsten tre fjerdedel mener, at bussen er upålidelig, mens over tre fjerdedel vurderer, at bilen er et pålideligt transportmiddel. Derudover mener 81 % af de studerende ikke, at bussen er mere fleksibel end andre transportmidler. Samtidig mener 78 %, at bilen er et fleksibelt transportmiddel. 73 % mener, at bussen ikke er et hurtigt transportmiddel til deres uddannelsessted, mens 81 % af de studerende vurderer, at bilen er et hurtigt transportmiddel til deres uddannelsessted.

Til trods for, at undersøgelser viser, at 76 % af de studerende har maksimalt op til 1 km til et busstoppested, så mener 60 % af de studerende, at bussen ikke er et let tilgængeligt transportmiddel. Derudover kan 61 % af de studerende ikke lide at tage bussen.

Derfor mener FynBus, at der skal diskuteres, hvordan de unge opfatter busproduktet og ikke hvorvidt selve busbetjeningen er god nok.

Information om transporten

Det er ydermere nemt at finde informationer omkring bussen og køretider. Undersøgelser viser, at 94 % af de unge kender til Rejseplanen. 55 % af de studerende mener det er nemt at finde informationer om busforbindelser.

Det er derfor vigtigt, at projektet fokuserer på, at oplyse de studerende om Rejseplanens muligheder, såsom notifikationer om forsinkelser, live-map med tracking funktion samt mulighed for at tilføje cyklen som et transportmiddel til/fra stoppestedet med mere.

Udnyttelse af rejsetid

De studerende kan bruge tiden fornuftigt i bussen. Bussen giver større frihed end bilen, især på lange strækninger. Næsten 77 % af de studerende mener, at man kan bruge tid på andre ting, når man tager bussen. Samtidig mener over 70 %, at man ikke kan bruge tiden på andre ting, når man kører bil.

Det viser sig også, at jo større afstand man har til sit uddannelsessted, jo mere villig er man til at slippe kontrollen og lade andre føre transportmidlet. Her er det derfor muligt for FynBus at komme med en løsning. Det viser sig dog også, at jo større afstand man har til sit uddannelsessted, jo mere utilfreds er man med transportmidlet. FynBus vurderer på baggrund af dette, at det er underordnet om man sidder i en bus eller en bil, da man gradvist bliver mere utilfreds, som afstanden øges. Her kan fokus derfor være på den målgruppe som har lang afstand til uddannelsesstedet.

Dette kræver, at de unge er villige til, at tage bussen fremfor bilen og dermed gå på kompromis med, at bussen eksempelvis ikke er ligeså hurtig som bilen, men til gengæld byder på andre fordele. En af disse fordele er eksempelvis, at bussen byder på større frihed for den enkelte. Den studerende har derfor mulighed for at benytte tiden i bussen til eksempelvis at læse lektier.

Busdækning

Over 45 % har 400 m til et busstoppested, 22 % har 401-700 m et busstoppested. I alt 68 % har god adgang til bussen. 76 % har maksimalt op til 1 km til et busstoppested, hvilket normalt opfattes som god busdækning.

Fastholdelse efter endt uddannelse

FynBus mister de studerende som kunder, når de er færdige med uddannelsen. Dette viser resultater fra FynBus' Kundeundersøgelsen i 2018⁴, idet næsten 70 % af de studerende, der er stoppet med at bruge Ungdomskort, rejser mindre med bussen. Dette underbygger vigtigheden af at arbejde med denne målgruppe, når målgruppen fortsat skal mene, at det er nemt at tage bussen.

Kundepotentiale

Med i alt ca. 25.000 studerende alene på ungdomsuddannelserne, jf. afsnit 5.3, er der i forhold til de 24 % der kører bilen alene, et teoretisk potentiale på op til 6.000 nye kunder, hertil kommer så også dem, der kører i bil sammen med andre og dem, der bliver kørt i bil. Derudover er der et ikke nærmere defineret potentiale blandt de ca. 35.000 studerende på videregående uddannelser.

⁴ FynBus gennemførte i efteråret 2018 en kundeundersøgelse med i alt 4.545 besvarelser

3.2 anbefalinger

Der skal arbejdes med de studerendes opfattelse af busproduktet, som er hovedbarrieren. Det skal gøres gennem diskussion om unges adfærd blandt studerende, forældrene og på det politiske niveau. Det skal være den accepterede norm at tage bussen frem for bilen.

På baggrund af resultaterne og konklusionerne, er udarbejdet 9 anbefalinger som FynBus bør arbejde videre med.

Anbefaling 1 – Forbedring af bussens image

Der skal arbejdes med bussens generelle image i forhold til de unge. Der skal diskuteres hvordan de unge opfatter produktet, både i forhold til miljøvenlighed og økonomi.

Anbefaling 2 – Samarbejde med uddannelsesinstitutioner

Udvikling af FynBus' tilbud til uddannelsessteder om undervisningsmaterialer og deltagelse i undervisningen. FynBus kan med fordel gå i tæt samarbejde med uddannelsesstederne og bidrage med undervisningsmateriale, deltagelse i temauger, paneldebatter, innovationsprojekter mv, der kan være med til understøtte projektets hovedformål.

Anbefaling 3 – Fokus på miljøfordele

Fokus på bussens miljøfordele i forhold til bilen gennem kampagner og brug af værktøjer som fx pendlertjek og undervisningscases.

Anbefaling 4 – Nudging strategier og eksperimenter

Afprøvning af nudging strategier og gennemførelse af eksperimenter i tæt samarbejde med uddannelsesstederne og de studerende.

Anbefaling 5 – Understøtte begrænsning af parkeringspladser

Understøtte de uddannelsessteder, der som HF/VUC i Odense ønsker at fjerne eller begrænse parkeringspladser for de studerende. Her kan FynBus understøtte med information og kampagner samt eventuelt tilpassede tilbud i forhold til brug af kollektiv trafik.

Anbefaling 6 – Målrettet markedsføring omkring studiestart

Markedsføring den kollektive trafik til studerende og forældre når de vælger uddannelse, lige før uddannelsesstart og i starten af uddannelsesåret. Brugen af FynBus' kundeambassadører og de sociale medier er gode, målrettede indsatser til det.

Anbefaling 7 – Markedsføring af ungdomskort

Et væsentligt fokuspunkt er at gøre det unge kundeselement opmærksom på, at bussen er væsentligt billigere, hvis man sammenligner med alle udgifter til bilen. Derfor bør blandt andet ungdomskortet markedsføres yderligere, og de reelle omkostninger ved bilen synliggøres bedre.

Anbefaling 8 – Markedsføring af rejseplanens funktioner

Derudover er det relevant at fokusere på, at de studerende skal oplyses om Rejseplanens muligheder, herunder notifikationer om forsinkelser, live-map med tracking funktion samt mulighed for at tilføje cyklen som et transportmiddel til/fra stoppestedet med mere. Derfor bør rejseplanens relevante funktioner løbende markedsføres.

Anbefaling 9 – Loyalitetsprogram mv.

Supplerende markedsanalyser med fokus på indsatser, der fastholder de unge i bussen efter endt uddannelse, herunder om udvikling af et loyalitetsprogram er en løsning til det.

4. Resultater

4.1 Valg af transportmiddel

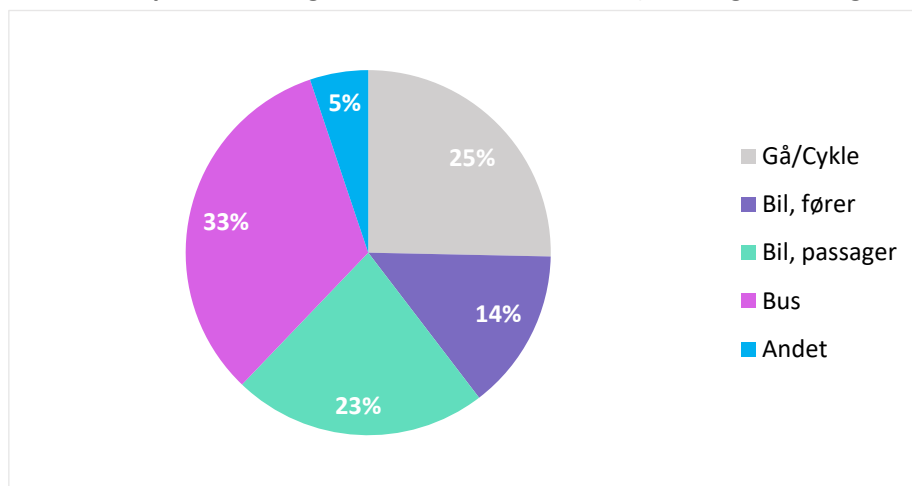
Hvordan den studerende kommer til og fra uddannelsesstedet er naturligvis meget relevant for projektet. Det viser sig, at 54 % af de adspurgte benytter bussen, som transportform til deres uddannelsessted. Dog viser det sig også, at 24 % kører alene i bil, 17 % kører i bil sammen med andre, samt at 20 % bliver kørt i bil til deres uddannelsessted. Dette er væsentligt, da det er hos de tre kategorier, at projektet skal skabe en adfærdsændring. 13 % har angivet de går eller løber i skole, mens 29 % angiver cykel som transportmiddel.

Ud af de studerende, som benytter bilen som transportmiddel til deres uddannelsessted, viser undersøgelsen, at det i 75 % af tilfældene er forældrene/andre, der helt eller delvist betaler udgifterne til bilen. Dette bekræfter projektet i, at forældrene ligeledes skal inddrages i projektet.

Det var muligt at angive flere transportmidler, og da tallene summer op til over 100 %, er det udtryk for at de studerende bruger flere transportmidler, fordi de kombinerer forskellige transportmidler på vej til og fra uddannelsesstedet og/eller afhængig af vejr, samt formentlig ad hoc muligheden for alternative transportmidler.

Ved at skalere de ovennævnte procentsatser tilsammen til 100 % (se figur 1), vurderes det i gennemsnit, at 37 % af turene udføres med bil, og at det især er blandt disse at der er fokus på at skabe adfærdsændring.

Figur 1 Fordeling af afvendelse af forskellige transportmidler til og fra uddannelsesstedet, skaleret til 100 %. // Hvordan kommer du primært til og fra dit uddannelsessted? (Du må gerne vælge flere svar)



Med i alt ca. 25.000 studerende alene på ungdomsuddannelserne, jf. afsnit 5.3, er der i forhold til de 24 % der kører bilen alene, et teoretisk potentiale på op til 6.000 nye kunder, hertil kommer så også dem, der kører i bil sammen med andre og dem, der bliver kørt i bil. Derudover er der et ikke nærmere defineret potentiale blandt de ca. 35.000 studerende på videregående uddannelser.

De studerende på videregående uddannelser flytter typisk hjemmefra i forbindelse med start på uddannelsen og typisk i nærheden af studiestedet. De har derved ikke samme adgang til bil eller kørejlighed som studerende på ungdomsuddannelser. Derfor vurderes potentialet for at flytte disse studerende fra bil til bus lavere end hos undersøgelsesgruppen.

4.2 Brug af billettyper

I forbindelse med de studerendes brug af bussen som transportmiddel, er det interessant at se på, hvilken billettype de benytter. Dette skyldes, at projektet ønsker viden om, hvorvidt de studerende kender til ungdomskortet som en billig løsning. Det viser sig, at 49 % af de adspurgte benytter sig af ungdomskortet, men at sammenlagt 45 % gør brug af andre typer rejsekort. Her ønsker projektet at informere de studerende om ungdomskortet, da denne billettype er den billigste løsning for de studerende.

Undersøgelsen ser også på de studerendes økonomi i forbindelse med transport til og fra uddannelsesstedet. Dette viser, at 47 % af de studerende er villige til at bruge op til 399 kr. på transport, hvilket potentielt vil dække et ungdomskort.

Hvorvidt de studerende lader sig påvirke af andre i forbindelse med deres valg af transportmiddel tydeliggøres også i undersøgelsen. Det viser sig, at det hovedsageligt er de studerendes forældre, der har en indflydelse på de studerendes transportvalg. Dette understreger vigtigheden i, at projektet også fokuserer på at inddrage forældrene.

4.3 Betydning af kørekort til bil

Det er også interessant at spørge målgruppen, hvorvidt de har kørekort. Dette siger noget om, hvor mange der potentielt kan benytte bilen, og hvor mange der derfor skal skabes en adfærdændring hos.

Undersøgelsen viser, at 59 % af studerende har kørekort. Af undersøgelsen fremgår det også, at 60 % af de studerende, som ikke har kørekort, har planer om at tage kørekort mens de er under uddannelse. Dette er et fokuspunkt for projektet, da disse studerende sandsynligvis vil stoppe med at benytte bussen som primært transportmiddel, når de har fået kørekort og hvis de har adgang til en bil.

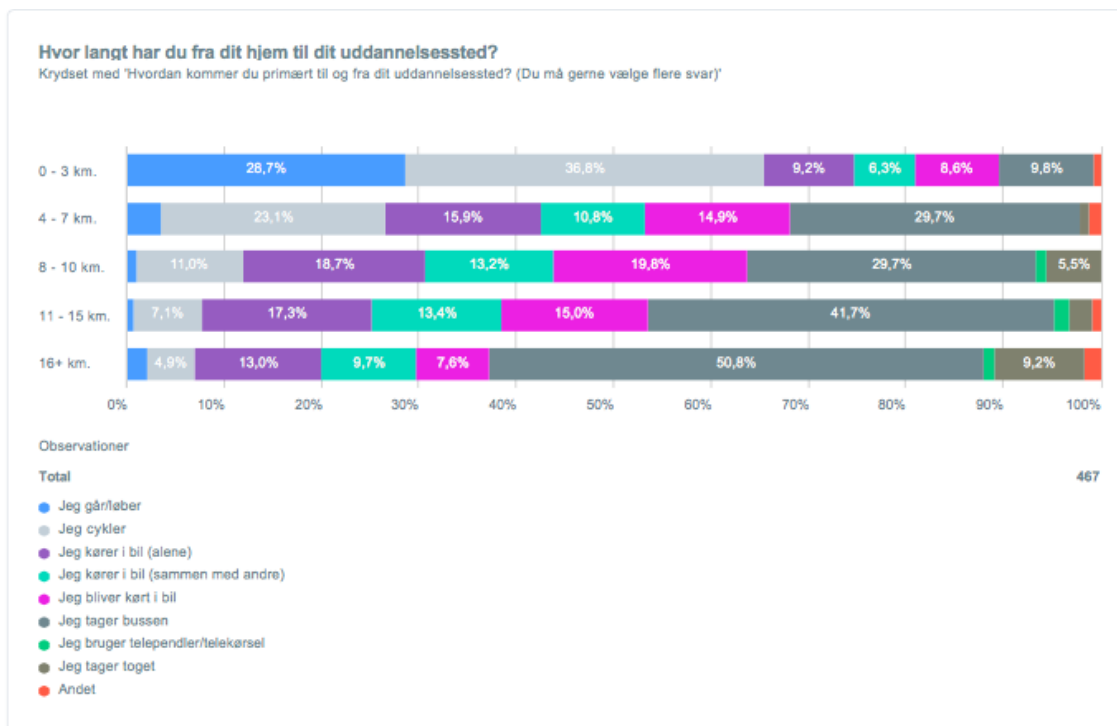
4.4 Betydning af afstand og rejsetid til uddannelsesstedet

Hvorvidt de studerende vurderer, at bussen er et attraktivt transportmiddel, kan ses i sammenhæng med afstanden til uddannelsesstedet, som præsenteret i figur 2. Hvis afstanden er op til 3 km er det typisk gang eller cykel, der er foretrukket transportmiddel. Dog udgør bil 24 % selv ved disse korte afstande.

På afstande mellem 4 og 15 km er det bilen, der er det primære transportmiddel, mens det ved rejser over 15 km er bussen, der er det primære valg.

Dette viser også, at der er god busdækning for de studerende som bor langt fra deres uddannelsessted, hvilket kan bekræfte, at det er muligt for den studerende at benytte bussen fremfor bilen.

Figur 2 Sammenhæng mellem afstand til uddannelsesstedet og afvendelse af forskellige transportmidler til og fra uddannelsesstedet.



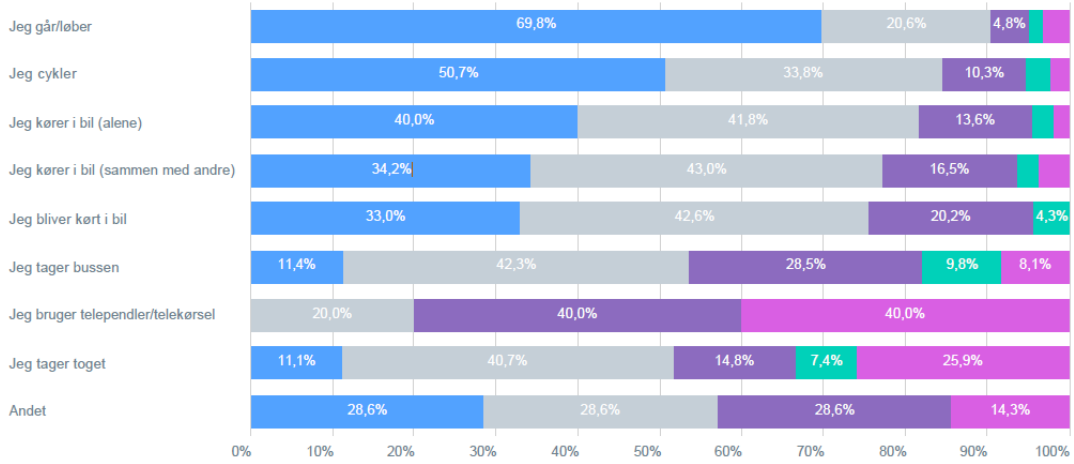
En anden måde at vurdere afstanden til uddannelsesstedet er rejsetiden om morgenen. Undersøgelsen viser, at 35 % af de studerende har en rejsetid på max 15 min. til deres uddannelsessted, og med denne rejsetid er den studerende tilbøjelig til at cykle, gå eller løbe. 36 % af de studerende har en rejsetid på 15-30 min. Disse studerende benytter primært bilen eller bussen. Undersøgelsen viser dog også, at 29 % af de studerende har en rejsetid på 30 min. eller mere, og disse studerende benytter primært telependler/telekørsel, der sker i kombination med en busrejse. Figur 3 præsenterer sammenhæng mellem rejsetiden om morgenen og anvendelse af forskellige transportmidler til og fra uddannelsesstedet.

Projektet forsøger ud fra dette at få de studerende til at forstå, at bussen er et godt alternativ til bilen, når rejsetiden er lang, da bussen, mens man rejser, byder på mere frihed for den studerende, end bilen.

Figur 3 Sammenhæng mellem rejsetiden om morgenen og anvendelse af forskellige transportmidler til og fra uddannelsesstedet.

Hvordan kommer du primært til og fra dit uddannelsessted? (Du må gerne vælge flere svar)

Krydset med 'Hvad er din ca. rejsetid fra dit hjem til din uddannelse om morgenen?'



Observationer

Total

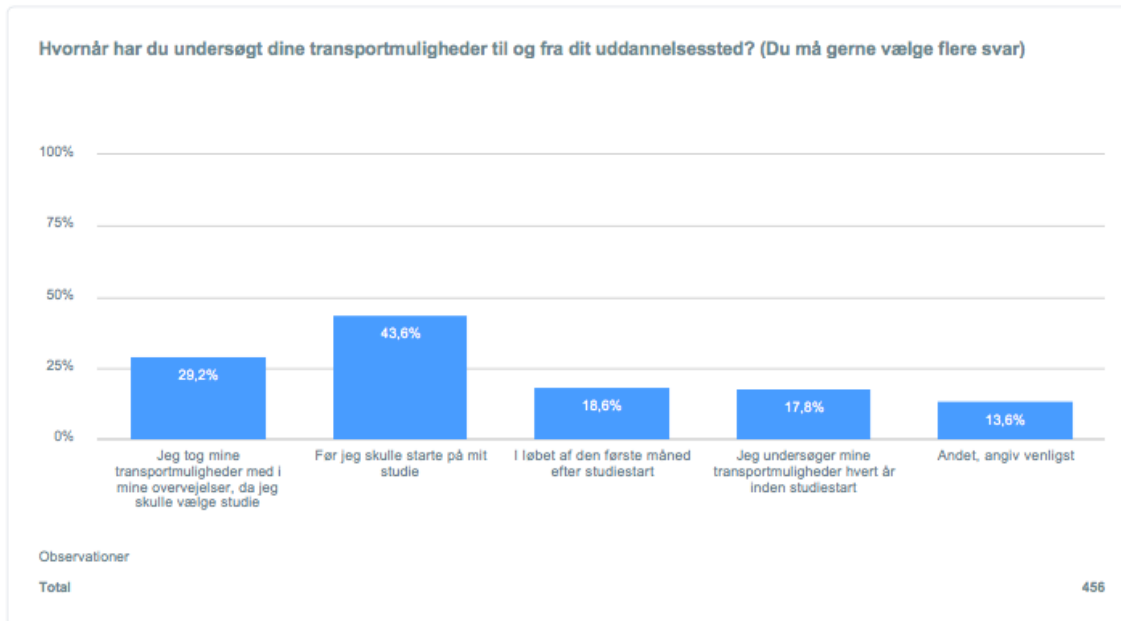
464

- Inden for 15 min.
- Inden for 30 min.
- Inden for 45 min.
- Inden for 60 min.
- Over 60 min.

4.5 Timing og informationsbehov

I forhold til, hvornår projektet skal informere de studerende om bussen som transportmiddel, bliver de studerende spurgt, hvornår de undersøger deres transportmuligheder (se figur 4). Undersøgelsen viser, at de studerende enten undersøger transportmulighederne inden de vælger studie, eller lige op til studiestart. Ud fra dette vurderes det, at bussen som transportmiddel skal promoveres, når de unge vælger uddannelsessted, lige før studiestart samt lige efter studiestart.

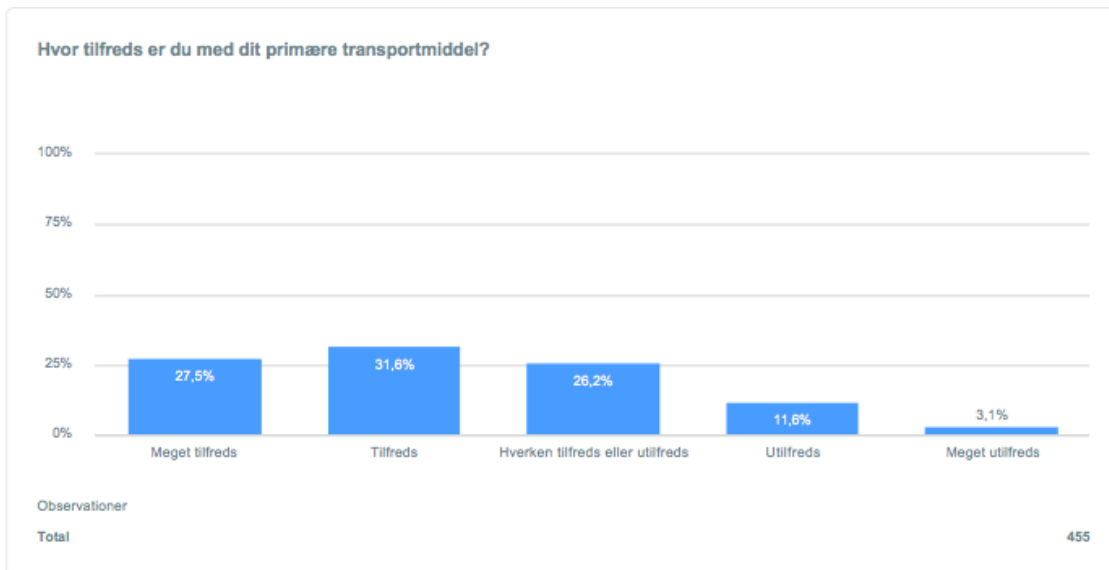
Figur 4 Tidspunkt hvor studerende undersøger transportmulighederne til og fra uddannelsesstedet.



4.6 Tilfredshed med transportmiddel

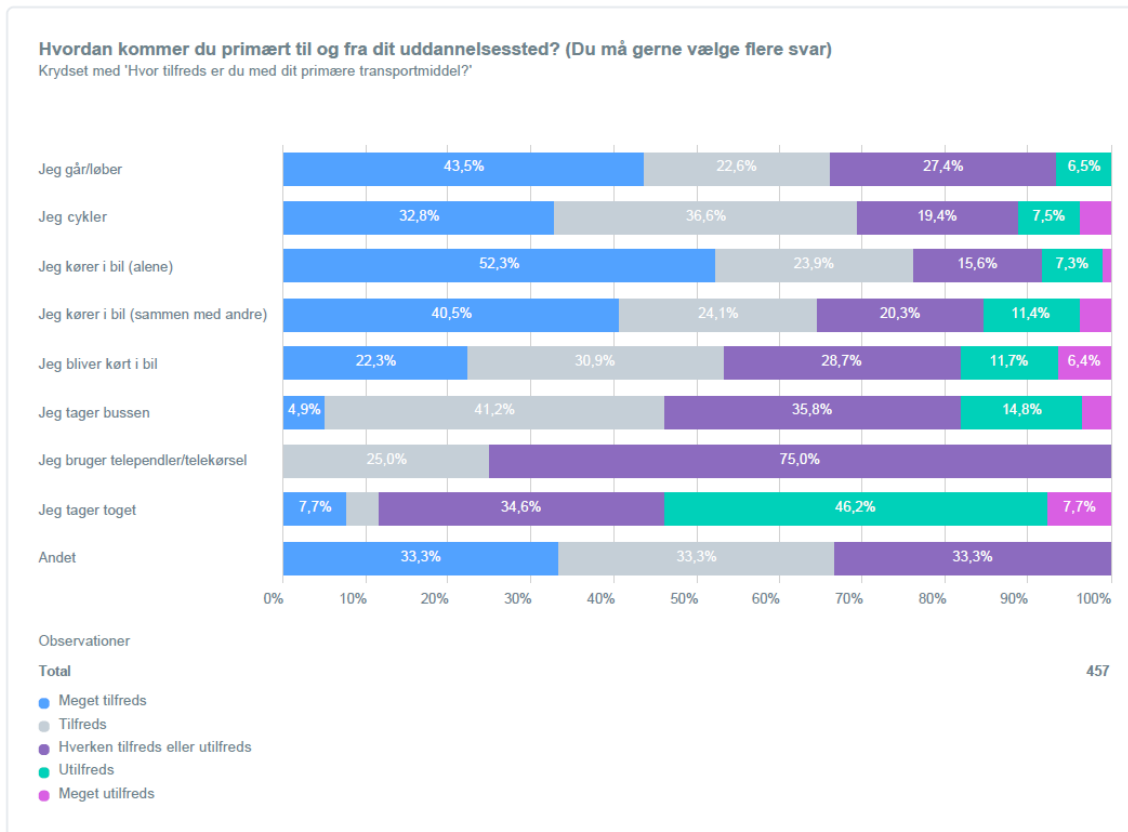
Undersøgelsen fokuserer ligeledes på, om den studerende er tilfreds med det primære transportmiddel (se figur 5). Det viser sig, at de studerende generelt er tilfredse med deres transportmidler. Derfor skal projektet sørge for at oplyse de studerende om muligheder og alternativer til deres nuværende transportmiddel, som kan skabe samme grad af tilfredshed.

Figur 5 Studerendes tilfredshed med deres primære transportmiddel. // Hvor tilfreds er du med dit primære transportmiddel?



I figur 6 ses sammenhængen mellem transportmiddel og tilfredshed med det. Af figuren fremgår det, at bilrejsende er mere tilfredse end busrejsende. 76 % af de studerende, der kører i bilen alene, er meget tilfredse eller tilfredse med deres transportmiddel, mens 77 % af de studerende, der tager bussen, er tilfredse eller hverken tilfredse eller utilfredse med bussen, som deres primære transportmiddel.

Figur 6 Sammenhængen mellem anvendt transportmiddel til og fra uddannelsesstedet og tilfredshed med transportmiddel.



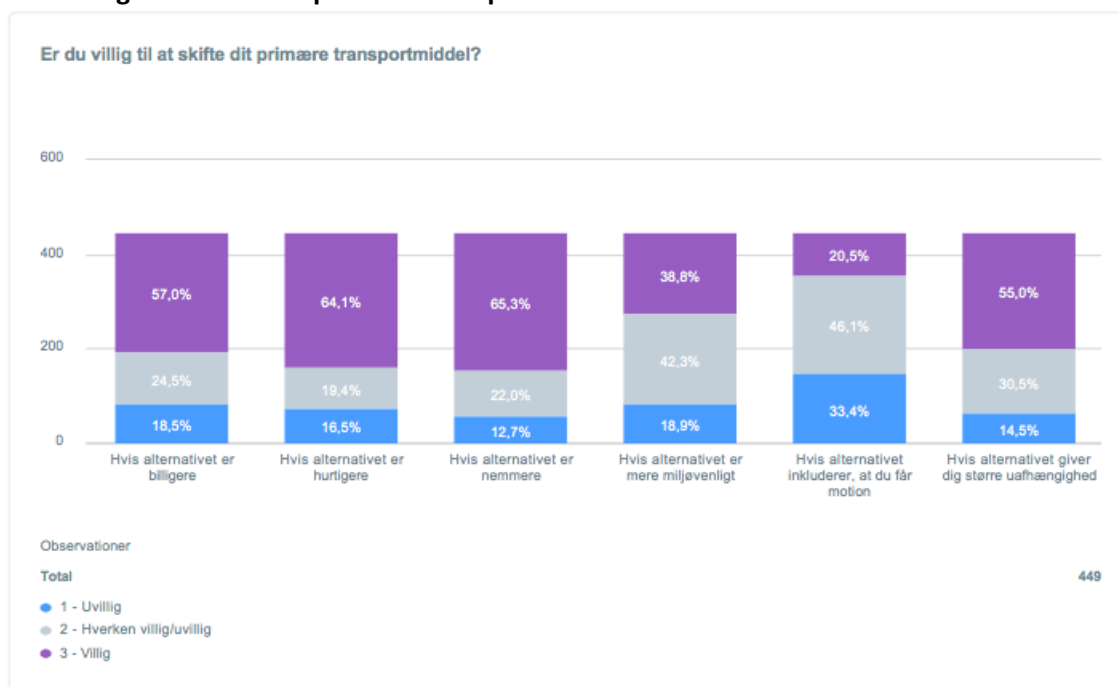
4.7 Vurdering af Trafikinformation

I forbindelse med om de studerende kender til Rejseplanen.dk eller Rejseplanens App viser det sig, at 94 % af de studerende kender til Rejseplanen. Det kan holdes op i mod, at 55 % af de studerende mener, at det er nemt at finde informationer om busforbindelser. Det er derfor vigtigt, at projektet fokuserer på, at oplyse de studerende om Rejseplanens muligheder, såsom notifikationer om forsinkelser, live-map med tracking funktion samt mulighed for at tilføje cyklen som et transportmiddel til/fra stoppestedet med mere.

4.8 Villighed til at skifte transportmiddel

Hvorvidt de studerende er villige til at ændre deres adfærd omkring deres transport til og fra deres uddannelse vil, ifølge undersøgelsen komme an på økonomi, tid, uafhængighed og hvorvidt den alternative løsning er lettere for dem (se figur 7). Det er derfor væsentligt for projektet at informere de studerende om udgifter til bilen sammenlignet med prisen for et ungdomskort. Derudover kan projektet fokusere på, at den tid den studerende bruger i bussen kan bruges til lektier eller andet, som den studerende ikke har mulighed for at bruge tid på i bilen.

Figur 7 Studerendes villighed til at skifte deres primære transportmiddel til og fra uddannelsesstedet. // Er du villig til at skifte dit primære transportmiddel?

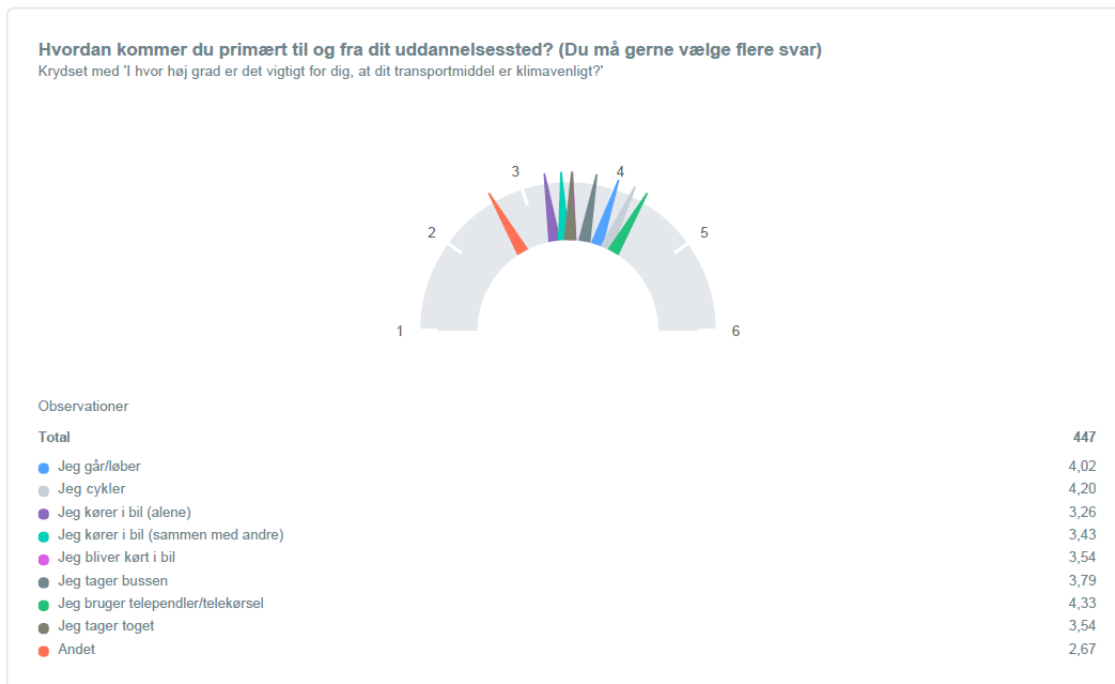


I forbindelse med i hvilken grad den studerende vil have kontrol over transportmidlet viser det sig, at 34 % af de studerende selv ønsker at føre deres transportmiddel. Dog ønsker 42 % at have indflydelse på transportmidlet, men behøver ikke selv at føre det og slutteligt vil 24 % af de studerende transporteres til og fra uddannelsesstedet, uden at have ansvaret i trafikken.

4.9 Betydning af klima

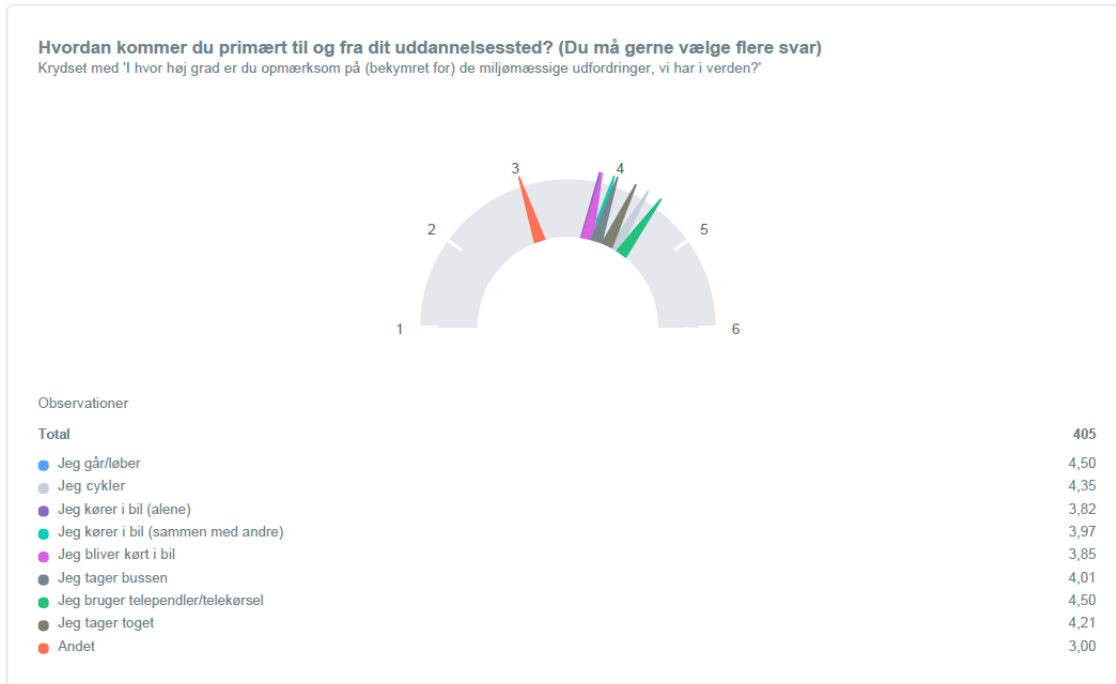
Figur 8 viser sammenhængen mellem de studerendes primære transportmiddel til deres uddannelsessted og hvor vigtigt det er for dem, at deres transportmiddel er klimavenligt. Der er en overvejende grad af de studerende, som mener, at det er vigtigt, at transportmidlet er klimavenligt. Dog viser det sig, at selvom den studerende vægter klimavenlighed højt, er der stadig flere, der benytter bilen som primært transportmiddel. Derfor er det vigtigt for projektet at italesætte overfor de studerende, at bussen er en mere klimavenlig løsning end bilen.

