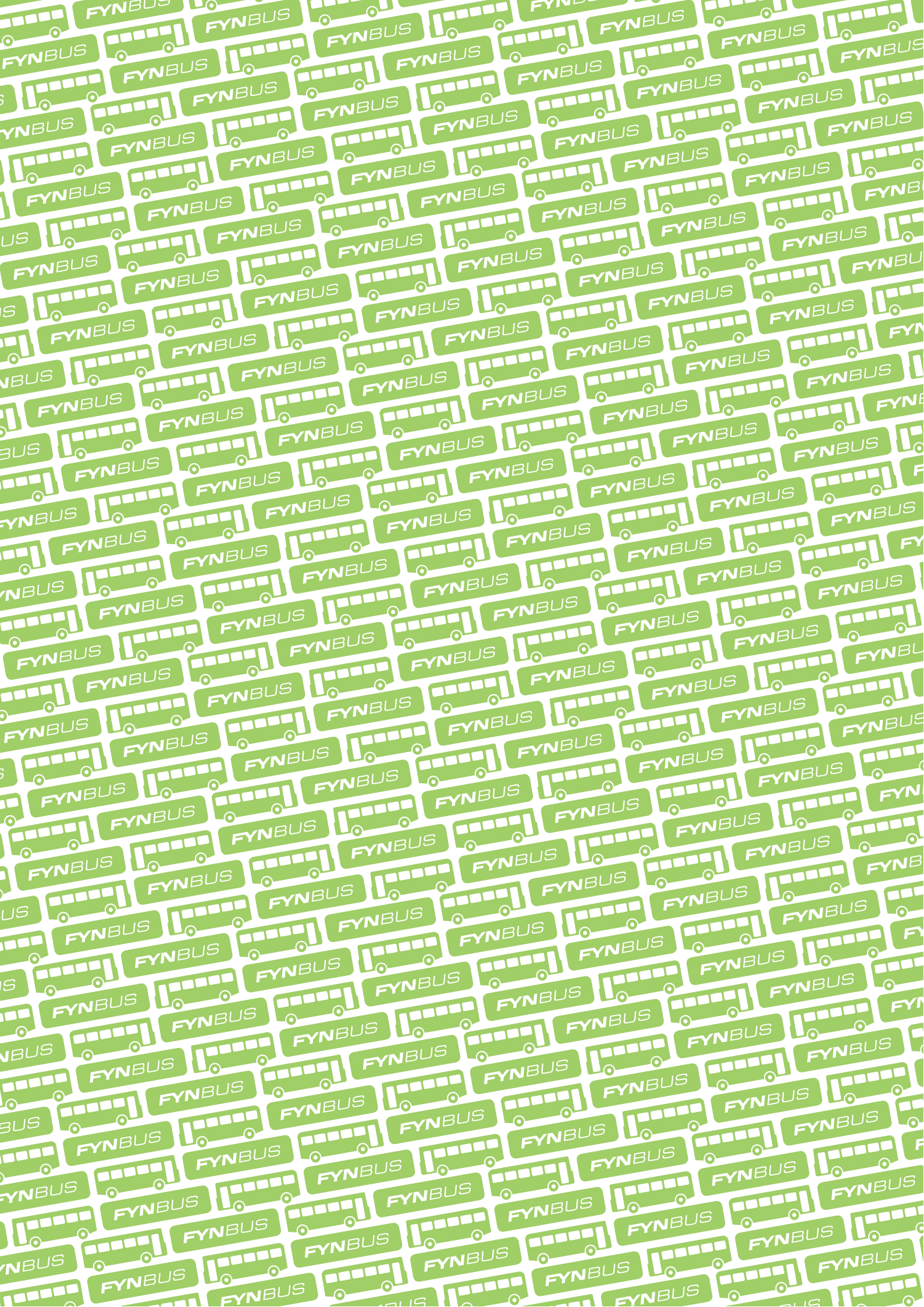


FYNBUS 2012 - ÅRSBERETNING





FORORD

2012 var et meget tilfredsstillende år for FynBus. Det lykkedes ikke kun at fastholde den passagervækst, der startede i 2011, men også at øge væksten og totalt set at give FynBus en samlet passagervækst på 7,2 %.

Årsagerne til fremgangen er mange: Skolelukninger skabte et øget behov for buskørsel til og fra skole. Ungdomsuddannelseseleverne fik i HyperCard en attraktiv og billig transportløsning, der gav en markant passagerfremgang. Endelig lykkedes det via forskellige markedsføringsstiltag at lokke flere "almindelige" kunder ind i busserne.

Heldigvis skete væksten ikke på bekostning af kundetilfredsheden. Generelt blev kunderne mere tilfredse i 2012, og årsagen var primært den forbedrede drift med færre forsinkelser og en forbedret oplevelse af den kollektive bustrafik på Fyn.

Parallelt hermed var 2012 også året, hvor FynBus sammen med Sydtrafik overtog ansvaret for den siddende patientbefordring for Region Syddanmark. En enorm opgave, der indbefatter koordineringen af 500.000 kørsler på årsbasis. Samtidig blev telekørselsordningerne i flere kommuner udvidet, og også

inden for dette område har FynBus kunnet præsentere sine ejere for vækst.

At det er lykkedes for FynBus at skabe vækst, påtage sig nye store opgaver og samtidig at øge den generelle tilfredshed fra kunderne, skyldes i høj grad trafikskabskabets evne til samarbejde med de mange interessenter, samt interessenterernes velvilje. Havde det ikke været for ejernes omstillingsparathed, kundernes input, entreprenørernes fleksibilitet, chaufførernes deltagelse og medarbejdernes arbejdsindsats, var intet af det, FynBus igangsatte i 2012, lykkedes. Samarbejde på tværs skabte resultaterne, og det vil være alle parter fortsatte evne og lyst til samarbejde, der bliver afgørende for udviklingen i 2013.

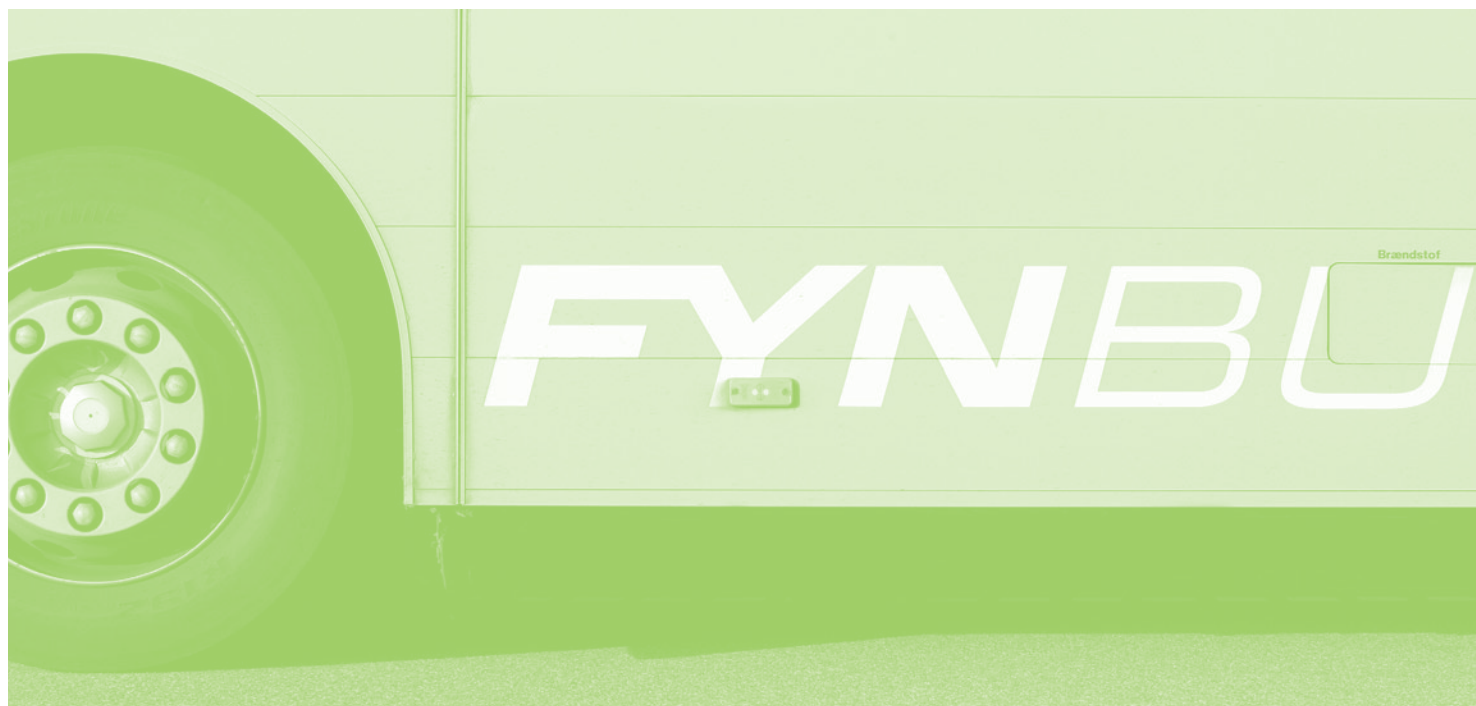
I 2013 skal evne at holde fast i alt det gode, vi har fået bygget op. Samtidig fortsætter arbejdet med at udvikle den kollektive trafik, så vi kan bidrage til en bæredygtig samfundsudvikling.

FORMAND TORBEN ANDERSEN
DIREKTØR CARSTEN HYLDBORG JENSEN

INDHOLD

- 06: FYNBUS FAKTA**
- 07: FYNBUS' BESTYRELSE 2012**
- 08: FYNBUS ORGANISATIONEN**
- 09: VIDSTE DU AT FYNBUS...**
- 10: SÅDAN KØRTE DET FOR FYNBUS I 2012**
- 12: PUNKTNEDSLAG**
- 14: FRA SBH TIL FLEXTRAFIK**
- 17: FYNBOERNE KVIKKER VIDERE**
- 20: FYNBUS KOMMER TÆTTERE PÅ KUNDERNE**
- 24: "DIN TUR" - ET KUNDEFOKUSERET SAMARBEJDE**
- 26: CHAUFFØREN ER FORTSAT EN VIGTIG MEDSPILLER**
- 28: STIGENDE PASSAGERTAL OG STIGENDE KUNDETILFREDSHED**
- 32: ÅRSREGNSKAB - UDDRAG**
- 36: FREM MOD 2013**

FYNBUS FAKTA



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

FYNBUS

- **EJES AF DE 10 KOMMUNER PÅ FYN, LANGELAND OG ÆRØ, SAMT REGION SYDDANMARK.**
- **SØRGER FOR UDBUD AF BUSKØRSLEN BLANDT PRIVATE ENTREPRENØRER.**
- **RÅDGIVER, VEJLEDER OG EFFEKTUERER I FORBINDELSE MED TRAFIK-, RUTE- OG KØREPLANLÆGNING.**
- **BEFORDRER BLANDT ANDET OGSÅ SPECIALSKOLE-ELEVER, PATIENTER OG SVÆRT BEVÆGELSESHÆMMEDE.**
- **HAR EGET DRIFTSSELSKAB, ODENSE BYBUSSE, SOM ER EN DEL AF DEN SAMLEDE BYBUSKØRSEL I ODENSE.**

