



# MARKEDSPLAN 2024



Dette dokumentet er en markeds-plan for Vy Buss og Telemark Fylkeskommunes markedsføring av Farte i 2024.

Markedsplanen redegjør for de viktigste markedsaktivitetene som skal gjennomføres i 2024, samt hvilke analyser og strategiske valg som ligger bak disse aktivitetene.

## DE STRATEGISKE MÅLENE FOR MARKEDSFØRINGEN AV FARTE I 2024 ER Å:

1. Merkevaren Farte skal ha høy synlighet og vi skal bygge et sterkt og godt omdømme. Farte skal være aktive og godt likt i lokalsamfunnet
2. Øke antall reisende fra 5,0 millioner (2023) til 5,1 millioner (2024)
3. Forsterke kjennskap til og kunnskap om Fartes tilbud og fortrinn hos folk flest i vår region.
4. Presentere Farte som et effektivt, rimelig, behagelig og miljøvennlig kollektivtilbud for de reisende. Øke billettsalget via ny App.





## BAKGRUNN

- Telemark Fylkeskommune blir eget fylke igjen fra 1.1. 2024. Da er tiden sammen med Vestfold Fylkeskommune over.
- Den nye fylkeskommunen er ansvarlig for lokal kollektivtransport og skoleskyss i fylket.
- Vekst i antall reisende, med unntak av 2020 og 2021 pga pandemi.
- Stigende passasjertall i 2022 og 2023.
- Kollektivtilbudet i Grenland er enkelt og oversiktlig, det har høy frekvens og prisen er gunstig sammenlignet med andre byer.
- Like så viktig for markedskommunikasjonen er å være bevisst på de største utfordringene for kollektivtilbudet i Grenland:



## UTFORDRINGER

- På enkelte delstrekninger er belegget svakt sammenlignet med tilbudet.
- Punktligheten er forbedret etter målrettet arbeid. Ulike veiprosjekter- og stengninger gjør det imidlertid utfordrende å holde jevn god punktlighet.
- Mangel på egne bussfiler, gjør det viktig for Farte å være en pådriver for å redusere biltrafikken i fylket. Bussene står for mye i bilkø. Det er utfordrende for punktligheten og miljøet.
- Mange av de som pendler med bil til byene i fylket har også fortsatt fri parkeringsplass. Slik er det ikke i de største byene i Norge.
- Bussen går ikke der jeg bor  
– Nye Flexilinjer kommer.
- Mangler leskur/venterom – Investeringsplaner knyttet til nye og forbedrede holdeplasser.
- Bussene kommer ikke frem  
– Investeringsplaner i bussvennlige lyskryss som skal gi bussene fortrinn.
- Treg billettering – Nytt system er underveis



## STRATEGISKE FØRINGER

Et hovedmål i Bypakke Grenland er at veksten i persontransporten skal tas med kollektivtransport, sykling og gange, omtalt som nullvekstmål for biltrafikk.

Det er bred faglig enighet om at det trengs samordnet virkemiddelbruk for å oppnå målet. Effekten av en offensiv kollektivsatsing blir best når den kombineres med restriktiv bilpolitikk og forfettingsstrategi. Dette er også den økonomisk mest fordelaktige måten å innfri målet på. 2024 vil videre skjebne for Bypakke Grenland og statlige belønningsavtale avgjøres. Utfallet av dette vil ha konsekvenser for kollektivsatsninga i regionen fra 2025 og framover.

Belønningsordningen har gitt lave billettpriser og flere bussavganger over mange år i Grenland, og utgjør ca 1/3 av dagens driftsfinansiering.

2024 er også siste hele året hvor Vy buss har hovedansvaret for markedsføringa av busstilbudet i Telemark, da bussanbud som starter juli 2025 legger opp til at oppdragsgiver overtar inntekts- marked- og kundeansvaret. Slik det er i alle andre fylker. I tiden fram mot nytt anbud vil det legges strategiske planer i forkant av en slik overtakelse.

Vi har noen strategier fra tidligere som ATP Grenland og Busstrategien for Grenland (2015-25) som fortsatt er gjeldende

Den nye busstrafikkplanen (mai 2023) utarbeidet av Strategisk Ruteplan AS er grunnlag til nytt anbud, og gir oss noen oppdaterte føringer for markedsarbeidet .

