

# Åbent referat for Færgeudvalget mandag den 13.03.2023

---

**Tid og sted: Samsø 08:15**

Deltagere:

Marcel Meijer, Michael Kristensen, Peter Askjær, Mogens Wehrs, Lars Rieks, Flemming Skov (afbud), Morten Bo Poulsen og Peter S Jeppesen.

Alexander Janz, Jesper Bliksted og Fie Park Øvlisen

## Åbne punkter

1. Gennemgang af referat fra sidste møde

2. Økonomirapportering

a. Januar måned 2023

*Den løbende budgetopfølgning pr måned er nu ved at være endelig på plads. Der er udarbejdet en ny regnemodel, der langt bedre integrerer rederiets og kommunens systemer. Formatet er også ændret så det er langt lettere at overskue de primære nøgletal.*

*Det samlede rederi resultat for januar er bedre end budgetteret – primært på grund af at omkostningerne til energi er lavere end forventet. Rederiet har låst energipriserne for 2022, dette for ikke at blive udsat for risikoen for meget store stigninger.*

*Endvidere er indtægterne også bedre end budgetlagt, hvilket resulterer i at det samlede resultat for hele rederiet er ca. 1.6 mill. Kr. bedre end budget*

3. Trafiktal for rederiet jan – feb. 2023

*Trafiktallene for Sælvig Hou bærer præg af at Prinsesse Isabella har været i dok, så der er en mindre tilbagegang i forhold til 2022.*

*For Lilleøres vedkommende er der tale om en pæn vækst i forhold til 2022, og det er især Samsingerne der bidrager til væksten.*

*For begge ruter har der været flere aflysninger grundet vanskelige vind og strømforhold*

*Trafiktallene er vedlagt referatet*

4. Marketingplan 2023 – Status

*Færgeudvalget bød velkommen til rederiets ny ansatte Marketing Koordinator Fie Park Øvlisen.*

*Der er nu udarbejdet en omfattende og grundig analyse af Lilleøre på ruten Sælvig Aarhus, der er udmøntet i en marketingplan for ruten. De vigtigste punkter og indsatsområder i planen blev gennemgået og diskuteret.*

*Dette er blandt andet en grundig gennemgang af rederiets hjemmeside, så den fremstår mere skarp og let at betjene.*

*Ligeledes skal der arbejdes med kendskabsgrad til ruten, og ikke mindst de mange muligheder Samsø byder på.*

*Der vil nu blive udarbejdet en lignende plan for Sælvig Hou ruten.*

*Et kort resume af marketingplanen er vedlagt referatet*

5. Sommerfartplan Lilleøre

*Fartplanen for Lilleøre i Sommerperioden blev gennemgået. Den sidste afgang fra Samsø er i den nye plan allerede klokken 17:15 – hvor det har været 18:45 i den forrige plan. Det blev diskuteret om ikke klokken 17:15 er for tidligt, og Lars Rieks blev bedt om at komme med et nyt forslag, hvor det er muligt at få rykket afgang til senere*

6. Prinsesse Isabella påsejling af bøje ved anløb Hou – 15.2.2023

*Rederidirektøren orienterede udvalget om hændelsen. Den pågældende dag var der tæt tåge, hvilket gjorde anløb af Hou havn meget besværligt. Samtidig var der en meget stærk nordgående strøm, der pressede færgen op mod den ny udlagte anduvningsbøje.*

*Herved fik færgens ene propel fat i bøjen og dens fortøjningskæde, og propellerbladene fik skrammer.*

*Der skete ikke yderligere skade på skib eller truster.*

*Propellerbladene er nu skiftet ud med rederiets reserve propeller, og er sendt til slibning.*

*Udskiftningen gik langt lettere end forventet, og færgen kom derfor tilbage i drift før planlagt.*

*Hændelsen er senere blevet diskuteret i rederiet, og der er samtidig en analyse i gang for at undersøge hvilke tekniske muligheder der findes, for at forbedre anløb ved meget tæt tåge.*

