



# Kollektivtrafikbarometern

## Årsrapport 2023



SVENSKKOLLEKTIVTRAFIK

Origo Group

Foto på framsidan: Linn Malmén, 2023, Värmlandstrafik.

## RESENÄRERNA ÅTERVÄNDER - MEN HA KOLL PÅ KVALITÉN

I år har lite över 120 000 medborgare och resenärer besvarat enkäten vilket gör att det finns många värdefulla slutsatser att dra ur svaren. Resultaten från Kollektivtrafikbarometern används flitigt av våra medlemmar men även av flera kommuner för att följa och förstå resvanor, samt av trafikoperatörer för att följa leverans kvalitet, men också av myndigheter, studenter och forskare. Under året har flera forskningsprojekt använt resultat till sin forskning vilket vi kommer att få se kloka analyser och slutsatser av under de kommande åren.

### Resenärerna återkommer till kollektivtrafiken

För att öka samhällsnytta och bistå samhället i att uppnå miljö- och klimatmål har branschen antagit ett mål om att 4 av 10 motoriserade resor ska ske i kollektivtrafiken 2030. I årets rapport gör vi jämförelser både med fjolåret och med 2019. Marknadsandelen nådde inte riktigt upp till 2019 års toppvärden men landade på samma nivå som 2018, dvs näst högsta marknadsandel sedan mätningen av detta startade 2010. Precis som förra året reste 82% av befolkningen med kollektivtrafiken mer eller mindre frekvent.

Fortfarande distansarbetar fler än innan pandemin och en andel av de resenärer som förut reste varje arbetsdag reser idag några dagar per vecka till arbetet. I rapporten kikar vi på hur resandet skiljer sig åt mellan olika dagar i veckan och när på dagen, men vi tittar också på hur till exempel ärenden och reslängder förändras över åren.

De frågor man behöver fokusera på för att människor ska resa mer kollektivt är inte de samma som de som skapar nöjdare kunder. De drivkrafter som främst påverkar resandet är att det finns ett bra och användbart utbud för de flesta resor man behöver göra och för sällanresenärerna även att man har kunskap om det. Närheten till kollektivtrafiken som faktor för att resa mer har ökat i betydelse de senaste åren. Priset är för de flesta resenärsgupper inte en avgörande faktor för om man är kund i kollektivtrafiken eller ej.

### Branschen brister i leverans - nöjdheten minskar

I några få regioner har nöjdheten ökat sedan 2019, i de flesta regioner har den tyvärr minskat. Framför allt har nöjdheten med senaste resan minskat. Resenärerna har sannolikt känt av både branschens besparingspaket och en bristande kvalitet i leveransen. Punktligheten för järnvägstrafiken har sjunkit under året och därmed även förtroendet för kollektivtrafiken. Det kommer krävas åtgärder i både infrastruktur och processer för att komma tillbaka till acceptabla nivåer. En viktig faktor för att öka tillförlitligheten är bättre trafikinformation vid störningar. I rapporten redovisas hur resenären vill ha sin information och vi tittar även på vad som kännetecknar de som är otrygga på grund av trafikstörningar.



Mattias Andersson

*Projektledare*

Svensk Kollektivtrafik  
[mattias.andersson@svenskkollektivtrafik.se](mailto:mattias.andersson@svenskkollektivtrafik.se)

076-526 90 75



## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Sammanfattning.....	6
Nöjdhet med senaste resan .....	8
Nöjd Kund Index .....	10
Kollektivtrafikens marknadsandel .....	13
Resenärstyper.....	16
Resefrekvens med kollektivtrafik och bil .....	18
Skäl till kollektivt resande.....	20
Hinder för kollektivt resande .....	22
Resorna under året.....	24
Förutsättningar för kollektivt resande.....	37
Ombordfaktorer i kollektivtrafiken .....	40
Trygghet .....	42
Bilaga A: Definitioner	
Bilaga B: Metod	
Bilaga C: Fakta om respondenterna	

## Fortsatt ökad marknadsandel

Kollektivtrafikens marknadsandel för 2023 uppgår till 31 procent av resorna med motordrivna fordon, vilket är en ökning med tre procentenheter sedan 2022 och elva procentenheter sedan 2021. Marknadsandelen ligger därmed i stort sett i nivå med resultatet innan pandemin 2019 (32 procent).

Kollektivtrafikens marknadsandel är som högst i de tre storstadsregionerna samt Region Uppsala:

- Region Stockholm – 55 procent
- Region Skåne – 33 procent
- Västra Götalandsregionen – 33 procent
- Region Uppsala – 31 procent



## Färre nöjda med den senaste resan

Drygt tre av fyra kunder är som helhet nöjda med den senaste resan med det regionala kollektivtrafikbolaget. Nöjdheten har minskat något det senaste året och är tre procentenheter lägre än 2019.

I följande regioner är nöjdheten med den senaste resan som högst:

- Region Värmland – 86 procent
- Region Blekinge – 84 procent
- Region Östergötland – 84 procent



### Fakta om undersökningen

Kollektivtrafikbarometern är en nationell kvalitets-, attityd-, och resvaneundersökning för branschen. Syftet är att löpande följa och påverka utvecklingen i attityder samt kollektivtrafikens marknadsandel.

Svensk Kollektivtrafik ansvarar för undersökningen på uppdrag av dess medlemmar (regionala kollektivtrafikmyndigheter och länstrafikbolag).

Målgruppen för undersökningen är svenska allmänheten mellan 15 och 85 år, både de som reser med kollektivtrafiken och de som inte gör det.

### Lägsta nivå för NKI

Kollektivtrafikens NKI för 2023 uppgår till 57 procent bland kunder, vilket är en minskning sedan föregående år. Bland allmänheten är NKI oförändrad och ligger kvar på 52 procent, vilket är något lägre jämfört med 2019.



I följande regioner är NKI bland kunder som högst:

- Region Blekinge – 74 procent
- Region Värmland – 72 procent
- Region Östergötland – 71 procent
- Region Västmanland – 71 procent

### Fakta om undersökningen

Datinsamlingen sker löpande under hela året. Den sker via en mixad insamlingsmetod med postal inbjudan till webbenkät, påminnelser via sms samt efterföljande telefonintervjuer.

Under 2023 deltog 22 organisationer i undersökningen, vilka representerar hela landet förutom Södermanland.

Totalt samlades 120 222 enkätsvar in under 2023, varav 52 291 är svar från kunder. Till kunder räknas de som reser med den samhällsorganiserade kollektivtrafiken minst en gång per månad.

## ÖVERGRIPANDE RESULTAT

### Nöjdhet med senaste resan

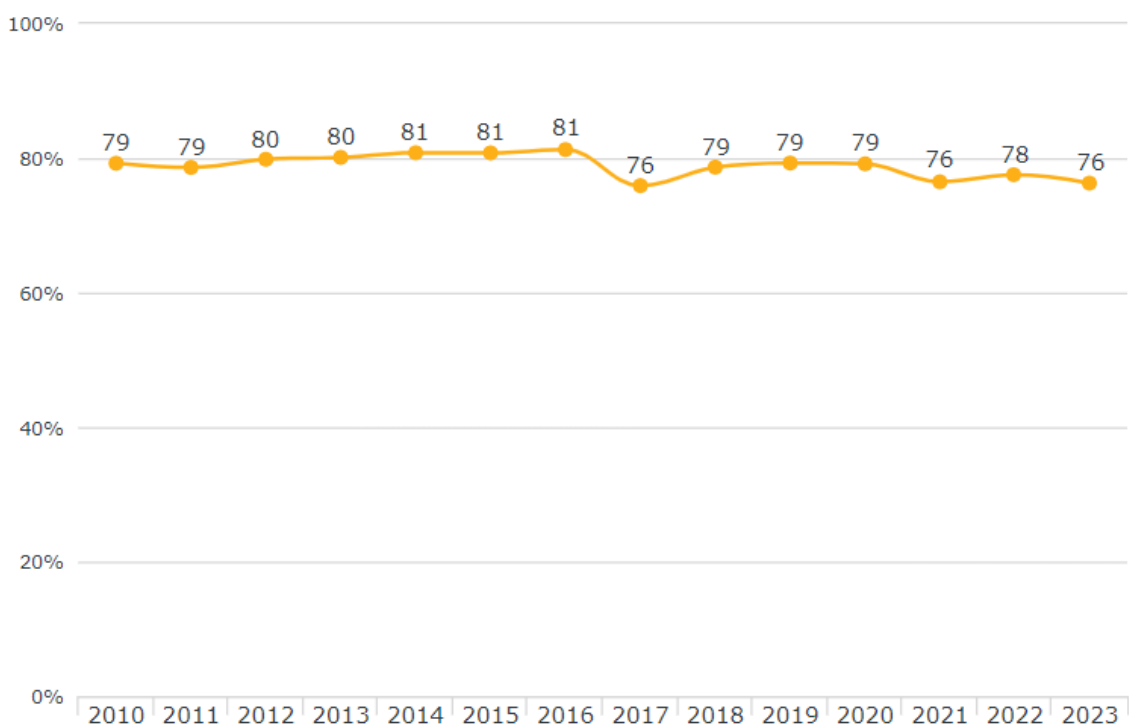


**Allmänhet** definieras här som samtliga som svarat på undersökningen.



**Kunder** definieras som de som reser med sin regionala kollektivtrafikmyndighet minst en gång per månaden.

Attityden till den senaste resan med det regionala kollektivtrafikbolaget redovisas som andelen nöjda, de som ger betyget 4 eller 5 på svarsskalan 1–5. Resultat i detta avsnitt fokuserar främst på kunder, alltså de som reser med sitt kollektivtrafikbolag minst en gång per månad.

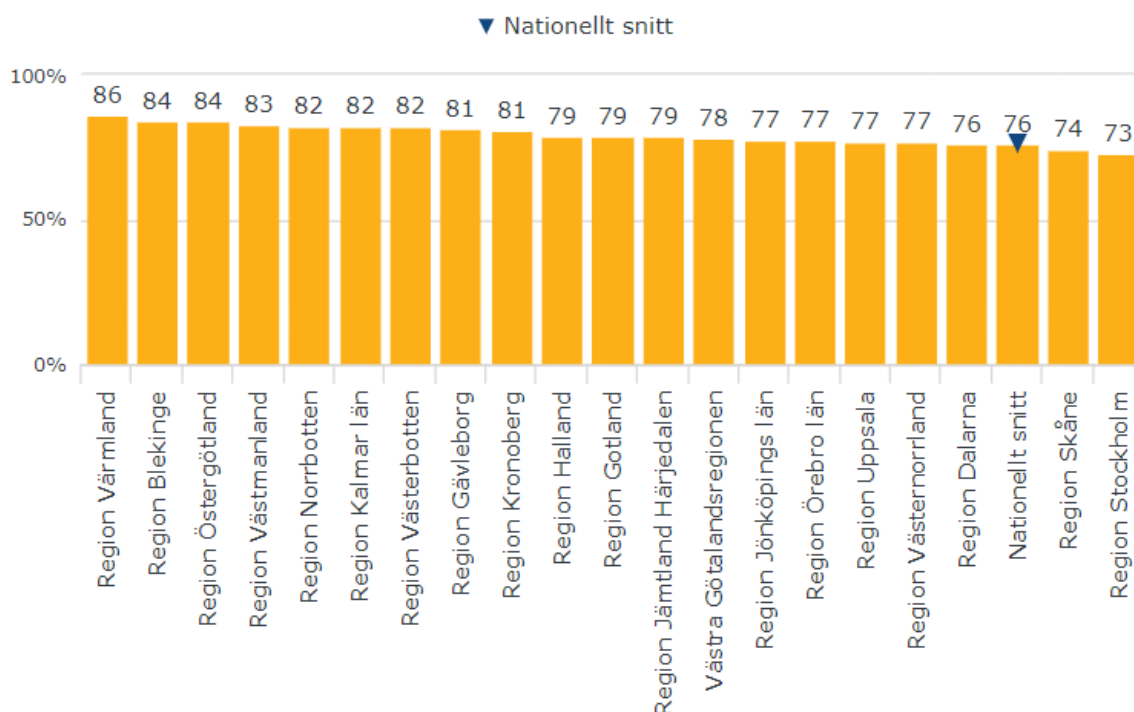


Figur 1, Kunders nöjdhet med senaste resan med kollektivtrafikbolaget år 2010–2023

Drygt tre av fyra kunder är som helhet nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafikbolaget. Nöjdheten har minskat sedan 2019 och ligger nu på samma nivå som 2017 och 2021, vilket är de lägsta uppmätta resultaten sedan mätningarnas start 2010. Nöjdheten tenderar att minska något vid ökad resefrekvens, då de som reser frekvent baserar sitt omdöme på flera resetillfällen. En anledning till detta kan vara att de som reser mer frekvent har fler erfarenheter att bygga sin bedömning på och där man tenderar att i



högre grad minnas enstaka tillfällen som varit avvikelser jämfört med merparten av resorna som gått enligt förväntan.

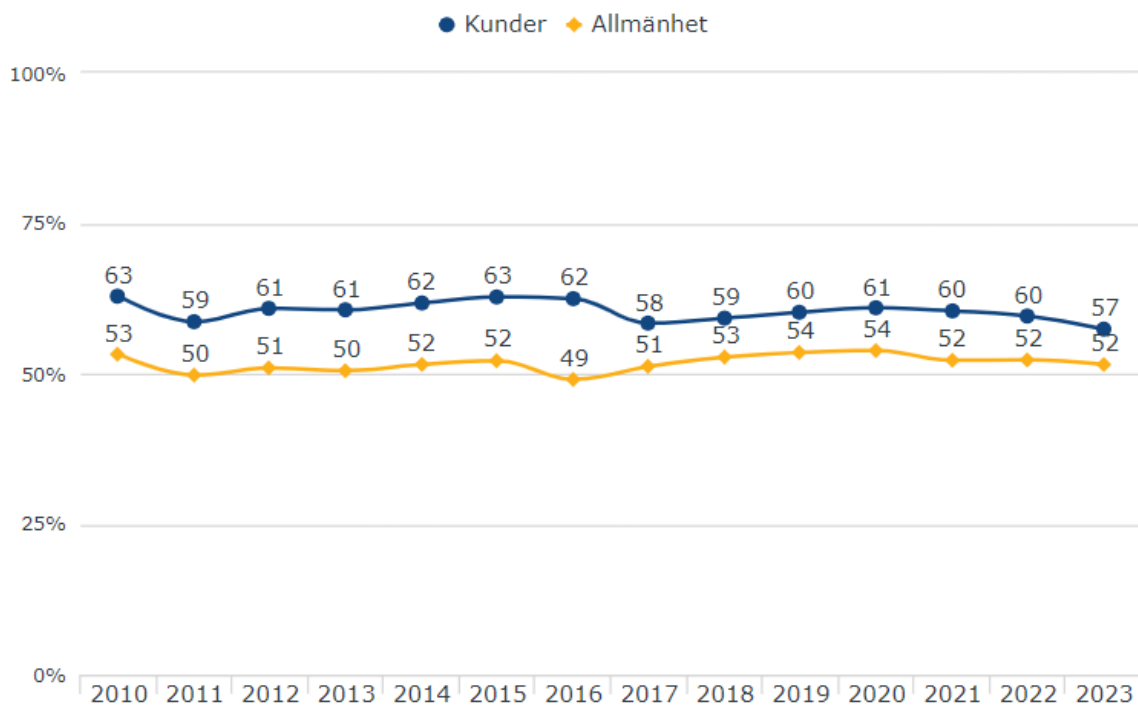


Figur 2, Kundens nöjdhet med senaste resan med kollektivtrafikbolaget per samtliga regioner år 2023

Nöjdheten med senaste resan ligger på höga nivåer i samtliga regioner, med högst resultat i region Värmland och lägst resultat i region Stockholm. Jämfört med föregående år har region Stockholm minskat mest med fyra procentenheter. I regionerna Västmanland och Gotland har nöjdheten ökat mest, med fyra procentenheter vardera sedan 2022. Resultatet från de tre storstadsområdena har en stor inverkan på det nationella genomsnittet.