Figur 8 Sammenhængen mellem studerendes primære transportmiddel til og fra uddannelsesstedet og hvor vigtigt det er for dem, at deres transportmiddel er klimavenligt.



Figur 9 viser sammenhængen mellem de studerendes primære transportmiddel til deres uddannelsessted og deres opmærksomhed på de miljømæssige udfordringer i verden. Her viser undersøgelsen, at de studerende generelt er opmærksomme på miljøet i større eller mindre grad. Den viser også, at de studerende, der benytter bilen som transportform er mere end gennemsnitligt opmærksom på de miljømæssige udfordringer i verden. Der skal derfor arbejdes med den studerendes opfattelse af miljøvenlighed i forhold til transportmidler.

Figur 8 Sammenhængen mellem studerendes primære transportmiddel til og fra uddannelsesstedet og i hvor høj grad de er opmærksomme på de miljømæssige udfordringer, der er i verden.



4.10 Sammenligning af transportmidler

De studerende bliver ligeledes bedt om, at vurdere forskellige transportmidler til og fra deres uddannelsessted.

Når de studerende skal vurdere cyklen som transportmiddel viser det sig, at de studerende generelt ikke mener, at cyklen er et hurtigt alternativ eller at de kan bruge tiden til andre ting, mens de cykler. Fokus er derimod på at cyklen er et miljøvenligt transportmiddel.

I forbindelse med evalueringen af bilen som transportmiddel, så viser undersøgelsen, at de fleste studerende godt kan lide at køre bil og mener, at bilen er et nemt og hurtigt transportmiddel. Derudover mener de studerende, at bilen er fleksibel, pålidelig og komfortabel.

I forbindelse med evalueringen af bussen som transportmiddel, viser det sig, at de studerende generelt ikke mener, at det er hverken billigt, hurtigt eller fleksibelt at tage bussen. Derudover vurderer de studerende, at der er meget ventetid, når de skal tage bussen. Her er det projektets opgave at ændre de studerendes opfattelse af bussen.

Dog mener 74 % af de studerende, at der er meget ventetid, når man tager bussen. Derfor skal der diskuteres opfattelsen af produktet.

Ud fra evalueringen af henholdsvis bus, cykel og bil som transportmiddel, er det relevant at se på, hvad der kan få de studerende til at overveje at tage bussen til og fra uddannelsesstedet. Det viser sig, at de vigtigste elementer for den studerende er:

- Det skal være nemt,

- Der skal være direkte ruter fra tæt på hjemmet til uddannelsesstedet,
- Det skal være billigt,
- Der skal være korte ventetider,
- Det skal være nemt at finde informationer,
- Den studerende skal ikke bekymre sig om parkeringsmuligheder.

Det er derfor tydeligt, at projektets fokus skal være disse elementer eller opfattelsen af disse.

5. Om undersøgelsen

5.1 Metodebeskrivelse

Spørgeskemaet til undersøgelsen er udviklet af FynBus. Inden undersøgelsen gik i gang, blev spørgeskemaet testet på en mindre målgruppe for dels at sikre den rette forståelse af spørgsmålene og dels at sikre, at den tekniske opsætning var korrekt i forhold til, at alle relevante spørgsmål blev vist til – og besvaret af – svarpersonerne.

Dataindsamlingen til denne undersøgelse er gennemført ved brug af spørgeskemaer udsendt via link til online system Enalyzer. Spørgeskemaerne er blevet sendt ud til og gennemført i samarbejde med tre ungdomsuddannelsessteder: HF+VUC Fyn, Det Blå Gymnasium (Glamsbjerg) og Svendborg Gymnasium.

5.2 Om deltagerne i undersøgelsen

Dataindsamlingsperiode: 24. oktober til 13. december 2018

Undersøgelsen bygger på 532 besvarelser, hvoraf 75,2 % af besvarelserne er fuldstændige. Ud af de 532 respondenter, har 501 valgt at give samtykke til brug af deres oplysninger i forbindelse med persondataforordningen.

Over halvdelen af respondenterne kommer fra Svendborg Gymnasium. 35 % kommer fra HF & VUC Fyn i Odense, mens 13 % kommer fra det Blå Gymnasium i Glamsbjerg.

Det overvejende er kvinder, der har valgt at deltage i undersøgelsen. Resultatet viser, at respondenterne er repræsenterede ved 70 % kvinder. Undersøgelsen viser ligeledes, at over halvdelen af respondenterne er 18-24 år, samt at yderligere 31 % af de adspurgte er 15-17. Dette bekræfter projektets tanker om målgruppen.

5.3 Målgruppen – makrodata

Som det fremgår af tabel 1 er antallet af de studerende på gymnasiale uddannelser og erhvervsuddannelser på Fyn sammenlagt:

- 25.348 i 2017
- 25.011 i 2018

Antallet studerende på videregående uddannelser på Fyn er:

- 35.923 i 2017
- 34.587 i 2018

Til sammen giver det en målgruppe på 59.598 studerende. Tallet er faldende i løbet af de sidste to år.

Ud fra makrodata præsenteret i tabel 2 ses det, at i aldersgruppen 16-19 år er antallet af unge:

- 24.505 i 2017
- 23.973 i 2018

Antallet af unge i aldersgruppen 20-24 år er:

- 35.442 i 2017
- 36.018 i 2018

Til sammen giver det en målgruppe på 59.991 unge. Ud fra prognosen præsenteret i figur 10 fremgår, at antallet af unge vil være fortsat faldende i perioden 2017-2030.

Tabel 1 Antal studerende per uddannelsesstype. Fynske kommuner (inkl. Langeland, ekskl. Ærø).

Uddannelsesniveau	2017	2018
H10 Grundskole	61.470	60.908
H15+20	13.592	13.508
Gymnasiale uddannelser		
H29+30+35	11.756	11.503
Erhvervsuddannelser		
H40+50+60+70+80	35.923	34.587
Videregående uddannelser		
I alt	122.741	120.506

Kilde: UDDAKT11⁵

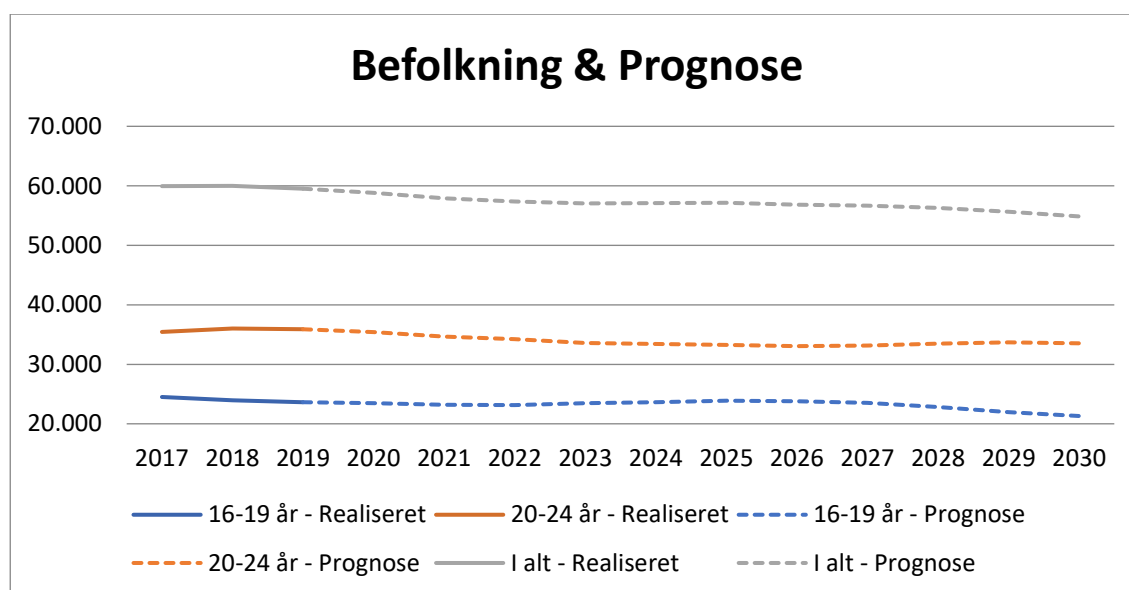
⁵ For dokumentation af tabellerne se: <http://dst.dk/ext/uddannelse/Uddannelsstabeller>

Tabel 2 Antal unge per aldersgruppe. Fynske kommuner (inkl. Langeland, ekskl. Ærø).

Aldersgruppe	2017	2018
16-19	24.505	23.973
20-24	35.442	36.018
I alt	59.947	59.991

Kilde: FOLK1A

Figur 10 Prognose for antal unge inddelt i aldersgrupper i perioden 2017-230.



Kilde: Danmarks Statistik, Statistikbanken.dk, tabellerne FOLK1A og FRKM119

6. Om rapporten

Projektejer: Jan Gudmann Hansen, Produkt- og Markedschef

Projektleder: Patrycja Anna Zieba, Markedskonsulent

Projektmedarbejder: Krestina Lauridsen, Louise Hofstedt, Mads Jensen, Morten Pors, Rene Kristian Hansen, Søren Linaa Larsen, Katja Harder Andersen, Susanne Nørgaard (er stoppet), Hans Ove Skælbæk (er stoppet)

Analyseansvarlig: Patrycja Anna Zieba

Rapporten skrevet af: Patrycja Anna Zieba, Katja Harder Andersen

Grafik (forsiden): Mads Jensen

FynBus

Tolderlundsvej 9

5000 Odense C

Mail: fynbus@fynbus.dk

Web: www.fynbus.dk

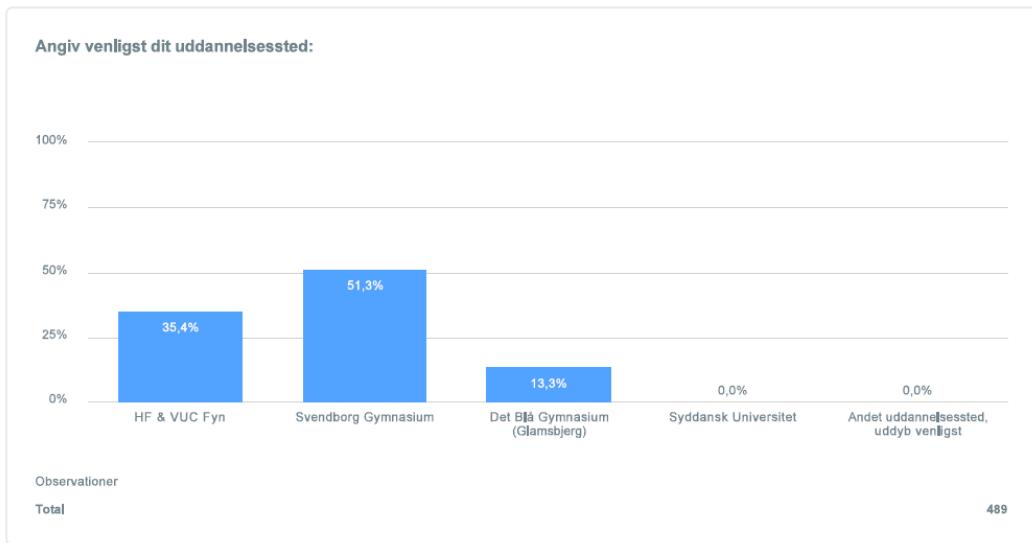
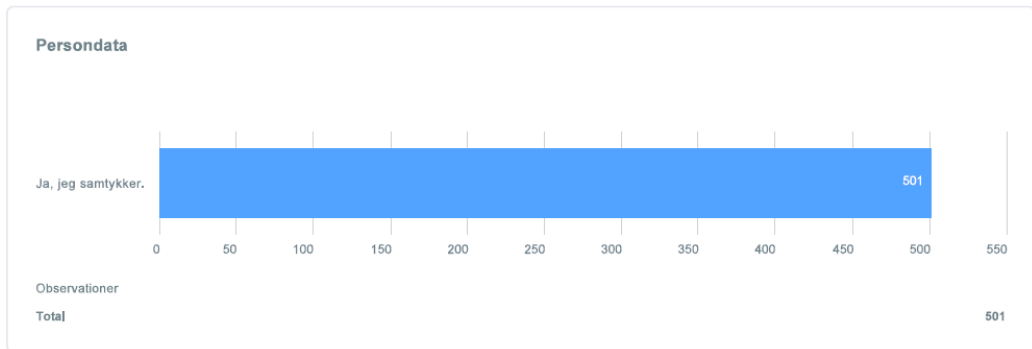
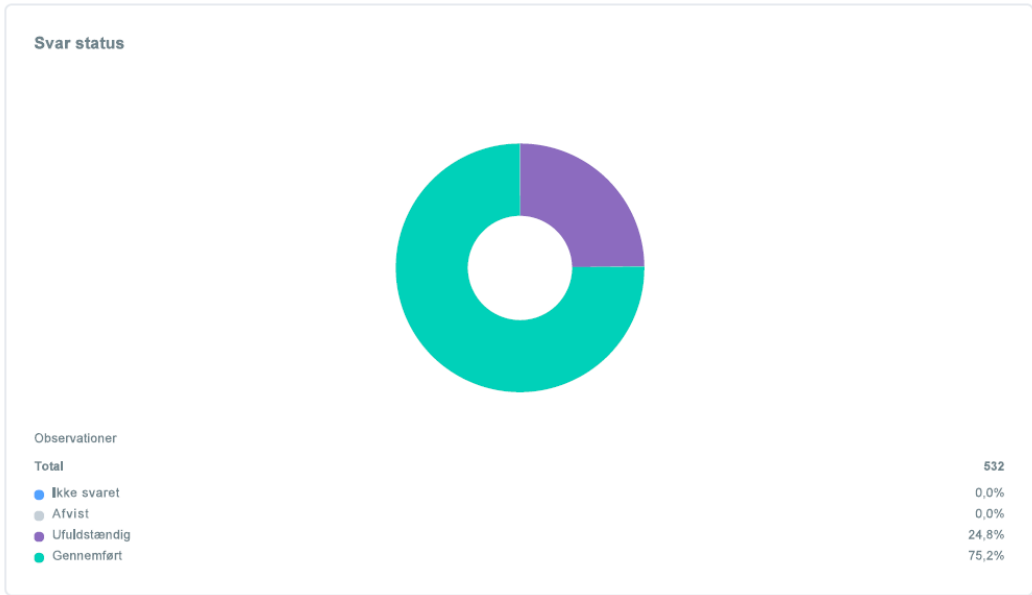
Kontakt vedr. projektet:

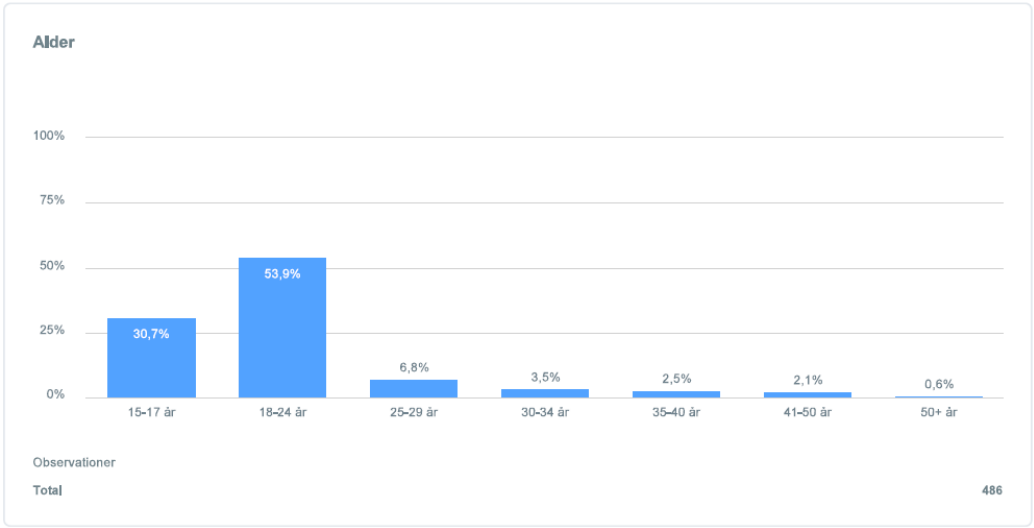
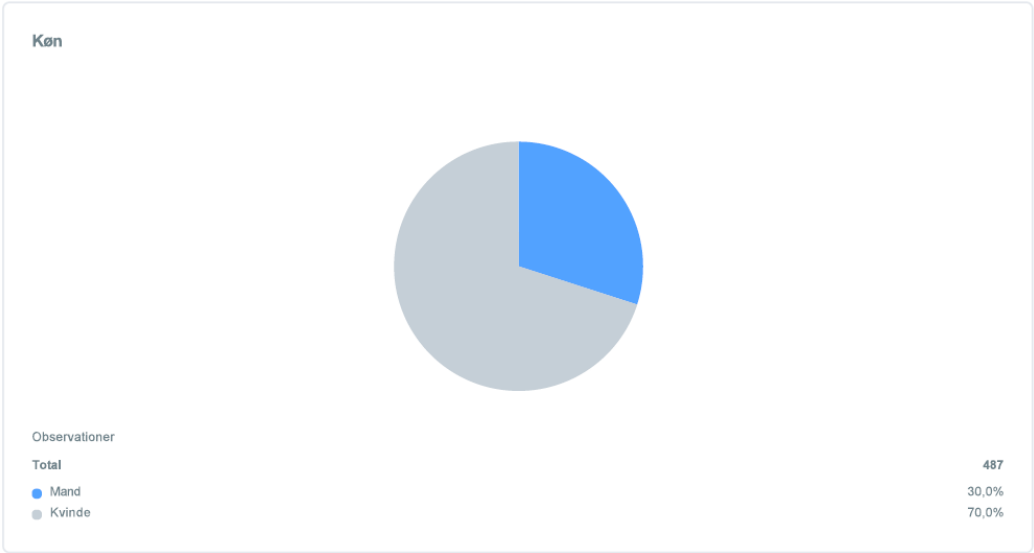
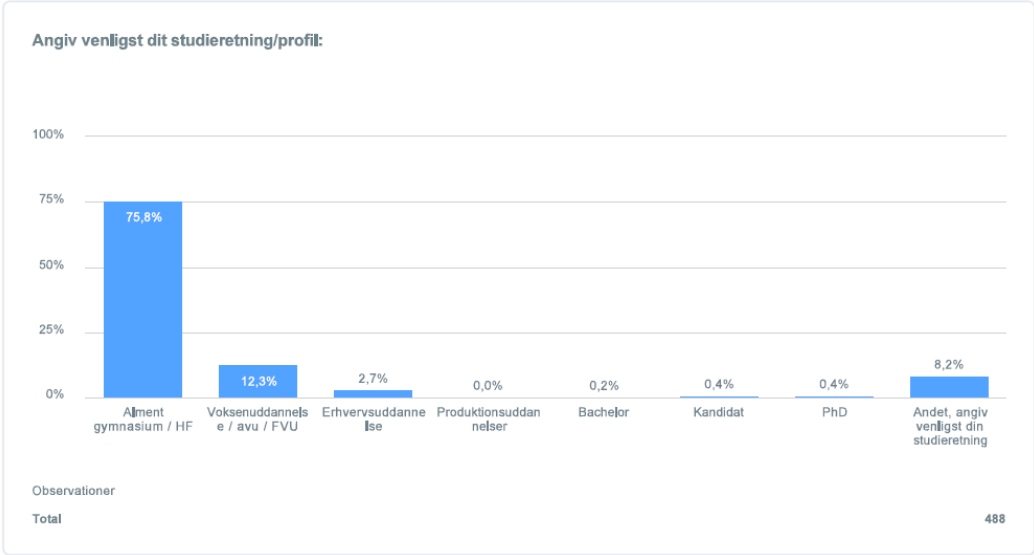
Patrycja Anna Zieba, Markedskonsulent

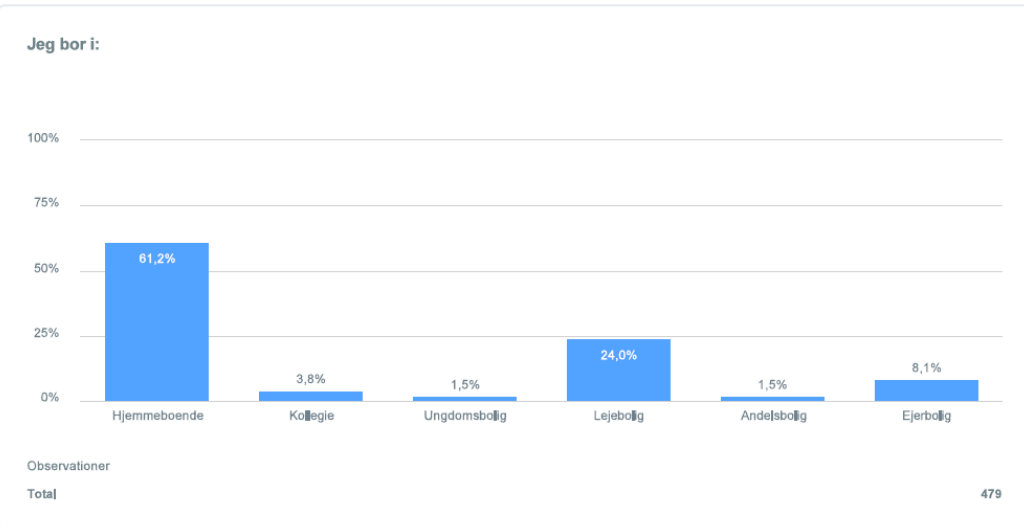
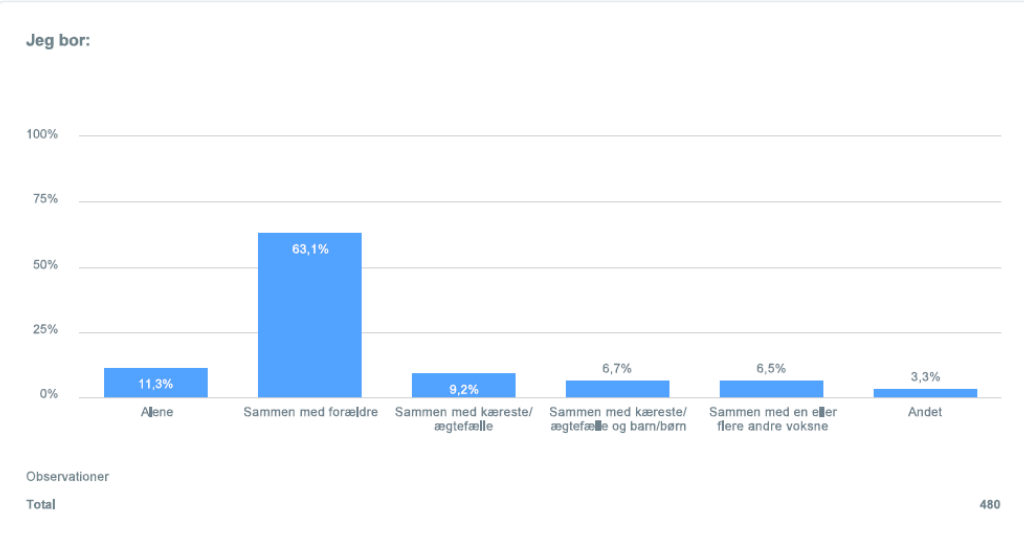
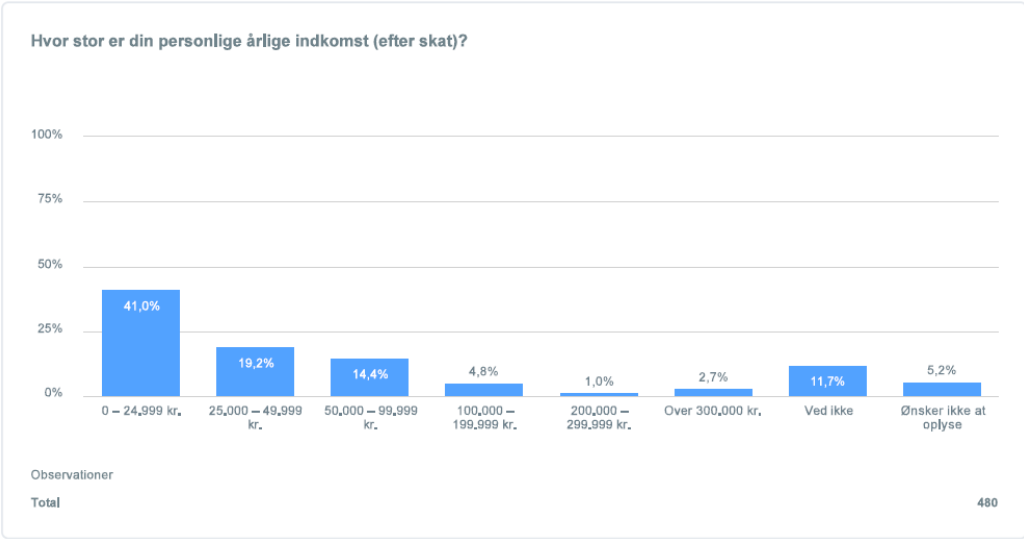
Direkte telefon: 63112292

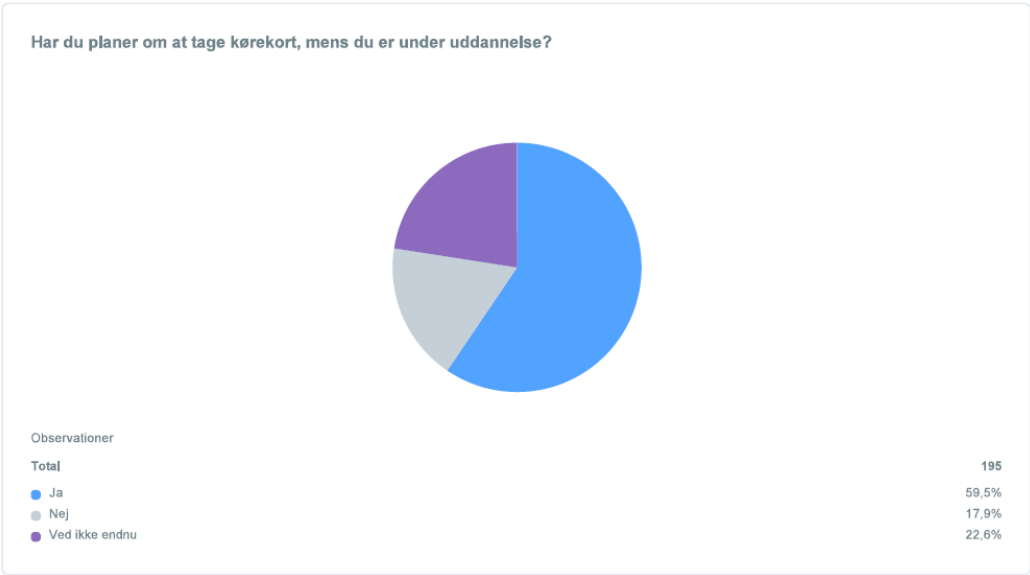
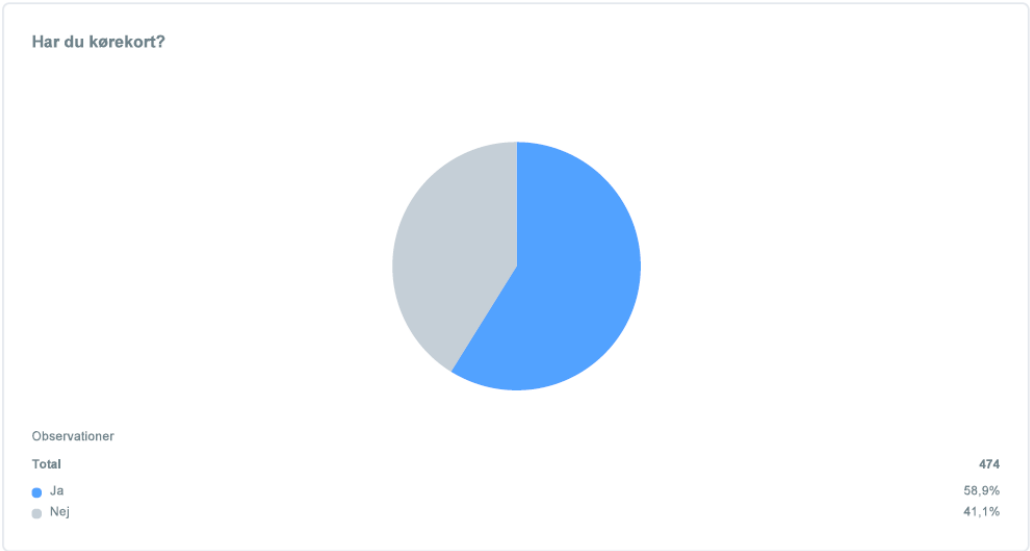
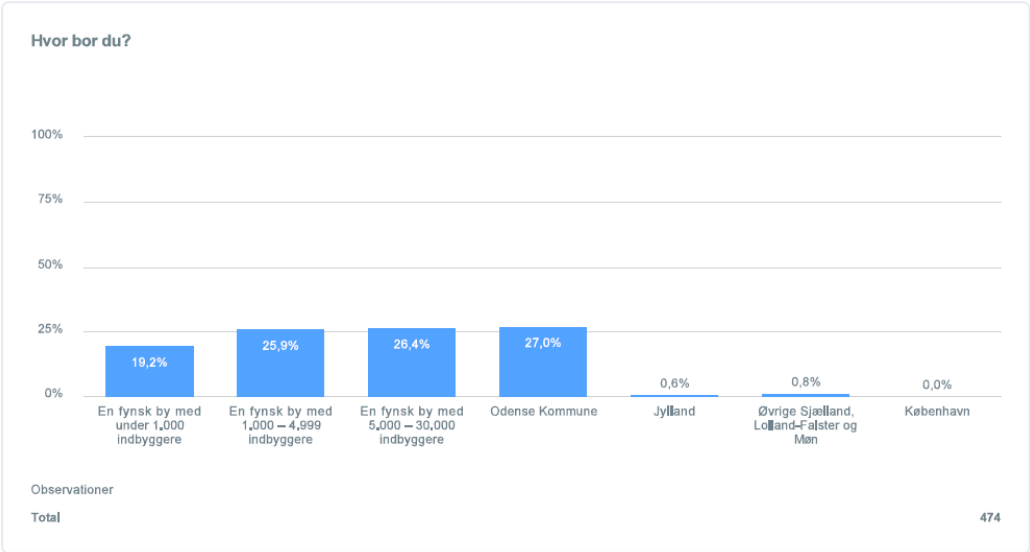
E-mail: paz@fynbus.dk

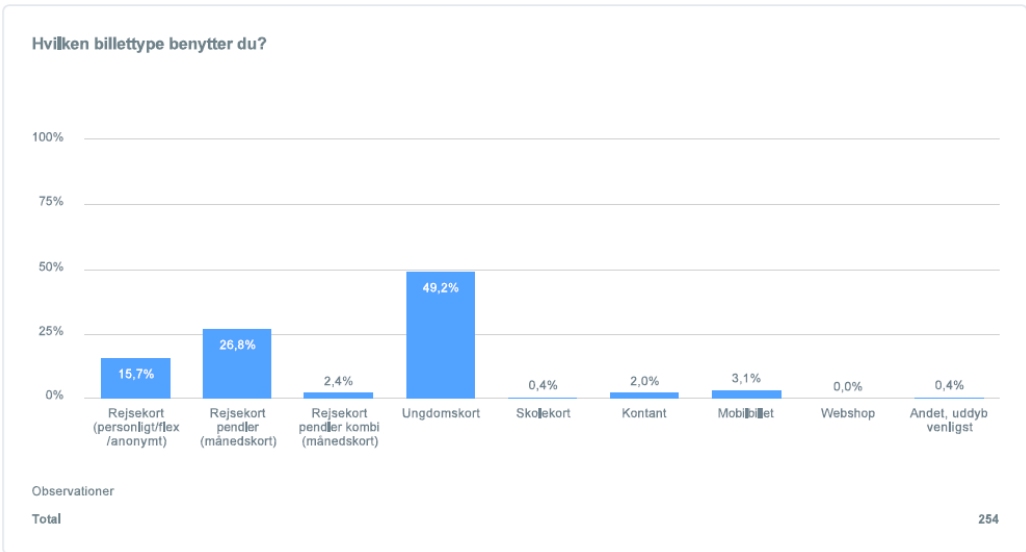
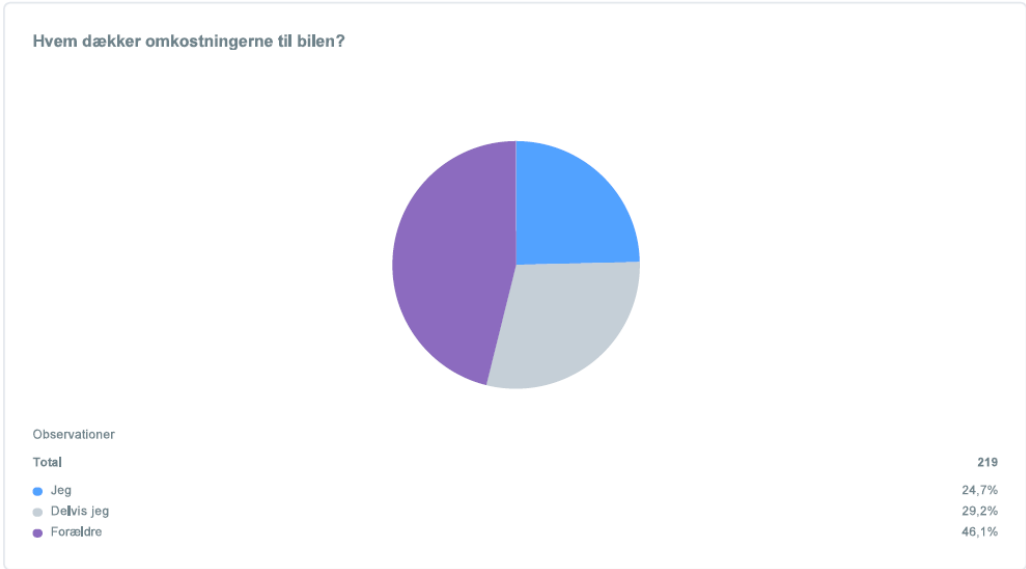
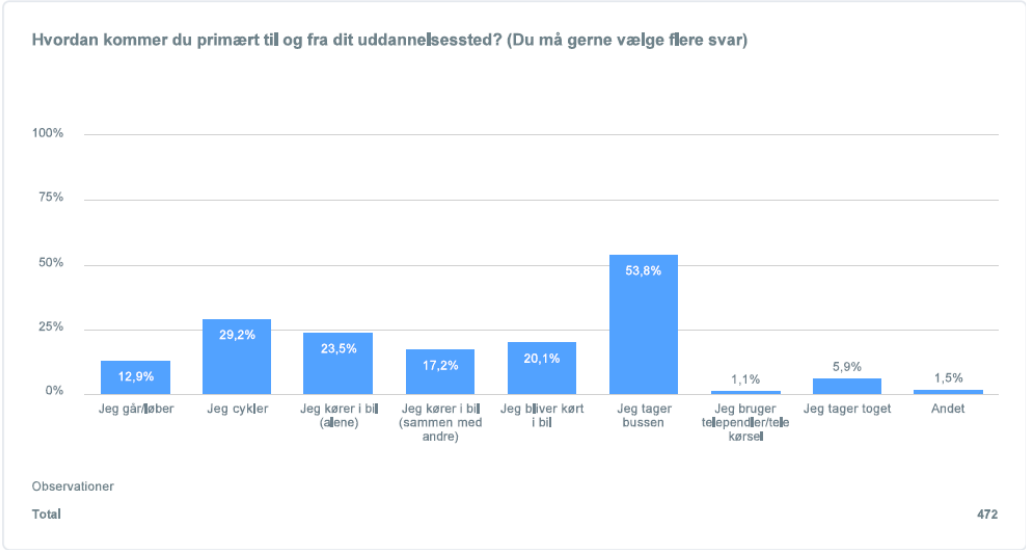
Spørgeskema med svarfordeling

