



# NESTE STOPP BEDRE OMDØMME





Her var vi



Hit skulle vi

Dette gjorde vi

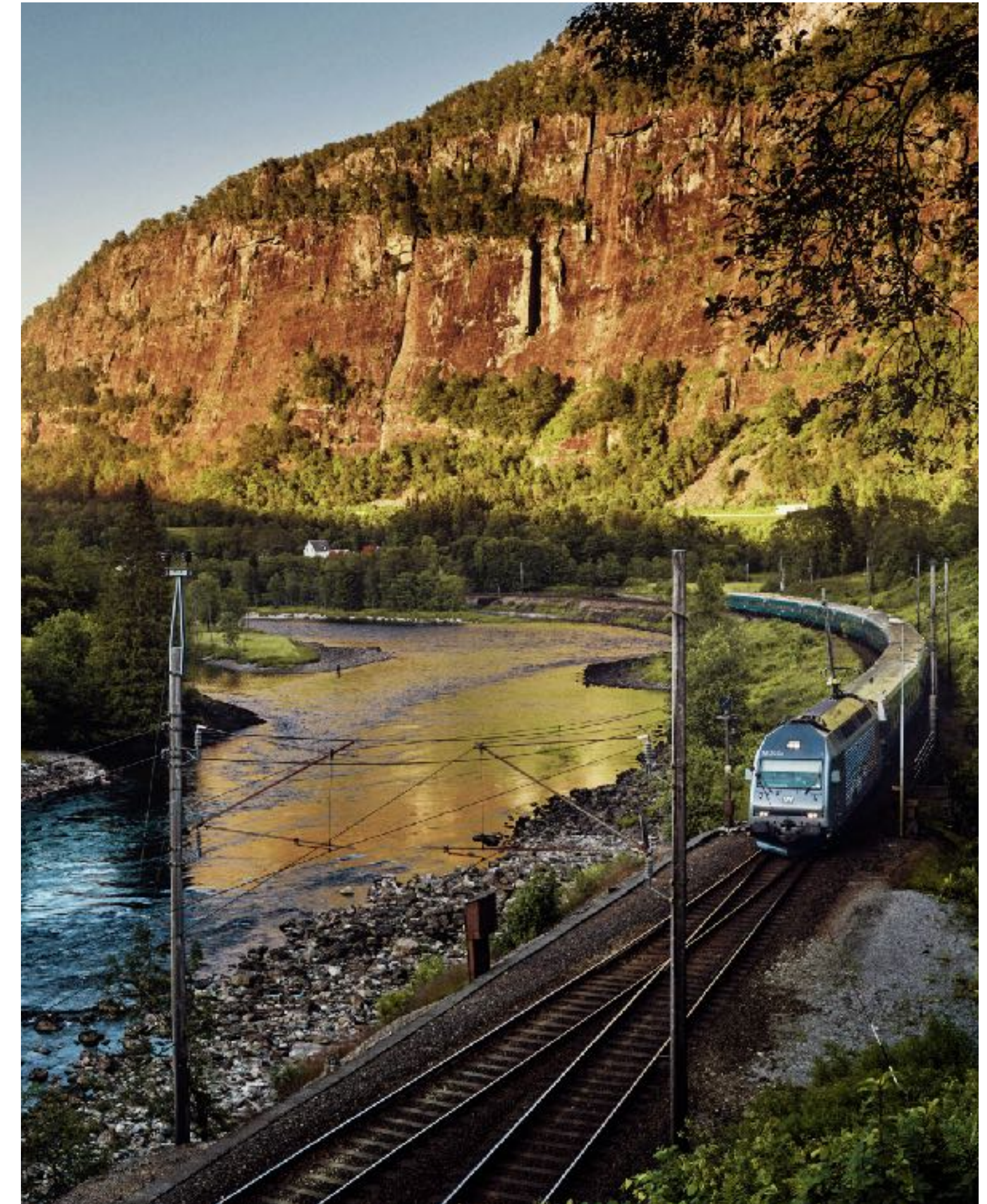
Dette oppnådde vi

Utfordringen:

**Hvordan øke omdømme til et selskap som de aller fleste liker å mislike.**

**I et år som sporet helt av.**

For mange er Vy selve symbolet på trøblete reiser. En statlig aktør som gjør det meste galt, med materiell som har gått ut på dato og en teknologi som helst skulle vært på museum. Særlig når ting ikke går på skinner, faller historisk sett omdømme til Vy dramatisk. Og ting gikk virkelig ikke på skinner i 2023.