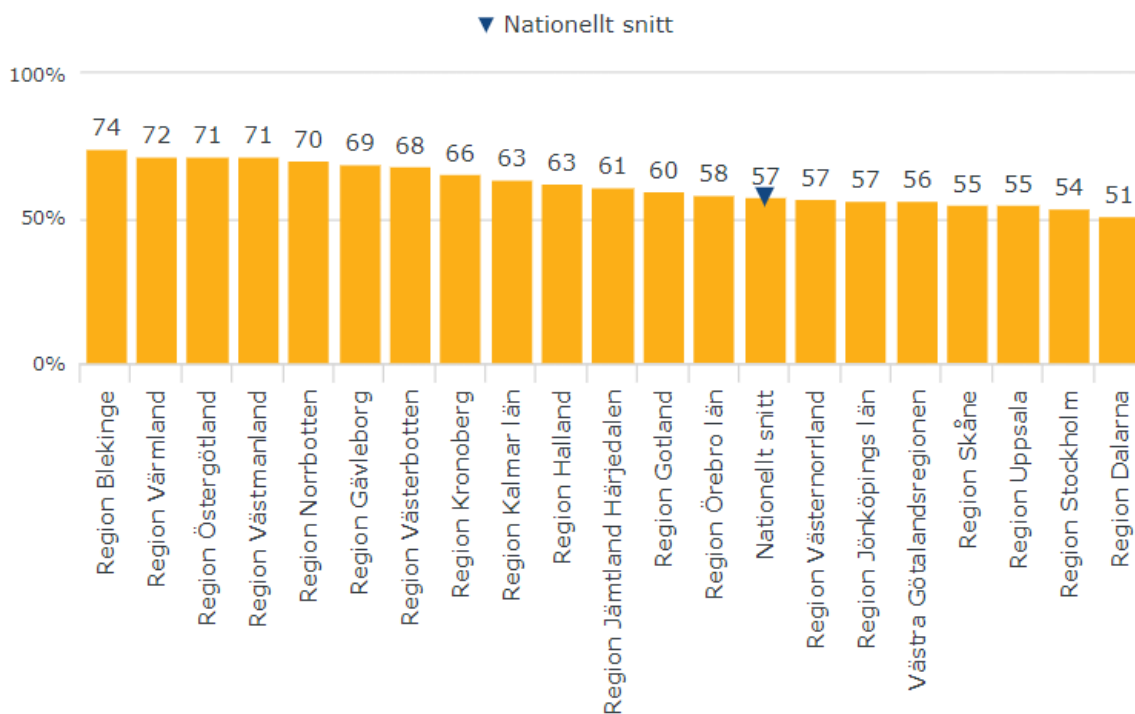
## Nöjd Kund Index

*Nöjd Kund Index (NKI)* definieras i denna undersökning som andelen som sammanfattningsvis är nöjda med kollektivtrafikbolaget i sin region. Med nöjda avses de som har gett betyget 4 eller 5 på svarskalet 1–5. Resultaten i detta avsnitt fokuserar främst på gruppen kunder, alltså de som reser med sitt regionala kollektivtrafikbolag minst en gång per månad.



Figur 3, Nöjd Kund Index (NKI) för kunder och allmänheten år 2010–2023

Kollektivtrafikens NKI för 2023 uppgår till 52 procent för allmänheten och 57 procent för kunder. Kundnöjdheten har minskat sedan 2022 och ligger nu på den lägsta uppmätta nivån sedan mätningarna började genomföras 2010. Bland allmänheten är däremot nöjdheten stabil under de senaste åren.



Figur 4, Nöjd Kund Index (NKI) för kunder per samtliga regioner år 2023

NKI för kunder varierar relativt mycket mellan de olika regionerna, från högsta på 74 procent till lägsta på 51 procent. Nöjdheten med kollektivtrafikbolaget beror i viss grad på trafiktyp och de olika förutsättningarna kollektivtrafikbolagen har. NKI är som högst bland de kunder som oftast reser med tunnelbana samt fjärrtåg och som lägst bland de som främst reser med pendeltåg.

Resultatet för NKI är som högst bland kunder som reser i region Blekinge och som lägst i region Dalarna. I region Gotland har en markant ökning skett sedan 2022, NKI har ökat med 22 procentenheter sedan föregående år. Störst nedgång har skett i regionerna Skåne, Stockholm och Dalarna där NKI har minskat med fem procentenheter inom respektive region.

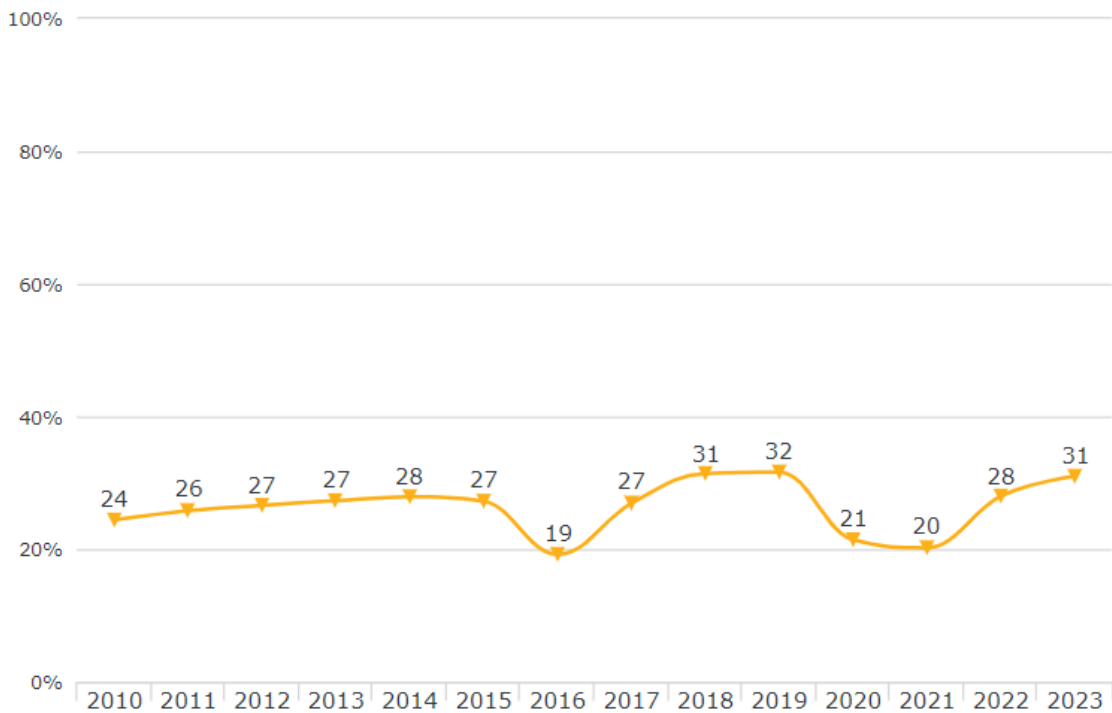
Skillnaden i NKI-värde mellan kunder och allmänhet är störst i region Gotland där NKI-värdet är 26 procentenheter högre för kunder jämfört med allmänheten. Därefter är skillnaderna som störst i regionerna Blekinge respektive Västernorrland där värdet för kunder är 16 procentenheter högre än för allmänheten för båda regionerna.



## RESVANOR

## Kollektivtrafikens marknadsandel

Kollektivtrafikens marknadsandel avser andelen resor med kollektiva färdmedel bland samtliga resor med motordrivna fordon.

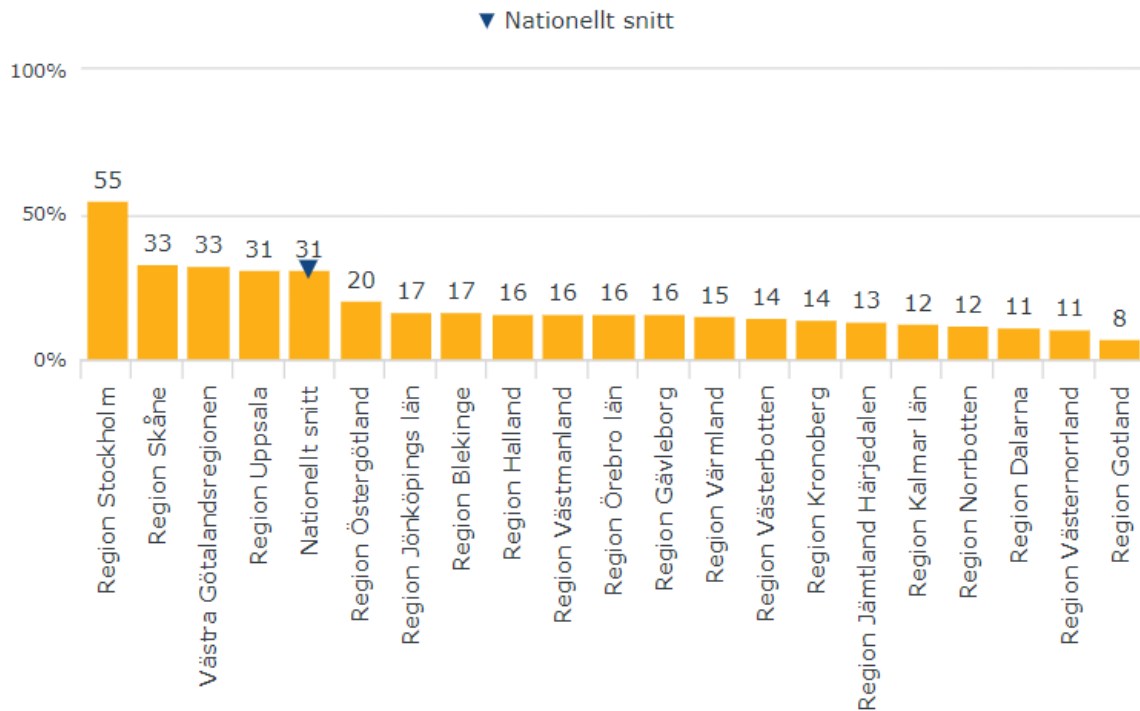


Figur 5, Kollektivtrafikens marknadsandel bland allmänheten år 2010–2023 <sup>1</sup>

Kollektivtrafikens marknadsandel fortsätter att öka och ligger nu i nivå med resultatet innan pandemin, dvs år 2019. Kollektivtrafiken utgör nästan en tredjedel av alla resor med motordrivna fordon.

Kvinnor och unga, upp till 29 år, reser fortsatt med kollektivtrafik i större utsträckning än övriga. Marknadsandelen för kollektivtrafik har ökat i samtliga åldersgrupper sedan 2022. Både kvinnor och män reser allt oftare med kollektivtrafiken.

<sup>1</sup> Nedgången år 2016 beror på att region Stockholm inte var med i undersökningen detta år. Eftersom SL verkar i en folkrik region med högre antal kollektivtrafikresor än övriga så får detta ett märkbart genomslag på det nationella snittet. Detta påverkar på olika sätt de nationella resultaten för 2016 generellt men syns tydligast i just marknadsandelen. Nedgången 2020–2021 beror på pandemin Covid-19 som medförde att resandet bland befolkningen avtog kraftigt.



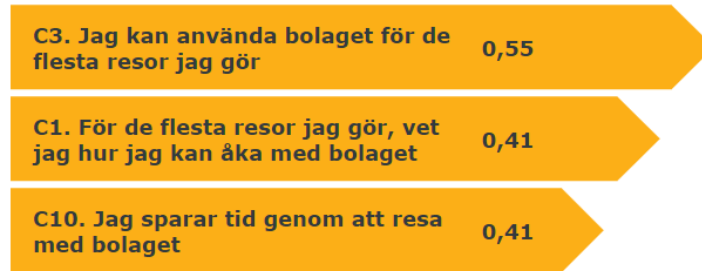
Figur 6, Kollektivtrafikens marknadsandel bland allmänheten per samtliga regioner år 2023

Kollektivtrafikens marknadsandel är klart högre i region Stockholm än i övriga regioner. Det gör att det nationella snittet ligger relativt högt med endast fyra regioner på högre nivåer, vilka är de tre storstadsregionerna och region Uppsala. Marknadsandelen har antingen ökat eller ligger kvar på samma nivå som föregående år. Inom region Stockholm har störst ökning skett med fem procentenheter.

De som arbetar helger reser med kollektivtrafiken i högre grad än andra medan de som arbetar skift eller varierande schema samt de som arbetar nätter under vardagar reser kollektivt i lägre grad. Inom branscherna finans- och försäkringsverksamhet samt kulturella och personliga tjänster är kollektivtrafikens marknadsandel som starkast. Lägst marknadsandel återfinns inom jordbruk, skogsbruk och fiske där endast fem procent reser med kollektivtrafiken.

## Faktorer som driver kollektivt resande

Bland de förutsättningar för kollektivtrafik som undersöks i Kollektivtrafikbarometern så framkommer att **relevans** – möjligheten att kunna använda bolaget för de flesta resor – är den största drivkraften för en högre resefrekvens.





Figur 7, De största drivkrafterna för resefrekvens med kollektivtrafik bland allmänheten (mätt i korrelation med resefrekvens med bolaget)

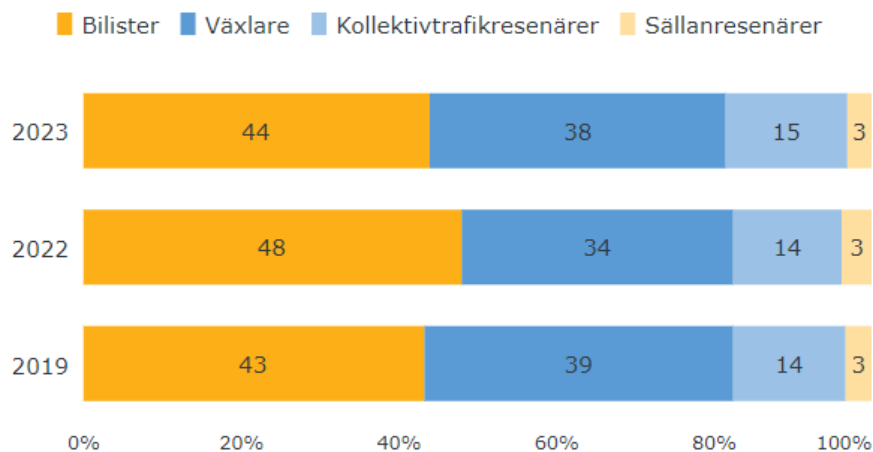
**Kunskapen** om hur man kan resa med bolaget samt **produktfördelen** i form av att spara tid genom att resa med bolaget är också relativt starka drivkrafter för kollektivt resande totalt sett. Dessa drivkrafter var även under förra året de största för en högre resefrekvens.

