

# Affärsplan 2022-2024

## AB Östgötatrafiken

Avdelning:	Stab
Namn:	Therese Furhoff
Datum:	2021-05-27
Diarienummer:	2021/0100

## Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Vision, verksamhetsidé och värdegrund.....</b>	<b>2</b>
1.1	Vision .....	2
1.2	Verksamhetsidé.....	2
1.3	Vår värdegrund.....	2
1.4	Omvärldsanalys.....	3
1.5	Påverkansfaktorer på kort sikt.....	8
1.6	Nulägesanalys (SWOT).....	9
<b>2</b>	<b>Uppdrag, mål och styrtal .....</b>	<b>10</b>
<b>3</b>	<b>Uppdragsbeskrivningar och målbilder .....</b>	<b>12</b>
3.1	Ökad marknadsandel .....	12
3.2	Minskad subventionsgrad.....	13
3.3	Nöjda kunder.....	13
<b>4</b>	<b>Fokusområden 2022 .....</b>	<b>14</b>
<b>5</b>	<b>Övriga direktiv .....</b>	<b>14</b>

# 1 Vision, verksamhetsidé och värdegrund

## 1.1 Vision

Tillsammans driver vi utvecklingen mot en hållbar framtid.

- Vi är den pålitliga, trygga och självklara vägen fram för alla som reser tillsammans.
- Vi driver på utvecklingen i branschen, tänker innovativt, och skapar enkla vägar framåt för både kunder och medarbetare.
- Vi är en viktig aktör för en hållbar samhällsutveckling i regionen och påverkar aktivt utvecklingstakten.
- Vi tar initiativ till och skapar samarbeten med kunder, leverantörer och andra aktörer för att nå våra mål.

## 1.2 Verksamhetsidé

Genom att erbjuda enkla och trygga resor till våra olika kundgrupper bidrar vi till en hållbar utveckling av regionen.

Vårt erbjudande till kund

- Östgötatrafikens erbjudande är en enkel och fungerande resa mellan A och B förenat med en positiv upplevelse.
- Utformningen av resor och andra tjänster ska bidra till ett klimatpositivt samhälle.

## 1.3 Vår värdegrund

Våra kärnvärden skapar en vi-känsla för oss på Östgötatrafiken. I varje möte med våra kunder, samarbetspartners och kollegor vägleder våra kärnvärden oss om HUR vi ska

VARA när vi GÖR vårt arbete. Våra tre kärnvärden är:

- Öppenhet
- Professionalism
- Engagemang

Våra kärnvärden beskrivs utifrån beteenden som ska vara till stöd i vardagen när vi arbetar mot våra mål och i riktningen mot vår vision.

Öppenhet

- Jag ger och tar emot feedback för att utveckla andra och utvecklas själv.
- Jag delar med mig av min kunskap och sprider aktivt information som andra kan ha nytta av.

- Jag tar direktkontakt med kollegor/chef som berörs om jag har frågor/synpunkter och pratar med dem istället för om dem med andra.
- Jag vågar göra fel och berätta om det.
- Jag lyssnar, försöker förstå och förklarar på ett sätt så att andra förstår.

### Professionalism

- Jag tar ansvar och söker aktivt information som jag behöver i mitt arbete och följer de beslut som fattas.
- Jag bemöter kollegor, kunder och samarbetspartners respektfullt och verkar för ett gott samarbete.
- Jag sätter mig in i kundens behov och verklighet i samtal med både befintliga och helt nya kunder.
- Jag agerar och kommunicerar i möten och samtal på ett sätt som stärker företagets varumärke.
- Jag agerar affärsmässigt och prioriterar insatser som ger störst kund- och samhällsnytta utifrån våra ekonomiska resurser.

### Engagemang

- Jag tar ansvar för utförandet av mina arbetsuppgifter och förstår hur det jag gör påverkar andras arbetsuppgifter.
- Jag tar initiativ till förbättringar, tänker nytt och prövar nya lösningar och arbetsätt.
- Jag har egendriv, tar i när det behövs och satsar extra för att nå våra mål.
- Jag skapar delaktighet genom att ta tillvara andras kompetens för att uppnå resultat.
- Jag tar aktivt initiativ till samarbete och samverkan där det behövs både internt och externt.