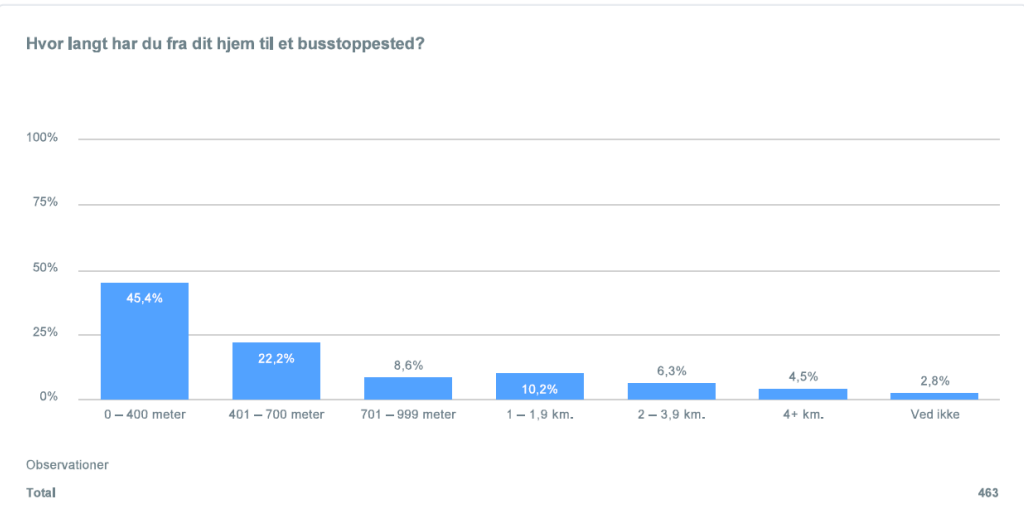
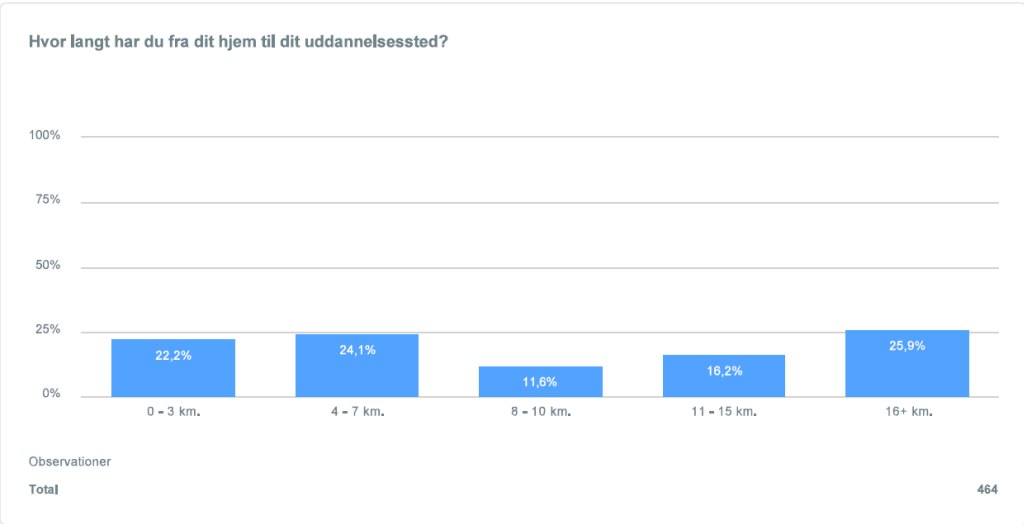
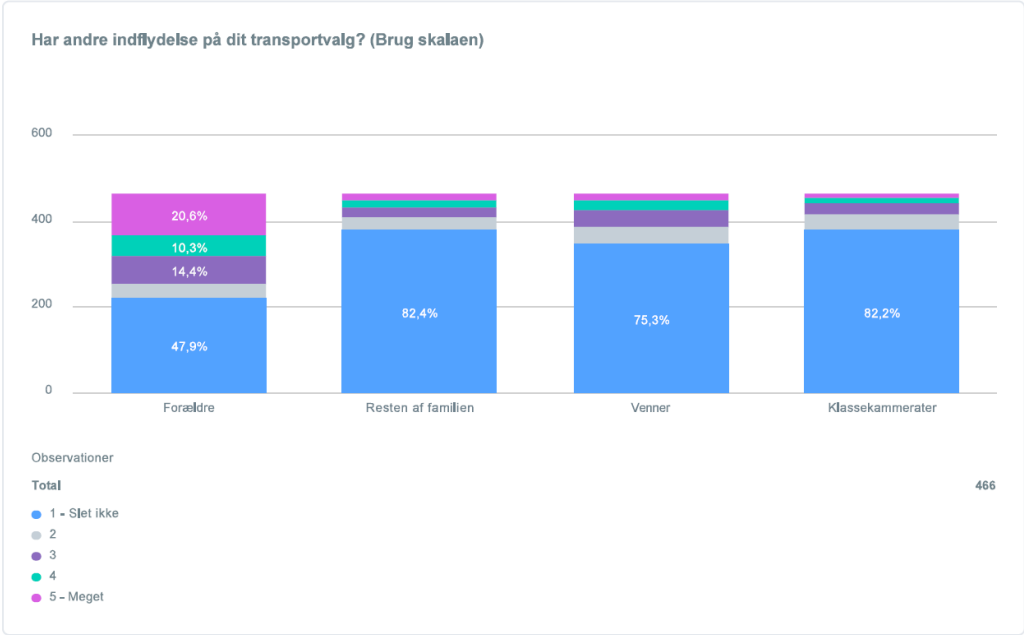


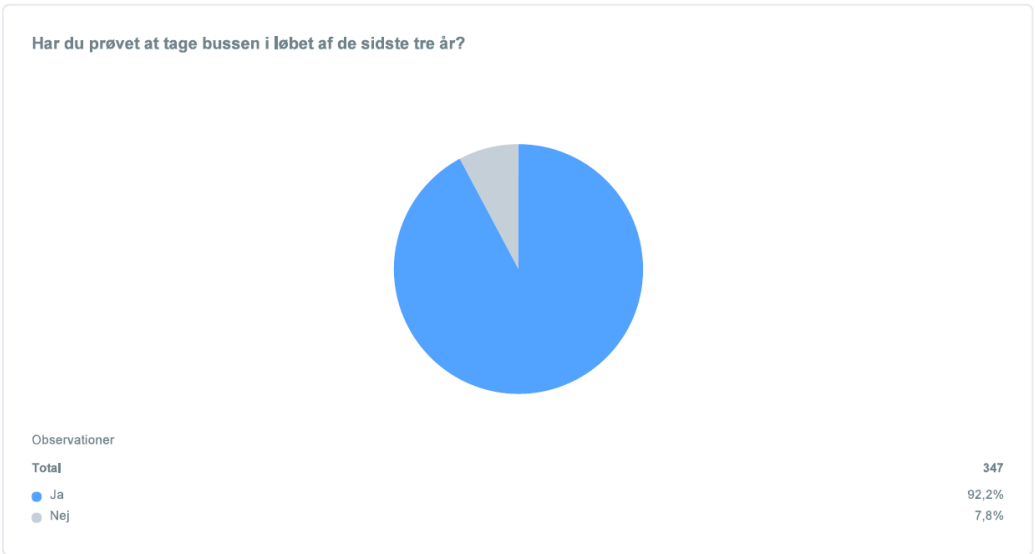
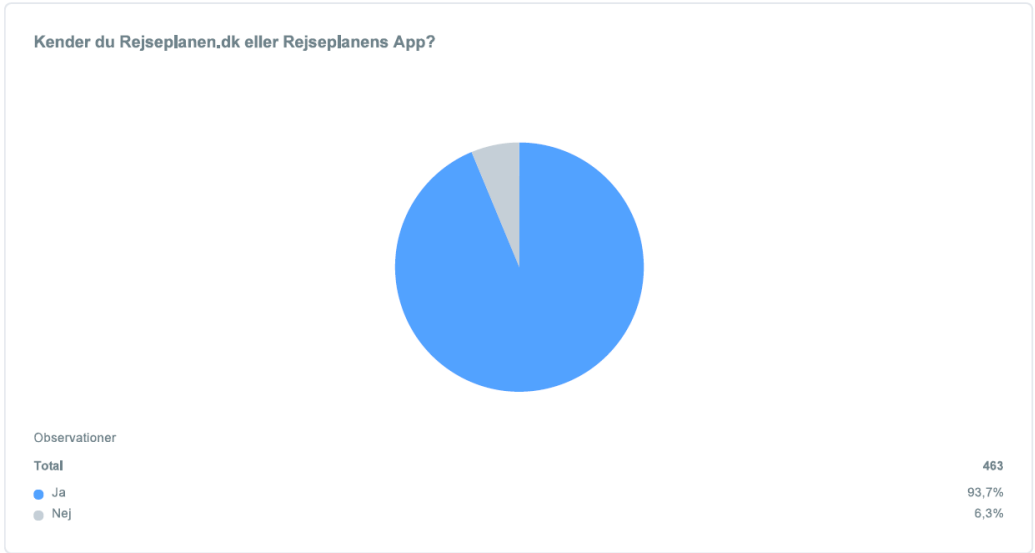
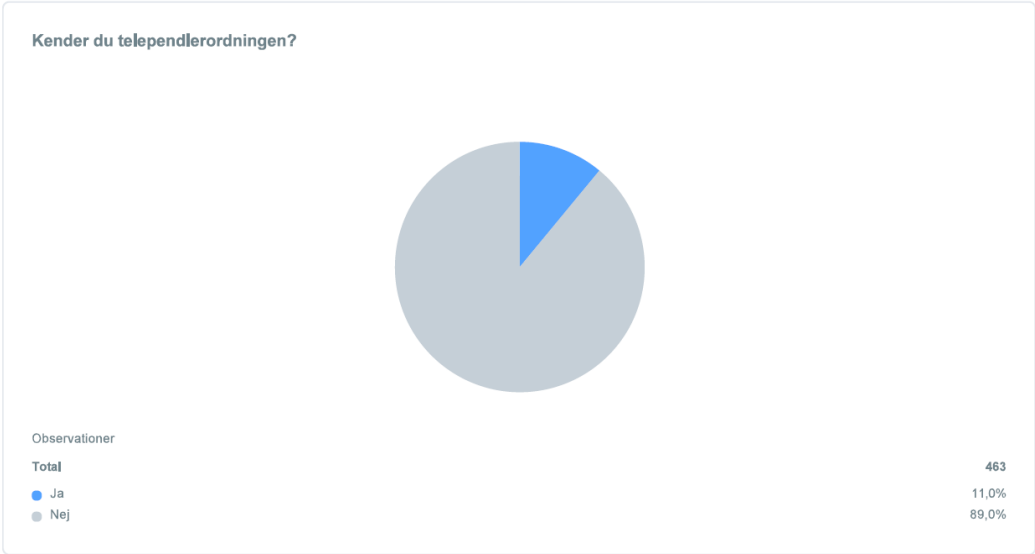


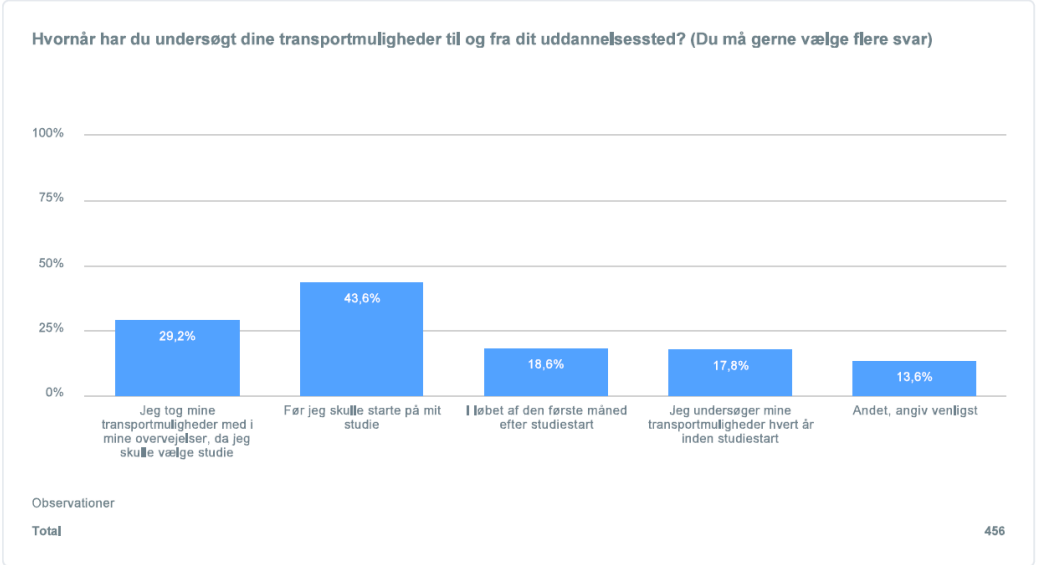
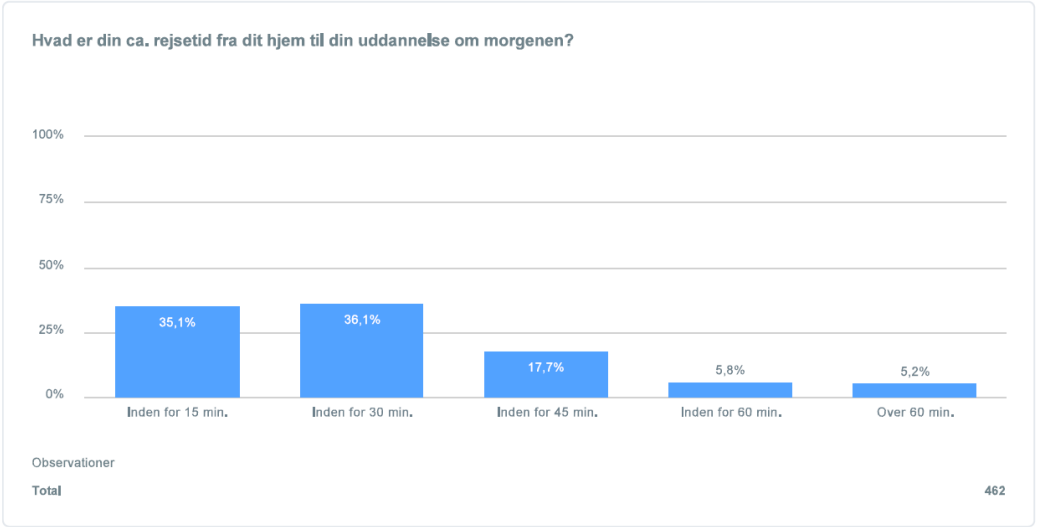
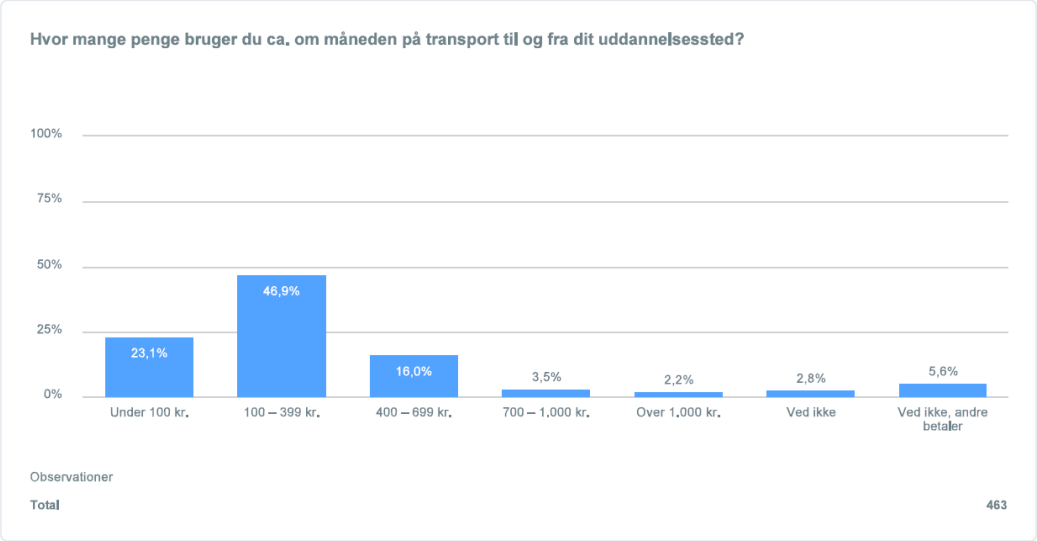


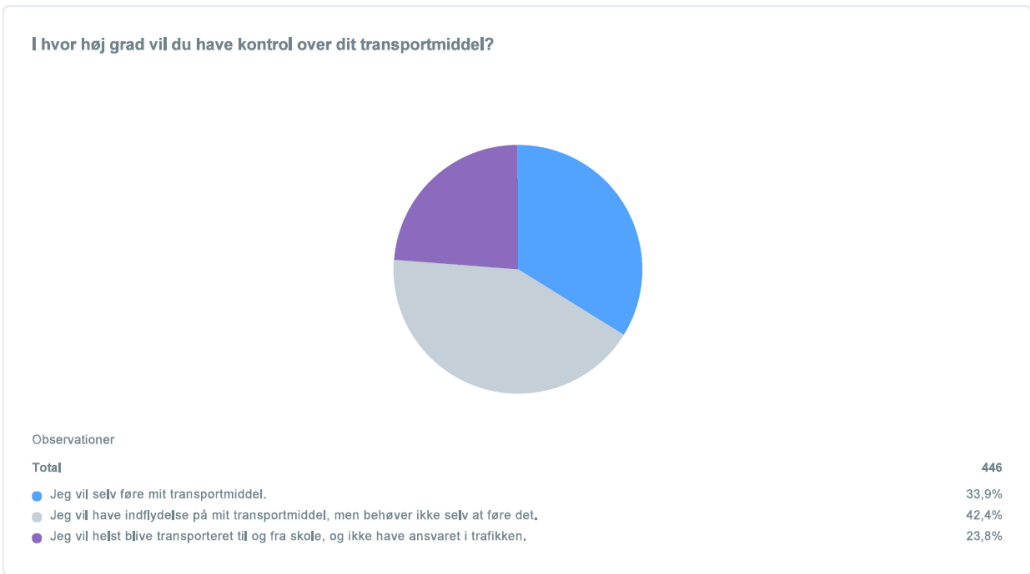
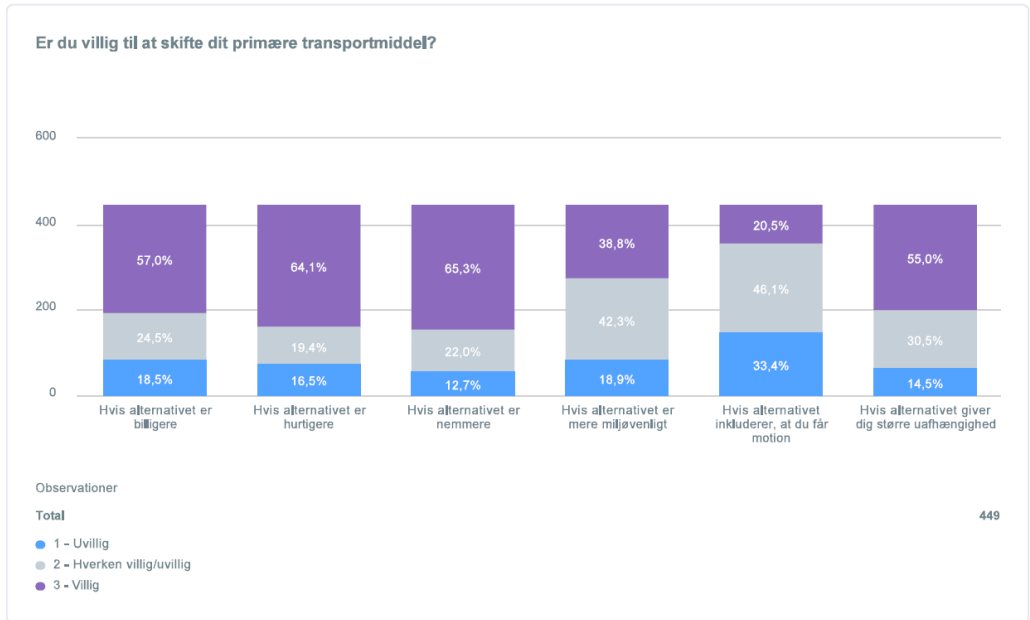
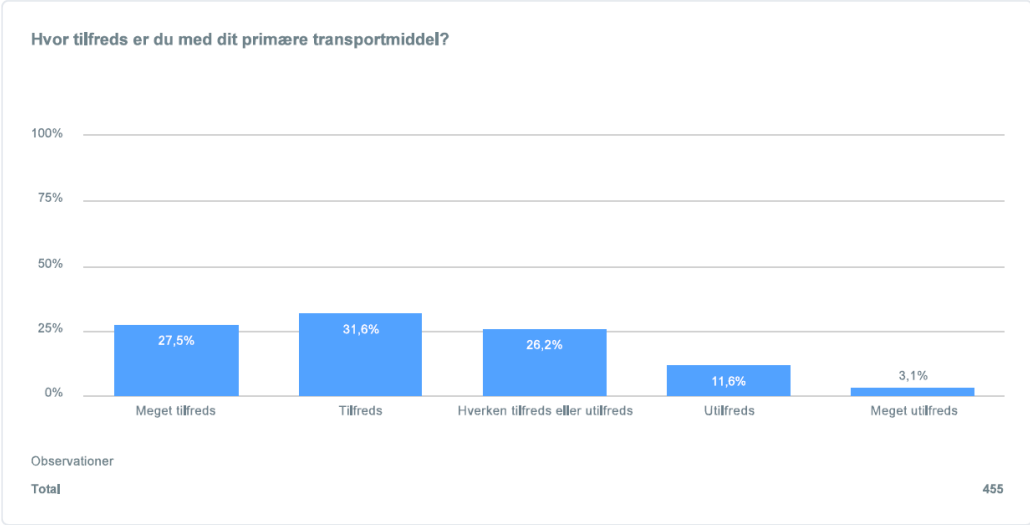


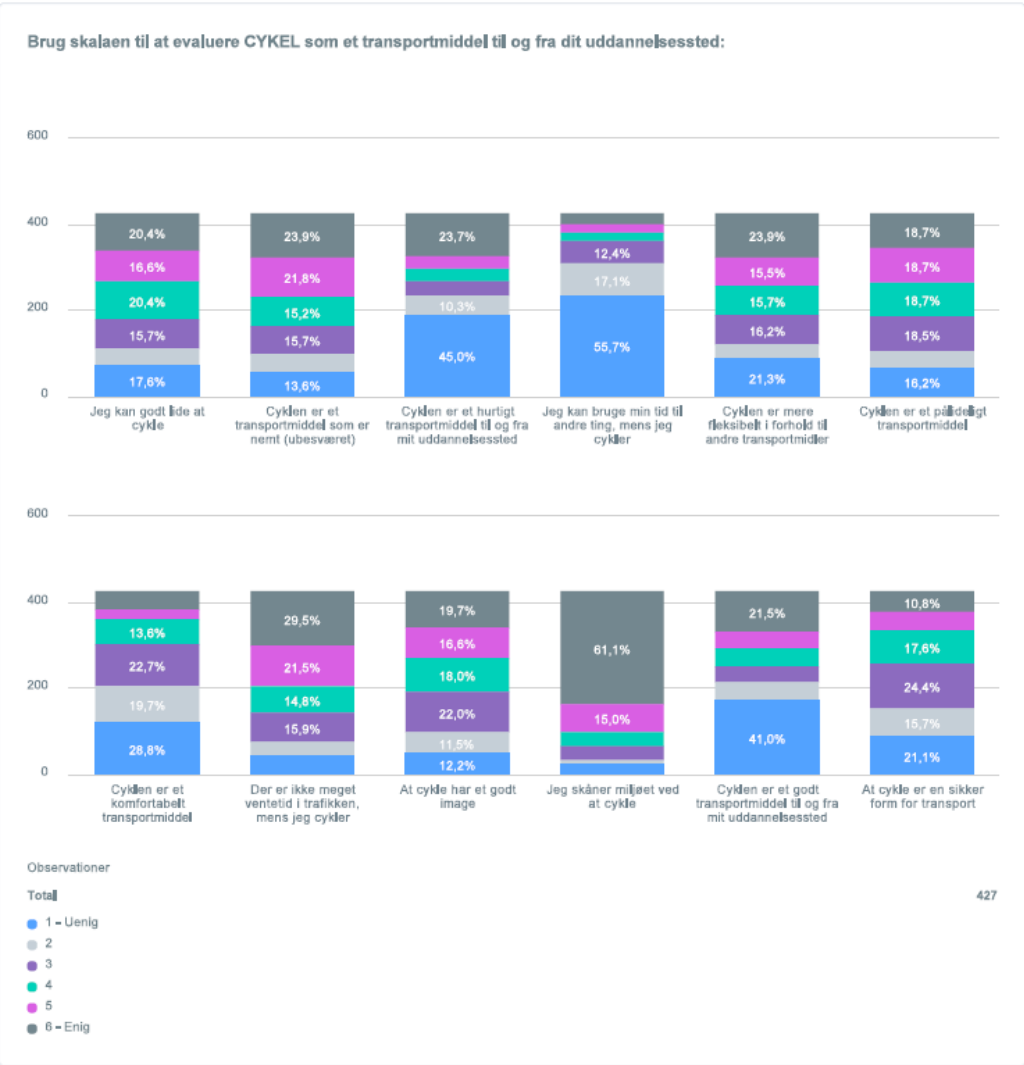
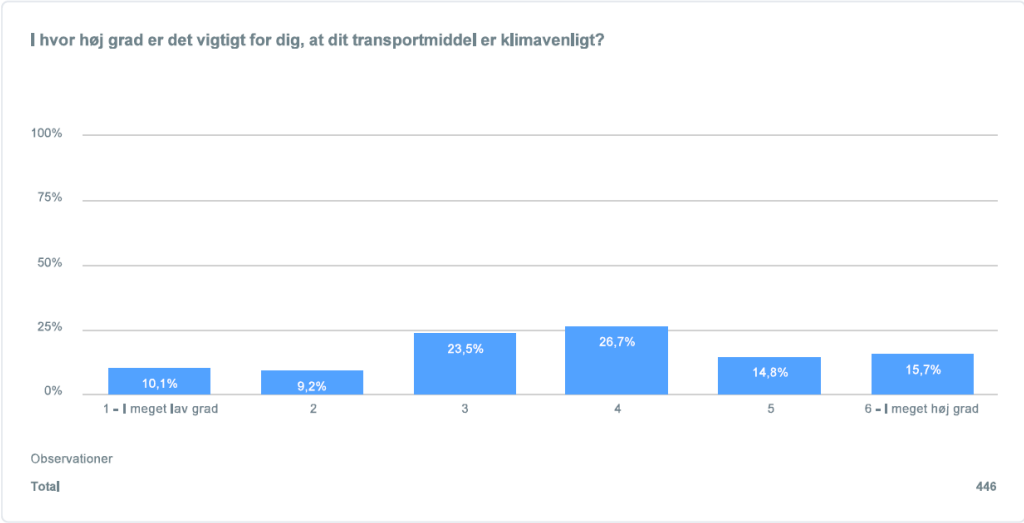


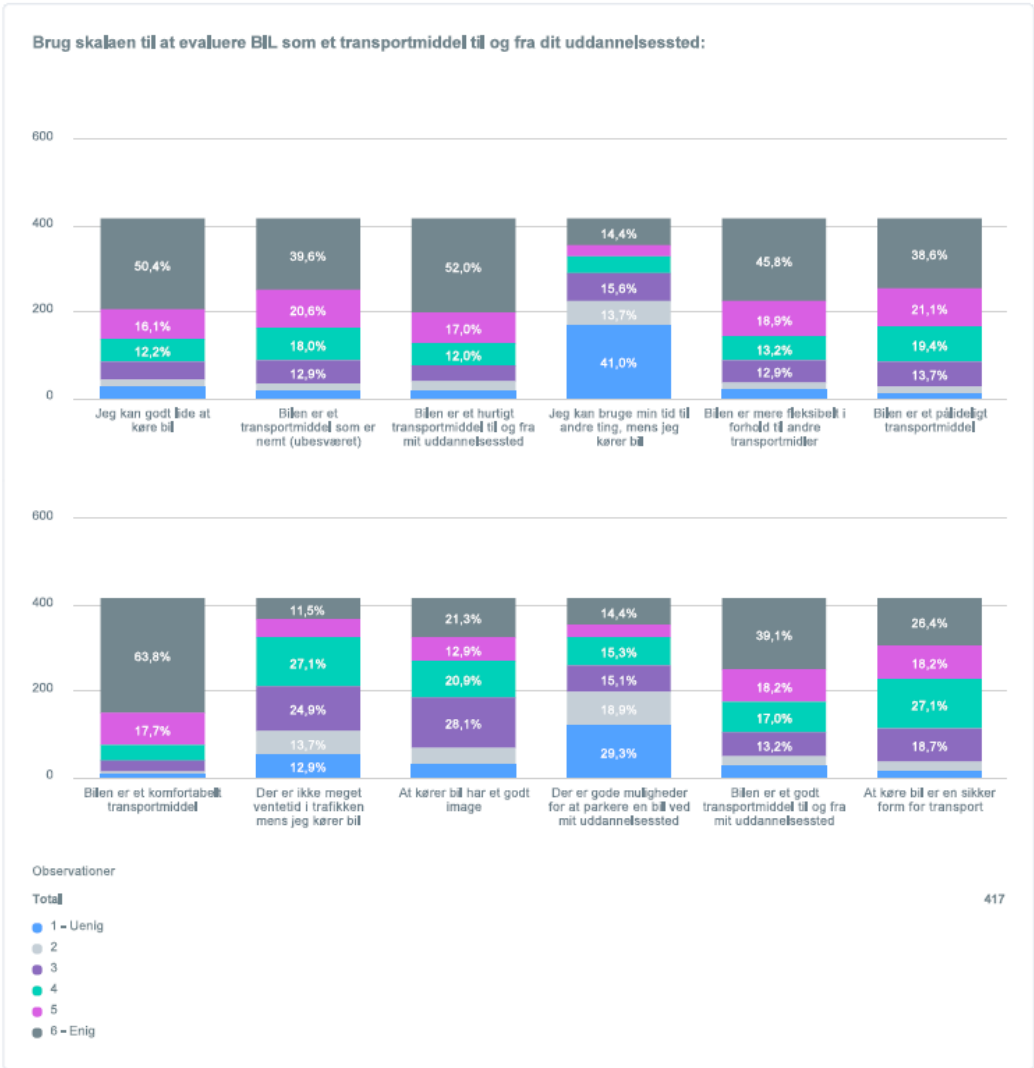


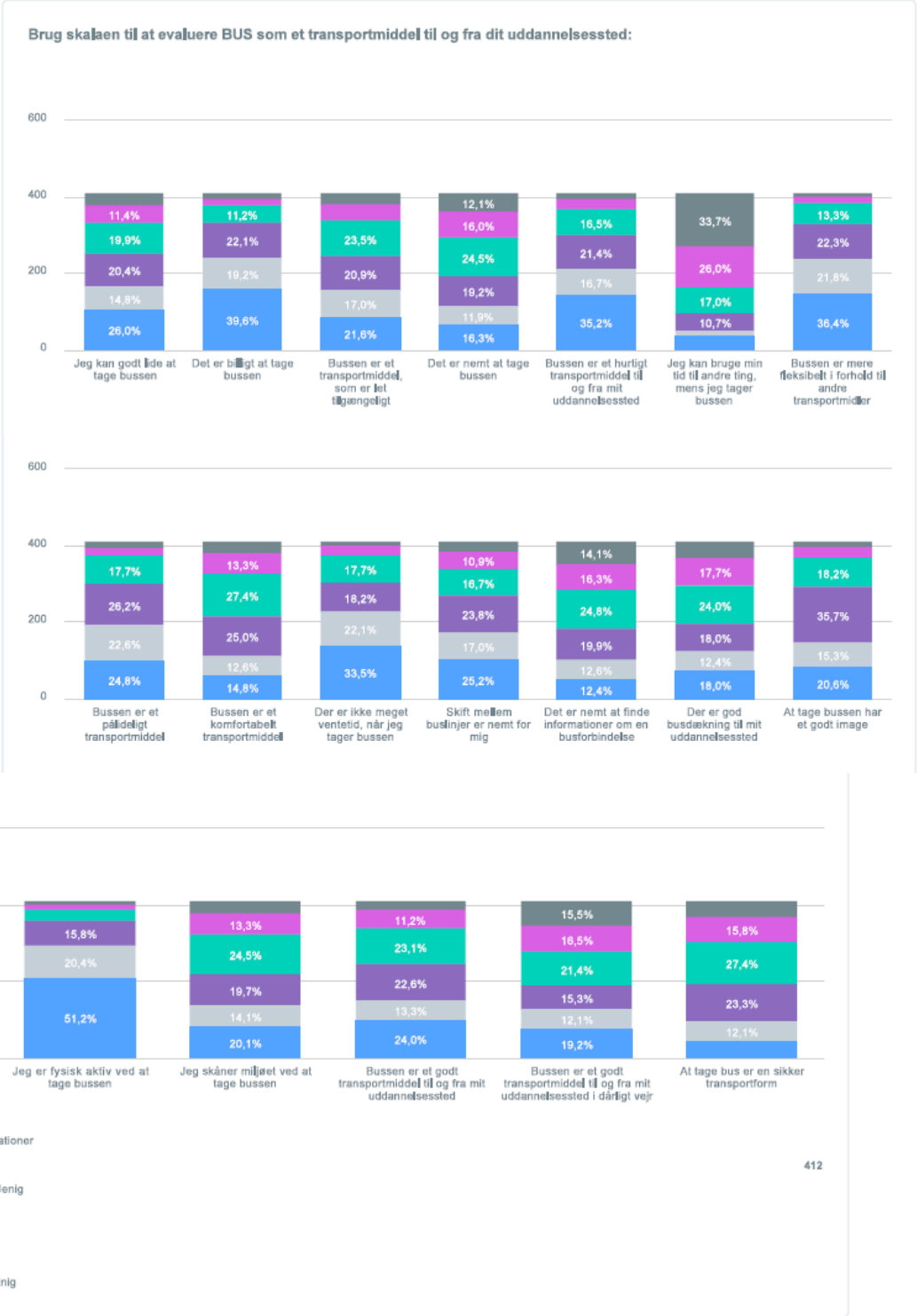


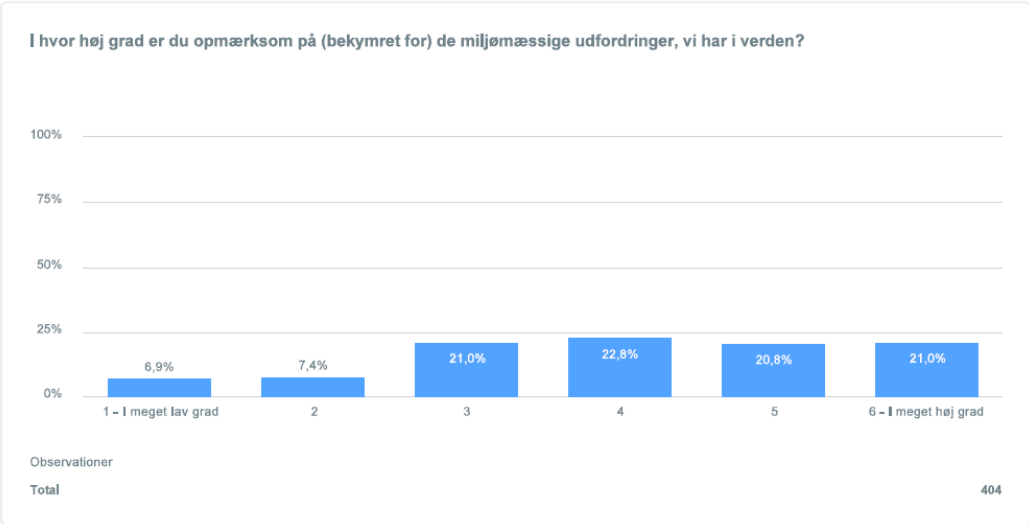
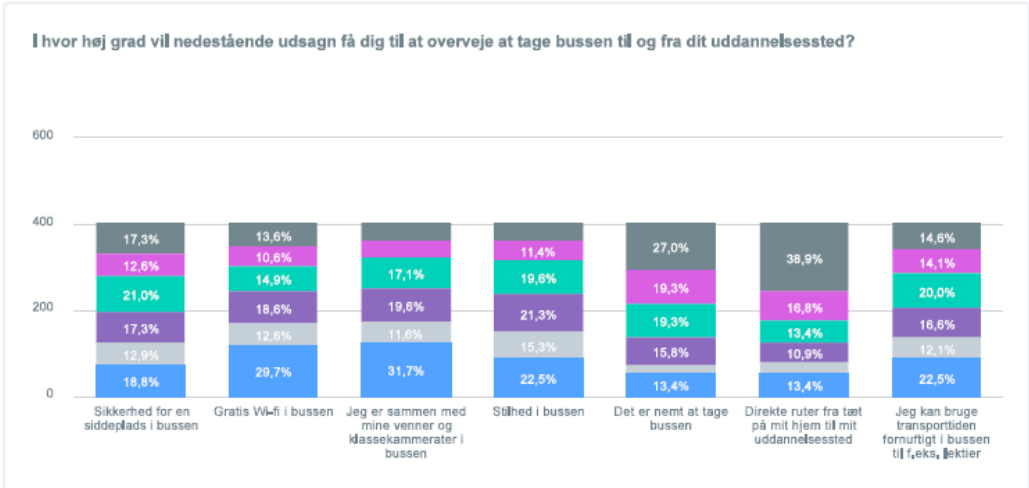












Synes du, at det stigende antal biler på vejene, kødannelser og problemer med at finde parkering er en udfordring/et problem? Uddyb gerne svaret.



402
Åbne besvarelser

Svar er angivet på side Åbne besvarelser | 28
Observationer

Total 402

Hvad bruger du din bil til udover at køre til og fra dit uddannelsessted? Uddyb gerne svaret.



195
Åbne besvarelser

Svar er angivet på side Åbne besvarelser | 35
Observationer

Total 195

Hvad er dine rejsemål udover at tage bussen til og fra dit uddannelsessted? Uddyb gerne svaret.



210
Åbne besvarelser

Svar er angivet på side Åbne besvarelser | 38
Observationer

Total 210

Hvilke gode oplevelser forbinder du med transport og ventetid? Uddyb gerne svaret.




