

KOLLEKTIVTRAFIKBAROMETERN

Årsrapport 2024 - Östgötatrafiken



SVENSKKOLLEKTIVTRAFIK



ENKÄTFABRIKEN

Projektgrupp:

Mattias Andersson, Svensk Kollektivtrafik

Erik Granberg, Enkätfabriken

Kajsa Aune, Enkätfabriken

Oskar Bork, Enkätfabriken

Kontaktpersoner:

Mattias Andersson, Svensk Kollektivtrafik

e-post: mattias.andersson@svenskkollektivtrafik.se

Kajsa Aune, Enkätfabriken

e-post: kajsa.aune@enkätfabriken.se

Foto på framsidan: Värmlandstrafik



Innehållsförteckning

1. Sammanfattning	6
2. Bakgrund	8
3. Resultat	10
3.1. Nöjd kund index	10
3.2. Nöjdhet med senaste resan	13
3.3. Kollektivtrafikens marknadsandel	18
3.4. Faktorer som driver kollektivt resande	28
3.5. Resenärstyper	31
3.6. Resefrekvens med kollektivtrafik och bil	34
3.7. Skäl till kollektivt resande	37
3.8. Hinder för kollektivt resande	39
3.9. Resorna under året	42
3.10. Förutsättningar för kollektivt resande	57
3.11. Ombord i kollektivtrafiken	60
3.12. Trygghet	63
3.13. Information	65
4. Bilagor	68
4.1. Definitioner	68
4.2. Metod	69
4.3. Fakta om respondenterna	73
5. Bakom rapporten	76

77
sidor lång
rapport

Förord

I samband med att vi vid förra årsskiftet bytte leverantör av undersökningstjänsten gjorde vi ett antal mindre förändringar i enkätutformning och undersökningsmetod för att öka representativitet och svarsfrekvens. Vi gjorde även förändringar för att fånga fler delresor med cykel och gång, resor som respondenterna lätt glömmer när de svarar. Åtgärderna har gjort att vi når fler personer som sällan eller aldrig reser kollektivt och fångar fler bil-, cykel- och gångresor. Det påverkar undersökningsresultaten och utfallet av marknadsandelen. Vi ser samtidigt effekterna av den förda politiken på nationell nivå som premierar privatbilismen jämfört kollektivtrafiken. När Trafikverket summerar 2024 så ökade trafikarbetet med 1,8% för lätta fordon, dvs den fordonskategori som främst består av personbilar.

Målbilden för branschen är fortsatt att 4 av 10 motoriserade resor ska ske i kollektivtrafiken 2030. 84% av befolkningen säger sig åka med kollektivtrafiken. Vi vet sedan länge att kollektivtrafiken blir attraktiv för medborgarna när den är relevant.

Vad är det som gör att vissa regioner lyckas bättre än andra? Hur kan vi få de som reser lite kollektivt att resa lite mer? Med det unika samarbete Kollektivtrafikbarometern erbjuder kan våra medlemmar jämföra och erfarenhetsutbyta utifrån gemensamt framtagna fakta. Under året som precis börjat kommer vi sätta mer fokus i analyserna där det kan finnas potential för framtiden, bland våra ungdomar och när det gäller fritidsresorna.

Under året som gått har fler organisationer kompletterat sina ordinarie frågor med fördjupningar i resvanor för att skapa sig bättre beslutsunderlag. Resultaten från Kollektivtrafikbarometern används främst inom regioner och kommuner, men statliga myndigheter, trafikföretag och konsulter samt både forskare och studenter har under året använt resultat.

Avslutningsvis, ett stort tack till Värmlandstrafik för att vi fått använda den fina bilden på framsidan!

Trevlig läsning!



Mattias Andersson

Branschexpert och ansvarig för Kollektivtrafikbarometern
Svensk Kollektivtrafik

mattias.andersson@svenskkollektivtrafik.se
076 - 526 90 75



1. Sammanfattning

Framgångar 2024

- Högst uppmätta andelen hållbart resande sedan undersökningen startade, **40%**.
- Resenärer är nöjda med faktorer ombord i kollektivtrafiken.
- Fyra av fem reser någon gång med kollektivtrafiken.



Utvecklingspotential 2025

Att kunna använda Östgötatrafiken för de flesta resor man gör är en starkt drivkraft bakom resefrekvensen. Utbudet är därmed en viktig faktor att se över under 2025.

Tidsbesparande och prisvärdhet är två andra faktorer med förbättringspotential, där resenärer instämmer i relativt låg grad.



20%
(0)

Marknadsandel

För 2024 års undersökning uppgår marknadsandelen till 20%. Marknadsandelen är därmed densamma som vid 2023 års mätning.

För diskussion kring resultatet, se avsnitt 3.3 Kollektivtrafikens marknadsandel.

Marknadsandelen är som högst i de tre storstadsregionerna samt Region Uppsala.

68%
(-3)

Nöjd-kund-index (NKI)

Kollektivtrafikens NKI för 2024 uppgår till 68% bland gruppen Kunder. Detta är en minskning med tre procentenheter sedan 2023 års mätning.

Kollektivtrafikens NKI bland Kunder är högst i Region Västmanland (72%) tätt följt av Region Norrbotten (71%) och Region Västerbotten (70%).

79%
(-5)

Kunders nöjdhet med senaste resan

Drygt tre av fyra Kunder är nöjda med den senaste resan med Östgötatrafiken. Nöjdheten har minskat med fem procentenheter sedan 2023.

Högst andel nöjda med senaste resan finns i Region Norrbotten, 81%.

För en förklaring av begrepp, se bilaga 4.1 Definitioner

Bakgrund



2. Bakgrund

Kollektivtrafikbarometern

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

Kollektivtrafikbarometern drivs och utvecklas av Svensk Kollektivtrafik på uppdrag av dess medlemmar (länstrafikbolag och kollektivtrafikmyndigheter). Genom mätningen får dessa aktörer ett mätbart, objektivet resultat för kundupplevd kvalitet på sin trafik, både lokalt och regionalt, samt kunskap om medborgarnas resvanor.

Målgruppen för undersökningen är den svenska befolkningen mellan 15 - 95 år, både de som reser med kollektivtrafiken och de som inte gör det.

Urval

Ett slumpmässigt individurval ur ett befolkningsregister har genomförts på regionnivå och kommunnivå.

Under 2024 deltog 23 organisationer i undersökningen, vilka representerar alla Sveriges regioner förutom Region Södermanland. Antalet insamlade enkätsvar per deltagande organisation varierar mellan cirka 1 200 och 13 800, se även bilaga 4.3.

Genomförande

Undersökningen sker löpande under hela året genom en mixad metod som inkluderar webbenkät,

telefonintervjuer samt påminnelser via sms.

Inbjudan till undersökningen sker med ett brev. I brevet ingår en länk till enkäten samt en unik inloggningskod. Dessutom ingår en QR-kod att skanna med mobilkamera eller surfplatta för att direkt komma in i webbenkäten. Påminnelser skickas därefter via brev och sms till de som vid tillfället för påminnelsen inte besvarat enkäten.

De respondenter som inte besvarat enkäten efter påminnelsebrev och sms-påminnelser förflyttas till listan för telefonintervju.

Det är dessutom möjligt för de som önskar, att boka in sig för en telefonintervju istället för att besvara webbenkäten.

Personer över 85 år kontaktas via telefon direkt utan utskick av brev och sms.



De insamlade svaren fördelas på:	Antal svar
Kunder	4 320
Icke-kunder	5 236
Okänt	25

Resultat



3. Resultat

3.1. Nöjd kund index

68%

NKI

Kollektivtrafikens NKI för 2024 är **68%** bland Östgötatrafikens Kunder. För Icke-kunder är NKI-värdet **47%**.

56%
Nationellt snitt
NKI

Det nationella snittet för kollektivtrafikens NKI 2024 är **56%** bland Kunder. För Icke-kunder är NKI-värdet **42%**.



Nöjd-kund-index (NKI)

De personer som sammanfattningsvis är nöjda med kollektivtrafikorganisationen i sin region. Med nöjda avses de som har gett betyget 4 eller 5 på svarsskalan 1-5.



Kunder

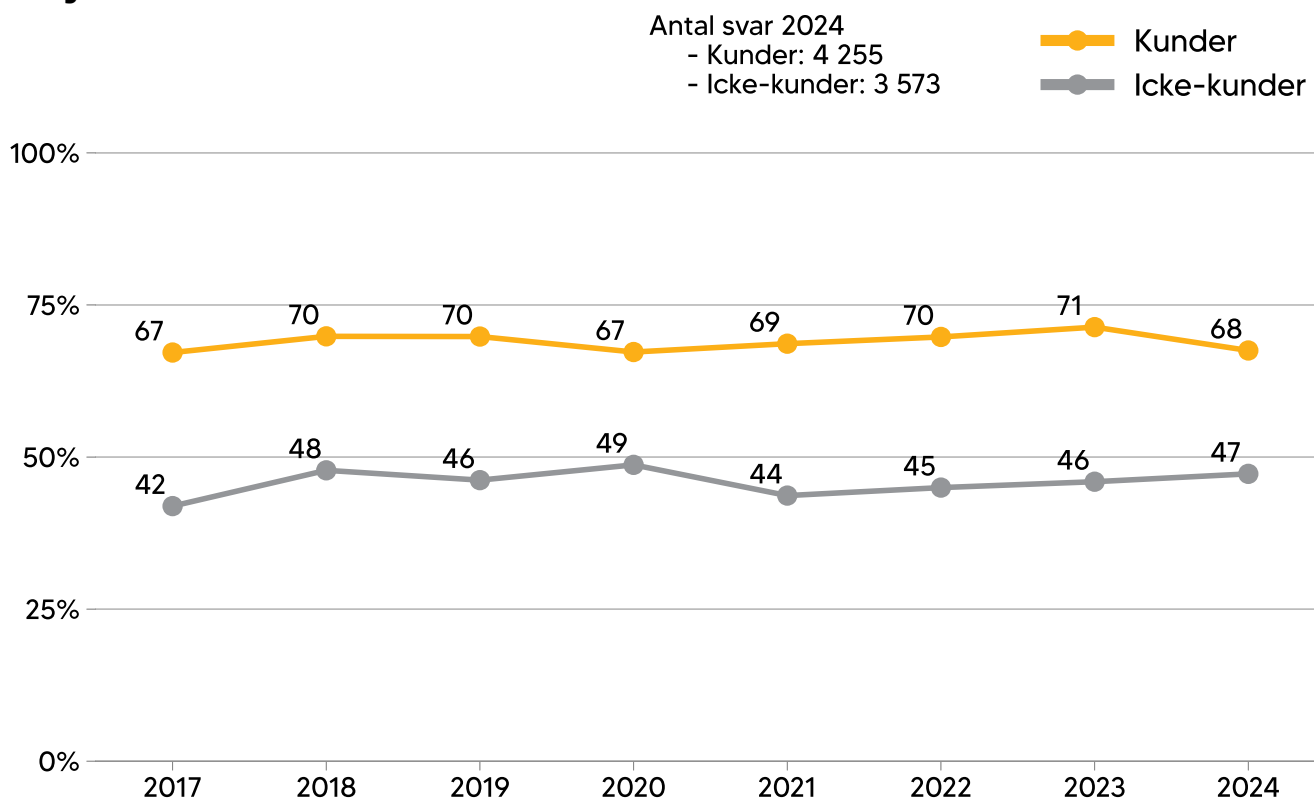
De personer som reser med sin regionala kollektivtrafikorganisation minst en gång per månad.



Icke-kunder

De personer som reser med sin regionala kollektivtrafikorganisation någon dag per kvartal, mer sällan eller aldrig.

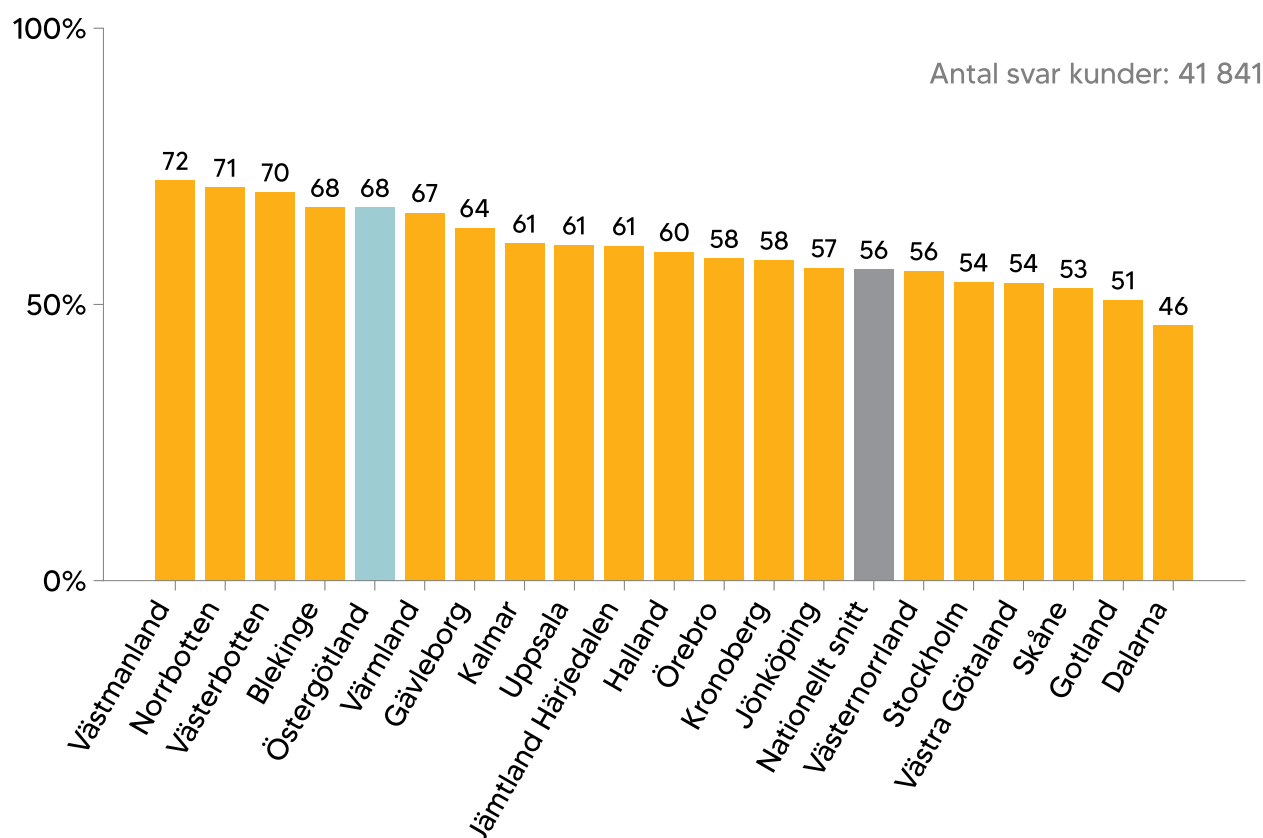
Graf 1. Östgötatrafikens NKI bland Kunder och Icke-kunder, årsjämförelse



Den sammantagna nöjdheten med kollektivtrafiken bland Kunder ser en nedgång jämfört med föregående år. Drygt två av tre Kunder är sammantaget nöjda med Östgötatrafiken under 2024.

Vid en jämförelse mellan Kunder och Icke-kunder framgår det att Icke-kunder har ett lägre NKI-värde över tid jämfört med Kunder. Samtidigt har NKI-värdet bland Icke-kunder ökat sedan 2021 och denna trend håller i sig även under 2024 års mätning.

Graf 2. NKI, per region



Vid en uppdelning på region framgår det stora skillnader i NKI-värde, från 46% till 72%, med ett nationellt snitt på 56%. I Region Östergötland ligger NKI-värdet högre än det nationella snittet.

Högst andel sammanfattningsvis nöjda bland Kunder i årets mätning finns i Region Västmanland, följt av Region Norrbotten och Region Västerbotten där NKI-värdet ligger mellan 70-72%. Samtidigt hittas lägst andel nöjda bland Kunder i Region Dalarna där en andel om 46% är nöjda.

3.2. Nöjdhet med senaste resan

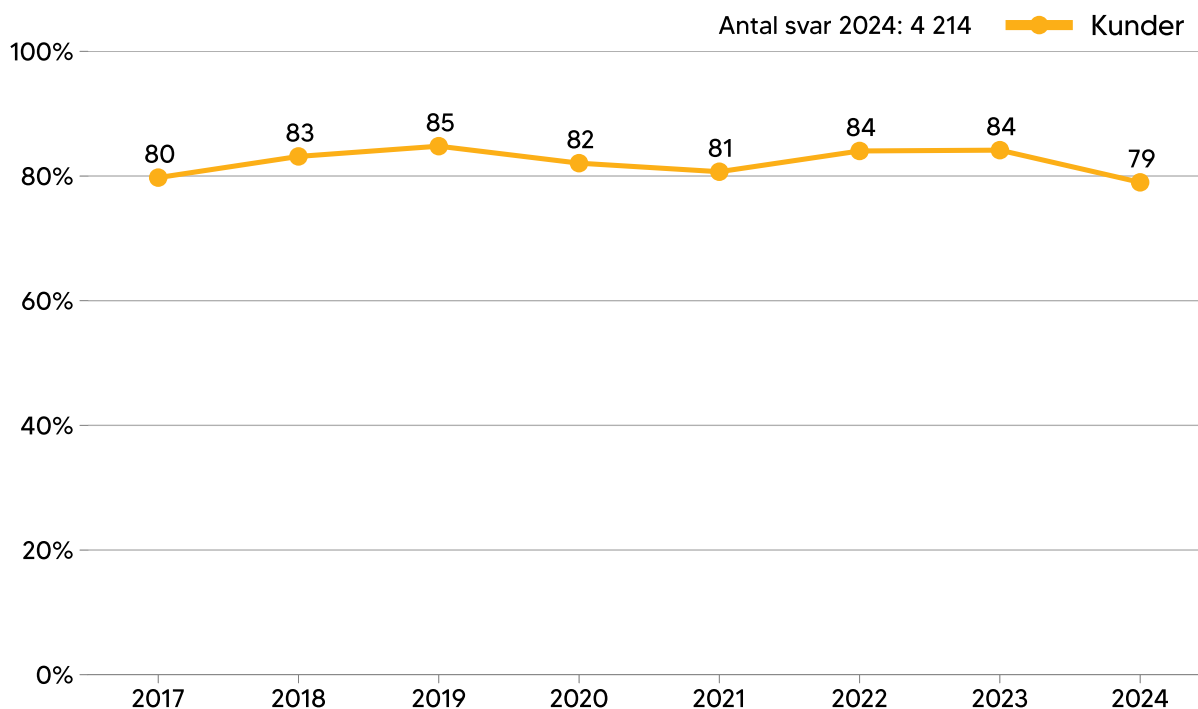
79%
nöjda med
senaste resan

Baserat på 2024 års mätning framgår det att bland Kunder är **79%** nöjda med sin senaste resa med Östgötatrafiken.

11%
Varumärkes-
underskott

Varumärkesunderskottet bland Kunder är **11%**. Skillnaden mellan nöjdhet med senaste resan och NKI utgör varumärkesunderskottet. Årets uppmätta värde är en minskning från 2023 års undersökning och visar därmed på en utveckling i positiv riktning.

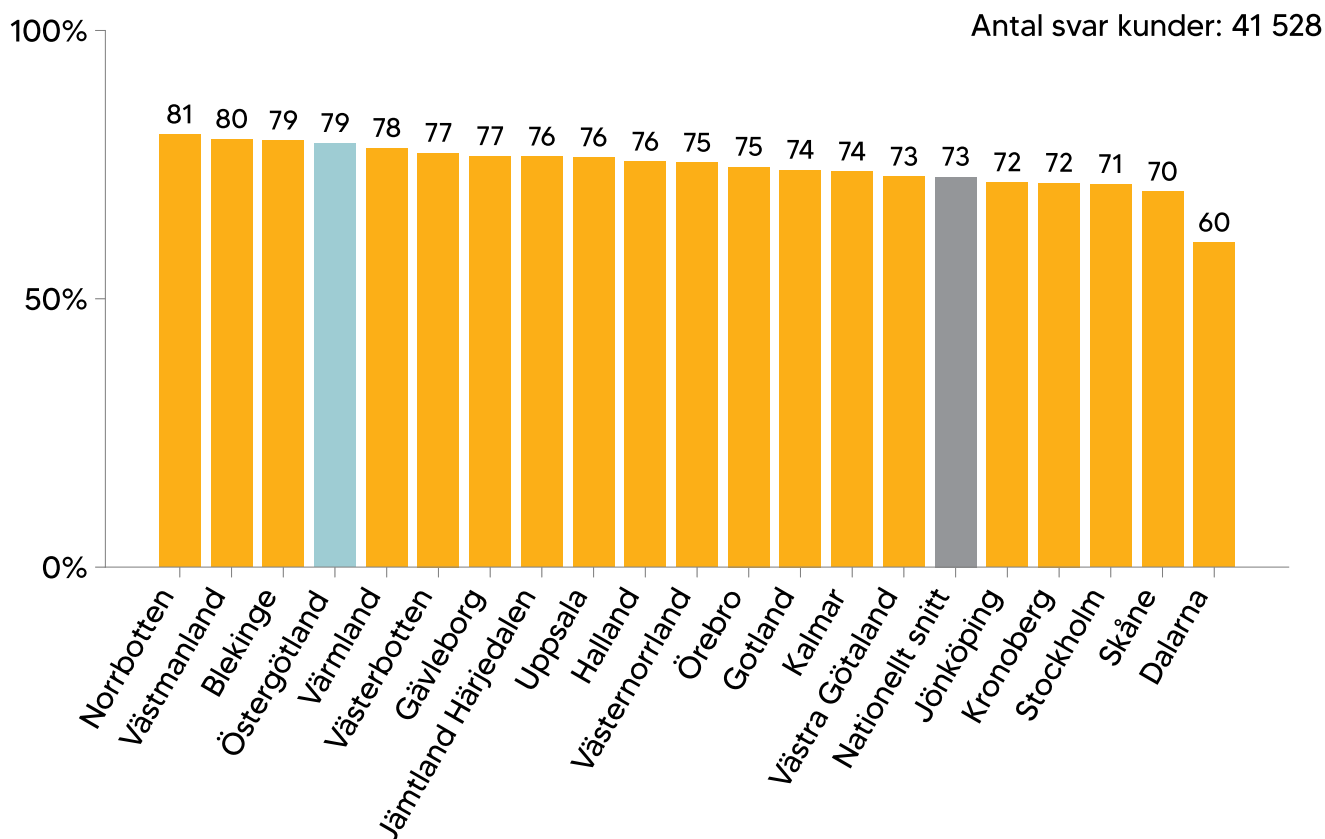
Graf 3. Om du tänker på din senaste resa med Östgötatrafiken, hur nöjd var du med den?



I ovan graf redovisas Kunders attityd till den senaste resan med Östgötatrafiken, där andelen nöjda framgår. Nöjda är de som ger betyget 4 eller 5 på svarsskalan 1-5.

2024 är andelen Kunder som är nöjda med sin senaste resa 79%. Det är det lägst uppmätta värdet sedan mätningarna startade för Östgötatrafiken år 2017.

Graf 4. Om du tänker på din senaste resa med Östgötatrafiken, hur nöjd var du med den?



Utifrån en regional kontext framgår det att nöjdheten med den senaste resan är som störst i Region Norrbotten och i Region Västmanland, 80 - 81% av Kunderna är nöjda med den senaste resan i dessa organisationer.

jämfört med övriga regioner och på samma nivå som Region Blekinge.