## 1.4 Omvärldsanalys

### Ramar för uppdraget

Kommunernas förväntningar och uppdrag påverkar ramarna för verksamheten. Myndighetsutövningen när det gäller färdtjänst hanteras idag av kommunerna. Ett behov av att samordna detta regionalt skulle kunna leda till ett utökat uppdrag för Östgötatrafiken.

Trenden i samhället att arbeta med hållbara resor som helhet skulle på lång sikt kunna innebära ett mer omfattande uppdrag att ta initiativ till, leda analys och marknadsföra hållbara resor.

Möjligheten till investeringar i verksamheten påverkas av räntekostnader som till stor del styrs av penningpolitik och konjunkturförändringar. Kostnadsökningar för regionens hälso- och sjukvård skulle kunna medföra krav på besparingar och/eller effektiviseringar av

verksamheten, vilket i sin tur kan påverka möjligheterna att utveckla trafiken. Indexkostnaden kommer sannolikt inte öka i samma takt som de senaste åren.

De restriktioner och nedstängningar som genomförts för att hindra smittspridningen av Covid-19 har medfört en markant konjunkturavmattning både av den svenska ekonomin och globalt. Vilka långsiktiga konsekvenser det får för kollektivtrafiken är svårt att överblicka. Bedömningen i nuläget är dock att det inte har någon huvudsaklig positiv effekt på kollektivtrafiken och de politiska målen för kollektivtrafiken.

Erfarenheter från den pågående pandemin visar även att risker för snabba svängningar i resande och intäkter kan återkomma vid andra liknande händelser.

Den nationella regeringsöverenskommelsen mellan S, MP, C och L innehåller genomförandet av en utredning om ett nationellt biljettsystem. Utredningen levererades i slutet av april 2020 och skickades på remiss till branschen för besvarande under hösten samma år. Östgötatrafiken har, tillsammans med Skånetrafiken, i remissvaret belyst att vårt biljettsystem uppfyller alla kriterier för det nationella biljettsystemet. Resultatet efter att remisserna behandlats är ännu okänt och därför är det heller inte klart vilken påverkan på investeringar och tjänster som kan komma att uppstå. Den frågan kommer att bli föremål för vidare analyser.

Regeringen beslutade i december 2015 att planeringen för totalförsvaret skulle återupptas på grund av att säkerhetsläget i närområdet hade försämrats. För Region Östergötland innebär det en långsiktig planering för att säkerställa vår samlade förmåga under höjd beredskap och krig. Det är oklart hur kollektivtrafiken påverkas av detta. Totalförsvarsplaneringen, som Försvaret tillsammans med MSB ansvarar för, ska pågå under åren 2021-2025. Sannolikt kommer bilden av kollektivtrafikens roll i totalförsvaret förtydligas under denna period.

När det gäller tillgången till och priserna på fossilfria bränslen i framtiden så kan detta komma att påverkas av framtida beslut och lagstiftning nationellt och på EU-nivå. Biogas och HVO, som är huvudsakliga bränslen i vår trafik, har en skattesubvention idag. Biogas kommer att fortsätta vara skattebefriad till och med 2030. Även HVO omfattas av en skattebefrielse till och med 2021. Det är däremot osäkert hur det blir med HVO efter 2021. För RME, som används i liten omfattning i vår trafik idag, gäller samma som för HVO.

### Förändrad demografi och regional struktur

Kollektivtrafiken och resandeutvecklingen påverkas av befolkningstillväxten och befolkningsfördelningen i länet. Generellt är trenden fortsatt inflyttning till städerna och längs de starka pendlingsstråken. Ökade möjligheter till distansarbete kan på lång sikt få påverkan på inflyttningstakten till städerna.

