

A photograph of a modern tram on a cobblestone street in Odense, Denmark. The tram is white with large windows and is positioned on tracks. To the left of the tram is the ornate stone entrance of a church, featuring a large archway and intricate carvings. The sky is overcast, and the overall tone of the image is muted. A semi-transparent dark blue box with a white border is overlaid on the center of the image, containing the title text.

# ODENSE LETBANE

KUNDETILFREDSHEDSUNDERSØGELSE 2025

Wilke, Oktober 2025

# Stærk Kundetilfredshed og Strategiske Forbedringsområder

Odense Letbane opnår generelt meget positive resultater i denne analyse af kundetilfredshed.

Med en tilfredshedsandel på 80% og meget få utilfredse kunder placerer Odense Letbane sig igen over benchmark niveauet.

En positiv Net Promoter Score (NPS), som overgår markedsstandarder, understøttes af en bemærkelsesværdigt lav andel af detractors.

Anbefalingsvilligheden er størst blandt ældre passagerer, der også udviser højere tilfredshed generelt.

Samtidig identificeres forbedringspotentialer inden for specifikke områder som indeklima og pladsforhold.

Driveranalysen viser, at oplevelsen af tryghed, pladsforholdene og overholdelse af køreplanen er de vigtigste faktorer for den samlede tilfredshed, og at forbedringer her kan have betydelig effekt.

Information om forsinkelser skiller sig markant ud som et taktisk indsatsområde, der kan styrke helhedsoplevelsen for passagererne.



# Indholdsfortegnelse

|                                          |           |
|------------------------------------------|-----------|
| <b>Undersøgelsens baggrund og formål</b> | <b>4</b>  |
| <b>Hovedkonklusioner og anbefalinger</b> | <b>5</b>  |
| <b>Tilfredshed</b>                       | <b>7</b>  |
| <b>Driveranalyse</b>                     | <b>13</b> |
| <b>Anbefalingsvillighed</b>              | <b>18</b> |
| <b>Baggrundsinformation</b>              | <b>22</b> |
| <b>Kontakt</b>                           | <b>24</b> |



# Undersøgelsens baggrund og formål

## Baggrund & Formål

Formålet med denne undersøgelse er at levere en analyse af kundetilfredsheden med Odense Letbane og identificere indsatsområder, der kan bidrage til en endnu bedre oplevelse for passagererne.

### Undersøgelsen har tre delmål:

1. At måle og kortlægge den aktuelle tilfredshed blandt brugerne af Odense Letbane for at få en klar forståelse af styrker og udfordringer i passageroplevelsen.
2. At indhente konkrete input til, hvilke områder der strategisk og taktisk bør prioriteres for at sikre målrettede forbedringer, der skaber værdi for både passagerer og drift.
3. At analysere resultaterne i en benchmark-kontekst, så Odense Letbane kan vurderes i forhold til præstationer i tilsvarende kategorier. Dette skaber et perspektiv på, hvordan man klarer sig sammenlignet med relevante sammenligningsgrundlag og markedets standarder.

Ved at kombinere disse elementer søger undersøgelsen at skabe et solidt fundament for fremtidige beslutninger og prioriteringer, der kan styrke Odense Letbanes position og passagerernes oplevelse

- ✓ Dataindsamlingen foregik fra d. 03/10/2025 til d. 11/10/2024 ved Odense Letbane. Undersøgelsen er baseret på 594 passagerer.
- ✓ Interviewene er foretaget i ved personinterviews
- ✓ På udvalgte parametre sammenlignes der med en benchmark. Denne benchmark består af resultaterne lignende undersøgelse hvor samme spørgsmål er benyttet.
- ✓ Benchmark er baseret på sammenlignelige undersøgelser for:
  - Aarhus Letbane
  - FynBus
  - Sydtrafik
  - Frederiksbergbusserne



# HOVEDKONKLUSIONER



## Stærk Kundetilfredshed og Strategiske Forbedringsområder

### TILFREDSHED

80% af passagererne er tilfredse med Odense Letbane, hvilket placerer letbanen over benchmark for tilsvarende tjenester.

Meget få passagerer vurderer deres oplevelse som utilfredsstillende.

Tilfredsheden stiger med alderen; ældre passagerer er de mest tilfredse.

Tilfredsheden med information om forsinkelse er hævet markant siden 2024, fra 34% til 51% som er tilfredse

Ingen oplever det som vanskeligt at rejse med Odense Letbane, og 83% finder det direkte nemt.

### NPS

Odense Letbane opnår en positiv NPS, der slår benchmark for branchen.

Resultatet er drevet af en meget lav andel detractors, hvilket viser stor kundeloyalitet.

Anbefalingsvilligheden er højest blandt ældre passagerer, hvor den høje tilfredshed åbenlyst smitter af på deres vurdering.

### DRIVERANALYSE

Oplevelsen af tryghed og pladsforhold har den største indflydelse på den samlede tilfredshed.

Overholdelse af køreplanen, venteforhold på stationerne og frekvensen af afgang er også betydningsfulde faktorer.

Forbedringer i indeklima og pladsforhold kan skabe betydelige forbedringer i kundernes samlede oplevelse.

