

# PRODUKTUNDERSØGELSE AF FLEXTUR FOR MIDTTRAFIK

---

ANALYSE AF KUNDERNES  
BRUG OG OPLEVELSE MED  
FLEXTUR



# midttrafik

s. 3	// 1. INTRODUKTION
s. 6	// 2. ETNOGRAFISK INTRODUKTION
s. 8	// 3. OVERORDNEDE FINDINGS
s. 14	// 4. OVERORDNET TILFREDSHED
s. 22	// 5. BRUGERE
s. 27	// 6. KENDSKAB OG BRUG
s. 34	// 7. BESTILLING
s. 45	// 8. INDEN AFGANG
s. 55	// 9. BETALING
s. 61	// 10. CHAUFFØRER
s. 66	// 11. BILEN
s. 68	// 12. SAMKØRSEL OG OMVEJSKØRSEL
s. 71	// 13. METODE
s. 80	// 14. BILAG

# I. INTRODUKTION

BAGGRUND OG FORMÅL MED UNDERSØGELSEN

DEN KVALITATIVE DELUNDERSØGELSEN

DEN KVANTITATIVE DELUNDERSØGELSE

RAPPORTENS OPBYGNING



## BAGGRUND OG FORMÅL MED UNDERSØGELSEN

Trafikselskabet Midttrafik har haft et indtryk af, at produktet Flextur forekommer komplekst for kunder og kommuner. Derfor har de ønsket at få foretaget en produktundersøgelse af kørselstypen, med henblik på at kunne forbedre produktet og servicen.

MEGAFON har i samarbejde med Midttrafik valgt at opdele undersøgelsen i to delundersøgelser; en kvantitativ telefonundersøgelse der har haft til formål at vise tendenserne indenfor tilfredsheden med produktet, og en kvalitativ etnografisk undersøgelse der giver en mere dybdegående viden omkring oplevelserne med Flextur, samt udforsker kundernes forslag til forbedringer af produktet.

Indeværende rapport omhandler den kvalitative etnografiske delundersøgelse, samt et uddrag af de mest interessante tal fra den kvantitative delundersøgelse. For en komplet kvantitativ afrapportering, se tabelrapporten.



### DEN KVALITATIVE DELUNDERSØGELSE - OBSERVATIONSINTERVIEW

Den kvalitative delundersøgelse har bestået af i alt 12 observationsinterviews med brugere af Flextur for at få et uddybende billede af brugernes Flexturs-oplevelse. I løbet af observationsinterviewene har MEGAFON's konsulenter mødtes med respondenterne før deres Flextur, taget med på Flexturen, samt evalueret turen efterfølgende. Her har konsulenten fået talt med både brugere af Flextur, samt personer der har bestilt Flextur, men ikke selv brugt produktet, samt hjælpere til kørestolsbrugere, ægtefæller, forældre og børn til brugere, som alle har haft en mening om produktet. Observationsinterviewene er udført i perioden 17. maj til 24 maj 2017.

### DEN KVANTITATIVE DELUNDERSØGELSE – TELEFONISKE INTERVIEWS

Den kvantitative delundersøgelse er udført som telefoninterviews, på baggrund af ringelister indsamlet af Midttrafik fra brugere der har givet accept til dette. Målgruppen har i denne undersøgelse været fastsat til brugere af Midttrafiks kørselsordning Flextur i alderen 15 år eller derover. Efter aftale med Midttrafik er brugere af Flextrafik i Samsø Kommune og Herning Kommune udeladt af undersøgelsen. Der er således gennemført telefoninterview i 17 af de 19 kommuner i Region Midtjylland. Der er foretaget i alt 1259 telefoniske interviews. De telefoniske interviews er udført i perioden 1. juni til 13. juli.

### RAPPORTENS OPBYGNING

Rapporten er opbygget således, at konklusioner, forbedringsforslag og anbefalinger fremgår af afsnit 3. *Overordnede Findings*, som præsenteres i umiddelbar forlængelse af den teoretiske introduktion i afsnit 2. Derefter kan læseren gå i dybden med de områder der ønskes i de efterfølgende afsnit. Til slut præsenteres metode, samt bilag. Fremførte skriftlige findings er som udgangspunkt fra den etnografiske del-undersøgelse. Når der inddrages resultater fra den kvantitative telefonundersøgelse fremgår dette specifikt.



## 2. ETNOGRAFISK INTRODUKTION

FLEXTUREN SOM ET NON-EVENT

**DEN PERFEKTE  
TRANSPORTLØSNING SKABER  
IKKE DECIDERET BEGEJSTRING,  
MEN ER NEM OG ENKEL AT  
BRUGE OG SKABER IKKE  
FRUSTRATION.**

Se bla.

- "Non-Places: An Introduction to Anthropology of Supermodernity" by Marc Augé, 1992
- "The Secret World of Doing Nothing" by Billy Ehn and Orvar Löfgren, 2010
- "Non-place marketing: transport hubs as gateways, flagships and symbols?" by Gary Warnaby, 2009

FLEXTUREN SOM ET NON-EVENT

Rejsetid opleves som en tid *imellem begivenheder*. Dermed er rejsetid og transport ikke noget, der som sådan giver *glæde*, men noget der sørger for, at det er nemt og uden bekymringer at komme til og fra begivenheder.

Antropologer og etnografer, som beskæftiger sig med at studere hverdagslivet, har længe talt om steder, hvor mennesket er i transit som non-places, altså 'ingen-steder', hvori personer forbliver anonyme. Disse 'ingen-steder' forsvinder fra folks hukommelser og optræder aldrig alene som et 'sted' i deres fortælling om begivenheder, og opleves altså som 'non-events' eller 'ikke-begivenheder'. Folk mindes en tur til zoologisk have, husker og fortæller om middagen hos tante Agathe, men undlader *turen derhen*. Om turen i zoo eller middagen varer 2 eller 4 timer er underordnet, og dette tidsrum opfattes godt givet ud. Derimod opleves rejsetid som *spildtid* og som noget, der bør minimeres. Rejsetid er som udgangspunkt tid *imellem begivenheder* og opleves som et nødvendigt onde.

Dette betyder også, at folk generelt set ikke føler *begejstring* over transport, men når det er allerbedst glemmer, at det er der og opfatter det neutralt. Helt på samme måde som biografsæder under en forestilling.

Dermed ikke sagt, at det ikke er vigtigt, at transport fungerer og har tilfredse kunder. Dermed blot sagt, at man ikke kan forvente sig *begeistrede kunder, på samme måde* som nogle andre produkt- og servicekategorier kan.

# 3. OVERORDNEDE FINDINGS

HOVEDKONKLUSIONER

KONKRETE ANBEFALINGER OG FORBEDRINGSFORSLAG



## HOVEDKONKLUSIONER I AF 4

Den kvalitative del-undersøgelse identificerer **3 typer af brugere**, der hver især har **behov for forskellige former for information** fra forskellige informationskilder. Der er tale om:

- 1. Bestillingsbrugere:** Brugere der selv bestiller deres egne ture. Denne gruppe er kompetent og har generelt god viden om Flextur. I denne gruppe er der allerede nogle, der bestiller via nettet, men der er et potentiale til at få endnu flere – af især den yngre del af denne gruppe – til at bestille online og via app, da der her er tale om kompetente mennesker der i højere og højere grad også er internetvante.
- 2. Kun-brugere:** Brugere der er så svage, at de ikke selv kan bestille deres ture. Her er der ofte tale om ældre mennesker, udviklingshæmmede eller børn mv. Denne gruppe har generelt et dårligt kendskab til Flextursproduktet og er kun bekendt med deres egne ture. Ofte kører denne gruppe faste kørsler og er tilfreds med, at det er samme tur og samme pris. Denne gruppe får meget hurtigt over-load af information og skal kun have den allermest nødvendige og relevante information. Kun-brugerne får deres information fra de personer, de er fysisk i kontakt med, dvs. via chauffører og deres kun-bestiller.
- 3. Kun-bestillere:** I denne gruppe finder vi personer, der ikke selv gør brug af Flextur, men som bestiller for andre. Kun-bestillerne har generelt set en nogenlunde viden omkring de ting ved Flextursproduktet, som de har behov for. De er ikke interesserede i at kende til finesserne eller til andre muligheder ved Flextur end dem, de har behov for i nuet. Denne gruppe kan opdeles i to sub-grupper. Gruppe (3.a.) består af personer, der via deres arbejde bestiller til andre mennesker. Hvis denne gruppe skal lokkes til at bestille online eller via app i stedet for telefonisk, er der for de flestes vedkommende tale om *strukturelle* ændringer i deres organisation – hele plejehjem eller hjem for udviklingshæmmede, som skal hjælpes til at forstå fordelene ved at bestille online. Dette er derfor en svær gruppe at få rykket fra telefonisk bestilling. Dernæst består gruppe (3.b.) af personer, der bestiller for familiemedlemmer. Dvs. børn der bestiller for deres aldrene forældre, eller forældre der bestiller for deres mindre børn mv. Her er flere allerede online eller på app, og de der ikke er, vurderes ikke svære at overtale. Dermed har Midttrafik et potentiale for at få endnu flere i denne gruppe til at bestille online eller via app.

OBS Både kun-bestillere og kun-brugere formodes underrepræsenteret i den kvantitative undersøgelse pga. den prædefinerede udvælgelsesmetode. Det må formodes, at kun-bestillere har takket nej til at få logget deres telefonnummer, da de ikke opfatter dem selv som brugere og derfor ikke vil føle, at de er relevante for undersøgelsen. Kun-brugerne derimod har ikke fået logget deres tlf. nr. ved bestilling (eftersom de ikke selv bestiller) og må derudover i mange tilfælde formodes for svage til at kunne deltage i den telefoniske undersøgelse.

## HOVEDKONKLUSIONER 2 AF 4

Respondenterne oplever, at der generelt er **et lavt kendskab til Flextur hos befolkningen**. En yderligere undersøgelse af befolkningens generelle kendskab kunne med fordel belyse, hvor stort dette hul reelt er.

- MEGAFON anbefaler, at Midttrafik undersøger muligheden for at **få Flextursproduktet integreret i rejseplanssites**, som f.eks. rejseplanen.dk, maps.google.dk, krak.dk, mv. Hvis Flextur indgår som en reel mulighed for transport på lige vilkår med tog, busser og taxaer estimerer MEGAFON, at dette vil øge kendskabet eksplosivt.

### **Blandt brugerne af Flextur ses et forholdsvis godt kendskab til produktet.**

- Bestillingsbrugere har et særdeles godt kendskab til Flextur, mens de to andre grupper har et godt kendskab til de specifikke områder, der opleves som relevante for dem. Således har kun-brugerne god viden omkring, hvornår de kan blive afhentet, samt hvad prisen er.

**Der hersker en generel tvivl hos en del af respondenterne omkring, hvad Flextur 'må' bruges til.** Flere udtrykker tvivl om, hvorvidt der er restriktioner på, hvad Flextur må anvendes til, og især kun-brugerne og til dels kun-bestillerne er ikke klar over, at Flexture også 'må' bruges til f.eks. sociale arrangementer etc.

- Derudover er der også en **generel forståelse af, at Flextur ikke er for alle**, men kun må bruges af personer med særlige tilladelser, behov eller bopælsområde. Denne forståelse er udbredt på tværs af brugergrupperne, og her kan Midttrafik med fordel undersøge, om denne forståelse også gør sig gældende generelt i befolkningen. Denne forståelse er under alle omstændigheder en forhindring på vejen for at få flere brugere, og Midttrafik kan med fordel fokusere på at ændre denne forståelse.

## HOVEDKONKLUSIONER 3 AF 4

**Helt overordnet set er respondenterne rigtig tilfredse med Flextursproduktet.**

- Flere udtrykker stor glæde over, at *Flextur eksisterer*. Glæden over eksistensen af produktet betyder, at flere ser gennem fingre med de småfejl, de ellers måtte mene, at Flextur har.

**Helt generelt er respondenterne glade og tilfredse med bestillingen** – både telefonisk, online og på app.

- Her nævnes det dog, at der godt måtte være **flere forskellige betalingsformer** online og via app .
- Derudover er det til stor gene for respondenterne, at afhentningstidspunktet ved bestilling online og via app først meddeles *efter* bestillingen er gennemført, hvilket betyder, at respondenterne kan risikere at skulle foretage bestillinger igen og igen, før det ønskede tidspunkt opnås. **Her efterspørger respondenterne et mere fleksibelt system, med en nem oversigt over mulige afhentningstidspunkter.**

**For den yngre del af respondenterne betyder udsvinget i afrejse- og ankomsttidspunkterne meget**, da de har en strammere tidsplan end de ældre. For de ældre derimod betyder udsvinget ikke lige så meget, og de accepterer dette som en del af systemet.

- På samme måde accepteres sam- og omvejskørsel også som en del af systemet. Her **efterspørges dog en bedre oplysning om sam- og omvejskørsel** ved turens begyndelse.

For de fleste respondenter er **opkaldet 5 min før bilens ankomst af stor betydning**. Opkaldet betyder, at især de ældre ikke bliver stressede, men kan tage ventetiden med ro. Derudover giver det respondenterne ro i sjælen i forhold til, at de ved, at bilen er på vej.

- **Endnu vigtigere er opkaldet, når bilen er forsinket**, da det kan betyde forskellen mellem utilfredse og forstående kunder. Flere oplever desværre, at opkaldet tit udebliver ved forsinkelse.
- Derudover er det for mange ligeledes vigtigt, at opkaldet omkring forsinkelse/udeblivelse kommer *før* de selv har taget kontakt til Midttrafik. Dette opleves simpelthen som bedre service, og giver et indtryk af, at Midttrafik har situationen under kontrol.

## HOVEDKONKLUSIONER 4 AF 4

**Respondenterne er generelt set glade for chaufførerne, som bliver rost for at være imødekommende og hjælpsomme.**

- Dog vil der, ifølge nogle respondenter, altid være få 'brodne kar.'

**Prisen på Flextur opleves overordnet set som fair**, og er ikke noget, som respondenter generelt klager over.

- Respondenter der sammenligner med anden offentlig transport synes, at den er lidt til den dyre side, mens respondenter der sammenligner med taxamener, at den er billig.
- Respondenterne er glade for, at prisen bliver oplyst ved bestilling, og bruger generelt ikke selv kræfter på at udregne prisen.

Betalingen med lige penge accepteres af mange, men flere udtrykker også **et ønske om, at der med tiden kommer andre muligheder for betaling.**

- I forhold til online/app betaling efterspørges muligheden for at udvide acceptable betalingskort til at inkludere andre korttyper end Dankort.
- Ved betaling i bilerne efterspørges muligheden for at betale med andre metoder end blot lige kontanter. Her efterspørges f.eks. mulighed for betaling via betalingskort eller mobile-pay.

Flere respondenter nævner, at de er **utrygge ved kørestolsbeslag i de større biler, som ligger i vejen** og kan være til fare for svagt gående.

- Derudover er respondenterne generelt meget tilfredse med bilernes stand.

## KONKRETE ANBEFALINGER OG FORBEDRINGSFORSLAG

På baggrund af konklusionerne har MEGAFON identificeret 8 konkrete anbefalinger til forbedringer af Flexkursproduktet:

1. De forskellige brugergrupper har behov for **forskellig information** samt differentierede informationskilder.
2. Det bør overvejes at **integre Flexkursproduktet i online rejseplanssites** for at øge kendskabet, samt fremvise Flexkur som en reel mulighed.
3. Midttrafik kan med fordel lave en informationskampagne om, at **Flexkur er for alle – til alt**.
4. Det bør overvejes at ændre systemet således, at det bliver mere fleksibelt i forhold til at **vis mulige afhentningstidspunkter** på en overskuelig måde tidligt i bestilling ved bestilling online og via app.
5. Integre **flere betalingsformer** – både online og på app, samt fysisk i bilerne.
6. Sørg for at der er **fokus på vigtigheden i at foretage 5-min-før opkaldet**. Ikke mindst ved forsinkelse.
7. Give kunderne **information omkring sam- og omvejskørsel** ved indstigning i bilen.
8. Sørg for at **kørestolsbeslag der ikke er i brug fjernes**, således at de ikke ligger i vejen ved ind- og udstigning i større biler.

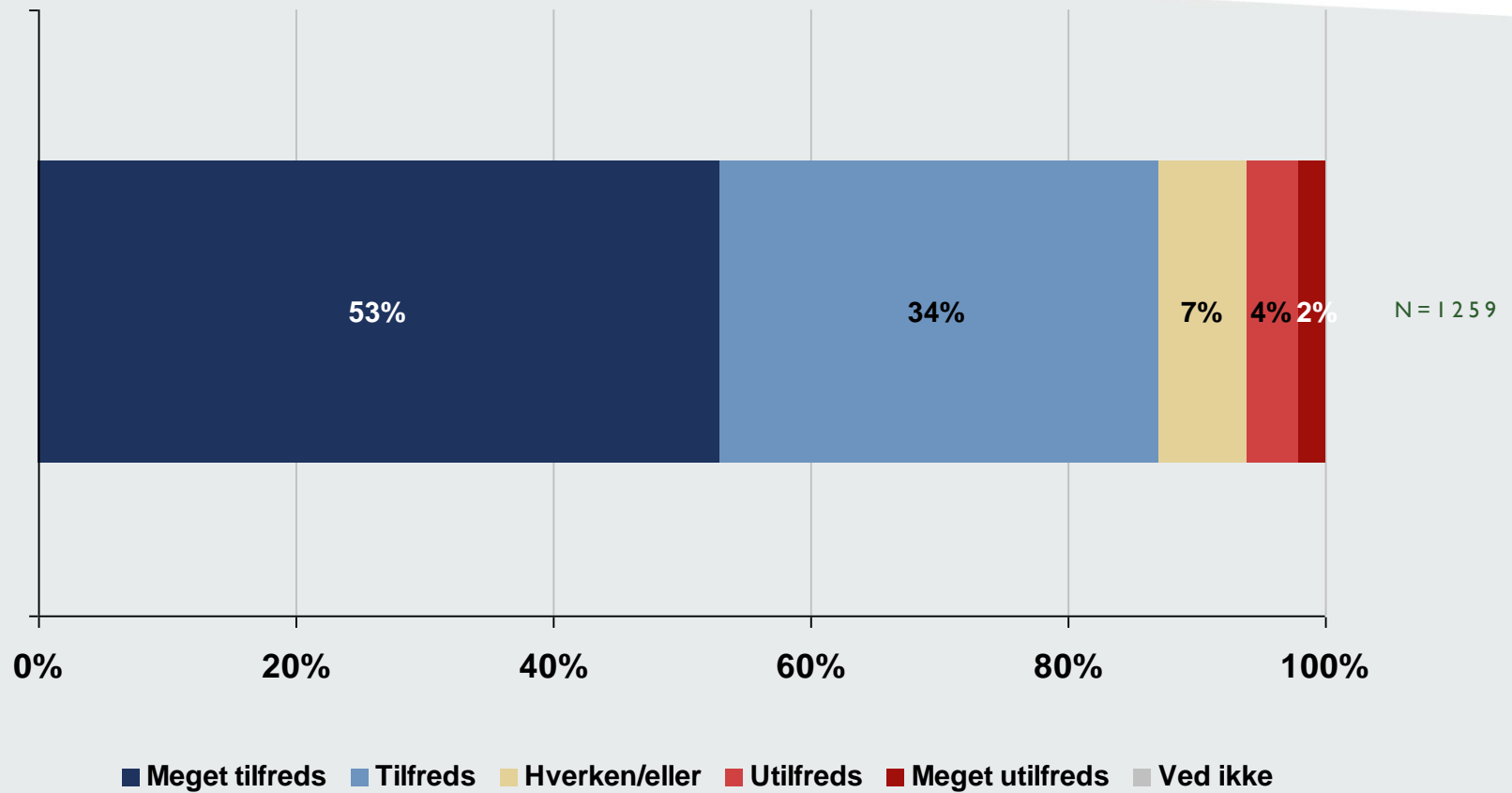
## 4. OVERORDNET TILFREDSHED

- 01. Er du generelt tilfreds eller utilfreds med at benytte Flextur?
- 01. Er du generelt tilfreds eller utilfreds med at benytte Flextur? – samlet tilfredshedsandel pr. kommune

### TILFREDSHED MED FLEXTUR

- 02. Er der områder/forhold ved Flextur, som du er tilfreds med, og som de gerne vil fremhæve?
- 03. Er der områder/forhold ved Flextur, som du er utilfreds med, og som de gerne vil fremhæve?
- 04. I hvilken grad oplever du at blive hentet og bragt til tiden, når du rejser med Flextur?
- 05. I hvilken grad oplever du en tryk og sikker rejse med Flextur?