Samhällsutvecklingen i länets två stora städer påverkar utbudet av kollektivtrafik. Trafiksituationen i städerna, kommunernas planering av trafik och infrastruktur samt beslut om åtgärder som exempelvis förtätning och fler eller färre bussgator får påverkan på kollektivtrafikens framkomlighet och attraktivitet. Fortätning är bra för kollektivtrafikens attraktivitet, men innebär samtidigt trängre om utrymme, mer buller och sämre luftkvalitet från utsläpp. Även andra kommunala beslut får effekt på resandet, t.ex. centralisering av

skolor. Kommunernas ekonomi kan även innebära att möjligheterna att erhålla färdtjänst i framtiden begränsas, vilket skulle få påverkan på verksamheten. Utmaningen kvarstår även när det gäller avsaknad av ansvar för gymnasieelevers resor.

Trender som rör möjligheten och val att arbeta på distans eller under resan kommer sannolikt att påverka resandemönstret. Omställningen till en högre grad av distansarbete har gått snabbare än väntat på grund av pandemin. Ett flertal studier visar på att många kommer att fortsätta att arbeta på distans i en högre utsträckning även efter pandemin.

Invånarnas arbetsmarknad ökar geografiskt, vilket kan medföra ett större interregionalt resande. En ny potentiell målgrupp för kollektivtrafiken är utomlännsresenärer, vilket bland annat innebär att samarbetet inom Mälardalstrafik kan komma att utvecklas ytterligare.

Trängseln på stambanan påverkar framkomligheten och får till konsekvens att prioriteringar görs som i sin tur påverkar möjligheterna att utveckla tågtrafiken.

Byggnationen av Ostlänken påverkar kollektivtrafiken i Östergötland. Under lång tid innan Ostlänken är byggd kommer vi att behöva leva med befintlig infrastruktur på stambanan samtidigt som antalet resenärer ska öka. Det innebär också en osäkerhet för kommunerna när det gäller byggnation av resecentrum och genomförandet av andra satsningar.

Den äldre delen av befolkningen ökar, vilket innebär att pensionärer blir en allt viktigare och större resenärsgrupp framåt. Målgruppens förändrade krav kommer att få påverkan på utvecklingen av produkter och tjänster i samhället. Troligen kommer även antalet legitimerade inom färdtjänsten att öka i takt med att gruppen pensionärer blir fler.

Generellt upplevs en minskad trygghet och säkerhet i samhället, vilket kan påverka resenärernas vilja att vistas ute och resa kollektivt.

Antalet sjukresor utanför den egna orten och länet ökar och kommer troligen fortsätta att öka eftersom många remitteras inom främst vårdgarantin till specialistvård utanför länet. Detta ställer krav både på information till de privata vårdgivarna och regionerna, då reglementet för sjukresor varierar i landets regioner. Digitala vårdmöten blir allt vanligare, något som har ökat ytterligare under pandemin och kan påverka resandet framåt.

### Vårt erbjudande och vår verksamhet

Hållbarhetsfokus och krav på företag att utvecklas hållbart driver utveckling i företagsvärlden och kan på det sättet leda till nya affärsmodeller. Hållbarhetsintresset, både hos företag och privatpersoner, är även positivt för Östgötatrafikens varumärke. Inom varumärkesutveckling är en stark trend att skapa lojala band med kunderna genom att kommunicera budskap som appellerar på känslor snarare än fakta.

Kombinerad mobilitet som samhällstrend växer. Samarbeten med andra aktörer för att utveckla tjänster ses som en möjlighet om de bidrar till att kunder väljer kollektivtrafik i kombination med gång, cykel och bilpoolsbil utifrån sina transportbehov. Det är av stor vikt hur tjänsterna inom kombinerad mobilitet utformas. Det finns studier som visar att

kombinerad mobilitet även kan skapa motsatt effekt, såsom ökad trängsel i städer och ökade marknadsandelar för bilen. För stort fokus på andra former av transporter skulle också kunna leda till minskat fokus på utveckling av kollektivtrafiken. Det är därför viktigt att kollektivtrafikaktörer tar en aktiv roll i utformandet av tjänster inom kombinerad mobilitet.

Utvecklingen av elfordon, nya typer av cyklar med lastmöjligheter och fordon för mikromobilitet kan få påverkan på valet av att resa kollektivt framåt.

Kunderna kräver i högre utsträckning en personligt anpassad upplevelse som skapas utifrån den unika kundens förutsättningar och beteenden. För att skraddarsy erbjudanden krävs därför mer kunskap om kunderna.