Her er benyttet metoden markedsorientert tilbudsutvikling og målet er å oppnå markedsuksess, målt i flere kunder og økt markedsandel.

Det er sett på styrker og svakheter (SWOT) ved dagens tilbud som grunnlag for markedsarbeidet. Analyser viser at markedsdekningen (flatedekningen) i tilbudet er høy.

Det er få innbyggere som ikke har et kollektivtilbud i umiddelbar nærhet av bosted eller arbeidsplass. Markedsaktiviteter neste år skjeler mot styrkene i dagens tilbud som beskrevet nedenfor.

STYRKER	SVAKHETER
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kjent konsept og merkevare som har lagt fast over tid: M-linjer, gule busser, farte.no</li> <li>• Lave priser, blant de laveste i landet</li> <li>• Høy frekvens på M og P- linjer</li> <li>• Høy KTI (Kundetifredshetsindeks)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavt belegg på noen avganger, linjer og delstrekninger</li> <li>• Svak punktlighet og mye forsinkelser pga. bilkø</li> <li>• Kollektivprioritering og generelt lite utbredt (kun Vadbakken og Bratsberg brygge)</li> <li>• Treg billettering</li> <li>• Manglende prioritering av kollektivtrafikk ved målkonflikter</li> </ul>
MULIGHETER	TRUSLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stort politisk engasjement</li> <li>• Innføring av bilrestriktive tiltak</li> <li>• Kollektivprioritering</li> <li>• Høyere arealutnyttelse langs kollektivaksene</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bortfall av belønningsmidler</li> <li>• At bypakken ikke blir videreført</li> <li>• Manglende vilje til bilrestriktive tiltak</li> <li>• Manglende koordinering innenfor ATP</li> <li>• "Feil" lokalisering av skoler og arbeidsplasser</li> </ul>



# NY BUSSTRAFIKKPLAN ER GRUNNLAGET FOR NYTT ANBUD FRA SOMMEREN 2025

## Busstrafikkplan Grenland

**Utredning av styrket rutetilbud som grunnlag forutlysning av ny busskontrakt gjeldende fra 1.7. 2025.**

### Innledning

Det er en forestående anbudsutlysning i Grenland, som gjelder rutegående busstrafikk i kommunene Bamble, Porsgrunn, Skien og Siljan. Dagens kontrakt med Vy Buss AS utløper i juni 2025. Ny kontrakt planlegges lyst ut og tildelt høsten 2023.

I forkant av utlysningen vurderte Vestfold og Telemark fylkeskommune (heretter forkortet VTFK) at det var behov for å foreta en gjennomgang og kvalitetssikring av rutetilbudet med hensyn til om dette svarer på markedets behov, samt få innspill om tilgrensende forhold, bl.a. infrastruktur, bussmateriell og anskaffelsesstrategi. Busstrafikkplanen svarer på denne bestillingen.

Arbeidet har vært organisert som et prosjekt i VTFK, med faglig og prosessuell bistand fra Strategisk Ruteplan AS. Konsulenten er anskaffet etter en utlysning fra VTFK nr. 83 – 2022 publisert 15.11.2022 angående anskaffelse av konsulentbistand for utarbeidelse av trafikkplan for lokal kollektivtrafikk i Grenland. Busstrafikkplanen som her legges fram er konsulentens anbefaling.

### Metode

Innenfor kollektivtransportplanlegging i by legges det til grunn metoden om markedsorientert tilbudsutvikling;

Målet er å oppnå markedssuksess, målt i flere kunder og økt markedsandel. For å oppnå dette, er det vesentlig at trafikktilbudet utvikles med utgangspunkt i kunde- og markedets behovene, gjennom å svare på disse på best mulig måte. Markedsanalyser er derfor høyt prioritert i trafikkplanen. Stegene i metoden er som følger:

Infrastruktur bygger opp under trafikktilbudet, enten ved at tiltak er forutsetninger for etablering av nytt tilbud (eksempelvis en ny snuplass) eller at tiltakene forsterker de positive effektene av tilbudet (eksempelvis et fremkommelighetstiltak). Utvikling av infrastrukturtiltak er ikke kjernen i dette prosjektet. Generelt vil man være forsiktig med å anbefale rutetilbud som krever ny infrastruktur, fordi den nye busskontrakten har en fastsatt startdato .