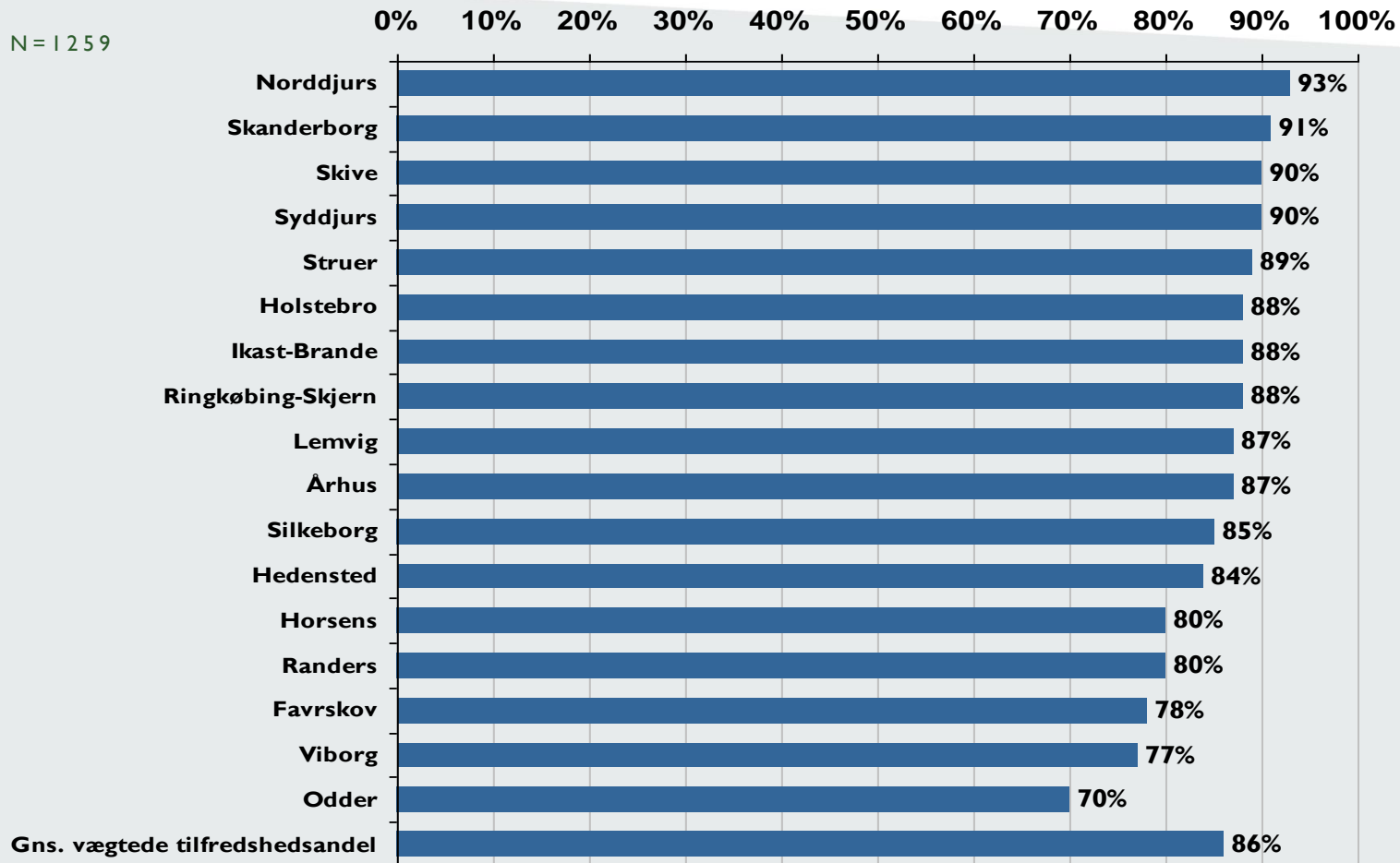
## 01. ER DU GENERELT TILFREDS ELLER UTILFREDS MED AT BENYTTE FLEXTUR?



## 01. ER DU GENERELT TILFREDS ELLER UTILFREDS MED AT BENYTTE FLEXTUR?

## SAMLEDE TILFREDSHEDSANDDEL PER KOMMUNE

N = 1259





## OVERORDNET SET ER DER STORTILFREDSHED MED FLEXTURSPRODUKTET.



*Afhentning direkte ved hoveddør*

## TILFREDSHED MED FLEXTUR

Respondenterne er generelt set meget tilfredse med Flextur.

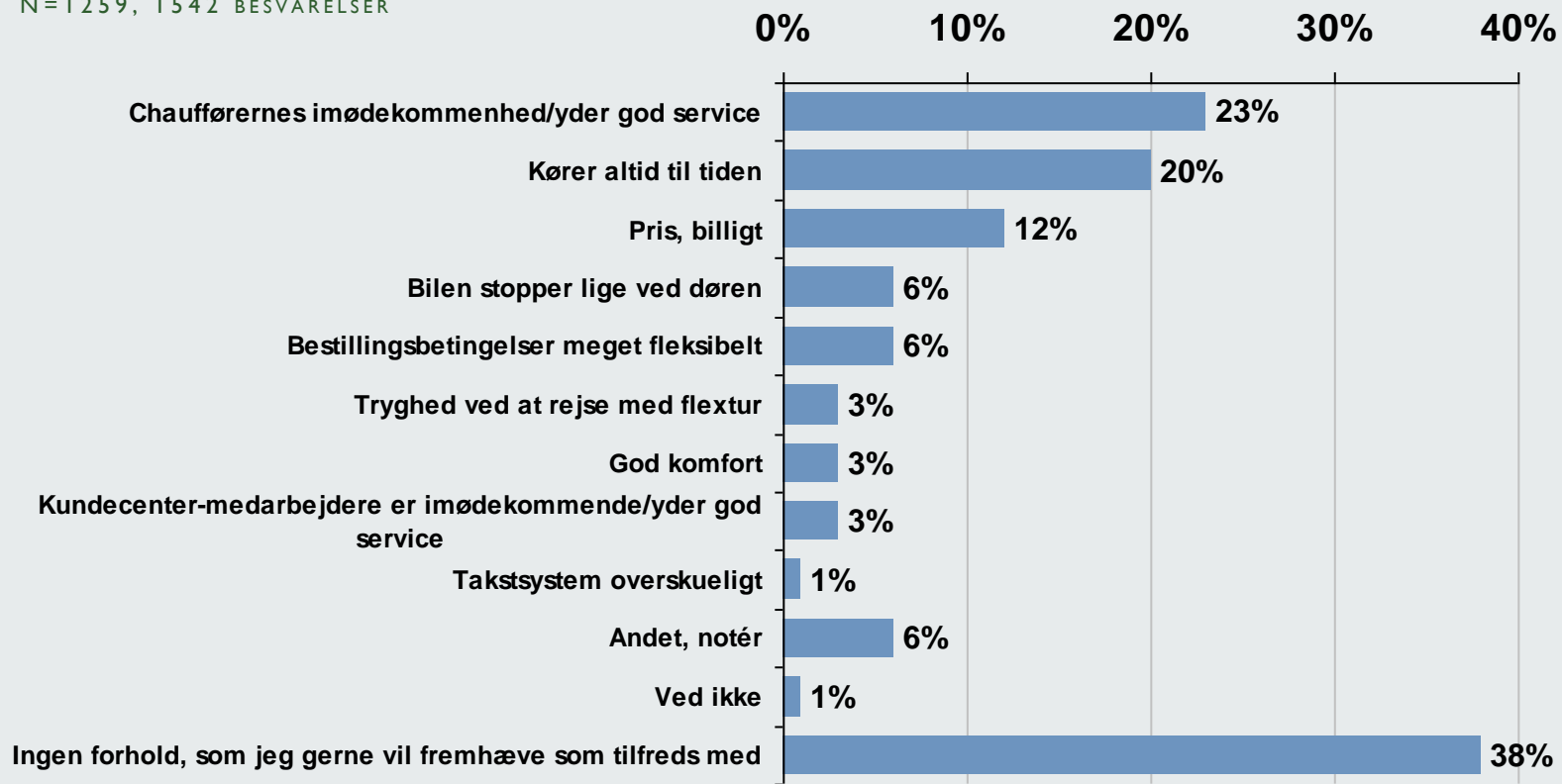
- Den kvantitative telefonundersøgelse viser at hele 86% er tilfredse eller meget tilfredse med Flextur generelt. Kun 6% er utilfredse eller meget utilfredse med Flextur.
- Respondenterne ser det som en stor styrke, at man bliver kørt fra dør til dør, samt at der ikke er nogle skift undervejs.
- For mange respondenter betyder det rigtig meget, at de bliver hentet på deres adresse, og derfor ikke behøver at gå til nærmeste stoppested.
- For børn og udviklingshæmmede er der tryghed i, at de bliver hentet og bragt til døren, da der derfor er mindre sandsynlighed for, at de bliver væk eller farer vild.

Respondenterne har dog nogle ting, de ser som mindre positive.

- For nogle respondenterne betyder serviceniveaet/tidsintervallerne i afhentningstidspunkt, at produktet opleves som *ufleksibelt*, dette gælder især for respondenter, der har tider, der skal passe i forhold til job, træning, fritidsaktivitet osv.

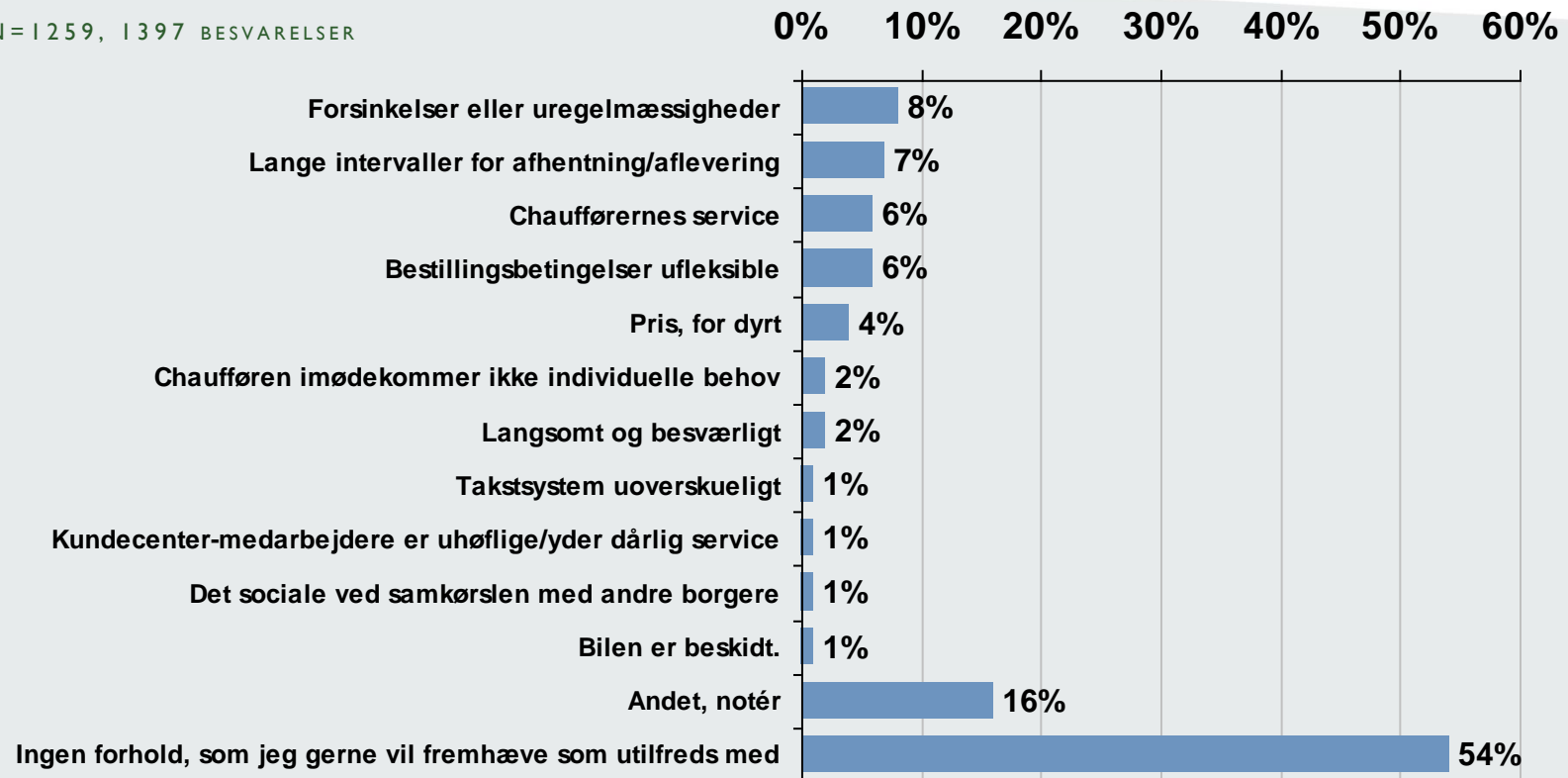
02. ER DER OMRÅDER/FORHOLD VED FLEXTUR, SOM DU ER TILFREDS MED, OG SOM DE GERNE VIL FREMHÆVE?  
(DER KAN ANGIVES FLERE SVAR)

N=1259, 1542 BESVARELSER



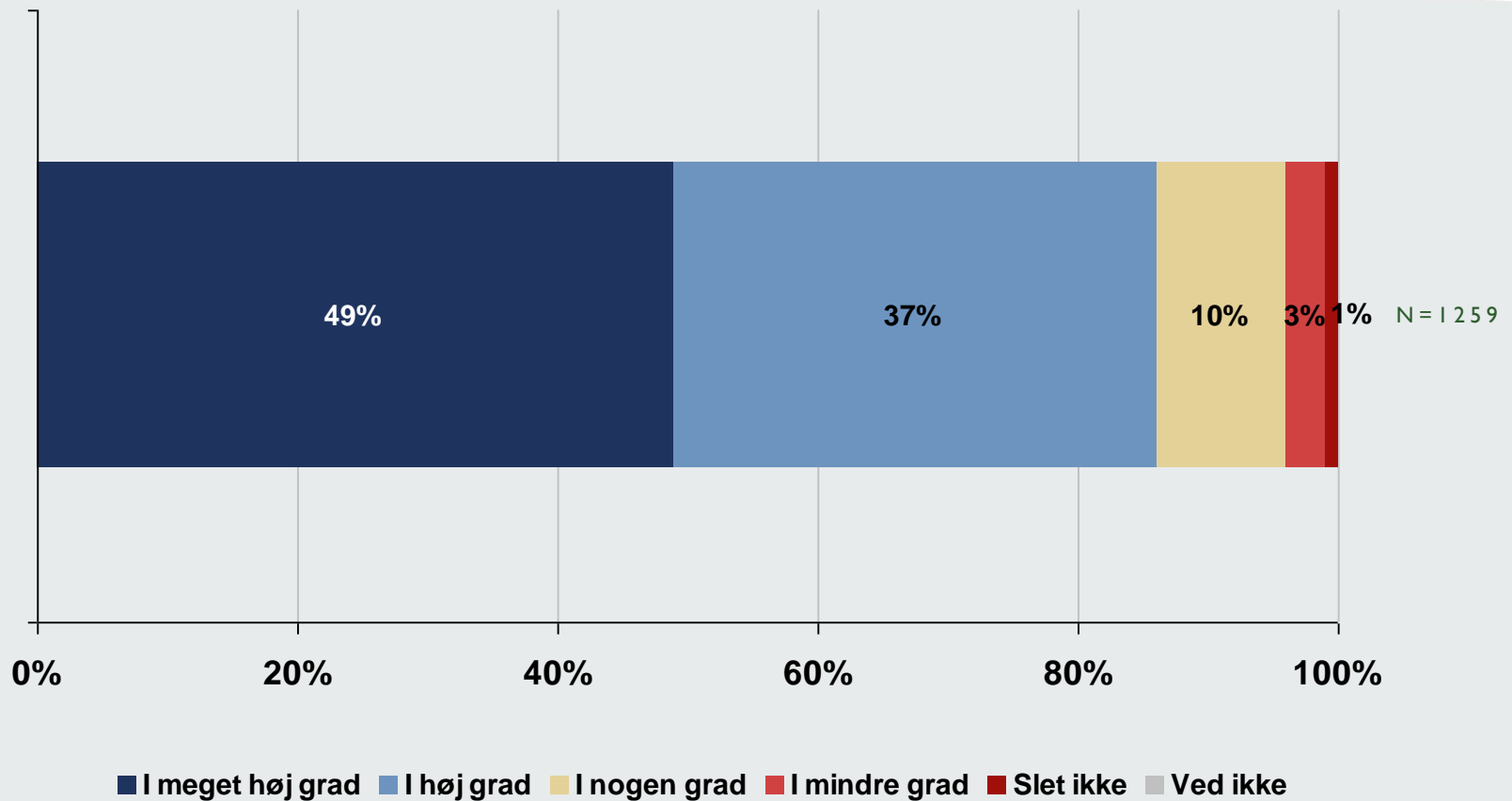
03. ER DER OMRÅDER/FORHOLD VED FLEXTUR, SOM DU ER UTILFREDS MED, OG SOM DE GERNE VIL FREMHÆVE?  
(DER KAN ANGIVES FLERE SVAR)

N=1259, 1397 BESVARELSER

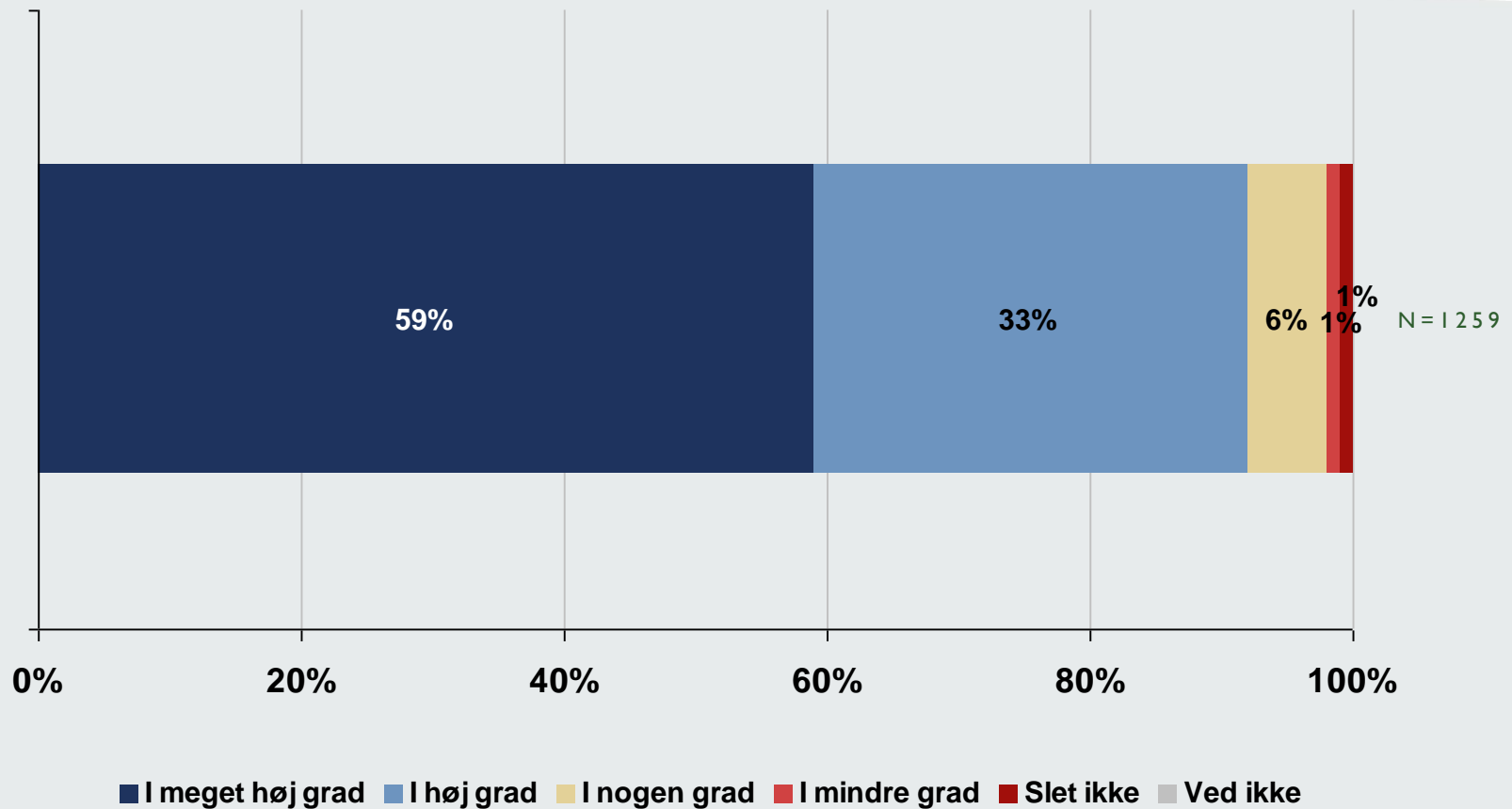


\* Andet-besvarelser: Særligt mange angiver, at de er utilfredse med, at der kun kan betales med kontanter. En del angiver også, at de er utilfredse med at bilen ikke kom til tiden, at App'en fungerer dårligt eller at de var frustrerede over samkørsel. Derudover svarer flere, at de har behov for at blive hentet ved døren og hjulpet ud i bilen. *Se tabelrapporten for en samlet liste over andet-besvarelser.*

## 04. I HVILKEN GRAD OPLEVER DU AT BLIVE HENTET OG BRAGT TIL TIDEN, NÅR DU REJSER MED FLEXTUR?



## 05. I HVILKEN GRAD OPLEVER DU EN TRYK OG SIKKER REJSE MED FLEXTUR?



# 5. BRUGERE

## BEKVEMMELIGHEDSBRUGERE OG TILGÆNGELIGHEDSBRUGERE

- 24. Hvilke forhold gør, at du foretrækker at benytte Flextur frem for Midttrafiks alm. busser?
- 25. Hvis du ikke havde Flextur til rådighed, hvad ville du så have benyttet som erstatning for dine rejser med Flextur?

## BESTILLINGSBRUGERE, KUN-BRUGERE OG KUN-BESTILLERE

## BEKVEMMELIGHEDS- OG TILGÆNGELIGHEDSBRUGERE

I Epinions rapport omkring Flextur for Movia fra 2014 ("Analyse af brug og oplevelse af Flextur", Epinion, 24.09.14) identificeres to forskellige kundegrupper; *bekvemmelighedsbrugere* og *tilgængelighedsbrugere*.