7. Lilleøre Værftsophold – årlig dokning

*Lilleøre er på værft i Skagen indtil den 23.3. Færgen skal have ny bundmaling, denne af en type der vil kunne reducere brændstofforbruget i forhold til den nuværende. Endvidere skal et nyt sæt propeller monteres, idet de der var monteret ved levering lider af alt for meget kavitation, og derfor skal udskiftes. I samme omgang skal der fjernes nogle små skævheder på skrueakslerne. Herudover foregår der et 5000 timers eftersyn på motorerne, og ellers de normale vedligeholdelsesarbejder.*

8. Catering – nyt besøg af fødevarekontrollen på Prinsesse Isabella

*Ved seneste besøg af fødevarekontrollen blev der fundet en uhensigtsmæssig konstruktion ved fritureanlægget, der resulterede i en sur Smiley. Olie kunne dryppe ned bag afskærmningen. Fejlen er nu udbedret.*

*Catering afdelingen arbejder videre med at optimere sortiment og salg, ligesom der arbejdes med ensretning af procedurer. Der skal afleveres en samlet plan for afdelingen inden årets udgang, herunder forslag til en forbedring af sagsområderne på Prinsesse Isabella.*

9. Kommunikation ved driftsforstyrrelser og aflysninger

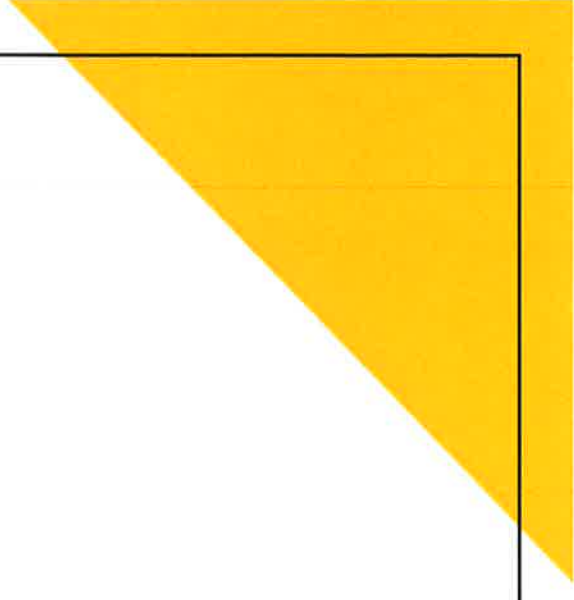
*Rederiets kommunikation har til tider ikke været så præcis som det kunne ønskes. Der arbejdes derfor med at lave en række standardformuleringer, der kan bruges hvor dette giver mening. Herudover er rederidirektøren eller bookingchefen naturligvis inde over processen, når der kommunikeres ud.*

10. Dato for næste møde

*Næste møde er fastlagt til onsdag den 19. <sup>april</sup>~~marts~~ klokken 08:15 på Samsø*