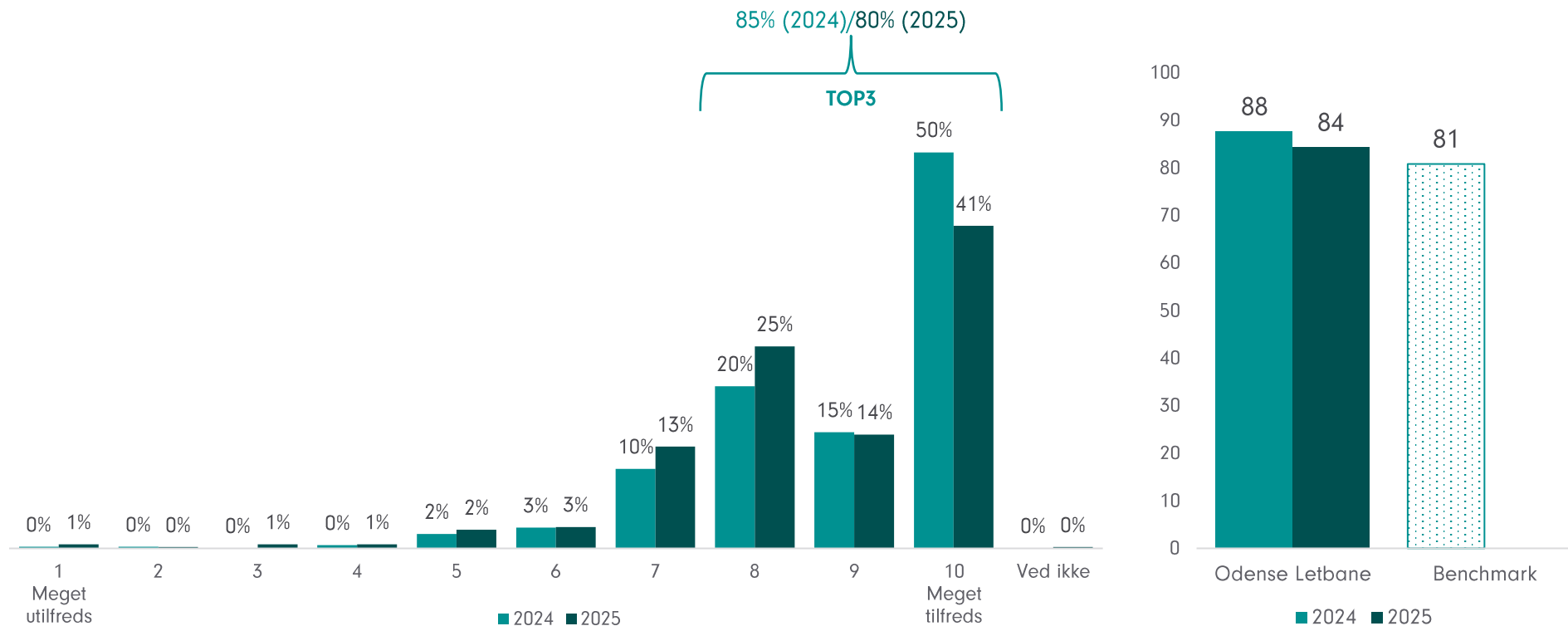


# TILFREDSHED

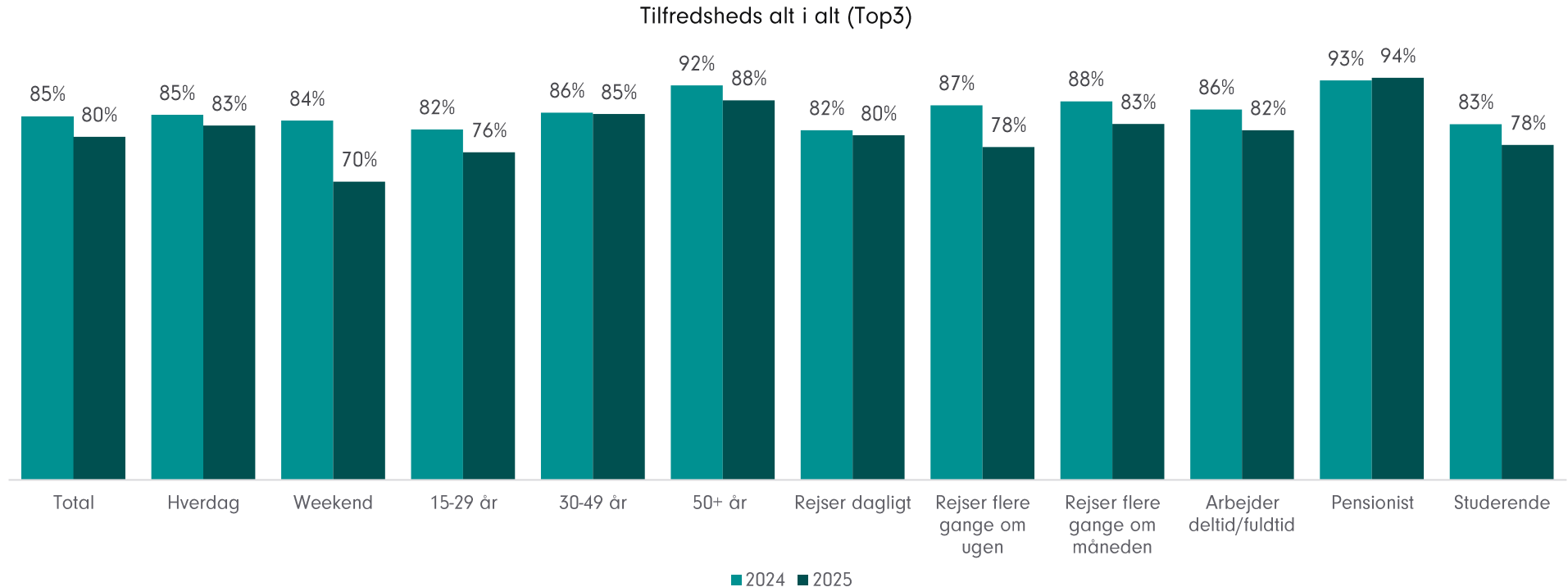
ER DE REJSENDE TILFREDSE MED LETBANEN?



Den overordnede tilfredshed med Odense Letbane er faldet med 5%-point i forhold til 2024, men er stadig høj med 80% og over benchmark



Tilfredsheden er faldet i alle delgrupper, især blandt dem der rejser om weekend og flere gange om ugen



Question: Q1. Hvor tilfreds er du med din rejse i dette letbanetog (alt i alt)?