Krav på samverkan med andra aktörer och att öppna upp för tredjepartsförsäljning ökar. I kombination med regionala intressen och events kan det få positiv påverkan på varumärket och locka nya kundgrupper.

Hur väl företag och organisationer lyckas med sitt arbetsgivarvarumärke - employer branding – påverkar möjligheten att locka till sig och behålla medarbetare. Trender, som att erbjuda meningsfullhet och att lyckas förmedla företagets värderingar och kultur, blir allt viktigare i jakten på talangerna. Östgötatrafikens samhällsuppdrag och riktning ligger i linje med detta och kan innebära en fördel framåt.

Inom verksamhetsutveckling är trenden fortsatt att skapa värderings- och kulturstyrda organisationer. Detta ställer i sin tur krav på att lyckas etablera ett starkt och enat medarbetarskap samt ett ledarskap som visar riktning och leder i förändring. Arbetsplats och arbetstider får mindre betydelse och krav på andra former av anställningsvillkor kommer öka i takt med att de yngre generationerna påverkar arbetsmarknaden.

### IT-utveckling och konsumentteknik

I likhet med många andra företag och organisationer påverkas Östgötatrafiken av den starka digitaliseringstrenden både internt och externt. Öppna data är nu en realitet och skapar möjligheter för tredjepartsutvecklare att utveckla funktioner för kunder med befintliga data. Öppna data innebär dock även att en minskad kontroll av hur data tolkas och presenteras, vilket kan leda till otydlig information till våra kunder. IoT (Internet of Things) ger helt nya möjligheter att fånga data och skapa nya datakällor som kan användas enskilt eller i kombination med befintliga data. Merparten av nya funktioner byggs i molnlösningar som kräver att allt är uppkopplat för att de ska fungera. Digitaliseringen innebär även nya säkerhetsrisker och ett behov av att betrakta IT-säkerhetsstrategin som en viktig del av affärsprocessen.

I omvärlden ökar Big data, det vill säga digitalt lagrad information av sådan storlek att det är svårt att bearbeta den med traditionella databasmetoder och öppna data snabbt. Detta ställer krav på hantering och lagring av data, samt beredskap för snabbare byten av teknik för att dra nytta av utvecklingen. De stora datamängderna gör det möjligt med datadriven verksamhet - att kunna ta affärsmissiga beslut på mer faktabaserade analyser.

Utveckling av maskiner och program med funktioner som chatbots, AI (Artificiell intelligens) och machine learning, det vill säga metoder som med hjälp av data lär datorer att lösa en uppgift bättre, påverkar tjänster och produkter allt mer. Funktioner med röst- och bildsökning växer sig större, vilket ställer nya krav på våra appar.

Det digitala utanförskapet är en viktig fråga framåt att hantera. De digitala kanalerna blir fler och används i allt högre utsträckning av kunderna. De kunder som använder andra typer av kanaler blir färre, vilket påverkar deras förutsättningarna. Gapet mellan de som är och inte är digitaliserade ökar, även om gruppen i utanförskapet minskar. För ett fortsatt arbete med att minska gapet behövs målgruppsanpassad kommunikation och stöd för att kunna delta i den digitala omställningen. Digitaliseringen innebär även ett minskat utanförskap för personer med funktionsnedsättning, där ny teknik kan hjälpa till på nya sätt genom till exempel AR (Augmented Reality) och röststyrning.

Den höga digitaliseringstakten påverkar kompetensförsörjningen. Behovet att arbeta strategiskt med kompetenstillförsel, både på lång och kort sikt, ökar.

### Utveckling i branschen/affärsmodeller

Även fortsättningsvis är benchmark inom vår bransch och liknande branscher viktig för att lära av varandra och att skapa gemensamma kostnadseffektiva lösningar. Det handlar bl.a. om utveckling av branschmallar (modellavtal, utvärderingsmodeller, incitamentsavtal m.m.), men också andra former av erfarenhetsutbyte. Under pandemin kunde branschen snabbt kraftsamla och forum för spridning av kunskap och erfarenheter etablerades direkt i inledningsskedet.

