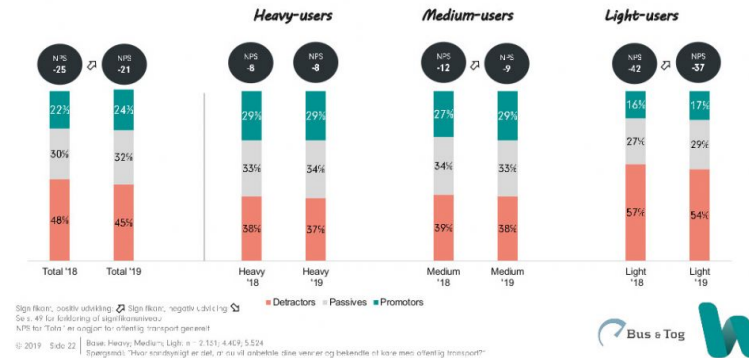


Svag fremgang i den generelle tilfredshed med kollektiv trafik

Af: Mikael Hansen

ANBEFALINGSVILLIGHED

Der er størst anbefalingsvillighed blandt heavy og medium users, mens markant færre light users vil anbefale kollektiv trafik. NPS for medium og light users er forbedret siden sidste år



Fra Bus & Togs fælles kundetilfredshedsundersøgelse 2019 - udført af Wilke.

Trafikelskabernes fælles undersøgelse af kundetilfredsheden for 2019 viser samme billede som i 2018 men med flest forbedringer i mindre skala og nogle få forringelser. Samlet set ser kollektiv trafik ud til at styrke sit omdømme – fra et ganske lavt udgangspunkt.

Trafik- og togselskabernes fælles kundetilfredshedsundersøgelse blev offentliggjort for halvanden måned siden. Ingen af selskaberne har offentliggjort kommentarer til undersøgelsen. Derfor rykker informationsportalen kollektivtrafik.dk nu ud med nogle udvalgte kommentarer til undersøgelsen.

Lille generel forbedring

Resultaterne for 2019 viser en svag generel forbedring fra en NPS-værdi på -25 i 2018 til -21 i 2019. NPS betyder Net Promotor Score og er udtryk for i hvilken grad brugerne vil anbefale produktet til andre – her er produktet kollektiv trafik. Det er stadig næsten halvdelen af respondenterne, der ikke vil anbefale til andre at bruge kollektiv trafik. Forbedringen i NPS-værdien fremkommer ved at lidt flere vil anbefale og lidt færre end sidste år ikke vil anbefale (se figuren i toppen af artiklen).

De lejlighedsvis kunder trækker ned

Et interessant resultat, som også kan aflæses af figuren ovenfor, er at trafik- og togselskaberne tilsyneladende har rigtig godt fat i hyppige og medium brugere, som ligger på en NPS på -8 til -9. Medium brugere var mere tilfredse i 2019 end i 2018. De to grupper ligger så tæt på hinanden, at de kan ses under ét. Tallene viser vel, at det er disse to kundegrupper, de kollektivtrafik-vante kunder, som trafik- og togselskaberne lykkes med at yde et godt produkt. Bevares, alle ville sikkert hellere ligge på en positiv NPS-værdi, men det er i forvejen en sjældenhed på serviceprodukter, så -8 er slet ikke så dårligt.

Dårligt er derimod trafik- og togselskabernes omdømme hos de lejlighedsvis brugere – det er dem, der har brug for mere trafikinformation, for bedre vejledning om takster, zoner og billetter, dem, der ikke kan finde ud af at åbne de fotocellestyrede døre i togene, dem der har mest brug for retvisende navne på stoppestederne, dem der er trætte af at føles sig dumme, når de træder ind i et tog, en metro eller en bus.

Generelle forbedringer for lejlighedsvis brugere af kollektive trafik er en kæmpe opgave, som vil kræve meget af det enkelte selskab og endnu mere af koordineringen mellem selskaberne. Det er dyrt, og effekten må nærmest beskrives som usikker. Måske vil en "tag mig i hånden" funktion på rejseplanen kunne flytte noget, så undgår men også at genere de faste kunder med overinformation.

Udvalgte forskydninger

Metroen, Aarhus Letbane og Nordjyske Jernbaner er lige som sidste år de eneste, som scorer en positiv NPS-værdi. Movias Lokalbaneler, som sidste år scorede et flot rundt "nul" er derimod gået hele 14 point tilbage. Så følger bustrafikelskaberne med NPS-værdier fra -6 (BAT) til -31 (Movias Busser). NT og Midttrafik og Movias busser har forbedret deres score signifikant i forhold til sidste år. Det er stadig forbausende, at DSB fjerntog og S-tog ligger henholdsvis 3. sidste og sidste plads med NPS på -29 og -33, og at Arriva-tog ligger i midterfeltet med -21. Skinneeffekten tilsiger noget andet.