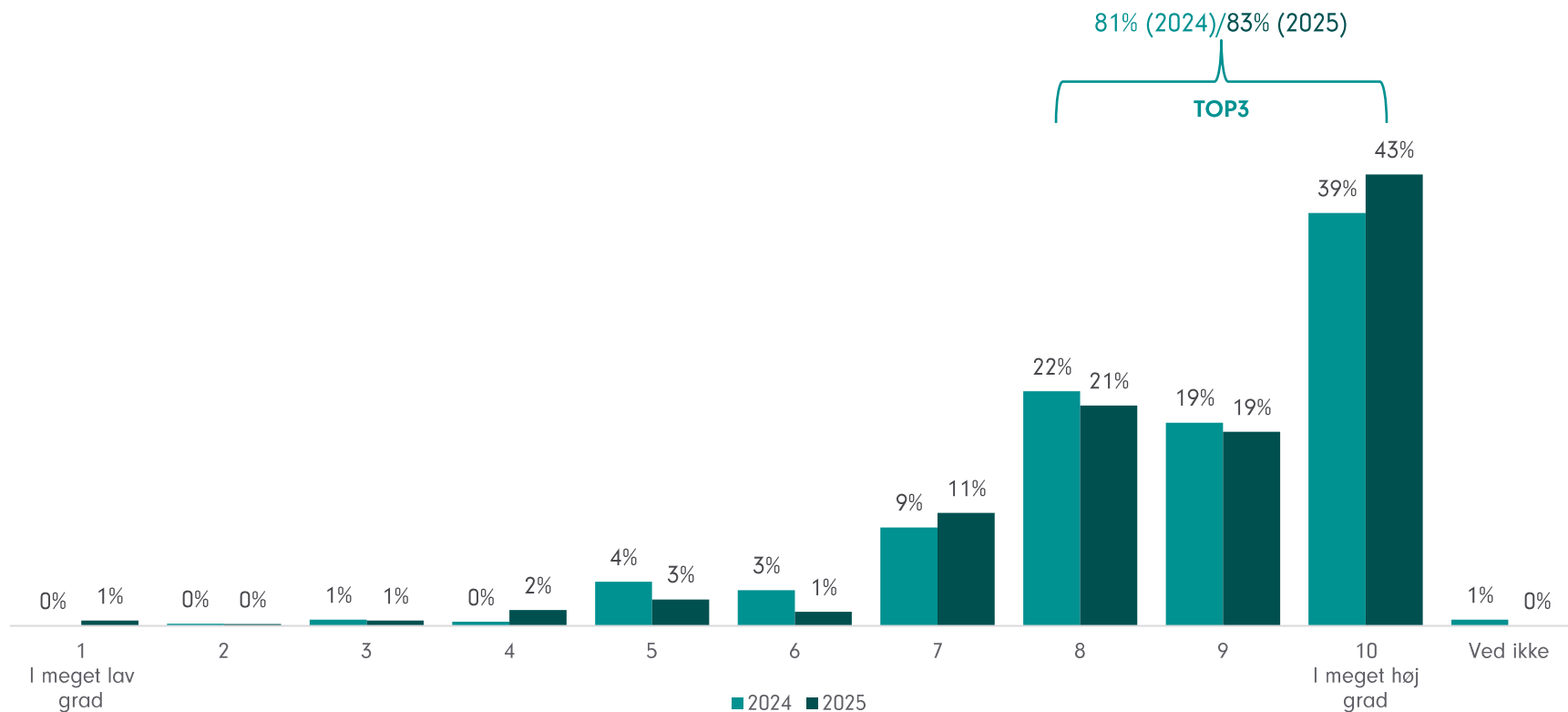
Base: Total 2024: n=500, 2025: n=594

2024: Hverdag = 389, Weekend = 111, 15-29 år = 284, 30-49 år = 104, 50+ = 112, Daglig = 157, Ugenligt = 181, Månedligt = 102, Arbejder = 176, Pensionist = 58, Studerende = 199

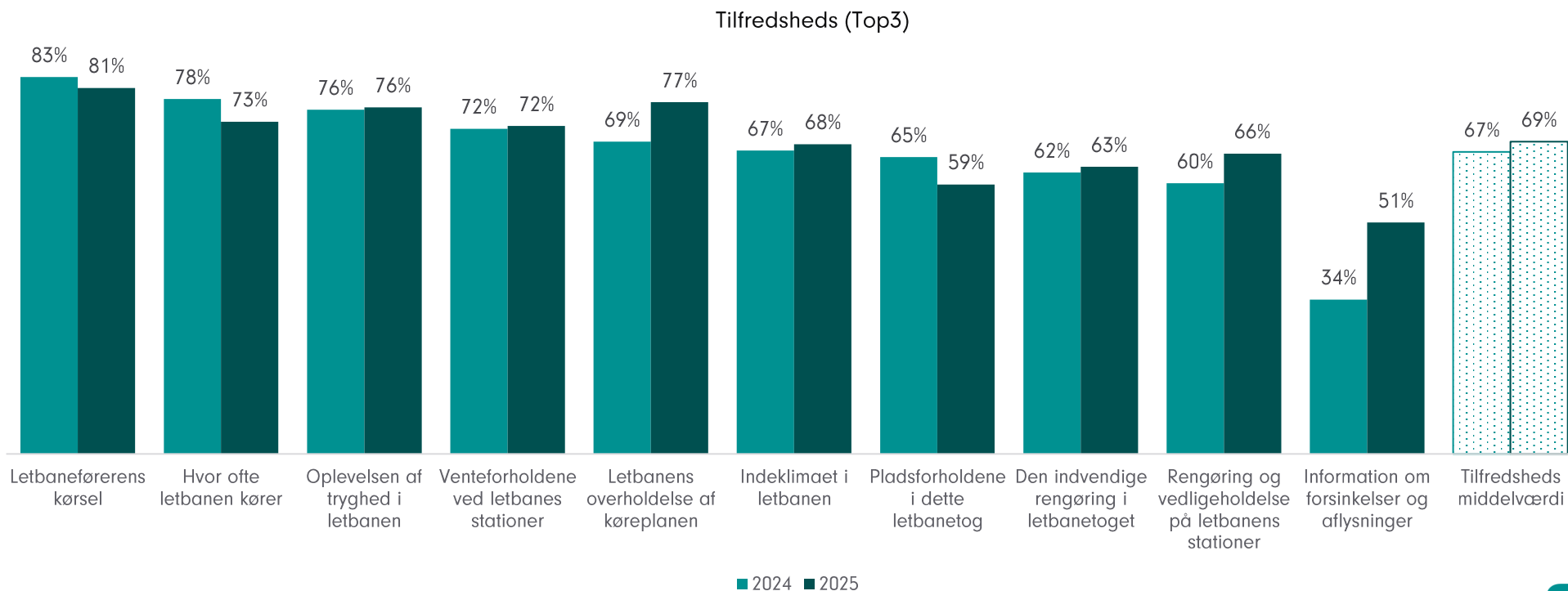
2025: Hverdag = 489, Weekend = 105, 15-29 år = 372, 30-49 år = 109, 50+ = 113, Daglig = 188, Ugenligt = 250, Månedligt = 94, Arbejder = 200, Pensionist = 48, Studerende = 292