Her var vi



Hit skulle vi

Dette gjorde vi

Dette oppnådde vi

## Utfordringen:

Forventingene var høye til at Norges største samferdselsprosjekt gjennom tidene, Blixtunnelen på Follobanen, skulle gjøre reisende på Østfoldbanen fornøyde igjen. Etter åpning var den i drift i 5 dager. 19. desember 2022, ble Follobanen stengt, og den åpnet for normal drift først 5. mars 2023.

På den trafikkerte Vestfoldbanen var det en rekke hendelser. Det var brann i en transformator i Sandefjord som stengte stasjonen lenge, og i desember viste det seg at Bane Nor ikke hadde levert nødvendig dokumentasjon for sikkerheten på strekningen, som ble stengt umiddelbart.

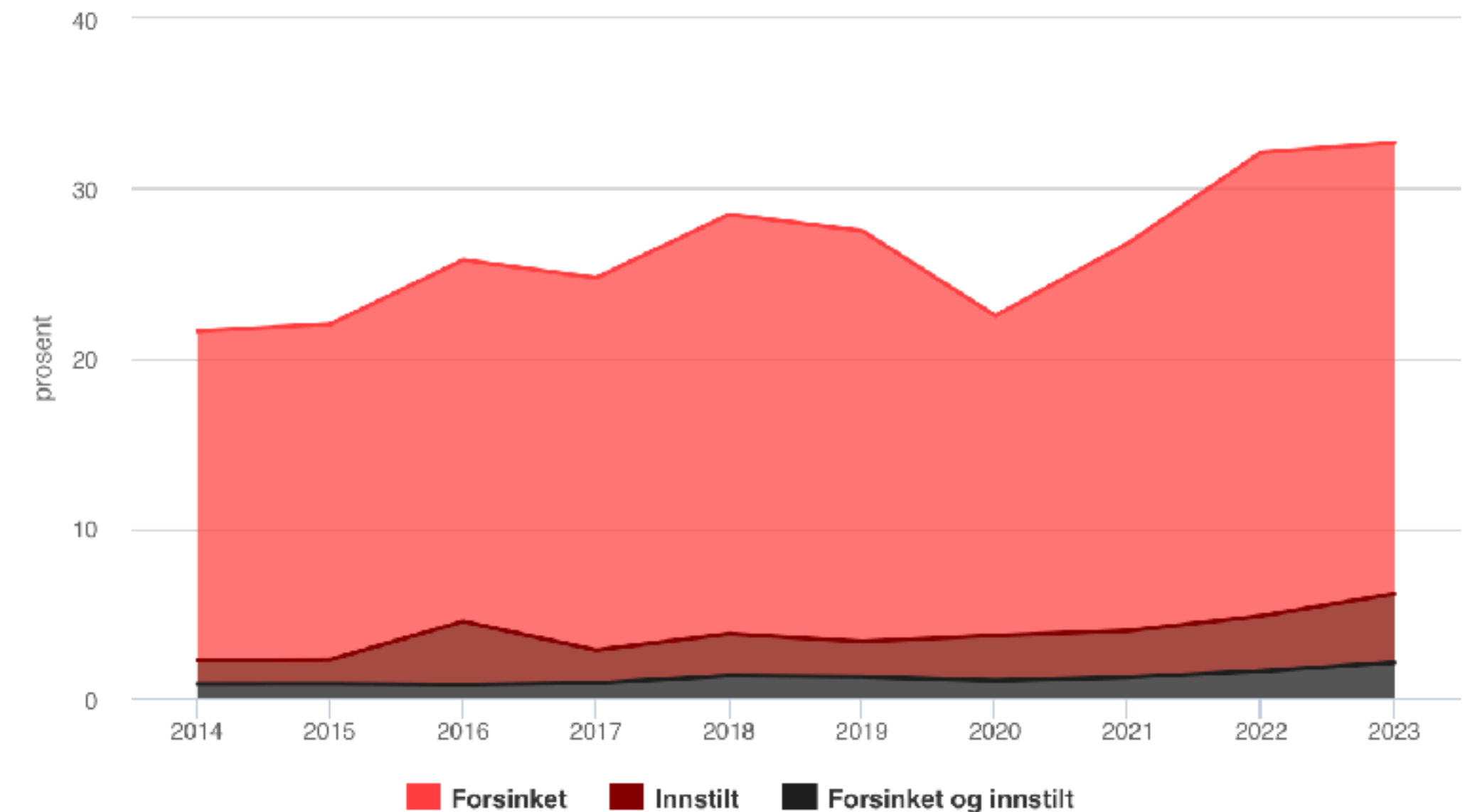
Avganger Departures		Spør Track		15:38
15:45	RE11 Skien	Cancelled	!	Cancelled from Larvik to Skien
16:05	RS5 Notodden	Cancelled	!	Cancelled from Porsgrunn to Skien
16:17	RE11 Eidsvoll	Cancelled	!	Cancelled from Skien to Larvik
16:18	RE11 Skien	Cancelled	!	Cancelled from Larvik to Skien
16:45	RE11 Skien	Cancelled	!	Cancelled from Larvik to Skien
17:17	RE11 Eidsvoll	Cancelled	!	Cancelled from Skien to Larvik
17:18	RE11 Skien	Cancelled	!	Cancelled from Oslo S to Skien
17:31	RE11 Skien	Cancelled	!	Cancelled from Oslo S to Skien