Incitamentsavtal medför en ny form av samverkan med trafikföretagen, vilket innebär förändringar av arbetskultur och nya arbetsätt. Avtalsformen betyder även att fördelningen av kostnaderna blir annorlunda över avtalsperioden och innebär ökade trafik kostnader i slutet av avtalen.

Många organisationer samverkar om framtida betalsystem och betaltjänster, där kundernas behov av enkelhet blir allt viktigare. Olika former av samverkan ökar generellt i branschen, ofta genom framtagandet av egna tekniska lösningar när marknaden inte levererar enligt förväntningar och behov. Även utvecklingen av olika biljettsamarbeten i branschen fortsätter, som Mälardalstrafik (Movingo) och Resplus. Multimodalt resande kommer att öka både på Sverigenivå och på Europeanivå, vilket innebär att förväntningar på gränsöverskridande biljett- och betallösningar ökar.

Under den pågående pandemin har bilden förstärkts av kollektivtrafiken som ett sätt att resa för i första hand människor som inte har något alternativ. Det finns en obalans mellan den bilden och branschens egen bild av att attraktiv kollektivtrafik är ett alternativ för människor som vill välja ett mer hållbart sätt att resa.

En stor trend inom vår bransch är elektrifiering av trafik. Många aktörer väljer eldrift för sina fordon både nationellt och i Europa, vilket även kan komma att påverka tillgången på fordon som drivs med andra bränslen i framtiden. Distributionen av el kan innebära begränsningar när det gäller utvecklingen av elektrifieringen i en större skala.



Importberoendet, för att säkerställa tillgången på fordon, reservdelar etc, gör att branschen påverkas vid globala händelser som krig och pandemier.

Det pågår flera initiativ till användning av självkörande bussar i branschen, där de nyttjas som exempelvis matarfordon.

I vissa län ökar det politiska intresset för att köra trafik i egen regi samt erbjuda avgiftsfria resor för vissa grupper.

Den pågående pandemin har skapat oro hos förarna när det gäller deras arbetsmiljö, vilket kan få konsekvenser på möjligheten att rekrytera både buss- och taxiförare. Medelåldern är relativt hög i taxibranschen och det är därmed troligt att det kommer att finnas behov att ersätta taxiförare som går i pension inom den närmaste tiden. Att branschen ställer sociala krav i upphandlingarna av trafiken ger en positiv effekt på möjligheten att rekrytera taxiförare.

## 1.5 Påverkansfaktorer på kort sikt

Mot bakgrund av det fortsatta osäkra läget under den pågående pandemin har faktorerna i omvärldsanalysen analyserats ytterligare. Ett antal faktorer som har stor påverkan på vår måluppfyllelse på kort sikt har tydliggjorts för en tydligare styrning i affärsplanen.

De faktorer som bedöms ha stor påverkan på kort sikt för måluppfyllelsen är följande:

- Ökningen av distansarbete och en minskad betydelse av arbetsplatser och arbetstider får påverkan på resandemönster.
- Den förstärkta bilden av att kollektivtrafiken är till för människor utan alternativ kan påverka återhämtningen efter pandemin.
- En minskad trygghetskänsla kan få påverkan på viljan att resa kollektivt framåt.
- Nya metoder och verktyg för att engagera kunderna ger oss en möjlighet till en starkare position.
- Hållbarhetsintresset växer både hos företag och privatpersoner, vilket ger kollektivtrafiken en fördel.

## 1.6 Nulägesanalys (SWOT)

### Styrkor:

- Starkt och positivt laddat varumärke
- Nöjda kunder
- Transparent ledning som leder och driver
- Många självständiga medarbetare
- Hög yrkeskompetens
- Synlighet gentemot medborgarna
- Hög digitiseringsnivå
- Intern stolthet över vårt uppdrag
- Stor vilja att utvecklas
- I framkant vad gäller öppna data
- Etablerad förvaltningsmodell av IT-systemstöd
- God ekonomistyrning
- Modernt och flexibelt betalsystem