Tilstrekkelig økonomisk ramme er en annen viktig premisse for å oppnå markedssuksess, men kommer lengre ut i kjeden. En føring for busstrafikkplanen er å optimalisere tilbudet innenfor eksisterende ressursinnsats, og presentere tiltak som skalerbare gitt endret finansiering.

forts. —>

## Samordnet virkemiddelbruk for å innfri nullvekstmålet

Et hovedmål i Bypakke Grenland er at veksten i persontransporten skal tas med kollektivtransport, sykling og gange. Dette blir også omtalt som nullvekstmål for biltrafikk. For nærmere informasjon, se [www.bypakka.no](http://www.bypakka.no).

Det er bred faglig enighet om at det trengs samordnet virkemiddelbruk for å oppnå målet. Effekten av en offensiv kollektivsatsing blir best når den kombineres med restriktiv bilpolitikk og fortettingsstrategi. Dette er også den økonomisk mest fordelaktige måten å innfri målet på.

Grenland har over de siste årene gjennomført en offensiv kollektivsatsing, organisert gjennom bypakka, med ekstern finansiering via belønningsordningen. Busstilbudet framstår som frekvent og kapasitetssterkt, med landets laveste prisnivå. Vurderingen er at tilbudet kan betjene et større passasjervolum enn dagens. Til tross for dette er kollektivtrafikkens markedsandel kun 5 %, mot det nasjonale gjennomsnittet på 11 % (RVU 2018/19).

Busstrafikkplanen foreslår optimalisering av dagens tilbud for å treffe behovene bedre. Det estimeres at tiltakene vil lede til passasjerøkning, men ikke på det nivået som skal til for å innfri nullvekstmålet alene. Det trengs supplerende tiltak. Dette går også fram av den overordnede analysen av transportsystemet i Grenland fra 2021:

**«Tilretteleggingstiltak for gange, sykkel og kollektivtransport er isolert sett ikke tilstrekkelig for å få en overgang fra personbil til andre transportformer.»**

*Kilde: Transportsystemet i Grenland. Påvirkningsfaktorer, måloppnåelse og innsatsområder framover, Norconsult 2021.*

Arbeidsreiser er en opplagt målgruppe for kollektivtrafikken. Slike reiser er ofte faste og forutsigbare, på tidspunkter av døgnet når trengselen i veinettet er størst. Konkurrenten er personbil. Transportøkonomisk Institutt uttrykker utfordringen slik:

**«Det er fire ganger så stor sannsynlighet for at man tar bil til jobben hvis man har både god og gratis tilgang til arbeidsplassparkering, enn om man ikke har plass.»**

*Kilde: Transportøkonomisk institutt 2016.*

Det er et krevende utgangspunkt for kollektivsatsingen at Grenland fører en lite restriktiv parkeringspolitikk, sammenlignet med de andre store byområdene: I RVU svarer 9 av 10 at de har tilgang på p-plass hos arbeidsgiver, og for 8 av 10 er denne p-plassen stilt gratis til disposisjon (kilde: Statens vegvesen Reisevaneundersøkelse 2013/2014). Samtidig sier dette noe om potensialet som innenfor restriktive tiltak for bil.

# MÅL FOR MARKEDSARBEIDET I 2024

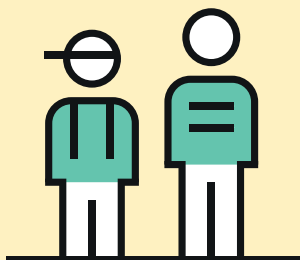
## 5,1 MILL. REISENDE

***Vi er tilnærmet tilbake på 2019-nivå i passasjertallene for buss i fylket, til tross for at biltrafikken er økende. Ca 5 millioner passasjerer i Grenland totalt for 2023, og i underkant av 1 mill i resten av Telemark. Det betyr passasjerene er tilbake, selv om framkommighetsutfordringen fortsatt er store i byene våre.***

Flere bruker bilen mer som gjør at markedsandelen for kollektiv holder seg relativt lavt (5%). Vi jobber for å øke markedsandelen og attraktiviteten til kollektivtilbudet, og markedsarbeidet har som mål å underbygge det.