## Resenärstyper

Baserat på resefrekvens med kollektivtrafikbolaget och med bil definieras fyra resenärsgupper:

	<b>Bilister</b> reser minst en gång i månaden med bil och reser någon gång per kvartal eller mer sällan med kollektivtrafiken.
	<b>Växlare</b> reser minst en gång i månaden med såväl bil som kollektivtrafik.
	<b>Kollektivtrafikresenärer</b> reser minst en gång i månaden med kollektivtrafik, och reser någon gång per kvartal eller mer sällan med bil.
	<b>Sällanresenärer</b> reser någon gång per kvartal eller mer sällan med såväl bil som kollektivtrafik.

Den vanligaste resenärstypen under 2023 var bilister. Andelen bilister har dock minskat de senaste åren och uppgår nu till 44 procent vilket är i nivå med resultatet under 2019. I stället har andelen växlare fortsatt att öka under året medan kollektivtrafikresenärer och sällanresenärer är mer eller mindre oförändrade sedan 2019.

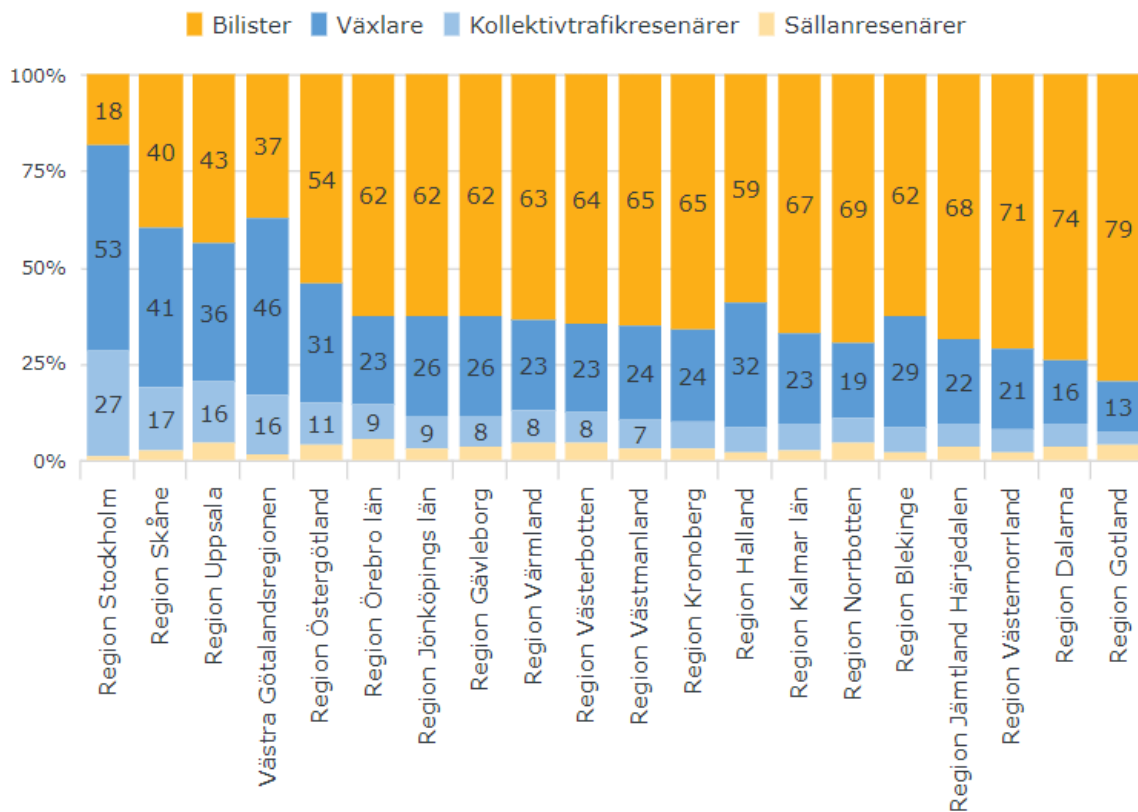


Figur 8, Resenärstyper år 2019, 2022 och 2023



Fördelningen i resenärstyper per region speglar överlag kollektivtrafikens marknadsandel. Bilister är den största gruppen resenärstyper för samtliga regioner förutom de tre storstadsregionerna. För många regioner tillhör en klar majoritet av resenärerna denna grupp.

Andelen bilister har minskat i samtliga regioner sedan 2022 med undantag för region Gotland där det är oförändrat. Störst förändring har skett i Västra Götalandsregionen. Där har andelen bilister minskat med sex procentenheter och ersatts av växlare.

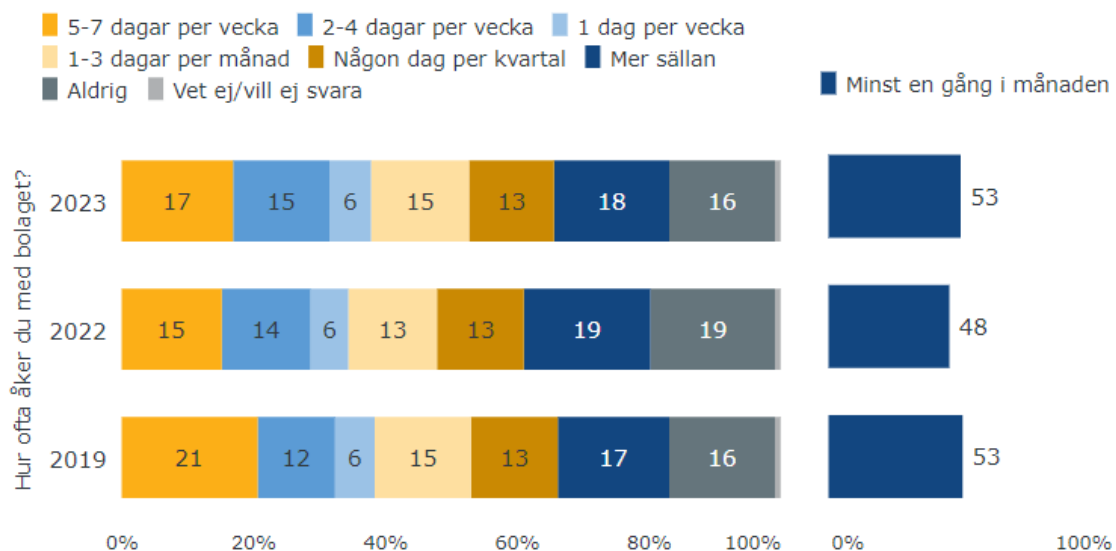


Figur 9, Resenärstyper per samtliga regioner år 2023

## Resefrekvens med kollektivtrafik och bil

Resefrekvensen med kollektivtrafiken har ökat under det senaste året och andelen som reser med kollektivtrafiken minst en gång i månaden är nu tillbaka på samma nivå som 2019, efter att ha varit klart lägre under pandemiåren. Ökningen har främst skett bland de som reser minst fem dagar i veckan samt 1–3 dagar per månad. Andelen som reser minst fem dagar i veckan har ökat tydligast i den yngsta målgruppen 15–29 år jämfört med 2022.

Vilka kollektiva färdmedel som används är så gott som oförändrat under de senaste åren. Vanligast är buss (54 procent) och tåg (28 procent) följt av tunnelbana (10 procent) och spårvagn (5 procent).



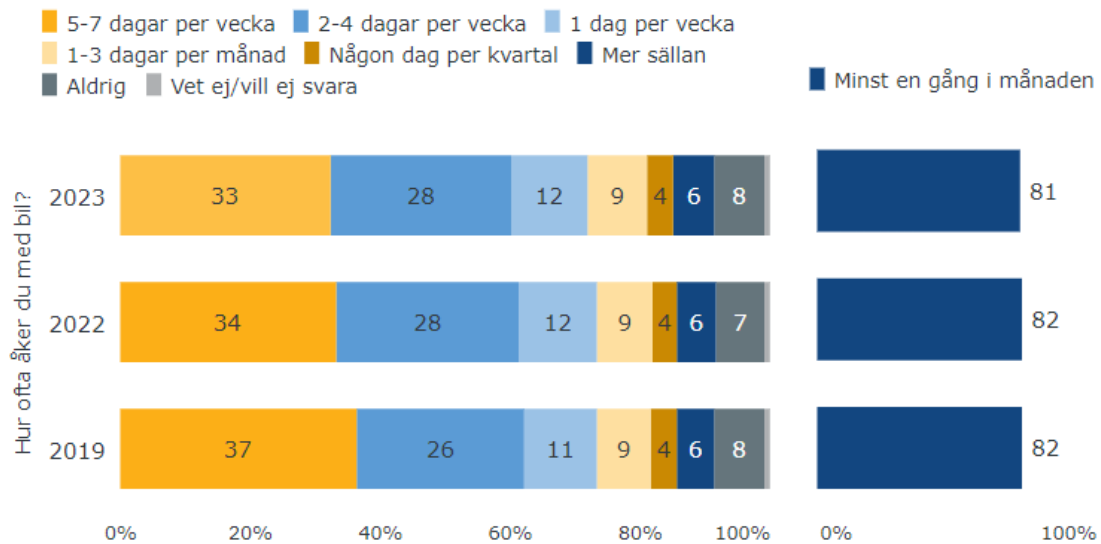
Figur 10, Resefrekvens med kollektivtrafik år 2019, 2022 och 2023

### Regioner med högst resefrekvens med kollektivtrafik

I följande regioner är andelen som reser med regionala kollektivtrafikbolag minst någon gång per månad som högst:

- Region Stockholm – 80 procent
- Västra Götalandsregionen – 61 procent
- Region Skåne – 57 procent

Andelen som reser med bil minst en gång i månaden är 81 procent, marginellt lägre än 2022. Sedan 2019 har andelen som reser med bil minst fem dagar i veckan minskat och i stället har andelen som reser 2–4 dagar per vecka ökat något. En bidragande orsak till förändringen är troligtvis att allt fler numera arbetar på distans någon eller några gånger i veckan.



Figur 11, Resefrekvens med bil år 2019, 2022 och 2023

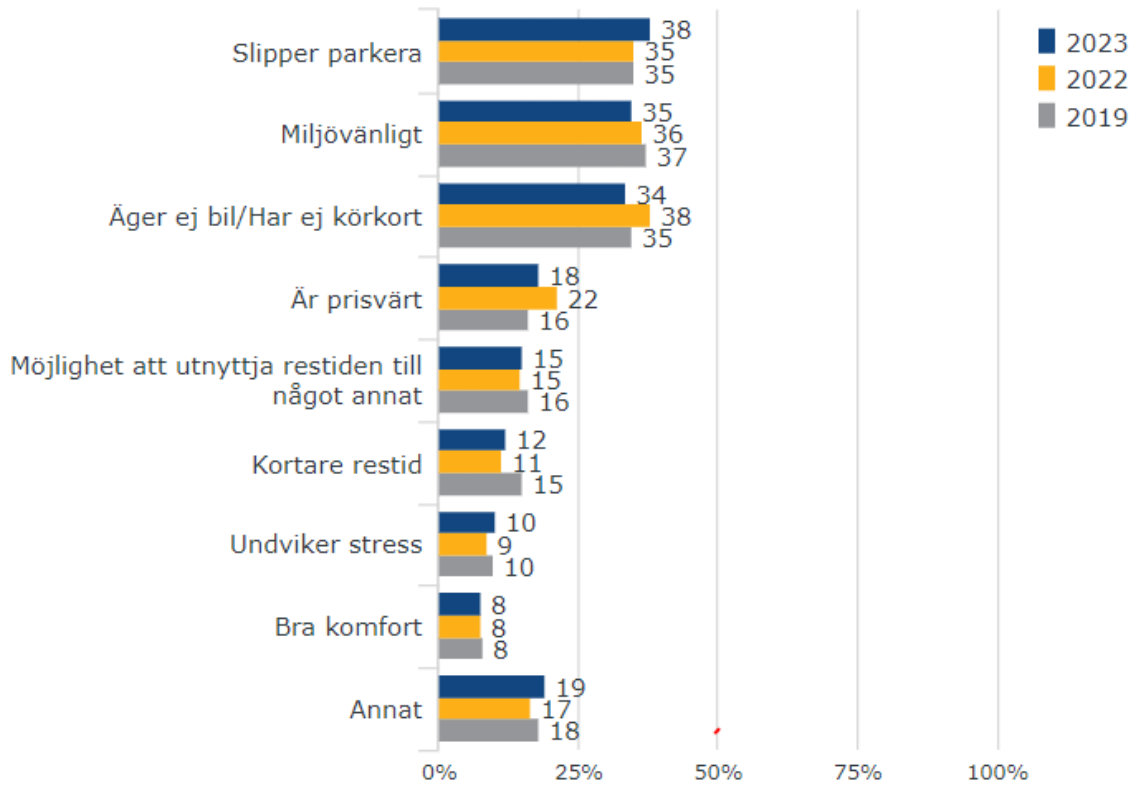
## Regioner med högst resefrekvens med bil

I följande regioner är andelen som reser med bil minst någon gång per månad jämförelsevis högst:

- Region Gotland – 92 procent
- Region Blekinge – 91 procent
- Region Halland – 91 procent
- Region Västernorrland – 91 procent

## Skäl till kollektivt resande

De som reser med kollektivtrafiken minst någon gång i månaden får svara på en fråga om vad som är främsta skälen till att resa med kollektivtrafikbolaget.



Figur 12, Skäl till att resa med bolaget år 2019, 2022 och 2023

De vanligaste skälen till att resa med kollektivtrafiken är fortsatt för att slippa parkera, för att det är miljövänligt och på grund av att man inte äger en bil eller inte har körkort. Att slippa parkera har blivit ett vanligare skäl medan avsaknad av bil eller körkort samt prisvärdhet har minskat sedan 2022. Andelen som anger miljövänligt har en svagt långsiktig negativ trend och minskar nu för tredje året i följd (2020 uppgick andelen till 40 procent).