402
Åbne besvarelser

Svar er angivet på side Åbne besvarelser | 42
Observationer

Total 402

Hvad er det allerværste ved transport og ventetid? Uddyb gerne svaret.



402
Åbne besvarelser

Svar er angivet på side Åbne besvarelser | 48
Observationer

Total 402

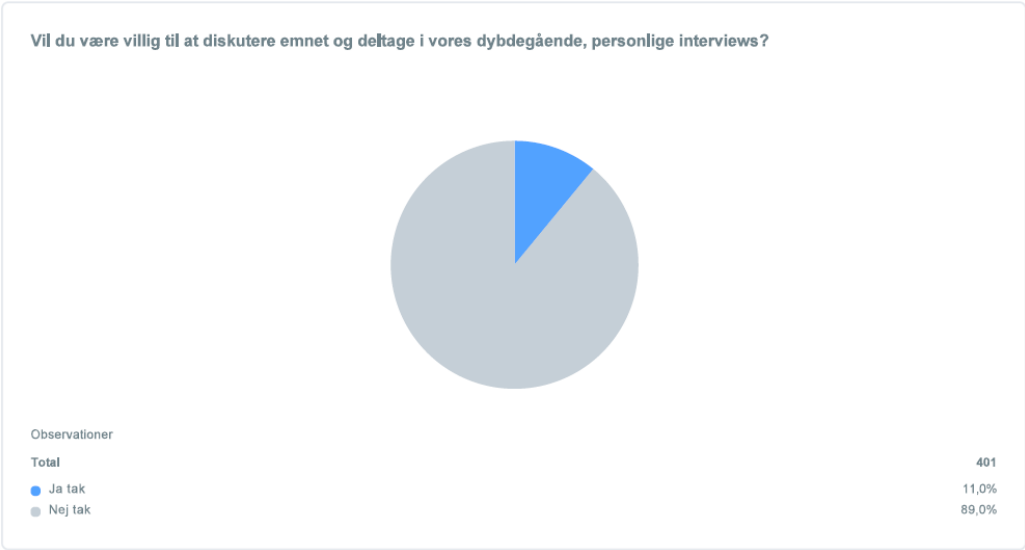
Hvad kan vi gøre for, at flere bilister tager bussen i stedet for bilen?



401
Åbne besvarelser

Svar er angivet på side Åbne besvarelser | 55
Observationer

Total 401



Åbne spørgsmål

Undersøgelsens resultater indebærer også svar på de åbne spørgsmål. Der er tale om i alt 2.012 svar på de åbne spørgsmål.

Resultaterne fra de åbne spørgsmål bliver herunder opstillet i kategorier af hvert spørgsmål hvorunder de relevante emner opstilles.

Synes du, at det stigende antal biler på vejene, kødannelser og problemer med at finde parkering er en udfordring/et problem? Uddyb gerne svaret.

Problemer med parkering:

- Man skal komme 20 min. før i skole for at få en parkeringsplads.
- De studerende der bor tæt på skolen kører også i bil, og derfor kan dem der har langt til skole ikke få en parkeringsplads.
- Man skal ikke tænke på problemer med parkering, hvis man tager bussen.

Problemer med kødannelser og mange biler på vejene:

- Bussen bliver forsinket, hvilket resulterer i fravær på skolen.
- Større CO₂ udledning – bussen burde køre på el.
- Bilister burde etablere en samkørselsordning.
- Det er bedre for miljøet at tage bussen.
- Det er ubehageligt som cyklist, at der er mange biler på vejene.
- "Der er alt for meget vejarbejde i Odense. At det ikke giver mening for mig at tage bussen det næste lange stykke tid, da der er alt for lang kø og vil komme for sent (fravær)"

Det er en fordel at benytte bilen fremfor bussen grundet:

- Perioderne på ungdomskortet er besværlige.
- "1 ud af 5 gange er buschaufføren lige lovlig presset på tid (det føles sådan) når han (typisk ham med de lange negle) bremses hårdt, drejer kraftigt i sving og kører nogle gange direkte ud foran folk så de dytter".
- Lang transporttid med bus fremfor bil.
- Mangel på siddepladser i bussen.
- Dårligt indeklima i bussen.
- Andre passagerer med dårlig personlig hygiejne i bussen.
- Bustiderne passer ikke med skoleskemaet.
- Det er dyrt at tage bussen.
- "Jeg vil hellere køre i tæt trafik, holde i kø og have problemer med parkeringsplads, end at jeg vil stå og vente på en bus, som er så meget langsommere end min bil".
- Frihed i bilen.
- Mobilitet i bilen.
- Forsinkelser på bussen.

Hvad bruger du din bil til udover at køre til og fra dit uddannelsessted? Uddyb gerne.

- Arbejde.
- Fritidsaktiviteter.
- Venner.
- Ærinder.
- Familie.
- Intet andet end kørsel til skole.
- Indkøb.
- Køre til et stoppested.
- Høre musik og slappe af.

Hvad er dine rejsemål udover at tage bussen til og fra dit uddannelsessted? Uddyb gerne.

- Jylland.
- Sjælland.
- Odense.
- Fra Svendborg til Langeland.
- Faaborg.
- Nyborg.
- Assens.
- Bogense.

Hvilke gode oplevelser forbinder du med transport og ventetid? Uddyb gerne.

- Direkte forbindelse mellem hjem og uddannelsessted.
- Lave lektier.
- Snakke med venner.
- Høre musik.
- Søde buschauffører.
- Der er varmt i bussen.
- At bussen kommer til tiden.
- "At man har ro til at sidde for sig selv. Især de tidlige morgenener, når man skal i skole, er det virkelig rart at sidde i bussen og ikke skulle tænke over noget."
- Buschauffører der venter, hvis man kommer løbende.
- Sove.
- Det er nemt at finde oplysninger om rejser.
- Mulighed for siddeplads.
- Man skal ikke bekymre sig om parkeringsplads.
- Det er billigere at tage bus end at have egen bil.
- WiFi.
- Man undgår dårligt vejr, hvis man tager bussen.
- Man kan snakke i telefon og tjekke sociale medier i bussen.
- Man skåner miljøet ved at tage bussen.

Hvad er det allerværste ved transport og ventetid? Uddyb gerne.

- Ingen pladser i bussen.

- Dårligt vejr mens man venter.
- Larmende børn.
- Spildtid.
- Sure buschauffører og chauffører der skal stoppe for at ryge undervejs.
- Hvor lang tid selve transporten tager.
- "At det er fuldstændig urimeligt dyrt at tage offentligt transport..". "Det allerværste er at det koster en fattig studerende 27 kr. at komme fra og til som vokser op til en enorm stor sum penge i længden.."
- Folk vælter i bussen, fordi bussen kører så snart rejsekortet er bippet ind.
- Komme for sent i skole.
- For langt til nærmeste busstopsted.
- Indeklima i bussen – for varmt.
- Når man ikke kan finde nok informationer om den bus man skal tage.
- Bussen er upålidelig.
- Bussen kører en omvej.

Hvad kan vi gøre for, at flere bilister tager bussen i stedet for bilen?

- Sørge for at der er siddepladser.
- Gøre det billigere.
- Sørge for flere busafgange.
- Gladere chauffører.
- Bedre dækning i yderområderne.
- Gøre bilisterne opmærksomme på miljøet: "Men et bud kunne være at spille på miljøet. Trække samvittighedskortet. Reklamemæssigt, du ved. .. Hvis reklamerne for busserne inkluderer det faktum, at man som individ bidrager til en mindre udledning af drivhusgasser ved at tage bussen, er jeg (næsten) sikker på, at folk i større grad ville overveje det."
- Bustiderne skal tage højde for uddannelsens mødetider.
- Busser der kører på el.
- Busserne skal være mere fleksible.
- Bedre udluftning i bussen.
- "Derimod tror jeg også bare i skal have ændret på selve jeres image, og hvem i har som chauffører. Det image i har – og ikke tag det personligt – er at de fleste er nogle sure r'vhuller, som ikke gider sige godmorgen eller hav en god dag. Og det betyder enormt meget for om man gider tage bussen".
- Mulighed for at betale med Mobilepay i bussen.

Derudover er der kommentarer til enkelte ruter.

Bilag 5 Folder med FynBus' tilbud til uddannelsessteder

MATERIALE PÅ FYNBUS.DK/ACADEMY:

UNGE VISER VEJ - LÆRINGS- OG INNOVATIONSFORLØB
 Materialet er en trykt folder, som kan fås ved henvendelse til Patrycja Zieba på paz@fynbus.dk. Der er 1 stk. til rådighed pr. klasse. Materialet kan også downloades fra FynBus.dk/Academy, og må gerne kopieres.

PENDLERTJEK - REGNEOPGAVER
 Pendlertjek findes på FynBus.dk, hvor man kan sammenligne pengeforbrug, kalorieforbrug og CO2-udledning ved forskellige transportformer. Forslag til regneopgaver kan frit downloades fra FynBus.dk/Academy.

FYNBUS' KUNDEAMBASSADØRER
 Har I lyst til at få besøg af FynBus' kundeambassadører, kan I rette henvendelse til Krestina Lauridsen på kla@fynbus.dk.



Gratis undervisningsmateriale, læringsforløb, ambassadørbesøg, trafikinformation og studycases om bæredygtighed, mobilitet og kollektiv trafik.



VIL DU VIDE MERE?
 Har du brug for mere viden om materialet, eller har du spørgsmål til hvad vi kan tilbyde under FynBus Academy, er du meget velkommen til at kontakte markedskommulent Patrycja Anna Zieba på paz@fynbus.dk




FYNBUS.DK/ACADEMY

Klimaproblematikken er på alles læber, og ikke mindst hos de unge. FynBus har gennemført en undersøgelse blandt 532 studerende, hvor vi har undersøgt deres holdninger, transportvaner og behov, og flertallet angiver, at de er bekymrede for klimaet.

Undersøgelsen viser til gengæld, at klimahensynet ofte er fraværende, når unge vælger transportmiddel til og fra uddannelse, og at de fleste, som benytter bussen frem for bilen, vælger bussen fra efter endt uddannelse.

Vi har på den baggrund udviklet et tiltag målrettet de unge, der med fagligt afsæt gør dem bedre rustede til at træffe bevidste valg om mobilitet og bæredygtighed.

Tiltaget kalder vi FynBus Academy og består af gratis undervisningsmateriale, konkrete værktøjer til brug i undervisning, mulighed for foredrag om kollektiv trafik, dynamisk trafikinformation på jeres skærme og særligt tilrettede forløb.

FORMÅL
 Formålet med FynBus Academy er at skabe debat og bevidsthed hos de studerende om, hvor vigtig en faktor mobilitet og kollektiv trafik er, når der diskuteres klima, miljø og bæredygtighed. At gøre dem bevidste om at et valg af bussen og et forvalg af bilen er et klimarigtigt valg.

MÅLGRUPPER
 Tiltaget FynBus Academy er målrettet specielt mod studerende på ungdomsuddannelsen, og tilbudene er særligt rettede mod matematiske, økonomiske og samfundsfaglige fag.

HVAD KAN VI TILBYDE

UNGE VISER VEJ
 Et lærings- og innovationsforløb der skal give unge viden om mobilitet og inspirere de unge til selv at udvikle gode, lokale og innovative mobilitetsløsninger. Materialet kan bruges på mange måder fx som kortere eller længere forløb om mobilitet og kollektiv trafik. Materialet er med til at styrke de studerendes evne til refleksion at tage del i den samfundsmæssige debat om klima, miljø og mobilitet.

PENDLERTJEK
 Pendlertjek er en digital løsning, som findes på FynBus.dk. Her kan man mellem 2 adresser fx hjem og uddannelsessted sammenligne økonomiske, tidsmæssige og klimamæssige konsekvenser af forskellige transportformer. Man kan også lave et pendlertjek på en hel klasse.



STUDYCASES
 FynBus Academy har opsat nogle beregningsopgaver, som handler om de økonomiske og klimamæssige besparelser, der er ved at vælge bussen fremfor bilen. Det er også muligt at downloade rapporten fra vores undersøgelse af studerendes transportvaner og arbejde med opgaver, der tager udgangspunkt i undersøgelsens resultater.



FÅ BESØG PÅ SKOLEN
 FynBus' kundeambassadører kommer gerne på besøg på jeres uddannelsessted, og stiller op med en infostand eller holder et informationsoplæg med nyttig viden om kollektiv trafik. Vi stiller også gerne relevant personale til rådighed i forbindelse med temauger, debatarrangementer eller lignende, og har I en god idé, hører vi altid gerne fra jer.




HVORNÅR GÅR BUSSEN?
 Har I informationskærmene på jeres uddannelsessted, stiller vi gerne dynamisk trafikinformation til rådighed, der viser hvornår de næste busser kører fra stoppestederne nærmest skolen. Det er selvfølgelig gratis.



Bilag 6 FynBus Academy hjemmeside

FYNBUS


[Kontakt os](#)
[Om FynBus](#)

Find din rejse
Find den rigtige billet
Kundeservice
Flextrafik
Webshop
Pendlertjek

Arbejdsklausuler	Bestyrelsen	FynBus Academy	Job i FynBus
Presse	Rapporter	Reklamer på busserne	Strategi og årsberetning
Telefonliste	Udbud	Økonomi og statistik	

FynBus Academy

Klimaproblematikken er på alles læber, og ikke mindst hos de unge. FynBus har gennemført en undersøgelse blandt 532 studerende, hvor vi har undersøgt deres holdninger, transportvaner og behov, og flertallet angiver, at de er bekymrede for klimaet.

Undersøgelsen viser til gengæld, at klimahensynet ofte er fraværende, når unge vælger transportmiddel til og fra uddannelse, og at de fleste, som benytter bussen frem for bilen, vælger bussen fra efter endt uddannelse.

Vi har på den baggrund udviklet et tiltag målrettet de unge, der med fagligt afsæt gør dem bedre rustede til at træffe bevidste valg om mobilitet og bæredygtighed.


Tiltaget kalder vi FynBus Academy og består af gratis undervisningsmateriale, konkrete værktøjer til brug i undervisning, mulighed for foredrag om kollektiv trafik, dynamisk trafikinformation på jeres skærme og særligt tilrettede forløb.

Du kan læse meget mere om vores tilbud i folderen "FynBus Academy", som du finder i boksen til højre (på computer) eller herunder (på en smartphone).


Herunder finder I materialet i printvenlige versioner.

Undervisningsmateriale

- Unge viser vej
- Pendlertjek
- Studycases
- Få besøg på skolen af FynBus
- Vis hvornår bussen kører



Har du lyst til at læse mere om vores tilbud under FynBus Academy, kan du [her](#) downloade vores informationsfolder.





FYNBUS ACADEMY STUDYCASE 1



FYNBUS ACADEMY STUDYCASE 1



OPGAVE:

Beregn hvor mange penge du kan spare ved at bruge bussen fremfor bilen til og fra skole.

SÅDAN GØR DU:

1. Tjek hvor mange kilometer der er på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted på [google.com/maps](https://www.google.com/maps)
 2. Brug tabellen med tal fra FDM og find samlede udgifter i kr. pr. km for en ny bil til ca. 100.000 kr.
 3. Beregn den månedlige omkostning for kørsel i bil på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted.
(Afstand i km x 2 ture om dagen x 20 dage pr. måned x samlede udgifter i kr. pr. km = månedlig omkostning af kørsel i bil til og fra dit hjem og uddannelsessted.)
 4. Tjek prisen på Ungdomskort, som giver ubegrænset kørsel på hele Fyn i 30 dage på [FynBus.dk](https://www.fynbus.dk) under 'Find den rigtige billet'.
 5. Beregn den månedlige besparelse ved at bruge bussen fremfor bilen.
(Månedlig omkostning for kørsel i bil - pris af Ungdomskort = månedlig besparelse pr. måned)
 6. Beregn den årlige besparelse ved at bruge bussen fremfor bilen.
(Månedlig omkostning af kørsel i bil - pris af Ungdomskort) x 12 = årlig besparelse pr. måned.
-

FYNBUS ACADEMY: BILBUDGET 2019

Kilde: FDM, 2019

Forudsætninger	Køb af ny bil til ca. 100.000 kr.		Køb af ny bil til ca. 150.000 kr.		Køb af ny bil til ca. 200.000 kr.		Køb af ny bil til ca. 275.000 kr.		Køb af ny bil til ca. 350.000 kr.		Køb af 3-5 årgl. bil til ca. 150.000 kr.
	20	20	19	19	18	18	17	17	16	16	15

Brændstoføkonomi - km/l	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5
Antal brugsår	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000
Årlig kørsel - km	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000

Variable udgifter (kr. pr år)

Brændstof	12.760	19.140	13.432	20.147	14.178	21.267	15.012	22.518	15.950	23.925	17.013
Dæk	3.489	4.508	3.579	4.645	3.696	4.815	4.175	5.563	4.865	6.621	4.175
Ve dlige hold	8.088	9.344	9.168	9.509	9.586	10.424	9.836	10.752	10.589	11.253	13.000
I alt (kr. pr år)	24.337	32.992	26.178	34.301	27.461	36.506	29.023	38.832	31.404	41.799	34.189
I alt (kr. pr km.)	1,22	1,10	1,31	1,14	1,37	1,22	1,45	1,29	1,57	1,39	1,71

Faste udgifter (kr. pr år)

Forsikring	4.894		5.330		5.783		5.984		6.069		5.959
Ejeravgift	1.160		1.780		2.380		2.380		3.020		3.640
FDM	660		660		660		660		660		660
Diverse	3.840		3.840		3.840		3.840		3.840		3.840
I alt (kr. pr år)	10.554		11.610		12.663		12.864		13.589		14.099
I alt (kr. pr km.)	0,53	0,35	0,58	0,39	0,63	0,42	0,64	0,43	0,68	0,45	0,70

Kapitalomkostninger (kr. pr år)

Værdifab	17.000	24.000	24.000	33.000	31.000	43.000	39.000	56.000	50.000	72.000	20.000
Rente byrde	1.725	1.920	2.700	3.015	3.675	4.065	5.325	5.730	6.750	7.260	3.000
I alt (kr. pr år)	18.725	25.920	26.700	36.015	34.675	47.065	44.325	61.730	56.750	79.260	23.000
I alt (kr. pr km.)	0,94	0,86	1,34	1,20	1,73	1,57	2,22	2,06	2,84	2,64	1,15

Samlede udgifter

I alt (kr. pr år)	53.616	69.466	64.488	81.926	74.799	96.234	86.212	113.426	101.743	134.648	71.288
I alt (kr. pr km.)	2,68	2,32	3,22	2,73	3,74	3,21	4,31	3,78	5,09	4,49	3,56



**FYNBUS ACADEMY
STUDYCASE 2**

***Nedsætter
du din CO₂-
udledning ved
at vælge bussen
fremfor bilen?***

FYNBUS ACADEMY STUDYCASE 2



OPGAVE:

Beregn hvor mange kg. CO₂ du sparer ved at bruge bussen fremfor bilen.

SÅDAN GØR DU:

1. Tjek hvor mange kilometer der er på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted på [google.com/maps](https://www.google.com/maps)
2. En bus er sat til gennemsnitligt at udlede 83 gram af CO₂ per personkilometer ved belægningsgrad på under 25 %. Hvis bussen er fyldt (belægningsgrad 100 %), er CO₂ udledningen ca. 20 gram CO₂ per personkilometer. Bil er sat til gennemsnitligt at udlede 126 gram af CO₂ per personkilometer. (Kilde: Trafikstyrelsen, "Med tog, bus & færge")
3. Beregn den månedlige udledning af CO₂ i kg fra en bil på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted. (Afstand i km x 2 ture om dagen x 20 dage pr. måned x 126 g af CO₂ pr. personkilometer /1000 = månedlig udledning af CO₂ i kg fra en bil på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted.)
4. Beregn den månedlige udledning af CO₂ i kg fra en bus ved belægningsgrad på under 25 % på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted. (Afstand i km x 2 ture om dagen x 20 dage pr. måned x 83 g af CO₂ pr. personkilometer /1000 = månedlig udledning af CO₂ i kg fra en ikke fyldt bus på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted.)
5. Beregn den månedlige udledning af CO₂ i kg fra en bus ved belægningsgrad på 100 % på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted. (Afstand i km x 2 ture om dagen x 20 dage pr. måned x 20 g af CO₂ pr. personkilometer /1000 = månedlig udledning af CO₂ i kg fra en fyldt bus på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted.)
6. Beregn den årlige udledning af CO₂ i kg fra en bus ved belægningsgrad på under 25 % på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted. (Afstand i km x 2 ture om dagen x 20 dage pr. måned x 83 g af CO₂ pr. personkilometer /1000 x12 = årlig udledning af CO₂ i kg fra en ikke fyldt bus på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted.)
7. Beregn den årlige udledning af CO₂ i kg fra en bus ved belægningsgrad på 100 % på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted. (Afstand i km x 2 ture om dagen x 20 dage pr. måned x 20 g af CO₂ pr. personkilometer /1000 x12 = årlig udledning af CO₂ i kg fra en fyldt bus på strækningen mellem dit hjem og uddannelsessted.)
8. Du kan tjekke din CO₂ beregning på [FynBus.dk/rkprisberegner](https://www.fynbus.dk/rkprisberegner)

FYNBUS ACADEMY: BILBUDGET 2019

Kilde: FDM, 2019

Forudsætninger	Køb af ny bil til ca. 100.000 kr.		Køb af ny bil til ca. 150.000 kr.		Køb af ny bil til ca. 200.000 kr.		Køb af ny bil til ca. 275.000 kr.		Køb af ny bil til ca. 350.000 kr.		Køb af 3-5 år gl. bil til ca. 150.000 kr.
	20	20	19	19	18	18	17	17	16	16	
Bændstoføkonomi - km/l	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	15
Antal brugsår	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000
Årlig kørsel - km	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000	30.000	20.000

Variable udgifter (kr. pr år)

Bændstof	12.760	19.140	13.432	20.147	14.178	21.267	15.012	22.518	15.950	23.925	17.013
Dæk	3.489	4.508	3.579	4.645	3.696	4.815	4.175	5.563	4.865	6.621	4.175
Vedligehold	8.088	9.344	9.168	9.509	9.586	10.424	9.836	10.752	10.589	11.253	13.000
I alt (kr. pr år)	24.337	32.992	26.178	34.301	27.461	36.506	29.023	38.832	31.404	41.799	34.189
I alt (kr. pr km.)	1,22	1,10	1,31	1,14	1,37	1,22	1,45	1,29	1,57	1,39	1,71

Faste udgifter (kr. pr år)

Forsikring	4.894	5.330	5.783	5.984	6.069	6.069	6.069	6.069	6.069	6.069	5.959
Ejeravgift	1.160	1.780	2.380	2.380	2.380	2.380	2.380	2.380	2.380	2.380	3.640
FDM	660	660	660	660	660	660	660	660	660	660	660
Diverse	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840
I alt (kr. pr år)	10.554	11.610	12.663	12.663	12.663	12.663	12.663	12.663	13.589	13.589	14.099
I alt (kr. pr km.)	0,53	0,35	0,58	0,39	0,63	0,42	0,64	0,43	0,68	0,45	0,70

Kapitalomkostninger (kr. pr år)

Værdifald	17.000	24.000	24.000	33.000	31.000	43.000	39.000	56.000	50.000	72.000	20.000
Rentebæydelse	1.725	1.920	2.700	3.015	3.675	4.065	5.325	5.730	6.750	7.260	3.000
I alt (kr. pr år)	18.725	25.920	26.700	36.015	34.675	47.065	44.325	61.730	56.750	79.260	23.000
I alt (kr. pr km.)	0,94	0,86	1,34	1,20	1,73	1,57	2,22	2,06	2,84	2,64	1,15

Samlede udgifter

I alt (kr. pr år)	53.616	69.466	64.488	81.926	74.799	96.234	86.212	113.426	101.743	134.648	71.288
I alt (kr. pr km.)	2,68	2,32	3,22	2,73	3,74	3,21	4,31	3,78	5,09	4,49	3,56



**FYNBUS ACADEMY
STUDYCASE 3**

***Hvordan får
man studerende
til at vælge
bussen fremfor
bilen?***

FYNBUS ACADEMY

STUDYCASE 3



OPGAVE:

Udtænk en ide der kan flytte de studerende fra bilen over i bussen.

BAGGRUND:

FynBus har blandt 532 studerende gennemført en undersøgelse af deres adfærd, holdninger, transportvaner og behov. Undersøgelsens konklusioner har vi samlet i rapporten 'Studerende fra bil til bus'.

Undersøgelsen viste blandt andet at...

- Næsten hver fjerde studerende kører alene i bil.
- Der er mange studerende, der bruger bussen (54 %), men de vælger et andet transportmiddel, når de er færdige med uddannelsen (70%).
- Flertallet angiver, at de er meget bekymrede for klimaet, men over halvdelen mener ikke, at de skåner miljøet ved at benytte bus til og fra uddannelsesstedet.
- Over 63 % af de studerende mener, at der er dårlige muligheder for at parkere bilen ved deres uddannelsessted.
- Unge opfatter cykel og bil som bedre transportmidler end bussen.
- Jo større afstand man har til sit uddannelsessted, jo større villighed er der til at slippe kontrollen, og jo mindre vil man selv føre transportmidlet.
- Jo større afstand man har til sit uddannelsessted, jo større utilfredshed er der med sit transportmiddel.

SÅDAN GØR DU:

Download rapporten 'Studerende fra bil til bus' fra [FynBus.dk/Academy](https://fynbus.dk/academy) og arbejd i projektgrupper med udfordringen: 'Hvordan flytter man studerende fra bil til bus?'. I er velkomne til at fokusere på 2-3 udvalgte aspekter fra undersøgelsens resultater.



BÆREDYGTIGHED - CO₂:

KAMPAGNE FOR DEN GRØNNE BUS

BAGGRUND

FN's verdensmål 11.6: Inden 2030 skal den negative miljøbelastning pr. Indbygger reduceres, herunder ved at lægge særlig vægt på luftkvalitet og på kommunalt og anden affaldsforvaltning.

NYTTIG INFO

Bæredygtighed, klima og miljø ligger øverst på den politiske dagsorden for tiden.

FynBus har i efteråret 2018 gennemført fase 1 af projekt "Studerende fra bil til bus", hvor det unge kunde-segments transportvaner og holdninger er undersøgt i en grundig markedsanalyse.

Af undersøgelsen fremgår det bl.a., at godt halvdelen af de studerende benytter bus til/fra uddannelse, mens næsten hver fjerde studerende kører alene i bil. I samme undersøgelse vurderer flertallet, at bussen har et overvejende dårligt image sammenlignet med eksempelvis bus og cykel. Fire ud af fem vurderer ligeledes, at bussen er en dyr transportform. Flertallet angiver, at de er meget bekymrede for klimaet. Men over halvdelen mener ikke, at de skåner miljøet ved at benytte bus til og fra uddannelsesstedet.

Flere unge er i dag meget opmærksomme på miljøvenlighed. Dette skal derfor også bruges som et argument, for at tage bussen. Dette skyldes, at man ved at tage bussen fremfor bilen sparer CO₂ og mindsker trængsel på vejene.

Dette kræver at de unge er villige til, at tage bussen fremfor bilen og dermed gå på kompromis med, at bussen eksempelvis ikke er ligeså hurtig som bilen, men til gengæld byder på andre fordele. Der er derfor behov for en diskussion om adfærden og oplevelsen af at være miljøvenlig.

Der skal ydermere arbejdes med bussens generelle image i forhold til de unge. Der skal diskuteres hvordan de unge opfatter produktet, både i forhold til miljøvenlighed og økonomi.

OPGAVE:

LAV EN KAMPAGNE FOR "DEN GRØNNE BUS"

I jeres projekt skal I tage stilling til:

- Hvordan I inddrager 'bæredygtighed' i jeres projekt? Hvorfor bussen er miljøvenlig og hvordan kan man ændre image af bussen til "den grønne"?
- Hvem er målgruppen? Det kan være dem som er i bussen, dem som ikke anvender bussen, bilister, mv.
- Potentielt indhold: Pendlertjek, CO₂ beregner på vores fynbus.dk under prisberegner, "Studerende fra bil til bus"-rapport
- Potentielle kanaler: analog og digitalt, SoMe
- Hvad vil jeres projekt koste?
- Hvad er samarbejdspartnere, som skal involveres i projektet?
- Hvad er succeskriterier og effektvurdering for projektet?

KONTAKT

Patrycja Anna Zieba
Markedskonsulent - FynBus
Email: PAZ@FynBus.dk
Tlf.: 63112292 / 52760124





INNOVATION:

FÅ FLERE UNGE TIL AT BRUGE BUSSEN

BAGGRUND

FN's verdensmål 11.2: Inden 2030 skal der skabes adgang for alle til sikre, tilgængelige og bæredygtige transportsystemer til en overkommelig pris, trafiksikkerheden skal forbedres bl.a. ved at udbygge den kollektive trafik med særlig hensyn til behov hos sårbare befolkningsgrupper, kvinder, børn, personer med handicap og de ældre.

NYTTIG INFO

Prognosen siger, at antallet af biler fortsat vil være voksende i fremtiden og der forudsiges en samlet vækst i den indenlandske personbiltrafik på 16 % og 61 % mere tid i trængsel i perioden 2015-2030. Det fører til samfundsmæssige og miljømæssige konsekvenser, mere trafikerede veje, øget trængsel og problemer med at finde parkeringspladser. Specielt de centrale dele af de større byer som Odense forventes over de næste 10-15 år at opleve væsentlige udfordringer. For at imødegå denne udvikling er det afgørende, at den kollektive trafik i specielt disse områder øger markedsandelen af trafikarbejdet markant. I Odense vil implementering af letbanen understøtte denne udvikling, men busdriften spiller fortsat også en meget stor rolle i at opnå dette.

Hvad skal der til for at ændre adfærden og dermed flytte transportarbejde fra bil til bus?

I projektet er der fokus på studerende og uddannelsessøgende. For det første har de typisk en god busbetjening til deres uddannelsessted og for det andet er der typisk udfordringer med overbelagte parkeringsarealer ved skoleme.

For unge mennesker er det typisk et ønske at skifte fra den offentlige transport til selv at køre bil, så snart de får kørekort. De har ikke de øko-

nomiske styrker til at købe, drifte og vedligeholde bilerne, derfor er det oftest forældrene, som kommer til at betale for det. De unge menneskers adfærd og transportvaner er en udfordring på landsplan og direkte over trængselsproblemer på parkeringspladser ved skolerne.

OPGAVE:

FÅ FLERE UNGE TIL AT BRUGE BUSSEN

I jeres projekt skal I tage stilling til:

- Hvordan I inddrager 'innovation' i jeres projekt? Det kan handle om hele rejseforløbet og infrastruktur - Information inden rejsen, ved busstoppesteder, ind i bussen eller teknik omkring rejse (digitale løsninger).
- Potentielle målgrupper: Unge/Studerende (13-24 år), Forældre
- Potentielt indhold: Pendlertjek, Rejseplanen, Image, Loyalitet, "Studerende fra bil til bus"-rapport, Sporadiske og fritids rejser
- Hvad vil jeres projekt koste?
- Hvad er samarbejdspartnere, som skal involveres i projektet?
- Hvad er succeskriterier og effektvurdering for projektet?

KONTAKT

Patrycja Anna Zieba
 Markedskonsulent - FynBus
 Email: PAZ@FynBus.dk
 Tlf.: 63112292 / 52760124



Bilag 8 Bestillingsblanket for dynamisk trafikinformation under FynBus Academy

Oplysningskema - infoskærm med afgangsinformation
Sted (Navn på virksomhed, skole el. lign.):
Adresse:
Kontaktperson(er) (Navn, telefon og e-mail):
Placering af skærm (fx "i kantinen"):
Størrelse på skærm (i tommer):
Opløsning i pixels (Bredde x højde):
Stoppesteder, der ønskes afgang fra (se fynbus.dk/kort):
Anslået gangafstand i minutter til det nærmeste af disse stoppesteder (optimistisk gæt):

Bilag 9 Mail til skolerne med præsentation af FynBus Academy

Præsentation af FynBus Academy

27-05-2020, Odense

Kære uddannelsesinstitutioner

FynBus præsenterer her et muligt input til undervisningsplanerne til det kommende skoleår 2020/21. Tiltaget kalder vi FynBus Academy og består af gratis undervisningsmateriale, læringsforløb, ambassadørbesøg, trafikinformation og studycases om bæredygtighed, mobilitet og kollektiv trafik.

Klimaproblematikken er på alles læber, og ikke mindst hos de unge. FynBus har gennemført en grundig undersøgelse blandt studerende, hvor vi har undersøgt deres holdninger, transportvaner og behov, og flertallet angiver, at de er bekymrede for klimaet.

Vi har på baggrund af resultaterne udviklet et tiltag målrettet de unge, der med fagligt afsæt gør dem bedre rustede til at træffe bevidste valg om mobilitet og bæredygtighed.

Indhold i FynBus Academy:

- **UNGE VISER VEJ** - Et lærings- og innovationsforløb der skal give unge viden om mobilitet og inspirere de unge til selv at udvikle gode, lokale og innovative mobilitetsløsninger.
- **PENDLERTJEK** - Pendlertjek er en digital løsning, som findes på FynBus.dk. Her kan man mellem 2 adresse fx hjem og uddannelsessted sammenligne økonomiske, tidsmæssige og klimamæssige konsekvenser af forskellige transportformer. Man kan også lave et pendlertjek på en hel klasse.
- **STUDYCASES** - FynBus Academy har opsat nogle beregningsopgaver, som handler om de økonomiske og klimamæssige besparelser, der er ved at vælge bussen fremfor bilen. Det er også muligt at downloade rapporten fra vores undersøgelse af studerendes transportvaner og arbejde med opgaver, der tager udgangspunkt i undersøgelsens resultater.
- **TRAFIKINFORMATION** - Har I informationskærme på jeres uddannelsessted, stiller vi gerne dynamisk trafikinformation til rådighed, der viser hvornår de næste busser kører fra stoppestederne nærmest skolen. Det er selvfølgelig gratis.
- **FÅ BESØG PÅ SKOLEN** - FynBus' kundeambassadører kommer gerne på besøg på jeres uddannelsessted, og stiller op med en infostand eller holder et informationsoplæg med nyttig viden om kollektiv trafik. Vi stiller også gerne relevant personale til rådighed i forbindelse med temauger, debatarrangementer eller lignende, og har I en god idé, hører vi altid gerne fra jer.

På [FynBus.dk/academy](https://fynbus.dk/academy) kan I læse mere om vores tilbud under FynBus Academy og finde materialerne i printvenlige versioner. I de vedhæftede filer kan I finde vores informationsfolder og pdf-version af vores brev til jer.

Materialerne kan fås i trykt form. Henvend dig venligst til os på mail til paz@fynbus.dk og så sender vi dem med post.

I er meget velkomne til at kontakte mig med spørgsmål om FynBus Academy. I skal også være velkomne til at tage kontakt til mig, hvis I ønsker et infomøde eller få en intropræsentation af projektet. Pga. Coronasituationen gennemfører vi møderne online, så længe situationen ikke tillader andet.

Jeg ønsker jer en fortsat god dag.

Bilag 10 Uddannelsesinstitutioner, som har modtaget mail med præsentation af FynBus Academy.

- Ung Odense
- Middelfart Gymnasium
- EUC Lillebælt
- Svendborg Gymnasium
- Svendborg Erhvervsskole
- Oure Efterskole
- Svendborg SOSU
- Vestfyns Gymnasium
- Det Blå Gymnasium
- Faaborg Gymnasium/VUC/HF
- Midtfyns Gymnasium
- Nyborg Gymnasium
- Odense Katedralskole
- Sct. Knuds Gymnasium
- Kold College
- Tietgen, Elmelundsvej
- SDE
- Tornbjerg Gymnasium
- Mulernes Legatskole
- OTG
- Nordfyns Gymnasium
- HF+VUC Fyn
- Dalum Landbrugsskole
- Den Frie Lærerskole
- Det Fynske Kunstakademi
- Elsesminde, Odense Produktionsskole
- Middelfart Produktionsskole
- Odense Designakademi
- Otterup Produktionshøjskole
- Rudolf Steiner-Skolen i Odense
- Social- og Sundhedsskolen Fyn
- Sønderø Produktionshøjskole
- Svendborg International Maritime Academy, SIMAC
- Svendborg Søfartsskole
- Syddansk Musikkonservatorium
- Syddansk Universitet
- Sydfyns Fri Fagskole
- UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole

OBS. Nogle af de institutioner, har flere e-mailadresser. Derfor er informationen blevet sendt til 46 kontakter.

