



PRESSEMEDDELELSE

Nordjyllands Trafikselskab
Aalborg, onsdag 20. marts 2019

Kunderne viser vejen for Nordjyllands Trafikselskab

Nordjyllands Trafikselskab (NT) begyndte i 2015 en rejse fra traditionelt trafikelskab til mobilitetsselskab. Den transformation stiller nye krav til selskabet, som derfor har valgt at involvere kunderne og andre interessenter i langt større udstrækning end tidligere.

Ambitionerne hos NT er skyhøje. Selskabet ønsker, at hver og en af de ca. 600.000 nordjyder rejser med NT mindst en gang om året. En ambition i den størrelsesorden kræver handling og helt nye måder at arbejde på. Og det kræver også, at NT tænker mobilitet – det at kunne flytte sig fra A til B – i et bredere perspektiv end blot busser og tog. Involvering af kunder og andre interessenter i langt højere grad end tidligere skal sikre, at selskabet udvikler produkter og services, som kunderne efterspørger.

”Det er ikke nok at sige, at vi nu er et mobilitetsselskab. Det er først, når vi aktivt ændrer vores måde at arbejde på, at vi går fra at være et traditionelt trafikelskab til at være et mobilitetsselskab” forklarer NT’s bestyrelsesformand, Nuuradiin S. Hussein.

Hos NT er man meget bevidst om den transformationsproces, som selskabet befinder sig i og erkender samtidig, at det er en vedvarende proces, hvor man konstant skal afdække markedet for at kunne imødekomme kundernes skiftende behov for mobilitet. En proces der allerede har resulteret i forskellige tiltag. Der er kommet et helt nyt transporttilbud, som hedder Plustur, der er indgået formelle samarbejdsaftaler med private selskaber som samkørselstjenesten GoMore og cykeludlejningsselskabet Donkey Republic, og taxabranchen er blevet indlemmet i MinRejseplan, hvor taxature nu vises side om side med bus- og togrejser, når brugerne søger en rejse fra A til B. De næste skridt er at få kunderne mere på banen.

Nyt ensartet design

NT’s bestyrelse har godkendt en ny bemalingsstrategi, hvor kunder og borgere i Nordjylland har bidraget med indsigter i, hvad bussernes bemaling betyder, når man som både stamkunde og udenforstående skal navigere i at finde den rigtige bus.

”Konklusionen er helt klar. Hvis kunderne skal forstå sammenhængen i den kollektive trafik og navigere i den, er der behov for at ensarte det visuelle udtryk og reducere antallet af farver på transportmidlerne. Ikke kun på busserne men på alle de transportformer, som NT står for” siger Nuuradiin S. Hussein.

I dag møder kunderne et visuelt kludetæppe med seks forskellige farver på tog og by- og regionalbusser og dertil et hav af forskellige farver og mønstre, som ofte sender tankerne hen på en svunden tid på de lokale busser. Fremover vil alle NT-busser være malet i de samme farver, og på lidt længere sigt er det planen, at også Nordjyske Jernbaners tog og NT’s øvrige transportmidler skal males i samme farver som busserne.

”Frem mod 2023 har NT den samlede busflåde i udbud. Hovedparten er i udbud i perioden 2019-2021, og det er bl.a. en lang række regionale busser, bybusserne i Aalborg inkl. den kommende PlusBus. Derfor er timingen ideel i forhold til at introducere den nye bemaling sammen med udbuddene” siger Nuuradiin S. Hussein.



Implementeringen af det nye design vil derfor ikke ske på en gang, så kunderne vil opleve en lidt forvirrende overgang, men på længere sigt bliver det langt lettere at orientere sig i den kollektive trafik. De første par busser i det nye design vil kunne ses i bybilledet i maj, mens resten følger fra august 2019 og frem mod 2023. Der er endnu ikke taget beslutning om, hvornår togene og X-busserne følger med.

NT er stolt af at være nordjydernes trafiksselskab og stolt af regionen ligesom de fleste nordjyder. Den nye visuelle identitet har derfor også fundet inspiration i den nordjyske natur, kysten og det særlige lys, der findes i Nordjylland. Konceptet hedder derfor "Himmel og Horisonten", og den gule stribe understreger bevægelse og er samtidig en reference til horisonten.

