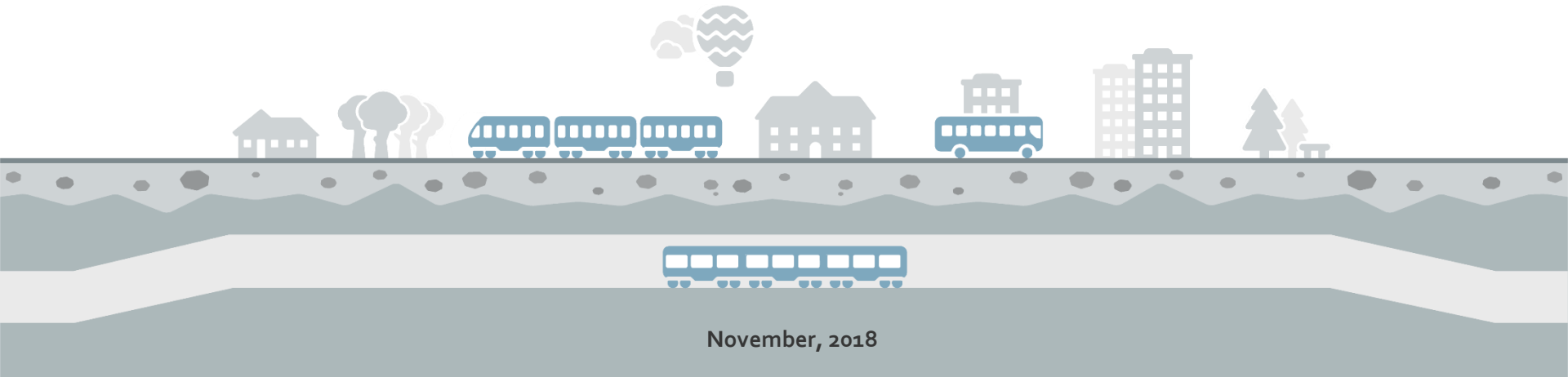


Kundetilfredshed i den kollektive transport

Afreportering af resultater for 2018



November, 2018

Indhold

Forord



Executive summary



Kollektiv transport



Tæt på regionerne



Anbefalingsvillighed



Selskabsspecifikke spørgsmål



Den sammenhængende rejse



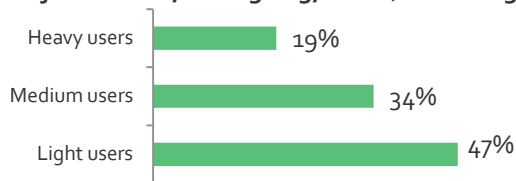
Metode

FORORD

En repræsentativ befolkningsundersøgelse blandt alle som rejser mindst en gang årligt

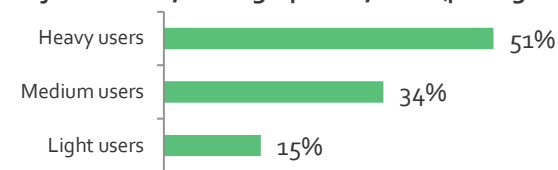
Denne undersøgelse er en online-analyse, som er gennemført i den del af befolkningen, som bruger kollektiv transport årligt. Derved adskiller undersøgelsen sig fra Passagerpulsens NPT og andre lignende undersøgelser, som gennemføres ved hjælp af uddeling af skemaer eller lignende i transportmidlet (bus, tog eller metro). Denne undersøgelse repræsenterer derfor kundernes tilfredshed, både blandt de høj- og lavfrekvente rejsende – i modsætning til f.eks. NPT og lignende undersøgelser, der på grund af uddelingen af skemaer på transportmidlet repræsenterer rejsen og lader de højfrekvente fylde mere. I denne undersøgelse fylder de højfrekvente rejsende således 19%, hvor de i NPT fylder 51% af besvarelsene:

Rejsefrekvens, Bus og Tog, 2018 (befolkningsundersøgelse)



Note: Heavy users udgøres af "dagligt/næsten dagligt" og "3-4 dage om ugen"
Medium users af "1-2 dage om ugen" og "1-3 dage om måneden", og Light users af "1-5 dage hvert halve år" og "ca. én dag om året"

Rejsefrekvens, Passagerpuls, 2018 (passagerundersøgelse)



Note: Heavy users udgøres af "dagligt/næsten dagligt" og "3-4 dage om ugen"
Medium users af "1-2 dage om ugen" og "1-3 gange om måneden", og Light users af "1-2 dage gange hvert kvartal" og "1-3 gange årligt"

Vi har valgt at gennemføre undersøgelsen som en repræsentativ online-undersøgelse blandt danskere, der rejser med kollektiv transport, fordi vi ønsker at sætte større fokus på de lavfrekvente kunder. Derudover giver metodikken i denne undersøgelse bedre mulighed for at spørge ind til den sammenhængende rejse, da man ikke interviewer undervejs på en rejse, som endnu ikke er afsluttet.

Det er dog vigtigt at være opmærksom på, at metodeændringen betyder, at man ikke kan sammenligne resultaterne i denne undersøgelse direkte med resultaterne i NPT og lignende undersøgelser, hvor interviewene er foretaget på rejsen.

Kundetilfredshed og NPS vil således normalt være lavere i denne type undersøgelser end i undersøgelser som NPT. Det er der flere grunde til:

- Der er flere lavfrekvente i denne type undersøgelser, og lavfrekvente har typisk lavere tilfredshed og NPS-værdier end højfrekvente.
- Online-undersøgelser, hvor respondenterne har tid og ro til at reflektere over oplevelsen, er typisk bedre til at indfange de negative aspekter. Det spiller også ind, at besvarelser i online-undersøgelser kan være påvirket af image/omdømme.

Det skal bemærkes, at resultaterne i denne undersøgelse er sammenlignelige med en række andre undersøgelser, der er lavet med afsæt i et repræsentativt udsnit af danskere der rejser med kollektiv transport.

EXECUTIVE SUMMARY

Overordnede konklusioner

GRUNDLÆGGENDE POSITIV INDSTILLING TIL KOLLEKTIV TRANSPORT

- 74% af passagerne ser kollektiv transport som et godt og vigtigt alternativ til andre transportformer
- Samtidig føler 55% sig godt behandlet, når de er kunde i den kollektive transport
- Modsat er det *kun* 44% som har tillid til, at de kommer frem til tiden, når de kører med kollektiv transport.

DE KONKRETE OPLEVELSER KAN DOG VÆRE BEDRE: SAMLET NPS PÅ -25

- De adspurgte passagerer fordeler sig med 22% promotors, 30% passives og 47% detractors i den samlede NPS score
- Selskaberne varierer fra +16 til -36
- Metroen har den højeste NPS på 16. Mens Aarhus Letbane, og Nordjyske Jernbaner ligeledes har positive NPS'er.

ØGET BRUG HÆNGER SAMMEN MED ØGET TILFREDSHED

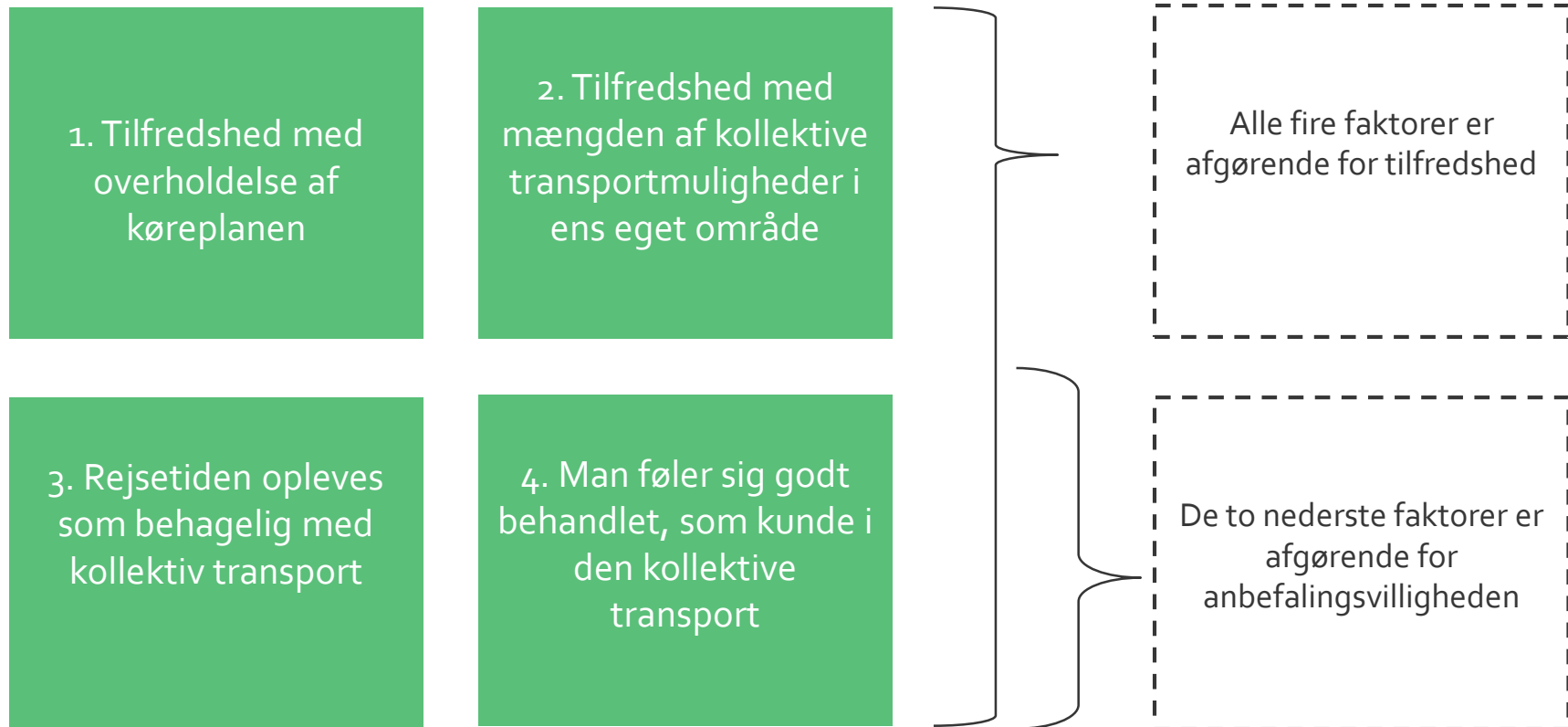
- Der er højest anbefalingsvillighed blandt heavy og medium users.
- Der er markant færre som vil anbefale kollektiv transport blandt light users, her er NPS'en kun -42
- Det formodes at light users influeres af f.eks. medieomtale, word of mouth, enkeltstående dårlige oplevelser samt dårlig betjening i deres område.
- Ligeledes er unge mellem 18-29 år mindre anbefalingsvillige

