



Vi förenklar
människors
vardagsresor



NU BLIR VI NOBINA!

Från och med den 1 december byter samtliga bolag inom Concordia Bus-koncernen (utom Swebus Express) namn till Nobina. Med det nya varumärket får vi en enhetlig profil i hela Norden och en gemensam vision "Alla vill resa med oss". I den här foldern berättar vi mera om Nobina och vad namnbytet innebär för dig som medarbetare. Välkommen till Nobina.

RÄTT VÄG ATT GÅ

NU BLIR SWEBUS NOBINA. Kanske känns det konstigt? Swebus är ju i dag ett välkänt varumärke och den starkaste aktören i den svenska bussbranschen. Men fördelarna att ena koncernen under ett gemensamt starkt och modernt varumärke överväger tungt. I en allt mer konkurrensutsatt och avreglerad marknad måste vi vara tydligare med vilka vi är. Vi måste bli mer attraktiva för våra slutkunder. Och vi måste fortsätta att stå längst fram i utvecklingen av framtidens kundanpassade kollektivtrafik. Det gör vi bäst tillsammans, under ett gemensamt varumärke i en stark nordisk koncern.

MEN NOBINA BLIR aldrig någon anonym jätte. Mycket av vår framgång bygger på våra unika kunskaper inom vart och ett av våra trafikområden i Sverige, Norge, Finland och Danmark och på våra medarbetares närhet till kunderna i varje ort. Vi fortsätter att vara en platt och decentraliserad organisation med stark lokal förankring, där du som medarbetare alltid har en direkt dialog med din närmsta chef.

DEN STÖRSTA FÖRÄNDRINGEN har redan skett. Blickar vi tillbaka några år var Swebus ett helt annat företag. Vi är i dag en långt mer sammansvetsad och kundanpassad organisation. Vi är i dag ett lönsamt företag, en förutsättning för att kunna utvecklas både för våra kunder och medarbetare.

När vi nu byter namn och profil tar vi det sista steget i att ena koncernen. Samtidigt blir det en tydlig nystart där ett stort engagemang från samtliga medarbetare krävs för att vi ska lyckas leva upp till vår nya affärsidé "Att förenkla kundens vardagsresor".

Varmt
välkommen
till Nobina.

Jan Bosaeus,
vd Nobina
Sverige



VÅR NYA AFFÄRSIDÉ:

Vi förenklar kundens vardagsresor

EN AFFÄRSIDÉ ÄR grunden som företaget vilar på. Det är en mäktig känsla att vi inom Nobina varje dag arbetar för att förenkla vardagsresandet för flera miljoner människor. Därför är vår nya affärsidé så viktig – den beskriver hur vi flyttar fokus från uppdragsgivaren till

våra slutkunder – det vill säga alla som reser med oss. Genom att bli mera kundorienterade förstår vi resenärernas behov bättre. Och då kan vi erbjuda ännu bättre trafiklösningar och ett ännu bättre kundbemötande, vilket är bra även för våra uppdragsgivare.

VÅR VISION:

Alla vill resa med oss

SEDAN FLERA ÅR har Concordia Bus haft visionen "Alla vill resa med oss". Det är en vision som berör alla medarbetare och som passar perfekt in i det nya Nobina. En vision ska vara näst intill omöjlig att uppnå, men tydligt ange företagets riktning. Som medarbetare har du

varje dag en möjlighet att ta oss allt närmare visionen. Fundera gärna över hur du, i din egen vardag, bakom ratten, i verkstaden, tvätt-hallen, driftledningen eller på kontoret kan få ännu fler att vilja resa med oss.

7 FRÅGOR OM NOBINA

1

VARFÖR BYTER VI NAMN?

Inom koncernen har det funnits flera olika namn, där Swebus och Concordia varit de mest framträdande. Båda namnen orsakar dock en del problem, Swebus och Swebus Express förväxlas ofta och shippingföretaget Concordia Maritime blandas samman med Concordia Bus.

Ett byte av namn och profil ger oss en enhetlig profil i hela Norden och möjlighet att samla all kraft bakom ett enda starkt varumärke. Swebus Express kommer dock att behålla Swebusnamnet på grund av att varumärket är så väl inarbetat bland kunderna.



Tre viktiga nyckelord

VAD UTMÄRKER EGENTLIGEN Nobina jämfört med andra bussföretag? Och vilken profil ska vi tillsammans sträva efter?