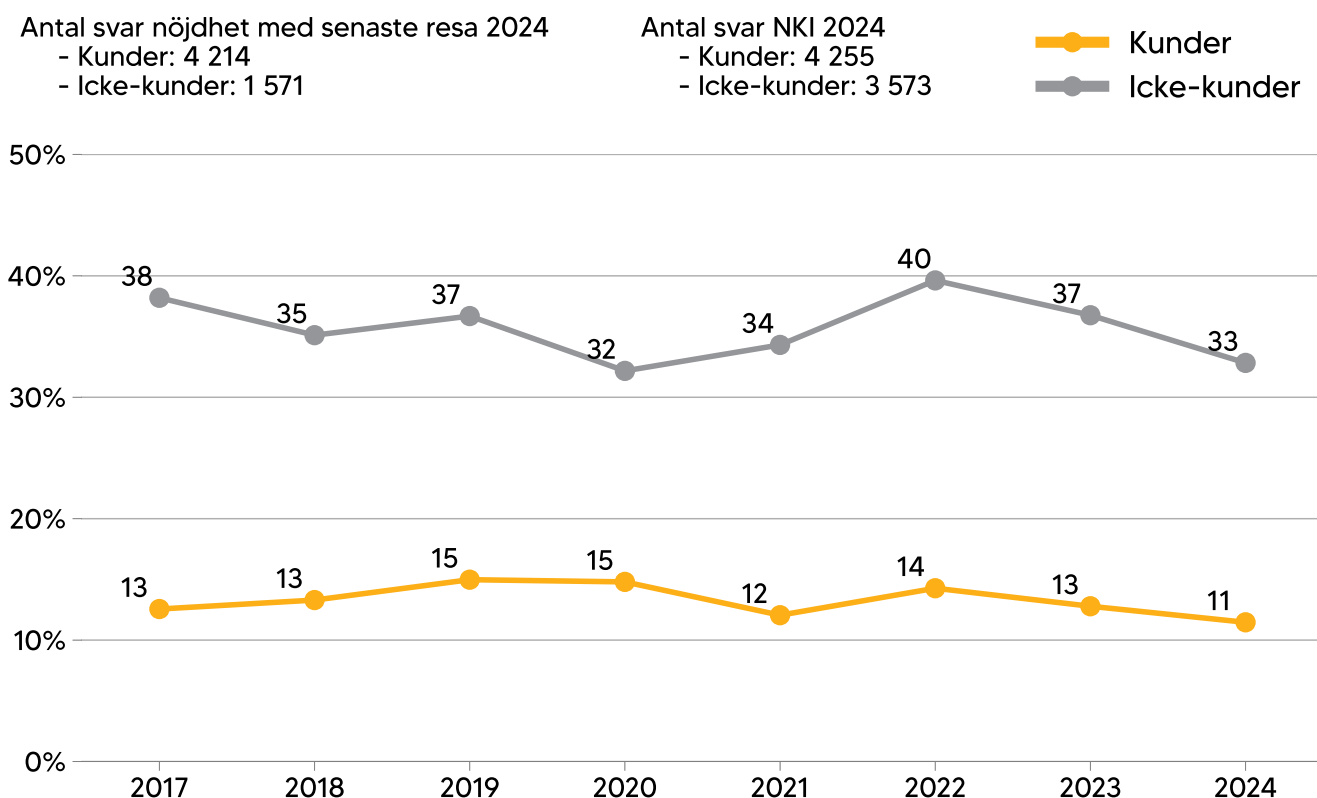
Samtidigt sticker Region Dalarna ut med lägst nöjdhet med den senaste resan bland Kunderna, 60% av Kunderna är nöjda. Därefter ligger flera organisationer från 70% och uppåt till 81%. Region Östergötland ligger på en hög nivå avseende nöjdheten med den senaste resan



Varumärkesunderskottet

Varumärkesunderskottet beräknas som den absoluta skillnaden mellan värdena för nöjdhet med senaste resan och NKI.

Graf 5. Varumärkesunderskott, årsjämförelse



Varumärkesunderskottet är ett mått som påvisar skillnaden mellan nöjdheten med den senaste resan mot den sammantagna nöjdheten med kollektivtrafikorganisationen (NKI). Generellt sett är nöjdheten med den senaste resan betydligt högre jämfört med den sammantagna nöjdheten.

Det framgår en relativt stort skillnad mellan Kunder och Icke-kunder gällande varumärkesunderskottet, där det syns en större skillnad mellan nöjdhet med senaste resan och NKI bland Icke-kunder. Det är till följd av att båda grupper har ungefär samma

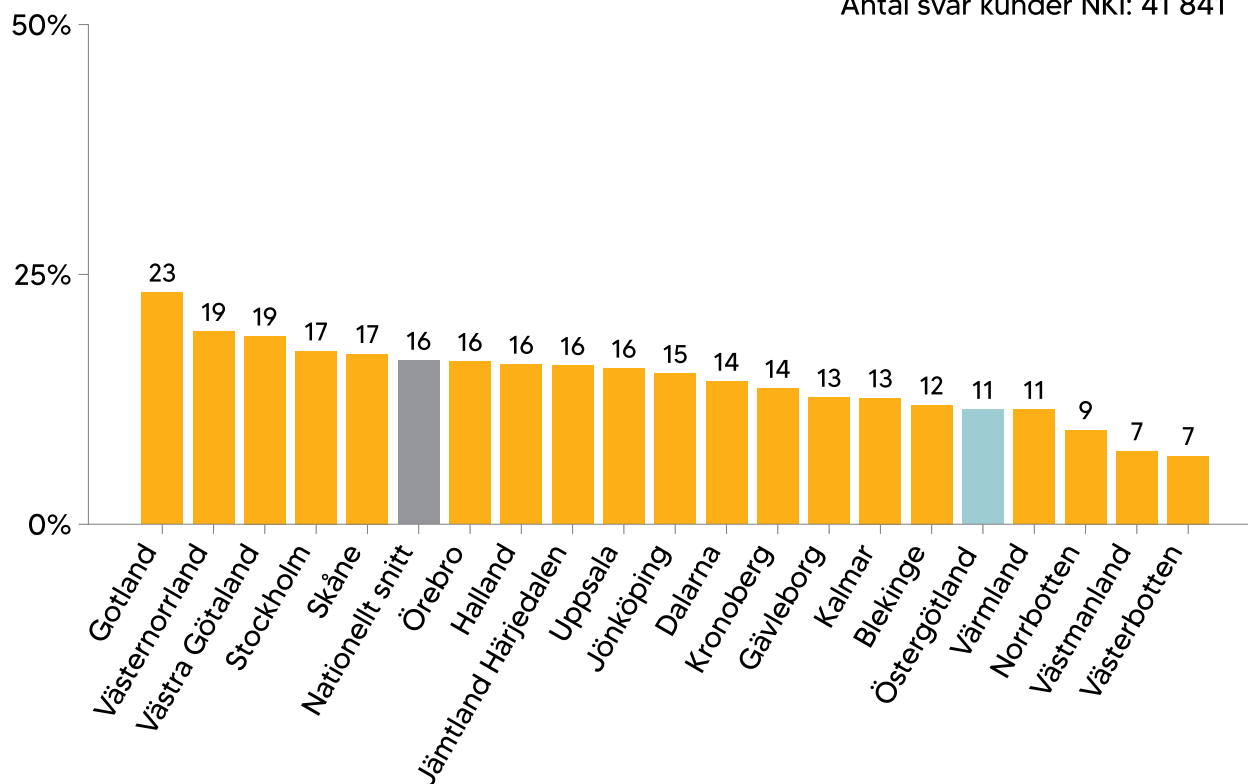
nivå av nöjdhet med senaste resa, samtidigt som Icke-kunder har ett lägre NKI.

Samtidigt som varumärkesunderskottet har minskat har även nöjdheten med den senaste resan och den sammantagna nöjdheten (NKI) med Östgötatrafiken minskat. Detta innebär att det minskade varumärkesunderskottet bygger på en sammantagen minskad nöjdhet och inte att NKI och nöjdhet med den senaste resan ligger på liknande höga nivåer.

Graf 6. Varumärkesunderskott, per region

Antal svar kunder nöjdhet med senaste resa: 41 528

Antal svar kunder NKI: 41 841



3.3. Kollektivtrafikens marknadsandel

I detta kapitel kommer kollektivtrafikens marknadsandel under 2024 att redovisas. Jämfört med tidigare undersökningsår har en markant förändring i marknadsandelen observerats, både på nationell nivå och på regional nivå. För Östgötatrafiken har dock marknadsandelen legat på konstant nivå jämfört med föregående års mätning.

Givet de förändringar som har skett på nationell nivå och på flera håll på regional nivå, kommer detta kapitel fokusera på att dels beskriva och göra en ansats till att förklara vad förändringarna består i. Först beskrivs metodförändringar som genomförts sedan undersökningen bytte leverantör inför 2024 års undersökning. Sedan redovisas en genomförd analys där olika faktorer har testats för att försöka förklara förändringen i marknadsandelen. I ljuset av denna genomgång kommer resultatet för marknadsandelen från 2024 års undersökning att redovisas.

Metodförändringar

Från och med januari 2024 tog Enkätfabriken över driften av Kollektivtrafikbarometern från tidigare leverantör som haft undersökningen sedan 2017. I och med leverantörsbytet genomfördes några mindre metodförändringar för att öka kvaliteten på undersökningen. Framförallt gjordes ansatsen till att öka svarsfrekvensen och representativiteten, en viktig kvalitetsindikator.

Utökat urval

Från januari ingår även 85 - 95 åringar i urvalet. Tidigare har urvalet begränsats till 15 - 85 åringar.

Förbättrade inbjudningsbrev

Inbjudningsbreven har förändrats med avsikt att höja svarsfrekvens och öka representativiteten. Förändringen inkluderar färgsättning, design och tydligare information. Texterna har uppdaterats och betonar i lägre utsträckning "kollektivtrafik" för att fånga upp svar från de personer som annars riskerar att inte besvara enkäten för att de sällan åker kollektivt. Avsikten med förändringarna är alltså att öka validiteten i undersökningen och motverka systematiska mätfel.

Enkätfabriken rekommenderade även organisationerna att använda regionens logotyp som avsändare i inbjudningsbreven istället för Svensk Kollektivtrafiks logotyp, i en svarsfrekvenshöjande insats. Detta testades med goda resultat inför driftstart januari 2024. Svarsfrekvensen för de organisationer som testade att använda regionen som avsändare ökade med 2 %. Vid 2024 års slut hade åtta organisationer regionen som avsändare i sina inbjudningsbrev.

Jämnare svarsfördelning

Ett större fokus på en jämnare svarsfördelning under veckodagarna har implementerats för att stärka validiteten i undersökningen. Postala påminnelsebrev, sms-påminnelser och telefonintervjuer har förlagts till dagar med färre svarande.

Förbättrad webbenkät

Webbenkäten har förändrats med avsikt att förbättra och förenkla för respondenten att svara. Exempelvis har förklarande bilder lagts in i webbenkäten för att förtydliga frågan om vilka färdmedel som respondenten

använde under resdagen. Denna åtgärd infördes särskilt då gång och även cykel ofta glöms bort som ett färdmedel under en resa. Därtill har olika valideringar implementerats i webbenkäten som påpekar orimliga svar och som ber respondenten se över dessa.

Uppdaterade sms-texter

Texterna till sms-påminnelserna har förändrats med mer information och med motivering till varför undersökningen är viktig att svara på.

Uppdaterat intervjumanus

Telefonintervjuarmanus är uppdaterat där introduktionen till undersökningen är förkortad och förenklad i syfte att inte tappa respondenter i inledningen av telefonintervjun.

Grundläggande metod kvarstår

Notera att ovan förändringar är genomförda för att öka kvaliteten på undersökningen. Framförallt har insatserna genomförts för att öka svarsfrekvensen och representativiteten för undersökningen vilket är viktiga kvalitetsindikatorer.

Utöver dessa förändringar kvarstår den grundläggande metoden som tidigare leverantör använde för undersökningen.

- Undersökningen sker med samma mixade metod¹
- Inbjudningsbrev och påminnelser (brev och sms) skickas ut på samma sätt som tidigare
- Telefonintervjuer görs i ungefär lika stor omfattning
- Webbenkäten är i grunden oförändrad

- Webbenkätsystemet påminner mycket om tidigare leverantörs system

En viktig aspekt att ta hänsyn till är att varken Svensk Kollektivtrafik eller Enkätfabriken har fått tillgång till fullständig information om det metodologiska genomförandet av undersökningen från tidigare leverantör. Brist på transparens gör det därmed omöjligt att fullständigt klargöra om genomförandet och metoden är helt likadan.

Metodförändringarnas påverkan på marknadsandelen

För Östgötatrafiken har marknadsandelen legat konstant mellan 2023 och 2024. På nationell nivå och i flera regioner har kollektivtrafikens marknadsandel minskat markant. I ett försök att förklara vad i metodförändringarna som har påverkat marknadsandelen och till vilken grad, har en analys genomförts.

Fyra förklaringsfaktorer till den minskade marknadsandelen på *nationell* nivå har framträtt utifrån denna analys:

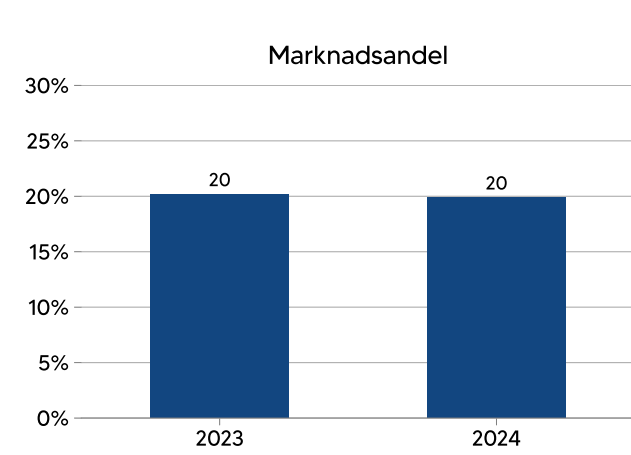
1. Ökad andel män som besvarat undersökningen 2024
2. Minskad andel resenärer som reser med stadstrafik fångades in
3. Fördelningen av svar över veckodagar blev jämnare varav fler svarade för helgdagar
4. Fler gångresenärer samlades in under 2024 års undersökning

Vid en analys av samma förklaringsfaktorer utifrån Region Östergötlands mätning 2024 framträder samma mönster som på nationell nivå avseende kön och svarsdag.

¹ Se bilaga 4.2 för en utförlig beskrivning av metoden

Dock framgår inte samma mönster avseende trafiktyp. Samtidigt framgår en ökning av resor där gång är huvudsakligt färdmedel vilket följer den nationella trenden. Det som dock också observeras är att antalet resor med bil-som förare har minskat mellan 2023 och 2024. Troligen ligger en av förklaringarna till att Östgötatrafikens marknadsandel ligger konstant i denna minskning under 2024. Nedan framgår en mer utförlig diskussion av analysen som genomförts.

Östgötatrafikens marknadsandel från 2024 års undersökning uppgår till 20%. Motsvarande andel för 2023 års mätning var 20%.



Den första faktorn som har förändrats i 2024 års undersökning för Östgötatrafiken är en förbättrad könsfördelning där män i högre grad har svarat på undersökningen. Detta bör i sin tur minskat andelen kollektivtrafikresor eftersom män reser mindre med kollektivtrafiken än kvinnor. Den förbättrade könsfördelningen i inkomna svar bör därmed ha inverkan på marknadsandelen.

Kön Östergötland	2023	2024
Kvinna	49,5%	49,5%
Man	49,0%	50,0%
Okänt	1,6%	0,5%

Den andra faktorn med viss förändring på *nationell* nivå är den geografiska sammansättningen av respondenter i 2024 års undersökning. Detta framgår över i fördelningen av inkomna svar utifrån trafiktyp, det vill säga regionaltrafik och stadstrafik. För 2024 års mätning på *nationell* nivå är andelen svar från respondenter som bor i stadstrafik något lägre jämfört med tidigare år. Eftersom personer, som bor i områden med en mer utbredd stadstrafik, reser kollektivt i större utsträckning, har denna minskning i andel resor med stadstrafik en negativ påverkan på marknadsandelen.

Trafiktyp nationellt	2023	2024
Regionaltrafik	39%	41%
Stadstrafik	42%	40%
Övrig trafik/ okänt	19%	19%

För Region Östergötland framgår inte samma trend som på nationell nivå avseende trafiktyp. Här har snarare stadstrafiken ökat under 2024.

Trafiktyp Östergötland	2023	2024
Regionaltrafik	39%	40%
Stadstrafik	38%	39%
Övrig trafik/okänt	23%	21%

Ytterligare en förändring som observerats *nationellt* är att andelen svar som inkommer under helgen har ökat markant i jämförelse med 2023. I detta avseende har fördelningen av inkomna svar förändrats till en jämnare fördelning som täcker in alla veckodagar i högre utsträckning. Denna förändring gäller även för Region Östergötland.

Svarsdag Östergötland	2023	2024
Måndag	12%	9%
Tisdag	17%	9%
Onsdag	21%	18%
Torsdag	19%	23%
Fredag	13%	17%
Lördag	9%	14%
Söndag	9%	11%

Även denna förändring har en tydlig påverkan på marknadsandelen eftersom användning av kollektivtrafiken minskar under helgerna. Inbjudan till undersökningen via brev skapar utmaningar i att få en helt jämn fördelning utifrån veckodag på grund av postens utdelningsdagar. Ambitionen har varit att få en bättre spridning i 2024 års undersökning jämfört med tidigare mätningar.

Vad som dessutom framträder i 2024 års resultat på *nationell* nivå är att kollektivtrafiken som huvudsakligt färdmedel har minskat. Samtidigt har gång som huvudsakligt färdmedel för resor ökat, från 6% i 2023 års mätning till 11% i 2024 års mätning.¹ Detta indikerar att årets undersökning har lyckats samla in ett mer representativt svarsunderlag jämfört med tidigare

år. Samtidigt som det har en negativ påverkan på marknadsandelen, ger det troligen en mer rättvisande bild av hur verkligheten ser ut.

I Region Östergötland framgår liknande trender. Kollektivtrafiken som huvudsakligt färdmedel har minskat från 16% 2023 till 14% 2024 samtidigt som gång som huvudsakligt färdmedel har ökat från 6% 2023 till 11% 2024. Dessutom har antalet resor med bil-som förare som huvudsakligt färdmedel minskat mellan 2023 och 2024, från 55% 2023 till 50% 2024.

Omvärldsförändringar

För att öka förståelsen för skillnaden i marknadsandel på *nationell* nivå mellan undersökningsår 2023 och 2024 har andra faktorer analyserats på som kan ha påverkat marknadsandelen.

Flera kollektivtrafikorganisationers reseräkningar från 2024 har analyserats för att kontrollera för om antalet resor med kollektivtrafiken faktiskt har minskat. Utifrån den genomförda analysen framgår det dock att antalet resor ligger relativt konstant mellan 2023 och 2024.

En förändring i omvärlden framgår från Trafikverkets summering från 2024 som visar att trafikarbetet ökade med 1,8% för lätta fordon under året.² Detta indikerar att bilresor har ökat under 2024. Vid en kartläggning av passager för trängselskatt i Göteborg och Stockholm framgår det också en ökning i antal passager vilket stärker tesen om en ökning i bilresande under året.³

1 Se kapitel 3.9 Resorna under året i denna rapport samt Kollektivtrafikbarometern Resultatportal
2 <https://applikation-pt.trafikverket.se/ID76/trafikarbetetsforandring.html> Trafikarbetets förändring 2024
3 www.transportstyrelsen.se/ Om oss/Statistik och analys/Statistik inom vägtrafik/Trängselskatt

Möjliga förklaringar till det ökande bilresandet kan vara den sänkta reduktionsplikten och att bränslepriserna har sjunkit det senaste året.

Samma trend framgår i Kollektivtrafikbarometern för frågorna om hur ofta man reser med kollektivtrafiken samt hur ofta man reser med bil. Resultatet på *nationell* nivå visar att resefrekvensen med bil har ökat något. Samtidigt har resefrekvensen med kollektivtrafik minskat i liten grad men skillnaderna från föregående års resultat är små.¹

Notera att även om en låg andel resor med bil har ökat har det en noterbar påverkan på marknadsandelen då antalet bilresor motsvarar en väldigt stor del av den totala basen resor under året. Detsamma gäller det omvända, om en låg andel bilresor har minskat, så har det ändå en stor påverkan på marknadsandelen.

Det är även möjligt att antalet resor med kollektivtrafik kan ha ökat, men att antalet bilresor har ökat mer. Detta har i sin tur en negativ påverkan på marknadsandelen. Det vill säga att om 100 personer fler har rest kollektivt, kan marknadsandelen fortfarande minska för att 500 personer fler har rest med bil.

Sammanfattningsvis minskar marknadsandelen på nationell nivå av flera olika skäl. Några skäl går att koppla till metodförändringar i Kollektivtrafikbarometern som antingen genomförts medvetet, eller omedvetet på grund av svårigheter att upprepa mätningar från tidigare år.

Gällande det senare består svårigheten i brist på transparens kring den fullständiga metodologiska beskrivningen från tidigare leverantör.

Samtidigt framträder även omvärldsförändringar som sannolikt har haft påverkan på 2024 års marknadsandel på nationell nivå, bland annat en ökning av bilresor som till viss del sannolikt beror på sänkta bränslepriser.

För Region Östergötland framgår trender som följer de nationella mönstren i undersökningen avseende könsfördelningen bland inkomna svar samt svarsdag för undersökningen. Samtidigt synliggörs omvända trender jämfört med nationella mönster, där exempelvis stadstrafiken har ökat något i Östergötland och antalet resor med bil-som förare som huvudsakligt färdmedel har minskat mellan 2023 och 2024.

Det är svårt att fastslå exakt vad som gör att marknadsandelen i Region Östergötland är konstant jämfört med övriga regioner och den nationella trenden. Men troligen spelar faktorerna, som diskuterats i detta avsnitt, in på ett eller annat sätt och i högre eller mindre grad. Slutsatserna är likväl en startpunkt att genomföra en djupare analys på regional nivå.

1 Se kapitel 3.6 Resefrekvens med kollektivtrafik och bil i denna rapport samt Kollektivtrafikbarometern Årsrapport 2023

Östgötatrafikens marknadsandel 2024

20%
Marknadsandel

Östgötatrafikens marknadsandel i 2024 års undersökning uppgår till **20%**.

47%
Marknadsandel
Region Stockholm

Regionen med högst marknadsandel är Region Stockholm med en marknadsandel på **47%** i 2024 års undersökning. Detta är att jämföra med det nationella snittet på **27%** samt Region Östergötlands marknadsandel på **20%**.

40%
Hållbart resande

Andelen hållbart resande uppgår i 2024 års undersökning till **40%**. Detta är det högst uppmätta värdet sedan undersökningsstart 2017.

