



Sydtrafik

Kundetilfredshedsundersøgelse Flextrafik

Maj 2014

Anne Kathrine Zahle & Jeanette Greve Hansen

Indholdsfortegnelse

Indhold	Side
Formål	3
Overblik	5
Anbefaling	8
Konklusioner	9
Tilfredshedsmodel	13
Resultater – Overordnede parametre	18
Resultater – Bestilling og behov	24
Resultater – Bilen og køreturen	30
Resultater – Kontaktpunkter ved forsinkelse	41
Baggrund - Demografi	48
Om undersøgelsen	51
Kontakt	57

Formål

Formålet med nærværende undersøgelse er at undersøge tilfredsheden med Flextrafik blandt Flextrafiks kunder.

De mere specifikke formål med undersøgelsen er:

- At afdække den overordnede tilfredshed blandt dem der sidder i vognen
- At afdække tilfredsheden med de forskellige serviceparametre/kontaktpunkter til kunderne
- At få indsigt i betydningen af de enkelte parametre i forhold til den samlede tilfredshed og hermed identificere de vigtigste indsatsområder for at forbedre opfattelsen af Flextrafik

FynBus og Sydtrafik har indgået et samarbejde om at gennemføre en samlet undersøgelse af tilfredsheden med Flextrafik.

Undersøgelsen afdækker tilfredsheden med de forskellige kørselstyper:

- Den siddende patientbefordring (fælles for begge selskaber)
- Handicapordning
- Åben kørsel (FynBus: Telekørsel, Sydtrafik: Flextur)
- Kommunalt visiteret kørsel

Undersøgelsen er afrapporteret i 3 delrapporter:

- Regionsrapport (baseret på tilfredsheden med den siddende patientbefordring)
- FynBus rapport (baseret på tilfredshed blandt FynBus' kunder på de tre øvrige kørselstyper)
- Sydtrafik rapport (baseret på tilfredsheden blandt Sydtrafiks kunder på de tre øvrige kørselstyper)

Denne rapport fokuserer på kundetilfredsheden blandt Sydtrafiks kunder på Flextrafik.

Undersøgelsen er gennemført som telefoniske interviews med tilbud om at besvare undersøgelsen online.

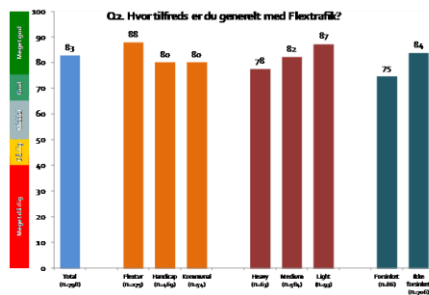
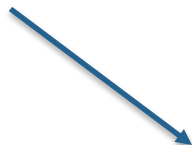
Brugerne er kontaktet umiddelbart efter en gennemført tur (inden for 7 dage efter en gennemført tur).

Undersøgelsens metode – forklaring af grafikker

Meget god	75 - 100
God	65 - 74
Middel	50 - 64
Dårlig	40 - 49
Meget dårlig	0 - 39

Gennem denne rapport, bruges der indekstal for de fleste spørgsmål. Dette betyder at respondenternes svar genberegnes i en skala fra 0-100. Gennem en lang række undersøgelser, er der konsensus om fortolkningen af hver niveau. Måden hvorpå de enkelte niveauer skal fortolkes er vist til venstre.

Alle værdier på 75 og derover, skal fortolkes som "meget god". Dette signalerer, at det er mere vanskeligt at forbedre tilfredsheden fra 80 til 90, end det er fra 60 til 70, selv om forskellen i absolutte tal er den samme.



Overblik



Samlet overblik

	Indeks score
Tilfredshed (total, n = 798)	85
Hvor tilfreds er du generelt med Flextrafik?	83
Hvor tilfreds er du alt i alt med din seneste tur med Flextrafik?	87
Bestilling og behov (total, n= 767)	89
Alt i alt med bestillingen af din rejse	88
Ventetiden i telefonen, da du bestilte turen	85
Medarbejdernes venlighed, da du bestilte turen	92
Bilen og køreturen (total, n=798)	92
Afhentningstidspunktet	89
Ankomsttidspunktet	90
Rengøringen af bilen (både indvendigt og udvendigt)	93
Bilens indretning og komfort	89
Chaufførens kundeservice (var chaufføren smilende og hjælpsom)	93
Chaufførens kørsel	95
Chaufførens villighed til at hjælpe dig ind/ud af vognen, hvis du havde behov for det	94
Chaufførens service ifm. at fastspænde korrekt og forsvarligt under turen	95
Turens varighed	93
Prisen for denne rejse	90
Kontaktpunkter ved forsinkelse (n=35)	
Hvor tilfreds er du med Flextrafiks hjælp, da du henvendte dig omkring forsinkelsen eller udeblivelsen?	69

Anbefaling og konklusioner



Anbefaling



Først og fremmest skal det fremhæves, at brugerne af alle kørselsordninger er meget tilfredse med Flextrafik og den seneste tur, hvilket i sig selv er en flot bedrift..!

Derfor lyder den overordnede anbefaling på at sikre, at alle fortsat arbejder på at vedligeholde den høje tilfredshed gennem god service i kontaktpunkterne og rettidighed.

Når dette er sagt, vil Flextrafik have gavn af at lave en forventningsafstemning i forhold til rettidigheden via en kommunikationsindsats, da rettidighed har indflydelse på tilfredsheden på en stor en del af måleparametrene.

Konklusion

Tilfredshed



+

- Den samlede tilfredshed med Flextrafik blandt brugerne ligger på et meget højt niveau.
- Tilfredsheden med den seneste tur ligger ligeledes på et højt niveau og er samtidig højere end den generelle tilfredshed
- For at sikre og vedligeholde den høje tilfredshed i fremtiden bør Flextrafik primært fokusere på...
 - Opfattelse af rettidighed
- Chaufførens venlighed er det forhold, der oftest nævnes i forlængelse af gode oplevelser med den seneste tur

-

- Når tilfredsheden med Flextrafik opdeles på undergrupper, er der signifikante forskelle på tilfredsheden afhængig af forsinkelse. Såfremt man oplever en forsinket bil, har det indflydelse på tilfredsheden med flere parametre, der måles på.
- Forsinkelser er det forhold som oftest giver dårlige oplevelser med turen.

Fokusområde

Primære fokus på indsatsområder fra tilfredshedsmodellen (rettidighed)

Flextrafik bør have opfattelsen af rettidigheden i fokus for at forbedre tilfredsheden samlet set. Herudover er kontakten med chaufføren også vigtig for brugerne.

Konklusion



Bestilling og behov

+

- Generelt ligger den samlede tilfredshed med bestillingen på et højt niveau
- Tilfredsheden med kundeservicemedarbejderen er ligeledes høj
- Flest bestiller selv deres tur, og de gør det primært telefonisk

-

- Ventetiden i telefonen i forbindelse med bestillingen er lavere end den samlede tilfredshed
- Tilfredsheden med ventetiden er lavest blandt højfrekvente (heavy) brugere

Fokusområde

Tilfredsheden kan fastholdes ved at fokusere på at opretholde den venlige kundebetjening, som ydes i dag

Konklusion



Bilen og køreturen

+

- Generelt ligger tilfredsheden med afhentnings- og ankomsttidspunktet, chaufføren, bilen og turens varighed meget højt
- Chaufførens kørsel og chaufførens service scorer den højeste tilfredshed

-

- Brugere, der har oplevet forsinkelse, er mere utilfredse med chaufføren og indretningen af bilen
- Afhentningstidspunkt og ankomsttidspunkt scorer lavest tilfredshed, om end tilfredsheden stadig er meget høj

Fokusområde

Flextrafik bør sikre, at chaufføren opretholder den gode kundeservice og hjælpsomhed, som de i dag yder, og samtidig opretholde bilernes høje standard for at opretholde de høje tilfredshedsscorer. Samtidig bør rettidighed være et fokusområde, da det har signifikant negativ indflydelse på den oplevede tilfredshed med chaufførens service og bilens indretning.

Konklusion



Kontaktpunkter ved forsinkelse

+

- Hver femte bruger mener, at bilen er rettidig for afhentning, hvis bilen er der inden for 1-5 minutter før det aftalte tidspunkt
- I forhold til forsinkelser er det 2 ud af 3 brugere, der mener, at bilen må komme 1-15 minutter efter det aftalte tidspunkt.
- Størstedelen af brugerne oplevede ikke forsinkelse på deres seneste tur - kun 11% af brugere oplevede, at bilen var forsinket.
- Kun 4% af brugerne er i kontakt med kundeservice i forbindelse med forsinkelse. Heraf er det kun ti brugere, der er utilfredse med kundeservice.

-

- Brugere indenfor den kommunale kørsel er lidt mere fleksible omkring rettidighed end brugerne af de øvrige kørselsordninger. Det gælder især i forhold til forsinkelser i forhold til det aftalte tidspunkt i forbindelse med afhentning.
- Blandt de højfrekvente (heavy) brugere er der en større forventning om, at bilen ankommer præcist på det aftalte tidspunkt sammenlignet med de mellem- og lavfrekvente brugere. Det er især tolerancen i forhold til forsinkelser, der er lavere.

Fokusområde

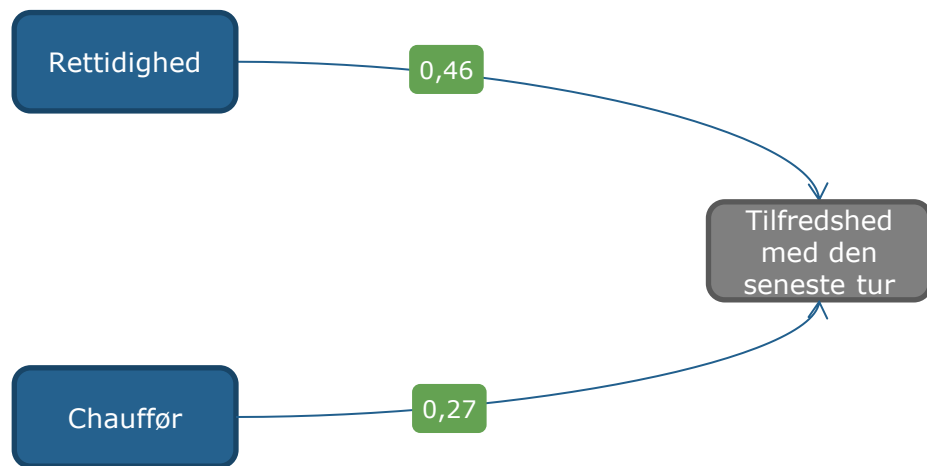
Der ligger en væsentlig opgave i at kommunikere til brugerne af Flextrafiks kørselsordninger, hvad der betegnes som rettidig afhentning.

Resultater

Tilfredshedsmodel



Regression - Passagertilfredshed



Modellen viser hvilke områder der påvirker den overordnede tilfredshed med den seneste tur med Flextrafik.

Den overordnede tilfredshed med turen skyldes ikke ét forhold, men et sammenspil af flere.

Forhold omkring 'rettidighed' bliver vurderet som det vigtigste ift. at påvirke den overordnede tilfredshed med turen. Ved at øge tilfredsheden med 'rettidighed' med 1 %-point vil den samlede tilfredshed med busturen øges med 0,46 %-point.

Da flere forhold påvirker tilfredsheden, er der på de kommende slides opstillet to indsatskort. Det første viser tilfredsheden og betydningen med de overordnede faktorer/områder (vist til venstre på denne slide). Det andet indsatskort viser et samlet overblik over tilfredsheden og betydningen med alle underliggende faktorer/områder.

Note:

Tilfredshed med bestilling indgår ikke i modellen, da disse spørgsmål kun er stillet til de kunder der har bestilt pr. telefon.

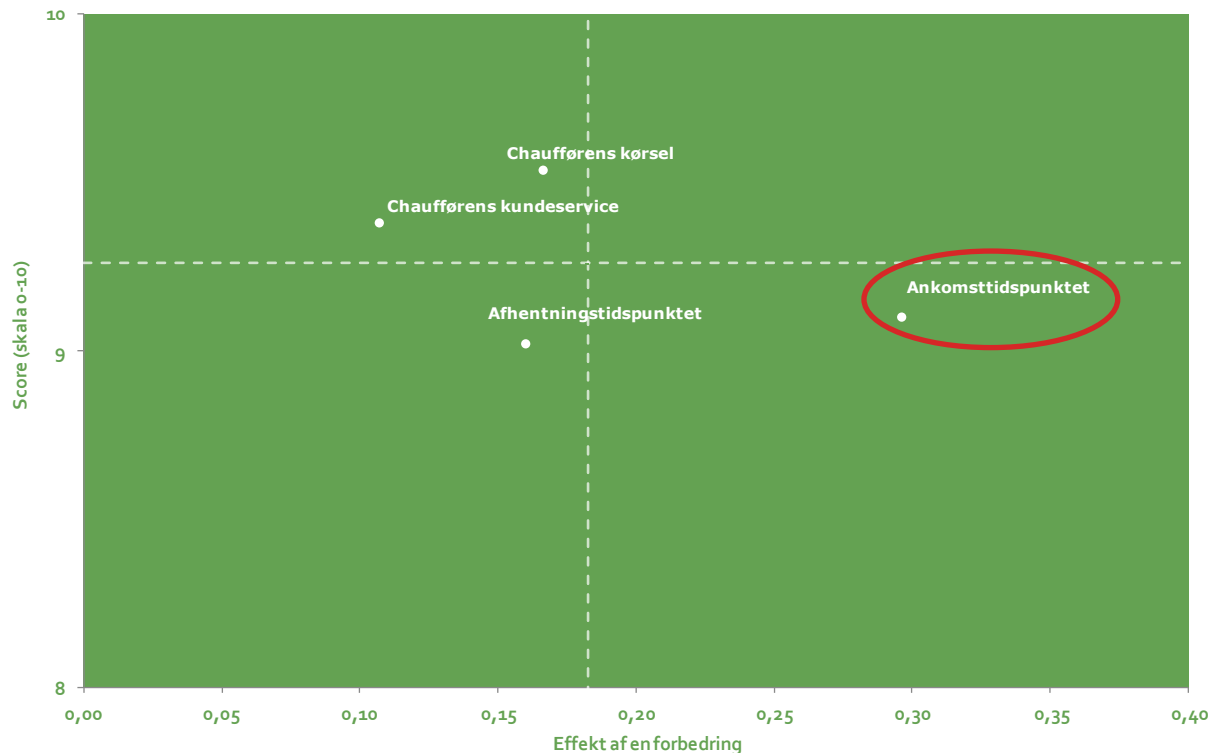
Indsatskort – Alt i alt tilfredshed



Indsatskortet viser sammenhængen imellem betydning (x-aksen) og tilfredshed (y-aksen) på de enkelte områder. Det nederste højre kvadrant viser de primære indsatsområder.