- Bekvemmelighedsbrugere karakteriseres som de, der har andre muligheder og blot bruger Flextur, fordi det er bekvemmeligt og nemt.
- Tilgængelighedsbrugere karakteriseres som de, der har ikke har andre muligheder.

I den kvalitative del-undersøgelse har der ved den tilfældige selektering af respondenter via kørselslister fra Midttrafik ikke indgået respondenter, som MEGAFON reelt vil karakterisere som *bekvemmelighedsbrugere*, da alle respondenter brugte flextrafik pga. manglende mulighed for andet.

- Der er selvfølgelig forskel, da nogle ældre er så dårlige, at de ikke kan andet, mens nogle yngre måske i stedet kunne tage en taxi, men MEGAFON fastholder dog, at der ikke har været nogle reelle bekvemmelighedsbrugere.
- Det kan måske begrundes med, at andelen af bekvemmelighedsbrugere er større i Hovedstadsområdet (fokus for rapporten "Analyse af brug og oplevelse af Flextur", Epinion, 24.09.14) end i Midtjylland pga. bedre dækning med andre offentlige transportmuligheder i Hovedstadsområdet.
- Dette betyder også, at fordelene ved at bruge Flextur bliver mindre udtalte, da der ikke er noget alternativ. Derfor er det der fylder mest for respondenterne en glæde ved, at *Flextur eksisterer*.
- MEGAFONs kvalitative metodevalg betyder derudover også, at de meget svage respondenter i mindre grad bliver valgt fra, da vi kommer til dem og de derfor ikke skal gøre noget aktivt for at deltage.

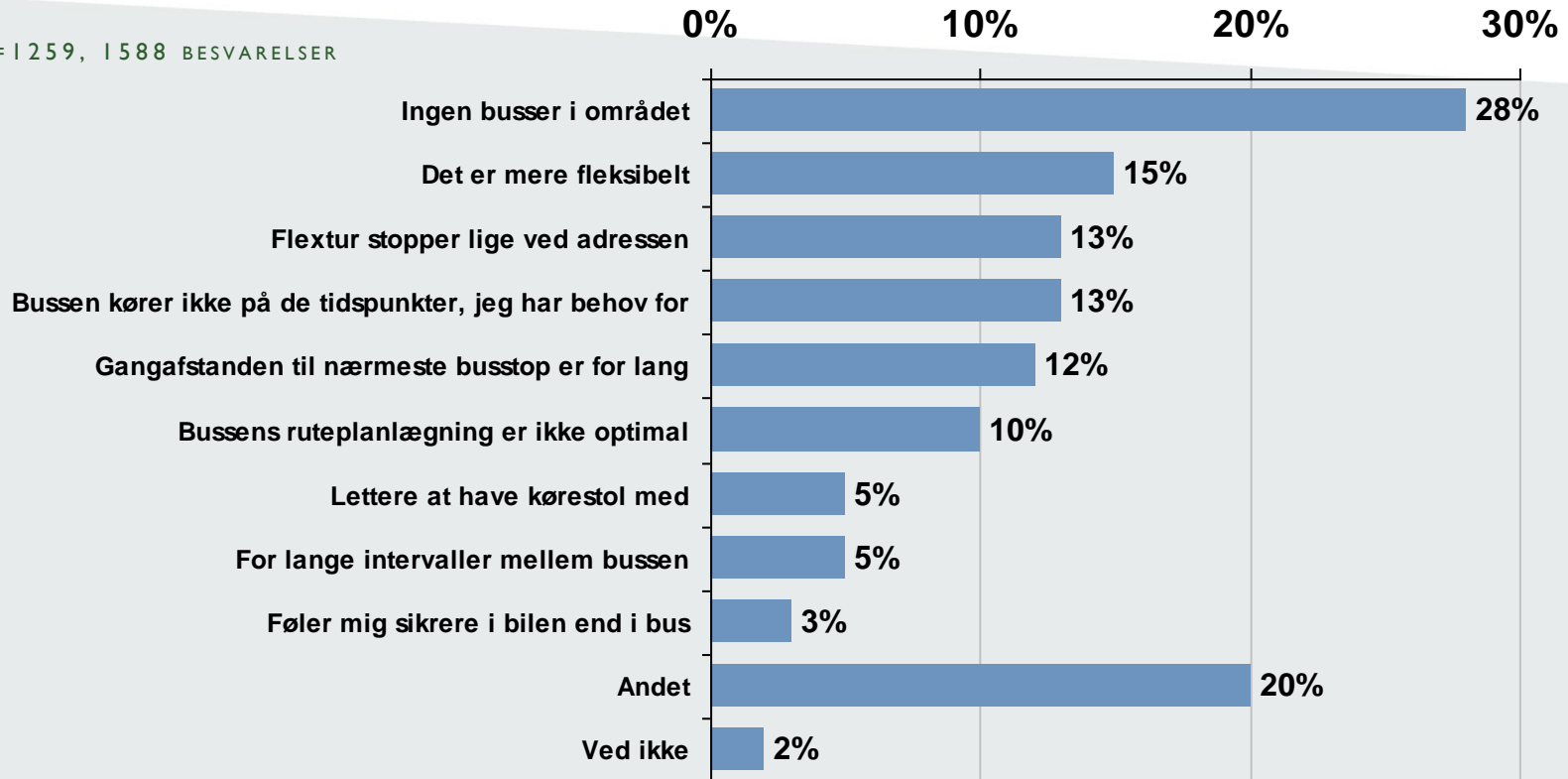
I den kvantitative del-undersøgelse må vi dog forvente, en større andel af *bekvemmelighedsbrugere*, da de allersvageste *tilgængelighedsbrugere* bliver sorteret fra fordi:

- a) De svageste ikke selv bestiller Flexture, og deres telefonnummer derfor ikke bliver logget.
- b) De svage brugere der selv bestiller måske i mindre grad har mulighed for og overskud til at deltage i en telefonundersøgelse.

➔ De kvalitative og kvantitative undersøgelser supplerer derfor hinanden og sørger for, at alle grupper bliver hørt og repræsenteret i den samlede undersøgelse.

24. HVILKE FORHOLD GØR, AT DU FORETRÆKKER AT BENYTTÉ FLEXTUR FREM FOR MIDTTRAFIKS ALM. BUSSE?  
(DER KAN ANGIVES FLERE SVAR)

N=1259, 1588 BESVARELSER

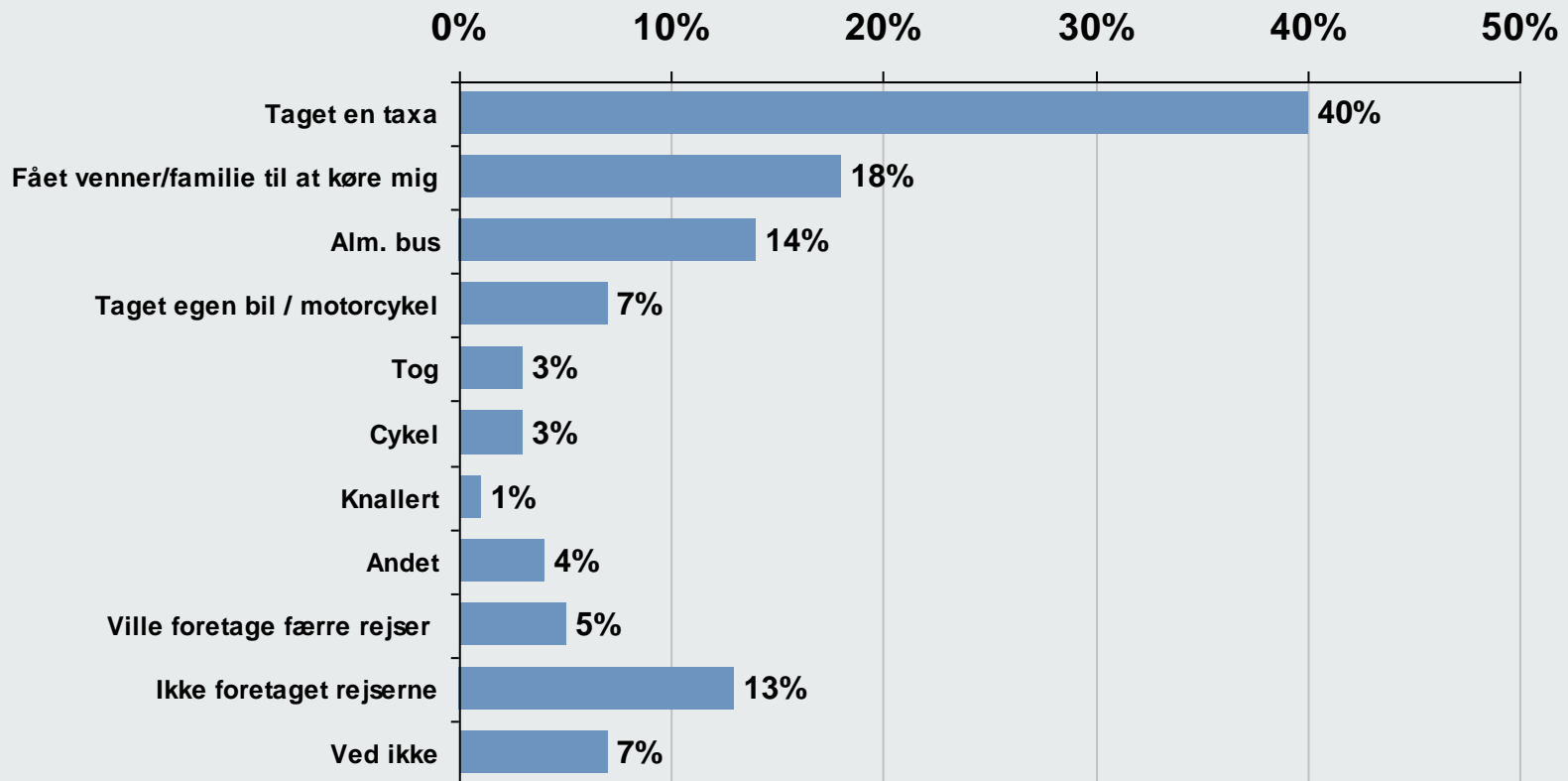


Andet-besvarelser: Klart flest angiver her, at det skyldes forskellige former for handicap og funktionsnedsættelser. Særligt mange svarer at det drejer sig om gangbesvær eller fordi de bruger rollator eller sidder i rullestol. En relativt stor del angiver også, at Flexitur er billigere for dem. Derudover svarer flere, at det skyldes mangel på busser. *Se tabelrapporten for en samlet liste over andet-besvarelser.*



25. HVIS DU IKKE HAVDE FLEXTUR TIL RÅDIGHED, HVAD VILLE DU SÅ HAVE BENYTTET SOM ERSTATNING FOR DINE REJSER MED FLEXTUR? (DER KAN ANGIVES FLERE SVAR)

N=1259, 1460 BESVARELSER



Samlet set er der 17% der angiver, at de enten ville foretage færre rejser eller slet ikke ville have foretaget rejserne, hvis Flextur ikke havde været en mulighed

**DEN ETNOGRAFISKE  
UNDERSØGELSE HAR  
AFDÆKKET 3 TYPER AF  
BRUGERE;  
BESTILLINGSBRUGERE, KUN-  
BRUGERE OG KUN-BESTILLERE,  
SOM ALLE HAR FORSKELLIGE  
BEHOV.**

*Flextrafiks kundegrupper:*



## BESTILLINGSBRUGERE, KUN-BRUGERE OG KUN-BESTILLERE

Respondenterne kan deles op i 3 grupper:

1. De der selv bestiller deres ture - *bestillingsbrugere*
2. De der IKKE selv bestiller deres ture – *kun-brugere*
3. De der KUN bestiller for andre, og ikke selv bruger Flextur – *kun-bestillere*

*Bestillingsbrugere:*

- Består oftest af 'yngre' brugere (<80).
- En del af brugerne er internetvante.
- Har generelt et godt kendskab til Flexturs specifikke rammer omkring tidspunkter og muligheder.

*Kun-Brugere:*

- Består oftest af ældre mennesker, personer med kontaktperson, som f.eks. udviklingshæmmede, samt børn.
- Har ikke selv mulighed for at bestille.
- I telefonundersøgelsen er der kun 3% der angiver, at andre bestiller for dem. Her må vi dog antage at denne gruppe er underrepræsenteret i telefonundersøgelsen pga. udvælgelsesmetoden.

*Kun-Bestillere:*

- Personer der ikke selv kører med Flextur, men som bestiller for deres pårørende, eller som via deres arbejde som kontaktperson eller medarbejder på f.eks. plejehjem bestiller for andre.

➡ Her er det vigtigt ,at der er fokus på forskelligartet kommunikation fra Midttrafiks side. Brugere og bestillere skal have forskellig information på forskellige måder.

# 6. KENDESKAB OG BRUG

- 26. Til hvilke formål anvender du oftest Flextur?

## BRUG AF FLEXTUR

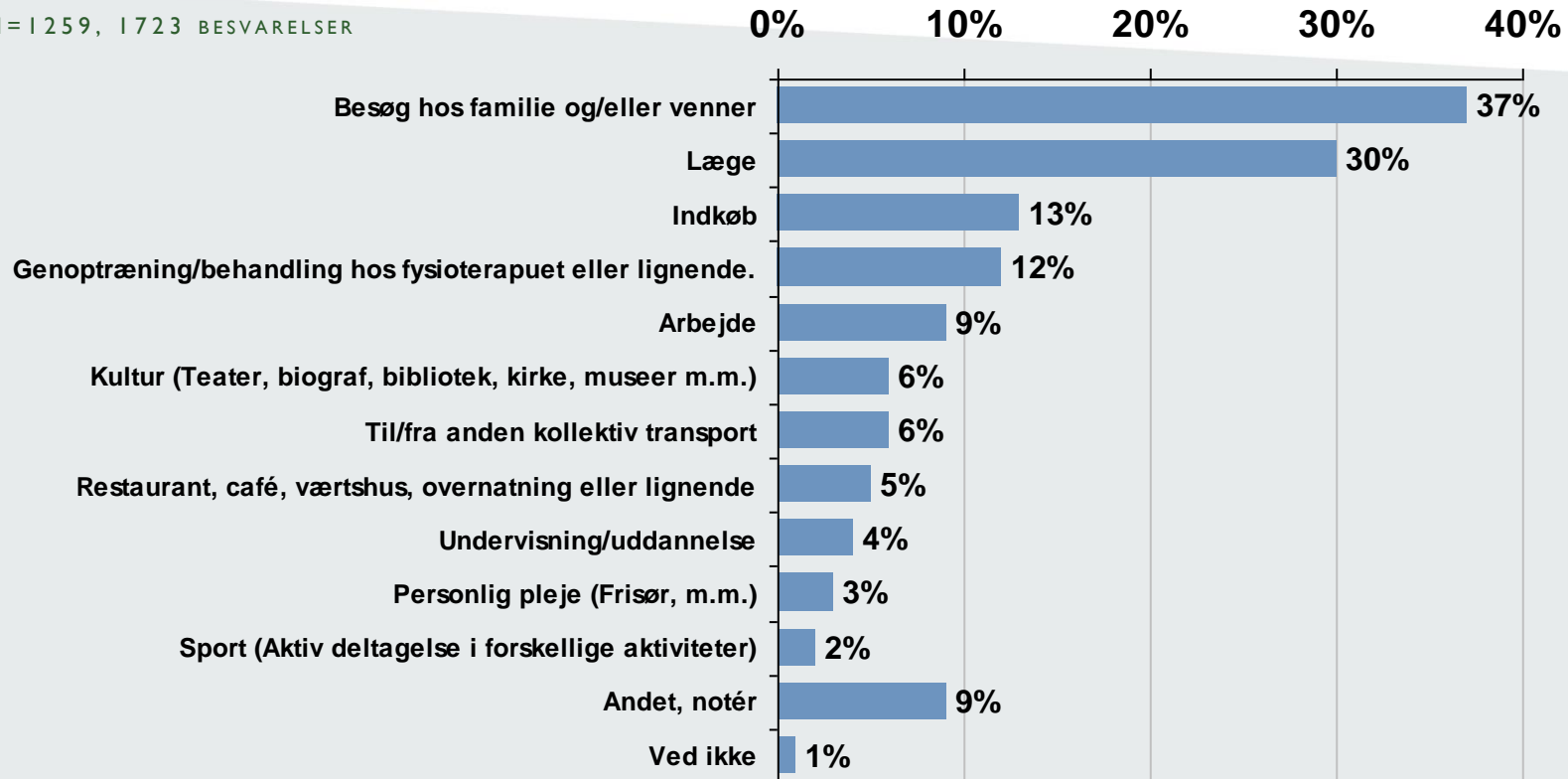
- 27. Er du klar over, at det er tilladt at benytte Flextur til alle typer rejseformål?
- 30. Er du bevilget til andre typer kørsel såsom handicapkørsel eller siddende patientbefordring?

## KENDESKAB TIL FLEXTUR

## KENDESKABSCASES

## 26. TIL HVILKE FORMÅL ANVENDER DU OFTEST FLEXTUR? (DER KAN ANGIVES FLERE SVAR)

N=1259, 1723 BESVARELSER



Flere mænd angiver, at de benytter Flex-tur til arbejde (12%) sammenlignet med kvinder (8%). Det samme gør sig gældende for andelen der benytter det til sport (4% mænd og 2% kvinder) og besøg på restaurant, café, værtshus, overnatning eller lignende (9% mænd og 4% kvinder). Omvendt bruger kvinder det mere til lægebesøg (33%), sammenlignet med mænd (23%). Det samme gør sig gældende hvad angår personlig pleje (frisør mm.) (4% kvinder og 1% mænd).

**FLEXTUR OPLEVES AF FLERE  
SOM NOGET EKSKLUSIVT, DER  
KUN MÅ BRUGES AF BESTEMTE  
PERSONER TIL BESTEMTE  
FORMÅL.**

*”Jeg er meget overrasket over, at jeg kan bruge det der Flextur. Jeg troede kun, at det var for folk, der ikke kunne gå eller var meget syge.”*  
- Kvinde, 87 år

## BRUG AF FLEXTUR

Selv blandt de personer, der ofte har berøring med Flextur, er der en udbredt forståelse af, at *Flextur ikke er for alle*.

- På tværs af bruger-grupperne er der en misforståelse omkring, at det kun er bestemte personer, der kan bruge Flextur. Flextur opfattes som et produkt for de svageste i samfundet.

Der udtrykkes tvivl omkring hvad Flextur ”må” bruges til.

- Hele 20% angiver i telefonundersøgelsen at være usikre på, om Flextur må benyttes til alle typer formål.
- Flere oplever det som misbrug af ‘systemet’ at bruge Flextur til andet end helbredsmæssige rejser, som besøg hos læge, behandling, genoptræning, fysioterapi, mv. Dette skyldes, at Flextur ses som noget, der kun kan benyttes af de svageste i samfundet og derfor noget, som kun bør/må benyttes til ‘godkendte’ formål.
- Tvivlen udtrykkes af alle brugertyperne, men den kvalitative del-undersøgelse viser, at den især er udbredt hos kun-brugerne, som har et generelt dårligere kendskab til Flexturproduktet.
- De der også er bevilliget til f.eks. handicapkørsel mv. forbinder i høj grad Flextur med dette, og ser Flextur som en del af dette tilbud.

Telefonundersøgelsen viser:

- Der er signifikant færre blandt respondenter på 80 år eller derover, som ved at de må benytte Flextur til alle typer af rejseformål. Således er 26% af disse usikre på om det er tilladt, sammenlignet med gennemsnittet på 20%.
- Der ses en klar sammenhæng mellem, at jo mere man bruger Flextur desto mere bevidst er man også om, at det må bruges til alle slags rejser. Således er hele 24% der benytter det sjældnere end månedligt usikre på dette. Herefter falder andelen løbende og ender på 11% blandt respondenter, der rejser 5-7 dage om ugen.

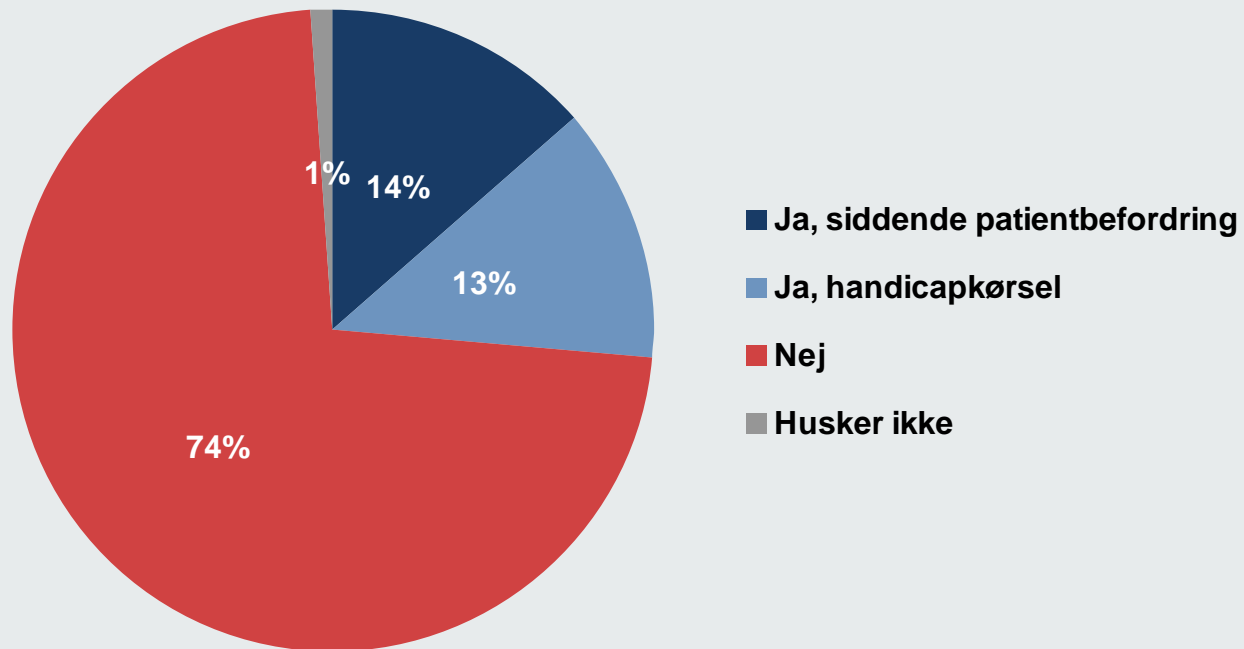
27. ER DU KLAR OVER, AT DET ER TILLADT AT BENYTTE FLEXTUR TIL ALLE TYPER REJSEFORMÅL – DVS. BÅDE TIL LÆGEBESØG, BEHANDLING, GENOPTRÆNING SÅVEL SOM TIL FORNØJELSER, BESØG HOS VENNER MV.?

