



## Förslag på utformning av Affärsutvecklingsavtal

### Bakgrund

Ett gemensamt arbetssätt för att nå de övergripande målen om en förbättrad kollektivtrafik och en ökad marknadsandel är att Beställare och Trafikföretag skapar en plattform för samsyn om hur arbetet ska bedrivas och genom ett proaktivt, engagerat och professionellt sätt ta vara på den utvecklingspotential som finns i det aktuella trafikavtalet. För att nå dit behöver arbetsformerna formaliseras på ett tydligt och transparent vis och vara en förutsättning vid den aktuella upphandlingen.

De regionala kollektivtrafikmyndigheterna har i sina Regionala trafikförsörjningsprogram satt upp mål för respektive region/län vad gäller kollektivtrafikens utveckling över ett antal år. Det är viktigt att Affärsutvecklingsavtalet tar hänsyn till dessa mål i det kommande samarbetet mellan parterna.

Arbetsmodeller och arbetsformer kan variera mellan de olika avtalsformerna, produktionsavtal, incitamentsavtal och tjänstekoncessioner. Gemensamt är att samtliga avtalsformer ger förutsättningar för ett formaliserat arbetssätt och gemensamt ansvar för avtalsutvecklingen. Kollektivtrafikens utvecklingspotential blir som starkast när trafikplanering, samhällsbyggnad och infrastrukturutveckling stödjer varandra.

Kollektivtrafikens utveckling är beroende av goda kontakter med berörda kommuner, landsting, skolor, övriga trafikföretag, Trafikverket, väghållare, eventuella intresseorganisationer samt näringslivet. Samarbeten med dessa intressenter bör beskrivas i avtalet. En positiv utveckling av trafiken är idag i många fall kopplad till möjligheter att förbättra infrastrukturen, speciellt i städer och tätorter. Det är en framgångsfaktor att med kommuner skapa ett formellt arbetssätt vilket kan beskrivas i t ex en avsiktsförklaring.

Nedan finns ett förslag på hur ett Affärsutvecklingsavtal kan utformas och förslag på arbetsformer utifrån ett gemensamt ansvar som ska leda till både ökad kundnöjdhet och ökat resande för att nå uppsatta aktuella mål.



## **Förslag till utformning av ett Affärsutvecklingsavtal gällande samverkan mellan beställare och trafikföretag (Ersätter tidigare samverkansavtal i modellavtalen)**

### **Inledning**

Beställaren och Trafikföretaget ska tillsammans arbeta för att utveckla trafiken så att Beställarens övergripande mål uppnås.

För att uppnå dessa mål och en utveckling av kollektivtrafiken är samverkan viktig där Parternas samlade kompetens och resurser nyttjas.

Affärsutvecklingsavtalet ska präglas av att

- Beställaren och Trafikföretagen är samarbetspartners som samverkar för att utveckla den gemensamma affären
- Samverkan kännetecknas av kundfokus och affärsmässighet.
- Beställaren och Trafikföretaget har en tydlig målstyrning och en gemensam uppföljning.
- Det finns en ömsesidig öppenhet mellan Beställaren och Trafikföretaget.

Parterna avser att utifrån affärsutvecklingsavtalet gemensamt driva utvecklingsarbete enligt nedanstående riktlinjer.

Parterna ska

- Utforma ett arbetssätt kopplat till utveckling av trafiken och affären över tid
- Samverka kring trafikutvecklingsfrågor enligt förutsättningar och övergripande mål beskrivna i trafikavtalet
- Samverka kring marknadsbearbetning såsom t.ex. marknadsföring av trafik.
- Enas om löpande åtgärder för att mäta måluppfyllelse eller på annat sätt stödja Parternas mål för t ex fler och/eller nöjdare resenärer.
- Tillsätta tillräckliga resurser i form av kompetens och personal

Beställaren ansvarar för:

- Strategiska utvecklingsfrågor och ordförandeskapet i Styrgruppen

Trafikföretaget ansvarar för:

- Operativa frågor i enlighet med trafikavtalet.
- Projektledning i eventuella projekt som arbetsgruppen genomför

### **Samverkan för affärsutveckling**

#### **Inledning**

Affärsutvecklingsavtalet är ett redskap för samarbetet mellan Parterna. Det är en strukturerad beskrivning av förutsättningarna för den gemensamma affären. Avtalet ska skapa en struktur och tydlighet i det gemensamma arbetet, beskriva hur Parterna ska utveckla trafikuppdraget och nå de gemensamt uppsatta målen med resenären i fokus. Mål, strategier och aktiviteter konkretiseras och kommuniceras i en gemensam affärsplan.