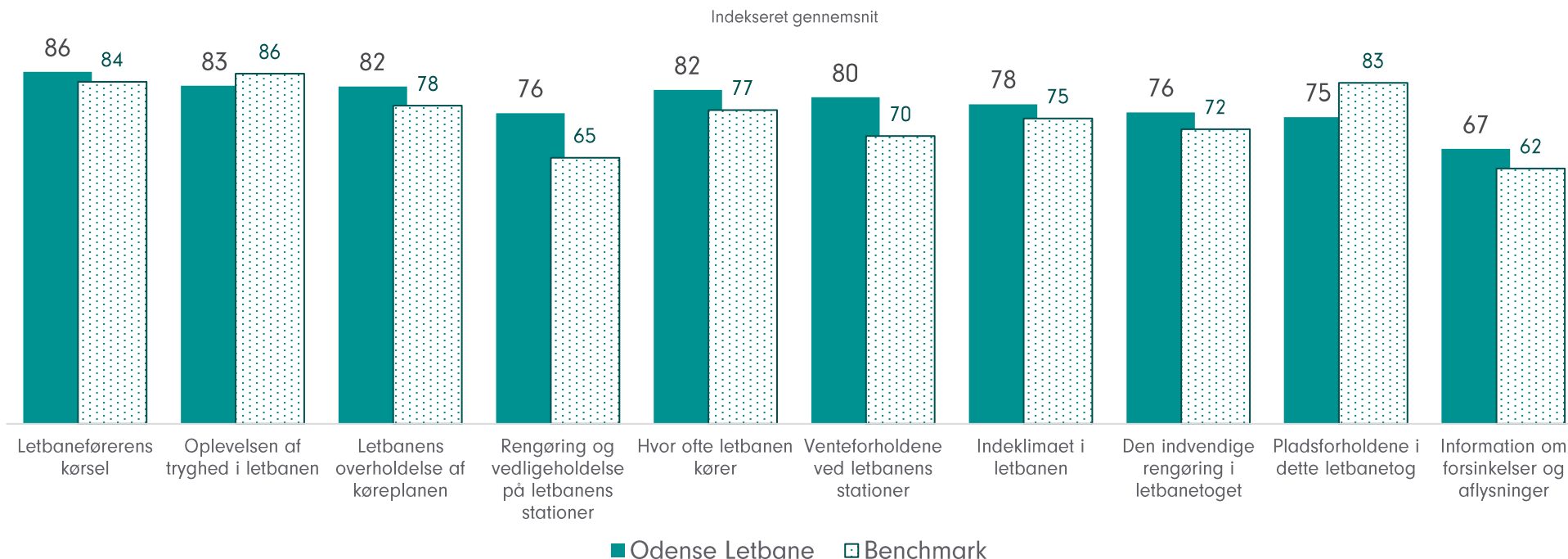
Der er en lille stigning i andelen der finder det nemt at rejse med Odense Letbane i forhold til 2024



Tilfredshed med de forskellige parametre er steget lidt i forhold til 2024, specielt på overholdelse af køreplanen, rengøring og vedligeholdelse på stationer om information om forsinkelser og aflysninger



Odense Letbane klarer sig bedre end benchmark på de fleste områder, især rengøring og venteforhold på stationerne, men tryghed og pladsforhold kunne forbedres

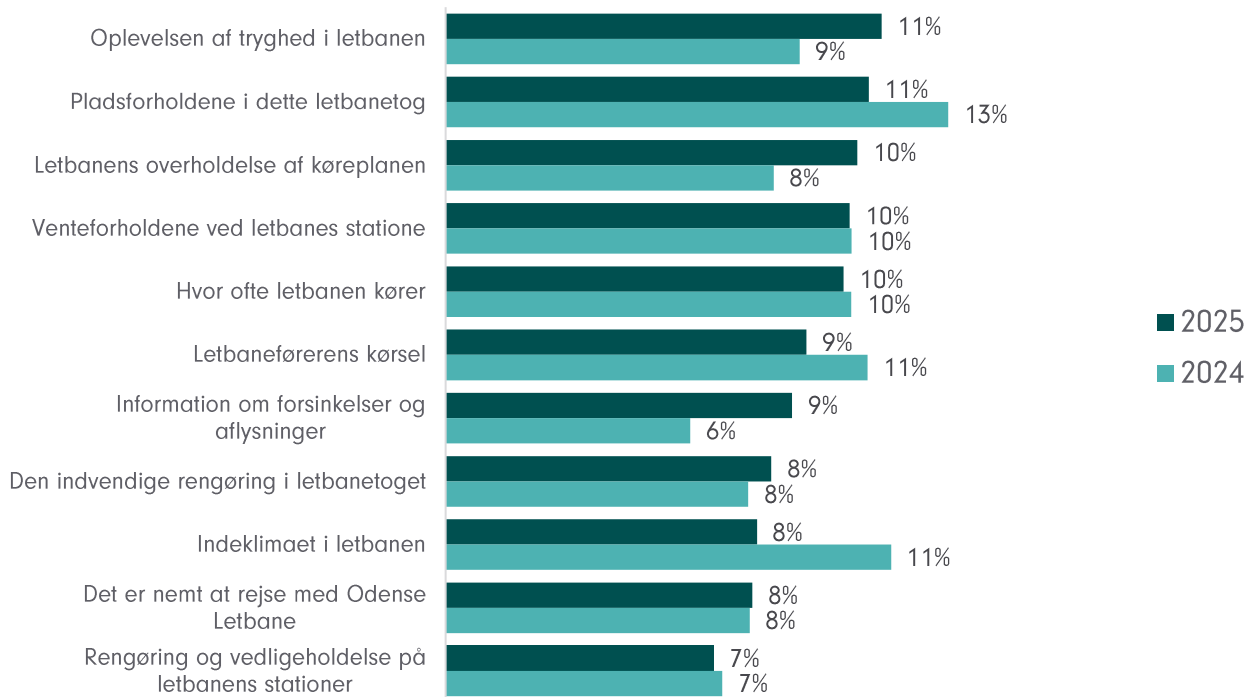


# DRIVERANALYSE

HVILKE INDSATSER SKAL PRIORITERES FOR AT ØGE TILFREDSHEDEN?