N=1259



30. ER DU BEVILGET TIL ANDRE TYPER KØRSEL SÅSOM HANDICAPKØRSEL ELLER SIDDENDE PATIENTBEFORDRING?  
(DER KAN ANGIVES FLERE SVAR)

N=1259, 1280 BESVARELSER



## KENDSKAB TIL FLEXTUR

Kun-brugerne, der ikke selv bestiller deres Flexture, men får dem bestilt af familiemedlemmer, kontaktpersoner eller andre, har generelt meget lidt viden om produktet Flextur, reglerne mv.

- Disse respondenter er på forskellige måder svage og afhængige af andre.
- Det er derfor i mange tilfælde kun-bestillerne, som Midttrafik skal have i tale, og ikke de egentlige brugere – da kun-bestillerne agerer som gatekeepers for kun-brugerne.
- Kun få i denne gruppe benytter Flextur til private arrangementer.

Bestillingsbrugerne har generelt et godt kendskab til Flextur.

- Disse respondenter har et rigtig godt kendskab til reglerne omkring hvad chauffører må og ikke må, at der skal ringes 5 min før tidspunktet for afhentning etc.
- Flere af disse bruger også Flextur til private arrangementer.

Mange respondenter indikerer, at der er meget lidt kendskab til Flextur generelt i deres omgangskreds, og at de kun kender til få, der bruger det.

- En del af de respondenter, der ikke er svage, men bruger Flextur til f.eks. arbejde eller fritidsaktiviteter har fået kendskab til Flextur gennem især kolleger, andre kursister fra fritidsaktivitet eller naboer, som står i samme situation i forhold til sjældne bustider.
- Dermed er mund-til-mund metoden udbredt i forbindelse med udbredelse af Flextur – noget som Midttrafik kan kigge nærmere på for at få mere viden, om hvorledes kendskabet til Flextur kan udbredes.

**BESTILLINGSBRUGERE HAR GODT  
KENDSKAB TIL PRODUKTET, MENS KUN-  
BRUGERE OG KUN-BESTILLERE KUN  
HAR VIDEN OM SPECIFIKKE OMRÅDER.**

*”Det er lidt synd at ingen kender til flextrafik – det ville være godt hvis der var flere der kendte det. Det er jo smart.” - Kvinde, 32 år*



## KENDSKABSCASES

I forbindelse med undersøgelsen har MEGAFONs konsulent deltaget i kørsler med Flextur, for at observere på chauffører, samkørsel mv. Følgende er uddrag fra konsulentens noter fra feltarbejdet.

*”Chaufføren spørger mig, hvor jeg skal hen, og hvordan det kan være, at jeg tager en Flextur – han kører oftest med personer, der er gangbesværede med videre.*

*Det ender ud i en lang samtale, hvor chaufføren fortæller, at det jo ikke er alle, der kan bruge Flexture, men kun folk der er bevilget til det, samt personer der bor bestemte steder, hvor bussen ikke går. Jeg forsøger, at modsige ham, men han holder fast. ”Flextur KAN IKKE bruges af alle.”*

- Uddrag fra feltnoter, maj 2017

*”Jeg befinder mig hos en ung kvinde der er flyttet ud på landet og herefter har fundet ud af, at hun også kan bruge Flextur til at sende hendes børn til ridning. Hun arbejder på plejehjem og har mange gange bestilt Flextur til de ældre, men har aldrig vist, at det også er for ‘normale mennesker’ som hun udtrykker det.”*

- Uddrag fra feltnoter, maj 2017

# 7. BESTILLING

## BESTILLING GENERELT

- 09. Ture med Flextur kan bestilles telefonisk, på internettet eller via Flextrafiks app. På hvilken måde bestiller du typisk ture, når du skal rejse med Flextur?

## TELEFONISK BESTILLING

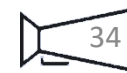
- 10. Er du tilfreds eller utilfreds med den service, du får, når du bestiller telefonisk?

## BESTILLING ONLINE OG VIA APP

### UDFORDRINGER I BESTILLING ONLINE OG VIA APP

- 11. Synes du, at det er let eller svært at bestille Flexture via internettet?
- 14. Synes du, at det er let eller svært at bestille Flexture via Flextrafiks app?
- 12. Synes du, at det er let eller svært at forstå Midttrafiks information i forbindelse med bestilling af Flexture via internettet?
- 15. Synes du, at det er let eller svært at forstå Midttrafiks information i forbindelse med bestilling af Flexture via Flextrafiks app?
- 13. Synes du, at der er for lidt, tilpas eller for meget information i forbindelse med bestilling af Flexture via internettet?
- 16. Synes du, at der er for lidt, tilpas eller for meget information i forbindelse med bestilling af Flexture via Flextrafiks app?

## ANVISTE AFHENTNINGSTIDSPUNKTER VED BESTILLING



## BESTILLING GENERELT

De etnografiske observationsinterview har afdækket respondenter, der har afgivet bestillinger telefonisk og online, men har ikke stødt på nogen, der har bestilt via app. Derfor har MEGAFON efterfølgende foretaget en række kvalitative telefoninterviews med app-brugere, for på denne måde at få afdækket hele spektrummet af bestillingsformer.

En del af respondenterne i den kvalitative del-undersøgelse var kun-brugere. Her fik vi i flere tilfælde talt med den person, der så bestilte på vegne af passagerne; dvs. kun-brugerens kun-bestiller.

- Her var der bl.a. tale om udviklingshæmmede, der bor på bosted, og vis kontaktperson bestiller Flexiturene.
- Flere af de ældre der har svært ved at tage bussen får hjælp til bestilling fra deres familiemedlemmer. Især de ældres børn er dem, der står for bestillingerne.

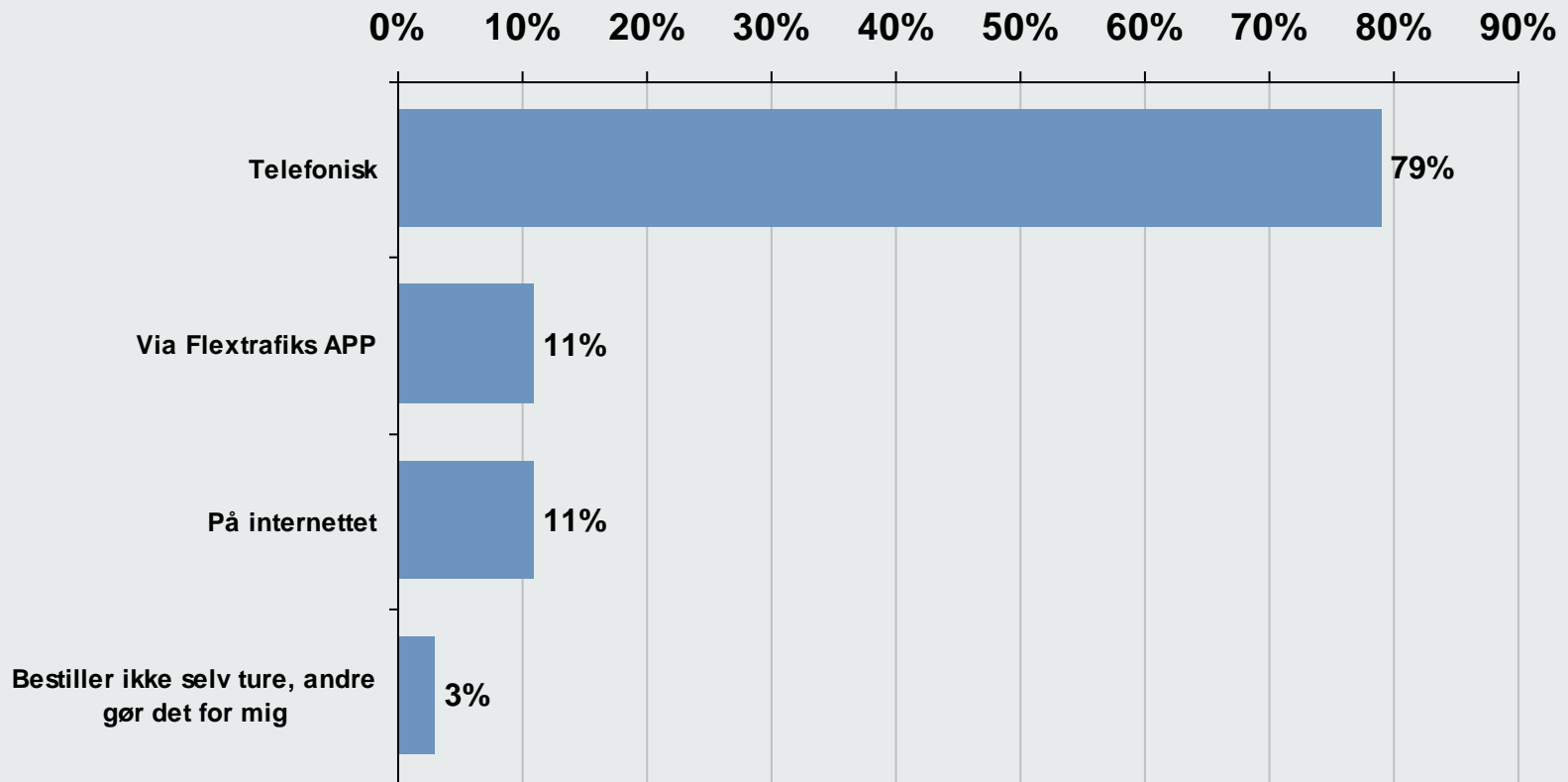
Der er forskel på, om der er tale om faste kørsler eller engangsbestillinger.

- De ældre og dårlige respondenter har oftest faste kørsler, hvorimod de yngre i højere grad bestiller fra gang til gang.

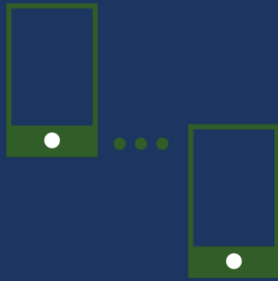
*”De er så søde og flinke i telefonen.  
Første gang viste jeg jo slet ikke  
noget om det og ringede ind og  
spurgte om alle mulige ting. Og de  
var søde og hjælpsomme og  
svarede på alle mine spørgsmål.”  
- Kvinde, 34 år*

09. TURE MED FLEXTUR KAN BESTILLES TELEFONISK, PÅ INTERNETTET ELLER VIA FLEXTRAFIKS APP. PÅ HVILKEN MÅDE BESTILLER DU TYPISK TURE, NÅR DU SKAL REJSE MED FLEXTUR?(DER KAN ANGIVES FLERE SVAR)

N=1259, 1300 BESVARELSER



## DER ER GENERELT SET STOR TILFREDSHED MED DEN TELEFONISKE BESTILLING.



*”Jeg synes altid, at de er så søde og flinke i telefonen. Det er jo ikke deres skyld, at systemet er så ufleksibelt.”*  
- Kvinde, 32 år

## TELEFONISK BESTILLING

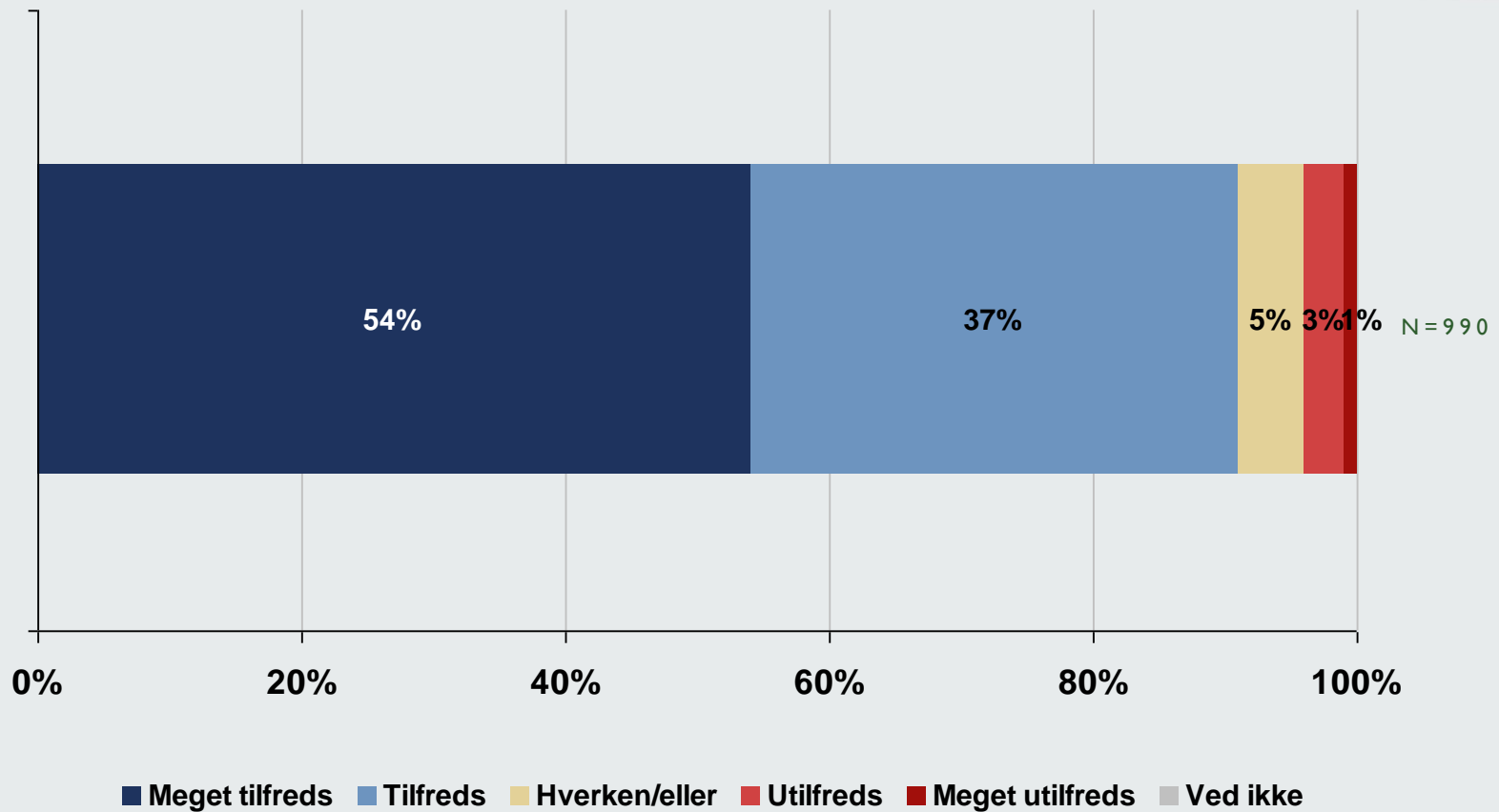
Der var generelt stor tilfredshed med den telefoniske bestilling, og respondenterne var generelt glade for de mennesker, de mødte i den anden ende, som fremstod søde, venlige, imødekommende og kompetente.

- Ifølge telefonundersøgelsen er hele 90% tilfredse eller meget tilfredse med den service de får, når de bestiller deres Flexture telefonisk.
- Dog mente nogle få respondenter, at medarbejderne fremstod som ufleksible, hvilket blev forklaret med deres ‘uvilje’ til at finde tidspunkter, der passede respondenterne.

En del af de respondenter, der bestiller telefonisk, er ikke i stand til at bestille på andre måder, da de ikke har adgang til internettet. Oftest er disse ældre.

- I telefonundersøgelsen ses, ikke overraskende, en klar tendens til at desto ældre respondenter er, desto flere benytter sig af telefonisk bestilling. Således er der kun 41% blandt de 15-19-årige der bestiller telefonisk, mens denne andel stiger med alderskategorierne og er 95% blandt respondenterne på 80 år eller derover.
- En enkelt ung kvinde ville hellere bestille online eller via app, men havde Mastercard og ikke dankort og kunne derfor ikke bestille og betale online/via app.
- En yngre kvinde foretrak simpelthen at kunne tale med et andet menneske ved bestilling. På denne måde følte hun sig mere sikker på, at bestillingen var gået igennem og accepteret.

## 10. ER DU TILFREDS ELLER UTILFREDS MED DEN SERVICE, DU FÅR, NÅR DU BESTILLER TELEFONISK?



## DE RESPONDENTER DER BESTILTE ONLINE OG VIA APP VAR GENERELT SET RIGTIG TILFREDSE MED DETTE.

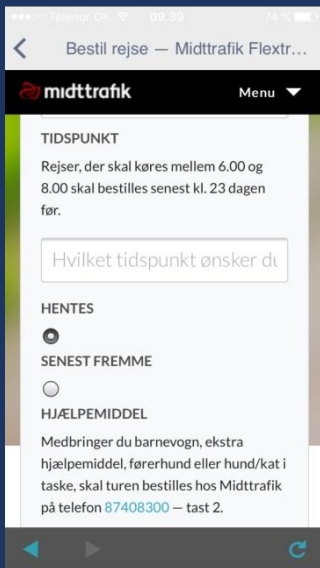
### BESTILLING ONLINE OG VIA APP

Telefonundersøgelsen viser, at 11% af flextrafiks brugere typisk bestiller via internettet, mens 11% typisk bestiller via app.

- Den yngste gruppe, de 15-29-årige, er de der oftest bestiller via Flextrafiks app (42%). Denne andel falder løbende med alderskategorierne og kun 1% af respondenterne på 80 år eller ældre benytter sig af app'en.

De respondenter der bestilte online/via app var godt tilfredse med denne mulighed.

- En af de vigtigste grunde til, at respondenterne var glade for at bestille online/via app var betalingen. Det betød meget for dem, at de ikke behøvede at have lige penge, når de kørte med Flextur, men at det var betalt på forhånd.
- Bestillingen online/via app føltes også lettere, ligesom det kan gøres på alle tider af døgnet, noget respondenterne satte stor pris på. Derudover blev det også oplevet som nemt at afbestille, hvilket havde stor betydning for nogle af respondenterne.
- Herudover slap de for at hænge i kø i telefonen.
- Flere respondenter nævnte, at det betød meget for dem, at app og online huskede deres føreindtastede adresser mv. således, at dette ikke skulle indtastes hver gang.
- Telefonundersøgelsen viser, at 80% af de der bestiller online mener at dette er nemt eller meget nemt. Andelen for de der bestiller via app, som synes at dette er nemt eller meget nemt er 81%. Dog er andelen af respondenter der har svaret *meget nemt* relativt højere for app-brugerne (59%) end for internetbrugerne (35%).



**INKLUDERING AF FLERE  
BETALINGSFORMER KAN FÅ FLERE  
TIL AT BESTILLE ONLINE/VIA APP.  
DERUDOVER ER DER ET UDBREDT  
ØNSKE OM INFORMATION OMKRING  
AFHENTNINGSTIDSPUNKT FØR  
BESTILLING AFGIVES.**

*”Når man bestiller tur, så får man ofte tilbudt en tur, man ikke kan bruge, fordi den er før/efter det tidspunkt, man gerne vil afhentes. I stedet burde hjemmesiden komme op med forslag, så man ikke skal afbestille og starte helt forfra og bestille igen. Ville være meget mere smidigt og tidsbesparende. Det er irriterende, at man skal gøre det samme 5-6 gange før siden kommer op med det tidspunkt/den tur man reelt kan bruge til noget.”*

- Kvinde, 50 år

**UDFORDRINGER I BESTILLING ONLINE/VIA APP**

Respondenterne nævnte et par ting, som de var mindre tilfredse med i forhold til at bestille online/via app.