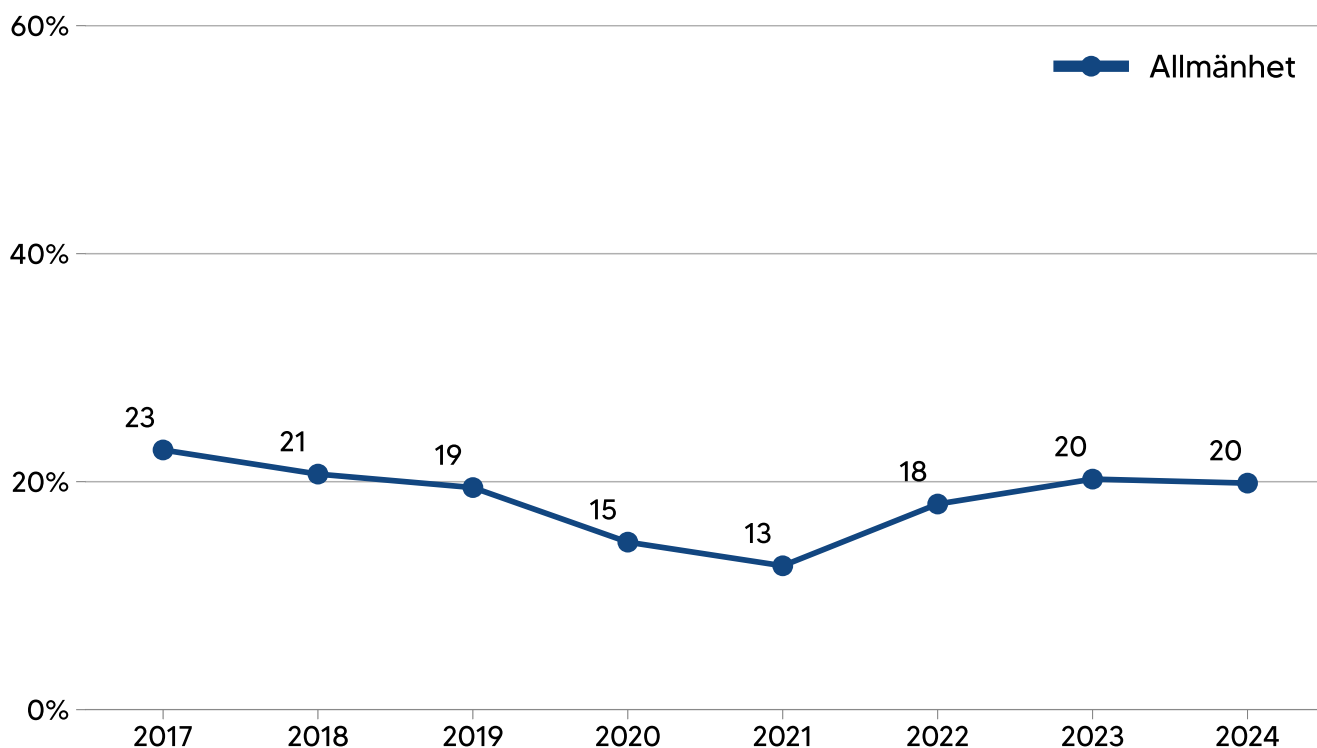


Allmänhet

Allmänhet definieras som samtliga som svarat på undersökningen.

Graf 7. Marknadsandel, årsjämförelse

Antal resor 2024: 11 228

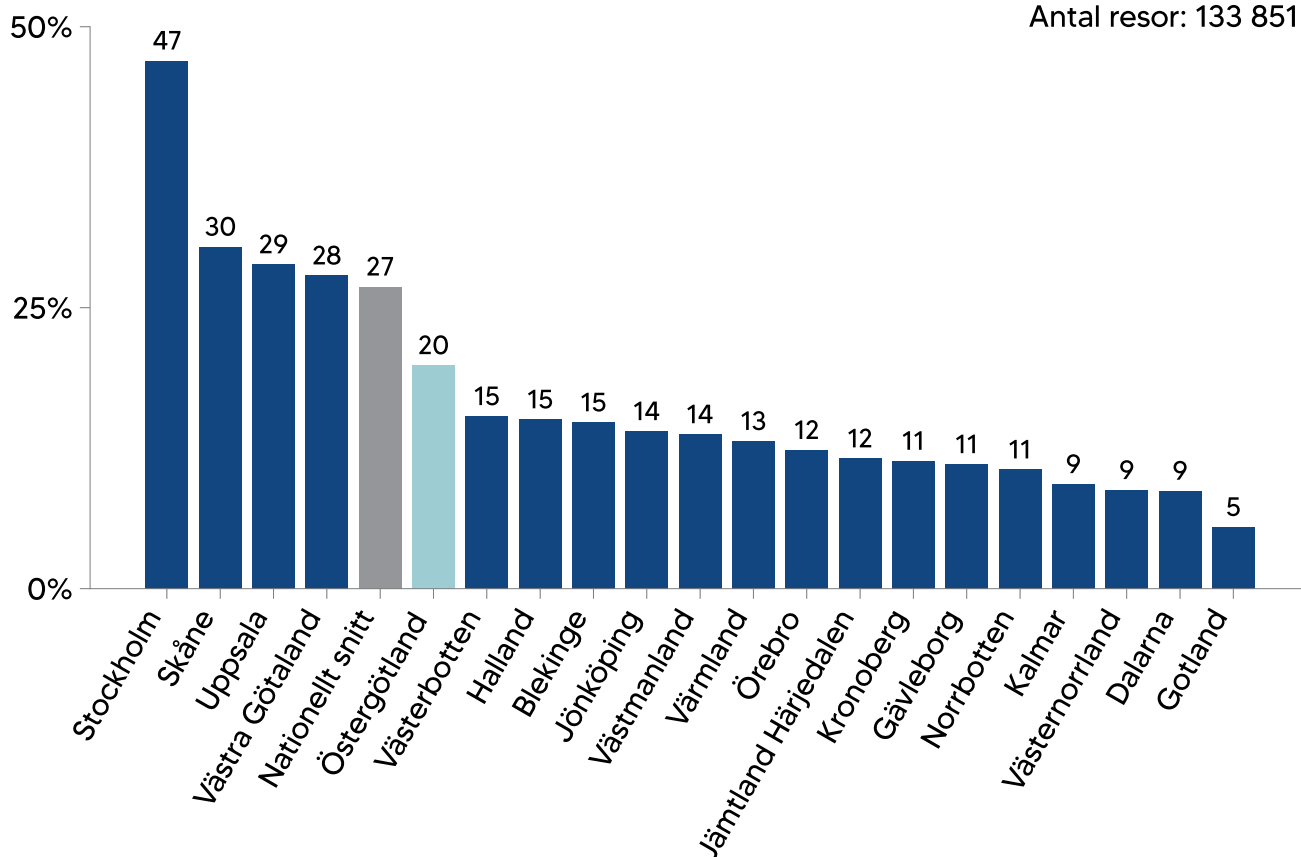


Efter ett par år där marknadsandelen har ökat ligger Östgötatrafikens marknadsandel på samma nivå som 2023, 20%.

För en diskussion kring Östgötatrafikens marknadsandel, se s. 18-22.

Graf 8. Marknadsandel, per region

Antal resor: 133 851



Marknadsandelen varierar kraftigt mellan de olika regionerna. I Region Stockholm är marknadsandelen klart större än i övriga regioner.

Det framgår även en stor skillnad mellan storstadsregioner som Skåne, Uppsala och Västra Götaland, i jämförelse med övriga regioner gällande marknadsandelen. Eftersom dessa folkrika regioner har en klart högre marknadsandel jämfört med övriga regioner påverkas även det nationella snittet i hög grad av dessa regioners resultat.

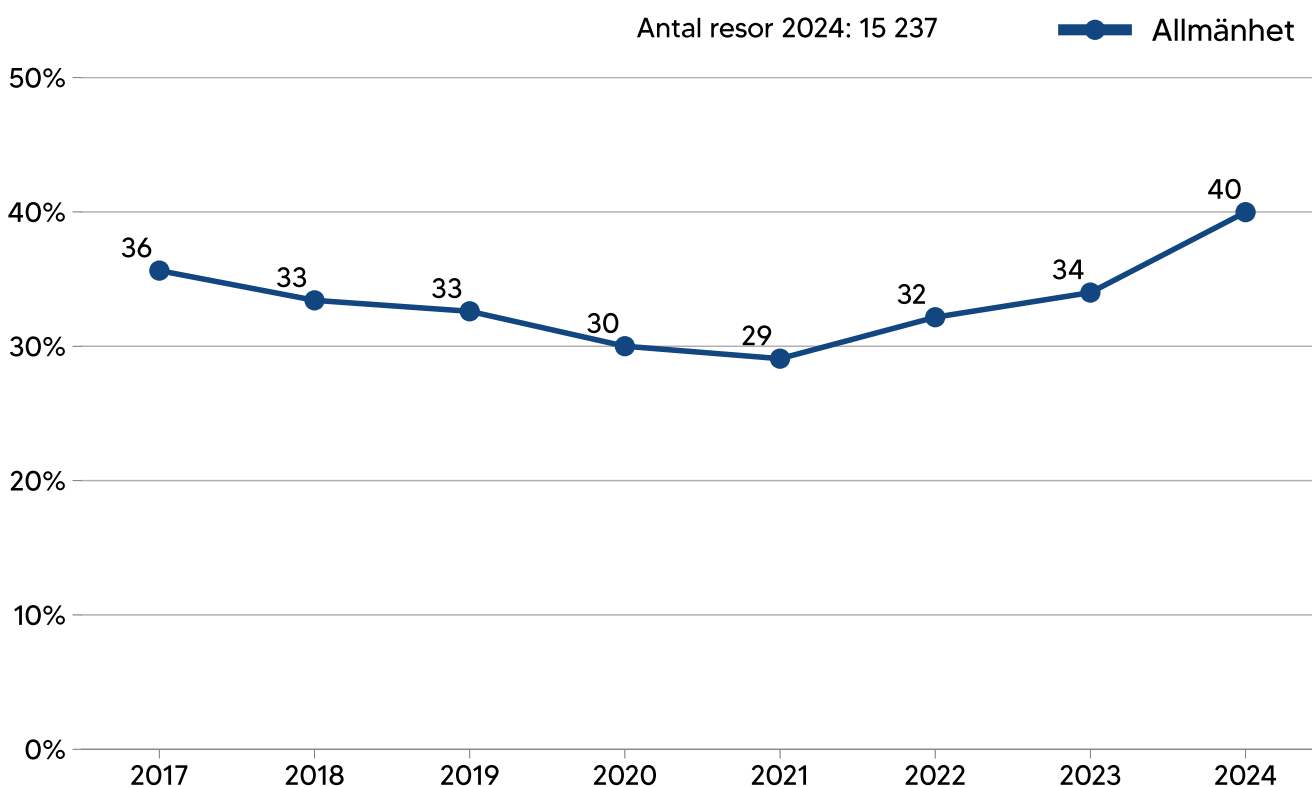
Marknadsandelen i Region Östergötland uppgår i 2024 års mätning till 20%, att jämföra med det nationella snittet på 27%. Regionen med lägst marknadsandel är Region Gotland.



Hållbart resande

Resor som görs med kollektivtrafik, cykel, gång, taxi eller elsparkcykel som huvudsakligt färdmedel.

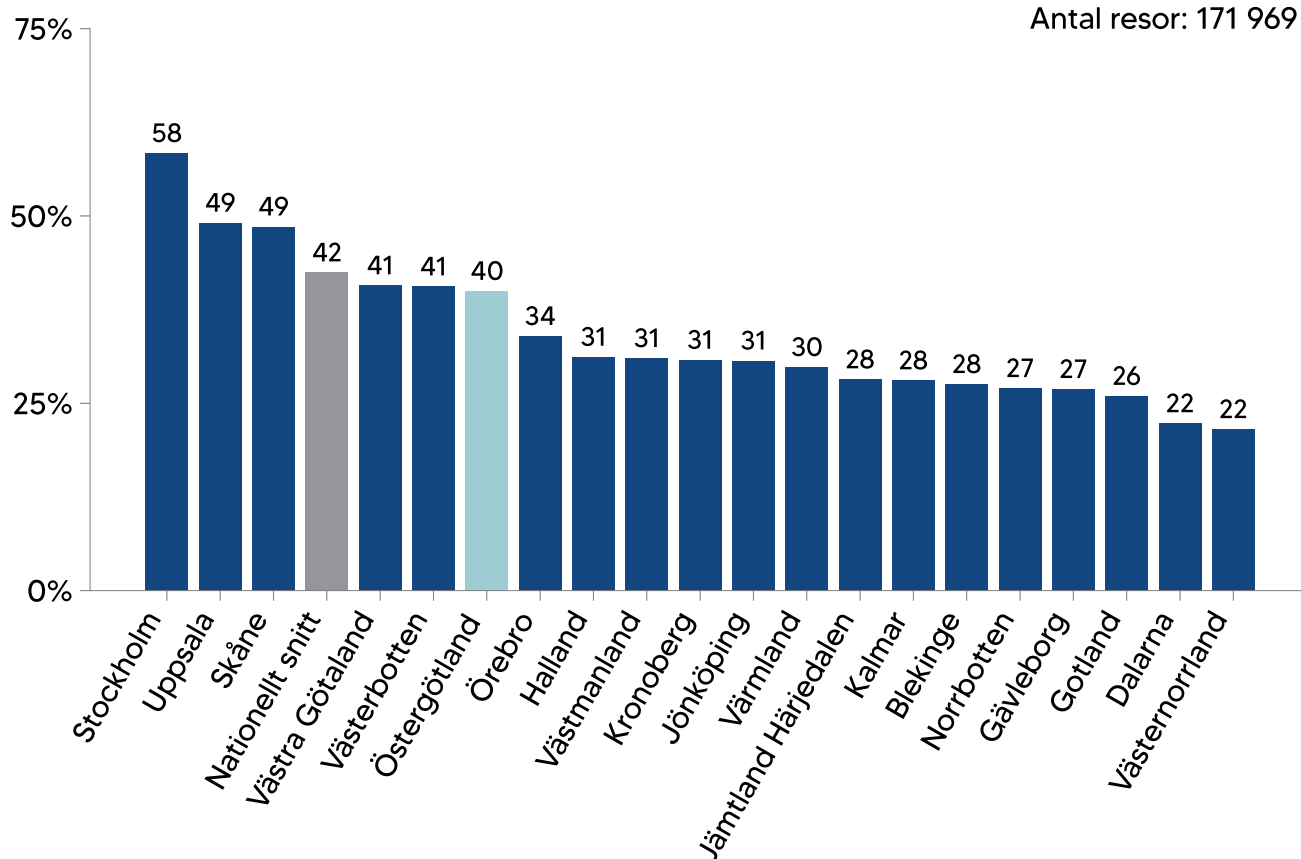
Graf 9. Hållbart resande, årsjämförelse



Andelen hållbart resande fortsätter den positiva trend som observerats de senaste åren och ligger år 2024 på 40%. Detta är det högst uppmätta värdet sedan undersökningsstart 2017.

Graf 10. Hållbart resande, per region

Antal resor: 171 969



Regionen med högst andel hållbart resande är Region Stockholm, 58%. Skillnaden till övriga regioner är inte lika stor avseende andelen hållbart resande jämfört med marknadsandelen, se redovisning på föregående sidor.

Andelen hållbart resande i Region Östergötland ligger år 2024 på 40% vilket är på liknande nivåer som Västra Götalandsregionen och Region Västerbotten.

3.4. Faktorer som driver kollektivt resande

På nästa sida redovisas en matris där drivkrafter bakom kollektivt resande framgår.

Matrisen bygger på en korrelationsanalys. Faktorerna som ingår i analysen utgår från förutsättningar att resa kollektivt. Analysen undersöker hur respondenternas uppfattning om deras förutsättningar att resa kollektivt samvarierar med hur ofta de reser med kollektivtrafiken. Antagandet är att de faktorer som korrelerar starkt med resefrekvensen är starkare drivkrafter till att resa kollektivt.

Faktorerna om förutsättningar att resa kollektivt bygger på påståenden i undersökningen som besvaras genom en instämmandeskala från 1-5, där 1 innebär mycket lågt instämmande och 5 mycket högt instämmande.

Matrisens y-axel utgår från instämmandegrad. Matrisens

x-axel utgår från resefrekvens med kollektivtrafiken.

Matrisen är indelad i fyra olika fält. I det gröna fältet finns de faktorer med hög instämmandegrad på frågan och hög resefrekvens. Dessa är därmed de faktorer som påvisar stor drivkraft bakom resefrekvens.

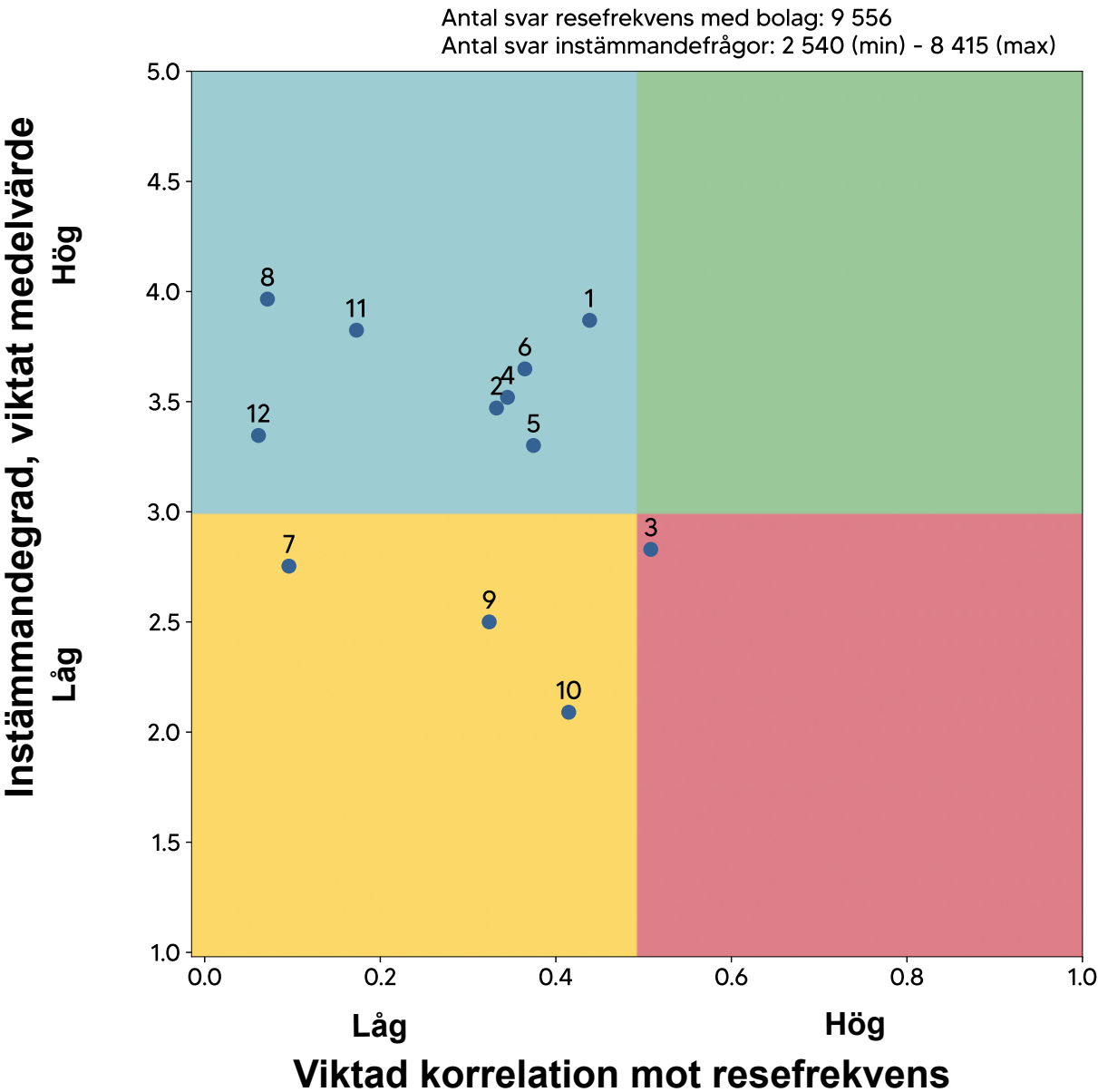
Det blå fältet inrymmer de faktorer med hög instämmandegrad på frågan men med lägre drivkraft för resefrekvensen.

Det gula fältet innehåller de faktorer med låg instämmandegrad på frågan och låg inverkan på resefrekvensen.

Det röda fältet inrymmer de faktorer med låg instämmandegrad och med stor inverkan på resefrekvensen. Faktorerna i det röda fältet bör alltså ges högst prioritet i ett förändringsarbete.



Graf 11. Vad driver kollektivt resande?



- | | |
|---|--|
| 1 För de flesta resor jag gör, vet jag hur jag kan åka med bolaget | 7 Det är prisvärt att resa med bolaget |
| 2 Det finns fördelar att åka med bolaget jämfört med att åka med bil | 8 När jag reser i kollektivtrafiken är det viktigt att jag samtidigt bidrar till en bättre miljö |
| 3 Jag kan använda bolaget för de flesta resor jag gör | 9 Mina möjligheter att resa kollektivt har förbättrats det senaste året |
| 4 Jag har nära till hållplatser och stationer för de flesta resor jag gör | 10 Jag sparar tid genom att resa med bolaget |
| 5 Avgångstiderna passar mina behov | 11 Det känns tryggt att resa med bolaget |
| 6 Det är enkelt att resa med bolaget | 12 Jag kan lita på att jag kommer fram i tid om jag reser med bolaget |

På föregående sida framgår det att den faktor som i högst grad driver kollektivt resande är **relevans** - möjligheten att kunna använda Östgötatrafiken för de flesta resor. Denna faktor ligger inom det röda fältet i matrisen vilket innebär en lägre instämmandegrad på frågan men en högre inverkan på resefrekvensen.

En viktig aspekt att ta hänsyn till är att nöjdhet med den regionala kollektivtrafikorganisationen och resefrekvens inte korrelerar.



3.5. Resenärstyper

32%
Växlare

Växlare är den vanligaste resenärstypen i årets undersökning. Samtidigt är drygt en av fyra Alltid-bilist.

I Kollektivtrafikbarometern definieras fem resenärsgupper baserat på resefrekvens med de regionala kollektivtrafikorganisationerna och med bil.



Alltid-bilister

Reser minst fem dagar i veckan med bil och reser högst någon gång per kvartal med kollektivtrafiken.



Övriga bilister

Reser mindre än fem dagar i veckan men minst en gång i månaden med bil och reser högst någon gång per kvartal med kollektivtrafiken.



Växlare

Reser minst en gång i månaden med såväl bil som kollektivtrafik.



Kollektivtrafikresenärer

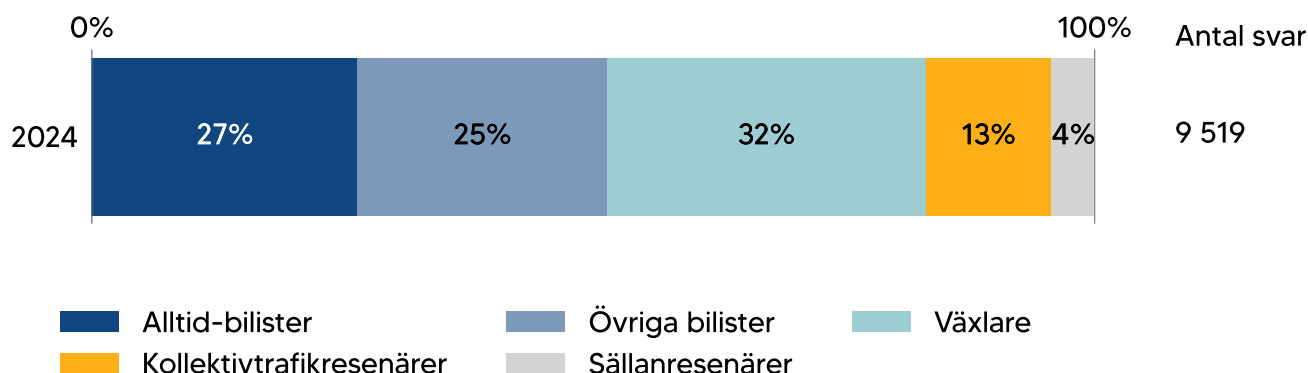
Reser minst en gång i månaden med kollektivtrafik, och reser någon gång per kvartal eller mer sällan med bil.



Sällanresenärer

Reser någon gång per kvartal eller mer sällan med såväl bil som kollektivtrafik.