! Vestfoldbanen · The line section between Larvik and Skien is closed due to safety reasons. New update at 6 December at 16:00.

Nesten 1 av 3 tog i 2023 var IKKE i rute. En rekke faktorer, blant annet snø, vind, regn, flom og stengte tunneller sørget for dårligste punktlighet gjennom tidene.

## Togtrøbbel 2014–2023

Andelen persontog i Norge rammet av forsinkelser og innstillinger



Kilde: Bane Nor (tidligere Jernbaneverket) og samferdselsdepartementet. Utregning: VG



Her var vi

Hit skulle vi

Dette gjorde vi

Dette oppnådde vi

Innsikt:

## Vi vet at det tar tid å endre reisevaner.

"Fra et markedsførings- og samfunnsansvarsperspektiv ønsker vi å oppmuntre flere til å reise kollektivt. Etter pandemien, hvor folk hovedsakelig benyttet egne biler, stod vi overfor utfordringen med å få folk tilbake til tog og buss for å reise sammen igjen. Samtidig opplevde vi at vi var for lite synlige, og at kommunikasjonen ikke bidro til å styrke verken omdømme eller trafikk. Etter to år hvor kommunikasjonen i stor grad hadde fokusert på informasjon, var det på tide å ta grep. Gradvis. Én tur om gangen.

«Åtte av ti reiste med bil»

I hele tall er det imidlertid personbilene som har stått for mye av økningen i persontransporten innenlands de siste årene. Økt bruk av personbil sto altså for rundt tre firedeler av den samlede økningen i persontransporten i denne perioden. I alt utgjør antall personer som reiste med bil noe over åtte av ti innenlandske passasjerer.

Kilde: <https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/artikler-og-publikasjoner/flere-reiste-kollektivt-men-bilen-dominerer-fortsatt>





Her var vi

Hit skulle vi

Dette gjorde vi

Dette oppnådde vi

Innsikt:

## Vy har ikke kontroll over skinner, togsett eller signaler.

Vi måtte utvikle et konsept som ikke virket som en boomerang. Derfor gikk vi også bort fra det 5 år gamle konseptet «Å reise miljøvennlig skal være enkelt.» Rett og slett fordi det ofte ikke ble oppfattet enkelt. Miljøvennlige reiser er likevel kjernen i Vy sin merkevare, vi måtte bare endre innfallsvinkel, og snakke om det på en måte som ikke ga næring til alt som ikke virker. Derfor konseptet «Hver tur teller» Du løser ikke miljøkrisen når du reiser med Vy og lar bilen stå, men du bidrar litt hver gang.

Basert på fakta:

Hvis alle bytter ut en reise med bil, med en reise tog eller buss, sparer vi 200 tonn CO2 – pr kilometer! Det er ganske mye, for ganske lite.





Her var vi

Hit skulle vi

Dette gjorde vi

Dette oppnådde vi



# Økt ømdømme som virkemiddel mot konkurranseutsetting. - For å overleve.

En annen viktig del av målet om å øke Vy sitt ømdømme, var å styrke opinionen, og gjøre det vanskeligere for politikerne å velge bort Vy i den nye jernbanereformen. For 2023 var også året Trafikkpakke 5 skulle tildeles, som siste ledd i konkurranseutsettingen. Selve indrefiletet i tog-Norge. Med tapet av Sørlandsbanen til GoAhead og Dovrebanen til SJ, ville mye av driftsgrunnlaget til Vy falle bort uten Østlandet. Etter at konkurransen mot utenlandske aktører ble avlyst, sto det igjen med Flytoget mot Vy. Samferdselsministerens innstilling var å gi Østlandet til Flytoget, og forhandlet i utgangspunktet med Flytoget som foretrukket partner. Likevel ble Vy, etter en helhetsvurdering, i 2023 tildelt togtilbudet på hele østlandet.