### Möjligheter:

- Nya kunder och nya kundgrupper
- Nya avtalsmodeller och samverkan med trafikföretag
- Integrering mellan olika trafikslag
- Samverkan med kommunerna
- Kombinerad mobilitet
- Ökad kunddialog
- Samverkan i branschen
- Ökat intresse på arbetsmarknaden för organisationer med värderingsstyrd företagskultur
- Proaktivt mediaarbete
- Automatiserade kundgränssnitt
- Ökat klimat- och hållbarhetsfokus i samhället. Krav på en grön omställning efter pandemin.
- Gemensamma biljettstandards
- Ökad samverkan med universitet och forskningsgrupper
- Förtätning och tillväxt i regionen
- Förändrade resmönster

### Svagheter:

- Brister i mätning och uppföljning av delmål
- Inte tillräckligt utvecklat systematiskt processarbete
- Få individer med erfarenhet av projektledning
- Svårt att attrahera nya resenärsgupper
- Samverkan med kommunerna och trafikföretagen
- Strategisk plan för kompetensförsörjning saknas
- Nyttjar inte fullt ut vår data
- Låg målgruppsbearbetning
- Inte tillräckligt många utredda idéer för ökad måluppfyllelsen
- Brist på affärsmässighet/förhandlingsvana
- För lite strategiskt fokus på den särskilda kollektivtrafiken
- Inget eget kapital för utvecklingsmöjligheter framåt
- Små möjligheter att kortsiktigt minska kostnader

### Hot:

- Framkomlighet försvåras pga. förtätning i städerna
- Bilens framväxt oavsett drivmedel
- Brist på samordnade processer inom vissa kommuner påverkar kollektivtrafikplaneringen
- Centralisering av skolor påverkar resandet i peaktid
- Region Östergötlands ekonomi och beredskap att hantera kortsiktiga svängningar.
- Kommunernas ekonomi
- Taxibranschens utmaningar att leverera avtalad kvalitet
- Kortsiktiga särslagstiftningar för fossilfritt bränsle
- Digitaliseringen för med sig nya säkerhetsrisker
- Risk för politiskt fokus på frågor med låg påverkan på de politiska målen
- Pandemins långsiktiga påverkan på kundernas beteenden och acceptansen för trängsel minskar.
- Olika syn på kollektivtrafikens roll påverkar förväntningarna på leveransen

## 2 Uppdrag, mål och styrtalet

Östgötatrafikens mål är indelade i mål och styrtalet som vi styr verksamheten mot och mål och måttal som vi följer utvecklingen av för att bibehålla eller säkerställa nivån.

För varje övergripande uppdrag och mål anges GAP, det vill säga hur måluppfyllelsen ser ut i förhållande till målet. Utvecklingen av måluppfyllelsen anges utifrån följande färg- och nummermarkeringar baserat på Region Östergötlands styrmodell.

Nivå	Beskrivning av GAP-nivå
1	Utvecklingen har inte gått åt rätt håll de senaste året/åren. Genomgripande insatser kommer krävas under flera år.
2	Utvecklingen har gått åt rätt håll senaste året/åren. Ett flertal insatser kommer dock krävas under flera år.
3	Utvecklingen har gått åt rätt håll senaste året/åren. Insatser har lett till vissa resultat – fortsatt arbete krävs, troligtvis under flera år.
4	Utvecklingen har gått åt rätt håll senaste året/åren. Fortsatt arbete kommer dock krävas närmaste året.
5	Utvecklingen har lett till önskat resultat. Insatser som bibehåller resultatet är implementerade.

Följande mål styr vi verksamheten mot:

Affärsplan 2022												
Uppdrag	Marknadsandel 2019: 19%	GAP					2020	2022	2023	2024	2030	Rappor- teras
		1	2	3	4	5	15%	Öka	Öka	Öka	32%	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtalet	Antal påstigande (2019: 31,1 milj)	1					-	23,3 milj	25,9 milj	27,2 milj	-	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtalet	Cykelns andel av resandet (2019: 12%)			3			13%	13%	14%	14,5%	-	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtalet	Medelhastighet stom- trafiken (innerstad)			3			13,0	13,1	13,4	13,7	15	ÅRS
Styrtalet	Medelhastighet stomtrafiken (ytterstad)			3			22,0	22,1	22,2	22,3	23	ÅRS
Uppdrag	Subventionsgrad 2019: 56,4%	1					64,80%	63,1%	59,3%	57,1%	50%	DÅ04, DÅ08, ÅRS