Vi vill vara attraktiva både för våra kunder och uppdragsgivare och förstärker nu vår

roll som ett serviceföretag. Därför ska allt vi gör inom Nobina kännetecknas av tre saker: enkelhet, vänlighet samt prisvärdhet (gentemot våra kunder) och resurseffektivitet (gentemot våra uppdragsgivare). Dessa är

våra allra viktigaste nyckelord och stämmer väl överens med vår affärsidé om att förenkla kundens vardagsresor.

ENKELT

Enkelhet kan gälla både information, resande och biljettköp – och även när vi jämför bussresande med att åka bil. Vi ska helt enkelt göra allt som går för att göra det ännu enklare att åka buss!

- Vi ska finnas där kunderna finns och behöver oss.
- Enkla och smidiga biljettköp, via olika kanaler.
- Det ska vara enkelt att resa med oss, även för kunder med speciella behov.
- När du väljer bussen slipper du leta p-plats och slipper sitta i bilköer. Du behöver inte köra själv utan kan använda tiden till något annat.
- Det ska vara lätt att hitta tydlig och användbar information om till exempel tidtabeller.
- Vi ska jobba aktivt med att ge information ombord.

HUR BLIR VI ÄNNU BÄTTRE PÅ ENKELHET?

- Lokalt och centralt förbättringsarbete.
- Årliga kundundersökningar i varje trafikområde.
- Produktutveckling utifrån kundens behov.
- Smarta informationslösningar för reseplanering.

VÄNLIGT

Vänlighet är något som verkligen utmanar oss på vår resa att bli ännu mera serviceorienterade. Vänlighet måste kännas äkta och kan bara förmedlas när vi känner trygghet i vår egen roll. Det vill säga: var och en måste känna efter vad som fungerar bäst för en själv.

- Ett vänligt bemötande i alla situationer och vid alla kontakter med våra kunder.
- Ett vänligare tilltal i allt kommunikationsmaterial som annonser och broschyrer.
- En mjukare körstil som ger en behagligare resa och färre skador.
- Omtanke om våra kunders trygghet genom till exempel alkoholås och kameror ombord.
- Fräscha, välvärdade bussar.
- Duktiga förare och säkra bussar som ger en trygg och bekväm resa i alla väglag.

RESURSEFFEKTIVT

Det här begreppet handlar inte bara om bussen, som ett smart och prisvärt alternativ till att åka bil, utan berör även ekonomi och miljö. Gentemot våra uppdragsgivare är resurseffektivitet kanske viktigast av allt.

- Ökat resande med kollektivtrafik är bra för både miljö och ekonomi.
- Hållbarhet i all resursanvändning – fler miljöbussar ger lägre förbrukning och mindre utsläpp.
- Vi kan frigöra resurser för våra uppdragsgivare och ge mera kollektivtrafik för pengarna.

HUR BLIR VI MER PRISVÄRDA OCH RESURSEFFEKTIVA?

- Ett gemensamt arbetssätt i hela koncernen ger effektiviseringar och bättre resurshushållning.
- System för bättre planering och uppföljning.
- Mätning och minskning av miljöpåverkan.
- Gemensamma inköp av t ex uniformer.
- Nordens mest effektiva hantering av fordonsflottan.

2 VARFÖR BYTER VI NAMN JUST NU?

Det är ingen tillfällighet att vi väljer den här tidpunkten för ett namnbyte. Inom koncernen har vi en gemensam resa bakom oss där vi under lång tid har byggt en stark organisation. Vi har tillsammans vuxit och utvecklats på befintliga marknader och etablerat oss på nya. Namnbytet är ett logiskt steg i vår utveckling mot en väl integrerad nordisk koncern med gemensamma värderingar och arbetssätt.

3 VARFÖR NOBINA?

Nobina har sitt ursprung i det latinska ordet Nobis som betyder "oss" vilket i vårt fall syftar på det kollektiva resandet, att resa tillsammans. I en vidare mening berör det alla som är inblandade i resandet – det vill säga både kunderna och alla vi som arbetar för att underlätta människors vardagsresor. Det nya varumärket får inte heller riskera att sammanblandas med andra företag och webb-adresser i aktuella länder ska vara lediga. Nobina uppfyller alla dessa kriterier.