Bilag 11 Handlingsplan for udvikling og implementering af FynBus Pendlertjek

Pendlertjek: Studerende fra bil til bus



Dato: 27-02-19

Sidste opdatering: 08-08-19, PAZ

Lancering af Pendlertjek	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj	Jun	Juli	Aug	Sep	OKT	Nov	Dec	Ansvar	Notater:
SIA aftale skal skrives under			x ✓										JGH/PAZ	Er sendt
Gratifik og Indhold som Fynbus skal levere													PAZ	
Brandguide (designmanual)			x ✓										MJE	Spekifikation af farver
Logo i vektorformat			x ✓										MJE	
Alle tekster som ønskes ændret			x ✓										LHN	
Ungdomskort pris og link			x ✓										LHN	
Evt. billeder som ønskes i projektet														Nej, tak
Reference materiale til illustration af offentligtransport													PAZ	Reference billeder til, gerne blue prints
Fynbus bus (dækker alle typer af busser - by-, regionale-, etc)			x ✓										MJE	
Andre offentlige transportmidler - Teletaxi													PAZ	
API adgang som Fynbus skal levere														
Rejseplan API			x ✓										PAZ/JWA	Status: Done ;)
Google Maps API			x ✓										PAZ/MRA	Status: Done ;)
Adresse til frontend-nøglen					x ✓								PAZ/MRA	IT er informeret hvad er adressen
Øvrige til tidsplan														
Udviklingen			x ✓	x ✓										Startpakken er sendt 12-03-2019
Test og rettelser					x ✓									Status: Tilbagemelding er sendt. Done ;)
Lancering Pendlertjek						x ✓								Status: Pendlertjek er blevet online den 4. juni!

Øvrige notater:

Teletaxi (nu Plus/Flexturn) er med i pendlertjek, men bliver ofte valgt fra grundet den længere rejsetid

Bilag 12 Liste over rettelser i og videreudvikling af FynBus Pendlertjek

Pendlertjek: Test og rettelser

Test og rettelser + andet	Status Pendlertjek	Movias kommentarer	Status	Handling	Tidsramme
Mulighed for at indsætte viapunkt		Movia undersøger	i gang		
Mulighed for at rejsetids resultatet ikke "kun" er én tid		Movia undersøger	i gang		
Kombination af cykel og bus	2.400 kr. ekskl. Moms backend	Movia undersøger	i gang		
Fejl i Pendlertjek- fra Rejseplanen + Flextrafik priser i Pendlertjek	Status: Flextrafik priser kommer fra Flex Danmark og er ikke med i Rejseplanens API (dvs. ikke i Pendlertjek), det giver en fejl i Pendlertjek, når det er kun en flex løsning.	Movia undersøger	i gang		
Prisen for bilen er baseret på alle omkostninger, dvs. inkl. værditab		er afvist er alle trafikelskaber, kan ses under bilomkostninger	done		
Beskrivelse af Rejsetid offentlig transport	er i gang	-	done		august
Fejl i Pendlertjek - pris for Rejsekort	Er i gang med at undersøge sagen. PAZ har tjekket forkert rabattrin - prisen stemmer.	Har ikke oplevet lignende fejl og kan ikke forklare den.	done		
Beskrivelse af priser: (på ungdomsuddannelse) ændres til (hvis du går på en ungdomsuddannelse)	sendt til Pendlertjek		done		august
Pendlertjek viser ikke optimale rejser - den hurtigste og tætteste på den ønskede ankomsttid	Vi har besluttet for og implementeret 'den rejse, hvor rejsetiden og tid før ankomst er til sammen mindst' implementeret. Antal af skift er ikke direkte inddraget i løsningen. Det ligger i PT's kærnen og derfor skal vi taler med Søren fra Movia.	uanset hvilken model vi vælger, så vil det i nogen tilfælde ikke være det bedste bud, eller det folk ville vælge	done	Paz skriver med PT og Movia og prøver at finde en god løsning.	august
Pendlertjekke en hel virksomhed på én gang	Er sendt til Pendlertjek. Vi har modtaget tilbud. Svar er JA. Skal ungdomskort være med? Svar er JA. Opdateringen er implementeret.	det ligger i PT's kærnen	done		juni
At kunne tjekke afgangstid (strækning fra arbejde til hjem)	Er sendt til Pendlertjek. Vi har modtaget tilbud. Svar er JA	det ligger i PT's kærnen	done		juni
Pendlertjeks algoritme er bygge på vise rejser "til ankomsttid" og "ikke til og med ankomst" tid, dvs. <8:00 og ikke <=8:00	Er i gang med at rette. Vi har fået et testlink.	Movia har optaget det	done		juni
Domænenavn til Pendlertbatch	Det kan være et subdomæne		done		juni
Domænenavn	Når vi får det på plads, så er der "go-live" af FynBus Pendlertjek. DONE!	-	done		maj/juni
Cookies site skal opdateres for FynBus	Svar fra Pendlertjek er sendt til Mikkel. Et ekstra spørgsmål til Mikkel.	-	done	afventer Mikkel	maj
Tillægsaftalen	Der står at vi skal betale 5.000 dkk som en licens til Movia	Beløbet skal ændres til 4.000. Movia plejer af have separat aftale med andre trafikelskaber. Aftalen er underskrevet.	done		maj
Priserne for Rejsekort i Pendlertjek er forskellige i sammenligning med FynBus' prisberegner	Pendlertjek retter rabattrin. Priserne er baseret på Rejsekort (og det er den endelige svar). Priserne stemmer.	Vores priser skal opdateres til vores rabattrin, lige som andre trafikelskaber har gjort. Movia har ingen rabattrin. Priserne er beregnet baseret på Rejseplanens priser.	done		maj
Stavefejl	Er sendt til Pendlertjek. De arbejder på opdateringen.		done		uge 20
Angivelse af tid er besværligt	Er sendt til Pendlertjek. De arbejder på opdateringen.		done		uge 20
Priserne for bilen skal opdateres til 2019	Er opdateret		done		uge 20
CO2 pr. km i bil skal opdateres til 2019	Er opdateret		done		uge 20
Rejseplanen linker til forkerte rejser	Er sendt til Pendlertjek. De arbejder på opdateringen.		done		uge 19
OBC Søgning	Vi har accepteret PTs forklaring, at det kan ikke ændres.		done		n.a.
Mobilbillet og pensionistpriser	Vi har accepteret PTs forklaring, at det kan ikke ændres.		done		n.a.
Antal zoner	Vi har accepteret PTs forklaring, at det vil koste at få det tilføjet.		done		n.a.
Forskel på hvad der ligger sig øverst i Pris visningen	Vi har accepteret PTs forklaring, at den billigste billet bliver altid vist først.		done		n.a.
API nøgle til Google Maps API skal udvides - Pendlertjek	Intern IT har løst sagen	-	done		uge 20
Trello - pendlertjekkerne board	-	har fået adgang	done		uge 20
Viderestilling til fynbus.dk			done	Vi afventer Pendlertjek er godkendt af SG	
Pendlertjek i Power BI + matrix for at segmentere kunder			done		
Prisen for bilen varierer afhængigt af ruten fra Google Maps			afvist af SG	der skal forklares baggrund for kunderne input fra Morten/KA	
Kalorier for bilen burde ikke være i 0			afvist af SG	input bekræftet af Carsten	
Udvikling af muligheden for at dele sine resultater med andre gennem SM.	Har modtaget estimat. Model 1) man kan dele et link (lige som i Google Photos). Prisen er afhængig af grafikken. Model 2) SoMe - mest dyr, kræver vedligeholdelse og der er udfordringer med GDPR (Movia har droppet den løsning pga. det). 3) Man kan dele sine resultater gennem indbygget delefunktion i mobiltelefoner.		afventer	Skal ikke implementeres nu. På pipeline som en eventuel fremtids tilføjelse. Skal drøftes til ERFA-møde.	
Exporte sine resultater til PDF format (for at printe dem) eller til en printevenlig version.	Delefunktion vil allerede løse udfordringen. I pendlerbatch kan man printe sin mail.		afventer	Skal ikke implementeres nu. På pipeline som en eventuel fremtids tilføjelse. Skal drøftes til ERFA-møde.	

Bilag 13 Handlingsplan fra Instagram-kampagnen under projekt 'Studerende fra bil til bus'

Instagram kampagne 2019: Studerende fra bil til bus

Dato: 05-07-19

Sidste opdatering: 17-12-19, PAZ

Instagram kampagne	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	Budget	Hvem
Planlægning	x ✓																							PAZ/MLP
Instafilm møde									x ✓															MLP
Instafilm levering												x ✓												MLP
Tekst redigering		x ✓					x ✓	x ✓	x ✓		x ✓													MLP
Tema 1: Miljø																								
Video: Klimaaftryk									x ✓															0,00 MLP
Billede 1 luftforurening									x ✓															0,00 Mads
Billede 2 Natur og Bus									x ✓															420,00 Mads
Billede 3 Miljøvenlig bus												x ✓												0,00 MLP
Billede 4 FN's verdensmål												x ✓												400,00 MLP
Billede 5 Busudvikling 1990-2019												x ✓												0,00 Mads
Tema 2: Trængsel/Parkeringspladser																								
Billede 1 Trængsel på vejene											x ✓													750,00 MLP
Billede 2 Fyldte parkeringspladser																								517,00 MLP
Billede 3 Biler vs. Bus og cykel																								625,00 MLP
Billede 4 Det er nemt at tage bussen																								592,1 MLP
Video: Bus spiser biler																								210,8 MLP
Video: Svært at finde parkering ved skolen																								1.500,00 MLP
Tema 3: Fynbuspendlertjek.dk																								
Billede 1 Rejsetid																								625,00 MLP
Billede 2 Pris																								625,00 MLP
Billede 3 CO2																								0,00 MLP
Billede 4 Sammenligning																								625,00 MLP
Video: FynBuspendlertjek.dk																								1.500,00 MLP
Effekt - rapporten																								MLP
																								SUM
																								8.389,90

Bilag 14 Rapport for Instagram-kampagnen under projekt 'Studerende fra bil til bus'

Instagram kampagne 2019 Rapport: Statistik

	V1: Klimaaftryk	B1: Luftforurening	B2: Natur og Bus	B3: Miljøvenlig bus	B4: FN's verdensmål	B5: Busudvikling 1990-2019	SUMI
Tema 1: Miljø							
Eksposeringer (antal visninger i alt):	376	450	21.455	475	20.332	487	43.575
Antal nåede personer:	223	275	14.677	37	9.398	227	25.079
Gå til website:	0	0	70	0	1	0	38
Likes:	17	14	1	38	48	13	200
Kommentar:	0	0	1	0	0	0	1
Forbrug:	0,00	0,00	420,00	0,00	400,00	0,00	820,00

	B1: Rejsetid	B2: Pts	B3: CO2	B4: Sammenligning	V: FynBuspendler tjek.dk	SUMI
Tema 2: Fynbuspendlertjek.dk						
Forbrug:	625,00	625,00	0,00	625,00	1.500,00	3.375,00
Nåede Personer:	16.757	16.171	299	15.100	9.240	57.567
Eksposeringer:	40.832	34.985	581	30.922	13.957	121.277
Gå til website:	113	84	0	104	118	419
Gå til profil:	43	41	3	54	-	141
Likes:	35	74	24	69	12	214
Kommentar:	6	1	0	2	5	14
Gemt:	12	8	2	14	-	36

	B1: Trængsel på vejene	B2: Fyldte parkeringspladser	B3: Biler vs. Bus og cykel	B4: Det er nemt at tage bussen	V1: Bus spiser biler	V2: Svært at finde parkering	SUMI
Tema 3: Trængsel/Parkeringspladser							
Budget:	750,00	625,00	625,00	625,00	1.500,00	1.500,00	5.625,00
Promovering:	750	517	625	592	211	1.500	4.195
Nåede personer:	15.127	13.984	16.015	16.348	7.504	32.324	101.302
Eksposeringer:	30.189	30.107	36.790	30.272	10.731	81.336	219.425
Gå til website (pendlertjek):	55	45	38	95	59	4	296
Gå til profil:	21	11	19	46	24	29	97
Likes:	116	33	34	62	1	7	298
Kommentarer:	4	2	0	0	1	14	14
Gemt opslag:	6	2	2	3	0	1	14

Bilag 15 Officiel mail med introduktion af FynBus videokonkurrence 1

Kære uddannelsesinstitutioner

Hos FynBus har vi netop startet en videokonkurrence, der henvender sig til studerende og uddannelsesinstitutioner.

Konkurrencen er tænkt som et socialt projekt for klasser/studiegrupper, hvor de studerende kommer til at reflektere over, hvad der skal til for, at de vælger bussen i skole fremfor bilen.

Konkurrencen kan inddrages i undervisningen:

Jeg tænker, at konkurrencen kan være en del af et undervisningsforløb, I måske allerede har i gang. Her kan I f.eks. snakke om trængsel på vejene, klima, miljø, reduktion af CO₂ osv..

En diskussion om ovenstående kan evt. påbegyndes ved at bruge værktøjet www.fynbuspendlertjek.dk, hvor klassen, men udgangspunkt i deres egen pendling, let kan sammenligne transportformerne bil, bus og cykel på parametre som økonomi, klimabelastning, sundhed mm..

Videokonkurrencen løber fra oktober 2019 til og med marts 2020, og de studerende har i perioden mulighed for at lave videoer ud fra seks temaer, der bl.a. omhandler bæredygtighed og miljø og bussen som en kørende studieplads.

Præmier der styrker sammenholdet i klassen:

Hos FynBus vil vi rigtig gerne se, at de studerende med en kort video viser os, hvordan vi får flere over i busserne frem for bilen. Og da konkurrence er tænkt som et projekt for klasser/studiegrupper, har vi sørget for gode præmier, der kan være med til at styrke sammenholdet klassen/gruppen.

Hovedpræmie: Partoutbilletter til Tinderbox 2020 til vindergruppen (maks. 30 personer).

Månedspræmie: 1 times underholdning i Bowl 'n' Funs Escape Rooms i Odense efterfulgt af fri buffet og sodavand/slush ice hos The Grill (maks. 30 personer).

Jeg har brug for jeres hjælp:

- Jeg håber, I vil dele vores opslag med introduktionsvideoen for konkurrencen på jeres Facebookside: <https://www.facebook.com/minfynbus/posts/2447888418592675>
- Samt orientere jeres undervisere om, at videokonkurrencen kan bruges som et klasseprojekt (en del af undervisningen), og samtidig kan være med til at styrke sammenholdet i klassen
- I den vedhæftede fil finder I en plakat, der fortæller om konkurrencen, og jeg håber meget på, at I vil hænge den op på skolen - jeg sender 3 stk. plakater til jer med posten

Deltagelseskrav:

For at deltage i videokonkurrencen skal alle i klassen eller studiegruppen være mellem 16 og 24 år. Samtidig ser vi gerne, at de deltagerne er i gang med en ungdoms- eller videregående uddannelse, men det er dog ikke et krav.

På <https://www.fynbus.dk/konkurrence> kan I læse mere om de seks temaer og finde konkurrencebetingelserne.

Slutteligt kan jeg fortælle, at konkurrencen er en del af et større projekt "Studerende fra bil til bus", som jeg er projektleder for. Projektets formål er overordnet at sætte gang i en samfundsmæssige debat om, hvordan vi får flere passagerer over i den kollektive trafik.

I er meget velkomne til at kontakte mig med spørgsmål, eller hvis I vil modtage flere plakater eller informationer om projektet.

Jeg ønsker jer en fortsat god dag.

Bilag 16 Officiel mail med introduktion af FynBus videokonkurrence 2

Kære organisationer

Hos FynBus har vi netop startet en videokonkurrence, der henvender sig til studerende, uddannelsesinstitutioner og fritidsforeninger.

Videokonkurrencen løber fra oktober 2019 til og med marts 2020, og de studerende har i perioden mulighed for at arbejde med seks månedstemaer. Temaerne er bl.a. bæredygtighed og miljø (oktober) og bussen som en kørende studieplads (november).

Vinderne af månedstema-konkurrencerne deltager i konkurrencen om hovedpræmien.

Præmier der styrker sammenholdet:

Hos FynBus vil vi rigtig gerne se, at de studerende med en kort video viser os, hvordan vi får flere over i busserne frem for bilen. Og da konkurrence er tænkt som et projekt for klasser/studiegrupper, har vi sørget for gode præmier, der kan være med til at styrke sammenholdet i klassen/gruppen.

Hovedpræmie: Partoutbilletter til Tinderbox 2020 til vindergruppen (maks. 30 personer).

Månedstemapremie: 1 times underholdning i Bowl 'n' Funs Escape Rooms i Odense efterfulgt af fri buffet og sodavand/slush ice hos The Grill (maks. 30 personer).

Jeg har brug for jeres hjælp:

- Jeg håber, I vil dele vores opslag med introduktionsvideoen for konkurrencen på jeres Facebookside: <https://www.facebook.com/minfynbus/posts/2447888418592675>
- I den vedhæftede fil finder I en plakat, der fortæller om konkurrencen, og jeg håber meget på, at I vil hænge den op i jeres hus - jeg sender 3 stk. plakater til jer med posten

Deltagelseskrav:

For at deltage i videokonkurrencen skal alle i klassen eller studiegruppen være mellem 16 og 24 år. Samtidig ser vi gerne, at deltagerne er i gang med en ungdoms- eller videregående uddannelse, men det er dog ikke et krav.

På <https://www.fynbus.dk/konkurrence> kan I læse mere om de seks temaer og finde konkurrencebetingelserne.

Slutteligt kan jeg fortælle, at konkurrencen er en del af et større projekt "Studerende fra bil til bus", som jeg er projektleder for. Projektets formål er overordnet at sætte gang i en samfundsmæssige debat om, hvordan vi får flere passagerer over i den kollektive trafik.

I er meget velkomne til at kontakte mig med spørgsmål om konkurrencen eller projektet "Studerende fra bil til bus". I skal også være velkommen til at tage kontakt til mig, hvis I ønsker flere plakater.

Jeg ønsker jer en god dag.

Bilag 17 FynBus videokonkurrence mail til månedsvindergrupper (eksempel fra november)

Kære deltagere i FynBus' videokonkurrence.

Først og fremmest mange tak for jeres bidrag.

Den første månedskonkurrence er nu afsluttet. FynBus' dommerpanel har stemt og valgt den bedste video ud fra de kriterier, som er beskrevet i konkurrencebetingelserne.

Jeg kan med stor glæde meddele, at...

...I har VUNDET novembers **månedstemapremie**: 1 times underholdning i Bowl 'n' Funs Escape Rooms i Odense efterfulgt af fri buffet og sodavand/slush ice hos The Grill.

Samtidig deltager I i den videre konkurrence om **hovedpræmien**: Partoutbilletter til Tinderbox 2020.

Tillykke! 😊 Vi er **MEGET** imponerede over jeres video og synes, at det er **et flot stykke arbejde**.

Da månedstemapremien er indkøbt til en gruppe på op til 30 personer, har vi besluttet, at I er meget velkomne til at tage jeres klasse med til Bowl 'n' Funs Escape Rooms og The Grill. I må dog højst være 30 personer.

Meld venligst tilbage til mig senest d. 8. december med information om, hvor mange I kommer fredag den 13. december hos Bowl 'n' Fun.

Aftenens program kommer til at se således ud:

- **17:00-18:00 – Escape Rooms**
- **18:00-20:00 – The Grill - fri buffet og sodavand/slush ice**

I bedes fremvise denne mail i receptionen hos Bowl 'N' Fun for at indløse præmien og adressen er Grønløkken 3, 5000 Odense.

Jeres video bliver indenfor den nærmeste fremtid delt på FynBus' Facebookside.

I er meget velkomne til at sende os et par billeder fra jeres aften hos Bowl 'N' Fun, som vi gerne vil bruge til vores Facebookside og Instagram. 😊

Jeg vil også gerne minde jer om, at I er meget velkomne til at deltage i vores videokonkurrence i løbet af de næste måneder, hvor vi kører nye temaer. I må indsende lige så mange videoer, som I lyst. Jo flere videoer I sender til os, jo større er jeres chancer for at vinde hovedpræmien.

Endnu engang tak for jeres bidrag og tillykke med præmien.

Jeg ser frem til at høre fra jer 😊

Bilag 18 FynBus videokonkurrence mails til ikke-vindergrupper (eksempel fra november)

Kære deltagere i FynBus' videokonkurrence,

Mange tak for jeres bidrag.

Novembers månedskonkurrence er nu afsluttet. FynBus' dommerpanel har stemt og valgt den bedste video ud fra de kriterier, som er beskrevet i konkurrencebetingelserne.

Det var desværre ikke Jer, der løb af med sejren denne gang.

Vi kan dog fortælle, at vi rigtig godt kan lide jeres video, og vi kan se, at I har haft det sjovt, da I indspillede den.

Derfor har vi også besluttet at offentliggøre jeres video på FynBus' facebookside i den kommende tid.

Vi vil gerne minde jer om, at I er meget velkomne til at deltage i vores videokonkurrence i løbet af de næste måneder, hvor vi kører nye temaer. I må indsende lige så mange videoer, som I lyst. Jo flere videoer i sender til os, jo større er jeres chancer for at vinde hovedpræmien – partoutbilletter til Tinderbox 2020.

På FynBus.dk/konkurrence kan I se alle månedstemaer.

Endnu engang tak for jeres bidrag og forhåbentligt på gensyn 😊

Kære deltagere i FynBus' videokonkurrence,

Mange tak for jeres bidrag.

Novembers månedskonkurrence er nu afsluttet. FynBus' dommerpanel har stemt og valgt den bedste video ud fra de kriterier, som er beskrevet i konkurrencebetingelserne.

Det var desværre ikke Jer, der løb af med sejren denne gang.

Vi vil gerne minde jer om, at I er meget velkomne til at deltage i vores videokonkurrence i løbet af de næste måneder, hvor vi kører nye temaer. I må indsende lige så mange videoer, som I lyst. Jo flere videoer i sender til os, jo større er jeres chancer for at vinde hovedpræmien – partoutbilletter til Tinderbox 2020.

På FynBus.dk/konkurrence kan I se alle månedstemaer.

Endnu engang tak for jeres bidrag og forhåbentligt på gensyn 😊

Bilag 19 Mail med månedlig promovning til af FynBus videokonkurrence (eksempel fra december)

Kære institutioner og organisationer

Novembers månedskonkurrence er nu afsluttet. FynBus' dommerpanel har stemt og valgt den bedste video ud fra de kriterier, som er beskrevet i konkurrencebetingelserne.

Vindervideoen er delt på FynBus' Facebookside, og vindergruppen er klar til at afhente sin præmie på fredag.

I december skal de 16-24-årige arbejde med temaet **Hvorfor er det cool at tage bussen?**. Husk **fristdato: den 31. december**.

Vi er klar over, at det er en måned, hvor fokus ligger på eksamener og Jul, men derfor er chancen for at vinde måske større end de andre måneder, og vi håber meget på, at der kommer nogen videoer ind.

Præmier der styrker sammenholdet i klassen/gruppen:

Hovedpræmie: Partoutbilletter til Tinderbox 2020 til vindergruppen (maks. 30 personer).

Månedstemapremie: 1 times underholdning i Bowl 'n' Funs Escape Rooms i Odense efterfulgt af fri buffet og sodavand/slush ice hos The Grill (maks. 30 personer).

I må indsende lige så mange videoer, som I har lyst til, også hvis I deltog i de tidligere månedskonkurrencer. Jo flere videoer I sender til os, jo større er jeres chancer for at vinde hovedpræmien – partoutbilletter til Tinderbox 2020.

På <https://www.fynbus.dk/konkurrence> kan I finde konkurrencebetingelserne.

I er meget velkomne til at kontakte mig med spørgsmål om konkurrencen eller projektet "Studerende fra bil til bus". I skal også være velkomne til at tage kontakt til mig, hvis I ønsker et infomøde eller få en intropræsentation af konkurrencen og projektet.

Fortsat god dag.

Bilag 20 FynBus videokonkurrence - uddannelsesinstitutioner og fritidsorganisationer

Uddannelsesinstitutioner og fritidsorganisationer, som har modtaget mail med præsentation af FynBus videokonkurrence, samt månedlig promovning:

- Filmværksted
- FilmFyn A/S
- Odense Dramaskole
- Teaterskolen TOPPEN
- Den Danske Scenekunstscole
- AMOK
- 18 FRAMES
- 1748
- Ungdomshuset
- Kulturmaskinen
- Studenterhus Odense
- SDU Mediavidenskab
- SDU Journalistisk
- Ung Odense
- Middelfart Gymnasium
- EUC Lillebælt
- Svendborg Gymnasium
- Svendborg Erhvervsskole
- Oure Efterskole
- Svendborg SOSU
- Vestfyns Gymnasium
- Det Blå Gymnasium
- Faaborg Gymnasium/VUC/HF
- Midtfyns Gymnasium
- Nyborg Gymnasium
- Odense Katedralskole
- Sct. Knuds Gymnasium
- Kold College
- Tietgen, Elmelundsvej
- SDE
- Tornbjerg Gymnasium
- Mulernes Legatskole
- OTG
- Nordfyns Gymnasium
- HF+VUC Fyn
- Dalum Landbrugsskole
- Den Frie Lærerskole
- Det Fynske Kunstakademi
- Elsesminde, Odense Produktionsskole
- Middelfart Produktionsskole
- Odense Designakademi
- Otterup Produktionshøjskole
- Rudolf Steiner-Skolen i Odense
- Social- og Sundhedsskolen Fyn
- Søndersø Produktionshøjskole

- Svendborg International Maritime Academy, SIMAC
- Svendborg Søfartsskole
- Syddansk Musikkonservatorium
- Syddansk Universitet
- Sydfyns Fri Fagskole
- UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole

Bilag 21 Plakaten som var brugt til at promovere FynBus videokonkurrence

VIDEOKONKURRENCE
VIND PARTOUTBILLETTER
FOR HELE KLASSEN
TIL TINDERBOX 2020

SKAL VI SENDE DIG OG DINE VENNER TIL TINDERBOX 2020?

Så skal du sammen med din klasse, studiegruppe eller fritidsgruppe lave en videoproduktion der viser os, hvordan vi får flere studerende til at tage bussen i stedet for bilen.

I kan lave videoer ud fra seks temaer, og I må sende alle de videoer til os, som I har lyst til. Jo flere videoer I sender til os, jo større er jeres chancer for at vinde hovedpræmien - billetter til Tinderbox 2020. Konkurrencen løber fra oktober 2019 til og med marts 2020.

HOV VENT! DER ER FLERE PRÆMIER PÅ HØJKANT.
 Vi kårer hver måned den bedste temavideo. Vinderne af månedskonkurrencen får en fed aften i Bowl 'n' Funs Escape Rooms efterfulgt af en all-in buffet hos The Grill.

DELTAGERKRAV:

- I skal alle være mellem 16 og 24 år
- I skal arbejde i grupper
- I må maks. være 30 deltagere i jeres gruppe

LÆS MERE OG SE HVORDAN I DELTAGER PÅ
FYNBUS.DK/KONKURRENCE

FYNBUS

Bilag 22 Handlingsplan for FynBus' konkurrencen

Video konkurrence 2019/20: Studerende fra bil til bus

Dato: 10-07-19
 Sidste opdatering: 13-10-20, PAZ

Video konkurrence	juni	juli	august	september	oktober	november	december	januar	februar	marts	april	maj	juni	Hvem
Planlægning	x ✓	x ✓												PAZ/MLP
Manuskriptplanlægning			x ✓											MLP
Instafilm møde - Introvideo			x ✓											PAZ/MLP
Instafilm levering - Introvideo				x ✓										PAZ/MLP
Aftale - månedspræmie				x ✓										PAZ
Aftale - hovedpræmie				x ✓										PAZ
Konkurrencebetingelse				x										MLP
Bæredygtighed og miljø					x ✓									MLP
U-ruter: Den kørende studieplads						x ✓								MLP
Image: hvorfor er det cool at tage bussen							x ✓							MLP
Hvad bruger du din tid i bussen til								x ✓						MLP
Hvordan flytter vi studerende fra bil til bus									x ✓					MLP
Vis os dine bedste argumenter for at tage bussen i stedet for bilen										x ✓				MLP
Kommunikation				x ✓										PAZ/MLP
Dommerpanel								x ✓						PAZ/MLP
Afstemning											x ✓			MLP
Afslutning												x ✓		PAZ/MLP

Corona

Bilag 23 Handlingsplan for månedlig promovoring af FynBus' konkurrencen

Promovoring af videokonkurrence 2019/20: Studerende fra bil til bus

Dato: 09-10-19

Sidste opdatering: 06-03-20, PAZ

Type	Navn2	Adresse	mar	feb	jan s	dec	nov	okt s	Plak	Notat
Promovoring på Instagram	Ads		✓	✓	✓	✓	✓	✓	n.a.	
Promovoring på Facebook	Ads		✓	✓	✓	✓	✓	✓	n.a.	
Promovoring i busser	U-ruter		✓	✓	✓	✓	✓	✓	n.a.	
Promovoring i busser	Regionale ruter		✓	✓	✓	✓	✓	✓	n.a.	
Promovoring i busser	Bybusser		✓	✓	✓	✓	✓	✓	n.a.	
FynBus	FynBus Ambassadører							done	done	har fået 50 plakater
FynBus	FynBus Hus							done		
										vi kan i februar præsentere konkurrencen til SDU Mediavidenskab
Fritidsinteresser	Ung Odense - Morten	n.a.						done		
Fritidsinteresser	Bo - kontakt fra Morten	n.a.						done	n.a.	
Fritidsinteresser	Bowl'n'Fun	Grønløkken 3 5000 Odense						done		
Fritidsinteresser	Filmværksted	Pantheonsgade 5, 2.sal 5000 Ode	done	done	done	done	done	done	done	
Fritidsinteresser	FilmFyn A/S	Østergade 17 st. 5600 Faaborg	done	done	done	done	done	done	done	
Fritidsinteresser	Odense Dramaskole	Ørstedsgade 12 5000 Odense C	done	done	done	done	done	done	done	
Fritidsinteresser	Teaterskolen TOPPEN	Slotsgade 18.1, 5000 Odense C	done	done	done	done	done	done	done	
Fritidsinteresser	Den Danske Scenekunstskole	Odeons Kvarter 1, 5000 Odense	done	done	done	done	done	done	done	
Fritidsinteresser	AMOK	Jernbanegade 20, 5000 Odense C	done	done	done	done	done	done	done	
Fritidsinteresser	18 FRAMES	NØRREVOLDGADE 63 5800 NYBOR	done	done	done	done	done	done	done	
Fritidsinteresser	1748	Buchwaldsgade 48 - 5000 Odense	done	done	done	done	done	done	done	
Fritidsinteresser	Ungdomshuset	Nørregade 60 5000 Odense C	done	done	done	done	done	done	done	
Fritidsinteresser	Kulturmaskinen	Farvergården 7 5000 Odense C	done	done	done	done	done	done	done	
Fritidsinteresser	Studenterhus Odense	Amfipladsen 6, 5000 Odense C	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	SDU Mediavidenskab	Medievidenskab Det Humanistisk	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	SDU Journalistik	Center for Journalistik Syddansk I	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Ung Odense	Niels Bohrs Allé 210 5220 Odense	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Middelfart Gymnasium	Østre Hougvej 97, 5500 Middelfar	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	EUC Lillebælt	Teknikervej 2, 7000 Fredericia	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Svendborg Gymnasium	A.P.Møllersvej 35, 5700 Svendbor	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Svendborg Erhvervsskole	Ryttervej 63/65, 5700 Svendborg	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Oure Efterskole	Idrætsvej 1, 5883 Oure	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Svendborg SOSU	A P Møllers Vej 39, 5700 Svendbo	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Vestfyns Gymnasium	Langbyggaardsvej 4, 5620 Glamsbj	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Det Blå Gymnasium	Langbygårdsvej 6, 5620 Glamsbj	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Faaborg Gymnasium/VUC/HF	Sundagervej 42, 5600 Faaborg	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Midtfyns Gymnasium	Holmehøjvej 4, 5750 Ringe	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Nyborg Gymnasium	Skolebakken 13, 5800 Nyborg	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Odense Katedralskole	Jernbanegade 34, 5000 Odense C	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Sct. Knuds Gymnasium	Læssøgade 154, 5230 Odense M	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Kold College	Landbrugsvej 55, 5260 Odense S	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Tietgen, Elmelundsvej	Elmelundsvej 10, 5200 Odense V	done	done	done	done	done	x	done	
Skoler	SDE	Munkebjergvej 130, 5230 Odense	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Tornbjerg Gymnasium	Skærmhatten 15, 5220 Odense SØ	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Mulernes Legatskole	Gillestedvej 11, 5240 Odense NØ	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	OTG	Munkebjergvej 130, 5230 Odense	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Nordfyns Gymnasium	Højagervej 25, 5471 Sønderlø	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	HF+VUC Fyn	Kottesgade 6-8 5000 Odense C	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Dalum Landbrugsskole	Landbrugsvej 65, 5260 Odense S	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Den Frie Lærerskole	Svendborgvej 15 Ollerup 5762 Ve	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Det Fynske Kunstakademi	Jernbanegade 13 5000 Odense C	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Elsesminde, Odense Produktionsskole	Falén 200 5250 Odense SV	done	done	done	done	done	done	done	samlet under FGU FYN
Skoler	Erhvervsakademiet Lillebælt	se UCL	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Middelfart Produktionsskole	Toftegaardvej 7, 5500 Middelfart	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Odense Designakademi	Ørstedsgade 28, 5000 Odense C	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Otterup Produktionshøjskole	Ørkebyvej 11, 5450 Otterup	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Rudolf Steiner-Skolen i Odense	Lindvedvej 64 5260 Odense S	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Social- og Sundhedsskolen Fyn	Athenevænget 4 5250 Odense	done	done	done	done	done	done	done	Teglårdsparken 104 5500
Skoler	Sønderlø Produktionshøjskole	Odensevej 55 5471 Sønderlø	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Svendborg International Maritime Academ	Graaesvej 27 5700 Svendborg, DK	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Svendborg Søfartsskole	Overgade 6 - 5700 Svendborg	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Syddansk Musikkonserveratorium	Odeons Kvarter 1 5000 Odense C	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Syddansk Universitet	Campusvej 55 5230 Odense M	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	Sydfyns Fri Fagskole	Klingstrupvej 5, 5881 Skårup	done	done	done	done	done	done	done	
Skoler	UCL Erhvervsakademi og Professionshøjsk	Niels Bohrs Allé 1, 5230 Odense N	done	done	done	done	done	done	done	



Patrycja Anna Zieba, markeds konsulent & projektleder

Dato: 28-07-2020

Sidste opdatering: 13-08-2020

Indhold

1. Hovedkonklusioner	128
2. Anbefalinger	130
3. Resultater	132
Fordeling af transportformer	132
Fritidsrejser	133
Loyalitetsprogram	133
4. Opsummering af fritekstbesvarelser	135
4.1. Hvad er du tilfreds eller utilfreds med, når du tager bussen?	135
4.2. Hvad skal der til, for at du anvender bussen (til pendling eller fritids-/ærinderejser), når du er færdig med din uddannelse?	136
5. Metoden	137
6. Om rapporten	138
7. Bilag: Spørgeskema med svarfordeling	139

1. Hovedkonklusioner

- På trods af at 57% af de studerende anvender bussen, og de fleste af dem er tilfredse (78%), siger over halvdelen, at de kommer til at bruge bussen mindre, når de er færdige med deres uddannelse. Yderligere 6% af de unge kommer til at stoppe med at bruge bussen, når de er færdige med deres uddannelse.
- Aspektet, der kan ændre på kundernes frafald, er mindre prisstigning, efter de er færdige med deres ungdomsuddannelse. Studerende frygter en stor prisstigning, mens de fortsat har meget lave indkomster og andre prioriteter.
- Ifølge de studerende kan forbedringer i produktet medvirke til, at de fortsat vil vælge bussen, såsom bedre busdækning, flere afgang eller bedre afgangstider og mere direkte ruter.
- Samtidig er det et naturligt frafald, der opstår i det unge kundeselement mellem ungdomsuddannelse og videregående uddannelse, samt efter de er færdige med deres videregående uddannelse. Deres liv ændrer sig, hermed deres rejsebehov – de flytter hjemmefra eller skifter bopæl, og så skifter de uddannelsessted eller starter på en ny arbejdsplads. Derfor påpeger mange, at hvis bussen dækker deres behov eller de ikke har andre alternativer, så vil de fortsat bruge bussen. Flere siger, at der umiddelbart ikke er noget at gøre ved det faktum, at de kommer at rejse mindre med bussen, eller at de ikke ved hvad skal der til, for at de fortsat vil anvende bussen, når de er færdige med deres uddannelse. De står nemlig med flere større beslutninger, og mange kender ikke til deres fremtid. På den baggrund kan det betyde, at de unge vil have svært ved at binde sig til periodeprodukter (og betaling af større beløb til et periodekort,) og måske vil de helst have fleksibilitet (indkøb af enkeltbilletter efter behov). Det spiller sammen med, at deres prioriteter ligger et andet sted, så vil ofte foretrække at betale mindre engangsbeløb end større beløb til fx pendlerkort.
- Det skal huskes, at for de unge efter endt uddannelse, ud over ændring af transportbehov, åbner der sig nye muligheder, som påvirker udviklingen af frafaldsproces. Der kommer flere alternativer til transport i spil, som ikke tidligere har været en mulighed og som har tvunget en del af de unge til at tage bussen. De fleste unge får kørekort, og mange bliver uafhængige af deres forældre, samt deres rejseafstand ændrer sig. For nogle kan det betyde, at de kan cykle, og for andre, som ikke er prissensitive, men drevet af tidsforbrug og fleksibilitet, betyder det, at de kan vælge at køre bil.
- Ingen af respondenterne har nævnt et loyalitetsprogram som en løsning til at motivere dem til at fortsætte med at bruge bussen. Det vurderes, at et loyalitetsprogram ikke direkte vil påvirke de unge kunders valg eller fravalg af bussen, når de er færdige med deres uddannelse. Loyalitetsprogrammet vil være en 'add-on' på deres busoplevelse og kan påvirke deres tilfredshed med bussen positivt. Medmindre et eventuelt loyalitetsprogram vil inkludere de overnævnte aspekter, dvs. at

programmet vil tilbyde direkte besparelser for de unge kunder og forbedring/tilføjelser til busproduktet (busdækning/afgangstider), når man er risikogruppen for at blive tabt som kunde.