Affärsplan 2022												
Styrtal	Kostnadstäckningsgrad (2019: 48%)		2				35,65%	41,4%	45,7%	48,3%	-	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Nettokostnad per påstigande (2019: -18,6 kr)	1					-32 kr	-30 kr	-26 kr	-24 kr	-	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Uppdrag	Nöjd Kund (NKI) 2019: 70%				4		67	70	71	72	78	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Nöjd med senaste resa (2019: 85%)					5	82%	84%	85%	≥85%	-	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Punktlighet allmän kollektivtrafik				4		-	85%	86%	86%	-	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Punktlighet särskild kollektivtrafik				4		93,81%	95%	95%	95%	-	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Enkelt att resa med bolaget, kunder (2019: 78%)				4		77%	78%	≥78%	≥78%	-	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Sammanfattande nöjdhet färdtjänst o sjukresa (2019: 91%)					5	91%	≥91%	≥91%	≥91%	93%	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	NPS, kunder (2019: +8)				4		-0,5	4	6	8	-	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	NPS, icke kunder (2019: -38)				4		-33	-30	-28	-27	-	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Styrtal	Tillgänglighet digitala tjänster				4		68%	72%	74%	75%	80%	ÅRS

Mål och mätetal som vi följer för att bibehålla eller säkerställa nivån:

	Följa mått	GAP				2020	2022	2023	2024	Rapporteras
Mäts	MMI (2019: 66)			4		70%	≥70%	≥70%	≥70%	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Mäts	Sjuktal (korttidsfrånvaro/långtidsfrånvaro)				5	2,1/3,7	-	-	-	ÅRS
Mäts	Overhead (OH)				5	2,7%	2,8%	2,8%	2,8%	DÅ04, DÅ08, ÅRS
Mäts	Personalomsättning (medarbetare som slutar i % av antalet tillsvidareanställda)			4		8,6%	-	-	-	ÅRS

## 3 Uppdragsbeskrivningar och målbilder

### 3.1 Ökad marknadsandel

Vi ska ta marknadsandelar från biltrafiken. För att kunna öka marknadsandelen behöver vi aktivt arbeta med att tilltala nya kunder. I arbetet med att fånga upp nya kunder är allmänhetens attityd till vår verksamhet och kollektivtrafik viktig. Det finns även behov av att utveckla kombinerat resande, där våra kunder kan kombinera kollektivtrafiken med andra färd sätt utifrån behov. Ett nära samarbete med våra kommuner och andra regionala samarbetspartners är en framgångsfaktor för att lyckas med att nå ett ökat resande. Vi behöver även förtydliga hur vi vill utveckla kollektivtrafiken i framtiden för att långsiktigt säkerställa att vi arbetar mot en gemensam framtidsbild.

Under pandemin har antalet resande i kollektivtrafiken minskat och vi har tappat marknadsandelar till biltrafiken. Gång och cykel har ökat, vilket är positivt för folkhälsan och samhällsutvecklingen. Ökningen av cykel som transportmedel styr mot samma mål som kollektivtrafiken och är ett viktigt komplement i arbetet med att ta marknadsandelar från biltrafiken. När pandemin är över behöver vi aktivt arbeta med de kunder som valt bort kollektivtrafiken till förmån för bilen för att få dem att återkomma till kollektivtrafiken.