FYNBUS' BESTYRELSE 2012



TORBEN ANDERSEN (SF)
KERTEMINDE KOMMUNE
FORMAND



LASSE KRULL (C)
REGION SYDDANMARK
NÆSTFORMAND



WILLIAM JENSEN (A)
REGION SYDDANMARK



KASPER WESTH (SF)
ODENSE KOMMUNE



NIELS BEBE (V)
MIDDELFART KOMMUNE



NIELS PETER ELLEGAARD (A)
FAABORG-MIDTFYN KOMMUNE



LARS KRISTIAN PEDERSEN (V)
ASSENS KOMMUNE



BRUNO HANSEN (SF)
SVENDBORG KOMMUNE



PETER JORDHØJ (A)
NYBORG KOMMUNE



KIM JOHANSEN (A)
NORDFYNS KOMMUNE
1. SUPPLEANT

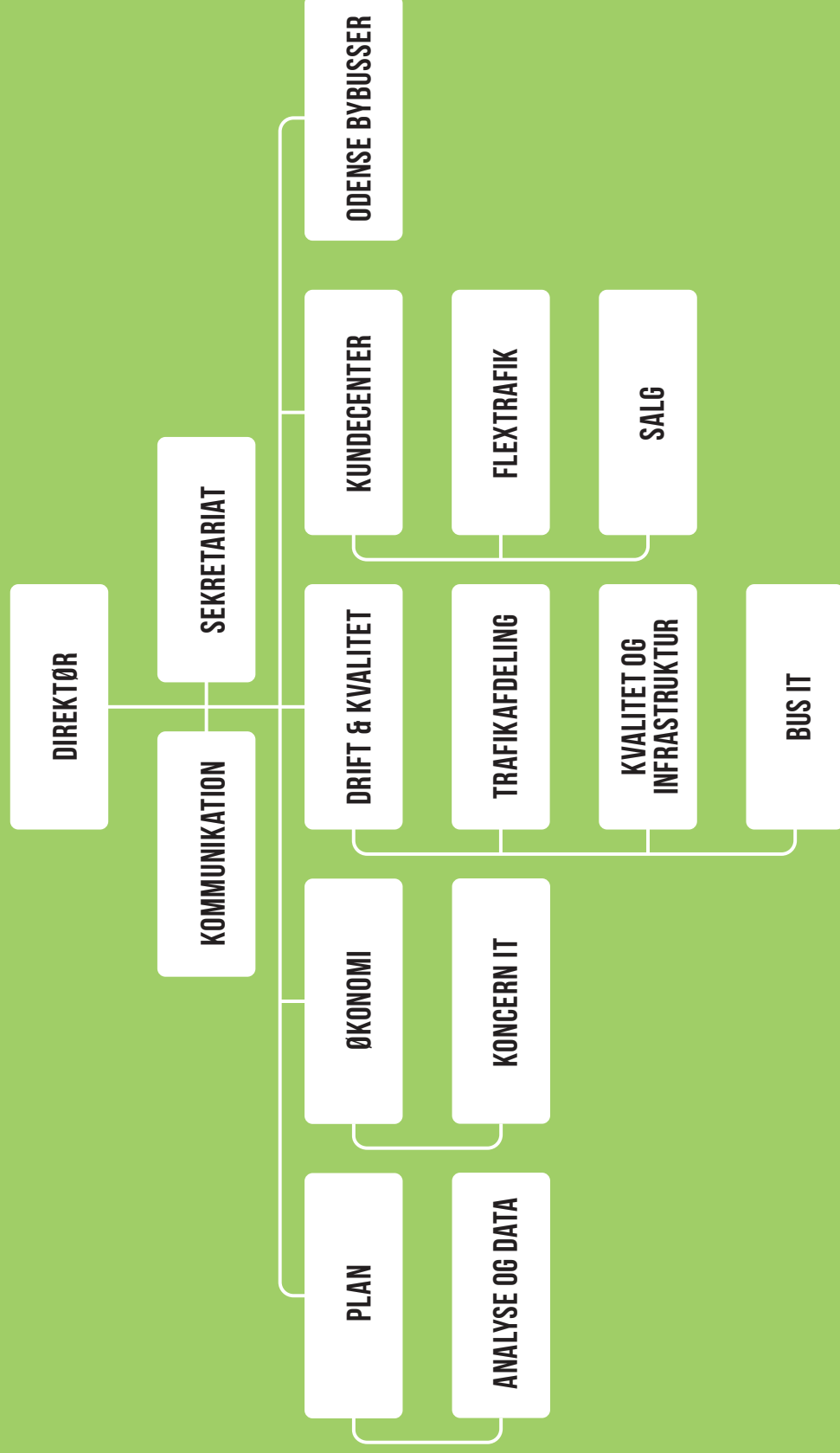


BJARNE MØLLER PETERSEN (V)
LANGELAND KOMMUNE
2. SUPPLEANT



JENS GROTH-LAURITSEN (V)
ÆRØ KOMMUNE
3. SUPPLEANT

FYNBUS ORGANISATIONEN



VIDSTE DU AT FYNBUS...

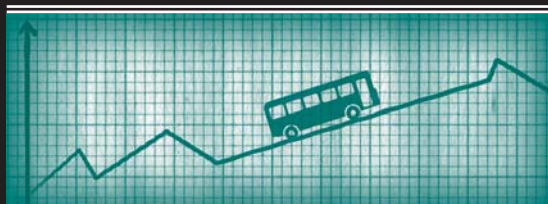
I 2012 havde cirka

17.496.000 PASSA-
GERER?



I 2012 udstedte mere end

30.000 KVIKKORT?



I uge 39 2012 havde rekord på

70.829 KVIKKORT
REJSER?



Har cirka

340 BUSSE PÅ
DE FYNESKE VEJE?



Har cirka

800 CHAUFFØRER
BAG RATTET?





SÅDAN KØRTE DET FOR FYNBUS I 2012

JANUAR

Køreplanskifte 2012. Denne gang uden husstandsomdeling i Odense Kommune.

FynBus lancerer: Betal dit periodekort på nettet.

MARTS

TV 2 News kommer på skærmene i regionalbusserne med aktuelle nyhedsklip, sport og vejr.

APRIL

Telekørselsordning i Assens Kommune udvides i forhold til både tid og rum.

Kundetilfredshedsundersøgelse: Kunderne er tilfredse med FynBus.

FynBus ansætter 4 kundeambassadører.

KVIKkort nummer 50.000 udstedes på Fyn.

MAJ

FynBus overtager den siddende patientbefordring for Region Syddanmark i samarbejde med Sydtrafik og Midttrafik i selskabet Flextrafik.

JUNI

10 fynske børn vinder tegnekonkurrence om køreplanforsider til de fynske lokalbusser.

FynBus lancerer: Mobilbillet til smartphone.

JULI

FynBus indsætter cykeltrailer på Langeland.

Telekørselsordning udvides i Spodsbjerg.

FynBus afslører markant kundefremgang i første halvår.

AUGUST

Nyt bussystem i Svendborg.

Lokalkøreplanskifte.

SEPTEMBER

Event: Ben10 besøger Citybussen i Odense.

FynBus indsætter ekstra busser på rute 40-42 i Odense på grund af mange kunder.

Elektroniske afgangstavler og skiltning på OBC. Passagerer synes, det er blevet nemmere at rejse.

OKTOBER

FynBus lancerer elektronisk nyhedsbrev til kunderne. 4.000 tilmeldinger fra starten.

NOVEMBER

25 fynske regionalbusser kører med overskæg som led i Movember-kampagnen.

FynBus indsætter ekstrasbusser på flere buslinjer på grund af passagervækst

DECEMBER

Citybussen i Odense udvides med søndagsafgange på adventssøndage.



PUNKTNEDSLAG

6.000 SYNES GODT OM FYNBUS

Med de mange kundevedtatte kanaler når FynBus ud til flere og flere fynske borgere, og i 2012 nåede FynBus op på 6.000 personer, der synes godt om FynBus på Facebook. Det understreger den positive udvikling, som FynBus har oplevet på siden i løbet af 2012. Tilstedeværelsen på Facebook er med til at sætte fokus på de steder, hvor FynBus stadig kan blive bedre. Der har blandt andet været større fokus på kapacitetsproblemer, fx på universitetsruten, fordi mange kunder skrev ind om deres oplevelser på turen til SDU. Kundernes vilje og ønske om at dele deres viden og oplevelser med os har været en vigtig brik i FynBus' arbejde med hele tiden at udvikle og forbedre den kollektive trafik på Fyn. Tonen kan til tider være hård i et univers, hvor meningsudvekslingerne på tværs af de mange brugere foregår i et højt tempo, men overordnet er dialogen positiv og velbegrunderet, og det opleves ofte, at brugerne svarer på andre brugeres indlæg og afdækker diverse problemer.

HURTIGERE OG NEMMERE BUSBILLET – PÅ DIN SMARTPHONE

I juni måned var FynBus klar til at lancere sin nye smartphonebillet. Målet var at udvikle en billet a la SMS-billetten, men som var mere brugervenlig og up-to-date. Samtidig skulle den nye billettype være nemmere for chaufførerne at kontrollere ved hjælp af bevægelig grafik. I samarbejde med Sydtrafik fik FynBus udviklet en rigtig god løsning, der fungerer via appen FynBus Mobilbillet, som kunderne henter til deres smartphone. Herefter lægges personlige oplysninger og kreditkortdata ind i appen, og så er kunderne klar til at købe en busbillet. Med den nye mobilbillet har hver kunde reelt set fået sin egen billetautomat, hvor de kan købe billet til både lokal-, by- og regionalbus. De kan nu rejse med bus og betale med dankort eller kreditkort, hvilket ikke har været muligt tidligere. Ved årets udgang havde 4.300 kunder downloadet den fynske variant af applikationen og lagt deres kreditkortinformationer ind i systemet. Der blev i det første halve år solgt mere end 5.700 mobilbilletter.



FYNBUS SKRIVER TIL KUNDERNE

Over 4.000 faste FynBus-kunder sagde ja til, at FynBus jævnligt måtte skrive til dem og informere om produkter og nye tiltag, da FynBus lancerede et nyt kunderettet digitalt nyhedsbrev i efteråret 2012. Sammen med hjemmeside, Facebook og elektroniske skærme i busserne udgør det digitale nyhedsbrev rygraden i FynBus' kundeservice og kommunikation. Trafikskabet har erkendt, at hvis man skal nå flest mulige kunder, skal det ske via mange kanaler, og nyhedsbrevet er således det seneste skud på stammen. Nyhedsbrevet udkommer cirka 6 gange om året og læses flittigt af modtagerne.

BEN 10 BESØGTE CITYBUSSEN

Der er mange måder at brande kollektiv trafik på, og FynBus vil gerne være med til at skabe "skæve" møder med bussen. Derfor indgik FynBus i efteråret 2012 et samarbejde med Cartoon Network, og målet blev at fremme kendskabet til den gratis Citybus i Odense.

Citybussen blev derfor forvandlet til et tegneserieunivers, hvor helten Ben 10, som redder verden fra de skrækelige monstre, besøgte bussen. Der var konkurrencer, film og meget mere at finde i Citybussen, som samtidig gav en tur rundt i Odenses centrum. Hele seancen var med til at øge bevidstheden om, at bussen er mere end blot et transportmiddel. Den er også et middel til eventyrlige oplevelser i det fynske land.