### Regioner där högst andel uppger att de reser med kollektivtrafikbolaget med skälet att de slipper parkera

- Region Skåne – 45 procent
- Region Stockholm – 42 procent
- Västra Götalandsregionen – 42 procent

### **Regioner där högst andel uppger att de reser med kollektivtrafikbolaget med skälet att det är miljövänligt**

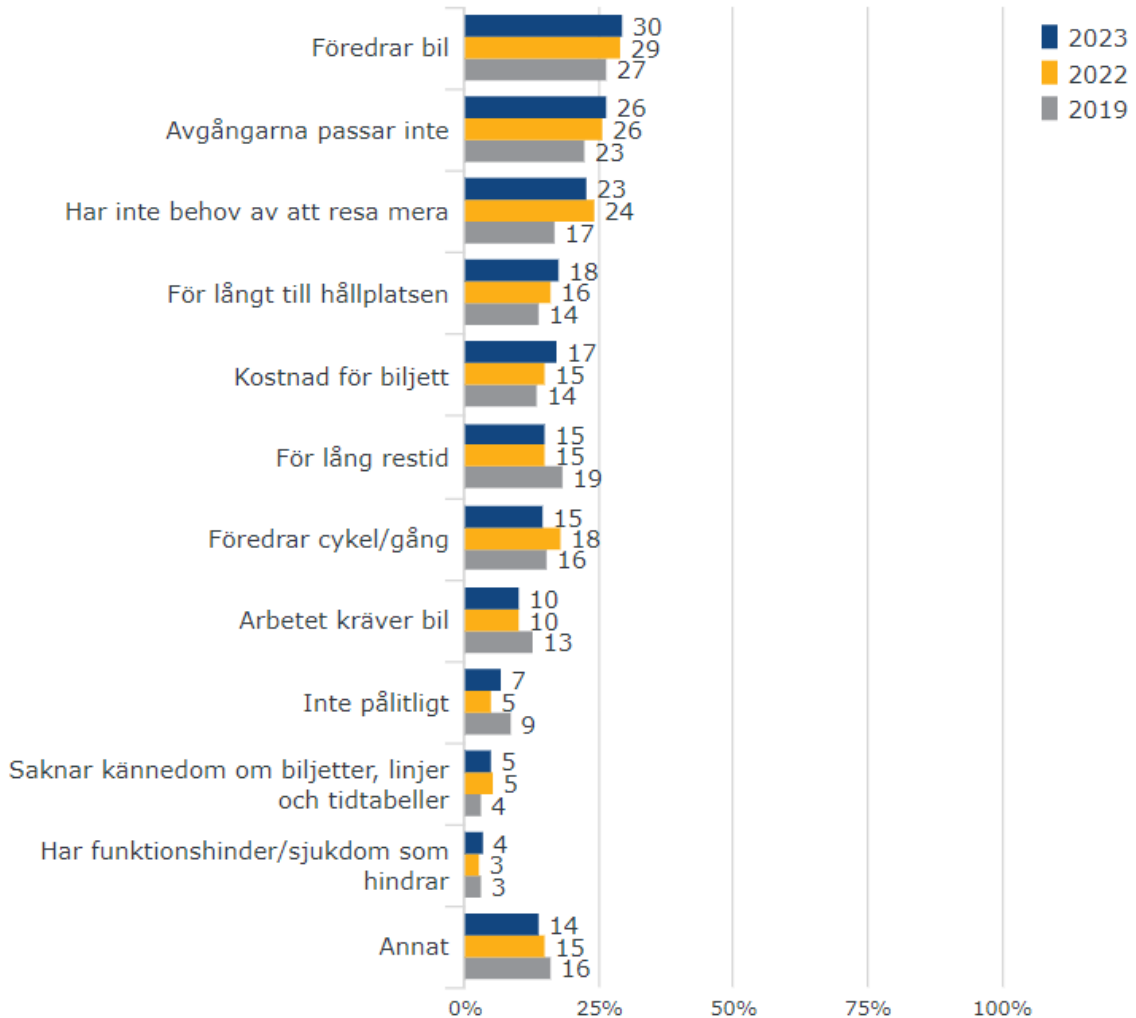
- Region Gotland – 44 procent
- Region Västerbotten – 41 procent

### **Regioner där högst andel uppger att de reser med kollektivtrafikbolaget med skälet att de inte äger bil/körkort**

- Region Västmanland – 44 procent
- Region Västernorrland – 41 procent
- Region Dalarna – 40 procent
- Region Jämtland Härjedalen – 40 procent

## Hinder för kollektivt resande

De som reser med kollektivtrafiken mer sällan än någon gång i månaden får svara på en fråga om vad som är främsta skälen till att inte resa med kollektivtrafikbolaget.



Figur 13, Hinder för att resa med bolaget år 2019, 2022 och 2023

Den vanligaste anledningen till att inte resa med kollektivtrafiken är fortsatt för att man föredrar bil, vilket har varit det främsta hindret de senaste åren. Andelen ligger fortsatt högre än innan pandemin, 2019. Att man har för långt till hållplatsen, kostnaden för biljetten samt att det inte är pålitligt är anledningar som har ökat mest under det senaste året. Det är allt färre som uppger att de föredrar cykel eller gång.

### **Regioner där högst andel uppger att de inte reser med kollektivtrafikbolaget på grund av att de föredrar bil**

- Västra Götalandsregionen – 33 procent
- Region Dalarna – 33 procent
- Region Gävleborg – 33 procent

### **Regioner där högst andel uppger att de inte reser med kollektivtrafikbolaget på grund av att avgångarna inte passar**

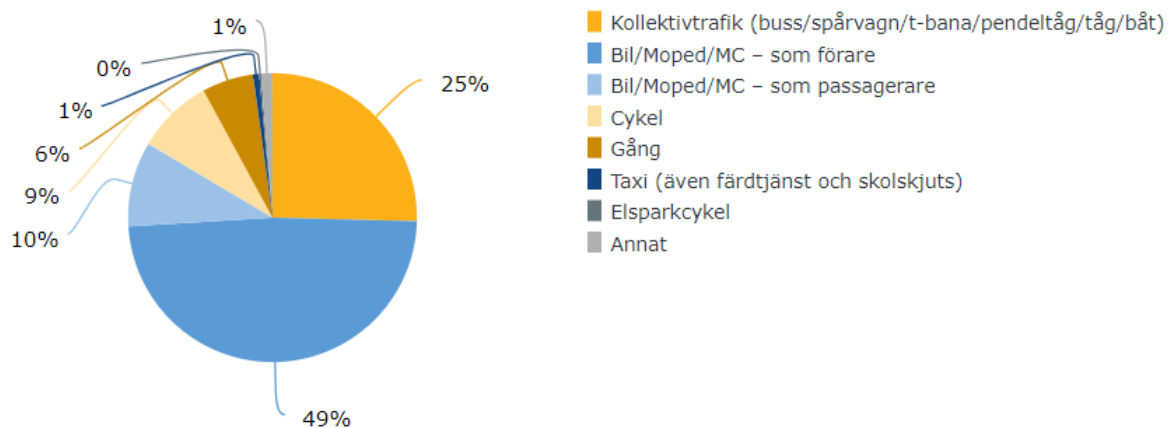
- Region Gotland – 44 procent
- Region Dalarna – 40 procent
- Region Västernorrland – 38 procent

## Resorna under året

Respondenterna fick i enkäten svara kring sitt resande under föregående dygn. Resultaten i detta avsnitt baseras på de 66 procent som anger att de gjort resor. Andelen som gjort någon resa har ökat marginellt och ligger nu på en något högre nivå än både 2022 och 2019.

### Huvudsakligt färdmedel

En resa kan genomföras med mer än ett färdmedel men de allra flesta (90 procent) görs med endast ett färdmedel. Andelen som reser med två färdmedel har dock ökat med fyra procentenheter sedan 2019. De vanligaste färdmedlen att kombinera är gång och kollektivtrafik.

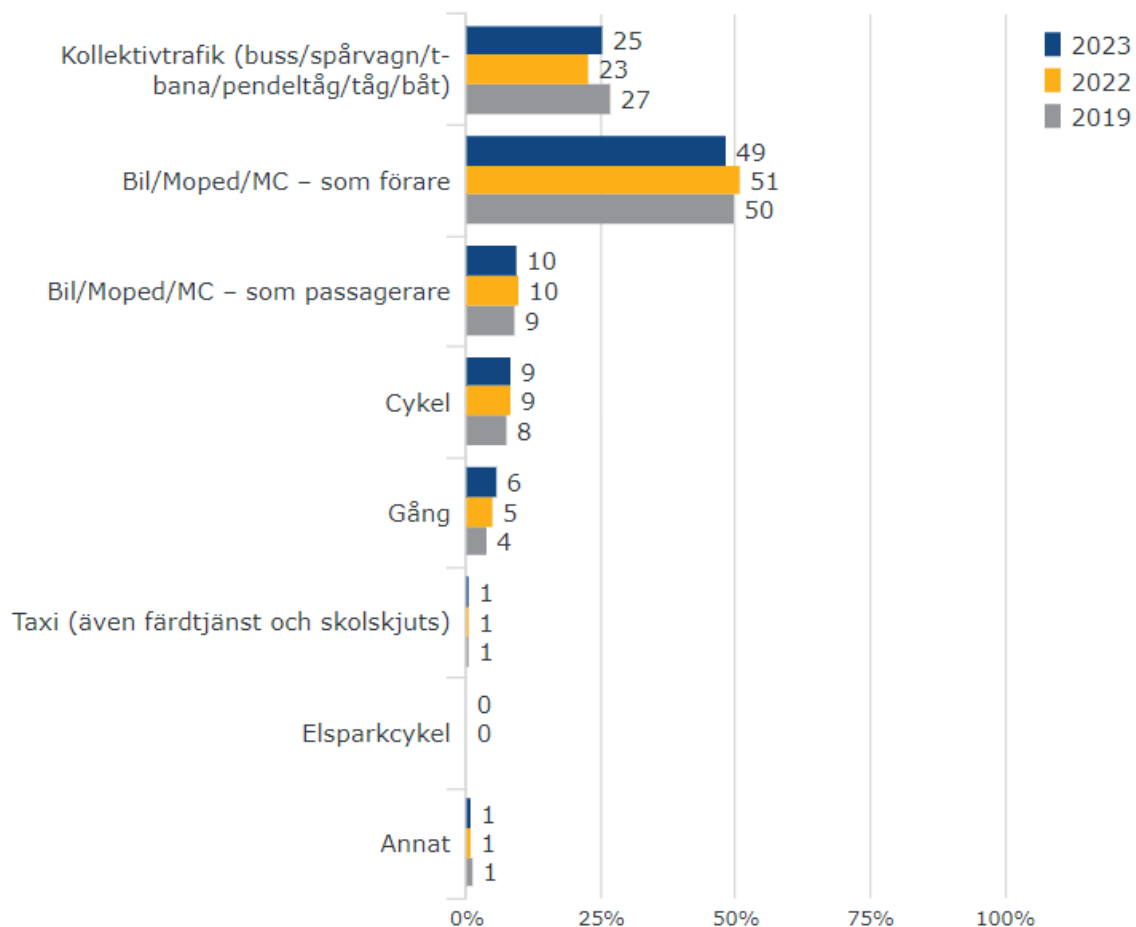


Figur 14, Huvudsakligt färdmedel för resor under senaste resdagen år 2023

Nästan hälften av resorna har genomförts som förare av bil, moped eller MC och ytterligare tio procent som passagerare. Under det senaste året har kollektivtrafikresor ökat men ligger fortfarande lägre än 2019 (27 procent).



## Resvanor



Figur 15, Huvudsakligt färdmedel för resor under senaste resdagen år 2019, 2022 och 2023<sup>2</sup>

De allra flesta resor med kollektivtrafiken sker med buss (65 procent), följt av tåg (27 procent), tunnelbana (25 procent) och spårvagn (12 procent).

### Regioner där högst andel under mät dagen rest med kollektivtrafiken

- Region Stockholm – 46 procent
- Västra Götalandsregionen – 28 procent
- Region Skåne – 27 procent

<sup>2</sup> Färdmedlet Elsparkcykel lades till som svarsalternativ under hösten 2021.

## Regioner där högst andel under mätdagen rest med bil/moped/mc som förare

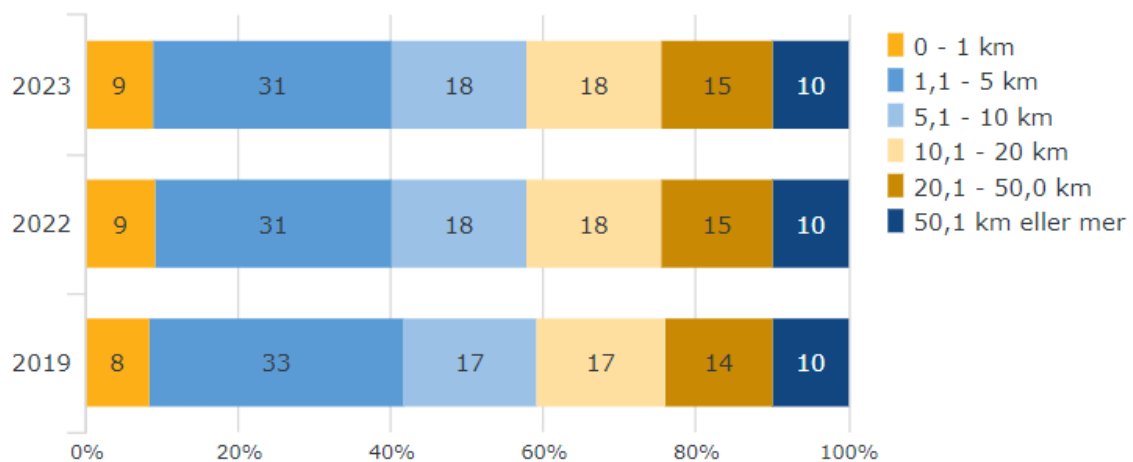
- Region Västernorrland – 68 procent
- Region Dalarna – 67 procent
- Region Gotland – 66 procent
- Region Norrbotten – 66 procent

## Regioner där högst andel under mätdagen rest med elsparkcykel

- Region Stockholm – 0,4 procent
- Region Östergötland – 0,4 procent
- Region Skåne – 0,4 procent
- Region Halland – 0,4 procent

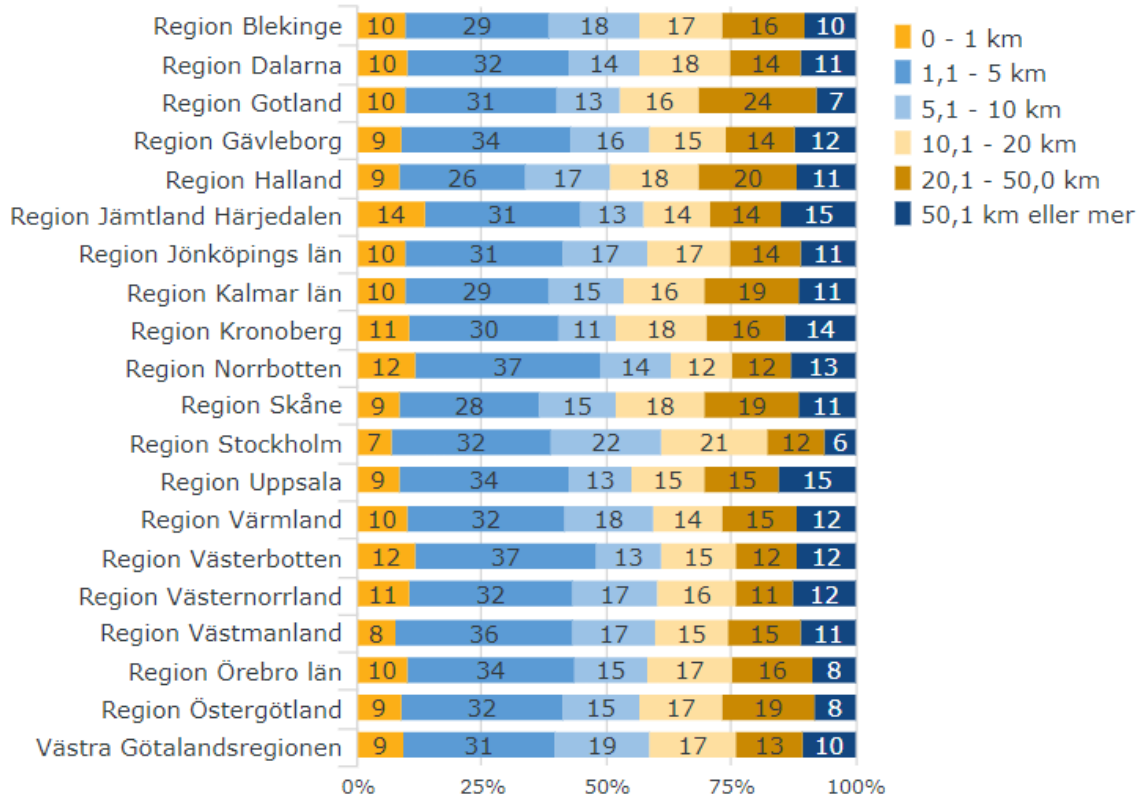
## Reslängd

Reslängden för resorna under 2023 är oförändrade sedan 2022. Den vanligaste reslängden är resor över 1 kilometer upp till och med 5 kilometer. Jämfört med innan pandemin, dvs år 2019, har den reslängden minskat något.