KØREPLANER OG TRAFIKINFORMATION ER AKILLESHELEN VED DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE

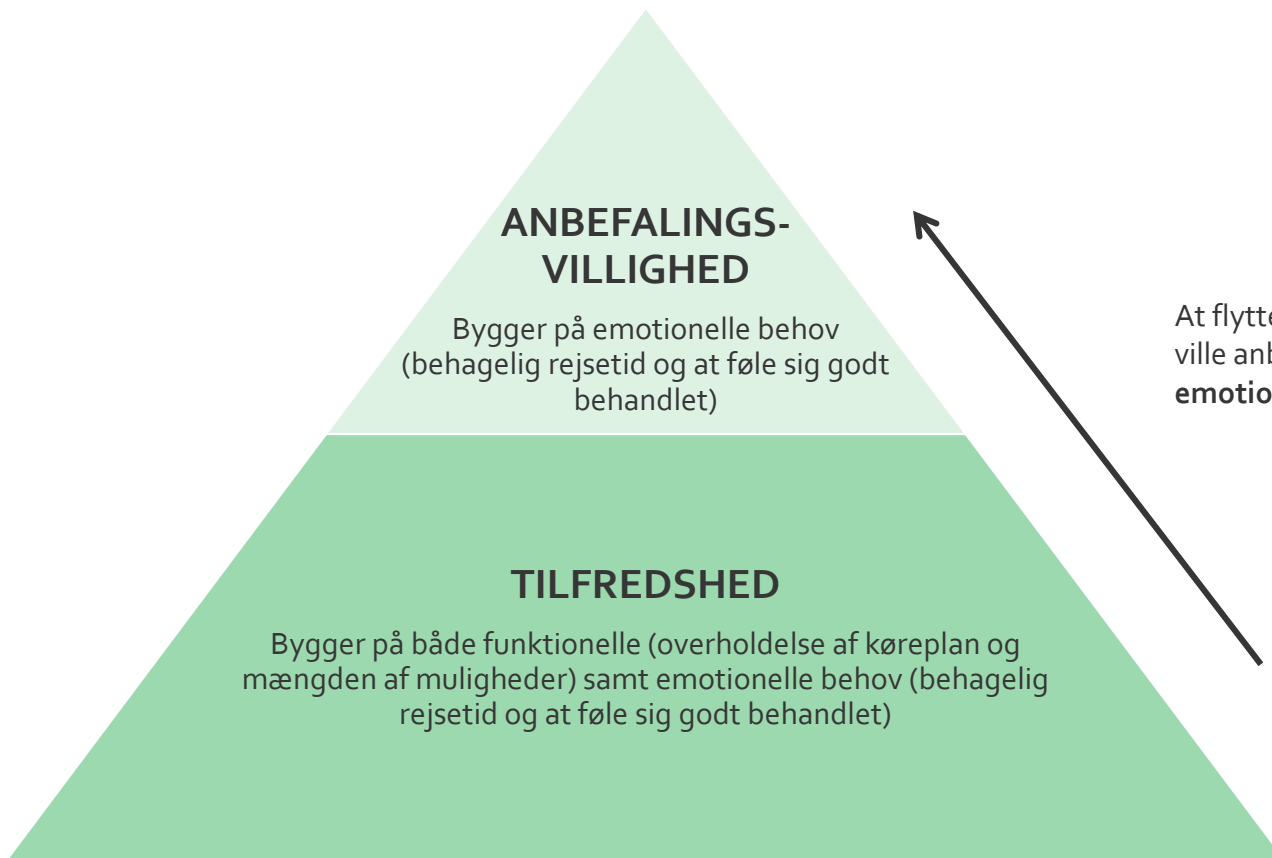
- 74% af passagererne er enige eller helt enige i, at det er nemt at planlægge en rejse, der involverer flere kollektive transportmidler
- 66% af passagerne synes det er nemt at tage en rejse, hvor man skal skifte mellem transportmidler
- Det er omvendt kun 45% af passagerne der er enige eller helt enige i, at køreplanerne hænger godt sammen, når man skal skifte transportmidler.
- Det er ligeledes kun 42% der er enige eller helt enige i, at trafikinformationen undervejs hænger godt sammen.

Bærende drivers for tilfredshed og anbefalingsvillighed

Der er en tydelig overensstemmelse mellem de primære faktorer, der driver tilfredshed og anbefalingsvillighed. Der er ikke betydelige forskelle mellem ønsker fra heavy/medium og light users – dog har heavy/medium mere fokus på mængden af muligheder.



At anbefale bygger på indfrielse af emotionelle behov



At flytte passagerer fra tilfredse til at ville anbefale handler om at **skabe emotionelle mer-oplevelser!**

Anbefalinger til strategiske indsatsområder

På baggrund af undersøgelsen har vi identificeret fem områder, hvor trafikvirksomhederne har mulighed for at udvikle og forny sig. Indsatsområderne er udvalgt efter (a) deres betydning for den samlede oplevelse og (b) muligheden for at identificere og eksekvere tiltag.



KOLLEKTIV TRANSPORT

GENNEMGANG AF RESULTATERNE

Hovedparten af passagerne som rejser med offentlig transport, anser det som et godt og vigtigt alternativ til andre transportformer

Jeg ser offentlig transport som et godt og vigtigt alternativ til andre transportformer...



74%

Helt enig / enig



16%

Hverken enig eller uenig



9%

Helt uenig / uenig

1% ved ikke om de ser offentlig transport som et godt og vigtigt alternativ til andre transportformer

Over halvdelen føler sig godt behandlet, når de er kunde i den offentlige transport.
Få føler sig dårligt behandlet – mens hver tredje ikke kan tage stilling til det

Jeg føler mig godt behandlet, når jeg er kunde i den offentlige transport...



55%

Helt enig / enig



31%

Hverken enig eller uenig



12%

Helt uenig / uenig

1% ved ikke om de føler sig godt behandlet, når de er kunde i den offentlige transport

Halvdelen af passagererne er tilfreds med mængden af offentlige transportmuligheder i deres område – hver fjerde er utilfreds

Jeg er meget tilfreds med mængden af offentlige transportmuligheder i mit område...



54%

Helt enig / enig



18%

Hverken enig eller uenig



26%

Helt uenig / uenig

2% ved ikke om de er meget tilfreds med mængden af offentlige transportmuligheder i deres område

Halvdelen oplever at rejsetiden er behagelig, når de rejser med offentligt transport En tredjedel oplever den hverken som behagelig eller ubehagelig

Jeg oplever rejsetiden som behagelig, når jeg rejser med offentlig transport...



51%

Helt enig / enig



31%

Hverken enig eller uenig



17%

Helt uenig / uenig

1% ved ikke om de oplever rejsetiden som behagelig, når de rejser med offentlig transport

Under halvdelen har tillid til, at de kommer frem til tiden, når de kører med offentlig transport. Næsten hver tredje har ikke tillid til, at de kommer frem til tiden!

Når jeg kører med offentlig transport, har jeg tillid til, at jeg kommer frem til tiden...



44%

Helt enig / enig



26%

Hverken enig eller uenig



29%

Helt uenig / uenig

1% ved ikke om de har tillid til, at de kommer frem til tiden, når de kører med offentlig transport

Der er ikke en entydig oplevelse af, at der er god sammenhæng i den offentlige transport

Jeg oplever, at der er en god sammenhæng i den offentlige transport...



39%

Helt enig / enig



30%

Hverken enig eller uenig



26%

Helt uenig / uenig

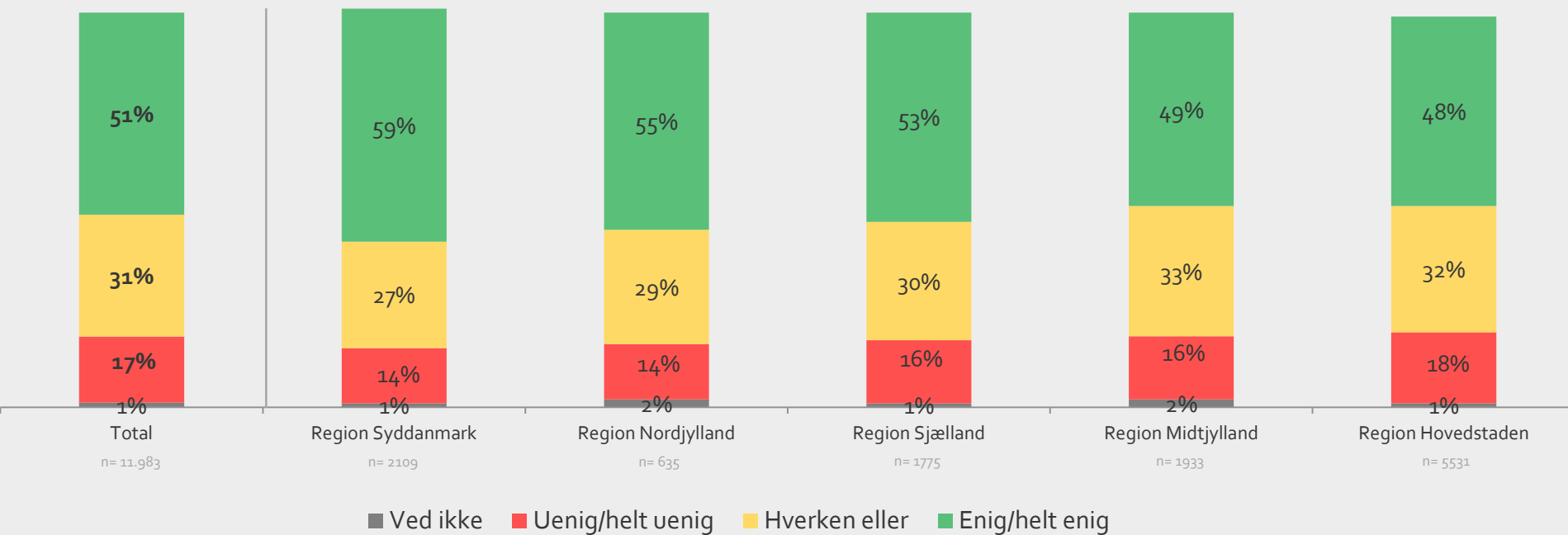
4% ved ikke om de oplever, at der er en god sammenhæng i den offentlige transport

TÆT PÅ KOLLEKTIV
TRANSPORT PÅ TVÆRS AF
REGIONERNE

Samlet set oplever 51% rejsetiden som behagelig. Der er flest som oplever rejsetiden som behagelig i Region Syddanmark og færrest i Region Hovedstaden og Region Midtjylland