Aarhus Letbane blev i 2019 et mere "almindeligt" selskab, når man måler på tilfredsheden – dog ikke værre end de andre selskaber, som man ellers kunne tro, hvis man har fulgt årets presseskriverier om Aarhus Letbane, men heller ikke med de ekstraordinært høje tilfredshedstal, som 2018-undersøgelsen viste. Aarhus Letbane burde have potentialet for at stige igen næste år.

7 ud af 13 selskaber har en bedre score på spørgsmålet om en behagelig rejsetid end sidste år. Ingen er gået tilbage. 4 selskaber ud af 13 har fremgang på spørgsmålet om at føle sig godt behandlet af selskabet, heller ikke her er der noteret tilbagegang. Alle ligger i et spænd mellem 3,41 og 4,08 ud af 5 mulige.

Kollektive rejser med skift

Det er stort set kun i Hovedstadsområdet, at rejser med flere kollektive trafikmidler forekommer og endda kun mellem Metroen, DSB S-tog, DSB fjern- og regionaltoget og Movias Busser. Movias Lokaltog ligger lavt, og blandt de øvrige er det kun Midttrafik, der når op på 8 pct. kombinationsrejser. Aarhus Letbane ligger forbløffende lavt. Der er åbenbart stadig et stykke vej til realiseringens af det integrerede lokaltrafiksystem, som var idéen bag Aarhus Letbane.

I det hele taget kommer de integrerede trafiksystemer lidt til kort i denne undersøgelse. Det falder i øjnene, at Metroen scorer højt, men de øvrige hovedstadselskaber scorer lavt. Hvordan er tilfredsheden, for dem, der skifter transportmiddel i forhold til dem, der ikke gør det? Hvordan opleves skiftene? Er skiftene en medvirkende årsag til lave scoringer hos (de fleste af) hovedstadsselskaberne?

Her er måske noget at lære i Aarhus – og sidenhen i Odense og Aalborg.

Sådan er undersøgelsen gennemført

Undersøgelse blev igen i 2019 udført af Wilke efter præcis samme skabelon som i 2018, hvor den første undersøgelse blev offentliggjort. Det er et krævende undersøgelsesform med et stort spørgeskema, som udfyldes af de lidt mere end 12.000 respondenter hjemmefra. Eneste kriterium for at deltage, er at man har rejst med kollektiv trafik mindst én gang i købet af året. Der er dog sket en yderligere udvælgelse for at sikre et tilstrækkeligt antal respondenter for hvert selskab. Respondenterne dels i tre grupper: light users, medium users og heavy users – hvorfor ikke bruge de tilsvarende danske betegnelser f.eks.: lejlighedsvis brugere, medium brugere, hyppige brugere? Næsten hele rapportering er jo på dansk.

Den undersøgelsesform giver lavere tilfredshed end undersøgelser udført under rejsen i transportmidlet. Undersøgelsen fokuserer på den kollektive trafiks omdømme – vel at mærke blandt brugerne. Omdømmet er ikke for godt, når det måles på denne måde. Man gruer for, hvordan en tilsvarende undersøgelse blandt ikke-brugere ville se ud.

Hvor er selskabernes kommentarer?

Her skal kommenteres på en enkelt omstændighed ved den fælles kundetilfredshedsundersøgelse, nemlig den måde, den offentliggøres på. Undersøgelsesresultater udsendes samtidig af alle selskaber men uden tilhørende kommentarer, hverken generelle eller selskabsspecifikke. Det er en besynderlig fremgangsmåde.

Det er måske forståeligt nok, at selskaberne ikke umiddelbart har lyst til at kommentere undersøgelsens ret så dystre resultater. Informationsportalen kollektivtrafik.dk gik sidste år i dybden og fik nogle af selskaberne til at vurdere undersøgelsen og selskaberne egne resultater. (Se links til sidste års artikler nedenfor). Vurderingerne var ikke slet så dramatiske, som man kunne vente. Indirekte blev resultaterne set som interne informationer, som man så for skam skyld offentliggjorde for at vise, at kundetilfredshed er et fokusområde. Måske hører undersøgelsesresultaterne slet ikke hjemme blandt pressemeddelelser men snarere ved siden af andre interne, offentligt tilgængelige dokumenter som bestyrelsesreferater og årsberetninger.

Eller også må selskaberne komme ud af busken og fortælle, hvordan de vil forbedre den kollektive trafiks og deres eget selskabs omdømme – hvad de vil gøre bedre for de lejlighedsvis kunder, hvad de vil gøre for at informere bedre om forsinkelser og aflysninger etc.

Læs også:

[Som man råber i skoven, får man svar.](#)

[Skinneeffekt, sammenhæng og et nyt svært indeks](#)

[Trafik- og togselskaber reber sejlene i forhold til de lejlighedsvis kunder](#)

[Kollektiv trafik får middelmådige karakterer i stor kundeundersøgelse](#)

[Fælles kundetilfredshedsanalyse](#)