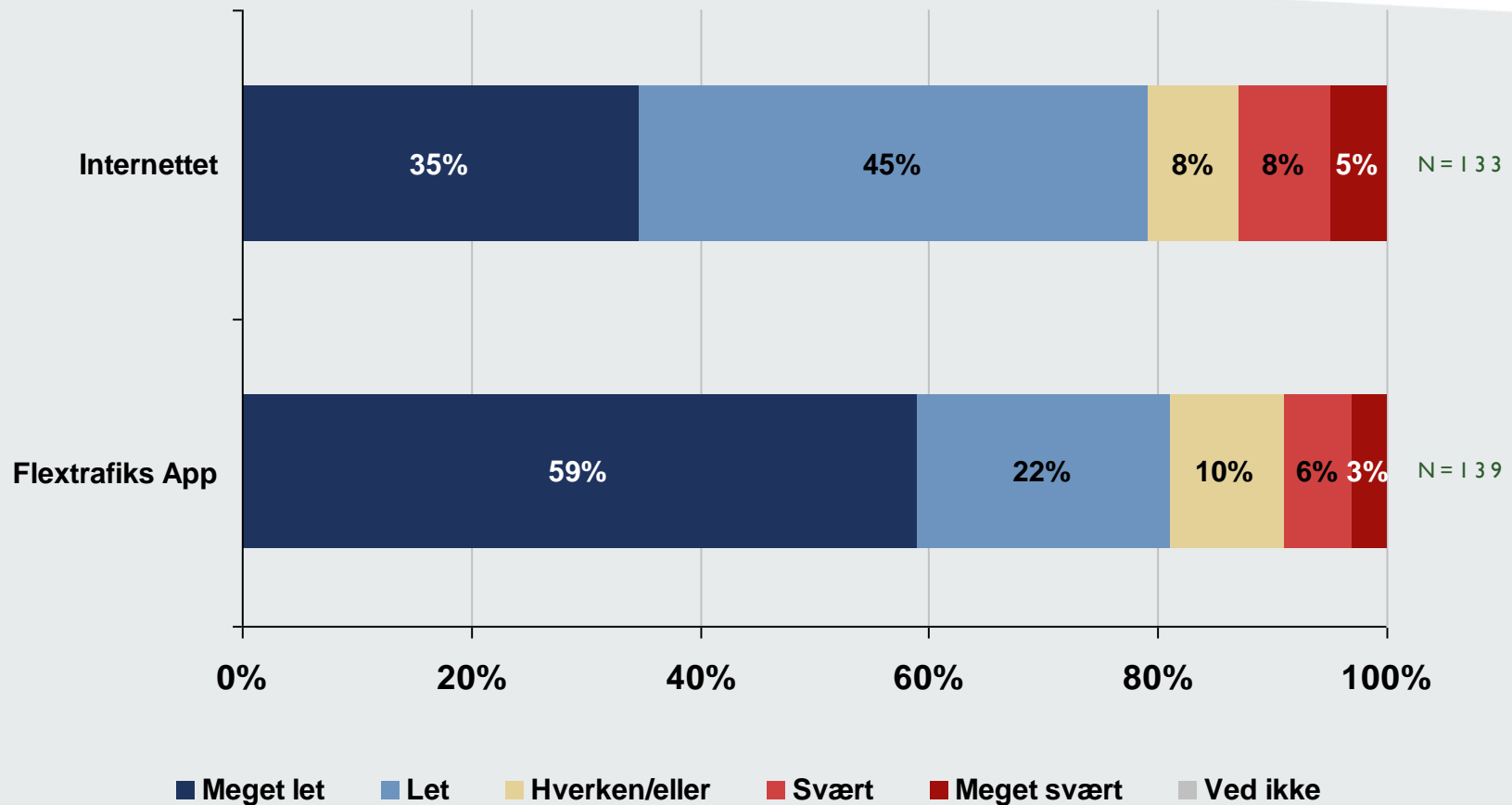
- Online-bestilling virker kun på bestemte web-browsere, hvilket er til gene for nogle respondenter.
- Den største kilde til besværlighed for respondenterne var tidsangivelserne for bestillingen – når de bestilte online/på app fik de først det endelig tidspunkt efter endt bestilling. Dette betød, at hvis tidspunktet ikke passer skal bestillingen slettes, hvorefter der skal foretages en ny bestilling, hvilket virker omsonst og er til stor gene for mange.
- Den telefoniske undersøgelse viser at 12% finder det svært eller meget svært at bestille via internettet, mens dette tal er nede på 9% for Flextrafiks app.

Flere viste interesse i at bestille online/via app, men fandt det af forskellige grunde besværligt.

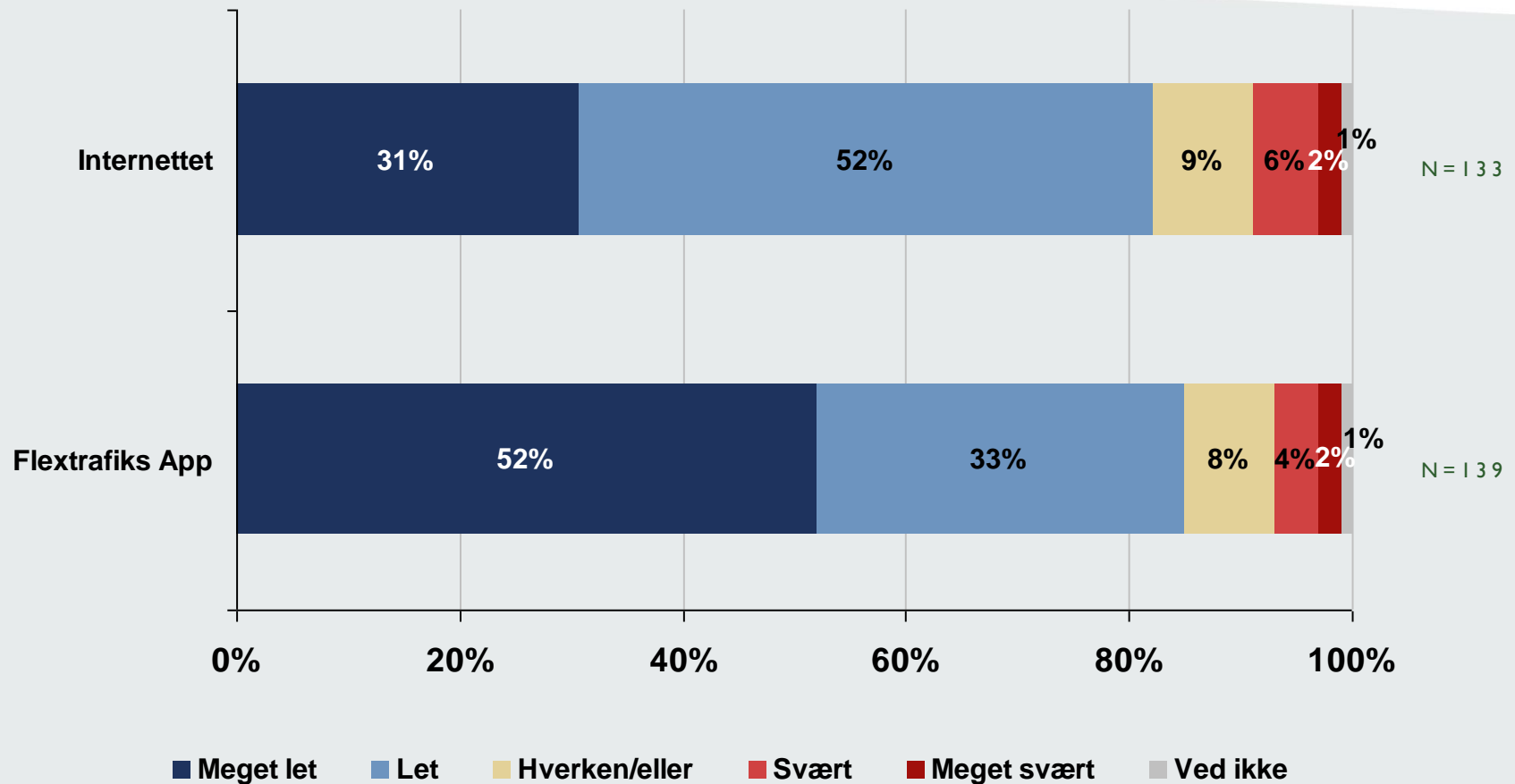
- Købet kan kun foretages med Dankort, og ikke med f.eks. Mastercard eller andre typer af betaling som f.eks. Mobile-pay mv. hvilket betød, at nogle respondenter ikke havde mulighed for at bruge denne bestillingsmetode.
- For nogle følte det mere besværligt, når der skulle foretages faste kørsler, og der var usikkerhed omkring, hvorvidt det var muligt at bestille faste kørsler på andre måder end telefonisk.
- Flere følte, at der var større usikkerhed ved at bestille uden menneskelig kontakt, da det ikke på samme måde blev bekræftet personligt.



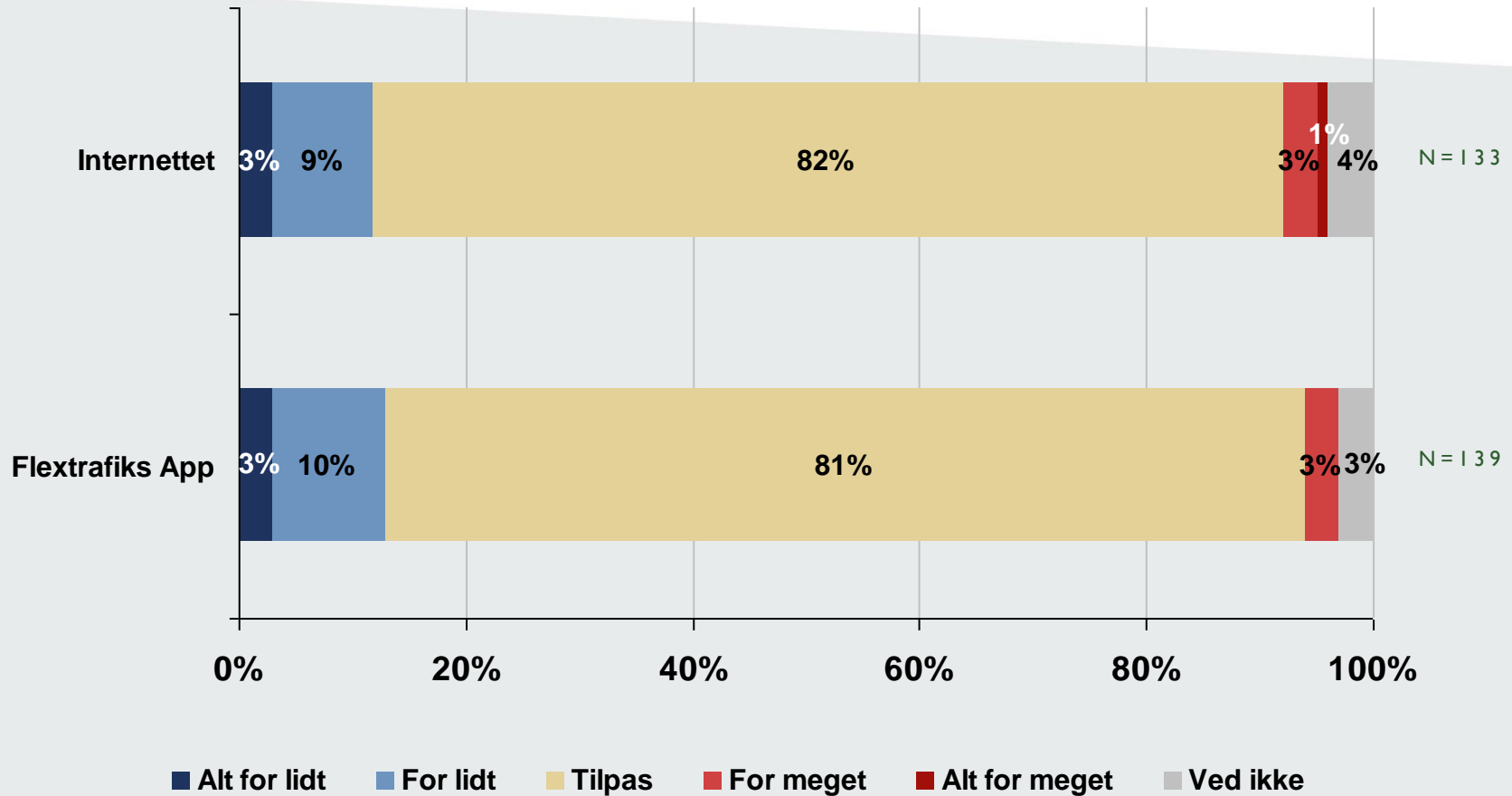
## 11./14. SYNES DU, AT DET ER LET ELLER SVÆRT AT BESTILLE FLEXTURE VIA ... ?



12. / 15. SYNES DU, AT DET ER LET ELLER SVÆRT AT FORSTÅ MIDTTRAFIKS INFORMATION I FORBINDELSE MED BESTILLING AF FLEXTURE VIA ...?



13. / 16. SYNES DU, AT DER ER FOR LIDT, TILPAS ELLER FOR MEGET INFORMATION I FORBINDELSE MED BESTILLING AF FLEXTURE VIA ...?



Når vi ser på informationsbehovet i Flextrafik app mener signifikant flere kvinder, at der mangler information (18%), sammenlignet med mænd (7%).

**FOR DEN YNGRE DEL AF  
KUNDESEGMENTET BETYDER  
UDSVINGET I AFREJSE- OG  
ANKOMSTTIDSPUNKT MEGET,  
HVORIMOD DET FOR DEN  
ÆLDRE DEL IKKE HAR EN LIGE  
SÅ AFGØRENDE BETYDNING.**

*”Det irriterer mig lidt, at jeg skal vente så længe, når jeg er færdig med ridning. Men det er fordi, at det var det tidspunkt, de havde ledigt, da vi ringede og bookede. Men de kunne jo godt lige tjekke op på det. Måske er mit ønskede tidspunkt ledigt 3 mdr. senere – det kunne de godt lige følge op på.”*

- Mand, 83 år, kørestolsbruger

**ANVISTE AFHENTNINGSTIDSPUNKTER VED BESTILLING**

”Du vil blive tilbudt et afhentningstidspunkt -15/+45 min. i forhold til det ønskede afrejetidspunkt.”

- Flere respondenter er lidt kede af det store tidsinterval ved bestilling.
- Dette opleves som *ufleksibilitet* fra Midttrafiks side.
- Mange ser det dog som ‘en del af systemet’ og accepterer blot dette faktum.
- Flere har været kede af at skulle vente lang tid efter deres aftales afslutning pga. afhentningstidspunkterne.
- En enkelt respondent har endt med at aflyse de fleste af sine ture igen, pga. afhentningstidspunkterne. Her har hun i stedet fået venner og bekendte til at køre hende og børn til fritidsaktiviteter.
- For især de yngre, og de som skal på arbejde betyder det rigtig meget, at de kan få det tidspunkt, de ønsker. Her er dog også en følelse af, at de bliver prioriteret, i det omfang det er muligt. Dog betyder denne ufleksibilitet, at de har lidt flere overvejelser omkring at bruge det og blot bruger Flextur som en sidste løsning.
- Dette ses også i telefonundersøgelsens spørgsmål 3, hvor respondenter i alderen 20-39 år i signifikant højere grad angiver, at de utilfredse med ufleksible bestillingsbetingelser (15%) og lange intervaller for afhentning/aflevering (15%), end gennemsnittet (henholdsvis 7% og 6%).

*”Jeg vil nok ikke anbefale Flextur til folk med små børn, for der duer det ikke. Det fede går jo lidt af det, når man skal vente en helt time! Men til folk hvor det ikke betyder helt så meget, om man ankommer plus minus en halv time, der vil jeg helt klart anbefale det.”*

- Kvinde, 32 år

*”Serviceniveauet er jo en del af systemet. Det er fint nok. Men så skal de altså også komme til aftalt tid! Jeg gider ikke få at vide, at jeg kan hentes en halv time før, jeg ønsker det og så kommer de alligevel en halv time for sent!”*

- Mand, 76 år



# 8. INDEN AFGANG

## OPKALDET 5 MIN FØR ANKOMST

- 20. Hvor ofte oplever du at blive ringet op af chaufføren kort inden, at bilen ankommer for at afhente dig på dine Flexture?
- 21. I hvilken grad har chaufførens opkald kort inden, at bilen ankommer en positiv betydning for din samlede rejse med Flextur?
- 21.b. I hvilken grad vil det have en positiv betydning for din samlede rejse med Flextur, hvis chaufføren ringer dig op kort inden, at bilen ankommer for at hente dig?

## VENTETIDEN

## FORSINKELSE OG UDEBLIVELSE

- 22. Ved du hvad du skal gøre, hvis bilen er forsinket med mere end 20 minutter i forhold til aftalte afhentningstidspunkt eller at bilen helt udebliver?
- 23. I hvilken grad synes du, at Midttrafik er gode til at hjælpe, hvis bilen er forsinket eller udebliver?

## CASES

## DEN GODE OG DEN ONDE CIRKEL

## OPKALDET 5 MIN FØR ANKOMST



*Efter opkald står kunden klar*

Der er stor forskel på, om respondenterne generelt oplever at blive ringet op 5 min før.

- Ifølge telefonundersøgelsen oplever 46% at chaufføren ringer altid eller ofte, mens 30% siger at chaufføren sjældent eller aldrig ringer dem op før ankomst.
- De der har oplevet at blive ringet op svarer også, at opkaldet betyder meget for dem. Her viser telefonundersøgelsen at 73% af de der har oplevet at blive ringet op, at det i høj grad eller i meget høj grad har en positiv betydning for deres samlede rejse.
- Interessant er det, at det ser ud til, at have mindre betydning for de der ikke regner med at blive ringet op. Her svarer 46%, ifølge telefonundersøgelsen, at det i meget høj grad eller i høj grad ville have en positiv betydning for deres samlede rejse, at blive ringet op af chaufføren. Dette kan hænge sammen med, at de ikke på samme måde regner med at blive ringet op og derfor ikke oplever det som ubehageligt når det ikke sker.
- Især de svage respondenter har stor glæde ud af at de ved, at de har tid til at gøre sig klar.
- Opkaldet er også med til at sikre, at respondenterne ved, at bilen er på vej, og dermed ikke er forsinket eller udeblevet, hvilket giver dem tryghed og mindre stress i ventetiden.
- En yngre kvinder har oplevet at få sms'er direkte fra chaufføren i stedet for opkald, og er godt tilfreds med denne metode. Ingen respondenter over 80 ville dog kunne bruge denne mulighed.

*”Nu skal han jo ringe her – så må jeg jo hellere tage min telefon med ind, hvor vi sidder.”*

- Kvinde, 85 år

*”De der kommer til tiden ringer altid i forvejen. De der er forsinkede derimod – de ringer aldrig. Og det er jo her, jeg har mest brug for at vide det.”*

- Mand, 76 år

*Konsulent: ”Er chaufførerne gode til at ringe 5 min før ankomst?”*

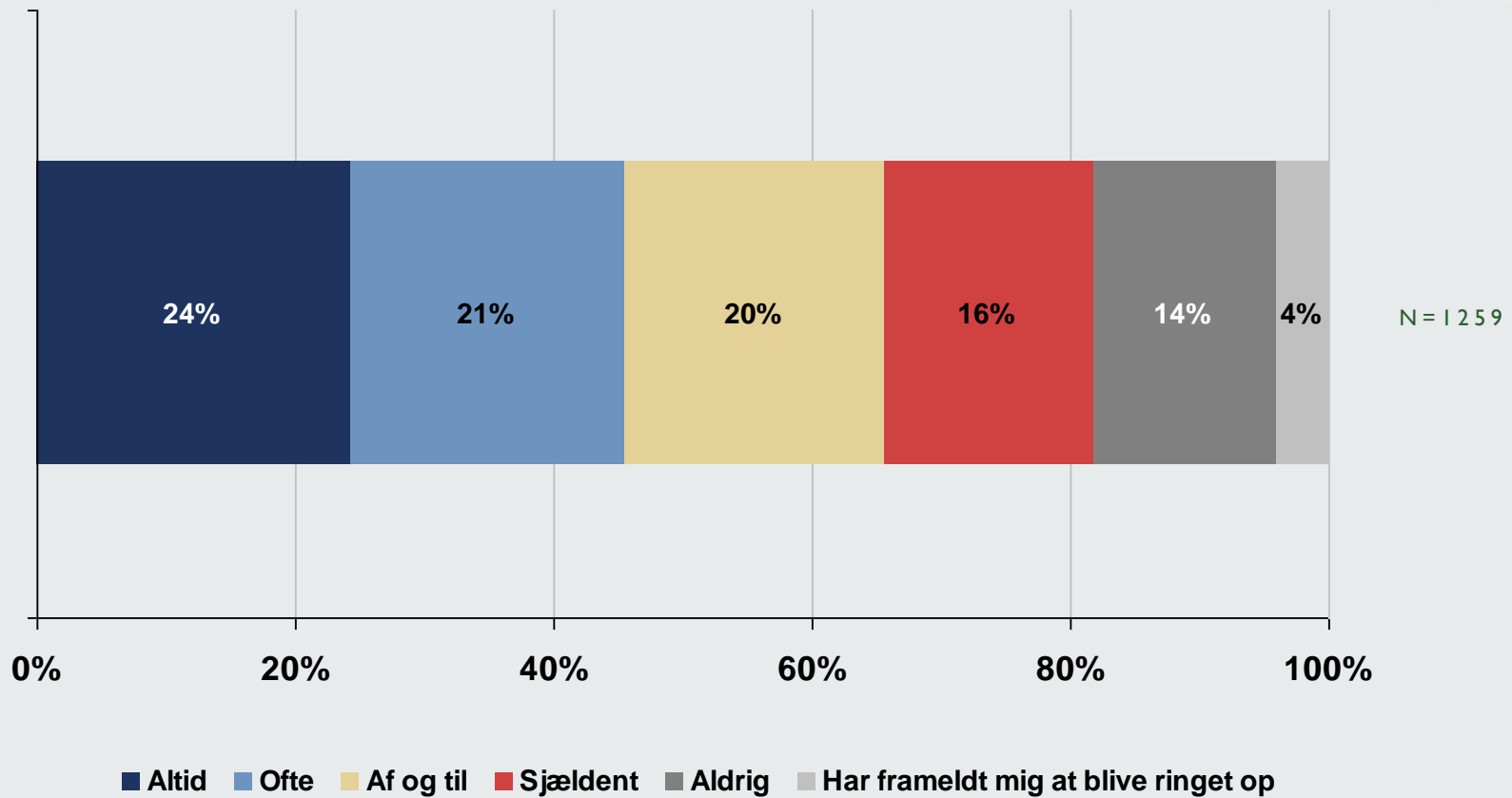
Kvinde, 87 år: *”Skal de det?!”*

*”I dag var det en ny fyr, og han ringede oven i købet 5 min. i forvejen og sagde, at han kom! Det har jeg ikke oplevet før!”*