Graf 12. Resenärstyp



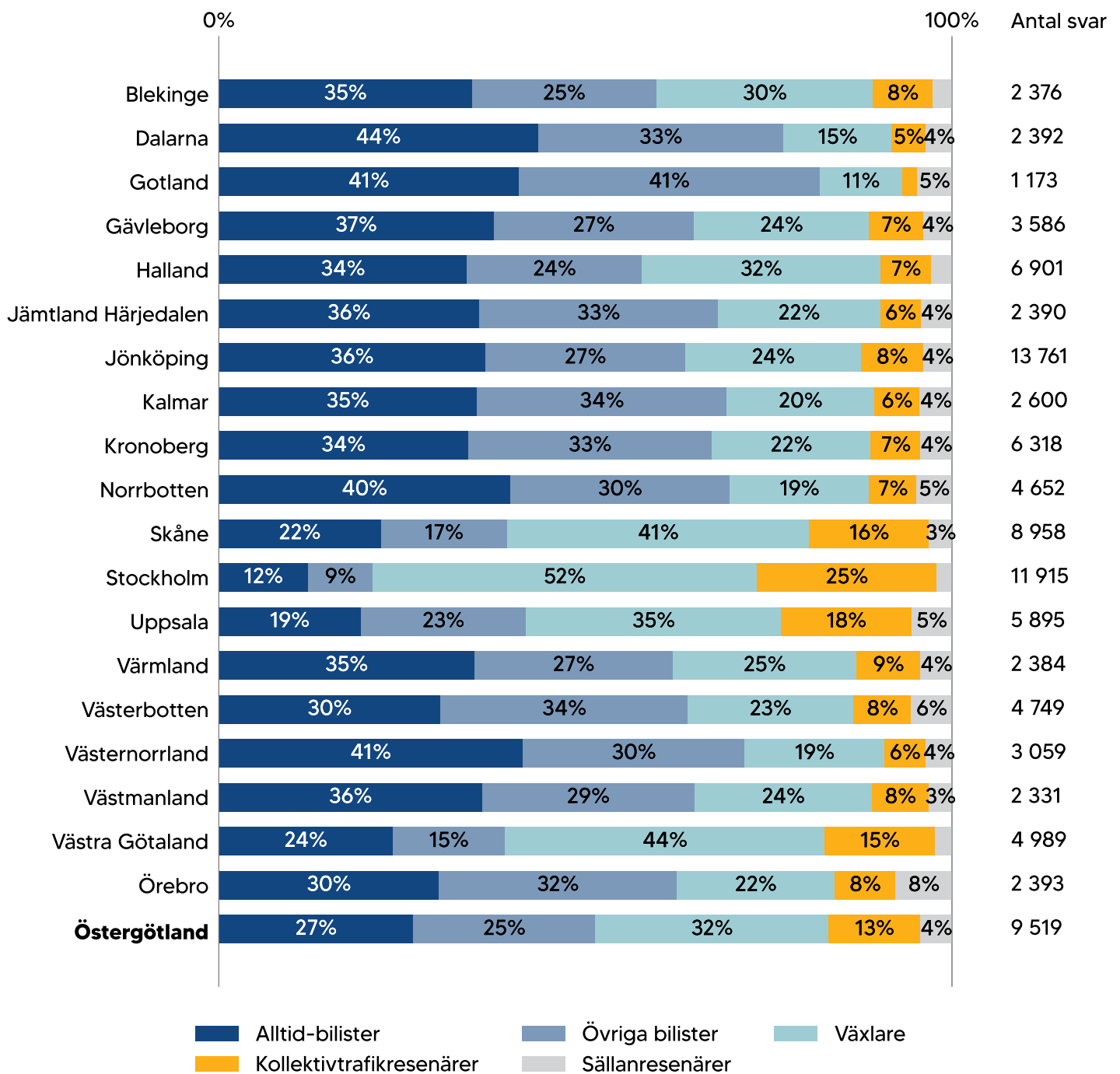
Växlare är den vanligaste resenärstypen i årets undersökning. Samtidigt är gruppen bilister stor vid en sammanslagning av alltid-bilister och övriga bilister, 52%. Vid en uppdelning är drygt en av fyra resenärer Alltid-bilist. Andelen Kollektivtrafikresenärer är 13% i årets undersökning.

Även i storstadsregionerna Stockholm, Västra Götaland, Skåne och Uppsala är resenärstypen Växlare störst.

På nästa sida framgår det att fördelningen av resenärstyper på regionnivå speglar kollektivtrafikens marknadsandel i regionerna relativt väl.



Graf 13. Resenärstyp, per region



3.6. Resefrekvens med kollektivtrafik och bil

27%
åker minst en dag
per vecka med
kollektivtrafik

I årets undersökning reser **27%** minst en dag per vecka med Östgötatrafiken.

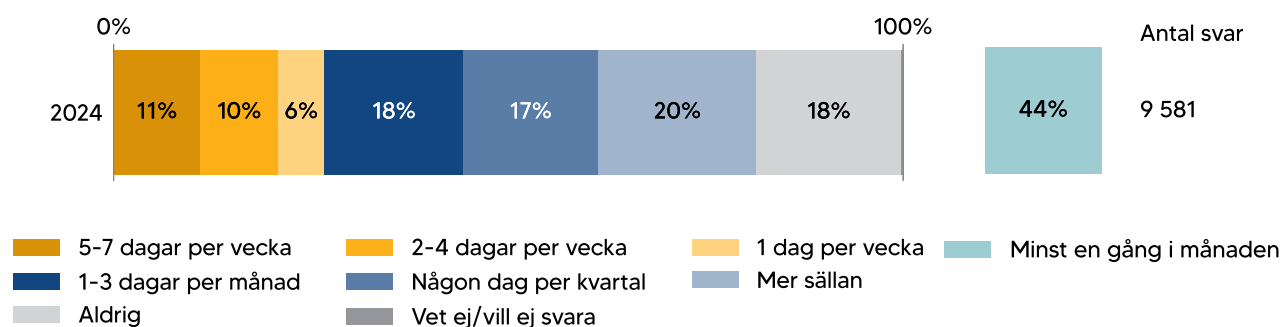
77%
Region
Stockholm

Region Stockholm har klart högst andel, **77%**, som reser med den regionala kollektivtrafikorganisationen minst en gång per månad. Motsvarande andel i Region Östergötland är **44%**.

93%
Region Gotland

I Region Gotland (**93%**) och i Region Dalarna (**91%**) reser högst andel med bil minst en gång i månaden. I Region Östergötland är motsvarande andel **83%**.

Graf 14. Hur ofta åker du med Östgötatrafiken?



Färre än hälften, 44%, reser minst en gång i månaden med Östgötatrafiken. Dessa motsvarar gruppen Kunder. 27% reser kollektivt minst en dag per vecka.

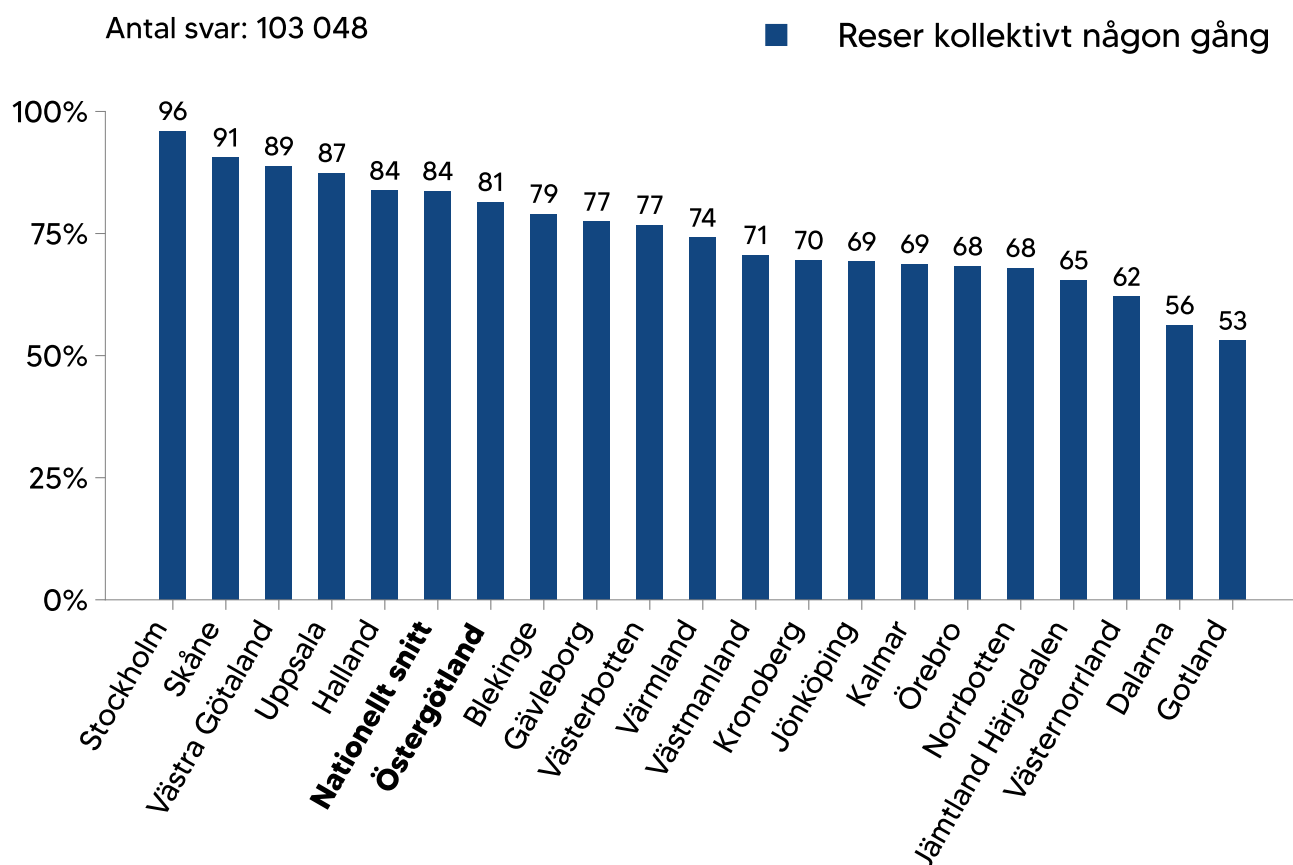
Av nedan graf framgår det att 84% av de svarande nationellt reser med kollektivtrafiken någon gång.

Med detta avses att de reser med kollektivtrafiken "mer sällan" eller oftare. Det är därmed relativt få som aldrig reser med kollektivtrafiken.

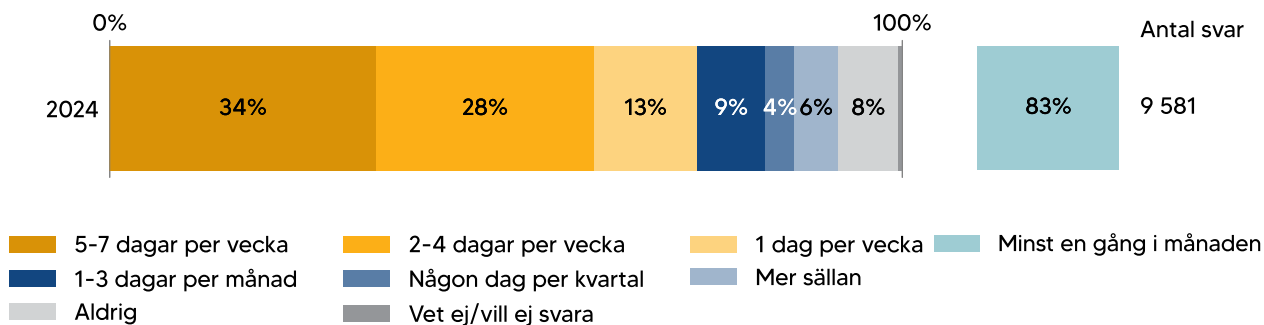
Det nationella snittet speglar resultatet för Region Östergötland, där andelen som någon gång reser med kollektivtrafiken är 81%.

Graf 15. Reser med kollektivtrafik någon gång

De som svarat att de reser med kollektivtrafiken "Mer sällan" eller oftare.



Graf 16. Hur ofta reser du med bil?



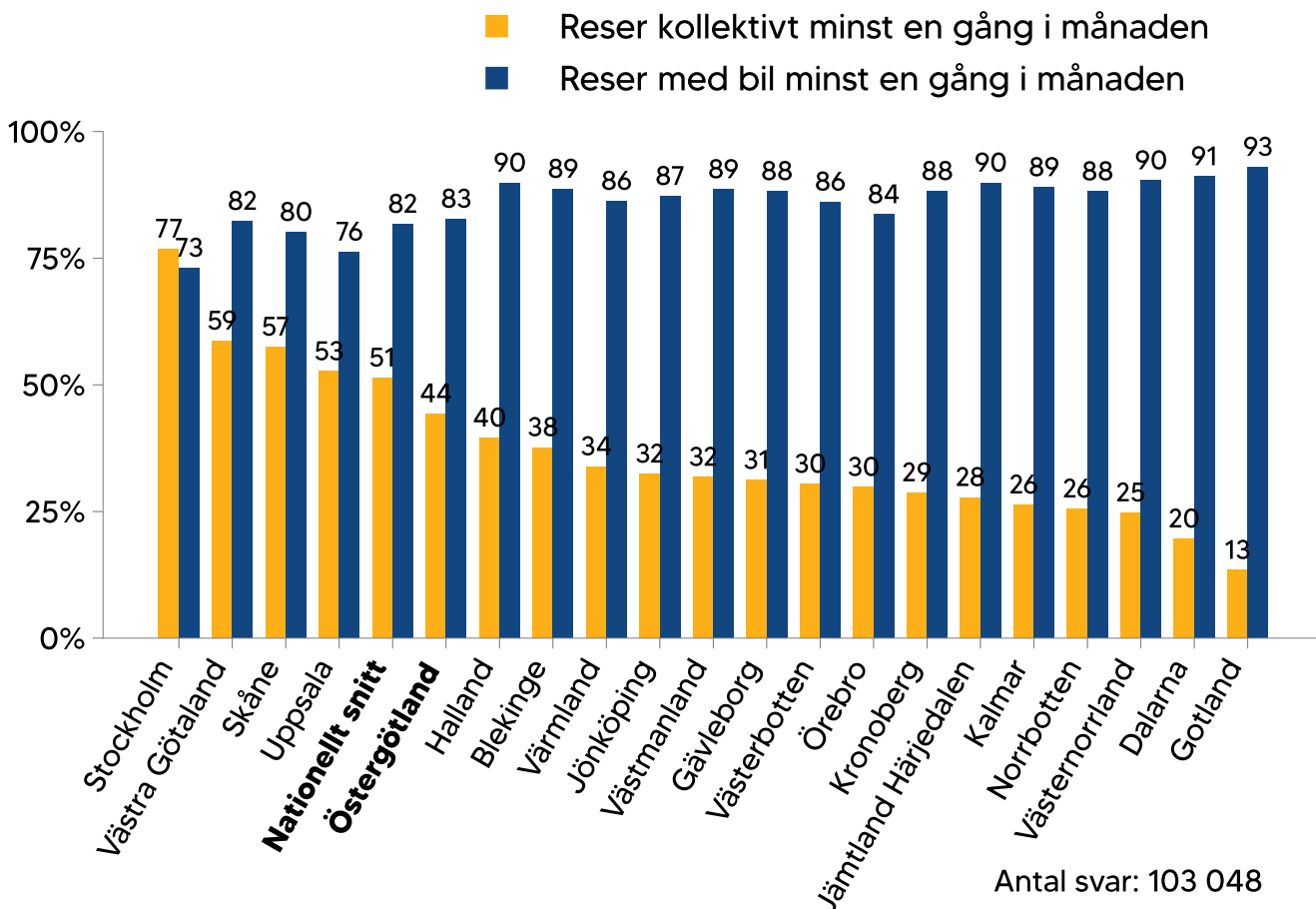
Andelen som reser med bil minst en gång i månaden är 83%. Bland de som reser minst en dag i veckan är andelen 75%.

Lägst andel respondenter som reser med bil minst en gång i månaden finns i Region Stockholm, 73%, och högst andel finns i Region Gotland 93%.

Vid en jämförelse mellan de som reser kollektivt minst en gång i månaden och de som reser med bil minst en gång i månaden framgår det en betydligt jämnare fördelning av bilresenärer mellan regionerna jämfört med kollektivtrafikresenärer.

Andelen som reser kollektivt i Region Östergötland minst en gång i månaden är 44% och ligger under det nationella snittet på 51%. Andelen som reser med bil minst en gång i månaden ligger relativt jämnt med övriga regioner.

Graf 17. Reser minst en gång i månaden

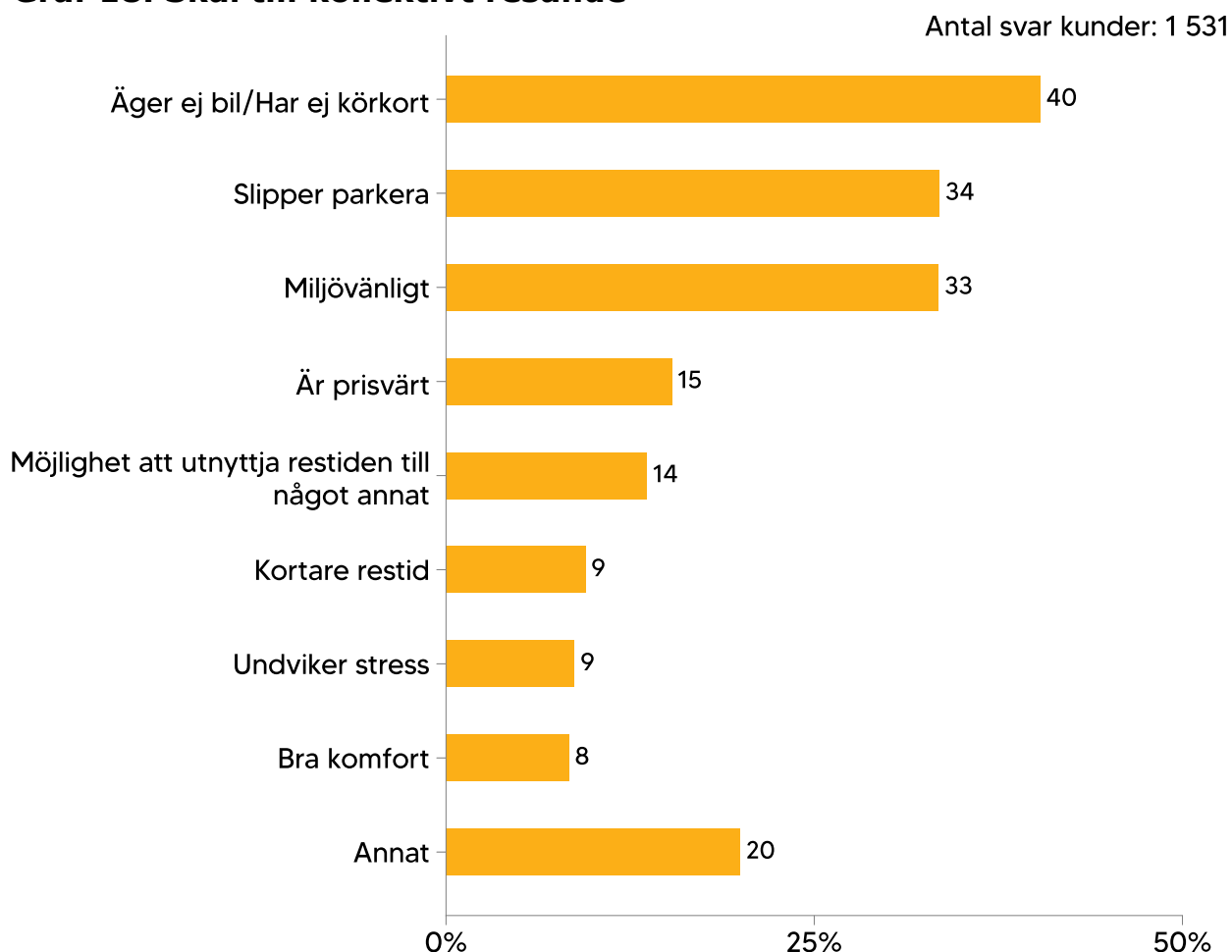


3.7. Skäl till kollektivt resande

Vanligaste
skälet till att
resa kollektivt:
**Äger ej bil/Har
ej körkort**

De tre vanligaste skälen till att resa med kollektivtrafiken är att man inte äger bil/inte har körkort, att man vill slippa parkera och att det är miljövänligt.

Graf 18. Skäl till kollektivt resande*



De som reser med kollektivtrafiken minst en gång i månaden får svara på en fråga om vilka de främsta skälen är till att resa med Östgötatrafiken.

Det vanligaste skälet till resor med kollektivtrafiken är att man inte äger bil eller inte har körkort, något 40%

har uppgett.

Drygt en tredjedel har uppgett att ett skäl att resa kollektivt är att de slipper parkera. Även klimataspekten är ett viktigt skäl för många att resa kollektivt, en av tre Kunder har uppgett detta.

*Denna fråga ställs endast till de respondenter vars kollektivtrafikorganisation har beställt frågepaketet där frågan ingår.

Tabell 1. Regioner där högst andel uppger att de reser med kollektivtrafikorganisationen med skälet att de slipper parkera*

Instämmandegrad	
Norrbotten	38%
Uppsala	36%
Västra Götaland	34%
Halland	34%
Östergötland	34%

Tabell 2. Regioner där högst andel uppger att de reser med kollektivtrafikorganisationen med skälet att de vill resa miljövänligt*

Instämmandegrad	
Uppsala	35%
Östergötland	33%
Kronoberg	33%
Halland	32%
Norrbotten	30%

Tabell 3. Regioner där högst andel uppger att de reser med kollektivtrafikorganisationen med skälet att de inte äger bil/körkort*

Instämmandegrad	
Västra Götaland	69%
Skåne	68%
Västerbotten	59%
Stockholm	59%
Örebro	48%

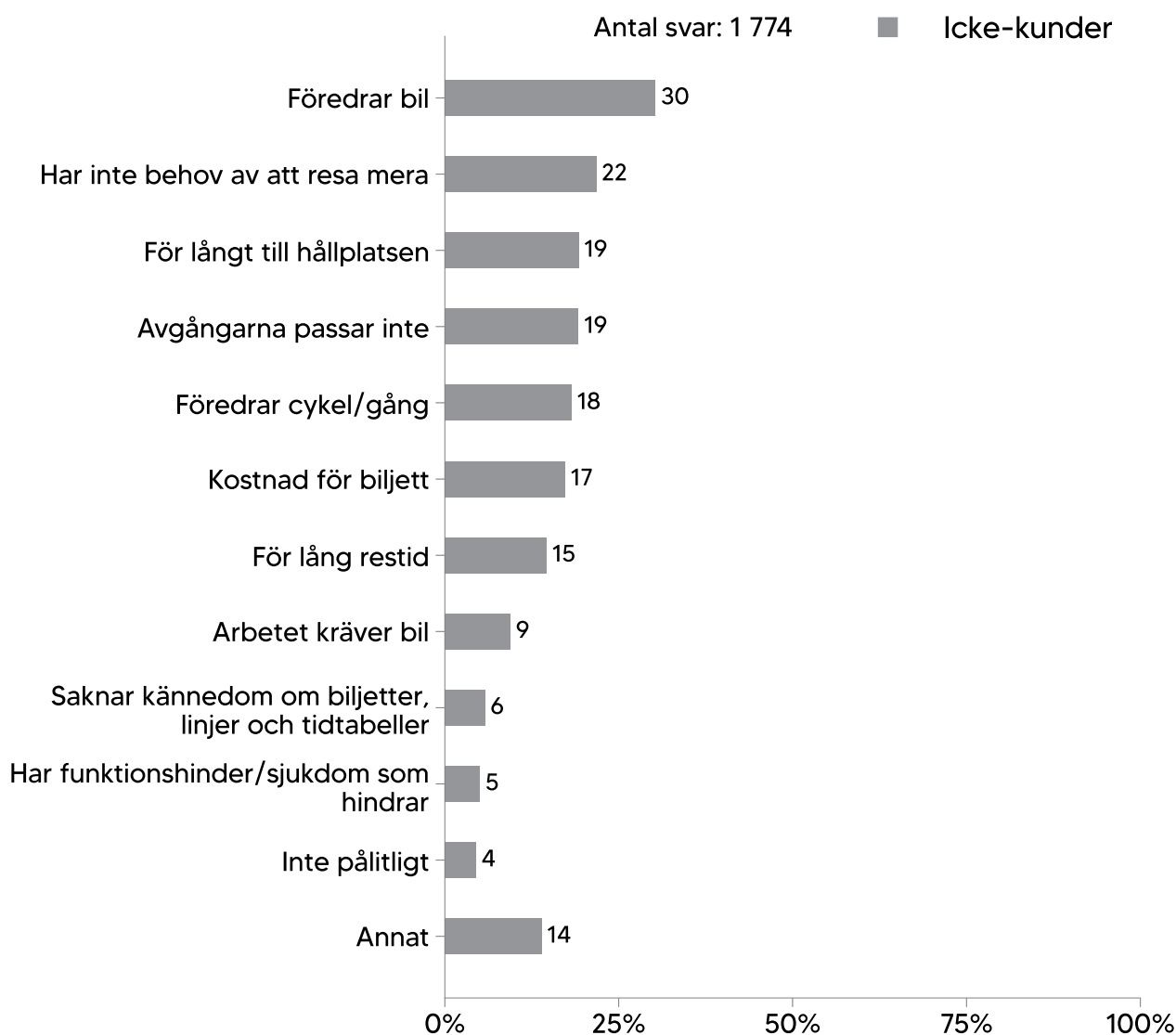
*Viktigt att notera, ett fåtal kollektivtrafikorganisationer ställer inte frågorna om skäl till kollektivt resande. Topplistorna utgår endast från de regioner som har med frågan i sin enkät.