Jeg oplever rejsetiden som behagelig, når jeg rejser med offentlig transport

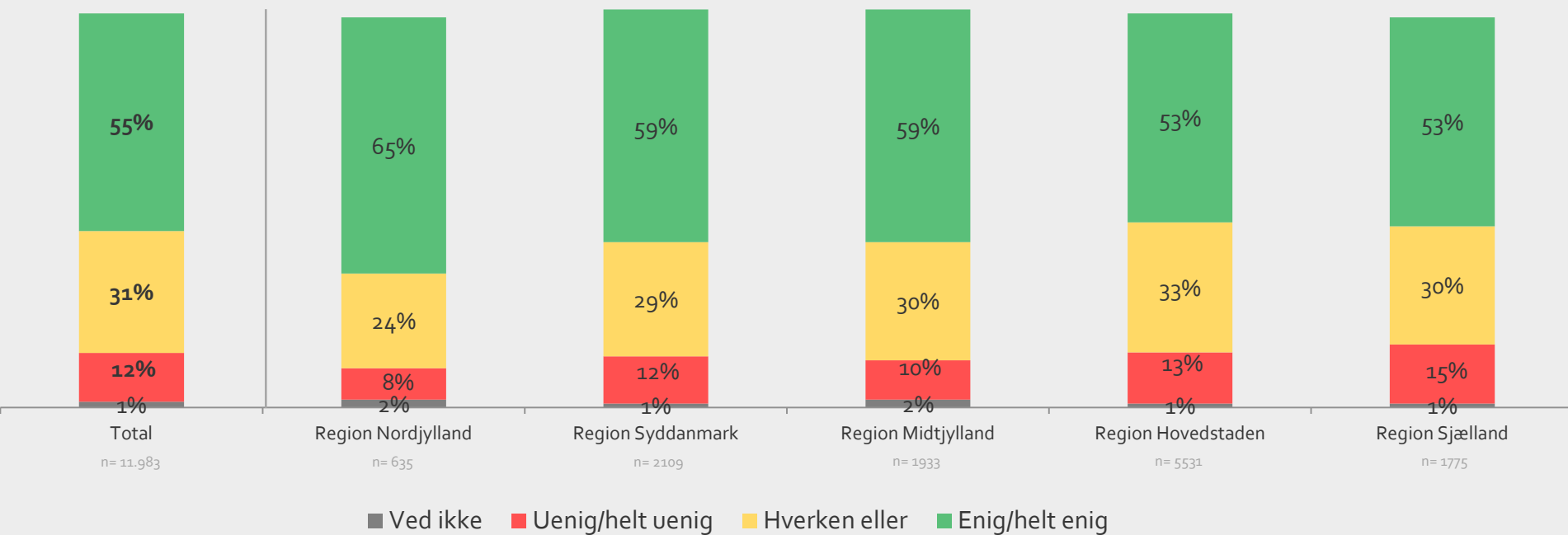
Svarskala: Helt enig – helt uenig (5 punkter)



55% føler sig godt behandlet som kunde. Der er flest som føler sig godt behandlet som kunde i Region Nordjylland og færrest i Region Sjælland og Region Hovedstaden

Jeg føler mig godt behandlet, når jeg er kunde i den offentlige transport

Svarskala: Helt enig – helt uenig (5 punkter)



ANBEFALINGSVILLIGHED

Vi kortlægger passagerernes anbefalingsvillighed via Net Promotor Score (NPS)

Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale dine venner og bekendte at køre med offentlig transport?



Promoters

Promoters (9-10) er loyale og entusiastiske kunder der vil fortsætte med at vende tilbage, samt anbefale til andre og dermed skabe vækst.



Passives

Passives (7-8) er tilfredse men uentusiastiske kunder, der er let modtagelige overfor hvad konkurrenterne tilbyder



Detractors

Detractors (0-6) er utilfredse kunder, der kan skade dit brand og hindre vækst gennem negativ mund-til-mund omtale.

The Net Promoter Score (NPS)

NPS er udviklet af Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company, Inc. og Fred Reichheld. NPS er et loyalitetsmål, som har en særlig god evne til at forudsige kundeloyalitet.

Svaret angives på en skala fra 0 til 10. For beregning af NPS deles skalaen på spørgsmålet op i detractors (0-6), passives (7-8) og promoters (9-10).

NPS-scoren går derfra fra -100 til +100. I forhold til offentlig transport, vil en positiv NPS-værdi være et udmærket resultat, mens NPS-værdier over 25 ses forholdsvis sjældent..

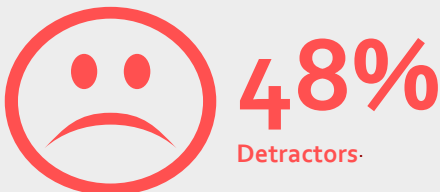
Jo højere NPS → Jo bedre

$$\text{NPS} = \begin{array}{c} \text{Andel} \\ \text{Promoters} \end{array} - \begin{array}{c} \text{Andel} \\ \text{Detractors} \end{array}$$

NPS for offentlig transport er -25

Der er over dobbelt så mange detractors som promotors

Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale dine venner og bekendte at køre med offentlig transport?



The Net Promoter Score (NPS)

NPS er udviklet af Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company, Inc. og Fred Reichheld. NPS er et loyalitetsmål, som har en særlig god evne til at forudsige kundeloyalitet.

Svaret angives på en skala fra 0 til 10. For beregning af NPS deles skalaen på spørgsmålet op i detractors (0-6), passives (7-8) og promotors (9-10).

Hvis scoren er positiv, er der flere Promoters end Detractors, og vice versa.

Jo højere NPS → Jo bedre

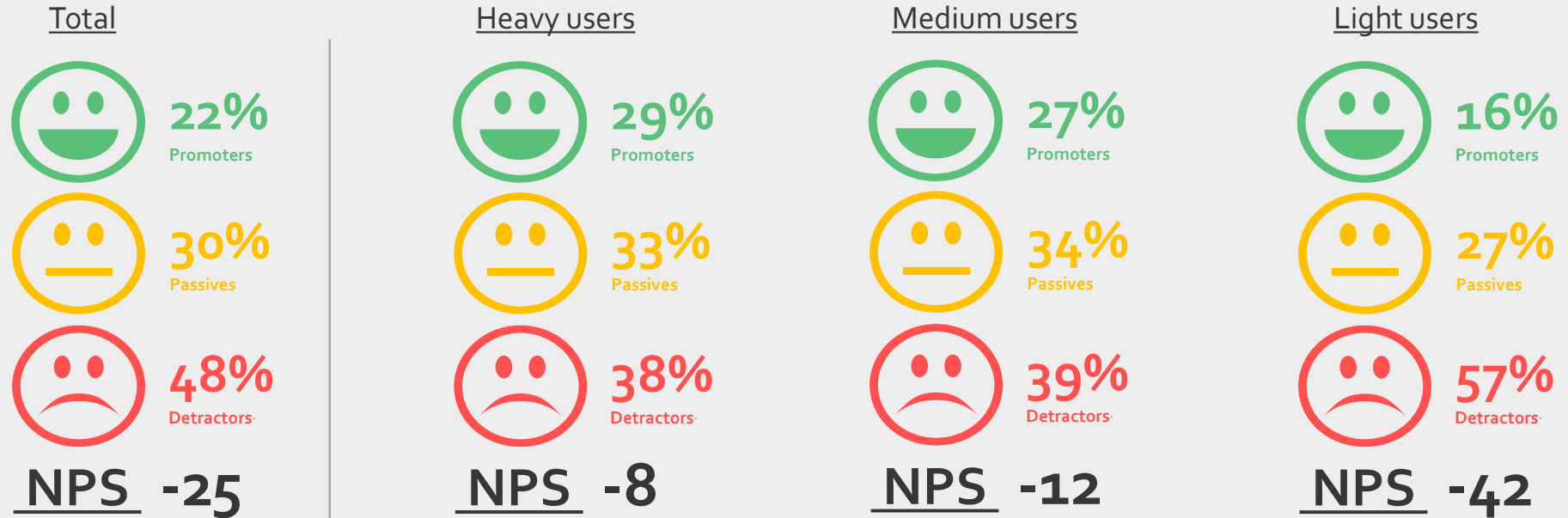
NPS = -25

Note: NPS udregning med decimaler: 22,14% (promotors) - 47,52% (detractors). Grafikkerne kan afvige pga. afrundinger

Der er højest anbefalingsvillighed blandt heavy og medium users.

Der er markant færre som vil anbefale offentlig transport blandt light users

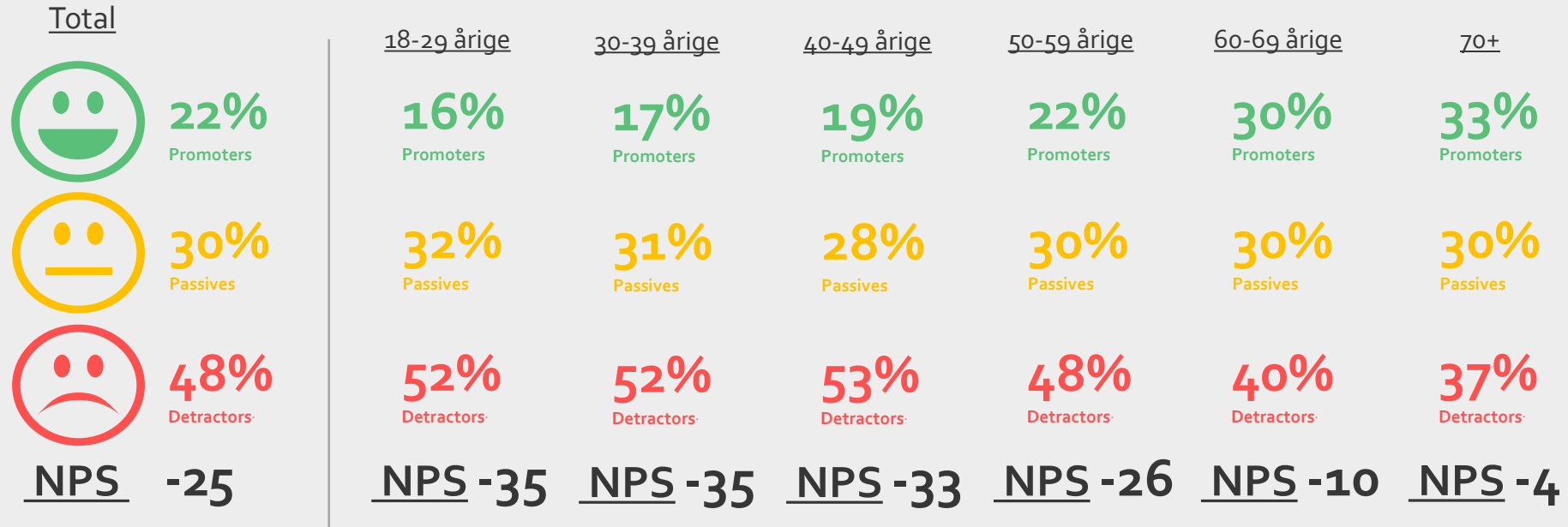
Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale dine venner og bekendte at køre med offentlig transport?