*Kommunikasjon*

*Holdningseffekt*

*Adferdseffekt*

*Forretningseffekt*

*Nytt kommunikasjons-konsept*

*Kommunikasjonen skal skape stolthet for å ta Vy-buss eller tog, og oppmuntre til nye reiser uansett hvor lite eller ofte du gjør det idag.*

*Få flere til å vurdere tog og buss oftere, istedenfor fly og bil.*

*Øke Vys ømdømme og dermed øke antall reisende med tog og buss.*



## Hver tur teller. Et kreativt konsept som sjarmerte seg inn i folks hjerter med et viktig budskap.

Vi kunne valgt å vise hvor fint det kan være å reise med toget gjennom vakker natur. Slik vi ofte har gjort. Men for de fleste er sannheten at det er litt hassel å reise kollektivt. Og stadig færre gidder å sitte å se ut av vinduet. Og det kan være trangt ombord, det kan være forsinkelser og det er slett ikke alle turer som kan gå på skinner.

Hver Tur Teller handler om alt fra de små turene og møtene, til det store miljøregnskapet. Men først og fremst handler det om en ærlig tone of voice. Noen ganger handler det om å snakke til hjernen. Andre ganger om snakke til hjertet. Men alltid med en uhøytidelig glimt i øyet som folk skal kjenne seg igjen i.



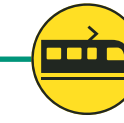


Her var vi

Hit skulle vi

Dette gjorde vi

Dette oppnådde vi



Annonser



Utendørs



Film



Film



# Hver tur teller

Denne kampanjen handler ikke bare om å fortelle hvorfor det er bra å reise miljøvennlig, det handler om en ærlig tone-of-voice. Det handler om å fortelle nordmenn at vi vet at det ikke alltid er like gøy å ta buss og tog, men at det alltid er viktig. For det er faktisk sånn at hver tur teller i det store regnskapet.