'Rettidighed', baseret på brugernes tilfredshed med afhentnings- og ankomsttidspunktet i spørgsmål 13, har en relativ større effekt på den overordnede tilfredshed med turen, hvorfor fremtidige indsatser først og fremmest bør fokuseres her. Dog skal det bemærkes, at tilfredshedsniveauerne allerede er høje hvorfor indsatserne i højere grad bør ligge i at vedligeholde den nuværende position.

Indsatskort – Underliggende parametre



Indsatskortet viser sammenhængen imellem betydning (x-aksen) og tilfredshed (y-aksen) på de enkelte områder. Det nederste højre kvadrant viser de primære indsatsområder.

Når vi ser på de underliggende forhold og deres betydning og tilfredshed opnås væsentlige nuanceringer ift. placeringen af de overordnede forhold.

Vi ser at 'rettidighed' primært er drevet af brugerens generelle tilfredshed med 'ankomsttidspunktet' uafhængigt af om der bestilles med ankomst til et specifikt tidspunkt (senest fremme), mens 'afhentningstidspunktet' betyder mindre.

Under 'chauffør' betyder 'chaufførens kørsel' mest, men er på et relativt lavt niveau sammenlignet med 'ankomsttidspunktet'

Oversigt over effekter og tilfredshed på "område" og "spørgsmål"

Tema	Score	Effekt	Spørgsmål: Hvor tilfreds er du med.....	Score	Effekt	Ved ikke	Indekseret effekt
Chauffør	9,46	0,27	Chaufførens kundeservice (var chaufføren smilende og hjælpsom)	9,38	0,11	1%	15%
			Chaufførens kørsel	9,54	0,17	2%	23%
Rettidighed	9,06	0,46	Afhentningstidspunktet	9,02	0,16	2%	22%
			Ankomsttidspunktet	9,10	0,30	3%	41%
Rejsetid*	9,39	-	Turens varighed	9,39	-	4%	-
Rengøring*	9,37	-	Rengøringen af bilen (både indvendigt og udvendigt)	9,37	-	17%	-
Bilens indretning*	9,04	-	Bilens indretning og komfort	9,04	-	5%	-
Chaufførens hjælpsomhed*	9,50	-	Chaufførens villighed til at hjælpe dig ind/ud af vognen, hvis du havde behov for det	9,50	-	9%	-
Chaufførens service ved sikkerhed*	9,51	-	Chaufførens service ifm. at fastspænde korrekt og forsvarligt under turen	9,51	-	15%	-

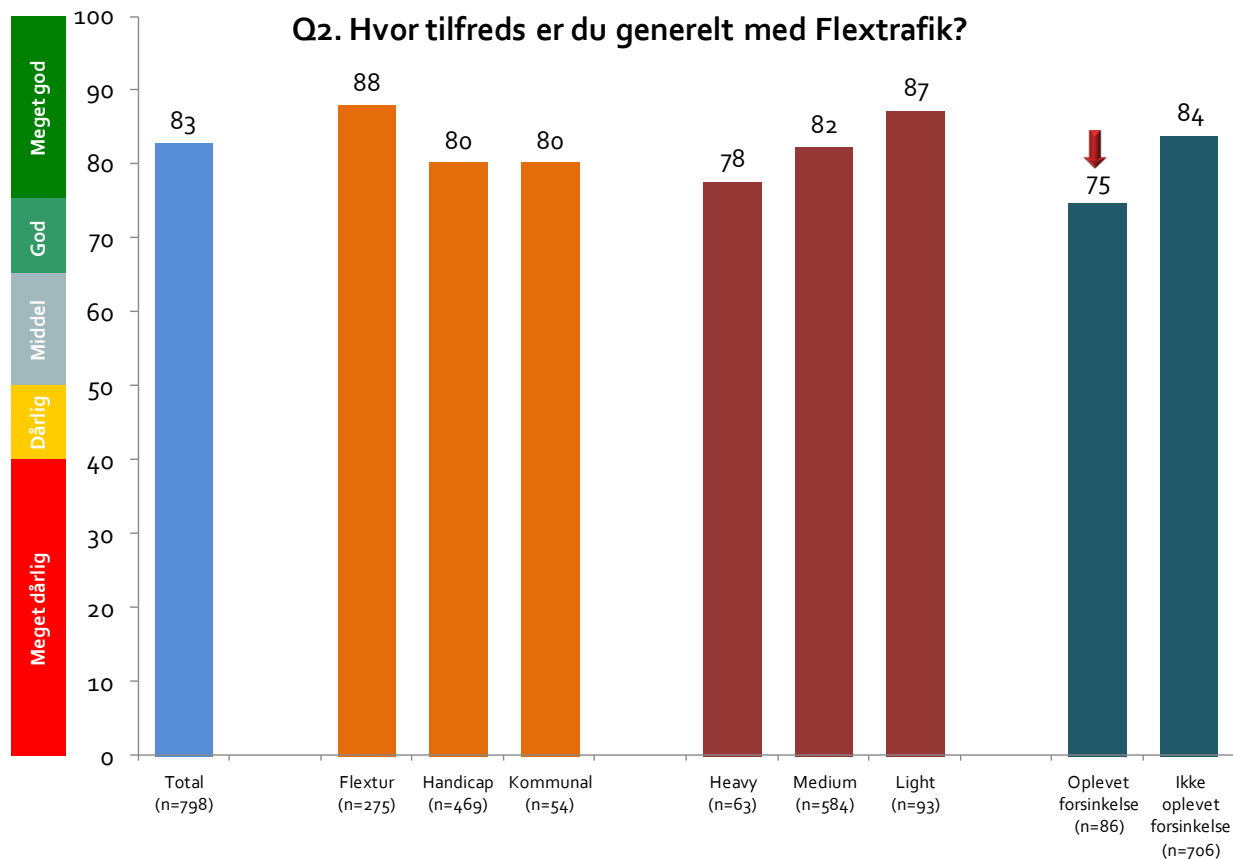
*) Er ikke signifikant nok (95% niveau) til at indgå i modellen

Resultater

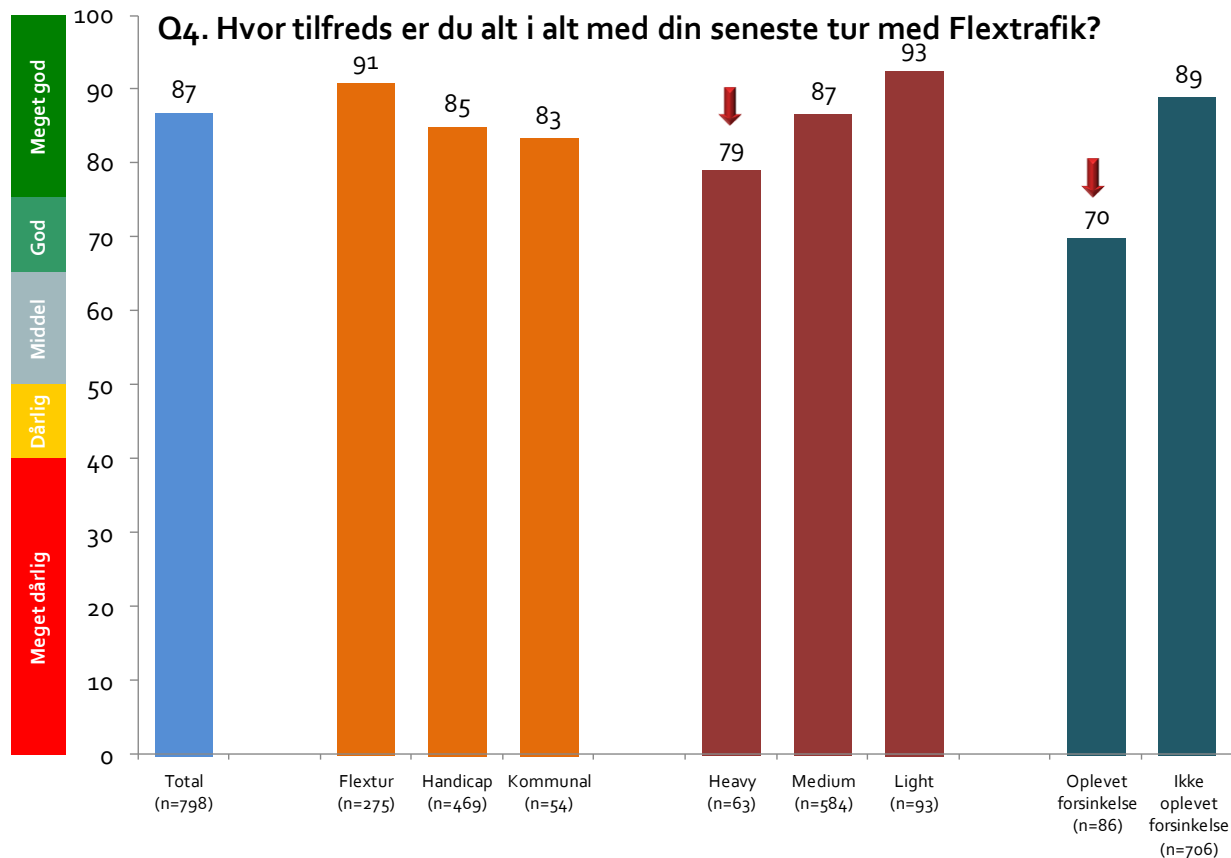
Overordnede parametre



Generel tilfredshed med Flextrafik Total og fordelt på målgrupper

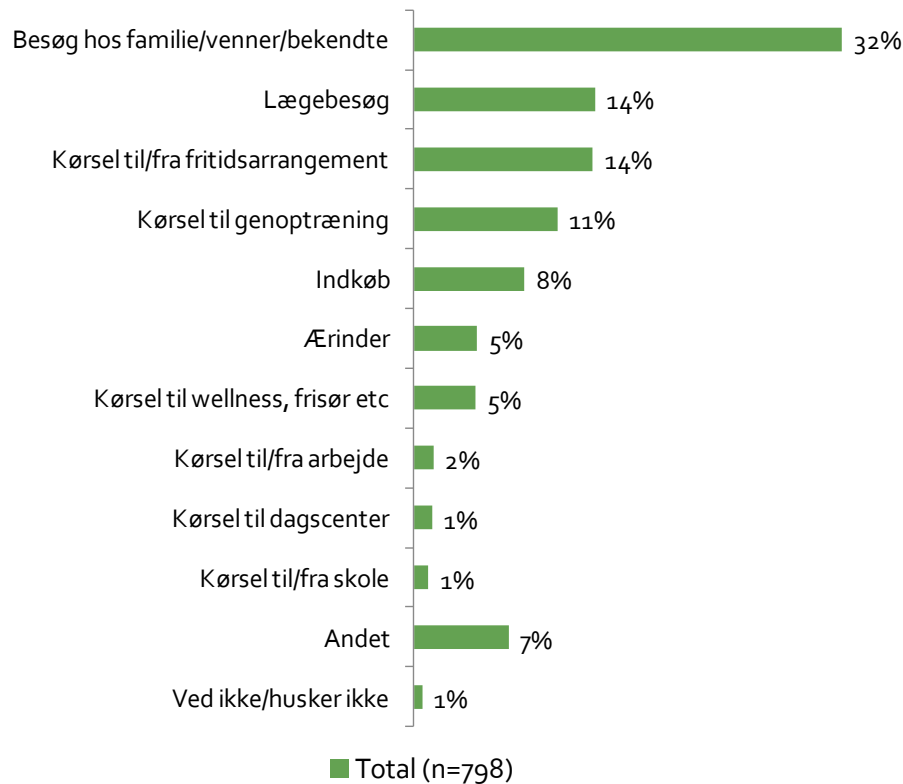


Tilfredshed med seneste tur med Flextrafik Total og fordelt på målgrupper

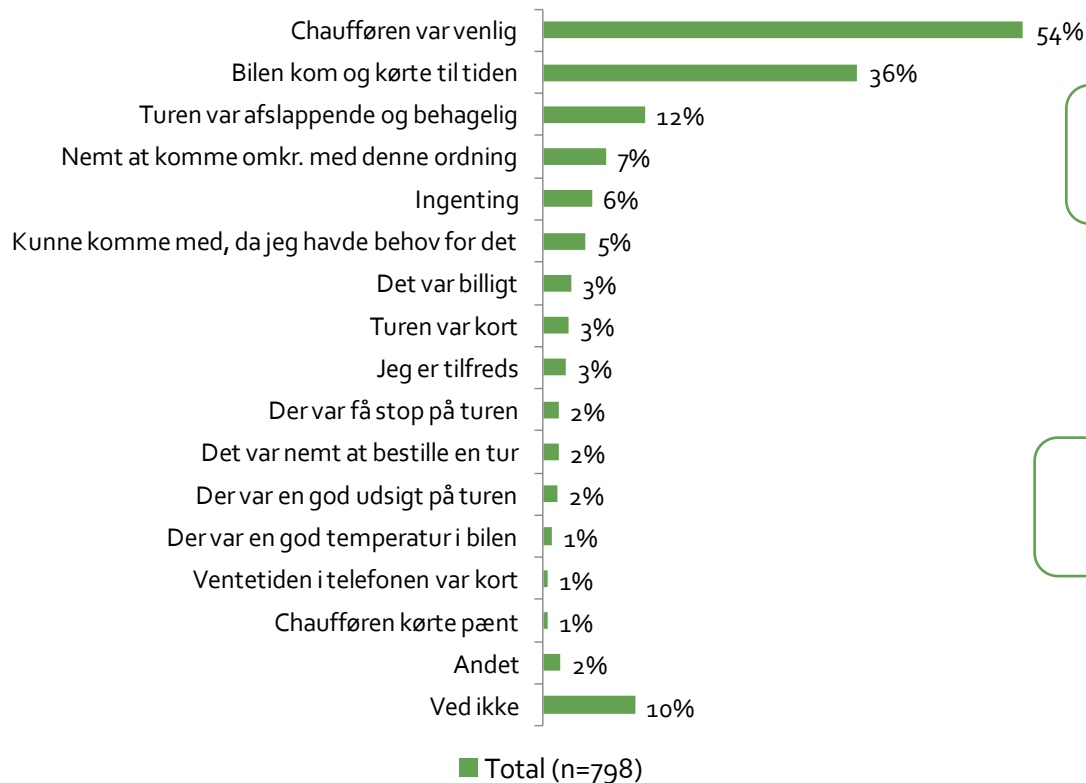


Rejseformål

Q3. Hvad var formålet med din seneste tur med Flextrafik?