Note: Heavy users udgøres af "dagligt/næsten dagligt" og "3-4 dage om ugen", Medium users udgøres af "1-2 dage om ugen" og "1-3 dage om måneden", Light users udgøres af "1-5 dage hvert halve år" og "ca. én dag om året"
Grafikkerne kan afvige pga. lignende afrunding (se slide 19)

Jo ældre passagererne er, des flere vil anbefale venner og bekendte at køre med offentlig transport

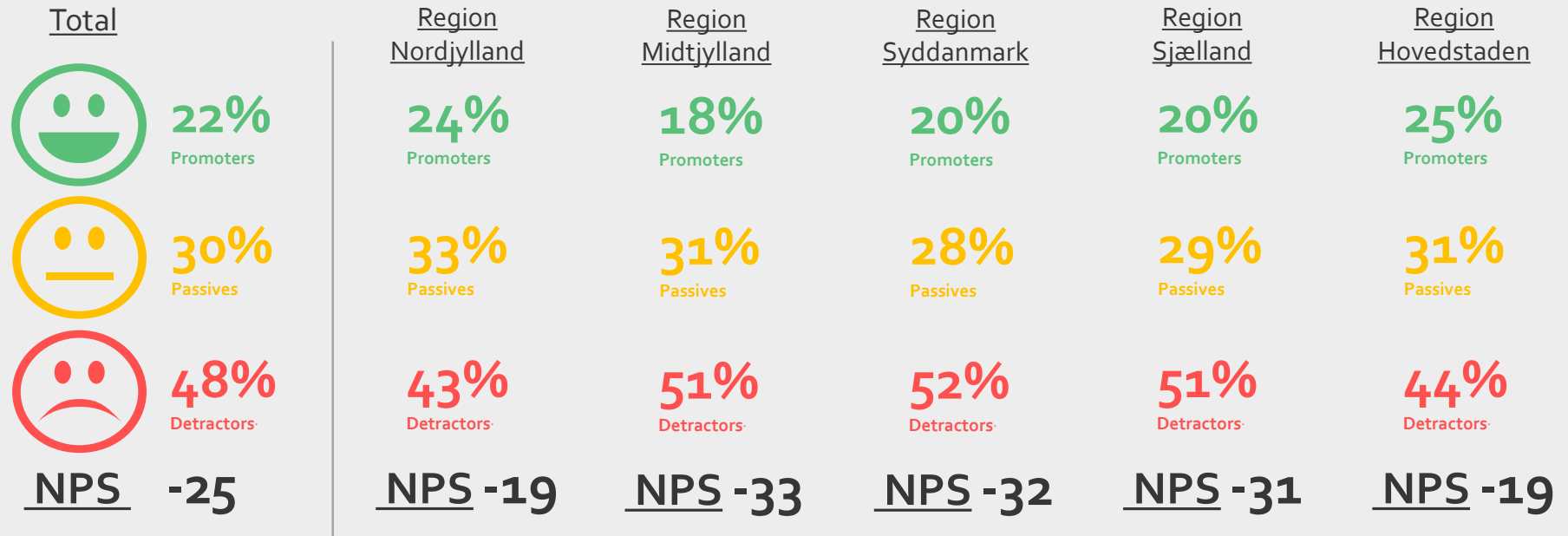
Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale dine venner og bekendte at køre med offentlig transport?



Note: Grafikkerne kan afvige pga. lignende afrundinger (se slide 19)

Der er flest anbefalingsvillige passagerer i Region Nordjylland og Region Hovedstaden

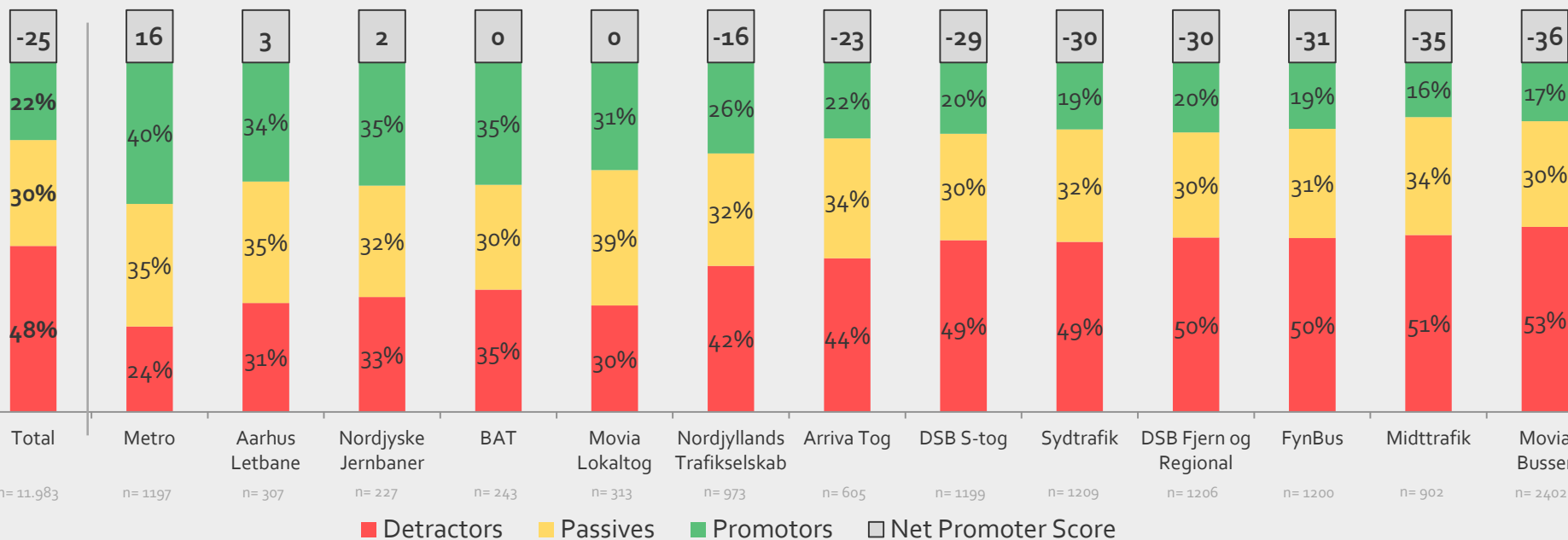
Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale dine venner og bekendte at køre med offentlig transport?



Note: Grafikkerne kan afvige pga. lignende afrundinger (se slide 19)

NPS'en for offentlig transport er -25. Metroen har den højeste NPS på 16. Aarhus Letbane og Nordjyske Jernbaner har også en positiv NPS

Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale [SELSKAB] til venner og bekendte?



Note: Grafikkerne kan afvige pga. lignende afrundinger (se slide 19)

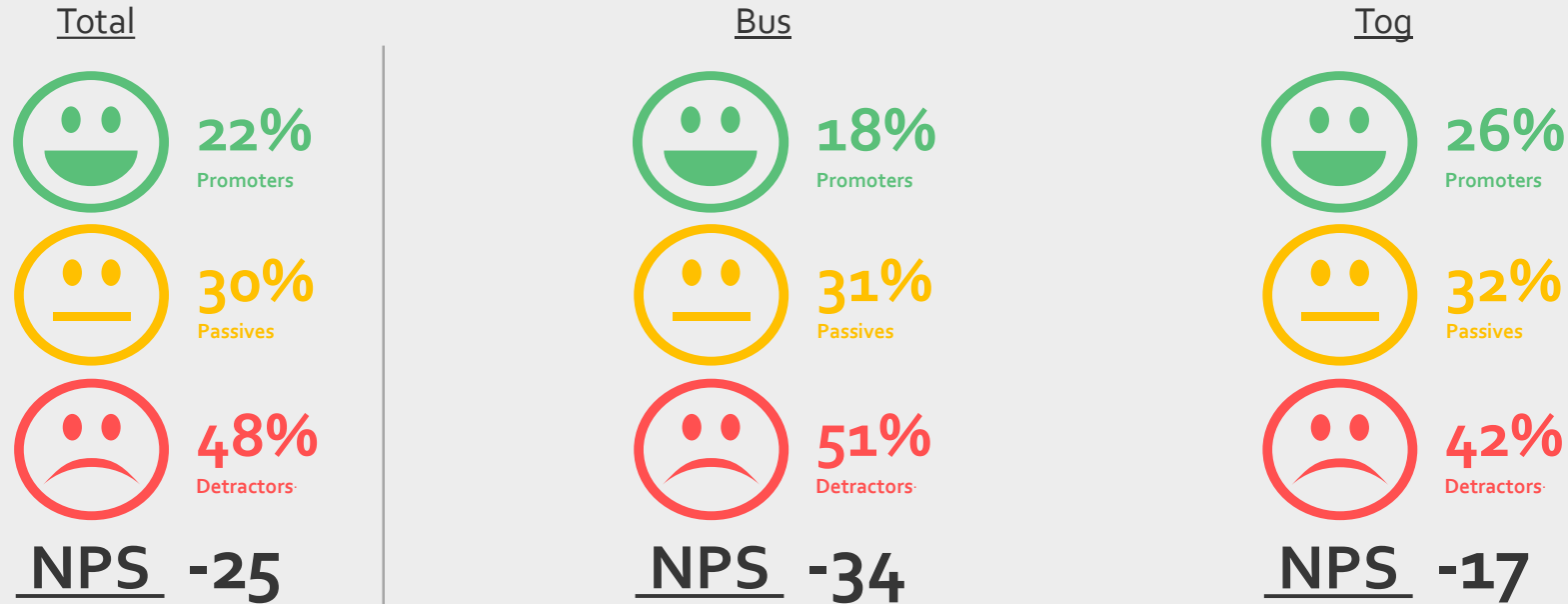
Base: alle passagerer n= 11.983

Spørgsmål: Q10 "Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale [SELSKAB] til venner og bekendte?"

NPS for "Total" er opgjort for offentlig transport generelt.

Der er lidt flere anbefalingsvillige passagerer blandt dem som kører med tog, end blandt dem som kører med bus

Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale [SELSKAB] til venner og bekendte?



Note: Bus udgøres af Nordjyllands Trafikselskab, Fynbus, Sydtrafik, Midttrafik, BAT og Movia Busser. Tog udgøres af DSB S-tog, DSB Fjern og Regional, Nordjyske Jernbaner, Metro, Letbane (Aarhus), Arriva Tog og Movia Lokaltog.

Grafikkerne kan afvige pga. lignende afrundinger (se slide 19)

Base: alle passagerer n= 11.983

Spørgsmål: Q10 "Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale [SELSKAB] til venner og bekendte?"

NPS for "Total" er opgjort for offentlig transport generelt.