- Mand, 83 år, kørestolsbruger

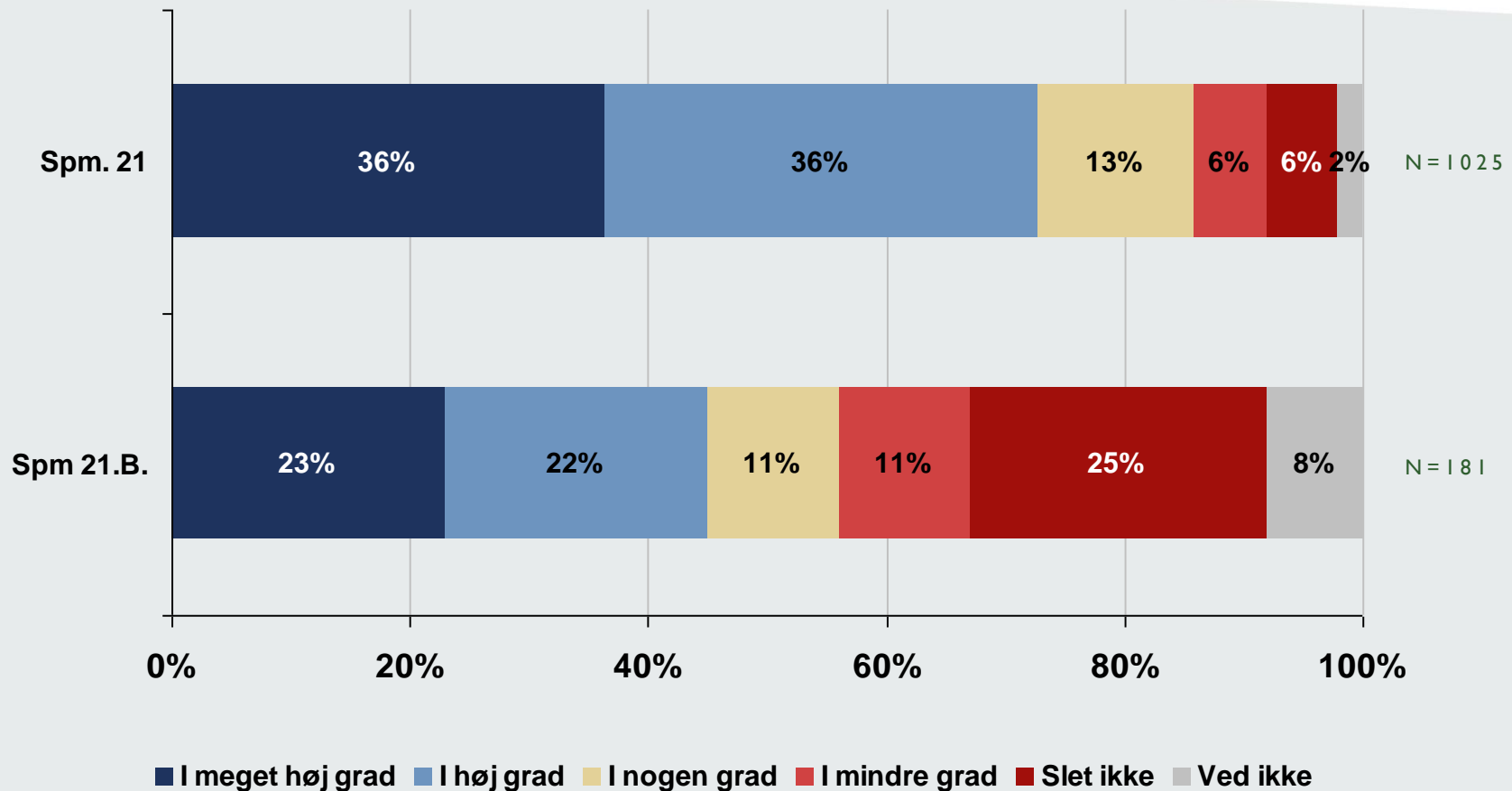


20. HVOR OFTE OPLEVER DU AT BLIVE RINGET OP AF CHAUFFØREN KORT INDEN, AT BILEN ANKOMMER FOR AT AFHENTE DIG PÅ DINE FLEXTURE?



21. I HVILKEN GRAD HAR CHAUFFØRENS OPKALD KORT INDEN, AT BILEN ANKOMMER EN POSITIV BETYDNING FOR DIN SAMLEDE REJSE MED FLEXTUR?

21.B. I HVILKEN GRAD VIL DET HAVE EN POSITIV BETYDNING FOR DIN SAMLEDE REJSE MED FLEXTUR, HVIS CHAUFFØREN RINGER DIG OP KORT INDEN, AT BILEN ANKOMMER FOR AT HENTE DIG?





**GENERELT SET BETYDER  
OPKALDET 5 MIN FØR  
ANKOMST RIGTIG MEGET. DET  
GIVER RESPONDENTERNE  
TRYGHED OG RO I VENTETIDEN.**

*”Jeg kan virkelig ikke lide  
ventetiden. Jeg synes, det er  
væmmeligt og ubehageligt, når  
man ikke ved, hvornår de  
kommer.”*

- Kvinde, 24 år,  
udviklingshæmmet

## VENTETIDEN

For de fleste af respondenterne betyder reglen med, at chaufførerne skal ringe 5 min. inden ankomst, at ventetiden bliver rolig og afslappet. De ved, at de hermed får tid til at tage tøj på, når chaufføren ringer, og dette betyder ro for dem.

- De gange hvor chaufføren ikke ringer bliver især de ældre respondenter stressede, når så bilen dukker op. I disse tilfælde kan respondenterne enten se bilen fra vinduet, eller der bliver ringet på døren. Her løber respondenterne rundt og bliver stresset over at skulle finde alle sine ting så hurtigt som muligt.
- Især de udviklingshæmmede respondenter oplever ubehag ved usikkerheden omkring ventetiden – for denne gruppe er det endnu vigtigere, at de bliver ringet op 5 min før ankomst.

”Din bil kan komme fra 5 minutter før til 20 minutter efter det aftalte afhentnings-tidspunkt.”

- Når bilen ankommer mere end 10 min efter aftalt tidspunkt, er det utroligt vigtigt, at kunden bliver ringet op, da respondenterne efter ca. dette tidsrum begynder at blive nervøse for, om bilen overhovedet kommer.
- Ligeledes er det vigtigt, at kunden bliver ringet op indenfor tidsrammen, hvis bilen er yderligere forsinket. Hellere for mange opkald end for få.

## FORSINKELSE OG UDEBLIVELSE

## OPKALDET 5 MIN FØR ANKOMST ER ENDNU VIGTIGERE, NÅR BILEN ER FORSINKET, DA DET GØR FORSKELLEN MELLEM UTILFREDSE OG FORSTÅENDE KUNDER.

Nogle af respondenter har oplevet, at bilen enten har været forsinket eller er udeblevet.

- Ifølge telefonundersøgelsen synes 63% af de der har oplevet forsinkelse eller udeblivelse, at Midttrafik i høj grad eller meget høj grad har været gode til at hjælpe.
- Når bilen er forsinket, er det vigtigt for mange respondenter, at der bliver taget hånd om det, *før* de selv skal – på denne måde føler de, at de får en bedre service, når chauffør eller Midttrafik selv ringer.
- For nogle betyder det også meget for deres oplevelse af forsinkelsen, om de får en forklaring eller ej. De fleste har stor forståelse for, at der kan være trafikale problemer mv., men bliver irriterede, hvis de ikke får noget at vide.
- Det største problem er for kun-brugerne, som er ikke selv bestillere. Her er kæden lidt længere, da de først ringer til kontaktperson/familiemedlem, hvorefter vedkommende kan tage kontakt til Midttrafik.
- Den kvantitative telefonundersøgelse viser, at hele 20% ikke ved, hvad de skal gøre, hvis deres Flextur er forsinket eller udebliver. Her er problemet lidt større hos mændene (26%) end hos kvinderne (17%).

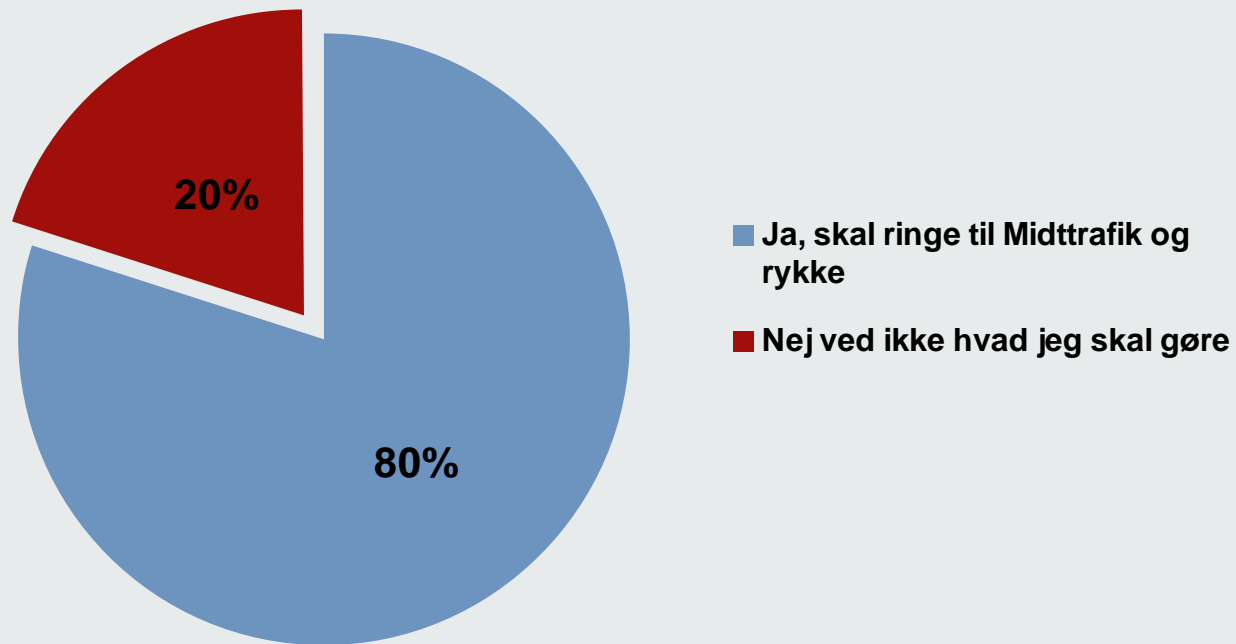
*”Det her område vi bor i er nybyg, og Flextrafiks gps’er kan aldrig finde det. Så chaufførerne ringer rigtig tit, og så kører de rundt der nede på vejen og kan ikke finde det. Men de kvikke chauffører, de kigger på den beskrivelse, som jeg altid skriver til dem, og så kan de finde det. Det er utroligt, at de ikke kan opdatere deres gps’er.”*  
- Mand, 76 år

*”En dag var der én, der var meget forsinket, men så ringede han og sagde, at han var forsinket, og at det var fordi, at der var trafik, og at gps’en ikke viste det rigtige. Så kan man jo godt forstå det.”*  
- Kvinde, 48 år

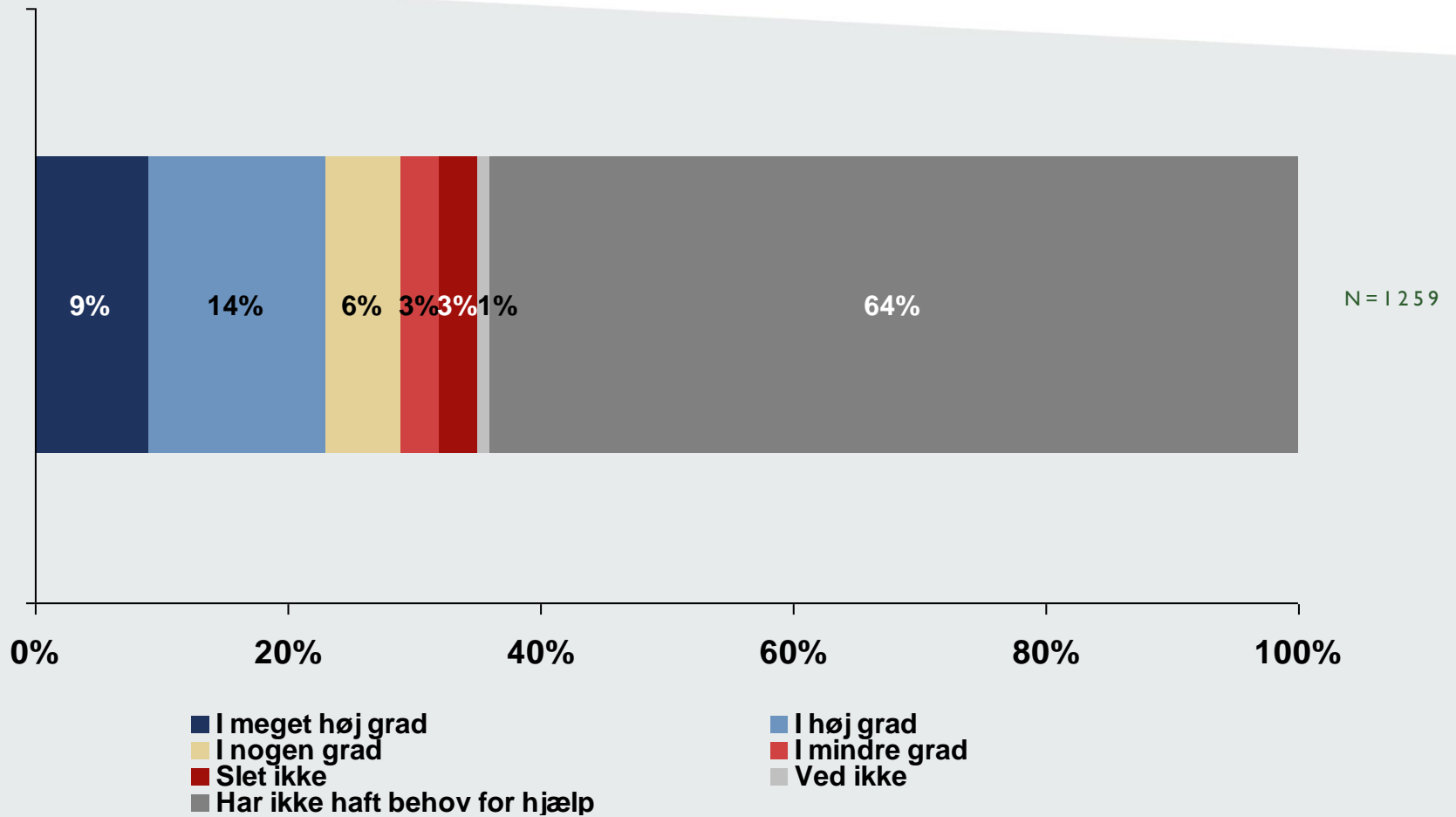
*”Det er i al fald sket nok gange til, at jeg nu altid ringer, når de er 10-12 minutter forsinket.”*  
- Mand, 76 år

22. VED DU HVAD DU SKAL GØRE, HVIS BILEN ER FORSINKET MED MERE END 20 MINUTTER I FORHOLD TIL AFTALTE AFHENTNINGSTIDSPUNKT ELLER AT BILEN HELT UDEBLIVER?

N=1259



23. I HVILKEN GRAD SYNES DU, AT MIDTTRAFIK ER GODE TIL AT HJÆLPE, HVIS BILEN ER FORSINKET ELLER UDEBLIVER?



## CASES

I forbindelse med undersøgelsen har MEGAFONs konsulent deltaget i kørsler med Flextur, for at observere på chauffører, samkørsel mv. Følgende er uddrag fra konsulentens noter fra feltarbejdet.

*Case 1:*

*”Chaufføren ringer ikke ved ankomst. Han hilser kort, da jeg stiger ind i bilen og siger ikke mere. Vi kører langt ud på landet og ind på en fin gammel gård. Her ringer han heller ikke i forvejen. Chaufføren parkerer bilen ved hoveddøren og venter. En ældre dame kommer ud i tøfler og banker på ruden. Chaufføren ruller vinduet ned. ”Jeg kan ikke finde mine nøgler!” siger damen. ”Kan du vente 5 minutter?”. Chaufføren sukker, men svarer ikke. Damen går ind igen. 5 minutter efter stiger chaufføren ud og går hen til hoveddøren. Han tilbyder og hjælpe med at lede efter nøgler og meddeler damen, at vi ikke har tid til at vente meget længere.”*

- Uddrag fra feltnoter, maj 2017

*Case 2:*

*”Jeg og den ældre dame sidder inde i stuen og snakker. Hendes mobiltelefon ligger på bordet ved siden af hende. På et tidspunkt giver den lyd fra sig og hun nærstuderer den, før hun klapper den op.*

*”Manden sagde ,at han var her om lidt,” siger hun og rejser sig. ”Nu skal vi tage tøj på.” Damen går ud og finder sin stok, sin taske og sin jakke . Hun går stille og roligt rundt og finder til sidst sine nøgle. Så stiller hun sig udenfor med det hele og låser døren. Hele forløbet er foregået i ro og mag.”*

- Uddrag fra feltnoter, maj 2017

*Case 3:*

*”Vi sidder inde i stuen og taler sammen. Pludselig ringer det på døren. Den ældre dame farer op og småløber ud i entreen for at åbne døren. ”Jeg kommer nu! Jeg kommer nu!” råber hun til chaufføren og løber rundt i huset for at finde sine ting, tydeligt stresset over situationen.”*

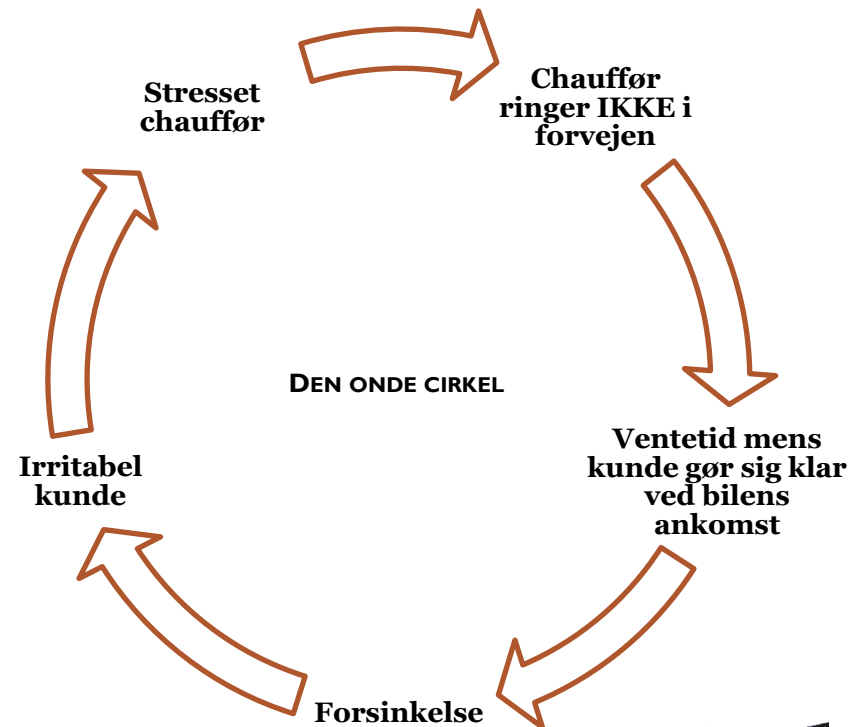
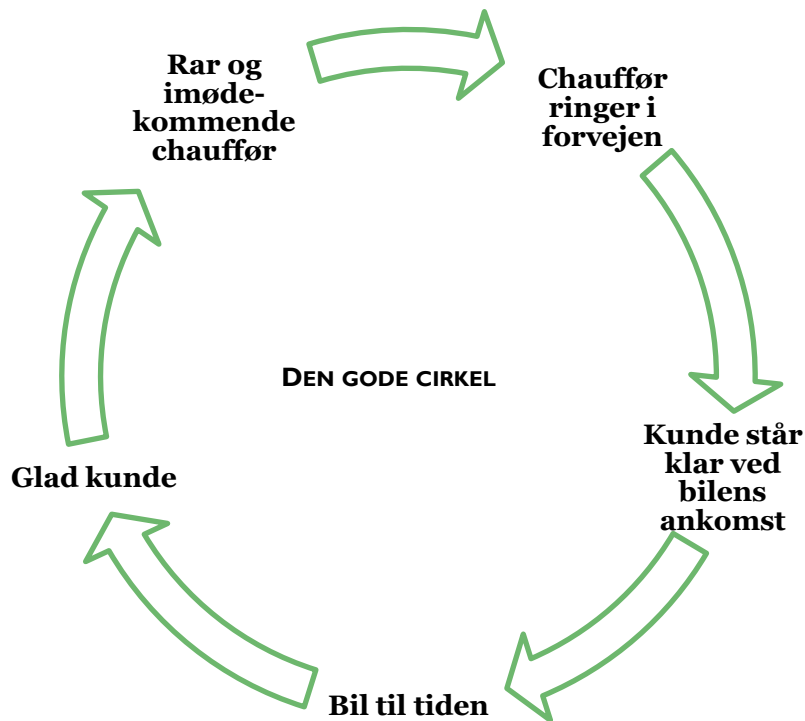
- Uddrag fra feltnoter, maj 2017

**OPKALDET 5 MIN FØR ANKOMST ER STARTEN PÅ EN GOD CIRKEL AF  
OVERSKUD OG SERVICE, HVORIMOD ET UDEBLEVET OPKALD KAN VÆRE  
STARTEN PÅ EN OND CIRKEL.**

**DEN GODE OG DEN ONDE CIRKEL**

Vigtigheden i chaufførernes opkald før ankomst illustreres her i en god og en ond cirkel. Respondenternes opfattelse af chaufførernes imødekommethed og dermed Midttrafiks serviceniveau starter ved opkaldet.

