

A blurred, high-speed photograph of a road stretching into the distance, serving as the background for the top half of the page.

IGANGSÆTNINGSUNDERSØGELSE
DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE

2010

**IGANGSÆTTELSESUNDERSØGELSE -
MIDTTRAFIK OG ARRIVA TOG
– DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE (DSR)**

7. JANUAR 2011

A thin vertical line positioned to the right of the date.

INDHOLD

INDHOLD	2
1. INDLEDNING	3
2. METODE	4
3. RESULTATER	6
3.1 Overordnede resultater	6
3.1.1 Rejsefrekvens	6
3.1.2 Holdning	8
3.1.3 Rejseprofil – Arriva Tog	11
3.1.4 Rejseprofil - Midttrafik	14
3.2 Er DSR en god ide?	16
3.3 Potentialet	18
3.4 Nulpunktsmåling – www.etnavnmedmere.dk	20
3.5 Rekruttering til fokusgrupper	21
4. AFRUNDING OG OPSUMMERING	22

1. INDLEDNING

Trafikselskaberne Midttrafik og Arriva Tog har indledt et helt unikt samarbejde, hvis sigte er at binde den kollektive trafik i Midt- og Vestjylland sammen. Det unikke ved samarbejdet er, at der er tale om fælles fokus på sammenhængen mellem bus og tog med henblik på at højne passagerens rejseoplevelse.

Projektet kaldes den sammenhængende rejse (DSR). Formålet med projektet er kort at skabe en bedre sammenhæng mellem bus og tog for at skabe en rejse for passagerne, der er langt mere gnidningsfri i form af en kortere rejsetid og bedre service. Resultatet af projektet skal munde ud i, at der trækkes flere passagerer over i den kollektive trafik. Det vil være et projekt med stor bevågenhed, da der på nuværende tidspunkt befordres 1,8 millioner passagerer i busserne og 2,25 millioner passagerer i togene mellem Herning og Århus.

Udfordringen omkring DSR er, at passagererne på sigt skal opleve den kollektive trafik i det midt- og vestjyske som én enhed med én indgang. En enhed, der er sammenhængende på tværs af bybusser, regionalbusser og tog. Dette befordrer et nyt og styrket samarbejde mellem Midttrafik og Arriva Tog, hvis hovedformål er at tage ansvaret for, at passagererne oplever denne målsætning i form af en gnidningsfri rejse. Målsætningerne for at dette lykkes er at skabe bedre information og service under hele rejsen, afkorte ventetiderne, øge pålideligheden, øge trygheden, øge den generelle kundeoplevelse via nye initiativer i og på stationer samt i toget og på bussen. Der er i denne forbindelse etableret en række projekter, som bl.a. skal sikre passagerne bedre information, bedre sammenhæng, fælles køreplanlægning og markedsføring mellem Midttrafik og Arriva Tog.

I forbindelse med projektets opstart og videre forløb er der planlagt en række fælles analyser af, hvordan markedet for den kollektive trafik ser ud nu. Målingerne skal afdække de eksisterende passagerers rejsedata, holdninger og forbedringsmuligheder, men målingerne har lige så stort fokus på potentielle kunder, som ikke bruger den kollektive trafik i dag. Der er dertil planlagt løbende analyser undervejs i projektforløbet. Målingerne skal medvirke til at skaffe viden om den nuværende status på projektet samt eventuelle ændringer og justeringer, som det kan være hensigtsmæssigt at implementere.

Denne afrapportering fokuserer på igangsætningsundersøgelsen, som er første led i rækken af de planlagte analyser, som Epinion udfører i forbindelse med DSR. Undersøgelsen er foretaget i uge 49 blandt passagererne i bus og tog på strækningen Herning – Århus. Formålet med undersøgelsen er at skabe opmærksomhed omkring projektet. Der er således tale om en spørgeskemaundersøgelse, hvis resultater kan anvendes i kampagneøjemed, men som ikke kan betragtes som statistisk valid.

2. METODE

Spørgeskemaet, der ligger til grund for undersøgelsen, er fastlagt af Epinion i samarbejde med DSR og indeholder ni spørgsmål samt et rekrutteringsspørgsmål med henblik på at rekruttere fokusgruppemedlemmer til forestående fokusgrupper. Spørgsmålene er lukkede, single skalaspørgsmål, hvormed det ikke har været muligt for at afgive mere end én besvarelse på hvert spørgsmål, ej heller at svare uden for de angivne svarkategorier.

Spørgeskemaet afdækker fire punkter; kendskab og holdning til Midttrafik, kendskab og holdning til Arriva, kendskab og holdning til DSR og kendskab til navnekonkurrence www.etnavnmedmere.dk, som er igangsat i forbindelse med projektet. Yderligere er der inddraget et spørgsmål, der afdækker den nuværende tilfredshed af sammenhængen mellem bus- og togtransport. Dette spørgsmål vil i fremtiden i begrænset omfang kunne anvendes til benchmarking for projektet.

Stikprøven til denne undersøgelse er opbygget omkring tre segmenter på strækningen Herning - Århus. De tre segmenter er:

- Regional- og lokalbusser
- Bybusser
- Tog

Proportionernes indbyrdes størrelse er defineret på baggrund af antallet af køreplanstimer, som de enkelte segmenter procentuelt udgør af det samlede stikprøvegrundlag. Udover segmenter, spredning på stationer/stoppesteder, busser, tog og køreplanstimer, er stikprøven også i høj grad repræsentativ i forhold til tidspunkter på døgnet, som eks. myldretid og øvrig tid, da samplingen er fordelt på tidsbåndene morgenmyldretid, eftermiddagsmyldretid og øvrig tid.

Samplingen er overordnet fordelt på 1.250 skemaer, som er fordelt ligeligt imellem Arriva Tog og Midttrafik. Der er uddelt 375 skemaer (60 procent) i Arriva toge og 250 skemaer (40 procent) på perronerne. Toginterviewene er spredt på to afgange i morgenmyldretid, to afgange i eftermiddagsmyldretid og to afgange i øvrig tid henover uge, hvorved de forholdsmæssige procentuelle kvoteringer på hvert af de tre tidsbånd er nået. Businterviewene ved Midttrafiks busser er spredt på afgange, der er udvalgt af Epinion blandt Midttrafiks foreslåede afgange. Dermed er det ikke alle foreslåede afgange, der er udvalgt til interview. I stedet er der valgt den sammensætning, der sikrer, at spredning på tidsbånd rammer bedst muligt, og at alle ruter er repræsenteret ved endt dataindsamling. Igennem ovenstående sampling er der tilvejebragt en stikprøve på udvalgte strata, som afspejler den overordnede passagerstrømning på tidsbånd for de to selskaber.

Undersøgelsen er foretaget som personlige interview via uddeling og indsamling af spørgeskemaer på strækningen mellem Herning og Århus på stationer, ved busstoppesteder, i busser og toge med henblik på at sikre en høj svarprocent. Valget af denne metode begrundes med, at erfaring viser, at metoden resulterer i høj kvalitet ved denne type opgave. Fordelen ved denne kvantitative indsamlingsmetode er, at man hurtigt og nemt kan indhente interview fra en specifik målgruppe, som måske er vanskelig at indkredse via andre metoder. Ligeledes kan der med denne indsamlingsmetode indhentes valide og

pålidelige svar med et større antal respondenter inden for de givne økonomiske rammer end med andre metoder, og der opnås således en større statistisk sikkerhed for undersøgelsens resultater.

Andre fordele ved metoden er, at den personlige uddeling – og den personlige tilstedeværelse - sikrer, at der bl.a. er mulighed for, at respondenterne kan få uddybet et spørgsmål, hvis de ikke forstår, hvad der bliver spurgt om. Ligeledes sikrer intervieweren, at respondenterne orienteres om at bruge den fornødne tid på hvert enkelt spørgsmål. Denne høje kvalitet er vanskelig at opnå ved andre undersøgelsesmetoder i den givne målgruppe, f.eks. via internet eller med postale skemaer, der indebærer selvudfyldelse af udleverede eller elektronisk tilgængelige skemaer.

3. RESULTATER

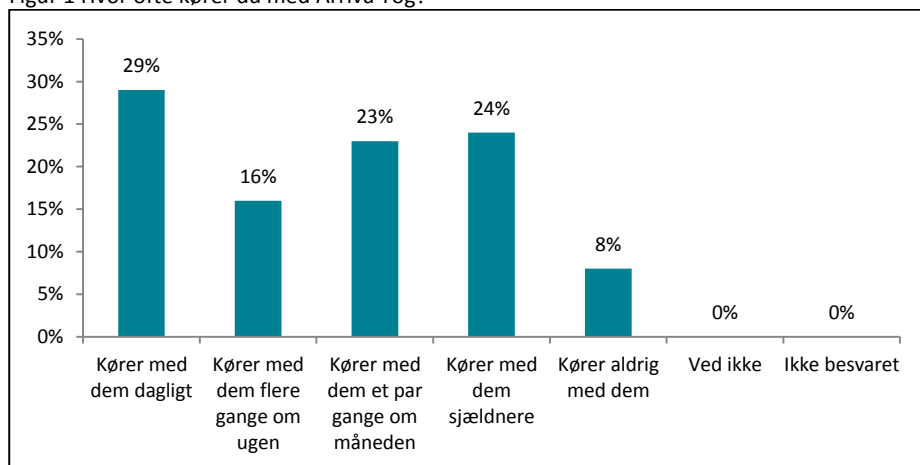
3.1 Overordnede resultater

3.1.1 Rejsefrekvens

Ved undersøgelsens afslutning er der indsamlet 1151 besvarelser. Heraf er 560 besvarelser indsamlet i Arriva tog og på perronerne. De resterende 591 besvarelser er indsamlet i Midttrafiks busser og på busstationer. Samlet er der indsamlet 242 besvarelser i Århus, 30 besvarelser i Ry, 178 besvarelser i Skanderborg, 449 besvarelser i Herning og 252 besvarelser i Silkeborg.

Af den samlede stikprøve (se figur 1) svarer 45 % af de adspurgte, at de dagligt eller flere gange om ugen kører med Arriva tog. 8 % svarer, at de aldrig kører med Arriva Tog, mens den resterende andel kører med Arriva Tog et par gange om måneden eller sjældnere.

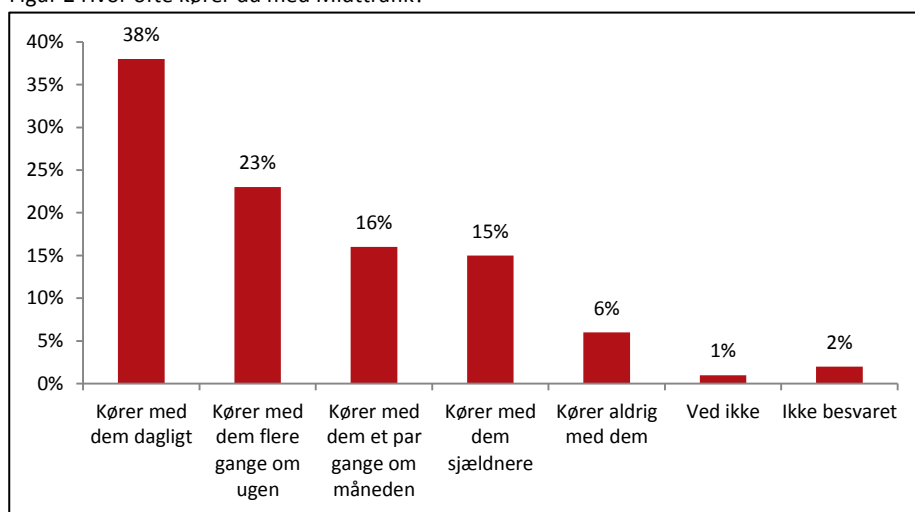
Figur 1 Hvor ofte kører du med Arriva Tog?



n=1151

I figur 2 ses, at andelen af højfrekvensrejsende er noget højere blandt de adspurgte, når fokus rettes mod Midttrafik. Her kører 61 % dagligt eller flere gange om ugen med Midttrafiks busser. 6 % af de adspurgte svarer, at de aldrig kører med Midttrafiks busser, mens den resterende andel kører med Midttrafik et par gange om måneden eller sjældnere. Der er således flere, der kører ofte og færre, der aldrig kører, når Midttrafik sammenlignes med Arriva Tog.

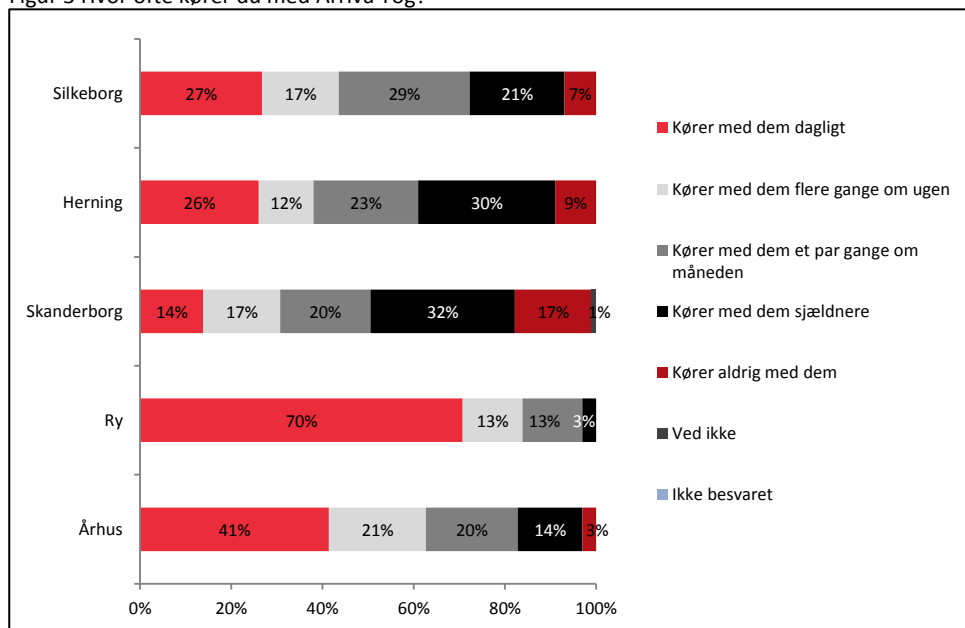
Figur 2 Hvor ofte kører du med Midttrafik?



n=1151

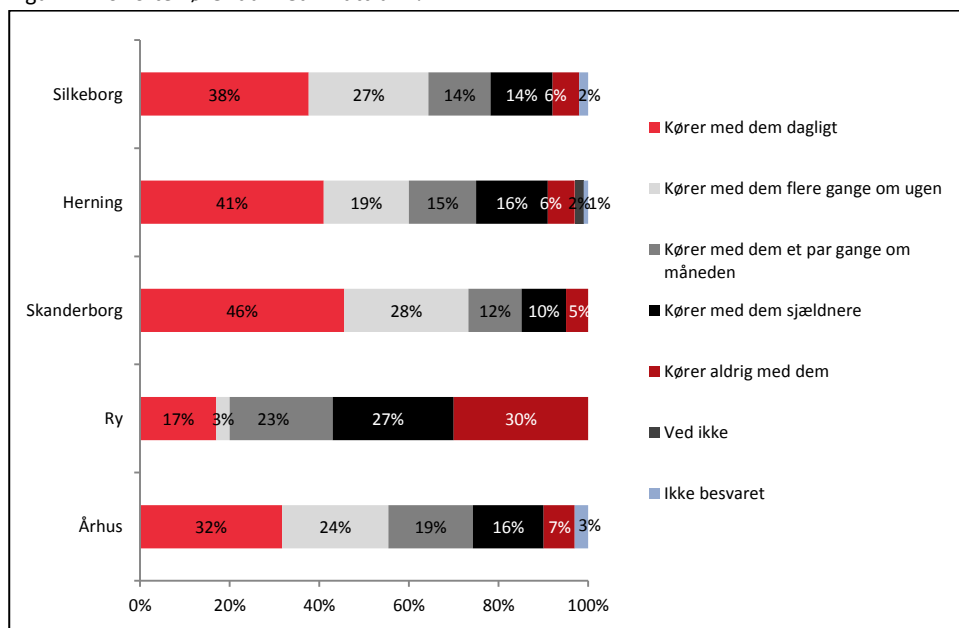
Figur 3 og 4 viser, at 83 % de adspurgte i Ry og 62 % af de adspurgte i Århus kører med Arriva Tog dagligt eller flere gange om ugen, hvorimod rejsekvensen blandt de adspurgte i de fire andre byer er højst for Midttrafik. Resultatet skal tages med forbehold, da antal respondenter i Ry er relativt lavt i forhold til de andre byer.

Figur 3 Hvor ofte kører du med Arriva Tog?



n=1151 (Århus: 242, Ry: 30, Skanderborg:178, Herning:449, Silkeborg:252)

Figur 4 Hvor ofte kører du med Midttrafik?

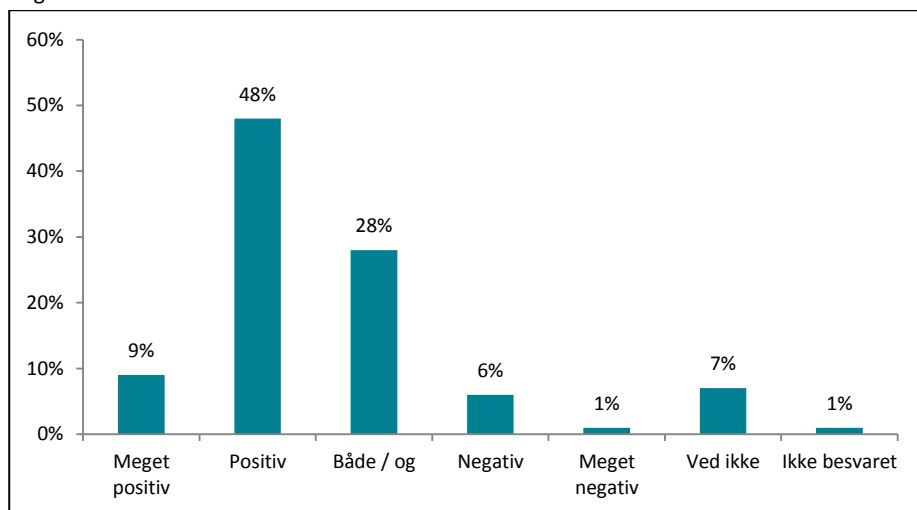


n=1151 (Århus: 242, Ry: 30, Skanderborg:178, Herning:449, Silkeborg:252)

3.1.2 Holdning

Som en del af undersøgelsen, er respondenterne spurgt til deres holdning til de to selskaber, Arriva Tog og Midttrafik. I figur 5 ses det, at over halvdelen af de adspurgte har en positiv holdning til Arriva Tog. 9 % er meget positive, mens 48 % er positive. Til sammenligning har 6 % en negativ og 1 % en meget negativ holdning til Arriva Tog.

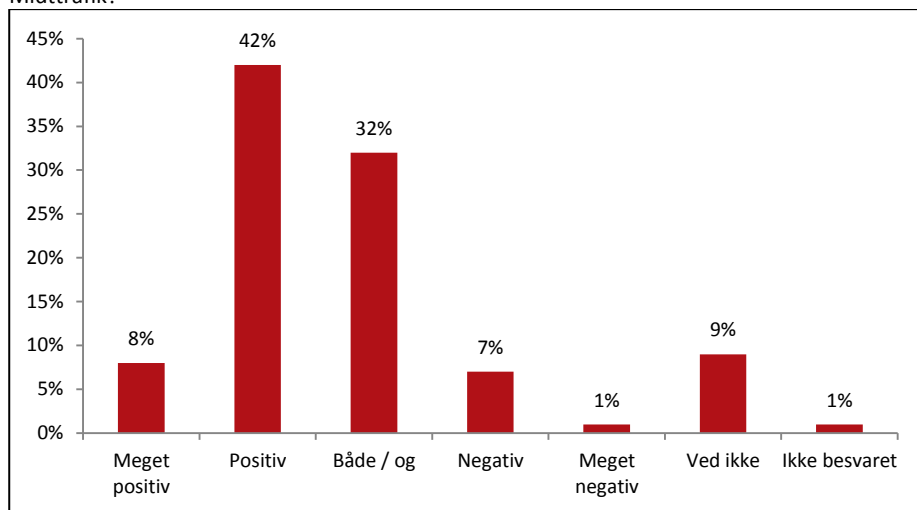
Figur 5 Hvis du prøver at tænke på Arriva Tog, også selvom du ikke benytter dem, hvad er så din umiddelbare holdning til Arriva Tog?



n=1151

Det samme positive billede tegner sig ligeledes for Midttrafik, hvor halvdelen af de adspurgte har en meget positiv (8 %) eller positiv (42 %) holdning til Midttrafik – se figur 6. Disse andele er en anelse mindre end andelen, der forholder sig meget positivt eller positivt overfor Arriva Tog. 8 % forholder sig negativt eller meget negativt til Midttrafik. Andelen, der er positiv overfor Arriva Tog er større end andelen, der er positiv overfor Midttrafik, men det skal pointeres at forskellen ikke overvældende stor.

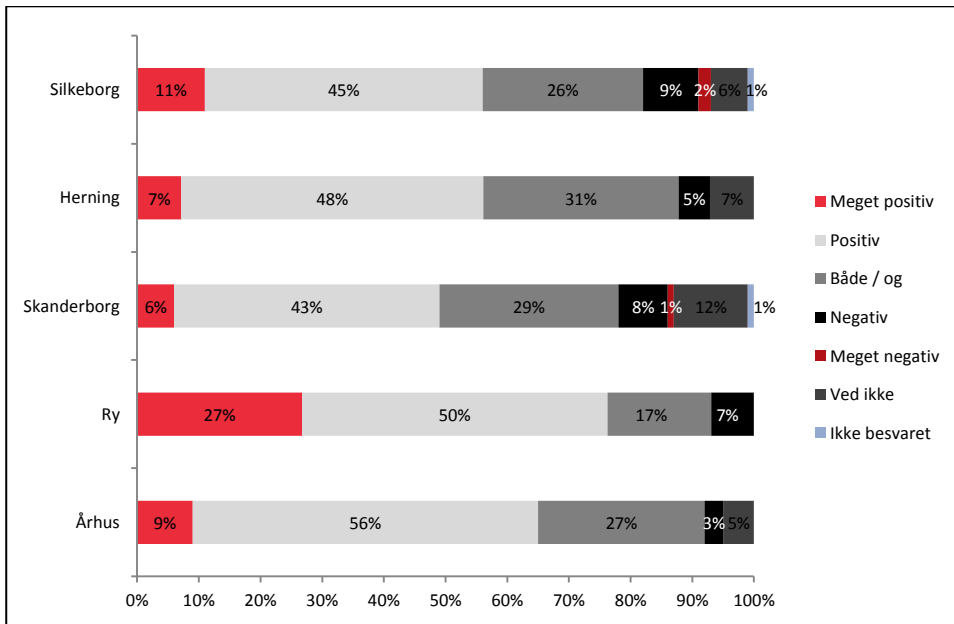
Figur 6 Hvis du prøver at tænke på Midttrafik, også selvom du ikke benytter dem, hvad er så din umiddelbare holdning til Midttrafik?



n=1151

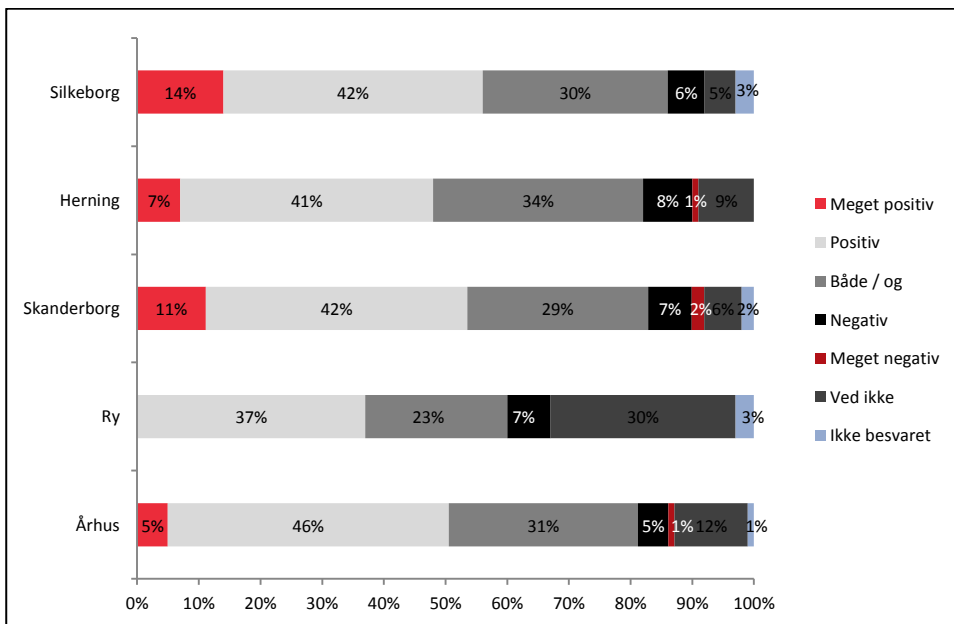
Mest positive overfor Arriva Tog (figur 7) er respondenterne i Ry, hvor hele 77 % er enten meget positive eller positive overfor Arriva Tog. I figur 8 kan man se ingen af disse respondenter i Ry forholder sig meget positivt til Midttrafik og 37 % forholder sig positivt. Andelen af positive respondenter er således betragtelig lavere blandt respondenterne i Ry, hvis vi sammenligner respondenterne fra de fire andre byer. Det skal understreges at basen i Ry kun udgøres af 30 respondenter, som alle primært er Arriva Tog kunder.

Figur 7 Hvis du prøver at tænke på Arriva Tog, også selvom du ikke benytter dem, hvad er så din umiddelbare holdning til Arriva Tog?



n=1151 (Århus: 242, Ry: 30, Skanderborg:178, Herning:449, Silkeborg:252)

Figur 8 Hvis du prøver at tænke på Midttrafik, også selvom du ikke benytter dem, hvad er så din umiddelbare holdning til Midttrafik?

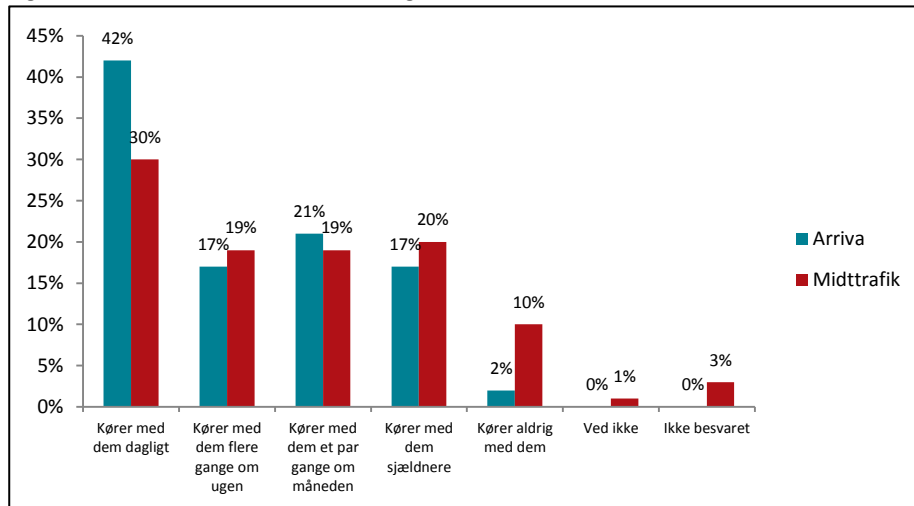


n=1151 (Århus: 242, Ry: 30, Skanderborg:178, Herning:449, Silkeborg:252)

3.1.3 Rejseprofil – Arriva Tog

Der er uddelt 625 spørgeskema i Arriva toge eller på togperronerne, hvilket resulterede i 560 besvarelser. Nedenstående resultater tager udgangspunkt i disse og skaber grundlag for rejseprofilen for Arriva Tog.

Figur 9 Hvor ofte kører du med Arriva Tog/Midttrafik?



n=560

Figur 9 tager således udgangspunkt i de 560 besvarelser, der er indsamlet i Arriva toge og på Arriva togperroner og viser, at 59 % af Arriva Togs kunder kører med Arriva Tog dagligt eller flere gange om ugen. Dette er 14 procentpoint mere end resultatet for den samlede stikprøve, der inkluderer både Arriva Togs og Midttrafiks kunder. 2 % - svarende til 12 respondenter - svarer, at de aldrig kører med Arriva Tog.

10 af disse 12 respondenter er interviewet på togperroner, hvilket fremgår af tabel 1 nedenfor. Det formodes, at disse respondenter har besvaret spørgeskemaet i forbindelse med et ærinde på togperronen eksempelvis afhentning af en passager eller i forbindelse med en togrejse, der i høj grad betragtes af respondenterne som et engangstilfælde.

Tabel 1 Hvor ofte kører du med Arriva Tog?

	Arriva - toginterview	Arriva - togstation	Midttrafik - businterview	Midttrafik - bustation	Total
Kører med dem dagligt	47 % (149)	36 % (88)	16 % (75)	13 % (17)	29 % (329)
Kører med dem flere gange om ugen	20 % (64)	13 % (32)	15 % (68)	13 % (17)	16 % (181)
Kører med dem et par gange om måneden	19 % (60)	25 % (60)	21 % (99)	36 % (46)	23 % (265)
Kører med dem sjældnere	13 % (40)	22 % (55)	31 % (143)	31 % (39)	24 % (277)
Kører aldrig med dem	1 % (2)	4 % (10)	16 % (76)	6 % (8)	8 % (96)
Ved ikke	0 % (0)	0 % (0)	0 % (1)	0 % (0)	0 % (1)
Ikke besvaret	0 % (0)	0 % (0)	0 % (2)	0 % (0)	0 % (2)
Total	100 % (315)	100 % (245)	100 % (464)	100 % (127)	100 % (1151)

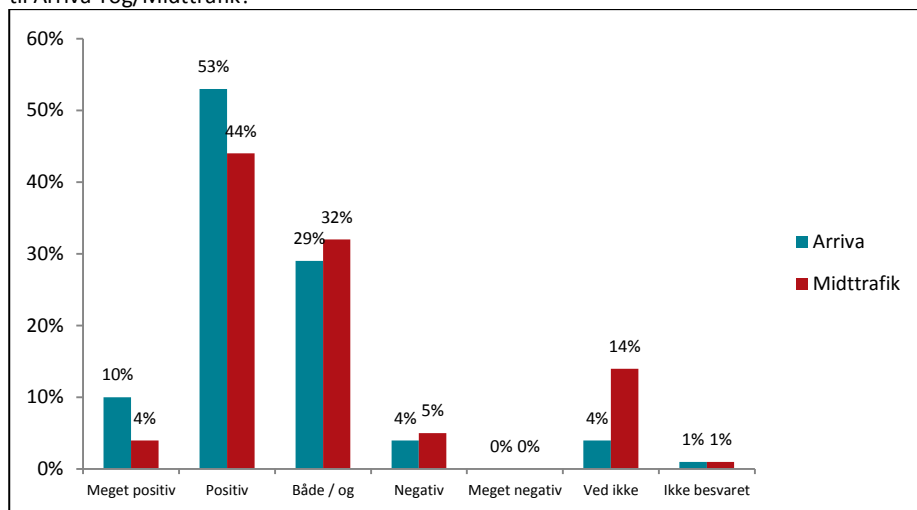
Blandt de 560 respondenter kører knap halvdelen (49 %) dagligt eller flere gange om ugen med Midttrafiks busser, imens 10 % aldrig kører med Midttrafiks busser (jf. figur 9). Af tabel 2 fremgår det, at 67 % af de adspurgte i Arriva toge og på Arriva togperroner af og til af benytter sig af skift mellem transportmidlerne bus og tog. Der er således en væsentlig andel af Arriva Togs kunder, der benytter sig af "Den Sammenhængende Rejse" – også på daglig basis.

Tabel 2: Benytter du dig af og til af skift mellem transportmidlerne bus og tog?

	Arriva	Midttrafik	Total
Ja	67 % (373)	60 % (357)	63 % (730)
Nej	22 % (124)	25 % (145)	23 % (269)
Ikke relevant for mig	8 % (47)	11 % (66)	10 % (113)
Ikke besvaret	3 % (16)	4 % (23)	3 % (39)
Total	100 % (560)	100 % (591)	100 % (1151)

Af figur 10 fremgår det, at mere end tre ud af fem (63 %) af Arriva Togs kunder har en meget positiv eller positiv holdning til Arriva Tog. Dette er 6 procentpoint mere end resultatet for den samlede stikprøve, hvor både Arriva Togs og Midttrafiks kunder er spurgt. 4 % forholder sig negativt til Arriva Tog, mens ingen svarer, at de har en meget negativ holdning. Der er således en mere positiv stemning overfor Arriva Tog blandt deres kunder set i forhold til den samlede stikprøve.

Figur 10 Hvis du prøver at tænke på Arriva Tog/Midttrafik også selvom du ikke benytter dem, hvad er så din umiddelbare holdning til Arriva Tog/Midttrafik?



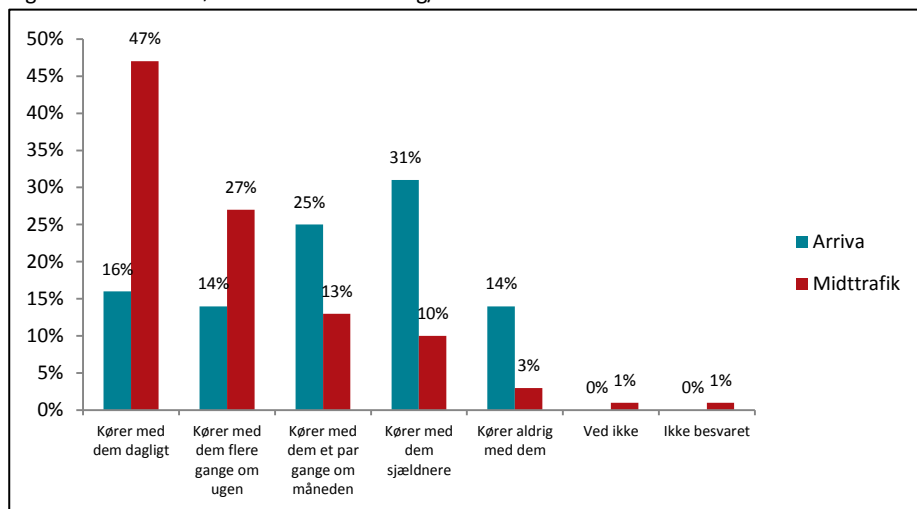
n=560

Rettes fokus mod Midttrafik, svarer 48 % af de adspurgte Arriva-kunder, at de har en meget positiv eller positiv holdning til Midttrafik. 5 % forholder sig negativ til Midttrafik, mens ingen er meget negative. Der er således lidt færre blandt Arriva Togs kunder, der forholder sig positivt overfor Midttrafik i forhold til den samlede stikprøve.

3.1.4 Rejseprofil - Midttrafik

Der er uddelt 625 spørgeskema i Midttrafik busser eller på busstationerne, hvilket resulterede i 591 besvarelser. Nedenstående resultater tager udgangspunkt i disse og skaber grundlag for rejseprofilen for Midttrafik.

Figur 11 Hvor ofte kører du med Arriva Tog/Midttrafik?



n=591

Af figur 11 fremgår det, at 3 ud af 4 (74 %) af de 560 adspurgte Midttrafik-kunder svarer, at de kører med Midttrafik dagligt eller flere gange om ugen. Dette er 13 procentpoint mere end det samlede resultat for Arriva Togs og Midttrafiks kunder. 17 respondenter (3 %) svarer, at de aldrig kører med Midttrafik. Disse besvarelser er indsamlet i Midttrafiks busser såvel som ved Midttrafiks busstationer (jf. tabel 3). Det formodes, at der i disse tilfælde er tale om respondenter, der har besvaret spørgeskemaet i forbindelse med et ærinde på busstationen eller en køretur med bussen, som respondenteren i høj grad betragter som et engangstilfælde.

Tabel 3: Hvor ofte kører du med Midttrafik?

	Arriva - toginterview	Arriva - togstation	Midttrafik - businterview	Midttrafik - busstation	Total
Kører med dem dagligt	32 % (101)	27 % (65)	50 % (230)	36 % (46)	38 % (442)
Kører med dem flere gange om ugen	18 % (58)	19 % (46)	26 % (122)	28 % (36)	23 % (262)
Kører med dem et par gange om måneden	18 % (58)	19 % (47)	12 % (55)	15 % (19)	16 % (179)
Kører med dem sjældnere	18 % (58)	21 % (52)	9 % (42)	12 % (15)	15 % (167)
Kører aldrig med dem	9 % (27)	12 % (30)	2 % (8)	7 % (9)	6 % (74)
Ved ikke	1 % (4)	0 % (0)	1 % (3)	1 % (1)	1 % (8)
Ikke besvaret	3 % (9)	2 % (5)	1 % (4)	1 % (1)	2 % (19)
Total	32 % (101)	27 % (65)	50 % (230)	36 % (46)	38 % (442)

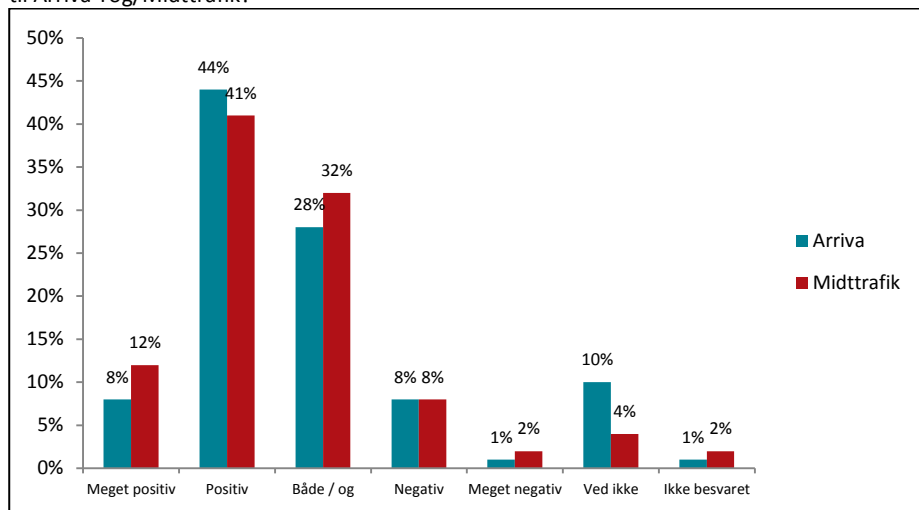
Blandt de 591 Midttrafik-kunder, der har besvaret undersøgelsens spørgsmål, svarer 30 %, at de dagligt eller flere gange om ugen kører med Arriva Tog, imens 14 % aldrig kører med Arriva Tog (jf. figur 11). Af tabel 4 fremgår det, at 60 % af de adspurgte i Midttrafik busser eller på busstationerne af og til benytter sig af skift mellem transportmidlerne bus og tog. Denne procentdel l er således lidt mindre end de 67 %, der gør sig gældende blandt Arriva-kunder. Det er dog stadig en væsentlig andel, som er værd at bemærke.

Tabel 4: Benytter du dig af og til af skift mellem transportmidlerne bus og tog?

	Arriva	Midttrafik	Total
Ja	67 % (373)	60 % (357)	63 % (730)
Nej	22 % (124)	25 % (145)	23 % (269)
Ikke relevant for mig	8 % (47)	11 % (66)	10 % (113)
Ikke besvaret	3 % (16)	4 % (23)	3 % (39)
Total	100 % (560)	100 % (591)	100 % (1151)

Nedenstående figur 12 illustrerer, at 53 % af Midttrafiks kunder har en meget positiv eller positiv holdning til Midttrafik, hvilket er 3 procentpoint mere end resultatet for den samlede stikprøve, der inkluderer kunder ved Arriva Tog såvel som Midttrafik. 8 % forholder sig negativ til Midttrafik, mens 2 % er meget negative. Der er således lidt flere blandt Midttrafiks kunder, der forholder sig positivt overfor Midttrafik i forhold til den samlede stikprøve. 52 % af de adspurgte i Midttrafik busser og på busstationer svarer, at de har en meget positiv eller positiv holdning til Arriva Tog. 9 % forholder sig negativ eller meget negativt til Arriva Tog. Derved er Midttrafiks kunder mere negative overfor Arriva Tog end den samlede stikprøve.

Figur 12 Hvis du prøver at tænke på Arriva Tog/Midttrafik også selvom du ikke benytter dem, hvad er så din umiddelbare holdning til Arriva Tog/Midttrafik?

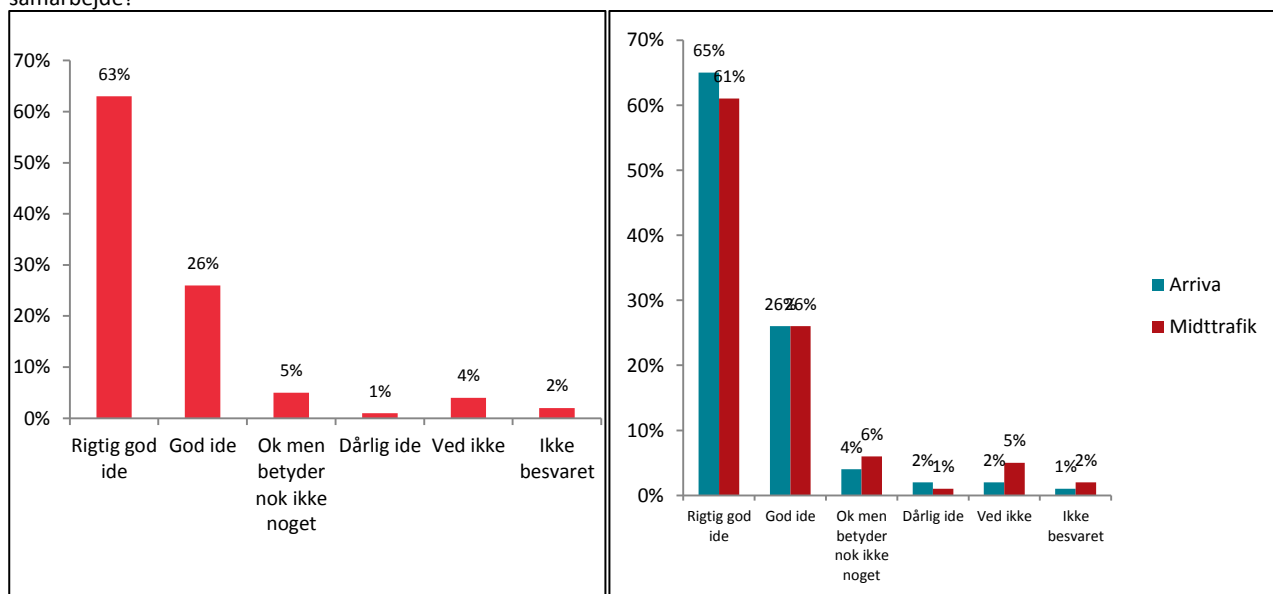


n=591

3.2 Er DSR en god ide?

I forbindelse med projektet, Den Sammenhængende Rejse, er respondenterne blevet spurgt til deres holdning til det nye samarbejde mellem Arriva Tog og Midttrafik. I figur 13 fremgår det, at mere end tre ud af fem (63 %) af de adspurgte svarer, at de synes, at DSR er en rigtig god ide. Samtidigt svarer mere end en fjerdedel (26 %), at de synes, at DSR er en god ide. Dermed er der generelt en høj opbakning til projektet, hvilket understøttes af, at kun 1 % betragter det som en dårlig ide. Den positive holdning gør sig gældende for både Midttrafiks og Arriva Togs kunder (figur 13 – opdelt på selskab).

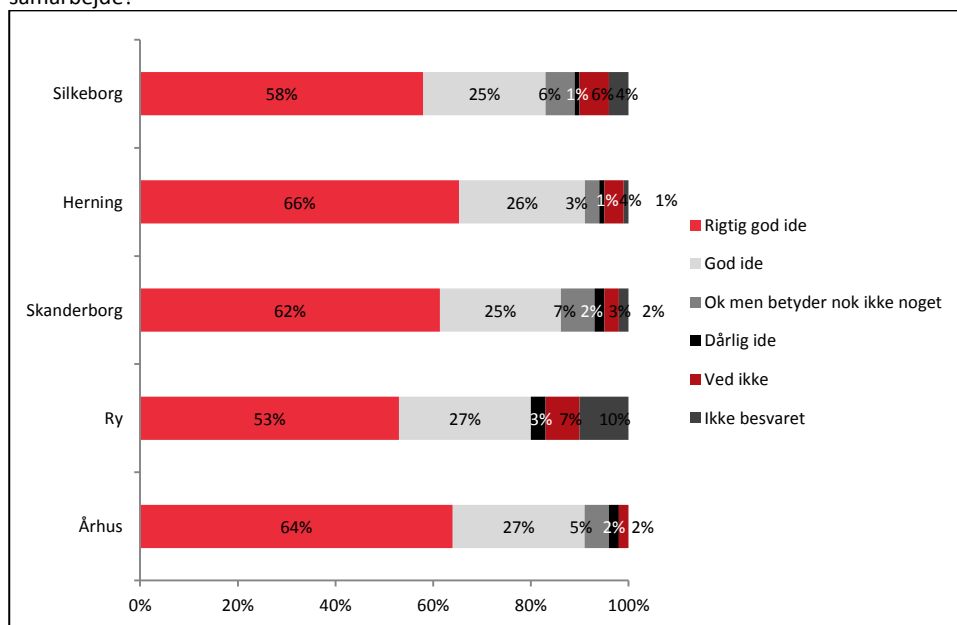
Figur 13 Som tidligere omtalt samarbejder Midttrafik og Arriva Tog omkring et nyt tiltag der hedder den sammenhængende rejse. Det betyder, at de arbejder hen imod, senest 2012, at det bliver meget nemmere for passagererne at skifte mellem bus og tog, hvor blandt andet køreplaner bliver koordineret, og ved forsinkelser vil man vente på hinanden. Hvad synes du om dette samarbejde?



n=1151 (Arriva: 560, Midttrafik: 591)

Figur 14 viser, at respondenterne er positive på tværs af de fem byer. Andelen, der betragter DSR som en rigtig god ide er størst i de større byer, Århus og Herning, mens respondenterne i Ry er mindre begejstrede sammenlignet med de resterende respondenter.

Figur 14 Som tidligere omtalt samarbejder Midttrafik og Arriva Tog omkring et nyt tiltag der hedder den sammenhængende rejse. Det betyder, at de arbejder hen imod, senest 2012, at det bliver meget nemmere for passagererne at skifte mellem bus og tog, hvor blandt andet køreplaner bliver koordineret, og ved forsinkelser vil man vente på hinanden. Hvad synes du om dette samarbejde?



n=1151 (Århus: 242, Ry: 30, Skanderborg:178, Herning:449, Silkeborg:252)

Over halvdelen af de adspurgte benytter sig af og til af skift mellem transportmidlerne bus og tog. Andelen er størst i Århus, hvor knap tre ud af fire (73 %) benytter sig af skift mellem transportmidlerne. Det er således ikke mærkeligt, at århusianerne er blandt de respondenter, der er mest begejstrede over DSR.

I den modsatte ende ligger Ry og Skanderborg, hvor 53 % svarer, at de af og til benytter sig af skift mellem transportmidlerne bus og tog. Holdningen til DSR varierer i mindre omfang på tværs af disse to byer, hvor skanderborgenserne er mere begejstrede sammenlignet med respondenterne fra Ry.