Q5. Hvad synes du var godt ved din seneste tur med Flextrafik?



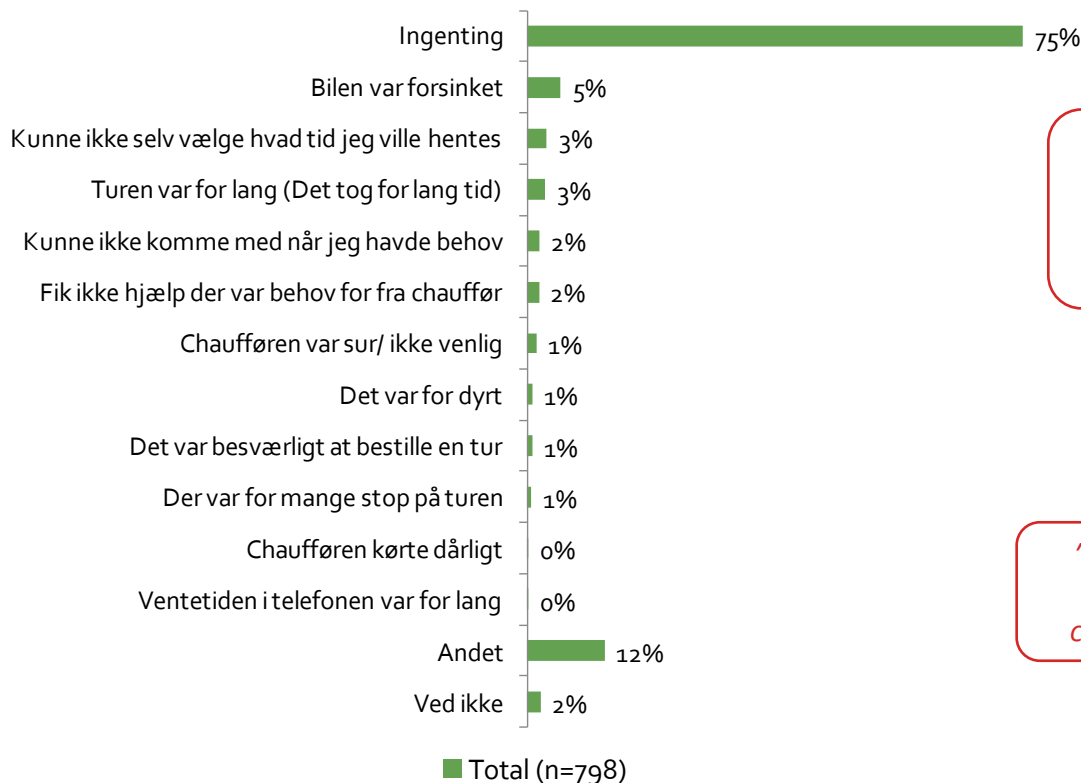
"Der var god fleksibilitet"

"Dygtig chauffør = god kørsel, ingen hårde opbremsninger"

"Bilerne er fine"

"Sikkerheden er god. Man bliver spændt godt fast af chaufføren"

Q6. Hvad synes du var mindre godt ved din seneste tur med Flextrafik?



"De gav mig en stor bil på vejen derud. Min ryg er nedslidt og det gør ondt når jeg skal ind i de store biler."

"Chaufføren var ikke kendt i området, så jeg måtte hjælpe ham med at finde frem."

"Vil gerne køres helt til døren hver gang. Nogle gange vil chaufføren ikke tillade dette."

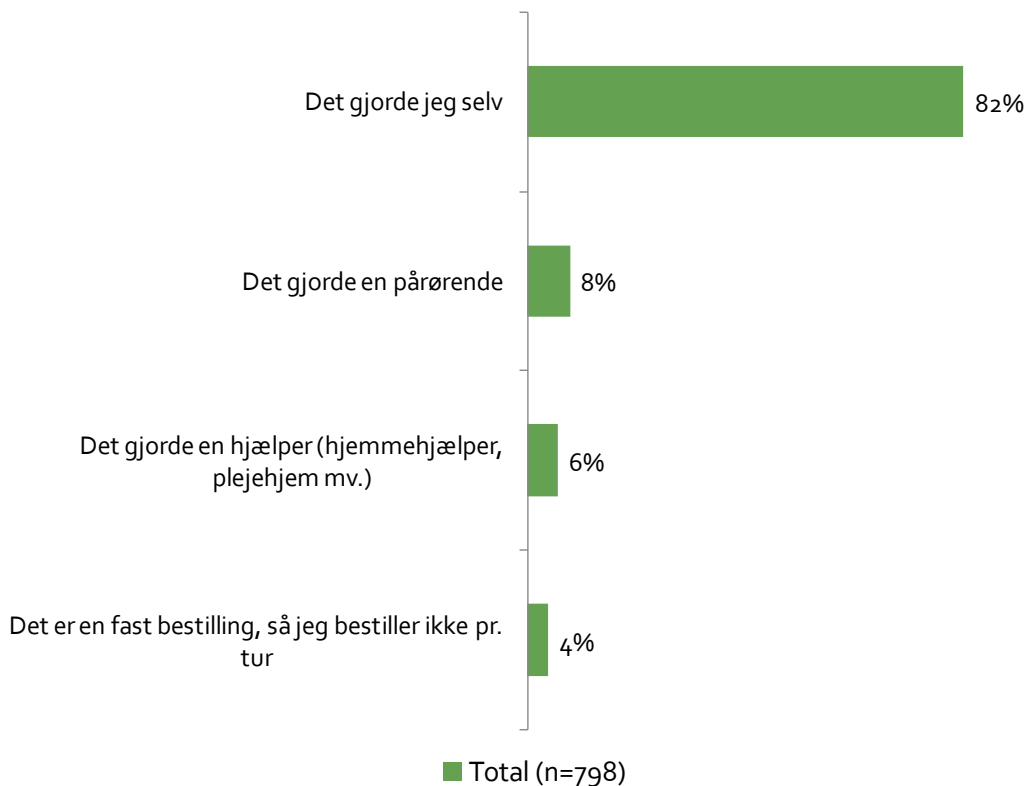
Resultater

Bestilling og behov



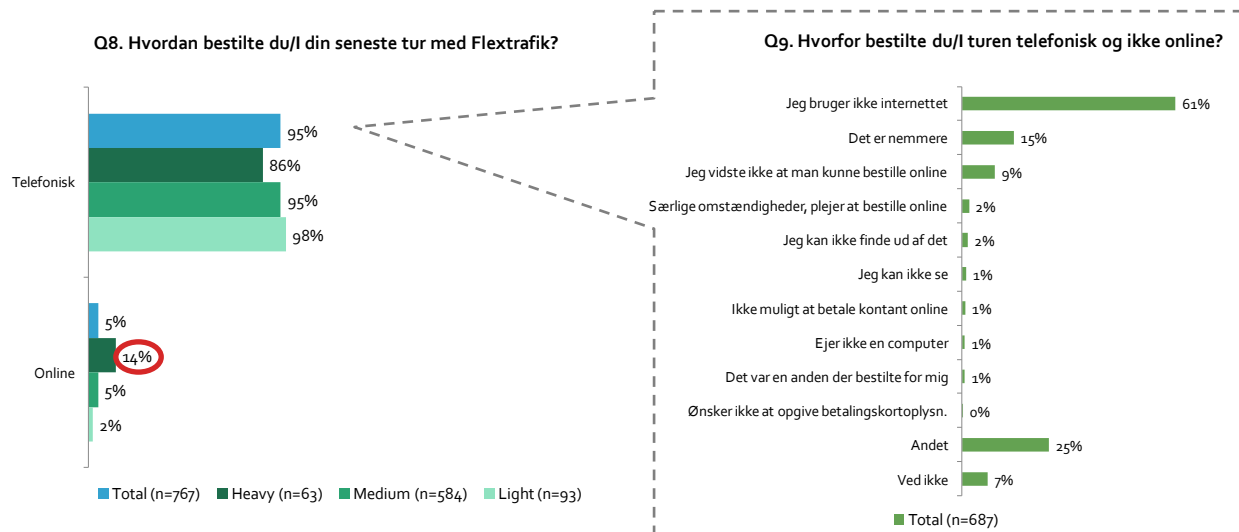
Bestilling af seneste tur (1)

Q7. Hvem bestilte din/NN's seneste tur med Flextrafik?



Mange af brugerne af Flextrafik i Sydtrafiks område angiver, at de selv bestilte deres seneste tur. Dog blev 6% booket af en professionel hjælper (hjemmehjælper, plejehjem, bosted etc.)

Bestilling af seneste tur (2)



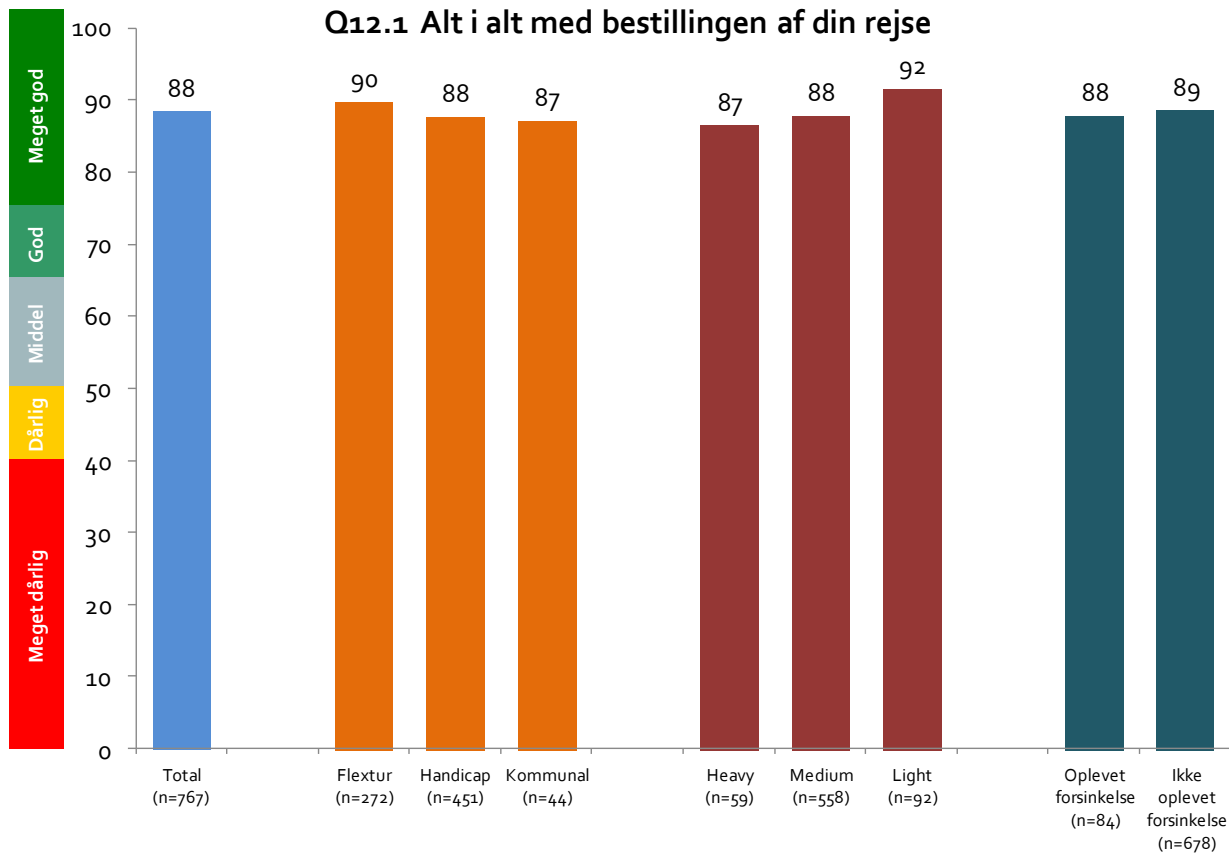
Næsten alle har bestilt deres seneste tur med Flextrafik telefonisk. Kun 5% angiver, at have bestilt turen online.

Blandt de højfrekvente (heavy) brugere er andelen der bestiller online signifikant højere (14%) end for de mellem- og lavfrekvente brugere.