3.8. Hinder för kollektivt resande

Föredrar bil

Bland de som reser med kollektivtrafiken mer sällan än någon dag i månaden (Icke-kunder) beror detta främst på att man föredrar bilen. Drygt en av fem uppger att de inte har behov av att resa mera.

Graf 19. Hinder för kollektivt resande*



*Denna fråga ställs endast till de respondenter vars kollektivtrafikorganisation har beställt frågepaketet där frågan ingår.

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

hållplatsen och lika många uppger att avgångarna inte passar som ett hinder för att resa kollektivt.

På föregående sida framgår det att Icke-kunders främsta skäl till att inte resa kollektivt är att de föredrar bilen, 30% har svarat detta.

22% av Icke-kunder uppger att de inte har behov av att resa mera. Nästan en av fem uppger att de har för långt till

Tabell 4. Regioner där högst andel uppger att de inte reser med kollektivtrafikorganisationen på grund av att de föredrar bil*

Instämmandegrad	
Norrbottnen	37%
Skåne	35%
Västerbotten	32%
Blekinge	32%
Halland	32%

Tabell 5. Regioner där högst andel uppger att de inte reser med kollektivtrafikorganisationen på grund av att avgångarna inte passar*

Instämmandegrad	
Västernorrland	38%
Blekinge	29%
Halland	26%
Kronoberg	26%
Jönköping	25%

*Notera att ett fåtal kollektivtrafikorganisationer ställer inte frågorna om hinder till kollektivt resande. Topplistorna utgår endast från de regioner som har med denna fråga i sin enkät.



3.9. Resorna under året

Huvudsakligt färdmedel

Vid hälften av alla resor används bil - som förare som huvudsakligt färdmedel under 2024.

Kollektivtrafiken är huvudsakligt färdmedel vid 14% av resorna 2024.



Reslängd

38% av alla resor har en reslängd mellan 1,1 - 5 km under 2024.

Detta är även den vanligaste reslängden för resor vid en jämförelse mellan samtliga deltagande organisationer.



Ärende för resa

Icke-kunders ärende med resan är i högre grad inköp eller service jämfört med Kunder, 26% respektive 21%.

En majoritet av alla resor med kollektivtrafiken som huvudsakligt färdmedel är till arbete eller studier.



Biljettyper & Inköpsställe

Periodbiljetten är den vanligaste biljettypen i kollektivtrafiken, 60% använder en periodbiljett. Drygt en av fyra reser med en enkelbiljett.

Mobilapp är det vanligaste inköpsstället, 70% av biljetterna köps via app.



Distansarbete

34% har svarat att de arbetar på distans minst en dag per vecka. Icke-kunder har i högre grad ett arbete som inte möjliggör distansarbete jämfört med Kunder.



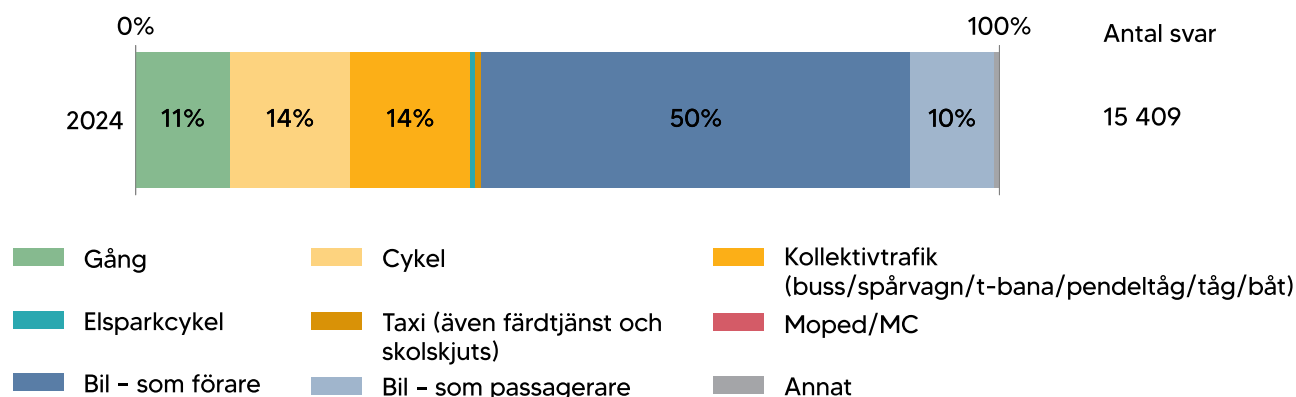
Tidpunkt för resor

Den vanligaste starttiden för både kollektivtrafikresenärer och bilister är mellan 15:00-17:59 följt av 06:00-08:59. Detta speglar troligtvis resvanor relaterade till arbets- och skoltider.



Respondenterna fick i enkäten svara kring sitt resande under föregående dygn. Resultaten i detta avsnitt baseras på de 68 procent som anger att de gjort resor.

Graf 20. Huvudsakligt färdmedel*



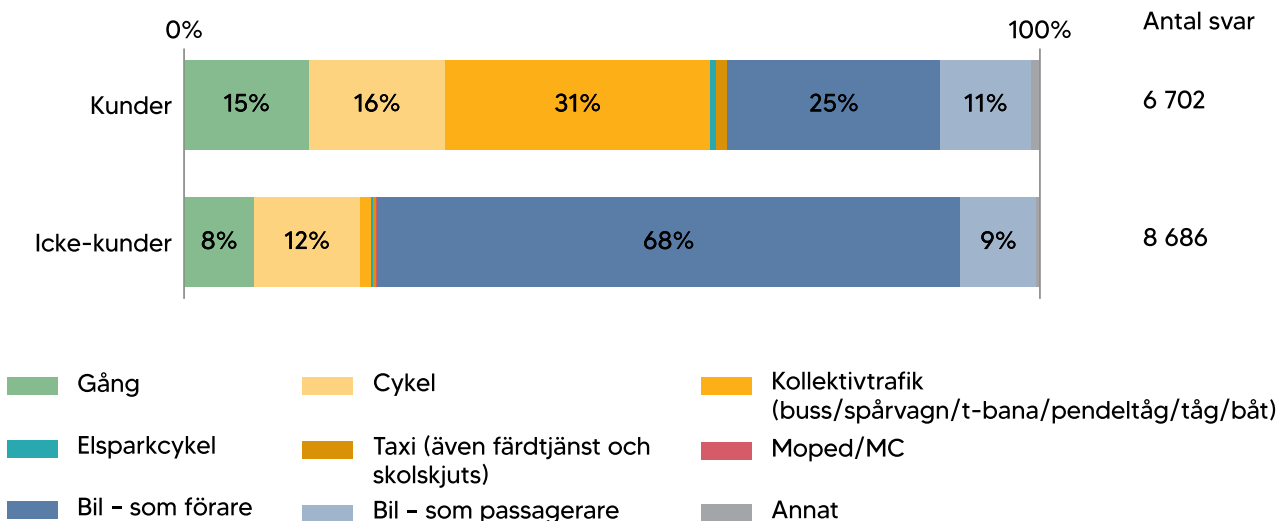
En resa kan genomföras med mer än ett färdmedel, det vanligaste är att man kombinerar gång och kollektivtrafik. I ovan graf redovisas det huvudsakliga färdmedlet som använts under resan.

Bil - som förare är det absolut vanligaste huvudsakliga färdmedlet bland resorna. Hälften av alla resor 2024 hade bil - som förare som huvudsakligt färdmedel. För kollektivtrafiken är motsvarande andel 14%.

De allra flesta resor med kollektivtrafiken sker med buss (78%), följt av spårvagn (12%), tunnelbana (2%), närtrafik (1%) och båt/färja (1%).

*Inför undersökningsåret 2024 förändrades svarsalternativen för bil, moped och MC då dessa separerades till egna alternativ.

Graf 21. Huvudsakligt färdmedel, Kunder och Icke-kunder*



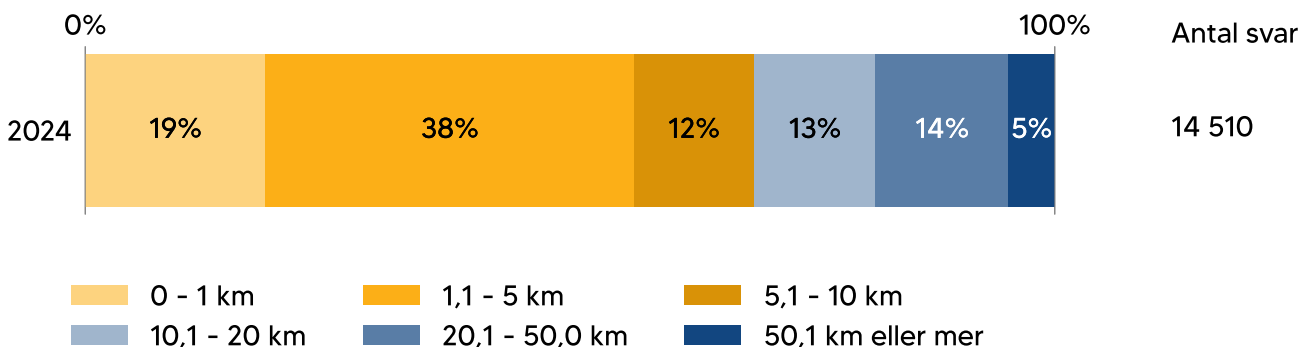
Gällande huvudsakligt färdmedel framgår det stora skillnader mellan Kunder och Icke-kunder. Inte så förvånande använder Icke-kunder bil (som förare framförallt) i betydligt större utsträckning än Kunder. Det omvända gäller kollektivtrafiken där nästan en av tre Kunder huvudsakligen använt kollektiva färdmedel vid sin resa.

Gällande reslängd är resor över 1 kilometer upp till och med 5 kilometer de vanligaste. Detta gäller även vid en jämförelse mellan regionerna,

vilket framgår på nästa sida. Region Västerbotten och Region Norrbotten är de regioner som har störst andel av resorna som är upp till 5 km. I Region Uppsala är det en något större andel resor som är över 50 kilometer jämfört med övriga regioner.

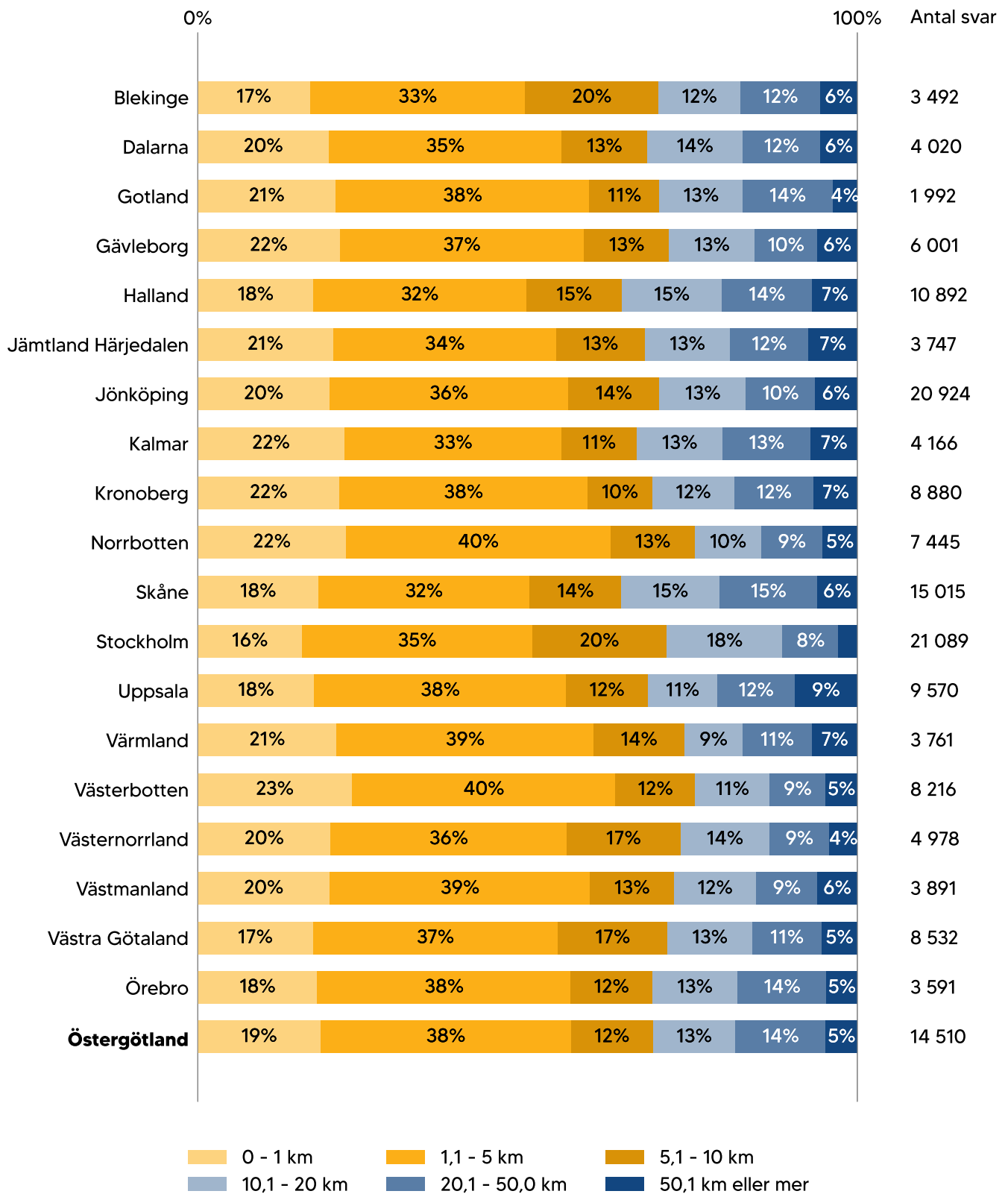
Reslängden i Region Östergötland sticker inte ut nämnvärt från övriga regioner, även här är den vanligaste reslängden 1,1-5 km.

Graf 22. Reslängd, per resa

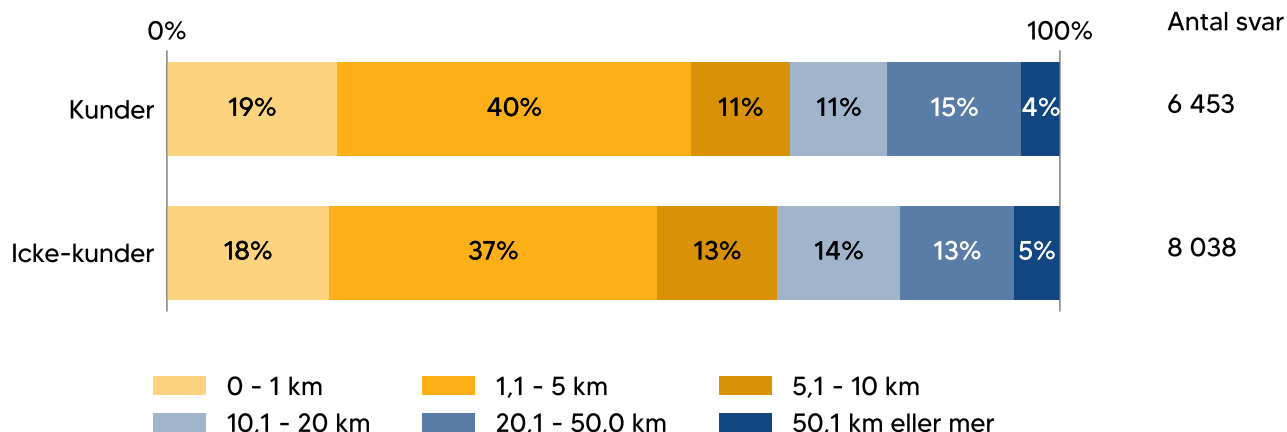


*Inför undersökningsåret 2024 förändrades svarsalternativen för bil, moped och MC då dessa separerades till egna alternativ.

Graf 23. Reslängd per resa, per region



Graf 24. Reslängd per resa, Kunder och Icke-kunder

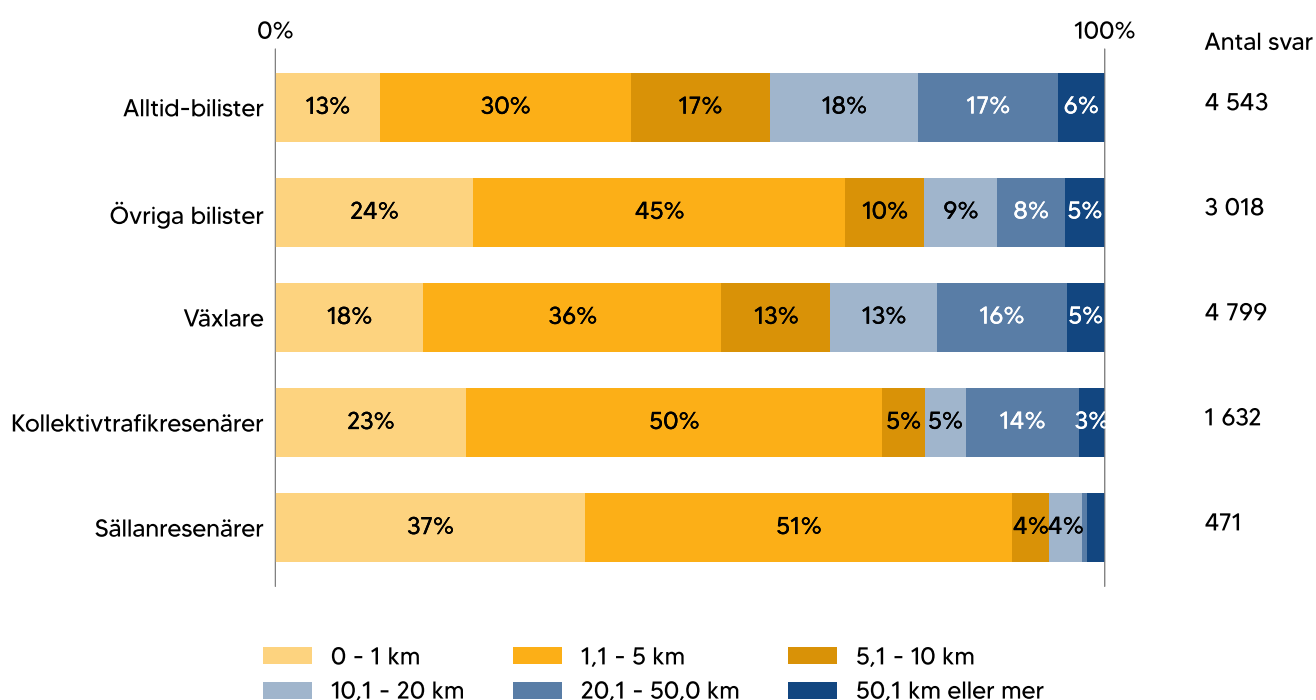


Vid en jämförelse mellan Kunder och Icke-kunder framgår det inga markanta skillnader i reslängd per resa. Kundens resor är i något högre grad 1,1-5 km jämfört med Icke-kunder, samtidigt som Icke-kunders resor i något högre grad är 10,1-20 km.

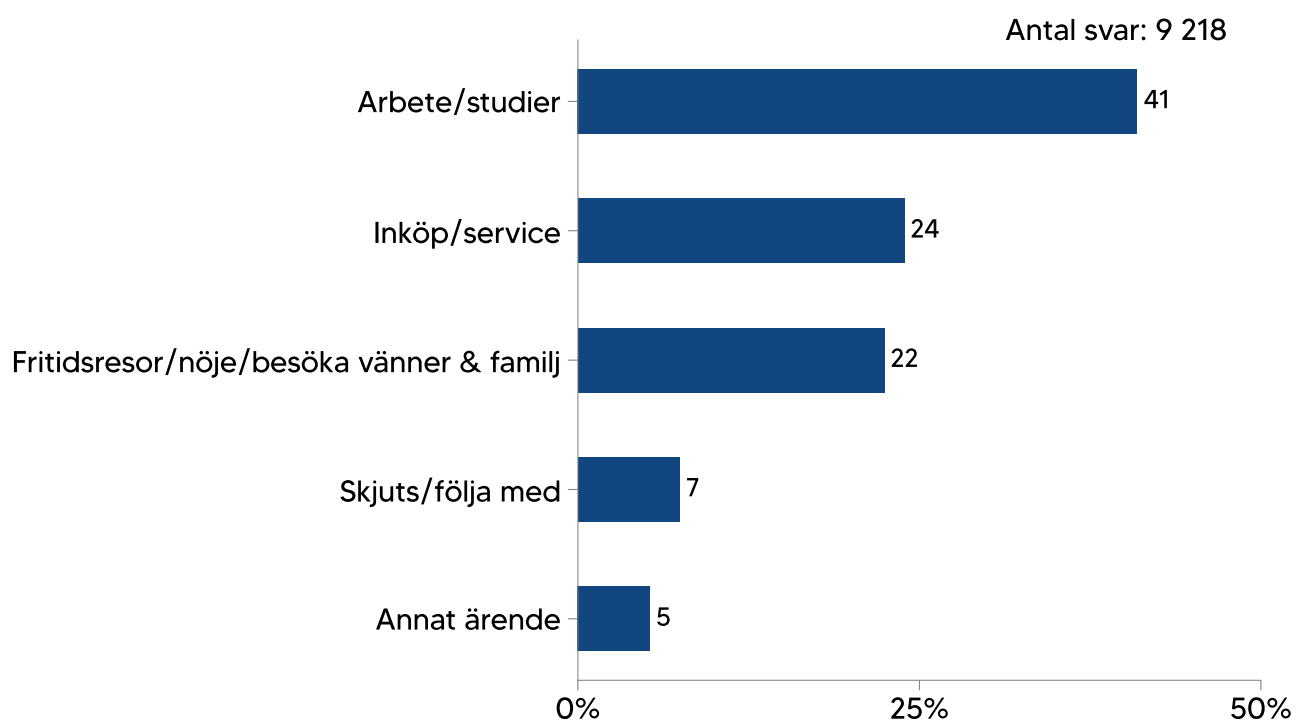
Mellan resenärstyper framträder däremot några tydligare skillnader i

reslängd per resa. Det är vanligare bland Övriga bilister att reslängden är 0-5 km jämfört med Alltid-bilister som i högre grad reser längre distanser per resa. Reslängden för Växlare är på liknande nivåer som Alltid-bilister. Kollektivtrafikresenärer och Sällanresenärer reser i högst grad resor med en reslängd på 0 - 5 km.