#### **Förslag på årscykel och arbetssätt**

Affärsutvecklingsavtalet kan hanteras i en styrgrupp och en arbetsgrupp. Arbetsgruppen kan träffas en gång i månaden medan styrgruppsmötena hålls minst två gånger per år, anpassat efter avtalets storlek och behov. Vid särskilda behov kan extra styrgruppsmöten bli nödvändiga. Arbetsgruppens månadsmöten inriktas på daglig drift, uppföljning och analys av



nyckeltal t.ex. antal resor, inloggning, punktlighet, inställda turer samt uppföljning av aktiviteter och åtgärder. En gång i kvartalet summeras föregående kvartal i syfte att förbereda stygruppsmöten samt ta fram helårsrapporter till styrgruppen. Mötesdagar bestäms med ett års framförhållning. Tidtabellsmöte och marknadsmöte hålls separat men är med som informationspunkter på agendan. För att få god effekt av det gemensamma arbetet är det viktigt att planering och arbetssätt blir en integrerad i båda Parters organisation och planering.

Stygruppsmötena inleds med en resultatgenomgång med helårsprognos och innehåller också eventuella beslutspunkter som arbetsgruppen presenterat. På våren revideras affärsplanen där kommande års föreslagna tidtabellsförändringar och därtill hörande budget genomgås. På hösten presenteras och beslutas mål, aktiviteter och Trafikföretagets marknadsplan för kommande år. Material till styrgruppen skickas ut senast en vecka innan respektive stygruppsmöte.

### Förslag på en årscykel och agenda för affärsutveckling:

<b>Månad</b>	<b>Agenda</b>
Månad 1	Månadsmöte – drift.
Månad 2	Summering föregående år – helårsrapport tas fram till styrgruppen.
Månad 3	Månadsmöte – drift
Månad 4	Summering Q1, förberedelser inför stygruppsmöte som behandlar resultat och tidtabellsförslag med nyckeltal och budget
Månad 5	Månadsmöte – drift Stygruppsmöte som behandlar resultat Q1, uppdatering av affärsplanen tidtabellsförslag med tillhörande nyckeltal och budget. Övriga beslutspunkter.
Månad 6	Månadsmöte – drift
Månad 7	Månadsmöte – drift
Månad 8	Summering Q2
Månad 9	Månadsmöte – drift
Månad 10	Månadsmöte drift
Månad 11	Summering Q3, förberedelse inför stygruppsmöte vilket ska behandla mål och planer för de närmast kommande åren Stygruppsmöte vilket behandlar mål och planer för de närmast kommande åren.
Månad 12 (Månad 1 är allmänhet januari)	Månadsmöte – drift



### **Styrgrupp**

Styrgruppen kan bestå av ca tre personer i beslutsfattande ställning från vardera part. Beställaren innehar ordförandeposten och ansvarar för att mötesnoteringar görs. Styrgruppens ansvar kan vara att pröva och godkänna affärsutvecklingsavtalet och dess mål, handlingsprogram och den lokala planer. Styrgruppen ska även vara rådgivande, engagerande och verka för bästa möjliga resultat. Kan även agera vid akuta behov.

### **Arbetsgrupp**

Arbetsgruppen kan t.ex. bestå av följande funktioner från respektive parter -  
Trafikutvecklare/avtalsansvarig  
Affärsutvecklare  
Marknadsansvarig

Vid behov kallas kompletterande resurser in.  
Sammankallande och ansvarig är utsedd person på Trafikföretaget.

### **Beställarens Styrande dokument**

Samverkan och affärsutveckling bör ha utgångspunkt i Beställarens övergripande mål vilka i sin tur är kopplade till det Regionala Trafikförsörjningsprogrammet för respektive län eller region.

Beställarens övriga planer lång- och kortsiktiga bör beskrivas under denna punkt. Avtalet bör lista även övriga förutsättningar som är viktiga för utveckling av trafiken. Som exempel kan nämnas

- Kommuners bebyggelseplanering (tillkommande bostäder, arbetsplatser, andra större och/eller strategiska målpunkter)
- Skolelevs behov att ta sig till och från skola
- Möjligheter att genomföra lokala resor inom kommunen, eller till angränsande kommun, när det gäller inköps-, service- och fritidsresor
- Stora arbetsplatsers start- och sluttider
- Resandestatistik i dagens kollektivtrafik samt övrig motordriven trafik

### **Affärsutveckling kring trafik- och tidtabellsarbete**

Trafikutveckling och tidtabellsplaneringen handlar både om att förbättra och utveckla trafiken samt att skapa nya attraktiva resmöjligheter. Utveckling av trafiken utifrån nya målgrupper och nya målpunkter är en kontinuerlig och ständigt pågående process och ansvarsfördelningen mellan Beställare och Trafikföretaget ska beskrivas under denna punkt. Förslag på ansvarsfördelning:

- Trafikföretaget ansvarar fullt ut för tidtabellsarbetet och presenterar en tidtabell vilken Beställaren tar ställning till
- eller
- Trafikföretaget tar fram förslag på trafikförändringar, trafikeringsupplägg och kostnader och Beställaren slutför tidtabellsarbetet utifrån både Trafikföretagets förslag och egna framtagna förändringar.

