

A photograph of people on a train. In the foreground, a woman with curly hair, wearing an orange cardigan and a red and black striped scarf, is smiling and looking to the right. In the background, a man with glasses and a beard, wearing a blue shirt, is looking forward. To the left, an older woman with grey hair, wearing a pink jacket, is also smiling. They are all standing near a silver metal pole of the train.

# Verksamhetsplan 2020–2023

**Skånetrafiken**

# Innehåll

Förord .....	5
Vårt uppdrag .....	6
Den röda tråden .....	9
Vision, varumärke, värderingar .....	10
Våra värderingar .....	12
Trender och omvärld .....	14
Övergripande mål .....	17
Vår marknadsandel och marknadens utveckling .....	18
Kundupplevelsen för nöjdare kunder .....	21
SWOT .....	22
Strategier .....	24
Mål 2020 .....	30
Så möter vi efterfrågan .....	34
Våra produkter .....	36
Så skapar vi en enklare resa .....	42
Våra priser och vår prismodell .....	43
Kanaler för försäljning och service .....	45
Ekonomiska förutsättningar .....	46
Vår organisation .....	48
Aktiviteter .....	50

## Tillsammans ger vi Skåne skjuts!

Du läser Skånetrafikens verksamhetsplan. Den visar vad som är viktigast för våra kunder och därmed för oss som arbetar på Skånetrafiken. Under det senaste året har vi arbetat med frågan: Vad är viktigast för Skånetrafiken och vad driver oss som organisation? Vi har landat i tre ord: **Världens bästa resa.** För våra kunder. För Skåne. För klimatet.

Hur är världens bästa resa? För det första är den i tid. Att kunna lita på att man kommer fram i tid vet vi är den viktigaste frågan för våra kunders nöjdhet. Därför gör vi i grunden om vår affärsmodell och vårt sätt att planera trafik, med utgångspunkt i punktlighet när flest reser. Vi kan redan se en ökning av punktligheten för både buss och tåg under 2019.

Världens bästa resa innebär också ett attraktivt erbjudande. Genom att anpassa utbud efter behov, hitta smarta mobilitetslösningar och utveckla nya och flexibla resesätt i de delar av Skåne där resandunderlaget är mindre, skapar vi både attraktivitet och effektivitet. Innovation av produkter, tjänster och hållplatser tillsammans med våra leverantörer leder också till en kollektivtrafik att räkna med.

Det tredje som präglar världens bästa resa är mervärde. Med det menar vi att det ska vara enkelt att söka resa och köpa biljett. Att resa med oss ska kännas som väl använd tid, oavsett om man vill vara uppkopplad eller avkopplad. Händer det något oplanerat under resan ska våra kunder alltid få en enastående service. Framförallt ska vår information överträffa alla förväntningar i snabbhet så att kunden alltid kan ta egna beslut om sin resa.

Att jobba på Skånetrafiken ska också vara världens bästa resa. Insikten om att vi påverkar många människors vardag skapar ett stort engagemang inom organisationen. Vi bidrar till att vardagspusslet fungerar, vi kopplar ihop arbete, studier och fritid, och inte minst står vi för det mest hållbara sättet att resa på i vår region. Helt fossilbränslefritt. Genom medarbetare som vågar prova nytt och sätta kunden i fokus. Med medarbetare som växer med uppgiften växer också Skånetrafiken. Det är alla "Skånetrafikare" som är vår viktigaste tillgång.

Vi brinner för vårt uppdrag: Vi vill tillsammans skapa berättelsen om det smarta hållbara resandet. Där samtalsämnet inte längre är den senaste bilmodellen, utan min busslinje, den trevliga kundvärden som förgyllde min morgon eller att man alltid kommer fram i tid med Skånetrafiken. Så får vi ännu fler att vilja resa med oss.

Världens bästa resa!



Linus Eriksson,  
trafikdirektör Skånetrafiken

A photograph of two women in profile, facing each other and smiling. The woman on the left has long dark hair and wears glasses and a red patterned cardigan. The woman on the right has long brown hair and wears a green jacket and blue headphones. They are in a brightly lit, blurred public space, possibly a train station or shopping mall, with other people visible in the background.

## vårt uppdrag

**Skånetrafiken är en förvaltning inom Region Skåne. Vi erbjuder hållbart resande till alla som vill och behöver resa i, till och från Skåne. Kollektivtrafiken omfattar stadstrafik, regiontrafik, tågtrafik och serviceresor. All trafik och i princip alla övriga tjänster handlas upp och utförs på entreprenad. Skånetrafikens huvuduppgifter är att utveckla, planera, upphandla, informera om och marknadsföra kollektivtrafiken i Skåne.**

## Driva och utveckla kollektivtrafiken

Verksamhetsplanen visar hur vår verksamhet är uppbyggd och hur den hänger samman. Den beskriver hur vi omsätter vårt uppdrag från Region Skåne och kollektivtrafiknämnden. Region Skåne och kollektivtrafiknämnden styr genom mål, riktlinjer, strategier och ekonomiska ramar.

Den regionala utvecklingsstrategin pekar ut färdriktningen och målbilden om ett öppet Skåne år 2030. Utvecklingsstrategin har antagits av regionfullmäktige. I strategin finns ställningstaganden som har stor bäring på kollektivtrafiken, bland annat att Skåne ska dra nytta av sin flerkärniga ortstruktur och vara en stark tillväxtmotor. Kollektivtrafiken är

strategiskt viktig för att förverkliga målen om ett öppet Skåne år 2030.

Regionfullmäktige fastställer vart fjärde år ett trafikförsörjningsprogram, som beskriver mål och inriktning för kollektivtrafikens utveckling.

Region Skånes verksamhetsplan och budget antas av regionfullmäktige varje år och innehåller mål utifrån perspektiven medborgare/kund, verksamhet, medarbetare och ekonomi samt de ekonomiska förutsättningarna.

Verksamhetsplanen är det instrument vi använder för att styra och leda verksamheten och den ger dessutom förutsättningarna för våra affärsplaner.

Verksamhetsplanen styr också inriktningen för vår inköpsstrategi där vi beskriver målet med vårt inköpsarbete, som syftar till att vi ska fatta välgrundade och medvetna beslut men också att få maximal effekt av våra satsade medel och nå våra mål. Utöver inköpsstrategi och affärsplanerna finns flera olika program och planer som kompletterar och konkretiserar verksamhetsplanen ytterligare, till exempel utvecklingsplan, miljö- och hållbarhetsprogram, trafikutvecklingsplan, trafikplan, varumärkesmanual, försäljnings- och serviceplan.



## Den röda tråden

Det vi kallar den **röda tråden** visar hur vårt arbete med verksamhetsplaneringen hänger ihop och hur vi med hjälp av den arbetar tillsammans för att närma oss visionen. När alla drar åt samma håll blir arbetet så mycket enklare och effekten så mycket större.

Vi ska erbjuda världens bästa resa och nå våra övergripande mål om nöjdare och

fler kunder. Med vår tydliga vision och våra konkreta mål skapar vi även fokus för oss som arbetar på och med Skånetrafiken. Vi ska alltid veta varför vi går till jobbet och vad våra insatser och vårt engagemang leder till. Med den röda tråden förankrar vi visionen i verksamheten och förtydligar hur vi konkret arbetar för att närma oss den.

**Visionen** är den dröm vi vill förverkliga. Vår vision är "Världens bästa resa".

**Strategierna** vägleder oss och skapar långsiktighet kring vad vi behöver göra för att infria målen – och på längre sikt vår vision. De ger riktningen och visar vad vi ska prioritera de kommande åren.

**Aktiviteterna** är konkreta åtgärder som ska leda till förbättring, utveckling och göra särskild skillnad i mötet med kund. På så sätt bidrar de till att vi når målen.



**Övergripande mål** visar vad vi ska uppnå på längre sikt: Fördubblad marknadsandel 40 procent och 8 av 10 kunder ska vara nöjda med Skånetrafiken.

**Mål 2020** visar takten mot de övergripande målen. De mäts och följs upp kontinuerligt för att visa att vi är på rätt väg.

Alla medarbetare har en viktig del i helheten och har ett individuellt **målkort**. Här bryts verksamhetsmålen och avdelningens mål ned i individuella mål och aktiviteter.

# vision varumärke värderingar

## Vision

Visionen är den dröm vi vill förverkliga.

### Världens bästa resa

Vi erbjuder världens bästa resa och är därigenom det självklara valet för skåningar att resa. På så sätt bidrar vi tillsammans till ett hållbart samhälle och till att Skåne blir en innovativ och attraktiv region att bo, verka och leva i.

## Mission

Vår mission beskriver varför vi finns till och vad vi ska göra på marknaden.

### Vi gör det enkelt att resa

Vi gör det enkelt att resa hållbart. I tid, tryggt och med enastående service. Att resa med Skånetrafiken är väl använd tid.

## Varumärket Skånetrafiken

Det är hur andra upplever Skånetrafiken som definierar vårt varumärke. Därför har vi alla en viktig roll att tillsammans fylla varumärket med det vi vill att andra ska uppleva.

Vårt varumärkeslöfte **Tillsammans ger vi Skåne skjuts** innebär att vi binder samman människor och platser genom de resor vi erbjuder. På daglig basis ger vi människor skjuts, men i ett lite större perspektiv är vi med och skapar mervärde för hela Skåne på ett hållbart sätt. I förlängningen bidrar vi till att Skåne är en tillgänglig, varm och välkommande plats att leva på som ger livskvalitet både idag och imorgon.

Vi ska ge den bästa kundupplevelsen, vilket handlar om allt från hur trafiken planeras och hur den enskilda resan genomförs till hur vi informerar och bemöter våra kunder. Varje dag och i varje möte ska vi leva upp till eller överträffa kundernas förväntningar.

Våra mål är högt satta och vi vill leverera världens bästa resa. Därför lägger vi stor vikt vid att alla som representerar Skånetrafiken delar vår grundsyn och har ett förhållningssätt som utgår från våra värderingar och det som vårt varumärke står för. För att fortsatt utveckla och förbättra kundupplevelsen har vi ett nära samarbete med våra partners.

### Vår varumärkesberättelse

## Den kollektiva kraften

För oss handlar kollektivtrafik om så mycket mer än resor. Det handlar om möjligheten att få vara en del av och kunna bidra till något större, ett kollektivt mervärde som bygger en plats, en stad, en region från grunden och gör den till ett omtyckt hem där vi alla kan trivas.

Tillsammans med våra resenärer binder vi samman människor och platser varje dag. Tillsammans bidrar vi till en välfungerande infrastruktur som möjliggör utvecklingen av städer och regioner där människor kan bo och leva med livskvalitet. Vi möjliggör en

attraktiv och konkurrenskraftig arbetsmarknad och en vardag där människor får mer tid över till familj, vänner och intressen. Vi möjliggör en tillgänglig, varm och välkommande plats att leva på – och bidrar till att den finns kvar, även imorgon.

Vår kollektivtrafik skapar gynnsamma förhållanden för alla som bor och vistas i vår region, både resenärer och icke-resenärer. Genom gemensamma krafter kan vi skapa ett inkluderande nätverk som sammanflätar vår region och ger oss livskvalitet, för alla.