TV 2 NEWS I REGIONALBUSSENE

Infotainmentskærmene i busserne er konstant under udvikling, og der bliver hele tiden overvejet, hvad de kan bruges til. Skærmene er en helt enkelt og nem tilgang til at kommunikere med vores kunder.

Men skærmene kan bruges til andet end bare reklamer fx at "underholde" kunderne, mens de "fordriver" tiden i busserne. Derfor blev skærmsystemet i regionalbusserne i 2012 udbygget med nyheder fra TV 2 News. En samarbejdsaftale mellem FynBus og TV 2 News sikrede både nyheder, sport og vejrudsigter – dog uden lyd – på de infotainmentskærme, som findes i alle regionalbusser på Fyn. Et solidt mix af oplysning og gode tilbud fra FynBus, kombineret med nyheder fra ind- og udland, vil forhåbentlig give kunderne en forbedret rejseoplevelse med FynBus.

STORE FORANDRINGER I SVENDBORG

2012 blev året, hvor resultatet af flere års arbejde skulle udmøntes i en ny trafikplan for Svendborg by og lokalområde. Processen har involveret chauffører og borgere, og en del ønsker er også blevet en del af den endelige køreplan. I Svendborg by blev bybusnettet forenklet, og regionalbusserne, som kører igennem Svendborg, blev en integreret del af bybusnettet. Der blev ligeledes etableret en såkaldt Bybustaxi, som skulle servicere svendborgenserne om aftenen. Også på lokalrutenettet blev der indført ændringer på baggrund af den nye skolestruktur, som Svendborg gennemførte. Og i oplandet til Svendborg blev teletaxi en udbredt mulighed, så kunderne kan komme rundt i Svendborg Kommune udenfor bussernes køreplaner. Svendborg Kommune valgte en meget fleksibel løsning uden faste afgangstider. Som et led i det nye busnet i Svendborg blev der også besluttet, at busserne skulle have fælles terminal, således at det blev nemmere og mere logisk for kunderne at benytte både by- og regionalbus som et fælles system. Busserne holder nu dør-mod-dør og tættere på hinanden.

Skiftet til et mere integreret bussystem i Svendborg kørte dog ikke helt uden at møde bump på vejen, og på baggrund af en del ønsker fra borgere måtte man i oktober lave et ekstraordinært køreplansskifte på 2 ruter i Svendborg by, hvor en række boligområder og rejsemål blev bedre betjent end i den oprindelige køreplan.

FRA SBH TIL FLEXTRAFIK

I 2012 skete der store forandringer inden for det fleksible kørselstilbud, som FynBus står for udover den almindelige buskørsel.

Region Syddanmark havde besluttet, at den siddende patientbefordring pr. 1. maj 2012 skulle overgå til de to trafikelskaber i regionen, FynBus og Sydtrafik, og allerede i 2011 var arbejdet begyndt.

Der blev indledt et tæt samarbejde med Sydtrafik, og da Sydtrafik tidligere havde haft et godt udbudssamarbejde med Midttrafik, blev det besluttet at indlede et fælles udbudsarbejde mellem de tre trafikelskaber.

Alle de nye arbejdsopgaver og en bredere palette af tilbud indenfor ekstraordinær kørsel gav anledning til en navneforandring fra SBH, der er en forkortelse for SværtBevægelsesHæmmede, til Flextrafik. Navnet signalerer fleksibilitet og beskriver i højere grad, hvad FynBus' tilbud indenfor ekstraordinær kørsel går ud på.



FLEXTRAFIK I TAL:

500.000 KØRSLER
OM ÅRET

40 ENTREPRENØRER KØRER
FLEXKØRSEL FOR FYNBUS

709 VOGNE TIL
RÅDIGHED

100 BESTILLINGER DAGLIGT
PR. MEDARBEJDER

SIDDENDE PATIENTBEFORDRING

Som forventet betød overtagelsen af den siddende patientbefordring en fordobling af kørslen på Fyn. Samtidig medførte det en udskiftning af al it, da den nye kørsel blev et farvel til FynBus' eget planlægnings- og koordineringssystem og en overgang til Planet-systemet, så FynBus nu arbejder på samme platform som de andre trafikselskaber.

En klagesag fra Taxa Fyn betød, at det første fælles udbud pr. 1. marts 2012 for området "Siddende patientbefordring" blev sat i gang for sent. Klagesagen fik dog ingen opsættende virkning, men betød, at det fælles udbud for de tre trafikselskaber først blev effektueret pr. 1. april 2012.

Den 1. april blev også datoen, hvor det nye planlægningssystem blev taget i brug for alle kommunale kørsler, hvilket betød radikale ændringer for vognmænd, chauffører, kunder og bestillere. Forud for de omfattende ændringer var der udsendt information til alle interessenter og holdt møder med kommuner, entreprenører, vognmænd og chauffører. Opstarten gik ikke helt smertefrit, da de første par måneder bød på uregelmæssigheder i driftsafviklingen. Det dog ofte forventeligt ved så store omlægninger. Måned efter, den 1. maj, overgik den siddende patientbefordring så til trafikselskaberne. I opstarten oplevede man nogle vanskeligheder med at overholde de fastlagte servicemål, der lyder på, at patienterne højest må vente en time på en vogn, og at kemo- og dialysepatienter højest må vente i en halv time. Til gengæld lykkedes det næsten fra start at overholde besparelsesmålene på 26 %, som Region Syddanmark havde lagt i deres budget.

FLEX 
FYNBUS FLEXTRAFIK

OPTRÆK TIL KONFLIKT

Den 19. juni varslede Taxa Fyn og Sydjysk Befordring, som er de 2 største entreprenører, konflikt, og de trak alle deres biler ud af kørslen, hvilket svarede til ca. 2/3 af kapaciteten. Men med hjælp fra de resterende entreprenører lykkedes det trafikselskaberne at gennemføre kørslen den pågældende dag, og næste dag ophørte konflikten.

MERE KØRSEL

Den 1. august overtog Flextrafik kørslen med ca. 110 speialskeleelever for Nordfyns Kommune. Året før havde Assens overladt samme opgave til FynBus, så der blev henover foråret 2012 gennemført et særskilt 2 års udbud på speialskelekørslen. Disse faste kørsler har tidligere været håndteret af et centerplanlægningssystem, som FynBus har udviklet, og efter overgangen til Planet-systemet besluttede bestyrelsen at afsætte penge til, at systemet bliver integreret i det nye centrale Planet-system, så hele Flextrafik arbejder i ét it-system.





NY STRUKTUR

Med de mange nye kørsler og de nye it-systemer var det et oplagt tidspunkt samtidig at se på organiseringen af Flextrafiks ansatte. Derfor blev der i efteråret 2012 foretaget en stor strukturændring, hvor afdelingen blev opdelt i tre hovedfunktioner: Bestillingscentral, trafikstyring og centerkørsel.

Bestillingscentralen registrerer borgernes stamdata og tager imod bestilling af ture. Trafikstyringen står for overvågning af kørsel og kontakt med chaufførerne, og centerkørsel administrerer de faste kørsler.

Omstruktureringen betyder, at hver afdeling kan fokusere på deres kerneområder, og det har ført til, at FynBus har styrket servicemålene for Flextrafik. I bestillingscentralen og trafikstyringen handler målene om, hvor hurtigt et opkald bliver besvaret, hvor lang tid der bliver brugt pr. opkald, og hvor mange forgæves kald, der er. I trafikstyringen er målet færre forsinkelser af vognene. Også selve driftsafviklingen blev stabiliseret på niveau med de øvrige trafikselskaber.

Derudover blev ti studerende ansat i bestillingscentralen i november 2012, hvor de primært har aften- og weekendvagter. De blev blandt andet ansat for at skabe nogle studiejob på Fyn, da der er stor mangel på disse. Det var i forvejen studerende, der i Ålborg tog imod opkaldene om aftenen og i weekenderne, og man kunne derfor med fordel tilbyde studerende på Fyn et studiejob, som kunne øge deres faglige kompetencer. Det øger desuden fleksibiliteten i Flextrafik både at have faste og "løse" medarbejdere.

GARANTIVOGNE:

48 GARANTIVOGNE

GARANTIVOGNENE SIKRER, AT FYNBUS HAR BILER I TIDSRUMMET 7-17, SOM DER ER FULD RÅDERET OVER, HVILKET GIVER EN BEDRE DRIFTSSTABILITET. DERUDOVER SIKRER DE, AT FYNBUS ALTID HAR PASSENDE MATERIEL AT KØRE MED, SÅ KUNDERNE EKSEMPELVIS ALTID KAN SERVICERES MED TRAPPELIFT, HVIS DER ER BRUG FOR DETTE.



FREMTIDEN

Ønsket og udfordringen for Flextrafik er fortsat at forbedre servicen, samtidig med, at kommunerne ønsker at spare. På nuværende tidspunkt har Flextrafik 53 ud af 90 opgaver for kommunerne, og det tal ser ud til at stige, så der skal løses endnu flere opgaver i 2013.



FYNBOERNE "KVIKKER" VIDERE

I 2012 fortsatte tallene for KVIKkortet med at stige, og tallene viser, at folk ikke kun bestiller et KVIKkort, de bruger det også flittigt, når de rejser på det. Og for hvert markedsføringsfremstød hopper flere og flere fynboerne med på bølgen af kunder, der "kvikker" i bussen.



I maj 2012 kunne direktør Carsten Hyldborg køre ud og overrække blomster og biografbilletter til Maibritt Holmelin for at fejre, at hun havde fået udstedt KVIKkort nummer 50.000. Og fremgangen stoppede ikke der for det populære KVIKkort. Ved årets udgang oversteg det samlede antal KVIKkort 72.000, og ca. 13 % af alle fynboer ejer nu et KVIKkort. Tallene viser, at det især er de 20-30 årige, som har taget godt imod den "nye" korttype. Både blandt passagerer og chauffører er der stor tilfredshed med kortet, der skærer toppen af prisen for busturen, og som samtidig gør det nemt at rejse, da man altid har "penge" ved hånden.

ODENSE RUNDT FOR EN TIER.



Odense rundt for 10 kr er et takstforsøg gennemført af FynBus og Odense Kommune. Forsøget skal afgøre, om man kan få flere passagerer i busserne ved at sænke prisen kraftigt.

Forsøget betyder, at man kan rejse i hele Odense Kommune for 10 kr. og børn for kun 5 kr., hvis man anskaffer sig et KVIKkort eller et Værdikort. Hvor KVIK-kortet er et efterbetalt kort, er værdikortet et kort, hvor kunden selv har ansvar for at sætte penge ind på.

I forsøgsperioden er passagertallet steget med ca. 200.000, og antallet af rejser på KVIKkortet er vokset med ca. 1 mio rejser. Det er især kunder, der tidligere har anvendt kontantbilletter eller turkort, som er gået over til brugen af det nemme efterbetalte KVIKkort eller Værdikortet.

Indførelsen af KVIKkortet har haft en helt klar positiv effekt på passagertallene i Odense, men den billige rejsehjemmel har også betydet et indtægststab på 2,1 mio kr. i forsøgsperioden, da mange kunder ikke længere benytter sig af den noget dyrere kontantbillet.