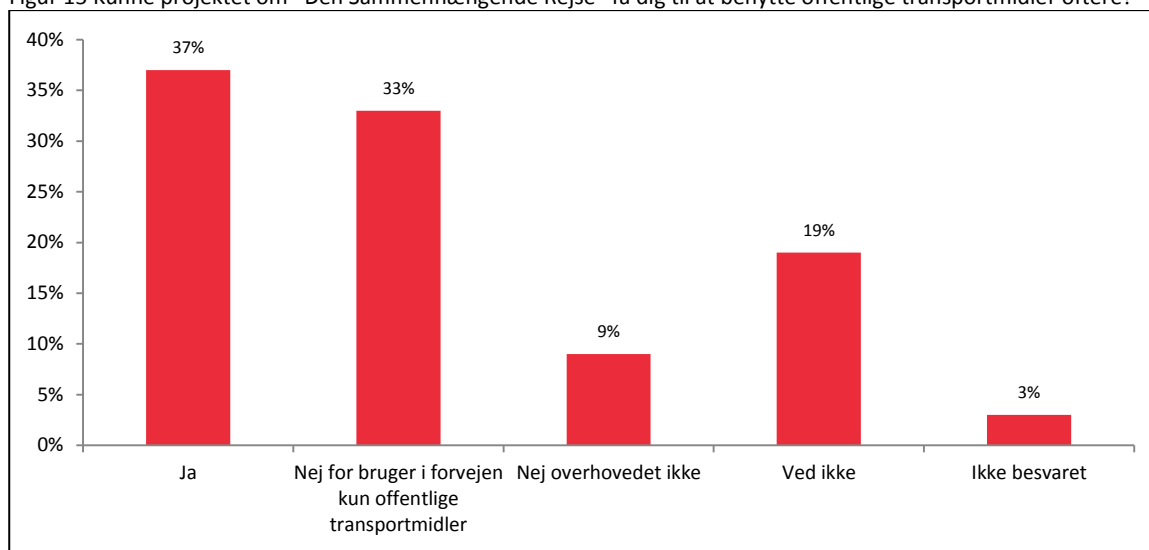
Tabel 5: Benytter du dig af og til af skift mellem transportmidlerne bus og tog?

	Århus	Ry	Skanderborg	Herning	Silkeborg	Total
Ja	73 % (176)	53 % (16)	53 % (94)	66 % (294)	60 % (150)	63 % (730)
Nej	17 % (40)	27 % (8)	35 % (62)	23 % (101)	23 % (58)	23 % (269)
Ikke relevant for mig	9 % (21)	10 % (3)	7 % (13)	11 % (50)	10 % (26)	10 % (113)
Ikke besvaret	2 % (5)	10 % (3)	5 % (9)	1 % (4)	7 % (18)	3 % (39)
Total	100 % (242)	100 % (30)	100 % (178)	100 % (449)	100 % (252)	100 % (1151)

3.3 Potentialet

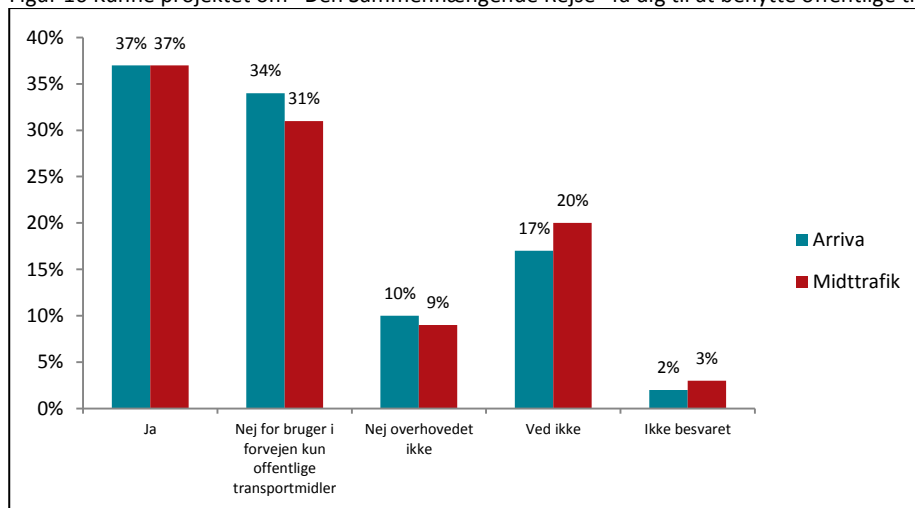
Arriva Tog og Midttrafik har et mål om at generere 5 % flere passagerer i bybusserne og 10 % flere togpassagerer på årsplan i forbindelse med projektet. Igangsætningsundersøgelsens resultater viser, at der er et væsentligt potentiale blandt selskabernes eksisterende kunder. I figur 15 fremgår det, at mere end en tredjedel (37 %) svarer, at projektet "Den Sammenhængende Rejse" kunne få dem til at benytte offentlige transportmidler oftere. Dette er gældende for Arriva Tog såvel som Midttrafik, hvormed der er potentiale på tværs af de to selskaber jf. figur 16.

Figur 15 Kunne projektet om "Den Sammenhængende Rejse" få dig til at benytte offentlige transportmidler oftere?



n=1151

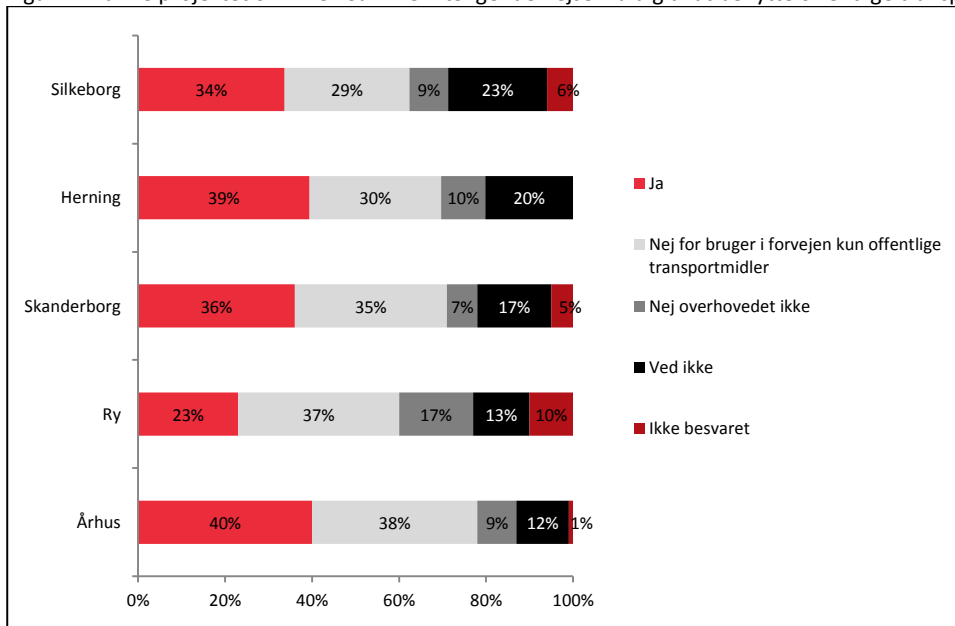
Figur 16 Kunne projektet om "Den Sammenhængende Rejse" få dig til at benytte offentlige transportmidler oftere?



n=1151 (Arriva: 560, Midttrafik: 591)

Figur 17 viser, at potentialet er størst i Århus og Herning, hvilket stemmer overens med, at respondenterne i Århus og Herning er de respondenter, der er mest positive stemt overfor DSR.

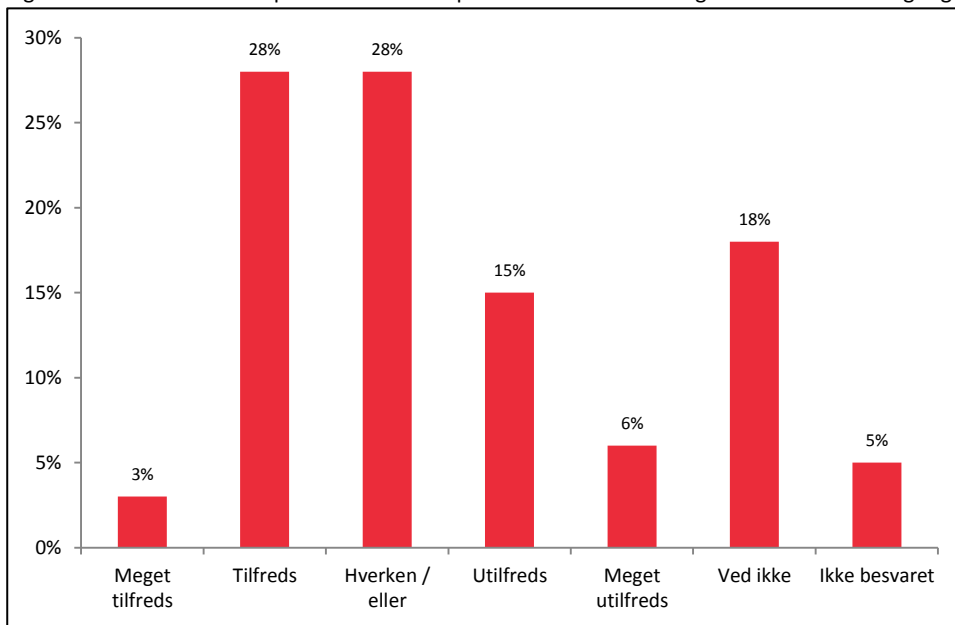
Figur 17 Kunne projektet om "Den Sammenhængende Rejse" få dig til at benytte offentlige transportmidler oftere?



n=1151 (Århus: 242, Ry: 30, Skanderborg:178, Herning:449, Silkeborg:252).

Respondenterne er bedt spurgt til deres generelle tilfredshed med sammenhængen imellem bus og tog. Resultatet i figur 18 viser, at 3 % er meget tilfredse og 28 % er tilfredse på nuværende tidspunkt. 21 % er utilfredse eller meget utilfredse. Dette indikerer, at kunderne oplever et forbedringspotentiale i forhold til Den Sammenhængende Rejse.

Figur 18 Hvor tilfreds er du på nuværende tidspunkt med sammenhængen imellem busser og tog?

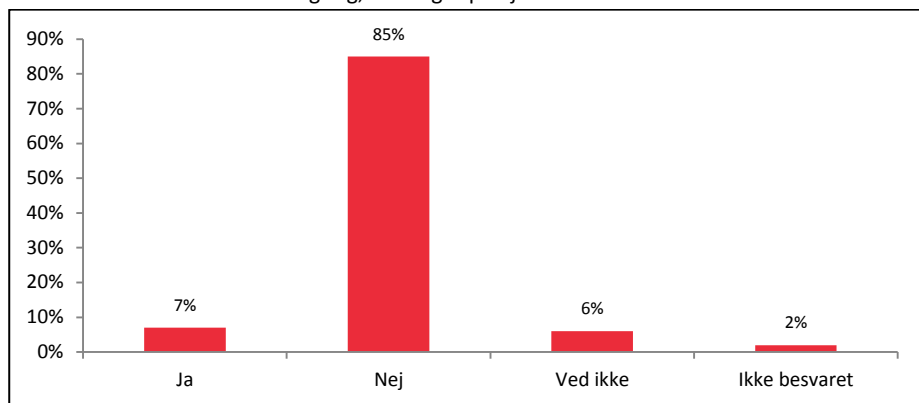


n=1151 (Århus: 242, Ry: 30, Skanderborg:178, Herning:449, Silkeborg:252).

3.4 Nulpunktsmåling – www.etnavnmedmere.dk

I forbindelse projektet, Den Sammenhængende Rejse, er kampagnen "Et navn med mere" iværksat. Figur 19 illustrerer, at 7 % har lagt mærke til kampagnen ved tidspunktet for gangsætningsundersøgelsens gennemførelse.

Figur 19 I forbindelse med dette samarbejde mellem Midttrafik og Arriva Tog, har de iværksat kampagnen "Et navn med mere" som blandt andet kan ses i busser og tog, men også på hjemmesiden www.etnavnmedmere.dk. Har du lagt mærke til den kampagne?



n=1151

Resultatet af nulpunktsmålingen stemmer nogenlunde overens med de umiddelbare forventninger, givet tidspunktet for kampagnens igangsætning og markedsføringen af kampagnen. Kampagnen blev skudt i gang d.24/11, hvilket er kort tid forinden undersøgelsens gennemførelse. Dertil kommer, at kampagnen ikke rettet direkte mod eksisterende tog- og buspassagerer, men ligeså meget mod personer, der ikke normalvis anvender tog og bus. Derfor er kampagnen markedsført ved events, i stormagasiner og i avisannoncer fremfor i toge og i busser.

3.5 Rekruttering til fokusgrupper

Samlet har 216 respondenter – 19 % - givet tilladelse til, at Midttrafik og Arriva Tog må kontakte dem på et senere tidspunkt.

Tabel 6: Må Midttrafik og Arriva Tog kontakte dig på et senere tidspunkt i forbindelse med undersøgelsen?

	Procentandel
Ja	19 % (216)
Nej	74 % (855)
Ikke besvaret	7 % (80)
Total	100 % (1151)

4. AFRUNDING OG OPSUMMERING

Igangsætningsundersøgelsen har bidraget med flere interessante aspekter. For det første viser undersøgelsen, at de adspurgte generelt er lidt mere positiv indstillet overfor Arriva Tog i forhold til Midttrafik. Forskellen er ikke markant. For det andet, viser undersøgelsen, at langt størstedelen betragter DSR som en rigtig god ide eller en god ide. Særligt beboerne i Århus og Herning er positive overfor ideen. For det tredje, viser undersøgelsen, at der findes et væsentligt potentiale blandt de eksisterende kunder. Mere end en tredjedel svarer, at det Den Sammenhængende Rejse kunne få dem til at benytte offentlige transportmidler oftere. Til sidst viser undersøgelsen, at 7 % kender til kampagnen www.etnavnmedmere.dk på tidspunktet for undersøgelsens gennemførelse.

A photograph of a high-speed train, possibly a TGV, at a station platform during twilight. The train is dark blue and white, with a yellow stripe. A person is standing on the platform in the distance. The platform is lit by overhead lights, and the sky is a deep blue.

DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE

Fokusgrupper 2011

Indholdsfortegnelse

1. Baggrund, formål og metode
2. Hovedkonklusioner og anbefalinger
3. Oplevelsen af den sammenhængende rejse
4. Holdninger til at køre med bus og tog generelt

1.

Baggrund, formål og
metode

Baggrund og formål

Baggrund

- Trafikselskaberne Midttrafik og Arriva Tog har indledt et helt unikt samarbejde, hvis sigte er at **binde den kollektive trafik i Midt- og Vestjylland sammen** og fremme den sammenhængende rejse
- En del af projektet går på at indsamle viden om **passagerernes oplevelse af den sammenhængende rejse med henblik på udvikling af services, produkter, kommunikation og ruteplanlægning**, som kan fremme lysten til at bruge bus og tog på samme rejse

Formål

- At beskrive bredden i forståelsen af og **holdningen til den sammenhængende rejse**, samt den sammenhængende rejses betydning for oplevelsen af at rejse med bus og tog
- At klarlægge **barrierer** for brug af tog og bus og for den sammenhængende rejse
- At give **input til udvikling** af løsningsforlag, kommunikation, etc.
- At give **input til udviklingen af spørgeskemaer** til de efterfølgende spørgeskemaundersøgelser

Metode

- Der er gennemført **fem fokusgruppeinterview** med en eksplorativ tilgang fordelt på kunder og ikke-kunder
- **Kunder** defineres som personer, der kører med tog *eller* bus 2 gange per måned eller oftere, hvor nogle kører med bus og tog på samme rejse
- **Ikke-kunder** defineres som personer, der kører med tog *eller* bus 1 gang per måned eller sjældnere og næsten aldrig kører med bus og tog på samme rejse
- I hver fokusgruppe kører **to til tre rejsende med bus og tog på samme rejse**

	Fokusgruppe 1	Fokusgruppe 2	Fokusgruppe 3	Fokusgruppe 4	Fokusgruppe 5
Kunde/ikke-kunde	Ikke-kunder	Ikke-kunder	Kunder	Kunder	Kunder
Område	Herning	Silkeborg + Skanderborg	Silkeborg + Skanderborg	Århus + Viby J	Århus + Viby J

2.

Hovedkonklusioner og
anbefalinger

Overordnede konklusioner og anbefalinger

- **Kunder** efterspørger muligheden for at **optimere deres tid** – **ikke-kunder** efterspørger **tryghed** og at **blive holdt i hånden på hele rejsen**
- Succeskriteriet for **ikke-kunder** bør ikke være at skabe pendlere her-og-nu, men blot at **skabe et prøve køb**
- Succeskriteriet for **kunder** bør være, at de får **oplevelsen af, at det ikke bedre kan betale sig at bruge længere tid på rejsen end at skifte**
- For passagererne er et tog et tog og en bus en bus – **barrierer mellem forskellige leverandører af bus og tog skal være usynlige i særlig grad i forhold til billettering**
- Der skal være **konsistent i måden at informere passagererne på tværs af bus og tog** – gælder på alle kanaler; på stationen, i toget og bussen, på Internettet etc.
- Det handler om at **være på forkant med passagerernes rejse** – kan gøres ved hjælp af **realtids information på rejsen**
- **Tværgående trafikinformation** giver passagererne **overblik og tryghed**

Input til nye tiltag, services etc.

- Der bør bl.a. tænkes i at udvikle services, tiltag etc. indenfor:
 - *Tværgående trafikinformation i realtid – ikke kun på stationerne og på Internettet, men også i toget, på mobilen etc. – passagererne har brug for informationen på rejsen*
 - *Stationsområder som har den samme atmosfære som i tog og X-busser/ regional busser – ro, arbejdsplads og mig-tid*
 - *Information på stationer som følger passageren helt hen til næste transportmiddel og holder dem i hånden hele vejen – de skal føle sig trygge*
 - *Services som hjælper passagererne med at optimere deres tid*
 - *Services som sikrer, at passagererne ikke risikerer at miste noget ved at skifte transportmiddel – i form af bekvemmelighed*
 - *Tilbud som sikrer, at ikke-kunder får en prøverejse fx tilbud som kombinerer en sammenhængende rejse med en kulturel begivenhed el.lign.*
 - *Kommunikation som er opsøgende overfor ikke-kunder der, hvor de er – de opsøger ikke jer*

Input til spørgeskema

■ Temaer og problemstillinger:

- Primære valgkriterier for, hvilken rejse der vælges – med eller uden skift, tid etc.
- Oplevelse af den sammenhængende rejse – tilfredshed og vigtighed
- Prioritering af barrierer ved den sammenhængende rejse – simpelt og ved hjælp af scenarier
 - *Pendlerrejsen*
 - *Fritidsrejsen*
 - *En kaossituation*
- Test af forslag til services – vigtighed
- Prioritering af barrierer og drivers ved at køre med tog generelt
- Mønstre i brug af tog og bus – og tog og bus i sammenhæng

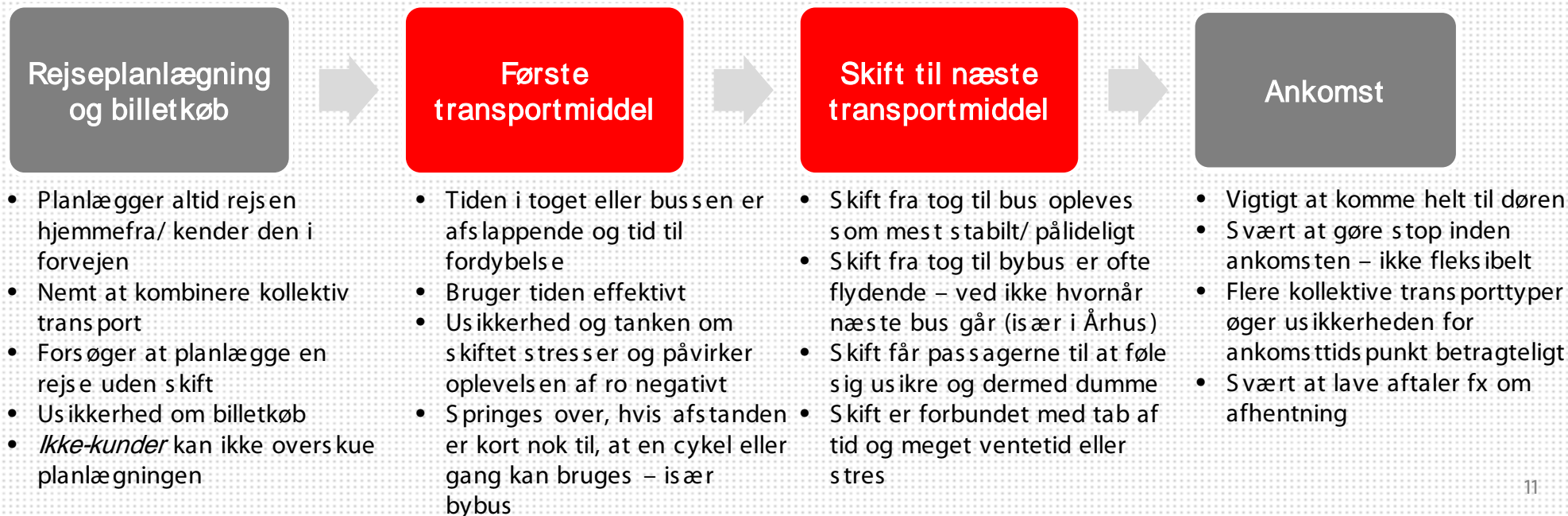
3.

Oplevelse af den
sammenhængende
rejse

Den typiske sammenhængende rejse

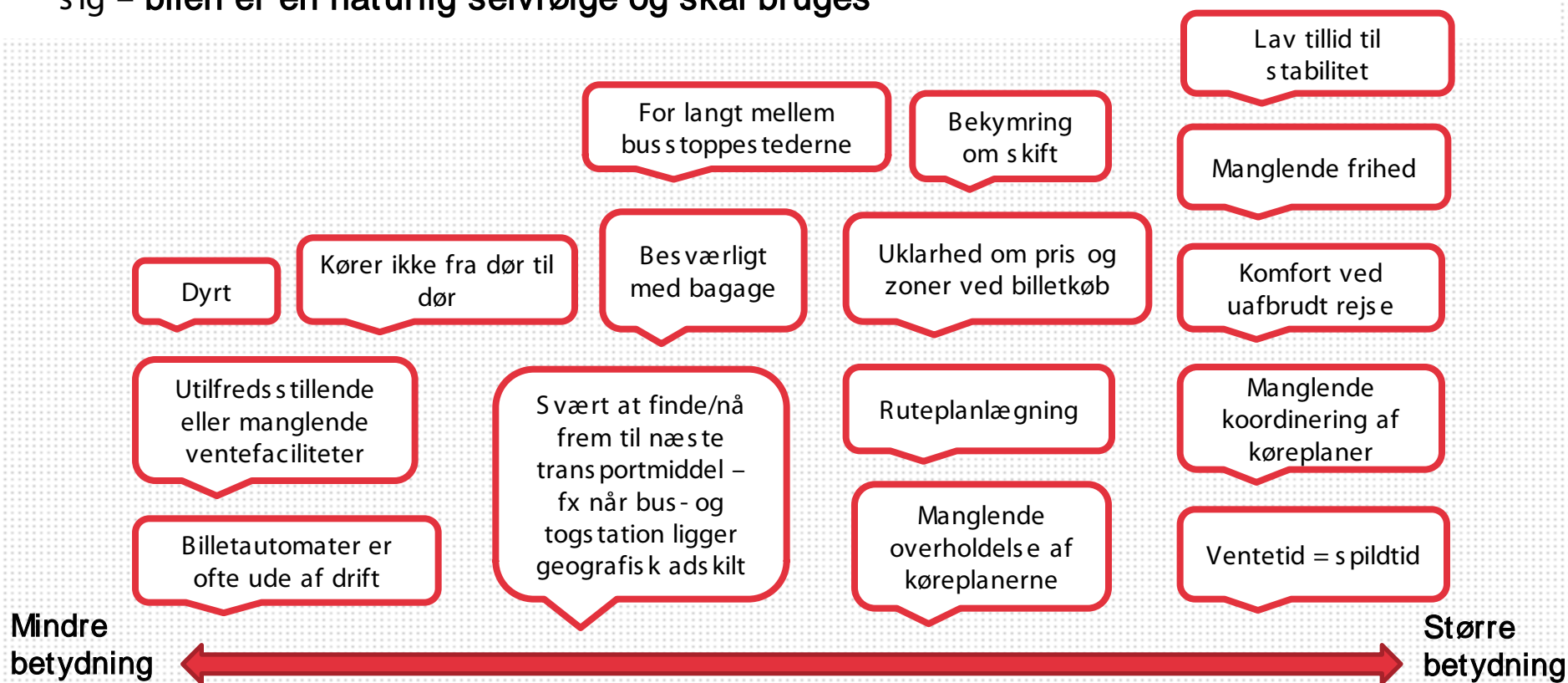
■ Passagererne vil gå langt for at slippe for en rejse, som indebærer to eller flere typer af kollektiv transport, da det er:

- ✓ *Besværligt*
- ✓ *Ubekvemt*
- ✓ *Forvirrende*
- ✓ *Forstyrrende*
- ✓ *En tidsrøver*



Barrierer på den sammenhængende rejse

- For **kunder** er *oplevet* tidsspilde, samt *magelighed* og *bekvemmelighed* de største barrierer for at kombinere bus og tog
- **Ikke-kunder** tænker slet ikke over muligheden i at tage bus eller tog, når de skal transportere sig – *bilen er en naturlig selvfølge og skal bruges*



Rejseplanlægning

- Rejseplanlægningen er den **mindst kritiske fase for kunder** i den sammenhængende rejse
 - *Rejseplanen.dk bruges hyppigt, opleves som brugervenligt og gør det nemt at kombinere kollektiv transporttyper*
 - *Rejseplanen.dk 's prioritering af tidsforbrug frem for antal skift er dog modsat passagerernes, hvilket virker irriterende*
- Muligheder for **rejseplanlægning på stationen er umulig og ufleksibel** – ikke desto mindre foregår planlægningen også næsten altid hjemmefra
- For **ikke-kunder** er **rejseplanlægningen lidt overskuelig**, og de stoler kun på personlig kontakt

BARRIERER

Rejseplanen foreslår flest skift frem for færrest

- Passagererne er villige til at lade rejsen til at tage lidt længere tid for at slippe for at skifte
- Mulighed for at fastsætte valgkriterier på rejseplanen fx maksimum et skift

For kort tid til skift på Rejseplanen

- Passagererne føler sig pressede tidsmæssigt i skiftesituationen, når de laver en rejseplan
- Rejseplanen bør indberegne nogle buffer-minutter i skiftet eller give muligheden for at vælge det

Manglende personlig kontakt

- Især ikke-kunder har brug for personlig kontakt, når de planlægger en rejse – de stoler ikke på deres egen evne til at planlægge rejsen
- Tilgængelighed af personlig servicering ved rejseplanlægning på stationer, touchskærme på stationer til egen planlægning af rejse, samt bekræftelse af rejse

Billettering og zoneinddeling

- Passagererne tænker ikke i firmaer, når de bruger forskellige typer af offentlig transport – for dem er **et tog et tog og en bus en bus**
 - *Derfor virker det irriterende og forvirrende på passagererne, når der er forskel på zoner, priser etc. – giver en dårlig oplevelse*

- Der er **forvirring og usikkerhed** om, hvornår der skal købes flere billetter, og hvornår der ikke skal – det gælder både kunder og ikke-kunder

BARRIERER

Billetautomater er ofte ude af drift

Uvished om køb af billetter til den sammenhængende rejse

Forskellige priser på tværs af regionale grænser

Uklarhed om zoneinddeling

Dyrt at køre med bus og tog

LØSNINGSFORSLAG

- Passagererne er utrygge ved, at de kan få en billet på stationerne udenfor kioskens åbningstid og efterspørger sms-billetter

- Synliggørelse af eksisterende fælles billettering – muligheder for at købe billet til hele rejsen

- Tilpasning af priser, så det ikke koster to forskellige priser at køre fra A til B alt efter den valgte rute

- Fælles zoneinddeling
- Tilgængelig oversigt over zoner fx ved stationer og stoppesteder
- Touchscreen på stationer og ved stoppesteder, hvor antal zoner kan slås op

- Kampe med fokus på prisforskellen mellem tog/busbillet og prisen ved at tage bilen
- Fælles rabatordninger og billig-billetter

Specielt for toget

- Toget opleves som **særdeles pålideligt**, hvilket gør det til et trygt at bruge i sammenhæng med bus
 - *En sammenhængende rejse, som starter med et tog er at foretrække frem for en, som starter med en bus*
 - *Togets lave frekvens gør dog, at hvis der er en forsinkelse, har det endnu større konsekvenser for den videre rejse*

BARRIERER

LØSNINGSFORSLAG

Dårlige cykel faciliteter

- Cykelfaciliteterne opleves som for få og utrygge – det er desuden vigtigt, at det ikke tager ekstra tid at komme af med cyklen
- Flere pladser til cykelparkering (ikke i luften og tæt på stationen)

Billetautomaterne på stationerne er ofte ude af drift

- Der opleves store problemer med billetautomaterne (samtidig med at det er eneste mulighed på mange stationer) – det er stressende og frustrerende i en skiftestation
- Billetautomater i togene og sms-billetter

Lav frekvens i afgang på flere stationer

- Den lave frekvens (specielt på nogle stationer) gør toget endnu mere afhængig af en god sammenhæng til ruteplanlægningen med busserne

Langt mellem stationerne

- Fordi der færre togstationer end busstoppesteder, vil en rejse med et tog ofte være afhængig af opkobling til en eller flere busser, hvilket er et problem i yderområderne specielt i aftentimerne
- Mulighed for at medtage cyklen på rejsen til overkommelig pris

Specielt for bus sen

- **Bybusserne** (specielt i Århus) opleves som **upålidelige**, hvilket giver problemer i en sammenhængende rejse – passagererne vælger cyklen i stedet for at være på den sikre side
- Desuden opleves tiden i bybusserne ikke som effektiv tid – det er ikke muligt at arbejde
- **X-busser og regionale busser** forbindes med **de samme positive karakteristika som toget**

BARRIERER

Ruteplanlægning
kritiseres

- Det opleves, at ruteplanlægningen i yderområderne er utilstrækkelig – bybusserne kommer ofte oveni hinanden
- Mindre busser (teletaxa), der kører oftere på ruter med lave passagerantal

Ustabil kørsel

- Bybusserne opleves som ustabile – de kommer ikke til tiden – hvilket medfører, at passagererne ikke har tillid til at nå frem til næste transportmiddel i tide
- Revideret køreplan med interval frem for minuttangivelse, digitale skilte, der viser minutantallet til næste afgang

Ikke afslappende

- Bybusserne opleves som at have en stressende stemning, samt at chaufførerne kører ustabil og med hårde skift i fart og opbremsninger – ikke et sted at arbejde eller koble af
- Arbejdspladser, Internet, vigtigt at chaufførerne kører stabilt

På stationen og ved stoppesteder

- **Modsat toget – og til dels bussen – opleves stationerne som stressende og forstyrrende**
 - *Der er ikke plads til ro, fordybelse og koncentration, som er den primære driver for at køre med tog og busser på længere strækninger*
- **Passagererne har en oplevelse af, at stationerne og stoppestederne er indrettet med henblik på, at folk *ikke* skal have lyst til at opholde sig der**

BARRIERER

Kan ikke komme indenfor – koldt og vådt

- Passagererne oplever, at ventetiden er ekstra negativ, når de ikke kan komme indenfor
- Tilgængeligt, opvarmet venteområde

Uhyggeligt

- Passagererne oplever stationerne som utrygge specielt om aftenen
- Personale, belysning og mere fokus på rengøring og faciliteter (fx siddepladser)

Upersonligt

- Stationerne opleves som sterile
- Fere borde, stole og opholdsområder, farver og udsmykning

Uroligt

- Stationerne opleves som 'at være på en banegård' i værste forstand
- 'Stille-område' på stationen med plads til fordybelse, at arbejde og slappe af, mulighed for at gå på Internettet

Utrygt for cykler og svært at komme af med cykler

- Bedre cykelfaciliteter – det skal være nemt at komme af med cyklen/ man må ikke bruge ekstra tid på det
- Mulighed for at låse cykel inde

Korrespondance

- Ikke-kunder såvel som kunder har generelt en **oplevelse af, at afgange og ankomster for tog og bus passer dårligt sammen**
- Oplevelsen skyldes nogen gange **uvidenhed og forældet viden**, men passagererne søger ikke selv ny viden og derfor forbliver den opfattelsen sådan
- Oplevelsen af **bussernes ustabilitet medfører en manglende tillid til skiftemulighederne**

BARRIERER

Uvidenhed om afgange og køreplaner

- Information om afgange og nye ruter
- Kommunikation som stiller spørgsmålstegn ved passagerernes viden/ vækker deres nysgerrighed

Oplevelse af busserne som ustabile

- Flydende afgange hos nogen bybusser; opgørelse i frekvens i minutter og ikke klokkeslæt
- Kommunikation af regularitet

Manglende koordinering af køreplaner

- Fælles planlægning af køreplaner
- Tænk i at sprede afgang fra mindre stationer

Bus- og togstation ligger geografisk adskilt

- Nem oversigt over afstande mellem tog-/busstationer
- Busser kører forbi togstationen

Skiftesituationen

- Tanken om selve skiftet er en af de primære barrierer for at vælge en rejse, som indebærer skift mellem tog og bus
- For **kunder** er skiftesituationen forbundet med at være et brud i det momentum, de er i – dvs. brud med den ro eller koncentration de er i ved første transportmiddel
 - *"De ved, hvad de har, men ikke hvad de får!"*
- For **ikke-kunder** er skiftesituationen forbundet med utryghed og usikkerhed

BARRIERER

Besværligheder ved at finde næste transportmiddel

Ventetid = spildtid

Komforten og roen afbrydes

Bekymring omkring konsekvenser af forsinkelser

LØSNINGSFORSLAG

- Ikke-kunder skal holdes i hånden hele vejen fra toget over til bussen eller omvendt – der skal være afmærkning og information hele vejen
- Mærkning af ruter, linjer og transporttyper i farver kan skabe overskuelighed

- Oversigtskort over nærliggende faciliteter (fx kiosk, kaffebar, mv.),
- Internet

- Simple og nem pladsreservation – også i X-bussen og på længere busruter

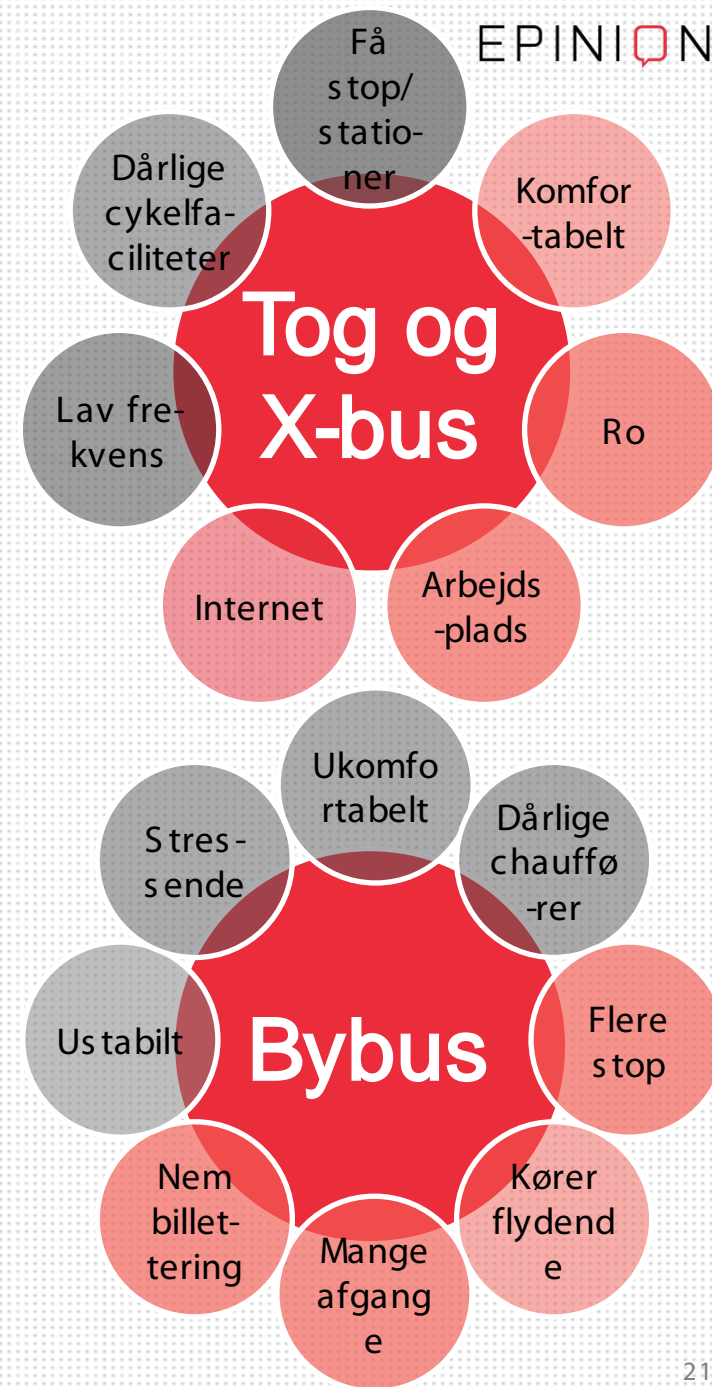
- Øget og forbedret kommunikation af korrespondancegaranti
- Information på rejsen om næste transportmiddel fx ved at tilmelde sig tjeneste på rejseplanen, realtidsinformation på skærmene mm.

4.

Holdninger til at køre
med bus og tog
generelt

Fordele og ulemper ved tog og bus

- **Kunderne** er generelt glade for at køre med bus og tog – det **optimerer deres tid** at tage bus og tog
- **Ikke-kunder** overvejer slet ikke at skifte bilen ud med bus og tog i hverdagen – det **hører sig til længere fritidsrejser**
- **Generelle ulemper:**
 - *Mindre frihed – kan ikke lave spontane ændringer i turen*
 - *Opleves som at tage meget længere tid*
 - *Besværligt med børn, oppakning etc.*
 - *Dyrt – eller sådan oplever passagerne det i hvert fald*
 - *Manglende viden om muligheder*
 - *Vane – tog og bus er slet ikke en mulighed*
 - *Har allerede en bil, som skal bruges*



Kunder vs. ikke-kunder

Parameter	Kunder	Ikke-kunder
Valg af transporttype præget af	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus på optimering af tid • Tiden i tog og bus bruges på arbejde eller mig-tid (et frirum) • Føler sig tryk ved kollektiv transport, og er særdeles kompetent 	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus på frihed og bekvemmelighed • Bilen er en selvfølge i hverdagen • Lavt kendskab til muligheder indenfor kollektiv transport, men har oplevelse af at det er dyrt og langsommeligt
Barrierer i forhold til tog og bus	<ul style="list-style-type: none"> • Ventetid som ikke kan bruges effektivt 	<ul style="list-style-type: none"> • Vane • Uvidenhed om priser og afgange – ignorerer prisen ved at have en bil • Ufleksibelt • Dyrt • Utrygt
Primære barrierer i forhold til den sammenhængende rejse	<ul style="list-style-type: none"> • Ustabilt og upålideligt transportnet • Kommer ud af momentum ved skift • Uprofessionel håndtering transportfirmaerne imellem i 	<ul style="list-style-type: none"> • Uoverskueligt og utrygt at skulle skifte • Bliver overladt til sig selv på rejsen

EPINION COPENHAGEN

RYESGADE 3F
2200 COPENHAGEN
DENMARK
T: +45 70 23 14 23
E: TYA@EPINION.DK

EPINION AARHUS

SØNDERGADE 1A
8000 AARHUS C
DENMARK
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINION.DK

EPINION SAIGON

11TH FLOOR, DINH LE BUILDING
1 DINH LE STREET, DISTRICT 4,
HCMC, VIETNAM
T: +84 38 26 89 89
E: OFFICE@EPINION.VN

DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE

Kundeundersøgelse

MIDTTRAFIK & ARRIVA
TOG

24. MARTS 2011



EPINION KØBENHAVN

RYESGADE 3F
DK-2200 KØBENHAVN N
TLF. +45 87 30 95 00
TYA@EPINION.DK

EPINION AARHUS

SØNDERGADE 1A
DK-8000 AARHUS C
TLF. +45 87 30 95 00
TV@EPINION.DK

EPINION SAIGON

11TH FLR.DINH LE BUILDING - 1 DINH LE STR.,
DIST. 4, HOCHIMINH CITY, VIETNAM
TLF. +84 90 411 3289
SAIGON@EPINION.VN

INDHOLD

1.	INDLEDNING	3
1.1	Baggrund	3
1.2	Metode	4
1.3	Læsevejledning	5
2.	SAMMENFATNING AF RESULTATER	5
3.	BRUG AF TRANSPORT	6
4.	PLANLÆGNING AF REJSEN	9
5.	PÅ STATIONEN OG VED STOPPESTEDET	11
6.	KORRESPONDANCE OG SKIFTESITUATIONEN	13
7.	OVERORDNET TILFREDSHED OG VALGKRITERIER	15

1. Indledning

1.1 BAGGRUND

Trafikselskaberne Midttrafik og Arriva Tog har indledt et helt unikt samarbejde, hvis sigte er at binde den kollektive trafik i Midt- og Vestjylland sammen. Det unikke ved samarbejdet er, at der er tale om fælles fokus på sammenhængen mellem bus og tog med henblik på at højne passagerens rejseoplevelse.

Projektet kaldes den sammenhængende rejse (DSR). Formålet med projektet er kort at skabe en bedre sammenhæng mellem bus og tog for at skabe en rejse for passagerne, der er langt mere gnidningsfri i form af en kortere rejsetid og bedre service. Resultatet af projektet skal munde ud i, at der trækkes flere passagerer over i den kollektive trafik. Det vil være et projekt med stor bevågenhed, da der på nuværende tidspunkt befordres 1,8 millioner passagerer i busserne og 2,25 millioner passagerer i togene mellem Herning og Århus.

Udfordringen omkring DSR er, at passagererne på sigt skal opleve den kollektive trafik i det midt- og vestjyske som én enhed med én indgang. En enhed, der er sammenhængende på tværs af bybusser, regionalbusser og tog. Dette befordrer et nyt og styrket samarbejde mellem Midttrafik og Arriva Tog, hvis hovedformål er at tage ansvaret for, at passagererne oplever denne målsætning i form af en gnidningsfri rejse. Målsætningerne for, at dette lykkes, er at skabe bedre information og service under hele rejsen, afkorte ventetiderne, øge pålideligheden, øge trygheden, øge den generelle kundeoplevelse via nye initiativer i og på stationer samt i toget og på bussen. Der er i denne forbindelse etableret en række projekter, som bl.a. skal sikre passagerne bedre information, bedre sammenhæng, fælles køreplanlægning og markedsføring mellem Midttrafik og Arriva Tog.

I forbindelse med projektets opstart og videre forløb er der planlagt en række fælles analyser af, hvordan markedet for den kollektive trafik ser ud nu. Målingerne skal afdække de eksisterende passagerers rejsedata, holdninger og forbedringsmuligheder, men målingerne har lige så stort fokus på potentielle kunder, som ikke bruger den kollektive trafik i dag. Der er dertil planlagt løbende analyser undervejs i projektføreløbet. Målingerne skal medvirke til at skaffe viden om den nuværende status på projektet samt eventuelle ændringer og justeringer, som det kan være hensigtsmæssigt at implementere.

Kundeundersøgelsen, som er genstand for nærværende rapport, minder på flere punkter om igangsætningsundersøgelsen i metode, stikprøve og dataindsamling. Undersøgelsen har til sigte at fremskaffe dokumenteret viden omkring kundernes tilfredshed med den kollektive trafik på en række udvalgte parametre. Resultaterne skal bruges til at belyse områder, der kan forbedre sammenhængen mellem bus og tog, eller identificere øvrige fokusområder for at opnå en øget kundetilfredshed. Samtidig sigter resultaterne mod at give input til at opnå målsætningen om 5 procent flere passagerer i bus og 10 procent flere passagerer i tog på strækningen Herning – Århus med udgangen af 2012.

1.2 METODE

Spørgeskemaet, der ligger til grund for undersøgelsen, er i høj grad baseret på resultaterne af forudgående fokusgruppeinterviews blandt kunder, der blev gennemført i januar 2011. Skemaet er fastlagt af Epinion i samarbejde med DSR og afdækker seks overordnede områder;

- Brug af kollektiv transport
- Planlægning af rejsen
- Billetering og zoneinddeling
- Forholdene på stationer og stoppesteder
- Korrespondance og skiftesituationen
- Overordnet tilfredshed og valgkriterier

Stikprøven i denne undersøgelse er baseret på knudepunkter imellem tog og bus på strækningen Herning-Århus og bygget op omkring passagertal på tre segmenter på strækningen Herning – Århus; Regional- og lokalbusser, bybusser og tog.

Da ikke alle stationer er kendetegnet ved en stærk sammenhæng mellem bus og tog, er der foretaget en dispropotionelsampletilgang til delpopulationer. Konkret betyder det, at samplingen har vægtet antallet af interview højere på knudepunkter for passagerer mellem bus og tog og omvendt nedprioriteret antallet af interview på "ikke-knudepunkter". Data er efterfølgende vejet på plads i forhold til den procentvise fordeling af passagerne på strækningen Herning-Århus.

Undersøgelsen er gennemført i uge 8 og 9 2011 og foretaget som personlige interview, hvor der uddeles og indsamles spørgeskemaer personligt af Epinions interviewerkorps. Metoden er den bedste til at interviewe folk inden for målgruppen og sikrer ydermere en høj svarprocent.

Der er indsamlet 2553 gennemførte skemaer.

1.3 LÆSEVEJLEDNING

Rapporten er bygget op således:

Kapitel 2 giver en overordnet sammenfatning af resultaterne i undersøgelsen blandt kunderne.

I kapitel 3 afdækkes, hvor ofte og i hvilken forbindelse kunderne gør brug af bus og tog. Kapitlet belyser også valg af transportform, og i hvor høj grad kunderne kombinerer den kollektive trafikks transportmidler. Kapitel 4 omhandler selve planlægningen af rejsen, det vil sige, hvordan respondenterne søger information om rejsen, hvor de oftest køber billet og en begrundelse for sidstnævnte. Kapitel 5 drejer sig om forholdene på stationen og ved stoppestedet og kortlægger hvilke muligheder, der er for forbedring. I kapitel 6 berører, hvad der afholder folk fra at kombinere bus og tog og ser på, hvad der kan tilskynde brugerne til at kombinere transportmidler. Endeligt, i kapitel 8, kortlægges den overordnede holdning blandt kunderne til kombinerede rejser.

2. Sammenfatning af resultater

Kundernes brug af kollektiv transport er meget forskelligartet. 39 % af kunderne benytter den kollektive transport til at komme på arbejde eller frem til deres uddannelsessted, mens 43 % benytter tog og bus i forbindelse med kortere eller længere fritidsture.

De hyppigste brugere tager oftest toget eller bybussen, mens de sjældnere brugere i højere grad benytter X-busserne og de regionale busser.

En fjerdedel af kunderne kombinerer transportmidler hver gang, de rejser med kollektiv transport, mens en anden fjerdedel aldrig gør. Der er altså et væsentligt potentiale i de kunder, der ofte eller indimellem kombinerer tog og bus.

For at få folk til at kombinere bus og tog, er der tre situationer, der skal i fokus; planlægningen af rejsen, forholdene på stationen og stoppestedet og selve skiftesituationen.

Planlægningen af de kombinerede rejser foregår primært på Internettet. Hele 52 % af kunderne benytter Rejseplanen.dk. Billetten bliver derimod købt på stationen eller i billetautomaten primært på grund af tvivl om zoner. 57 % svarer, at de er meget uenige eller uenige i, at de er i tvivl, om de kan bruge samme billet i både bus og tog. Her burde der altså ikke være nogen hindring for en kombineret rejse.