Figur 16, Reslängd för resor under senaste resdagen år 2019, 2022 och 2023

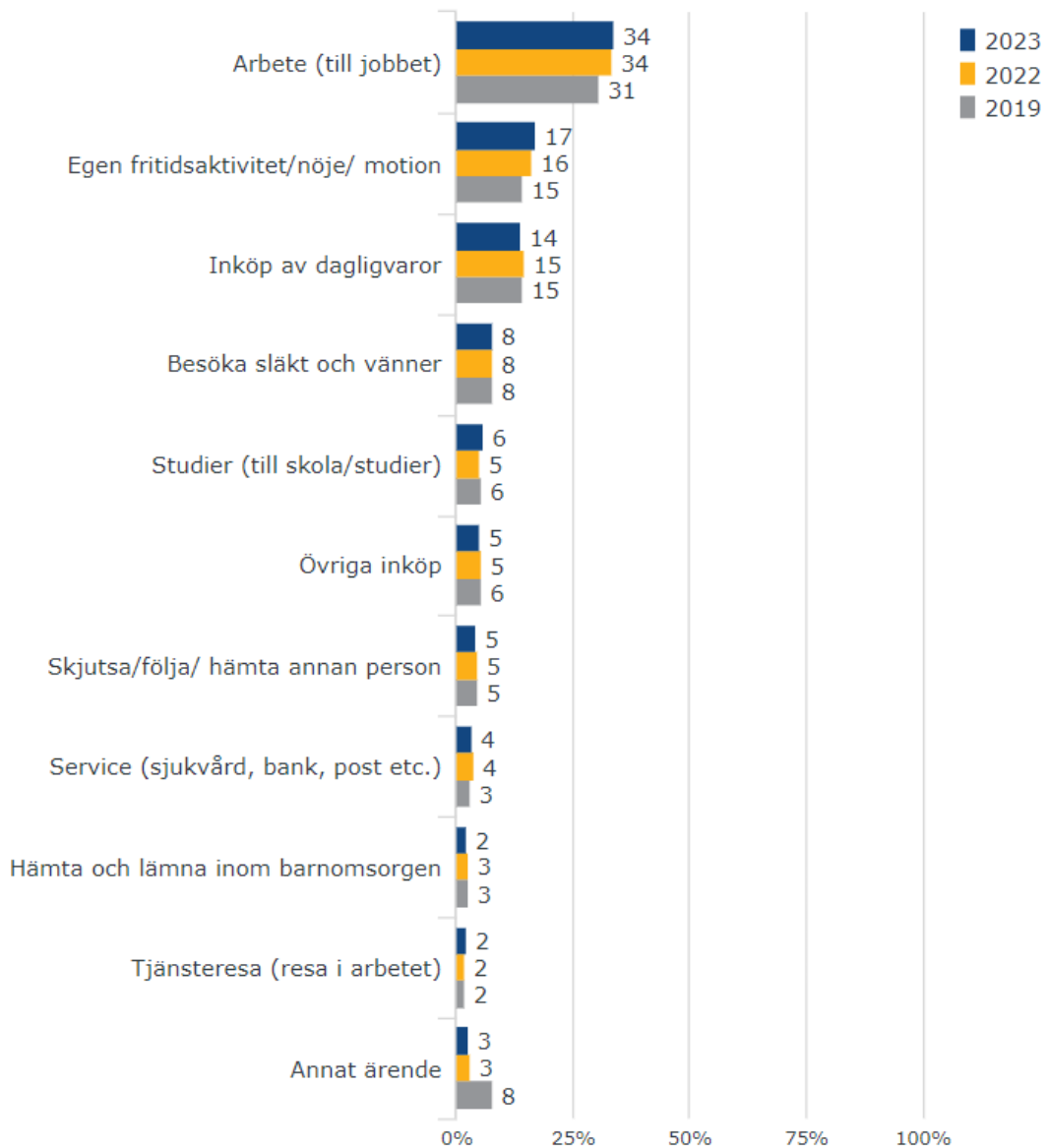
I samtliga regioner är det i år vanligast med resor mellan 1 och 5 kilometer. I region Gotland är nästan en fjärdedel av resornas längd mellan 20 och 50 kilometer långa medan 14 procent av resorna i region Jämtland Härjedalen är upp till 1 kilometer långa.



Figur 17, Reslängd för resor under senaste resdagen per samtliga regioner år 2023

## Ärenden

Med undantag för hemresor, som utgör 40 procent av alla resor, så är arbete fortsatt det vanligaste ärendet för resorna. Därefter kommer egen fritidsaktivitet, nöje eller motion samt inköp av dagligvaror. En ökning har skett sedan 2019 bland de som har arbete som ärende för sin resa samt egen fritidsaktivitet, nöje eller motion.



Figur 18, Ärenden för resor senaste resdagen (hemresor exkluderat) år 2019, 2022 och 2023

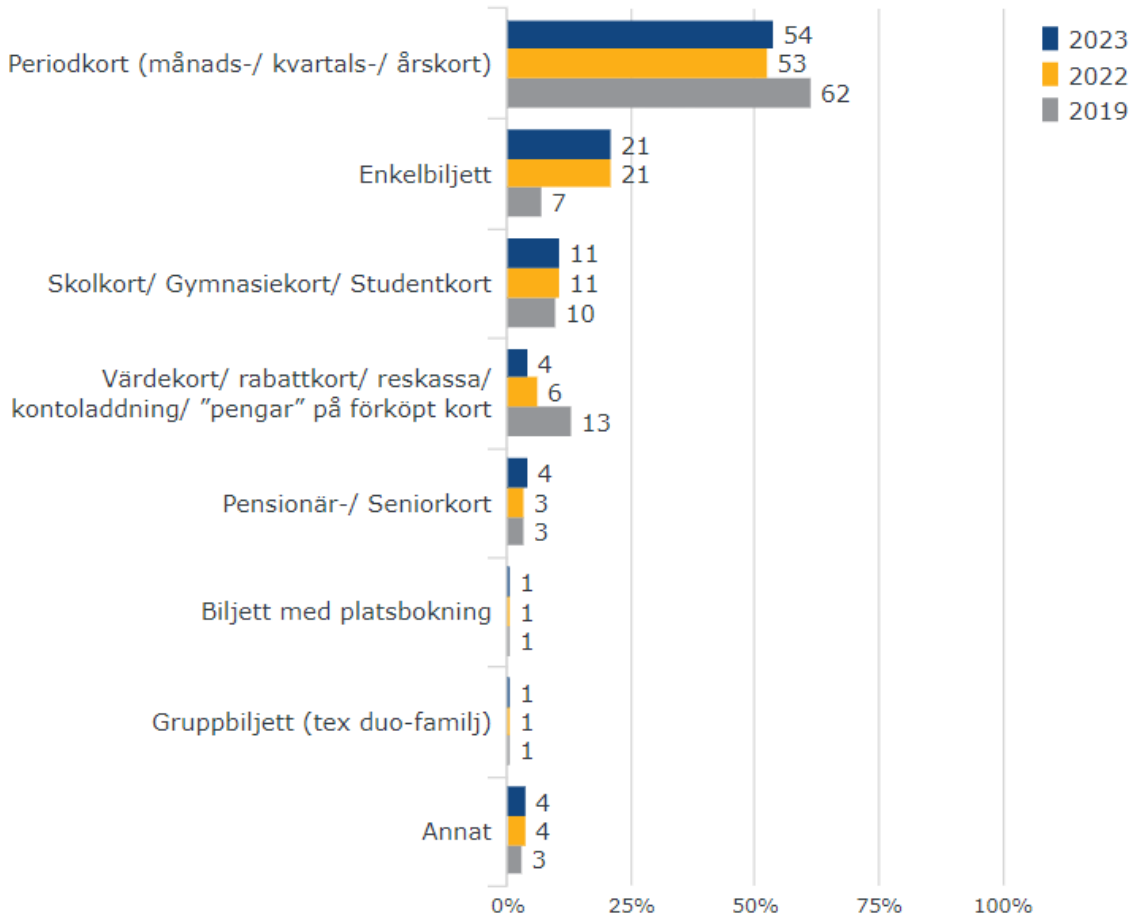
En jämförelse mellan 2019 och 2023 visar att användningen av kollektivtrafik är relativt stabil sett till de olika ärendekategorierna. Arbetsrelaterade resor är den dominerande ärendetypen och har även ökat något sedan 2019, vilket den även gjort för övriga färdmedel.

Ärende och huvudsakligt färd sätt	Kollektivtrafik		Bil/Moped/MC som förare		Bil/Moped/MC passagerare		Cykel		Gång	
	2019	2023	2019	2023	2019	2023	2019	2023	2019	2023
Arbete (till jobbet)	37%	40%	29%	32%	15%	17%	34%	41%	25%	30%
Studier (till skola/studier)	14%	14%	1%	1%	5%	5%	7%	6%	7%	9%
Tjänsteresa (resa i arbetet)	2%	2%	2%	3%	1%	2%	2%	2%	1%	1%
Inköp av dagligvaror	7%	6%	17%	17%	17%	16%	13%	12%	17%	15%
Övriga inköp	4%	4%	6%	6%	8%	7%	4%	4%	5%	5%
Service (sjukvård, bank, post etc.)	3%	4%	3%	4%	3%	4%	2%	2%	3%	4%
Hämta och lämna inom barnomsorgen	2%	1%	3%	3%	1%	1%	4%	3%	4%	4%
Skjutsa/följa/ hämta annan person	2%	1%	7%	7%	4%	5%	3%	3%	2%	2%
Besöka släkt och vänner	8%	8%	8%	8%	14%	14%	5%	5%	6%	7%
Egen fritidsaktivitet/nöje/motion	15%	16%	13%	16%	21%	25%	19%	21%	20%	20%
Annat ärende	7%	2%	9%	3%	10%	4%	6%	2%	9%	3%

Figur 19, Ärenden per färdmedel, år 2019 och 2023

## Typ av biljett

De flesta som reser med kollektivtrafiken reser med någon form av periodkort. Andelen har ökat marginellt det senaste året men ligger fortsatt på en lägre nivå jämfört med 2019. Enkelbiljett har ökat mest sedan 2019 medan värdekort eller dylikt har minskat över tid.



Figur 20, Biljettyp för resor senaste resdagen (hemresor exkluderat) år 2019, 2022 och 2023

### Regioner där det är vanligast att resa med periodkort

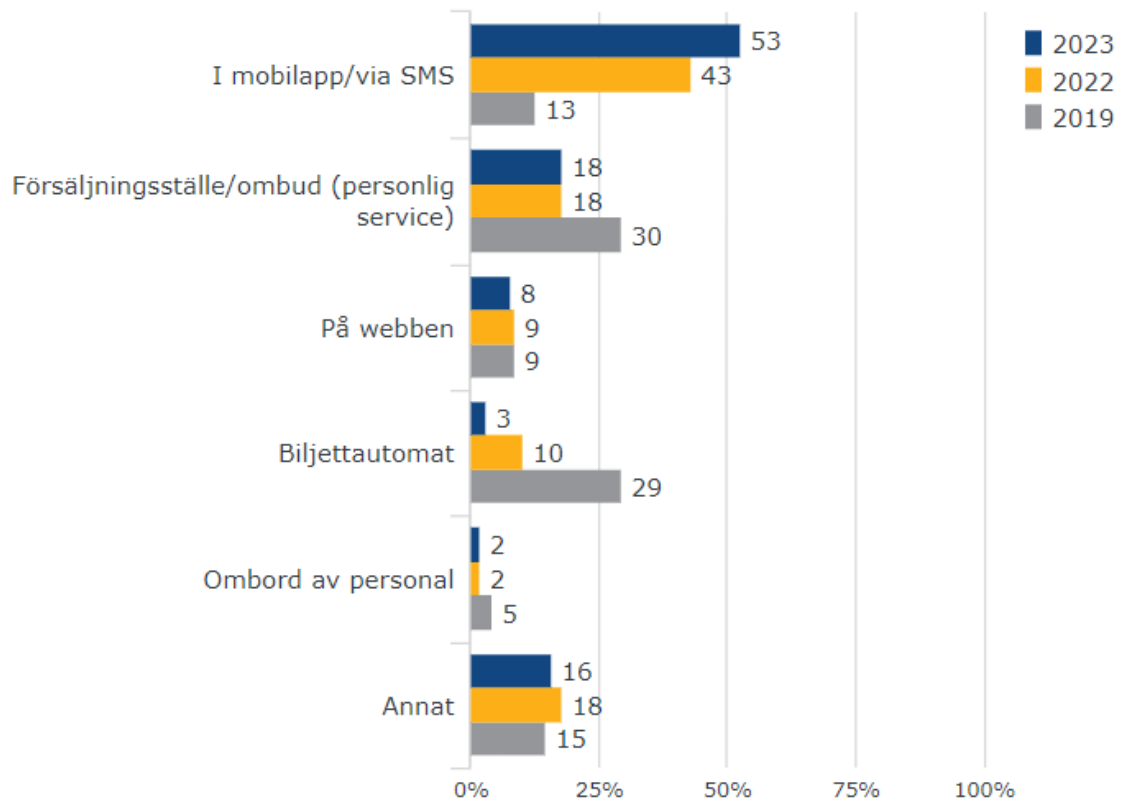
- Region Stockholm – 58 procent
- Region Jönköping – 53 procent
- Region Skåne – 52 procent

### Regioner där det är vanligast att resa med enkelbiljett

- Region Kronoberg – 33 procent
- Region Kalmar – 29 procent

## Inköpsställen

Andelen som inhandlar sina biljetter i mobilapp eller via SMS fortsätter att öka och har ökat med hela 40 procentenheter sedan 2019. Köp i biljettautomat har i stället minskat rejält och utgör idag endast tre procent av den totala biljettförsäljningen. Även köp via försäljningsställe eller ombud har minskat över tid.