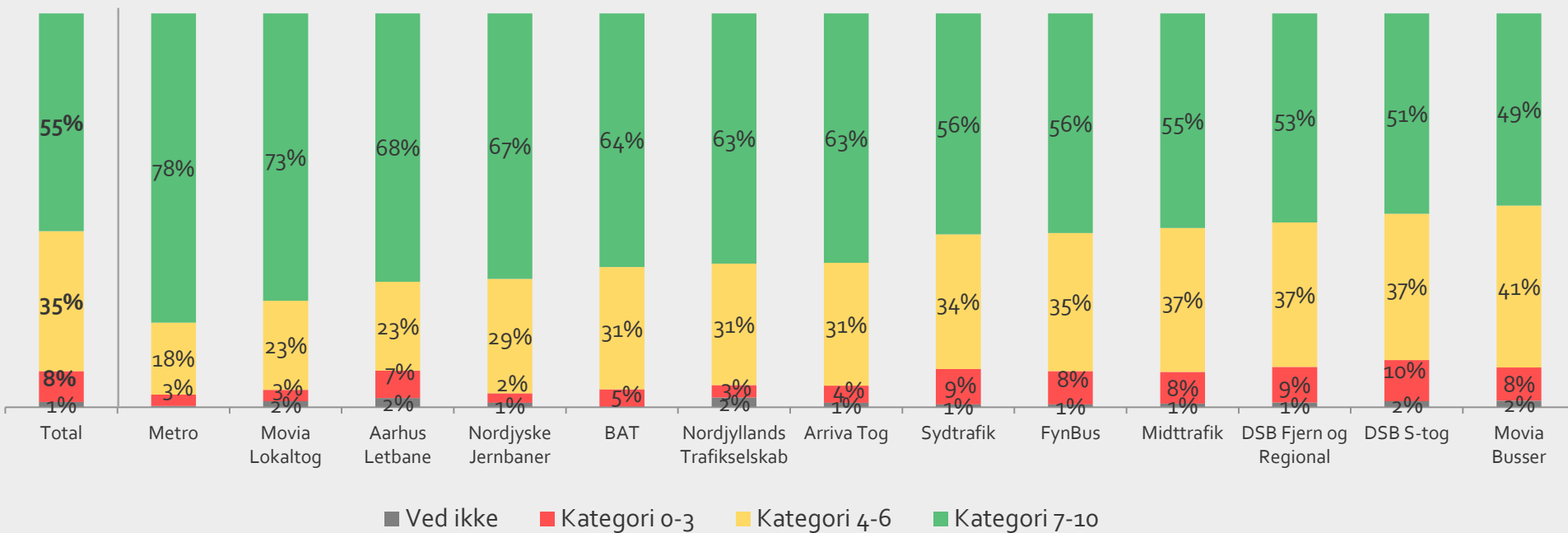
SELSKABSSPECIFIKKE SPØRGSMÅL

55% er alt i alt tilfreds med det selskab, de har rejst med.

Tilfredsheden er højest for Metroen, Movia Lokaltog, Aarhus Letbane og Nordjyske Jernbaner

Hvor tilfreds er du alt i alt med [SELSKAB]?

Svarskala: 0-10

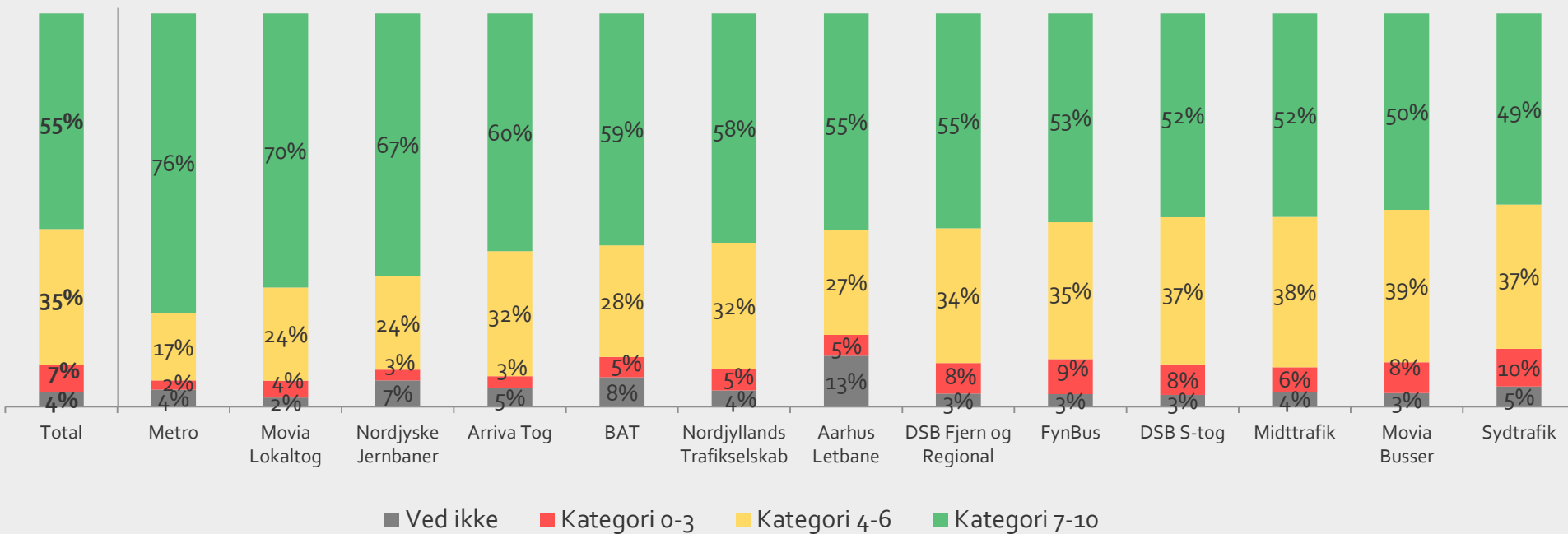


55% er tilfreds med det samlede forløb, når de planlægger en rejse.

Tilfredsheden er højest for Metroen, Movia Lokaltog, Nordjyske Jernbaner og Arriva Tog

Hvor tilfreds er du med det samlede forløb når du planlægger en rejse med [SELSKAB]?

Svarskala: 0-10

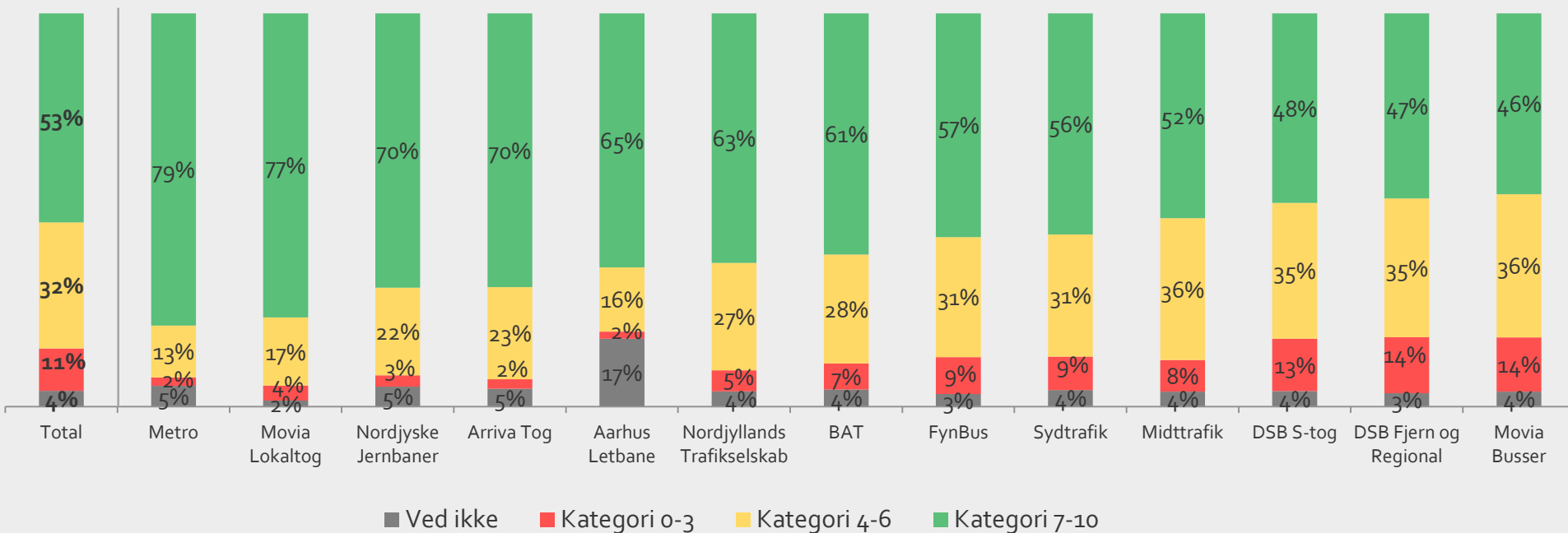


53% er tilfreds med overholdelsen af køreplanen.

Tilfredsheden er højest for Metroen, Movia Lokaltog, Nordjyske Jernbaner og Arriva Tog

Hvor tilfreds er du med [SELSKAB]s overholdelse af køreplanen?

Svarskala: 0-10

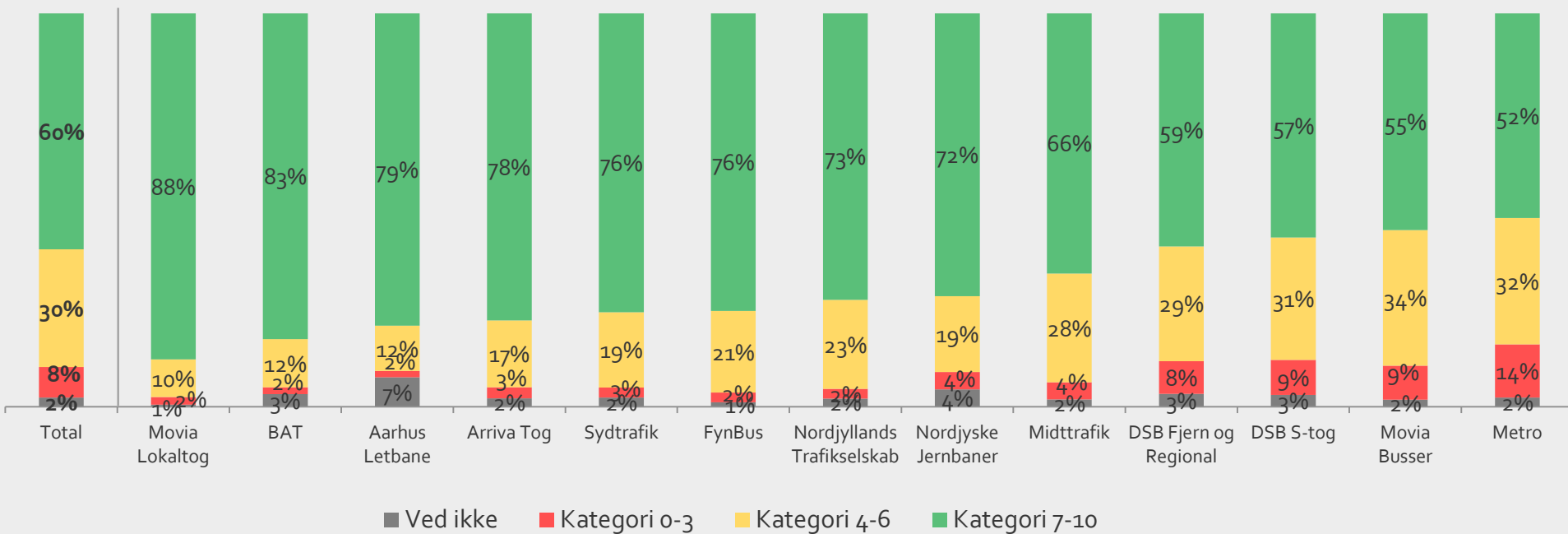


60% er tilfreds med muligheden for at få en siddeplads.