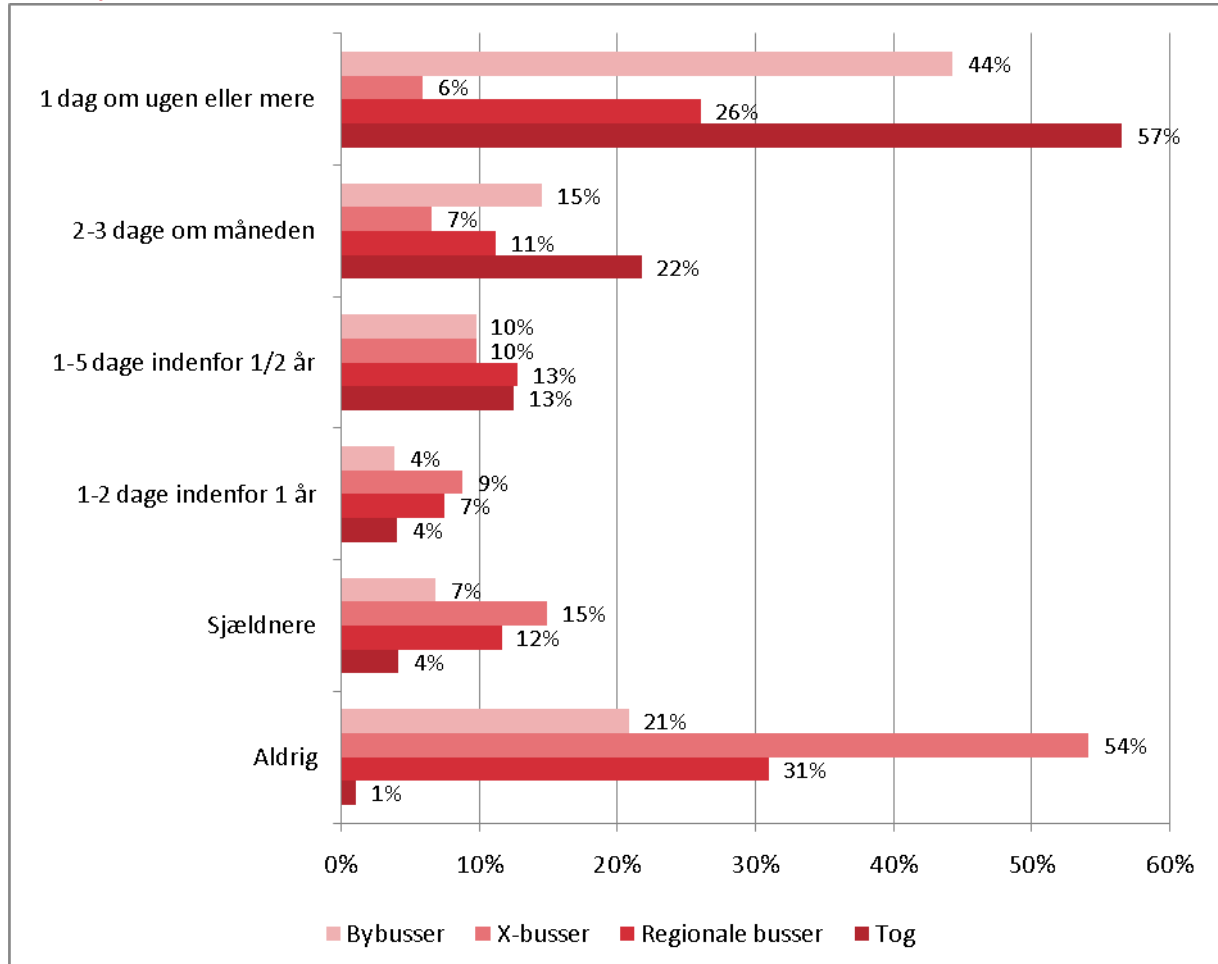
Kunderne er generelt tilfredse med forholdene på stationen og ved stoppestedet, hvor de fleste føler sig trygge og mener, at der er gode muligheder for parkering af cykel eller bil. Dog er der mulighed for forbedring. Bedre information på TV-skærme og Internet på stationen kunne give kunderne en endnu bedre oplevelse på en sammenhængende rejse.

Selve skiftesituationen er for størstedelen af kunderne forbundet med et usikkerhedsmoment, idet de ikke er sikre på, at de kan nå skiftet, enten fordi bus- og togtiderne passer dårligt sammen, eller fordi de usikre på, om de kommer frem til tiden. Derved opleves en risiko for, at rejsetiden øges ved kombination af transportmidler. Bedre information undervejs på rejsen om forsinkelser og lignende samt om, hvornår tog og busser afgår fra næste station ville motivere kunderne til i højere grad at kombinere bus og tog.

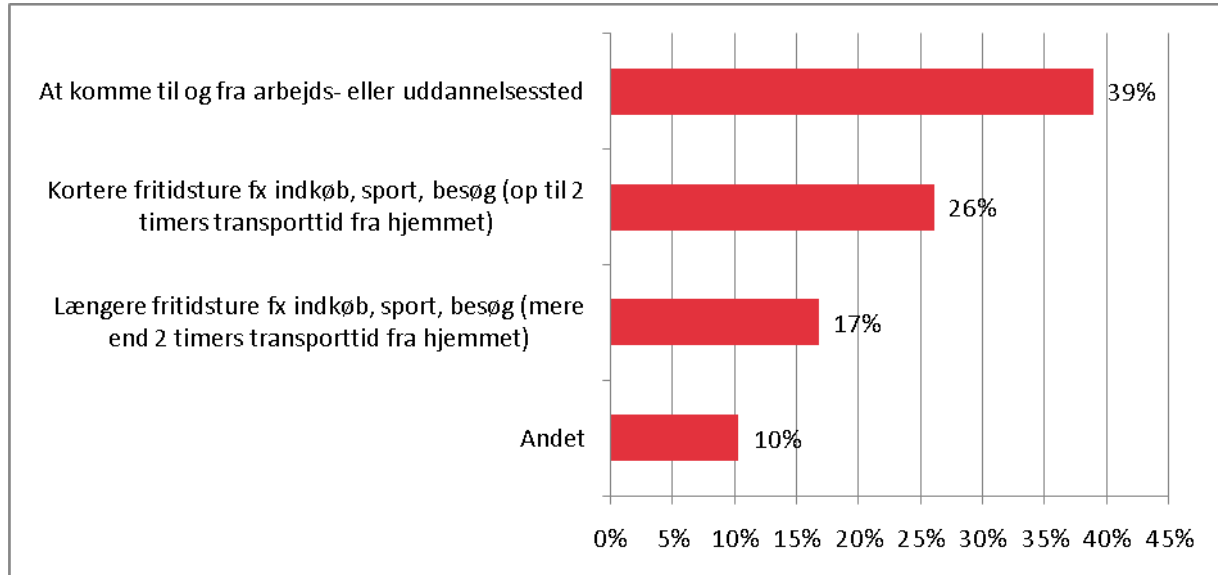
3. Brug af transport

Som det fremgår af Figur 1 en stor andel af kunderne ofte med bybus og/eller tog. 44 % kører med bybus en dag om ugen eller mere, mens samme andel udgør 57 % for tog og 26 % for regional busser. Kun 6 % kører derimod med X-busser en dag om ugen eller mere, imens 54 % aldrig kører med X-busser. Sidstnævnte andel er mindst for tog – kun 1 % kører aldrig med tog.

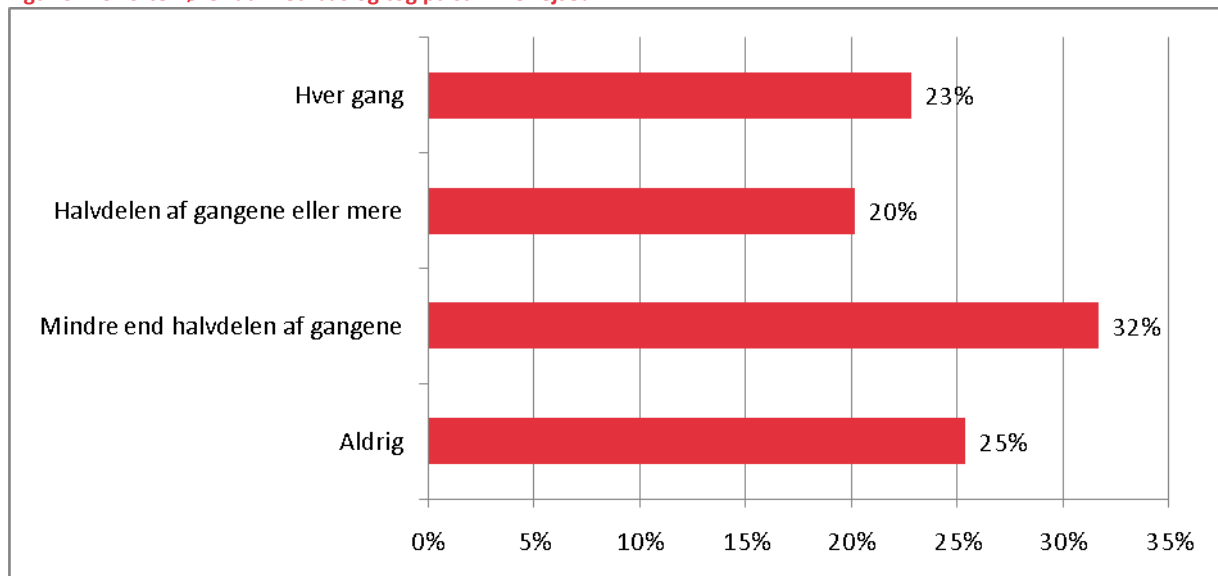
Figur 1 Hvor ofte kører du tog/regionale busser/X-busser/Bybusser?



Kunder bruger i høj grad bus og tog som transportmiddel i hverdagen i forbindelse med job eller uddannelse. Som det fremgår af Figur 2 bruger to ud af fem den kollektive transport til at komme til og fra arbejds- eller uddannelsessted. En ud af fire respondenter bruger i stedet bus og tog forbindelse med kortere fritidsture (op til 2 timers transporttid fra hjemmet), mens en ud af seks bruger det i forbindelse længere fritidsture (mere end 2 timers transporttid fra hjemmet).

Figur 2 Hvad bruger du tog og bus til?

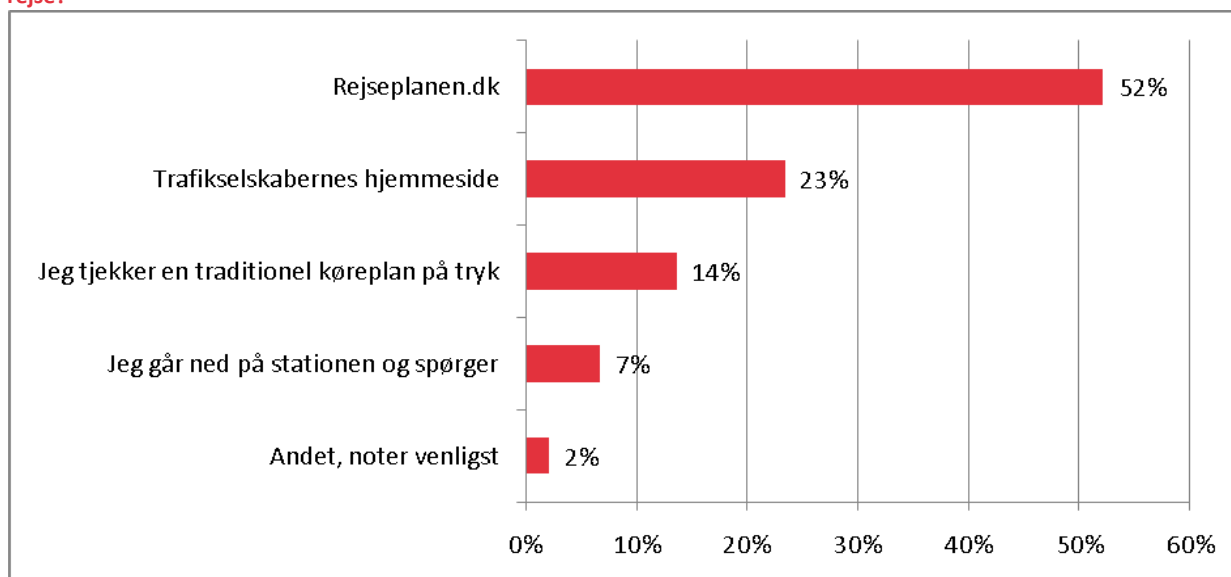
Figur 3 viser, at knap en fjerdedel – 23 % - af kunderne kører med bus og tog på den samme rejse, hvormed en betragtelig andel af kunderne allerede bevæger sig ud på en sammenhængende rejse. Tilsvarende svarer 25 % dog, at de aldrig kører med bus og tog på den samme rejse, mens 32 % gør det mindre end halvdelen af gangene. Der er således et væsentlig potentiale blandt de eksisterende kunder.

Figur 3 Hvor ofte kører du med bus og tog på samme rejse?

4. Planlægning af rejsen

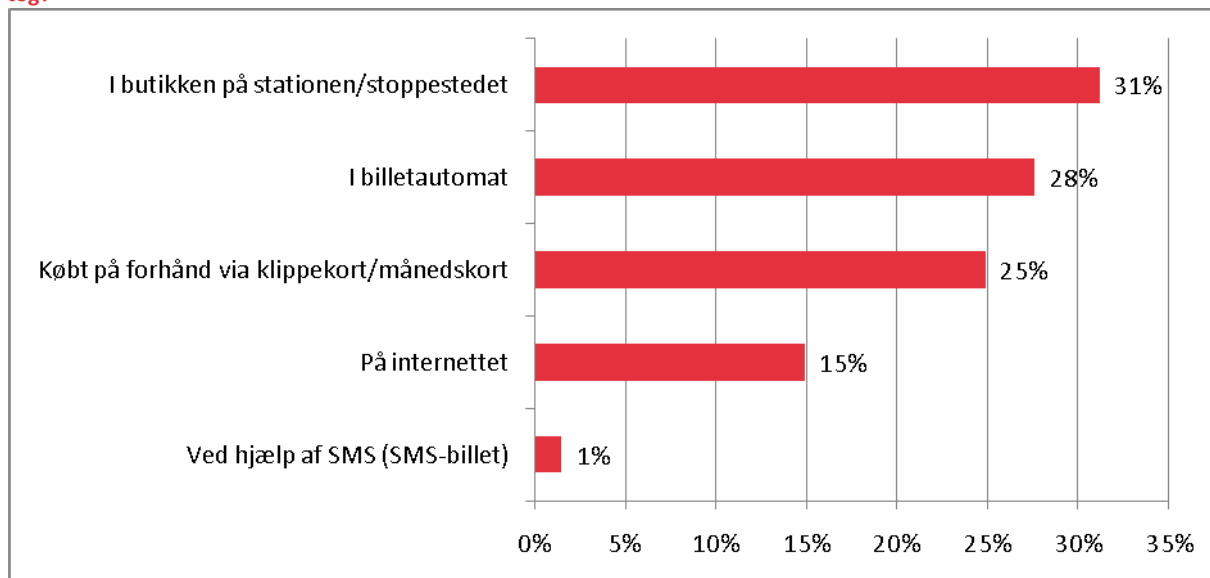
Som det også fremgik fokusgruppeinterviewene foretaget blandt kunder i januar 2011, viser spørgeundersøgelsen, at rejsen oftest planlægges hjemmefra (jf. Figur 4). Over halvdelen benytter hjemmesiden www.rejseplanen.dk, når de skal søge information om kollektiv transport. 23 % benytter trafikselskabernes hjemmeside, mens 14 % anvender en traditionel, trykt køreplan. 7 % foretrækker dog personlig betjening og går ned på stationen og spørger. 2 %

Figur 4 Hvor søger du typisk information om muligheder for at tage kollektiv transport, når du skal ud på en rejse?



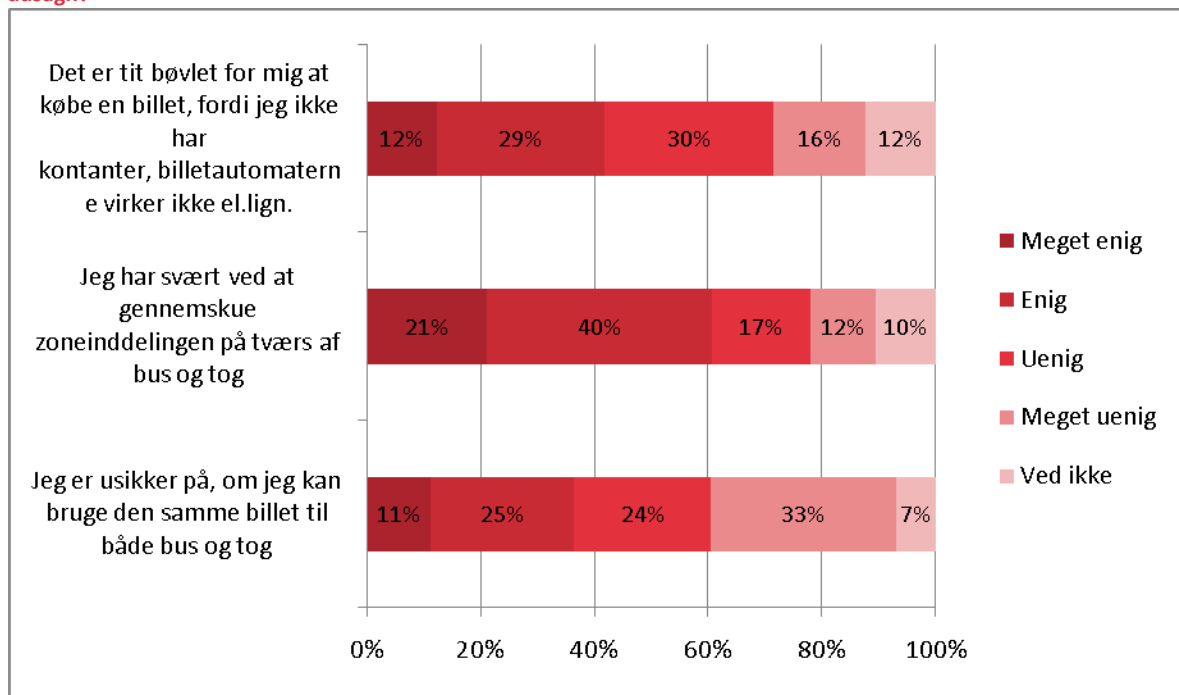
Selvom tre ud af fire bruger internettet, når de søger information om kollektiv transport, er det blot 15 %, der typisk køber billetten på internettet (Figur 5). Når billetten skal købes, vælger 31 % i stedet at besøge butikken på stationen eller ved stoppestedet, mens 28 % betjener sig selv i billetautomaten. En fjerdedel har købt billetten på forhånd via klippekort eller månedskort.

Figur 5 Hvor køber du typisk din billet til en rejse, hvor du både skal køre med bus og tog?



Ved de forudgående fokusgrubeinterviews fremgik det, at der generelt hersker tvivl om billettering og zoneinddeling ved rejse med både bus og tog. Som det fremgår af Figur 6, gør disse tvivlsområder sig særligt gældende blandt kunderne ved zoneinddelingen, hvor 61 % svarer, at de er enige eller meget enige i, at det er svært at gennemskue zoneinddelingen på tværs af bus og tog. Køb af billet til både bus og tog, synes kunderne dog at have styr på. 57 % svarer, at de er uenige eller meget uenige med udsagnet "Jeg er usikker på, om jeg kan bruge den samme billet til både bus og tog".

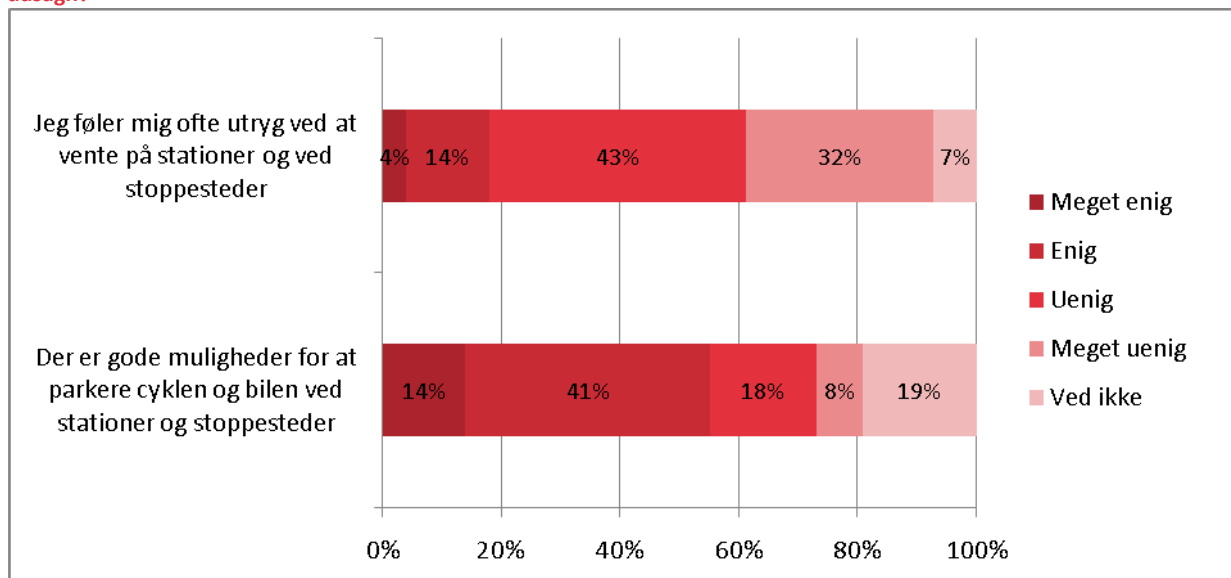
Figur 6I hvor høj grad er du enig i de følgende udsagn?



5. På stationen og ved stoppestedet

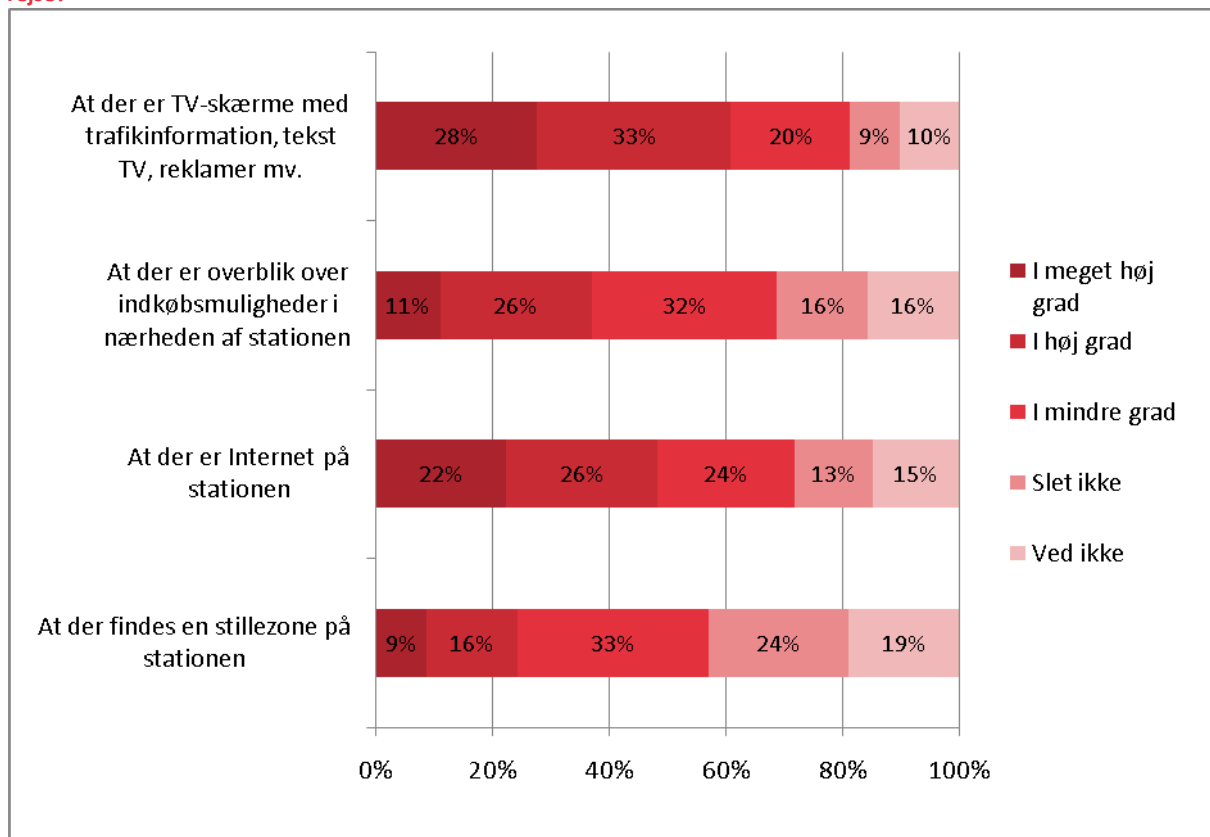
Kunder er generelt også godt tilfredse med forholdene på stationen og ved stoppestedet (jf. Figur 7). Tre ud af fire føler sig ikke utrygge på stationer og ved stoppesteder og over halvdelen mener, at der er gode muligheder for at parkere cyklen og bilen ved stationer og stoppesteder.

Figur 71 hvor høj grad er du enig i de følgende udsagn?



Kunderne mener dog godt, at oplevelsen af stationer og stoppesteder kan forbedres (jf. Figur 8). Især vinder initiativer såsom TV-skærme med trafikinformation, tekst TV, reklamer mv. og internet på stationen opbakning, mens en stillezone ikke står særligt højt på kundernes ønskeliste.

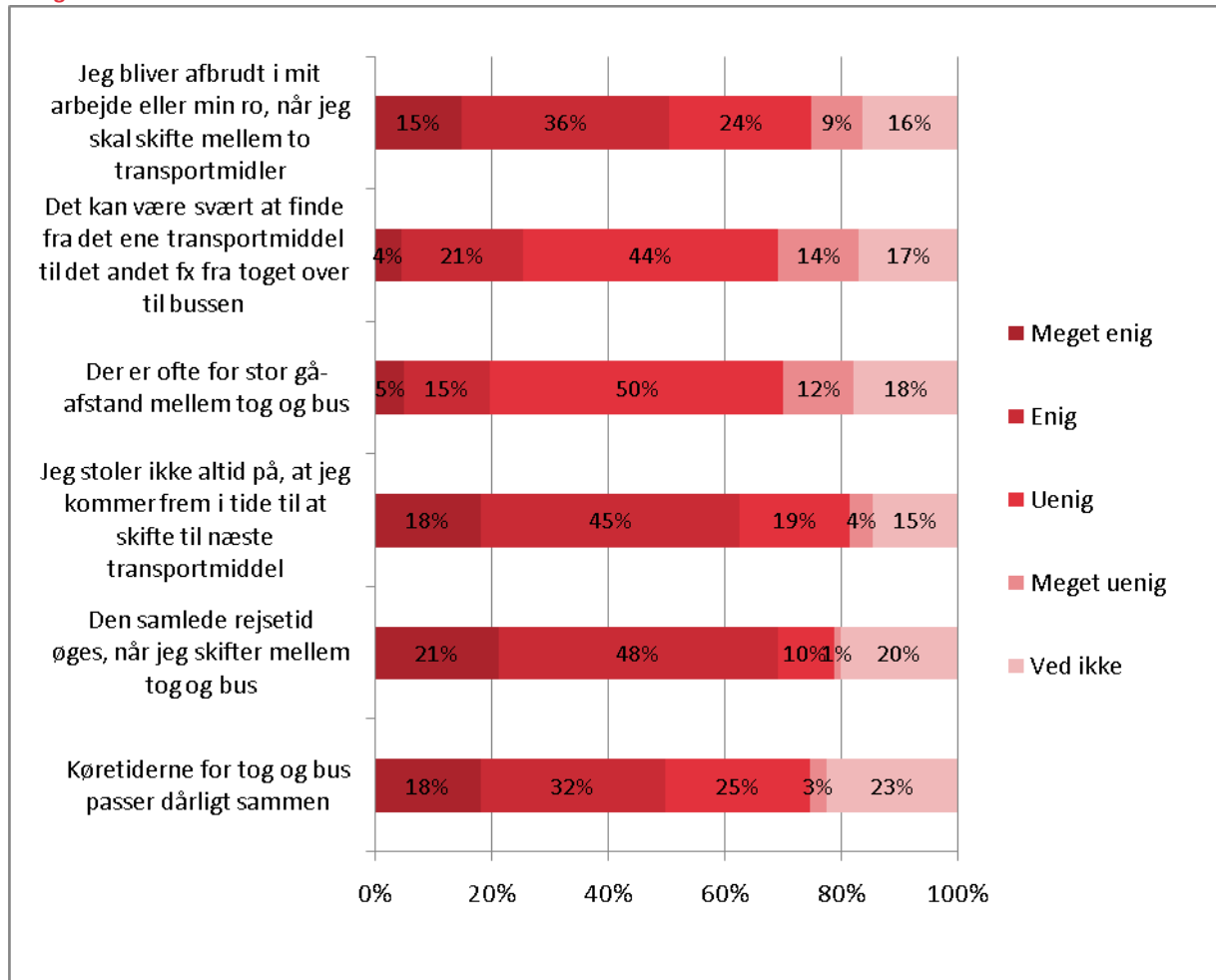
Figur 8 I hvor høj grad ville følgende give dig en mere positiv oplevelse, når du skal skifte mellem tog og bus på samme rejse?



6. Korrespondance og skiftesituationen

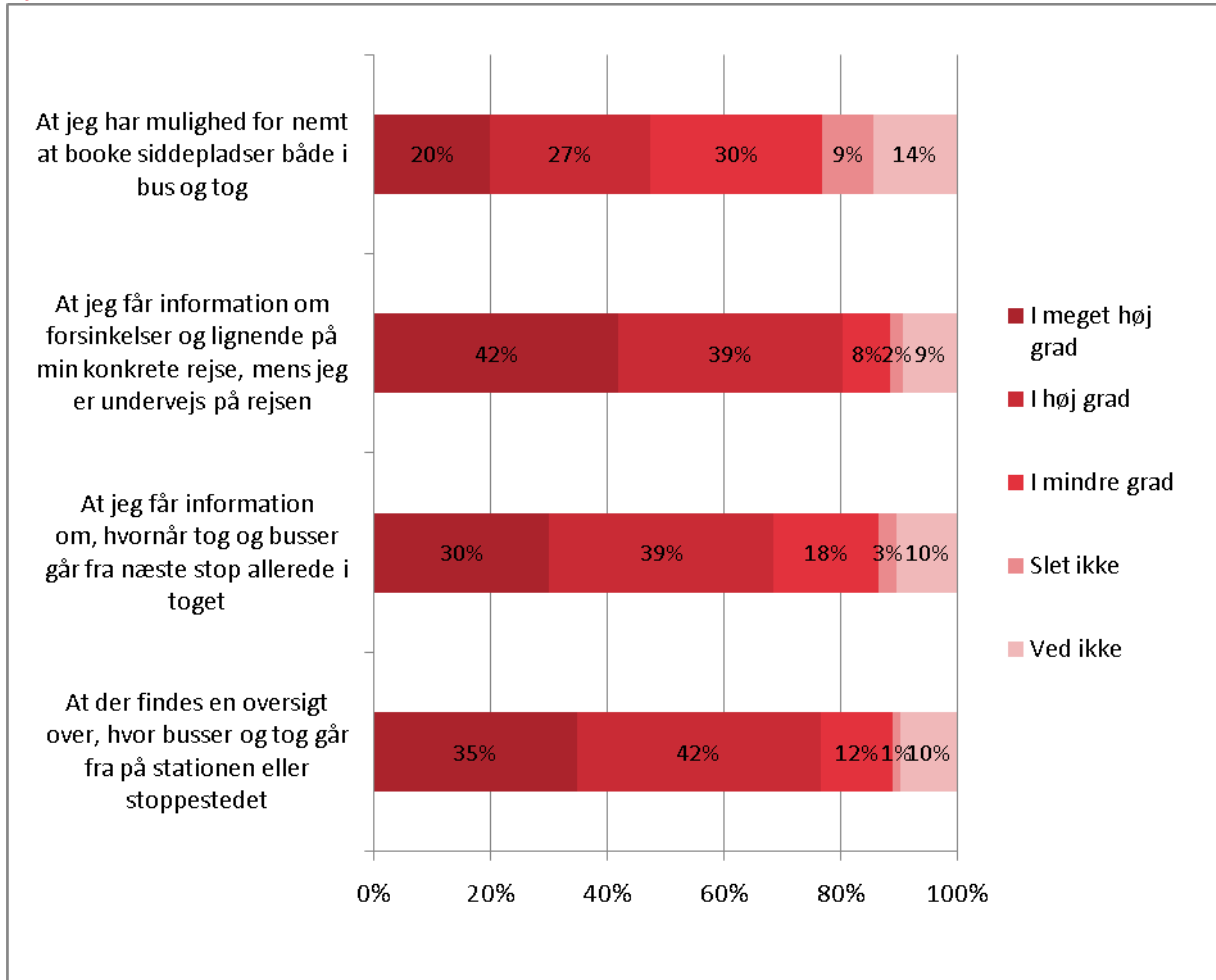
Som det fremgik i afsnit 3, benytter en fjerdedel af kunderne sig aldrig af skift mellem bus og tog. Under fokusgruppeinterviewene i januar fremgik det, at tid, bekvemmelighed og usikkerhed udgør væsentlige årsager til, at ikke-kunder såvel som kunder ikke benytter sig oftere af skift mellem bus og tog. Dette understøttes af resultaterne i kundeundersøgelsen. Som det fremgår af Figur 9 er tid især en vigtig faktor i forhold til kundernes fravalg af den sammenhængende rejse med bus og tog. 69 % mener, at den samlede rejsetid øges ved skift mellem tog og bus, og 50 % mener, at køretiderne for tog og bus passer dårligt sammen. Usikkerhed kommer til udtryk i udsagnet "Jeg stoler ikke altid på, at jeg kommer frem i tide til at skifte til næste transportmiddel", hvor 63 % svarer, at de er enige eller meget enige i udsagnet. Som det også fremgår af Figur 9, betragter kunderne det ikke som et stort problem at finde frem til bussen eller toget, som de skal skifte til.

Figur 9I hvor høj grad er du enig i de følgende udsagn?



Der er flere måder hvorpå DSR kan forbedre kundernes oplevelse af skift mellem tog og busser. Figur 10 viser kundernes prioritering i forhold til diverse initiativer. Her ses det, at tilgængelig information om forsinkelser, afgang mv. under rejsen i overvejende grad prioriteres højt blandt kunderne, mens muligheden for at booke siddepladser i bus og tog og dermed fastholde komforten ikke prioriteres nær så højt.

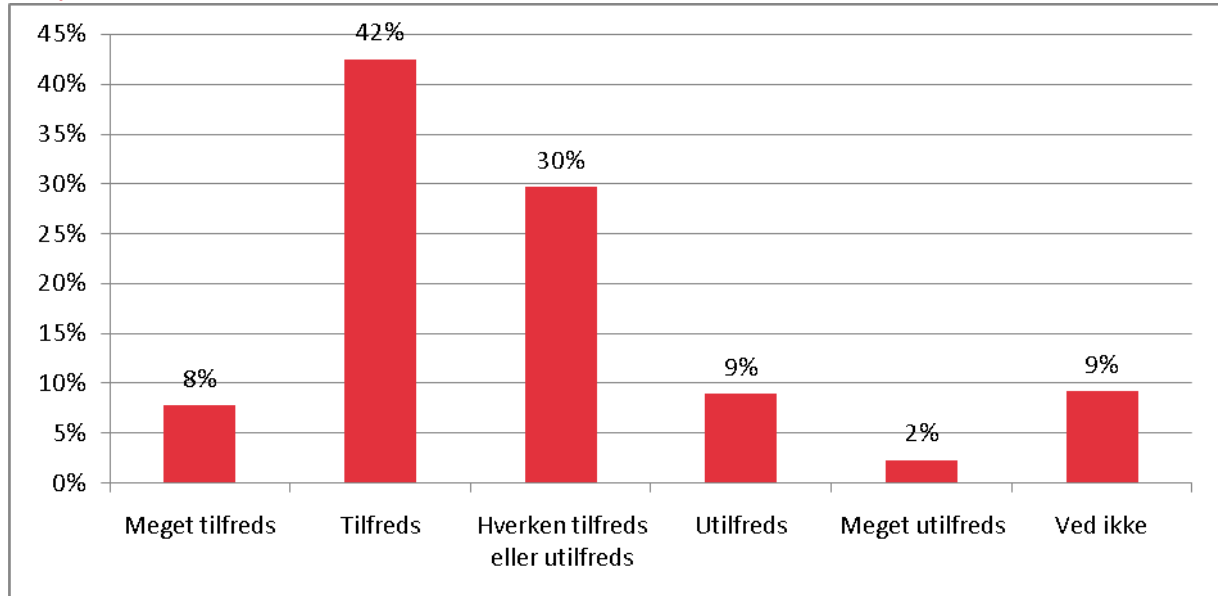
Figur 10 | Hvor høj grad ville følgende give dig en mere positiv oplevelse, når du skal skifte mellem tog og bus på samme rejse?



7. Overordnet tilfredshed og valgkriterier

Som det fremgår af Figur 11 er halvdelen af kunderne tilfredse eller meget tilfredse med kollektiv transport, der involverer skift mellem to transportmidler. 30 % svarer hverken tilfreds eller utilfreds og 9 % svarer ved ikke. Dermed er der således 11 %, der er enten utilfredse eller meget utilfredse med muligheden for en sammenhængende rejse.

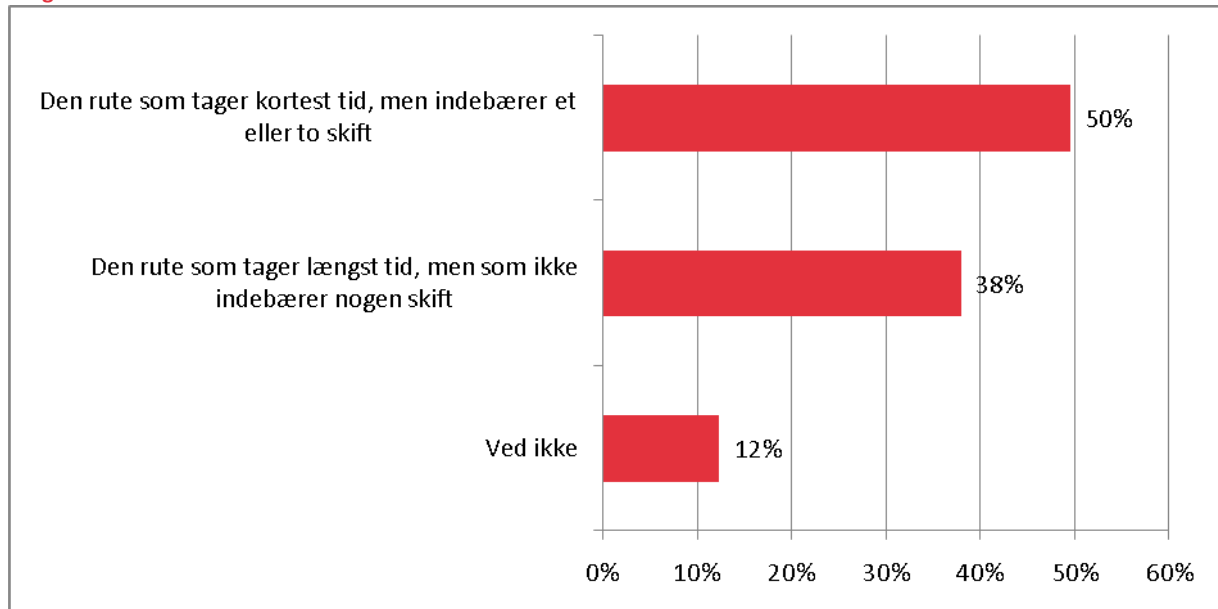
Figur 11 Hvor tilfreds eller utilfreds er du alt i alt med at rejse med kollektiv transport, når du skal skifte mellem to transportmidler?



Mangel på tilfredshed med kollektiv transport, der involverer skift mellem bus og tog, afspejles heller ikke i Figur 12, hvor kunderne er blevet bedt om at prioritere tid versus skift. Prioriteringen er i tråd med rapportens tidligere resultater og viser, at 50 % af kunderne vil vælge en rute med skift, såfremt denne tog kortere tid. 38 % prioriterer dog bekvemmeligheden ved at kunne fortsætte i samme transportmiddel, mens 12 % svarer ved ikke.

Figur 12 Forestil dig, at du kan vælge mellem to forskellige ruter med bus og tog. Hvilken af de to følgende muligheder vil du typisk

vælge?



EPINIØN

OM OS

Vores kerne er faktabaserede konsulenttydelser. Vi rådgiver typisk på baggrund af input fra organisationens stakeholders – medarbejdere, medlemmer, kunder, samarbejdspartnere osv.



DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE

Ikke-kundeundersøgelse

MIDTTRAFIK & ARRIVA TOG

24. MARTS 2011



EPINION KØBENHAVN

RYESGADE 3F
DK-2200 KØBENHAVN N
TLF. +45 87 30 95 00
TYA@EPINION.DK

EPINION AARHUS

SØNDERGADE 1A
DK-8000 AARHUS C
TLF. +45 87 30 95 00
TV@EPINION.DK

EPINION SAIGON

11TH FLR.DINH LE BUILDING - 1 DINH LE STR.,
DIST. 4, HOCHIMINH CITY, VIETNAM
TLF. +84 90 411 3289
SAIGON@EPINION.VN

INDHOLD

1.	INDLEDNING	3
1.1	Baggrund	3
1.2	Metode	4
1.3	Læsevejledning	4
2.	SAMMENFATNING AF RESULTATER	5
3.	BRUG AF KOLLEKTIV TRANSPORT	6
4.	PLANLÆGNING AF REJSEN	7
5.	DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE	9
6.	HOLDNING TIL KOLLEKTIV TRANSPORT GENERELT	12
7.	IKKE-KUNDER VS. KUNDER	15

1. Indledning

1.1 BAGGRUND

Trafikselskaberne Midttrafik og Arriva Tog har indledt et helt unikt samarbejde, hvis sigte er at binde den kollektive trafik i Midt- og Vestjylland sammen. Det unikke ved samarbejdet er, at der er tale om fælles fokus på sammenhængen mellem bus og tog med henblik på at højne passagerens rejseoplevelse.

Projektet kaldes den sammenhængende rejse (DSR). Formålet med projektet er kort at skabe en bedre sammenhæng mellem bus og tog for at skabe en rejse for passagerne, der er langt mere gnidningsfri i form af en kortere rejsetid og bedre service. Resultatet af projektet skal munde ud i, at der trækkes flere passagerer over i den kollektive trafik. Det vil være et projekt med stor bevågenhed, da der på nuværende tidspunkt befordres 1,8 millioner passagerer i busserne og 2,25 millioner passagerer i togene mellem Herning og Århus.

Udfordringen omkring DSR er, at passagererne på sigt skal opleve den kollektive trafik i det midt- og vestjyske som én enhed med én indgang. En enhed, der er sammenhængende på tværs af bybusser, regionalbusser og tog. Dette befordrer et nyt og styrket samarbejde mellem Midttrafik og Arriva Tog, hvis hovedformål er at tage ansvaret for, at passagererne oplever denne målsætning i form af en gnidningsfri rejse. Målsætningerne for, at dette lykkes, er at skabe bedre information og service under hele rejsen, afkorte ventetiderne, øge pålideligheden, øge trygheden, øge den generelle kundeoplevelse via nye initiativer i og på stationer samt i toget og på bussen. Der er i denne forbindelse etableret en række projekter, som bl.a. skal sikre passagerne bedre information, bedre sammenhæng, fælles køreplanlægning og markedsføring mellem Midttrafik og Arriva Tog.

I forbindelse med projektets opstart og videre forløb er der planlagt en række fælles analyser af, hvordan markedet for den kollektive trafik ser ud nu. Målingerne skal afdække de eksisterende passagerers rejsedata, holdninger og forbedringsmuligheder, men målingerne har lige så stort fokus på potentielle kunder, som ikke bruger den kollektive trafik i dag. Der er dertil planlagt løbende analyser undervejs i projektførelsen. Målingerne skal medvirke til at skaffe viden om den nuværende status på projektet samt eventuelle ændringer og justeringer, som det kan være hensigtsmæssigt at implementere.

Undersøgelsen, som er genstand for nærværende rapport, er gennemført blandt borgere på og omkring strækningen Herning – Århus, som betegnes som værende ikke-kunder, men har et potentiale for at blive det.

Undersøgelsens hovedformål er, at tilvejebringe viden om ikke-kunders fravælgelse af den kollektive trafik samt deres syn på sammenhængen mellem bus og tog. Undersøgelsens sigte er, sammenholdt med de andre undersøgelser, at give input til at opnå målsætningen om 5 procent flere passagerer i bus og 10 procent flere passagerer i tog på strækningen Herning – Århus med udgangen af 2012.

1.2 METODE

Spørgeskemaet, der ligger til grund for undersøgelsen, er i høj grad baseret på resultaterne af forudgående fokusgruppeinterviews blandt ikke-kunder, der blev gennemført i januar 2011. Skemaet er fastlagt af Epinion i samarbejde med DSR og afdækker tre overordnede områder;

- Brug af kollektiv transport
- Holdninger til at køre med kollektiv transport generelt
- Den sammenhængende rejse

Stikprøven i undersøgelsen udgør et repræsentativt udsnit af borgere i områderne Århus, Herning, Silkeborg, Skanderborg og Ikast, som betegnes som værende ikke-kunder, men har et potentiale for at blive det, samt for at øge deres forbrug af tog og bus og den sammenhængende rejse.

Undersøgelsen er gennemført i uge 8 og 9 i 2011 og er foretaget som telefoninterview. Fordelen ved en ren telefonundersøgelse er, at det er nemmere at styre spredningen inden for målgruppen. Data er dog efterfølgende vejret på alder, køn og bopæl for at forbedre repræsentativiteten yderligere.

Den totale stikprøve udgør 2594 respondenter, hvoraf 1012 er identificeret som potentielle kunder og har gennemført spørgeskemaet. Efter vejning udgør denne andel 1222 respondenter. Vejningen er kvalitetssikret. Den højeste vægt udgør 2,75.

1.3 LÆSEVEJLEDNING

Rapporten er bygget op således:

Kapitel 2 giver en overordnet sammenfatning af undersøgelsens resultater. I kapitel 3 afdækkes, hvor ofte og i hvilken forbindelse ikke-kunder gør brug af bus og tog. Kapitel 4 omhandler selve planlægningen af rejsen. Det vil sige, hvordan ikke-kunderne søger information om rejsen, og hvor de oftest køber billet. Kapitel 5 drejer sig om den sammenhængende rejse og belyser, hvad der afholder ikke-kunder fra at kombinere bus og tog, samt hvad der kunne tilskynde dem til det at gøre det. I kapitel 6 gøres ikke-kundernes generelle holdning til kollektiv transport klar. Endeligt, i kapitel 7, tegnes der en profil af ikke-kunder. Dette gøres ved at sammenligne målgruppens sammensætning i alder, køn og geografi med kundegruppens sammensætning.

2. Sammenfatning af resultater

Ikke-kunderne benytter primært kollektiv transport i forbindelse med korte eller længere fritidsture. De hyppigst rejsende ikke-kunder foretrækker bus, mens dem, der kun benytter kollektiv transport et par gange om året mest benytter toget.

Med hensyn til den sammenhængende rejse viser undersøgelsen, at 60% af ikke-kunderne aldrig kombinerer bus og tog. Dog er der stor tilfredshed blandt dem, der gør. Især fire faktorer afgør, om ikke-kunder kombinerer kollektive transportmidler, nemlig planlægningen, skiftesituationen, afstanden fra hjemmet til bussen, samt deres generelle holdning til kollektiv transport.

Planlægningen af rejsen foregår for 76 % af ikke-kunderne på Internettet. Især Rejseplanen.dk har vundet stor udbredelse. Billetten købes primært på stationen, men også på Internettet.

I forhold til skiftesituationen er der en forventning om, at skiftet mellem transportmidler ikke er effektivt, hvilket afholder ikke-kunder fra at kombinere bus og tog. Dette smitter også af på ikke-kundernes generelle tilfredshed med kollektiv transport og sammenhængende rejser. 35 % af ikke-kunderne mener, at afstanden til stoppestedet eller stationen fra hjemmet eller destinationen er en hindring for deres brug af den sammenhængende rejse.