# Oplevelsen af tryghed, overholdelse af køreplanen og information om forsinkelser og aflysninger er blevet vigtigere blandt de rejsende

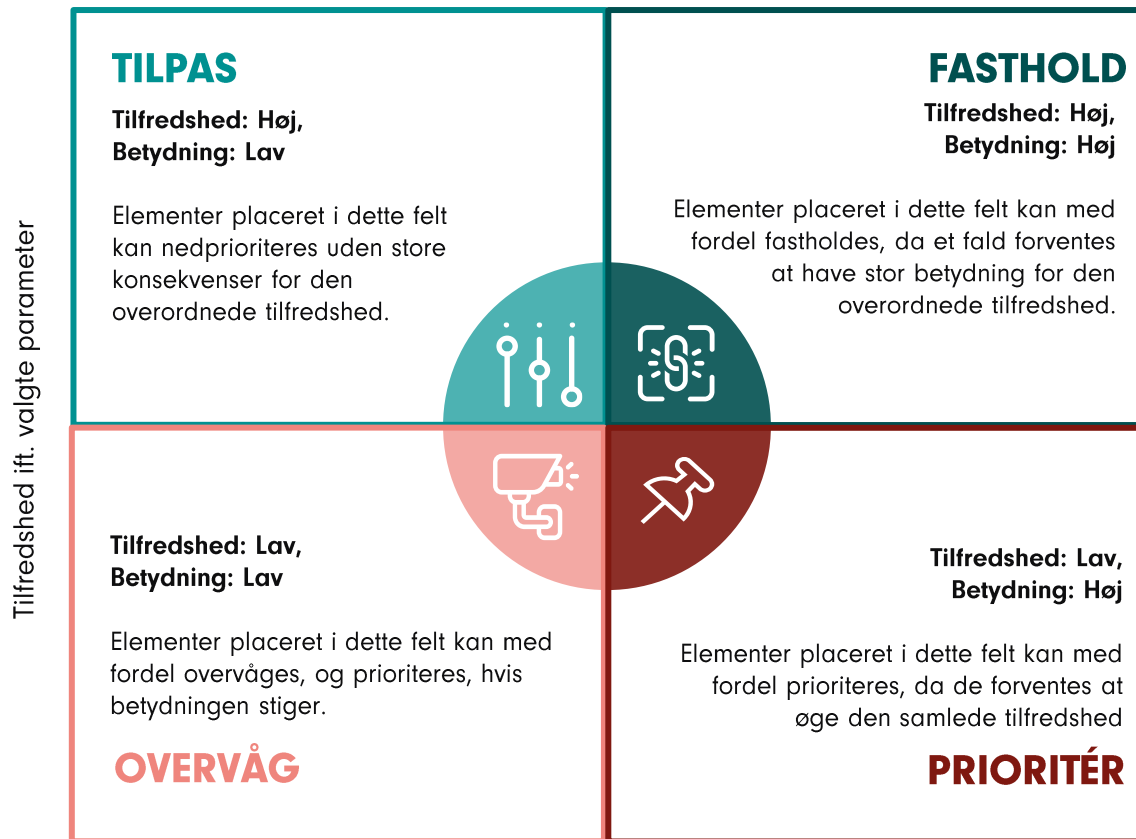


## Prioriteringskort

Den relative vigtighed beregnes ved at omregne korrelationskoefficienterne mellem den afhængige variabel, "samlede tilfredshed," og de enkelte tilfredshedsparametre. Resultatet omregnes til en procentfordeling, der kan tolkes som en vægtning, der viser, hvor stor en andel af den samlede påvirkning hver parameter har.