## Våra värderingar

Vi vill att våra kunder och medarbetare ska välja oss för vad vi står för och erbjuder.

Att vara en värderingsstyrd organisation innebär att alla som arbetar för Skånetrafiken är bärare av samt lever och agerar utifrån våra värderingar **välkomnande**, **drivande**, **omtanke** och **respekt**. Tillsammans bildar värderingarna ett gemensamt förhållningssätt

och utifrån dem vet vi hur vi ska hantera olika situationer och hur vi ska agera varje dag och i varje möte. Med stöd i värderingarna minskar detaljstyrningen, ökar kreativiteten och uppmuntras ansvarstagande.

Det är vad vi gör varje dag som gör skillnad – för oss själva, våra arbetskamrater, våra kunder och vårt varumärke.

### Välkomnande

**Alla ska känna sig välkomna och känna att Skånetrafiken är till för oss alla.**

Vi arbetar i servicebranschen och möter andra som vi själva vill bli bemötta. Alla kunder ska känna sig inkluderade och känna att vi uppskattar och värdesätter dem.

Varje kund är viktig för oss vid varje tillfälle. Vi bjuder alltid på ett leende och ett vänligt ord. Vi ger det lilla extra och anstränger oss för att varje resa ska överträffa kundernas förväntningar.

Vi är öppna i sinnet och inbjuder till samarbete och nya idéer. Vi har ett öppet och välkomnande förhållningssätt. Vi sätter oss in i våra kunders och kollegors perspektiv och ger ett bra bemötande oavsett situation.

Vår gemensamma strävan är att ständigt utveckla vår verksamhet och våra arbetssätt för att ge kunden en ännu bättre upplevelse. Vi välkomnar synpunkter, eftersom det ger oss möjlighet att förbättra oss och ytterligare vässa vårt erbjudande.

### Drivande

**Skånetrafiken är en engagerad möjliggörare som skapar förutsättningar för människor att mötas genom ett hållbart resande.**

Vi är nyfikna och tar initiativ och ansvar i vårt arbete. Vi är lösningsorienterade och engagerar oss för att göra skillnad. Med framtidstro och gemensamma krafter åstadkommer vi resultat i linje med våra mål.

Vi är affärsmässiga, rättframma och transparenta i vår attityd och inställning till våra kunder och kollegor, liksom till arbetsuppgifter och utmaningar.

Vi är handlingskraftiga och arbetar ständigt med att förbättra vårt erbjudande. Med kunden i fokus utvecklar vi smidiga, attraktiva och prisvärda resor. Det ska vara enkelt, bekvämt, hållbart och effektivt att resa med Skånetrafiken.

Hos oss finns en stark vilja att samarbeta, inspireras och lära av varandra. Vi kan det vi gör och delar alltid med oss av vår kunskap. På så sätt gör vi det möjligt att alltid kunna bygga vidare på vår kompetens och tillsammans driva vårt erbjudande och vår verksamhet framåt.

### Omtanke och respekt

**Vi bryr oss. Vi visar hänsyn till våra kunder, kollegor och den omgivning vi lever och verkar i.**

Varje kund och varje resa är betydelsefull. Vi bemöter våra kunder och vår omvärld med omtanke, respekt och entusiasm, utifrån var och ens behov och förutsättningar. På så sätt tar vi ansvar och gör skillnad. Varje dag.

När en kund väljer att resa med oss har vi fått ett förtroende. Att resa med Skånetrafiken ska vara en positiv upplevelse. Vi engagerar oss därför alltid för att göra vårt yttersta för att varje kund ska känna att de gjort rätt val när de reser med oss.

På motsvarande sätt som vi bemöter våra kunder agerar vi internt, kollegor emellan, oavsett var vi har vår anställning. Vi är lyhörda för varandras arbete och förutsättningar. Vi vet att vi tillsammans kan och vill ge Skåne skjuts.



En aktiv omvärldsbevakning och uppdaterade strategier och prioriteringar är viktigt för att arbeta mot uppsatta mål och visioner. Region Skånes omvärldsanalys för 2019–2029 fokuserar på hur globala megatrender och nationella, regionala och lokala trender påverkar våra ansvarsområden och verksamhet på tio års sikt.

Analysen har tagits fram av avdelningen för regional utveckling. Utifrån omvärldsanalysen formas en gemensam framtidsbild och belyser vilka trender som är mest brådskande att hantera för att skapa tillväxt, utveckling och livskvalitet.

**Megatrender** är globala krafter som påverkar hela vår omvärld och hur vi betar oss. De förändras mycket långsamt och uppfattas oftast som en naturlig del i utvecklingen. Samtidigt ger megatrender långtgående konsekvenser för näringsliv, kultur, ekonomi och medborgare.

För att förstå utvecklingen och vår framtid, är det viktigt att förhålla sig till hur dessa trender påverkar utvecklingsarbetet. Det underlättar förståelsen av vår omvärld och ökar insikten om hur vi påverkas regionalt.

### Region Skåne har identifierat fyra megatrender:

**Demografiska förändringar:**

Allt fler bor i storstadsregioner, vi blir äldre och friskare, vi ser allt intensivare migrationsrörelser och vi rör oss allt mer över nationsgränser.

**Globalisering:**

Det sker en fortsatt ökad rörlighet över nationsgränser av människor, varor, tjänster, kapital och information.

**Miljö och klimatförändringar:**

Konsekvensen av våra konsumtions- och produktionsmönster syns allt tydligare.

**Digitalisering och teknisk utveckling:**

Fortsätter att påverka både samhällsutveckling och våra möjligheter att ta oss an de utmaningar vi identifierar.

# trender och omvärld



I 2019 års omvärldsanalys har även 13 regionala trender analyserats. Dessa trender bedöms ha en påverkan på oss de kommande tio åren, både då det kommer till verksamhet och uppdrag. Trenderna innebär såväl möjligheter som utmaningar för verksamheten. Dessa trender är inte unika för Skåne, utan kan återses i flera andra regioner i Sverige och Europa.

Trenderna sätts in i en modell där de bedöms utifrån parametrarna hög till lägre strategisk påverkan samt mindre brådskande till brådskande. Detta för att lyfta fram vad som är viktigt att agera ytterligare på just nu och vad som är brådskande att hantera det nästkommande året.

## Hög påverkan, brådskande:

- Allt fler äldre och yngre
- Den ojämlika hälsan ökar
- Den psykiska ohälsan ökar
- God ekonomisk utveckling, men växande utmaningar framöver
- Fortsatt obalans mellan tillgång och efterfrågan på kompetens
- Fortsatt digitalisering
- Ökat behov av att klimatsäkra
- Ökad grön omställning inom näringslivet
- Utveckling mot förnybar energi men ökad effektbrist i elnätet

## Hög påverkan, mindre brådskande:

- Förändrat transportbehov för gods och människor
- Ökad ojämlikhet på bostadsmarknaden

## Lägre strategisk påverkan, mindre brådskande:

- Regional obalans inom näringslivet
- Ökat utländskt ägande

Läs mer om de regionala trenderna i Region Skånes rapport **Omvärld och trender 2019–2029**.

## Vad innebär detta för Skånetrafiken?

Flertalet trender har en direkt eller indirekt påverkan på Skånetrafikens verksamhet. Befolkningsförändringar, ekonomisk tillväxt samt miljö och hållbarhet är några av de saker som påverkar.

Skåne kommer att få en större andel unga och äldre vilket betyder att vi har en mindre andel i arbetsför ålder. Förändringar i demografin kan bland annat innebära att behovet av tjänster, konsumtion och utbud förändras. Även behovet av att resa kan ändras.

Den ekonomiska tillväxten i Skåne har varit positiv men starkast i västra Skåne och då huvudsakligen i sydväst. Företag väljer att förlägga sin verksamhet i sydvästra Skåne och flertalet huvudkontor placeras i Malmö. Inpendlingen är stor till Malmö, Lund och Helsingborg. Samtidigt har flera verksamheter svårt att hitta rätt kompetens.

Skåne har en ökande befolkning och ett expansivt näringsliv. Befolkningen ökar mest i städerna men inte

på bekostnad av landsbygden. Transportbehov finns i både staden och på landsbygden.

Eftersom en stor del av Skånes arbetstillfällen finns i västra delarna behöver vi kunna erbjuda ett bra pendlingsalternativ för de medborgare som väljer att bosätta sig i andra delar. Den flerkärniga ortstrukturen är Skånes styrka, men den ställer också krav på en välfungerande infrastruktur som kan binda samman de olika delarna.

Vi vill att fler ska välja att resa kollektivt men inser också utmaningen i att få en inbiten bilist att ställa bilen och ta bussen eller tåget istället. Fler lösningar för kombinerad mobilitet, att kunna kombinera olika färdmedel, kan vara ett sätt att attrahera den här gruppen. För "växlare" (de personer som växlar mellan att köra bil och resa kollektivt) kan ett annat biljettalternativ än de vi erbjuder idag vara en motivator.

## Övergripande mål

Skånes tillväxt är beroende av att invånarna kan resa till och från jobbet, studier eller fritidsaktiviteter på ett hållbart sätt oavsett var de bor. Kollektivtrafiken bidrar till att göra det möjligt. Vi vill utveckla kollektivtrafiken, med målet att nå en marknadsandel på 40 procent år 2030 gentemot annan motorburen trafik.

För att behålla dagens resenärer och attrahera nya till kollektivtrafiken är nöjdheten med kollektivtrafiken viktig. Vi har ett mål att 80 procent av kunderna ska vara nöjda med Skånetrafiken år 2025. 2019 var 55 procent nöjda eller mycket nöjda med Skånetrafiken.

Kundnöjdhet (NKI) och marknadsandel mäter vi genom den nationella undersökningen Kollektivtrafikbarometern. Undersökningen görs löpande under hela året och fångar både de som reser ofta med kollektivtrafiken och de som reser mer sällan eller aldrig. Svensk kollektivtrafik ansvarar för undersökningen.

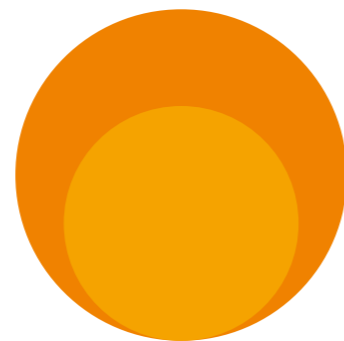
Marknadsandelen mäts som kollektivtrafikens andel mätt i antal resor av samtliga motorburna resor, det vill säga exklusive gång- och cykelresor.

NKI nöjd kund: Med våra kunder avser vi personer som reser någon gång per månad eller oftare med kollektivtrafiken.