- Det nævnes, at det ofte er de chauffører, der er forsinkede, som ikke ringer i forvejen. Dette leder til, at kunden ikke står klar, hvilken kan give ekstra forsinkelse. Alt sammen ting der gør, at chaufføren kan blive stresset og dermed kan give dårligere service til kunderne.



# 9. BETALING

## PRIS

- 17. Synes du, at det er billigt eller dyrt at benytte Flextur?

## UDREGNING AF PRIS

- 18. Synes du, at det er let eller svært at forstå den måde prisen på en Flextur beregnes?

## BETALINGSMETODE

## PRISEN PÅ EN FLEXTUR OPLEVES OVERORDNET SET SOM FAIR.

*"Jeg ville helst bruge bussen, hvis det var muligt. Det koster jo kun 20 kr. i stedet for 56. Men busserne passer ikke sammen, og så kan jeg ikke nå min svømning til tiden."*

- Kvinde, 87 år

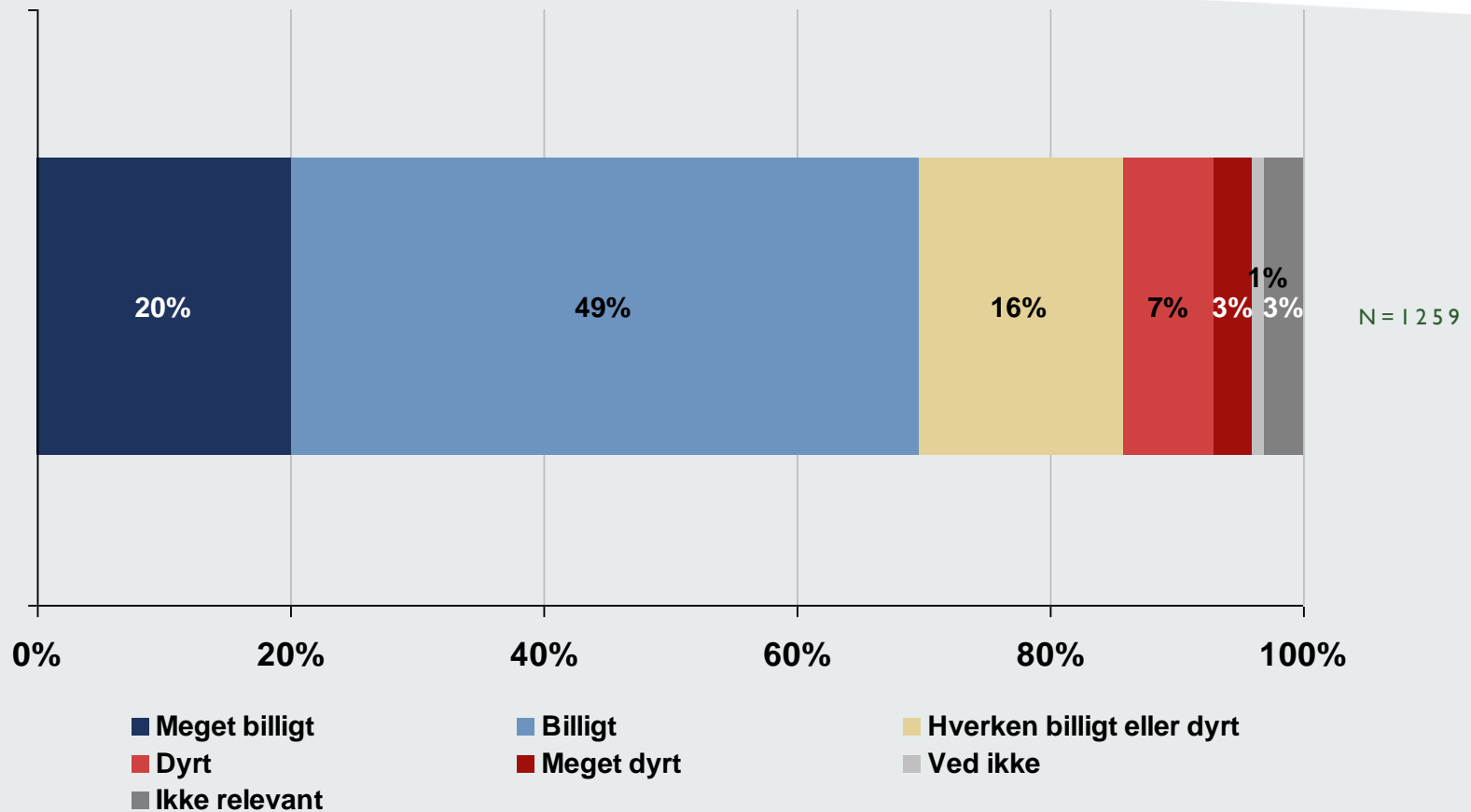
### PRIS

Respondenternes holdning til, om Flextur er billigt eller dyrt hænger sammen med, hvilket alternativ de sammenligner med. Generelt set opleves prisen som 'fair'.

- Ifølge telefonundersøgelsen mener 20% at Flextur er meget billigt.
- De respondenter der mener, at det er billigt sammenligner ofte med taxature og ser dette som deres eneste alternativ.
- Ifølge telefonundersøgelsen mener 3% at Flextur er meget dyrt.
- De respondenter der mener, at Flextur er dyrt sammenligner ofte prisen med andre former for offentlig transport.
- Telefonundersøgelsen viser også, flere kvinder finder Flextur dyrt eller meget dyrt (12%) sammenlignet med mænd (8%).



## 17. SYNES DU, AT DET ER BILLIGT ELLER DYRT AT BENYTTTE FLEXTUR?



**PRISEN PÅ EN FLEXTUR  
OPLEVES OVERORDNET SET  
SOM NEMME OG OVERSKUELIGE  
AT UDREGNE.**

*"Om det er nemt at udregne prisen? Ja den er jo altid den samme?"*

- Kvinde, 78 år

*"Udregne prisen? Nåh, altså jeg har godt set at man kan gøre det inde på nettet i forhold til kilometer og sådan – jeg får det jo altid at vide når jeg bestiller. Men det ville sikkert være nemt nok at regne ud selv hvis jeg ville det."*

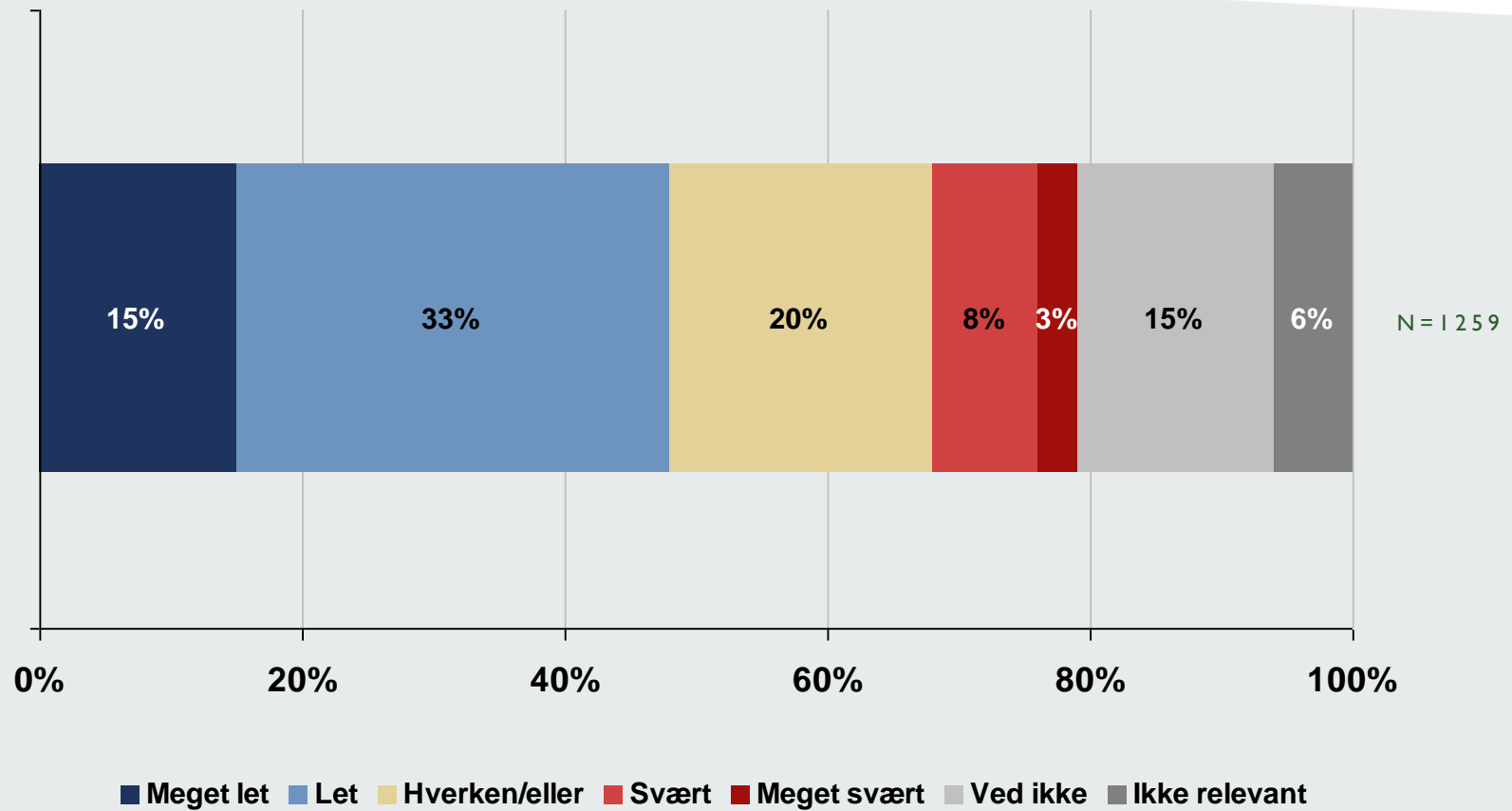
- Kvinde, 32 år

**UDREGNING AF PRIS**

Generelt set mener respondenterne, at priserne er nemme og overskuelige.

- Ifølge telefonundersøgelsen synes 48%, at det er let/meget let at forstå hvordan priserne på Flextur udregnes. Til sammenligning mener kun 11%, at det er svært/meget svært.
- Mange respondenter kører ofte den samme tur igen og igen, hvilket betyder, at prisen altid er den samme, dermed har de ikke behov for at udregne pris fra gang til gang.
- Der er stor tilfredshed med, at prisen altid oplyses ved bestilling.
- Kun nogle få bruger Midttrafiks hjemmeside og udregner deres pris på baggrund af km. Disse har heller ikke nogle indvendinger.
- Kun få respondenter har kørt længere ture og krydset kommunegrænser hvor priserne kan blive mere indviklede. Her bliver prisen dog som sædvanlig oplyst ved bestilling, hvilket gør det nemt og overskueligt for respondenterne.

## 18. SYNES DU, AT DET ER LET ELLER SVÆRT AT FORSTÅ DEN MÅDE PRISEN PÅ EN FLEXTUR BEREGNES?



**FLEREYNGRE RESPONDENTER  
EFTERSPURGTE MULIGHEDEN  
FOR ANDRE  
BETALINGSMETODER, MENS DE  
ÆLDRE IKKE OPLEVER  
BETALING MED KONTANTER  
SOM ET PROBLEM.**

*”Jeg har prøvet, at chaufføren ikke troede på, at vi havde betalt, og så ville han have penge – også selvom jeg prøvede at forklare, at vores kontaktperson havde betalt på nettet. Men han troede ikke på os. Så blev Mogens rigtig ked af det, og jeg syntes jo heller ikke, at det var sjovt.”*

*- Kvinde, 48 år,  
udviklingshæmmet.*

**BETALINGSMETODE**

Flere af de respondenter, vi har talt med, bestiller over telefonen og betaler derfor med lige penge til chaufføren.

- Mange var fint tilfredse med denne måde at betale på – især de ældre. Flere ser ikke andre muligheder.
- De ældre siger dog også, at det kan være svært at sørge for at have lige penge. Flere kommer ikke ofte ud og kan have svært ved at have ‘småpenge’.
- En del var dog kede af, at de ikke kunne betale med kort og efterspurgte denne mulighed. Især respondenterne under 60 ville gerne kunne benytte forskellige former for debit og kredit kort inde i bilerne.
- Det blev nævnt, at betalingen med lige penge kan være en hindring for de mere spontane ture. En respondent forklarede, hvordan hun kunne blive nødt til at sige nej til en ekstra vagt på sit arbejde, pga. manglende småpenge.

De respondenter der bestilte online gjorde det dels pga. betalingsmetoden.

- En enkelt respondent ønskede at bestille og betale online, men kunne ikke, fordi systemet ikke accepterer Mastercard.
- Enkelte har oplevet, at chaufførerne ikke troede på, at de har betalt på forhånd, hvilket resulterede i en ubehagelig oplevelse.

# 10. CHAUFFØRER

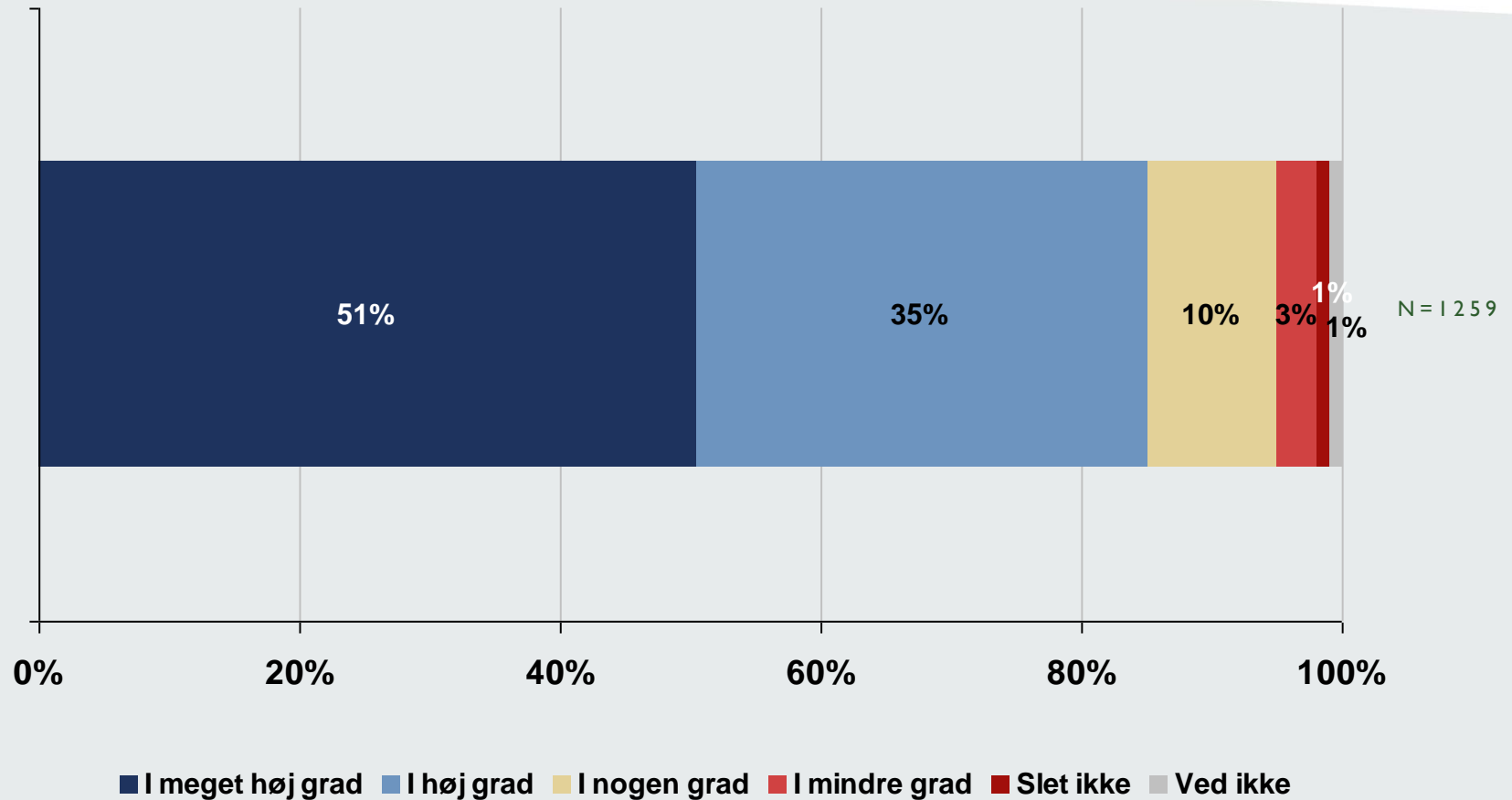
- 06. I hvilken grad synes du, at Flexturs chauffører er gode til at yde en service, der tilgodeser dine behov?

CHAUFFØRERNES SEVICENIVEAU

CASES

HÅNDTERING AF BAGAGE

06. I HVILKEN GRAD SYNES DU, AT FLEXTURS CHAUFFØRER ER GODE TIL AT YDE EN SERVICE, DER TILGODESER DINE BEHOV?



## CHAUFFØRERNE BLIVER GENERELT SET ROST FOR AT VÆRE IMØDEKOMMENDE OG HJÆLPSOMME.

*”Chaufførerne er generelt rigtig flinke. Nogle af dem driller og er sjove. ‘Mafiaen kommer efter jer’ siger han, og så griner vi. De er også flinke til at hjælpe Mogens, som er bange for at gå, og de hjælper også med selerne, hvis vi spørger. Nogle gange kan selerne nemlig godt drille lidt.”*

- Kvinde, 48 år,  
udviklingshæmmet

## CHAUFFØRERNES SERVICENIVEAU

Respondenterne er generelt set meget tilfredse med chaufførerne, som de umiddelbart ser som søde, rare og hjælpsomme.

- Ifølge telefonundersøgelsen mener hele 86% at chaufførerne i høj grad eller i meget høj grad er godt til at yde en service der tilgodeser deres behov, mens kun 4% angiver at de i mindre grad eller slet ikke mener at chaufførerne yder en service der tilgodeser deres behov.

Trods respondenternes tilfredshed med chaufførerne er der nogle få ‘brodne kar’, som det udtrykkes.

- Et par respondenter har oplevet, at chauffør har været stressede eller mindre serviceminded.
- En enkelt klager over, at chaufførerne er meget regelrette og aldrig går længere end de skal – dette ses som ufleksibelt.
- Det er blevet nævnt at nogle har oplevet at chaufførerne har haft generende telefoniske privatsamtaler – ofte på andre sprog – i løbet af turen.
- Mange ældre er dog som sagt glade for den hjælp de får fra chaufførerne og er taknemmelig for bare den mindste hjælp.

For mange ældre og gangbesværede har det stor betydning, at bilen holder meget præcist i forhold til ind- og udgang.

- Chaufførerne roses for at være gode til dette.



## CASES

I forbindelse med undersøgelsen har MEGAFONs konsulent deltaget i kørsler med Flextur, for at observere på chauffører, samkørsel mv. I følgende optræder uddrag fra konsulentens noter fra feltarbejdet.



Chauffør  
hjælper med  
selen.

*”Jeg følges med en ældre dame ind i bilen. Damen bruger stok og har svært ved at gå. Chaufføren bliver siddende i bilen og hjælper ikke. Damen har svært ved at tage selen på og af og sidder længe og fumler. Begge gange beder hun om hjælp og chaufføren rejser sig derefter og hjælper. Ved udstigning står chaufføren ved siden af og holder damens taske, mens damen besværet går ud af bilen. Jeg tænker, at han burde hjælpe lidt mere og støtte damen og har svært ved at holde mig fra selv at hjælpe. Da vi går ind igennem dørene til fysioterapi siger damen; ”Ih hvor var han sød til at hjælpe.””*

- Uddrag fra feltnoter

*”Jeg sad en gang efter træning og skulle ned med elevatoren fra første sal, men så var elevatoren gået i stykker, så jeg kunne ikke komme ned. Chaufføren ville ikke hjælpe mig, så jeg sad der i 3 timer før personalet bar mig ned. Chaufføren kørte bare igen. Han kunne da godt lige have hjulpet mig – det er da menneskelig omsorg. Men generelt set er de dog normalt søde og rare.”*

- Mand, 83 år, kørestolsbruger



Chauffør hjælper med at åbne låge og hjælper dame med rollator ind i indkørslen.



## RESPONDENTERNE ER GENERELT SET TILFREDSE MED HÅNDTERING AF BAGAGE.



Chauffør holder tasken, mens kunden stiger ud.

## HÅNDTERING AF BAGAGE

Kun få respondenter har prøvet at have andet end håndbagage med på en Flextur og er generelt set glade for chaufførernes håndtering af denne.

- De fleste respondenter sidder blot selv med bagagen på skødet eller mellem benene. Her er der ikke behov for chaufførernes hjælp.
- Chaufførerne roses for at være behjælpelige med at lægge bagage i bagagerummet og tage det ud igen – f.eks. rollatorer mv.
- Ingen respondenter klager direkte over dette, men der er observeret flere tilfælde, hvor stokke ikke fastspændes i store biler og ligger og rutsjer rundt i løbet af turen.