Generelt er ikke-kundernes opfattelse af kollektiv transport dog positiv. De ser bus og tog som afslappende, effektive og miljøvenlige transportformer, der er forbundet med et privilegium i at kunne læse og arbejde på vejen. For 27 % af ikke-kunderne er anskaffelsen af en bil udslagsgivende for, at de ikke bruger tog eller bus. Andre væsentlige grunde er, at det er for dyrt, at det forlænger rejsen, og at det giver en mindre grad af frihed i forhold til bilen.

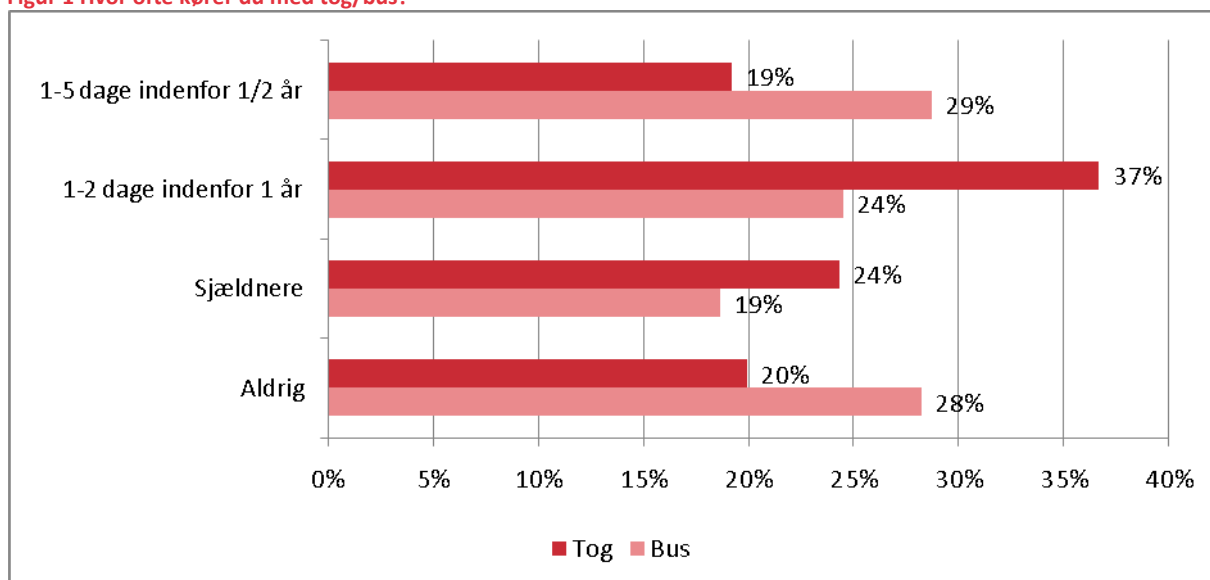
Men der er et potentiale i ikke-kunderne. Når de spørges ind til, hvad der kunne give dem mere lyst til at benytte sig af kollektiv transport, viser det sig, at de ønsker mere information om afgang ved næste station og eventuelle forsinkelser undervejs, samt større bekvemmelighed på rejsen ved at kunne bruge samme billet i bus og tog. Ikke-kunderne efterspørger altså mere trafikinformation på rejsen, hvilket vil give dem en større tryghed i at rejse med kollektiv transport.

Endeligt giver undersøgelsen en karakteristik af ikke-kundernes profil sammenlignet med kundernes. Grupperne udgør omtrent lige store dele af stikprøven. Den mest udtalte forskel mellem grupperne er alder, hvor det ses, at ikke-kunder typisk er ældre end kunderne, hvilket understreger udfordringen i at fastholde kunderne efter endt uddannelse. Derudover er 56 % af kunderne kvinder, mens 53 % af ikke-kunderne er mænd, en forskel, der dog ikke er gældende i alle kommuner.

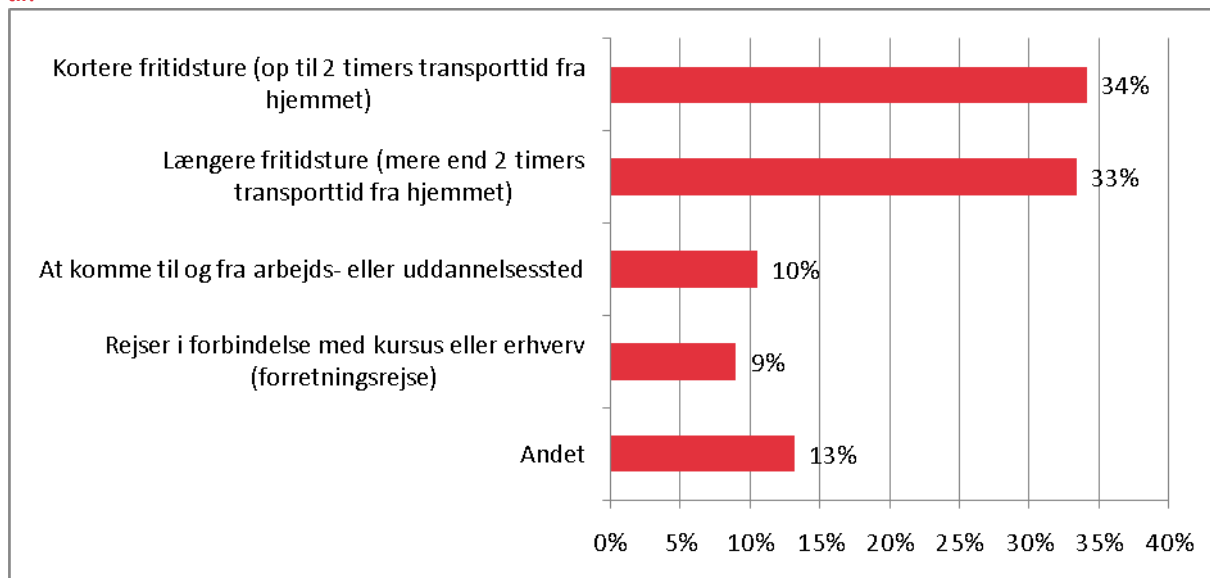
3. Brug af kollektiv transport

Indledningsvist i spørgeskemaundersøgelsen er ikke-kunderne blevet spurgt ind til deres brug af kollektiv transport. Af Figur 1 fremgår det, at ikke-kunderne oftere rejser med bus end med tog. 29% har kørt med bus 1-5 dage indenfor det seneste halve år, hvorimod sammen andel udgør 19% for tog. Det ses dog også, at ikke-kunder, der benytter sig af kollektiv transport sjældnere end 1-5 dage hvert halve år, i højere grad taget toget, når det endelig er.

Figur 1 Hvor ofte kører du med tog/bus?



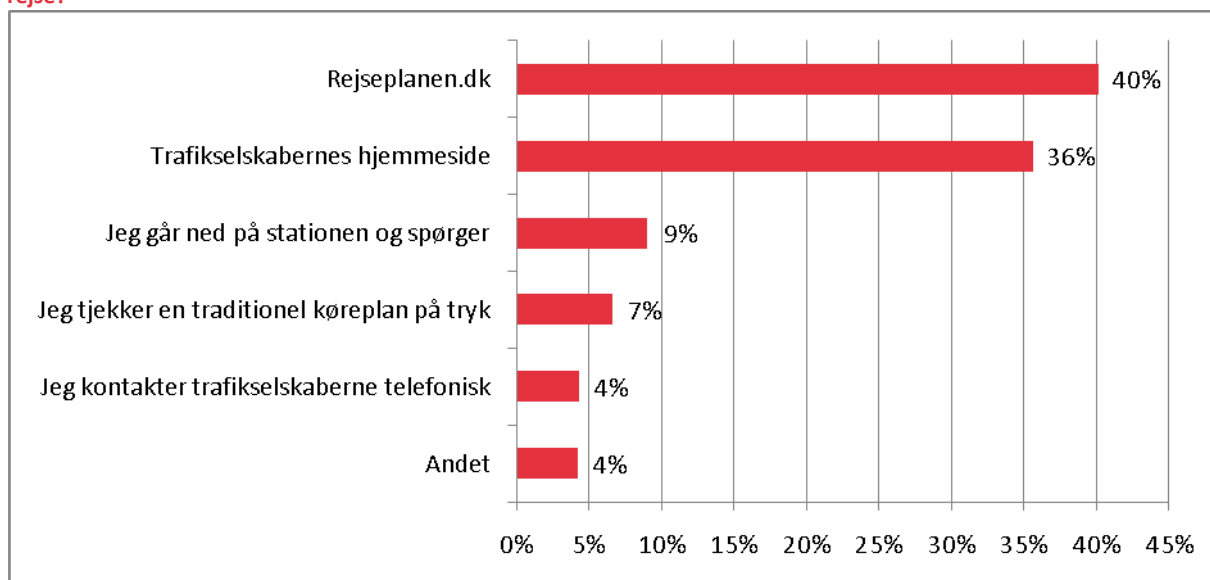
Når ikke-kunderne rejser med kollektiv transport, er der oftest tale om fritidsture. Denne benyttelse af transportformen er i lige så høj grad i forbindelse med kortere som længere fritidsture (jf. Figur 2). En tredjedel svarer, at det er i forbindelse med en kortere fritidstur (op til 2 timers transporttid fra hjemmet), hvilket ligeledes gør sig gældende, når der er tale om længere fritidsture (mere end 2 timers transporttid fra hjemmet). En væsentlig mindre andel bruger kollektiv transport som transportmiddel til og fra arbejds- eller uddannelsessted eller i forbindelse med kursus eller erhverv. De henholdsvis andele udgør begge omkring 10%.

Figur 2 Hvad bruger du tog og bus til?

4. Planlægning af rejsen

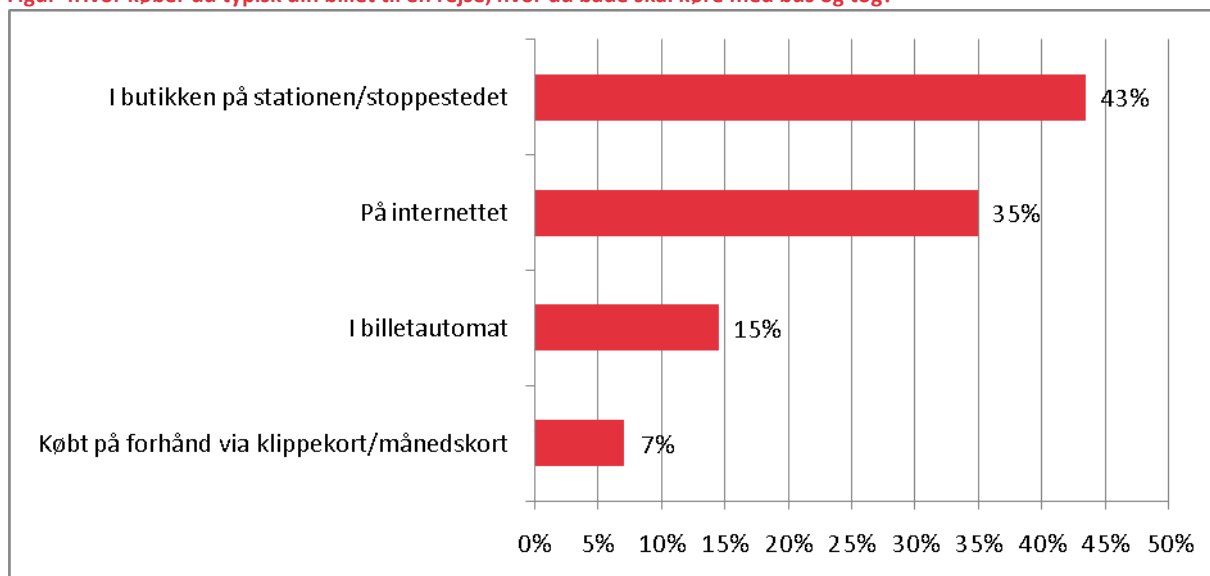
I tråd med resultaterne fra fokusgruppeinterviewene foretaget blandt ikke-kunder i januar 2011, viser spørgeundersøgelsen, at rejsen oftest planlægges hjemmefra (jf. Figur 3). Langt størstedelen anvender internettet, når de skal søge information om kollektiv transport, og særligt hjemmesiden www.rejseplanen.dk betragtes som en vigtig informationskilde blandt de adspurgte. Knap 1 ud af 10 benytter sig dog stadig af den personlige betjening på stationerne.

Figur 3 Hvor søger du typisk information om muligheder for at tage kollektiv transport, når du skal ud på en rejse?



En stor andel af ikke-kunderne tyer ligeledes til internettet, når de skal købe billetter til en sammenhængende rejse med bus og tog (jf. Figur 4). Størstedelen – 43 % - vælger dog, at købe billetten i butikken på stationen eller ved stoppestedet.

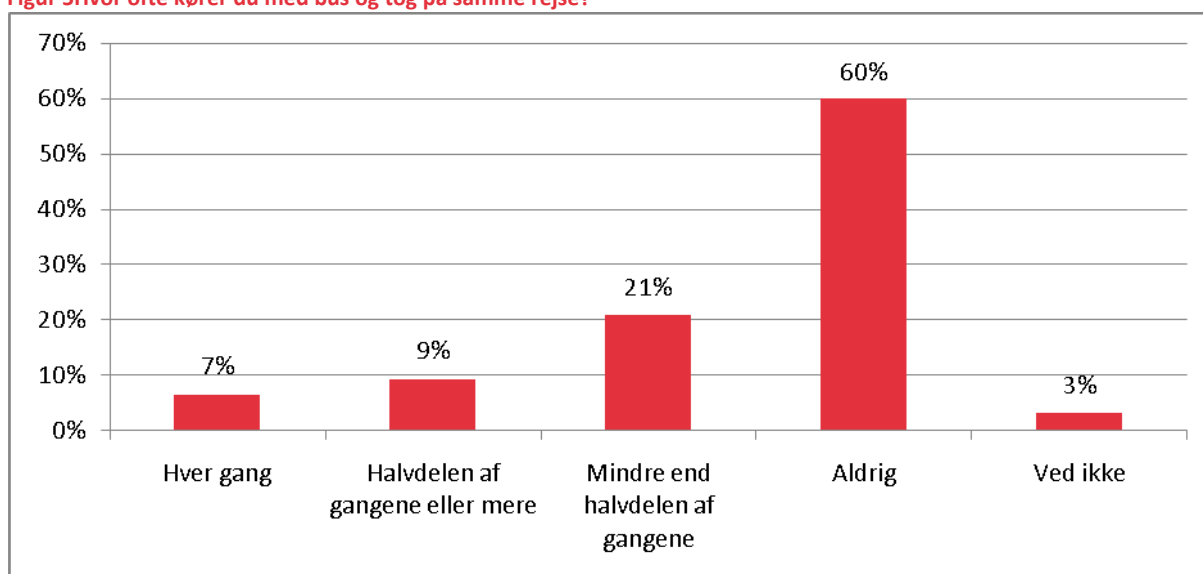
Figur 4 Hvor køber du typisk din billet til en rejse, hvor du både skal køre med bus og tog?



5. Den sammenhængende rejse

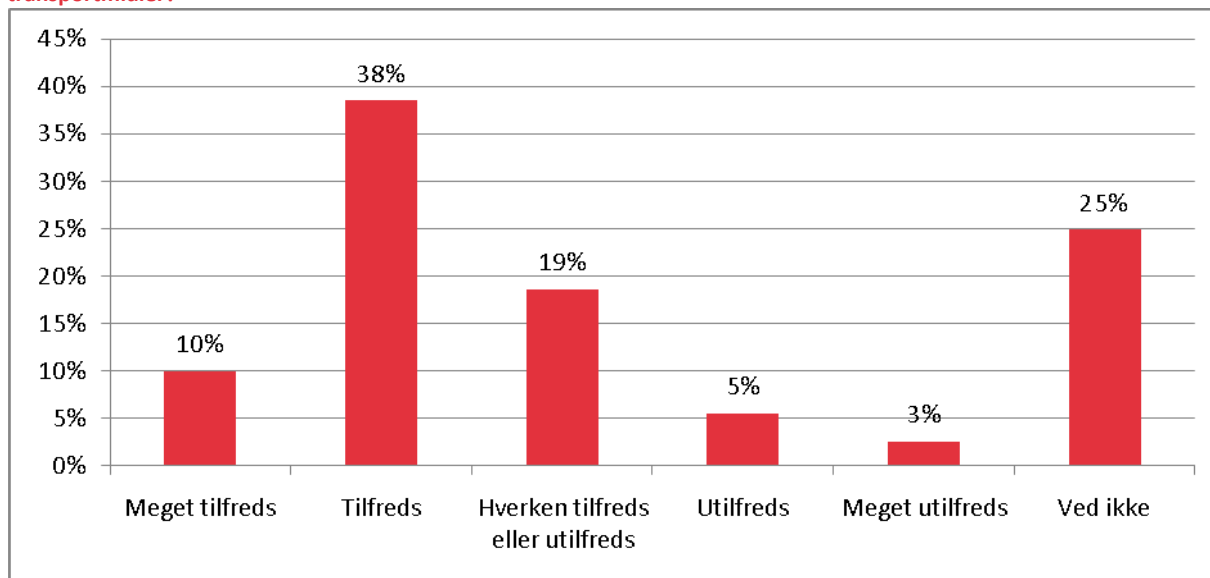
Som Figur 5 illustrerer, benytter ikke-kunderne sig kun i megen lav grad af en sammenhængende rejse med skift mellem bus og tog, når de kører med kollektiv transport. 7 % benytter sig af skift hver gang de kører med bus eller tog, men 9 % svarer halvdelen af gangene eller mere. Hele tre ud af fem benytter sig aldrig af skift mellem bus og tog.

Figur 5 Hvor ofte kører du med bus og tog på samme rejse?



På trods af dette, er knap halvdelen af ikke-kunderne dog meget tilfreds eller tilfreds med at rejse med kollektiv transport, hvor skift mellem to transportmidler er involveret (jf. Figur 6). Det er bemærkelsesværdigt, at en fjerdedel svarer ved ikke til tilfredshedsspørgsmålet, hvilket kan være udtryk for lave anvendelsesgrad og dermed manglende kendskab.

Figur 6 Hvor tilfreds eller utilfreds er du alt i alt med at rejse med kollektiv transport, når du skal skifte mellem to transportmidler?



Under fokusgruppeinterviewene i januar fremgik det, at tid, bekvemmelighed og tryghed udgør væsentlige årsager til, at ikke-kunderne ikke benytter sig oftere af bus og tog. Med henblik på at undersøge kvantificerbarheden af disse faktorer, er de adspurgte blevet præsenteret for følgende situation;

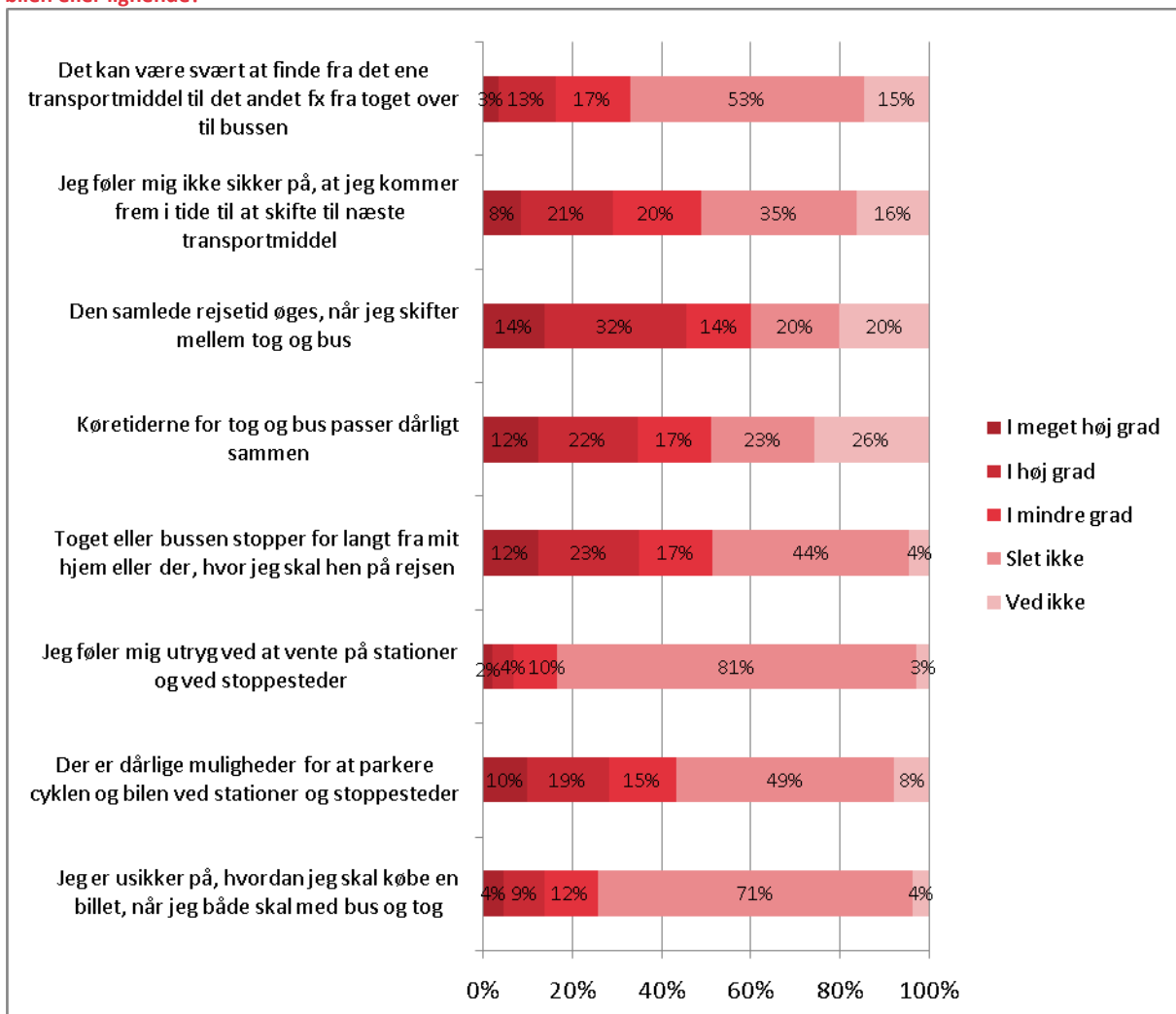
Forestil dig, at du er i en situation, hvor du skal ud på en rejse. Du skal måske besøge noget familie eller en bekendt. Du har mulighed for at tage en rejse, hvor du bruger både bus og tog. Dvs. hvor du skifter fra bus til tog eller omvendt. I hvilken grad vil nedenstående have betydning for, at du ikke vælger at tage toget og bussen og i stedet tager bilen eller lignende?

Som det fremgår af Figur 7 er det i højere grad tid og bekvemmelighed fremfor tryghed, der udgør væsentlige hæmsko for tilvalg af kollektiv transport såvel som den sammenhængende rejse. 46 % svarer, at "Toget eller bussen stopper for langt fra mit hjem eller der, hvor jeg skal hen på rejsen" i høj eller meget høj grad influerer deres valgt af transportform og gør, at de vælger bilen fremfor for bus eller tog. Henholdsvis 34 % og 35 % svarer, at "Køretiderne for tog og bus passer dårligt sammen" og "Den samlede rejsetid øges, når jeg skifter mellem tog og bus" i høj eller meget høj grad har betydning for fravalget af kollektiv transport.

Modsat svarer blot 6 %, at de i høj eller megen høj grad føler sig utrygge ved at vente på stationer og ved stoppesteder; 81 % svarer, at det slet ikke påvirker deres valg. Ikke-kunder synes heller ikke at have bekymringer om billetkøb i forbindelse med en sammenhængende rejse (13 % svarer i høj eller

megen høj grad ved udsagnet "Jeg er usikker på, hvordan jeg skal købe en billet, når jeg både skal med bus og tog") eller lokalisering af næste transportmiddel ved skift (16 % svarer i eller megen høj grad ved udsagnet "Det kan være svært at finde fra det ene transportmiddel til det andet fx fra toget over til bussen).

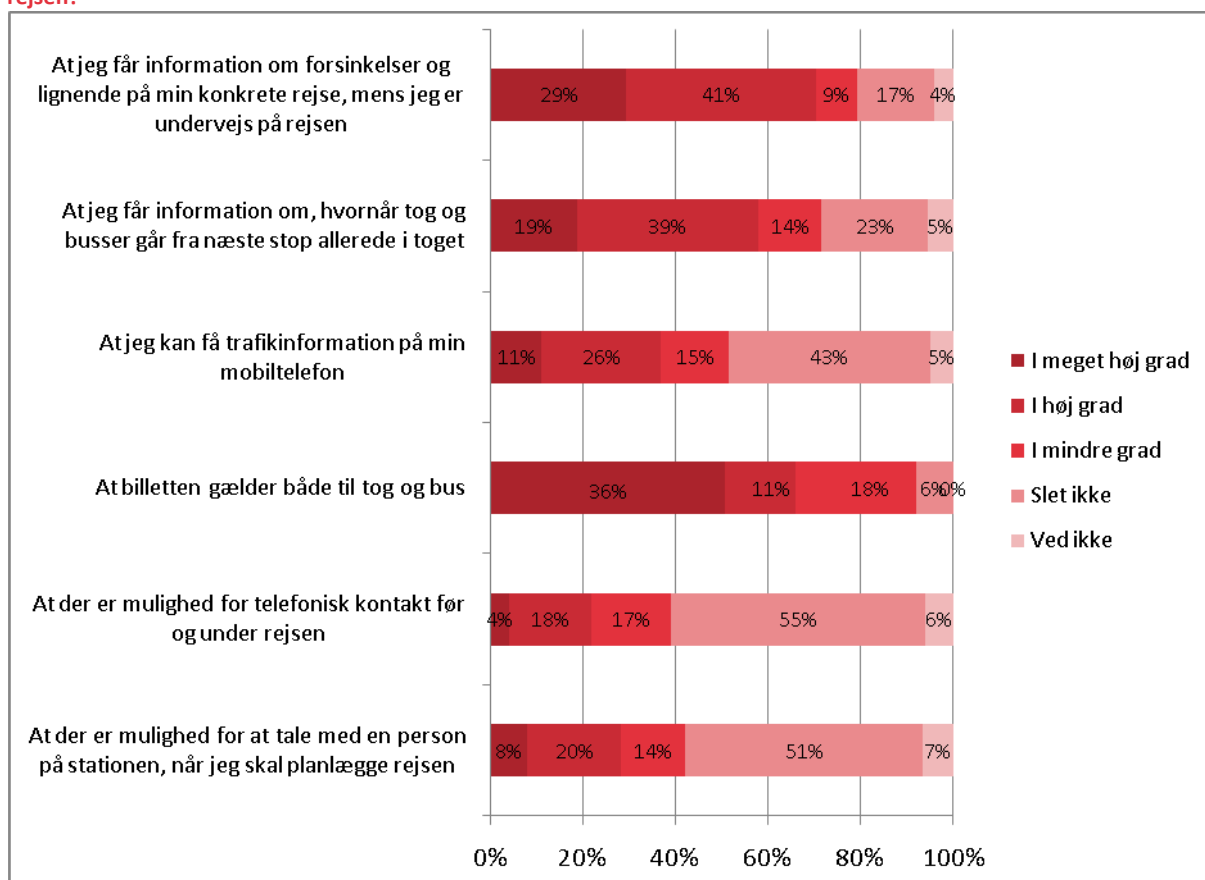
Figur 71 hvilken grad vil nedenstående have betydning for, at du ikke vælger at tage toget og bussen og i stedet tager bilen eller lignende?



For at afdække hvorledes en sammenhængende rejse kan gøres mere attraktivt blandt ikke-kunderne, er ikke-kunderne blevet præsenteret for en række mulige initiativer i form af udsagn. Som det fremgår af Figur 8 vinder de mulige initiativer, der ligger til grund for udsagnene "At jeg får information om forsinkelser og lignende på min konkrete rejse, mens jeg er undervejs på rejsen", "At billetten gælder både til tog og bus" og "At jeg får information om, hvornår tog og busser går fra næste stop allerede i toget", stor opbakning blandt respondenterne. Henholdsvis 70 %, 65 % og 58

% svarer, at disse tre initiativer i høj eller megen grad ville give dem lyst til at bruge kollektiv transport, til trods for skift mellem tog og bus på rejsen.

Figur 8I hvor høj grad ville følgende give dig mere lyst til at bruge kollektiv transport, selvom du skal skifte mellem tog og bus på rejsen?

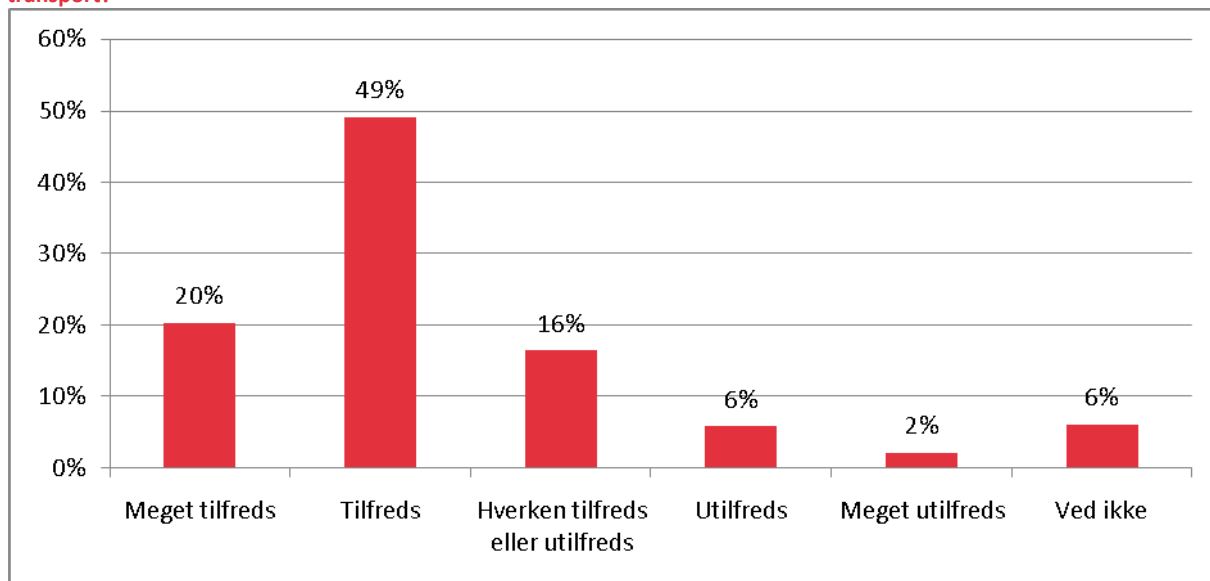


6. Holdning til kollektiv transport generelt

En vigtig målsætning i forbindelse med projektet Den Sammenhængende Rejse må være at øge tilfredsheden med kollektiv transport generelt, hvorigennem en aftagende "berøringsangst" kan øge antallet, der benytter sig en sammenhængende rejse med skift mellem bus og tog.

Overordnede har DSR et udmærket udgangspunkt herfor. Når ikke-kunderne spørges ind til deres overordnede tilfredshed i forhold til at rejse med kollektiv transport, er 20 % meget tilfredse og 49 % tilfredse (jf. Figur 9). 7 ud af 10 har således et positivt forhold til kollektiv transport til trods for, at deres adfærd ikke følger efter. Omvendt er 8 % enten utilfredse eller meget utilfredse.

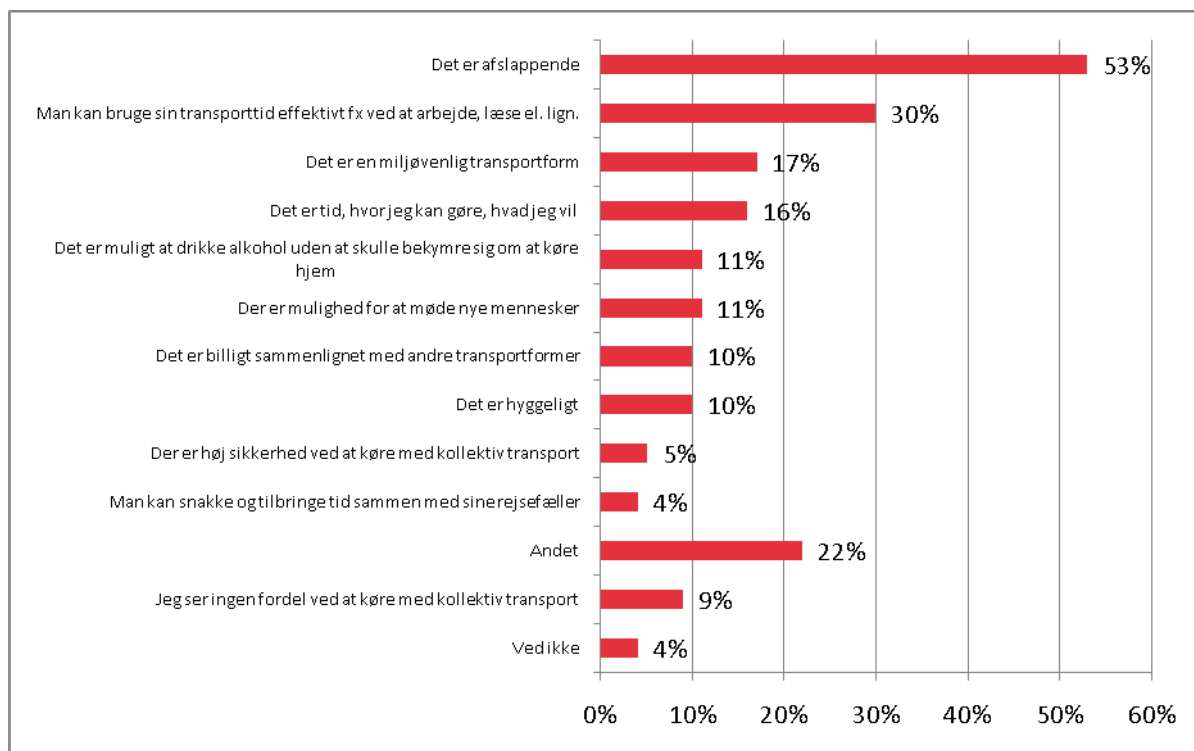
Figur 9 Hvor tilfreds eller utilfreds er du alt i alt med at rejse med kollektiv transport?



Som det fremgår af Figur 10 er det især muligheden for at slappe af og arbejde, som ikke-kunderne ser som de største fordele ved at køre med tog og bus, og i mindre grad muligheden for at møde nye mennesker, tilbringe tid med sine rejsefæller og den øgede sikkerhed.

Figur 10 Hvad ser du som de største fordele ved at køre med tog og bus? Nævn de tre vigtigste.

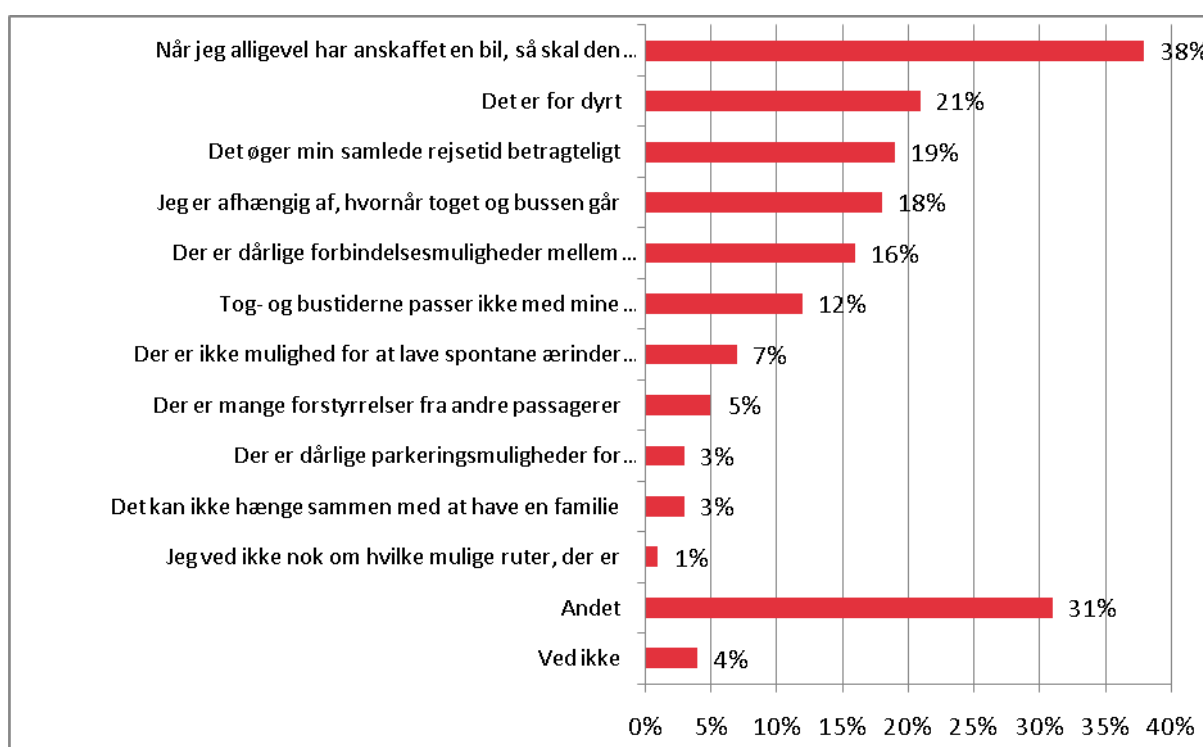
DSR - DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE



Rettes fokus i stedet mod årsagerne til, at ikke-kunder ikke benytter sig af tog og bus, fremgår det af Figur 11, at udsagnet "Når jeg alligevel har anskaffet en bil, så skal den bruges" udgør klart den

væsentligste barrierer for kollektiv transport. Oplevelsen af, at kollektiv transport er dyrt, tidskrævende og besværligt i forhold til spontane rejser er ligeledes blandt topscorerne, mens praktiske detaljer, såsom kendskab til ruter, parkeringsfaciliter mv. ikke synes at have stor betydning.

Figur 11 Der kan være flere årsager til, at man ikke benytter kollektiv trafik særligt ofte. Hvad er de største grunde til, at du ikke kører mere med bus og tog, end du gør i dag?

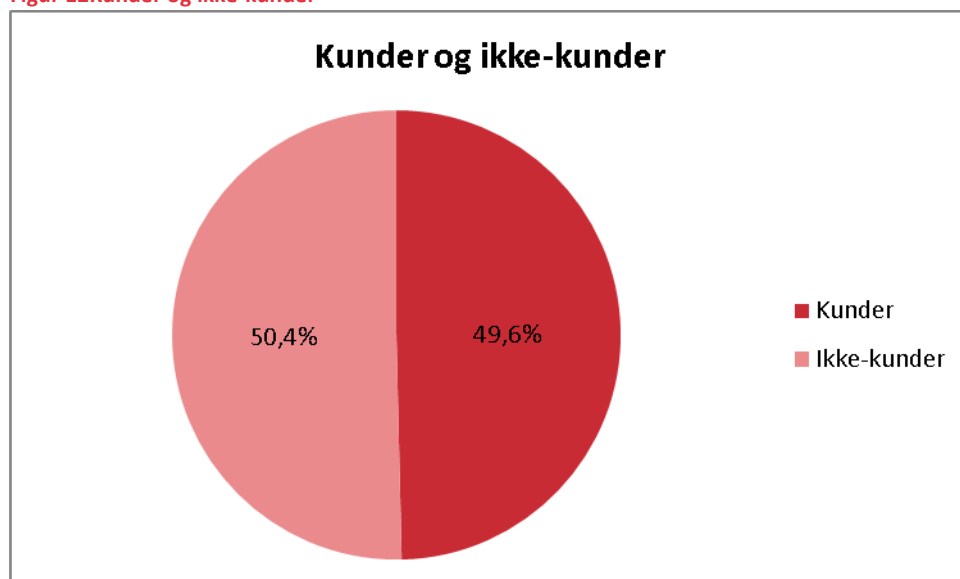


7. Ikke-kunder vs. kunder

Rapporten har indtil nu udelukkende fokuseret på besvarelserne fra de borgere de fem udvalgte byer, som betegnes som værende ikke-kunder, men har et potentiale for at blive det. Ikke-kunder, som ikke faldt under denne betegnelse, er frascreenet under telefoninterviewet. Dette afsnit fokuserer på demografiske forskelle og ligheder blandt de ikke-kunder, der er identificerede som ikke-kunder og de ikke-kunder, som er frascreenet i løbet af telefoninterviewet grundet deres betegnelse som kunder.

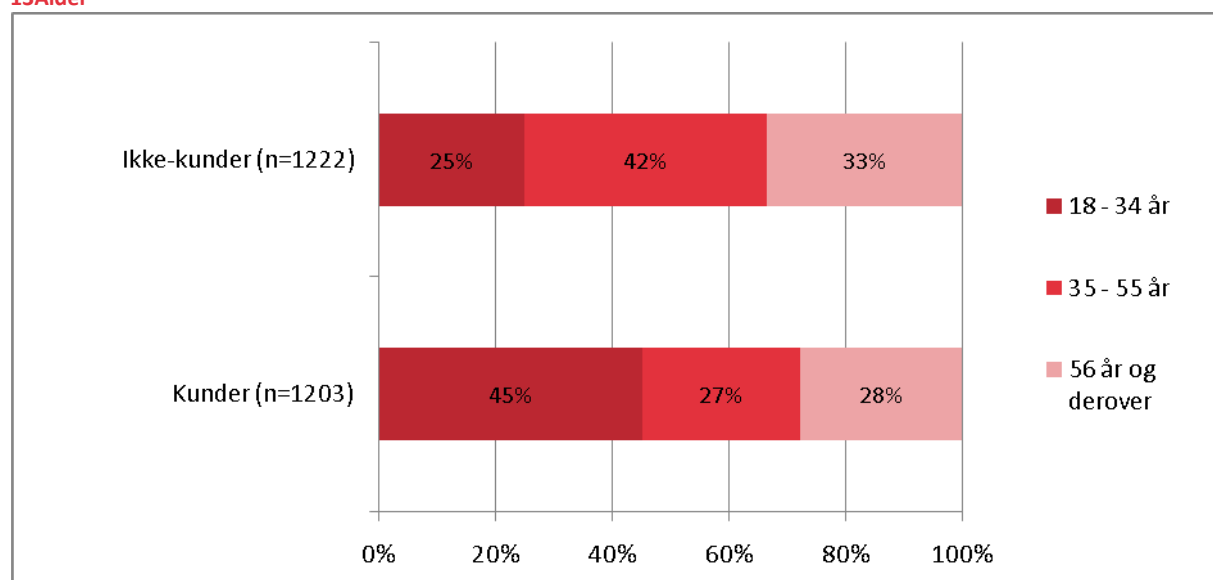
Som Figur 12 viser udgør andelen af kunder og ikke-kunder omtrent lige store andele af populationen.

Figur 12 Kunder og ikke-kunder



Som det ses i Figur 13, afviger to grupper betragteligt fra hinanden på alder. Ikke-kunderne generelt ældre end kundegruppen. Denne forskel har formodentlig en sociodemografisk forklaring og understreger udfordringen i at fastholde unge kunder efter gennemført uddannelse.

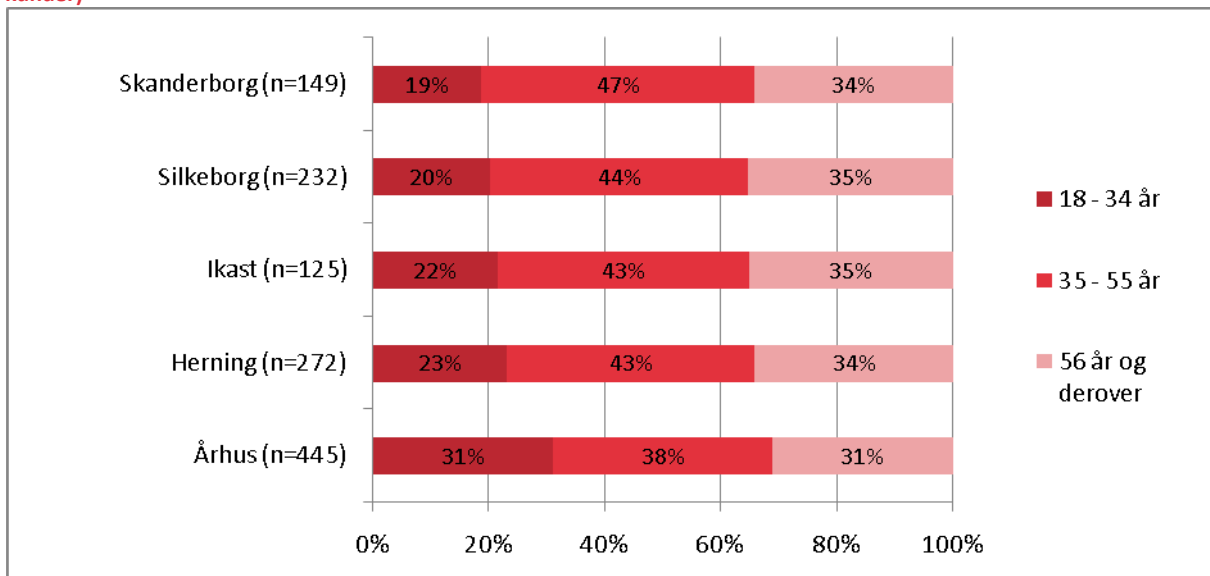
Figur 13 Alder



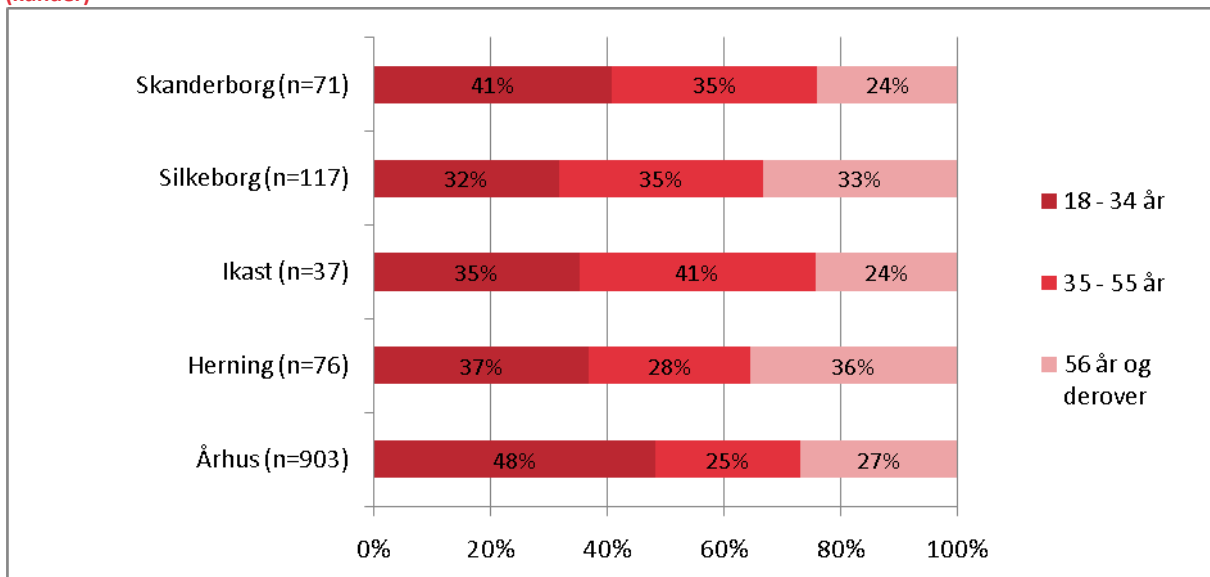
Aldersforskellen mellem kunder og ikke-kunder er mest udpræget blandt århusianerne og skanderborgenserne, men forskellen er udtalt i alle fem kommuner (jf. Figur 14 og Figur 15).