# Prioriteringsmatrice



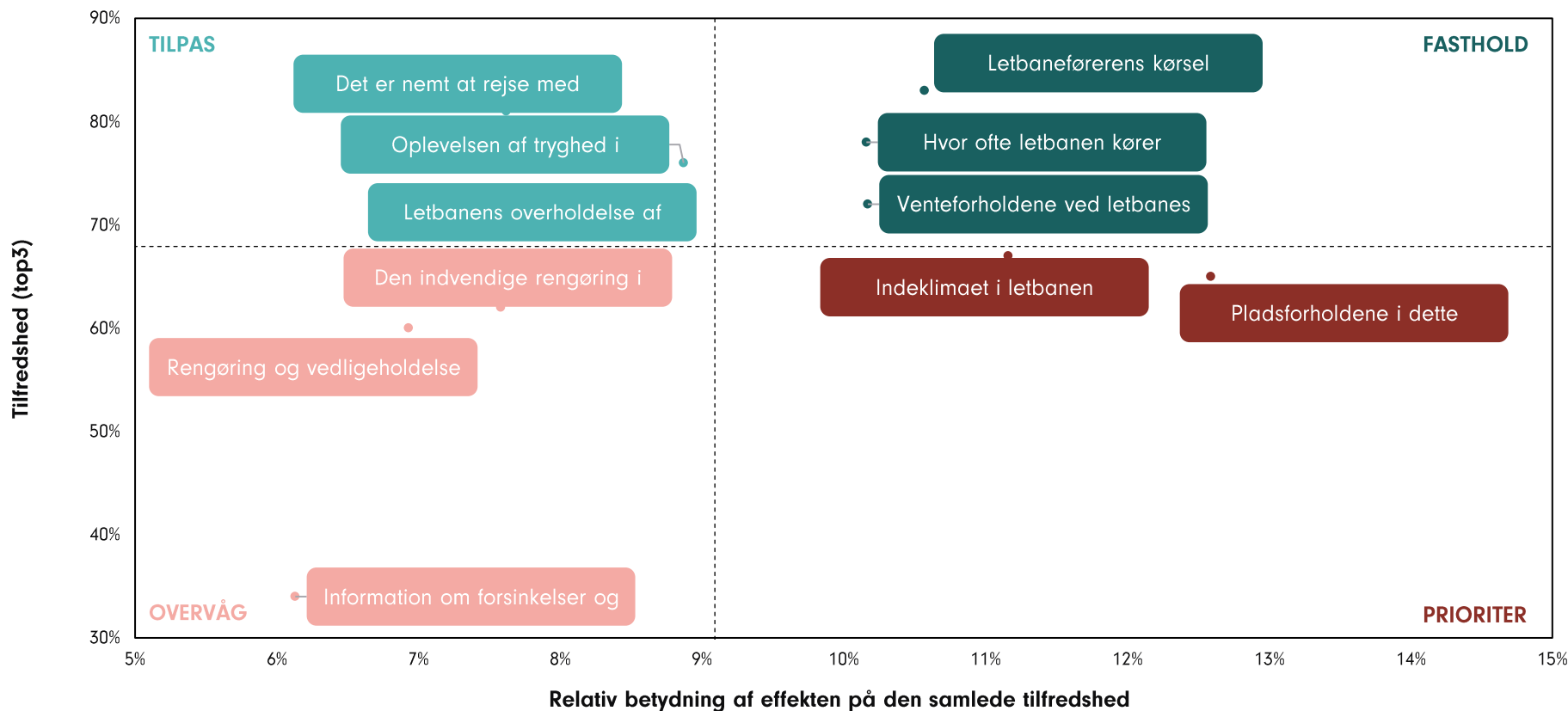
## Prioriteringskort

Et prioriteringskort fordeler de forskellige elementer i fire kasser efter den gennemsnitlige tilfredshed og elementets betydning for den rejsendes tilfredshed.

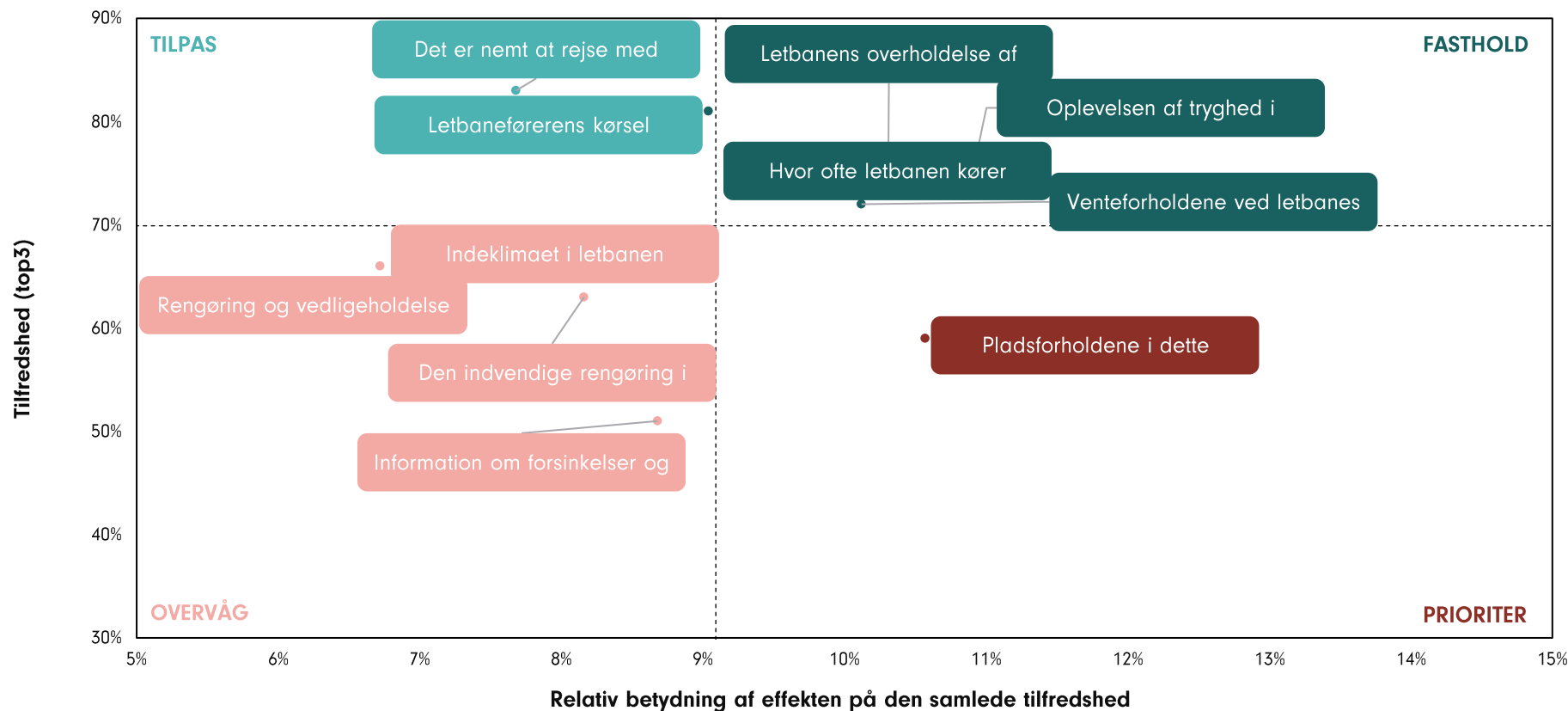
På den måde er det muligt for Odense Letbane at identificere, hvilke elementer der skaber den største værdi blandt deres kunder, og herunder hvilke elementer Odense Letbane allerede besidder og hvilke, der bør fokuseres på fremadrettet.

Når vi arbejder med positioneringskort, beregnes tilfredsheden blandt Odense Letbanes passagerer hvor top 3 på 10 punkt skalaen er medtaget

Indeklimatet og pladsforholdene i Odense Letbane har relativ stærk indflydelse på tilfredsheden og er områder, hvor der relativt set bør ske forbedringer



Pladsforholdene i Odense Letbane er stadig et område der kan forbedres, mens indeklima, rengøring og information om ændringer i køreplanen skal overvåges



# ANBEFALINGSVILLIGHED

VIL DE REJSENDE ANBEFALE LETBANEN?