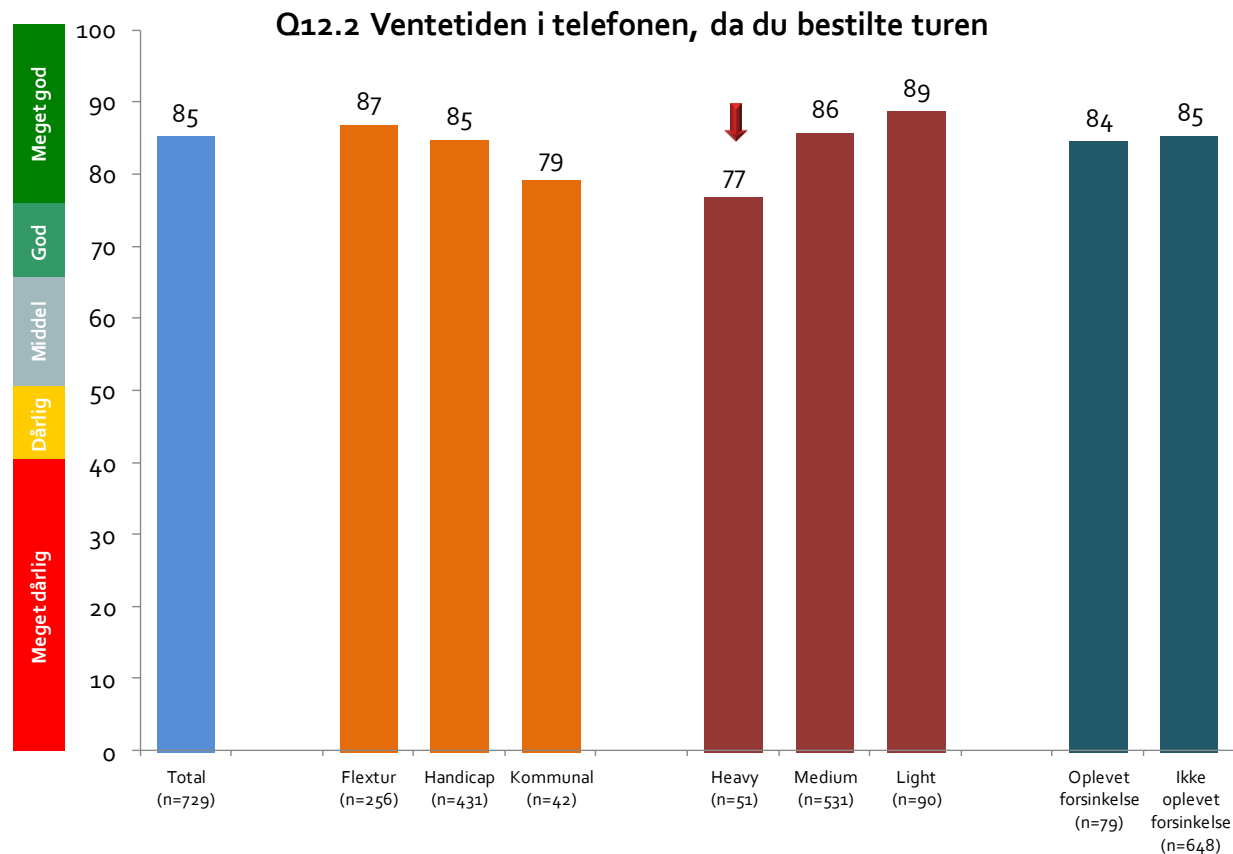
Den primære årsag til, at der ikke bestilles online er, at man ikke bruger internettet (61%)