Eksempelvist udgør den mindste forskel mellem de to grupper 12 procentpoint for aldergruppen 18-34 år; den største udgør 21 procentpoint.

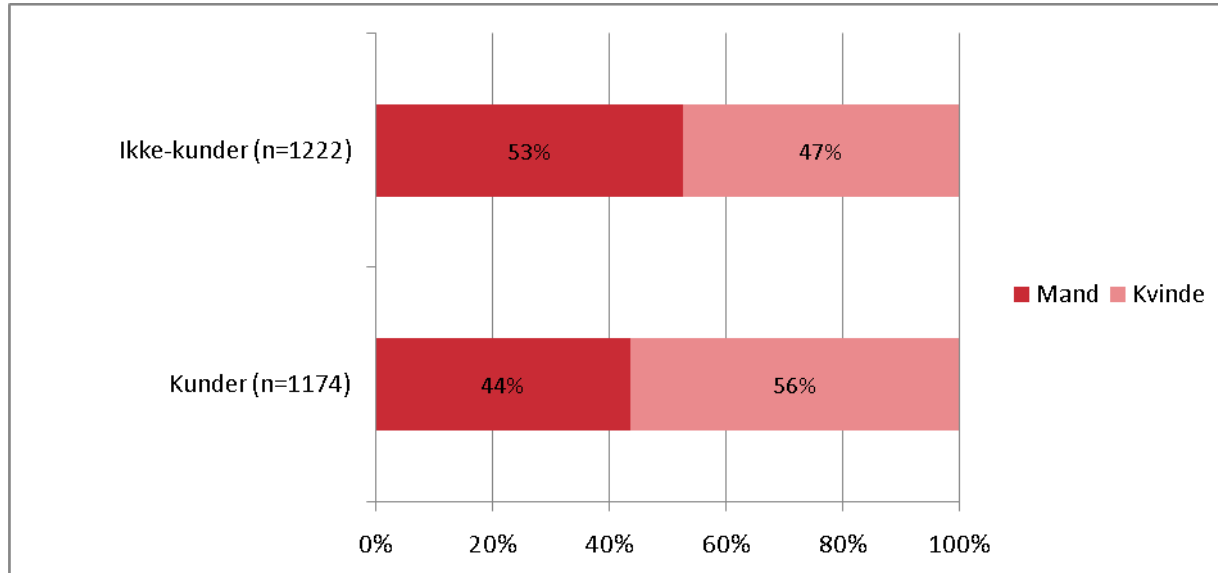
Figur 14 Alder (Ikke-kunder)



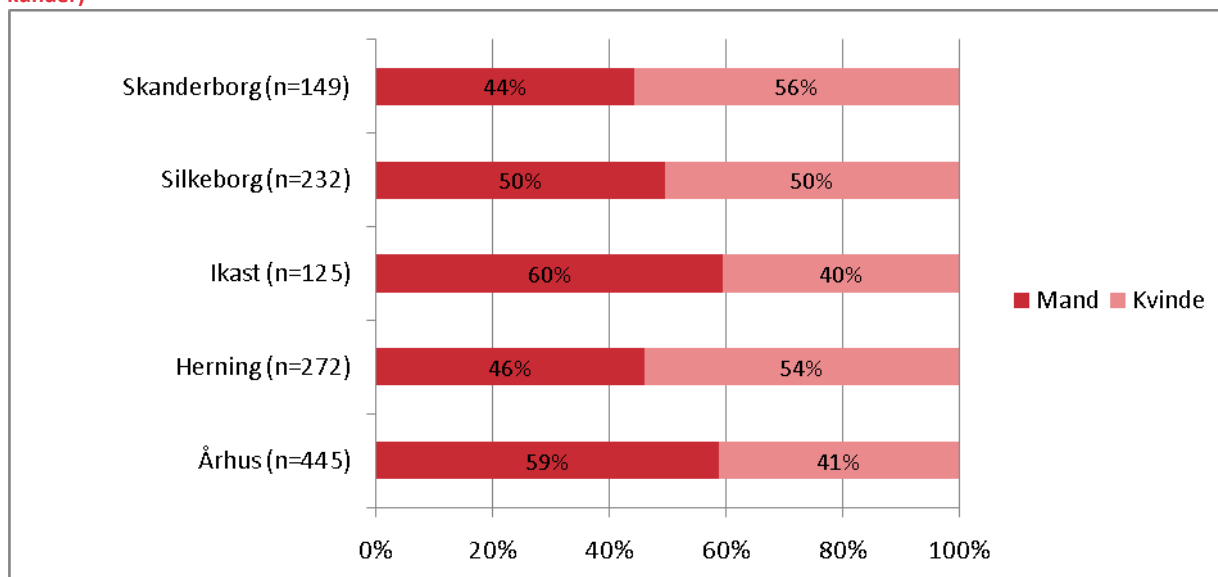
Figur 15 Alder (kunder)

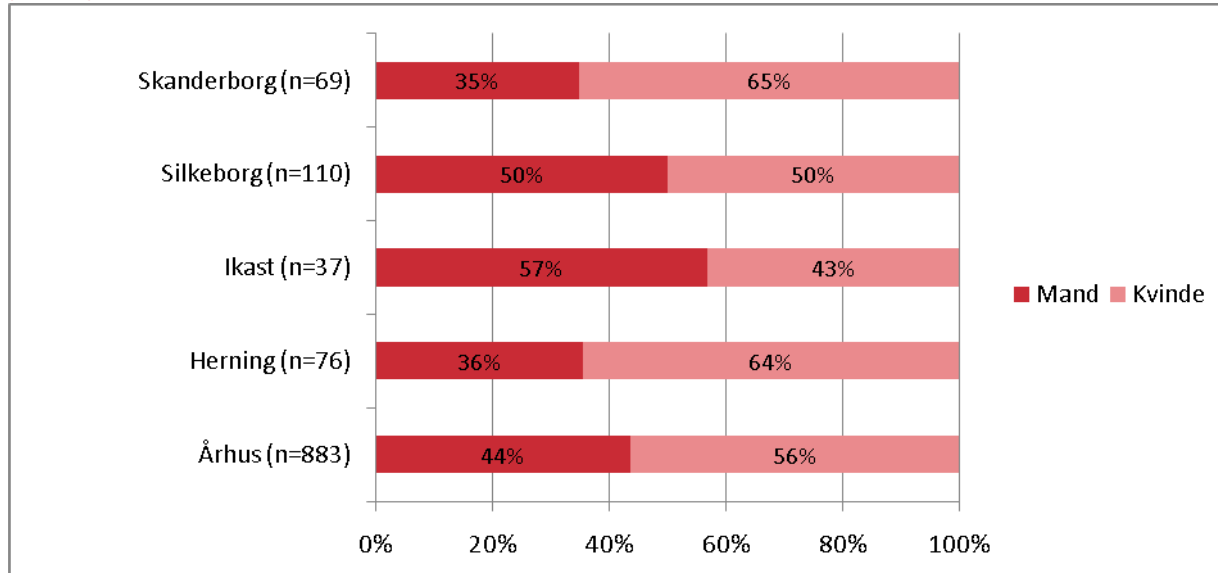


Måske mindre forventelig er forskellen i køn. Som det fremgår af Figur 16, er 53 % af ikke-kunderne mænd, hvorimod samme andel udgør 44 % blandt kunderne.

Figur 16
Køn

Forskellen er dog ikke gældende for alle fem kommuner, hvilket illustreres af Figur 17 og Figur 18. I kommunerne Silkeborg og Ikast ligner de to gruppers kønsfordeling hinanden. I Skanderborg Kommune og Herning Kommune er der henholdsvis 11 og 10 procentpoint flere mænd blandt ikke-kundegruppen end blandt kundegruppen, mens forskellen mellem grupperne udgør 15 procentpoint i Århus Kommune.

Figur 17
Køn (Ikke-kunder)

Figur 18 Køn
(Kunder)

EPINI^QN

OM OS

Vores kerne er faktabaserede konsulenttydelser. Vi rådgiver typisk på baggrund af input fra organisationens stakeholders – medarbejdere, medlemmer, kunder, samarbejdspartnere osv.

DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE

MIDTTRAFIK & ARRIVA TOG

KUNDEUNDERSØGELSE 2012

26. april 2012

EPINION KØBENHAVN

RYESGADE 3F
DK-2200 KØBENHAVN N
TLF. +45 87 30 95 00
TYA@EPINION.DK

EPINION AARHUS

SØNDERGADE 1A
DK-8000 AARHUS C
TLF. +45 87 30 95 00
TV@EPINION.DK

EPINION SAIGON

11TH FLR. DINH LE BUILDING - 1 DINH LE STR.,
DIST. 4, HOCHIMINH CITY, VIETNAM
TLF. +84 90 411 3289
SAIGON@EPINION.VN

INDHOLD

1.	INDLEDNING	3
1.1	Baggrund	3
1.2	Metode	4
1.3	Læsevejledning	5
2.	SAMMENFATNING AF RESULTATER	6
3.	BRUG AF TRANSPORT	8
4.	PLANLÆGNING AF REJSEN	11
5.	KORRESPONDANCE OG SKIFTESITUATIONEN	17
6.	OVERORDNET TILFREDSHED OG VALGKRITERIER	22

1. Indledning

1.1 BAGGRUND

Trafikselskaberne Midttrafik og Arriva Tog har indledt et helt unikt samarbejde, hvis sigte er at binde den kollektive trafik i hele Region Midtjylland sammen. Det unikke ved samarbejdet er, at der er tale om fælles fokus på sammenhængen mellem bus og tog med henblik på at højne passagerens rejseoplevelse.

Projektet kaldes den sammenhængende rejse (DSR). Formålet med projektet er kort at skabe en bedre sammenhæng mellem bus og tog for at skabe en rejse for passagerne, der er langt mere gnidningsfri i form af en kortere rejsetid og bedre service. Resultatet af projektet skal munde ud i, at der trækkes flere passagerer over i den kollektive trafik. Det vil være et projekt med stor bevågenhed, da der på nuværende tidspunkt befordres 1,8 millioner passagerer i busserne og 2,25 millioner passagerer i togene mellem Herning og Aarhus.

Udfordringen omkring DSR er, at passagererne på lang sigt skal opleve den kollektive trafik i det midt- og vestjyske som én enhed med én indgang. En enhed, der er sammenhængende på tværs af bybusser, regionalbusser og tog. Dette befordrer et nyt og styrket samarbejde mellem Midttrafik og Arriva Tog, hvis hovedformål er at tage ansvaret for, at passagererne oplever denne målsætning. Målsætningerne for, at dette lykkes, er at skabe bedre information og service under hele rejsen, afkorte ventetiderne, øge pålideligheden, øge trygheden, øge den generelle kundeoplevelse via nye initiativer i og på stationer samt i toget og på bussen. Der er i denne forbindelse etableret en række projekter og iværksat flere initiativer, som bl.a. skal sikre passagerne bedre information, bedre sammenhæng, fælles køreplanlægning og markedsføring mellem Midttrafik og Arriva Tog.

I forbindelse med projektets opstart og videre forløb er der planlagt en række fælles analyser af, hvordan markedet for den kollektive trafik så ud før initiativer og projekter blev igangsat. Målingerne skal afdække de eksisterende passagerers rejsedata, holdninger og forbedringsmuligheder, men målingerne har lige så stort fokus på potentielle kunder, som ikke bruger den kollektive trafik i dag. Der er dertil planlagt løbende analyser undervejs i projektførelsen. Målingerne skal medvirke til at skaffe viden om den nuværende status på projektet samt eventuelle ændringer og justeringer, som det kan være hensigtsmæssigt at implementere.

Centralt i DSR-projektet står tre typer analyser på strækningen mellem Aarhus og Herning, som Epinion gennemfører:

- En passagertælling i Herning bybusser samt på udvalgte stationer på strækningen

- En undersøgelse blandt **kunder**
- En telefonisk undersøgelse blandt **ikke-kunder**

Disse undersøgelser blev gennemført i både 2011 og 2012. Midttrafik og Arriva Tog har derfor en unik mulighed for at følge udviklingen i rejseoplevelser og identificere udviklinger over tid.

Kundeundersøgelsen fra 2012, som er genstand for nærværende rapport, minder på flere punkter om den tilsvarende undersøgelse fra 2011 i metode, stikprøve og dataindsamling. Undersøgelsen har til sigte at fremskaffe dokumenteret viden omkring kundernes tilfredshed med den kollektive trafik på en række udvalgte parametre. Resultaterne skal bruges til at belyse områder, der kan forbedre sammenhængen mellem bus og tog, eller identificere øvrige fokusområder for at opnå en øget kundetilfredshed. Samtidig sigter resultaterne mod at give input til at opnå målsætningen om 5 procent flere passagerer i bus og 10 procent flere passagerer i tog på strækningen Herning – Aarhus med udgangen af 2012.

1.2 METODE

Spørgeskemaet, der ligger til grund for undersøgelsen, er udarbejdet af Midttrafik og Arriva Tog i samarbejde med Epinion. I forhold til kundeundersøgelsen i 2011 er der foretaget nogle ændringer i spørgeskemaets indhold og i spørgsmålenes svarkategorier. Ændringerne er foretaget på baggrund af diskussioner i de enkelte projektgrupper hos Midttrafik og Arriva Tog. Skemaet afdækker fem overordnede områder;

- Brug af kollektiv transport
- Planlægning af rejsen
- Billettering og zoneinddeling
- Korrespondance og skiftesituationen
- Overordnet tilfredshed og valgkriterier

Stikprøven i denne undersøgelse er baseret på knudepunkter imellem tog og bus på strækningen Herning-Aarhus og bygget op omkring passagertal på tre segmenter på strækningen Herning – Aarhus; Regional- og lokalbusser, bybusser og tog.

Da ikke alle stationer er kendetegnet ved en stærk sammenhæng mellem bus og tog, er der foretaget en disproportional sampletilgang til delpopulationer. Konkret betyder det, at samplingen har vægtet antallet af interview højere på knudepunkter for passagerer mellem bus og tog og omvendt nedprioriteret antallet af interview på "ikke-knudepunkter". Data er efterfølgende vejlet på plads i forhold til den procentvise fordeling af passagerne på strækningen Herning-Aarhus.

Undersøgelsen er gennemført i uge 11 og 12 2012 og foretaget som personlige interview, hvor der uddeles og indsamles spørgeskemaer personligt af Epinions interviewerkorps. Metoden er den bedste til at interviewe folk inden for målgruppen og sikrer ydermere en høj svarprocent.

Der er indsamlet 2492 gennemførte skemaer.

1.3 LÆSEVEJLEDNING

Rapporten er bygget op således:

Kapitel 2 giver en overordnet sammenfatning af resultaterne i undersøgelsen. I kapitel 3 afdækkes, hvor ofte og i hvilken forbindelse kunderne gør brug af bus og tog. Kapitlet belyser også valg af transportform, og i hvor høj grad kunderne kombinerer den kollektive trafiks transportmidler. Kapitel 4 omhandler selve planlægningen af rejsen, det vil sige, hvordan respondenterne søger information om rejsen, hvor de oftest køber billet og en begrundelse for sidstnævnte. Ydermere belyses kundernes viden omkring billettyper. Kapitel 5 berører, hvad der afholder folk fra at kombinere bus og tog og angiver, hvad der kan tilskynde brugerne til at kombinere transportmidler. Ydermere belyser det, hvorledes kunderne ønsker at modtage information om skiftet mellem bus og tog. Endeligt, i kapitel 6, kortlægges den overordnede tilfredshed med kombinerede rejser blandt kunderne.

2. Sammenfatning af resultater

Kundernes brug af kollektiv transport er meget forskelligartet. 73 % af kunderne benytter den kollektive transport til at komme på arbejde eller frem til deres uddannelsessted, mens 45 % benytter tog og bus i forbindelse med kortere fritidsture og 27 % forbindelse med længere fritidsture.

Toget eller bybussen er de transportmidler, der anvendes oftest, mens andelene, der kører med X-busserne og de regionale busser ofte har en mere beskedne størrelse

Selvom hver femte af kunderne hos Midttrafik og Arriva Tog kører med bus og tog på den samme rejse, er der stadig et væsentlig potentiale blandt eksisterende kunder, da 31 % aldrig kører med bus og tog på den samme rejse. Det omtalte potentiale lader til at være større end sidste år, da denne andel er vokset med 6 procentpoint i forhold til kundeundersøgelsen i 2011.

For at få kunderne til at kombinere bus og tog, synes det at være særligt vigtigt at man retter et fokus mod planlægningen af rejsen og selve skiftesituationen.

Planlægningen af de kombinerede rejser foregår primært på Internettet. Hele 84 % af kunderne benytter Rejseplanen.dk. Anvendelsen af internettet er dog langt fra lige så udbredt blandt kunderne, når billetten skal købes; denne bliver derimod ofte købt på stationen eller i billetautomaten. Dette lader til at kunne skyldes tvivl om zoneinddelingen, idet 62 % af kunderne er enige eller meget enige i udsagnet *Jeg har svært ved at gennemskue zoneinddelingen på tværs af bus og tog.*

57 % svarer, at de er meget uenige eller uenige i udsagnet *Jeg er usikker på, om jeg kan bruge den samme billet til både bus og tog.* Her burde der altså ikke være nogen hindring for en kombineret rejse. Dette stemmer dog ikke helt overens med en analyse af kundernes reelle viden omkring billettyper og deres anvendelse. Derimod understøtter denne analyse, at det er svært for en stor del af kunderne at gennemskue zoneinddelingen på tværs af bus og tog. Analysen viser endvidere, at de fleste kunder har styr på, hvorvidt almindelige bus- og togbilletter og periodekort til toget kan benyttes i bussen før og efter togrejsen, mens kunderne i højere grad kommer til kort, når eksemplerne bliver mere specifikke.

Selve skiftesituationen er for størstedelen af kunderne forbundet med et usikkerhedsmoment, idet de kan være i tvivl om de kan nå skiftet, enten fordi bus- og togtiderne passer dårligt sammen, eller fordi de usikre på, om de kommer frem til tiden. Derved opleves en risiko for, at rejsetiden øges ved kombination af transportmidler. Bedre information undervejs på rejsen om forsinkelser og lignende samt om, hvornår tog og busser afgår fra næste station ville motivere kunderne til i højere grad at

kombinere bus og tog. Samtidig viser en driveranalyse, at øget samordning af køretider for bus og tog kan være vejen frem til at fastholde de eksisterende kunder.

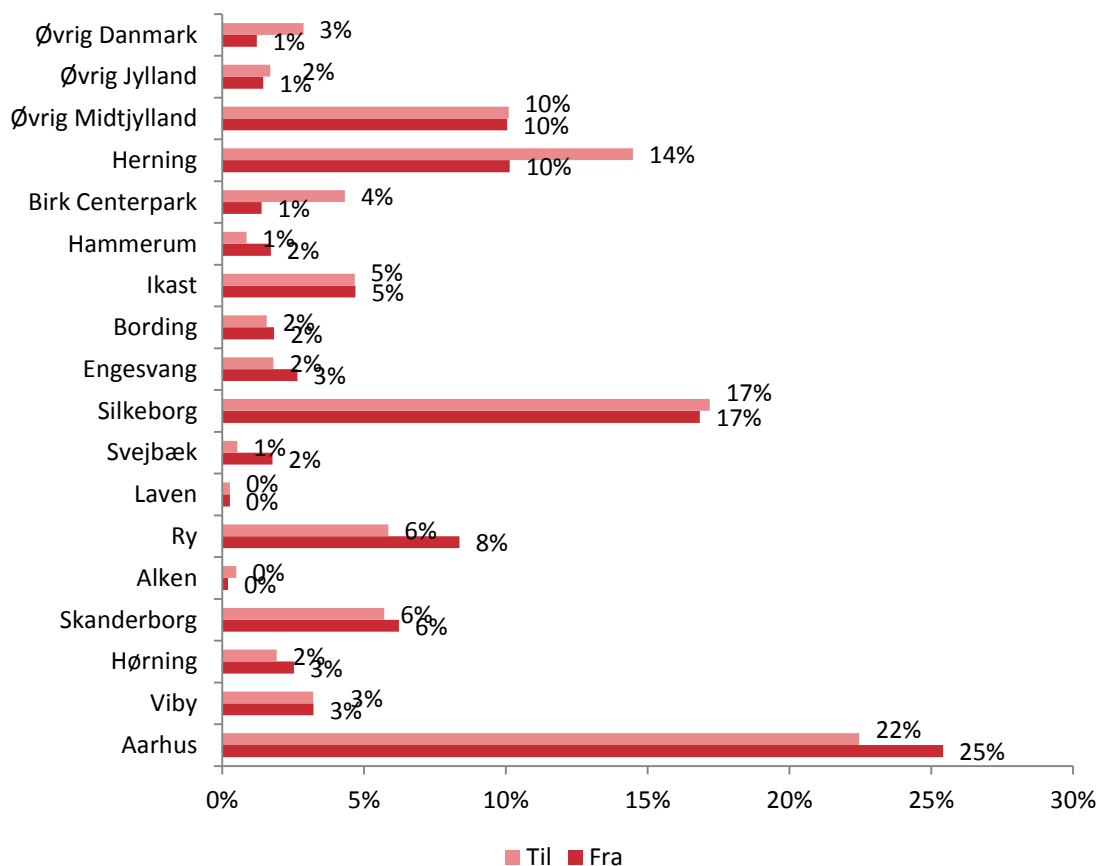
Information om skiftet mellem bus og tog foretrækker kunderne at modtage på tv-skærme i busser og tog og på stationerne eller gennem højtalerannoncering af stoppesteder/stationer. Tre ud af fem er endvidere meget interesseret eller i nogen grad interesseret i at anvende en applikation til smartphone til at finde information om skiftet mellem bus og tog.

3. Brug af transport

Nærværende kapitel afdækker først hvilke destinationer, kunderne på strækningen rejser til og fra. Dernæst ses der på, hvor ofte og i hvilken forbindelse kunderne gør brug af bus og tog. Kapitlet belyser endvidere valg af transportform, og i hvor høj grad kunderne kombinerer den kollektive trafik transportmidler.

I Figur 1 ses fordelingen af hvilke stationerne kunderne rejser henholdsvis fra og til. Af figuren ses det, at Aarhus er den station, som flest kunder rejser til og fra. Samtidig er der dog en tendens til, at kunderne oftere rejser *fra* denne station end *til* denne station. Ses der på rejsemønstret for Herning station, viser figuren, at 14 % af kunderne oftere rejser *til* denne station end *fra* denne station.

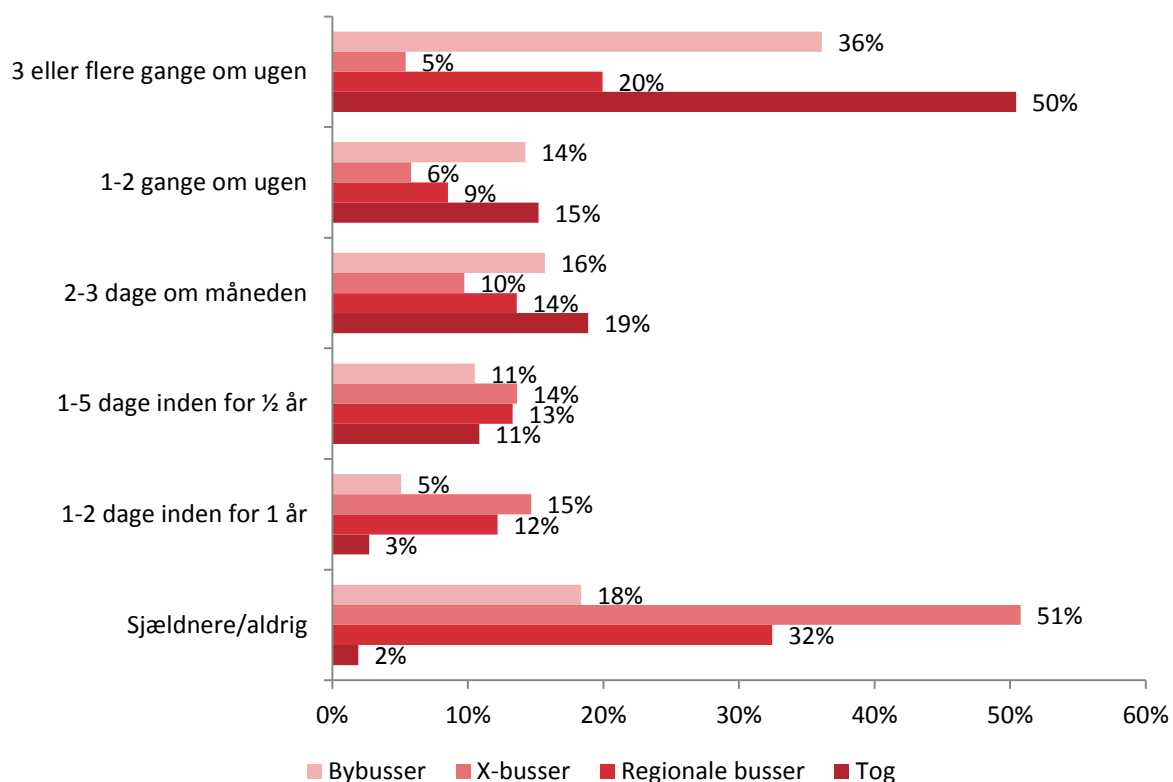
Figur 1. Hvilken station rejser du fra/til?



Som det fremgår af Figur 2 kører en stor andel af kunderne ofte med bybus og tog. Mere end en tredjedel af kunderne (36 %) kører med bybus 3 eller flere gange om ugen, mens halvdelen (50 %) kører med tog lige så ofte. 20 % af kunderne kører med de regionale busser 3 eller flere gange om ugen

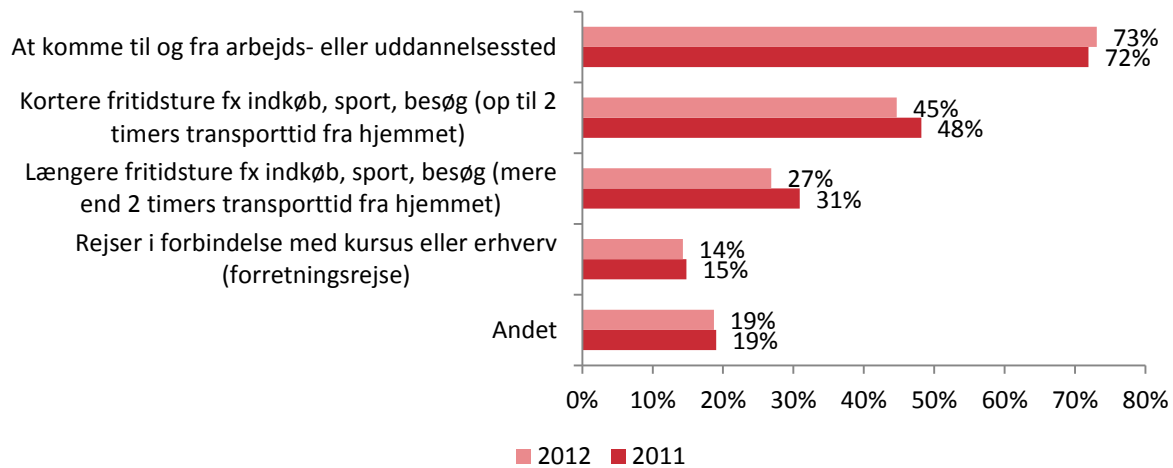
Blot 5 % kører med X-busser 3 eller flere gange om ugen, mens 51 % kører med X-busser sjældnere end 1-2 dage indenfor et år. Sidstnævnte andel udgør 18 % og 32 %, når spørgsmålet omhandler kørsel med henholdsvis bybusser og regionale busser. Kun 2 % kører med tog sjældnere end 1-2 dage indenfor et år.

Figur 2 Hvor ofte kører du tog/regionale busser/X-busser/Bybusser?



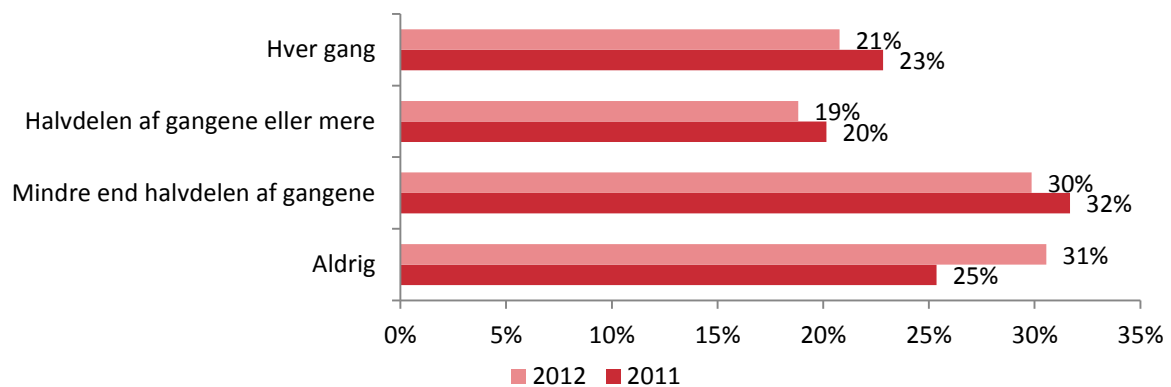
Kunderne bruger i høj grad bus og tog i hverdagen i forbindelse med transport til og fra arbejde eller uddannelse. Som det fremgår af Figur 3 bruger 73 % de omtalte transportformer til at komme til og fra arbejds- eller uddannelsessted. 45 % af kunderne bruger bus og tog i forbindelse med kortere fritidsture, mens 27 % bruger det i forbindelse længere fritidsture. Som det fremgår af figuren, er der ikke forskel på kundernes rejseformål mellem de to kundeundersøgelser fra henholdsvis 2011 og 2012. Siden DSR-projektets start er kundernes rejsemønstre således ikke ændret mærkbart mht. hvad bus og tog benyttes til.

Figur 3 Hvad bruger du tog og bus til?



Figur 4 viser, at hver femte (21 %) af kunderne ved Midttrafik og Arriva Tog kører med bus og tog på den samme rejse hver gang, hvormed en betragtelig andel af kunderne i forvejen bevæger sig ud på en sammenhængende rejse. 31 % kører dog aldrig med bus og tog på den samme rejse, hvilket efterlader et væsentligt potentiale blandt de eksisterende kunder. Denne andel er vokset med 6 procentpoint i forhold til kundeundersøgelsen i 2011.

Figur 4 Hvor ofte kører du med bus og tog på samme rejse?



4. Planlægning af rejsen

Nærværende kapitel omhandler selve planlægningen af rejsen, herunder hvordan respondenterne søger information om rejsen, hvor de oftest køber billet og en begrundelse for sidstnævnte. Ydermere belyses kundernes viden omkring billettyper.

Når kunderne søger information om muligheder for at tage kollektiv transport i forbindelse med en rejse, anvender de typisk hjemmesiden www.rejseplanen.dk. Som det fremgår af Figur 5, anvender hele 84 % hjemmesiden som informationskilde, mens 29 % benytter trafikselskabernes hjemmeside; 20 % tjekker en traditionel køreplan på tryk; og 10 % foretrækker personlig betjening og går ned på stationen og spørger. Ved sammenligning med resultaterne i kundeundersøgelsen fra 2011, ses ikke nogen større forskel, om end andelen, der tjekker trafikselskabernes hjemmeside, er 8 procentpoint mindre i nærværende undersøgelse sammenlignet med undersøgelsen fra 2011.¹ Dette tyder på, at Rejseplanen, der samler en lang række forskellige køreplaner, i et vist omfang har afløst de enkelte trafikselskabers hjemmesider som kilder til information om køreplaner. En sådan udvikling kan udtrykke, at kunderne i stigende grad efterspørger én samlet indgang til den kollektive trafik. Denne efterspørgsel kan DSR-projektet imødekomme.

¹ Kundernes informationssøgning blev i 2011 afrapporteret som et single spørgsmål. Ved anvendelse af denne afrapporteringsform er tallene for 2011: Rejseplanen.dk (52%), Trafikselskabernes hjemmeside (23%), Jeg tjekker en traditionel køreplan på tryk (14%), Jeg går ned på stationen og spørger (7%), Jeg kontakter trafikselskaberne telefonisk (2%), Andet, noter venligst (2%)

Tallene for 2012 er: Rejseplanen.dk (55%), Trafikselskabernes hjemmeside (19%), Jeg tjekker en traditionel køreplan på tryk (13%), Jeg går ned på stationen og spørger (6%), Jeg kontakter trafikselskaberne telefonisk (4%), Andet, noter venligst (2%)

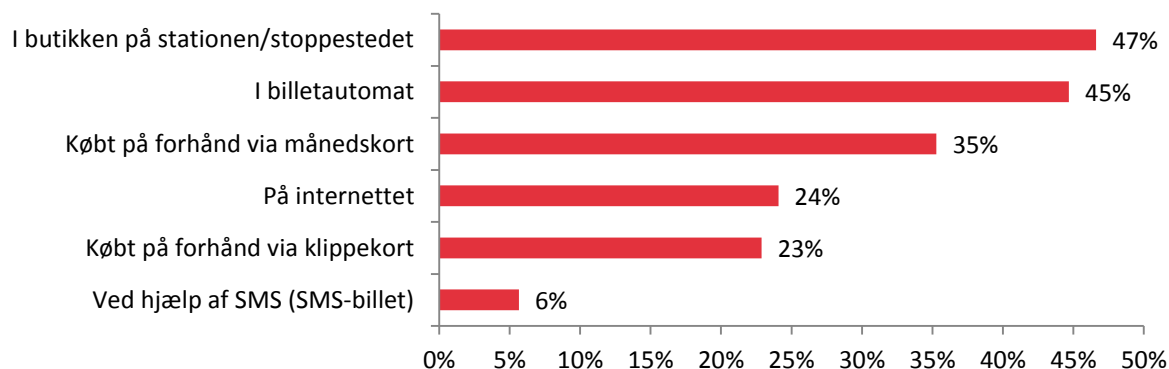
Figur 5 Hvor søger du typisk information om muligheder for at tage kollektiv transport, når du skal ud på en rejse?



Selvom 84 % bruger Rejseplanen.dk, når de søger information om kollektiv transport, er billetkøb på internet langt fra lige så udbredt blandt kunderne. Som det fremgår af Figur 6, udgør andelen, der typisk køber billetten på internettet, 24 % af kunderne. Når billetten skal købes, vælger 47 % i stedet at besøge butikken på stationen eller ved stoppestedet, mens 45 % betjener sig selv i billetautomaten. 35 % og 23 % har købt billetten på forhånd i form af henholdsvis månedskort og klippekort.² Den stigende interesse for brugen af Rejseplanen.dk indikerer, at der kunne være en interesse for at sammentænke billetkøb og overblik over køreplaner.

² Kundernes adfærd ved køb af billet blev i 2011 afrapporteret som et single spørgsmål. Kategorier er siden da ændret. Ved anvendelse af ovenstående afrapporteringsform er tallene for 2012: I butikken på stationen/stoppestedet (26 %), I billetautomat (25%), På internettet (13%), Købt på forhånd via klippekort (13%) Købt på forhånd via månedskort (20%), Ved hjælp af SMS (3%)

Bemærk endvidere at det kun er i toget, man har mulighed for at købe sms-billetter

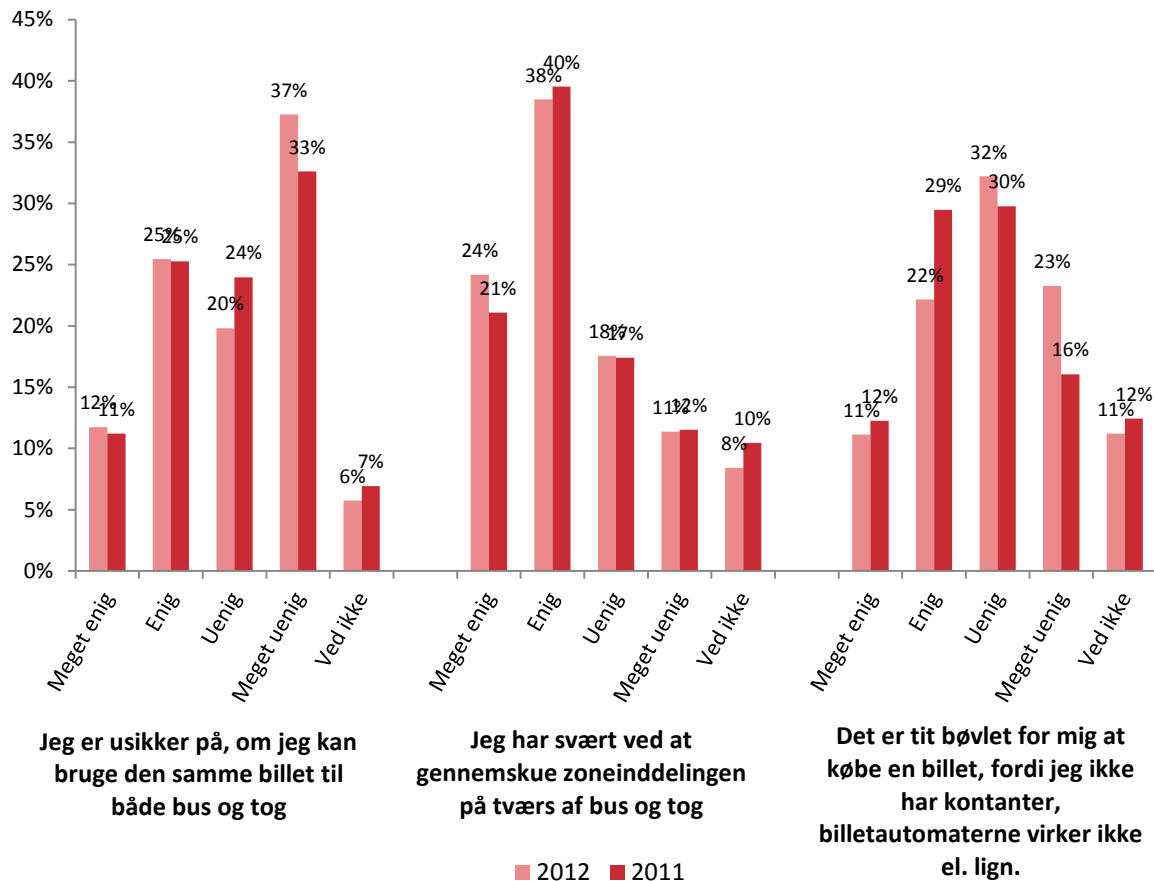
Figur 6 Hvor køber du typisk din billet til en rejse, hvor du både skal køre med bus og tog?

Figur 7 illustrerer kundernes opfattelse af mulige tvivlsområder forbundet med billettering og zoneinddeling. Figuren viser, at 37 % er enige eller meget enige i udsagnet *Jeg er usikker på, om jeg kan bruge den samme billet til både bus og tog*. Omvendt er 57 % uenige eller meget uenige i udsagnet. Yderligere er hver tredje kunde enige eller meget enige i udsagnet *Det er tit bøvlet for mig at købe en billet, fordi jeg ikke har kontanter, billetautomaterne virker ikke el. lign*, mens 55 % er uenige eller meget uenige. 62 % af kunderne er derimod enige eller meget enige i udsagnet *Jeg har svært ved at gennemskue zoneinddelingen på tværs af bus og tog*, mens 29 % er uenige eller meget uenige.

Hovedparten af kunderne mener således, at de har viden om, hvornår billetten kan bruges i både tog og bus, ligesom de ikke opfatter billetkøb som bøvlet. Omvendt er zoneinddeling på tværs af bus og tog et område, som vækker tvivl hos kunderne.

Resultaterne er lig resultaterne i kundeundersøgelsen fra 2011, om end andelen af kunder, der opfatter billetkøb som bøvlet, er faldet med 8 procentpoint fra 2011 til 2012 (samlet andel af enige og meget enige). Dette fald tyder på, at DSR-projektets ambition om at lette billetkøb er lykkedes. Dette er et væsentligt skridt på vejen mod at tiltrække flere passagerer til kollektiv trafik

Figur 7 | Hvor høj grad er du enig i de følgende udsagn?



En vigtig del af DSR-projektet er at højne kundernes viden om mulighederne for at benytte bus og tog på rejsen. Det er vanskeligt at måle respondenternes viden ved hjælp af selvvrurderet viden. Derfor er kunderne stillet en række spørgsmål, der måler objektivt kendskab til billetregler i forbindelse med skift mellem bus og tog.

I Figur 8 belyses kundernes viden omkring billettyper og deres anvendelse. Kunderne er blevet bedt om at vurdere, hvorvidt otte udsagn er sande eller falske. De korrekte svar er markeret i figuren med en rød firkant.

Som det fremgår, har flest kunder svaret korrekt på spørgsmålene, der går på hvorvidt en almindelig togbillet kan den bruges til bussen før og efter togrejsen samt hvorvidt et periodekort til toget kan bruges i bussen før og efter togrejsen. Henholdsvis 69 % og 62 % har svaret sandt til de to udsagn, hvilket er korrekt. En stor del af kunderne svarer ligeledes korrekt til spørgsmålene omkring anvendelsen af busbillet fra Aarhus til Silkeborg før og efter bus-/togturen (58 % svarer, at

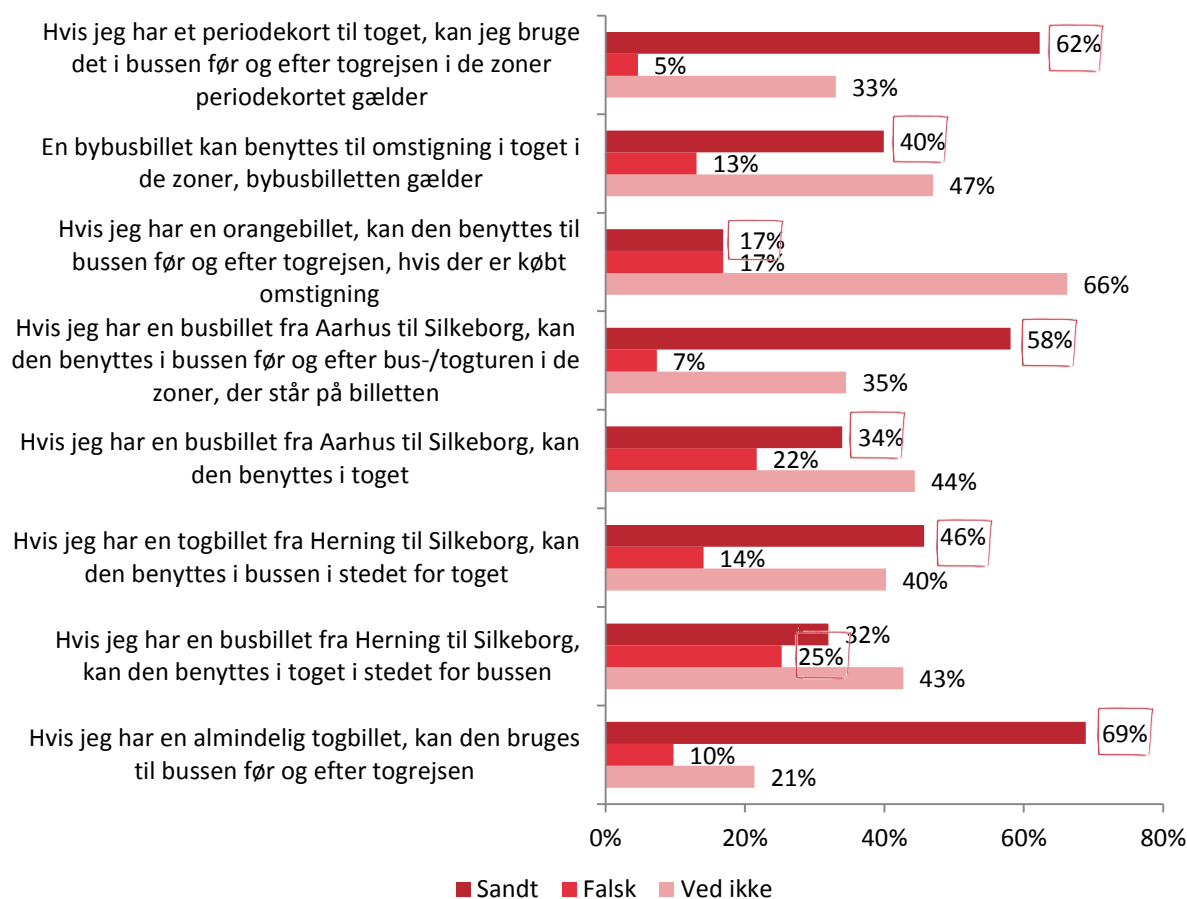
busbilletten kan anvendes) og anvendelsen af en togbillet fra Herning til Silkeborg i bussen (46 % svarer, at togbilletten kan anvendes).

Kunderne kommer dog i højere grad til kort, når de skal svare på, om udsagnet *Hvis jeg har en busbillet fra Aarhus til Silkeborg, kan den benyttes i toget* er sandt eller falsk. Her svarer 34 %, at det er sandt, 22 % svarer, at det er falsk og 44 % svarer ved ikke. Udsagnet er sandt, men mere end en femtedel tror, at det er falsk.

Når kunderne skal tage stilling til, hvorvidt en busbillet fra Herning til Silkeborg kan anvendes i toget, svarer 32 % sandt, 25 % falsk og 43 % ved ikke. Da udsagnet er falsk, er der således kun en fjerdedel af kunderne, der svarer korrekt, mens næsten en tredjedel er af den forkerte opfattelse og svarer sandt.

Næsten halvdelen af kunderne (47 %) er i tvivl om, hvorvidt en bybusbillet kan benyttes til omstigning i toget; 40 % svarer dog sandt, hvilket er korrekt.

Figur 8 Vi vil nu præsentere dig for en række udsagn om forskellige billettyper. For hvert udsagn vil vi gerne høre dig, om du tror udsagnet er sandt eller falsk. Husk, at du har mulighed for at svare "Ved ikke".



Resultaterne understøtter, at det er svært for en stor del af kunderne at gennemskue zoneinddelingen på tværs af bus og tog, og stemmer ikke overens med, at mere end halvdelen af kunderne ikke opfatter sig selv som usikre på, om den samme billet kan bruges til både bus og tog (jf. Figur 7).

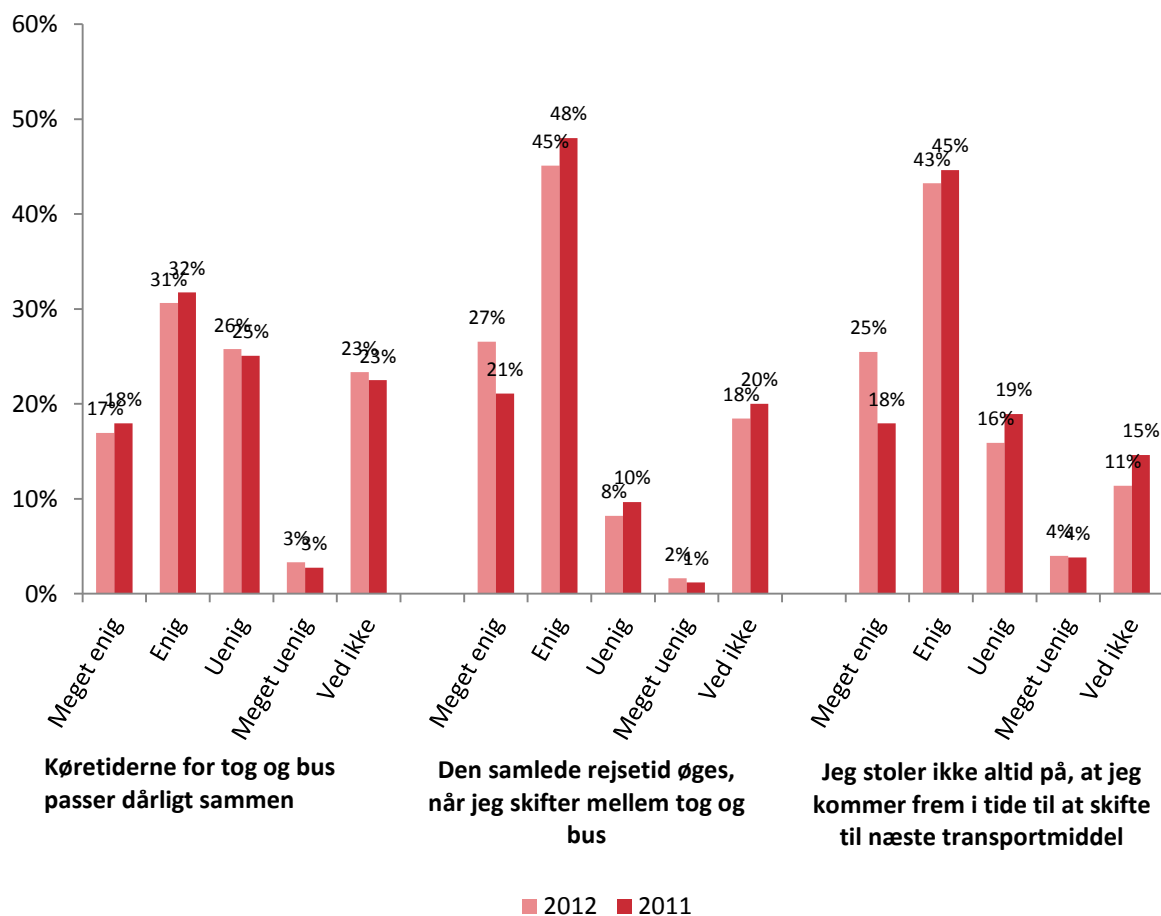
Et interessant fund er, at flertallet af kunderne ved, at en almindelig togbillet kan benyttes i bussen. Når spørgsmålene bliver mere konkrete, falder andelen af respondenter, der afgiver et korrekt svar. Dette gælder eksempelvis for spørgsmålene om brugen af tog- og busbilletter mellem Herning og Silkeborg. Niveauet af viden om billetter er således relativt højt blandt kunderne, men udfordringen består i at oplyse om de lidt mere konkrete forhold, der kan lette de rejsendes oplevelser.