MARKANTE STIGNINGER I ANTAL "KVIK" PR. UGE:

2009	3.200
2010	15.200
2011	38.705
2012	55.200



I den årlige kundetilfredsundersøgelse i marts blev kunderne spurgt ind til deres eventuelle brug af et KVIK-kort. Ca. 25 % af de adspurgte 976 personer rejste på et KVIKkort, og af dem har ca. 1/3 del valgt denne type kort pga. prisen. Specielt blandt borgerne i Odense.

MARKEDSFØRING ØGER TALLET AF KVIKKORT

En løbende markedsføringsindsats fra KVIKkortets indførelse i 2009 har gjort fynboerne bevidste om fordelene ved at anskaffe sig et KVIKkort, og at man kan spare penge, selvom man har en bil holdende i garagen. Også i 2012 blev der lagt mange kræfter i at fortælle om KVIKkortet og dets fordele, og tallene viser tydeligt den effekt, disse tiltag har haft.



HVAD HAR FYNBUS SÅ GJORT?

I januar 2012 gennemførte FynBus en stor KVIKkort-kampagne i stil med den, der var blevet gennemført i januar 2011.

- **INFOFOLDERE TIL UDDELING I BUSSENE TIL KUNDER, DER BETALTE KONTANT**
- **SKÆRMKAMPAGNE**
- **TV-REKLAMER**
- **RADIO SPOTS**

Igen i august-september blev fynboerne "angrebet" med fakta om KVIKkortets mange fordele. Der var god mening i at lægge netop sådan en kampagne lige efter sommerferien, hvor mange starter op på arbejde, og hvor mange studerende flytter til Odense. Her blev en lidt mere direkte og personlig strategi lagt for dagen, og de nyansatte kundeambassadører blev det helt store omdrejningspunkt. De tog på tur rundt i busserne, hvor de tog en snak med kunderne om deres valg af rejsehjemmel, og de blev vejledt og rådgivet om det fordelagtige KVIKkort. Der blev ligeledes lavet salgsboder i Tarup Center og Rosengårdcentret, hvor man tog en snak med de handlende, ligesom strategisk udvalgte områder i Odense fik omdelt målrettet salgsmateriale.

- **AMBASSADØRER I BUSSENE**
- **SALGSBODER I TARUP CENTER OG ROSENGÅRDCENTRET**
- **OMDELING AF SALGSMATERIALE**

I november blev en minikampagne i busserne i form af infofoldere og skærmreklamer gennemført, og de blev bakket op af radiospot.

- **INFOFOLDERE TIL UDDELING I BUSSENE**
- **SKÆRMKAMPAGNE**
- **RADIO SPOTS**

Som i 2011 taler tallene næsten for sig selv, og med forholdsvis få midler fik FynBus flere fynboer til at blive opmærksom på mulighederne inden for kollektiv bustrafik, og flere bruger nu bussen som et alternativ til bilen.

SKAL JEG "KVIKKE" FOR DIG?

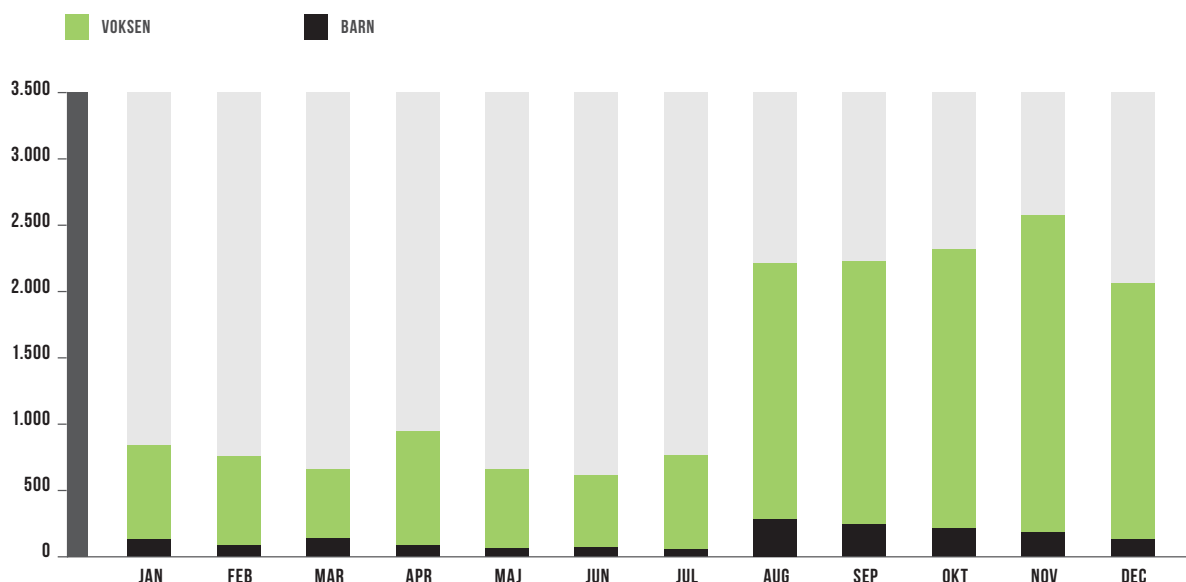
Det populære KVIKkort har givet anledning til mere end blot flere rejser. Det er nemlig hørt i bussen, at de unge har taget kortet så meget til sig, at de har givet kortet sit eget verbum – nemlig at kvikke.

En ung mand stiger på bussen sammen med nogle kammerater, og da han hiver sit KVIKkort op af lommen, henvender han sig til de andre, og spørger "skal jeg lige kvikke for nogen af jer?"

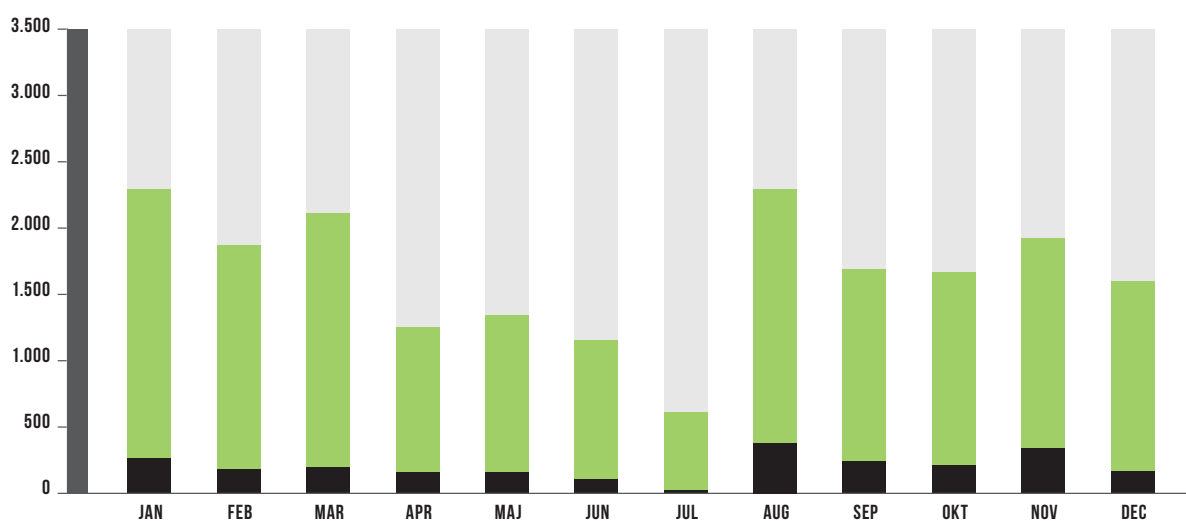
KORTET ER POPULÆRT, OG EKSTRAINDSATSERNE VIRKER

Nedenstående figurer viser antal udstedte kort pr. måned mellem januar 2010 og december 2012. I januar, august, september og november 2012 blev der gjort en ekstra indsats for at gøre opmærksom på KVIKkortet. Indsatsen virkede, og salget af KVIKkort steg markant.

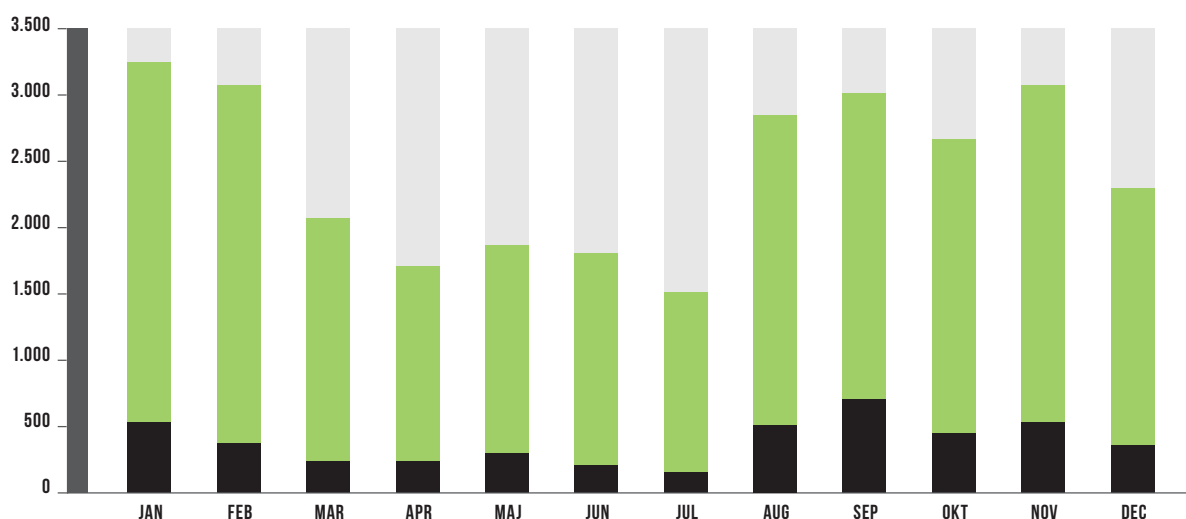
2010



2011



2012



FYNBUS KOMMER TÆTTERE PÅ KUNDERNE!

I foråret 2012 dukkede fire nye personer iklædt FynBus uniform op i de fynske byer, nemlig de 4 nyudnævnte kundeambassadører fra FynBus. Deres opgave var at øge bevidstheden om mulighederne med kollektiv trafik hos de fynske borgere. De skulle skabe en tættere dialog med FynBus' kunder, hvilket gerne skulle danne grundlag for en bedre kollektiv busdrift. FynBus vil gerne tættere på kunderne, og det kræver, at vi er, hvor kunderne er, nemlig i busserne. Samtidig vil FynBus også gerne tættere på nye potentielle kunder og gøre dem opmærksomme på, at bussen kan være et reelt alternativ i forhold til bilen. Derfor måtte FynBus ud i de fynske landsbyer og fortælle om, hvem vi er, og hvad vi kan tilbyde.



Som et led i markedsføringsstrategien for 2012 indledte FynBus en mere direkte kommunikation i forhold til både eksisterende og nye kunder, og en lang række salgsrelaterede initiativer blev sat i gang. Der skulle gøres op med de mange myter, der er om kollektiv trafik. De mennesker, der ikke til dagligt bruger bussen, har et ringe kendskab til kollektiv trafik, men der er et stort kundepotentiale, så kundeambassadørerne skulle klædes ordentlig på i forhold til FynBus' produkter, og de fynske byer skulle studeres.