Figur 21, Inköpsställe för resor senaste resdagen år 2019, 2022 och 2023

### Regioner där det är vanligast att köpa sin biljett i mobilapp

- Region Skåne – 70 procent
- Region Kronoberg – 64 procent
- Region Östergötland – 60 procent

## Regioner där det är vanligast att köpa sin biljett hos försäljningsställe/ombud

- Region Västernorrland – 25 procent
- Region Stockholm – 24 procent
- Region Norrbotten – 23 procent

De som handlar sin biljett i mobilapp eller via försäljningsställe köper främst någon form av periodkort. Enkelbiljetter köps oftast ombord av personal.

Biljettyper / Inköpsställen	Biljett-automat	Försäljningsställe/ ombud (personlig service)	Ombord av personal	På webben	I mobilapp/ via SMS
Periodkort (månads-/ kvartals-/ årskort)	34%	67%	24%	58%	62%
Enkelbiljett	7%	10%	13%	6%	3%
Värdekort/reskassa/kontoladdning etc.	44%	5%	46%	15%	26%
Skolkort/gymnasiekort/studentkort	1%	0%	0%	1%	1%
Pensionär-/seniorkort	1%	0%	1%	4%	1%
Biljett med platsbokning	6%	2%	5%	3%	3%
Gruppbiljett (t.ex. duo-familj)	4%	5%	7%	8%	4%
Annat	2%	11%	5%	4%	1%

Figur 22, Biljettyp per inköpsställe för resor senaste resdagen år 2023

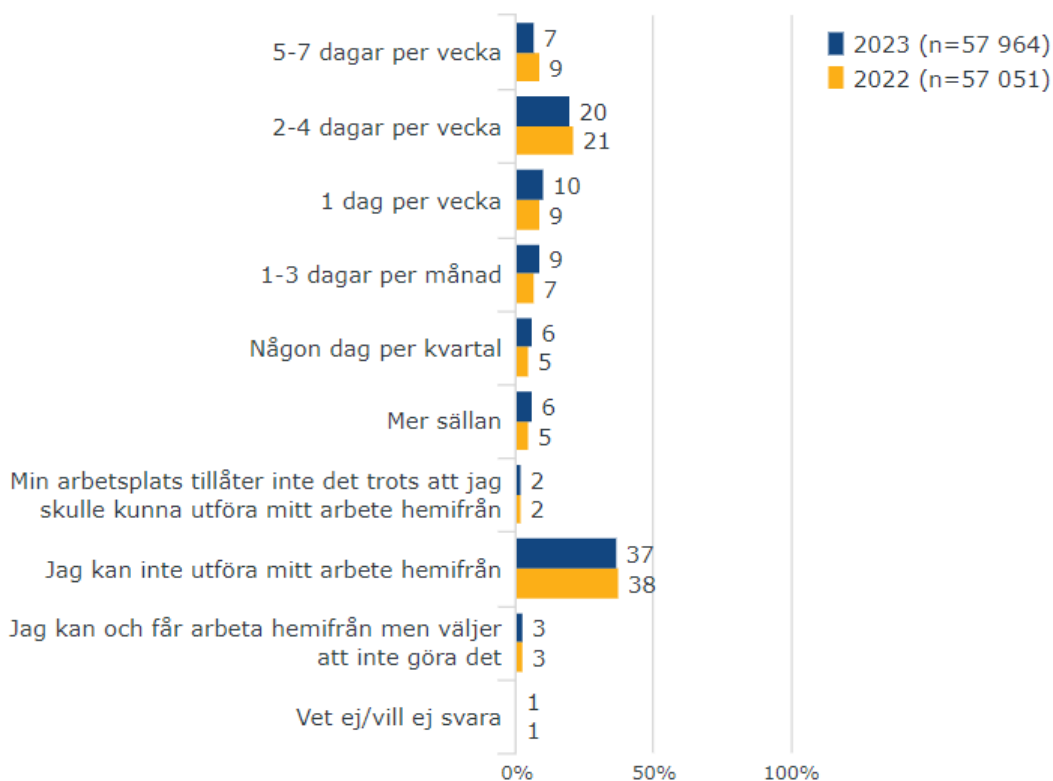


## Distansarbete

Bland yrkesverksamma är det 37 procent som arbetar på distans minst någon dag per vecka. Ytterligare 21 procent uppger att de arbetar på distans någon eller några dagar i månaden eller mindre frekvent. 42 procent svarar att de inte utför sitt arbete hemifrån, antingen på grund av att de inte kan det, att arbetsplatsen inte tillåter det eller att de själva väljer att inte göra det trots möjlighet.

Andelen som arbetar på distans minst en dag per vecka har minskat något under det senaste året. Det har i stället blivit lite mer vanligt att arbeta på distans någon eller några dagar i månaden eller mindre frekvent. Män samt de som bor på landsbygd med besöksnäring arbetar i större utsträckning på distans mellan 5–7 dagar per vecka jämfört med övriga. Kvinnor samt personer upp till 29 år uppger i högre grad att de inte kan utföra sitt arbete hemifrån.

### Hur ofta arbetar du på distans?



Figur 23, Frekvens av distansarbete, år 2022 och 2023

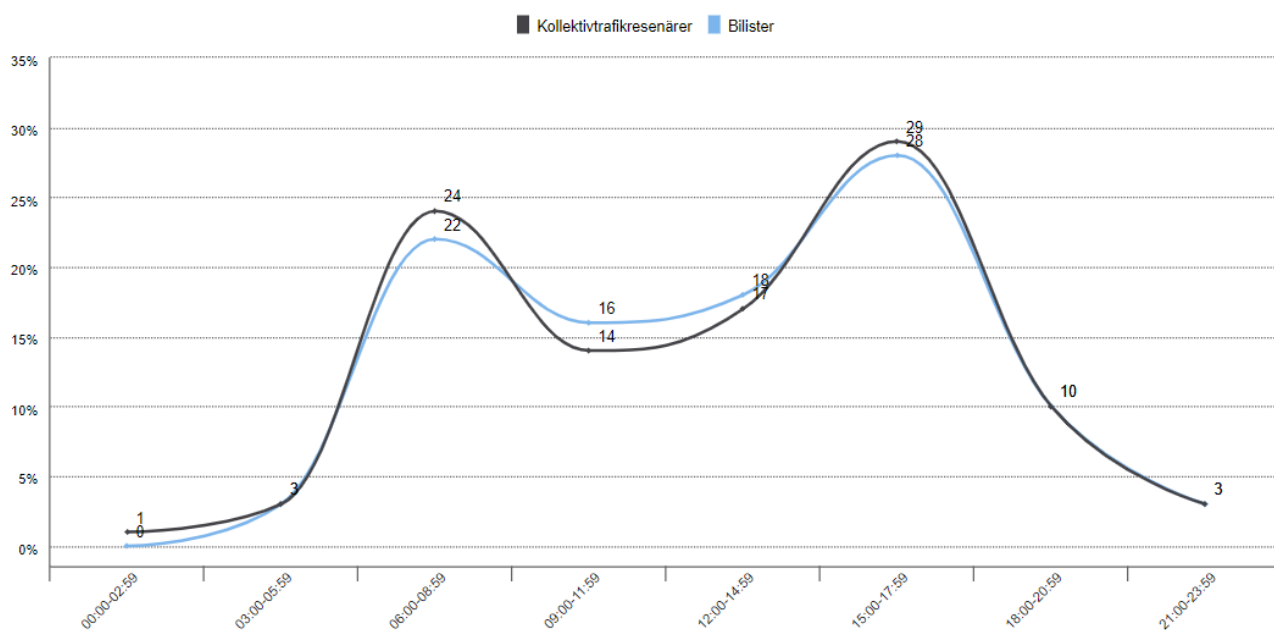
De branscher med högst andel som arbetar på distans minst en dag i veckan är information och kommunikation samt finans- och försäkringsverksamheter. Hotell- och restaurangverksamhet och vård och omsorg är de branscher där flest uppger att de inte kan arbeta hemifrån. De som arbetar under vardagar

arbetar på distans minst en dag i veckan i större utsträckning än de som arbetar helger. Att inte kunna utföra sitt arbete hemifrån är vanligare bland de som arbetar helger.

Yrkesverksamma har även fått svara på vilka veckodagar som de var på arbetsplatsen under de senaste sju dagarna (det vill säga inte distansarbetade). Totalt är det 94 procent som uppger att de var minst någon veckodag på arbetsplatsen medan övriga 6 procent anger att de inte var på arbetsplatsen under hela veckan. Under måndag till torsdag är det en ungefär lika hög andel som är på arbetsplatsen, mellan 77 och 79 procent. Fredag är den vardag då en klart lägre andel är på arbetsplatsen, 66 procent. Lördagar och söndagar är mindre frekventa, ungefär var tionde är på arbetsplatsen dessa dagar.

## Tidpunkt för resor

Den vanligaste starttiden för både kollektivtrafikresenärer och bilister är mellan 15:00-17:59 följt av 06:00-08:59. De olika resenärstyperna följer i stort sett samma kurvor med några mindre avvikelser. Mellan 06:00-08:59 är det något vanligare att resa kollektivt medan det är vanligare att ta bilen mellan 09:00-11:59. Fördelningen av resor under dygnet har i hög grad samma mönster som under 2022.



Figur 24, Starttid för resor per resenärstyp, år 2023

Kollektivtrafik används i stor utsträckning mellan 06:00-08:59 samt 15:00-17:59, vilket troligtvis speglar resvanor relaterade till arbets- och skoltider.

Bil/moped/mc används också i stor utsträckning under dessa tider men används i högre grad före och efter lunch samt tidiga kvällar, jämfört med kollektivtrafikens fördelning.

Färdmedel	Starttid för resa							
	00:00-02:59	03:00-05:59	06:00-08:59	09:00-11:59	12:00-14:59	15:00-17:59	18:00-20:59	21:00-23:59
Kollektivtrafik (buss/spårvagn/t-bana/pendeltåg/tåg/båt)	1%	3%	28%	12%	15%	29%	10%	3%
Bil/Moped/MC - som förare	0%	3%	21%	16%	18%	28%	11%	3%
Bil/Moped/MC - som passagerare	1%	1%	14%	19%	21%	27%	13%	4%
Cykel	0%	2%	27%	11%	13%	31%	13%	3%
Gång	1%	1%	22%	14%	18%	29%	12%	3%
Taxi (även färdtjänst och skolskjuts)	3%	2%	20%	15%	25%	21%	8%	5%
Annat	1%	4%	23%	18%	17%	22%	11%	3%

Figur 25, Starttid för resor per färdmedel, år 2023

De som använder cykel, gång och kollektivtrafik reser i högst grad under vardagar måndag - fredag. Färdmedlet bil/moped/mc som passagerare har högst andel som reser under lördag – söndag.

Färdmedel	Resdag	
	Mån-Fre	Lör-Sön
Kollektivtrafik (buss/spårvagn/t-bana/pendeltåg/tåg/båt)	81%	19%
Bil/Moped/MC - som förare	78%	22%
Bil/Moped/MC - som passagerare	67%	33%
Cykel	84%	16%
Gång	80%	20%
Taxi (även färdtjänst och skolskjuts)	73%	27%
Annat	75%	25%

Figur 26, Resdag per färdmedel, år 2023



## ATTITYDER

### Förutsättningar för kollektivt resande

Kunderna upplever överlag bättre förutsättningar för att resa med kollektivtrafiken än allmänheten i stort. Merparten av de enskilda faktorerna uppfylls för majoriteten av både kunder och allmänhet. Bland kunder och allmänhet är den främsta förutsättningen för att resa med kollektivtrafiken att de vet hur de åker med bolaget för de flesta av sina resor.



Figur 27, Förutsättningar för kollektivt resande (instämmandegrad) för allmänheten och kunder år 2023

Vid en jämförelse av kunder och allmänheten är skillnaden som störst för faktorerna gällande möjligheterna att kunna använda kollektivtrafikbolaget för de flesta resor man gör, huruvida avgångstiderna passar behoven samt att veta hur man kan åka med bolaget för de flesta resor man gör.

Att kunna lita på att komma fram i tid samt att spara tid genom att resa med kollektivtrafikbolaget är de faktorer som visar på störst förbättringspotential totalt sett. Prisvärdhet ligger på en låg nivå jämfört med övriga faktorer men det är normalt för frågor om pris i enkätundersökningar. Priset är för de flesta inte det mest avgörande för om man är kund eller inte just nu.

### **Regioner där kunskapen bland kunder om hur man kan åka med bolaget är som högst**

- Region Västmanland – 93 procent
- Region Stockholm – 92 procent
- Region Östergötland – 90 procent
- Västra Götalandsregionen – 90 procent

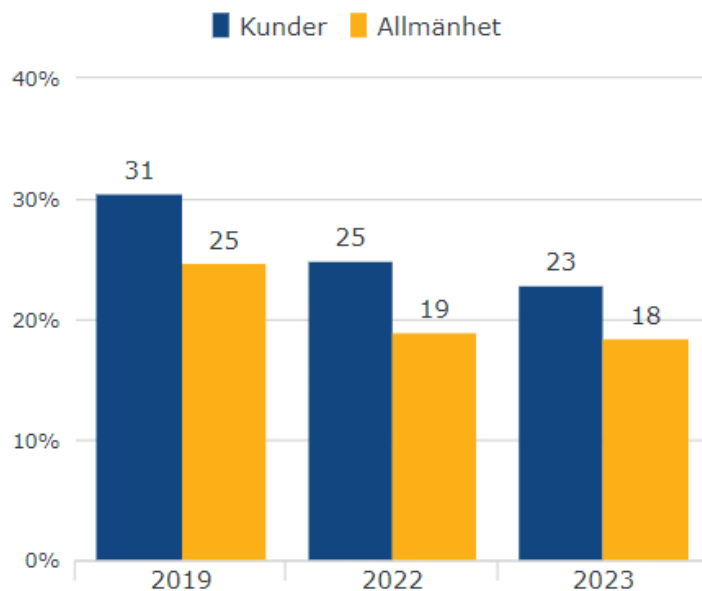
### **Regioner där kunder i störst utsträckning anser sig ha nära till stationer och hållplatser för de flesta resor de gör**

- Region Stockholm – 85 procent
- Region Uppsala – 81 procent
- Region Gävleborg – 81 procent

### **Regioner där kunder i högst grad anser att det är viktigt att de bidrar till en bättre miljö när de åker kollektivt**

- Region Gotland – 81 procent
- Region Västerbotten – 80 procent
- Region Örebro – 79 procent
- Region Norrbotten – 79 procent

Var sjätte medborgare ser en förbättring i sina möjligheter att resa kollektivt. Andelen är högre bland kunder, där nästan en av fyra upplever förbättrade möjligheter. Från 2019 till 2023 har resultatet minskat för så väl allmänhet som kunder, 8 respektive 7 procentenheter.