Tilfredsheden med mulighed for siddeplads er højest for Movia Lokaltog, BAT, Aarhus Letbane og Arriva Tog

Hvor tilfreds er du med muligheden for at få en siddeplads, når du kører med [SELSKAB]?

Svarskala: 0-10

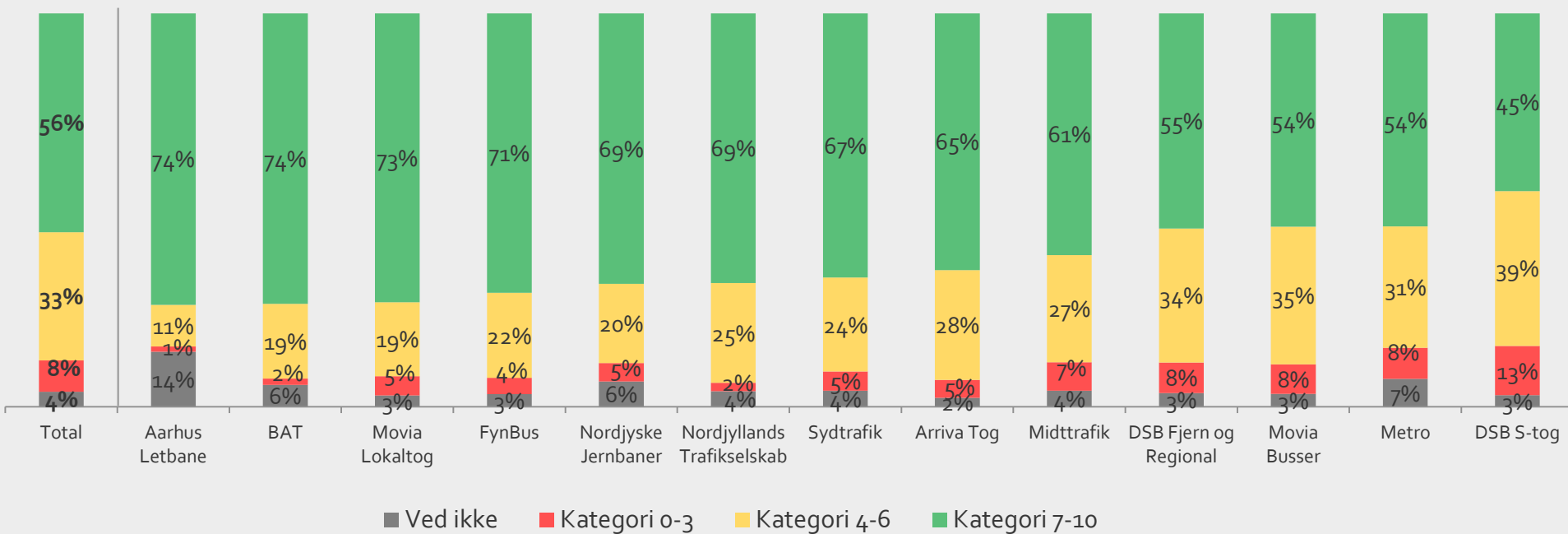


56% er tilfredse med rengøringen af bussen/toget når de rejser.

Tilfredsheden med rengøringen af bussen eller toget er højest for Aarhus Letbane, BAT, Movia Lokaltog og Fynbus

Hvor tilfreds er du med rengøringen af bussen eller toget, når du kører med [SELSKAB]?

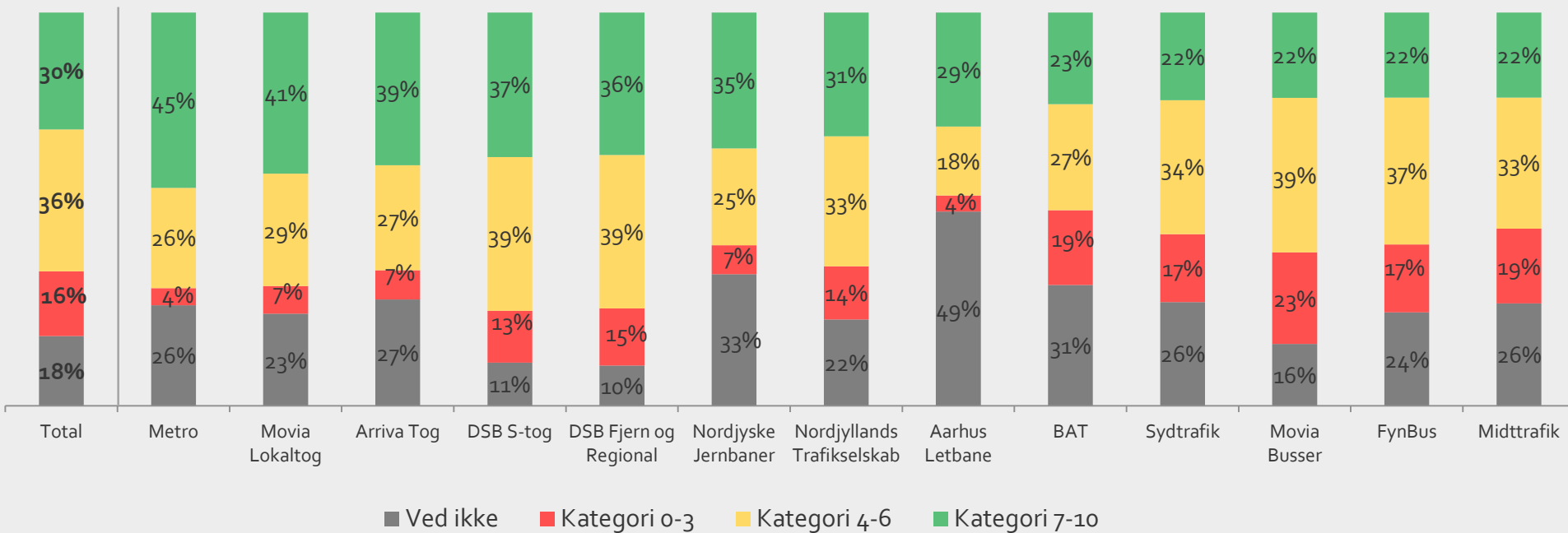
Svarskala: 0-10



30% er tilfreds med informationen fra det selskab de rejser med, når der er forsinkelser.
På dette parameter er tilfredsheden generelt lavere end på de øvrige parametre

Hvor tilfreds er du med informationen fra [SELSKAB], når der er forsinkelser?

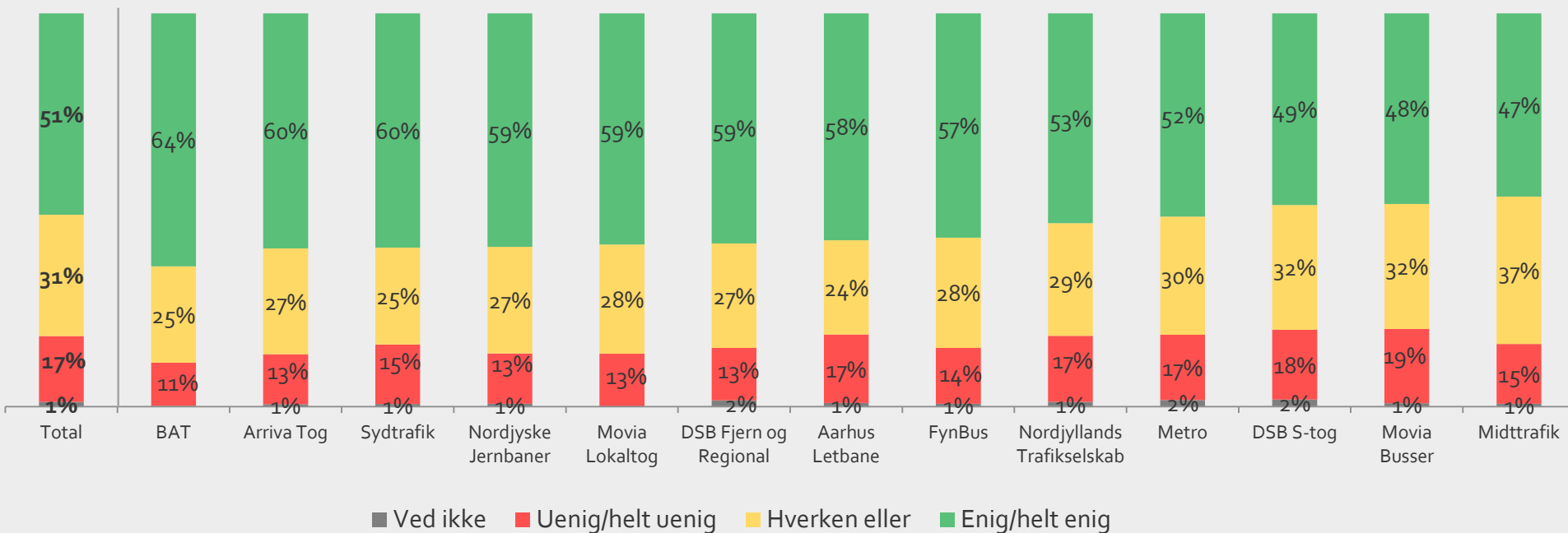
Svarskala: 0-10



51% af alle passagerer oplever rejsetiden som behagelig

Jeg oplever rejsetiden som behagelig, når jeg rejser med offentlig transport

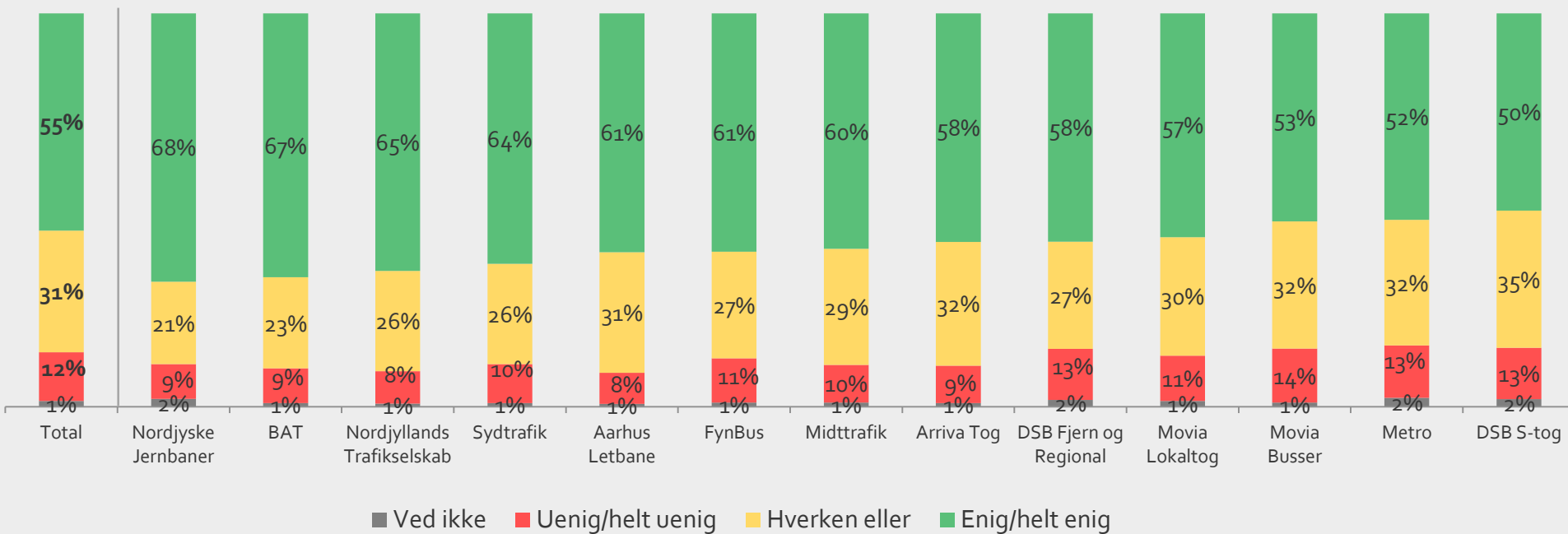
Svarskala: Helt enig – helt uenig (5 punkter)