BUSSEN ER ALT FOR DYR

"Det er hurtigere at køre i min egen bil, bussen kører aldrig, når jeg skal bruge den, og den er altid forsinket". Der er mange myter om kollektiv trafik, men

heldigvis er argumenterne til at aflive dem mange. Med udgangspunkt i disse, ville FynBus gennemføre en markedsføringsindsats, som skulle det gøre det af med myterne. Argumenterne blev til statements som:

- **BILLIGERE END DU TROR**
- **HURTIGERE END DU TROR**
- **OFTERE END DU TROR**
- **MINDRE FORSINKELSER END DU TROR**
- **RENERE END DU TROR**

Hele indsatsen blev understøttet af en ny hjemmeside, kormed.nu, som primært henvender sig til nye kunder. Her forsøger FynBus at aflive myterne om kollektiv trafik, ligesom nye kunder blev vejledt i at bruge bussen som et alternativt transportmiddel ved hjælp af prisberegner og produktvejledning.

8 FOKUSBYER

8 fynske byer blev udvalgt som fokusbyer. Byer, hvor den daglige busbetjening er i top, og hvor der er et stort uudnyttet kundedepotiale.



HVORDAN KOMMER MAN TÆTTERE PÅ KUNDERNE?

Allerede i 2011 bevægede FynBus sig tættere på kunderne med borgerhøringer, kommentarmulighed på hjemmesiden, facebook etc, og 2012 skulle bruges til at se, om man kunne komme endnu tættere på kunderne.

TUR MED BUSSEN

Formålet med etableringen af et ambassadørkorps var ikke kun at få nye kunder ind i busserne, men også at få en tættere dialog med de eksisterende kunder. De faste kunder findes hver dag i busserne, og de har mange forslag og ønsker til den fremtidige busdrift. Fordelen ved at udnytte busturen var, at kunderne har god tid til en snak i busserne, og der blev taget rigtig godt imod kundeambassadørerne. Kunderne fik god og professionel rådgivning og vej-

ledning. De nye kundeambassadører tog busserne på kryds og tværs af Fyn og Langeland og vejledte bussens passagerer om alt fra nye køreplaner til de korrekte kortprodukter. Der har især været fokus på de mange kunder, der betalte kontant i bussen, og de er blevet vejledt om KVIKKortets mange fordele. Chaufførerne har ligeledes været meget positive overfor ambassadørernes tilstedeværelse, da det har betydet, at kunderne blev vejledt, og chaufføren har i stedet haft fokus på billettering og kørsel.

STOPPESTEDET HAR SIN EGEN VÆRT

Udvalgte stoppesteder baseret på antal påstigere blev besøgt af kundeambassadørerne i myldretiden. Her var fokus på de eksisterende kunder, og der blev svaret på spørgsmål og vejledt.

KÆRE HR. NIELSEN...

Et personligt brev med dit navn på direkte i postkassen. Sådan et blev smidt i mange postkasser i de 8 fokusbyer. Indenfor en radius af 3-500 meter af de mest centrale stoppesteder i fokusbyerne blev der uddelt såkaldte stoppestedsbreve. Stoppestedsbrevene fortæller ganske enkelt om borgerens mulighed for at benytte bussen som alternativ til bilen. Læseren introduceres til stoppested, billettyper, priser og den helt personlige stoppestedstavle, som kan findes på FynBus' hjemmeside. Samtidig fortæller stoppestedsbrevet om muligheden for at møde FynBus personligt i form kundeambassadørerne, når de lægger vejen forbi det lokale supermarked.

OK-AKTIONER

Benzinselskabet OK har i flere år benyttet sig af den direkte kontakt med potentielle kunder ved at være til stede blandt de mange handlende lørdag formiddag i det lokale supermarked. FynBus' store ønske om at komme tættere på kunderne gjorde, at FynBus ville se nærmere på det såkaldte OK-koncept og gøre det til en del af markedsføringsindsatsen i de 8 fokusbyer. Kundeambassadørerne har derfor været at finde i det lokale supermarked 1-2

gange i den periode, hvor byen har været i fokus. Her har de taget en åben dialog med eksisterende men også potentielle kunder, og flere er mødt op med det omdelte stoppestedsbrev i hånden. Der er blevet diskuteret køreplaner, priser, fremtid og meget mere, og ambassadørerne fået åbnet øjnene hos potentielle kunder.

DET AKTIVE SENIORLIV

Det ældre segment er en voksende gruppe, som i dag stadig er meget aktive i deres seniorliv. Mange har stadigvæk bil, mens andre af forskellige årsager er nødsaget til at finde andre transportmuligheder. Men uanset deres livssituation er bussen et godt og billigt alternativ for pensionisterne. De får store rabatter, og de har samtidig mulighed for at tage bussen på tidspunkter, hvor kapacitetspresset ikke er så stort. Derfor besøgte kundeambassadørerne også de lokale pensionistforeninger i de 8 fokusbyer med historien om forsamlingshuset. Formålet har været at forklare, hvordan FynBus og kollektiv trafik er bygget op, og selvfølgelig at gøre opmærksom på de muligheder, de ældre har i form af billig og tilgængelig bustransport.



SÅ MANGE NÅEDE VI UD TIL I 2012:



BREVE: 4.000

I BUSSEN: 4.200

OK-AKTION: 2.000

STOPPESTED: 800

TILSTEDEVÆRELSE I FYNBUS KUNDECENTER

Omkring månedsskiftet er der stort pres på FynBus Kundecenter i Odense, og her er kundeambassadørerne til stede med rådgivning og vejledning for at afhjælpe personalet, som så kan koncentrere sig om betalende kunder.

SPØRG BARE! PÅ OBC

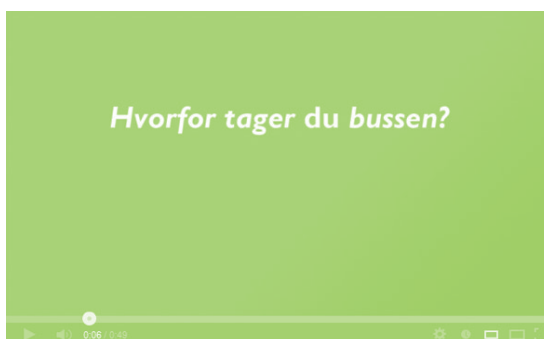
Jævnligt bruger kundeambassadørerne også deres tid på busterminalen på Odense Banegård Center. Her hjælper de kunderne med at finde deres bus. Der bliver også sat fokus på forskellige nye markedsførings tiltag. I sommerferien er der specielt fokus på at hjælpe de mange turister og samtidig gøre opmærksom på den gratis Citybus, som kører rundt i Odense centrum. Ambassadørkorpset hjælper også til ved lanceringen af nye tiltag som fx Mobilbilletten.

AMBASSADØRERNE ROCK- ER MED UNDER BROEN

Anderledes tilstedeværelse skaber positiv opmærksomhed omkring noget, som for mange er usynligt. Kundeambassadørerne "deltager" derfor ved nogle af årets store sommerevents fx Rock Under Broen. Her uddeles regnslag eller drikkedunke alt efter vejrets luner, og formålet med disse events er at skabe et "skævt" møde mellem FynBus og de fynske borgere, og der er blevet taget godt imod initiativet. Kundeambassadørprojektet har været en succes. Det har øget bevidstheden om kollektiv trafik hos de fynske borgere, og indsatsen har givet bonus i form af nye kunder i alle de besøgte byer, ligesom der er tilfredshed fra de kunder, der har mødt ambassadørerne og fx sparet penge eller tid på baggrund af ambassadørernes rådgivning. Projektet fortsætter i 2013, hvor 2 ambassadører er ansat på fuld tid, og endnu flere fynske byer får besøg af FynBus.

"DIN TUR" ET KUNDEFOKUSERET SAMARBEJDE.

I 2012 har FynBus haft øget fokus på nye tiltag og nye tilgange til at få en bedre kollektiv trafik på Fyn. Med et ønske om flere tilfredse passagerer skulle kunderne i særligt fokus, og allerede i 2011 startede FynBus og entreprenøren Arriva op på et forsøgsprojekt, hvor øget samarbejde skulle forbedre den kollektive bustrafik på Fyn. I 2012 tog projektet rigtig fart.



1 SAMARBEJDE, 2 RUTER, 5 HOVEDELEMENTER

Projektet "Kundefokuseret samarbejde mellem Fyn-Bus og Arriva" er et 2-årigt projekt, der løber fra juni 2011 til juni 2013. Formålet med projektet er igennem øget samarbejde med Arriva og kunderne på 2 udvalgte ruter at undersøge, hvordan man gennem et velfungerende samarbejde sikrer størst mulig respons på kundernes behov.

Derfor skulle det både undersøges, hvad kunderne selv lægger vægt på, hvor der er behov for at ændre måden, FynBus arbejder på, og hvordan man kan se, hvor, kunder og mulige kunder har behov for at kunne rejse. Et vigtigt element i projektet er også markedsføring, hvor kunder og mulige kunder får at vide hvordan bussen kan opfylde deres behov, hvor ved myterne om kollektiv også imødegås.

Projektet har derfor haft følgende 5 hovedelementer:

- 1: Segmenterede markedsanalyser med henblik på at få et bedre kendskab til markedets størrelse og kundernes behov og rejsemønstre
- 2: Etablering af et brugersamarbejde i form af møder, webbaseret dialog mv.
- 3: Etablering af kundefokuserede teams bestående af medarbejdere og ledere på tværs af Arriva og FynBus, med henblik på at udvikle metoder til sikring af kvalitet og kunders respons
- 4: Måltrettet kommunikation og markedsføring
- 5: Tilpasning af køreplaner og kapacitet i et samarbejde med kunder og chauffører



ned bussen.
det
billigt.”



orfor:
du kører med!



vømning
bo”



Projektet tager udgangspunkt i to regionale ruter på Fyn. Rute 151 fra Assens via Odense til Kerteminde og rute 930 fra Faaborg via Svendborg til Nyborg. Projektet er delvis finansieret af Trafikstyrelsens grønne puljer. Projektet har internt navnet ”Kundefokuseret samarbejde mellem FynBus og Arriva” men blandt kunderne er projektet bedre kendt som ”Din Tur – på rute 151-152 og 930-932”.

Målet for projektet var minimum 150.000 nye passagerer i projektperioden. I 2012 var der på de to ruter 229.543 flere passagerer end i 2011.

I DIALOG MED KUNDERNE I BRUGSEN OG I BUSSEN

Et vigtigt element i projektets markedsføring var de 4 kundeambassadører, der i 2012 besøgte kunder og potentielle kunder i alle større byer på de to projektbusruter. Ambassadørerne havde på flere ture chauffører fra Arriva med, der på den måde fik mulighed for at møde kunderne på en ny måde, hvor der var bedre tid til dialogen, end der er, når køreplanen også skal holdes.