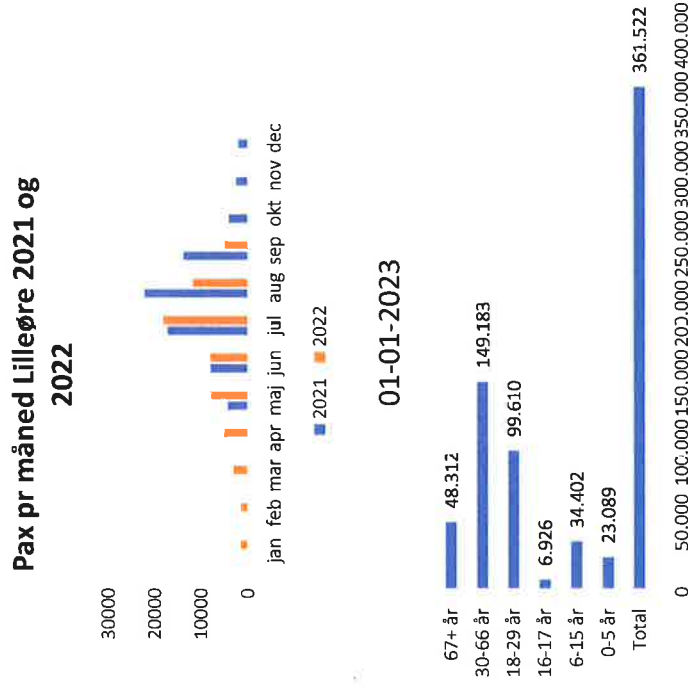
11. Eventuelt

# Marketingplan 2023

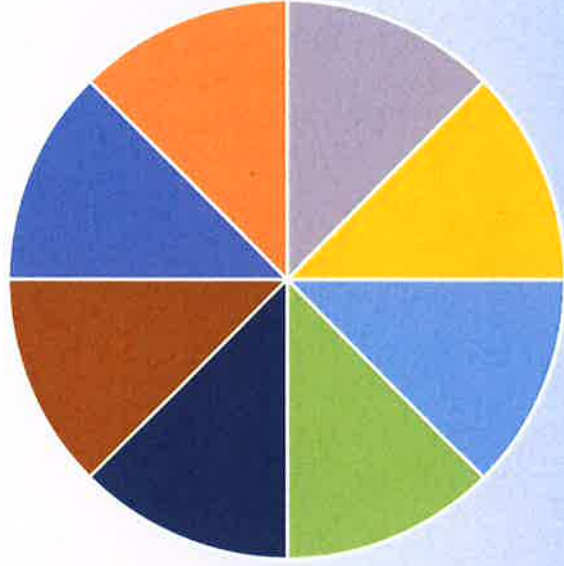


# Delkonklusion - Rutebeskrivelse

- Stort potentiale på det geografiske marked.
- Sæsonpræget.
- Tre typer af målgrupper. Overordnede målgrupper - Mindset målgrupperne - Håndterbare målgruppe. Svært at måle effekten af markedsføringen og vurdere, om der er behov for flere produkter.
- Det bedst solgte basisprodukt var i 2022 standardbilletten, men samtidig steg salget af dagsbilletten stykmæssigt sammenlignet med 2021.
- Størstedelen af kunderne benytter sig af online booking, men enkelte produkter er kun mulige at booke via telefon og i billetautomaterne.



## Ny segmentering



- Par bosat i Aarhus kommune uden hjemmeboende børn
- Par i Aarhus by uden hjemmeboende børn
- Personer bosat i Aarhus kommune med hjemmeboende børn i alderen 7-15 år
- Par i Aarhus by med hjemmeboende børn i alderen 7-15 år
- Studerende i Aarhus
- Grupper
- Skolerejser
- Samsinger

# Delkonklusion - Kundeanalyse

- Lave kendskabsgrad til Lilleløre og Samsø som udflugtsmål. Markedet er præget af kortsigtet planlægning og prisfølsomhed, hvor konkurrencen kommer fra bl.a. Tivoli Friheden og biografteater.
- Størstedelen er voksenbilletter, imens den samlede andel af børn er relativ lav. I højsæsonen ser vi dog en stigning af cykelprodukter til børn, hvor mange familier er på cykelferie.
- For at få en bedre indsigt i den store voksenkategori splittes kategorien op i flere potentielle segmenter inden for samme aldersgruppe (16-64 år): unge, studerende og børnefamilier.
- Indenfor grupper er der en række potentielle segmenter bl.a. folkeskoler og gymnasieklasser, hvor indsatsen dog ikke realiseres før om et år.
- På baggrund af analysen vurderes det, at der er grundlag for at foretage en udvidelse af produktsortimentet, ligesom der er behov for at styrke markedsføringsindsatsen for at øge kendskabsgraden.