Film



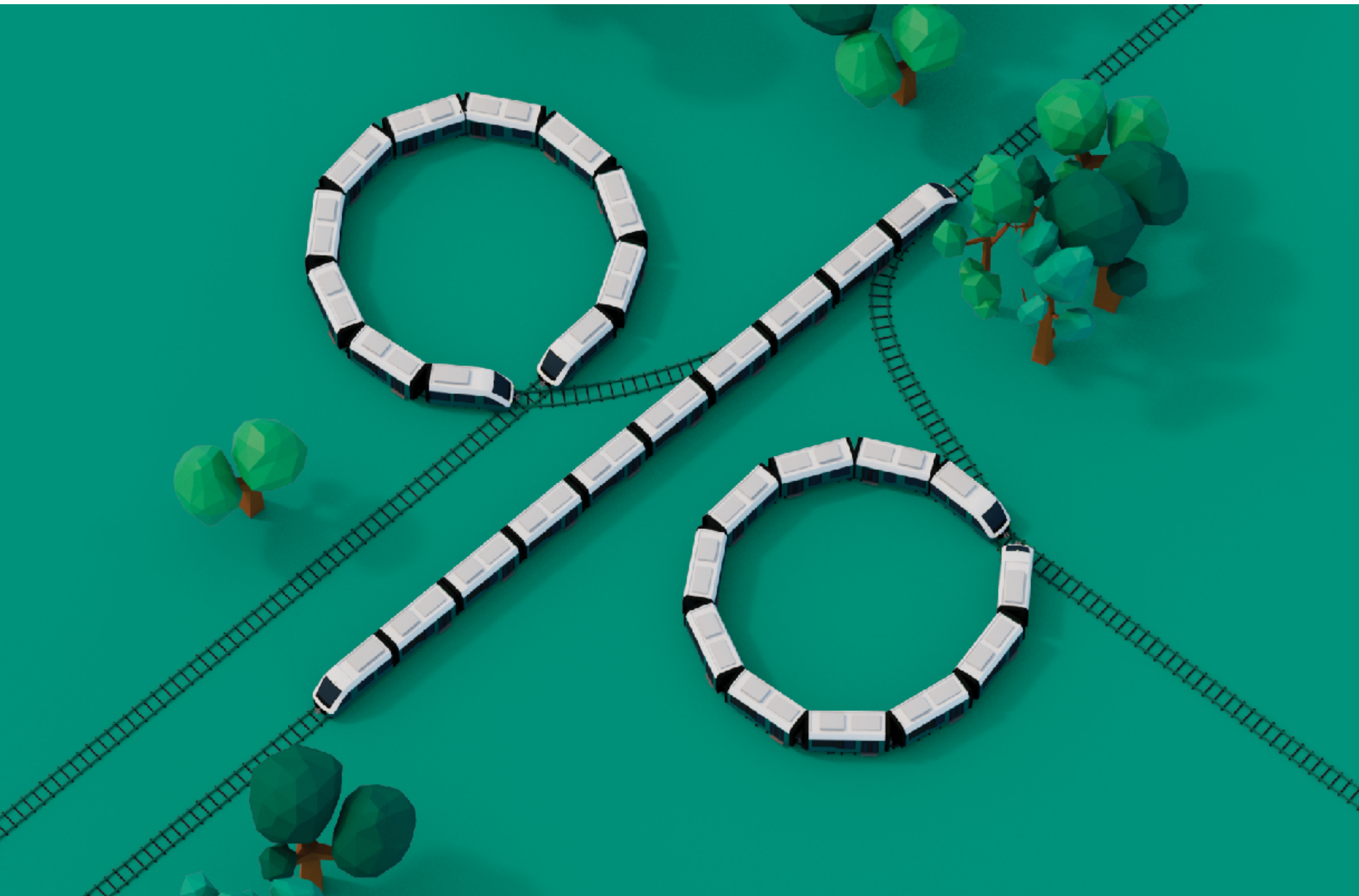


Her var vi

Hit skulle vi

Dette gjorde vi

Dette oppnådde vi



Resultat:

Omdømme til VY  
gikk opp med **10pp**  
i 2023. En økning  
på hele **22%**



Her var vi

Hit skulle vi

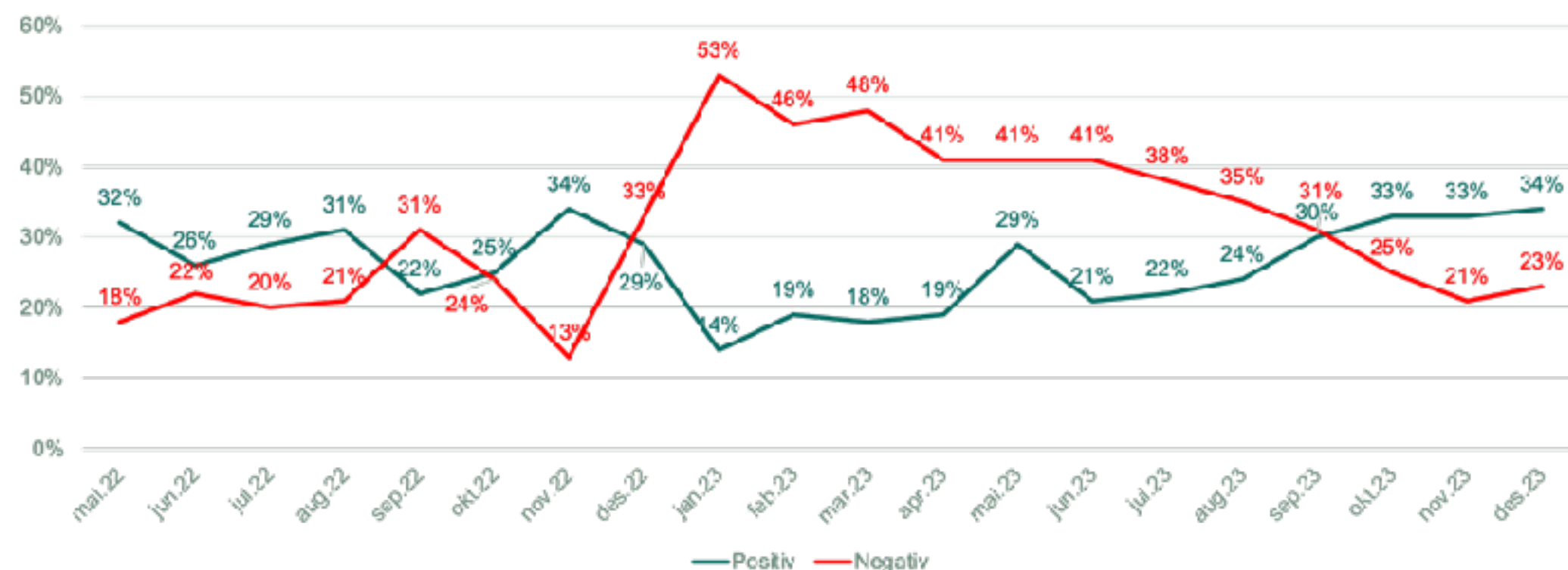
Dette gjorde vi

Dette oppnådde vi



# Resultatene var over all forventning.

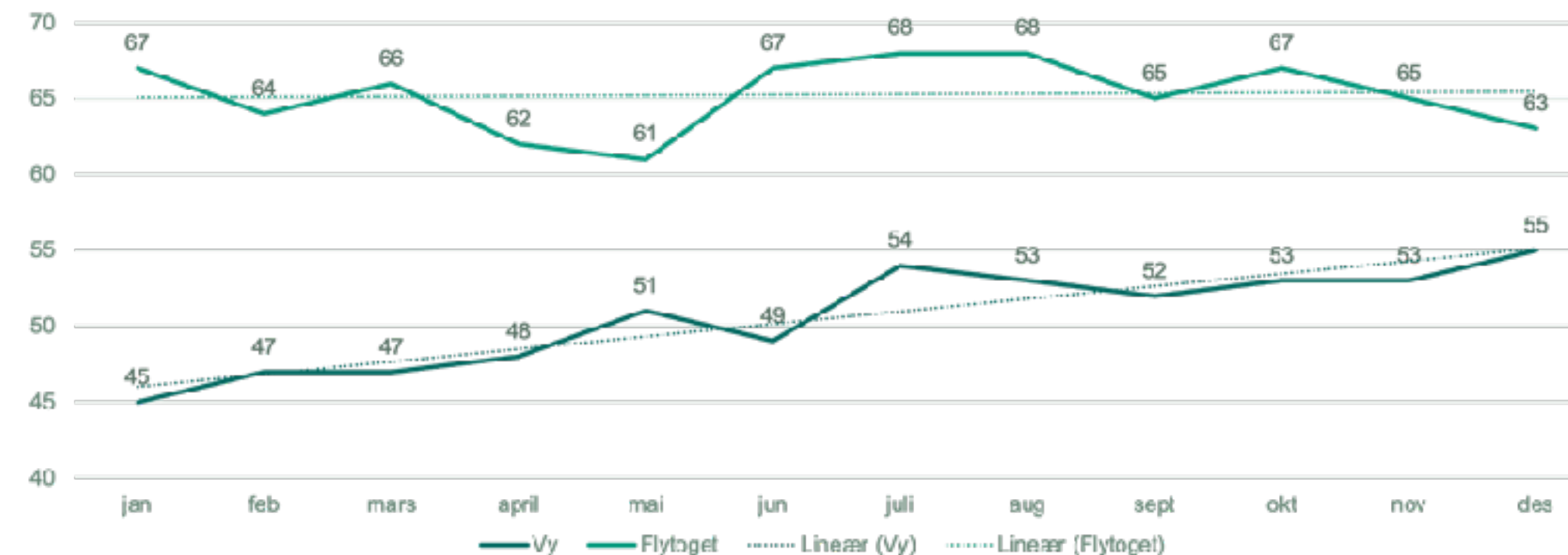
Vi gikk inn i 2023 med bunn-notering fra 2022 med negativ oppfattelse i medieomtalen. Og vi ser tydelig resultatene av kommunikasjonendringene vi gjorde gjennom året. I september, hvor ny kampanje gikk på luften, er andelen som har oppfattet medieomtalen som positiv, større enn andelen som har oppfattet den som negativ.



Det er alltid vanskelig å isolere kommunikasjonseffekten, så vi har gjort en kryssjekk mot omtale, og ser at vi i kampanjeperioden klarer å motvirke effekten av ytre faktorer. Vi ser at kampanjen etter sommeren (som også ga oss to Sølvfisker på rad, i august og september,) gir positivt utslag på omtalen av Vy

## Omdømme Vy og Flytoget 2023

Fra et svært lavt utgangspunkt i jan 2023, har Vy hatt en sterkt økende tendens når det gjelder omdømme gjennom året. Selv med de trøblete månedene januar og februar, er det en god stigning. Til sammenligning er trenden for Flytoget relativt flat gjennom året.