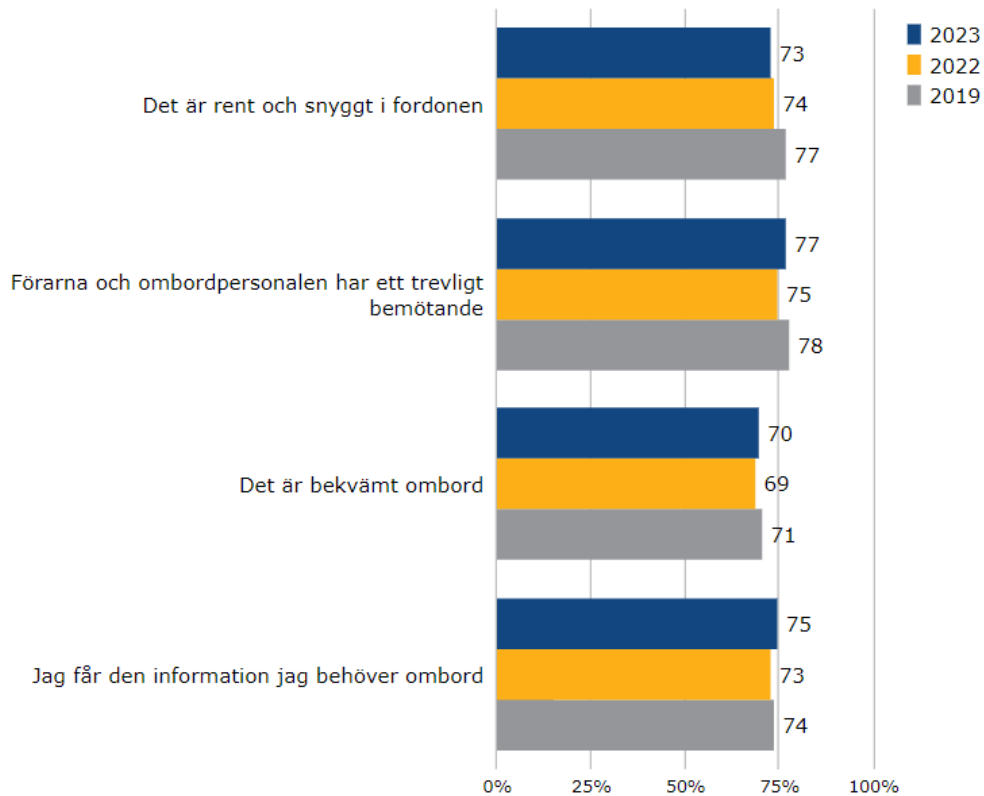
Figur 28, Förbättring i möjligheterna att resa kollektivt för allmänheten och kunder år 2019, 2022 och 2023

### **Regioner där kunder i högst grad anser att deras möjligheter att resa kollektivt förbättrats det senaste året**

- Region Blekinge – 34 procent
- Region Värmland – 34 procent

## Ombordfaktorer i kollektivtrafiken

Kunder som reser med kollektivtrafikbolaget minst någon gång i kvartalet har fått svara på frågor om hur de upplever olika faktorer ombord. Frågorna inom detta område har inte ställts för samtliga deltagande kollektivtrafikbolag så det reflekterar inte fullt ut alla typer av kollektiva färdmedel och inte alla regioner i landet.



Figur 29, Ombordfaktorer i kollektivtrafiken (instämmandegrad) bland kunder år 2019, 2022 och 2023

Majoriteten av resenärerna ger höga betyg till diverse faktorer ombord i kollektivtrafiken. Nöjdheten har ökat för samtliga faktorer under det senaste året med undantag för huruvida det är rent och snyggt i fordonen. Det är också den faktor som har minskat mest över tid. Övriga faktorer uppgår nu till i stort sett samma nivåer som under 2019.



### **Regioner där resenärer i störst utsträckning anser det vara rent och snyggt i fordonen**

- Region Värmland – 82 procent
- Region Gotland – 81 procent
- Region Kalmar – 79 procent
- Region Norrbotten – 79 procent

### **Regioner där resenärer i högst grad anser att förare och ombordpersonal har ett trevligt bemötande**

- Region Blekinge – 82 procent
- Region Värmland – 82 procent
- Region Norrbotten – 82 procent

### **Regioner där resenärer i störst utsträckning anser att det är bekvämt ombord**

- Region Värmland – 77 procent
- Region Blekinge – 76 procent
- Region Norrbotten – 74 procent

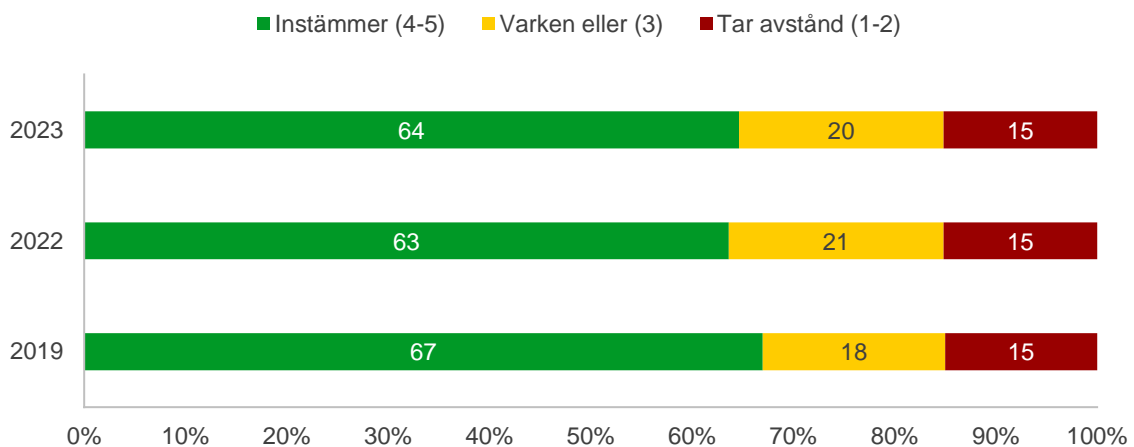
### **Regioner där resenärer i högst grad instämmer i att de får den information de behöver ombord**

- Region Kalmar – 80 procent
- Region Gotland – 80 procent
- Region Värmland – 79 procent

## Trygghet

Mer än hälften uppger att de känner sig trygga när de reser med kollektivtrafikbolagen. Andelen instämmande har ökat marginellt under det senaste året men är fortfarande på en lägre nivå jämfört med 2019. De som tar avstånd ligger kvar på samma nivå.

### Allmänhetens upplevelse av trygghet över tid

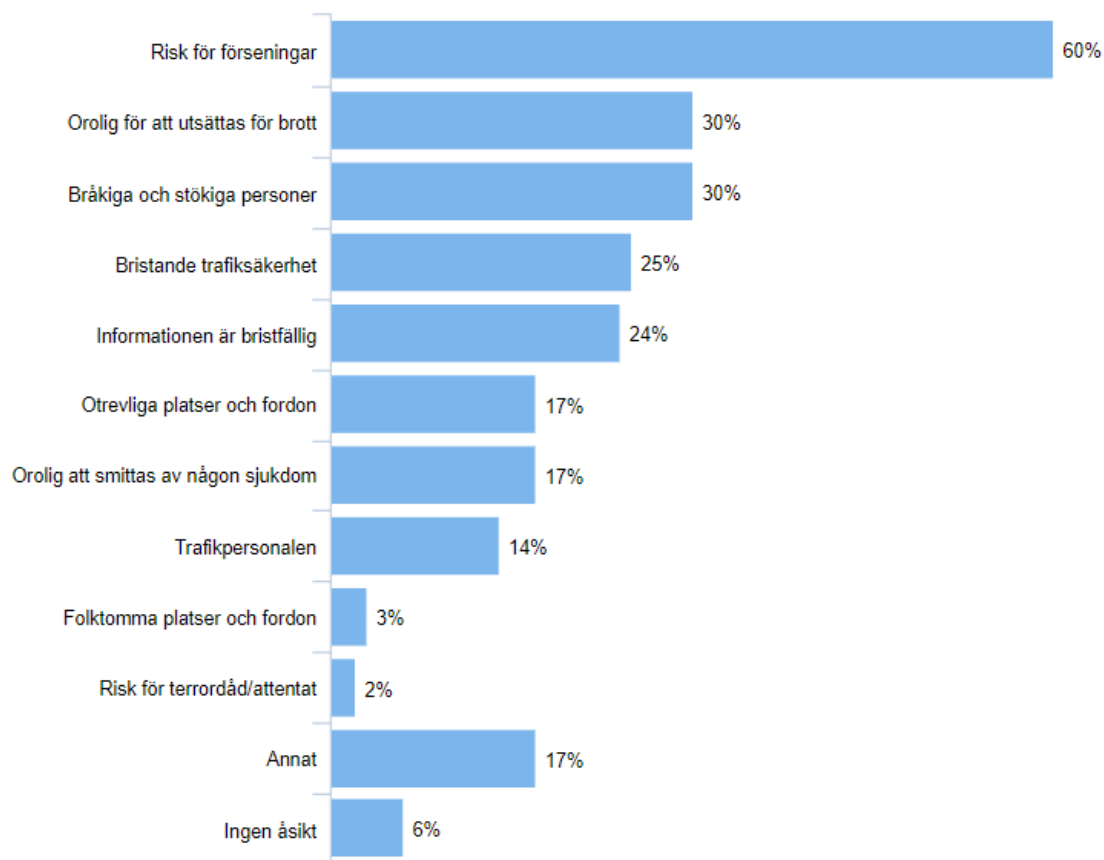


Figur 30, Instämmandegrad i fråga om trygghet vid resa med bolag för åren 2019, 2022 och 2023

### Regioner där allmänheten i högst grad känner trygghet när de åker kollektivt

- Region Värmland – 74 procent
- Region Norrbotten – 73 procent
- Region Västerbotten – 71 procent

Det främsta skälet till otrygghet vid resor inom kollektivtrafiken är risken för förseningar, mer än hälften uppger det som skäl. En relativt hög andel anger även att man är orolig för att utsättas för brott samt att bråkiga och stökiga personer skapar otrygghet. Överlag har det skett små förändringar under det senaste året. De som är oroliga för att smittas av någon sjukdom har minskat (25 procent 2022) och något fler uppger att informationen är bristfällig (21 procent 2022).



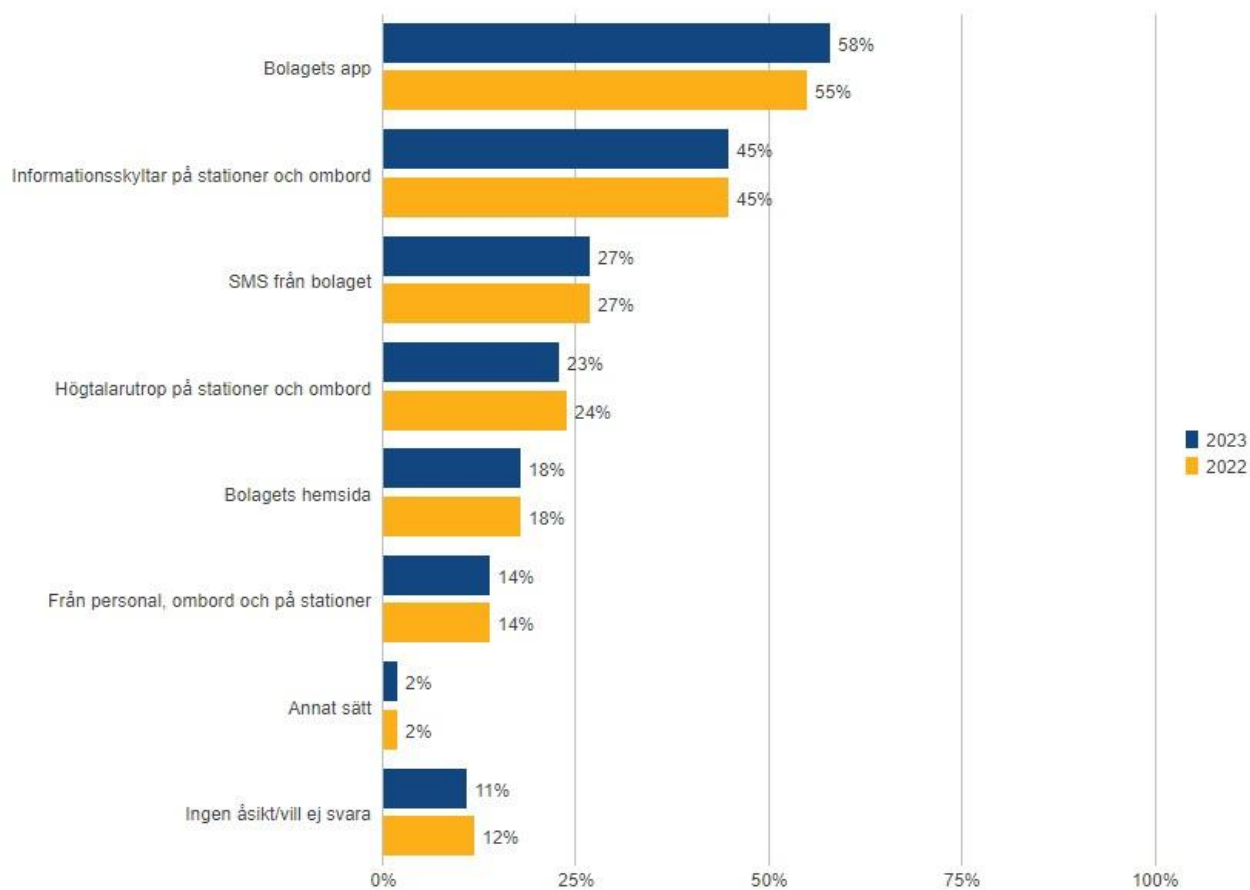
Figur 31, Skäl till otrygghet år 2023

Nästan tre av fem uppger att de vill få information om förseningar och inställda avgångar via kollektivtrafikbolagets app, och är därmed den mest populära informationskanalen. Resultatet tenderar att ha ökat något, notera dock att denna fråga infördes först under oktober 2022. Bolagets app är mest populärt för de flesta olika färdstätt som resenärer oftast använder och föredras mest bland yngre personer.

En hög andel anger även att de vill få informationen från informationsskyltar på stationer och ombord på färdmedlen. Denna typ av information verkar efterfrågas i högre grad bland personer som är missnöjda med informationen vid förseningar och stopp.

Bland de som angivit att risk för försening är orsaken till otrygghet vid resor med bolaget är det en högre andel som även uppger att de önskar få information från högtalarutrop på stationer och ombord. Däremot är information via bolagets app samt informationsskyltar även de mest efterfrågade alternativen inom denna grupp.