Tilfredshed med bestilling

Total og fordelt på målgrupper

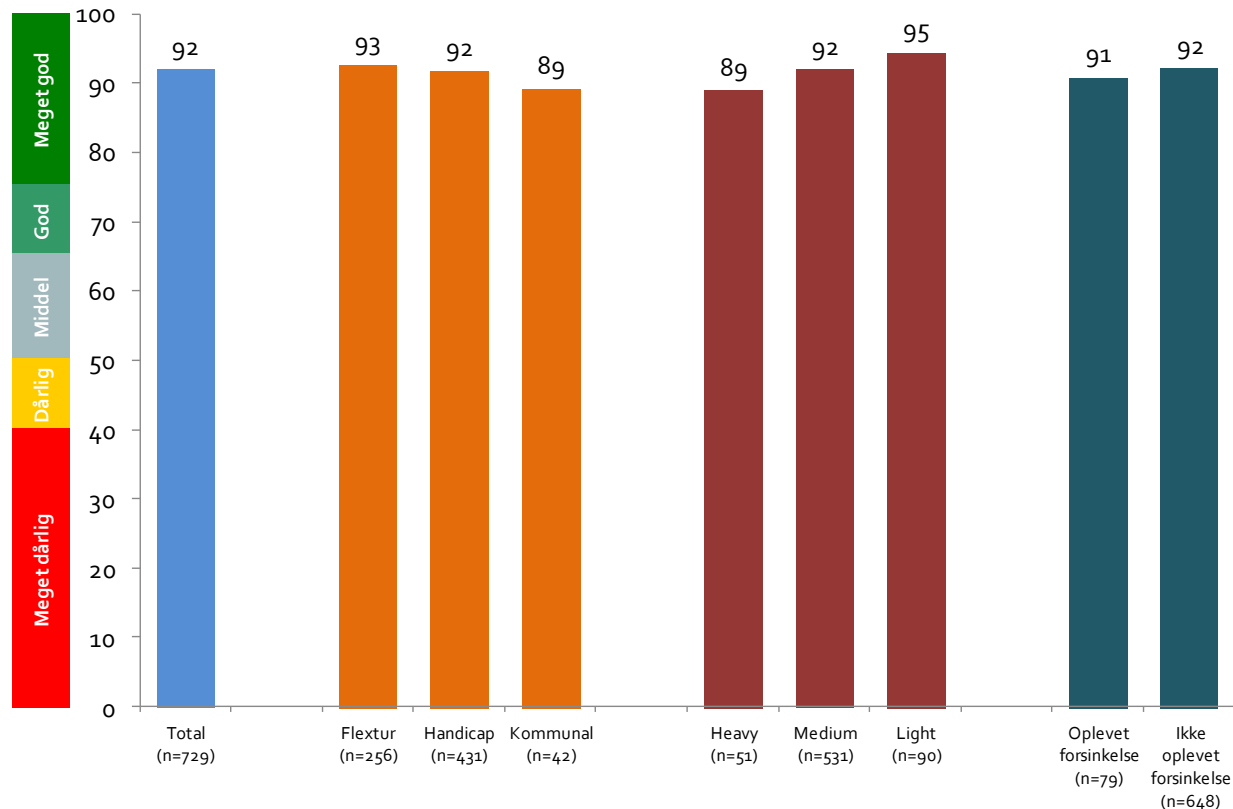


Tilfredshed med ventetid i telefonen Total og fordelt på målgrupper



Tilfredshed med medarbejderen Total og fordelt på målgrupper

Q12.3 Medarbejdernes venlighed, da du bestilte turen



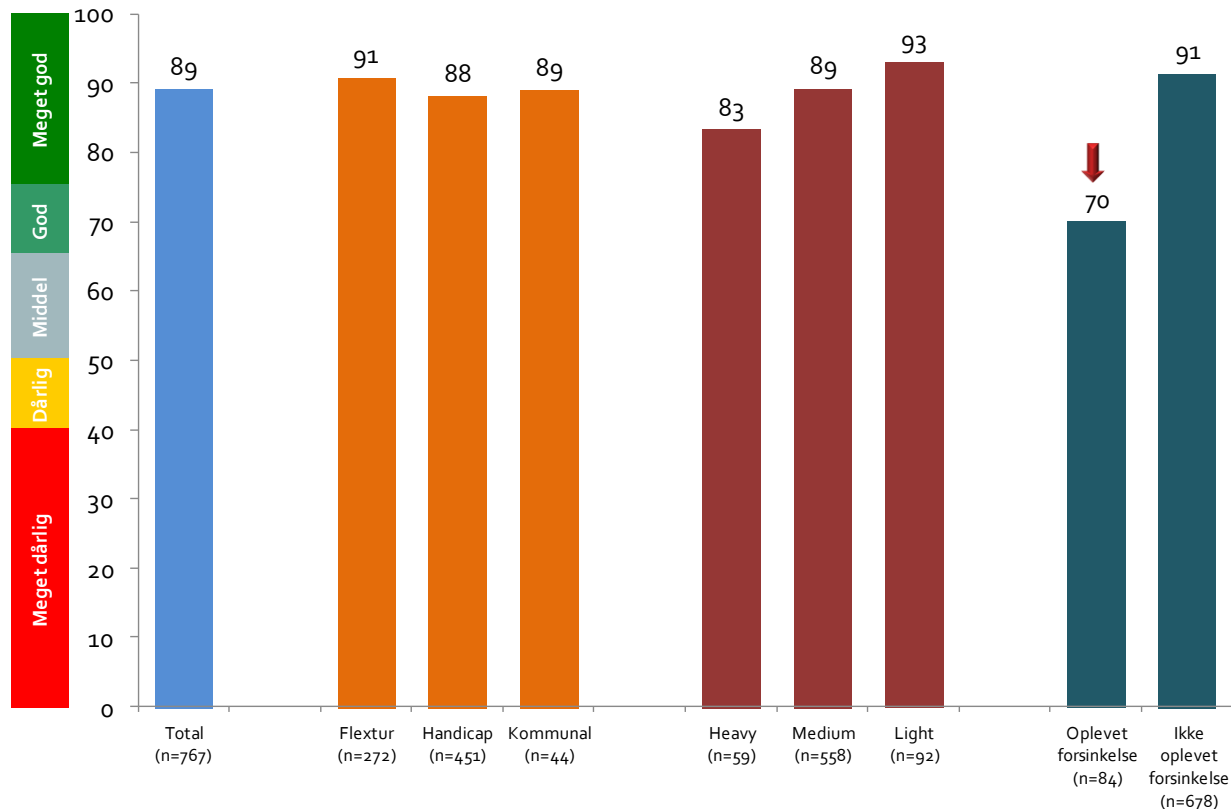
Resultater

Bilen og køreturen

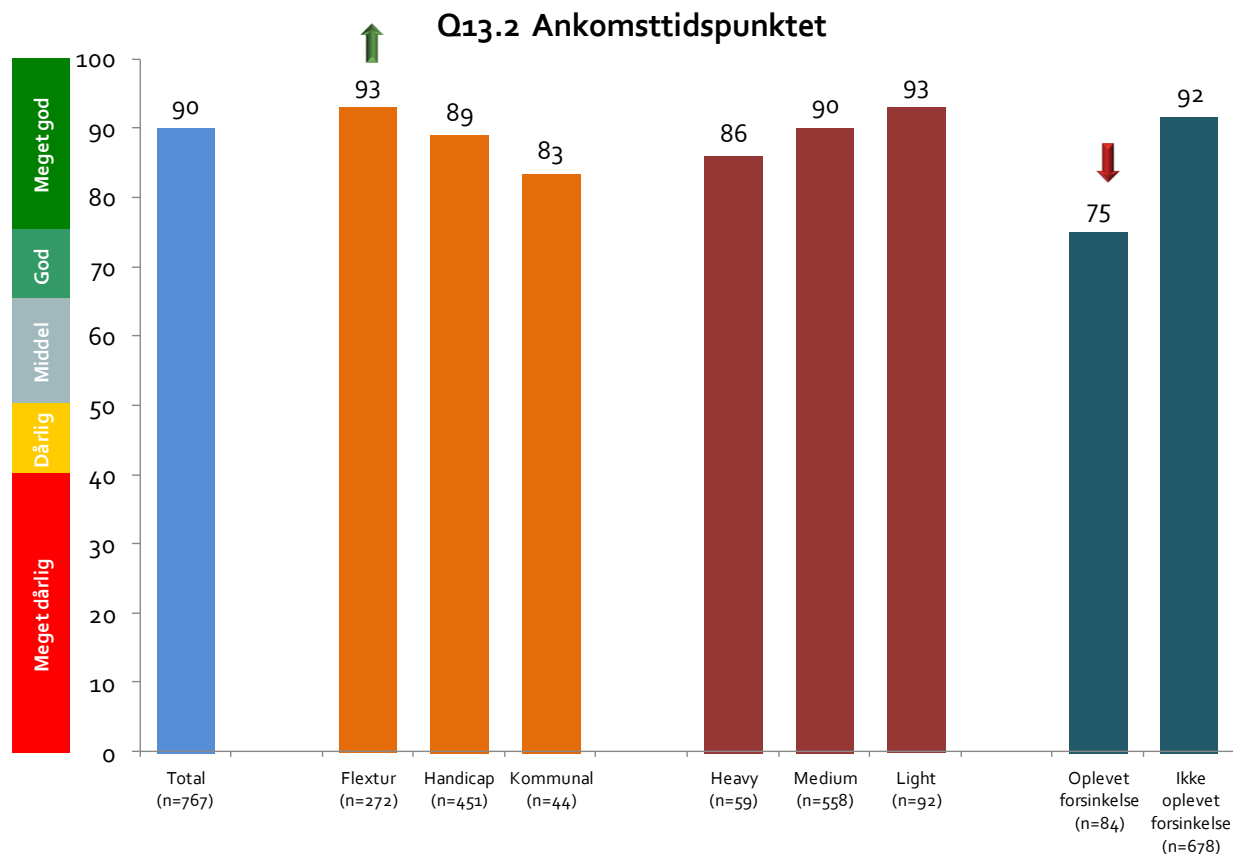


Tilfredshed med afhentningstidspunkt Total og fordelt på målgrupper

Q13.1 Afhentningstidspunktet

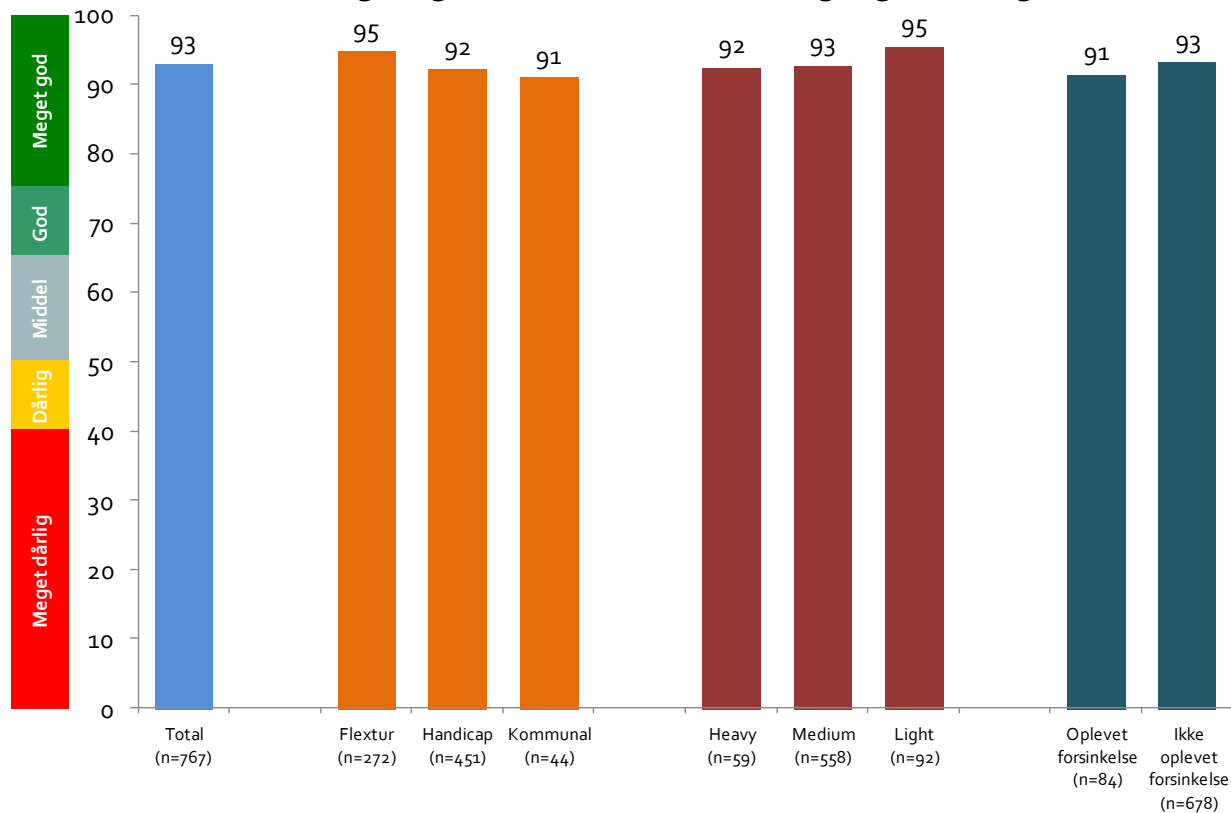


Tilfredshed med ankomsttidspunkt Total og fordelt på målgrupper

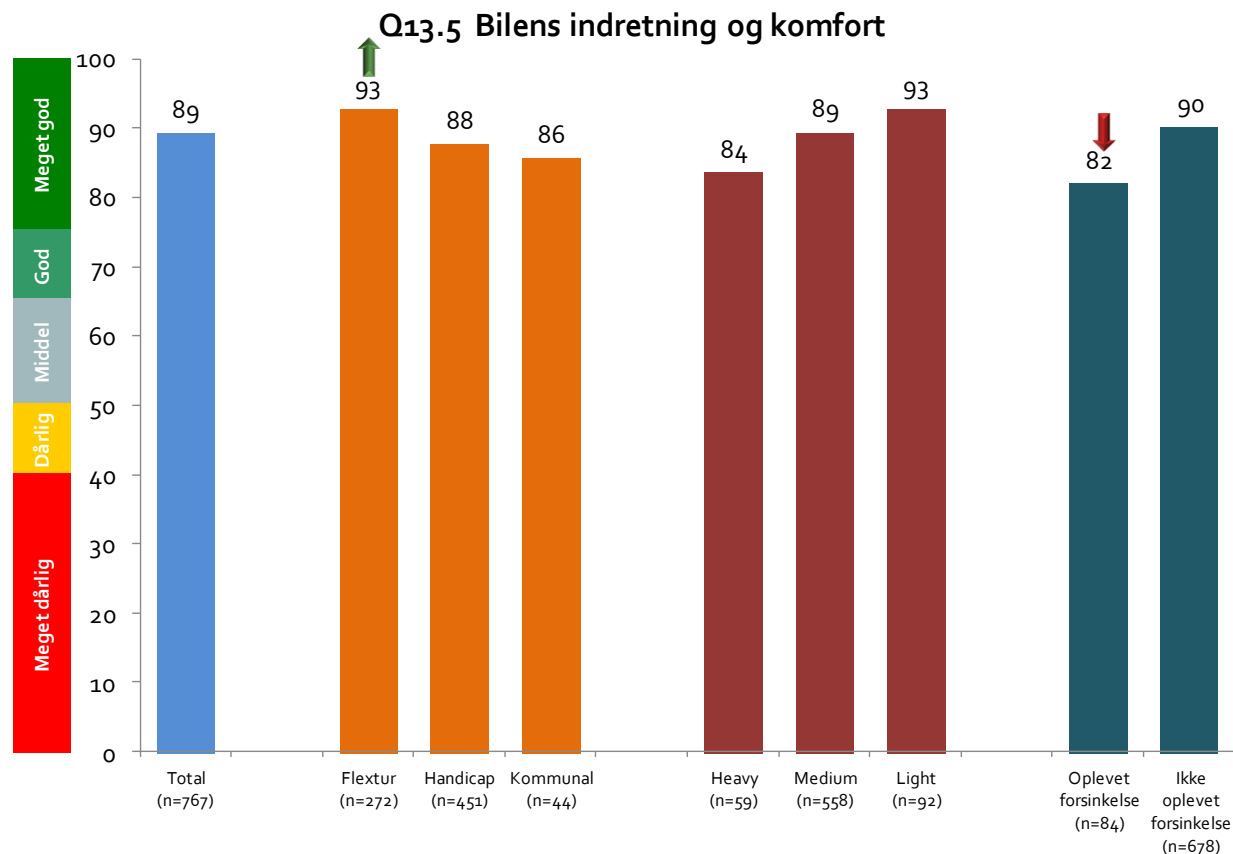


Tilfredshed med rengøring af bilen Total og fordelt på målgrupper

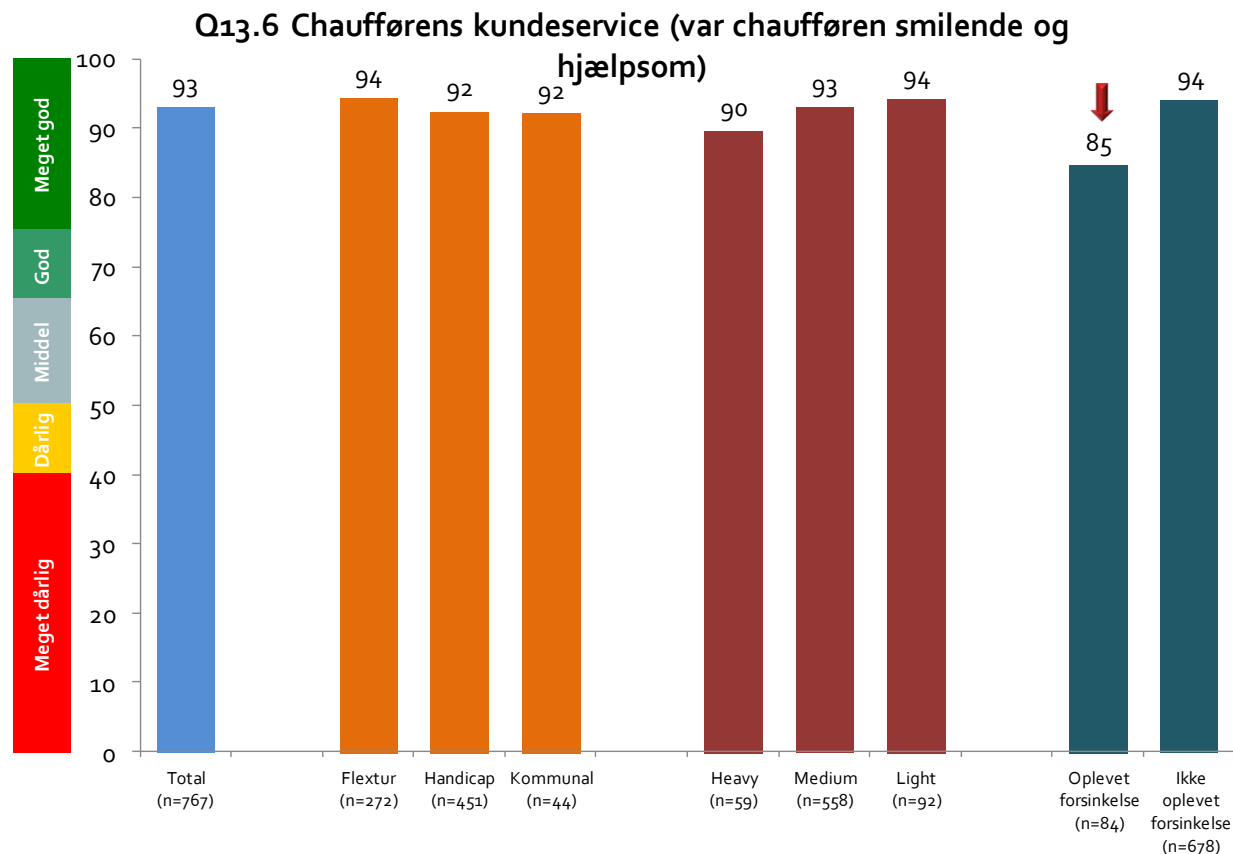
Q13.4 Rengøringen af bilen (både indvendigt og udvendigt)



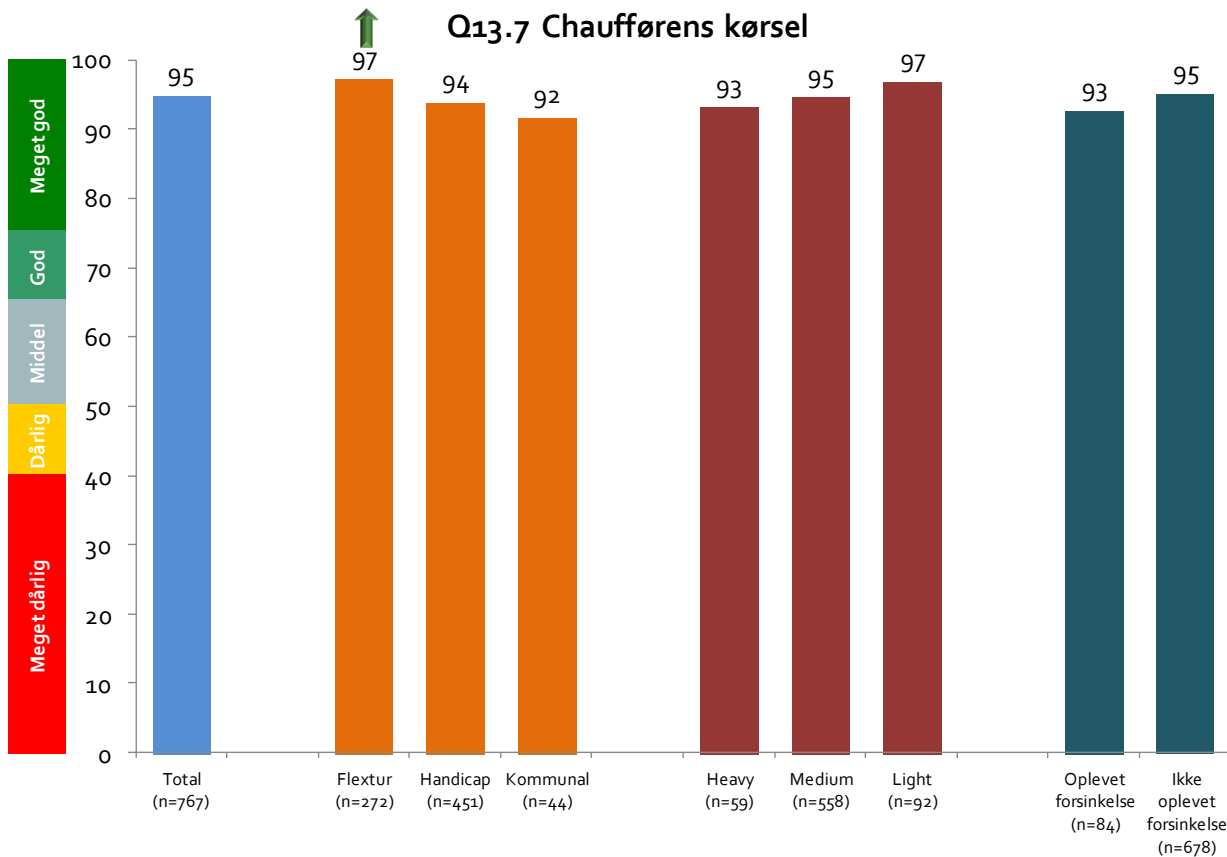
Tilfredshed med bilens indretning og komfort Total og fordelt på målgrupper