Graf 25. Reslängd per resa, resenärstyper



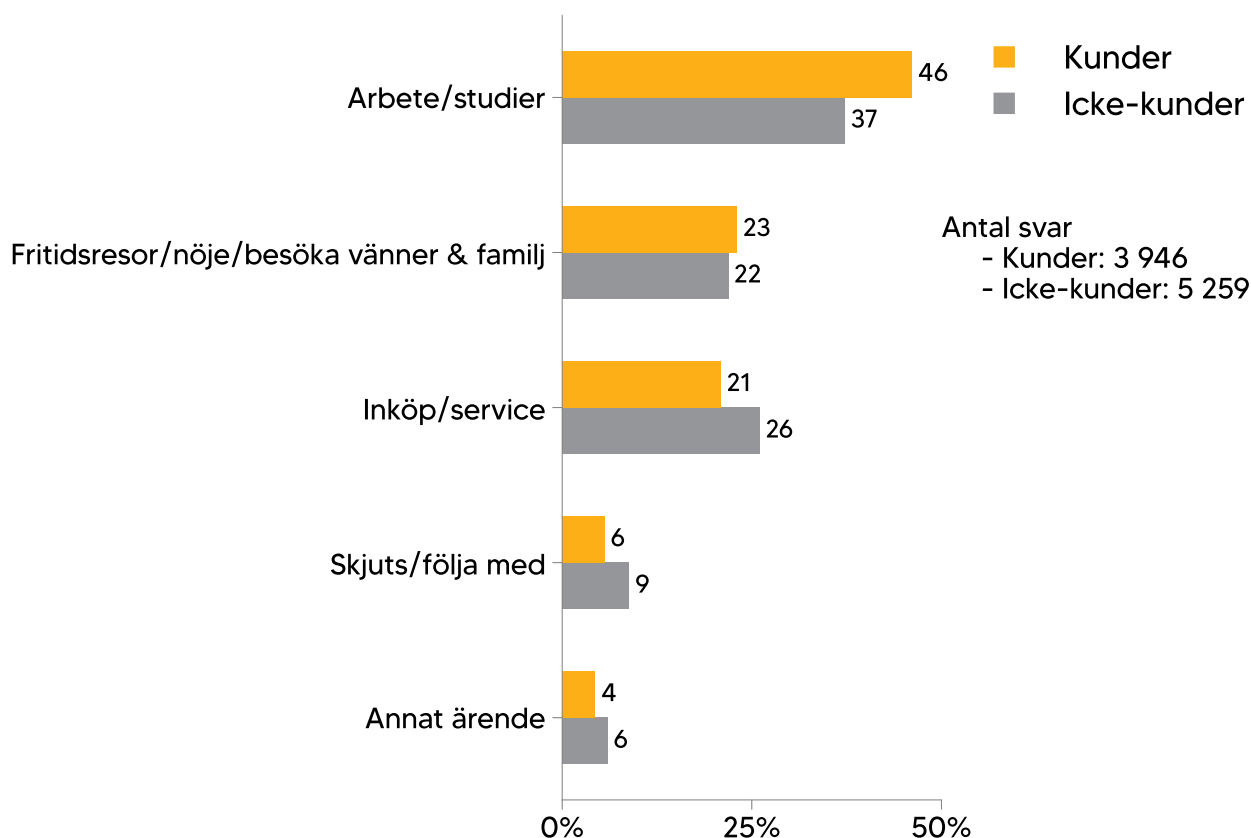
Graf 26. Ärenden för resa*



*Notera att ärendet "Hemresa/till bostaden" har exkluderats från tabellen samt att svarsalternativen för ärenden har kategoriserats.



Graf 27. Ärenden för resa, Kunder och Icke-kunder*



Ärendefördelningen uppdelat på Kunder och Icke-kunder visar att det finns små skillnader. Kundens ärenden är i högre grad resor till arbete/studier, nästan hälften har uppgett detta.

Icke-kunders ärenden är i högre grad inköp av dagligvaror samt skjuts/följa med, jämfört med Kunder.

*Notera att ärendet "Hemresa/till bostaden" har exkluderats från tabellen samt att svarsalternativen för ärenden har kategoriserats.

Tabell 6. Ärenden och huvudsakligt färdssätt*

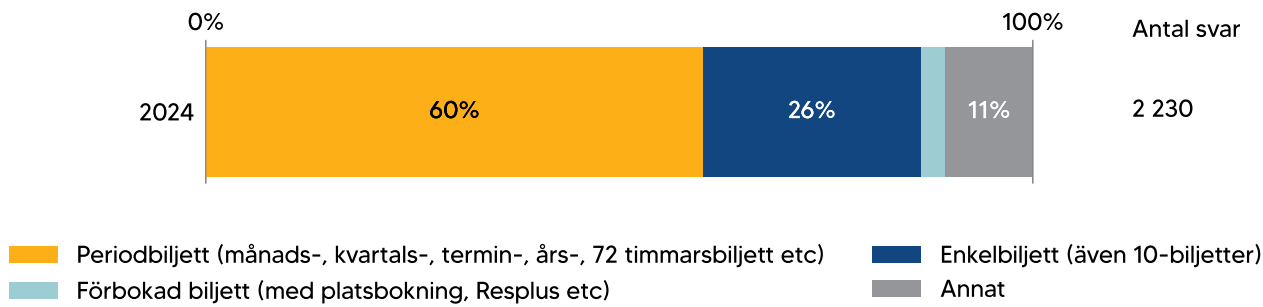
	Bil – som förare	Bil – som passage- rare	Gång	Cykel	Kollek- tivtrafik
Arbete/studier	36%	19%	36%	58%	63%
Inköp/service	28%	32%	27%	14%	12%
Skjuts/följa med	10%	4%	7%	6%	2%
Fritidsresor/ nöje/besöka vänner & familj	21%	36%	27%	20%	20%
Annat ärende	6%	9%	4%	2%	3%
Antal svar	4 635	818	1 019	1 312	1 228

Användningen av kollektivtrafik som huvudsakligt färdmedel sker i högst grad för att ta sig till arbete eller studier. En majoritet av alla resor där cykel är huvudsakligt färdmedel är också till arbete eller studier. En av fem använder kollektivtrafiken som huvudsakligt färdmedel för fritidsresor, nöjesresor eller för att besöka vänner och familj.

Gällande inköp eller någon typ av service används bil, både som förare och passagerare, som huvudsakligt färdmedel i högre grad, men även gång är ett vanligt huvudsakligt färdssätt för detta ärende.

*Notera att ärendet "Hemresa/till bostaden" har exkluderats från tabellen samt att svarsalternativen för ärenden har kategoriserats.

Graf 28. Typ av biljett



Bland de som reser i kollektivtrafiken är periodbiljetten den klart vanligast förekommande biljettypen, 60% reser med någon form av periodbiljett. Drygt en av fyra reser med en enkelbiljett.

Drygt två av tre reser med periodbiljett i Region Jönköping, Region Stockholm och Region Skåne. Samtidigt är det vanligast att resa med enkelbiljett i Region Gotland.

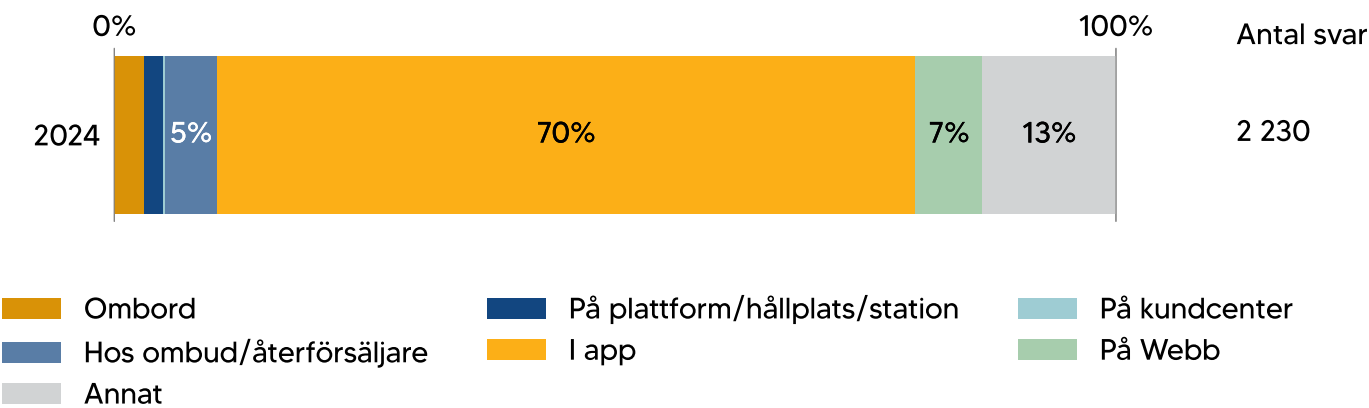
Tabell 7. Regioner där det är vanligast att resa med periodbiljett

	Andel som reser med periodbiljett
Jönköping	69%
Stockholm	69%
Skåne	68%
Östergötland	60%
Värmland	59%

Tabell 8. Regioner där det är vanligast att resa med enkelbiljett

	Andel som reser med enkelbiljett
Gotland	36%
Västerbotten	35%
Uppsala	31%
Kalmar	31%
Jämtland Härjedalen	29%

Graf 29. Inköpsställen för biljett



Den absolut största andelen resenärer i kollektivtrafiken köper sin biljett genom Östgötatrafikens app i mobilen.

13% väljer ett annat inköpsställe vilket genom fritexter framgår ofta är ett skolkort som skolan delat ut.

Tabell 9. Regioner där det är vanligast att köpa sin biljett i app

	Andel som köpt biljett i app
Skåne	77%
Östergötland	70%
Halland	68%
Uppsala	67%
Jönköping	66%

Tabell 10. Regioner där det är vanligast att köpa sin biljett hos ombud/ återförsäljare

	Andel som köpt biljett hos ombud/ återförsäljare
Värmland	13%
Västernorrland	12%
Norrbottn	12%
Örebro	11%
Stockholm	9%

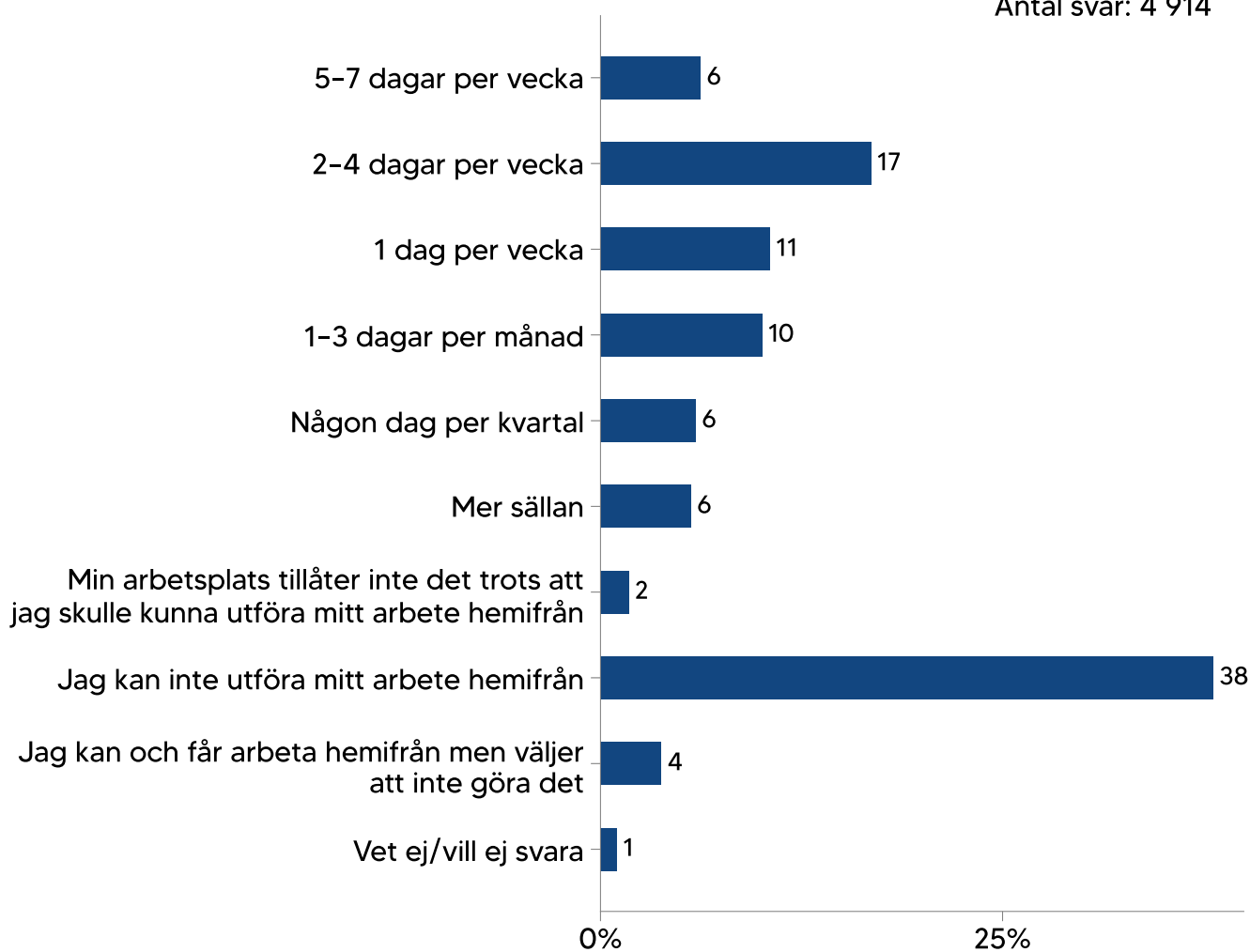
Tabell 11. Biljettyp som köps, per inköpsställe

	Ombord	På plattform/ hållplats/ station	På kund- center	Hos om- bud/åter- försäljare	I app	På Webb
Periodbiljett (månads-, kvartals-, termin-, års-, 72 timmarsbiljett etc)	12%	37%	42%	55%	66%	70%
Enkelbiljett (även 10-biljetter)	81%	54%	43%	36%	29%	8%
Förbokad biljett (med platsbokning, Resplus etc)	4%	2%	15%	2%	2%	18%
Annat	4%	7%	0%	7%	3%	4%
Antal svar	66	41	6	119	1 562	150

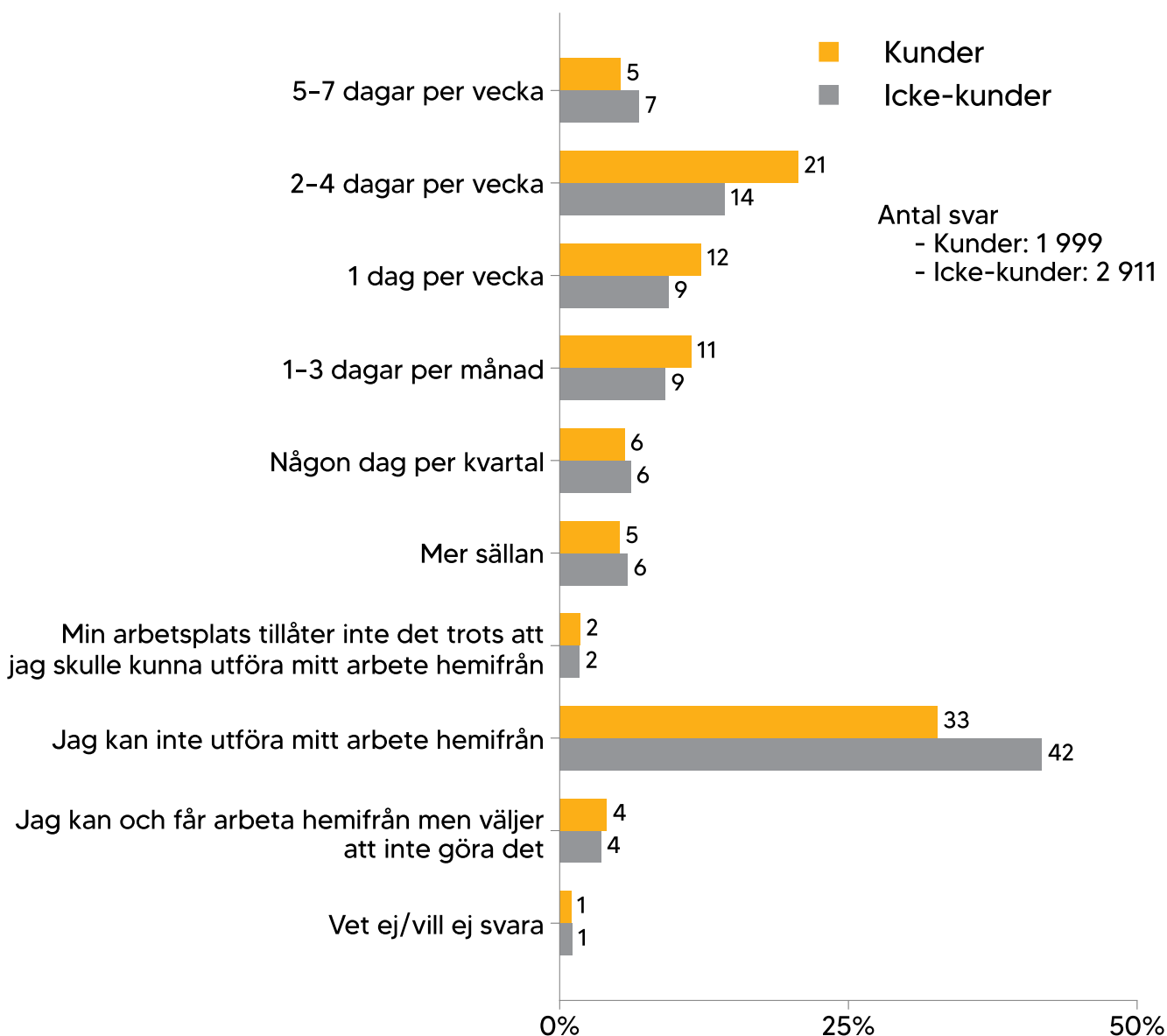


Graf 30. Hur ofta arbetar du på distans?

Antal svar: 4 914



Graf 31. Hur ofta arbetar du på distans? Kunder och Icke-kunder

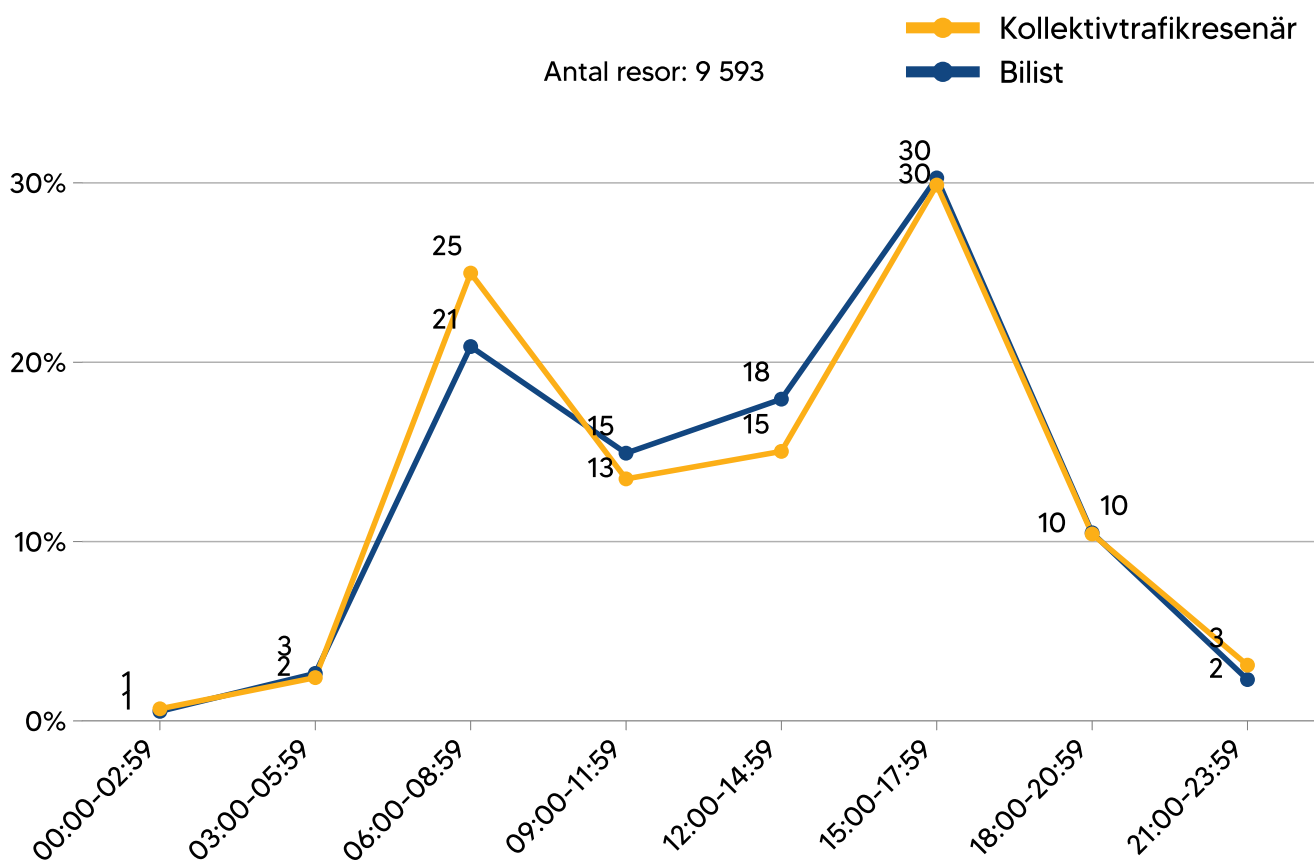


De respondenter som svarat att de är yrkesverksamma får frågan om hur ofta de arbetar på distans.

Icke-kunder har i högre grad ett arbete som inte möjliggör distansarbete.

Mellan Kunder och Icke-kunder framgår skillnader gällande distansarbete. Kunder arbetar mer frekvent på distans, förutom avseende distansarbete 5-7 dagar per vecka där Icke-kunder är något mer representerade.

Graf 32. Tidpunkt för resor, kollektivtrafikresenärer och bilister



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 12:00-14:59.