4 VARFÖR DEN GRÖNA FÄRGEN?

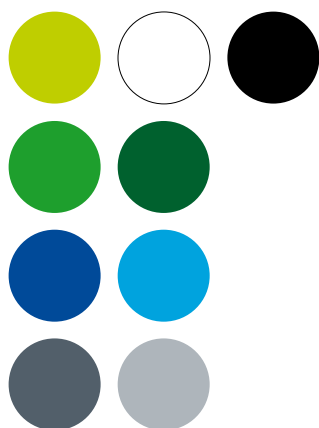
Den grafiska profilen omfattar en rad olika element: logotyp, färger och typsnitt samt färdiga designmallar för allt från visitkort och uniformer till bussar. Alla delar bidrar till att stärka varumärket och ge en tydlig bild av företaget.

Nobinas grafiska profil har utvecklats av en varumärkesbyrå i nära samarbete med Concordia Bus. Både interna och externa fokusgrupper har tittat på flera olika designförslag innan man enats om utformningen. Varumärket ska ge ett modernt, vänligt och enkelt intryck och sticka ut jämfört med våra konkurrenter.



Så här ser vi ut

För att ge dig en liten försmak på hur vi kommer att se ut kommer här en kort beskrivning av vår nya design, med lite bilder som exempel.



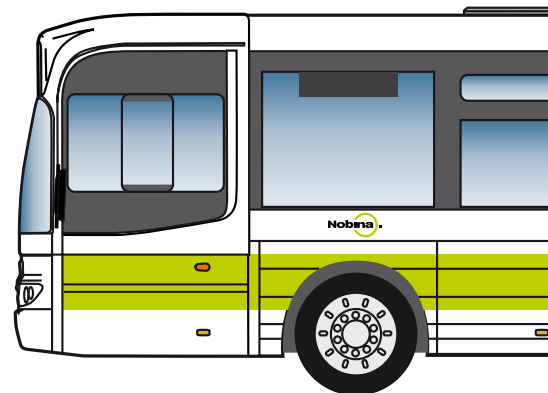
Nobinas färgpalett består av tre huvudfärger: Nobina Lime, vit och svart. Sedan finns sex sekundära färger att komplettera med.



Nobinas grafiska profil kan appliceras på allt från visitkort och brevpapper till bussar och profilprodukter.



Nobinas logotyp vill förmedla vänlighet och enkelhet. Den är enkel, tydlig och lätt att ta till sig. Färgen, Nobina Lime, är vald för sin varma, optimistiska men även moderna karaktär. Samtidigt som den ger Nobina en tydlig varumärkesidentitet. Ringen symboliserar rörelsen i bussens hjul, tiden som resan tar, eller kanske en busstur. Men framför allt förmedlar den bilden av ett dynamiskt företag.



5 KOMMER DET NYA NOBINA ATT VARA ANNORLUNDA ÄN CONCORDIA BUS OCH SWEBUS?

Både ja och nej. Vi är samma människor med samma vision "Alla vill resa med oss". Nu lägger vi större fokus på att göra våra kunder nöjda och att förenkla människors vardagsresor. Det är grundbulten i vår affärsidé och kommer att bli en tydlig del av allt vi gör inom Nobina.

Med en enad profil tar vi ett stort steg mot en starkare position på marknaden, samtidigt som vi fördjupar samarbetet inom koncernen och får en större gemenskap mellan länderna.

6 HUR KOMMER VÅRA NYA UNIFORMER ATT SE UT?

De flesta av plaggen i den befintliga uniformen kommer vi att behålla, men namnet kommer att ändras till Nobina.

Däremot byter vi ut bland annat slipsar och scarves samt får nya vita skjortor. Dessa förändringar kommer dock inte att ske över en natt utan kommer att genomföras successivt. På sikt kommer vi att ta fram en helt ny Nobinauniform.

7 HUR KOMMER NOBINA ATT SYNAS PÅ BUSSARNA?

Eftersom vi har olika överenskommelser i olika trafikområden om hur vårt namn ska framträda är det en diskussion som vi får ta med var och en av våra uppdragsgivare. I de flesta av våra trafikavtal innebär vårt namn- och profilbyte ingen större skillnad för bussarnas utseende.



Du avgör om vi lyckas!

Nytt namn och nytt varumärke. Ny affärsidé och nya värderingar. Hur påverkar allt detta mig som medarbetare?