#### Målbilder 2022

- Allmänhetens uppfattning om Östgötatrafikens verksamhet utvecklas positivt och andelen östgötar som rekommenderar andra att åka med vår kollektivtrafik ökar.
- Vi har utvecklat vår kommunsamverkan i syfte att skapa förståelse för varandras roller, uppdrag och förutsättningar.
- Vi deltar aktivt i samarbeten med trafikföretag, kommuner, näringsliv och universitet, där vi bidrar med vår kunskap om kollektivtrafikens samhällsnytta och hur kollektivtrafiken kan utgöra ett komplement till andra färdmedel.
- Vi har utifrån Region Östergötlands tågstrategiska målbild 2040 tagit fram en plan för Östgötapendelns utveckling de närmaste åren.
- Vi har infört passagerarräkningssystem i tåg- och regionbusstrafiken som ska bidra till förbättrad uppföljning av resandet och ny kunskap för att utveckla vår trafik.
- Vi har tydliggjort vår roll när det gäller utvecklingen av MaaS-tjänster i Östergötland.
- Vi har ökat vår interna förståelse för vad som påverkar rörelsemönster, beteenden och trender i samhället.
- Vi har skapat arbetssätt och metoder där vi tar tillvara på nya idéer och nytänkande för utveckling av verksamheten och ökad måluppfyllelse.
- Vi har infört ett systematiskt förbättringsarbete och följer upp de processförbättringar som genomförs i våra processer.
- Vi har skapat förutsättningar, nya arbetssätt och metoder för en ännu mer datadriven utveckling av kollektivtrafiken.

## 3.2 Minskad subventionsgrad

Under 2022 kommer kollektivtrafiken fortsatt behöva tillskott från Region Östergötland för att täcka de lägre biljettintäkter som är en direkt följd av det minskade resandet under pandemin.

Målbilder 2022:

- Vi har genom beslut i TSN infört tidsdifferentierade priser för att på sikt öka möjligheten att öka biljettintäkterna i förhållande till trafik kostnaderna i syfte att stärka kollektivtrafiken i länet.
- Vi har genom en aktiv dialog skapat forum för samverkan med kommunerna om kollektivtrafikens utveckling och eventuella långsiktiga förändringar kopplade till förändrade resmönster efter pandemin.
- Vi har en implementerad strategi för företagsförsäljning och har organiserat oss effektivt för att genomföra strategin.
- Vi har genom dialog med kommunerna ökat den gemensamma förståelsen för roller och ansvar när det gäller skolresor.

## 3.3 Nöjda kunder

Vi ska öka andelen nöjda kunder för att främja resandeutvecklingen inom den allmänna kollektivtrafiken samt för att säkerställa trygghet och nöjdhet inom den särskilda kollektivtrafiken. Vår förmåga att - utifrån kundernas behov - skapa nya och utveckla befintliga produkter och tjänster är en framgångsfaktor. Kunden ska uppleva att det är enkelt att resa med kollektivtrafiken och hitta information inför och under resan. Distansarbete har etablerat sig i samhället i en större omfattning och kundernas behov av flexibla biljetter där man inte reser till en arbetsplats varje dag har ökat.

Målbilder 2022

- Andelen kunder och andelen av allmänheten som upplever att det är enkelt att resa med kollektivtrafiken ökar.
- Vi fortsätter att utveckla vårt biljett- och betalssystem i samarbete med Skånetrafiken och Blekingetrafiken med fokus på tjänster utifrån nya kundbehov efter pandemin.
- Ett aktivt samarbete och goda samverkansformer med våra trafikföretag har inneburit att kundernas upplevelse av vårt bemötande under hela resa har förbättrats.
- Vi har genomfört uppstartsprojektet av våra nya trafikavtal för regionbusstrafiken enligt plan och med god leverans kvalitet.
- Vi har genomfört en utredning av servicetrafiken i tätort inför beslut i TSN med syfte att skapa ett regionalt mer likvärdigt koncept.
- Vi har påbörjat ett mer långsiktigt strategiskt arbete för utveckling av den särskilda kollektivtrafiken.
- Vi har utvecklat vår förmåga att möta kund i hela organisationen.

- Vi har ytterligare förfinat vårt sätt att följa upp och utveckla de tillgänglighetsanpassningar vi har i användargränsnittet mot kund.
- Vi har tillsammans med funktionsrättsorganisationerna utvecklat och etablerat tydliga samverkansformer för alla verksamhetsdelar.

## 4 Fokusområden 2022

Aktiviteter för att öka antalet påstigningar.

Aktiviteter för att öka biljettintäkterna för att säkra ett attraktivt framtida trafikutbud.

Samverkan med kommunerna och trafikföretagen för att öka kollektivtrafikens konkurrenskraft.

## 5 Övriga direktiv

Vid nedbrytning av affärsplanens mål till aktiviteter utgår vi från att förenkla, höja lägsta nivå och fatta faktabaserade beslut.