55% af alle passagerer føler sig godt behandlet som kunde

Jeg føler mig godt behandlet, når jeg er kunde i den offentlige transport

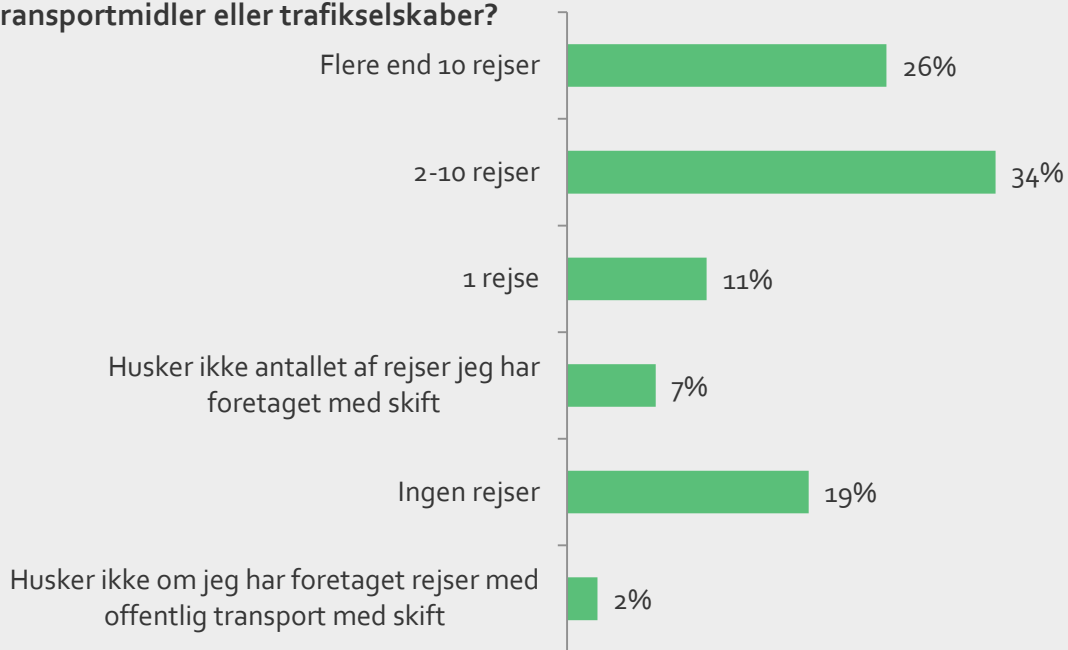
Svarskala: Helt enig – helt uenig (5 punkter)



DEN SAMMENHÆNGENDE REJSE

Langt størstedelen af passagererne har i det seneste år foretaget en rejse med offentlig transport, hvor de skulle skifte. 67% har foretaget flere rejser med skift

Hvor ofte har du det seneste år foretaget rejser med offentlig transport, hvor du skulle skifte mellem flere offentlige transportmidler eller trafikselskaber?



78%

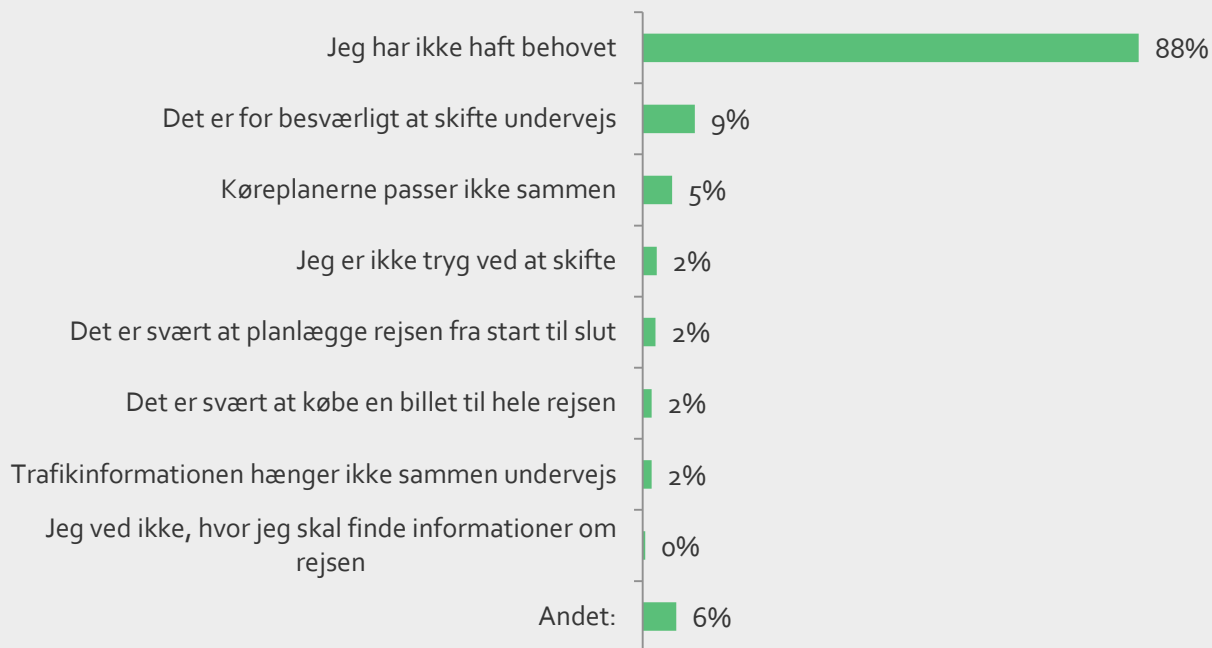
Har foretaget mindst en rejse med skift inden for det seneste år

Base: alle passagerer n= 11.983

Spørgsmål: Q17 "Hvor ofte har du det seneste år foretaget rejser med offentlig transport, hvor du skulle skifte mellem flere offentlige transportmidler eller trafikselskaber?"

Passagerernes primære årsag til ikke at bruge rejser med skift er, at de ikke har haft behovet

Hvad er de vigtigste årsager til, at du ikke har været på en rejse det seneste år, der involverer skift?

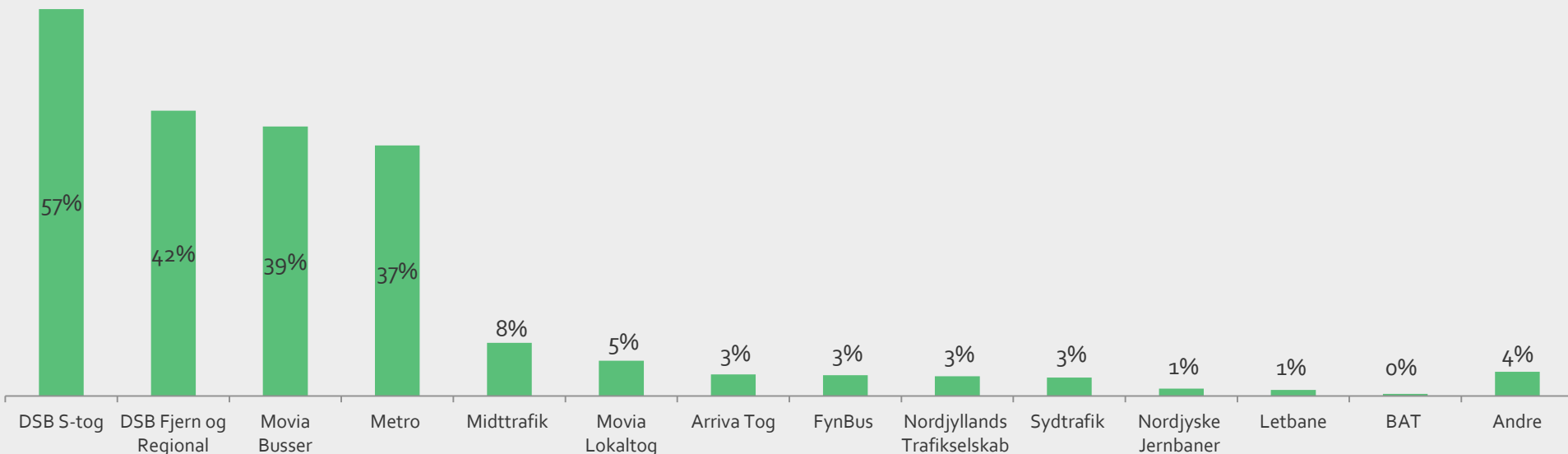


88%

Af dem der ikke har rejst med skift, har ikke haft behovet...

Passagerer der rejser med skift, benytter primært DSB S-tog, DSB Fjern og Regional samt Movia Busser og Metroen

Tænk tilbage på én specifik rejse hvor du skulle skifte mellem flere offentlige transportmidler (gerne den du foretager oftest) og sæt kryds ved den eller de selskaber, som rejsen omfatter.