Indretning af fremtiden bus

NT har været ude i marken for at snakke med kunderne. På den måde har NT fået en god fornemmelse af, hvad det er kunderne møder i dagligdagen. Hvad der fungerer godt og ikke så godt i busserne, på stoppestederne og øvrige steder, hvor man som kunde er i kontakt med NT eller NT's services. Det kom der rigtig mange gode indsigter ud af. Bl.a. at der er behov for en ændring i den måde, som busserne er indrettet på. NT har taget det meget seriøst og har bl.a. fået lavet en busmodel i virtual reality i samarbejde med AAU, så forskellige forslag til busindretning og farvevalg kunne testes. Knap 100 kunder blev involveret i testen, og deres inputs har haft direkte indflydelse på, hvad der stilles af krav i til indretning af busser fra og med det kommende udbud.

"Indretningen af vores busser er der ikke blevet pillet ved i en årrække, og dialogen med vores kunder har været en øjenåbner ift. kundernes behov. Vi har helt sikkert mulighed for at give kunderne en bedre oplevelse, end den vi tilbyder i dag" fortæller Mette Henriksen, Chef for kunder og salg hos NT.

Kunderne var i stor udstrækning tilhængere af f.eks. at gøre flexarealerne større i busserne, så der er bedre plads til kørestole, cykler og barnevogne.

"Helt konkret betyder kundernes feedback, at alle fabriksnye regionalbusser i fremtiden skal indrettes med et stort flexareal, som skal kunne rumme 2 kørestole/barnevogne samt to cykler på samme tid. Desuden bliver flexarealet niveaufrit uden trin, hvilket er et ønske fra flere gangbesværede. De unge har ønsket sig bedre muligheder for at oplade telefoner, og derfor stiller vi fremover krav om, at der er et stort antal muligheder for USB-opladning i busserne", siger Mette Henriksen.

"Når flexarealet udvides på baggrund af kundernes ønsker, betyder det samtidig, at antallet af faste siddepladser reduceres. I stedet vil der være klapsæder på langs af flexarealet, som vi kender det fra Metroen og S-togene i København" fortsætter Mette Henriksen.

De første busser med de nye indretninger forventes på gaden fra august 2019.

Øget fokus på samskabelse

Hos NT er der en klar ambition om at være mere kundedrevet og i større udstrækning inddrage relevante interessenter og samarbejdspartnere i udviklingen af fremtidens kollektive trafik.

"Produkter og services, der skabes på skrivebordet, har en tendens til at være hurtige at få på markedet, men der er typisk tilbageløb, fordi der er ting, som der ikke er taget højde for. Vi arbejder derfor fokuseret på at blive gearret til en meget større grad af samskabelse med kunder og interessenter, så vi får ramt rigtig med nye kunderettede ting fra starten", siger Mette Henriksen.

NT har flere store ting i støbeskeen, hvor inddragelse er nøgleordet. På tegnebrættet ligger bl.a. samskabelse af en ny forretningsplan for 2020-2025, hvor kunder, medarbejdere, chauffører, vognmænd og kommuner inddrages. NT arbejder også på at skabe et forum, hvor fremtidige indsatser udvikles og tilpasses i samarbejde med kunden. Sidstnævnte anvendes bl.a. aktivt af Skåne Trafikken.

FAKTA:

- NT's flåde består af 435 busser, 21 tog og ca. 800 personvogne, der varetager flextrafikken. Togene transporterer mere end 2,7 mio. passagerer, busserne har +30 mio. påstigere, og flextrafikken 1,6 mio. årlige brugere om året.

For yderligere oplysninger, kontakt venligst:

- Mette Henriksen, chef for kunder og salg hos NT, tlf. 20 93 68 86 og mh@NTmail.dk

Vedhæftet foto af indretningen af fremtidens bus samt illustrationer af den nye visuelle identitet / bemalingsstrategi i NTs mobilitetsflåde