Arbeidsreisenes valg av transportform er svært viktig for Fartes markedsarbeid. Mye av ruteopplegget er lagt opp for denne målgruppa, til de store skole - og arbeidsplassene. Vi kan ikke påvirke bilrestriktive tiltak og infrastruktur direkte for å øke bussenes attraktivitet på daglige reiser, men gjennom prosjektet FUS vil Farte være en viktig bidragsyter. FUS er bedriftssatsninga for Bypakke Grenland og fylkeskommunen og Farte er en naturlig samarbeidspartner.

I 2024 vil FUS prosjektet skyte fart med ansettelse av prosjektleder og avtaler med store arbeidsplasser.







## DIGITALT SALG

Det er fortsatt et uforløst potensiale knyttet til digitalt salg. Det går derimot i riktig retning.

Målet er fortsatt å få flere over på våre digitale salgsflater, helst farte-app, og hvis vi får en ny app i løpet av 2024, som er målet med billettkjøp, og reiseplanlegger i en løsning, bør vi kunne øke andelen ytterligere.

Vi vil fortsette strategien med å differensiere på pris på billetter kjøpt før turen vs billetter kjøpt/fylt på hos sjåføren.

Det vil også ha betydning for bussens punktlighet og attraktivitet.

### BILLETTSALGET FORDELTE SEG SLIK PÅ DISSE ULIKE SALGSKANALENE I PERIODEN 2019-NOV.

ÅR	Betalings-terminal på buss (kort)	Farte-app	Salgskontor (Narvesen og kundesenter Rabben)	Kontant på buss	Nettbutikk farte.no	Entur/Vy
2023 (pr nov)	43%	40%	5%	6%	3%	3%
2022	43%	40%	7%	6%	3%	1%
2021	36%	40%	12%	3%	5%	1%
2020	55%	19%	10%	8%	5%	-
2019	63%	5%	8%	21%	3%	-



## POLITISK PÅVIRKNING

Juni 2023 vedtok politikerne i Skien, Porsgrunn og Siljan å forberede en Bypakke Grenland fase 2 – med muligheter for videreføring av Bypakke Grenland. Viktige politiske avgjørelser tas i løpet av 2024 og utfallet av denne prosessen vil påvirke kollektivsatsninga i Grenland de nærmeste årene.





## MERKEVAREBYGGING

**Farte begynner å bli en godt innarbeidet merkevare i vår region. Synlige gule busser og konsistent markedsføring, har gjort Farte til en viktig del av folks hverdagsliv.**

Farte skal bygge et sterkt positivt omdømme og må fortsette å forsterkes som en attraktiv merkevare.

Et sentralt element i merkevarebygging er kjennskap til og kunnskap om tilbudet og fortrinn med dette. Merkekjennskap styrer kunders valg og vurderinger. Sterke merkevarer har god kjennskap i relevante behovssituasjoner, i tillegg til høy kategoribasert kjennskap (persontransport).

Farte er en merkevare i sin region med sterke, og i hovedsak positive og konsistente assosiasjoner. Kjerneleveransen til Farte oppleves som positiv av brukerne.

Prisene oppleves som fornuftige, og spesielt periodebillettene er attraktive og blir positivt mottatt blant brukerne.

***Du reiser billig med buss i vårt fylke, sammenlignet med resten av Norge.***



Det er en positiv holdning til merkenavnet Farte blant kollektivreisende, og navnet oppleves som beskrivende for hvilke tjenester som leveres. Navnet er kort og enkelt, positivt ladet, signaliserer effektivitet og er lett å huske.

**Vi gjennomfører månedlige passasjermålinger blant de reisende også i 2024.**

Dette gir oss tilbakemeldinger hver måned knyttet til bl.a. punktlighet, service, kjørestil og renhold av bussene. Denne informasjon kan også anvendes som intern motivasjon og til interne forbedringstiltak.



### Posisjoneringsuttrykk

Vi skal i 2024 fortsette å kommunisere:

**– “de smarte velger gult”.**

Innholdet i dette uttrykket bygger på:

– De smarte sparer penger, reiser trygt, og sparer miljøet. Farte er et smart valg.