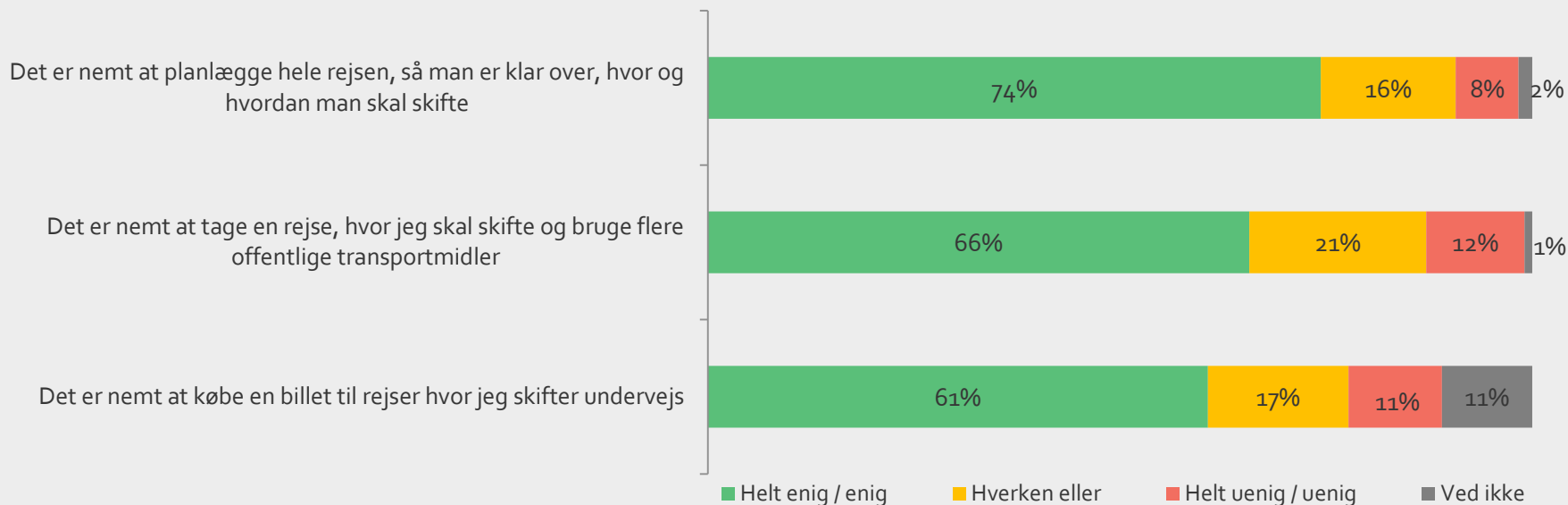


Base: passagerer der har været på en rejse med skift n= 9.372

Spørgsmål: Q19 "Tænk tilbage på én specifik rejse hvor du skulle skifte mellem flere offentlige transportmidler (gerne den du foretager oftest) og sæt kryds ved den eller de selskaber, som rejsen omfatter"

Størstedelen oplever at det er nemt både at planlægge en rejse med skift mellem flere offentlige transportmidler, at være undervejs på rejsen og købe billet til rejsen

Her kommer der nogle udsagn der handler om at rejse med skift mellem flere offentlige transportmidler

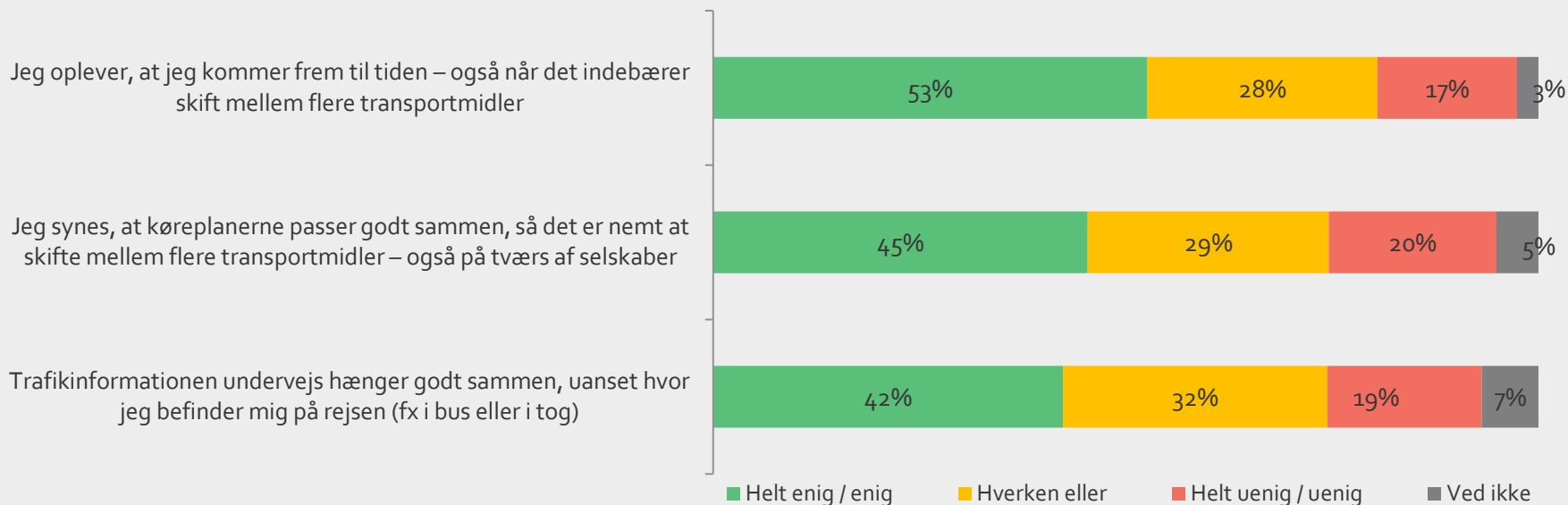


Base: passagerer der har været på en rejse med skift n= 9.372

Spørgsmål: Q20, Q21 og Q22 "Tænk nu tilbage på den samme rejse som i foregående spørgsmål, hvor du har rejst med flere offentlige transportmidler eller selskaber"

Det er kun halvdelen, som oplever, at de kommer frem til tiden, når de skifter mellem flere offentlige transportmidler, og under halvdelen oplever at køreplanerne og trafikinformationen hænger godt sammen

Her kommer der nogle udsagn der handler om at rejse med skift mellem flere offentlige transportmidler



Base: passagerer der har været på en rejse med skift n= 9.372

Spørgsmål: Q23, Q24 og Q25 "Tænk nu tilbage på den samme rejse som i foregående spørgsmål, hvor du har rejst med flere offentlige transportmidler eller selskaber"

METODE

Om undersøgelsen

Formål med undersøgelsen:

Denne undersøgelse er opstået, da Trafikvirksomhederne bag Bus & Tog Samarbejdet har ønsket at udvikle en ny tracking, som skal tilvejebringe valid viden om danskernes oplevelse af kollektiv trafik og den sammenhængende rejse på tværs af alle trafikvirksomheder, transportformer og regioner.

Formålet med undersøgelsen er således ikke *bare* at måle de enkelte trafikvirksomheders kunders tilfredshed – men at udforme en repræsentativ befolkningsundersøgelse blandt alle danskere som rejser med kollektiv transport minimum én gang om året, og måle deres tilfredshed!

Resultaterne fra denne undersøgelse kan give mere kritiske resultater end traditionelle passagerundersøgelser da andelen af heavy users i denne undersøgelse er markant lavere end i passagerundersøgelserne. For yderligere uddybning se slide 4.

Dataindsamling:

Indsamlingen af besvarelser er sket blandt passagerer, der har brugt et af de pågældende selskaber inden for det seneste år.

Indsamlingen er sket via webbaserede interview. Det er således en anderledes dataindsamlingsmetode end der bruges i traditionelle passagerundersøgelser.

Der er lavet interview med passagerer, der er lav-, mellem- og højfrekvente brugere, ligesom der – som beskrevet på næste slide – er lavet en stikprøvefordeling, som både tilgodeser de enkelte selskaber, transportform (bus/tog) og den regionale fordeling.

Randomisering – hvis passagerer har rejst med flere selskaber

Hvis en passagerer har rejst med flere selskaber, så er der i udgangspunktet foretaget en randomisering (tilfældig udvælgelse) blandt de selskaber, der er rejst med ift. hvilken "kvote" respondenterne skal ned i. I nogle tilfælde er denne metode dog fraveget af hensyn til at få opfyldt de enkelte trafikselskabers kvoter inden for den afsatte tidsramme.

Stikprøvefordeling i undersøgelsen

| Selskab | Antal | Procent | Antal | Procent |
|----------------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| | Uvejet | Uvejet | Vejet | Vejet |
| DSB S-tog | 1.199 | 10% | 2.204 | 18% |
| DSB Fjern og Regional | 1.206 | 10% | 1.491 | 12% |
| Nordjylland Trafikselskab* | 1.200 | 10% | 599 | 5% |
| Fynbus | 1.200 | 10% | 348 | 3% |
| Metro | 1.197 | 10% | 1.248 | 10% |
| Sydtrafik | 1.209 | 10% | 422 | 4% |
| Midtrafik | 902 | 8% | 1.297 | 11% |
| Aarhus Letbane | 307 | 3% | 49 | 0% |
| Arriva Tog | 605 | 5% | 128 | 1% |
| BAT | 243 | 2% | 39 | 0% |
| Movia Busser | 2.402 | 20% | 3.963 | 33% |
| Movia Lokaltog | 313 | 3% | 195 | 2% |
| Samlet | 11.983 | 100% | 11.983 | 100% |

Stikprøvefordelingen:

I udarbejdelsen af stikprøvefordelingen har Wilke taget udgangspunkt i den faktiske fordeling af passagerer mellem de forskellige trafikselskaber. Derudover er der taget hensyn til, at trafikselskaber med - relativt - få passagerer skal indgå med en større procentmæssig andel i stikprøven end de gør i populationen.

Dette er gjort for at de enkelte selskaber – stikprøvemæssigt - får en størrelse i undersøgelsen, hvor det er muligt at sige noget om tilfredsheden for det konkrete trafikselskab.

Denne fordeling af interviewene giver de enkelte selskaber optimale muligheder for at benchmarke sig selv i forhold til det samlede resultat – og, hvis det ønskes – mod specifikke andre selskaber.

Det skal bemærkes, at BAT indgår med færre interview end forventet. Det skyldes, at det viste sig sværere end ventet at indsamle disse interview.

Dataindsamlingsperiode:

Data til undersøgelsen er indsamlet fra d. 3/5 til d. 4/6 2018.

*For Nordjyllands trafikselskab er der gennemført 973 interview i busser og 227 i tog (Nordjyske Jernbaner).

Vejningsprocedure

Vejning af datamaterialet:

Data er vejret på køn, alder og passagertal for hvert trafikselskab. Vejning er nødvendig da der i indsamlingen bevidst er indsamlet skævt på de forskellige trafikselskaber, som beskrevet på det forgående slide.

Dette er gjort for at få et tilstrækkeligt stort antal besvarelser for hver af trafikselskaberne, til at kunne sige noget meningsfuldt om dem og deres passagerer.

Vejning er foretaget i 2 forskellige steps.

Vejning, step 1)

Data er vejret iterativt på køn og alder på brutto niveau for at sikre at fordelingen er nationalt repræsentativt. Da alder er det sidste parameter der er vejret på, er alder styrende.

Vejning på brutto niveau er nødvendig, da vi ikke kender den korrekte fordeling på køn og alder, blandt personer der rejser med bus og tog.

Når vejningen i step 1 er på plads, så er alle frascreenede fjernet (respondenter som ikke lever op til screeningskriteriet om at have benyttet bus, tog, metro eller andre former for kollektiv transport inden for det seneste år) for at få nettofordelingen på køn og alder.

Vejning, step 2)

Imens at vægten på køn og alder er slået til – er der kørt en vægt på fordelingen på transportselskaber. Denne vægt er ganget på vægten for køn & alder. Sådan at vi til slut har en vægt baseret på køn, alder og selskab.

Da selskab er det sidste der er vejret på er denne styrende.