Tilfredshed med chaufførens kundeservice Total og fordelt på målgrupper

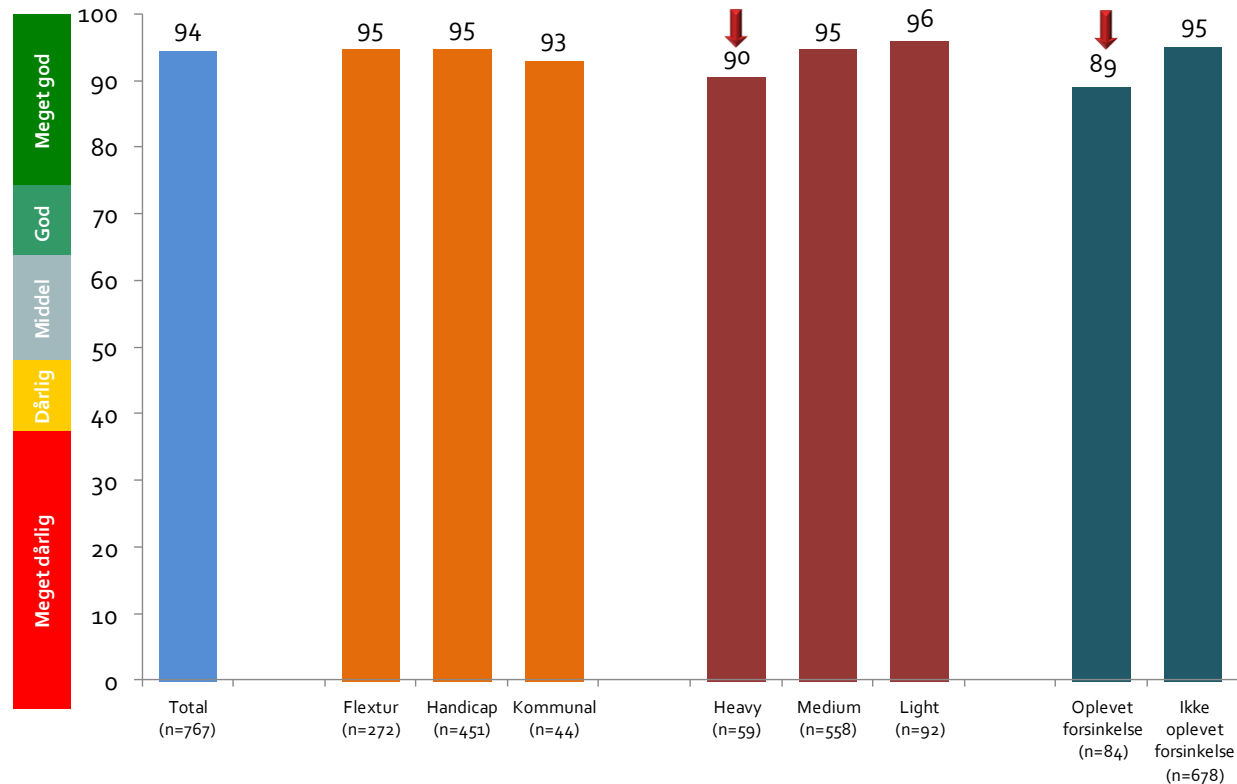


Tilfredshed med chaufførens kørsel Total og fordelt på målgrupper



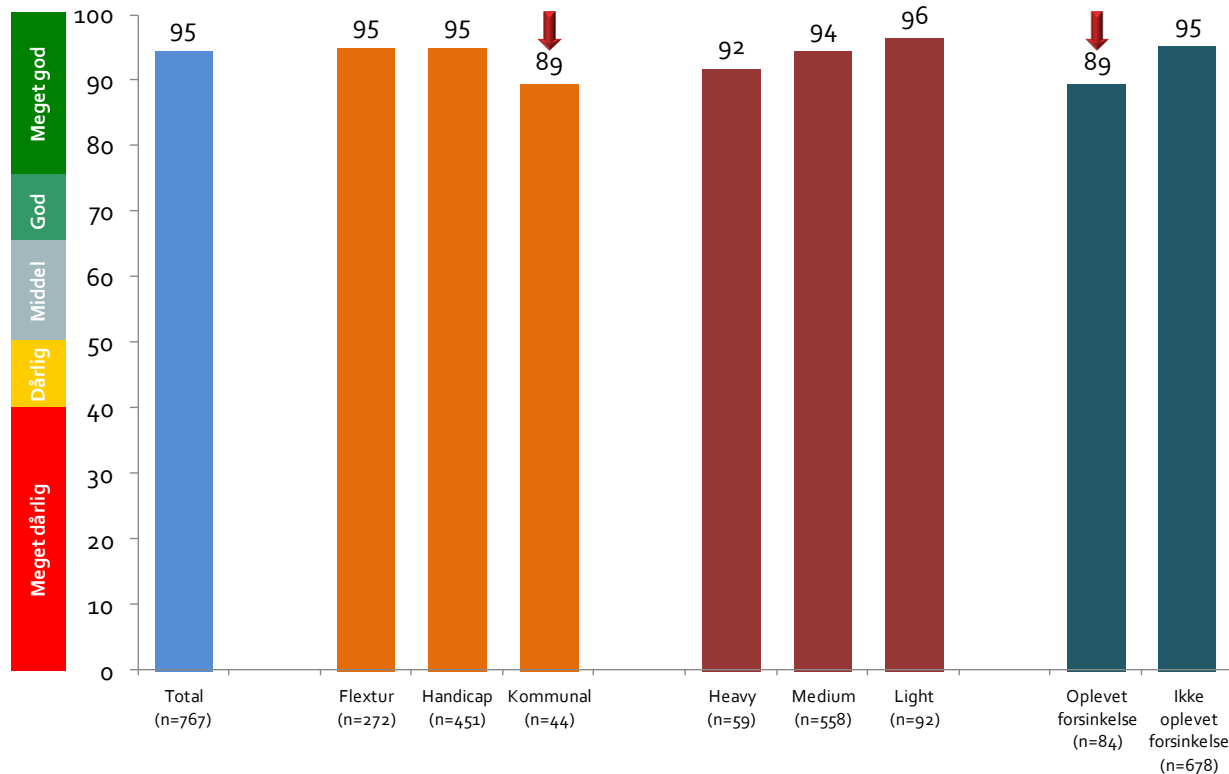
Tilfredshed med chaufførens hjælp Total og fordelt på målgrupper

Q13.8 Chaufførens villighed til at hjælpe dig ind/ud af vognen, hvis du havde behov for det



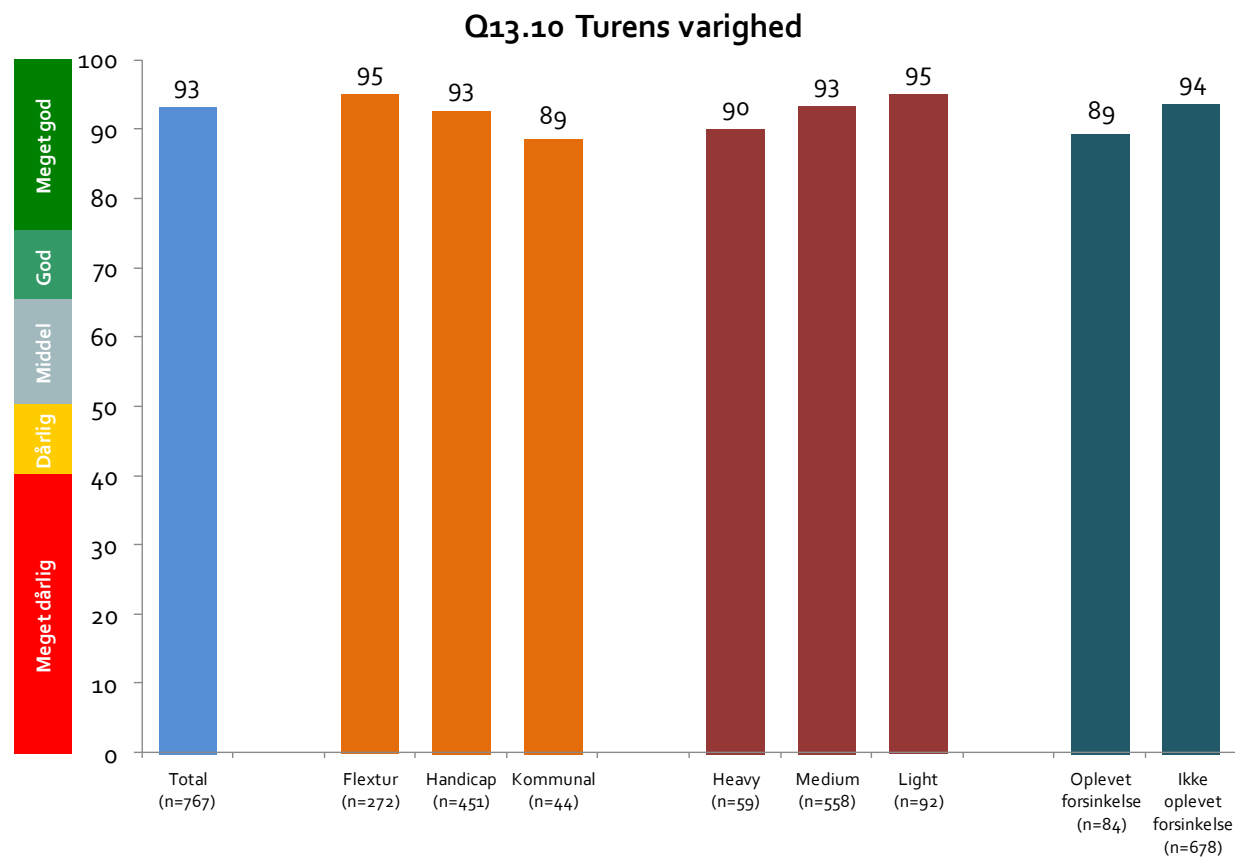
Tilfredshed med chaufførens service Total og fordelt på målgrupper

Q13.9 Chaufførens service ifm. at fastspænde korrekt og forsvarligt under turen



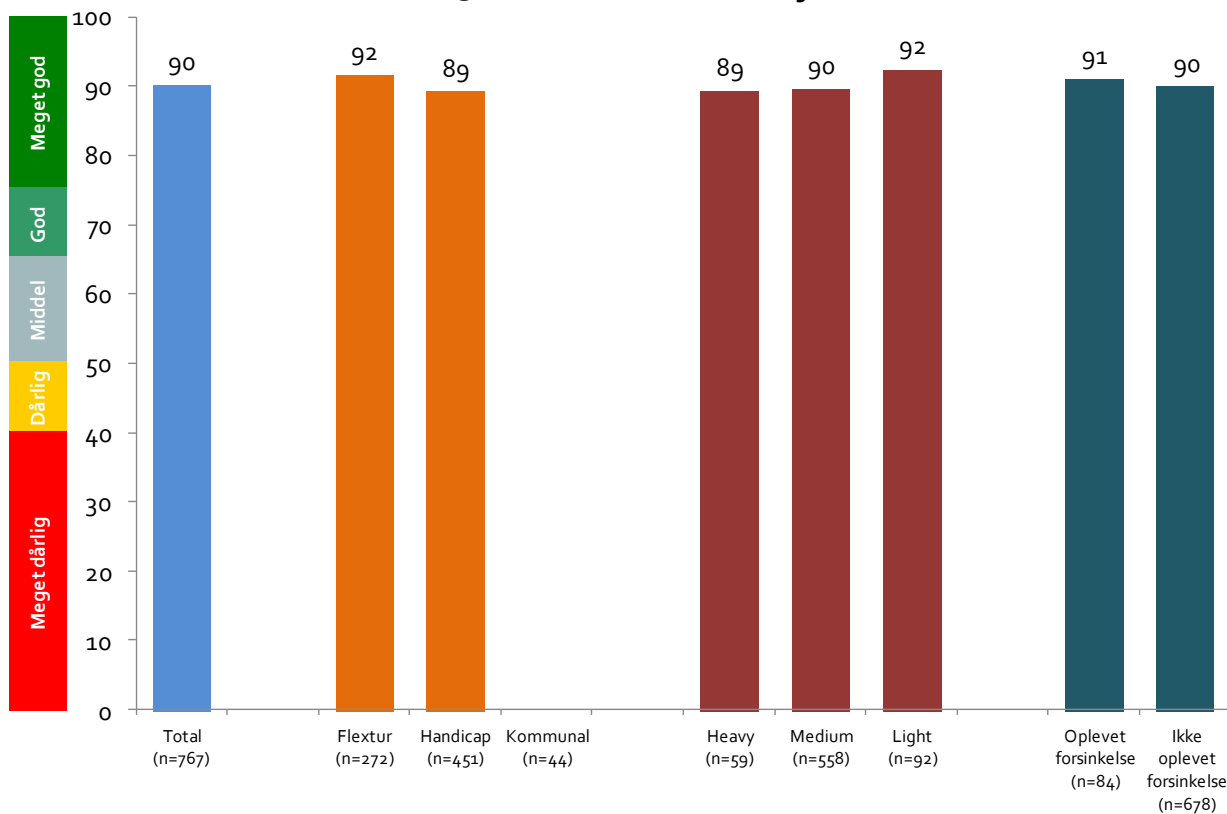
Tilfredshed med turens varighed

Total og fordelt på målgrupper



Tilfredshed med prisen for denne rejse Total og fordelt på målgrupper

Q13.11 Prisen for denne rejse



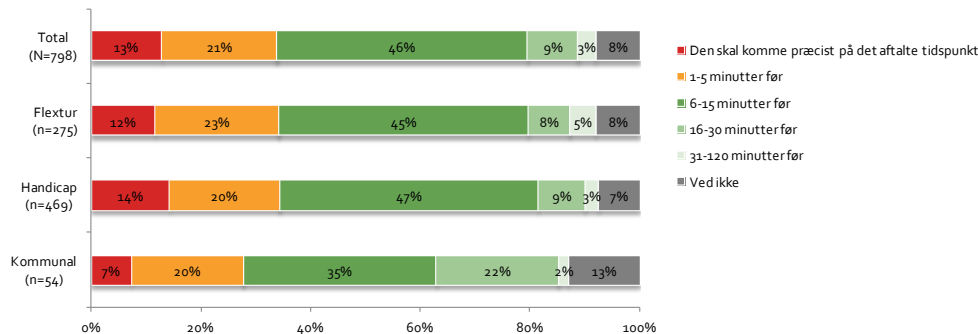
Resultater

Kontaktpunkter ved forsinkelse



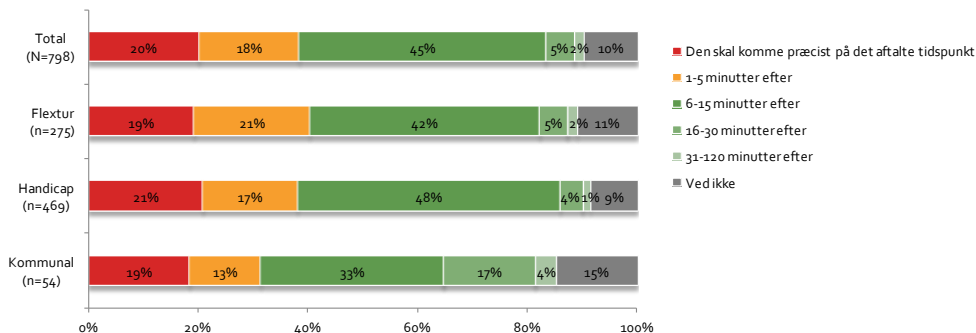
Behov ved afhentning Total og fordelt på kørselstype

Q10. Hvor tidligt kan din vogn komme før det aftalte tidspunkt for afhentning og så stadig være rettidig?