FÖR DE FLESTA av oss kommer namnbytet inte att innebära några omedelbara förändringar. Vi har kvar samma arbetsgivare och arbetsplats och våra anställningsvillkor förändras inte på grund av namnbytet.

Styrkan ligger fortfarande i att vi har en platt organisation med lokalt självbestämmande i varje trafikområde. Samtidigt är namnändringen en stor förändring för företaget - och det krävs en kraftfull gemensam insats för att ladda det nya varumärket med rätt associationer och rätt innehåll.

VÅRT ANSIKTE UTÅT

Du som är förare inom Nobina har den allra viktigaste uppgiften. Du är vårt ansikte utåt

och är den mest inflytelserika ambassadören för Nobina och det vi står för. Vid varje tillfälle när du möter en kund har du möjlighet att ta oss närmare vår vision. För kärnan i Nobina ligger inte i vår nya logotype eller i färgen på uniformerna. Kärnan ligger i hur vi bemöter våra kunder, förenklar deras resvardag och får fler att vilja resa med oss.

Det är inte självklart för alla i vår bransch att ha ett så stort kundfokus som vi har. Men vi ser det som en unik möjlighet. Vi har i dag ett stort förtroende bland våra kunder och våra uppdragsgivare, det vet vi, men vi kan bli ännu bättre på att förenkla människors vardagsresande. Och det handlar inte om att vi ska köpa massor av nya fina bussar. Det

handlar om trevligt bemötande, positiv framtoning, servicefokus och kundfokus. Därför är just vänlighet ett av våra tre nyckelord.

STORT ANSVAR

Du som möter våra kunder har alltså ett stort ansvar. Men du är inte ensam. Alla medarbetare, funktioner och avdelningar inom Nobina har ett stort ansvar för att ge dig möjlighet att ta oss närmare vår vision om att alla vill resa med oss.

Vi hälsar dig varmt välkommen till Nobina och hoppas att du vill vara med på vår gemensamma resa. En resa som börjar med att alla vill resa med dig!



**Vi förenklar
människors
vardagsresor**

Våra värderingar

SOM INDIVIDER HAR vi alla olika drivkrafter och uppfattningar. För att kunna jobba och utvecklas tillsammans och bemöta våra kunder på rätt sätt är det därför viktigt att vi har en gemensam värdegrund - och tydliga riktlinjer som ger oss stöd för hur vi ska agera i olika situationer. Nobina har en klar och tydlig vär-

degrund som är gemensam för alla medarbetare och bolag i koncernen. Våra värderingar ska vi leva efter varje dag. De ska genomsyra allt vi gör och ligga till grund för hur vi arbetar och förhåller oss till varandra.

En stor förändring är att vår nya gemensamma värdegrund tydligare återspeglar vår

affärsidé ”Vi förenklar kundens vardagsresor”. Nu lägger vi större fokus på våra kunder och förändringsarbetet. Fundera gärna över hur Nobinas värderingar påverkar dig och ditt arbetssätt!



VI FINNS TILL FÖR VÅRA KUNDER

Vi är lyhörda för kundens behov och bemöter kunden med vänlighet och respekt. Vi håller våra löften, utvecklar prisvärda lösningar och förenklar för våra kunder.

VI ARBETAR MED STÄNDIG UTVECKLING

Vi når mål och levererar resultat. Vi är resurseffektiva och håller minst utlovad kvalitet. Vi arbetar med målstyrning och systematisk uppföljning för att ständigt förbättra företaget och våra tjänster.

VI RESPEKTERAR VARANDRA

Vi värnar allas lika värde och behandlar varandra med vänlighet och respekt. Tillsammans skapar vi ett tryggt och kreativt arbetsklimat som stimulerar initiativ och förbättringsförslag. Vi agerar på bristande respekt mot kunder, varandra och företaget.

VI VÄRNAR GOTT LEDARSKAP

Vi har väl definierade krav på ledare och medarbetare. Vi sätter kundens och företagets intressen framför våra egna. Vi främjar gränslöst samarbete. Vi ger återkoppling på utfört arbete och uppmärksammar prestationer. Vi kan hantera förtroenden.

VI BRYR OSS

Vi tar ett aktivt ansvar för miljö och samhälle. Vi uppmuntrar hälsa och personlig utveckling. Vi följer lagar och regler. Vi är engagerade och bryr oss om varandra, våra kunder och vår omvärld.