5. Korrespondance og skiftesituationen

Dette kapitel berører, hvad der afholder folk fra at kombinere bus og tog og ser på, hvad der kan tilskynde brugerne til at kombinere transportmidler. Ydermere belyser det, hvorledes kunderne ønsker at modtage information om skiftet mellem bus og tog.

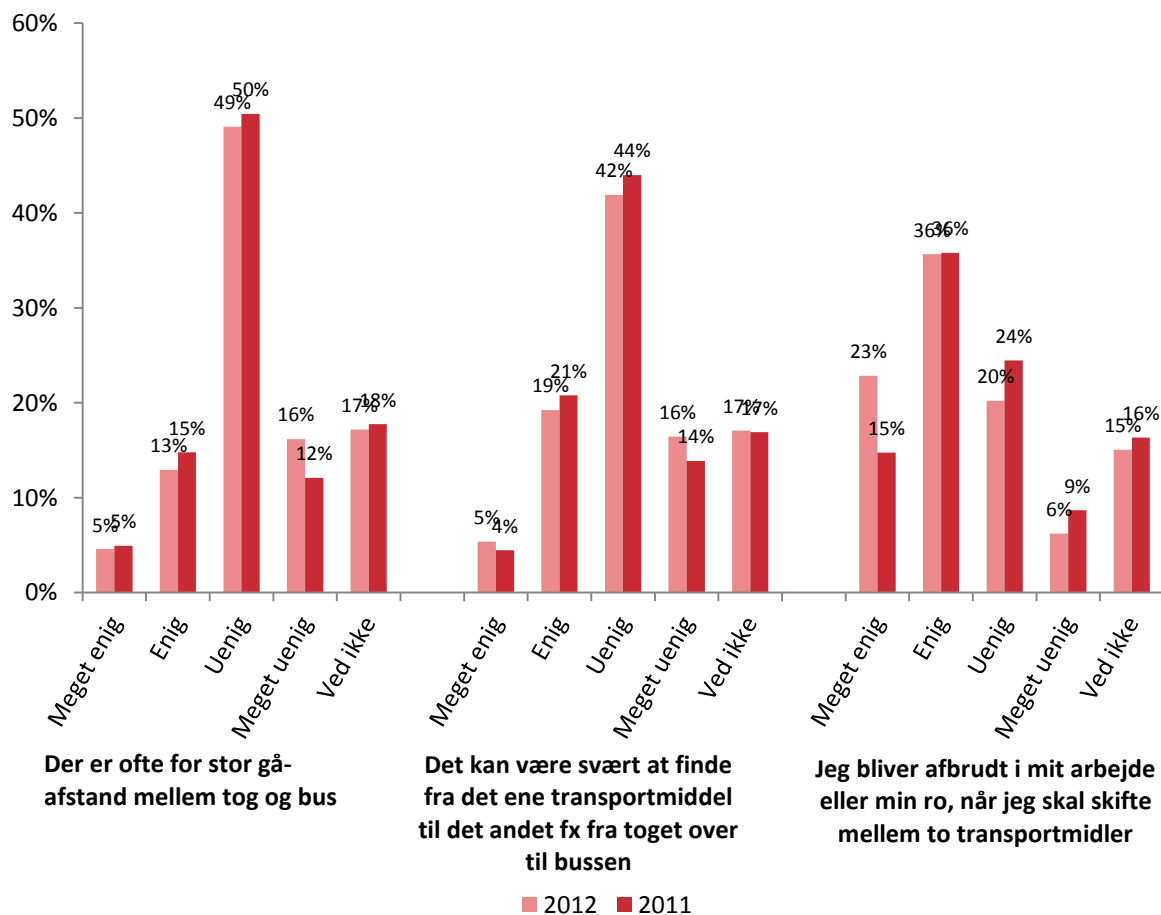
Figur 9 og Figur 10 viser kundernes opfattelse af mulige barrierer for skift mellem tog og bus. Som det fremgår af Figur 9, er tid især en vigtig faktor i forhold til kundernes fravalg af skift mellem bus og tog. 72 % mener, at den samlede rejsetid øges ved skift mellem bus og tog, og 48 % mener, at køretiderne for bus og tog passer dårligt sammen. Usikkerhed kommer til udtryk i udsagnet "Jeg stoler ikke altid på, at jeg kommer frem i tide til at skifte til næste transportmiddel", hvor 68 % - 5 procentpoint flere end i 2011 - svarer, at de er enige eller meget enige i udsagnet.

Figur 9 | Hvor høj grad er du enig i de følgende udsagn?



Et flertal af kunderne mener ikke, at der ofte er for stor gåafstand mellem tog og bus (jf. Figur 10). 65 % er uenige eller meget uenige i udsagnet *Der er ofte for stor gåafstand mellem tog og bus*, mens 18 % er enige eller meget enige. Lidt flere - 24 % - er enige eller meget enige i udsagnet *Det kan være svært at finde fra det ene transportmiddel til det andet fx fra toget over til bussen* og 59 % - 8 procentpoint flere end i 2011 - er enige eller meget enige i udsagnet *Jeg bliver afbrudt i mit arbejde eller min ro, når jeg skal skifte mellem to transportmidler*.

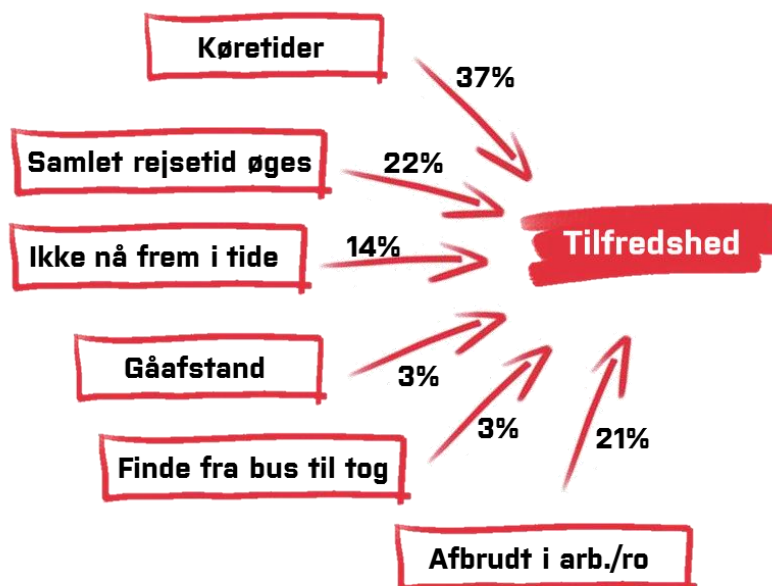
Figur 10 I hvor høj grad er du enig i de følgende udsagn?



Spørgsmålet er blot, hvad Midttrafik og Arriva tog bør satse på for at forbedre den samlede oplevelse af den kollektive trafik blandt kunderne. Én ting er, at mange kunder erklærer sig enige i et forhold, men noget andet er, om dette forhold har betydning for rejseoplevelsen. Dette kan afdækkes ved en såkaldt **driveranalyse**, der er vist i nedenstående Figur 11. Tallene i figurene angiver den relative betydning af et udsagn for kundens samlede tilfredshed med at benytte kollektiv transport, der involverer skift. Jo større procentuel vægt et udsagn har, desto vigtigere er udsagnet for kundernes oplevelser af kollektiv transport, og i særdeleshed kollektiv transport, der involverer skift mellem forskellige transportformer.

Som det fremgår af figuren, har sammenhængen mellem køretiderne for bus og tog størst betydning for kundernes oplevelse af kollektiv transport. Dette er i tråd med DSR-projektets formål om at forbedre sammenhængen mellem bus og tog. To andre forhold, der også er væsentlige for kundernes samlede tilfredshed, er oplevelsen af forlænget rejsetid eller afbrydelser i forbindelse med skift mellem bus og tog. Disse forhold er dog langt mindre vigtige end den manglende overensstemmelse mellem køretiderne for bus og tog. Dette peger på, at Midttrafik og Arriva Tog aktivt kan påvirke kundernes rejsemønstre: En øget integration af køretiderne for bus og tog vil give en stor gevinst i form af øget tilfredshed.

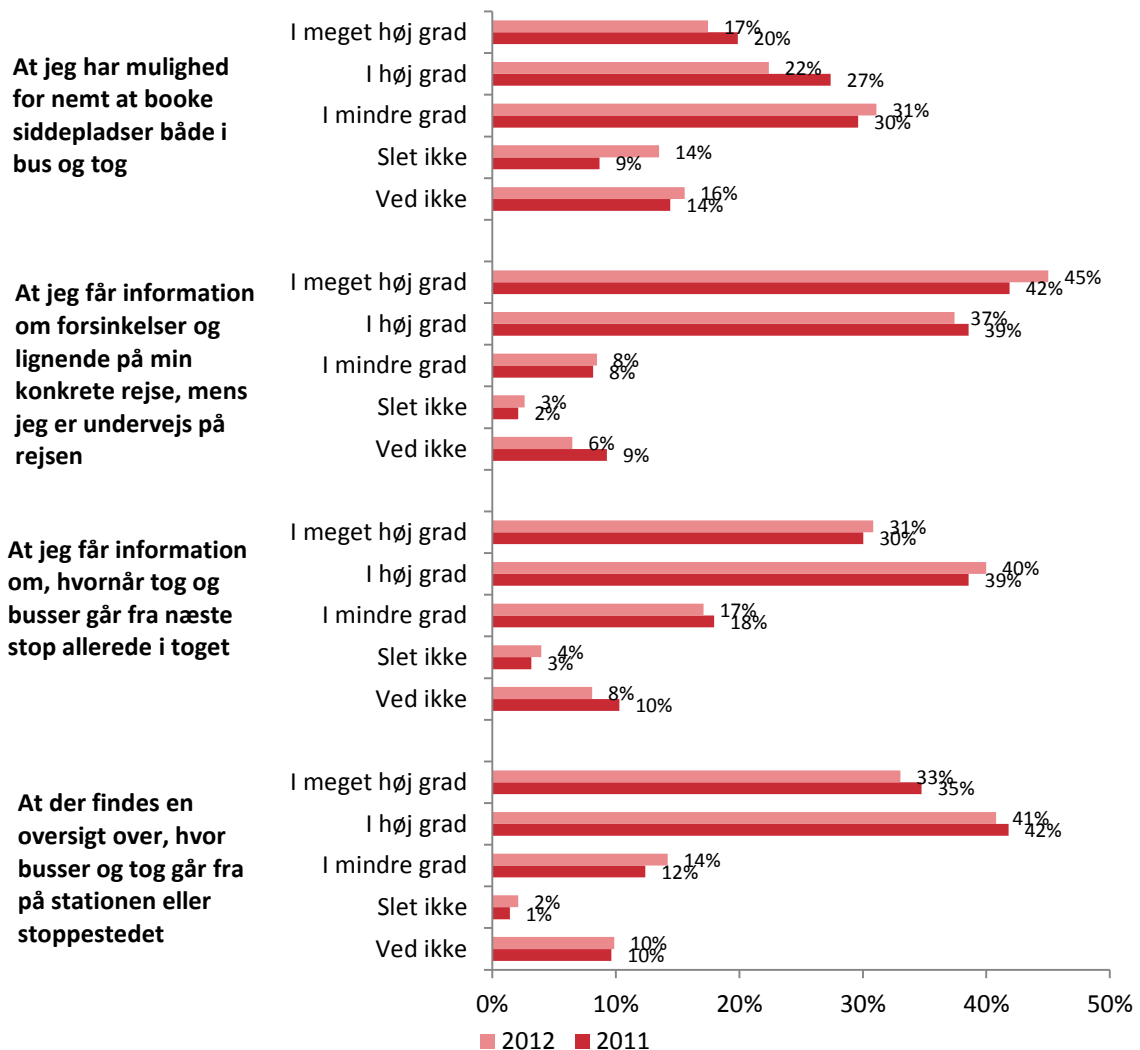
Figur 11. Driveranalyse - Tilfredshed med kollektiv transport der involverer skift



Figur 12 viser kundernes prioritering i forhold til en række initiativer hvor formålet er at give kunderne en mere positiv oplevelse ved skift mellem bus og tog. Her ses det, at information om skiftemuligheder ved næste station samt forsinkelser og lignende under rejsen og en oversigt over, hvor busser og tog går fra på stationen eller stoppestedet prioriteres højt blandt kunderne, mens muligheden for at booke siddepladser i bus og tog og dermed fastholde komforten ikke prioriteres

nær så højt. Andelen, der mener, at muligheden for nemt at booke siddepladser både i bus og tog, i høj grad eller meget høj grad vil give en mere positiv oplevelse ved skift mellem tog og bus på samme rejse, er 8 procentpoint lavere sammenlignet med undersøgelsen i 2011.

Figur 12 I hvor høj grad ville følgende give dig en mere positiv oplevelse, når du skal skifte mellem tog og bus på samme rejse?

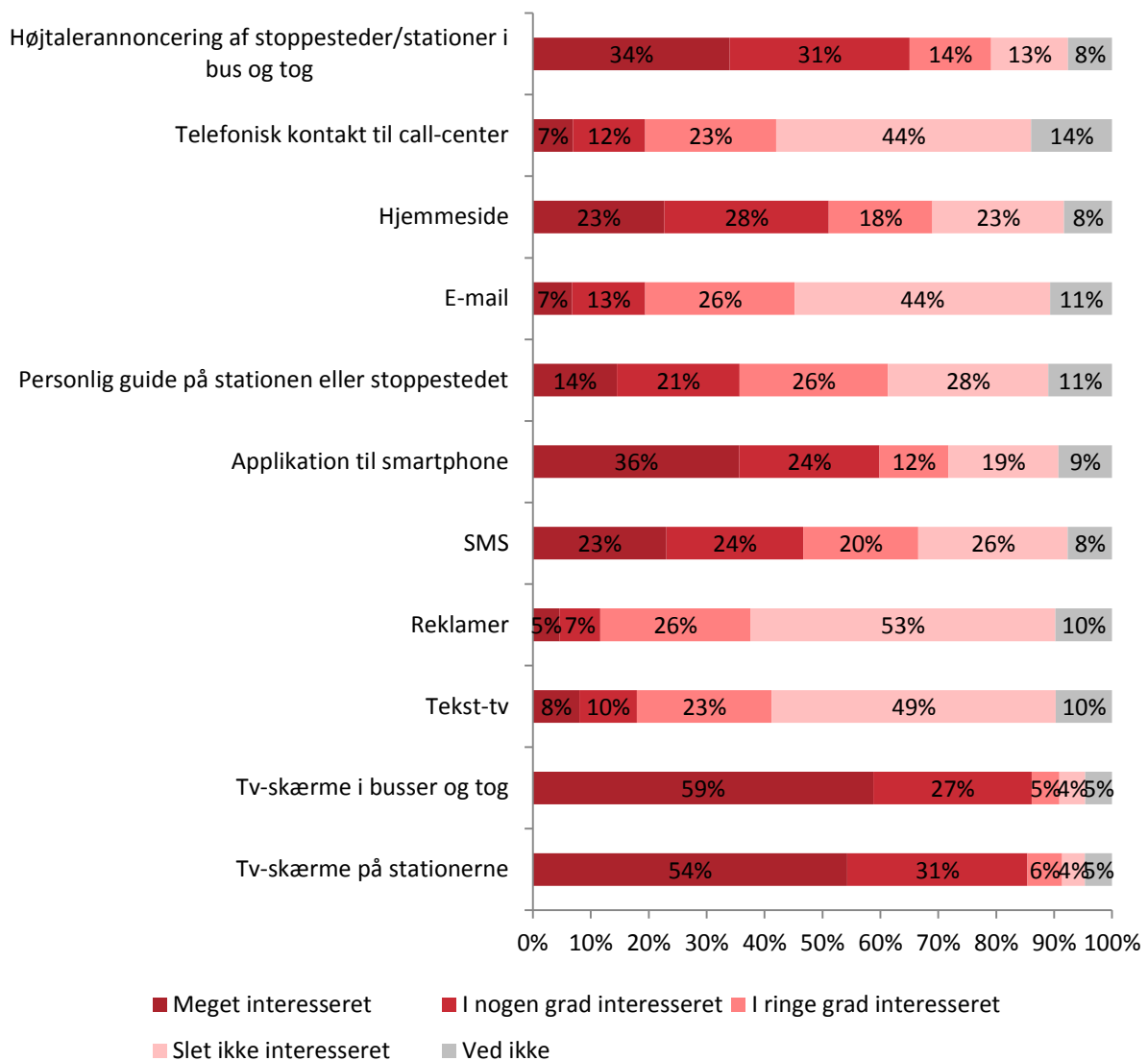


Af Figur 13 fremgår det, at kunderne i højere grad foretrækker at modtage information om skiftet mellem bus og tog (fx gennem tv-skærme og højtalere) fremfor selv at opsøge den (fx ved telefonisk kontakt til call-center eller på tekst-tv). 66 % og 65 % er meget interesseret eller i nogen grad interesseret i henholdsvis at modtage informationen på tv-skærme i busser og tog og på stationerne. Ligeledes er 65 % meget interesseret eller i nogen grad interesseret i at modtage informationen

gennem højtalerannoncering af stoppesteder/stationer. Kunderne er dog ikke særlig interesserede i at modtage reklamer og e-mail med informationen.

Det bemærkes dog, at 60 % af kunderne er meget interesseret eller i nogen grad interesseret i at anvende en applikation til smartphone til at finde information om skiftet mellem bus og tog.

Figur 13 Hvor interesseret ville du i at modtage information om skiftet mellem bus og tog fra disse kilder?

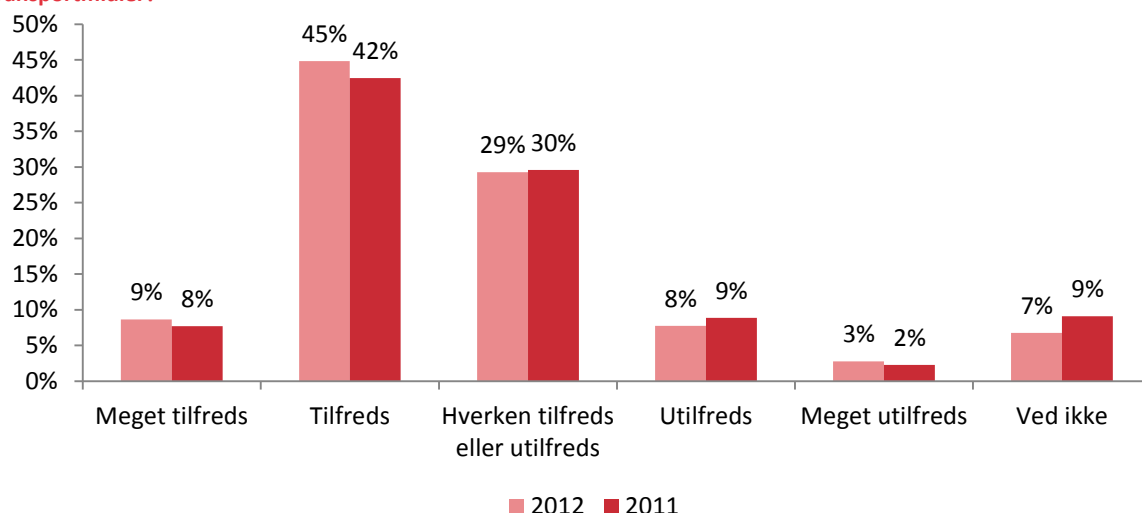


6. Overordnet tilfredshed og valgkriterier

I dette kapitel kortlægges den overordnede tilfredshed blandt kunderne med kombinerede rejser.

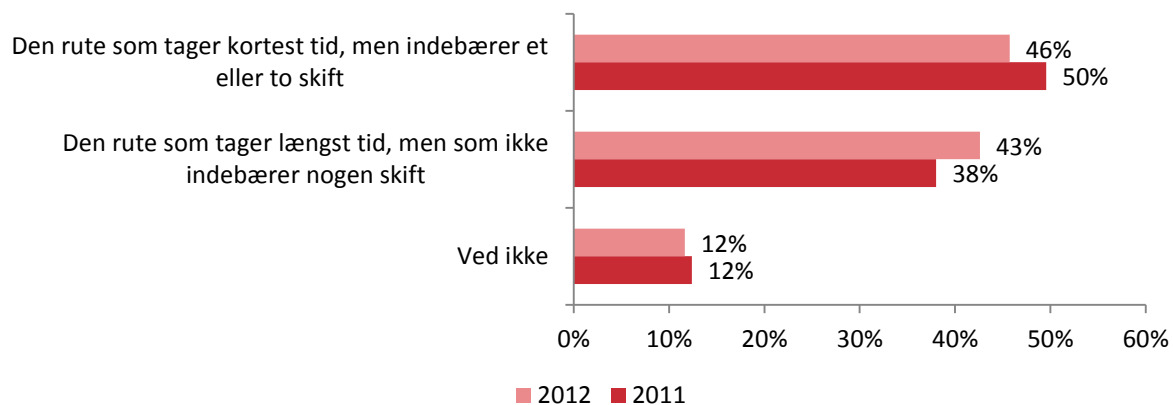
Som det fremgår af Figur 14 er mere end halvdelen af kunderne (54 %) tilfredse eller meget tilfredse med kollektiv transport, der involverer skift mellem to transportmidler. Den samlede andel er således 4 procentpoint større i 2012 sammenlignet med 2011. 29 % svarer hverken tilfreds eller utilfreds og 7 % svarer ved ikke. Dermed er der således 11 %, der er enten utilfredse eller meget utilfredse med muligheden for en sammenhængende rejse.

Figur 14 Hvor tilfreds eller utilfreds er du alt i alt med at rejse med kollektiv transport, når du skal skifte mellem to transportmidler?



Som Figur 15 illustrerer, er kunderne blevet bedt om at prioritere tid versus skift. Prioriteringen er i tråd med rapportens andre resultater og viser, at 46 % af kunderne vil vælge en rute med skift, såfremt denne rute tager kortere tid. 43 % prioriterer dog bekvemmeligheden ved at kunne fortsætte i samme transportmiddel. Sammenlignet med undersøgelsen fra 2011, er der sket en mindre forskydning, hvormed andelen, der prioriterer bekvemmeligheden ved at undgå skift over tid, er vokset en smule.

Figur 15 Forestil dig, at du kan vælge mellem to forskellige ruter med bus og tog. Hvilken af de to følgende muligheder vil du typisk vælge?



EPINIØN

OM OS

Vores kerne er faktabaserede konsulenttydelser. Vi rådgiver typisk på baggrund af input fra organisationens stakeholders – medarbejdere, medlemmer, kunder, samarbejdspartnere osv.

EPINIØN KØBENHAVN

RYESGADE 3F
2200 KØBENHAVN N
DENMARK
T: +45 70 23 14 23
E: TYA@EPINIØN.DK

EPINIØN ÅRHUS

SØNDERGADE 1A
8000 ÅRHUS C
DENMARK
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINIØN.DK

EPINIØN SAIGON

11TH FLOOR, DINH LE BUILDING
1 DINH LE STREET, DISTRICT 4,
HCMC, VIETNAM
T: +84 38 26 89 89
E: OFFICE@EPINIØN.VN

DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE

IKKE-KUNDEUNDERSØGELSE 2012

MIDTTRAFIK & ARRIVA TOG

26. april 2012

EPINION KØBENHAVN

RYESGADE 3F
DK-2200 KØBENHAVN N
TLF. +45 87 30 95 00
TYA@EPINION.DK

EPINION AARHUS

SØNDERGADE 1A
DK-8000 AARHUS C
TLF. +45 87 30 95 00
TV@EPINION.DK

EPINION SAIGON

11TH FLR. DINH LE BUILDING - 1 DINH LE STR.,
DIST. 4, HOCHIMINH CITY, VIETNAM
TLF. +84 90 411 3289
SAIGON@EPINION.VN

INDHOLD

1.	INDLEDNING	3
1.1	Baggrund	3
1.2	Metode	4
1.3	Læsevejledning	4
2.	SAMMENFATNING AF RESULTATER	6
3.	BRUG AF TRANSPORT	8
4.	HOLDNING TIL KOLLEKTIV TRANSPORT GENERELT	10
5.	DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE	13
6.	IKKE-KUNDER VS. KUNDER	21

1. Indledning

1.1 BAGGRUND

Trafikselskaberne Midttrafik og Arriva Tog har indledt et helt unikt samarbejde, hvis sigte er at binde den kollektive trafik i hele Region Midtjylland sammen. Det unikke ved samarbejdet er, at der er tale om fælles fokus på sammenhængen mellem bus og tog med henblik på at højne passagerens rejseoplevelse.

Projektet kaldes den sammenhængende rejse (DSR). Formålet med projektet er kort at skabe en bedre sammenhæng mellem bus og tog for at skabe en rejse for passagerne, der er langt mere gnidningsfri i form af en kortere rejsetid og bedre service. Resultatet af projektet skal munde ud i, at der trækkes flere passagerer over i den kollektive trafik. Det vil være et projekt med stor bevågenhed, da der på nuværende tidspunkt befordres 1,8 millioner passagerer i busserne og 2,25 millioner passagerer i togene mellem Herning og Aarhus.

Udfordringen omkring DSR er, at passagererne på lang sigt skal opleve den kollektive trafik i det midt- og vestjyske som én enhed med én indgang. En enhed, der er sammenhængende på tværs af bybusser, regionalbusser og tog. Dette befordrer et nyt og styrket samarbejde mellem Midttrafik og Arriva Tog, hvis hovedformål er at tage ansvaret for, at passagererne oplever denne målsætning. Målsætningerne for, at dette lykkes, er at skabe bedre information og service under hele rejsen, afkorte ventetiderne, øge pålideligheden, øge trygheden, øge den generelle kundeoplevelse via nye initiativer i og på stationer samt i toget og på bussen. Der er i denne forbindelse etableret en række projekter og iværksat flere initiativer, som bl.a. skal sikre passagerne bedre information, bedre sammenhæng, fælles køreplanlægning og markedsføring mellem Midttrafik og Arriva Tog.

I forbindelse med projektets opstart og videre forløb er der planlagt en række fælles analyser af, hvordan markedet for den kollektive trafik så ud før initiativer og projekter blev igangsat. Målingerne skal afdække de eksisterende passagerers rejsedata, holdninger og forbedringsmuligheder, men målingerne har lige så stort fokus på potentielle kunder, som ikke bruger den kollektive trafik i dag. Der er dertil planlagt løbende analyser undervejs i projektførelsen. Målingerne skal medvirke til at skaffe viden om den nuværende status på projektet samt eventuelle ændringer og justeringer, som det kan være hensigtsmæssigt at implementere.

Centralt i DSR-projektet står tre typer analyser på strækningen mellem Aarhus og Herning, som Epinion gennemfører:

- En passagertælling i Herning bybusser samt på udvalgte stationer på strækningen

- En undersøgelse blandt **kunder**
- En telefonisk undersøgelse blandt **ikke-kunder**

Disse undersøgelser blev gennemført i både 2011 og 2012. Midttrafik og Arriva Tog har derfor en unik mulighed for at følge udviklingen i rejseoplevelser og identificere udviklinger over tid.

1.2 METODE

Spørgeskemaet, der ligger til grund for undersøgelsen, er udarbejdet af Midttrafik og Arriva Tog i samarbejde med Epinion. I forhold til kundeundersøgelsen i 2011 er der foretaget nogle ændringer i spørgeskemaets indhold og i spørgsmålenes svarkategorier. Ændringerne er foretaget på baggrund af diskussioner i de enkelte projektgrupper hos Midttrafik og Arriva Tog. Skemaet afdækker tre overordnede områder: brug af transport, holdninger til at køre med kollektiv transport generelt og den sammenhængende rejse.

Stikprøven i undersøgelsen udgør et repræsentativt udsnit af borgere i områderne Århus, Herning, Silkeborg, Skanderborg og Ikast, som betegnes som værende ikke-kunder, men har et potentiale for at blive det, samt for at øge deres forbrug af tog og bus og den sammenhængende rejse. Den totale stikprøve udgør 1895 respondenter, hvoraf 1010 er identificeret som ikke-kunder og har gennemført spørgeskemaet. Data er efter undersøgelsens gennemførelse vejet på alder, køn og bopæl for at forbedre repræsentativiteten yderligere. Efter vejning udgør andelen af ikke-kunder 944 respondenter. Vejningen er kvalitetssikret, og vægtene ligger mellem 0,49 og 1,76. Dette tyder på en særdeles høj grad af repræsentativitet i undersøgelsen.

Undersøgelsen er gennemført i uge 11 og 12 i 2012 og er foretaget som telefoninterview. Fordelen ved en ren telefonundersøgelse er, at spredningen inden for målgruppen kan styres præcist.

1.3 LÆSEVEJLEDNING

Rapporten er bygget op således:

Kapitel 2 giver en overordnet sammenfatning af resultaterne i undersøgelsen blandt ikke-kunderne. I kapitel 3 afdækkes, hvor ofte og i hvilken forbindelse ikke-kunderne gør brug af bus og tog. I kapitel 4 kortlægges ikke-kundernes generelle holdning til kollektiv transport. Herunder afdækkes ikke-kundernes overordnede tilfredshed med kollektiv transport samt hvilke fordele og ulemper (drivere og barrierer), de forbinder med rejsen med bus og tog. Kapitel 5 omhandler den sammenhængende rejse og belyser ikke-kundernes brug af og tilfredshed med en sammenhængende rejse, hvad der afholder ikke-kunder fra at kombinere bus og tog, hvad der kan tilskynde dem til det at gøre det, hvorledes ikke-kunderne ønsker at modtage information om skiftet mellem bus og tog, samt

hvorledes de planlægger en rejse med kollektiv transport. Endeligt, i kapitel 6, tegnes der en profil af ikke-kunder. Dette gøres ved at sammenligne målgruppens alder, køn og geografi med kundegruppens sammensætning.

2. Sammenfatning af resultater

Ikke-kundeundersøgelsen viser, at knap halvdelen af ikke-kunderne benytter sig af kollektiv transport sjældnere end 1-2 dage inden for 1 år. Når ikke-kunderne bevæger sig ud på en rejse med bus eller tog, er det primært i forbindelse med korte eller længere fritidsture.

Generelt er ikke-kundernes opfattelse af kollektiv transport dog overvejende positiv og 65 % er tilfreds eller meget tilfreds med at rejse med kollektiv transport. Der er således et væsentligt kunde-potentiale blandt ikke-kundegruppen, såfremt Midttrafik og Arriva Tog kan forvandle holdning til handling.

Ikke-kunderne ser bus og tog som afslappende og effektive transportformer, der er forbundet med et privilegium i at kunne koble af eller læse og arbejde på vejen. For 42 % af ikke-kunderne er anskaffelsen af en bil udslagsgivende for, at de ikke bruger tog eller bus. Dette tyder på, at der for ikke-kunderne er en væsentlig mental barriere, der skal overvindes, før de vælger kollektiv transport. Andre væsentlige grunde er, at det er for dyrt, at det forlænger rejsen, og at det giver en mindre grad af frihed i forhold til bilen.

Med hensyn til den sammenhængende rejse viser undersøgelsen, at 65 % af ikke-kunderne aldrig kombinerer bus og tog. Især forøgelse af den samlede rejsetid, mismatch mellem køretiderne for bus og tog og beliggenheden af togets eller bussens stoppesteder anses som blandt de væsentligste årsager til, at de ikke benytter sig af skift mellem bus og tog eller omvendt.

Til trods for, at ikke-kunderne oplever flere barrierer for anvendelse af en sammenhængende rejse, er 44 % tilfredse eller meget tilfredse med kollektiv transport, der involverer skift mellem to transportmidler, mens 10 % er utilfredse eller meget utilfredse. Når ikke-kunderne spørges ind til, hvad der kunne give dem mere lyst til at benytte sig af kollektiv transport og bevæge sig ud på en sammenhængende rejse, viser det sig, at de ønsker mulighed for at købe en billet, der gælder både til tog og bus, samt mere information om skiftemuligheder ved næste station, forsinkelser og lignende under rejsen. Informationen vil de helst modtage på tv-skærme i busser og tog og på stationerne, gennem højtalerannoncering af stoppesteder/stationer i bus og tog og på internettet.

Planlægningen af rejsen foregår for en stor del af ikke-kunderne på internettet. Især Rejseplanen.dk har vundet stor udbredelse og flere ikke-kunderne køber ligeledes billetten på internettet. Billetten købes dog stadig primært på stationen, hvilket muligvis hænger sammen med, at en stor del af ikke-kunderne har svært ved at gennemskue zoneinddeling og billetteringen. Andelen, der svarer ved ikke til de 7 fremsatte udsagn i undersøgelsen udgør mellem 25 % og 56 %.

Endeligt giver undersøgelsen en karakteristik af ikke-kundernes profil sammenlignet med kundernes. Kunderne udgør 47 % af stikprøven, mens de resterende 53 % er ikke-kunder. Andelen af kvinder er størst blandt kunderne, ligesom kunderne er yngre end ikke-kunder og primært bosat i Aarhus. Dette understreger udfordringen i at fastholde unge kunder efter gennemført uddannelse.

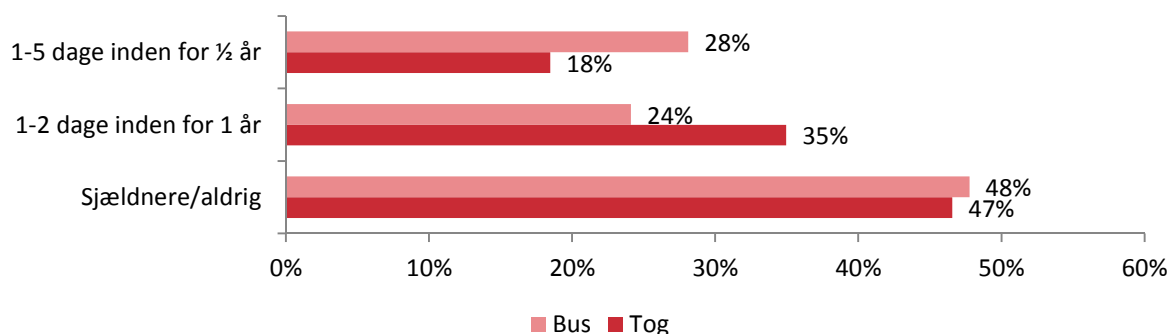
3. Brug af transport

Nærværende kapitel afdækker, hvor ofte og i hvilken forbindelse ikke-kunderne gør brug af bus og tog.

Figur 1 illustrerer, hvor ofte ikke kunderne kører med tog og bus. Spørgsmålene er dels medtaget med henblik på at kortlægge ikke-kundernes anvendelse af kollektiv transport, og dels medtaget som screeningsspørgsmål med henblik på at identificere såkaldte ikke-kunder. Nærværende rapport resultater tager dermed primært udgangspunkt i besvarelserne fra respondenter, der kører med tog og bus 1-5 dage inden for et halvt år eller sjældnere. Resultater for den samlede respondentgruppe anvendes udelukkende i sidste del af rapporten, hvor evt. demografiske forskelle mellem kunder og ikke-kunder afdækkes.

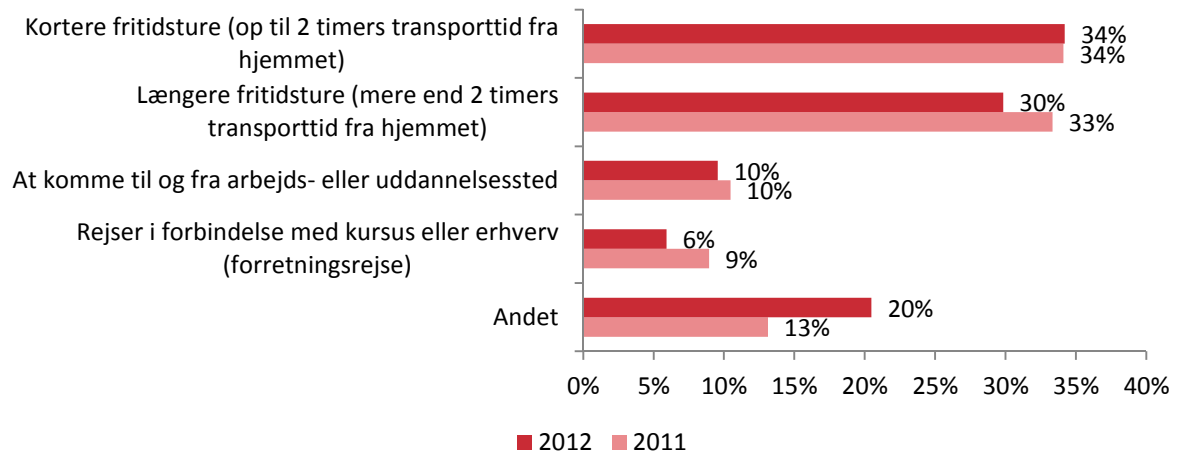
Som det fremgår af Figur 1, anvender knap halvdelen af ikke-kunderne tog (47 %) og bus (48 %) sjældnere end 1-2 dage inden for 1 år. Ikke-kunderne, der benytter sig af de kollektive transportformer oftere end dette, kører i højere grad med bus end med tog. 28 % kører således med bus 1-5 dage inden for halvandet år, men samme andel udgør 18 %, når ikke-kunderne skal kortlægge deres brug af tog.

Figur 1 Hvor ofte kører du tog/bus?



Når ikke-kunderne rejser med kollektiv transport, er der oftest tale om fritidsture, kortere som længere (jf. Figur 2). 34 % anvender bus eller tog i forbindelse med en kortere fritidstur (op til 2 timers transporttid fra hjemmet), mens andelen udgør 30 %, når der er tale om længere fritidsture (mere end 2 timers transporttid fra hjemmet). En væsentlig mindre andel bruger kollektiv transport som transportmiddel til og fra arbejds- eller uddannelsessted eller i forbindelse med kursus eller erhverv. Disse andele udgør henholdsvis 10 % og 6 %. Som det fremgår af figuren, er der ikke stor forskel på ikke-kundernes rejseformål mellem de to ikke-kundeundersøgelser fra henholdsvis 2011 og 2012, om end andet-kategorien er steget med 7 procentpoint.

Figur 2 Hvad bruger du tog og bus til?

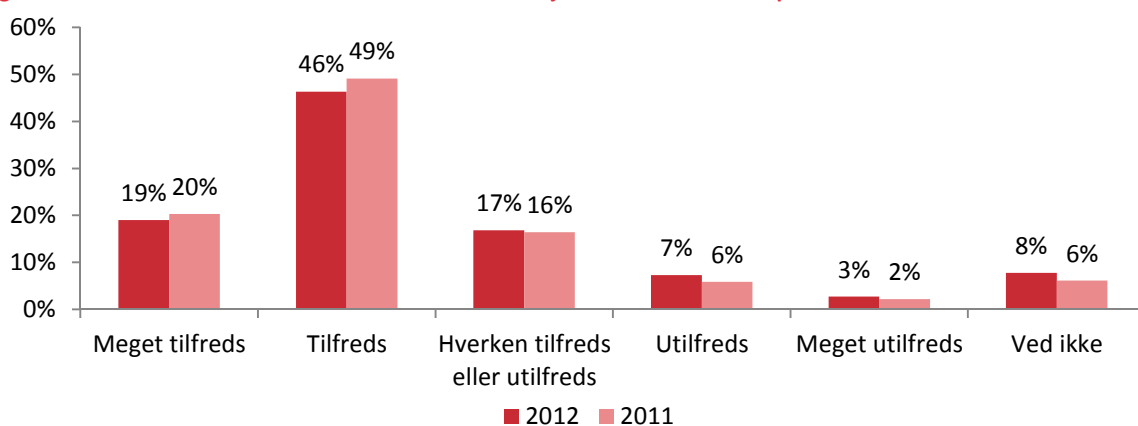


4. Holdning til kollektiv transport generelt

Nærværende kapitel kortlægger ikke-kundernes generelle holdning til kollektiv transport. Herunder afdækkes ikke-kundernes tilfredshed med kollektiv transport samt hvilke fordele og ulemper, de forbinder med rejsen med bus eller tog.

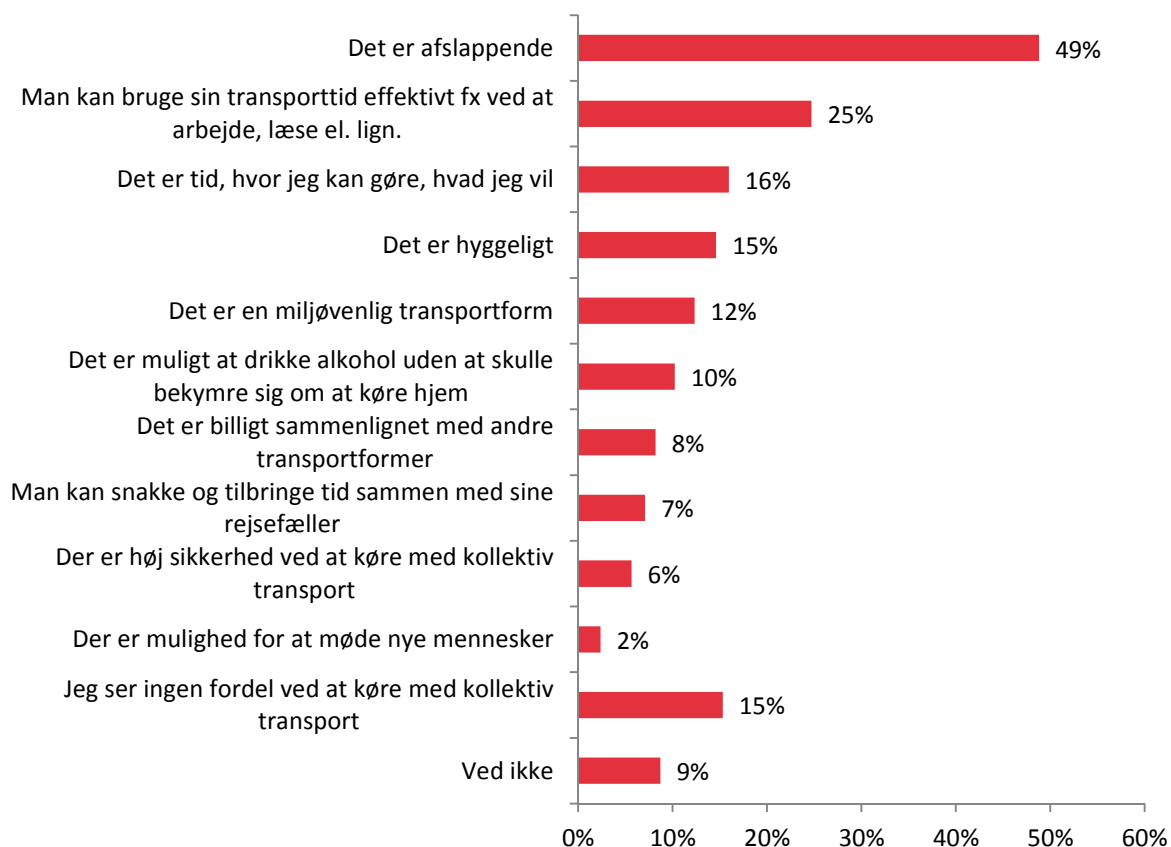
Ikke-kundernes tilfredshed med at rejse med kollektiv transport er illustreret i Figur 3. Som det fremgår af figuren er 19 % meget tilfredse og 46 % er tilfredse. Der er således et væsentligt kunde-potentiale blandt ikke-kundegruppen, såfremt Midttrafik og Arriva Tog kan forvandle holdning til handling. Sammenlignes der med 2011 er der sket et lille fald i andelen af tilfredse kunder. Tilfredsheden er dog fortsat høj blandt ikke-kunderne.

Figur 3 Hvor tilfreds eller utilfreds er du alt i alt med at rejse med kollektiv transport?



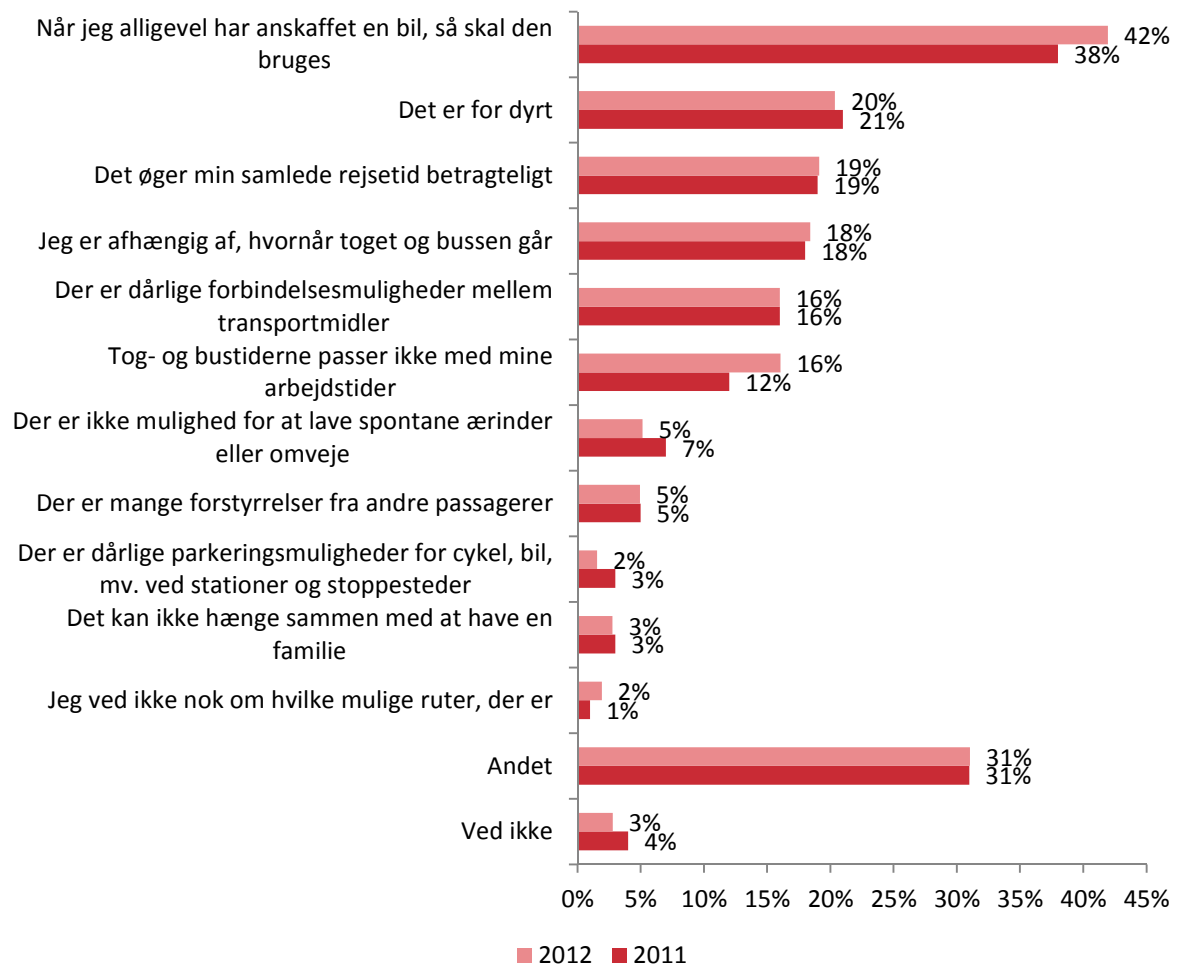
Som det fremgår af Figur 4 er det især muligheden for at slappe af (49 %) og bruge tiden effektivt (25 %), som ikke-kunderne ser som de største fordele ved at køre med tog og bus, og i mindre grad muligheden for at møde nye mennesker (2 %), tilbringe tid med sine rejsefæller (7 %) og den øgede sikkerhed (6 %). 15 % ser ingen fordele ved at køre med kollektiv transport.