Hur arbetet med trafikutveckling och tidtabellsarbete genomförs bör beskrivas noggrant t ex i form av en årscykel för arbetet, en lista med ansvarsfördelningen och hur arbetet kopplas till samverkan/affärsplanearbetet med tydliga avstämningspunkter.



### **Samla in och sammanställa**

**januari – mars**

Den erfarenhet och kunskap som finns hos Beställare och Trafikföretag samlas in tillsammans med tillgänglig statistik och utvärderas. Arbetet bör påbörjas i slutet av året innan med översiktlig kostnads-, intäkts- och resandeberäkning.

### **Analysera, utvärdera och lämna förslag**

**februari-april**

Tidtabellsarbetet kräver analyser av de underlag som tas fram, utifrån dessa görs bedömningar och antaganden om framtida resvanor samt att skapa tidtabeller som ger störst nytta för Kunderna. I tidtabellsarbetet hanterar både förbättringar av innevarande tidtabell och utveckling av trafiken efter nya resbehov. Tidtabellsförslagen ska dessa presenteras för avtalets styrgrupp enligt t ex ett dokument "Beslutsunderlag för trafikförändringar vid tidtabellsskifte".

### **Beslut tidtabell och trafik kommande trafikår**

**maj-jun**

- Trafikföretaget presenterar det kommande årets tidtabell och trafikutveckling eller
- Beställaren tar beslut om vilka förändringar som ska genomföras.

### **Genomföra**

**juni-december**

När tidtabell/trafikutveckling är beslutad tar detaljplaneringen vid. Inmatning av data till de tekniska systemen genomförs.

### **Följa upp och åtgärda**

**december-februari**

Efter tidtabellskiftet görs uppföljning och utvärdering av den nya trafiken utifrån bland annat resandet, punktlighet, framkomlighet, fungerande anslutningar, kundsynpunkter och förarsynpunkter. Eventuella brister analyseras och åtgärdsplan tas fram. Löpande utvärdering av trafiken sker därefter genom affärsplanarbetet.

För att förtydliga ansvar och roller i trafikutvecklingsarbetet och tidtabellsarbetet kan det vara lämpligt att här lägga in en tabell som tydligt visar på detta.

## **Affärsutveckling för lokal marknadsföring och information**

### **Inledning**

Affärsutvecklingsavtalet bör innehålla en beskrivning avseende marknadsföring i de fall där Trafikföretaget tar ett större ansvar för den lokala affären.

### **Riktlinjer**

Parternas arbete med lokal marknadsföring ska samordnas med arbetet med Affärsplanen. Övergripande marknadskommunikation är Beställarens ansvar.

Lokal marknadsföring inom Trafikuppdraget ska följa Beställarens aktuella planer, och kan utföras av Trafikföretaget om detta avtalats. Trafikföretaget ska följa Beställarens varumärkesplattform i sin kommunikation på den lokala marknaden, vilket bland annat kan reglera vem som är avsändaren i den lokala kommunikationen.

Lokal marknadsföring innebär marknadsaktiviteter/kampanjer inom det geografiska område som Trafikavtalet omfattar. Syftet med den lokala marknadsföringen är att generera resor, få fler resenärer, samt lyfta fram specifika linjer trafikerade av Trafikföretaget eller Trafikföretagets trafik inom ett visst geografiskt område.

Trafikföretaget ska ha en utpekad marknadsansvarig med dokumenterad praktisk erfarenhet av marknadsföring.



Partnersamverkan  
för en förbättrad  
kollektivtrafik

Trafikföretaget ska årligen upprätta en aktivitetsplan för lokala aktiviteter. Varje marknadsaktivitet/kampanj som Trafikföretaget planerar att utföra stäms löpande av med Beställaren och godkänns formellt av Beställaren i god tid före produktion och genomförande. Trafikföretaget ska följa Beställares process och mallar för marknadsaktiviteter och kampanjer.

Trafikföretaget ska ensamt bekosta all lokal marknadsföring enligt detta Samverkansavtal, inklusive uppföljning, kostnader för reklambyråer, tryckerier och dylikt.