For Vy er det naturlig å sammenlikne seg med flytoget. Det er en merkevare som på omdømme målinger ligger langt over Vy. I 2023 viser målinger at vi har hatt en sterk økning sammenlignet med vår største «konkurrent».



Her var vi

Hit skulle vi

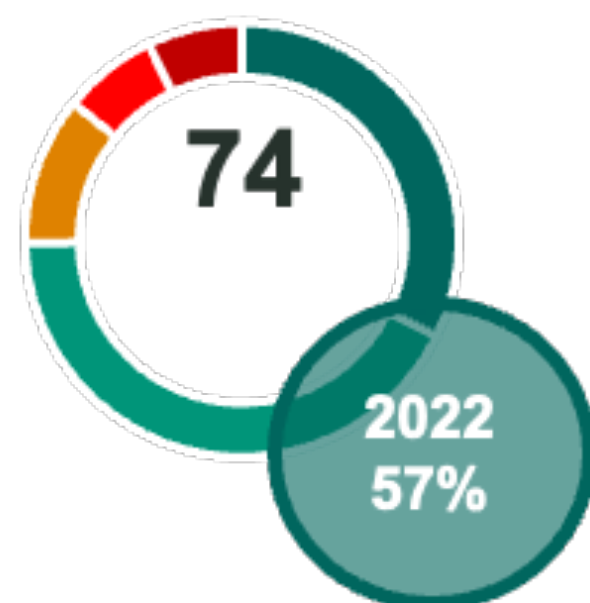
Dette gjorde vi

Dette oppnådde vi



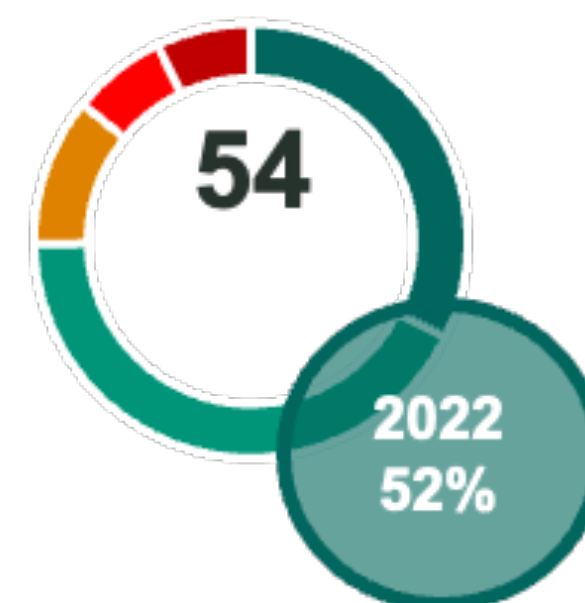
# Hva sier de reisende?

*Også når vi går mer i dybden og spør de reisende om hvordan de opplever Vy i 2023, ser vi på tross av en rekke uønskede hendelser og et «dårligere tilbud» til våre reisende, at folks oppfattelse viser økende tilfredshet. Dette var tall som virkelig overrasket oss. Økningen fra 2022 til 2023 må ses i direkte sammenheng med markedskommunikasjonen.*



**Tilfredshet**  
med siste reise

Økning : 29%



**Enkelt**  
Å reise miljøvennlig

Økning : 4%



**Smart**  
reisevalg

Økning : 12%



Her var vi

Hit skulle vi

Dette gjorde vi

Dette oppnådde vi



# Oppsummert

Til tross for Vy sitt værste år i historien når det kommer til punktlighet, uten andre spesielle tiltak enn å snu helt rundt på kommunikasjonen, klarte vi å spille på lag med kundene våre på en måte vi aldri har sett før. Som følge av kampanjen og et intern fokus hos de ansatte på at **hver tur teller** for de reisende, har vi snudd en fallende trend som har vedvart siden navnebytte fra NSB.

- Økt tilfredshet hos de reisende
- Økt preferanse til miljøvennlige reiser
- Høyeste økning i omdømme i Vy sin historie.
  - Vy vant strekningene på Østlandet.

Hver kampanje teller.

Vi fortsetter i 2024

*Slutt.*