## Vår marknadsandel och marknadens utveckling

Skånes geografi skiljer sig från andra storstadsregioner eftersom det är en flerkärnig region med flera större städer. Eftersom de flesta bor och arbetar i västra Skåne är det här den största pendlingen sker. Fler och fler är beroende av att kunna förflytta sig över ett större geografiskt område. Man bosätter sig på en ort och väljer att bo kvar, även om man arbetar eller studerar på annan ort. Samma synsätt gäller fritid och socialt umgänge. För att

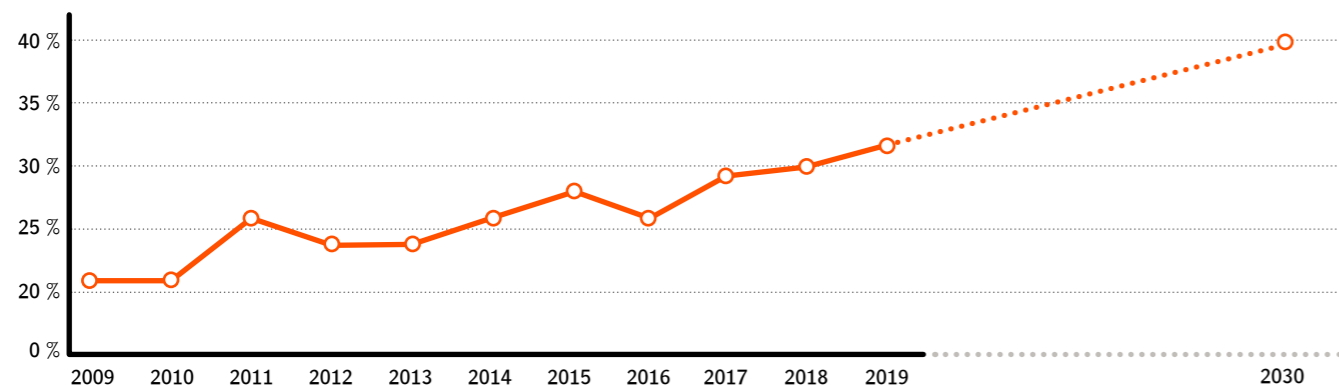
kunna nyttja ett större utbud är man beredd att resa mer. I Skåne är det möjligt. 2019 uppgick marknadsandelen till 32 procent av alla motorburna resor, vilket är en ökning jämfört med tidigare år. Vårt långsiktiga mål, att nå 40 procents marknadsandel till år 2030, innebär en ökning med ytterligare åtta procentenheter.



**Fördubblad  
marknadsandel  
40 procent 2030**

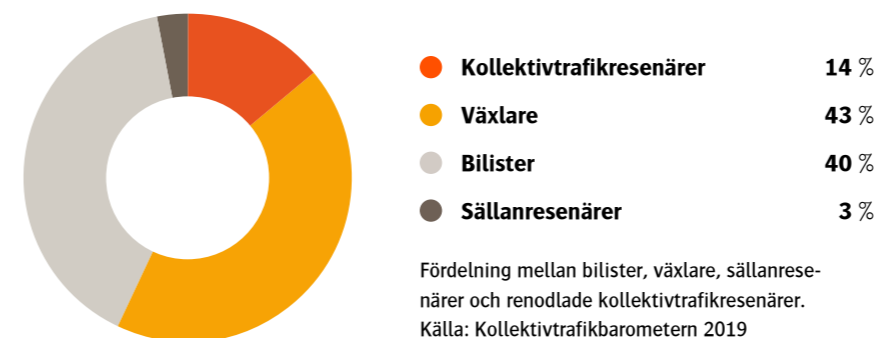
### Marknadsandel

Kollektivtrafikens marknadsandel åren 2009–2019. Metodbyte från och med 2017. Källa: Kollektivtrafikbarometern



## Marknadens kundgrupper

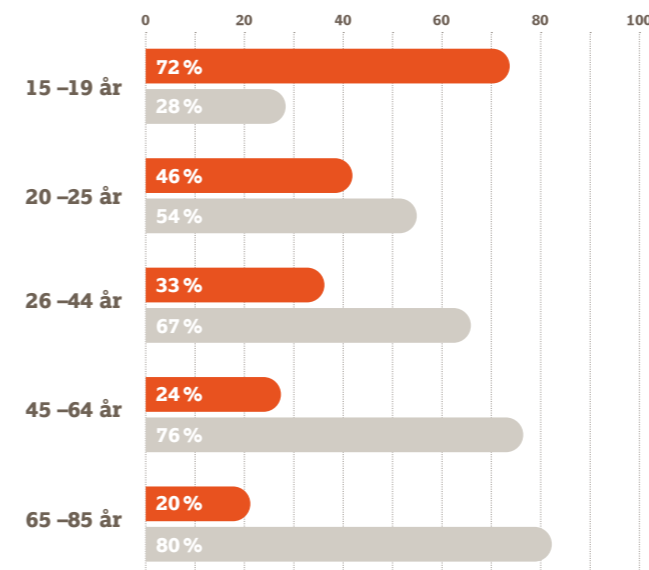
En stor andel av Skånes befolkning är så kallade "växlare" som använder både bil och reser kollektivt regelbundet. Nästan lika stor del är så kallade "bilister" som använder bilen i större utsträckning eller på regelbunden basis. Utöver dessa kategorier finns också "kollektivtrafikresenärer" som använder kollektivtrafiken i stor utsträckning för sina resor och så kallade "sällanresenärer" som inte reser särskilt ofta, varken med bil eller kollektivtrafik.



## Marknadsandel per åldersgrupp 2019

### Marknadsandel för resor

● Kollektivtrafik ● Biltrafik



I åldersgruppen 15–19 år har vi en marknadsandel på 72 procent och i åldersgruppen 26–44 år är marknadsandelen 33 procent. En del av förklaringen till den minskade marknadsandelen för kollektivtrafiken i den åldersgruppen är att man byter färdmedel när man byter fas i livet. När man bildar familj upplever många att det är svårt att få ihop livspusslet och samtidigt passa in kollektivtrafikens avgångar. Då blir bilen det enklare alternativet.

Marknadsandel per åldersgrupp.  
Källa: Kollektivtrafikbarometern 2019

## Kundupplevelsen för nöjdare kunder

För att behålla dagens resenärer och attrahera nya är nöjdheten med kollektivtrafiken viktig. Vi har ett mål att 80 procent av kunderna ska vara nöjda med Skånetrafiken år 2025. 2019 var 55 procent nöjda med Skånetrafiken, vilket är ett lägre värde jämfört med riksgenomsnittet.

Det som påverkar kundnöjdheten allra mest är den upplevda punktligheten, det vill säga att kunna lita på att komma fram i tid.

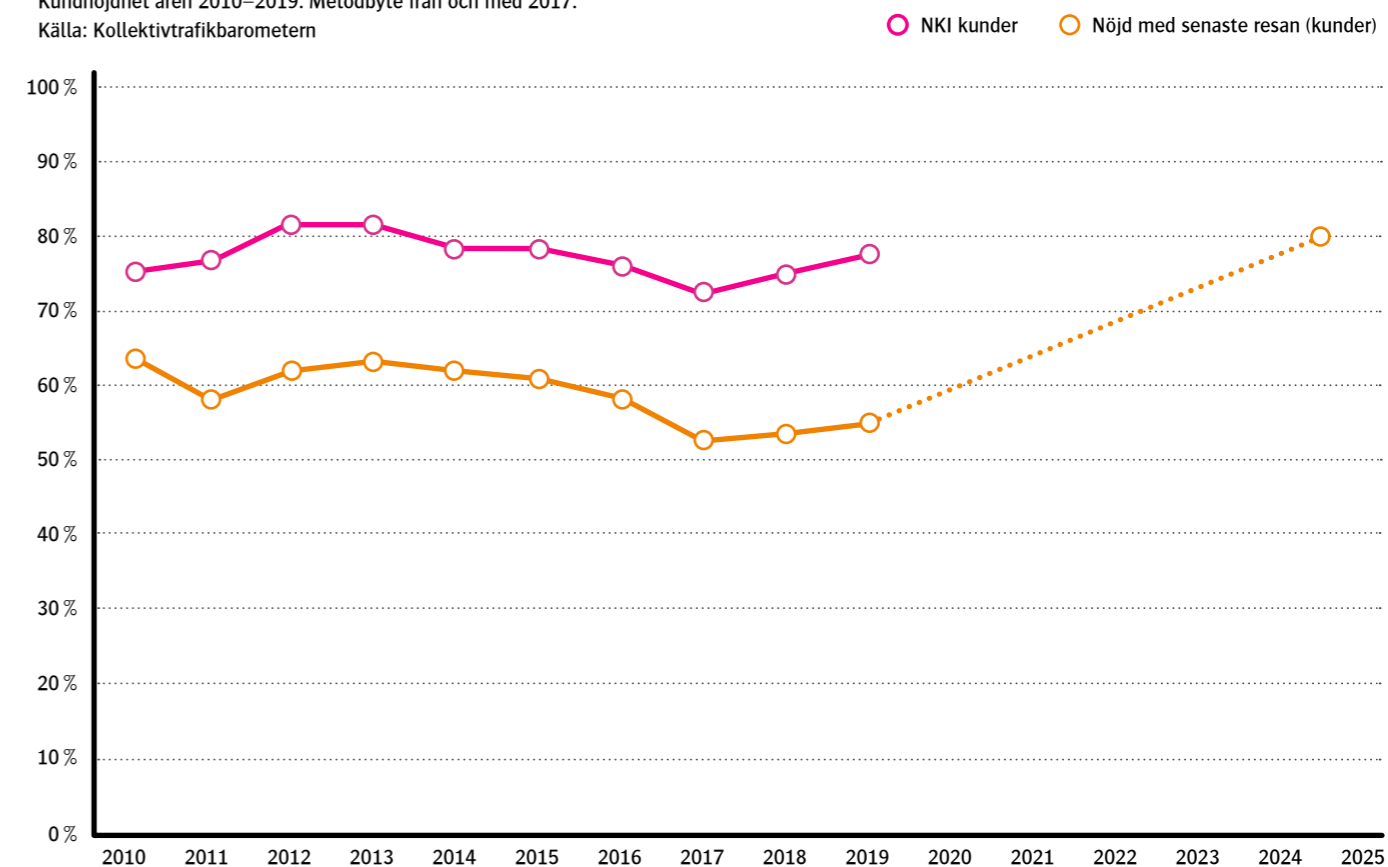


**8 av 10**  
kunder ska vara nöjda med Skånetrafiken 2025

### Andel nöjda kunder

Kundnöjdhet åren 2010–2019. Metodbyte från och med 2017.  
Källa: Kollektivtrafikbarometern

NKI står för nöjd kund index. Mäts genom den nationella undersökningen Kollektivtrafikbarometern, Kolbar.



## SWOT

SWOT-analysen beskriver våra interna styrkor och svagheter samt de externa möjligheter och hot vi upplever. S står för Strengths (styrkor), W för Weakness (svagheter), O för Opportunities (möjligheter) och T för Threats (hot).

Resultatet av omvärldsanalysen samt relationerna med våra olika partners, det vill säga faktorer vi inte själva kan påverka fullt ut, blir till möjligheter och hot. Det vi verkligen själva kan påverka fångar vi istället bland styrkor och svagheter.

Vi har många styrkor som bidrar till att vi åstadkommer bra resultat. Dessa ska vi bevara och fortsätta att utveckla. Vi har

även svagheter – vi lyckas inte alltid leverera som utlovat och vi måste ständigt jobba med både förbättring och utveckling. Genom att vara öppna för våra svagheter kan vi vända dessa till styrkor.