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

Tabell 12. Färdmedel per tidpunkt, per 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
Bil – som förare	48%	59%	45%	54%	53%	49%	51%	40%
Bil – som passagerare	15%	3%	5%	12%	13%	9%	12%	12%
Moped/MC	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Taxi (även färdtjänst och skolskjuts)	5%	0%	1%	1%	1%	1%	0%	2%
Elsparkcykel	4%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	1%
Gång	10%	9%	10%	11%	11%	11%	13%	12%
Cykel	4%	7%	19%	10%	10%	15%	13%	18%
Kollektivtrafik	11%	19%	20%	11%	11%	14%	10%	15%
Annat	2%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	1%
Antal svar	66	332	3 335	2 077	2 505	4 564	1 635	434

Tabell 13. Färdmedel, per resdag*

	Mån-Fre	Lör-Sön	Antal svar
Bil – som förare	15%	12%	7 509
Bil – som passagerare	14%	15%	1 454
Moped/MC	6%	35%	6
Taxi (även färdtjänst och skolskjuts)	14%	14%	105
Elsparkcykel	15%	12%	75
Gång	15%	12%	1 727
Cykel	16%	10%	2 282
Kollektivtrafik	16%	11%	2 154
Annat	14%	15%	97

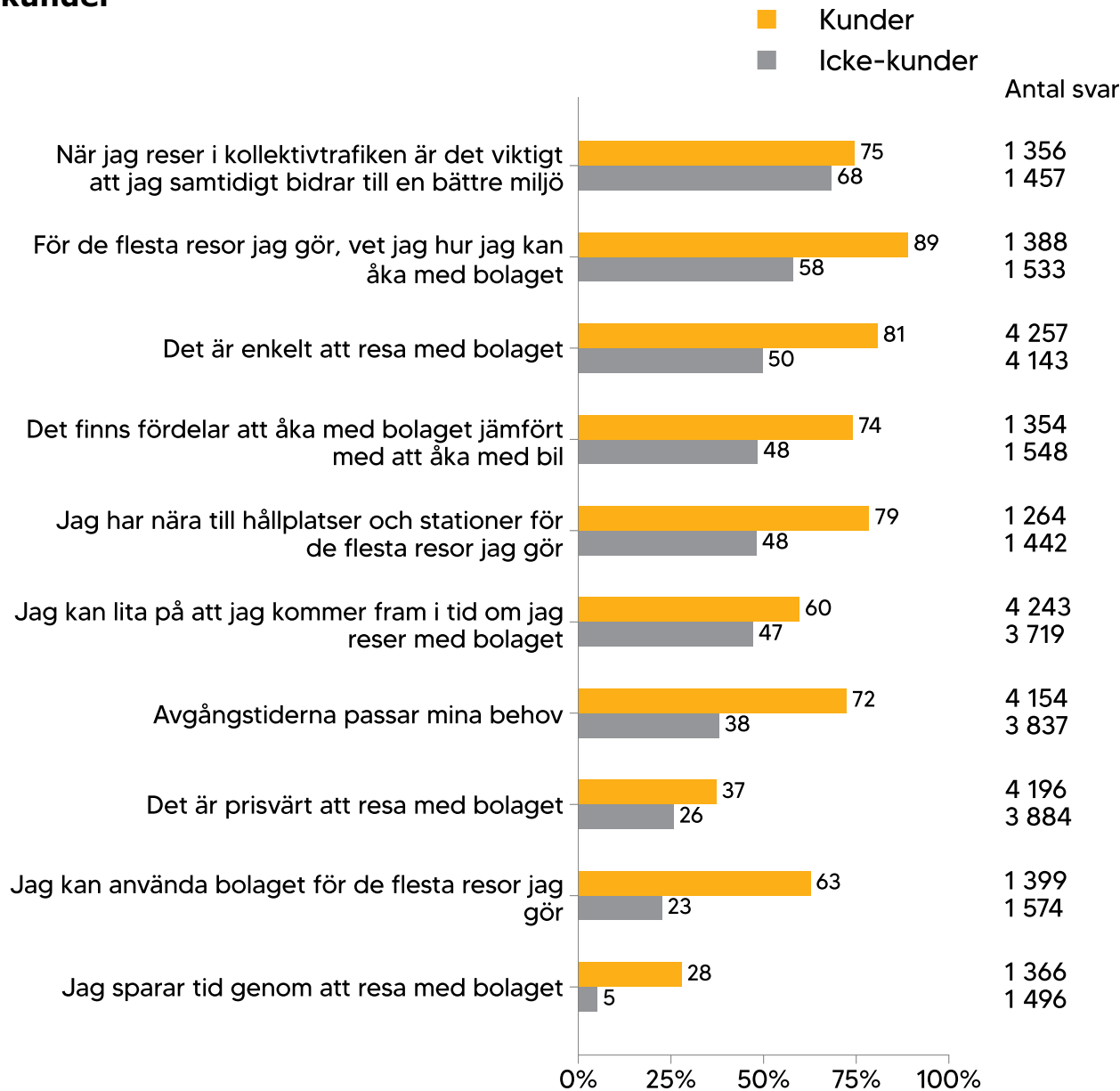
*Tabellen visar andelen av resor med respektive färdmedel som sker under vardag och helg. Andel resor per färdslag och resdag har normaliserats efter antal vardag och helgdagar.

3.10. Förutsättningar för kollektivt resande

Relevans
Störst skillnad
mellan Kunder &
Icke-kunder i
uppfattning

Kunder upplever överlag bättre förutsättningar för kollektivt resande jämfört med Icke-kunder. Faktorn där upplevelsen skiljer sig mest gäller **relevans** - att kunna använda kollektivtrafiken för de flesta resorna man gör.

Graf 33. Förutsättningar för kollektivt resande, Kunder och Icke-kunder



På föregående sida framgår det att Kunder överlag upplever klart bättre förutsättningar för att resa med kollektivtrafiken jämfört med Icke-kunder.

Störst skillnad framgår gällande förutsättningen att kunna använda Östgötatrafiken för de flesta resor, knappt en av fyra Icke-kunder instämmer i någon grad samtidigt som nästan två av tre Kunder instämmer i

samma påstående.

Tidsbesparande och prisvärdheten är två områden som har lägre instämmandegrad för både Kunder och Icke-kunder. Dessa faktorer visar på störst förbättringspotential överlag.

Tabell 14. Regioner där kunskapen bland kunder om hur man kan åka med kollektivtrafikorganisationen är som högst

Instämmandegrad	
Stockholm	92%
Norrbottnen	91%
Värmland	90%
Kalmar	90%
Västerbotten	90%

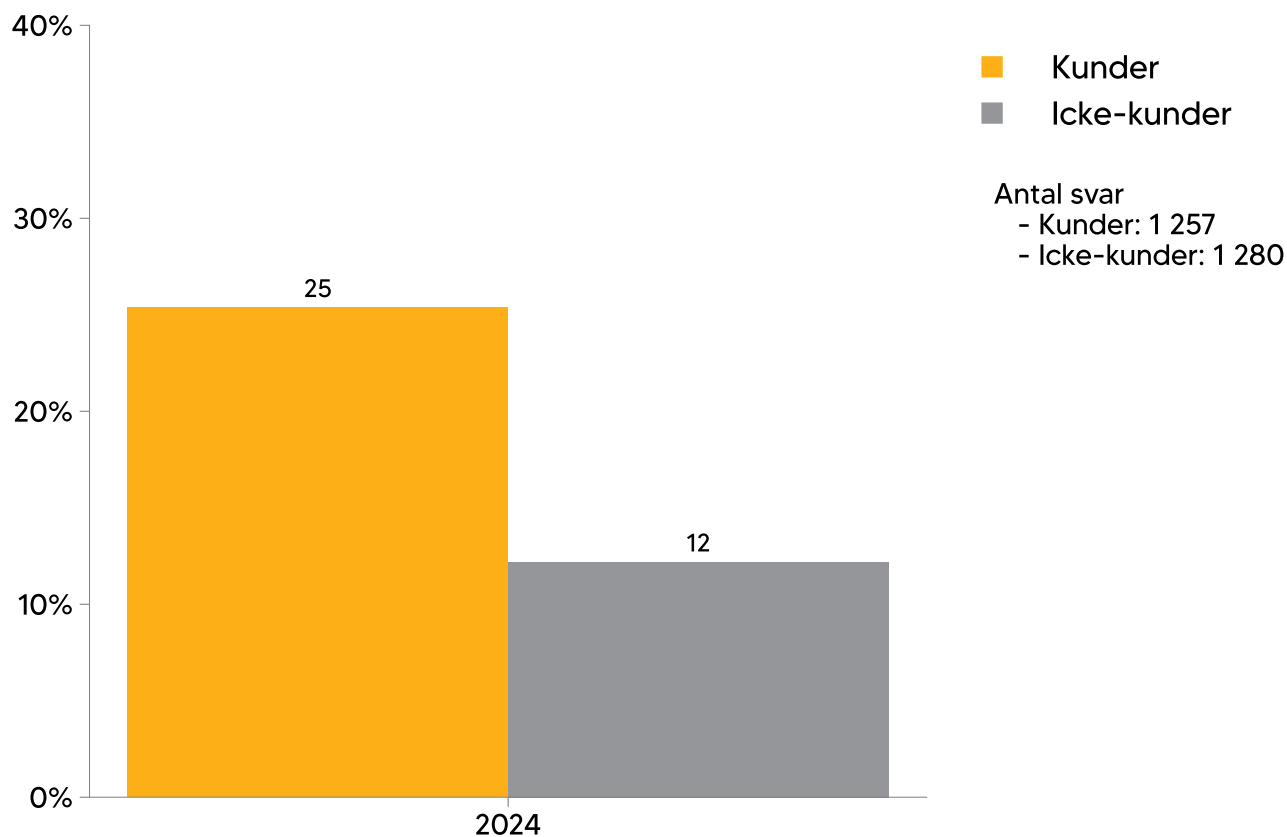
Tabell 15. Regioner där kunder i störst utsträckning anser sig ha nära till stationer och hållplatser för de flesta resor de gör

Instämmandegrad	
Stockholm	83%
Norrbottnen	79%
Västerbotten	79%
Jönköping	79%
Uppsala	79%

Tabell 16. Regioner där kunder i högst grad anser att det är viktigt att de bidrar till en bättre miljö när de åker kollektivt

Instämmandegrad	
Uppsala	81%
Västerbotten	80%
Halland	78%
Norrbottnen	78%
Kalmar	78%

Graf 34. Mina möjligheter att resa kollektivt har förbättrats det senaste året



En av fyra Kunder anser att möjligheterna att resa kollektivt har förbättrats det senaste året. Drygt en av tio bland Icke-kunder har svarat detsamma.

Tabell 17. Regioner där invånarna i högst grad anser att deras möjligheter att resa kollektivt förbättrats det senaste året*

Instämmandegrad		
	Kunder	Icke-kunder
Norrbottens län	35%	13%
Västerbottens län	33%	14%
Uppsala län	32%	15%
Kalmar län	33%	12%
Skåne län	31%	14%

*Notera att tabellen är sorterad efter instämmandegrad för totalen, dvs. andelen för Kunder + Ej kunder.

3.11. Ombord i kollektivtrafiken

Hög
nöjdhet
ombord

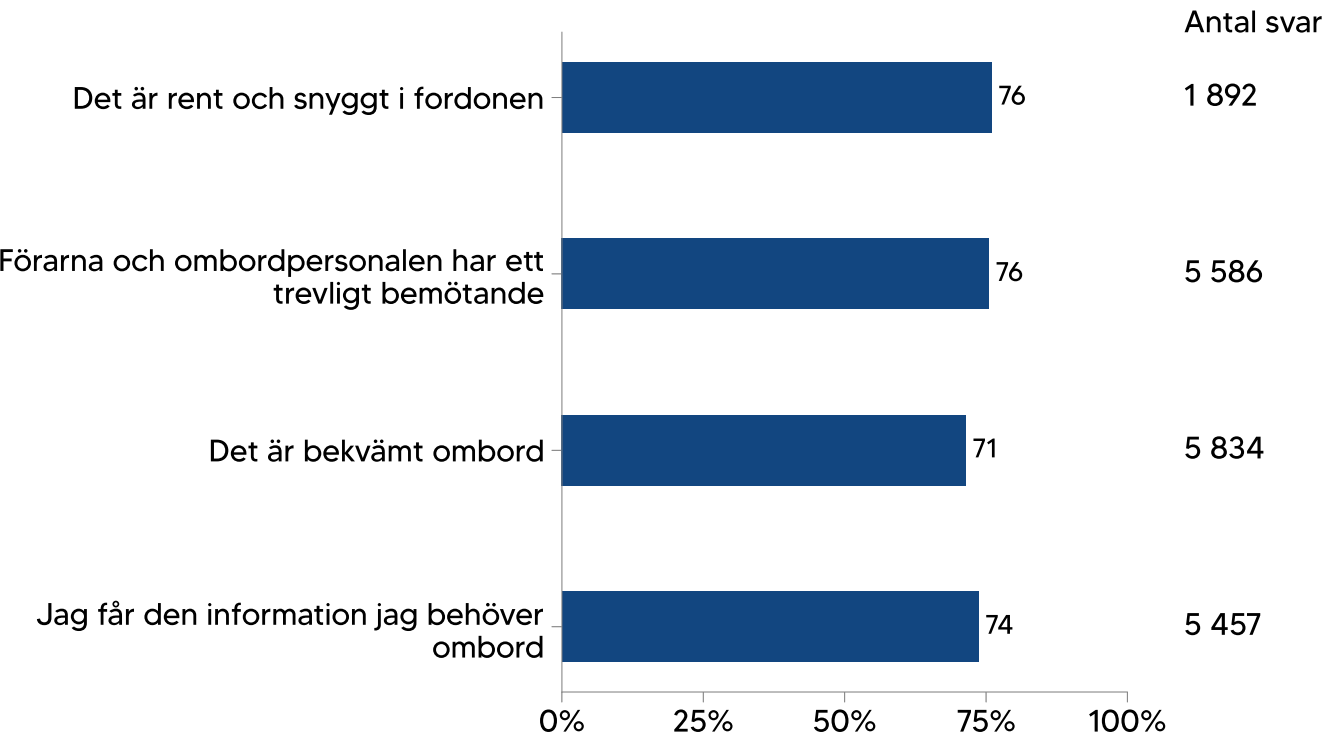
Bemötande av förare och ombordpersonal samt renligheten ombord får högst betyg av allmänheten och gruppen Kunder. Förutom renligheten ombord instämmer Icke-kunder också i högst grad att de får den information de behöver ombord.

Resenärer som reser med kollektivtrafiken minst någon gång i kvartalet har fått svara på påståenden om hur de upplever olika faktorer ombord. Påståendena besvarades genom en instämmandeskala 1-5, 1 motsvarar en väldigt låg instämmandegrad samtidigt som 5 motsvarar en väldigt hög instämmandegrad.

Frågorna i detta område ställs endast av de kollektivtrafikorganisationer som har beställt frågepaketet. Resultatet reflekterar därför inte alla kollektiva färdmedel fullt ut och inte landets alla regioner.

Graf 35. Ombord i kollektivtrafiken

Andel instämmande 4 + 5



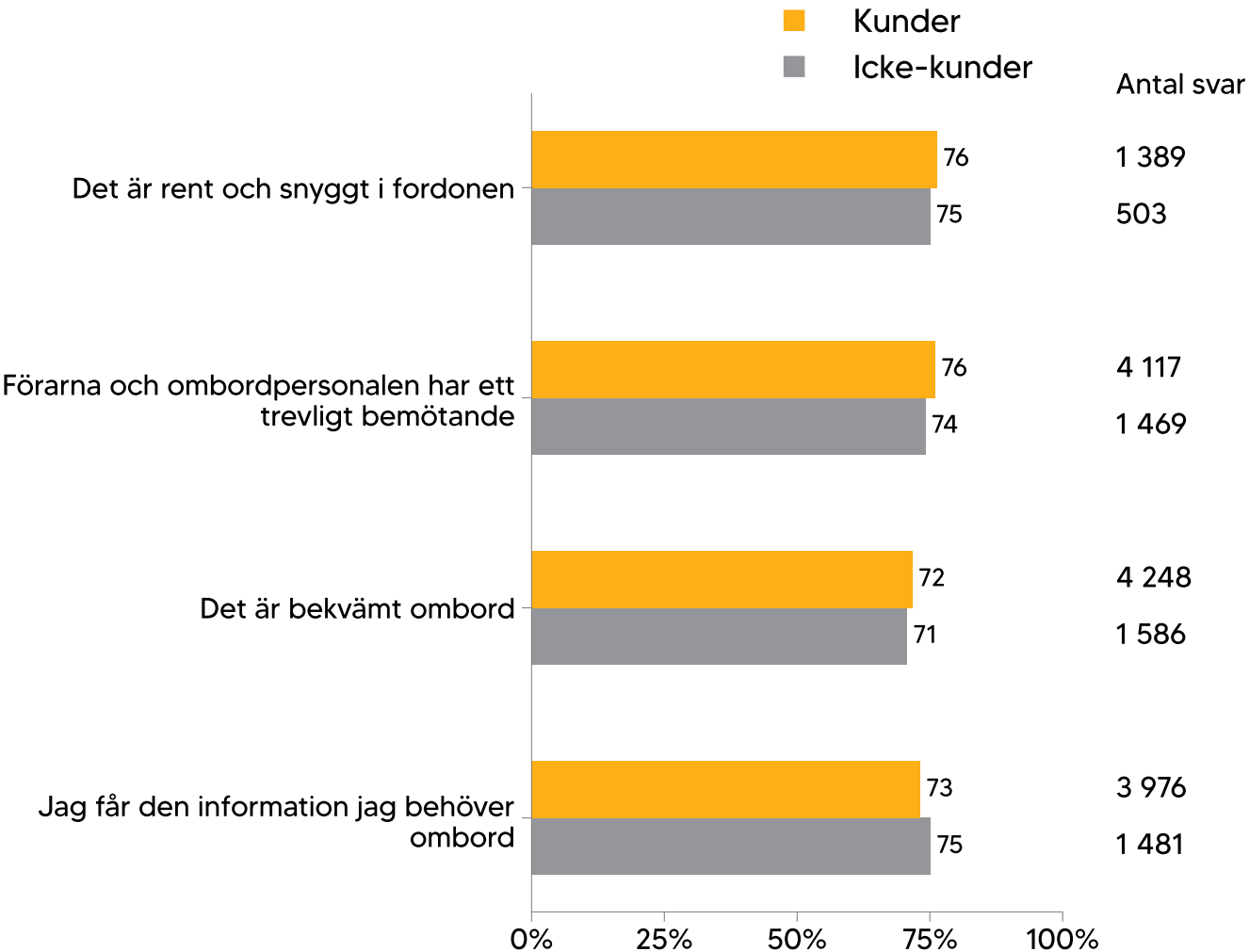
På föregående sida framgår det att andelen instämmande är hög för de olika ombordfaktorerna som efterfrågas i undersökningen.

Nöjdheten mellan de olika faktorerna varierar bland allmänheten mellan 71-76% där renligheten ombord samt bemötandet från förare och personal får högst betyg.

Mellan Kunder och Icke-kunder är nöjdheten med ombordfaktorer i kollektivtrafiken överlag densamma. Kunder är något mer nöjda än Icke-kunder, förutom avseende informationen ombord där Icke-kunder är något mer nöjda.

Graf 36. Ombord i kollektivtrafiken, Kunder och Icke-kunder*

Andel instämmande 4 + 5



*Notera att ett fåtal kollektivtrafikorganisationer ställer inte ombordfrågor i sin enkät. Resultatet ovan utgår endast från de regioner som har inkluderat ombordfrågor i sin enkät.

Tabell 18. Regioner där resenärer i störst utsträckning anser det vara rent och snyggt i fordonen*

Instämmandegrad	
Värmland	82%
Gotland	82%
Kalmar	80%
Norrbottn	78%
Östergötland	76%

Tabell 19. Regioner där resenärer i högst grad anser att förare och ombordpersonal har ett trevligt bemötande*

Instämmandegrad	
Värmland	82%
Norrbottn	80%
Blekinge	79%
Kalmar	79%
Gotland	78%

Tabell 20. Regioner där resenärer i störst utsträckning anser att det är bekvämt ombord*

Instämmandegrad	
Blekinge	77%
Norrbottn	75%
Värmland	74%
Kalmar	73%
Gotland	72%

Tabell 21. Regioner där resenärer i högst grad instämmer i att de får den information de behöver ombord*

Instämmandegrad	
Gotland	82%
Uppsala	79%
Västmanland	78%
Kalmar	78%
Värmland	76%

*Notera att ett fåtal kollektivtrafikorganisationer ställer inte ombordfrågor i sin enkät. Topplistorna utgår endast från de regioner som har med ombordfrågor i sin enkät.

3.12. Trygghet

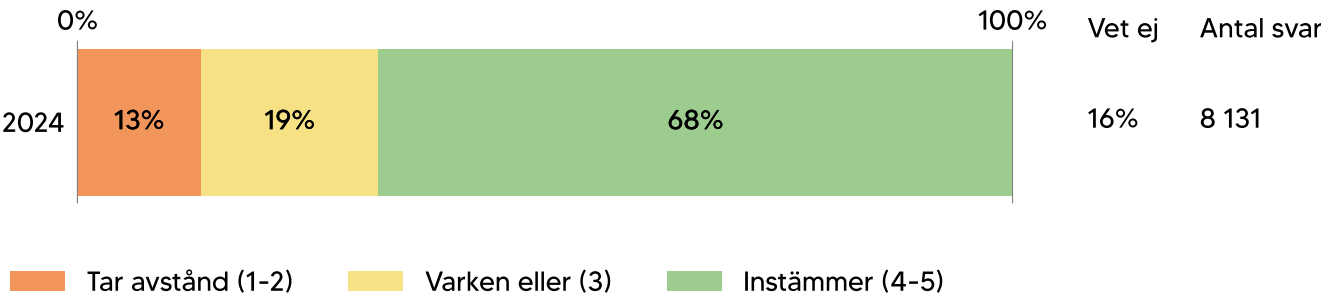
68%

känner sig trygga i
kollektivtrafiken

Drygt två av tre resenärer upplever sig trygga när de reser kollektivt. Kunder upplever sig i högre grad trygga i kollektivtrafiken jämfört med Icke-kunder.

Graf 37. Allmänhetens upplevelse av trygghet

Andel instämmande 1 till 5

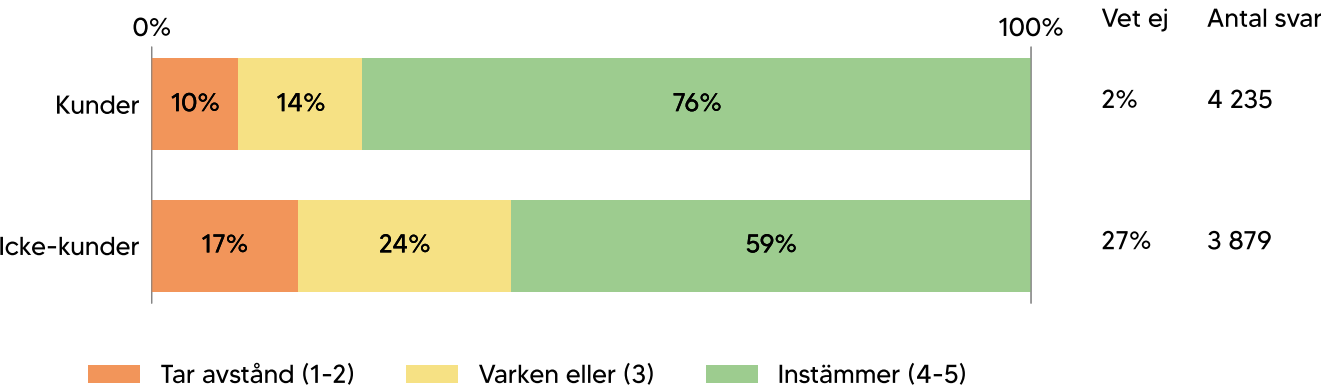


En majoritet om 68% uppger att de känner sig trygga när de reser kollektivt. Knappt en av fem upplever sig varken trygg eller otrygg, samtidigt som 13% i någon grad känner sig otrygga vid resor med kollektivtrafiken.