- På baggrund af respondenternes besvarelser vurderes det, at de unge er interesseret i et loyalitetsprogram og et eventuelt loyalitetsprogram skal bygge på følgende principper:
 - Loyalitetsprogrammet skal bygge på et pointsystem.
 - Loyalitetsprogrammet skal byde på rabatter - til busrejser og til forlystelser.
 - Loyalitetsprogrammet skal være tilgængeligt på en app.
 - Samarbejdspartnere i loyalitetsprogrammet skal omfatte: biografer, populære caféer (McDonald's, Storms Pakhus), butikker og eventuelt oplevelser.
- Det er et overraskende aspekt, at undersøgelsesresultaterne viser, at flest unge primært rejser med bybusser og regionalbusser (73%) og ikke med U-ruter (9%) til og fra deres uddannelsessted.

2. anbefalinger

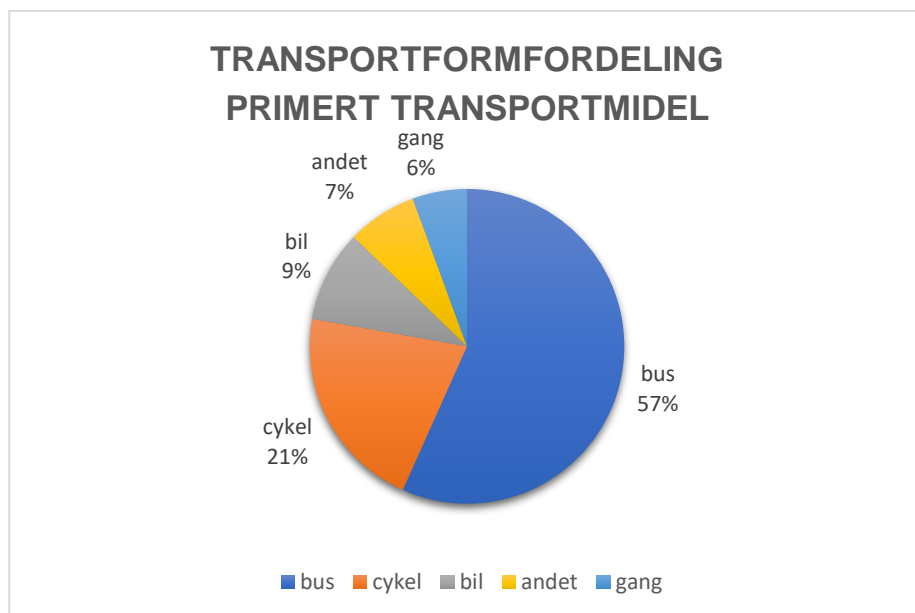
- Overvejelser, der skal gøres ifm. en evt. investering i et loyalitetsprogram:
 - Et eventuelt loyalitetsprogram kan ikke med sikkerhed omregnes til flere passagerer eller til 'ikke-tabte' passagerer.
 - De grunde, som skal ligge bagved et eventuelt loyalitetsprogram, kan være: kundernes tilfredshed, 'add-on oplevelse' faktor, kommunikationskanal med de unge (fx meld os tilbage hvornår bussen ikke passer med dine undervisningstidspunkter eller lign.), eventuelt motivationsfaktor til flere rejser (fx du mangler x antal pointer (rejser) for at få rabat til x).
 - Et eventuelt loyalitetsprogram skal inkludere muligheder for at have sin rejsehjemmel i samme app (Ungdomskort eller en anden)
 - Det vil være en god idé, at den tjener et public-service formål, dvs. positiv virkning på holdninger (miljøbudskaber).
 - Hvis det besluttes, at der skal investeres i et FynBus-loyalitetsprogram, så skal der defineres et nyt projekt, søges finansiering og IT-samarbejdspartner for at bygge systemet. Det skal ikke være en lappeløsning, men et godt system fra starten, der kan bygges videre på, samtidig med det princip, at det skal være nemt og '*keep it simple*'.
- Det skal overvejes, hvordan trafikkselskaber kan undgå en stor prisstigning for unge, mens de har lave indkomster og andre prioriteter, fx:
 - Billigere Ungdomskort på videregående uddannelser (prisstigning er fra 382,20 til 606 kr.)
 - Rabatter på rejsekort til og med 29 år (i stedet for 25 år)
 - Billige éngangsbilletter til unge mellem 19-29 år. Samtidig skal der huskes på, at de unge er glade for nemme og fleksible løsninger især i den livsfase. Derfor vil billige éngangsbilletter formentligt være de mest populære.
- Det skal overvejes, hvordan trafikkselskaber kan tilbyde forbedringer/tilføjelser til busproduktet (busdækning/afgangstider), når man er i risikogruppen for at blive tabt som kunde. Fx kan man forestille sig, at for x antal point i et eventuelt loyalitetsprogram, får man en taxi (flex-ordning) fra adresse til adresse. Hvis man er en loyal kunde og har optjent sine pointer, og i et tilfælde hvor afgangstid eller busdækning ikke passer, fordi man skal hjem efter en fest eller i forvejen er forsinket til et sted, så har man optjent nok pointer til, at FynBus kører en fra dør til dør '*on demand*'.

- Der skal findes en kommunikationskanal til dem, som er i risikogruppen for at blive tabte som kunde, og omtalte loyalitetsprogram kunne være en af løsningerne. På nuværende tidspunkt er der ikke kommunikation mellem trafikselskabet og de unge, som er på vej fra en fase til en anden i deres liv og højst sandsynlig på vej ud fra systemet. Der er ingen, som forklarer dem, hvilket produkt (billettype) der vil være bedst for dem, når de er færdige med at læse. De unge skal vejledes til værktøjer som Rejseplanen og Pendlertjek for at tjekke om bussen er konkurrencedygtig i forhold til andre transportformer, samt hvordan kan man nemmest transportere sig fra A til B i den nye livssituation.

3. Resultater

Fordeling af transportformer

Undersøgelsens resultater viser, at størstedelen af de unge tager bussen. 57% af respondenterne anvender bussen, 21 % af de studerende cykler, mens 9% kører i bil (Figur 1). Unge er overvejende tilfredse med bussen (77,5%).



Figur 15 Fordeling af afvendelse af forskellige transportmidler til og fra uddannelsesstedet.

Dog siger flertallet, at de kommer til at rejse mindre med bussen, når de er færdig med deres uddannelse (52,3%). 6,3% siger, at de ikke længere kommer til at rejse med bussen.

Jo længere man er i sit uddannelsesforløb jo mindre rejser man med bus (flere kører i bil), samtidig falder tilfredsheden med bussen som transportmiddel. Markant flere siger, at de kommer at rejse mindre med bussen, når de er færdig med deres uddannelse, når de er næsten færdig eller lige er blevet færdige med deres uddannelsesforløb, end dem, som er i begyndelsen af deres uddannelsesforløb.

De unge rejser primært med bybusser (38%) og regionalbusser (35%), ud over det kombinerer 8% af de studerende regional- og bybus. 9% af de studerende oplyser, at de tager uddannelsesbus til og fra deres uddannelsessted.

Størstedelen af de unge er opmærksomme på, at man kan tage sin cykel gratis med i bussen, mens 36% var ikke klare over muligheden. 73% cyklister vil overveje at tage bussen i dårligt vejr.

Fritidsrejser

Et overvejende flertal af de unge vil bruge bussen til at besøge familie/venner (81,4%). Halvdelen af de studerende vil bruge bussen på ferie eller andre fritidsrejser. En tredjedel vil tage bus til idræt-og sportsaktiviteter, samt forlystelser.

Loyalitetsprogram

Loyalitetsprogrammet skal bygge på et pointsystem.

Ifølge respondenterne skal et godt loyalitetsprogram byde på følgende:

- Point som kan omdannes til fx rabatter eller præmier (74%)
- Premium loyalitetsprogram – særligt tilbud til dem, som rejser meget med bussen (44%)
- Konkurrencer med præmier (38%)

Af mindre betydning er også tips og interessante fakta om rejsemønstre (fx sparet CO2), samt udfordringer som belønnes med fx rabatter eller præmier.

9% af respondenterne synes ikke om et loyalitetsprogram, samt præmier.

Et loyalitetsprogram skal byde på rabatter - til busrejser og til forlystelser.

Ifølge respondenterne skal et godt loyalitetsprogram byde på følgende præmier:

- Rabatter på busrejser (75%)
- Rabatter til caféer, restauranter, biografer og butikker (68%)
- Indsamlingspoint som kan omdannes til gavekort (til fx restauranter og biografer) (62%)
- Fysiske præmier fx biografbilletter eller elektronik (54%)

Loyalitetsprogrammet skal være tilgængeligt på en app.

Ifølge 79% af respondenterne skal et godt loyalitetsprogram være at finde i form af en app.

Interesse blandt unge for et loyalitetsprogram.

Ud fra svarene vil trefjedredel af de unge være interesseret i at deltage i FynBus' loyalitetsprogram, hvis der oprettes et.

Samarbejdspartnere i loyalitetsprogrammet

Følgende samarbejds mulighed er beskrevet af de studerende: **biografer**, diverse **caféer** og restauranter, **butikker**, oplevelser, museer, samt andre idéer.

Halvdelen af de studerende, som kom med et bud på potentielle samarbejdspartnere, udpeger biografer og diverse caféer, som de mest oplagte samarbejdspartnere. De mest nævnte spisesteder er McDonald's og Storms Pakhus. Ud over det er følgende steder nævnt: Arkaden, Starbucks, 7eleven, Cafe Biografen, Café Kræs, Burgermania, Bones, Flammen, DL fries chicken, Sunset, Marcellos, Dalle Valle, Det grønne køkken thai takeaway. Ud over det er servicerne, som Just Eat og Hungry.dk omtalt. Studerende skriver også om Heidies, Studenterhuset og steder i Svendborg og fx rabatter til kaffe på Sundhedsfaget.

Næsten lige så mange studerende skriver om potentielt samarbejde med butikker (rabatter eller gavekort). Følgende butikker er nævnt: tøjbutikker (H&M, Weekday, Envii, Gina tricot, Zalando), Odense City (heri Magasin (5)), indkøbscentre (Rosengårdscenteret og Scala i Svendborg), dagligvarebutikker (fx Coop (point)), elektronikbutikker (Power, El Giganten), butikker med god miljøpolitik, kosmetikbutikker (Matas, Normal), samt møbelbutikker (ILVA, IKEA, Jysk), og Bog og Ide. Et par skriver, at en god idé vil være samarbejde med butikkerne på OBC, som ligger tæt på bussen.

Oplevelser udpeget blandt de unge er: koncerter og spillesteder, Risskov rejser, fritidssteder, forlystelsesparker, Bowl'n'fun, Visit Odense, Creative Space, og Bridge-walking på Lillebæltsbroen. Flere nævner Odense Zoo.

Følgende kulturoplevelser er nævnt af de unge: Brandts, Møntergården, H. C. Andersens Hus, Danmarks Jernbanemuseum, Egeskov Slot, Nyborg Slot og Lermuseum i Middelfart.

Sidst med ikke mindst skriver de studerende om andre muligheder som: samarbejde med DSB, flere busture eller konkrete ønsker til busrejse, samarbejde med gavekorttjenester (fx gavekort.dk, sendentanke.dk), Kims, samt fitnesscentre og svømmehaller.

4. Opsummering af fritekstbesvarelser

4.1. Hvad er du tilfreds eller utilfreds med, når du tager bussen?

Utilfredse kommentarer

De studerende klager mest over forsinkelser (21 respondenter) og plads i bussen (17 respondenter). De unge vil gerne overholde deres aftaler og vil ikke risikere, at de kommer for sent til undervisning eller mister skift under deres rejse på grund af forsinkelser. Vedr. plads i bussen kommer der også nogle kommentarer om, at det er et vigtigt aspekt især i den nuværende situation omkring Corona, og de unge er glade for at være sikre på, at der er en siddeplads til dem i bussen. Der kom også flere kommentarer vedrørende:

- priser – studerende ønsker billigere busbilletter
- ønsker til generelt flere afgang – om morgenen så der er bedre plads, om aftenen, i weekender og midt på dagen, så er man ikke nødt til at vente langt til næste afgang
- bemærkninger, at tiderne ikke passer med undervisningstidspunkter (6 respondenter)
- indeklima i bussen – for varmt i sommertiden
- manglende venlighed fra chaufførerne

Ud over det kom der et par bemærkninger til håndtering af Coronasituationen, bl.a. ønsker studerende håndsprit i busserne.

Et par studerende udtrykker også sin frustration over andre rejsende og vejarbejder i Odense, som påvirker trafikken og dermed bussen.

Der kom også enkelte kommentarer til øvrige ting.

Tilfredse kommentarer

Størstedelen af de studerende skriver, at de generelt er tilfredse med FynBus (13 respondenter), samt med det faktum, at bussen i overvejende grad kører til tiden (10 respondenter).

Flere unge roser chauffører og deres venlighed, samt at bussen er billig. Der kom et par kommentarer til, at bussen kører direkte og hurtigt, samt at tiderne passer med undervisningstidspunkter (2 respondenter).

Et par studerende kommenterer positivt på FynBus' håndtering af Coronasituationen, samt at der plejer at være god plads i bussen.

Der kom også enkelte kommentarer til øvrige ting.

4.2. Hvad skal der til, for at du anvender bussen (til pendling eller fritids-/ærinderejser), når du er færdig med din uddannelse?

I forhold til dem, der siger, at de vil stoppe med at bruge bussen, når de er færdige med at studere, kan man uddrage følgende aspekter på baggrund af respondenternes kommentarer (8 besvarelser i alt):

- prisen – bussen skal være billigere
- der skal være bedre busdækning, samt flere afgange.

Ud over det nævner de unge komfort, forsinkelser, bedre løsningspakker og mere direkte ruter, samt chaufførernes venlighed. En studerende var ikke opmærksom på, at man godt kan bruge U-rute selvom man ikke længere er studerende.

I forhold til dem, som siger, at de vil rejse mindre med bussen, når de er færdige med at studere, kan man uddrage følgende aspekter på baggrund af respondenternes kommentarer (67 besvarelser i alt):

- prisen – bussen skal være billigere, studerende frygter en stor prisstigning efter de er færdige med deres ungdomsuddannelse, mens de har meget lave indkomster og andre prioriteter (22 respondenter)
- der skal være bedre busdækning, flere afgange/bedre afgangstider og direkte ruter

Mange påpeger, at hvis bussen fortsat dækker deres behov (da deres transportbehov nok kommer til at ændre sig) eller de ikke har andre alternativer, vil de bruge bussen.

Flere siger, at der ikke er meget at gøre ved det faktum, at de kommer at rejse mindre med bussen, eller at de ikke ved hvad skal der til, for at de anvender bussen, når de er færdige med deres uddannelse.

Der er et par kommentarer om, at bussen skal være konkurrencedygtig ift. andre transportmidler.

Sidst men ikke mindst er der enkelte kommentarer om, at bussen skal være hurtigere, nemmere og uden forsinkelser, samt rejsekortsystemet skal forbedres.

5. Metoden

Spørgeskemaet til undersøgelsen er udviklet af FynBus. Inden undersøgelsen gik i gang, blev spørgeskemaet testet på en mindre gruppe for dels at sikre den rette forståelse af spørgsmålene og for dels at sikre, at den tekniske opsætning var korrekt i forhold til, at alle relevante spørgsmål blev vist til – og besvaret af – svarpersonerne.

Dataindsamlingen til denne undersøgelse er gennemført ved brug af spørgeskemaer udsendt via link til online systemet Analyzer. Spørgeskemaerne er blevet offentliggjort på FynBus' Facebookside og promoveret på busskærmene og FynBus' social media kanaler.

Dataindsamlingsperiode: 16. juni til 28. juni 2020

Undersøgelsen bygger på 249 besvarelser, hvoraf 81,9 % af besvarelserne er fuldstændige. Ud af de 249 respondenter har 241 valgt at give samtykke til brug af deres oplysninger i forbindelse med persondataforordningen, samt 196 har været i målgruppen.

Det er overvejende kvinder, der har valgt at deltage i undersøgelsen. Resultatet viser, at respondenterne er repræsenterede ved 75,5 % kvinder. Undersøgelsen viser ligeledes, at 62% af respondenterne er 18-24 år, samt at yderligere 28 % af de adspurgte er 15-17.

Der var næsten lige fordeling mellem hvor langt man er i sit uddannelsesforløb, dvs. ca. en tredjedel var næsten færdig eller lige blevet færdig, en tredjedel var midtvejs og en tredjedel var i begyndelsen af deres uddannelse.

Confidence level	95%
Population	43.580
Sample	196
Confidence interval	6,98

6. Om rapporten

Projektejer: Jan Gudmann Hansen, Produkt- og Markedschef

Projektleder: Patrycja Anna Zieba, Markedskonsulent & Projektleder

Projektmedarbejdere: Morten Pors, Louise Hofstedt, Mads Jensen, Rene Kristian Hansen, Søren Linaa Larsen, Krestina Lauridsen

Analyseansvarlig: Patrycja Anna Zieba

Rapporten skrevet af: Patrycja Anna Zieba

FynBus

Tolderlundsvej 9 5000 Odense C

Mail: fynbus@fynbus.dk

Web: www.fynbus.dk

Kontakt vedr. projektet:

Patrycja Anna Zieba, Markedskonsulent & Projektleder

Direkte telefon: 63112292

Mobil: 52760124

E-mail: paz@fynbus.dk

7. Bilag: Spørgeskema med svarfordeling

Svar status



Observationer

Total

249

● Ikke svaret

0,0%

● Afvist

0,0%

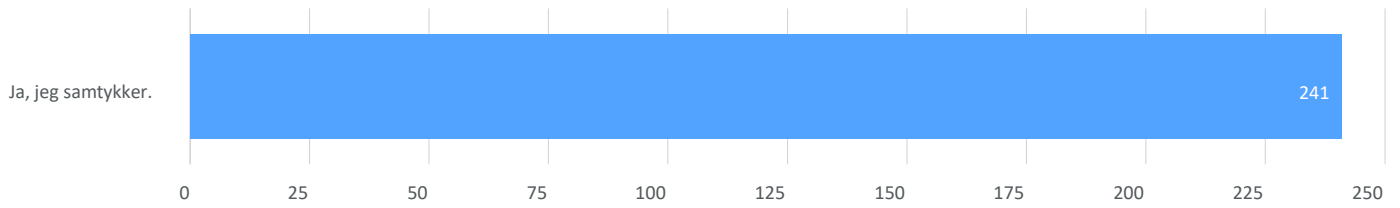
● Ufuldstændig

18,1%

● Gennemført

81,9%

Persondata

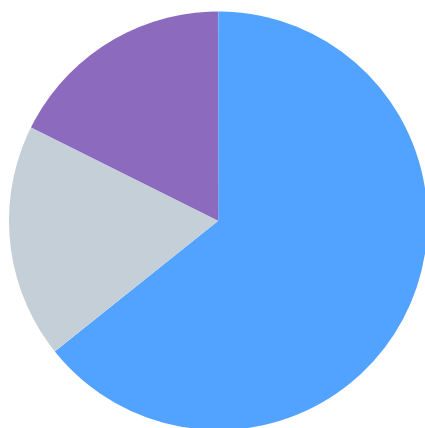


Observationer

Total

241

Er du i gang med en ungdomsuddannelse eller videregående uddannelse?



Observationer

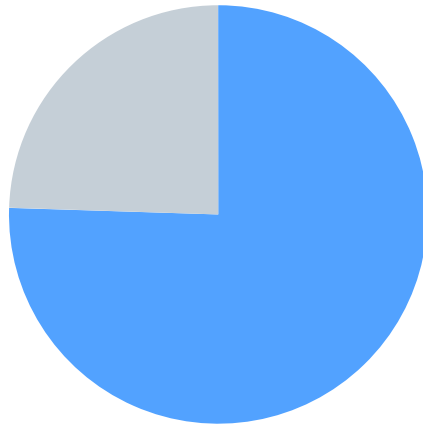
Total

- Ja
- Jeg er lige blevet færdig
- Nej

238

64,3%
18,1%
17,6%

Køn



Observationer

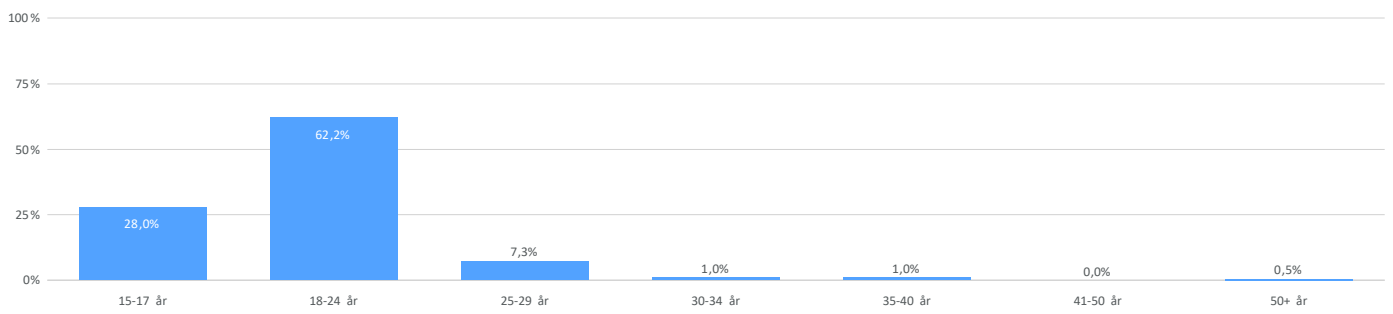
Total

- Kvinde
- Mand

196

75,5%
24,5%

Alder



Observationer

Total

193

Hvad er dit postnummer?

191

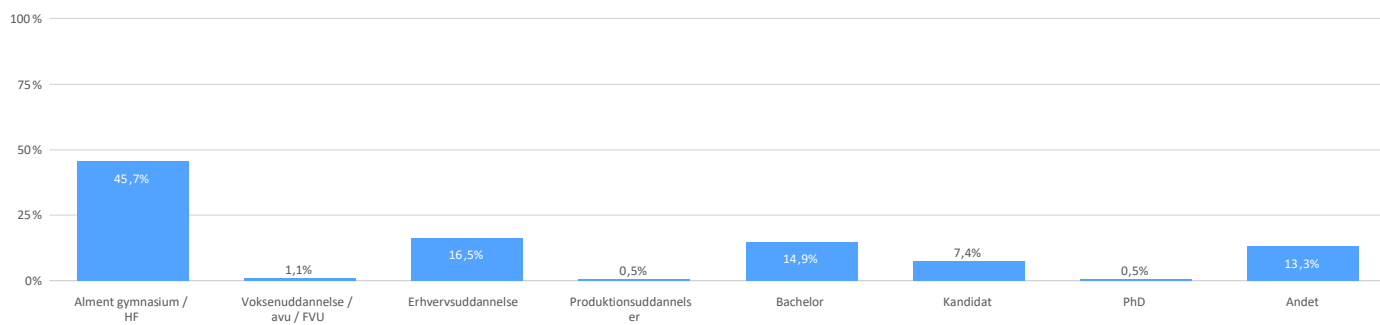
Åbne besvarelser

Observationer

Total

191

Angiv venligst dit studieretning/profil?

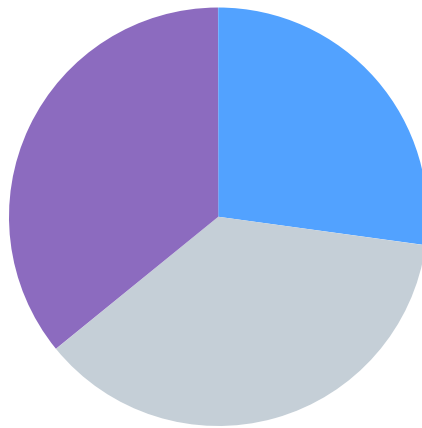


Observationer

Total

188

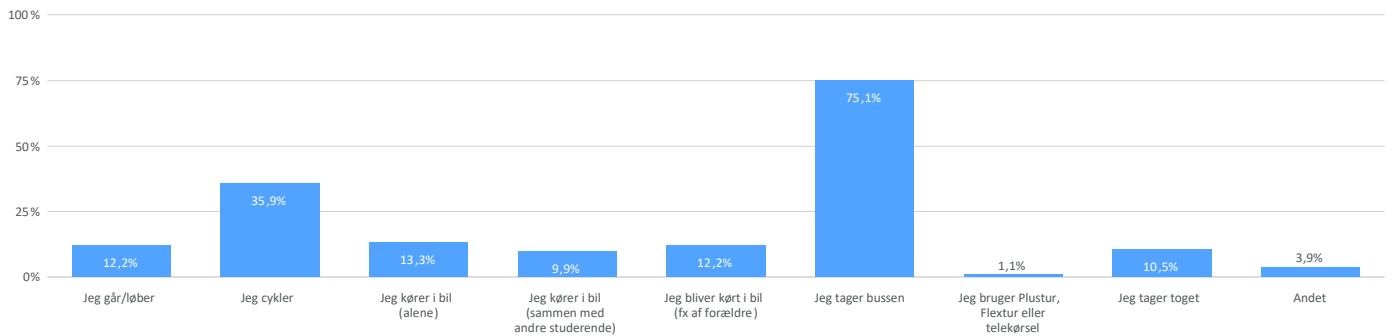
Hvor lang er du i dit uddannelsesforløb?



Observationer

Observationer	Total
I begyndelsen	184
Midtvejs	27,2%
Jeg er næsten færdig eller er lige blevet færdig	37,0%
	35,9%

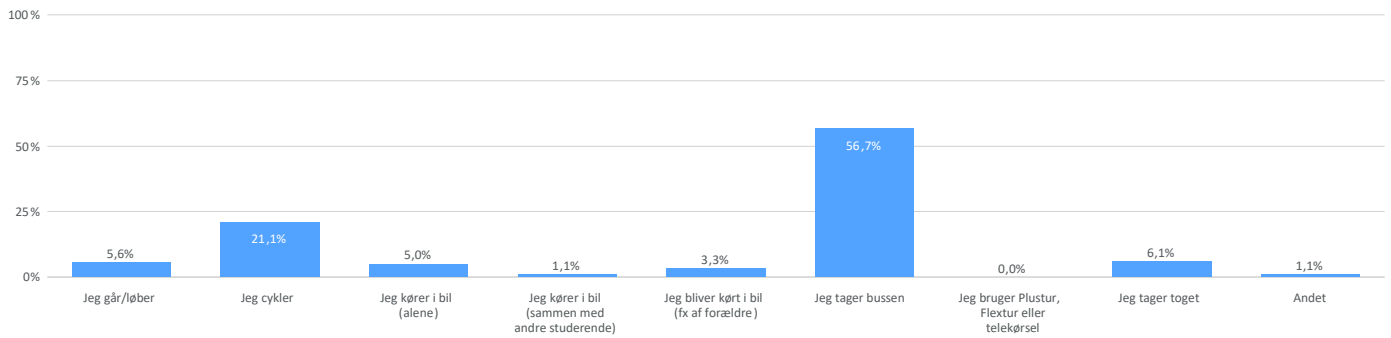
Hvordan kommer du til og fra dit uddannelsessted? (Du må gerne vælge flere svar)



Observationer

Observationer	Total
	181

Hvad er dit primære transportmiddel til og fra dit uddannelsessted?



Observationer

Total 180

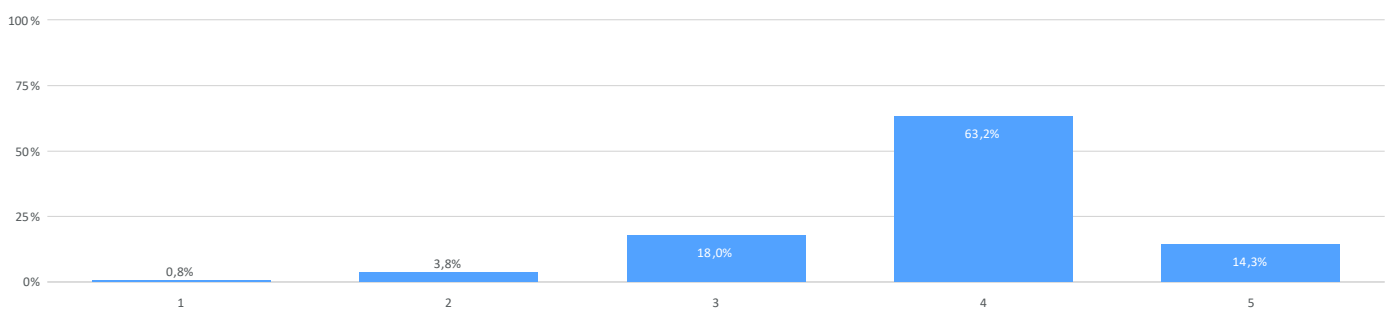
Hvilken rute kører du primært med?



Observationer

Total 133

Hvor tilfreds er du med bussen som transportmiddel?



Observationer

Total 133

Hvad er du tilfreds eller utilfreds med, når du tager bussen?



Observationer

Total

129

I hvilket omfang vurderer du, at du vil bruge bussen, når du er færdig med din uddannelse?



Observationer

Total

128

Jeg kommer til at rejse mere med bussen	7,0%
Jeg kommer til at rejse mindre med bussen	52,3%
Jeg stopper med at rejse med bussen	6,3%
Jeg vil fortsætte med at bruge bussen i samme omfang som i dag	34,4%

Hvad skal der til, for at du anvender bussen (til pendling eller fritids/ærinde rejser), når du er færdig med din uddannelse?



Observationer

Total

8

Hvad skal der til for, at du fortsætter med at bruge bussen (til pendling eller fritids-/ærinde rejser), når du er færdig med din uddannelse?

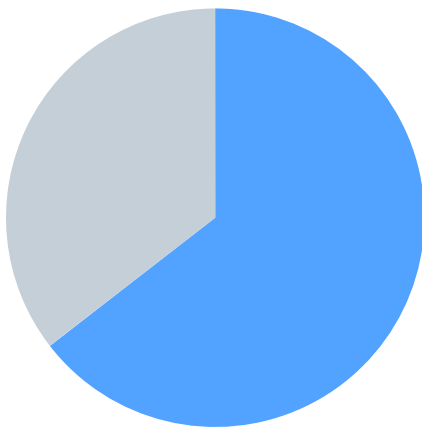


Observationer

Total

67

Ved du, at du kan tage din cykel gratis med i bussen? (undtagen hverdage fra kl. 07.00-09.00, max 2 stk. per bus)



Observationer

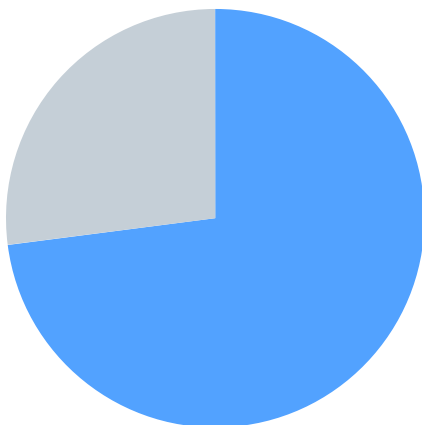
Total

- Ja
- Nej

62

64,5%
35,5%

Vil du overveje at tage bussen i dårligt vejr?



Observationer

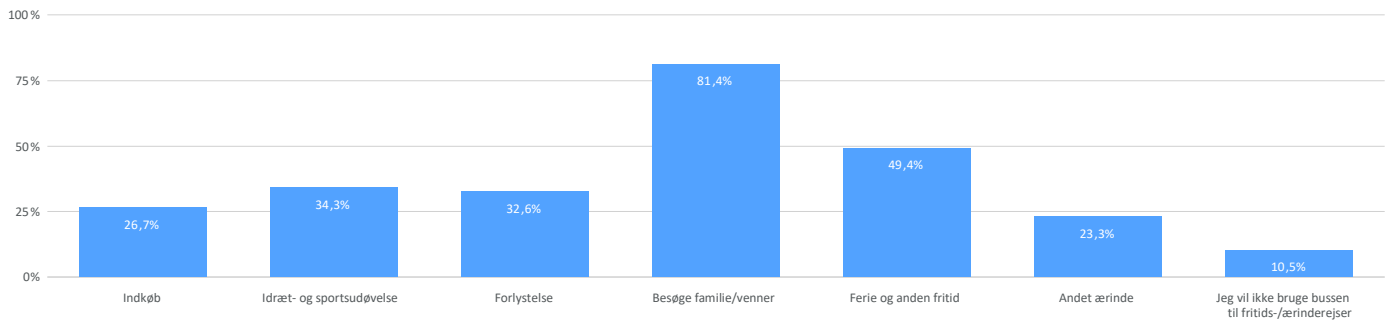
Total

- Ja
- Nej

37

73,0%
27,0%

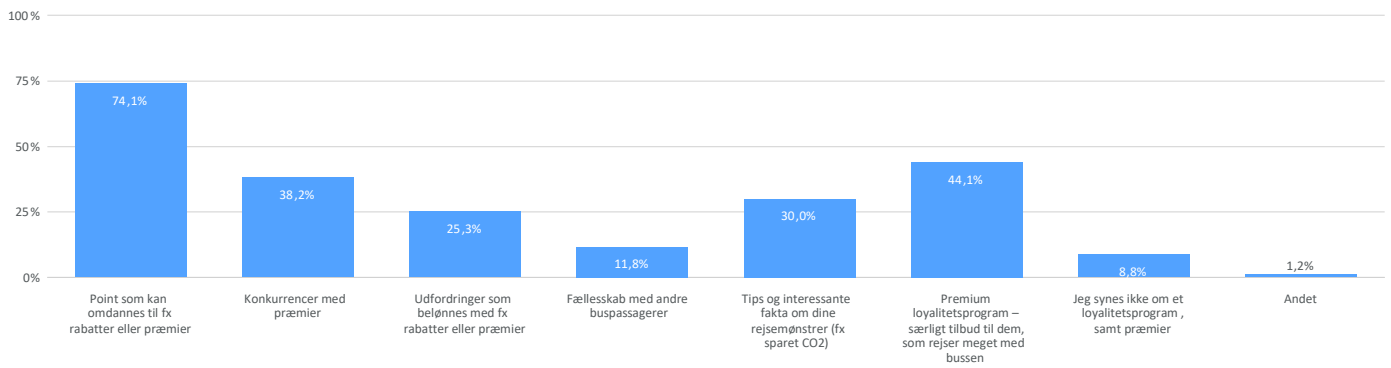
Vil du bruge bussen til en eller flere af følgende fritids-/ærinderejser? (Du må gerne vælge flere svar)



Observationer

Total 172

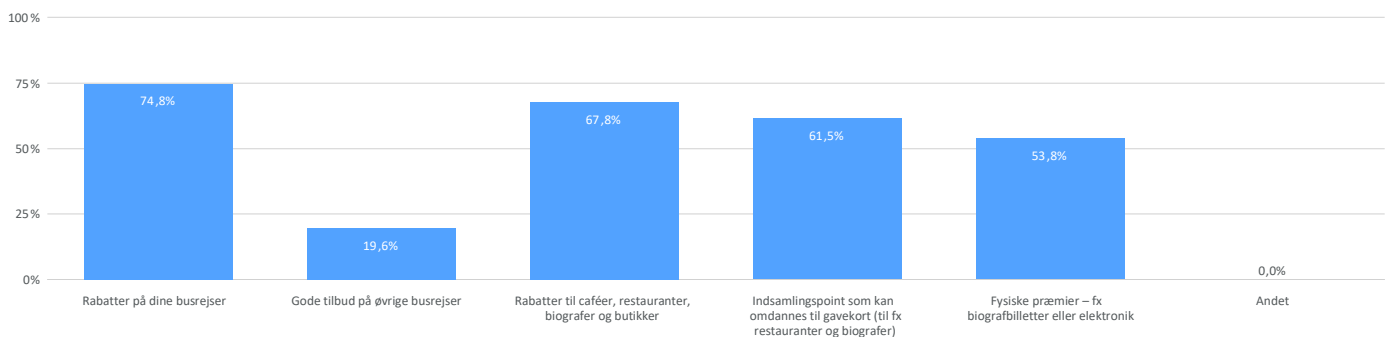
Hvad skal et godt loyalitetsprogram byde på (vælg højst 3 svar)?



Observationer

Total 170

Hvilken slags præmier er du interesseret i (vælg højst 3 svar)?



Observationer

Total 143

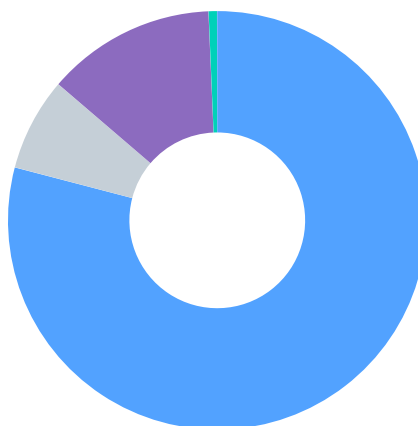
Kan du give eksempler på steder, som FynBus skal lave en aftale med?



Observationer

Total 147

Hvilken form skal et godt loyalitetsprogram have?