# Indsatsområder og tiltag

- **Sejlpian**
- **Potentielle produkter**
  - Unge, studerende, familiebillet, pensionist, smågrupper
- **Markedsføring**
  - Da varighed af medieeffekten er forskellig fra medie til medie, er det vigtigt at kunderne ser vores budskaber på flere typer af medier. For at opnå vores mål om en bred eksponering på tværs af medier fortsætter vi i 2023 med en kombination af outdoor, radio, print og digital annoncering
- **Egne medier**
  - Udover den købte annoncering, hvis mål er at generere trafik til rederiets hjemmeside, er der i år stort fokus på optimering af vores egne digitale medier. Det er en nødvendighed at optimere indsatsen på SoMe, da tilstedeværelsen af især unge og børnefamilier er høj og potentialet hermed stort. Fælles for de forskellige netværk er at de er gode digitale platforme, når det kommer til at øge kendskabsgraden og skabe brandværdi.
    - Facebook, Instagram, Nyhedsbreve, Website, booking app?,

# Indsatsområder og tiltag

- **Synliggørelse af data**
  - Med målsætningen om at benytte taktisk annoncering for at kunne reagere hurtigt og proaktivt på fremtidige behov, er bedre dataudnyttelse et vigtigt værktøj i planlægningen. Det vil kræve, at salgssupporten i samarbejde med CarRes får opsat rapportudtræk fra bookingsystemet, hvor bl.a. fremtidige belægning på de forskellige produkter vises. På den måde kan vi bruge forecasts til at identificere de produkter og fremtidige afgange med udnyttet kapacitet, så vi har mulighed for at sætte ind med annoncering.
  - Ligeledes vil synliggørelse på et dashboard med relevante nøgletal være med at skabe overblik over den nuværende situation heriblandt trafiktal (dagsaktuelle og fremtidige), vejrudsigt, nuværende kampagnebudskaber etc. Illustration af performance og udvikling vil være med til at motivere rederiets ansatte i det daglige arbejde, og der vil være mulighed for løbende evaluering af vores målsætninger.



# Indsatsområder og tiltag

- **Samarbejde med VisitSamsø**
  - En vigtig faktor for succes er formidling af reasons to go. For at styrke det vigtige samarbejde med VisitSamsø, bliver der i år foretaget en række tiltag med henblik på at arbejde med større strømlining af det fælles mål om at få flere turister til Samsø. Der er allerede indgået aftale om månedlige møder med fokus på informationsudveksling, planlægning, koordinering og evaluering for alignment af fælles indsats og synergi.

# Samlet konklusion

---

Udnyttet kapacitet både i højsæsonen, men især også de øvrige måneder.

Unikt produkt, men med konkurrence fra andre oplevelser. Fokus på fortsat at øge kendskabet til ruten.

Barrierer skal nedbrydes – Økonomi – kendskabsgrad – mobilitet – formidling (SoMe)

Brede målgrupper finsegmenteres. Mårettet budskaber og kampagner -> generere større salg.

# Samlet konklusion

---

Bred eksponering på det geografiske marked for at opbygge kundernes kendskab til Lilleøre, men en tilgang til planlægning og muligheden for at arbejde med isolerede segmenter, vil give bedre mulighed for at sikre relevans i budskaber og at vælge de relevante digitale medier.

Branding på egne digitale platforme. Optimering af den nuværende Facebook profil og oprettelse af en ny Instagram profil forholdsvis billige måder at arbejde med brand building.

Nyt websitelayout med fokus på høj brugervenlighed og relevant indhold, så kunderne fortsat har lyst til at købe billet.

Styrke samarbejdet med VisitSamsø.

Bedre dataudnyttelse – dashboard.

Øge kendskabsgraden. Implementeres nogle af de fremsatte tiltag og indsatsområder, vurderes det, at der er grundlag for at få flere kunder til at vælge Lilleøre og Samsø som deres næste udflugtsmål og derved få de 75.000 passagerer på Lilleøre.

Planen er ikke mere statisk, end at den tager højde for læringsprocessen undervejs, og det vurderes løbende om der skal foretages eventuelle ændringer.