## Attityder



Figur 32, Andelar i frågan "Var vill du främst få information om förseningar/inställda avgångar?", resultat för samtliga svarande, år 2023



## BILAGA A: DEFINITIONER

<b>Nationellt snitt</b>	Avser ett viktat genomsnitt för riket utifrån befolkningens fördelning av större och mindre regioner och kommuner och därmed speglar resultaten hur svenska folket bedömer kollektivtrafiken.
<b>Kollektivtrafikbolag</b>	Kollektivtrafikbolagen som erbjuder lokal och regional kollektivtrafik med buss, tåg, spårvagn, tunnelbana och båt i Sverige.
<b>Kunder</b>	Personer som reser minst varje månad med kollektivtrafiktrafikbolaget.
<b>Allmänhet</b>	Samtliga svarande, dvs både kunder och icke-kunder.
<b>Bilister</b>	Reser minst en gång i månaden med bil, och reser någon gång per kvartal eller mer sällan med kollektivtrafiken.
<b>Kollektivtrafikresenärer</b>	Reser minst en gång i månaden med kollektivtrafik, och reser någon gång per kvartal eller mer sällan med bil.
<b>Växlare</b>	Reser minst en gång i månaden med såväl bil som kollektivtrafik.
<b>Sällanresenärer</b>	Reser någon gång per kvartal eller mer sällan med såväl bil som kollektivtrafik
<b>Nöjd Kund Index (NKI)</b>	Andelen instämmande (betyg 4–5) i frågan om sammanfattande nöjdhet med kollektivtrafikbolaget
<b>Marknadsandel</b>	Kollektivtrafikens marknadsandel avser andelen resor med kollektiva färdmedel bland samtliga resor med motordrivna fordon.
<b>Huvudsakligt färdmedel</b>	Personer som gjort en resa under gårdagen där flera färdmedel nyttjats har fått ange vilket som varit det huvudsakliga färdmedlet under resan.

## BILAGA B: METOD

Kollektivtrafikbarometern är en kvalitets-, attityd-, och resvaneundersökning för kollektivtrafikbranschen i syfte att löpande följa utvecklingen av kunderna och medborgarnas nöjdhet och kollektivtrafikens marknadsandel.

Kollektivtrafikbarometern drivs och utvecklas av Svensk Kollektivtrafik på uppdrag av dess medlemmar (länstrafikbolag och kollektivtrafikmyndigheter) som får ett mätbart, objektiva resultat för kundupplevd kvalitet på sin trafik, både lokalt och regionalt.

Från och med 2017 har barometern en mixad insamlingsmetod med postal inbjudan till webbenkät, påminnelser via sms samt efterföljande telefonintervjuer. Eftersom det handlar om en mixad metod innebär det inte att en urvalsgrupp får webbenkäter och en annan telefonintervjuas, i stället är det en "flerstegsraket" där webbenkäten erbjuds till ett helt slumpmässigt urval bland befolkningen, och de som inte svarat kommer att sökas för telefonintervju. Syftet med denna metod är att nå ett mer representativt svarsunderlag för målgruppen genom att erbjuda respondenterna flera sätt att besvara enkäten.

### *Urval*

Kollektivtrafikbarometern är en nationell undersökning som riktar sig till svenska allmänheten mellan 15 och 85 år, både de som använder kollektivtrafiken och de som inte gör det. Ett slumpmässigt individurval ur ett befolkningsregister har genomförts utifrån postnummerområden specificerade för varje deltagande organisation.

Under 2023 deltog 22 organisationer i undersökningen, vilka representerar alla Sveriges regioner utom Södermanland. Antalet insamlade enkätsvar per deltagande organisation varierar mellan cirka 1 300 och 18 500, se även bilaga C.

### *Frågeformulär*

Personer som besvarar enkäten tillfrågas om sina generella resvanor, åsikter om kollektivtrafiken där de bor samt förflyttningar under dagen före enkätbesvarandet. Frågeformuläret består även av ett antal bakgrundsfrågor och det finns även möjlighet för deltagande organisationer att lägga till egna frågor i undersökningen.

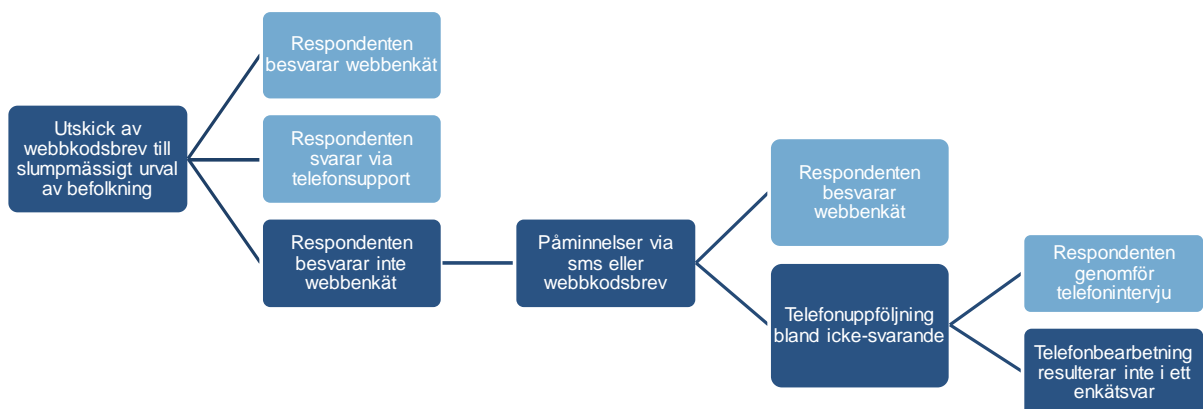
Samtliga attitydfrågor besvaras på en femgradig skala, där 1 är lägsta betyg och 5 högsta betyg. De som angivit betyg 4–5 på skalan klassas som nöjda. För alla attitydfrågor finns det möjlighet att ange svarsalternativet vet ej. Rekommendationsfrågan besvaras på skalan 0–10.

### Insamlingsmetod

Inledningsvis skickas inbjudan ut via post med personliga inloggningsuppgifter till en webbenkät. Det finns även möjlighet att logga in via QR-kod. Påminnelser skickas postalt och via sms. Under datainsamlingen ges support till respondenter via e-post och telefon. Förutom att få svar på frågor om undersökningen och stöd erbjuds respondenterna att besvara enkätfrågorna direkt via telefon.

Efter påminnelser genomförs en telefonuppföljning bland de som ännu inte besvarat enkäten. Respondenter som kontaktas via telefon ges möjlighet att svara på frågorna muntligt. Under 2023 har totalt 91 procent besvarats via webbenkät och 9 procent via telefonintervju. Under telefonuppföljningen är det särskilt fokus på att få in svar från olika grupper av respondenter som har varit mindre svarsbenägna och därmed underrepresenterade i svarsunderlaget. Identifiering av sådana grupper görs för respektive region och baseras på kön och åldersgrupper. Svarsfrekvensen i undersökningen uppgår till cirka 16 procent, men i och med att insamlingsmetoden avser kvotuppfyllnad där bearbetningen av olika respondentgrupper avbryts när en representativ kvot är uppfylld blir svarsfrekvensen ett mindre relevant mått för resultatens tillförlitlighet.

Undersökningen görs månadsvis under hela året i syfte att löpande följa utvecklingen av kund- och marknadskapitalet. Totalt samlades 120 222 enkätsvar in under 2023. Av dessa är 52 291 svar från kunder. Bland samtliga tillfrågade definieras de som gjort resor under gårdagen som de som har rest, dvs för denna grupp har resor uppmätts i undersökningen. I bilagan redovisas antalet svar för deltagande organisationer.



Figur B1, Process för datainsamling



### *Redovisning av resultat*

De deltagande organisationerna får ta del av månatliga resultat i en webbaserad resultatportal där det finns möjlighet att bland annat följa resultatutvecklingar över tid och filtrera resultat på delmålgrupper och geografiska områden.

För de olika attitydfrågorna redovisas andel nöjda bland de som har en åsikt i aktuell fråga. Vissa enkätfrågor har ställts till samtliga deltagare i undersökningen, medan vissa frågor enbart ställs till ett urval, exempelvis utifrån hur ofta man reser med kollektivtrafiken. I och med att deltagande organisation har kunnat välja omfattning på frågeformuläret varierar svarsunderlaget för ett antal frågor även utifrån vilka bolag som valt att ha med dessa frågor.

### *Viktning av resultat*

Urvalet har stratifierats i syfte att få en representativ mängd svar per deltagande organisation och region. Eftersom deltagande organisationers urvalsstorlek i barometern inte är proportionell mot fördelningen av antalet invånare har viktning av data använts. Viktningen återställer fördelningen så att svarsdatats fördelning liknar rikets fördelning av större och mindre regioner och kommuner, och därmed speglar resultaten hur svenska folket bedömer kollektivtrafiken. Vikter för 2023 baseras på befolkningens mängd på kommunnivå (SCB) i respektive RKM:s/länstrafikbolags ansvarsområde.

### *Representativitet och påverkan på resultat*

Svarsbenägenheten i Kollektivtrafikbarometern varierar mellan olika grupper av invånare, vilket är vanligt i denna typ av undersökningar. Exempelvis svarar personer i äldre åldersgrupper i högre utsträckning jämfört med personer i yngre åldersgrupper. Genom att använda en mixad insamlingsmetod har vi kunnat motverka vissa skevheter så att svarsunderlaget fått en bättre representativitet. Bland annat har sms-påminnelser skickats ut till personer med mobilabonnemang, vilket har haft en positiv effekt på svarsbenägenheten bland yngre personer. Detta får även till följd att undersökningen når en delvis annan typ av respondenter och som har ett annat svarsbeteende jämfört med att enbart genomföra telefonintervjuer. Personer i åldern 15–44 år har i högre grad än genomsnittet besvarat enkäten via smartphone, medan personer i åldern 65–85 år deltagit i högre grad via telefonintervjuer.

I tabell B1 och B2 redovisas svarsfördelningen bland personer i olika åldersgrupper och utifrån kön, för undersökningen och populationen (2022 eller 2023 beroende på senast tillgängliga).

Såväl köns- som åldersfördelningen ligger någorlunda i linje med rikets fördelning.

Kön	Kollbar	Riket
Man	49%	51%
Kvinna	51%	49%

Tabell B1, Könsfördelning

Ålder	Kollbar	Riket
15–29 år	22%	22%
30–44 år	24%	25%
45–64 år	31%	30%
65–85 år	23%	23%

Tabell B2, Fördelning över åldersgrupper

Andelen förvärvsarbetande bland respondenterna uppgår till 54 procent. Motsvarande andel bland befolkningen i åldern 16+ år uppgår till ungefär 60 procent för 2022<sup>3</sup>

84 procent av respondenterna uppger att de har körkort för bil. Motsvarande andel bland befolkningen uppgår till ungefär 80 procent (antal B-körkort som andel av åldern 15–85 år.<sup>4</sup>

<sup>3</sup>Källa: <http://www.statistikdatabasen.scb.se/>, Statistikdatabasen Arbetsmarknad / Yrkesregistret med yrkesstatistik / Hela befolkningen 16+ år

<sup>4</sup>Källa: <https://www.transportstyrelsen.se/sv/vagtrafik/statistik/Korkort/Statistik-over-korkortsinnehavare-efter-behorighet1/>

**BILAGA C: FAKTA OM RESPONDENTERNA***Antal svar per deltagande organisation*

<b>Kollektivtrafikbolag</b>	<b>Antal svar</b>
Totalt	120 222
Blekingetrafiken	2 592
Dalatrafik	2 587
Din Tur	2 579
Hallandstrafiken	5 195
Jönköpings Länstrafik	18 489
Kalmar Länstrafik	3 698
Kollektivtrafiken Gotland	1 310
Luleå Lokaltrafik (LLT)	2 577
Länstrafiken i Jämtlands län	2 902
Länstrafiken i Norrbotten	2 580
Länstrafiken Kronoberg	2 561
Länstrafiken Västerbotten	5 087
Länstrafiken Örebro	2 607
Skånetrafiken	9 900
SL	13 107
UL	8 913
VL	2 572
Värmlandstrafik	1 301
Värmlandstrafik (Karlstad stadsbuss)	1 316
Västtrafik	14 209
X-Trafik	3 886
Östgötatrafiken	10 254

*Bakgrundsfrågor*

Kön	Bilister	Växlare	Kollektiv- trafik- resenärer	Kunder	Allmän- heten
Man	53%	45%	43%	44%	48%
Kvinna	45%	53%	56%	54%	50%
Okänt	2%	2%	1%	2%	2%

Åldersgrupp	Bilister	Växlare	Kollektiv- trafik- resenärer	Kunder	Allmän- heten
15–19 år	2%	17%	8%	14%	8%
20–25 år	5%	10%	14%	11%	8%
26–44 år	27%	29%	36%	30%	28%
45–64 år	36%	27%	24%	26%	32%
65–85 år	30%	18%	19%	18%	25%

Huvudsaklig sysselsättning	Bilister	Växlare	Kollektiv- trafik- resenärer	Kunder	Allmän- heten
Förvärvsarb./egen företagare	58%	54%	49%	52%	54%
Pensionär	29%	18%	19%	18%	23%
Studerande	4%	20%	18%	19%	12%
Arbetssökande	2%	2%	4%	3%	3%
Föräldraledig	2%	1%	1%	1%	1%
Annat	4%	4%	7%	5%	5%
Vet ej/vill ej svara	2%	1%	2%	2%	2%

Avstånd till arbete/skola	Bilister	Växlare	Kollektiv- trafik- resenärer	Kunder	Allmän- heten
Mindre än 1 km	9%	5%	7%	5%	7%
1,0 - 3,0 km	16%	12%	16%	13%	15%
3,1 – 5,0 km	13%	14%	17%	14%	14%
5,1 – 10,0 km	15%	19%	21%	20%	18%
10,1 – 20,0 km	13%	16%	12%	15%	14%
20,1 – 50,0 km	17%	17%	10%	15%	16%
Mer än 50 km	7%	6%	6%	6%	7%

## BILAGA

Tillgång till bil	Bilister	Växlare	Kollektiv- trafik- resenärer	Kunder	Allmän- heten
Ja, äger bil	90%	75%	19%	59%	72%
Ja, är med i en bilpool	0%	1%	3%	2%	1%
Ja, lånar av vänner /bekanta	32%	6%	6%	6%	4%
Ja, tjänstebil/leasingbil	5%	5%	2%	4%	4%
Nej	2%	10%	68%	27%	17%
Vill ej svara	1%	2%	3%	2%	2%

Svensk Kollektivtrafik är bransch-och intresseorganisation för de regionala kollektivtrafikmyndigheterna och länstrafikbolagen i Sverige.

Ett normalt år görs mer än 1,7 miljarder resor i våra medlemmars trafik, vilket motsvarar 99 % av landets busstrafik och 85% av landets persontågstrafik. Våra medlemmar ansvarar också, helt eller delvis, för färdtjänst, riksfärdtjänst, sjukresor och skolskjuts, beroende på hur primärkommuner och landsting överlåtit ansvaret.



| SVENSKKOLLEKTIVTRAFIK