Utifrån vår omvärldsanalys har vi fått fram ett antal externa faktorer som påverkar oss antingen positivt eller negativt. Trender som vi ser som möjligheter för vår verksamhet ska vi ta tillvara och se till att använda. Omvärldsanalysen visar även på ett antal hot som vi måste bejaka eller fortsätta att arbeta med för att de inte ska påverka oss i negativ bemärkelse.



### Styrkor

- Enkelt att resa
- Trygghet
- Väl använd tid
- Hållbart
- Geografisk tillgänglighet
- Miljöfördelar

### Svagheter

- Upplevd punktlighet
- Information i stört läge
- Efterfrågestyrd trafikplanering
- Restidskvot jämfört med bil
- Prisvärdhet

### Möjligheter

- Utbud
- Geografisk täckning
- Lösningar för landsbygd
- Stor del av marknaden kvar att bearbeta

### Hot

- Ingen tillväxt i verksamheten
- Underleverantörer som underlevererar
- Uppföljning av avtal

## Våra strategier

Strategierna är våra verktyg som vägleder och skapar långsiktighet kring vad vi behöver göra för att nå våra mål och på sikt vår vision. De ger riktningen och visar vad vi ska prioritera de kommande åren.

Genom att omsätta strategierna i aktiviteter förflyttar vi oss i riktning mot målen. Alla våra aktiviteter ska därför vara baserade på våra strategier.

Strategierna tar utgångspunkt i våra kunders förväntningar och behov, och delas in i de tre strategiska perspektiven baskvalitet, kundupplevelse och attraktivt erbjudande.

### Kundupplevelse



Baskvalitet

Attraktivt  
erbjudande

### Fokusområden

Genom de tre strategiska ingångarna har vi tre fokusprojekt under 2020–2022. Projekten fokuserar på tre områden för vår verksamhet: punktlighet, information till kund och bemötande.

### Baskvalitet

Att resa med oss ska vara tryggt. Vi ska vara i tid och våra produkter ska alltid vara hela och rena.

### Attraktiva erbjudanden

Vi ska leverera ett differentierat utbud som styrs av efterfrågan, ökar marknadsandel och uppnår basutbud till ett konkurrenskraftigt pris.

### Kundupplevelse

Den som reser med Skånetrafiken ska uppleva att det är enkelt och väl använd tid att resa. Genom våra smarta digitala lösningar för produkter och tjänster hantearar vi hela resan. Vi är välkomnande och omhändertagande.

Dessa tre strategier driver oss som organisation. Det är en rimlig förväntan från våra kunder att vara i tid. Det är vår enskilt viktigaste fråga. Vi ska skapa erbjudanden som är attraktiva och ha bäst utbud där efterfrågan är som störst. Mervärdet skapar vi genom smarta, enkla lösningar att söka sin resa, köpa biljett eller kombinera hela resan.

Väl ombord och i alla möten med oss ska du möta en enastående service. Skulle en störning eller oväntad händelse inträffa ska vi vara som bäst att ge information så kunderna kan ta egna beslut. Vi ska hjälpa våra kunder vidare på resan om det behovet finns.

# strategier



## Vi skapar värde för kund

### Med baskvalitet och hög service möter vi kundernas förväntningar

Kundernas förväntningar ökar och vi har de senaste åren tappat i kundnöjdhet. Vi måste återfå kundernas förtroende. Det gör vi främst genom att leverera den kvalitet som kunderna har rätt att förvänta sig, en baskvalitet som innebär att det är helt, rent och i tid. Vi ska måna om kunden och erbjuda service i världsklass i alla lägen. Att leverera baskvalitet och en service i världsklass gäller oavsett var i trafiken man reser.

Ett kvalitetsområde som har stora brister är trafikinformationen till kund. Här behöver vi öka vår förmåga att hantera störningarna med särskilt fokus på förbättrad och utökad information så att kunden själv kan fatta beslut om sin resa.

### Kollektivtrafiken utvecklar Skåne

Kollektivtrafiken ska tillgodose många olika medborgares behov och behöver kontinuerligt utvecklas och förbättras. Vi har ambitiösa mål och konkurrerar på en tuff marknad där vi ska vinna kunder på bekostnad av bilen. Vi prioriterar utveckling av trafiken där behoven och potentialen är som störst.

Kollektivtrafiken har en nyckelroll för att man ska kunna bo, studera eller arbeta var man vill i Skåne. Därför är vårt uppdrag också att upprätthålla ett sammanhållet basutbud även i områden med svagt resande. Det handlar också om att skapa trygghet, tillgänglighet och goda möjligheter att kombinera resan med andra färdmedel. Att verka för att till exempel bostäder och handel förläggs kollektivtrafiknära är ytterligare en framgångsfaktor.

Det kommer fortsatt finnas ett fokus på att förbättra de buss- och tågstråk som står för huvuddelen av allt kollektivt resande i Skåne. Detta har vi definierat som 10/18/3, det vill säga de 10 största stadsbusslinjerna, 18 största regionbussstråken och de 3 största tågstråken som står för merparten av resandet inom Skåne i rusningstrafik.

### Individanpassade tjänster

Tillgänglighet, utbud, enkelhet, pålitlighet och information är de parametrar som generellt är viktigast för kunderna. Önskemål om individuell information och behov av skräddarsydda tjänster ökar. Vi involverar medborgarna och kunderna i dialogen och utvecklingsarbetet.

Våra serviceresor är individanpassade och upplevs som enkla, trygga och tillgängliga.

## Hållbarhet

### Vi skapar hållbara resor

Genom att säkerställa hållbara och klimatsmarta kollektiva resor, som minskar vägtransporternas klimatpåverkan, bidrar till mer hälsosamma miljöer och skapar sociala nyttor, bidrar vi till en ökad hållbarhet i samhället. Varje resa som flyttas från bilen till kollektivtrafik, gång eller cykel är en hållbarhetsvinst.

Våra buss- och tågresor är märkta med Naturskyddsföreningens märkning Bra Miljöval och inom ramen för Region Skånes ISO 14001 certifikat drivs vårt arbete på ett strukturerat sätt mot ständiga förbättringar. Sedan december 2019 körs hela vår allmänna kollektivtrafik på endast förnybara bränslen och från och med december 2020 kommer även våra serviceresor vara fossilbränslefria. Nästa steg är att skapa en klimatneutral kollektivtrafik.

Vårt hållbarhetsarbete styrs av Miljö- och hållbarhetsprogrammet och utgår ifrån följande tre fokusområden:

- Klimatneutralitet och energieffektivitet (klimatperspektiv)
- Ren luft, minimerat buller och inga farliga kemikalier (hälsoperspektiv)
- Socialt ansvarstagande i leverantörskedjan och i lokalsamhället (socialt perspektiv).

Förnybar eldrift är prioriterad. Programmet är beslutat av kollektivtrafiknämnden.

Utfallet från vårt hållbarhetsarbete följs kontinuerligt upp och rapporteras i vår årliga hållbarhetsredovisning.

En aspekt av social hållbarhet är att skapa en trafik som är till för alla. Även barn, äldre och kunder med funktionsnedsättning ska på likvärdigt sätt och med samma självklarhet vilja resa med Skånetrafikens allmänna och särskilda kollektivtrafik.

Vår trafik ska vara fysiskt tillgänglig, enkel och trygg att åka med. Skånetrafikens insatser ska bidra till att

barn, äldre och kunder med funktionsnedsättning ska kunna delta fullt ut i samhället och skapa goda levnadsvillkor. Detta uppnår vi genom att vi arbetar aktivt för att göra fysiska och digitala miljöer och tjänster tillgängliga för våra kunder som har olika behov och förutsättningar.

Målsättningen är att Skånetrafikens resor ska vara trygga och anpassade, oavsett om vår kund reser med allmän eller särskild kollektivtrafik.

Skånetrafiken följer svensk- och EU-lagstiftning och arbetar för att uppnå nationella och internationella mål som Sverige har ställt sig bakom, såsom exempelvis de i FN:s konventioner om mänskliga rättigheter och Agenda 2030 om global hållbar utveckling.

### Kollektivtrafikens klimatbesparingar jämfört med bil

Tack vare samåkning och användning av förnybara drivmedel i våra bussar och tåg besparar vi klimatet cirka 95 % av CO<sub>2</sub>-utsläppen jämfört med om våra kunder hade rest med bil. Bilen släpper idag ut cirka 131 gram CO<sub>2</sub> per kilometer transporterad resenär. Den allmänna kollektivtrafiken, det vill säga våra bussar och tåg, släpper ut i snitt cirka sju gram.

Tåg släpper ut ännu mindre CO<sub>2</sub>, endast 0,08 gram per personkilometer. För CO<sub>2</sub>-utsläppen från en dags arbetspendling med bil kan du resa samma sträcka 1638 gånger med tåg. Det motsvarar utsläppen från en arbetspendling på cirka 7 år\*.

Omställningen till förnybar elbussdrift sparar i driftfasen mer än 99 procent av CO<sub>2</sub>-utsläppen jämfört med biogasdrift. Dock genererar elbussarnas batterier ett

stort klimatavtryck vid tillverkningen. Klimatpåverkan härrör till stor del från elmixen som används vid tillverkningen. Studier, som har sammanställts i en rapport av Lunds Tekniska Högskola, pekar på produktionsutsläpp på cirka 100 kilo CO<sub>2</sub> per kWh batteri. För ett batteri på 400 kWh blir det cirka 40 ton CO<sub>2</sub> per batteri. Ett batteri på 700 kWh genererar då 70 ton CO<sub>2</sub>. Hade batterifabrikerna varit lokaliserade i Sverige och använt svensk elmix i tillverkningsprocessen hade klimatpåverkan från batteritillverkningen minskat drastiskt. Dock pekar resultaten från vårt batteriprojekt på att dagens elbussar, trots stora CO<sub>2</sub>-utsläpp i produktionsfasen, fortfarande är klimatsmartare än bussar som drivs på biogas.

\* Beräkningar bygger på en pendling 5 dagar per vecka i 47 veckor.



**Bilen släpper idag ut cirka 131 gram CO<sub>2</sub> per kilometer transporterad resenär**



**Den allmänna kollektivtrafiken (tågen och bussarna) släpper i snitt ut cirka 7 gram CO<sub>2</sub> per kilometer transporterad resenär**



**95 % mindre CO<sub>2</sub>-utsläpp än om våra kunder åkt bil**



## Mål 2020

Målen för år 2020 visar takten mot de övergripande målen. De visar att vi är på rätt väg vad gäller utvecklingen av resandet, nöjda kunder, vår förmåga att driva verksamheten effektivt och hållbart,

medarbetarnas engagemang och en ekonomi i balans. Målen bryts i nästa steg ned i delmål och nyckeltal för respektive avdelning samt i de individuella målkorten. Målen är indelade utifrån fyra perspektiv:

kund, verksamhet, medarbetare och ekonomi. Genom att arbeta målinriktat får vi hela tiden kvitto på om vi gör rätt saker på rätt sätt.