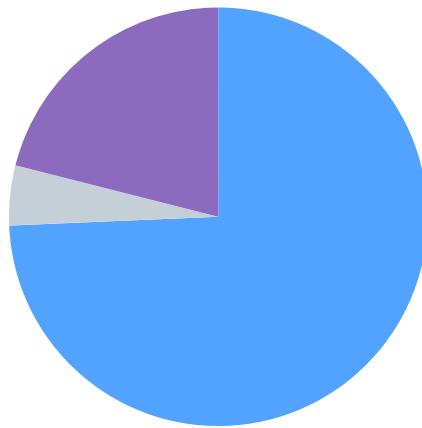


Observationer

Total 153

● App	79,1%
● Website	7,2%
● Medlemskort	13,1%
● Andet	0,7%

Ud fra dine svar vil du så være interesseret i at deltage i FynBus' loyalitetsprogram, hvis der oprettes ét?



Observationer

Total

- Ja
- Nej
- Ved ikke

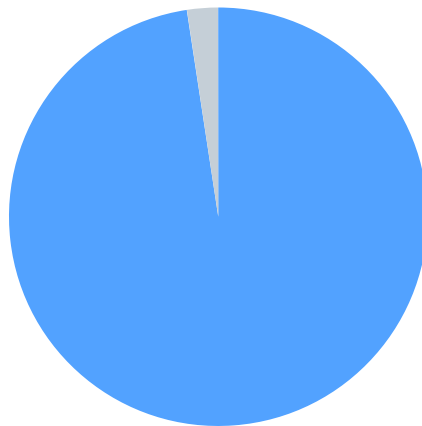
152

74,3%

4,6%

21,1%

Vil du deltage i lodtrækningen om 4x2 biografbilletter?



Observationer

Total

- Ja tak
- Nej tak

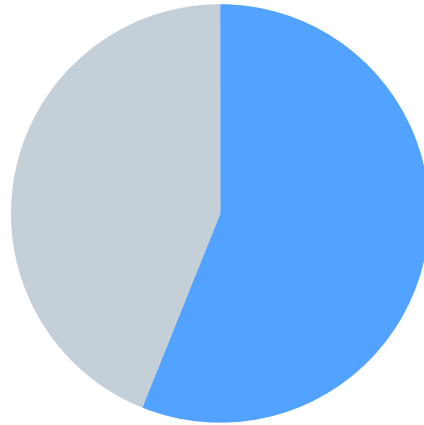
167

97,6%

2,4%

FynBus Pendlertjek

Vil du sammenligne omkostninger, rejsetid, CO2-udledning og forbrændte kalorier ved benyttelse af henholdsvis bil, offentlig transport og cykel på strækningen mellem din bopæl og dit uddannelsessted?



Observationer

Total

- Ja tak
- Nej tak

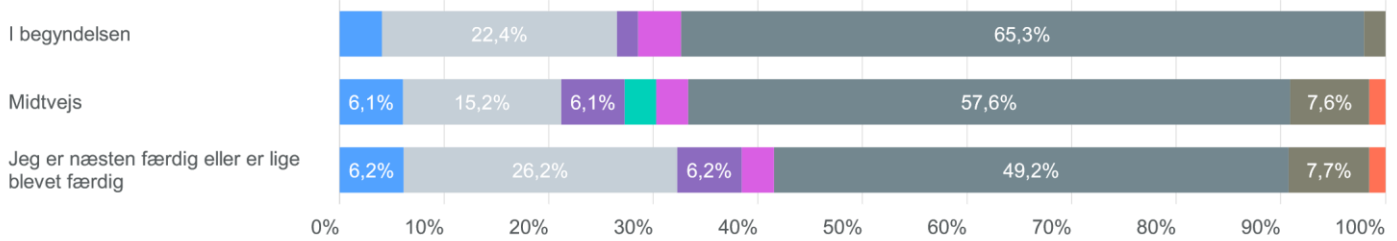
164

56,1%

43,9%

Hvor lang er du i dit uddannelsesforløb?

Krydset med 'Hvad er dit primære transportmiddel til og fra dit uddannelsessted?'



Observationer

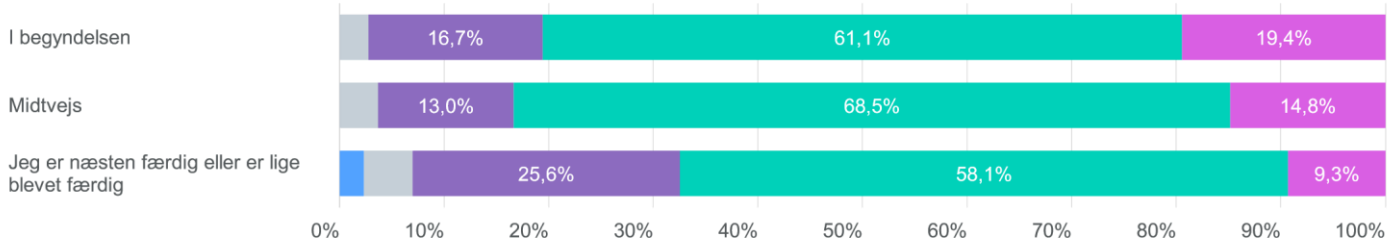
Total

180

- Jeg går/løber
- Jeg cykler
- Jeg kører i bil (alene)
- Jeg kører i bil (sammen med andre studerende)
- Jeg bliver kørt i bil (fx af forældre)
- Jeg tager bussen
- Jeg bruger Plustur, Flextur eller telekørsel
- Jeg tager toget
- Andet

Hvor lang er du i dit uddannelsesforløb?

Krydset med 'Hvor tilfreds er du med bussen som transportmiddel?'



Observationer

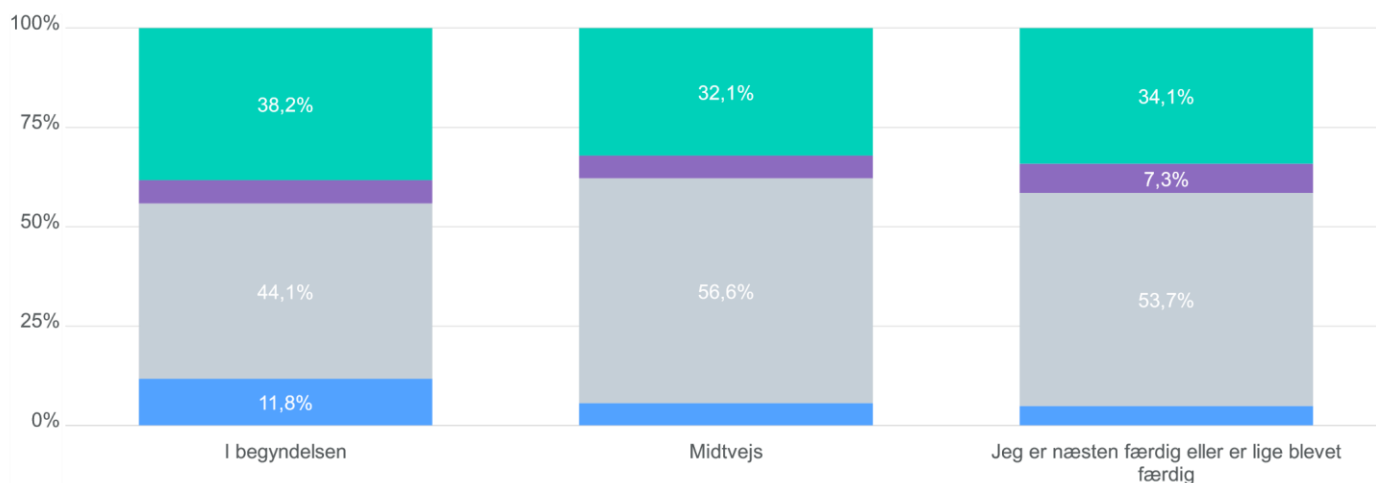
Total

133

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Hvor lang er du i dit uddannelsesforløb?

Krydset med 'I hvilket omfang vurderer du, at du vil bruge bussen, når du er færdig med din uddannelse?'



Observationer

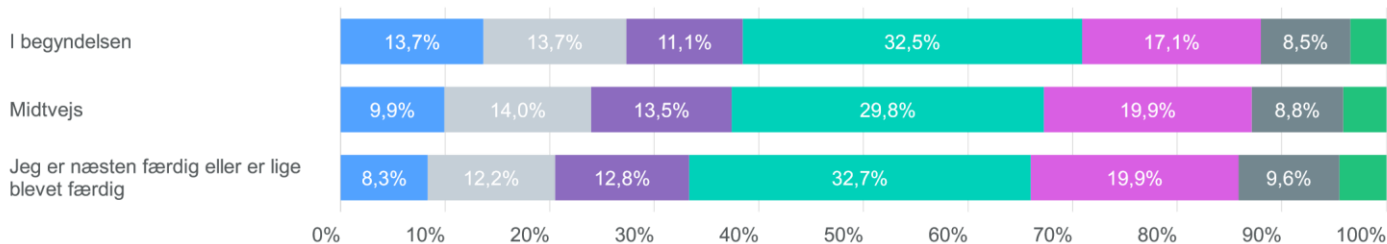
Total

128

- Jeg kommer til at rejse mere med bussen
- Jeg kommer til at rejse mindre med bussen
- Jeg stopper med at rejse med bussen
- Jeg vil fortsætte med at bruge bussen i samme omfang som i dag

Hvor lang er du i dit uddannelsesforløb?

Krydset med 'Vil du bruge bussen til en eller flere af følgende fritids-/ærinderejser? (Du må gerne vælge flere svar)'



Observationer

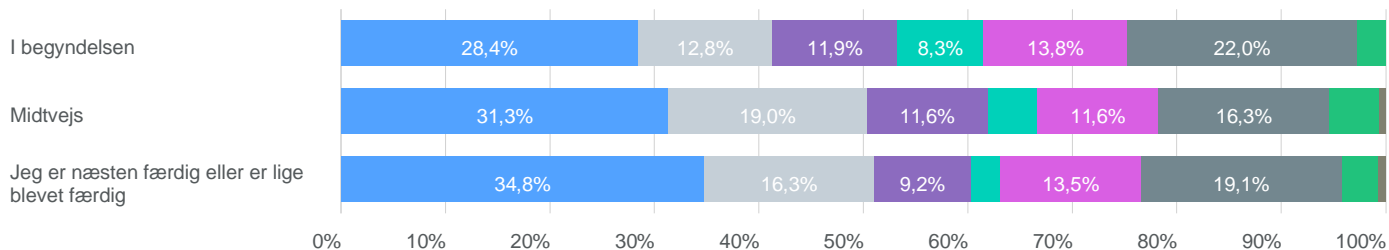
Total

172

- Indkøb
- Idræt- og sportsudøvelse
- Forlystelse
- Besøge familie/venner
- Ferie og anden fritid
- Andet ærinde
- Jeg vil ikke bruge bussen til fritids-/ærinderejser

Hvor lang er du i dit uddannelsesforløb?

Krydset med 'Hvad skal et godt loyalitetsprogram byde på (vælg højst 3 svar)?'



Observationer

Total

170

- Point som kan omdannes til fx rabatter eller præmier
- Konkurrencer med præmier
- Udfordringer som belønnes med fx rabatter eller præmier
- Fællesskab med andre buspassagerer
- Tips og interessante fakta om dine rejsemønstre (fx sparet CO2)
- Premium loyalitetsprogram – særligt tilbud til dem, som rejser meget med bussen
- Jeg synes ikke om et loyalitetsprogram, samt præmier
- Andet

Tabel 1 Opsummering af åbne besvarelser til spørgsmålet: Hvilken rute kører du primært med?

Rutetype	Antal svar	Procent
bybus	50	38%
regionalbus	46	35%
uddannelsesbus	12	9%
regional og bybus	11	8%
uddannelsesbus og regionalbus	4	3%
lokalbus	3	2%
regional og lokalbus	3	2%
skolebus	1	1%
uddannelsesbus, regional, bybus	1	1%
TOTAL	131	100%

Tabel 2 Overblik over respondenternes bopæl.

Postnr.	By	Antal
5000	Odense C	31
5220	Odense SØ	11
5250	Odense SV	11
5240	Odense NØ	10
5700	Svendborg	10
5230	Odense M	9

5210	Odense NV	8
5600	Faaborg	7
5200	Odense V	5
5270	Odense N	5
5750	Ringe	5
5800	Nyborg	5
5260	Odense S	4
5450	Otterup	4
5471	Søndersø	4
5550	Langeskov	4
5620	Glamsbjerg	4
5792	Årslev	4
5290	Marslev	3
5500	Middelfart	3
5540	Ullerslev	3
5610	Assens	3
5672	Broby	3
5690	Tommerup	3
5853	Ørbæk	3
5300	Kerteminde	2
5350	Rynkeby	2
5462	Morud	2
5591	Gelsted	2
5762	Vester Skerninge	2
	Øvrige Fyn	16
	Ud fra Fyn	3

Tabel 3 Overblik over respondenternes negative kommentarer til bussen.

Utilfreds med:	Antal svar
forsinkelser	21
plads	17
prisen	7
flere afgang	7
tiderne passer ikke med undervisning	6
indeklima	6
chauffører	5
flere busser om aften	4
flere busser om morgen	3
ikke busser midt på dagen	2
andre rejsende	2
håndsprit i busserne	2
vejarbejde	2
afgange weekend	2

skifte	1
manglende buskur på stoppestedet	1
tilgængelighed	1
ventetid	1
for tidligt	1
larm	1
stopknap virker ikke	1
tidspunkter og ruter passer ikke	1
bussen stopper ikke	1
dækning	1
rengøring	1
omveje	1
vil sidde tæt på chauffører også i Corona	1
korrespondance	1

Tabel 4 Overblik over respondenternes positive kommentarer til bussen.

Tilfreds med:	Antal svar
generelt/med alt	13
til tiden	10
chauffører	7
billigt	3
direkte	3
hurtigt	2
god håndtering af Corona	2
tiderne passer med undervisning	2
plads	2
komfort og rengøringsniveau	1
mange busser om morgen	1
Kundecenter	1
skærme	1
nemt	1
service	1
hyggeligt	1
miljøet	1
min tid	1

Tabel 5 Overblik over besvarelser til spørgsmålet: Hvad skal der til for, at du fortsætter med at bruge bussen (til pendling eller fritids-/ærinderejser), når du er færdig med din uddannelse?

Jeg vil stoppe med at bruge bussen	Antal svar
pris	3
bedre rute flere afgang	2
U-ruter og alm. Passagerer	1

sæderne ikke knirker, ikke larme etc.	1
ikke forsinket, flere ruter, større busser	1
løsningspakker	1
sødere chauffører	1
bussen stopper og ikke før tid	1
mindre stop	1

Jeg vil rejse mindre med bussen	Antal svar
prisen	22
flere afgang	9
bedre dækning og afgangstider	9
at vi dække behovet	9
ikke andre transportalternativer	8
der er ikke noget at gøre	5
ved ikke	5
konkurrencedygtig til andre transportmidler	3
direkte	2
rejsekortsystem bedre	1
skal være hurtigere	2
nemmere	2
ingen forsinkelse	1
mere fleksibilitet	1

Bilag 25 Befolkning og Uddannelse (Danmarks Statistik): Befolkning (realiseret og prognose) per år

Filer

Vis

Rediger rapport

Udforsk

Opdater

FYNBUS

Kilde: Statistikkøbenhavn
 Tabel: FOLKTA og FRIKAT19. Opgjort per 1. januar.

ALDERSGRUP...

- 0-5
- 06-15
- 16-19
- 20-24
- 25-29
- 30-34
- 35-39
- 40-49
- 50-59
- 60-69
- 70-79
- 80-89
- 90-99
- Over 100

TID

- 2008
- 2009
- 2010
- 2011
- 2012
- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018
- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 2023
- 2024
- 2025
- 2026
- 2027
- 2028
- 2029
- 2030
- 2031
- 2032
- 2033
- 2034
- 2035
- 2036
- 2037
- 2038
- 2039
- 2040
- 2041
- 2042
- 2043
- 2044
- 2045

Befolkning per område, tid og alder

TID	OMRÅDE	ALDER	ALDERSGRUPE	INDHOLD
2008	Assens	0	0-5	431,00
2008	Faaborg-Middyn	0	0-5	529,00
2008	Kerteminde	0	0-5	215,00
2008	Langeland	0	0-5	102,00
2008	Middelfart	0	0-5	432,00
2008	Nordfyns	0	0-5	333,00
2008	Nyborg	0	0-5	338,00
2008	Odense	0	0-5	2.385,00
2008	Svendborg	0	0-5	635,00
2009	Assens	0	0-5	449,00
2009	Faaborg-Middyn	0	0-5	554,00
2009	Kerteminde	0	0-5	228,00
2009	Langeland	0	0-5	87,00
2009	Middelfart	0	0-5	420,00
2009	Nordfyns	0	0-5	379,00
Total				19.134.453,00

Befolkning per område og tid

Befolkning per område, tid og aldersgruppe

OMRÅDE

- Assens
- Faaborg-Middyn
- Kerteminde
- Langeland
- Middelfart
- Nordfyns
- Nyborg
- Odense
- Svendborg

Noter og opdateringer

Befolkning (realiseret og prognose) per år

Evaluér per institution

Evaluér (elevens bopælsområde)

Evaluér (institutionens beliggenhed)

Bilag 26 Befolkning og Uddannelse (Danmarks Statistik): Elevtal per institution

Filer

Vis

Rediger rapport

Udfærdig

Opdater

FYNBUS

Kilde: Statistikbanken.dk

Tabell: INSTO-25 samt manuelt udtræk fra Institutionsregisteret (aktive institutioner) (per 21-11-2018).

H80 Ph.d. og forskeruddannelser er ikke opdateret for 2018.

TID

- 2005
- 2006
- 2007
- 2008
- 2009
- 2010
- 2011
- 2012
- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018

ALDERSGRUP...

- 20-24 år
- 25-29 år
- 30-34 år
- 35-39 år
- 40-44 år
- 45-49 år
- 50 år og derover
- Ikke tilgængelig
- Under 20 år

INST. BELIGGENH...

- Assens
- Faaborg-Midtfyn
- Kerteminde
- Langeland
- Middelfart
- Nordfyns
- Nyborg
- Odense
- Svendborg

Elevtal fordelt på uddannelseskategori

Hovedudd.	INDHOLD
H2010 Alment gymnasiale uddannelser	8.706
H2020 Erhvervsrettede gymnasiale uddannelser	3.607
H2030 Internationale gymnasiale uddannelser	253
H29 Erhvervsfaglige grundforløb	1.277
H30 Erhvervsfaglige uddannelser	9.846
H40 Korte videregående uddannelser, KVU	2.665
H50 Mellemlange videregående uddannelser, MVU	11.569
H60 Bachelordannelser, BACH	12.276
H70 Lange videregående uddannelser, LVU	8.057
H80 Ph.d. og forskeruddannelser	0
U20 0. klasses trin	4.943
U21 1. klasses trin	5.018
U22 2. klasses trin	5.326
U23 3. klasses trin	5.462
U24 4. klasses trin	5.812
U25 5. klasses trin	5.825
U26 6. klasses trin	5.725
U27 7. klasses trin	5.660
Total	119.184

Elevtal fordelt på aldersgrupper

ALDER	INDHOLD
20-24 år	23.378
25-29 år	11.089
30-34 år	3.027
35-39 år	1.464
40-44 år	908
45-49 år	485
50 år og derover	480
Ikke tilgængelig	734.74
Under 20 år	4.879
Total	119.184

Elevtal fordelt på institutionsgrupper

ALDER	INST. TYPE GRUPE	INDHOLD
20-24 år	Almen gymnasiale udd.	8.241
25-29 år	Erhvervsrettede udd.	14.653
30-34 år	Grundskoler mv.	60.667
35-39 år	Inst. med primært ikke-komp. udd.	17
40-44 år	Inst. med voksen-udd.	966
45-49 år	Universiteter	21.855
50 år og derover	Videregående udd.	12.785
Ikke tilgængelig		119.184
Under 20 år		4.879
Total		119.184

Elevtal fordelt på institutionstyper

INST. TYPE_NAEN	INDHOLD
Dagbeholdnings tilbud og behandlingstilbud	169
Efterskoler	4.101
Efterskoler med samlet særligt tilbud	419
Efterskoler mv.	14.653
Folkeskoler	42.596
Friv. fagskoler	17
Friskoler og private grundskoler	12.002
Total	119.184

Elevtal fordelt på institutioner

INST_NAEN	INDHOLD
10 eten i Middelfart Kommune	25
40-over-skolen	524
Aarupskolen	578
Adalby-skolen	424
Adalskolen	233
Agedrup Skole	473
Auklevskolen	242
Al-Salihjan Skolen	175
AMU-Fyn	45
Anna Troiles Skole	222
Assenskolen	373
Assens Ungdomsskole hovedafdelingen i Gamsbjerg	13
Bæring Skole	132
Berndtsfærdslet Holbrogaard	6
Berndtsfærdslet Efterskole	227
Billerhave Efterskole	120
Birkoveds skolen	503
Bogøby-skolen	97
Bogense Højskole	5
Bogense Skole	553
Brahmskoln Projektet	10
Brahmskoln Skole	249
Brendrup og Ormeqns Realskole	351
Broby Fri- og Efterskole	341
Broby-skolerne	451
Broskolen	773
Bylille Skole	152
Byrve-skolen	108
Carl Nielsen-Skolen	386
Centret for Børn og Unga, Egeby, Skovbo	0
Total	119.184

Institutionernes geografiske placering

INST. TYPE GRUPE: Grundskole, Institution, Institution, Institution

Elevtal (realiseret og prognose) per år

Elevtal per institution

Elevtal (eleverns bopælsområde)

Elevtal (institutionens beliggenhed)

Bilag 27 Befolkning og Uddannelse (Danmarks Statistik): Elevtal (elevens bopælsområde)

Filer

Vis

Rediger rapport

Udforsk

Opdater

Nulstil til standard

Chat i Teams

Kommentarer

Bogmærker

Få vist relaterede

FYNBUS

Kilde:

Statistikbanken.dk

Tabel: UDDAKT0 - Elevtal fordelt på elevens bopælsområde (kommuner)

TID

- 2008
- 2009
- 2010
- 2011
- 2012
- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018
- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 2023
- 2024
- 2025
- 2026
- 2027
- 2028
- 2029
- 2030
- 2031
- 2032
- 2033
- 2034
- 2035
- 2036
- 2037
- 2038
- 2039
- 2040
- 2041
- 2042
- 2043
- 2044
- 2045

ALDERSGRUPP...

- 0-5
- 06-15
- 16-19
- 20-24
- 25-29
- 27-29
- 30-34
- 35-39
- 40-49

OMRÅDE

- Assens
- Faaborg-Midtyhn
- Kerteminde
- Langeland
- 2040
- Middelfart
- Nordfyns
- Nyborg
- Odense
- Svendborg

UDDANNELSE

- H10 Grundskole
- H15 Forberedende uddannelser
- H20 Gymnasiale uddannelser
- H29 Erhvervsfaglige grundforløb
- H30 Erhvervsfaglige uddannelser
- H35 Adgangsgivende uddannelser
- H40 Korte videregående uddannelser, KVU
- H50 Mellemlange videregående uddannelser, MVU
- H60 Bacheloruddannelser, BACH
- H70 Lange videregående uddannelser, LVU
- H80 Ph.d. og forskeruddannelser

Elevtal per uddannelsesniveau

Elevtal per årstal

Elevtal fordelt på uddannelsesniveau og årstal

UDDANNELSE ● H10 Grundskole ● H15 Forbered... ● H20 Gymnasial... ● H29 Erhvervsf... ● H30 Erhvervsf... ● H35 Adgan... ● H40 Korte vi... ● H50 Melleml... ● H60 Bachel... ● H70 Lange vi... ● H80 Ph.d. o...

2008-2018: Realiserede elevtal. Opgjort per 1. oktober.
2019-2045: Elevtal fra 2018 fremstrevet med udviklingen i befolkningsstatistik per aldersgrænse per kommune.

Note 1: Elevter på 40 år og derover er indregnet som 40-årige
 Note 2: H80 Ph.d. og forskeruddannelser er pt. ikke oplyst for 2018, hvorfor en femskrivning fra 2018 giver nul.

Bilag 28 Befolkning og Uddannelse (Danmarks Statistik): Elevtal (institutionens beliggenhed)

Filer

Vis

Rediger rapport

Udforsk

Opdater

Nulstil til standard

Chat i Teams

Kommentarer

Bogmærker

Få vist-relaterede

FYNBUS

Kilde: Statistikbanken.dk

Tabell: UDDAKT1 - Elevtal fordelt på institutionens beliggenhed (kommuner)

TID	UDDANNELSE
<input type="checkbox"/>	H10 Grundskole
<input type="checkbox"/>	H11 Forberedende uddannelser
<input type="checkbox"/>	H20 Gymnasiale uddannelser
<input type="checkbox"/>	H29 Erhvervsfaglige grundforløb
<input type="checkbox"/>	H30 Erhvervsfaglige uddannelser
<input type="checkbox"/>	H35 Adgangsgivende uddannelser
<input type="checkbox"/>	H40 Korte videregående uddannelser, KVU
<input type="checkbox"/>	H50 Mellemlange videregående uddannelser, MVU
<input type="checkbox"/>	H60 Bacheloruddannelser, BACH
<input type="checkbox"/>	H70 Lange videregående uddannelser, LVU
<input type="checkbox"/>	H80 Ph.d. og forskeruddannelser

ALDERSGRUP...

0-5

6-15

16-19

20-24

25-29

30-34

35-39

40-49

OMRÅDE

Assens

Faaborg-Midtfyn

Kerteminde

Langeland

Middelfart

Nordfyns

Nyborg

Odense

Svendborg

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

2023

2024

2025

2026

2027

2028

2029

2030

2031

2032

2033

2034

2035

2036

2037

2038

2039

2040

2041

2042

2043

2044

2045

Elevtal fordelt på uddannelsesniveau og årstal

2008-2018: Realiserede elevtal. Opgjort per 1. oktober 2019-2045: Elevtal fra 2018 fremskrevet med udviklingen i befolkningsstillet per alderstrin per kommune.

Note 1: Elevter på 40 år og derover er indregnet som 40-årige.
 Note 2: H80 Ph.d. og forskeruddannelser er pt. ikke oplyst for 2018, hvorfor en fremskrivning fra 2018 giver nul.

Elevtal per uddannelsesniveau

Elevtal per årstal

Bilag 29 Brug af Ungdomskort: Ungdomskort – Måneder

Filer

Vis

Rediger rapport

Udførst

Opdater

FYNBUS

Data er afgrænset fra og med juli 2018. I det data vedr. Ungdomskort først er retvæsende fra dette tidspunkt.

Ar måned nr

Ar

Måned

Ugedag

Ugent

Dato dnå

Dag i må...

Antal påstigere, procentvis fordeling, per år måned

● Mobilitet ● Enkelbillet ● Classic ● Pendlerkombi ● Pendlerkort ● Skolekort ● Ungdomskort

Antal påstigere, seneste 12 måneder (eller færre måneder, hvis aktiveret i filtre)

● Mobilitet ● Enkelbillet ● Classic ● Pendlerkombi ● Pendlerkort ● Skolekort ● Ungdomskort

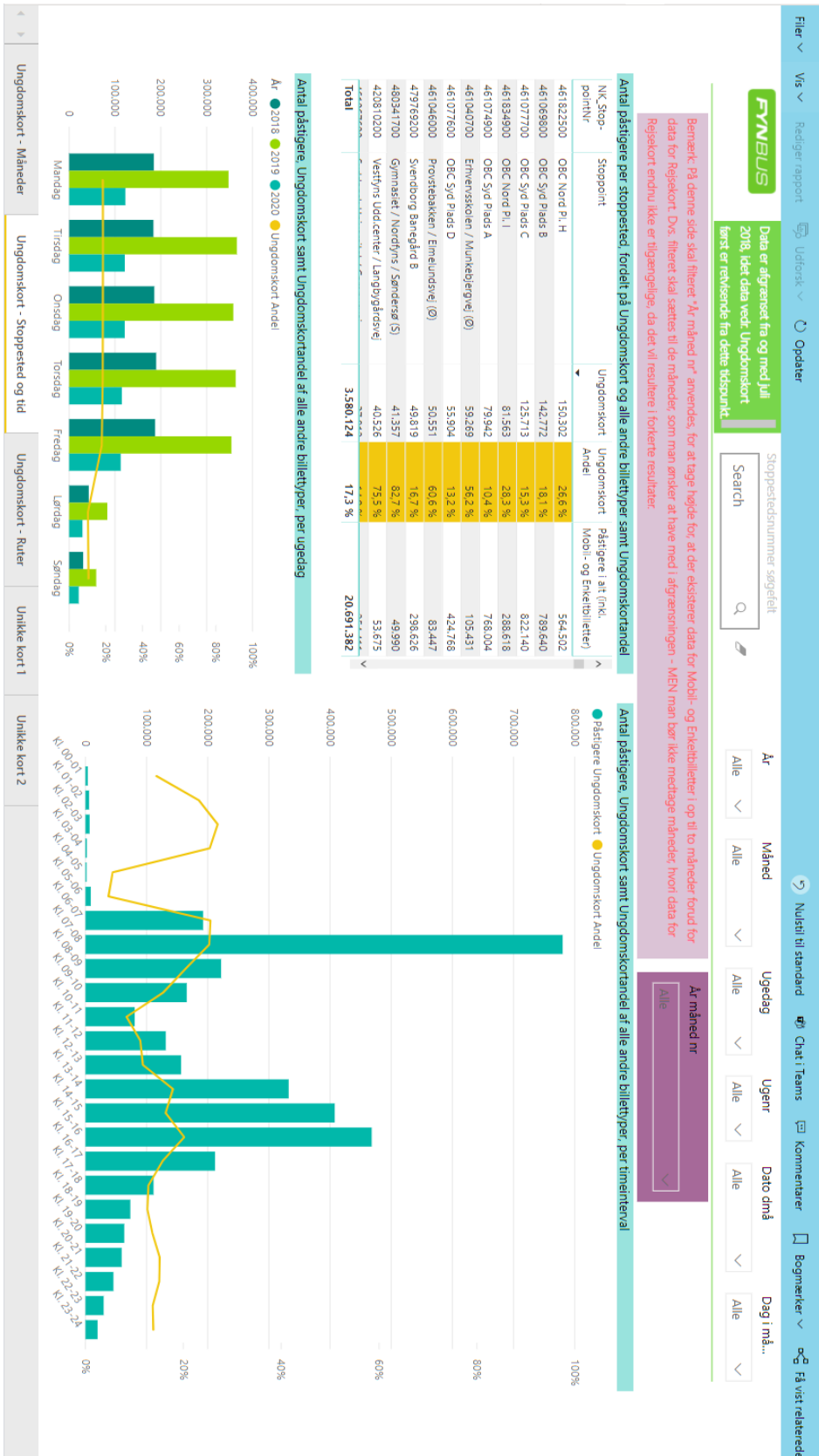
Antal påstigere, per år måned

Ar måned	Mobilitet	Enkelbillet	Classic	Pendlerkombi	Pendlerkort	Skolekort	Ungdomskort	Andet	Påstigere i alt
2018-07	39.609	74.799	196.844	42.245	101.324	138	24.691	5,1 %	479.650
2018-08	48.352	91.178	284.440	60.839	164.617	54.898	145.584	17,1 %	849.908
2018-09	45.221	80.019	303.602	65.212	188.461	92.953	224.924	22,5 %	1.000.392
2018-10	45.204	77.383	309.280	72.930	198.942	91.595	207.398	20,7 %	1.002.732
2018-11	45.828	76.613	336.229	78.372	216.297	115.738	243.192	21,9 %	1.112.689
2018-12	43.267	73.005	292.326	59.464	163.964	75.884	159.514	18,4 %	867.424
2019-01	44.201	72.729	346.735	73.897	206.272	114.110	202.409	19,1 %	1.060.371
2019-02	39.368	63.349	305.297	65.718	181.467	82.727	166.719	18,4 %	904.645
2019-03	44.654	66.699	349.946	75.353	212.251	112.293	212.574	19,7 %	1.080.270
2019-04	42.848	60.856	299.608	62.793	171.827	85.329	160.184	18,1 %	883.245
Total	1.197.797	1.393.235	7.196.121	1.517.043	3.980.673	1.821.933	3.580.124	17,3 %	20.686.946

Antal påstigere, Ungdomskort, per år måned

Ar ● 2018 ● 2019 ● 2020

Bilag 30 Brug af Ungdomskort: Ungdomskort – Stoppested og tid



Filer | Via | Rediger rapport | Udvalgt | Opretter

FYNBUS

Data er afgrænset fra og med juli 2018. I det data vedr. Ungdomskort køst er revideret fra dette tidspunkt.

Stoppedsnummer søgefelt

Search

Ar: Måned Ugedag Ugent Dato dnå Dag i må...

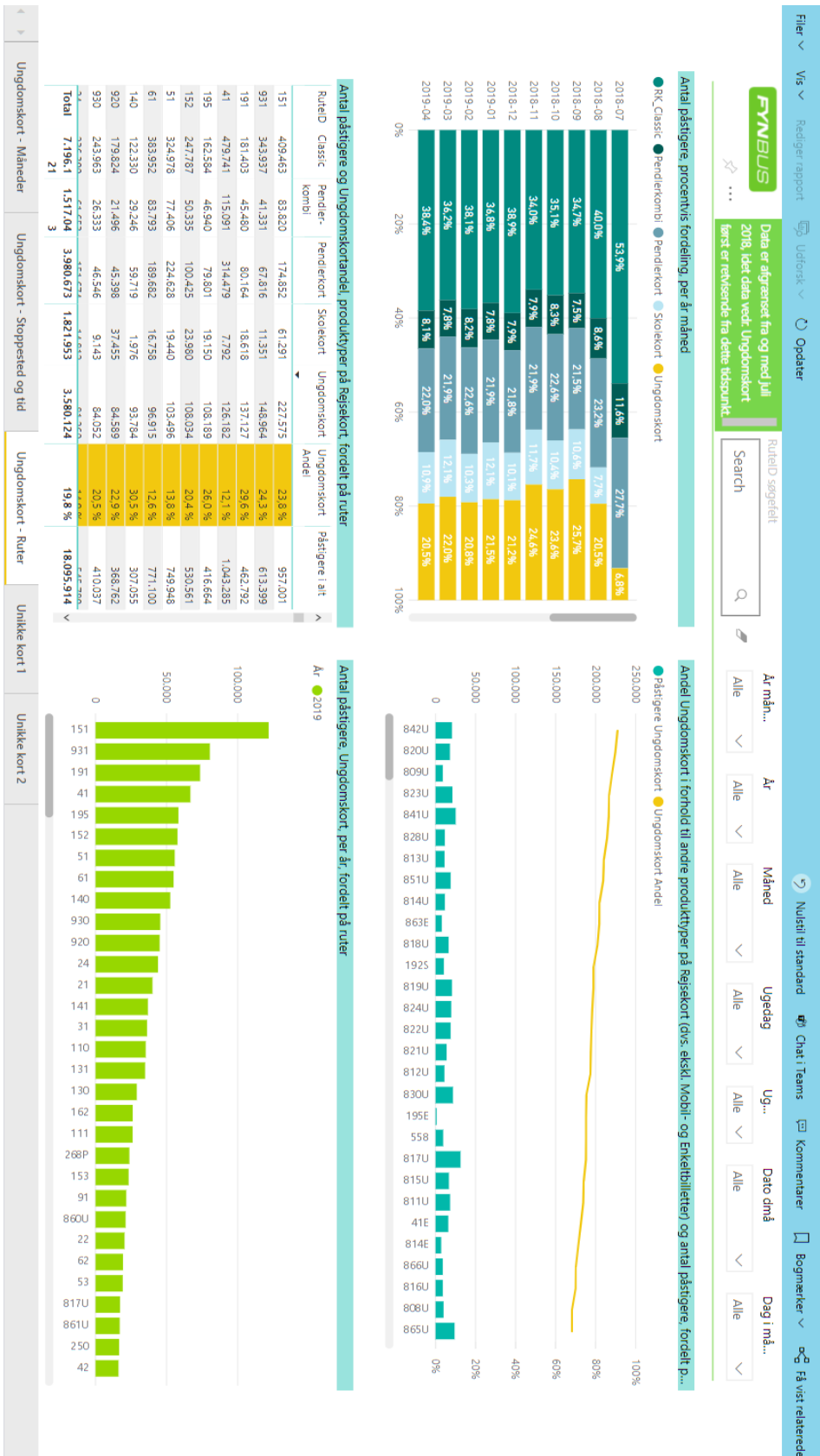
Alle Alle Alle Alle Alle Alle Alle

Ar måned nr

Alle

Bemærk: På denne side skal filteret "Ar måned nr" anvendes, for at tage højde for at der eksisterer data for Mobil- og E-killetter i op til to måneder forud for data for Rejsekort. Dvs. filteret skal sættes til de måneder som man ønsker at have med i afgrænsningen - MEN man bør ikke medtage måneder, hvor data for Rejsekort endnu ikke er tilgængelige, da det vil resultere i forkerte resultater.

Bilag 31 Brug af Ungdomskort: Ruter



Antal påstigere, procentvis fordeling, per år måned

● Rik Classic ● Pendlerkombi ● Pendlerkort ● Skoletkort ● Ungdomskort

Data er afgrænset fra og med juli 2018. I det data vedr. Ungdomskort først er revideret fra dette tidspunkt

RuteID søgefelt

Search

Ar mån... Ar Måned Ugedag Ug... Dato dimå Dag i må...