*Standard-serviceniveau er, at bilen må ankomme 1-5 minutter før det aftalte tidspunkt.

Q11. Hvor sent kan din vogn komme i forhold til det oplyste tidspunkt for afhentning og stadig være rettidig?



*Standard-serviceniveau er, at bilen må ankomme 1-15 minutter efter det aftalte tidspunkt.

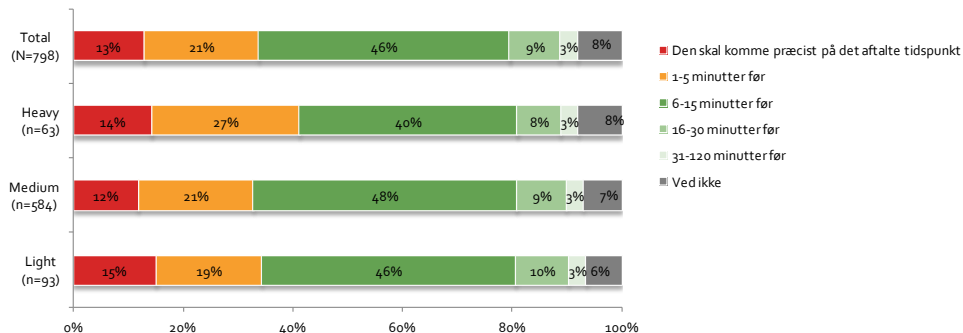
Hver femte bruger mener, at bilen er rettidig for afhentning, hvis den ankommer indenfor 5 minutter før eller efter det aftalte tidspunkt.

13% mener, at bilen ikke må ankomme før det aftalte tidspunkt, mens 20% mener, at bilen ikke må ankomme efter det aftalte tidspunkt

Brugerne indenfor den kommunale kørsel er lidt mere fleksible omkring rettidighed end brugerne af de øvrige kørselsordninger. Det gælder især i forhold til forsinkelser i forhold til det aftalte tidspunkt.

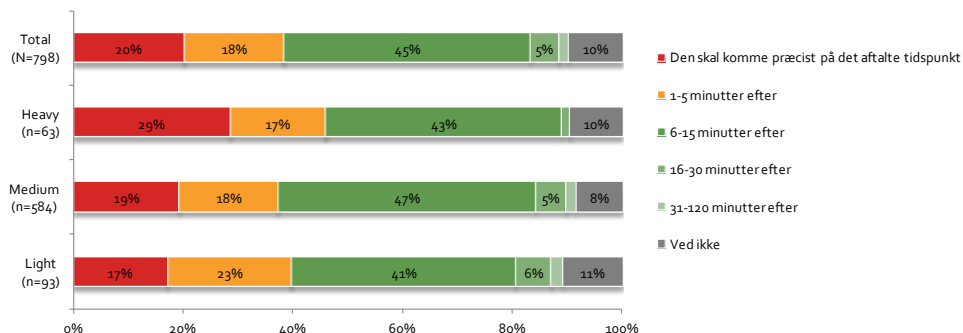
Behov ved afhentning Total og fordelt på rejsefrekvens

Q10. Hvor tidligt kan din vogn komme før det aftalte tidspunkt for afhentning og så stadig være rettidig?



**Standard-serviceniveau er, at bilen må ankomme 1-5 minutter før det aftalte tidspunkt.*

Q11. Hvor sent kan din vogn komme før det aftalte tidspunkt for afhentning og så stadig være rettidig?



**Standard-serviceniveau er, at bilen må ankomme 1-15 minutter efter det aftalte tidspunkt.*

Blandt de højfrekvente brugere er der en større forventning om, at bilen ankommer på det aftalte tidspunkt sammenlignet med de mellem- og lavfrekvente brugere.

Det er især tolerancen i forhold til forsinkelser der er lavere.

Henvendelser til kundeservice

Total og fordelt på kørselstyper

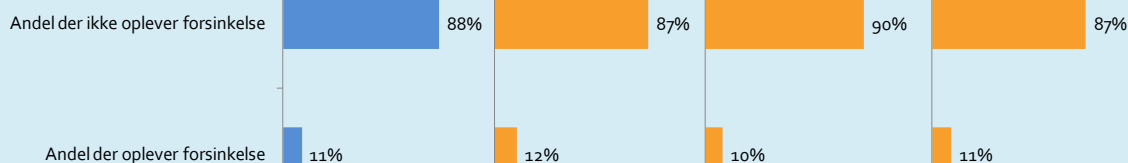
Total (n=798)

Flextur (n=275)

Handicap (n=469)

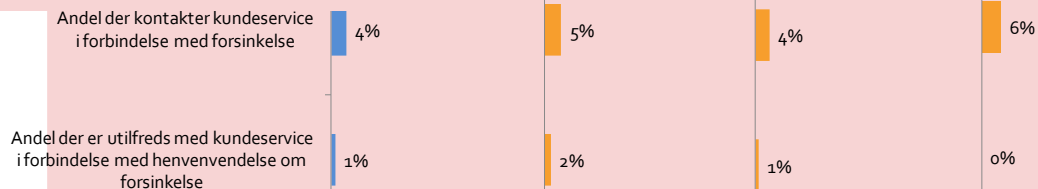
Kommune (n=54)

Forsinkelse



Størstedelen af brugerne af Flextrafik oplevede ikke forsinkelse på deres seneste tur. Kun godt 1 ud af 10 brugere oplevede, at bilen var forsinket.

Kontakt til kundeservice



Kun 4% af brugerne er i kontakt med kundeservice i forbindelse med forsinkelse. Heraf er det kun 10 brugere, der er utilfredse med kundeservice.

Henvendelser til kundeservice

Total og fordelt på rejsefrekvens

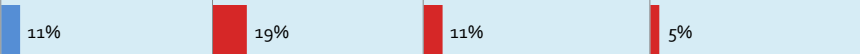
Total (n=798) Heavy (n=63) Medium (n=584) Light (n=93)

Forsinkelse

Andel der ikke oplever forsinkelse



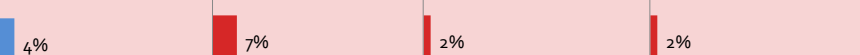
Andel der oplever forsinkelse



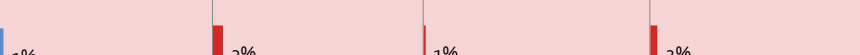
Blandt højfrekvente (heavy) brugere er der markant flere der oplever forsinkelse (19%).

Kontakt til kundeservice

Andel der kontakter kundeservice i forbindelse med forsinkelse



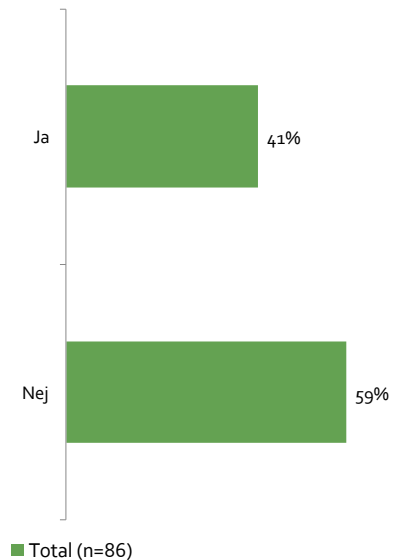
Andel der er utilfreds med kundeservice i forbindelse med henvendelse om forsinkelse



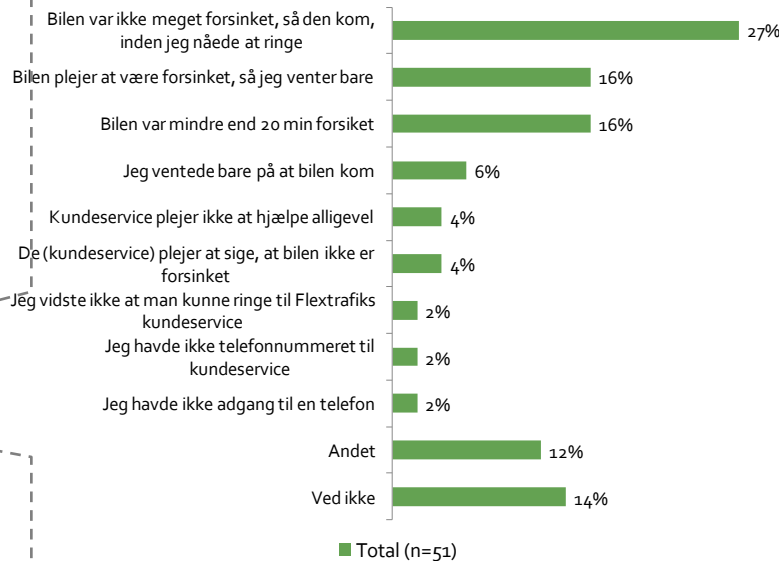
Det er kun få som er i kontakt med kundeservice omkring forsinkelser. Andelen er dog lidt større blandt heavy brugere, da en større andel i denne målgruppe har oplevet forsinkelser.

Manglende henvendelse til kundeservice Total

Q15. Henvendte du dig til Flextrafiks kundeservice for at få hjælp, fordi vognen var forsinket eller udeblev?



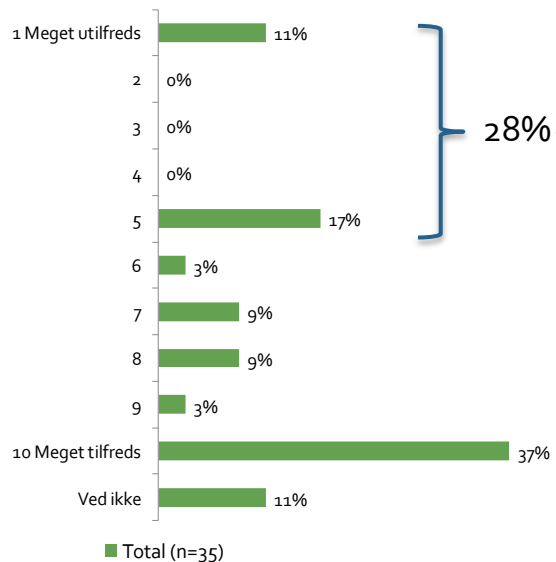
Q16. Hvorfor henvendte du dig ikke til Flextrafiks kundeservice for at få hjælp?



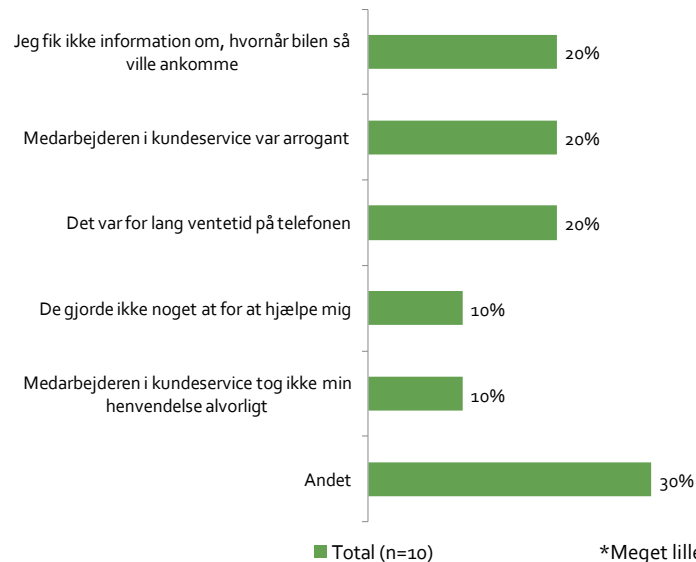
Base: Har henvendt sig til kundeservice i forbindelse med forsinkelse

Forsinkelser Total

Q17. Hvor tilfreds er du med Flextrafiks hjælp, da du henvendte dig omkring forsinkelsen eller udeblivelsen?



Q18. Hvad er årsagen til, at du ikke er helt tilfreds med den hjælp du fik Flextrafik i forbindelse med forsinkelsen/udeblivelsen?