Kund	Nyckeltal	Utfall 2019	Mål 2020
<b>Resor</b>	Hur många som reser med oss (miljoner resor)	170	176,77
	Total resandeökning	2,2 %	4 %
	Tåg	6,8 %	4 %
	Stadsbuss	0,3 %	5 %
	Regionbuss	0,8 %	3 %
<b>Marknadsandel</b>	Vår konkurrenskraft jämfört med bilen	32 %	32 %
<b>NKI kund</b>	Hur nöjd är du sammanfattningsvis med Skånetrafiken?	55 %	60 %
	Jag kan lita på att jag kommer fram i tid om jag reser med Skånetrafiken	34 %	34 %
	Det är prisvärt att resa med Skånetrafiken	44 %	44 %
<b>NKI allmänhet</b>	Hur nöjd är du sammanfattningsvis med Skånetrafiken?	49 %	52 %
	Jag kan lita på att jag kommer fram i tid om jag reser med Skånetrafiken	32 %	32 %
	Det är enkelt att köpa biljett	75 %	80 %
<b>NKI serviceresor</b>	Hur nöjda färdtjänst- och sjukresekunderna är med oss	88 %	90 %
	Hur nöjda färdtjänst- och sjukresekunderna är med punktligheten	92 %	95 %
<b>KM nöjd kund</b>	Kvalitetsmätning ombord. Sammanlagt betyg på den här resan.		
	Pågatågen	8,5 %	8,2 %
	Öresundståg	7,6 %	7,7 %
	Stadsbuss	8,2 %	8,3 %
	Regionbuss	8,3 %	8,4 %

# mål

**8 av 10**  
nöjda kunder 2025

**40 %**  
av motoriserade  
resor 2030



Verksamhet	Nyckeltal	Utfall 2019	Mål 2020
<b>Punktlighet</b>	Att våra kunder kommer fram i tid		
Pågatågen		91 %	92 %
Öresundståg		86 %	86 %
Stadsbuss		84 %	87 %
Regionbuss		83 %	86 %
Serviceresor		93 %	94 %
<b>Den allmänna kollektivtrafikens energianvändning</b>	Att vi uppfyller kraven för bra miljöväl	0,18 kWh/ personkilometer	0,18 kWh/ personkilometer
<b>Den allmänna kollektivtrafikens klimatprestanda</b>	31 december 2025 ska klimatutsläppen från allmän kollektivtrafik (mätt i gram koldioxid/personkilometer ha minskat med minst 20% jämfört med 2018 års nivåer.	n/a	Mål 2025: -20 % gram CO2-ekv personkilometer jämfört med 2018
<b>Den särskilda kollektivtrafikens klimatprestanda</b>	Senast den 31 december 2020 ska den särskilda kollektivtrafiken vara fossilbränslefri.		Fossilbränslefritt 31 december 2020
<b>Förseningersättning</b>	Vår förmåga att besvara kundernas ersättningsanspråk inom 24 timmar	60 %	70 %
<b>Kundservice</b>	Vår förmåga att ge service i varje kundmöte på kundtjänst och kundcenter	-	4,5
	Kundservice. Vår förmåga att lösa kundernas ärende i första kontakten.	86 %	88 %
	Besvara synpunkter via facebook	17 minuter	30 minuter
<b>Försäljning via självbetjäning</b>	Vår förmåga att styra över kunderna till självbetjäning, som är tillgängligt dygnet runt.	74 %	75 %

Medarbetare	Nyckeltal	Utfall 2019	Mål 2020
<b>Prestationsnivå</b>	Vi är i zonen för förändringskraft och har goda förutsättningar att utföra arbetet	73 %	>= 70 %*
<b>Ledarskap</b>	Cheferna är tydliga och konsekventa i sitt agerande	76 %	77,5 %*
<b>Friskare medarbetare</b>	Minska sjukfrånvaron	-0,29 %	0 %
<b>Attraktiv arbetsgivare</b>	Rekommenderar oss som arbetsgivare	81 %	83 %

Ekonomi	Insikt	Mål 2019	Mål 2020
<b>Ekonomi i balans</b>	Att vi hushållar med våra resurser	I balans	I balans
<b>Mål om självfinansieringsgrad</b>	Självfinansieringsgraden i kollektivtrafiken ska inte minska	55%	0%

## Definitioner

**Marknadsandel** avser andel kollektivtrafikresor av alla motorburna resor. Mäts genom den nationella undersökningen Kollektivtrafikbarometern, Kolbar.

### Kundnöjdhet

NKI kund = reser med Skånetrafiken minst 1-3 gånger per månad.  
NKI allmänheten = samtliga respondenter.  
Mäts genom den nationella undersökningen Kollektivtrafikbarometern, Kolbar.

NKI serviceresor = nationell undersökning. Barometern för anropsstyrd trafik, Anbarö.  
KM = Kvalitetsmätning ombord, kundundersökning som ger kunderna ombord på bussar och tåg möjlighet att lämna synpunkter på sin resa.

### Punktlighet

Mäts på olika sätt.

- Pågatågen och Öresundståg: Realtidsmätning +3.59 minuter
- Stadsbuss och regionbuss: Realtidsmätning +2.59 minuter
- Serviceresor: Realtidsmätning +/-10 minuter utifrån den tid som överenskommit

### Kollektivtrafikens energianvändning

avser den allmänna kollektivtrafiken. kWh/personkilometer. Tar fasta både på energiförbrukningen och på antalet resor.

### Försäljning via självbetjäning.

Kanaler för självbetjäning är biljett-automater, appbiljetter och e-handel.

**Målen** kring prestationsnivå, ledarskap och att vi är en attraktiv arbetsgivare mäts genom en årlig medarbetarundersökning Springlife och avser våra cirka 410 medarbetare.

\*2019 är sista året medarbetarundersökningen Springlife genomförs eftersom avtalet löpte ut 31 december 2019. Nytt avtal är på gång med nya måttal för 2020.



så möter vi  
*efterfrågan*

## Våra produkter – resan är grunden

Vi behöver kunna möta olika kunders särskilda behov. Det gör vi genom ett erbjudande som omfattar de fyra produktområdena stadstrafik, regiontrafik, tågtrafik och serviceresor.



### Tåg

Pågatågen  
System 3  
– premiumprodukt

### Regiontrafik

Regionbuss  
SkåneExpressen  
– premiumprodukt

### Stadstrafik

Stadsbuss  
StadsExpressen  
– premiumprodukt

### Serviceresor

Skånetrafikens produktstrategi följer ett logiskt mönster. Nya produkter måste passa in i strategin och noga följa de riktlinjer som är fastställda av Produkt- och tjänsterådet.

### Mer om premium

Premiumprodukterna skapar lösningar för ett bra kundmöte på buss- eller tågsträckor där många reser eller på sträckor som är av stor betydelse för regionen. Här är behoven ofta mer utmanande då

kapacitet ska kombineras med komfort eller särskilda yttre faktorer, som exempelvis lång landsvägskörning. För kunden kostar en resa med en premiumprodukt lika mycket som en resa med någon av Skånetrafikens ordinarie produkter.

Alla Skånetrafikens resor med buss och tåg har Naturskyddsföreningens märkning Bra Miljöval. Denna märkning ställer tuffa krav på energieffektiva resor med låg klimatpåverkan och låga avgasutsläpp.



Bra Miljöval

## Stadstrafik

Produkten knyter samman staden och gör det enkelt att resa från yttre stadsdelar till centrala delar eller bytespunkter för att resa vidare. Turtätheten, tillgängligheten och enkelheten är viktiga faktorer för en attraktiv stadstrafik.

Stadstrafiken skiljer sig mellan de olika städerna, både beroende på städernas specifika förutsättningar och vad kunderna efterfrågar. Men kundens behov av att känna igen sig i systemet är lika viktigt oavsett var i Skåne han eller hon befinner sig. Gemensamt för all stadstrafik är att fordonen också kan ha stående resenärer.

En stor del av resorna som görs med kollektivtrafik i Skåne sker i stadstrafiken i de större städerna. Det är också där den största potentialen finns för att nå de övergripande målen.

Sedan december 2015 är alla stadsresor fossilbränslefria. Stadsbussarna körs på biogas, grön Bra Miljövals-el eller biodiesel.

I Skåne finns tio städer med stadsbuss- trafik. Trafiken kännetecknas av tillgänglighet och enkelhet. Utbudet är anpassat efter kundunderlag och stadsbyggande.

### StadsExpressen

De fyra största städerna i Skåne bidrar med drygt hälften av alla resor som görs i Skåne. Kundunderlaget och stadsbilden kräver andra lösningar i form av kapacitet och framkomlighet än i de mindre städerna. Därför kompletteras ofta trafiken med StadsExpressen. Bussarna ska ges extra prioritet i stadsrummet och körs med fordon som rymmer ett stort antal resande.

2020 införs spårvagnstrafik i Lund – ett viktigt steg för att utveckla en attraktiv och komfortabel stadstrafik i Skåne. Spårvagnen LundaExpressen är en StadsExpressen. Den gör verkligen skäl för sitt namn då den har full prioritet och stark kapacitet. Hela trafiksystemet har dess-

utom stationer med enhetlig och genomgående design på väderskydden vilket skapar igenkänning för kunden.

Utbud och öppettider för stadstrafiken följer riktlinjerna i trafikutvecklingsplanen. Bestämmelser och riktlinjer för fordonens och väderskyddens design dikteras i Skånetrafikens varumärkesmanual. Riktlinjer och gränsvärden för prioriterad framkomlighet finns i Skånetrafikens riktlinjer för BRT (BusRapidTransit).

**Visionsbild:** Fordon, infrastruktur och väderskydd skapar en helhet för kunden som lätt hittar, känner igen sig och får relevant information om sin resa.



## Regional busstrafik

Den regionala resan ska ha en god tillgänglighet och vara yttäckande för att knyta landsbygd närmre större städer och arbetsplatser. Kunden ska kunna förflytta sig tryggt vid både längre och kortare resor på landsbygd och mellan orter och samhällen.

Längs med vissa sträckor finns ett behov och en politisk strävan att binda samman det flerkärmiga Skåne. Det krävs också snabba komfortlösningar i starka stråk där tågräls inte finns. Därför utvecklas regionbussprodukten med två premiumprodukter. På så sätt skapas också tvärförbindelser över Skåne som ger möjlighet till arbete på längre avstånd.

Sedan december 2018 är alla regionbussar fossilbränslefria. Regionbussarna körs på biogas eller biodiesel.

### SkåneExpressen

SkåneExpressen knyter ihop regionalt viktiga orter genom snabba resor mellan större och mindre orter och på längre sträckor där tågräls saknas.

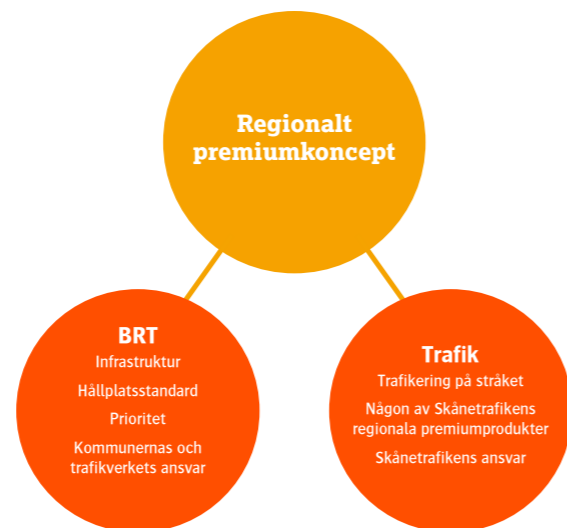
Det är i reserelationerna mellan städerna den största potentialen finns för att nå de övergripande målen. I andra reserelationer prioriteras en hög tillgänglighet och/eller turtäthet för att möjliggöra pendling till arbetsplatser på kortare avstånd. Regionresorna bidrar till att hela Skåne är öppet för alla.