WWW.TJEKTUREN.DK: ONLINE KOMMUNIKATION MED KUNDER PÅ RUTE 151 OG 930

Hvordan kommunikerer vi direkte til kunder på en bestemt rute, og hvordan sikrer vi os, at informationen er relevant? På baggrund af et ønske fra kunderne om bedre information om forsinkelser og et ønske fra projektet om at kunne kommunikere målrettet med passagerer på en bestemt rute, blev der oprettet en særskilt hjemmeside med navnet tjekturen.dk. Denne gav kunderne mulighed for at ”tjekke deres bustur”. Ved hjælp af smartphones og QR-kode på ruternes stoppesteder kunne kunderne nemlig komme hurtigt

ind på hjemmesiden, hvor de nemt og hurtigt kan se reeltidsinformation for afgangene på de udvalgte forsøgsruter 151 og 930. De har også mulighed for at skrive direkte til FynBus med et spørgsmål, en kommentar eller bare en (op til) 5-stjernet bedømmelse af deres bustur. Især rute 151 var i 2012 plaget af mange forsinkelser, og hjemmesiden blev i den forbindelse ekstra relevant og har formentlig medvirket til at fastholde kunder. FynBus har også mulighed for via hjemmesiden at skrive direkte til kunderne på fx rute 930 med information eller online spørgeskemaer.

ET FÆLLES PROJEKT

Projektet involverer mange interessenter på mange niveauer, og derfor blev de 2 forsøgsruter gennemgået trin for trin i fællesskab af morgenstartere, chauffører, køreplanlæggere, driftsledere mfl. fra Arriva og FynBus. Gennemgangen var en vigtig start på projektet, hvor alle involverede blev hørt. Og der kom flere gode ideer ud af det: Fx mødtes chaufførrepræsentanter og køreplanlæggere efterfølgende for i detaljer at gennemgå planlæggernes udkast til nye køreplaner, hvilket gav ekstra kvalitetssikrede nye køreplaner i januar 2013.

”HVORFOR TAGER DU BUSSEN?”

Til brug i projektet fandt FynBus ud af, hvordan man kunne målrette opslagene på infotainmentskærmene specifikt til en bestemt rute og dermed opnå en tættere dialog med de kunder, som allerede sidder i bussen. Det blev blandt andet udnyttet, da vi spurgte passagererne i bussen om, hvorfor de tog bussen. Svarene blev filmet og efterfølgende vist på skærmene i busserne samt på web. Filmene var med til at involvere passagererne, nærmest som ambassadører, og få dem til selv at medvirke til at skabe et positivt billede af det at tage bussen, der går imod typiske myter om den kollektive transport.



CHAUFFØREN ER FORTSAT EN VIGTIG MEDSPILLER

I 2011 startede FynBus et stort arbejde op med at få chaufførerne mere involverede i det at være buschauffør og få dem til via deres engagement at påvirke deres hverdag. De er FynBus' øjne og ører på bag rattet og derfor meget vigtige i hele puslespillet omkring kollektiv trafik.

CHAUFFØRER FORTSAT PÅ SKOLEBÆNKEN

I december 2012, i dagene mellem jul og nytår, var den sidste chaufførgruppe på skolebænken for at modtage undervisning i kundeservice og billettering, samt i brug af certificeringsportalen "Vores FynBus". Siden 2011 har omkring et tusinde buschauffører fra Fyn, Langeland og Ærø været igennem et identisk kursusforløb, der på kort sigt har opdateret chaufførerne med ny viden om FynBus og jobbet som chauffør, og som på lang sigt skal løfte chaufførernes uddannelsesniveau og viden om billettering, kundeservice og nye produkter. Alle chauffører har nu mulighed for at logge sig på chaufførportalen "Vores FynBus", hvor de kan indhente viden om rejseregler og produkter, komme med input til FynBus om køreplaner og drift og internt diskutere og debattere emner, der knytter sig til jobbet som chauffør.

Ikke mindre end en halv million spørgsmål er blevet besvaret i systemet, og FynBus har formået at skabe et levende forum, hvor samspillet mellem FynBus og chauffører er præget af både humor, kant og respekt.

CHAUFFØRPANEL

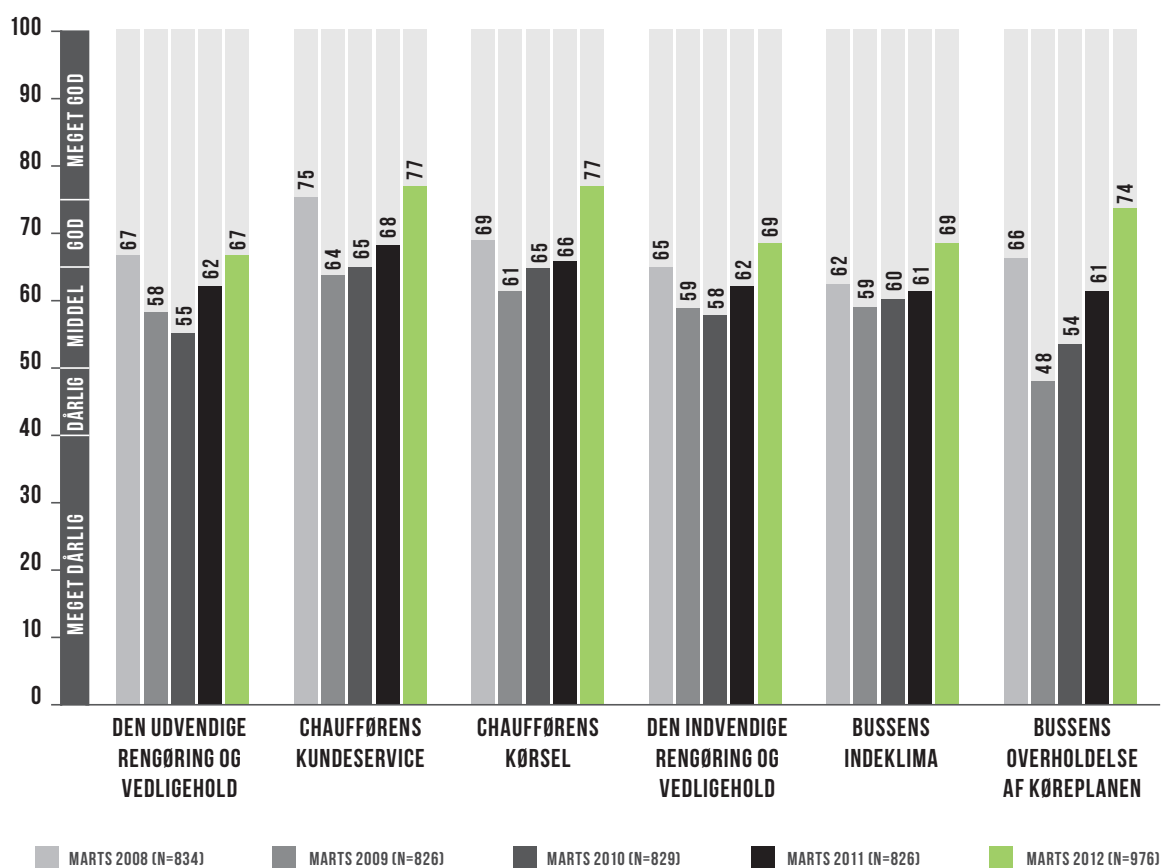
I 2012 etablerede FynBus ligeledes et chaufførpanel, bestående af chaufførrepræsentanter fra de største fynske busentreprenører. Formålet med at etablere et chaufførpanel var at få del i den store værdifulde viden, som chaufførerne besidder i forhold til kunderne. De ved oftest, hvad der fungerer, og hvad der kan gøre en forskel ude i busserne. Således har FynBus haft chaufførerne med på råd som en central interessant i forhold til, hvad der sker i busserne. De har været med ved udviklingen af forskellige markedsføringskampagner, ligesom de fx som de første

fik præsenteret den nye Mobilbillet til smartphones, som blev lanceret i juni måned.

Samarbejdet mellem trafikelskabet og chaufførerne har vist sig at være yderst produktivt og givtigt for alle parter. Her er der et forum, hvor der er mulighed for åben debat, feedback og nye ideer til kampagner, som kan hjælpe kunder og derved hjælpe chaufførerne i deres daglige arbejde bag rattet.

STIGENDE TILFREDSHED MED CHAUFFØRERNE OG BUSSENE

I marts 2012 blev de fynske busbrugere spurgt om deres tilfredshed med de fynske busser, og den tilbagevendende tilfredshedsundersøgelse, som bliver gennemført hvert år, danner blandt andet grundlag for incitamentskontrakterne, som er indgået mellem FynBus og entreprenørerne. Grafen på næste side viser en tydelig stigende tilfredshed indenfor de faktorer, som indgår i incitamentskontrakterne. Det er specielt overholdelse af køreplanen og chaufførens kørsel, som har haft den største fremgang. Resultatet vedrørende overholdelse af køreplaner er særligt positivt, da denne faktor har fået de dårligste resultater af de 6 de seneste 3 år. Dette forbedrede resultatet kan meget vel hænge sammen med de nye værktøjer og muligheder for forbedret realtidsinformation, som FynBus har fået som arbejdsredskab indenfor det sidste år. En markant stigning i tilfredsheden med chaufførens kundeservice og chaufførens kørsel er værd at bemærke.



STIGENDE PASSAGERTAL OG STIGENDE KUNDETILFREDSHED

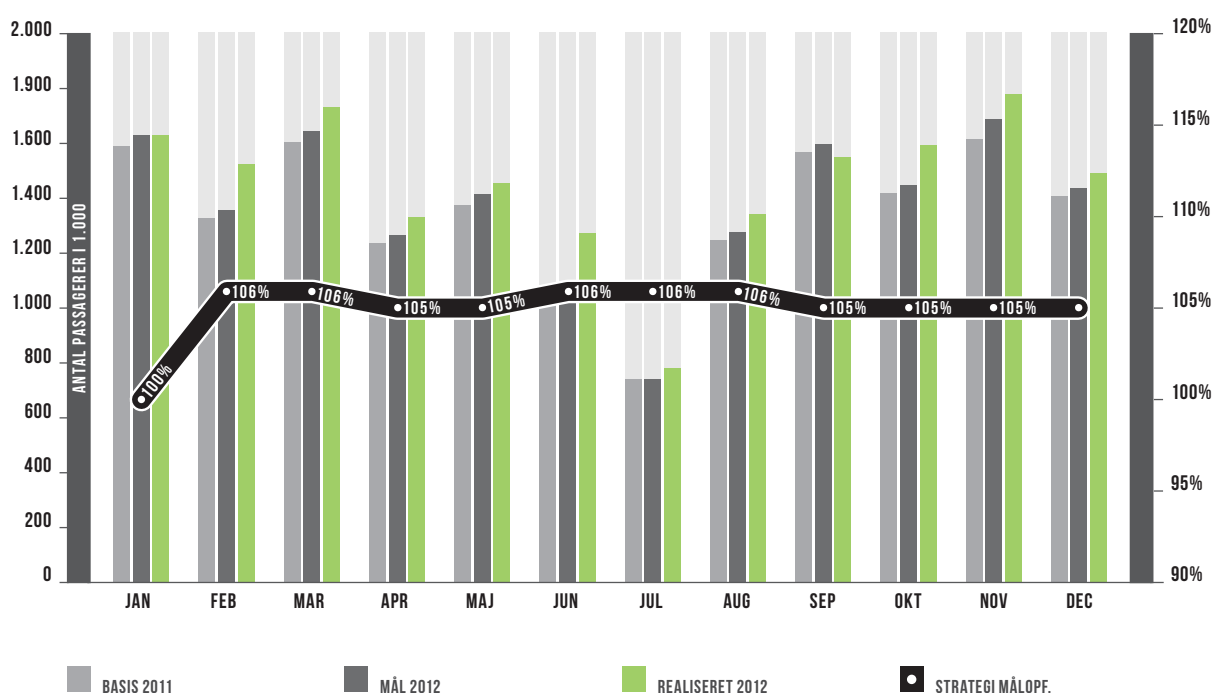
Bedre kundeservice, sikker drift, bedre trafikinformation, større kendskab til kollektiv trafik. Alt dette er punkter, som var en del af FynBus' strategiplan for 2012, og som involverer alt fra køreplanlæggere og kundeservicemedarbejdere til chauffører og kunder. Hertil kommer et netværk af projekter, som alle har til formål at øge tilfredsheden blandt eksisterende kunder og åbne øjnene for kollektiv trafik hos nye kunder.