*”Jeg havde en tur ind til sygehuset. Og jeg var alene i en stor bil. Og der havde jeg også min stok med, og den lå jo som den plejer på gulvet. Og så sad chaufføren og lavede gymnastik, mens han kørte! Han kiggede rundt og åbnede vinduet og sad og rodede med ting. Og så kørte han med fuldt drøn på og lige pludselig bremsede han op så stokken den fløj langt væk. Og jeg sad jo der og tænkte, at hvis han blev ved med at køre sådan så hold da op – bare vi kommer helskindet derhen, tænkte jeg! Da vi så kom frem spurgte han, om jeg ikke havde stok med, så sagde jeg ”jo det har jeg da! Den ligger der henne”. Den kan jo ikke tåle sådan en opbremsning.”*

- Kvinde, 85 år

# II. BILEN

BILENS STAND

BILENS STØRRELSE

**RESPONDENTERNE ER  
GENERELT TILFREDSE MED  
BILERNES STAND.  
KØRESTOLSBSLAG KUNNE  
DOG LIGGE I VEJEN OG VÆRE  
TIL FARE FOR DÅRLIGT  
GÅENDE.**



*Kørestolsbeslag i større bil. Ligger direkte foran sideindgangen som benyttes af gående.*

## BILENS STAND

Generelt set var respondenterne glade og tilfredse med bilernes stand.

- De fleste oplevede bilerne som rene og pæne.
- En enkelt respondent nævnte, at nogle biler var lidt gamle, men dette var ikke en generel anke. Langt de fleste mente, at bilerne var nye og behagelige at sidde i.

## BILENS STØRRELSE

For respondenterne betød det generelt set ikke noget, om de blev hentet af en stor eller en lille bil.

- Det blev dog nævnt at gående skulle være opmærksomme ved indstigning i de store biler, da kørestolsbeslag ikke altid var pakket væk. Dette betød, at de kunne ligge på de gåendes indstigningsrute fra sidedør til sæde. Dette blev af flere svage respondenter betragtet som en reel fare i forhold til fald, hvilket er et af de større skrækscenarier især hos ældre.
- Respondenten der sidder i kørestol nævner, at han ikke bryder sig om de nye store biler, da der her er to forsæder. Dette betyder, at han som passager i kørestol har mindre udsyn gennem forruden, samt at chaufføren skal ud af bilen og rundt for at hjælpe ham ud.

# 12. SAMKØRSEL & OMVEJSKØRSEL

## OMVEJSKØRSEL

### HOLDNING TIL SAMKØRSEL

- 07. Synes du alt i alt, at samkørslen med øvrige passagerer fungerer godt eller dårligt?

**SAM- OG OMVEJSKØRSEL SES  
SOM EN DEL AF SYSTEMET. DOG  
EFTERSPØRGES EN BEDRE  
OPLYSNING AF DETTE, SÅ  
RESPONDENTERNE PÅ  
FORHÅND VED HVAD DER SKAL  
SKE PÅ TUREN.**

*”Denne tur var lidt lang, men det er jo ikke chaufførens skyld. Vi holdt i kø og det tog lang tid at få kørestolen på. Men det er jo fint nok. Bare jeg når frem til tiden.”*  
- Kvinde, 87 år

## OMVEJSKØRSEL

Respondenterne oplever generelt set ikke at blive informeret om omvejskørsel og samkørsel af chaufføren.

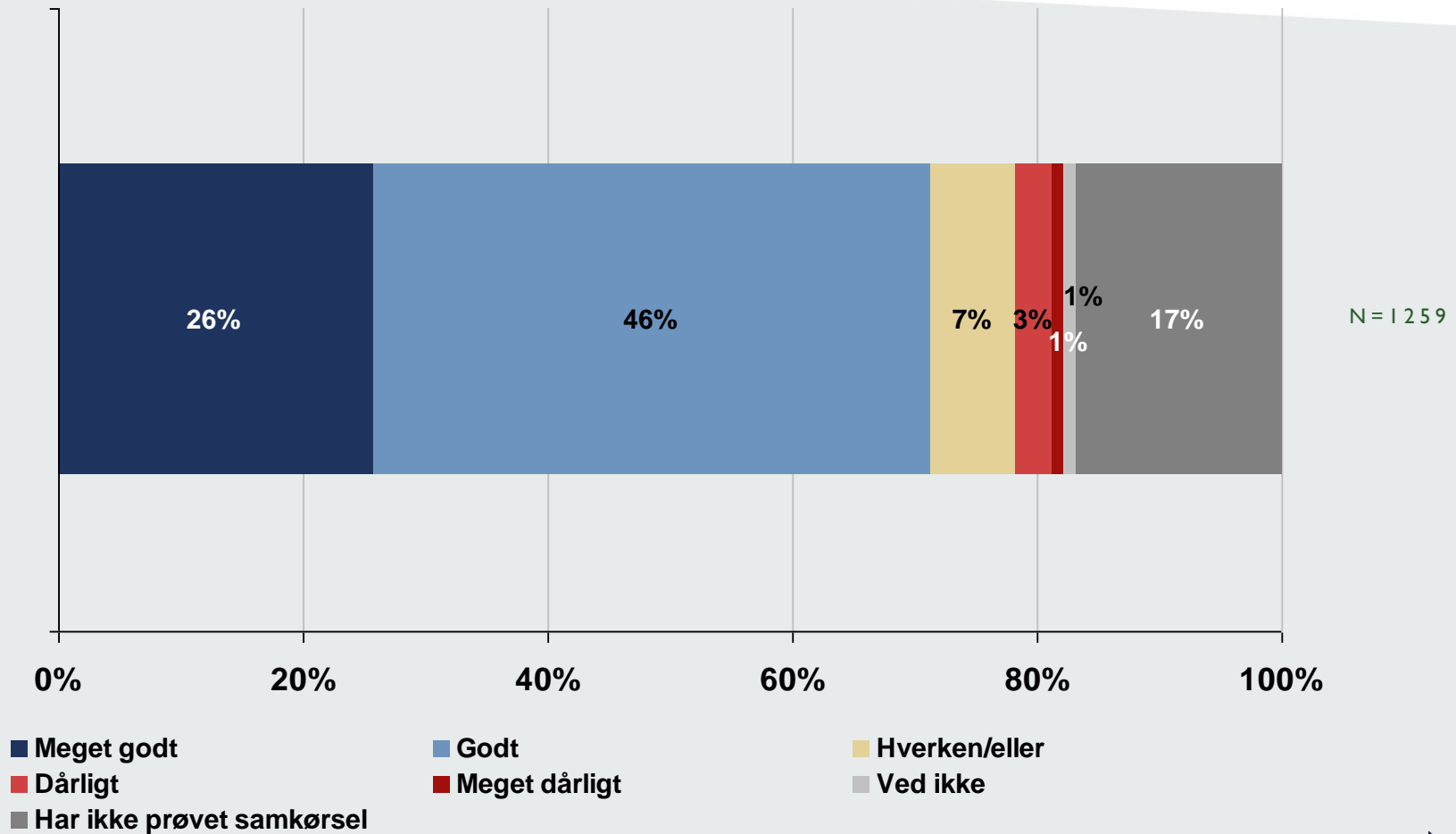
- Flere ville sætte pris på at få at vide, hvad der sker på deres ture.
- Mange kender ruten godt og kan blive lidt urolige, hvis turen afviger fra denne.
- Flere har oplevet ‘ulogiske’ omveje, hvor de kommer forbi eller kører tæt ved deres afhentnings eller ankomststed på vej til eller fra anden kunde. Dette giver grobund for frustration over omvejskørslen.

## HOLDNING TIL SAMKØRSEL

Der er en tendens til, at respondenterne er neutrale overfor spørgsmålet om deres holdning til samkørsel.

- De ser det som en del af systemet, og noget man må leve med og opleves derfor ikke som hverken specielt positivt eller specielt negativt.
- I overensstemmelse hermed viser telefonundersøgelsen at 46% mener, at samkørslen fungerer godt, mens blot 26% siger meget godt. Kun 4% mener, at samkørslen fungerer dårligt eller meget dårligt.

## 07. SYNES DU ALT I ALT, AT SAMKØRSLLEN MED ØVRIGE PASSAGERER FUNGERER GODT ELLER DÅRLIGT?



# 13. METODE

DEN KVALITATIVE DELUNDERSØGELSE

REKRUTTERING

ETNOGRAFISKE OBSERVATIONSINTERVIEW

KVALITATIV METODE

KVANTITATIV METODE

## DEN KVALITATIVE DELUNDERSØGELSE

I den kvalitative delundersøgelse har MEGAFON foretaget en række etnografiske observationsinterviews, som har haft til hensigt at afdække respondenternes situationelle oplevelser med Flextur.

For at opnå en dybdegående viden om hvorfor, samt hvordan Flextrafik vil kunne forbedre produktet, har MEGAFON arbejdet med kvalitative metoder som kombinerer interview og observationer for at forstå, hvilke ændringer der er værdiskabende for kunderne, samt kundernes konkrete behov. Observationsinterviewet har gjort det muligt for konsulenten at spørge ind til og observere på respondentens erfaringer fra tidligere turer, kombineret med situationelle oplevelser fra de specifikke turer, som MEGAFONs konsulenter har været med på.

Ud fra 12 cases hvor respondenternes er blevet fulgt, observeret og spurgt ind til den pågældende oplevelse, er deres generelle holdninger til, brug af og oplevelser med produktet blevet afdækket. På den måde er undersøgelsen gået dybden med kundernes oplevelse på en case-baseret baggrund, og har givet indsigt i, hvilke udfordringer kunderne oplever, og hvordan de får den bedste oplevelse ud af Flextrafik – lige fra bestilling og afhentning til kørsel mv.

## REKRUTTERING

Rekrutteringen er blevet foretaget på baggrund af lister med bestilte Flexturer, som MEGAFON har fået fra Midttrafik. Af listerne fremgik det i hvilke kommuner de forskellige turer var bestilt til, og der fra blev der rekrutteret således, at der var en spredning i hvorfra respondenterne kom.





## ETNOGRAFISKE OBSERVATIONSINTERVIEW

Observationsinterviewet blev inddelt i 3 etaper; før, under og efter turen. Da opfattelser af tidligere oplevelser ændres over tid, tilrettelagde MEGAFON observationsinterviewene i de tre etaper for ikke kun at afdække tidligere oplevelser med Flextur, men også oplevelser af en specifik tur som da ville være 'frisk i hukommelsen'.

Før turen var interviewguiden tilrettelagt til at afdække respondenternes umiddelbare holdninger til og erfaringer med Flextur. Denne del af det samlede interview blev fortaget som et dybdeinterview, hvor MEGAFONs konsulent kom hjem til respondenterne og indgik i en samtale. At udføre interviews på denne måde, hvor respondenterne befinder sig i trygge omgivelser, er med til at etablere en tillid mellem respondenterne og konsulenten, samtidigt med, at svage respondenter ikke i samme grad sorteres fra som i andre metodevalg. Denne tillidsrelation skaber en mere flydende og umiddelbar samtale, hvilket i sidste ende giver dybere og ærligere indsigter.

At være en del af respondenternes tur betød også, at MEGAFONs konsulenter kunne få øje på ting, og spørge ind til aspekter, som måske ikke på anden måde vil komme frem. På denne fik konsulenterne ikke kun en helhedsoplevelse af turen, og dermed af respondentens oplevelse, men observationsinterview afdækkede samtidigt aspekter, som ikke på anden vis vil fremkomme i fokusgrupper, 'normale' interviews eller i telefoninterviews.

I enkelte tilfælde er der blevet fulgt op med telefoninterview, hvis respondenterne ikke havde tid til at tale efter turen var slut. Derudover blev det nødvendigt at supplere med kvalitative telefoninterview af app-brugere da disse var underrepræsenteret i de etnografiske observationsinterview.

Feltarbejdet er udført i perioden 17/05-2017 til 24/05-2017, hvor det sidste telefoninterview blev udført.



## KVALITATIV METODE

Under gennemlæsningen af delrapporten er det vigtigt at holde sig for øje, at den kvalitative metode afdækker oplevelser, synspunkter og årsagssammenhænge, og at resultaterne ikke sigter mod at være kvantitativt repræsentative. Citater, som fremtræder i denne kvalitative tekstrapport, er indholdscitater, som stammer fra de udsagn, som deltagerne har formuleret i interviewsituationen. Citaterne er korrekte, både hvad angår indhold og styrke i udsagnene. Der kan være gennemført sproglige tilpasninger for at få citaterne til at fremstå klarere, mere præcise og lettere forståelige for læserne.

## DEN KVANTITATIVE DELUNDERSØGELSE

Formålet med den kvantitative delundersøgelse har været at afdække brugernes holdning til Flextur-produktet på en række parametre. Disse parametre har blandt andet været:

- Overordnet tilfredshed med Flextur
- Tryghed
- Afhentning
- Samkørsel
- Bestilling af ture
- Priser og prisstruktur
- Serviceniveau
- Forsinkelser og udeblivelser

Målgruppen for undersøgelsen har været fastsat til brugere af Midttrafiks Flextur-ordning i alderen 15 år eller derover. Efter aftale med Midttrafik er brugere i Samsø Kommune og Herning Kommune udeladt, grundet et meget begrænset antal kørsler i disse kommuner. Der er således foretaget interview med brugere i 17 af de 19 kommuner i Region Midtjylland.

I undersøgelsen er der opnået en meget pæn fordeling af interview på de forskellige kommuner. Fordeling af interview på kommuner fremgår længere nede i rapporten.

## DEN KVANTITATIVE DELUNDERSØGELSE - METODE

Den kvantitative delundersøgelse er gennemført som en telefonundersøgelse. Telefoninterviewet er valgt for at sikre en stor og nøjagtig spredning inden for målgruppen. Dette er medvirkende til at sikre undersøgelsens kvalitet og sikkerheden i data. Desuden sikrer telefoninterviewet, at respondenterne bruger den fornødne tid på hvert enkelt spørgsmål og kan få gentaget spørgsmål de er i tvivl om. Dette mindsker risikoen for uklarheder og misforståelser i besvarelsene. Således øges sandsynligheden for, at der svares på det, der bliver spurgt om, og at alle spørgsmål bliver besvaret. Dette kan ikke opnås i samme omfang med en internet-undersøgelse eller med en postalreturneret spørgeskemaundersøgelse. Endelig kræver en række af spørgsmålene en omhyggelig gennemgang fra en trænet interviewer for at sikre standardisering i afkodningen af svarene.

En stor del af spørgsmålene i denne undersøgelse har været uhjulpne. Det vil sige, at respondenterne ikke er blevet stillet over for valget mellem på forhånd fastdefinerede svarkategorier, hvorfor de svar der er afgivet i interviewsituationen altså er udtryk for respondenternes egne frie besvarelses. Herudover har alle respondenter i undersøgelsen været anonyme, hvilket også er med til at sikre en høj troværdighed i besvarelsene.

Interview er gennemført i perioden d. 1. juni til d. 13. juli 2017. Interview er gennemført på baggrund af kontaktlister med brugere modtaget fra Midttrafik. Var rette vedkommende ikke hjemme, blev der forsøgt lavet en aftale om, hvornår vi kunne ringe igen. Var der ingen hjemme overhovedet, blev samme telefonnummer forsøgt kontaktet op til 10 gange i perioden.



DEN KVANTITATIVE DELUNDERSØGELSE – STATISTISKE USIKKERHEDER

I alt er der gennemført 1259 telefoninterview ud af en nettostikprøve på 2572 telefonnumre. Dette svarer til en gennemførselsprocent på 49%, hvilket er tilfredsstillende for en telefonundersøgelse.

For en undersøgelse af denne art er 1250 interview et passende antal interview til at give tilstrækkelig statistisk sikkerhed for de opnåede resultater.

I nedenstående tabel er de statistiske usikkerheder angivet på et 95% signifikansniveau for forskellige svarpopulationer med tilfældigt udvalgte respondenter. 95%-niveauet er en alment accepteret standard i både kommerciel og videnskabelig sammenhæng.

Svarfordeling i procent		Usikkerhed ved forskellige populationsstørrelser (interview)								
		25	50	75	100	150	200	500	1000	1250
95	5	8,54	6,04	4,93	4,27	3,49	3,02	1,91	1,35	1,21
90	10	11,76	8,32	6,79	5,88	4,80	4,16	2,63	1,86	1,66
85	15	14,00	9,90	8,08	7,00	5,71	4,95	3,13	2,21	1,98
80	20	15,68	11,09	9,05	7,84	6,40	5,54	3,51	2,48	2,22
75	25	16,97	12,00	9,80	8,49	6,93	6,00	3,80	2,68	2,40
70	30	17,96	12,70	10,37	8,98	7,33	6,35	4,02	2,84	2,54
65	35	18,70	13,22	10,79	9,35	7,63	6,61	4,18	2,96	2,64
60	40	19,20	13,58	11,09	9,60	7,84	6,79	4,29	3,04	2,72
55	45	19,50	13,79	11,26	9,75	7,96	6,89	4,36	3,08	2,76
50	50	19,60	13,86	11,32	9,80	8,00	6,93	4,38	3,10	2,77

Af tabellen fremgår de statistiske usikkerheder ved forskellige svarfordelinger. Gennemføres der f.eks. 1.260 interview, og 15% af respondenterne har afgivet svar i en bestemt svarkategori, ligger den sande værdi med 95% sikkerhed indenfor det observerede +/- 1,97 procentpoints.

## DEN KVANTITATIVE DELUNDERSØGELSE - KOMMENTERING

Forskelle er kommenteret ved et 95%-signifikansniveau. Dette betyder, at en observeret forskel kun er kommenteret, når forskellen ligger uden for det konfidensinterval i normalfordelingen, der med en sikkerhed på 95% indeholder forskellen. 95%-niveauet er en alment accepteret standard i både kommerciel og videnskabelig sammenhæng.

Ved kommentering af resultaterne vil forskelle i forhold til alder, køn og brugsfrekvens af Flextur blive undersøgt.

I kommenteringen kan der være +/- 1% til forskel i sammenlægningen af resultater i forhold til tal, der står i parentes, hvilket skyldes afrundinger.



DEN KVANTITATIVE DELUNDERSØGELSE - VÆGTNING OG  
REPRÆSENTATIVITET

Det datamateriale der benyttes i denne undersøgelse er blevet vægtet efter den faktiske fordeling af antal rejser per kommune, således at det samlede datamateriale fremstår så repræsentativt og retvisende som muligt. Datamaterialets fordeling på kommune før og efter vægtningen fremgår af nedenstående tabel:

1259 respondenter	Uvægtede data		Vægtede data	
	Antal interview	%	Antal interview	%
Favrskov	72	6%	89	7%
Hedensted	92	7%	107	8%
Holstebro	43	3%	23	2%
Horsens	66	5%	48	4%
Ikast-Brande	26	2%	23	2%
Lemvig	52	4%	40	3%
Norddjurs	115	9%	154	12%
Odder	23	2%	7	1%
Randers	65	5%	47	4%
Ringkøbing-Skjern	96	8%	108	9%
Silkeborg	72	6%	82	7%
Skanderborg	111	9%	120	10%
Skive	62	5%	61	5%
Struer	28	2%	14	1%
Syddjurs	105	8%	135	11%
Viborg	64	5%	66	5%
Århus	167	13%	135	11%
<b>Total</b>	<b>1259</b>	<b>100%</b>	<b>1259</b>	<b>100%</b>

# I 4. BILAG

RESPONDENTLISTE TIL DEN KVALITATIVE DELUNDERSØGELSE

KONSULETERNES KONTAKTINFORMATION



**Respondentliste  
- observationsinterview**

Nr	Respondent-gruppe	Køn	Alder	Kommune
1	Udviklingshæmmet Kun-bruger	K	48	Århus
2	Ingen hjælpemidler Bestillingsbruger	M	76	Syddjurs
3	Ingen hjælpemidler Kun-bruger	K	74	Syddjurs
4	Stok Kun-bruger	K	85	Favrskov
5	Søn til kun-bruger Kun-bestiller	M	58	Favrskov
6	Ingen hjælpemidler Kun-bruger	K	87	Silkeborg
7	Kørestol Bestillingsbruger	M	83	Silkeborg
8	Til arbejde Bestillingsbruger	K	34	Skanderborg
9	Rollator Kun-bruger	K	78	Norrdjurs
10	Børn til ridning Bestillingsbruger	K	32	Skanderborg
11	Udviklingshæmmet Kun-bruger	K	24	Syddjurs
12	Arbejde Bestillingsbruger	M	42	Syddjurs
13	Hjælper Kun-bestiller	K	57	Ukendt
14	Ingen hjælpemidler Bestillingsbruger	K	76	Århus
15	Kontaktperson Kun-bestiller	K	58	Århus

**Respondentliste  
- app og online bestilling - telefoninterview**

Nr	Respondent-gruppe	Køn	Alder
16	App-bruger Bestillingsbruger	K	70
17	App-bruger Bestillingsbruger	K	17
18	Online+app bruger Bestillingsbruger	M	42
19	Online-bruger Bestillingsbruger	K	70
20	Online-bruger Kun-bestiller	K	50
21	Online-bruger Bestillingsbruger	K	66

**JULIE PERCH NIELSEN**

KVALITATIV KONSULENT

—  
+45 77414141  
jp@megafon.dk  
www.megafon.dk



**MICHAEL U. LARSEN**

VICEDIREKTØR

—  
+45 77414143  
mul@megafon.dk  
www.megafon.dk



**ASGER H. NIELSEN**

DIREKTØR

—  
+45 77414141  
ahn@megafon.dk  
www.megafon.dk