**Visionsbild:** God framkomlighet, en produkt och ett väderskydd som svarar mot kundgruppens funktionella behov skapar förutsättningarna för ett premiumkoncept.

### Regionalt premiumkoncept

Kombinationen av en premiumprodukt och framkomlighetsåtgärder för kollektivtrafiken ger ett särskilt regionalt helhetskoncept.

Utbud och öppettider för regionbusstrafiken följer riktlinjerna i Trafikutvecklingsplanen. Bestämmelser och riktlinjer för fordonens och väderskyddens design diktteras i Skånetrafikens varumärkesmanual. Riktlinjer och gränsvärden för prioriterad framkomlighet finns i Skånetrafikens riktlinjer för BRT (BusRapidTransit).



### Närtrafik

På landsbygden där linjelagd kollektivtrafik saknas erbjuds i stället närtrafik. Trafiken körs vanligen med taxifordon och utbudet är begränsat. Resan måste förbeställas av kunden och målpunkten är i huvudsak närmaste tätort. Kommunerna har möjlighet att utöka turutbudet via tillköp.



## Tågresor

Tågresorna utgör stommen i den skånska kollektivtrafiken och grunden för de regionala resorna inom länet samt mot angränsande regioner, inklusive Köpenhamnsområdet. Tågen gör få uppehåll och gör det möjligt att snabbt resa mellan Skånes städer och större tätorter.

### Pågatågen

Pågatågen kör på ett finmaskigt tågsystem med god tillgänglighet som gör det möjligt att nå de större tätorterna från mellanliggande orter.

### Öresundståg

Öresundståg är trafiksystemet med de kortaste restiderna. Tågen kör också till Danmark och till grannlänerna norr och öster om Skåne.

### Krösatågen

Krösatågen kör liksom Pågatågen på ett finmaskigt tågsystem men mellan och över länsgränserna i södra Sverige.

Öresundståg och Krösatågen är resultatet av ett samarbete med angränsande län samt med Danmark.

### System 3

2018 startade arbetet med att utveckla ett nytt tågerbjudande till kund på sträckan Helsingborg–Lund–Malmö–Köpenhamn. Syftet är att kunna möta framtida kapacitetsbehov på sträckan. Samtidigt är det längs med denna sträcka som möjligheten till ökade marknadsandelar är som störst.

Den planerade satsningen innebär bland annat att trafiken kommer att köras med tåg som har hög kapacitet och god komfort. Trafikupplägget betyder att kunderna längs med sträckan erbjuds ett tredje system tillsammans med de redan existerande Pågatågen och Öresundståg. Det tredje systemet är tänkt att i ett initialt skede trafikera sträckan under rusningstrafik. I förlängningen kan det bli aktuellt att även involvera ytterligare sträckor.

Alla tågresor körs på grön Bra Miljövals-el.

## Serviceresor

Serviceresor är en del av kollektivtrafiken och omfattar färdtjänst och sjukresor som utförs med servicebussar. Servicebussarna erbjuder individanpassade resor från dörr till dörr med personbil eller specialfordon.

Med servicebussar är det enkelt att resa i hela Skåne. Öppettiderna och den geografiska tillgängligheten gör att vi förenar staden med landsbygden.

För Skånetrafiken är det viktigt att kunder med funktionsvariation ska ha god livskvalitet genom hela livet. Tillsammans med kommunerna och kunderna har vi skapat en servicebuss som är individ- och miljöanpassad och som upplevs som enkel, trygg och tillgänglig.

Servicebussar med Skånetrafiken förväntas vara helt fossilbränslefria år 2020.

### Att resa med servicebuss

Vid beställning av resan kan kunden välja vilken tid samt vart i Skåne som resan ska ske. Med riksfärdtjänsten kan kunden även resa utanför Skåne. Beställning och resa kan ske dygnet runt och veckans alla dagar.

Beställningsmottagning och trafikledning bokar resan utifrån kundens behov. Oavsett var man finns i Skåne så hämtar vi upp kunden och samordnar resan tillsammans med andra personers resor för att få ett effektivt resursutnyttjande och minska miljöbelastningen.



## Så skapar vi en enklare resa

Vi på Skånetrafiken arbetar för att skapa enkelhet och väl använd tid. Därför utvecklar och förbättrar vi hela tiden våra olika tjänster utifrån kundens behov. Framförallt ligger fokus på att förenkla köp av biljetter, hitta bästa resealternativet och få information om resan. Vi gör det också enklare för resenären att kombinera kollektivtrafiken med andra färdstätt.

En ny prismodell var startskottet. Modellen innebär bland annat färre biljettyper, färre och konsekventare rabatter samt ett förenklat zonsystem som utgår från kunden.

Samtidigt har vi utvecklat ett helt nytt biljettsystem. 2017 lanserade vi en ny app med många smarta funktioner och december 2019 tillkom ytterligare sex olika sätt att köpa biljett. För att alla kunder ska hitta en enkel och bra lösning som passar just dem.



Även skyltning och annan reseinformation genomgår uppdateringar. Digitala skärmar installeras ombord på en stor del av våra bussar. De ger resenären tips och information. Nya, modernare typer av skyltning vid stationer, hållplatser och knutpunkter underlättar också resandet.

Vi samarbetar också med andra aktörer för att hitta lösningar till att kombinera kollektivtrafik med andra färdmedel.

## Våra priser och vår prismodell

Vi ska ha en konkurrenskraftig prissättning som är lätt att förstå.

Den nya prismodellen utgår från kunden och bygger på tre personliga zoner: liten, mellan och stor. Det är resans avstånd som bestämmer priset. Till de personliga zonerna kopplas tre olika biljettyper: enkel-, 24-timmars- och 30-dagarsbiljett.

Det nya systemet innebär också att de personer som har rätt till rabatterade resor får rabatt på samtliga biljettyper. DuoFamilj-rabatten har ersatts av tillsammansrabatten. Den ger samma rabatt för alla som reser två eller flera personer med enkel- eller 24-timmarsbiljett. Utöver ordinarie biljetter utvecklar vi kampanjerbjudanden som exempelvis Sommarbiljetten och andra lovbiljetter.

Det nya systemet byggs enligt den nationella standarden som finns för kollektivtrafiken – BoB-standard (Biljett- och Betalstandard). Denna standard beskriver hur biljetter ska hanteras för såväl digitala plattformar som kort och papper. Med den nya standarden finns möjligheten att koppla ihop olika biljetter från olika aktörer till en och samma biljett.

Sedan 2018 indexeras biljettpriserna årligen motsvarande konsumentprisindex. Detta skapar en större förutsägbarhet för våra kunder samt ger förutsättningar för en snabbare och mindre resurskrävande politisk process för prisförändringar.

## Så köper du biljett



I appen



Med betalkort



Blippa betalkortet



Med reskort



I biljettautomaten



Hos våra kundcenter



Hos våra ombud

## Kanaler för försäljning och service

Tillgänglighet och enkelhet präglar vår försäljning och service. Våra kunder ska kunna köpa sin biljett och få hjälp med vad som helst, när som helst. Med olika digitala lösningar fokuserar vi på högre självservicegrad – något som går hand i hand med våra kunders förväntan på att kunna hantera sina egna behov.

Den digitala utvecklingen fortsätter och allt fler använder mobilen till olika typer av tjänster. Appen är därför vår prioriterade säljkanal. Här kan vi, förutom ett smidigt biljettköp, erbjuda aktuell och skräddarsydd information till varje kund. Till exempel var bussen eller tåget befinner sig och möjlighet till bevakning av de resor kunden själv väljer.

Även om appen är den prioriterade kanalen är det viktigt att det finns en lösning för alla. Vårt reskort med förköpta biljetter är ett viktigt komplement. Även det personliga mötet förblir viktigt, som på våra kundcenter eller ombord. Här har vi möjlighet att lösa de mest komplexa ärendena.

För att bredda vår närvaro och möta våra kunder på fler ställen – både digitalt och fysiskt – arbetar vi hela tiden med samarbeten och paketeringar tillsammans med andra aktörer.

### Kundservice

Det ska vara enkelt för våra kunder att kontakta oss och därför erbjuder vi kundservice i flera olika kanaler. På senare år har de digitala kanalerna Facebook och chatt ökat medan kontakter över telefon har minskat. Vi åker också ut och träffar kunder med våra mobila kundcenter, på seniorträffar och andra event.

### Telefon och chatt

För de kunder som kontaktar oss via telefon och chatt har vi öppet större delen av dygnet. Chatt har blivit en populär kanal där antalet kundkontakter stadigt ökar.

### Facebook

Vi har närvaro på Facebook större delen av dygnet. Det innebär att vi kan ge snabba svar och stötta våra kunder när resan inte gått som planerat. Skånetrafikens kundtjänst är bland de bästa i Sverige på att svara kunderna på Facebook.

Källa: Smampion

### Försäljningsställen

Vi har kundcenter på de större knutpunkterna i Skåne. Här får kunderna hjälp med allt från att köpa biljett till aktuell information av vår engagerade personal. Som komplement till kundcenter finns även ett 60-tal ombud i Skånes kommunhuvudorter – ombud som säljer biljetter och kort. På alla tågstationer i Skåne finns biljettautomter.

### Förseningsersättning och förlustgaranti

Vi har förstärkt vårt erbjudande med möjlighet till ersättning för de kunder som blir sena vid sin resa. Om uturen skulle vara framme och en kund tappar bort biljett erbjuder vi möjligheten att snabbt få tillgång till den igen via vår förlustgaranti.

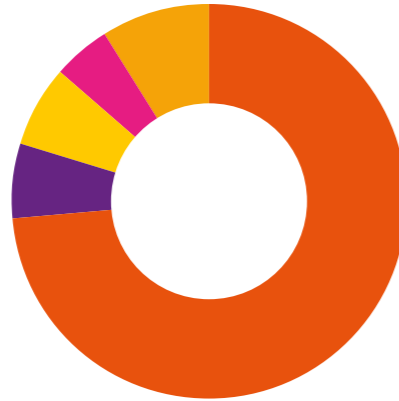
## Ekonomiska förutsättningar

Vår verksamhet finansieras genom intäkter och regionbidrag. Biljettintäkter är kopplade till ett ökat resande, prishöjning, nytt biljettsystem och indexering. Den största delen av kostnaderna är ersättningen till trafikföretagen. Kostnaderna för serviceresor redovisas separat.

I övriga kostnader ingår bland annat hyror, IT och drift, drift och underhåll av hållplatser, stationer och teknisk utrustning, information och marknadsföring, kontrollantverksamheten, övriga köpta tjänster, provisioner och förseningsersättningar.

I finansiella kostnader står avskrivningar och räntor för Öresundståg och Pågatågen för de största delarna.