Note: Procenter angiver den andel der har svaret ja i Q15

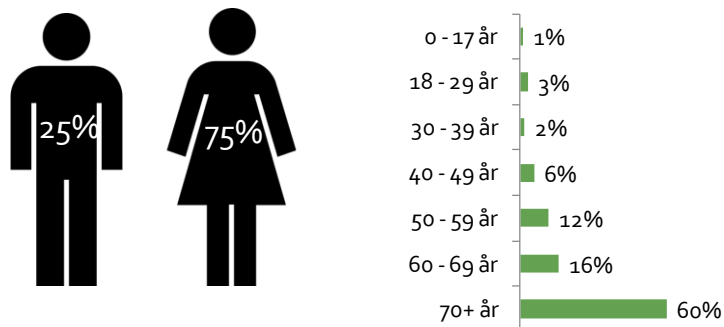
Baggrund

Rejsemønstre & demografi

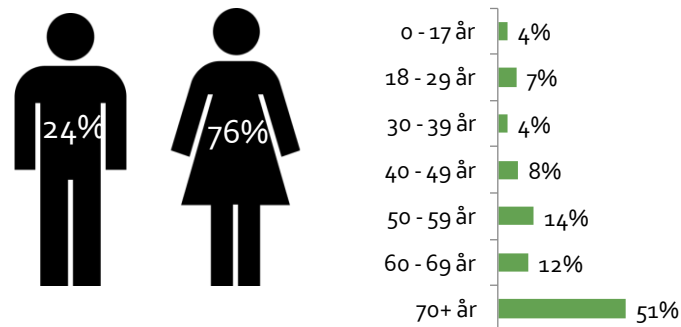


Baggrund Demografi

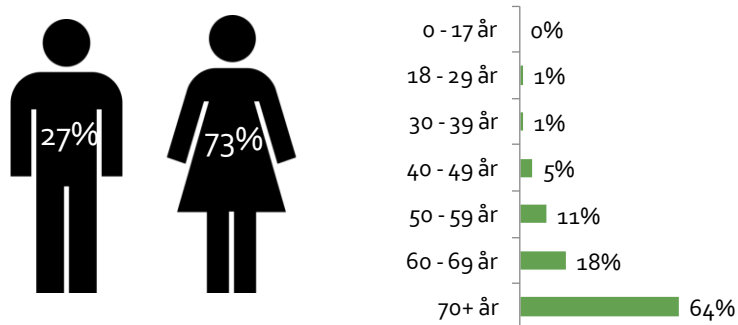
Total (n = 798)



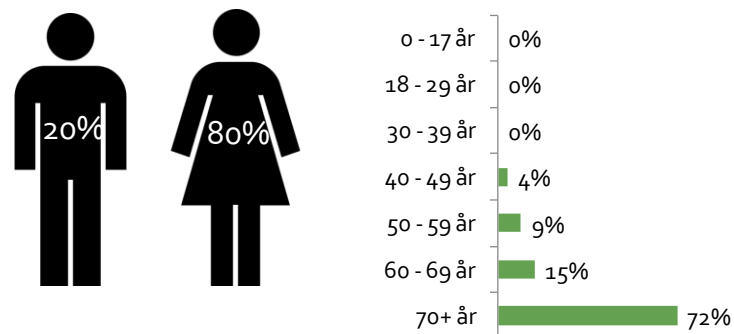
Flextur (n = 211)



Handicap (n = 479)

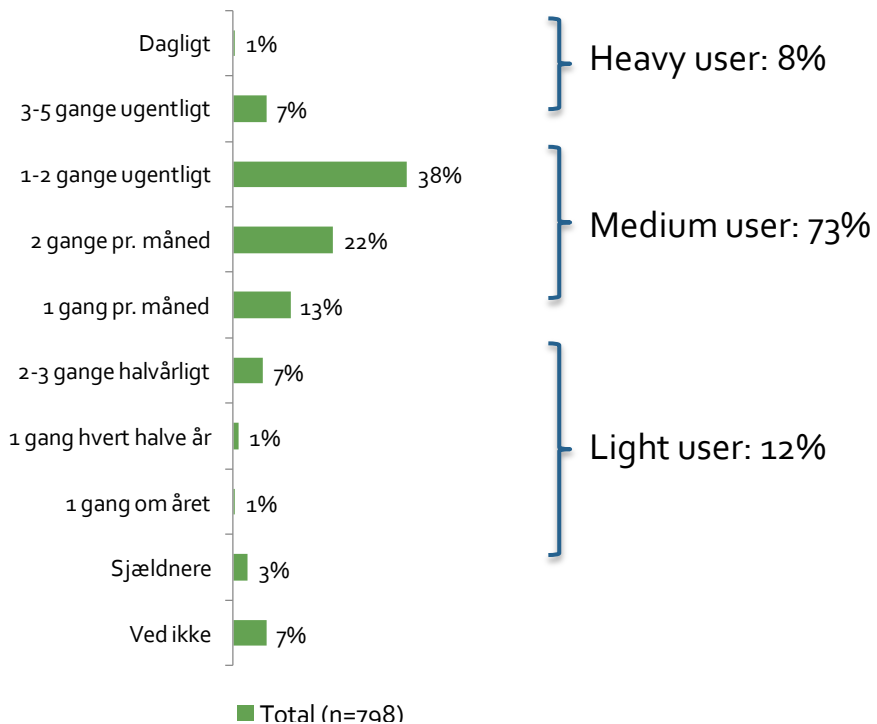


Kommunal (n = 108)



Rejsemønstre

Q1. Hvor ofte anvender du Flextrafik?



Om undersøgelsen



Projektfakta

Målgruppen	
Opnået stikprøve	798
Dataindsamlingsperioden	1. maj 2014 til 6. juni 2014
Målingens styrke	Med en stikprøvestørrelse (n) på netto 798 respondenter, kan det med 95% sandsynlighed fastslås, at det målte er korrekt med en maksimal usikkerhed på +/- 3,5 %-point på totaler.

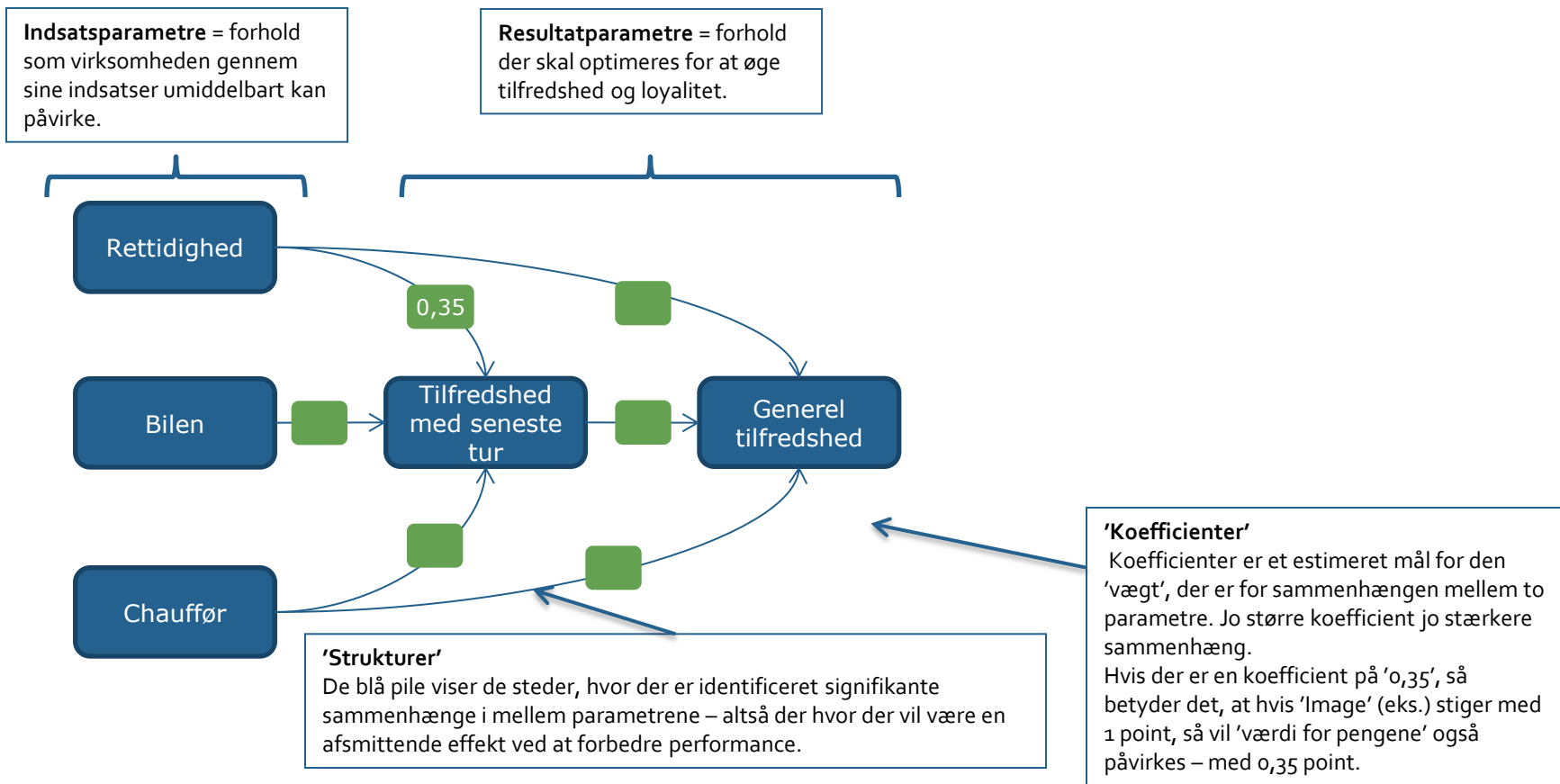
Vægtning af data:

- Dataindsamlingen i undersøgelsen har været baseret på en disproportional stikprøve med kvoter på kommune-niveau (maksimalt 75 interview pr. kommune), for at man havde et grundlag for at nedbryde resultater på kommuneniveau. Samtidig har metoden været baseret på at kontakte brugerne umiddelbart efter en gennemført tur, hvilket jo sikrer repræsentativitet i forhold til de rejser, der er gennemført i perioden.
- Når man vælger at gennemføre undersøgelser baseret på disproportional stikprøver, skal det overvejes om data efterfølgende skal vægtes, således at populationen svarer til den reelle fordeling af kunder på kommuner.
- Ved vægtning af nærværende undersøgelse var der kun meget begrænsede effekter på resultaterne (i størrelsesordenen 0 til -0,04 %-point. På den baggrund blev det besluttet ikke at vægte resultaterne.

Fordeling af interviews pr. kommune

	Antal interview
Total	798
Billund	43
Esbjerg	76
Fanø	5
Fredericia	68
Haderslev	76
Kolding	75
Sønderborg	76
Tønder	77
Varde	76
Vejen	74
Vejle	76
Aabenraa	76

Strukturel tilfredshedsmodel – forståelse (eksempel)



Indsatskort

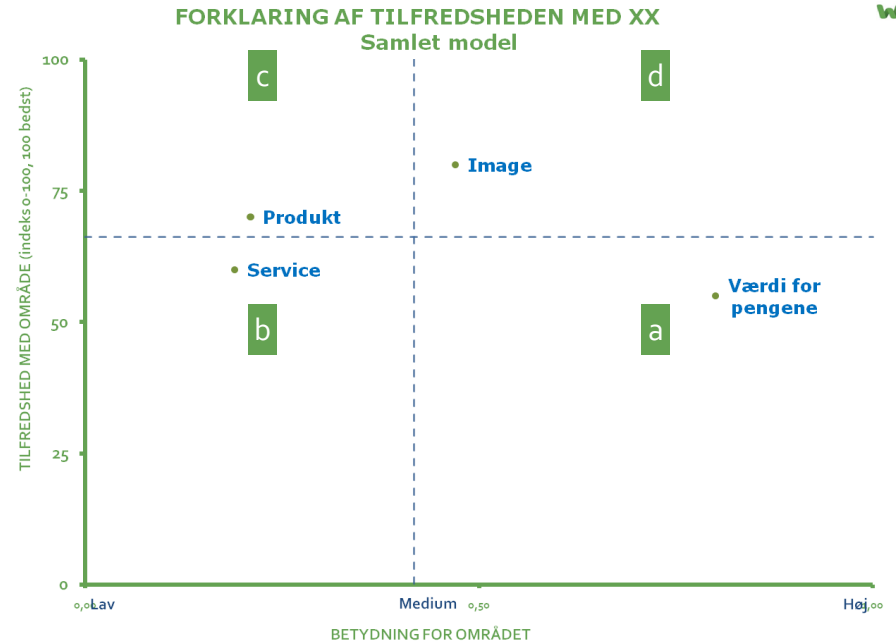
X-aksen viser betydningen for området. Dette værende korrelationen mellem den uafhængige latente variable og den afhængige variable.

Y-aksen viser scoren for den latente variable der er lavet.

Det primære indsatsområde vil som udgangspunkt være der hvor betydning er størst og den nuværende score lavest (a). Alternativ kan man også fokusere på område "d". Her scores der godt, men området er også vigtig.

Et område som ikke vil kræve meget opmærksomhed er der hvor der er lille betydning samt en lav score (b). Det samme kan siges om område "c", hvor der er lille betydning og en god score, her kan man sige der scores for højt, og man kan evt. spare ressourcer her.

I sidste ende skal de omkostninger, der er forbundet med de forskellige indsatser også afvejes. Cost benefit analyse.



Wilkes almindelige forretningsbetingelser

Tekniske ændringer

Wilke forbeholder sig ret til at lave mindre ændringer i specifikationer, som vil forbedre datagrundlaget, uden drøftelser med kunden.

Rettigheder

Rapporter og andre dokumenter med relevans for projektet leveret af Wilke tilhører kunden. Alt andet undersøgelsesmateriale som know-how i research teknikker, tilbud, spørgeskemaer, interviewguider og datamateriale tilhører Wilke.

Ansvar

Brug af undersøgelsesresultater er på kundens eget ansvar.

Kvalitetssikring

Undersøgelser gennemføres under hensyntagen til Kodeks for markedsanalyser udstedt af ICC/ESOMAR. [Kodeks kan downloades som PDF her.](#)

Offentliggørelse

Offentliggørelse af rapporter og undersøgelsesresultater skal altid være forsynet med kildeangivelsen:

Kilde: Wilke.

Opbevaring/fortrolighed

Wilke forpligter sig til at opbevare alt undersøgelsesmateriale fra projektet i en periode på to år fra leveringsdatoen. Wilke er i opbevaringsperioden ansvarlig for, at materialet behandles fortroligt. Efter to år destrueres undersøgelsesmaterialet.

Lovgivning

Forretningsbetingelserne reguleres af dansk lovgivning.

Kontakt



Kontakt

Flextrafik - Sydtrafik
Charlotte Holst Nicolaisen
Projektmedarbejder
chn@sydtrafik.dk
+45 76 60 86 05



Wilke
Anne Katrine Zahle
Head of Transportation
akz@wilke.dk
+45 33 26 71 25

Wilke
Jeanette Greve Kristiansen
Research Consultant
jgk@wilke.dk
+45 63 13 29 89



Wilke A/S
Tlf. +45 70 10 20 80
E-mail: wilke@wilke.dk

Odense
Jens Benzons Gade 54B
5000 Odense C

København
Overgaden Neden Vandet 9C
1414 København K



Wilke

Asking for growth