Figur 4 Hvad ser du som de største fordele ved at køre med tog og bus? Nævn de tre vigtigste.



Som det fremgår af Figur 5, er anskaffelsen af en bil udslagsgivende for, at ikke-kunderne ikke bruger tog eller bus. 42 % af ikke-kunderne angiver dette blandt de væsentligste årsager til, at de ikke kører mere med tog og bus. Oplevelsen af, at kollektiv transport er dyrt, tidskrævende og besværligt i forhold til spontane rejser er ligeledes blandt de væsentlige årsager, mens praktiske detaljer, såsom kendskab til ruter, parkeringsfaciliteter mv. ikke lader til at udgøre større barrierer.

Figur 5 Der kan være flere årsager til, at man ikke benytter kollektiv trafik særligt ofte. Hvad er de største grunde til, at du ikke kører mere med bus og tog, end du gør i dag?

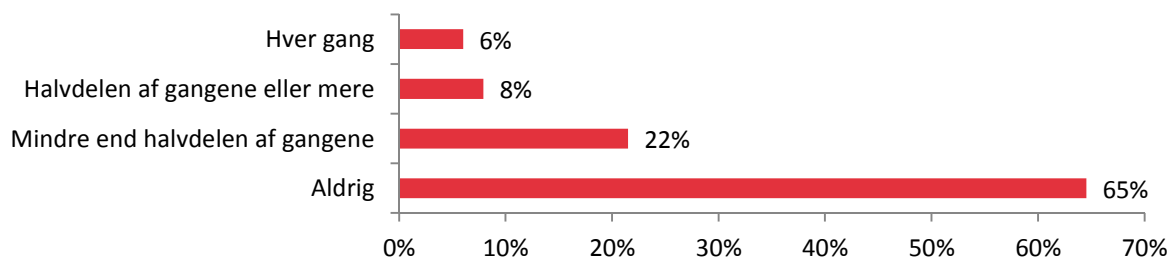


5. Den sammenhængende rejse

Nærværende kapitel omhandler den sammenhængende rejse og belyser ikke-kundernes brug af og tilfredshed med en sammenhængende rejse, hvad der afholder ikke-kunder fra at kombinere bus og tog, hvad der kan tilskynde dem til det at gøre det, hvorledes ikke-kunderne ønsker at modtage information om skiftet mellem bus og tog, samt hvorledes de planlægger en rejse med kollektiv transport.

Som Figur 6 illustrerer, benytter ikke-kunderne sig sjældent af muligheden for at kombinere tog og bus, når de kører med kollektiv transport. 6 % benytter sig af skift hver gang de kører med bus eller tog, mens 8 % svarer halvdelen af gangene eller mere. 65 % benytter sig aldrig af skift mellem bus og tog.

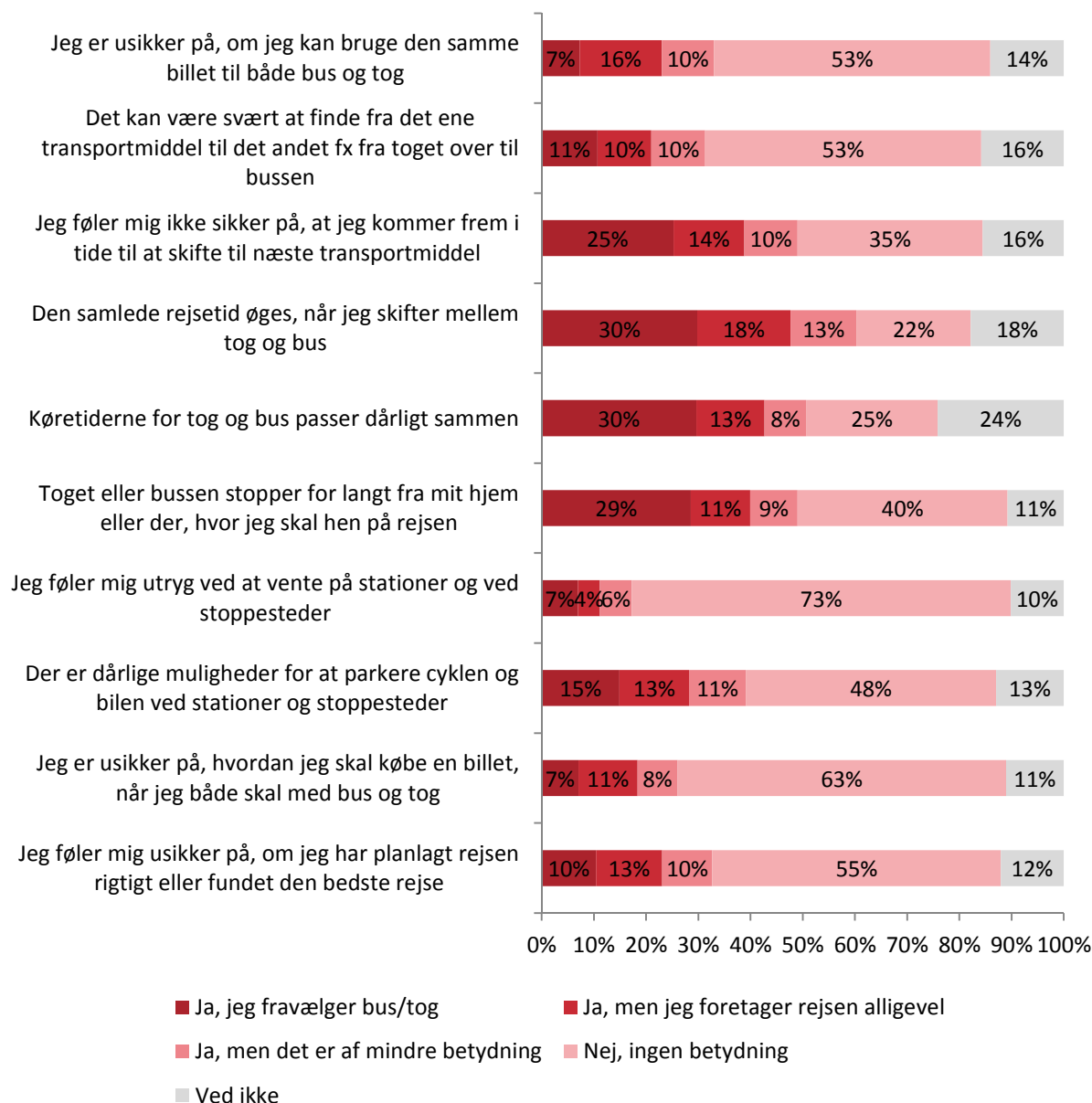
Figur 6 Hvor ofte kører du med bus og tog på samme rejse?



Som det fremgår af Figur 7 er det i høj grad tidsmæssige årsager, der udgør den væsentligste hæmsko for tilvalg af kollektiv transport og den sammenhængende rejse. For 48 % af ikke-kunderne er en forøgelse af den samlede rejsetid blandt de væsentligste årsager til, at de ikke benytter sig af skift mellem bus og tog eller omvendt. 43 % opfatter endvidere et mismatch mellem køretiderne for bus og tog som en barriere, ligesom beliggenheden af togets eller bussens stoppesteder i høj eller meget høj grad influerer valget af transportform for 40 % af ikke-kunderne.

Modsat svarer blot 11 %, at de i høj eller megen høj grad føler sig utrygge ved at vente på stationer og ved stoppesteder; 73 % svarer derimod, at det ingen betydning har for deres valg. Ikke-kunder synes heller ikke at have bekymringer om billetkøb i forbindelse med en sammenhængende rejse (18 % svarer i høj eller megen høj grad) eller lokalisering af næste transportmiddel ved skift (21 % svarer i høj eller megen høj grad).

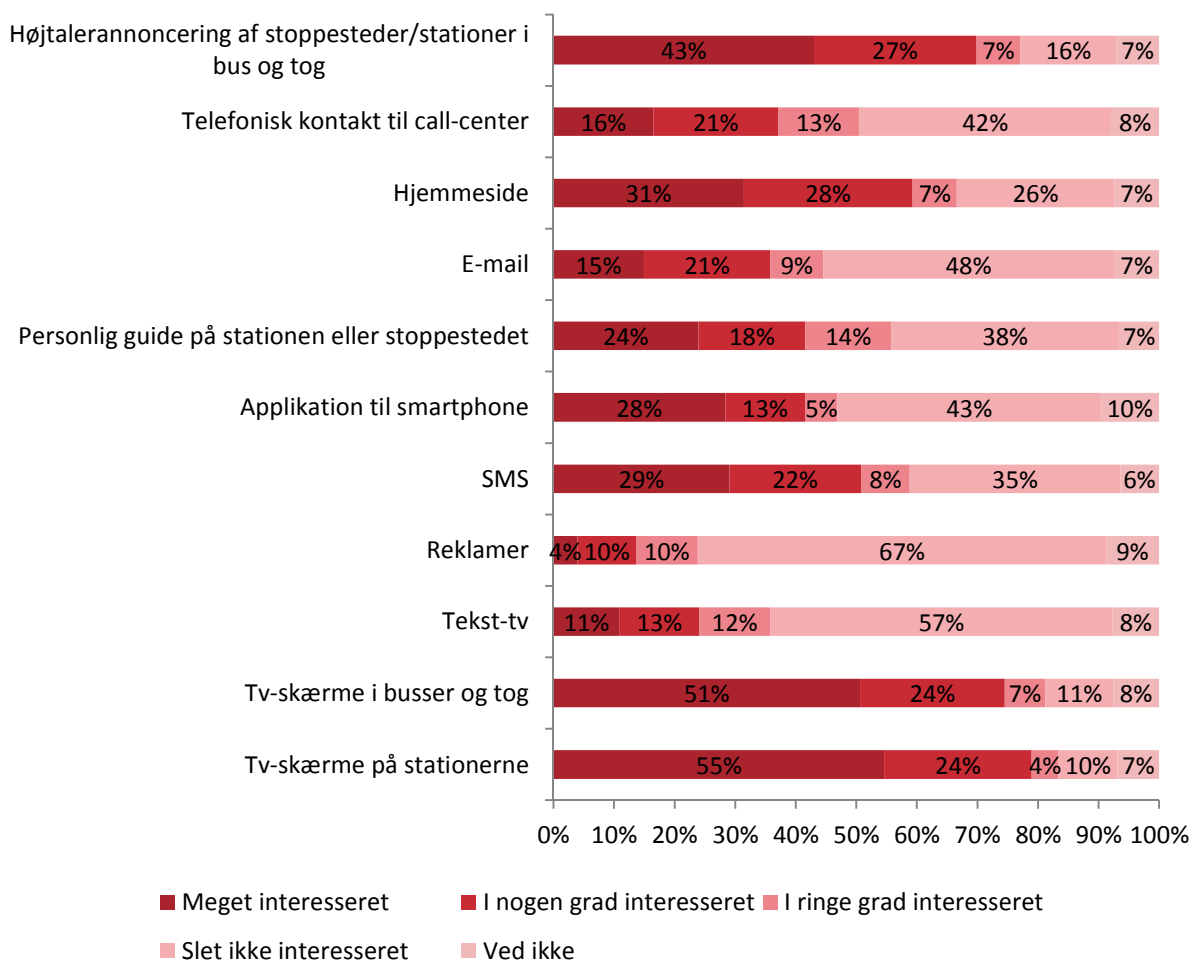
Figur 7 | Forestil dig, at du er i en situation, hvor du skal ud på en rejse. Du har mulighed for at tage en rejse, hvor du bruger både bus og tog. Dvs. hvor du skifter fra bus til tog eller omvendt. Har nedenstående betydning for, om du vælger at tage toget og bussen?



Af Figur 8 fremgår det, at ikke-kunderne foretrækker at modtage information om skiftet mellem bus og tog gennem tv-skærme og højtalere og på internettet. 75 % og 79 % er meget interesseret eller i nogen grad interesseret i henholdsvis at modtage informationen på tv-skærme i busser og tog og på stationerne. Ligeledes er 70 % meget interesseret eller i nogen grad interesseret i at modtage informationen gennem højtalerannoncering af stoppesteder/stationer i bus og tog. Omvendt er ikke-

kunderne ikke særlig interesserede i at modtage reklamer med informationen (14 % er meget interesseret eller i nogen grad interesseret) eller selv at finde informationen på tekst-tv (24 % er meget interesseret eller i nogen grad interesseret).

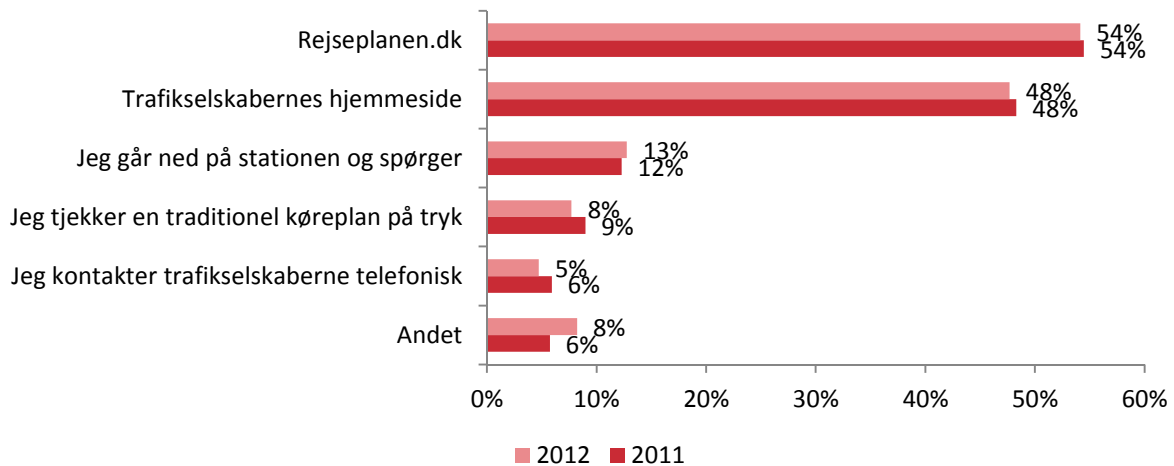
Figur 8 Forestil dig igen, at du skulle ud på en rejse, hvor du har mulighed for at rejse med både bus og tog. Hvor interesseret ville du i at modtage information om skiftet mellem bus og tog fra disse kilder?



Når ikke-kunderne søger information om muligheder for at tage kollektiv transport i forbindelse med en rejse, anvender de typisk hjemmesiden www.rejseplanen.dk. Som det fremgår af Figur 9, anvender mere end halvdelen (54 %) hjemmesiden som informationskilde, mens 48 % benytter trafikselskabernes hjemmeside; 8 % foretrækker personlig betjening og går ned på stationen og spørger; og 13 % tjekker en traditionel køreplan på tryk. Som det også fremgår af figuren, ligner årets resultater på dette område i høj grad resultaterne fra undersøgelsen, der blev gennemført sidste år. Den udbredte brug af Rejseplanen vidner om, at efterspørgslen efter en samlet indgang til

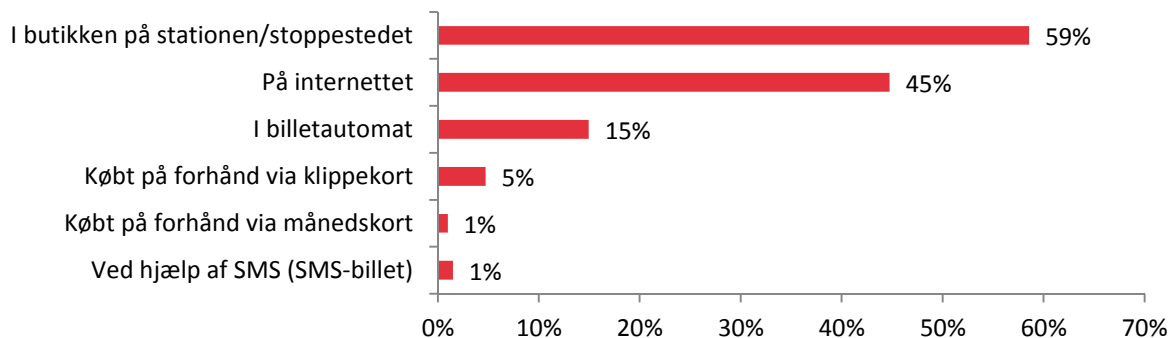
kollektiv trafik er stor. Ved at imødekomme denne efterspørgsel kan der tiltrækkes flere kunder til den kollektive trafik.

Figur 9 Hvor søger du typisk information om muligheder for at tage kollektiv transport, når du skal ud på en rejse?



En stor andel af ikke-kunderne anvender ligeledes internettet, når de skal købe billetter til en sammenhængende rejse med bus og tog (Figur 10). 3 ud af 5 vælger dog, at købe billetten i butikken på stationen eller ved stoppestedet.

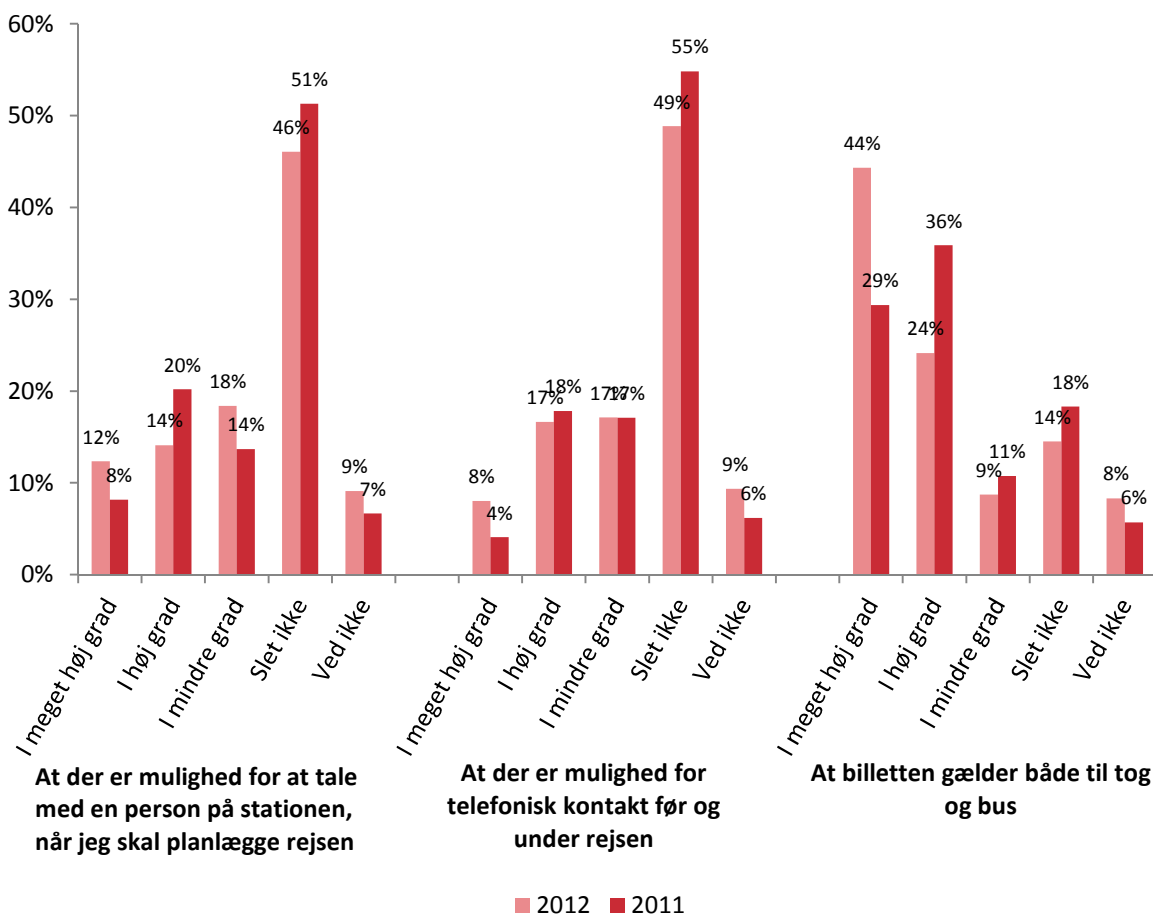
Figur 10 Hvor køber du typisk din billet til en rejse, hvor du både skal køre med bus og tog?



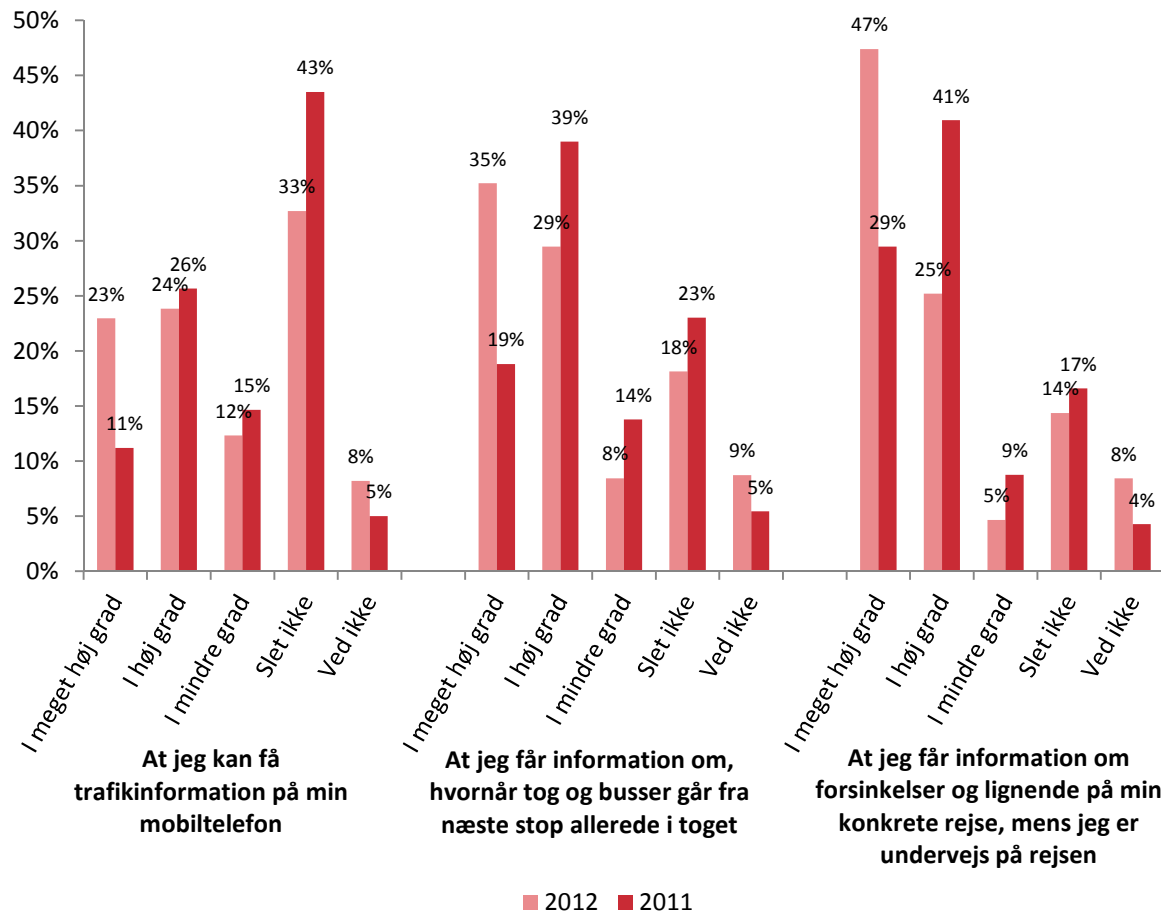
Figur 11 og Figur 12 viser ikke-kundernes prioritering i forhold til en række initiativer med formålet at øge lysten til at bevæge sig ud på en sammenhængende rejse. Her ses det, at information om skiftemuligheder ved næste station, forsinkelser og lignende under rejsen samt muligheden for at købe en billet, der gælder både til tog og bus, prioriteres højt blandt ikke-kunderne. Omvendt prioriteres muligheden for at tale med en person på stationen og for at opnå telefonisk kontakt før og under rejsen ikke nær så højt.

Sammenlignet med undersøgelsen fra 2011, prioriteres information om skiftemuligheder ved næste station, forsinkelser og lignende under rejsen samt muligheden for at få trafikinformation på mobiltelefonen og for at købe en billet, der gælder både til tog og bus, højere i dette års undersøgelse.

Figur 11 I hvor høj grad ville følgende give dig mere lyst til at bruge kollektiv transport, selvom du skal skifte mellem tog og bus på rejsen?



Figur 12 I hvor høj grad ville følgende give dig mere lyst til at bruge kollektiv transport, selvom du skal skifte mellem tog og bus på rejsen?



I Figur 13 belyses ikke-kundernes viden omkring billettyper og deres anvendelse. Ikke-kunderne er blevet bedt vurdere, hvorvidt 7 udsagn er sande eller falske. De korrekte svar er markeret i figuren med en rød firkant.

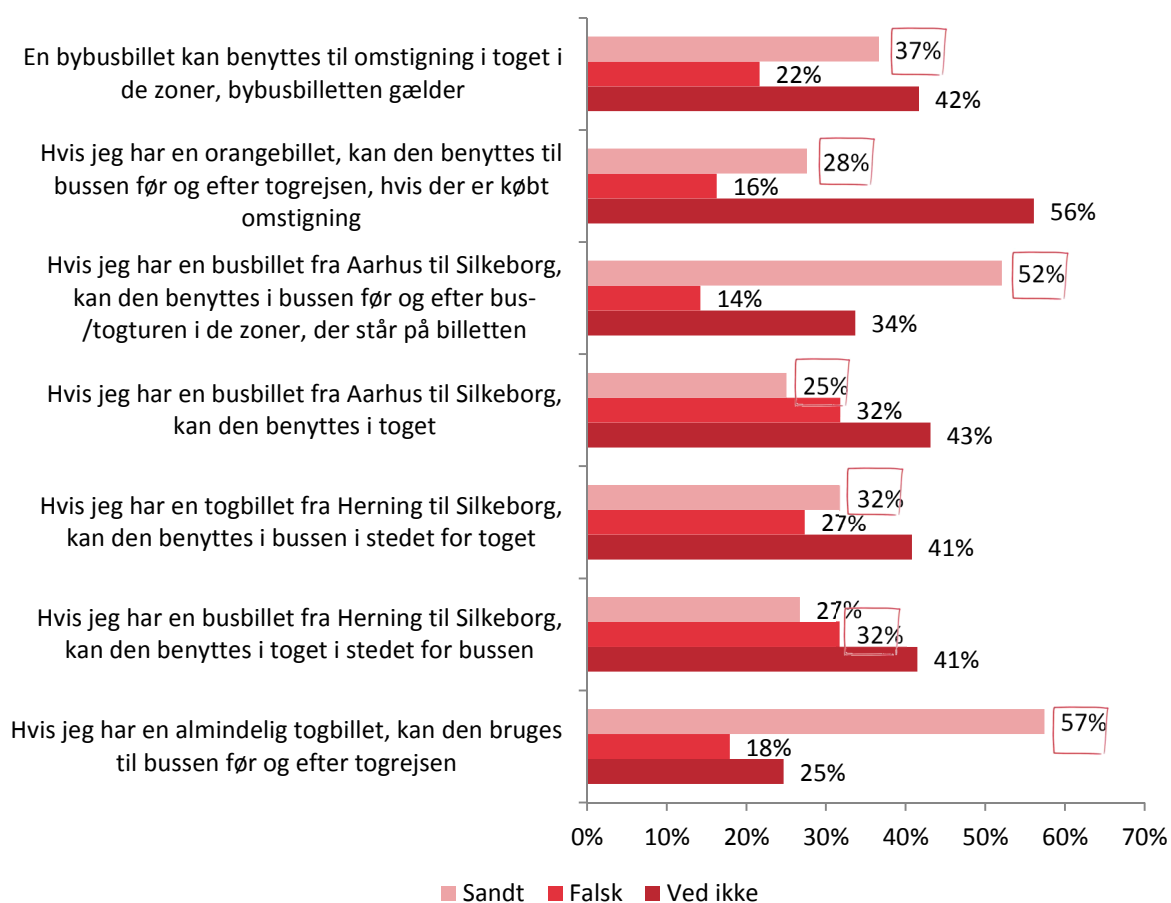
Som det fremgår, har flest ikke-kunder svaret korrekt på spørgsmålene, der går på hvorvidt en almindelig togbillet kan den bruges til bussen før og efter togrejsen og hvorvidt en busbillet fra Aarhus til Silkeborg kan anvendes før og efter bus-/togturen. Henholdsvis 57 % og 52 % har svaret sandt til de to udsagn, hvilket er korrekt.

Ikke-kunderne kommer dog i højere grad til kort, når de skal svare på, om udsagnet *Hvis jeg har en busbillet fra Aarhus til Silkeborg, kan den benyttes i toget* er sandt eller falsk. Her svarer 25 %, at det er sandt, 32 % svarer, at det er falsk og 43 % svarer ved ikke. Udsagnet er sandt, men knap en tredjedel svarer falsk.

Når kunder skal tage stilling til, hvorvidt en busbillet fra Herning til Silkeborg kan anvendes i toget, svarer 27 % sandt, 32 % falsk og 41 % ved ikke. Da udsagnet er falsk, er der således mere end en fjerdedel af kunderne, der svarer forkert.

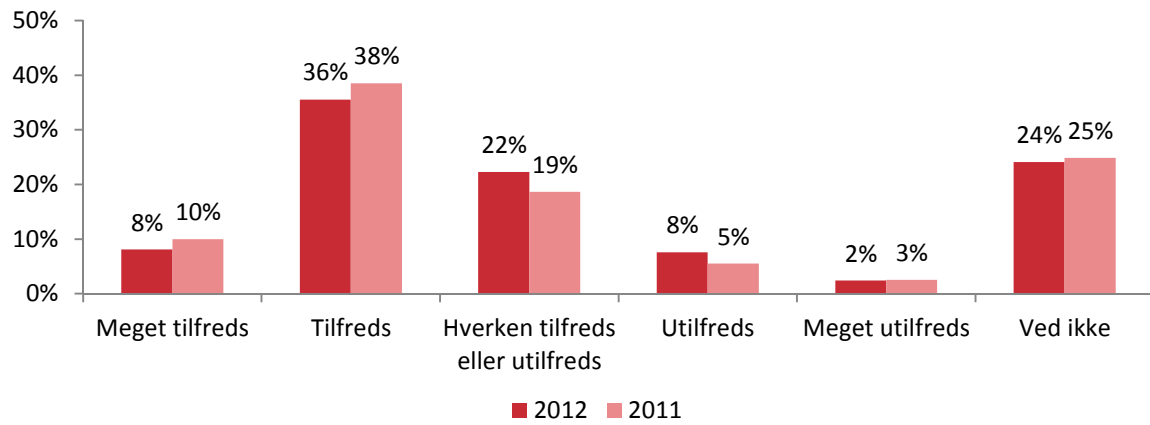
Overordnet gælder det for alle 7 punkter, at en stor del af ikke-kunderne er i tvivl om, hvorvidt udsagnene er sande eller falske og som følge heraf svarer ved ikke.

Figur 13 Vi vil nu præsentere dig for en række udsagn om forskellige billettyper. For hvert udsagn vil vi gerne høre dig, om du tror udsagnet er sandt eller falsk. Husk, at du har mulighed for at svare "Ved ikke".



Nærværende kapitel afsluttes med Figur 14, som viser ikke-kundernes generelle tilfredshed med kollektiv transport, der involverer skift mellem to transportmidler. Diagrammet viser, at 44 % af ikke-kunderne er tilfredse eller meget tilfredse, men 10 % er utilfredse eller meget utilfredse. Som det også fremgår af diagrammet, er der heller ikke her sket nogen opsigtsvækkende udvikling siden sidste års måling.

Figur 14 Hvor tilfreds eller utilfreds er du alt i alt med at rejse med kollektiv transport, når du skal skifte mellem to transportmidler?

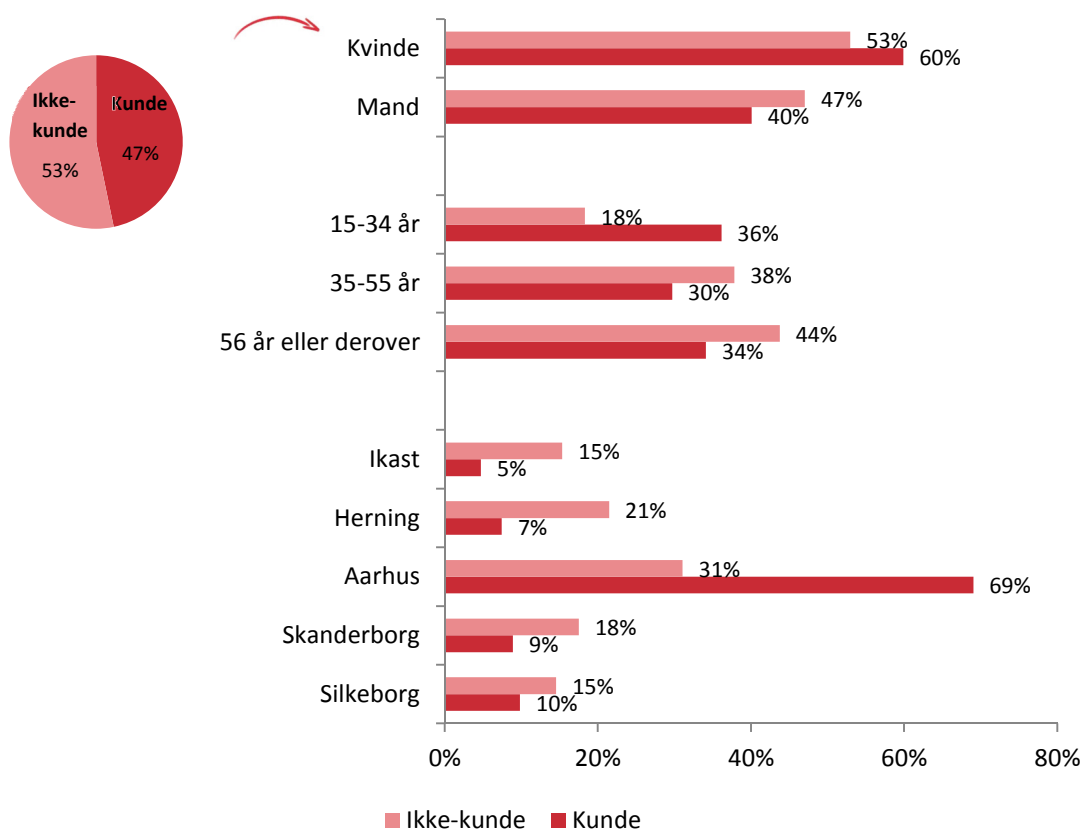


6. Ikke-kunder vs. kunder

Rapporten har indtil nu udelukkende fokuseret på besvarelserne fra de respondenter i de fem udvalgte byer, som betegnes som værende ikke-kunder, men har et potentiale for at blive det. Dette kapitel fokuserer på demografiske forskelle og ligheder blandt de respondenter, der er identificerede som ikke-kunder og respondenter, som er identificeret som kunder og frascreenet i løbet af telefoninterviewet.

Som Figur 15 viser udgør andelen af kunder 47 % af stikprøven og andelen af ikke-kunder 53 %. Andelen af kvinder er størst blandt kunderne, ligesom kunderne er yngre end ikke-kunder og primært bosat i Aarhus. Dette understreger udfordringen i at fastholde unge kunder efter gennemført uddannelse.

Figur 15 Opdelingen mellem kunder og ikke-kunder og profilering heraf



EPINION

OM OS

Vores kerne er faktabaserede konsulenttydelser. Vi rådgiver typisk på baggrund af input fra organisationens stakeholders – medarbejdere, medlemmer, kunder, samarbejdspartnere osv.

EPINION KØBENHAVN

RYESGADE 3F
2200 KØBENHAVN N
DENMARK
T: +45 70 23 14 23
E: TYA@EPINION.DK

EPINION ÅRHUS

SØNDERGADE 1A
8000 ÅRHUS C
DENMARK
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINION.DK

EPINION SAIGON

11TH FLOOR, DINH LE BUILDING
1 DINH LE STREET, DISTRICT 4,
HCMC, VIETNAM
T: +84 38 26 89 89
E: OFFICE@EPINION.VN

DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE

REJSEVANEUNDERSØGELSE 2012



INDHOLD

- BAGGRUND
- HOVEDKONKLUSIONER
- PRIORITERING AF STRÆKNINGER
- KUNDERNES BRUG AF BUS OG TOG
- SKIFTESITUATIONEN
- PROFIL AF KUNDERNE



Baggrund for DSR-projektet

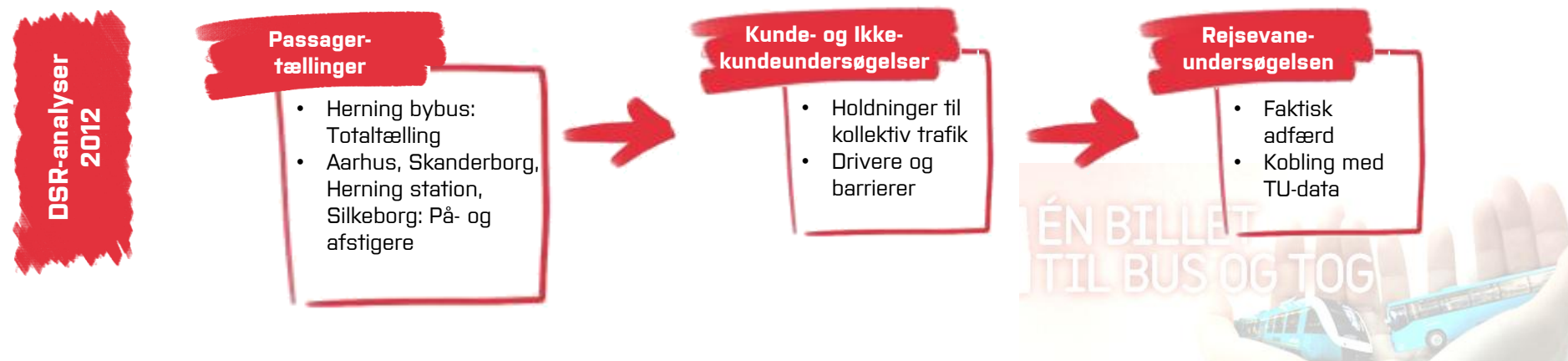
Overordnet

En sammenhængende rejseoplevelse skal tiltrække flere passagerer

- Midttrafik og Arriva Tog har et fælles fokus på at højne rejseoplevelsen og skabe bedre sammenhæng mellem bus og tog i Midt- og Vestjylland
- Målet er at tiltrække flere passagerer til den kollektive trafik
- En effektiv strategi kræver viden om både nuværende kunder og potentielle kunder

DSR-analyserne i 2012

- **Indtil nu:** Passagertællinger og kunde-/ikke-kundeundersøgelser
- **Sidste trin:** Hvordan ser kundernes rejsemønstre ud? Behov for ny viden



Om Rejsevaneundersøgelsen 2012

Rejsevaneundersøgelse - Midtjylland

- Dataindsamling på "mellemgange" mellem bus og tog med henblik på at afdække:
 - *Hvem er kunderne?*
 - *Hvordan er deres rejsemønstre?*
- Papirspørgeskemaer uddelt i:
 - Skanderborg
 - Silkeborg
 - Herning
- Knap 1.200 respondenter
- Stratificeret efter:
 - Station
 - Tidsbånd

Kobling med Transportvaneundersøgelsen

- Detaljeret data om danskernes transportvaner – 365 dage om året
- Kriterium: Bopæl i Mixtur-kommune:
 - Aarhus, Skanderborg, Silkeborg, Ikast-Brande og Herning – Knap 19.500 "ture"
- Data fra 2009-2011
- TU-dataindsamlingen varetages nu af Epinion.



- Prioritering af strækninger** Udnyt vækstmuligheder på strækningen **Aarhus-Skanderborg**.
Fasthold styrkepositionen mellem **Aarhus og Silkeborg**
Observér udviklingen for **Ikast-Brande-Herning** – nye vækstmuligheder?
- Skiftesituationen** Vigtigt at forbedre skiftesituationen: Hver tredje kunde foretager skift
En samlet billet ville gøre rejsen nemmere. Infoskærme og kortere ventetid også vigtige
- Profil af kunderne** Yngre kvinder, mange singler, men også børnefamilier. Ingen bil
Indkomsten er lidt lavere end ikke-kunderne
Kollektiv transport bruges især til og fra uddannelse/arbejde
Kunderne rejser på samme tidspunkt som ikke-kunderne



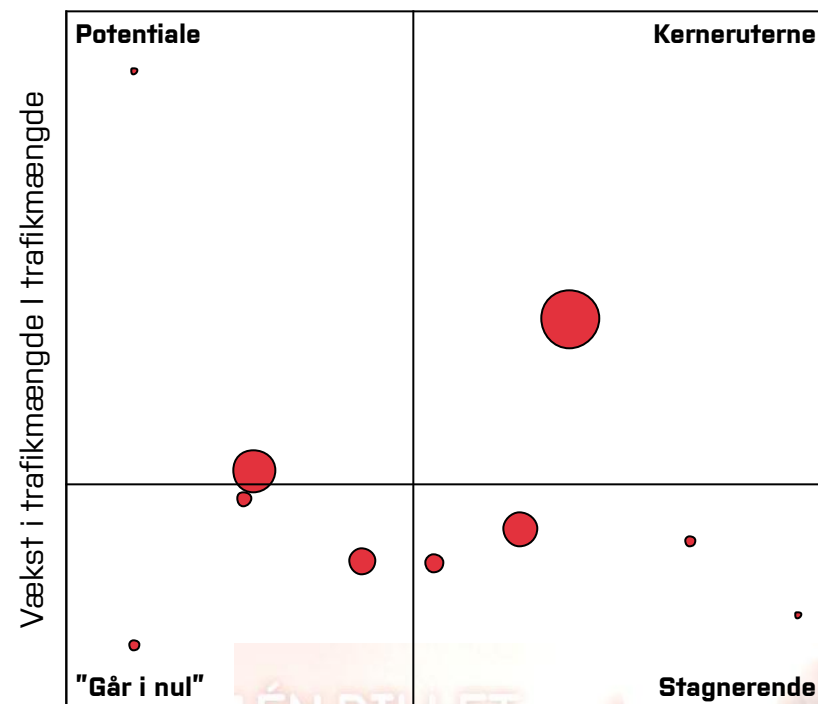
Prioritering af strækninger



Strategimatrix for kollektiv trafik på Mixtur-strækningen

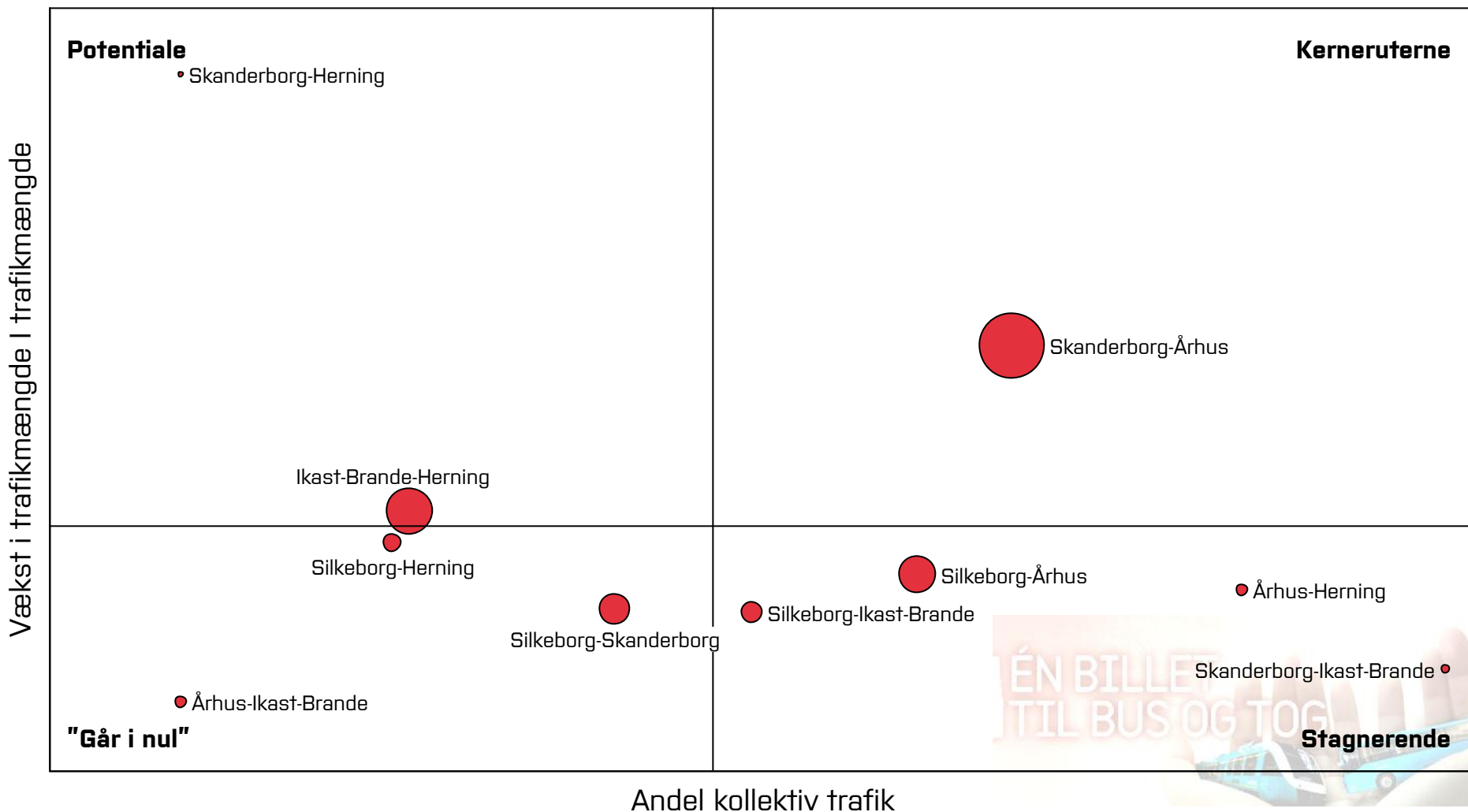
Hvilke ruter kan man med fordel investere i?