Så här används pengarna

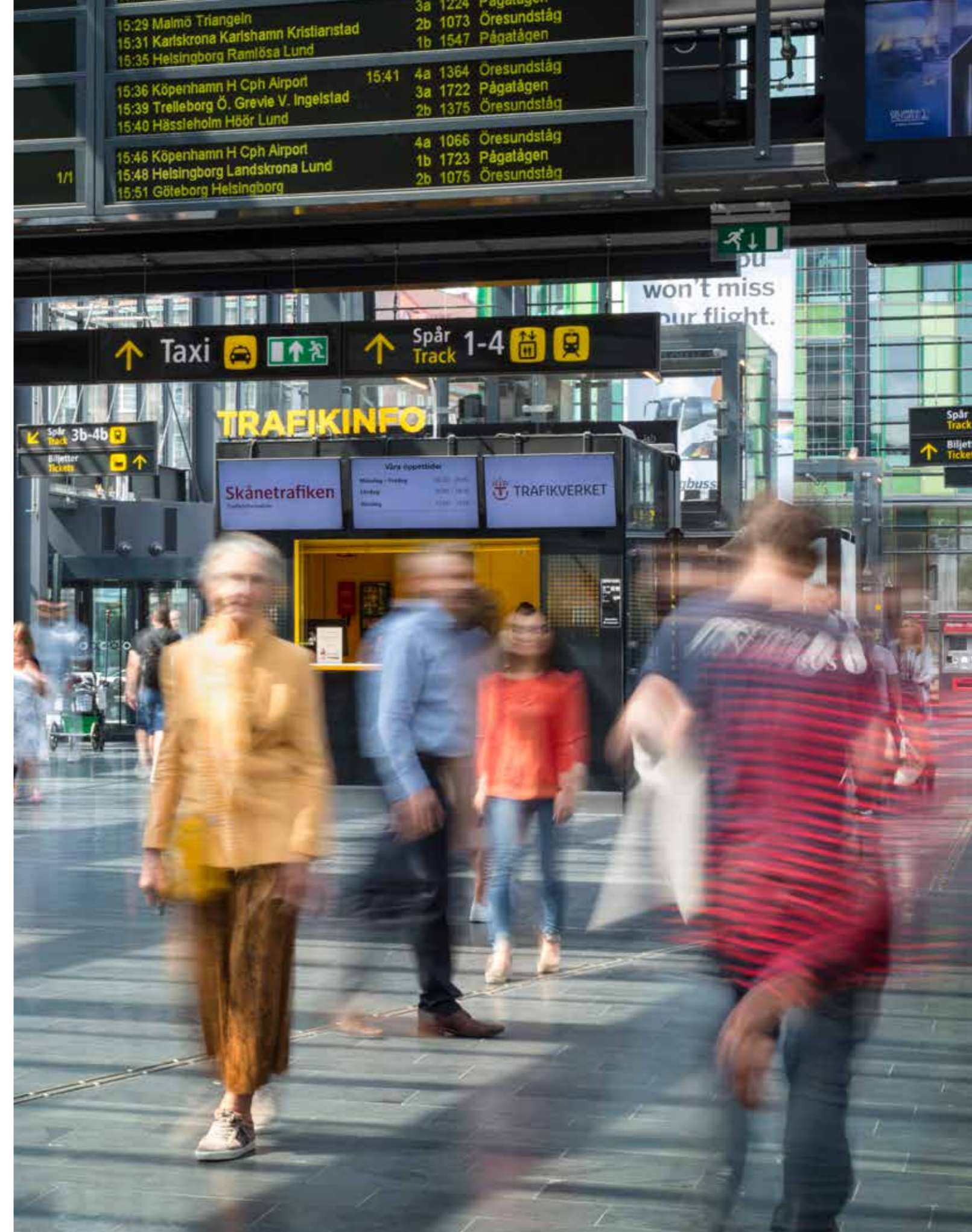


● Trafikkostnader	4 854 mnr
● Serviceresor	410 mnr
● Övriga kostnader	440 mnr
● Personalkostnader	304 mnr
● Finansiella kostnader	578 mnr

### Flera större satsningar kommer genomföras de närmsta åren:

- Införande av spårvagnar i Lund
- Ny depå för Öresundståg i Kärråkra
- Utveckling av biljettsystemet
- Satsning på och utveckling av digitala lösningar för kund
- Satsning på effektivisering av busstrafiken
- Landsbygdsatsning i busstrafiken
- Införande av nytt signalsystem (ERTMS) på Öresundståg och Pågatågen
- Inköp av kapacitetsstarka tåg för Väst kustbanan
- Införande av fler StadsExpressen i Malmö och Helsingborg

Målet för Skånetrafikens ekonomi är en budget i balans. För ytterligare information hänvisas till Skånetrafikens budgetbeslut och investeringsplan.





## Vår organisation

Vår värld förändras och förväntningarna på oss ökar. För att lyckas med vårt uppdrag och fortsätta att utveckla och förbättra kundupplevelsen så stärker och utvecklar vi även successivt vår organisation och vårt arbetssätt.

Vi agerar alltid utifrån våra värderingar och det som vårt varumärke står för. Med den röda tråden förankrar vi visionen i verksamheten och förtydligar hur vi konkret arbetar för att närma oss den.

Värdet vi skapar uppstår i våra resor – genom att möta kundens behov. Inför

2020 har vi därför förenklat och förtydligat roller och ansvarsfördelning inom och mellan avdelningarna i organisationen. Det är avgörande för oss att vara goda beställare och ha kraft att följa upp våra avtal. På så sätt får vi det vi har betalt för och har förmågan att utveckla såväl nuvarande som nästa affär. Nu speglar organisationens indelning bättre den process som vi jobbar efter, vilken också skapar tydligare ansvarsområden och tydligare överlämningar.

Samtliga avdelningar är direkt underställda **trafikdirektören** som leder förvaltningen med hjälp av sin ledningsgrupp. Den **ställföreträdande direktören** ansvarar för att tydliggöra dialog och kommunikation med kommuner och politik. Här finns också det samlade ansvaret för Skånetrafikens beredning av politiska ärenden.

**Staben** ansvarar för administrativ styrning och är ett stöd till hela verksamheten.

Inom **Strategi och affär** jobbar man med inriktningen för verksamheten, utvecklingen av de kommande affärens, investeringar och nya tjänster som överträffar kundens förväntningar. Avdelningen har ett tydligt fokus på framtiden och vår nästa affär, oavsett om den är tre månader eller tre år framåt.

Arbetet med att attrahera nya kunder och att få befintliga kunder att resa mer

med oss finns inom **Försäljning och marknad**. Här är också fokus på att stärka Skånetrafikens varumärke, skapa samarbeten och intäkter och alltid ge en enastående kundservice.

**Leveransen av resor** sker av affärsområdena för tåg, buss och serviceresor. Detta är Skånetrafikens kärnverksamhet. Här säkerställer vi ett ökat resande genom att vara i tid, erbjuda attraktiva och trygga resor samt hela och rena produkter. Affärsområdena har det fulla ansvaret för allt inom nuvarande affärer. Fokus ligger alltid på att förbättra erbjudandet i syfte att möta kundens efterfrågan och krav på effektivitet.

**Digitalisering och IT** stöttar och effektiviserar verksamheten genom förvaltning av befintlig IT och digitalisering av nuvarande och kommande tjänster och system.

### Trafikdirektör

#### Nästa affär

#### Kund och intäkt

#### Leverans av resor

#### Digitalisering

#### Politik, stöd och samverkan

Strategi och affär

Marknad och försäljning

Kundservice och kundledning

Affärsområde tåg

Affärsområde buss

Affärsområde serviceresor

Digitalisering och IT

Stf TD

Stab



# aktiviteter



## Aktiviteter och projekt 2020–2022

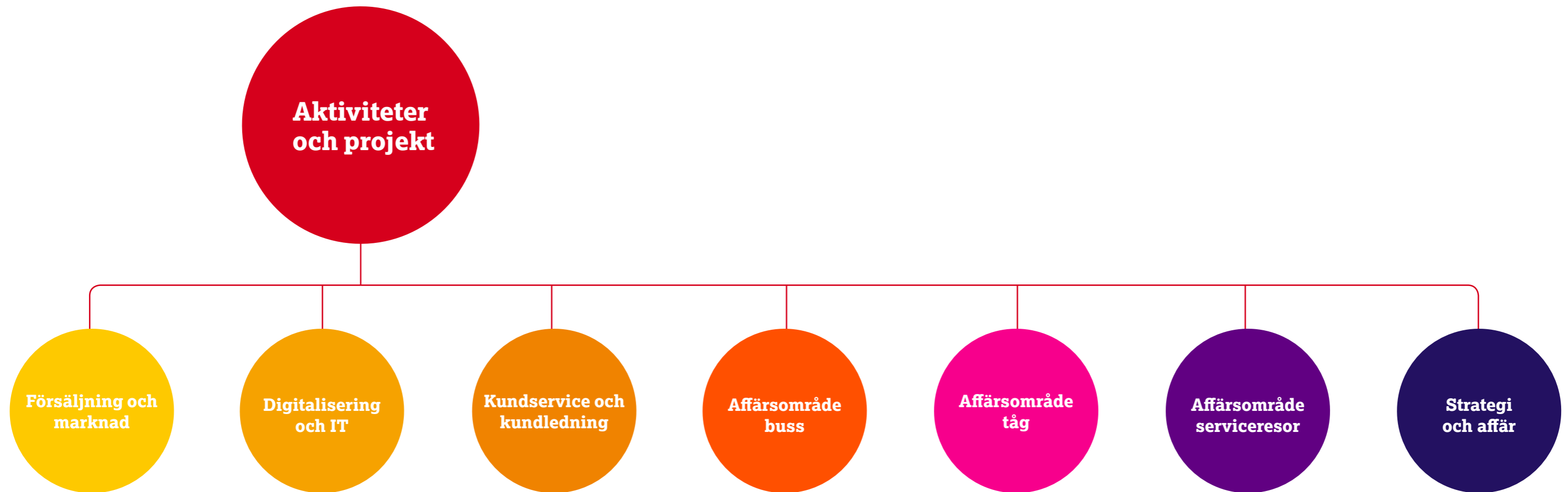
Våra aktiviteter ska leda till förbättring, utveckling och göra särskild skillnad i mötet med kund. De bidrar på så sätt till en fortsatt framgångsrik kollektivtrafik med starkt kundfokus, som gör att vi når målen. Aktiviteterna har bäring på strategierna som omfattar baskvalitet, attraktivt erbjudande och kundupplevelse. Det är konkreta åtgärder med tydlig ansvarsfördelning och tydliga leveranser. Det är först när kunden märker skillnad som vi

kan säga att vi har ett resultat. Modig innovation och korta ledtider är därför viktiga framgångsfaktorer. Vi testar och kör piloter.

De mest omfattande aktiviteterna drivs i projektform, där de tre viktigaste ryms inom ramarna för våra fokusprojekt: i tid, väl bemött och informerad. Projekten omfattar hela förvaltningen och är våra mest prioriterade.

