



Operatør- og partnerforum i Ruter 15.12.22

Møtereferat

Dato	15.12.2022
Tid	0900–11.00
Sted	Ruter S/Teams
Deltakere fra operatører og samarbeidspartnere	Deltakere fra Ruter
Per Nilsen	Bernt Reitan Jenssen
Jan Volsdal	Ellen Marie Rogde
Bent Kjersem-Drageset	Rune Pedersen
Kjell Knarbakk	Marit Leite
Cato Hellesjø	Bjørn Auglend
Jan Egil Meling	Snorre Lægran
Per Magne Mathisen	Marit Westvig
Birte Sjule	Sjur Brenden
Margrete Hansen	Gro Jansborg
Marianne Vik	Gøran Eriksen
Kjetil Førsvoll	Eva Rotheim
Jon Kristian Fadnes	Kjetil Sundet
Heidi Wolden	Øyvind Berge
Cato Andre Asperud	Johan Gjærum
Elisabeth Tune	Henrik Steinshamn
Torgeir Kristiansen	Cato Holter
Morten Frode Sandberg	Endre Angelvik
Eivind Nikolaysen	Terje Storhaug
Ina Helen Vestby Østby	Zita Asdal
	Caroline Weiss Richter
	Sigrid Dahl



Sak	Oppsummering	Underlag
1	<p>Generell status v/Bernt Reitan Jenssen</p> <ul style="list-style-type: none">• Fortsatt lav reiseaktivitet utover høsten, men kollektivt fortsetter veksten. Vi ser at vi er i ferd med å komme tilbake til normalsituasjonen, dvs. at tilbudet vårt rekrutterer nye passasjerer. Elbilister er imidlertid krevende kunder å få tilbake.• Kollektive arbeidsreiser på sitt høyeste nivå, mens smittefrykten går litt opp. Reisevanene i vesentlighet ikke endret av pandemien.• Har hatt god kontroll på innsikt i kundeatferd både under og etter pandemien.• Hjemmekontor endrer etterspørselsbildet vårt, og vi må nok forberede oss på at mange av endringene er varige. Kommer til å mangle inntekter ift. opprinnelig base, men eierne har tatt ansvar og løst det. Den store utfordringen kommer i 2024.	PPT
2	<p>Tilbudsstrategien v/Johan Gjærum</p> <ul style="list-style-type: none">• Tilbudsstrategien skal tydeliggjøre og støtte opp om Ruters målbilde. Beskriver Ruters langsiktige strategiske retning fremover. Har gått fra fireårige strategiplaner til å jobbe med strategi kontinuerlig. Ting endrer seg raskt, og vi tar beslutninger raskt.• Tilbudsstrategien handler om hvordan Ruter skal tilby kundene attraktive tjenester. Må tenke grensesnitt ut over vår region. Tilpasning til kunden og integrering av et bredere sett tjenester. For å komme dit må vi gå flere steg og kontinuerlig vurdere hvordan vi kan bidra til større samfunnsnytte.• Strategi for mobilitetstilbudet tilgjengeliggjøres i løpet av kort tid (1-2 uker). Hakket mer konkret enn tilbudsstrategien, og mer konkret for det eksisterende tilbudet. <p>Tilbakemelding fra deltaker: Vi har ventet på en konkretisering av hva målbildet faktisk betyr. Håper vi vil bli involvert. Da er det lettere for oss å jobbe med våre strategier og å unngå dobbeltarbeid.</p>	
3	<p>Bussjåførenes rolle i kundeopplevelsen v/Therese Jacobsen</p> <ul style="list-style-type: none">• Bussførerne har en viktig rolle i den totale kundeopplevelsen. Har benyttet tjenstedesignmetodikk for å komme fram til løsninger som skal skape verdier for både bussjåførene, operatørene og kundene.• Signaturen «Hode, hjerte, hender» skal gi bedre forståelse for kundene våre, og Ruters verdier. Hodet betegner kunnskap, hjertet betegner det menneskelige og empatiske, og hender betegner å trene, erfare og bli trygg på de vanskelige situasjonene.• Har utviklet opplæringspakken Samspill, som er en Ruter-opplæring mot en helhetlig kundeopplevelse. Opplæringspakken består av et introduksjonskurs, digital læring og dilemmaspill. Har fått positive tilbakemeldinger.	PPT



	Plan for implementering ute hos bussjåførene i 2023.	
4	<p>BB4A: Hva har operatørene gjort siden sist? (Etterfølger fra Mind the Gap)</p> <p>4.1. Sporveien infrastruktur v/Yasin Ismail og Birger Bråthen</p> <ul style="list-style-type: none">• Mind the Gap inspirerte til økt brukerinvolvering. Involverte bl.a. en kunde som hadde skrevet leserinnlegg om egenopplevde barrierer som rullestolbruker på T-banen. Etter en felles befarings med kunden på Brynseng stasjon ble det gjort konkrete utbedringer knyttet til avstand til plattform og høyde på plattform.• Sporveien vil steppe opp aktiviteten knyttet til UU de neste årene. Tiltakene er delt inn i de fire hoveddelene belysning, informasjon, avstand tog og plattform samt tilgjengelighet. Tar med brukergruppene ut. Testet bl.a. også Carl Berner som stasjon.• Det er samlet inn mye data knyttet til stasjonene, både når det gjelder adkomst og forhold knyttet til selve T-banestasjonene. Har valgt ut en prioriteringsliste for de neste årene. Veien videre omfatter blant annet en kartlegging av alle T-banestasjoner. Samarbeid med Ruter. <p>4.2. Nobina v/Jan Volsdal</p> <ul style="list-style-type: none">• Nobinas kundeløfte skal rulles ut i versjon 2.0. i 2023. Kundeløftet innebærer at kunden skal føle seg velkommen og trygg, få informasjon, og kunne stole på at en reiser bærekraftig. Mobiliserende og kundeorienterende.• Har gjort mye etter Mind the Gap. Dette omfatter blant annet at rullestolrampen nå inngår som et ekstra sjekkpunkt til sikkerhetskontrollen.• Kompetanse og kultur er også en stor del av dette, og vi så at vi har en erfaringsbase på Nesodden som vi ikke utnyttet godt nok før Mind the Gap. Nesodden er i en særstilling pga. Sunnaas sykehus, og her henter vi mye erfaring.	PPT
5	<p>Eventuelt</p> <p>5.1. Hjelp til Ukraina v/Bernt Reitan Jensen</p> <p>Den ukrainske ambassaden har tatt kontakt med byrådsleder for å se om vi kan hjelpe med materiell, spesifikt strømaggregater og busser. Mange busser har gått tapt, og dette gjelder særlig busser som egner seg til skolekjøring. Vi har sett på busser som ruller i kontrakter, og vil se om det finnes mulighet for et spleiselag for busser som kunne egne seg til dette. Oppfordrer til å se etter muligheter for å bidra.</p> <p>5.2. Møtedatoer for 2023</p>	



- Torsdag 2. mars
- Torsdag 25. mai
- Torsdag 14. september
- Torsdag 7. desember

Takker avslutningsvis for et spennende og krevende år, og ser fram til et spennende 2023.
God julefeiring!