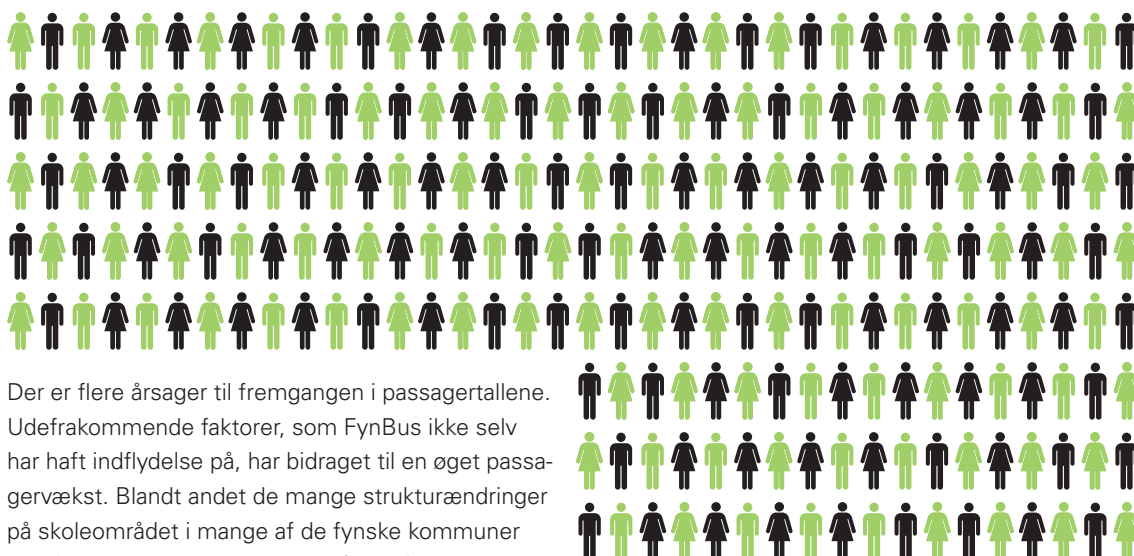
PASSAGERERNE STRØMMER IND I DE FYNSKE BUSSE

FynBus' overordnede mål er at øge passagertallet med 15 % i perioden 2010 til 2015, hvilket svarer til en samlet årlig passagervækst på 2,5 %. I 2011 nåede FynBus næsten det ønskede mål med et samlet passagertal på 16,3 mio, hvilket kun var 1 % fra årets strategimål. Allerede ved opgørelsen af passagertallet for andet kvartal i 2012 stod det klart, at den passagervækst, som var påbegyndt i 2011, fortsatte i 2012. Ved udgangen af juni 2012 var passagertallet steget med hele 8,3 % i forhold til samme tidspunkt i 2011, og

omsat til rene tal betød det 687.000 flere rejser i det første halve år sammenlignet med året før. Da året var omme stod det helt klart, at 2012 havde været et godt år for FynBus på passagersiden. Passagertallene for de regionale ruter havde en fremgang på 9,3 %, bybusserne i Odense 5,7 % og endelig havde de øvrige ruter en fremgang på 6,6 %. Så alt i alt en passagerfremgang på 7,2 %. Omsat i rene passagertal betød det, at der blev foretaget 17.496.000 påstigninger i de fynske busser.

PASSAGERTAL FYNBUS 2012:





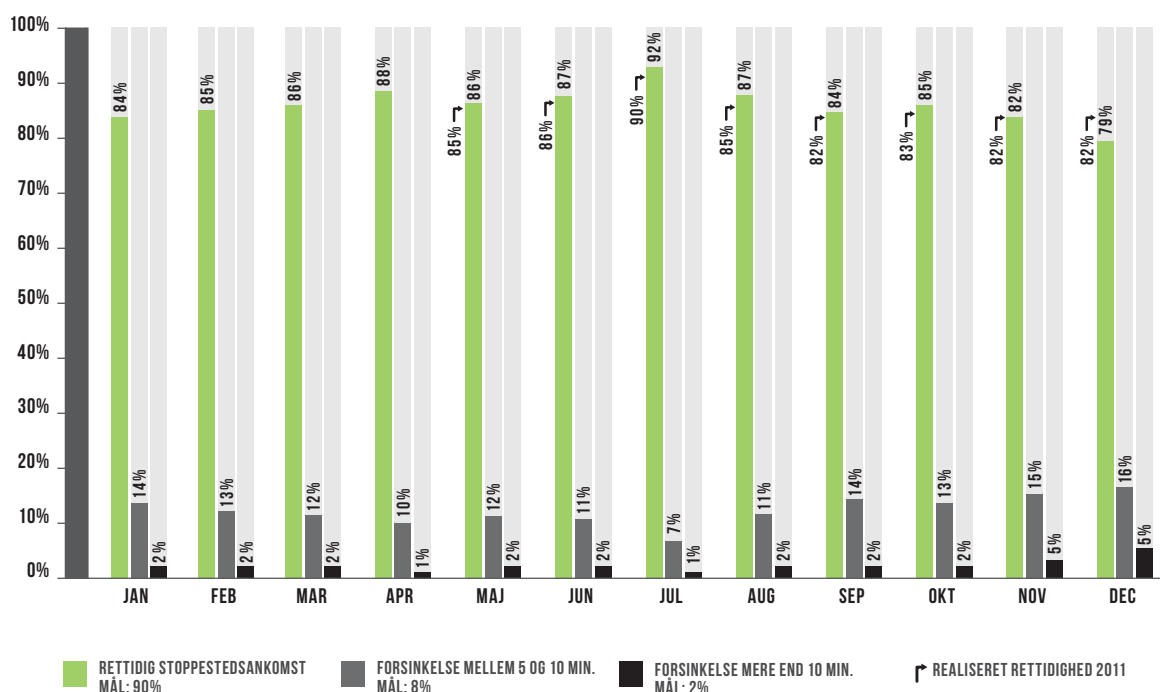
Der er flere årsager til fremgangen i passagertallene. Udefrakommende faktorer, som FynBus ikke selv har haft indflydelse på, har bidraget til en øget passagervækst. Blandt andet de mange strukturændringer på skoleområdet i mange af de fynske kommuner medførte skolelukninger i de små samfund, hvilket betød at flere skoleelever havde brug for kollektiv trafik for at blive fragtet til en anden og mere centralt beliggende skole indenfor deres kommune. Derudover har det nye Hypercard, der giver unge på en ungdomsuddannelse mulighed for at rejse ubegrænset på hele Fyn og Langeland for kun 300 kr., været medvirkende til en stigning i antallet af rejsende i den unge målgruppe.

Der har dog også været en stigning af nye passagerer, som vurderes til at være "almindelige" passagerer, som er hoppet på bussen på baggrund af den generelle markedsføringsindsats, som FynBus har gennemført i 2012. Specielt den massive opmærksomhed omkring KVIKkortet, som har været et stort hit i 2012, har bidraget til passagervæksten.

FYNBUS OPRUSTER

Der er stor glæde hos FynBus over de stigende passagertal, men med flere kunder i busserne følger også flere udfordringer. For samtidig med, at man er begejstret over den stigende interesse for den kollektive trafik, skal man bestræbe sig på at have fokus på at fastholde såvel nye som gamle kunder. Derfor måtte FynBus i november måned indsætte 10 ekstra busser på flere målrettede morgenaftage for at opfylde det stigende kapacitetsbehov. Det var primært de store uddannelsessteder i Odense, som fik glæde af direkte busser, men dette betød samtidig, at der blev mere plads i de "almindelige" busser til "almindelige" kunder.

RETTIDIGE STOPPESTEDSANKOMSTER:

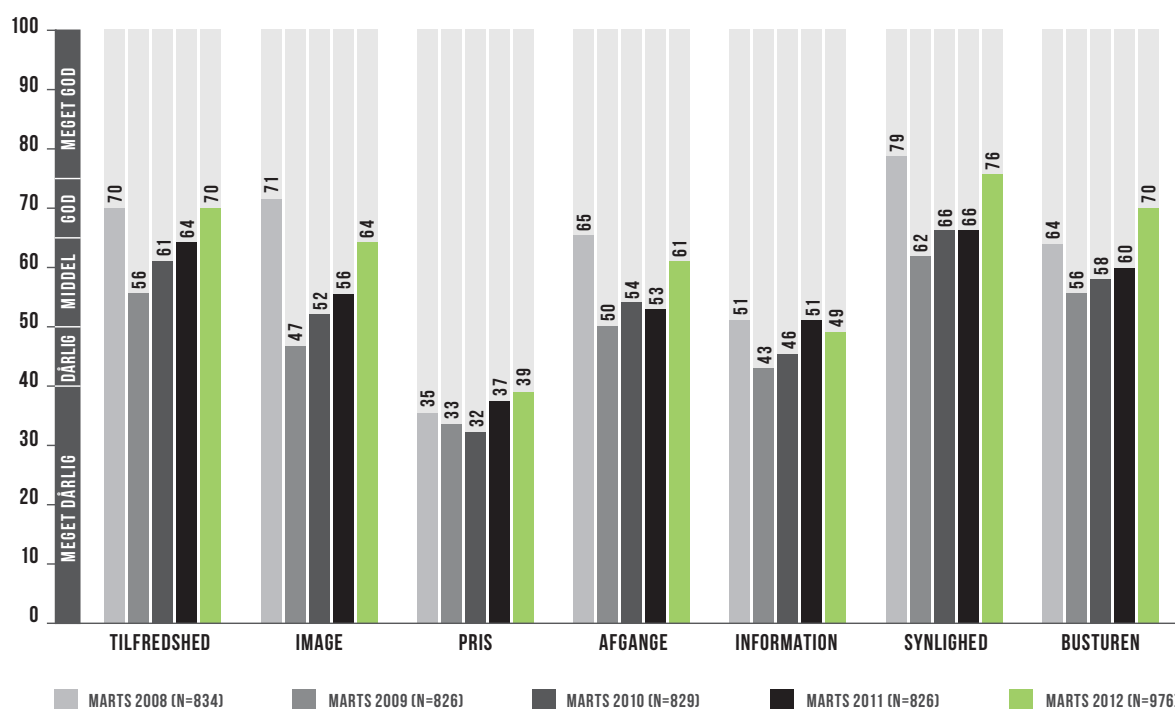


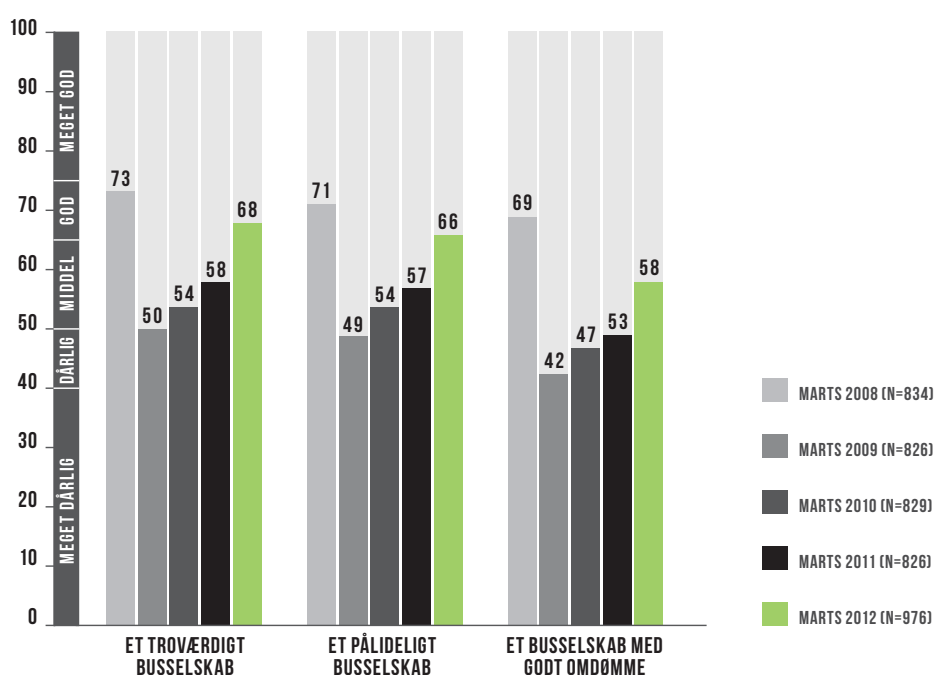
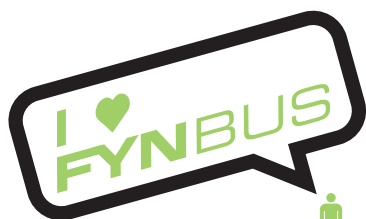
FØRST FLERE, SÅ LÆNGERE BUSSE TIL SDU

FynBus har fortsat fokus på kapaciteten, og i september 2012 oplevede Syddansk Universitet en stigende tilgang af studerende, og det betød et øget pres specielt på rute 40-42 mellem OBC og SDU. For at opfylde behovene om ekstra kapacitet besluttede FynBus at indkøbe 7 ledbusser, som primært skal betjene SDU. De starter op på ruten i april 2013.

FYNBUS "QLIKKER" FORTSAT

I 2011 fik køreplanlæggerne for første gang muligheden for at forbedre deres arbejde ved hjælp af det nye Business Intelligence analyseværktøj Qlikview. Værktøjet er baseret på gps-data fra bussernes billet- og realtidssystem. Her kan køreplanlæggerne helt ned på tur – og stoppestedsniveau nøje følge bussernes kørselsmønster og se, hvor de evt. støder på forhindringer, som i sidste ende kan føre til forsinkelser. Værktøjet var med til at danne baggrund for arbejdet med de køreplaner, som trådte i kraft i januar 2013.





FLERE TILFREDSE KUNDER

I marts 2012 blev der, som i de foregående år, gennemført en kundetilfredshedsundersøgelse i de fynske busser, og FynBus kan se tilbage på en markant positiv udvikling i den generelle tilfredshed blandt busbrugerne.

Den generelle tilfredshed, som ses i grafen på modsatte side, er steget generelt, dog er der et lille fald på området information. Derved opnår FynBus endnu en gang et flot samlet resultat med en indeks score på 76 ud af 100 i sammenligning med 2011, hvor et samlet resultat lå på 71. Der ses altså en tydelig tendens til fremgang i 2012 i forhold til resultatet fra 2011, og det må siges, at FynBus er inde i en positiv udvikling, og den samlede vurdering

af trafikselskabet er nu rykket fra god til meget god i det samlede resultat.

FynBus er nu stort set tilbage på samme niveau, som før de store problemer FynBus oplevede i 2008, og det har dermed taget 3-4 år at komme tilbage på samme spor. Rent imagemæssigt er FynBus dog ikke helt tilbage på samme niveau som i marts 2008, hvor FynBus opnåede en indeks score på 71 mod de 64, som resultatet var i marts 2012. Resultaterne viser, at det har krævet FynBus mange år med en klar og bred strategi og masser af hårdt arbejde at komme tilbage efter 2008, hvor FynBus led under et brud på kundernes tillid, men resultaterne viser også, at FynBus er godt på vej.

ÅRSREGNSKAB - UDDRAG:

OVERSIGT OVER VÆSENTLIGE ØKONOMISKE NØGLETAL



(1.000 KR.)	2012	2011	2010
REGSKABSOPGØRELSEN (UDGIFTSBASERET)			
RESULTAT AF ORDINÆR DRIFTSVIRKSOMHED (- = OVERSKUD)	-4.174	-3.231	-7.684
RESULTAT I ALT (- = OVERSKUD)	736	2.357	-3.323
BALANCE - AKTIVER			
ANLÆGSAKTIVER	124.766	86.395	97.354
ØVRIGE OMSÆTNINGSAKTIVER	92.875	73.336	77.561
LIKVIDER	79.653	97.544	85.832
BALANCE - PASSIVER			
EGENKAPITAL	-8.389	-47.830	-51.623
HENSATTE FORPLIGTELSE	-244.355	-153.616	-159.675
LANGFRISTET GÆLD	-7.952	-11.616	-13.202
KORTFRISTET GÆLD	-36.598	-44.213	-36.247

DRIFTSREGNSKAB -UDGIFTSBASERET

REGNSKABSOPGØRELSE

(1.000 KR.)	REGNSKAB 2012	BUDGET 2012	REGNSKAB 2011
DRIFTSINDTÆGTER	-640.556	-645.537	-624.705
DRIFTSUDGIFTER	638.651	642.404	625.764
DRIFTSRESULTAT FØR FINANSIERING (- = OVERSKUD)	-1.905	-3.133	1.059
RENTER	-2.269	-3.096	-4.290
RESULTAT AF ORDINÆR DRIFTSVIRKSOMHED (- = OVERSKUD)	-4.174	-6.229	-3.231
ANLÆGSUDGIFTER	4.910	4.934	5.588
RESULTAT I ALT (- = OVERSKUD)	736	-1.295	2.357

RESULTATDISPONERING

(1.000 KR.)	REGNSKAB 2012	BUDGET 2012	REGNSKAB 2011
TIL RAMMESTYRING VIA EGENKAPITAL	-2.003	-1.850	-528
TIL EGENKAPITAL	2.739	555	2.885
RESULTAT I ALT (- = OVERSKUD)	736	-1.295	2.357

BALANCE

AKTIVER

(1.000 KR.)	ULTIMO 2012	ULTIMO 2011
MATERIELLE ANLÆGSAKTIVER		
GRUNDE OG BYGNINGER	52.941	55.354
TEKNISKE ANLÆG M.V.	9.508	13.974
INVENTAR MV.	69	275
ANLÆG UNDER UDFØRELSE	0	0
IMMATERIELLE ANLÆGSAKTIVER		
IMMATERIELLE ANLÆGSAKTIVER	3.842	2.954
ANLÆG UNDER UDFØRELSE	990	219
MATERIELLE/IMMATERIELLE ANLÆGSAKTIVER I ALT	67.350	72.776
FINANSIELLE ANLÆGSAKTIVER	57.416	13.619
ANLÆGSAKTIVER I ALT	124.766	86.395
OMSÆTNINGSAKTIVER		
TILGODEHAVENDER	92.875	73.336
LIKVIDE BEHOLDNINGER	79.653	97.544
OMSÆTNINGSAKTIVER I ALT	172.528	170.880
AKTIVER I ALT	297.294	257.275

PASSIVER

(1.000 KR.)	ULTIMO 2012	ULTIMO 2011
EGENKAPITAL	8.389	47.830
HENSATTE FORPLIGTIGELSER	244.355	153.616
LANGFRISTEDE GÆLDSFORPLIGTIGELSER	7.952	11.616
KORTFRISTEDE GÆLDSFORPLIGTIGELSER	36.598	44.213
PASSIVER I ALT	297.294	257.275





✱
LÆS HELE ÅRSREGNSKABET PÅ
WWW.FYNBUS.DK/DWN8645.PDF

FREM MOD 2013

I 2013 vil FynBus fortsætte med at have fokus på kunderne, kvalitet og markedsføring. Dialog, involvering og samarbejde vil stadigvæk være det værktøj, som skal styrke den kollektive trafik på Fyn.

På bussiden vil FynBus fortsat have øget fokus på kapaciteten, idet den massive passagerfremgang ikke må tabes på gulvet på grund af overfyldte busser. FynBus ønsker stadigvæk flere passagerer i busserne, men det skal også sikres, at der rent faktisk er plads til dem. Derfor vil der fra starten af 2013 blive iværksat initiativer, der med chaufførernes hjælp gør det muligt nøje at følge antallet af passagerer på de enkelte afgang, så der kan reageres hurtigt, hvis pladsen bliver for trang.

Markedsføringsmæssigt fortsætter FynBus sin målrettede indsats overfor de eksisterende kunder, hvor de bliver vejledt, rådgivet og spurgt til råds.

Nye potentielle kunder er også fortsat i søgelyset, og FynBus besøger i løbet af året 20 byer på Fyn og øer med henblik på at sprede kendskabet til FynBus' produkter og løsninger. Parallelt hermed fokuserer FynBus på passagerer fra de fynske ungdomsudannelser, samt gruppen af ældre medborgere, der kan spare mange penge ved at lade bilen stå og tage bussen, når de skal ud og hjem.

Arbejdet med en ny og mere kundevenlig hjemmeside er også på tegnebrættet. Her skal kunderne nemt og hurtigt guides hen til det sted, hvor de finder den information, de søger.

FynBus forventer ligeledes at kunne præsentere et nyt fælles telekørselskoncept for kommunerne, der dækker hele Fyn, så det bliver nemmere for borgerne at bruge den kollektive trafik, også i de tyndt befolkede områder, hvor de almindelige busser ikke kører så ofte.

Endelig er det i 2013, at arbejdet med udarbejdelsen af en ny trafikplan for hele FynBus' område går i gang. Planen skal lægge sporene for udviklingen af den kollektive trafik på Fyn i årene 2014-2017.

Det overordnede mål for 2013 er at fortsætte den positive udvikling og den passagerfremgang, som 2012 bød på. 2012 har lagt nogle streger for, hvor FynBus vil hen, og dem fortsætter man med at følge. Målet er fortsat en samlet passagervækst på 15 % for årene 2012-2015, og FynBus er godt på vej.