### Fokus 2020–2022

Världens bästa resa



## Viktiga aktiviteter de kommande tre åren

Det viktigaste vi gör samlas under våra fokusområden:

### I tid

Målet är att förbättra den faktiska och upplevda punktligheten för att få fler att resa kollektivt. Under tre år fokuserar vi resurserna till de 10 stadsbusslinjer och 18 regionbusslinjer som står för hälften av resandet i Skåne under rusningstrafik.

Vi ska även säkerställa och prioritera rätt avgångs- och ankomsttider för de tre starkaste tågstråken under rusningstrafik. Vi kommer mäta och kommunicera punktlighetsleveransen ur kundens perspektiv. Helt enkelt vara i tid där flest reser – när flest reser.

### Väl bemött

Projektets syfte är att leverera service över förväntan genom ett professionellt kundbemötande, oavsett situation eller var i Skåne resan sker. Målet är att öka kund- och medarbetarnöjdhet och på sikt resandet.

Detta görs genom att skapa en serviceakademi i form av en gemensam och obligatorisk utbildning för alla som möter kund, för såväl Skånetrafikens som trafikföretagens medarbetare.

### Informerad

Projektet har som mål att leverera kundinformation i stort läge inom fem minuter: i rätt tid, enkelt, tydligt och samstämmigt i alla kanaler inom fem minuter. Kunden ska kunna fatta beslut om sin fortsatta resa utifrån den information som ges. Detta når vi bland annat genom att etablera en ny enhet som ska utveckla och ansvara för kundledning.

Utöver det som samlas under våra fokusområden beskrivs nedan aktiviteter och områden hos respektive avdelning. Även dessa ses som förutsättningar för att nå våra övergripande mål.

## Försäljning och marknad

Försäljning och marknad arbetar med att anpassa erbjudanden för de kunder som saknar ett attraktivt alternativ i dagens portfölj. Fokus ligger också på digitala återförsäljare genom att skapa förutsättningar för tredje part att sälja och paketera biljettutbud. Därigenom kan vi skapa skraddarsydda lösningar för kundgrupper som vi annars har svårt att nå.

Genom analys av resmönster och resbehov kan vi ge riktade erbjudanden till nya kundgrupper samt lojalisera befintliga kunder.

Vi samordnar planerade och oplanerade kommunikationsaktiviteter i alla tillgängliga kanaler för att förbättra information till kund och stärka vårt varumärke. Vi kommunicerar genom att koppla en större andel av vår kommunikation till aktuella händelser, så kallad strategisk improvisation. Det höjer relevansen i kommunikationen.

Genom att kommunicera och bygga förståelse för de utmaningar vi möter och arbetar med att lösa kan vi öka kundernas nöjdhet och därigenom också vårt NKI.

### De tre viktigaste aktiviteterna under 2020 är

- Vi ska öka vår marknadsandel genom att ta fram nya, enkla erbjudanden för de kunder som idag saknar ett attraktivt alternativ.
- Vi ska skapa förutsättningar för tredje part att sälja och paketera vårt biljettutbud och skapa lösningar åt de kundgrupper vi själva har svårt att nå.
- Vi ska öka antalet lojala kunder genom att analysera de befintliga kundernas rese-mönster och behov.

## Digitalisering och IT

Digitalisering och IT utvecklar och förvaltar Skånetrafikens digitala lösningar, med målet att skapa smarta lösningar för kund och förutsättningar för en effektiv verksamhet.

Genom etableringen av en kundledningscentral skapas bättre möjligheter för information till kund. Detta sker genom TOC, Traffic Operations Control. Systemet kan leverera flera verktyg som ger kundledningen bättre möjligheter att hjälpa kunden i stort läge, bland annat en bättre bild av trafikläget och mer effektiva medel att nå ut till kund. Här ingår också ett fortsatt arbete med att höja kvaliteten i den trafikdata vi använder.

Fordonsplattformen är själva grunden i en stor mängd funktioner som är förutsättningar för såväl en bra kundupplevelse som för uppföljning av våra avtal. Den nuvarande lösningen har under en tid dragits med bristande tillförlitlighet. Utveckling av en ny modern lösning, baserad på den europeiska ITxPT-standarden, har startat för att ersätta den gamla. Leverans beräknas ske under 2020.

Utvecklingen av infrastrukturen för IT fortsätter för att säkerställa tillförlitlighet och säkerhet. För våra system kommer arkitektur och principer för styrning och testning att ses över.

### De fyra viktigaste aktiviteterna under 2020 är

- Smarta och digitala lösningar för kund
- Ökad kvalitet i trafikdata
- Utveckling av fordonsplattform
- IT-säkerhet

## Kundservice och kundledning

Den nya avdelningen kundservice och kundledning ska skapa förutsättningar för att ge våra kunder enastående service och proaktiv information. Vi ska vara som bäst på att ta hand om kunden när trafiken går som sämst. Varje störning är ett tillfälle att få fler nöjda kunder genom att överträffa deras förväntningar.

Genom kravställning mot trafik- och kundledningssystem och utveckling av trafikinformation når vi målbilden – att i stort läge leverera trafikinformation i rätt tid, enkelt, tydligt och samstämmigt i alla kanaler. Kunden ska genom detta kunna fatta beslut om sin fortsatta resa. Målet är att tillsammans med affärsområdena tåg och buss säkerställa att kunder får information inom fem minuter efter att en störning har inträffat.

Avdelningen kundservice och kundledning ansvarar för två strategiskt viktiga projekt – Informerad och Väl bemött.

På våra kundcenter möter vi kunderna och ger dem personlig service.

Vår kundtjänst svarar på kundernas frågor och ger information via telefon, mejl, chatt och sociala kanaler. Kundservicen

ska utvecklas ännu mer, särskilt inom det digitala kundmötet. Vi ska guida och hjälpa kunderna att resa kollektivt och att använda självbetjäningsskanaler som app och biljettautomater. Vi kommer också fortsätta vara ute med vårt mobila kundcenter för att nå fler.

### De tre viktigaste aktiviteterna under 2020 är

- Kundservicen ska utvecklas ännu mer, särskilt inom det digitala kundmötet.
- Vi ska förbättra och utveckla trafikinformation till kund.
- Tillsammans med andra affärsområden ska vi säkerställa att kunden får information inom fem minuter vid störning.





## Affärsområde buss

En av affärsområdets viktigaste aktiviteter är att säkerställa leveransen av en resa som är trygg, säker, i tid och med en hel och ren produkt. Samtidigt ska nuvarande affär ständigt förbättras, vilket kräver god planering och utveckling som ger en högre belägningsgrad, ökad kostnadseffektivitet och ökad tillgänglighet.

Uppföljning och avtalsstyrning utvecklas genom den nya organisationen. Där läggs ett större fokus på pågående avtal där styrningen blir tydligare genom att rollen som beställare klargörs, precis som ekonomisk styrning, analys och uppfölj-

ning. Affärsområdet ska även fortsättningsvis utveckla trafik och infrastruktur inom ramen för befintliga avtal för att garantera optimal trafik och god framkomlighet.

### De tre viktigaste aktiviteterna under 2020 är

- Leverans av resor
- Affärs- och avtalsuppföljning
- Trafikutveckling



## Affärsområde tåg

Ett av de största fokusområdena på affärsområde tåg är att våra tåg avgår och ankommer i tid – att vi är punktliga. Utöver fokusprojektet i tid och att ständigt förbättra punktligheten arbetar vi tillsammans med Trafikverket i olika forum. Där ligger fokus på förbättringar i järnvägens infrastruktur och att öka framförhållningen på planerade och oplanerade banarbeten.

Inom våra avtal samarbetar vi med våra trafikföretag för att sätta in åtgärder som leder till en högre punktlighet. Vi analyserar löpande hanteringen av störningar för att ta fram åtgärder till förbättringar och implementera dem i verksamheten.

Genom ett bra bemötande och hela och rena tåg så tar vi oss närmre våra mål. Kontinuerlig uppföljning och kundundersökningar oss ger oss en bra bild över våra

förbättringsområden. Vi kommer fortsatt arbeta med upprustningen av Öresundståg för en bättre kundupplevelse och uppföljningen av avtal i syfte att våra tåg ska vara rena och funktionella.

Ytterligare ett prioriterat område är det tekniska underhållet på våra tåg där vi aktivt arbetar med våra leverantörer för att hela tiden förbättra underhållsprocessen.

### De tre viktigaste aktiviteterna under 2020 är

- Leverans av resor
- Affärs- och avtalsuppföljning
- Trafikutveckling

## Affärsområde serviceresor

Vi kommer genomföra utbildning och certifiering av förare inom vår serviceakademi för att möta de behov som våra kunder har inom serviceresor. Kopplat till en ökad självservicegrad kommer även driftsättningen av appen inom detta område ske, i syfte att kunderna ska få fler möjliga ingångar till att boka sin resa. Webbokning kommer att utvecklas för att underlätta och möta vårdens behov.

Inom vår beställningscentral och handläggning av myndighetsärenden kommer

utbildning inom telecoachning ske, samt översyn av den broschyr som riktar sig till färdtjänst.

Framöver ställs högre krav kopplat till kvalitet, miljö och hållbarhet vilket avspeglas i våra kommande upphandlingar där ett särskilt fokus finns på just kvalitet och miljöprestanda. Arbetet med uppföljning av befintliga avtal intensifieras och drivmedel och drivmedelsförbrukning följs upp noggrant.

### De tre viktigaste aktiviteterna under 2020 är

- Öka självservicegrad
- Affärs- och avtalsuppföljning
- Miljöprestanda



## Strategi och affär

Avdelningens fokus är att stärka förmågan att ta ett helhetsansvar för trafikupphandlingsprojekten genom att inkludera nya kompetensområden, som kundmöte och innovation samt affärsutveckling och fordons- och drivmedelskompetens.

Under kommande år kommer fokus vara på att hitta bättre lösningar för effektiv och attraktiv kollektivtrafik på landsbygden som inkluderar ett "hela resan-perspektiv".

Analys av medborgarnas och kundens behov, såväl fysiskt, personligt som digitalt och definierar våra mål och strategier. Utifrån detta tar avdelningen fram strategiska planer och underlag för vidare hantering inom verksamheten och våra upphandlingar.

Avdelningen planerar och processleder projekt och aktiviteter i syfte att säkerställa tidseffektivitet, låg kostnad och hög kvalitet för beställaren.

### De sju viktigaste aktiviteterna under 2020 är

- Leverans av nästa affär
- Strategiska och styrande dokument för förvaltningen
- Planera och processleda projekt och program
- Utveckla affärsmodell och inköpsstrategi







Skånetrafiken finns till för alla som bor, verkar och reser i Skåne. Vi gör det enkelt att resa hållbart. Varje dag gör människor cirka 465 000 resor med någon av våra 14 000 dagliga turer med buss och tåg samt 5 000 serviceresor – till jobbet, familjen och vännerna. Våra resor med bussar och tåg är märkta med Bra Miljöval och genom att resa kollektivt bidrar vi tillsammans till ett hållbart samhälle, en bättre miljö och ett levande landskap. Det ger hela Skåne kraft. Eller skjuts om man så vill.

Alla Skånetrafikens buss- och tågresor är märkta med Naturskyddsföreningens märkning Bra Miljöval.



Bra Miljöval