Tabell 22. Regioner där allmänheten i högst grad känner trygghet när de åker kollektivt
 Andel instämmande 4 + 5

Instämmandegrad	
Norrbotten	73%
Värmland	72%
Västerbotten	72%
Uppsala	69%
Gotland	69%

Graf 38. Upplevelse av trygghet, Kunder och Icke-kunder
 Andel instämmande 1 till 5



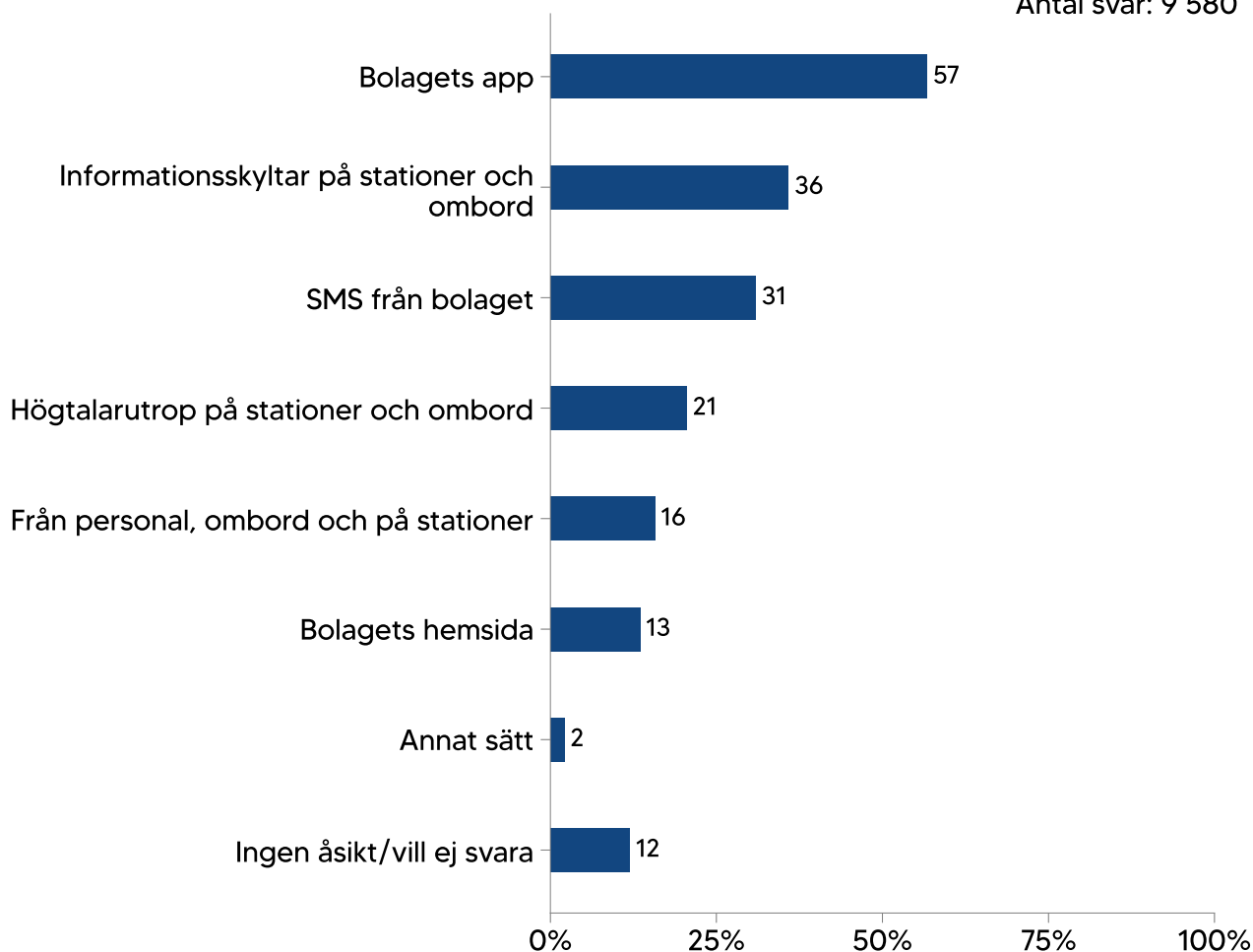
Mellan Kunder och Icke-kunder framgår några skillnader avseende tryggheten i kollektivtrafiken. Kunder är i betydligt högre grad trygga när de åker kollektivt jämfört med Icke-kunder.

Samtidigt är det en betydande andel Icke-kunder som har svarat "Vet ej" på frågan om trygghet.

3.13. Information

Graf 39. Var vill du främst få information om förseningar/inställa avgångar?

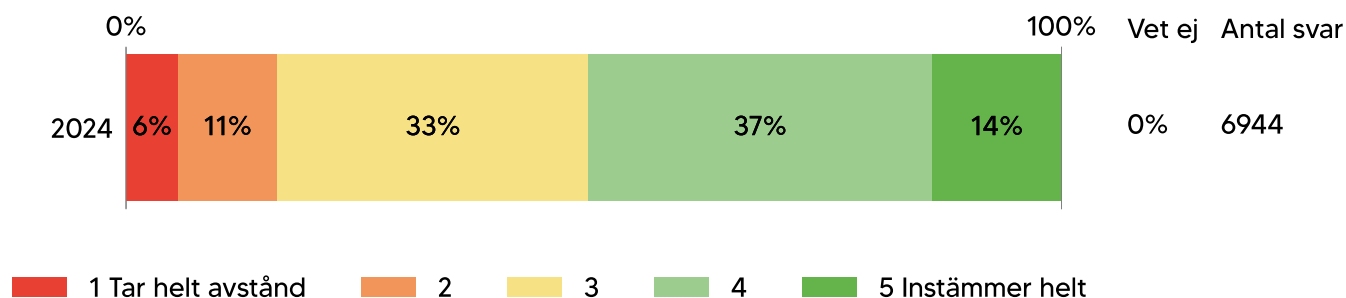
Antal svar: 9 580



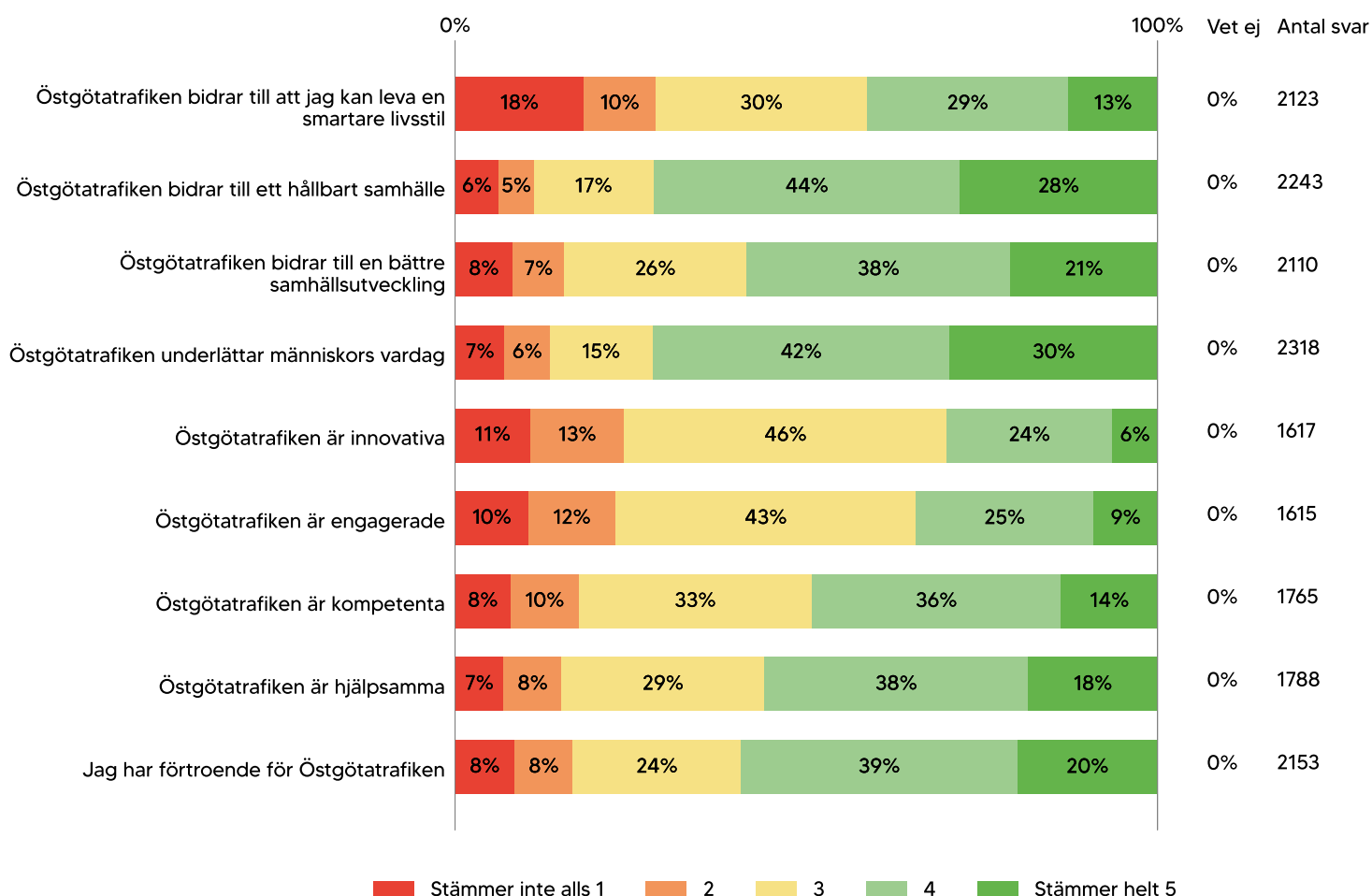
Mer än hälften vill främst få information om förseningar och/eller inställda avgångar genom Östgötatrafikens mobilapp.

Informationsskyltar på stationer och ombord är också en viktig informationskälla för många, 36% har uppgett att de främst vill få information om förseningar och/eller inställda avgångar genom denna kommunikationsväg.

Graf 40. Östgötatrafiken har ett gott rykte



Graf 41. Hur väl instämmer du med följande påståenden?



Bilagor



4. Bilagor

4.1. Definitioner

Nationellt snitt

Avser ett viktat genomsnitt för riket utifrån rikets fördelning av större och mindre regioner och kommuner, och därmed speglar resultaten hur svenska folket bedömer kollektivtrafiken.

Kollektivtrafikorganisation

Kollektivtrafikbolagen som erbjuder lokal och regional kollektivtrafik med buss, tåg, spårvagn, tunnelbana och båt i Sverige.

Kunder

Personer som reser minst varje månad med kollektivtrafiktrafikorganisationen.

Icke-kunder

Personer som reser med sin regionala kollektivtrafikorganisation mer sällan än en gång i månaden, dvs. de som svarat att man reser med organisationen någon dag per kvartal, mer sällan eller aldrig.

Allmänhet

Samtliga svarande, dvs både kunder och icke-kunder.

Alltid-bilister

Reser minst fem dagar i veckan med bild och reser högst någon gång per kvartal med kollektivtrafiken.

Övriga bilister

Reser mindre än fem dagar i veckan men minst en gång i månaden med bil och reser någon gång per kvartal med kollektivtrafiken.

Kollektivtrafikresenärer

Reser minst en gång i månaden med kollektivtrafik, och reser någon gång per kvartal eller mer sällan med bil.

Växlare

Reser minst en gång i månaden med såväl bil som kollektivtrafik.

Sällanresenärer

Reser någon gång per kvartal eller mer sällan med såväl bil som kollektivtrafik.

Nöjd kund index (NKI)

Andelen instämmande (betyg 4-5) i frågan om sammanfattande nöjdhet med kollektivtrafikorganisationen.

Marknadsandel

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

Huvudsakligt färdmedel

Personer som gjort en resa under gårdagen där flera färdmedel nyttjats har fått ange vilket som varit det huvudsakliga färdmedlet under resan.

4.2. Metod

Kollektivtrafikbarometern är en nationell kvalitets-, attityd-, och resvaneundersökning för kollektivtrafikbranschen i syfte att löpande följa utvecklingen av kundernas och invånarnas nöjdhet samt kollektivtrafikens marknadsandel.

Kollektivtrafikbarometern drivs och utvecklas av Svensk Kollektivtrafik tillsammans med dess medlemmar (länstrafikbolag och kollektivtrafikmyndigheter). Resultaten från undersökningen ger ett mått för kundupplevd kvalitet på kollektivtrafiken, både lokalt och regionalt.

Från och med 2017 har Kollektivtrafikbarometern en mixad insamlingsmetod innebär en "flerstegsraket" där webbenkäten erbjuds till ett slumpmässigt urval bland landets befolkning. Inbjudan till webbenkäten genomförs genom ett brev. De som inte har svarat får ett påminnelsebrev och sms-påminnelser, sedan kontaktas de för en telefonintervju om de trots de övriga påminnelserna inte har svarat på undersökningen. Notera dock att åldersgruppen 85 - 95 år kontaktas direkt för en telefonintervju.

Urval

Kollektivtrafikbarometern är en nationell undersökning som riktar sig till svenska allmänheten mellan 15 och 95 år, både de som använder kollektivtrafiken och de som inte gör det. Ett slumpmässigt individurval ur ett befolkningsregister har genomförts för varje deltagande organisation.

Under 2024 deltog 22 organisationer i undersökningen, vilka representerar

alla Sveriges regioner förutom Södermanland. Antalet insamlade enkätsvar per deltagande organisation varierar mellan cirka 1 200 och 13 900 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.

Därtill finns frågepaket som riktar in sig på olika områden, exempelvis ombordfaktorer och modulen RESKOLL som innehåller fler fördjupade resvanefrågor.

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 en postal inbjudan ut med personliga inloggningsuppgifter till webbenkäten. Det finns även möjlighet att logga in via QR-kod. Om respondenten inte har besvarat undersökningen, skickas påminnelser ut postalt och via sms.

Under datainsamlingen finns support tillgänglig via e-post och telefon under kontorstider. Utöver att få svar på frågor om undersökningen erbjuds respondenterna även att besvara enkätfrågorna direkt via telefon.

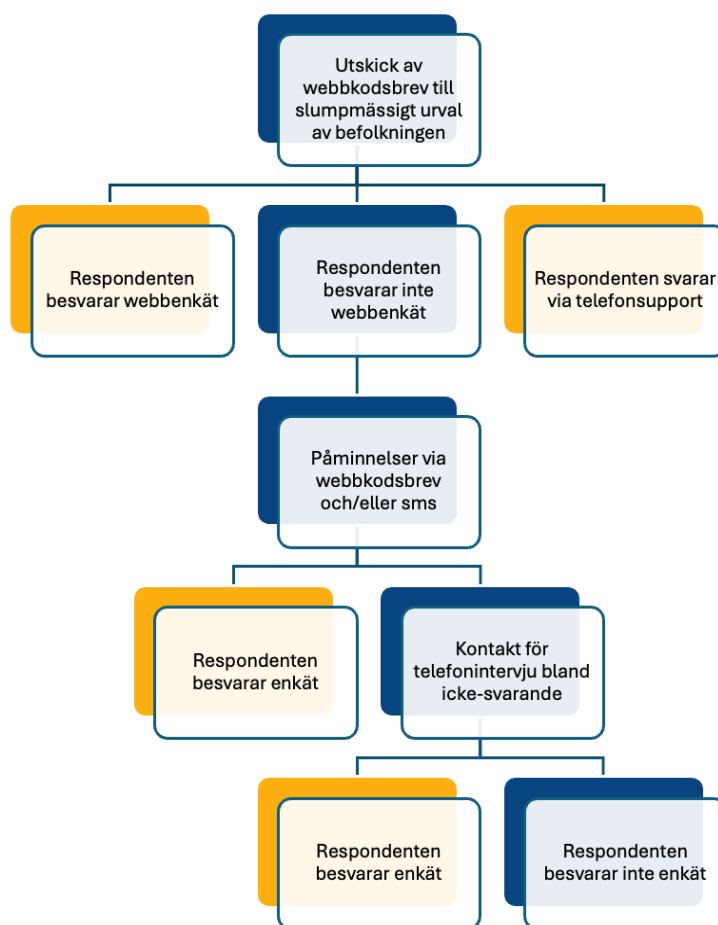
Efter påminnelser kontaktas de respondenter som ännu inte besvarat enkäten via telefon. Respondenter som kontaktas via telefon ges möjlighet att svara på frågorna muntligt.

Under 2024 har totalt 95 procent besvarats via webbenkät och 5 procent via telefonintervju.

Ett särskilt fokus under telefonintervjuerna är att få in svar från de grupper av respondenter som är underrepresenterade i svarsunderlaget. Kartläggning och uppföljning av dessa grupper genomförs regelbundet för att identifiera mindre svarsbenägna grupper av respondenter. Identifiering av respondentgrupper görs för respektive region och baseras på kön och åldersgrupper.

Undersökningen genomförs månadsvis under hela året i syfte att löpande följa utvecklingen av kund- och marknadskapitalet. Totalt samlades 103 048 enkätsvar in under 2024. Av dessa är 43 850 svar från kunder.

I denna undersökning har resor uppmätts. Det innebär att för samtliga respondenter definieras de som genomfört resor under gårdagen från dagen de svarar, som de respondenter som har rest. I bilaga C redovisas antalet svar för deltagande organisationer.



Svarsfrekvens

Svarsfrekvensen i undersökningen uppgår till 21% procent.

Svarsfrekvensen är viktad enligt statistikerfrämjandets metodik. Viktningen sker då grupper med förväntad lägre svarsfrekvens väljs ut i större utsträckning för att i slutresultatet vara korrekt representerade. Det får till följd att utan viktningen så underskattas svarsfrekvensen. Notera även att i undersökningen stängs inte möjligheten till svar vid en viss period. Svarsfrekvensen kommer därför öka i takt med att fler svarar.

Redovisning av resultat

De deltagande kollektivtrafikorganisationerna får ta del av månatliga resultat i en webbaserad resultatportal. I resultatportalen är det möjligt att bland annat följa resultatutvecklingar över tid, filtrera resultat på delmålgrupper och geografiska områden samt bryta resultatet på delmålgrupper.

I resultatportalen och i denna rapport redovisas andel nöjda i attitydfrågorna bland de som har en åsikt i aktuell fråga. Flera enkätfrågor har ställts till samtliga deltagare i undersökningen. Samtidigt har vissa frågor enbart ställs till ett urval, exempelvis utifrån hur ofta man reser med kollektivtrafiken.

Dessutom har deltagande kollektivtrafikorganisationer kunnat välja omfattning på frågeformuläret samt haft möjlighet att lägga till egna frågor. Svarsunderlaget varierar därmed för ett antal 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 Kollektivtrafikbarometern 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 2024 baseras på befolkningsmängden på kommunnivå (SCB) i respektive RKM:s/länstrafikbolags ansvarsområde.

Representativitet och påverkan på resultatet

Svarsbenägenheten i Kollektivtrafikbarometern varierar mellan olika grupper av invånare, vilket är vanligt i denna typ av undersökning. Exempelvis svarar personer i äldre åldersgrupper i högre utsträckning jämfört med personer i yngre åldersgrupper.

Genom att använda en mixad insamlingsmetod motverkas 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.

På nästa sida redovisas svarsfördelningen utifrån kön och ålder, för undersökningen och populationen.

Könsfördelning

Kön	Kollbar	Regionen*
Man	50%	51%
Kvinna	50%	49%

Åldersfördelning

Ålder	Kollbar	Regionen*
15-29 år	22%	23%
30-44 år	24%	24%
45-64 år	30%	30%
65-85 år	24%	23%

*Källa: <https://www.statistikdatabasen.scb.se/> Statistikdatabasen Befolkning/

4.3. Fakta om respondenterna

Antal svar per deltagande organisation

Kollektivtrafikorganisation	Antal svar
Totalt	103 048
Blekingetrafiken	2 395
Dalatrafik	2 411
Din Tur (Kollektivtrafikmyndigheten i Väster-norrland)	3 077
Gotlands kollektivtrafik	1 178
Hallandstrafiken	5 957
Jönköpings Länstrafik	13 871
Kalmar Länstrafik (KLT)	2 620
Värmlandstrafik stadsbussar	1 211
Luleå Lokaltrafik (LLT)	2 327
Länstrafiken Jämtland	2 405
Länstrafiken Kronoberg	6 374
Länstrafiken Norrbotten	2 348
Länstrafiken Västerbotten	4 795
Länstrafiken Örebro	2 406
SL	11 985
Skånetrafiken	9 016
UL	5 930
VL	2 356
Värmlandstrafik	1 199
Västtrafik	6 002
X-trafik	3 604
Östgötatrafik	9 581

Bakgrundsfrågor

Kön	Alltid-bilister	Övriga bilister	Växlare	Kollektivtrafikresenärer	Kunder	Icke-kunder
Man	58%	49%	44%	47%	45%	54%
Kvinna	41%	50%	55%	53%	54%	46%
Okänt	1%	0%	1%	0%	0%	0%

Ålders-grupp	Alltid-bilister	Övriga bilister	Växlare	Kollektivtrafikresenärer	Kunder	Icke-kunder
15-19 år	2%	2%	17%	6%	14%	2%
20-25 år	5%	3%	11%	19%	13%	5%
26-44 år	35%	20%	29%	34%	31%	27%
45-64 år	42%	27%	24%	22%	24%	34%
65-85 år	16%	42%	16%	17%	16%	28%
86-95 år	1%	5%	2%	3%	2%	3%

Huvud-saklig syssel-sättning	Alltid-bilister	Övriga bilister	Växlare	Kollektivtrafikresenärer	Kunder	Icke-kunder
Förvärvs-arbetande/ egen före-tagare	74%	39%	48%	40%	46%	55%
Pensionär	16%	50%	20%	21%	20%	32%
Studerande	2%	4%	23%	24%	23%	4%
Arbetssö-kande	1%	2%	3%	4%	3%	2%
Föräldrale-dig	1%	1%	1%	0%	1%	1%
Annat	5%	3%	5%	7%	5%	4%
Vet ej/Vill ej svara	1%	1%	2%	3%	2%	1%

Avstånd till arbets/skola	Alltid-bilister	Övriga bilister	Växlare	Kollektivtrafikresenärer	Kunder	Icke-kunder
Mindre än 1 km	4%	19%	5%	10%	6%	9%
1,0 - 3,0 km	9%	30%	16%	26%	19%	18%
3,1 - 5,0 km	10%	17%	14%	23%	17%	13%
5,1 - 10,0 km	14%	13%	16%	12%	15%	13%
10,1 - 20,0 km	22%	5%	15%	3%	12%	15%
20,1 - 50,0 km	30%	9%	23%	17%	21%	22%
Mer än 50 km	9%	6%	8%	6%	7%	8%
Vet ej/Vill ej svara	1%	1%	2%	2%	2%	1%

Tillgång till bil	Alltid-bilister	Övriga bilister	Växlare	Kollektivtrafikresenärer	Kunder	Icke-kunder
Vi äger en bil	43%	65%	54%	16%	43%	51%
Vi äger flera bilar	49%	23%	24%	5%	19%	34%
En tjänstebil/leasingbil	10%	4%	5%	1%	4%	6%
Flera tjänstebilar/leasingbilar	1%	0%	0%	0%	0%	1%
Ja, vi är med i en bilpool	0%	0%	1%	1%	1%	0%
Ja, vi lånar av vänner/bekanta	1%	2%	4%	4%	4%	1%
Nej	1%	6%	13%	72%	29%	9%
Vill ej svara	1%	1%	1%	2%	2%	1%

5. Bakom rapporten



**Varmt välkommen att
kontakta oss på:**

Telefon:

031-313 48 78 eller
046-460 28 78

Mail:

kontakt@enkatabriken.se

Hemsida:

www.enkatabriken.se

Om Enkätfabriken

Enkätfabriken är ett undersökningsföretag med övergripande mål att genomföra undersökningar som leder till samhällsutveckling! Sedan starten 2009 har det varit givet för oss att låta ett samhällsengagerat förhållningssätt genomsyra såväl företaget som det arbete vi utför. Vi hjälper våra kunder med undersökningar så att de kan få den fakta som behövs för att fatta rätt beslut.

Beroende på din situation eller utmaning väljs den metod som passar just din målgrupp bäst. Genom våra modeller och vår kunskap kan vi erbjuda skraddarsydda lösningar som resulterar i väl genomarbetade beslutsunderlag. Fokus ligger på att resultaten av undersökningen ska skapa utveckling för dig som beställare av rapporten och samhället i stort.

Bakom rapporten



Kajsa Aune
Projektledare



Oskar Bork
Analytiker

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

Årligen görs mer än 1,5 miljarder resor i våra medlemmars trafik, vilket motsvarar 99 % av landets busstrafik, 95 % av landets sjötrafik och 83 % av landets persontågstrafik.

Våra medlemmar ansvarar också för färdtjänst, riksfärdtjänst, sjukresor och skolskjuts helt eller delvis beroende på hur primärkommuner och regionerna överlåtit ansvaret enligt färdtjänst- eller kollektivtrafiklagen. Flera primärkommuner är associerade medlemmar.



SVENSKKOLLEKTIVTRAFIK