# Vi kortlægger passagerernes anbefalingsvillighed via Net Promotor Score



"Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Odense Letbane til venner og bekendte?"



### Promoters

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



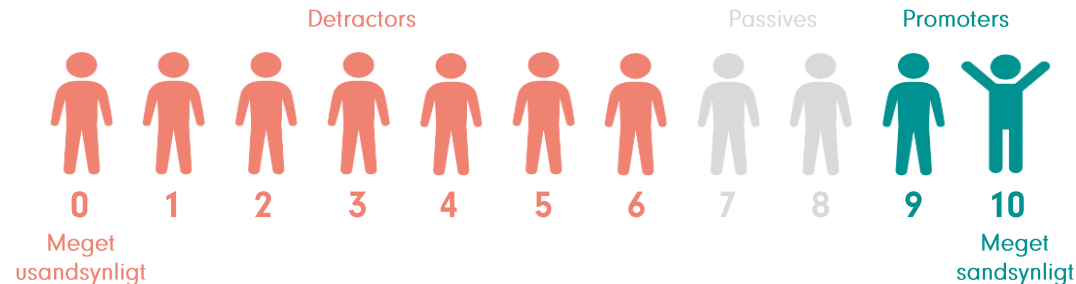
### Passives

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.



### Net Promoter Score (NPS)

Vi udregner altid en score baseret på svarene, kaldet Net Promoter Score – eller NPS

Scoren kan variere fra -100 til +100

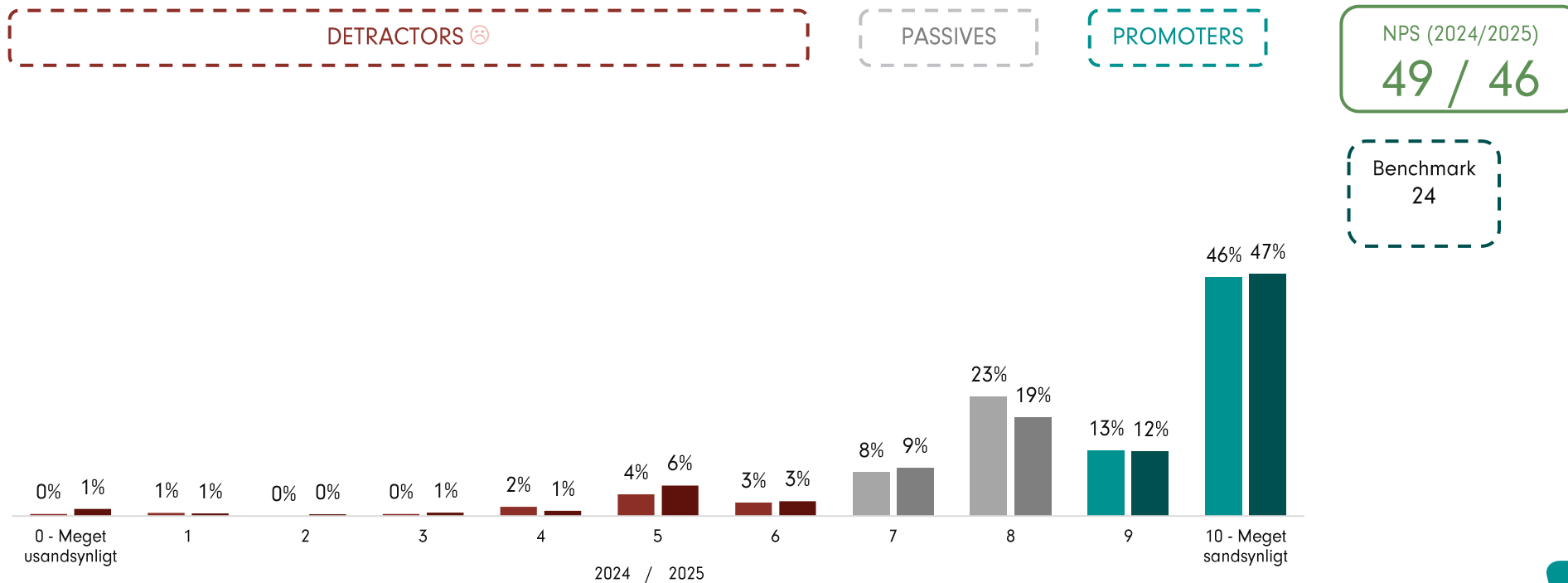
Hvis scoren er positiv, er der flere Promoters end Detractors, og vice versa.

Jo højere NPS → Jo bedre

$$\text{NPS} = \begin{array}{c} \text{Happy Face} \\ \% \text{ Promoters} \end{array} - \begin{array}{c} \text{Sad Face} \\ \% \text{ Detractors} \end{array}$$