Dette uttrykket begynner å bli noe folk forbinder med Farte som selskap. Det er vanskelig å være uenig i at det er bedre både for miljøet og lommeboka å bruke Farte i stedet for egen bil.



## MERKEVAREBYGGING

*Den ideelle leverandøren av kollektivtransport i Fartes markedsområde kjennetegnes av følgende assosiasjoner og det er de vi skal bygge under gjennom ulike tiltak i 2024.*

- Presis/punktlig
- Hyppige avganger
- Godt totaltilbud
- Enkelt og effektivt
- Billig
- Hyggelige sjåførere
- God plass/komfortabelt
- Miljøvennlig





## KOMMUNIKASJONSKANALER

Farte synliggjør sine budskap gjennom et bredt utvalg av mediekkanaler.

Vi bruker en mediemiks som er tilpasset de målgruppene vi skal nå.

Mediemiksen er programmatisk (målgrupperettede) annonser i de digitale utgavene av de sentrale avisene i regionen (TA, PD og Varden), og Schibsteds annonsenettverk vil være de største kanalene i 2024, sammen med Facebook, Snap og Instagram. Vi vil også bruke egne flater, PR, bussback og annen utendørsreklame.

I hele 2024 vil vi også være synlige på Kino i Grenland gjennom Capa kinoreklame.

Nytt for 2024 vil bla. være en serie med Content artikler med busspassasjerer som vil fortelle sin historie om sin busshverdag. Content artikler vil også bli brukt for å synliggjøre samarbeidende bedrifter i FUS prosjektet.

Vi har også en del samarbeidsprosjekter med Radio Grenland og det vil vi videreutvikle.

Vi skal fortsette å bruke mediene til å spre budskap når anledningen byr seg (PR-tiltak), og vi skal ha en proaktiv dialog med interessegrupper og politikere som påvirker rammebetingelsene for Fartes virksomhet.



## NYTT PROSJEKT– **FUS** – er lansert for å få til et nærmere samarbeid med større arbeidsplasser

Vi har gjennom 2023 rekruttert 10 -15 større arbeidsplasser i Skien og Porsgrunn så langt.

Målet er å redusere bilbruken på jobbreiser, og målbare tall blir bestemt for å se om vi lykkes. Denne jobben med å gjøre FUS større starter for alvor i 2024. Prosjektleder ansettes og flere arbeidsplasser rekrutteres.

Her er naturlig at FARTE involveres gjennom virkemidler buss, bysykkel og premier og synlig innholdsmarkedsføring.

## DETTE ER FUS BEDRIFT

– fordeler til bedrifter som tør å la sine ansatte ta kloke valg

### Reisen til og fra jobb er en del av det grønne skiftet

Fus bedrift er et fordelsprogram for bedrifter, som gir ansatte tilgang til tjenester som vil gjøre det enklere og mer motiverende å velge og gå, sykle eller ta bussen i reiser til og fra jobb. Skal Grenland nå nullvekst i utslipp av klimagasser må biltrafikken ned! Hva er vel mer naturlig enn å gjøre det gjennom å gi de ansatte fordeler?



### Fus bedrift bygger omdømme

Godene de ansatte får ta del i fører samtidig til at virksomheten bidrar i å redusere lokale klimautslipp i Grenland. En vinn-vinn som bedriften kan være stolt av å bidra til.

### Ikke alt handler om trening

Ikke alle trenger å ta turen til jobb som en treningsøkt. Derfor handler Fus bedrift om å legge til rette og vise muligheter for en god start og avslutning på dagen med bevegelse – ikke trening.

Å kjøpe en el-sykkel er dyrt, men leasing kan være et realistisk alternativ for mange. En rolig spasertur til bussholdeplassen i frisk luft er også en fin start og avslutning på dagen dersom holdeplassen ikke er så langt unna.



# HANDLINGSPLAN FOR 2024

I forkant av hver enkelt markedsaktivitet skal vi definere tydelige målgrupper. På generelt grunnlag kan vi si at alle mennesker i Telemark fylke er vår målgruppe.

Vi markedsfører imidlertid ikke mot alle i en og samme kampanje, men prioriterer kommunikasjonen mot segmenter som: Barnefamilier, ungdom, skolelever, studenter, familier, voksne, pensjonister, fritidsreisende og jobbreisende.