# Anbefalinger

- For ikke at miste fokus og kvalitet ved at iværksætte for mange tiltag på én gang, anbefales det at arbejde videre med følgende indsatsområder i 2023:
  - Synliggøre transportmuligheder på annoncer
  - Større fokus på reasons to go i samarbejde med VisitSamsø
  - Arbejde videre med familiebilletten
  - Indføre genkøbsrabatten
  - Optimere indsatsen på egne medier (Facebook, Instagram og nyhedsbreve)
  - Udarbejdelse af kommunikationsguidelines
  - Implementering af rapporter og dashboards
  - Udvikling og implementering af ny/re lanceret hjemmeside
  - Arbejde videre på institutionssegmentet med henblik på indfrielse i 2024

## Trafiktal for Sælvig - Hou ruten januar 2023

	Månedstal			År til dato						
	2023	2022	2021	% ift. 2021	% ift. 2020	2023	2022	2021	% ift. 2021	% ift. 2020
Antal passagerer	19.653	20.449	18.613	-3,9	5,6	19.653	20.449	18.613	-3,9	5,6
Antal biler	9.213	10.020	8.922	-8,1	3,3	9.213	10.020	8.922	-8,1	3,3
Antal lastbiler	674	775	677	-13,0	-0,4	674	775	677	-13,0	-0,4
Antal busser	0	6	0	-100,0	0,0	0	6	0	-100,0	0,0
Antal afgang	359	391	393	-8,2	-8,7	359	391	393	-8,2	-8,7

### Bemærkninger:

Prinsesse Isabella har sejlet fra 1. januar til og med 24. Overfartstiden har været 63 minutter og 54 sekunder, og der har været 16 aflyste ture.

Ane Læsø har sejlet fra 25. januar til og med 31. Overfartstiden har været 72 minutter og 42 sekunder, og der har været aflyst 20 ture. Alle aflyste ture i januar måned har været pga. kraftig vind



# Samsø Rederi

## Trafiktal for Sælvig - Aarhus ruten januar 2023

	Månedstal			År til dato		
	2023	2022	2021	% ift. 2022	% ift. 2021	% ift. 2021
Antal passagerer	2.486	1.549	0	60,5	0,0	0,0
Antal cykler	286	199	0	43,7	0,0	0,0
Antal afgang	124	102	0	21,6	0,0	0,0

### Bemærkninger:

Der har været 16 aflyste ture med Lilleøre. En dobbelttur var pga. ødelagt vindue i styrhuset.  
Resten blev aflyst pga. for høje bølger



# Samsø Rederi

## Trafiktal for Sælvig - Hou ruten februar 2023

	Månedstal			År til dato					
	2023	2022	% ift. 2022 % ift. 2021	2023	2022	2021	% ift. 2022 % ift. 2021		
Antal passagerer	20.396	22.872	-10,8	-10,6	40.049	43.321	41.428	-7,6	-3,3
Antal biler	9.065	10.336	-12,3	-9,3	18.278	20.356	18.911	-10,2	-3,3
Antal lastbiler	648	758	-14,5	-11,0	1.322	1.533	1.405	-13,8	-5,9
Antal busser	4	2	100,0	0,0	4	8	0	-50,0	0,0
Antal afgang	318	364	-12,6	-13,1	677	755	759	-10,3	-10,8

### Bemærkninger:

Ane Læsø har vi sejlet 91 enkeltture og der har været 13 enkeltture aflyst pga. vind

Prinsesse Isabella har sejlet 227 enkeltture og der var 19 enkeltture aflyst.

9 afgang pga. kraftig vind. Herunder 7 under stormen Otto.

2 afgang blev aflyst pga. bundberøring og 8 afgang pga. tæt tåge kombineret med stærk strøm

Overfartstiden var i gennemsnit 65 minutter og 11 sekunder



# Samsø Rederi

## Trafiktal for Sælvig - Aarhus ruten februar 2023

	Månedstal			År til dato		
	2023	2022	% ift. 2022	2023	2022	% ift. 2022
Antal passagerer	2.713	1.515	79,1	5.199	3.064	69,7
Antal cykler	331	149	122,1	617	348	77,3
Antal afgang	174	83	109,6	174	83	109,6

### Bemærkninger:

Der har været 16 aflyste ture med Lilleøre.

2 ture var pga. tekniske problemer 6 var pga. stormen otto samt kraftig vind.

8 ture pga. bølgehøjder over det tilladte



Samsø Rederi