# Odense Letbane har stadig en høj NPS takket ved en høj andel af Promoters

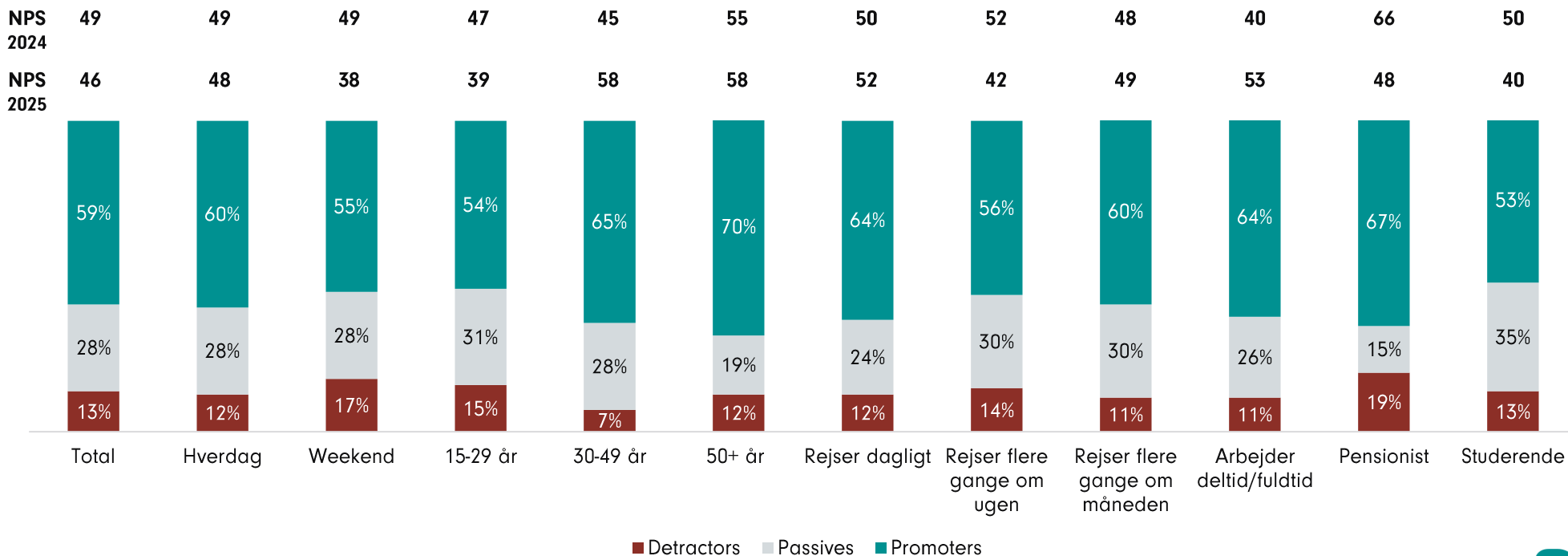


Question: Q3. Hvor sandsynligt er det du vil anbefale Odense Letbane til venner og bekendte?  
Base: Total 2024: n=500, 2025: n=594



# Anbefalingsvilligheden er størst blandt de passagerer over 30 år og dem der rejser i hverdagen

Q3. Hvor sandsynligt er det du vil anbefale Odense Letbane til venner og bekendte?



Question: Q3. Hvor sandsynligt er det du vil anbefale Odense Letbane til venner og bekendte?

Base: Total n=500

2024: Hverdag = 389, Weekend = 111, 15-29 år = 284, 30-49 år = 104, 50+ = 112, Daglig = 157, Ugenligt = 181, Månedligt = 102, Arbejder = 176, Pensionist = 58, Studerende = 199

2025: Hverdag = 489, Weekend = 105, 15-29 år = 372, 30-49 år = 109, 50+ = 113, Daglig = 188, Ugenligt = 250, Månedligt = 94, Arbejder = 200, Pensionist = 48, Studerende = 292

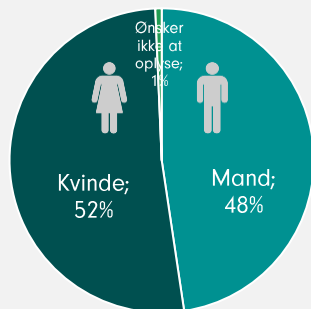


# BAGGRUNDSINFORMATION

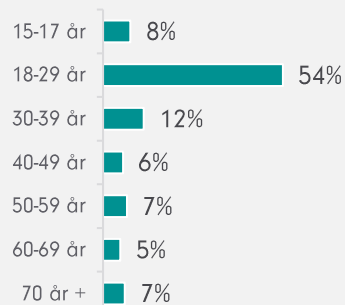


# Passagerernes demografi

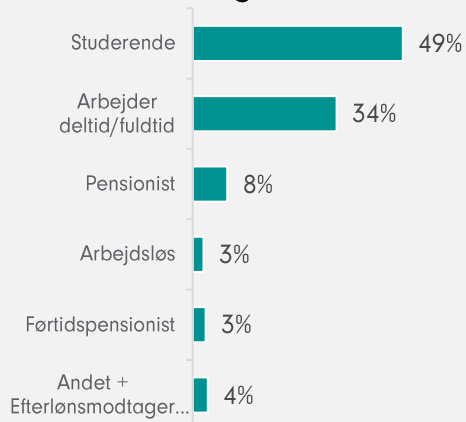
## Køn



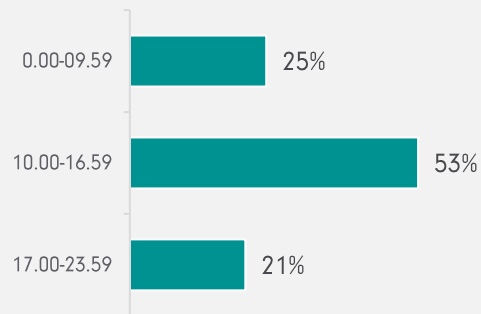
## Alder



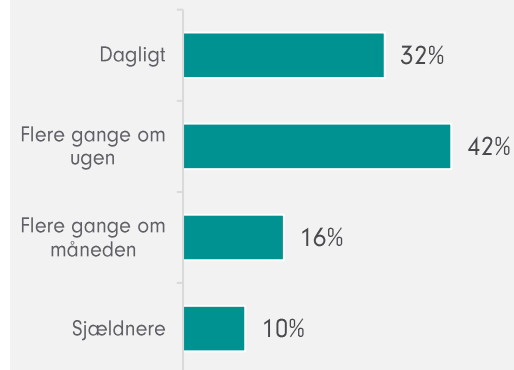
## Beskæftigelse



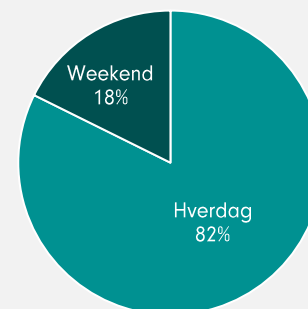
## Tidspunkt



## Rejsefrekvens



## Tidsrum



**KONTAKT**





**Christian Helm**

Head of Financial Services

+45 50 50 47 30

chhe@wilke.dk

**Philip Nørskov Alexandersen**

Senior Data Insights Consultant

+45 51 64 02 93

pna@wilke.dk