Alle Alle Alle Alle Alle Alle Alle

Nu stil til standard Chat i Teams Kommentarer Bogmærker Få vist relaterede

Bilag 32 Brug af Ungdomskort: Unikke kort 1



Bilag 33 Brug af Ungdomskort: Unikke kort 2

Filer > Vis > Rediger rapport > Udforsk > Opdater

Nulstil til standard > Chat i Teams > Kommentarer > Begmærker > Få vist relaterede

Unikke kort 2

Data er afgrenset fra og med juli 2018. I det data vedr. Ungdomskort først er røkkende fra dette tidspunkt.

Ungdomskort - hele den valgte periode

Produktundergrp	Påstigninger	Ungdomskort	Uikke Ungdomskort
Classic+Ungdomst16-19årig	2	2.0	1
Ungdomskort 16-19 årig (KU)	174.239	117.8	1.479
Ungdomskort ungdoms udd. (UU)	3.122.406	187.9	16.617
Ungdomskort videregående udd. (VU)	283.477	88.4	3.207
Total	3.580.124	168.1	21.303

Ungdomskort, per år måned

Produktundergrp	År	År måned nr	Påstigninger	Ungdomskort	Påstigninger per Ungdomskort	Uikke Ungdomskort
Classic+Ungdomst16-19årig	2019	2019-09	2	2.0	1	
	2018	2018-07	1.791	11.4	157	
Ungdomskort 16-19 årig (KU)	2018	2018-08	8.178	24.1	339	
	2018	2018-09	10.332	28.1	366	
Ungdomskort 16-19 årig (KU)	2018	2018-10	9.834	29.0	339	
	2018	2018-11	9.875	31.2	317	
Ungdomskort 16-19 årig (KU)	2018	2018-12	6.624	22.2	268	
	Total		3.580.124	168.1	21.303	

Påstigninger per unikt Ungdomskort, per år måned

ProduktUndergrp ● Classic+Ungdomst16-19årig ● Ungdomskort 16-19 årig (...) ● Ungdomskort ungdom... ● Ungdomskort videregående udd. ...

Antal unikke kort Ungdomskort, per år måned

ProduktUndergrp ● Classic+Ungdomst16-1... ● Ungdomskort 16-1... ● Ungdomskort u... ● Ungdomskort v...

Antal påstignere Ungdomskort, per år måned

ProduktUndergrp ● Classic+Ungdomst16-1... ● Ungdomskort 16-1... ● Ungdomskort u... ● Ungdomskort v...

År måned nr: Alle >

År: Alle >

Måned: Alle >

Ugeclag: Alle >

Ugent: Alle >

Dato dnhå: Alle >

Dag i må...: Alle >

ProduktUndergrp: Alle >

Ungdomskort - Måneder | Ungdomskort - Stoppet og tid | Ungdomskort - Ruter | Unikke kort 1 | **Unikke kort 2**

Bilag 34 Solgte kortdage – Ungdomskort: Gyldighedsdatoer delt ud på gyldige måneder

Filer

Vs

Rediger rapport

Udforsk

Opdater

FYNBUS

Data er afgrænset fra og med juli 2018. Det Ungdomskort først er retværende fra dette tidspunkt.

Produktnavn
 Ungdomskort 16-19 årig
 Ungdomskort ungdoms udd.
 Ungdomskort videregående udd.

Ar
 Måned

Multitilt standard
 Chat i Teams
 Kommentarer
 Bogmærker
 Få vist relaterede

Ar	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	Total
2018							66.095	177.673	229.951	235.817	229.954	218.886	1.158.376
Ungdomskort 16-19 årig							4.563	8.721	10.608	10.266	9.682	9.091	52.931
Ungdomskort ungdoms udd.							50.744	153.324	183.339	186.331	179.507	163.802	941.643
Ungdomskort videregående udd.							10.768	15.628	36.004	37.153	33.941	30.288	163.802
2019							213.764	197.534	220.763	200.397	193.739	157.548	1.522.824
Ungdomskort 16-19 årig							8.639	8.413	9.397	8.169	8.129	6.516	109.805
Ungdomskort ungdoms udd.							179.317	159.214	178.864	164.526	159.205	132.288	40.415
Ungdomskort videregående udd.							25.808	29.907	32.502	27.702	26.405	18.742	8.516
2020							190.632	182.728	175.251	48.387	63.101	84.735	34.542
Ungdomskort 16-19 årig							8.292	8.233	7.688	2.837	4.161	5.172	3.763
Ungdomskort ungdoms udd.							161.204	147.866	142.484	37.338	50.666	71.787	26.333
Ungdomskort videregående udd.							21.136	26.629	25.079	8.212	8.274	7.776	4.446
Total	404.396	380.262	396.014	248.784	256.840	242.283	154.408	338.046	439.161	451.294	440.222	608.866	4.360.576

Gyldighedsdatoer fordelt på produktnavn, per år måned

Gyldighedsdatoer fordelt på gyldige måneder

Fortklaring

Opførelsen viser antallet af kortdage fordelt på de måneder hvor kortdage er gyldige.

Dvs hvis et kort udstedes med første gyldighedsdato d. 16 april og løber 30 dage, da vil den opførelsen indgå 15 dage i april og 15 dage i maj.

Opførelsen viser gyldige kortdage udstedt gennem Fynbus. Dvs start- og slutdestinationen på kortet ligger inden for Fynbus taksområde. Kort udstedt med andre relationer indgår ikke i opførelsen.

Data opdateres cirka d. 10. i hver måned.

Detaljer: Udtræk fra VA-rapport fra RejseKort/RejseData

Bilag 35 Solgte kortdage – Ungdomskort: Gyldighedsdatoer fordelt på første gyldigheds måned

Gyldighedsdatoer fordelt på købsmåned, per år måned

År	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
2018	67.402	334.620	221.038	240.509	218.980	195.291	1.277.840	5.002	11.680	10.047	10.426	8.980	54.337
Ungdomskort 16-19 år/ing	10.616	29.663	36.934	36.162	32.482	24.442	169.899	1.074	2.926	174.037	193.921	177.518	162.647
Ungdomskort ungdoms udd.	9.417	9.028	8.311	8.443	7.248	5.439	4.687	12.270	202.055	221.067	200.905	175.158	2.218.266
2019	211.519	215.098	202.069	201.625	208.585	24.274	54.282	301.029	202.055	221.067	200.905	175.158	1.818.430
Ungdomskort 16-19 år/ing	172.685	173.235	165.458	165.094	177.581	7.249	41.335	263.325	160.548	179.326	164.293	148.171	1.818.430
Ungdomskort ungdoms udd.	29.417	32.815	28.300	28.038	23.756	11.586	8.260	25.394	31.750	32.114	27.742	20.029	299.091
2020	188.407	193.445	86.395	45.464	107.921	13.120	37.704	274.349	38.727				985.532
Ungdomskort 16-19 år/ing	8.667	8.801	5.106	2.628	5.539	4.332	4.430	10.920	3.334				53.757
Ungdomskort ungdoms udd.	155.913	151.188	66.452	35.287	93.778	3.668	27.593	240.688	25.560				804.127
Ungdomskort videregående udd.	23.827	29.456	14.837	7.549	8.604	5.120	5.681	22.741	9.833				127.648
Total	399.926	408.543	288.464	247.089	316.506	37.394	159.388	909.998	461.820	461.576	419.885	371.049	4.481.538

Gyldighedsdatoer fordelt på første gyldige måned

Gyldighedsdatoer, procentvis fordeling, per måned og produkt navn

Produkt navn	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ungdomskort 16-19 år/ing	13.3%	15.2%	16.4%	10.2%	14.4%	15.4%	8.5%	17.0%	14.3%	12.0%		
Ungdomskort ungdoms udd.	82.2%	80.4%	81.1%	85.7%	29.2%	24.1%	75.7%	87.7%	78.0%	81.4%	83.8%	
Ungdomskort videregående udd.				44.7%	8.9%							

Forklaring

Opregningen viser antallet af kortdage, som er udstedt med første gyldighedsdato i den pågældende måned.

Disse hvis et kort udstedes med første gyldighedsdato d. 16. april og løber 30 dage, så vil der i opregningen indgå 30 dage i april og 0 dage i maj.

Opregningen viser gyldige kortdage udstedt gennem Fynbus. Disse start- og slutdestinationer på kortet ligger inden for Fynbus taksområde. Kort udstedt med andre relationer indgår ikke i opregningen.

Data opdateres cirka d. 10. i hver måned.

Detaljer: Udtræk fra VA-rapport fra Rejsekort Rejsedata



STUDERENDE FRA BIL TIL BUS DATAANALYSE UNGE KUNDESEGMENT

Analysen og rapport: Patrycja Anna Zieba
 Datasæts og datakvalitetstjek: Rene Kristian Hansen
 Dato: 24-03-2020
 Sidste opdatering: 26-08-2020

Indhold

1.	HOVEDKONKLUSIONER:	170
1.1.	Vi har flere unge kunder!.....	170
1.2.	Unge rejser mindre, men ikke så markant!.....	170
1.3.	Hvad sker der med Ungdomskortet?	170
1.4.	FynBus har en stor markedsandel.....	170
	Over halvdelen af alle unge på Fyn er FynBus' kunder.	170
2.	UNGE PÅ FYN.....	171
3.	ANTAL KUNDER.....	171
4.	PASSAGERTAL.....	172
5.	UNGDOMSKORT – solgte kortdage.....	172
6.	BILAG.....	173
6.1.	Unge på Fyn.....	173
6.2.	Antal kunder.....	178
6.3.	Passagertal	178
6.4.	Ungdomskort – solgte kortdage	179
6.5.	Markedsandel	181

1. HOVEDKONKLUSIONER:

1.1. Vi har flere unge kunder!

- Vi har fået **9% flere unikke kunder**⁶ i det unge kundesegment fra 2018 til 2019⁷1.1, på trods af at antallet af elever/studerende i aldersgruppe 16-25 år er faldet med **1,87 %**

1.2. Unge rejser mindre, men ikke så markant!

De unges rejsemønster har ændret sig fra 2018 til 2019:

- de unge kunder rejser mindre med bussen og **det reelle fald** i antal unge passagerer⁸ er på **1,1 %**.
- de unge kunder rejser mere på andre produkter⁹ end Ungdomskort. Der er på andre produkter end Ungdomskortet en **passagerstigning på 35%**, mens de unge kunder rejser mindre på Ungdomskortet, hvor der er et **passagerfald på 8,7%**.

1.3. Hvad sker der med Ungdomskortet?

- Antal unikke kunder med Ungdomskort er faldet med **6,6%**.
- Antal passagerer med Ungdomskort er **faldet med 8,7 %**
- Ungdomskort-passagerer udgør **80 % af alle unge passagerer** i 2019.

Anbefaling: Årsagen til skift fra Ungdomskort til andre produkter bør undersøges nærmere med henblik på at vurdere om bestillingsflow, produktform (kort vs. Mobilapp), salgskanal mv. er optimale.

1.4. FynBus har en stor markedsandel.

Over halvdelen af alle unge på Fyn er FynBus' kunder.

- **FynBus' markedsandel** er **85%** i forholdt til antal elever/studerende i aldersgruppe 16-25 år¹⁰.
- **FynBus' markedsandel** udgør **55%** af hele det unge kundesegment¹¹.

⁶ På baggrund af antal unikke rejsekort fordelt på segmenter: Ung. Alle korttyper er taget i betragtning (inkl. Ungdomskort). Unikke kort betragtes, når kortet blev brugt minimum 1 gang i løbet af året.

⁷ Pga. systemskifte i 2018 kan Ungdomskortdata i januar og februar 2018 ikke anvendes. Analysen af FynBus' passagerdata er baseret på perioden marts 2018- februar 2020, dvs. ændring mellem perioder fra marts 2018 til februar 2019 og fra marts 2019 til februar 2020. Mens analysen af data fra Danmark Statistik er baseret på elevtal/studerendetal efter institutionens beliggenhedsområde på Fyn pr. 1. oktober i 2018 og 2019.

⁸ Antal passagerer er lig med delrejser, dvs. at en kunde kan foretage fx 3 delrejser på en helrejse og dermed kan være 3x passager på en helrejse.

⁹ Andre produkter omfatter:

- Rejsekort Classic: Rejsekort Ung 16-25 år.
- Pendler Kombikort: Udstedt til unge 16-25 år

¹⁰ På baggrund af antal unikke rejsekort fordelt på segmenter: Ung. Alle korttyper er taget i betragtning (inkl. Ungdomskort) i forholdt til antal elever/studerende i aldersgruppe 16-25 år på Fyn. Unikke kort betragtes, når kortet blev brugt minimum 1 gang i løbet af 2019. Følgende produkter er ikke taget i betragtning: enkeltbilletter (mobilbillet, kontantbillet), DSB-billetter, specielle billetter, 'snyd'.

¹¹ På baggrund af antal unikke rejsekort fordelt på segmenter: Ung. Alle korttyper er taget i betragtning (inkl. Ungdomskort) i forholdt til antal unge på Fyn. Unikke kort betragtes, når kortet blev brugt minimum 1 gang i løbet af 2019. Følgende produkter er ikke taget i betragtning: enkeltbilletter (mobilbillet, kontantbillet), DSB-billetter, specielle billetter, 'snyd'.

2. UNGE PÅ FYN

Delkonklusion: Antallet af unge på Fyn er faldende. Der må derfor alt andet lige forventes færre passagerer.

Fra Danmarks Statistik¹² i perioden 2018-2019:

- antal elever i aldersgruppe 16-19 år er faldet med 2,16%
- antal elever/studerende i aldersgruppe 16-25 år er faldet med 1,87%
- antal elever på de gymnasiale og erhvervsfaglige uddannelser er faldet med 1,73%
- antal elever/studerende berettigede til Ungdomskort er faldet med 1,21%
- antal unge i aldersgruppe 16-25 år er faldet med 0,4%
- antal elever/studerende i aldersgruppe 16-25 år i 2019 er 43.580
- antal unge i aldersgruppe 16-25 år i 2019 er 66.630

3. ANTAL KUNDER

Delkonklusion: Der er en stigning i antal unge kunder på 9% pga. en stor stigning af antal unge rejsekort-kunder (rejsekort classic og pendler kombikort) (21%), samtidig falder antal Ungdomskort-kunder med 6,6%.,

Fra Rejsekortdata, unikke kunder registreret i busserne i perioden marts 2018- februar 2020:

- Antal Ungdomskort-kunder er faldet med 6,6 %
- Antal unge kunder¹³ er steget med 9 %
- Antal unge kunder på rejsekort classic og pendler kombikort er steget med 21 %
- Antal unge kunder i 2019 er 37.171

¹² Baseres på UDDAKT11: Elevtal/studerendetal efter institutionens beliggenhedsområde på Fyn pr. 1. oktober i perioden 2018-2019 og

BY2: Folketal 1. januar 2019 efter tid, kommune, alder og køn

¹³ Definition af unge kunder - unikke kunder registreret i busserne i perioden marts 2018- februar 2020:

- Rejsekort classic: Rejsekort Ung 16-25 år.
- Pendler kombikort: Udstedt til unge 16-25 år
- Ungdomskort: Ungdomskort 16-19årige (XU), Ungdomskort ungdoms udd. (UU), Ungdomskort videregående udd. (VU).

4. PASSAGERTAL

Delkonklusion: Der er et passagerfald på 8,7% på Ungdomskort, mens passagertallet på andre produkter end Ungdomskort er steget med 35%. Ungdomskortet er stadigvæk det afgørende produkt for unge og benyttes af 80% af alle unge passagerer i 2019.

Fra Rejsekortdata, passagerer i perioden marts 2018- februar 2020:

- Antal rejser med Ungdomskort er faldet med 8,7 %
- Antal unge passagerer i alt er faldet med 1,1 %
- Antal unge passagerer på rejsekort classic og pendler kombikort er steget med 35%
- Ungdomskort-passagerer udgør 80 % af alle unge passagerer i 2019.

5. UNGDOMSKORT – solgte kortdage

Delkonklusion: Antal solgte kortdage på Ungdomskort er faldet 9,7%. Der er flest solgte kortdage på Ungdomskort ungdomsuddannelser, som udgør 82 % af alle solgte kortdage.

Fra Fynbus data, solgte kortdage, sammenligning af halvsårsperioder fra juli 2018 til december 2018 med juli 2019 til december 2019¹⁴:

- Antal solgte kortdage på Ungdomskort er faldet med 9,7 %
- Antal solgte kortdage på Ungdomskort til elever på ungdomsuddannelser udgør 82 % af alle Ungdomskort solgte kortdage (Ungdomskort 16-19årige (XU), Ungdomskort ungdoms udd. (UU), Ungdomskort videregående udd. (VU)) i hele 2019.

¹⁴ Opgørelsen er baseret på antallet af kortdage, som er udstedt med første gyldighedsdato i den pågældende måned. Dvs. hvis et kort udstedes med første gyldighedsdato d. 16. august og løber 30 dage, da vil der i opgørelsen indgå 30 dage i august og 0 dage i september.

6. BILAG

6.1. Unge på Fyn

Tabel 6 Antal elever i aldersgruppe 16-19 år.

Alder og kommune	2018	2019	
16 år	6.538	6.705	
Assens	665	690	
Faaborg-Midtfyn	953	979	
Kerteminde	113	153	
Langeland	118	130	
Middelfart	609	638	
Nordfyns	267	271	
Nyborg	439	468	
Odense	2.180	2.175	
Svendborg	1.194	1.201	
17 år	5.716	5.404	
Assens	316	298	
Faaborg-Midtfyn	296	248	
Kerteminde	27	14	
Langeland	22	13	
Middelfart	258	242	
Nordfyns	228	179	
Nyborg	391	362	
Odense	3.319	3.199	
Svendborg	859	849	
18 år	5.429	5.174	
Assens	256	274	
Faaborg-Midtfyn	257	201	
Kerteminde	13	10	
Langeland	7	4	
Middelfart	254	209	
Nordfyns	138	172	
Nyborg	319	329	
Odense	3.396	3.204	
Svendborg	789	771	
19 år	4.124	4.053	
Assens	144	150	
Faaborg-Midtfyn	158	120	
Kerteminde	6	15	
Langeland	4	5	
Middelfart	128	121	
Nordfyns	98	74	
Nyborg	156	149	
Odense	2.891	2.920	
Svendborg	539	499	
Total og ændring 2018-2019	21.807	21.336	-2,16%

Kilde: Danmarks Statisk, UDDAKT11, Elevtal/studerendetal efter institutionens beliggenhedsområde, på Fyn, per den 1. oktober i perioden 2018-2019.

Tabel 7 Antal elever/studerende i aldersgruppe 16-25 år

Alder og kommune	2018	2019	Alder og kommune	2018	2019
16 år	6.538	6.705	21 år	4.954	4.581
Assens	665	690	Assens	34	22
Faaborg-Midtfyn	953	979	Faaborg-Midtfyn	23	20
Kerteminde	113	153	Kerteminde	4	5
Langeland	118	130	Langeland	1	0
Middelfart	609	638	Middelfart	16	6
Nordfyns	267	271	Nordfyns	14	10
Nyborg	439	468	Nyborg	12	15
Odense	2.180	2.175	Odense	4.634	4.308
Svendborg	1.194	1.201	Svendborg	216	195
17 år	5.716	5.404	22 år	5.558	5.556
Assens	316	298	Assens	24	30
Faaborg-Midtfyn	296	248	Faaborg-Midtfyn	10	19
Kerteminde	27	14	Kerteminde	1	5
Langeland	22	13	Langeland	0	1
Middelfart	258	242	Middelfart	6	7
Nordfyns	228	179	Nordfyns	9	4
Nyborg	391	362	Nyborg	5	4
Odense	3.319	3.199	Odense	5.272	5.288
Svendborg	859	849	Svendborg	231	198
18 år	5.429	5.174	23 år	5.667	5.394
Assens	256	274	Assens	15	20
Faaborg-Midtfyn	257	201	Faaborg-Midtfyn	6	6
Kerteminde	13	10	Kerteminde	1	1
Langeland	7	4	Langeland	1	0
Middelfart	254	209	Middelfart	6	1
Nordfyns	138	172	Nordfyns	6	4
Nyborg	319	329	Nyborg	4	0
Odense	3.396	3.204	Odense	5.391	5.130
Svendborg	789	771	Svendborg	237	232
19 år	4.124	4.053	24 år	4.720	4.991
Assens	144	150	Assens	8	11
Faaborg-Midtfyn	158	120	Faaborg-Midtfyn	7	4
Kerteminde	6	15	Kerteminde	2	1
Langeland	4	5	Langeland	1	1
Middelfart	128	121	Middelfart	2	3
Nordfyns	98	74	Nordfyns	3	3
Nyborg	156	149	Nyborg	2	3
Odense	2.891	2.920	Odense	4.489	4.751
Svendborg	539	499	Svendborg	206	214
20 år	3.534	3.473	25 år	3.754	3.727
Assens	39	26	Assens	13	5
Faaborg-Midtfyn	32	40	Faaborg-Midtfyn	2	2
Kerteminde	7	5	Kerteminde	0	0
Langeland	1	4	Langeland	0	2
Middelfart	12	19	Middelfart	1	2
Nordfyns	21	19	Nordfyns	3	2
Nyborg	40	31	Nyborg	2	1
Odense	3.193	3.135	Odense	3.585	3.551
Svendborg	189	194	Svendborg	148	162
			Total og ændring 2018-2019	49.994	49.058
					-1,87%

Kilde: Danmarks Statisk, UDDAKT11, Elevtal/studerendetal efter institutionens beliggenhedsområde, på Fyn, per den 1. oktober i perioden 2018-2019.

Tabel 8 Antal elever på de gymnasiale og erhvervsfaglige uddannelser.

Uddannelse og kommune	2018	2019	
H20 Gymnasiale uddannelser	12.611	12.195	
Assens	713	735	
Faaborg-Midtfyn	702	599	
Kerteminde	0	0	
Langeland	0	0	
Middelfart	667	594	
Nordfyns	478	450	
Nyborg	993	972	
Odense	7.033	6.887	
Svendborg	2.025	1.958	
H30 Erhvervsfaglige uddannelser	9.826	9.854	
Assens	43	25	
Faaborg-Midtfyn	1	0	
Kerteminde	0	0	
Langeland	0	0	
Middelfart	0	0	
Nordfyns	0	0	
Nyborg	9	9	
Odense	8.857	8.935	
Svendborg	916	885	
Hovedtotal og ændring 2018-2019	22.437	22.049	-1,73%

Kilde: Danmarks Statisk, UDDAKT11, Elevtal/studerendetal efter institutionens beliggenhedsområde, på Fyn, per den 1. oktober i perioden 2018-2019.

Tabel 9 Antal elever/studerende berettigede til Ungdomskort.

Uddannelse og kommune	2018	2019	Uddannelse og kommune	2018	2019
H15 Forberedende uddannelser	1.169	1.061	H40 Korte videregående uddannelser	2.625	2.499
Assens	171	155	Assens	-	-
Faaborg-Midtfyn	119	93	Faaborg-Midtfyn	-	-
Kerteminde	36	43	Kerteminde	-	-
Langeland	16	17	Langeland	-	-
Middelfart	93	65	Middelfart	-	-
Nordfyns	107	78	Nordfyns	-	-
Nyborg	57	66	Nyborg	-	-
Odense	406	411	Odense	2.625	2.499
Svendborg	164	133	Svendborg	-	-
H20 Gymnasiale uddannelser	12.611	12.195	H50 Mellemlange videregående uddannelser	11.602	11.798
Assens	713	735	Assens	-	-
Faaborg-Midtfyn	702	599	Faaborg-Midtfyn	-	-
Kerteminde	-	-	Kerteminde	-	-
Langeland	-	-	Langeland	-	-
Middelfart	667	594	Middelfart	-	-
Nordfyns	478	450	Nordfyns	-	-
Nyborg	993	972	Nyborg	-	-
Odense	7.033	6.887	Odense	10.496	10.709
Svendborg	2.025	1.958	Svendborg	1.106	1.089
H29 Erhvervsfaglige grundforløb	1.286	1.441	H60 Bacheloruddannelser	12.246	11.819
Assens	16	14	Assens	-	-
Faaborg-Midtfyn	-	-	Faaborg-Midtfyn	-	-
Kerteminde	-	-	Kerteminde	-	-
Langeland	-	-	Langeland	-	-
Middelfart	-	-	Middelfart	-	-
Nordfyns	-	-	Nordfyns	-	-
Nyborg	16	17	Nyborg	-	-
Odense	1.105	1.241	Odense	12.246	11.819
Svendborg	149	169	Svendborg	-	-
H30 Erhvervsfaglige uddannelser	9.826	9.854	H70 Lange videregående uddannelser	8.042	8.054
Assens	43	25	Assens	-	-
Faaborg-Midtfyn	1	-	Faaborg-Midtfyn	-	-
Kerteminde	-	-	Kerteminde	-	-
Langeland	-	-	Langeland	-	-
Middelfart	-	-	Middelfart	-	-
Nordfyns	-	-	Nordfyns	-	-
Nyborg	9	9	Nyborg	-	-
Odense	8.857	8.935	Odense	8.042	8.054
Svendborg	916	885	Svendborg	-	-
H35 Adgangsgivende uddannelsesforløb	117	80	Total og ændring 2018-2019	59.524	58.801
Assens	-	-			-1,21%
Faaborg-Midtfyn	-	-			
Kerteminde	-	-			
Langeland	-	-			
Middelfart	-	-			
Nordfyns	-	-			
Nyborg	-	-			
Odense	117	80			
Svendborg	-	-			

Kilde: Danmarks Statisk, UDDAKT11, Elevtal/studerendetal efter institutionens beliggenhedsområde, på Fyn, per den 1. oktober i perioden 2018-2019.

Tabel 10 Antal unge i aldersgruppe 16-25 år.

Alder og kommune	2018	2019	Alder og kommune	2018	2019
16 år	5.821	5.538	21 år	7.049	7.101
Assens	614	525	Assens	377	364
Faaborg-Midtfyn	677	622	Faaborg-Midtfyn	457	438
Kerteminde	286	284	Kerteminde	219	214
Langeland	145	120	Langeland	98	81
Middelfart	536	483	Middelfart	283	356
Nordfyns	392	370	Nordfyns	253	253
Nyborg	403	408	Nyborg	301	337
Odense	2.044	2.042	Odense	4.368	4.397
Svendborg	724	684	Svendborg	693	661
17 år	6.041	5.840	22 år	7.643	7.211
Assens	609	588	Assens	329	297
Faaborg-Midtfyn	654	665	Faaborg-Midtfyn	410	402
Kerteminde	295	285	Kerteminde	184	186
Langeland	129	139	Langeland	75	90
Middelfart	511	526	Middelfart	269	238
Nordfyns	396	385	Nordfyns	248	204
Nyborg	469	432	Nyborg	289	256
Odense	2.222	2.082	Odense	5.180	4.922
Svendborg	756	738	Svendborg	659	616
18 år	6.030	6.068	23 år	7.384	7.777
Assens	538	586	Assens	351	320
Faaborg-Midtfyn	637	646	Faaborg-Midtfyn	382	379
Kerteminde	313	281	Kerteminde	163	178
Langeland	139	121	Langeland	70	78
Middelfart	518	504	Middelfart	280	283
Nordfyns	385	393	Nordfyns	229	220
Nyborg	392	449	Nyborg	246	291
Odense	2.275	2.319	Odense	5.010	5.396
Svendborg	833	769	Svendborg	653	632
19 år	6.081	6.178	24 år	7.149	7.389
Assens	499	498	Assens	318	328
Faaborg-Midtfyn	601	615	Faaborg-Midtfyn	401	409
Kerteminde	265	290	Kerteminde	177	175
Langeland	107	130	Langeland	95	73
Middelfart	485	490	Middelfart	288	287
Nordfyns	344	362	Nordfyns	229	234
Nyborg	380	378	Nyborg	253	246
Odense	2.588	2.594	Odense	4.774	5.004
Svendborg	812	821	Svendborg	614	633
20 år	6.793	6.413	25 år	6.895	7.115
Assens	466	429	Assens	305	330
Faaborg-Midtfyn	539	530	Faaborg-Midtfyn	392	423
Kerteminde	272	229	Kerteminde	179	185
Langeland	101	104	Langeland	69	97
Middelfart	459	436	Middelfart	319	311
Nordfyns	294	325	Nordfyns	229	241
Nyborg	408	348	Nyborg	265	254
Odense	3.479	3.264	Odense	4.489	4.648
Svendborg	775	748	Svendborg	648	626
			Total og ændring 2018-2019	66.886	66.630
					-0,4%

Kilde: Danmarks Statisk, BY2, Folketal 1. januar 2019 efter tid, kommune, alder og køn, på Fyn, i perioden 2018-2019.

6.2. Antal kunder

Tabel 11 Unikke kunder registreret i busserne

Produkt	03/2018-02/2019		03/2019-02/2020		Ændring		Ændring %	
					03/2018 til 02/2020		03/2018 til 02/2020	
Classic*		19.247		23.217		3.970		20,6%
PendlerKombi*		327		462		135		41,3%
Total Rejekort		19.574		23.679		4.105		21,0%
Total Ungdomskort		14.926		13.936		-990		-6,6%
Ungdomskort 16-19 årig (XU)		872		853		-19		-2,2%
Ungdomskort ungdoms udd. (UU)		11.748		10.990		-758		-6,5%
Ungdomskort videregående udd. (VU)		2.306		2.093		-213		-9,2%
Total		34.500		37.615		3.115		9,0%

*Delrejser hvori kundetypen **Ung** indgår.

Kilder:

- Ungdomskort: På baggrund af data fra LEC: Unikke anvendte, unge 2020;17-04-2020; 11:08.
- Rejekort: På baggrund af data fra Power BI fra RKH.

6.3. Passagertal

Tabel 12 Passagertal året til dato

Produkt	2018 total		2019 total		2020 2 mdr		Ændring		Ændring %	
							2018-201		2018-201	
Classic*	306.227	45.107	431.038	70.807	80.795	124.811	40,76%			
PendlerKombi*	24.065	3.099	41.317	6.843	10.118	17.252	71,69%			
Total Rejekort	330.292	48.206	472.355	77.650	90.913	142.063	43,01%			
Ungdomskort**	2.101.633	391.752	1.931.734	369.128	336.302	-169.899	-8,08%			
I alt	2.431.925	439.958	2.404.089	446.778	427.215	-27.836	-1,14%			

Produkt	03/2018-02/2019		03/2019-02/2020		Ændring		Ændring %	
					03/2018 til 02/2020		03/2018 til 02/2020	
Classic*		331.927		441.026		109.099		32,87%
PendlerKombi*		27.809		44.592		16.783		60,35%
Total Rejekort		359.736		485.618		125.882		34,99%
Ungdomskort**		2.079.009		1.898.908		-180.101		-8,66%
I alt		2.438.745		2.384.526		-54.219		-2,22%

* Kundetypen **Ung**

** Systemskifte i 2018, tal fra januar og februar kan ikke anvendes. Tal fra januar til april er en kvalificeret vurdering

Kilder: På baggrund af data fra LEC: Delrejser2020, unge 2020;17-04-2020; 11:08

6.4. Ungdomskort – solgte kortdage

Tabel 13 Gyldighedsdage, fordelt på købsmåned, per år måned



Kilde: Rejsekort data, FynBus Power BI rapport

Tabel 14 Solgte gyldighedsdage, Ungdomskort, halvårsperioder 2018-2019

Sum af Gyldighedsdage			
Produkt	juli til december 2018	juli til december 2019	
Ungdomskort 16-19 årig	54.337	52.829	
Ungdomskort ungdoms udd.	1.054.634	957.098	
Ungdomskort videregående udd.	169.869	145.099	
Total og ændring 2018-2019	1.278.840	1.155.026	-9,68%

Kilde: Rejsekort data, FynBus Power BI rapport

Tabel 15 Solgte gyldighedsdage, Ungdomskort, 2019

Produkt	2019	
Ungdomskort 16-19 årig	100.715	
Ungdomskort ungdoms udd.	1.818.503	
Ungdomskort videregående udd.	299.061	
Total og andel af Ungdomskort ungdomsuddannelser	2.218.279	81,98%

Kilde: Rejsekort data, FynBus Power BI rapport

6.5. Markedsandel

Tabel 16 FynBus' markedsandel i forholdt til antal elever/studerende og antal unge på Fyn i aldersgruppe 16-25 år.

Total per makrosegment Danmarks Statistik Antal unge i alderen 16-25 år Fyn 2019	Vores markedsandel Rejsekort Fyn Antal unikke Rejsekort fordelt på segmenter: Ung 2019	Kilde
66.630	36.856	Kilde DS: Danmarks Statistik, Tabel BY2: Folketal 1. januar 2019 efter tid, kommune, alder og køn og UDDAKT11: Elevantal/studerendetal efter institutionens beliggenhedsområde, på Fyn, per den 1. oktober i perioden 2018-2019
		Kilde RK: Rejsekort data, Ung + Ungdomskort, Fyn, 2019. Antal unikke Rejsekort fordelt på segmenter: Ung. Alle korttyper er taget i betragtning (inkl. Ungdomskort). Unikke kort betragtes, når kortet blev brugt minimum 1 gang i løbet af 2019.
Antal elever/studerende i aldersgruppe 16-25 år i 2019	43.580	36.856
Markedsandel	55,3% ift. Antal unge	84,6% ift. Antal elever/studerende

Kilde:

- Danmarks Statistik, BY2, Folketal 1. januar 2019 efter tid, kommune, alder og køn
- Danmarks Statistik, UDDAKT11, Elevantal/studerendetal efter institutionens beliggenhedsområde, på Fyn, per den 1. oktober i perioden 2018-2019
- Rejsekort data, Ung + Ungdomskort, Fyn, 2019. Antal unikke Rejsekort fordelt på segmenter: Ung. Alle korttyper er taget i betragtning (inkl. Ungdomskort). Unikke kort betragtes, når kortet blev brugt minimum 1 gang i løbet af 2019.

Bilag 37 Fuldt oversigt over projektets budget og udgifter.

Budget: Studerende fra bil til bus

Sidste opdatering: 26-10-20, PAZ

Budget Del 1	Beløb	Budget	Tilbage	År 2019	År 2020	Notat
Pendlertjek	136.785,00			101.800,00	34.985,00	
Pendlertjek FynBus version	36.875,00			36.875,00		
Serviceaftale & Hosting 2 år	54.000,00			27.000,00	27.000,00	
PendlerBatch udvikling	16.250,00			16.250,00		
PendlerBatch ungdomskort	3.900,00			3.900,00		
PendlerBatch 2 år	10.860,00			4.875,00	5.985,00	
Partnerskabsaftale Movia	6.250,00			6.250,00		
De nye tiltag på FynBus pendlertjek (afgangstid)	6.650,00			6.650,00		
Ny tiltag el-bil og hybrid-bil	2.000,00				2.000,00	
FynBus Academy						
Trykt undervisningsmateriale: Unge viser vej	5.665,00			5.665,00		betalt af KOMM budget
Konferencer						
Konference Trafikdage 2019	3.000,00			3.000,00		
Hotel Trafikdage 2019	1.065,00			1.065,00		udd.konto
Konferencemiddag Trafikdage 2019	750,00			750,00		
Transport og forplejning TØF	306,00			306,00		
Trafikdage 2020	1.432,00				1.432,00	
SUM	149.003,00	150.000,00	997,00	112.586,00	36.417,00	
Budget Del 2	Beløb	Budget	Tilbage	År 2019	År 2020	
Temabaseret Instagram kampagne målrettet mod ungesegmentet						
Instafilm 1 + 2	14.992,50			14.992,50		
Annoncering	8.389,90			8.389,90		betalt af KOMM budget
Studerende - skuespiller Jonas og Simon	887,44			887,44		
Video: Pendlertjek interview	8.625,00			8.625,00		
Gennemføre en konkurrence, hvor studerende skal lave en video						
Månedspræmie - Escape rooms plus the Grill	50.208,00			50.208,00		
Hovedpræmie - Tinderbox	59.645,00			59.645,00		
Instafilm + video til busskærmen	14.992,50			14.992,50		brugt 14, ledig 6
Studerende - skuespiller	6.200,00			6.200,00		
Nye pay-offs	2.247,50				2.247,50	
Annoncering	3.682,52			3.346,75	335,77	betalt af KOMM budget
Promovering af FynBus Academy						
Instafilm reklame	20.996,25				20.996,25	
Biografbilletter til klassen - tak for deltagelse i reklame	2.800,00				2.800,00	betalt af KOMM budget
Andet og evt. fremtidsudgifter						
<u>Rapport - undersøgelse "Studerende fra bil til bus" - konsulent/studerende Kati</u>	5.943,36			5.943,36		
<u>Analysér - licens 2019</u>	9.001,84			9.001,84		
<u>SoMe konference 2019</u>	4.368,75			4.368,75		udd.konto
SUM	212.980,56	300.000,00	87.019,44	186.601,04	26.379,52	
Budget i alt	Beløb	Budget	Tilbage	År 2019	År 2020	
SUM	361.983,56	450.000,00	88.016,44	299.187,04	62.796,52	
SUM i konto 'Målstyret Markedsføring - Ungdomsuddannelse'	336.012,39					
Andet						
Video: Bus spiser biler - er betalt af KOMM :)	6.247,50					