- **Kortet til højre viser fire typer af ruter:**
- **Høj andel kollektiv trafik og høj vækst i samlet trafik:**
 - Kerneruterne. Ruter i vækst, hvor den kollektive trafik står stærkt. Fasthold fokus på disse ruter. Det kræver fortsat høje investeringer for at fastholde styrkepositionen på disse hurtigt voksende strækninger.
- **Lav andel kollektiv trafik og høj vækst:**
 - Her er trafikmængden i vækst, men den kollektive trafik står svagt. Potentiale for at udnytte voksende trafikmængde, men det kræver store investeringer
- **Høj andel kollektiv trafik og lav vækst:**
 - Her står den kollektive trafik stærkt, men der er tale om stagnerende markeder. Begrænset behov for udbygning, men også begrænsede muligheder for vækst. Pas på med at satse for massivt på disse ruter
- **Lav andel kollektiv trafik og lav vækst:**
 - Ruter, der "går i nul". Trafikmængden vokser kun lidt, og den kollektive trafik står svagt. Omkostningstungt at forbedre indsatsen på disse ruter
- Boblernes størrelse angiver det totale antal rejsende pr. år på den pågældende rute



Fasthold fokus på Aarhus-Skanderborg

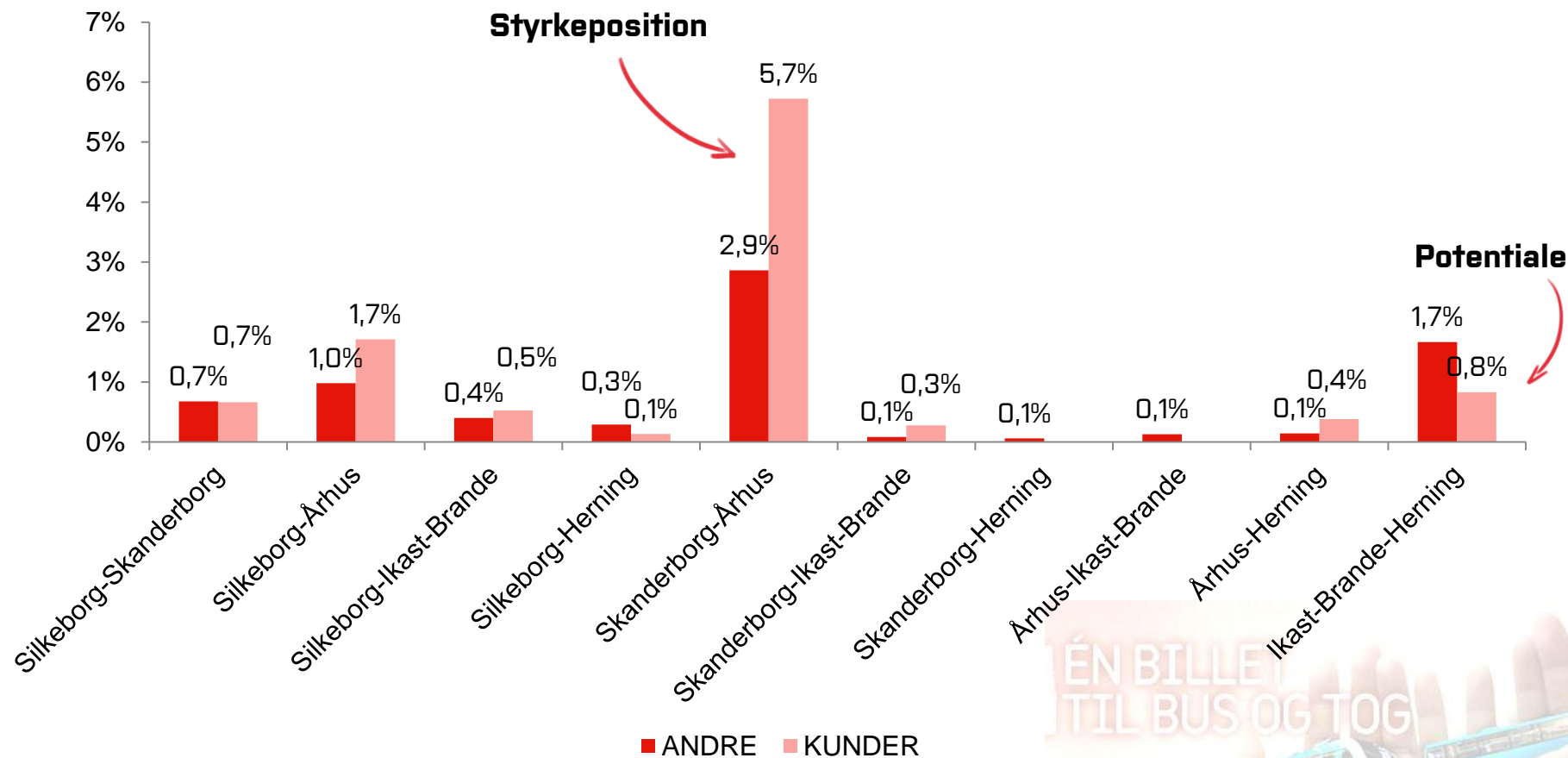
Udnyt potentialet på Skanderborg-Herning – konsoliderer Silkeborg-Aarhus



Den kollektive trafik står stærkt på strækningen Aarhus-Skanderborg

Potentiale for at udbygge kollektiv trafik mellem Ikast-Brande og Herning

Trafikmængde på strækninger [pct. af alle ture inden for hver kategori]

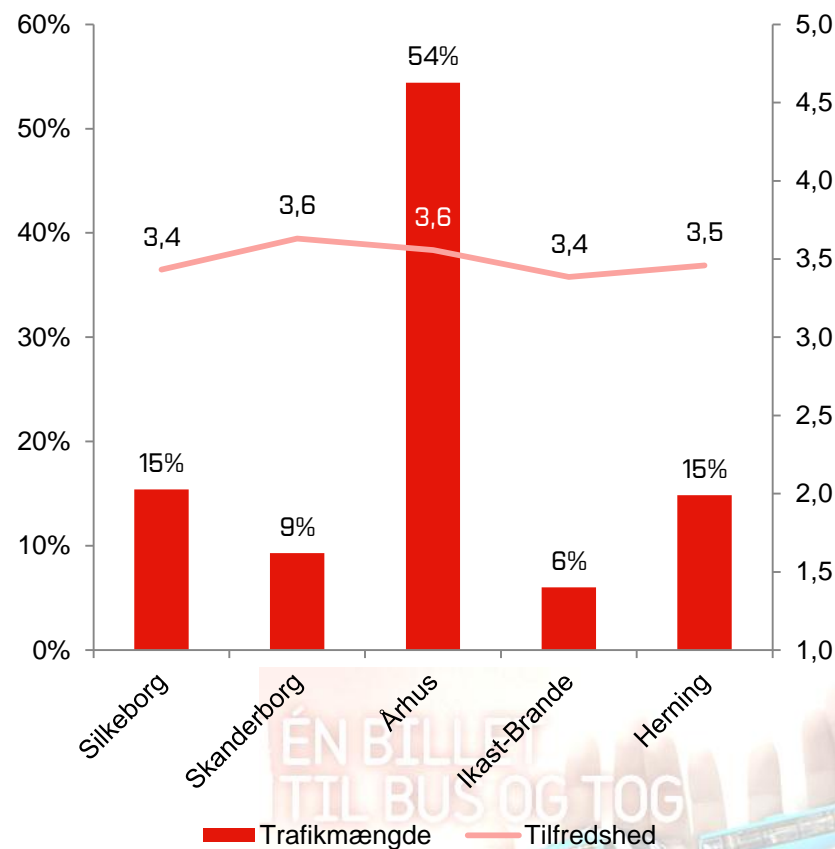


Kilde: TU

Samlet trafikmængde og tilfredshed med skiftet mellem bus og tog

- Der er kun små forskelle i den samlede tilfredshed på tværs af stationer
- Passagerne i Skanderborg tenderer til at være en smule mere tilfredse end de øvrige
- Der er ingen sammenhæng mellem trafikmængden og tilfredsheden

Trafikmængde og tilfredshed



Kilde: TU og Survey-data

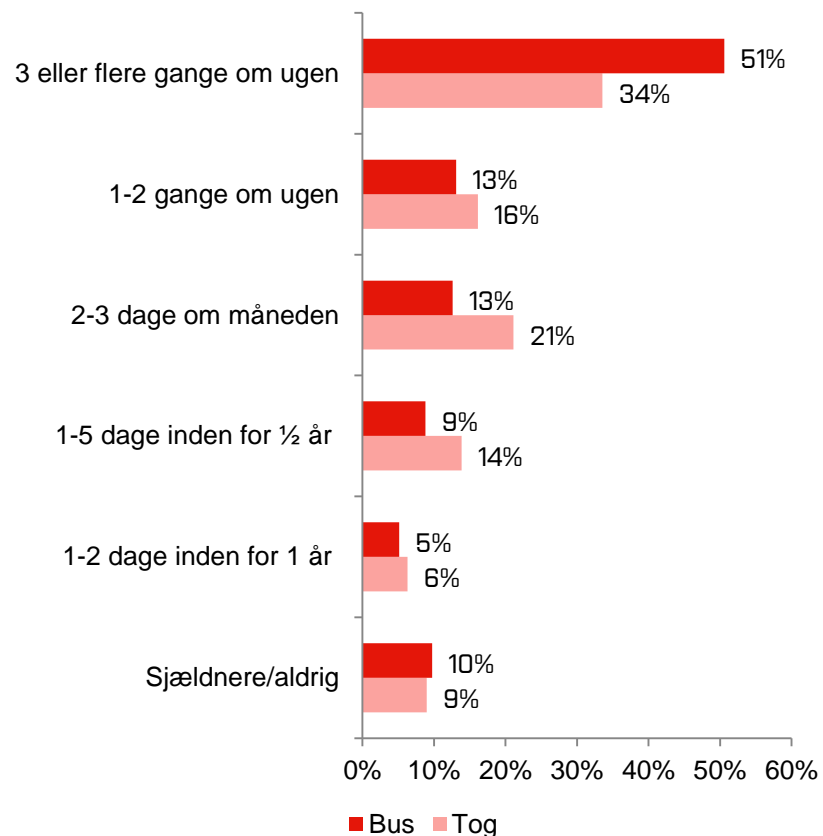
Kundernes brug af bus og tog



Kunderne benytter oftere bus end tog

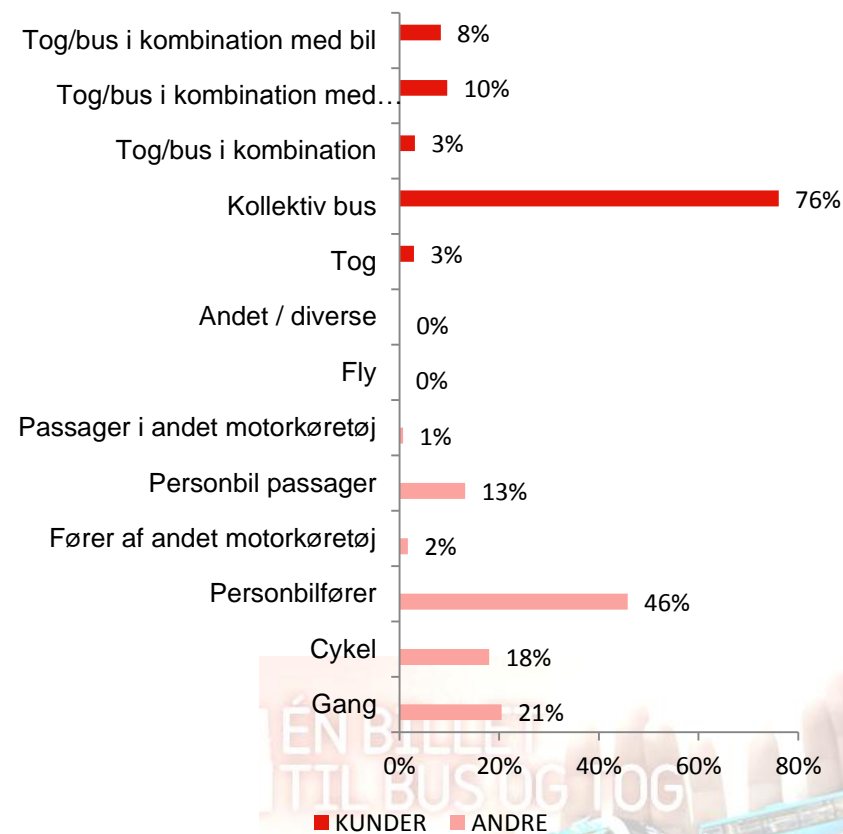
Bilen dominerer blandt de andre ture

Hvor ofte kører du med tog/bus?



Kilde: Survey-data

Benyttet transportmiddel på turen

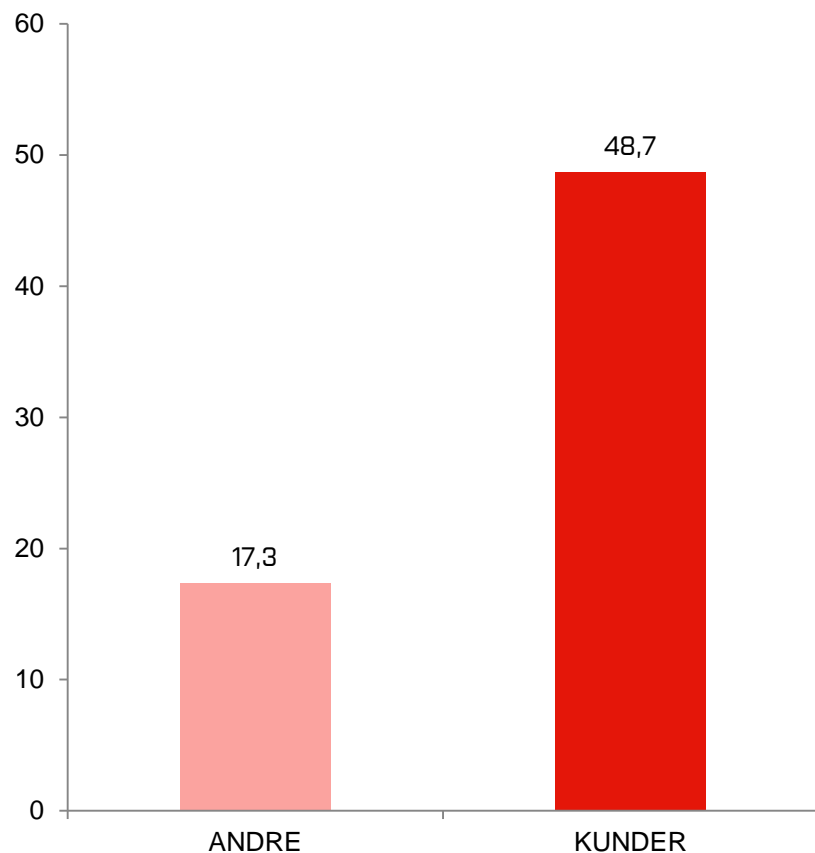


Kilde: TU

Turene med kollektiv transport er længere end andre ture

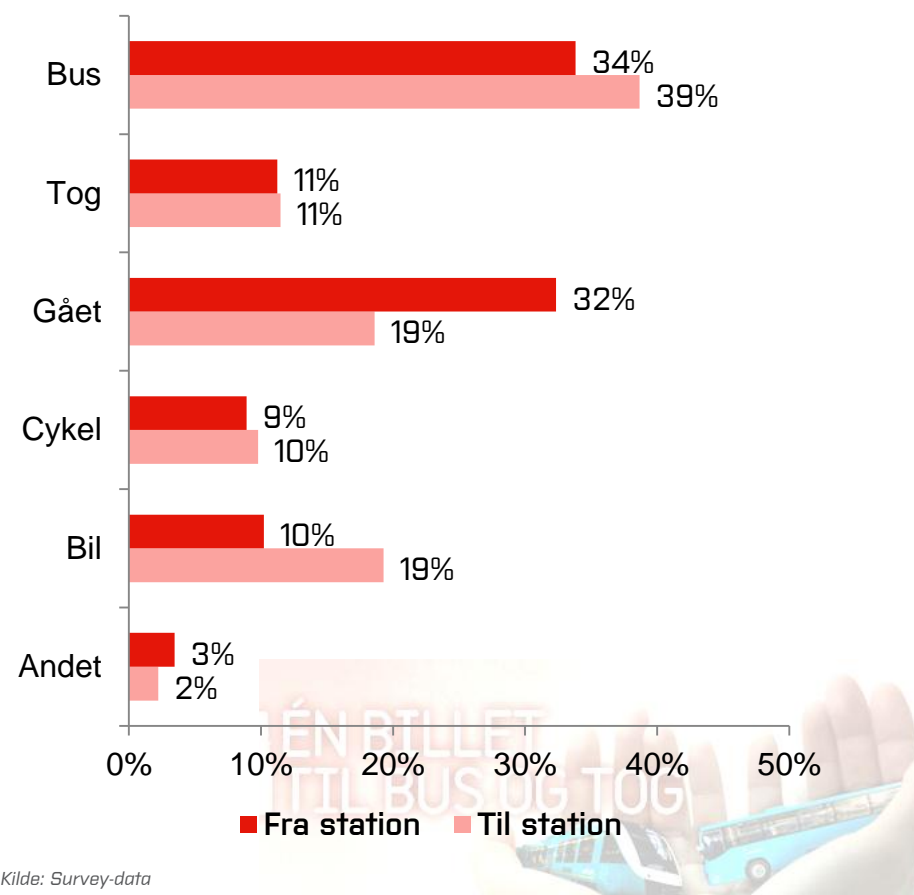
Kunderne kører ofte *til* stationen, men går *fra* stationen

Samlet rejsetid i minutter



Kilde: TU-data

Hvordan kom du til/fra stationen i dag?



Kilde: Survey-data

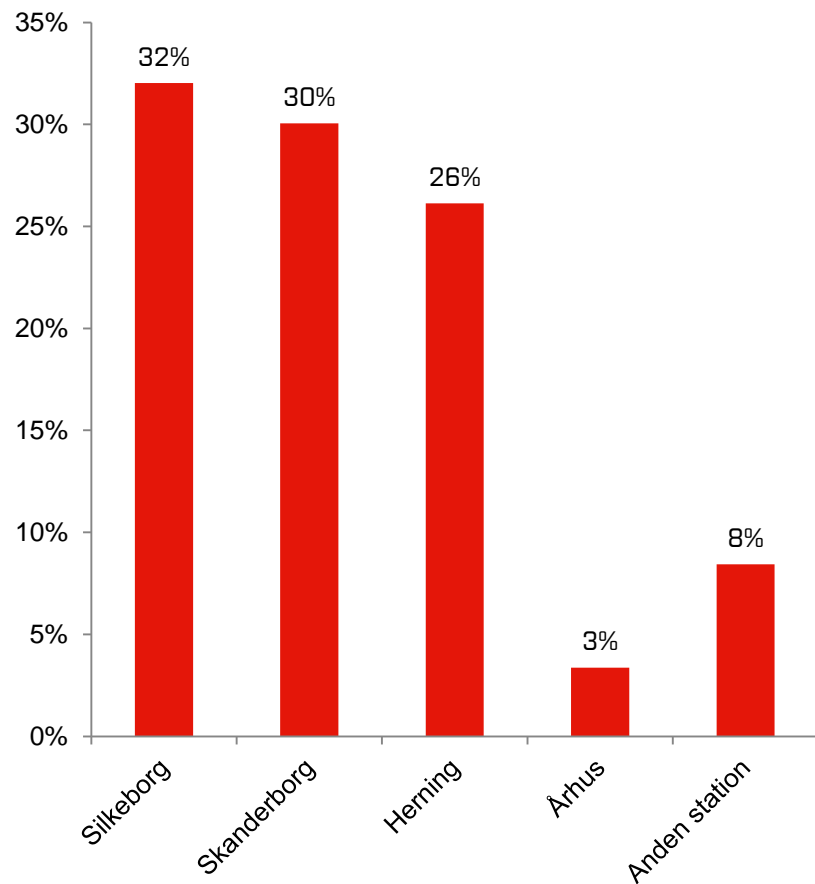
Skiftesituationen



Ca. 1/3 foretager skift - hyppigst i Silkeborg og Skanderborg

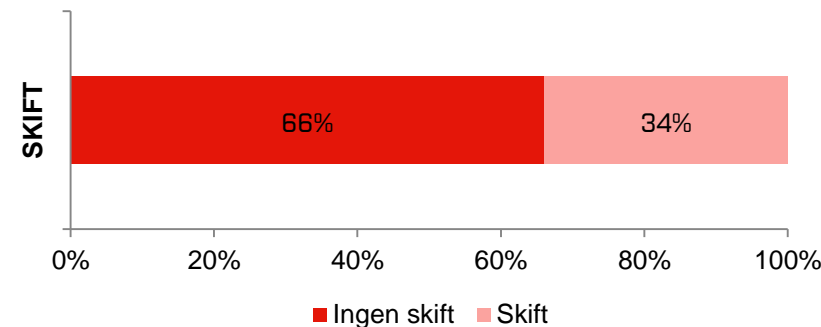
Halvdelen af alle "skiftere" benytter både bus og tog

Hvor foretog du skiftet?



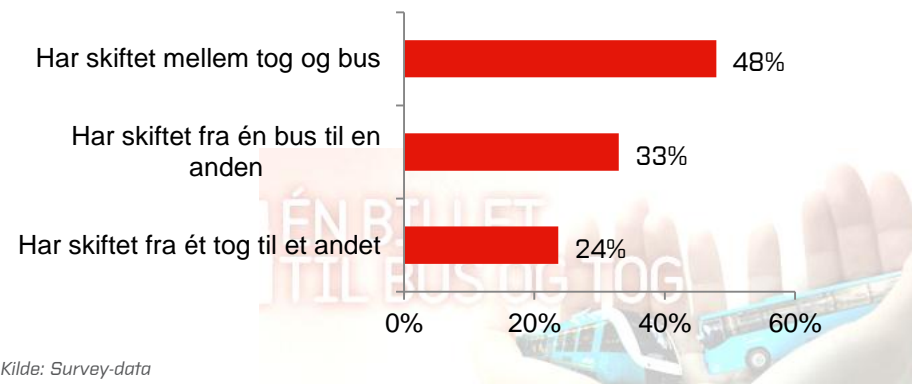
Kilde: Survey-data

Har du foretaget skift undervejs på din rejse/tur i dag?



Kilde: Survey-data

Hvilke transportformer har du skiftet mellem i dag?

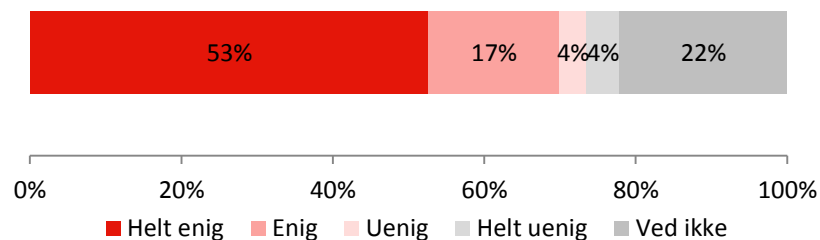


Kilde: Survey-data

Forbedringspotentiale i skiftesituationen

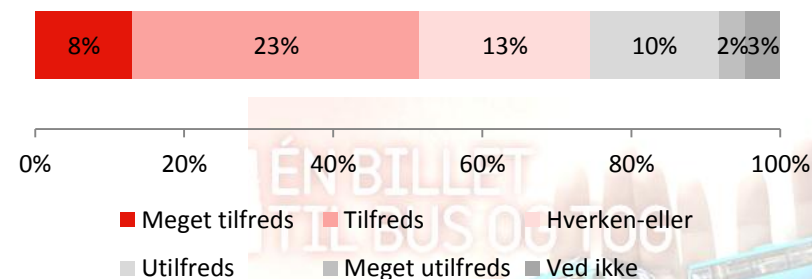
- Passagerne efterspørger i høj grad én samlet billet til bus og tog
- Efterspørgslen efter Mixtur-initiativerne er stor
- Der er plads til forbedring mht. tilfredsheden med skiftesituationen – dog er ca. hver tredje passager tilfreds eller meget tilfreds med ventetiden

Min rejse ville blive meget nemmere, hvis jeg kunne købe én samlet billet til bus og tog



Kilde: Survey-data

Hvor tilfreds er du med den tid, du ventede på at foretage skiftet?

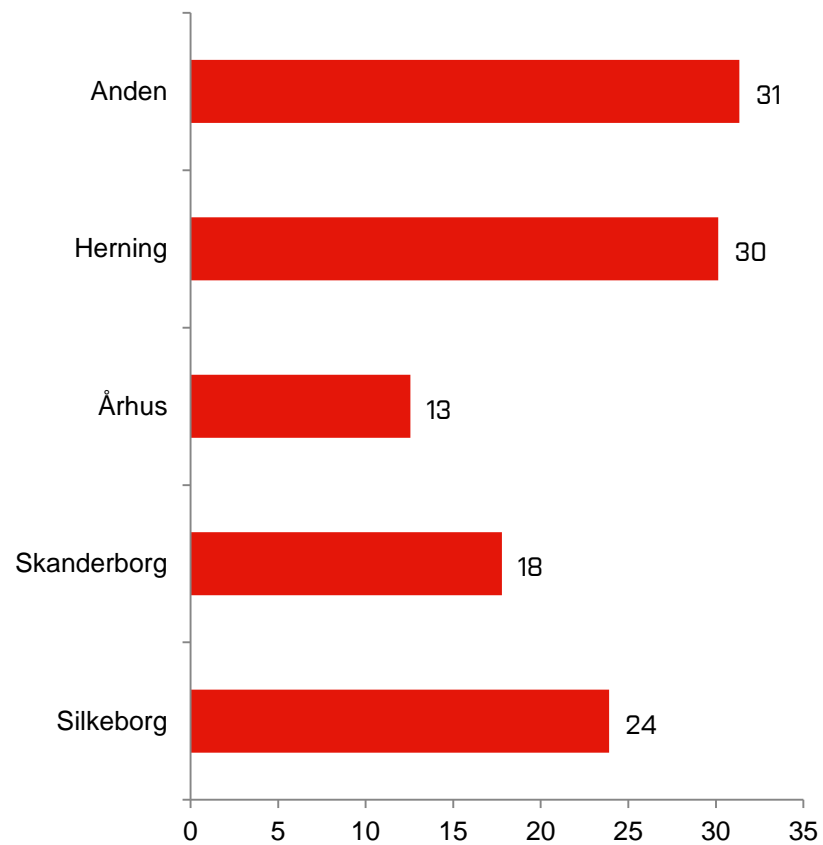


Kilde: Survey-data

Ventetiden er størst i Herning og på "Andre stationer"

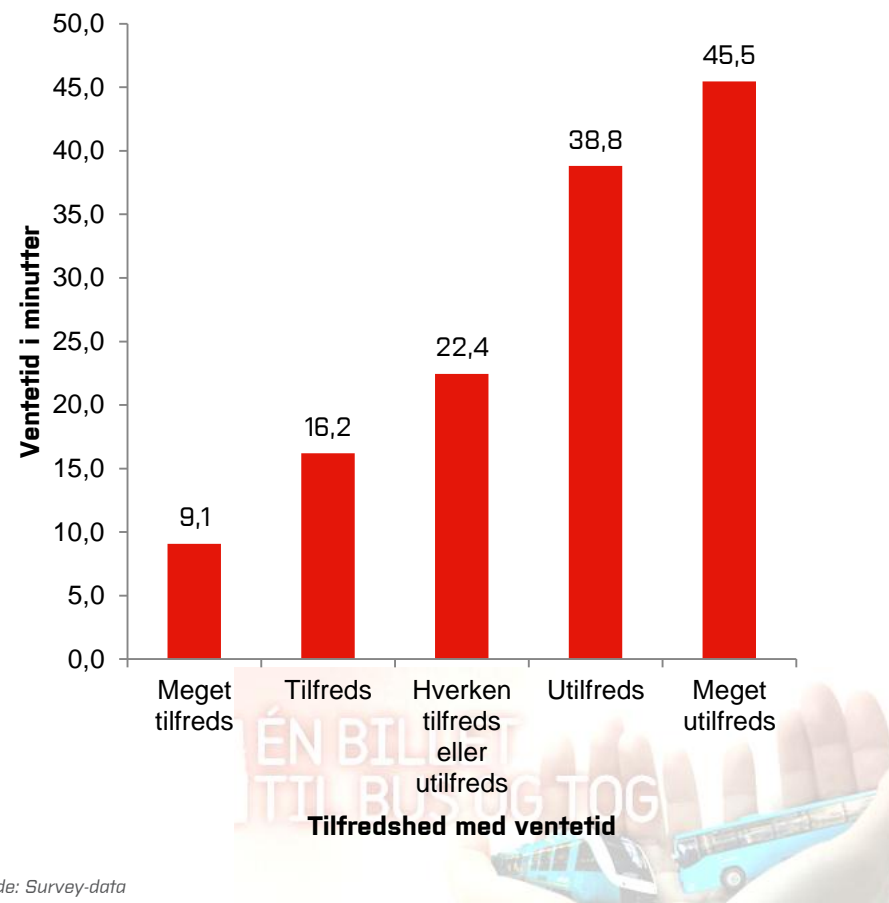
Højere ventetid giver mindre tilfredse kunder

Ventetid fordelt på skiftestation (minutter)



Kilde: Survey-data

Ventetid i minutter og tilfredshed med ventetid

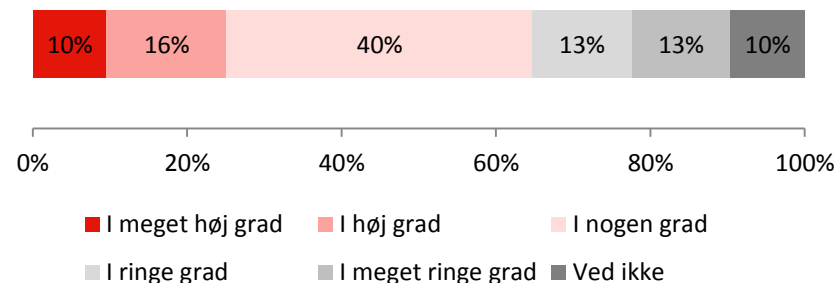


Kilde: Survey-data

Infoskærmene er overvejende brugbare

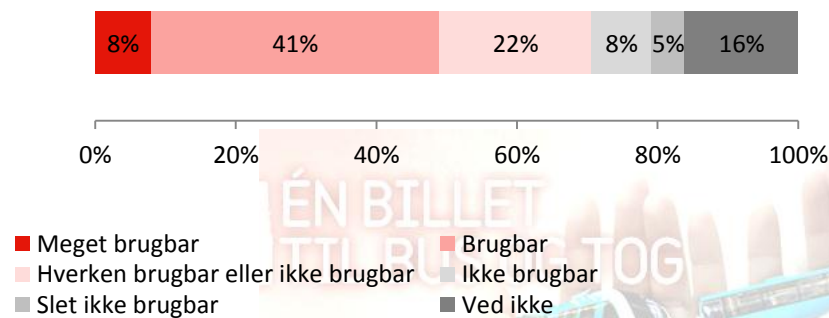
- Infoskærmene skal orientere passagererne om skiftesituationen
- Skærmene spiller potentielt en vigtig rolle for tilfredsheden
- 26 % følger med i de infoskærme, der sidder i toget
- 49 % mener, at informationen fra skærmene er brugbar
- 13 % mener dog ikke at informationen er brugbar

I hvilken grad følger du med i de infoskærme, der sidder i toget?



Kilde: Survey-data

Hvor brugbar er den information, du får fra infoskærmene i toget?

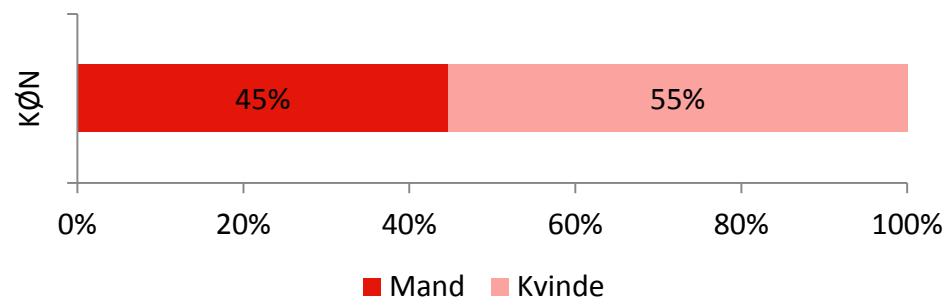


Kilde: Survey-data

Profil af kunderne



Demografisk profil af kunderne

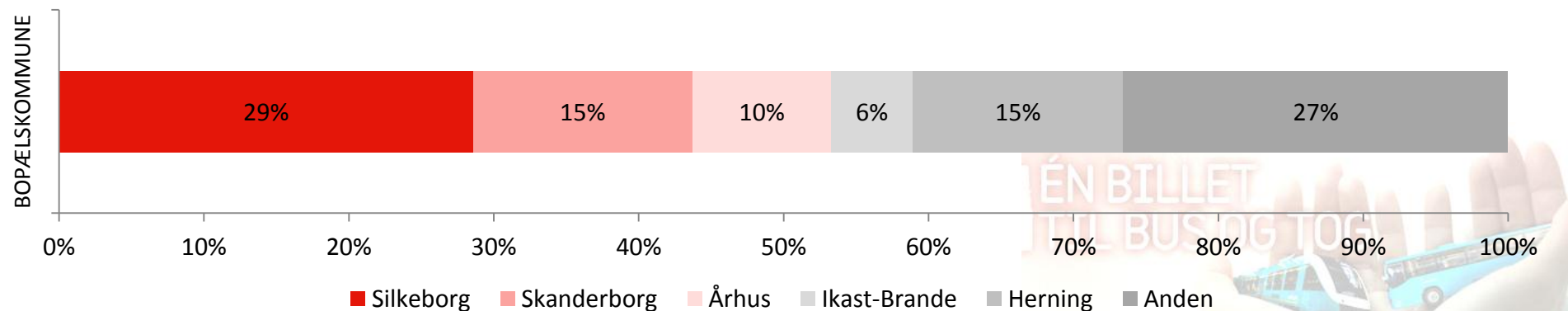
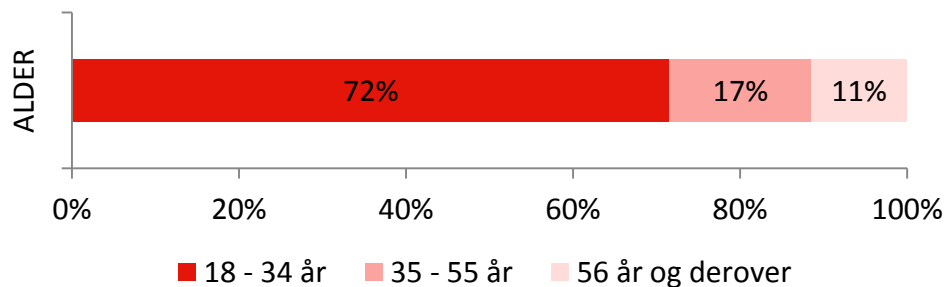


■ Blandt kunderne er der en vis overvægt af...

□ Kvinder

□ I alderen 18-34 år

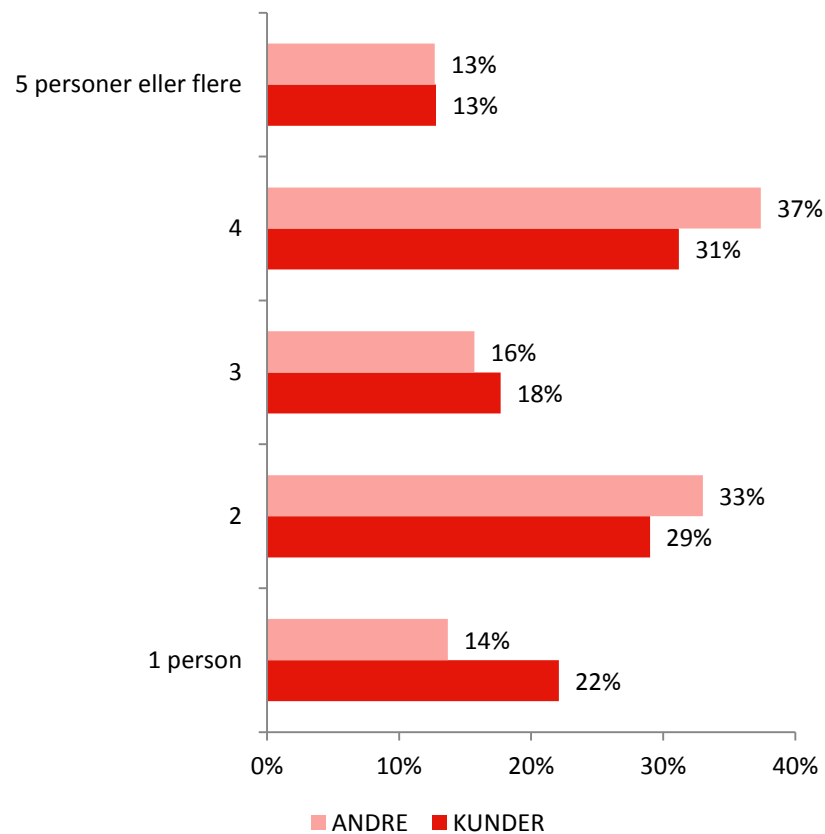
■ Tre ud af fire er mellem 18 og 34 år



Mange singler blandt kunderne

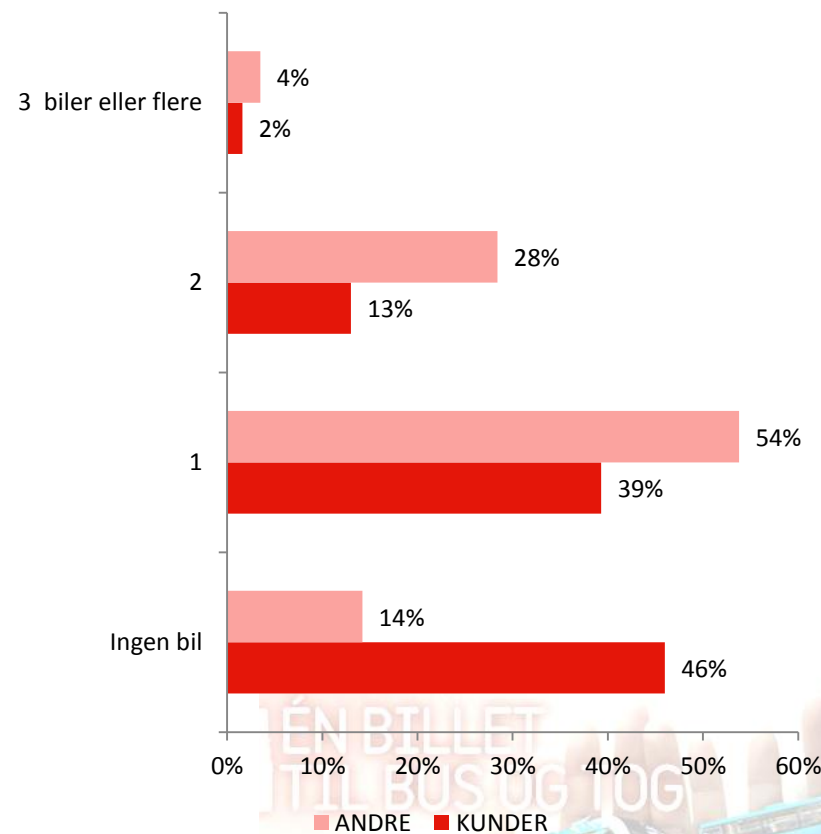
En stor del af kunderne har ingen bil

Antal personer i husstanden



Kilde: TU

Antal biler i husstanden

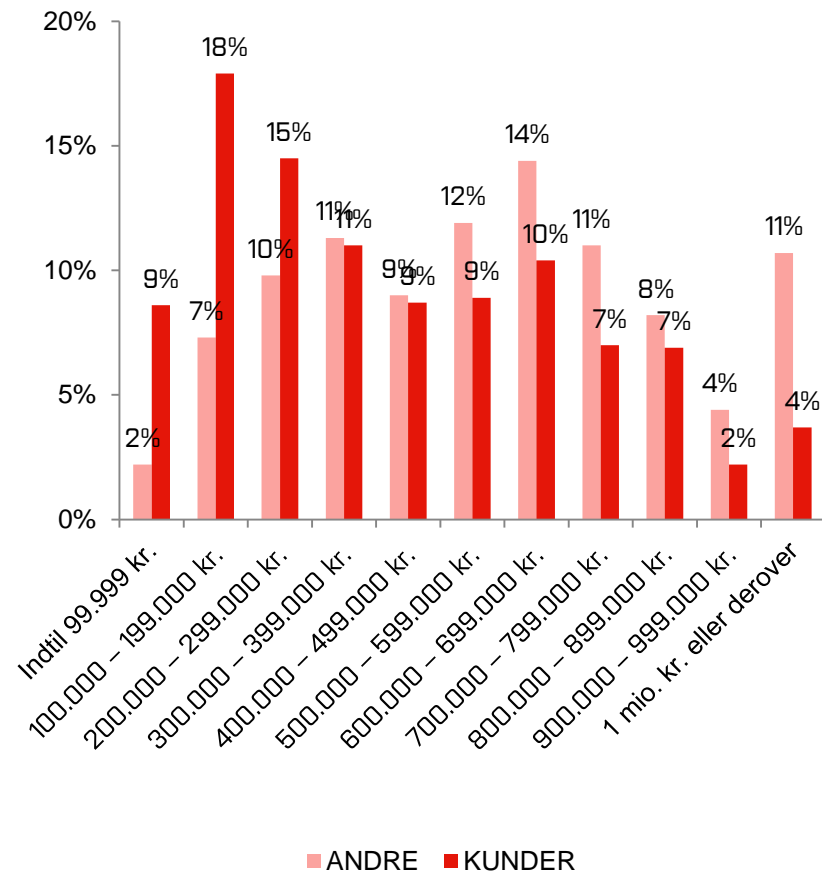


Kilde: TU

Kunderne har lidt lavere indkomst

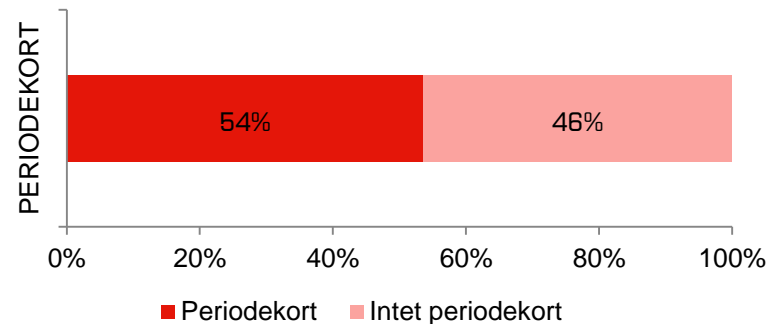
Og flere har børn end blandt de øvrige respondenter

Husstandsindkomst



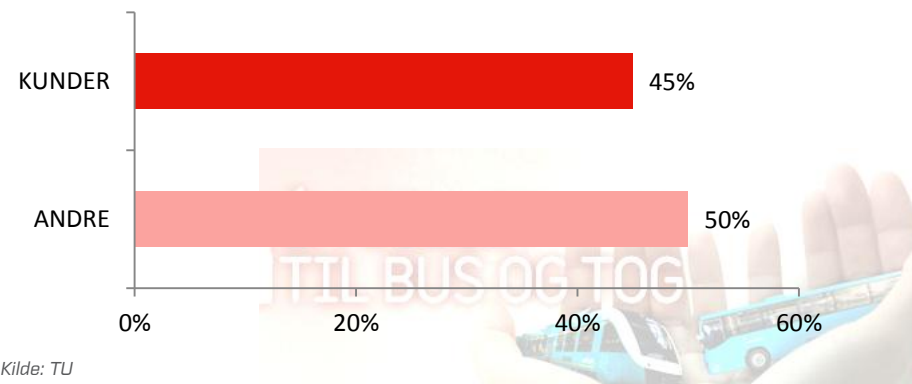
Kilde: TU

Kundeandel med periodekort



Kilde: TU

Andel med børn i husstanden

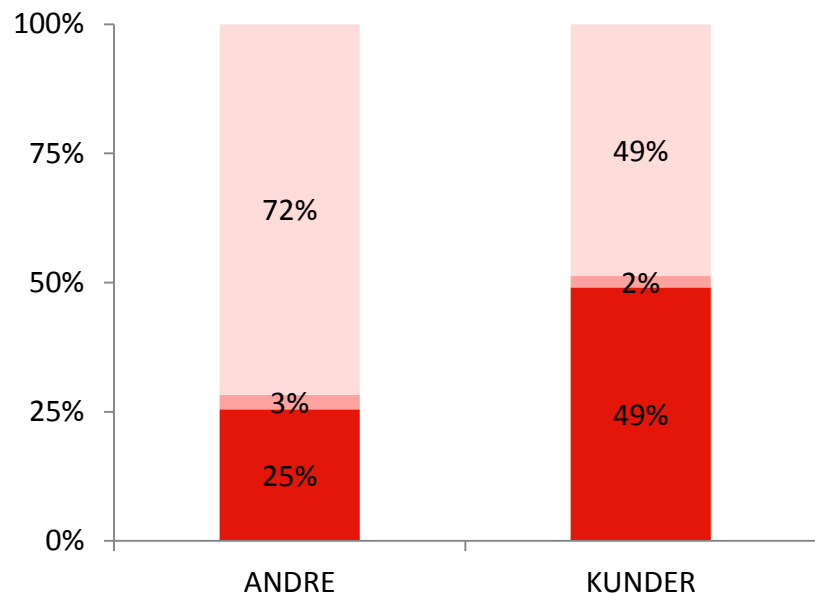


Kilde: TU

Kunderne benytter kollektiv transport til arbejde/uddannelse

Ingen forskel mht. hvornår kunderne og de øvrige respondenter foretager ture

Turens formål



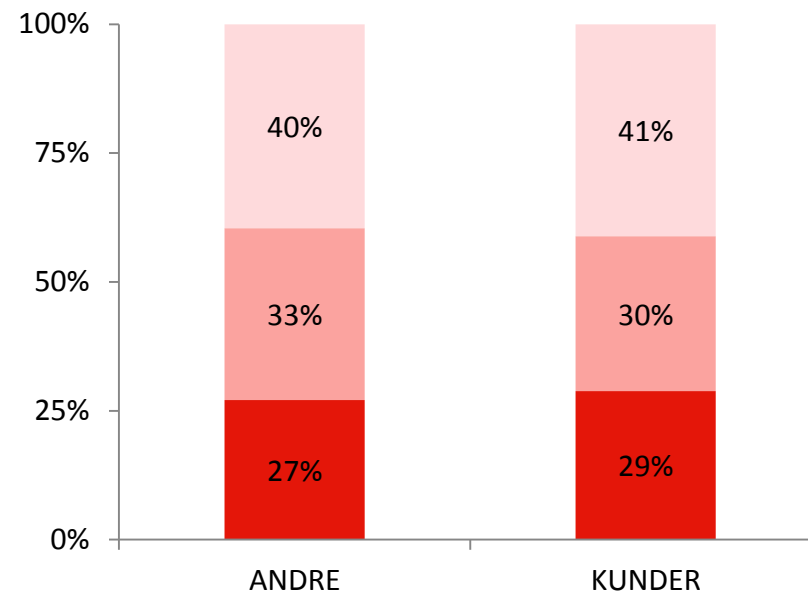
Andet (fritidsture, mv)

Rejser i forbindelse med kursus eller erhverv (forretningsrejser)

At komme til og fra arbejds - eller uddannelsessted

Kilde: TU

Tidspunkt for afgang



Morgen (06.00-10.00)

Øvrig tid

Eftermiddag (14.30-18.30)



Kilde: TU

EPINION COPENHAGEN

RYESGADE 3F
2200 COPENHAGEN
DENMARK
T: +45 70 23 14 23
E: TYA@EPINION.DK

EPINION AARHUS

SØNDERGADE 1A
8000 AARHUS C
DENMARK
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINION.DK

EPINION SAIGON

11TH FLOOR, DINH LE BUILDING
1 DINH LE STREET, DISTRICT 4,
HCMC, VIETNAM
T: +84 (08) 38 26 89 89
E: OFFICE@EPINION.VN