Vi vil også rette en innsats inn mot potensielle FUS bedrifter, gjennom å inspirere de gjennom å vise andre som har gjort dette kloke valget. Smarte bedrifter blir FUS bedrifter i 2024.

Lansering av ny APP vil markedsføres på det tidspunktet den er klar i 2024. Vi vil også markedsføre enkeltruter, hvor vi ønsker oss større belegg.

## MARKEDSTILTAK I FØRSTE KVARTAL 2024 (jan-mars)

### Målgruppe jobbreisende:

Det er «dyrtid» og folk må spare penger – En god mulighet til å få folk til å endre sine reisevaner pga. økonomi. Busspendling billigere enn bil nr 2?

Markedsføre konkrete reisestrekninger og ruter: De mest attraktive pendlerrutene skal synliggjøres.

### Målgruppe de som pendler av og til:

Markedsføre de ulike billettypene vi kan tilby med priseksempel

### Målgruppe fritidsreisende:

Markedsføre bypåske, og aktivitetsmuligheter i påska både til fjells og til sjøs.

### Målgruppe studenter og voksne utenfor Grenland:

Telemark utenfor Grenland-kampanje. Markedsføre det lokale tilbudet i distriktet.

## MARKEDSTILTAK I ANDRE KVARTAL 2024 (april-juni)

### Målgruppe voksne miljøbevisste:

Trekke frem biogass, el-busser og verdien for miljøet. Møt våren med renere luft !

### Målgruppe nye bussreisende/skape prøving:

Vi kommer til å knytte kjennskap til «ruta mi» gjennom 2024. Målet kan være å bevisstgjøre lokalt om hvor ofte, hvor ruta går, og hvor enkelt det er å velge buss /at det faktisk er et reelt alternativ osv.

### Målgruppe potensielle FUS bedrifter/ jobbreisende

FUS-content artikler med bedrifter som er med på laget

### Målgruppe barnefamilier

17. mai-kampanje

### Målgruppe ungdom og voksne

Ta bussen til neste hjemmekamp. Vise supportere på vei til ODD kamp.

### Målgruppe skolebarn

Trafikksikkerhet/glattkjøringsaktivitet



# HANDLINGSPLAN FOR 2024

## MARKEDSTILTAK I TREDJE KVARTAL 2024 (juli-sept)

### Målgruppe barnefamilier og de som er hjemmeferierende i sommer

Sommerruter og somertilbud i samarbeid med Visit Telemark. Farte-samarbeid med festivaler i Grenland og Telemark. Her vil særlig nattbussen få mye oppmerksomhet.

### Målgruppe studenter

Velkommen til nytt skole- og studieår.

Skolestart – Takk for at du ikke sniker/  
øke andelen betalende

## MARKEDSTILTAK I FJERDE KVARTAL 2024 (okt-des)

### Målgruppe voksne/fritidsreisende:

Nattbuskampanje i julebordstida.  
Den trygge veien hjem.

Kampanje som spiller på miljøgevinsten ved å  
reise kollektivt.

### Målgruppe Voksne fritidsreisende:

Førjulstrivsel. Ta bussen til julehandel

### Målgruppe alle:

Juleruter  
Nye ruter fra nyttår



## VI SKAL I 2024 også markedsføre tilbudet og mulighetene som ligger i korrespondanse opp mot regionrute1 (R1)

Dette gjelder korrespondanser ved Seljord, Bø, Gvarv, Ulefoss og Skien, og som treffer reisende til/fra Vest-Telemark, Notodden, Midt-Telemark og Grenland.

Her blir også tilbudet med lokalbuss og tog på Bø stasjon viktig.

Det samme med korresponderende busser på Seljord knutepunkt.

Info til skoleelever og foreldrene gjennom skolens kanaler.  
Viktig å få de til å bruke **farte.no/sanntid**

### **Andre eksempler er lokalbusser som korresponderer på:**

#### **TANGEN/KRAGERØ OG SKJELSVIK**

i korrespondanse med ekspressbuss på E-18

#### **NOTODDEN**

i korrespondanse med linje 185 fra Rjukan og Vy ekspress fra/til Kongsberg/Oslo.

#### **Haukeliekspressen**

Korresponderende lokalbusser på Notodden og Seljord knutepunkt.

 farte.no

– de smarte velger gult

