



2003-02-28

Allt fler svenskar väljer att resa med kollektivtrafiken

Svenska Lokaltrafikföreningen (SLTF) har sammanställt 2002 års resultat av Kollektivtrafikbarometern. Undersökningen är en rikstäckande kvalitets- och attitydundersökning och görs på uppdrag av läns- och lokaltrafikbolagen sedan några år tillbaka. Månadsvis intervjuas ett statistiskt urval av svenska folket mellan 15-75 år per telefon, såväl allmänhet (både resenärer och icke resenärer) som kunder (resenärer). En analys av resultaten visar att hela 84 % av den vuxna svenska befolkningen åker kollektivt någon gång om året, en ökning med 5 procentenheter jämfört med år 2001.

- Allt fler människor har börjat åka kollektivt, säger Anita Stenhardt, informationschef på SLTF. Mer än hälften (53 %) av svenska folket åker kollektivt minst en gång i månaden vilket motsvarar cirka 3,4 miljoner av befolkningen.

Resultaten från år 2002, där drygt 29 600 svenskar tillfrågats visar att 56 % av allmänheten är nöjda med kollektivtrafiken i Sverige, det vill säga ger betyg 4 och 5 på en femgradig skala. Motsvarande siffra för riksgenomsnittet vad gäller kunder (åker minst en gång i månaden kollektivt) är 65 %. En tiondel av alla svenskar är missnöjda (ger betyg 1 och 2). SLTF konstaterar dock att jämförande studier med andra servicebranscher visar att kollektivtrafiken inte har fler missnöjda kunder.

Ungdomar är de som använder kollektivtrafiken mest och undersökningen visar att de är positivt inställda. 67 % av ungdomar under 20 år (allmänhet) ger kollektivtrafiken betyg 4 och 5, dvs ett avsevärt högre betyg än genomsnittet för allmänheten (riksgenomsnitt 56 %).

Tabellen visar hur ofta olika sociodemografiska grupper använder kollektivtrafiken

Sociodemografisk grupp	Andel av grupp som åker kollektivt någon gång i månaden eller oftare	Nöjdhet - andel som ger betyg fyra eller fem.
Ungdomar 15-19 år	89 %	67 %
Män 20-59 år	46 %	49 %
Kvinnor 20-59 år	55 %	54 %
Äldre 60 +	47 %	66 %

Kvinnor är mer positiva till kollektivtrafiken än män (54 % är nöjda, motsvarande siffra för männen är 49 %) både vad gäller kvalitet och attityder. Den största skillnaden rör uppfattningen att man sitter bekvämt på resan. Andra faktorer där man kan se större skillnader gäller snabbhet, information och att män prioriterar bilen i större utsträckning. Intressant är att de unga männen är mycket mer positivt inställda till kollektivtrafiken än äldre män.

Svenska Lokaltrafikföreningen

SLTF Service AB Org.nr 556412-2983

Postadress Box 1108, 111 81 Stockholm Besöksadress Mäster Samuelsgatan 49, 2 tr

Tel 08-788 08 60 Fax 08-788 08 78 E-mail sltf@sltf.se Hemsida www.sltf.se

Nästan lika nöjda som ungdomarna är medborgarna 60 år och äldre där 66 % av samtliga är nöjda och av de som åker kollektivt någon gång i månaden eller oftare är hela 77 % är nöjda.

Drygt nio av tio (95 %) av svenska folket anser att en satsning på kollektivtrafiken är bra för samhället. Däremot tror bara hälften att politikerna tycker likadant. Med andra ord så efterlyser allmänheten den politiska viljan att satsa på kollektivtrafiken.

Vilka faktorer skall då kollektivtrafikbranschen arbeta med att för att öka marknadsdelen? På nationell nivå ser vi att det bästa sättet att få sällan resenärer att börja åka kollektivt är att förbättra och utveckla enkelheten. Enkelheten är den viktigaste faktorn (se matris 2 i bilagan). Andra viktiga faktorer att utveckla vidare är snabbheten, linjesträckningar, avgångstider och lyhördheten.

Faktorer som får bra betyg, som fungerar och upplevs bra är rena fordon, personalens uppträdande, bekvämligheten, närheten till hållplatser, information om avgångstider och enkelt att köpa biljetter.

För att behålla frekventa resenärer (som reser minst en gång/vecka) är pålitligheten det viktigaste (se matris ett i bilagan). Enkelheten är också viktig, men till skillnad från sällan resenärerna, får enkelheten ett högt betyg av de frekventa resenärerna. En förklaring är naturligtvis att de har lärt sig hur systemet fungerar.

Andra viktiga faktorer för de frekventa kunderna är att utveckla snabbheten, den planerade informationen (info som ges före och under resan – hållplatsskyltar, busskyltningen etc.) och lyhördheten.

Samtliga frågor som ställs i Kollektivtrafikbarometern med siffror på riksgenomsnittets resultat bifogas.

För mer information kontakta: Anita Stenhardt, SLTF, 08-788 08 69, 070-588 08 69.

SLTF är läns- och lokaltrafikens branschorganisation i Sverige. SLTF arbetar med intressebevakning, information och opinionsbildning samt affärs- och marknadsutveckling för att utveckla kollektivtrafiken. Varje år görs cirka en miljard resor med den lokala och regionala kollektivtrafiken i Sverige.



29 607 svenskars betyg på kollektivtrafiken - Bilaga pressrelease

Samtliga frågor som ställs i Kollektivtrafikbarometern. Riksgenomsnitt allmänhet (både resenärer och icke resenärer) resp kunder (reser minst en gång i månaden) för år 2002 redovisas i tabellerna.

1. Att resa med [bolaget] är prisvärt jämfört med bil.
2. Det är lätt att få information om avgångstider.
3. Det är lätt att köpa [bolagets] biljetter och kort.
4. Det är nära till hållplatser och stationer.
5. Avgångstiderna passar dina behov.
6. [Bolagets] linjer går bästa vägen för dig.
7. Hållplatser och stationer är välskötta.
8. Det är rent och snyggt i fordonen.
9. Förarnas och personalens uppträdande är trevligt.
10. Man sitter bekvämt på resan.
11. Det går snabbt att åka med [bolaget].
12. Det är pålitligt att åka med [bolaget].
13. Det känns tryggt att åka med [bolaget].
14. Informationen vid förändringar av tidtabeller och linjer är bra.
15. Informationen vid förseningar och stopp fungerar bra.
16. [Bolaget] är lyhörda för synpunkter.
17. Det är enkelt att åka med [bolaget].
18. Hur nöjd är du sammanfattningsvis med [bolaget]?
19. Om du ser framåt ett år, i vilken omfattning tror du då att du kommer att åka med [bolaget].
Kommer du att åka...
20. Skulle du rekommendera dina vänner och bekanta att åka med [bolaget]?
21. Vilket av färdmedlen anser du samhället bör prioritera för att människor skall kunna bo, arbeta och studera där man vill?
22. Anser du att en satsning på kollektivtrafiken är bra för samhället?
23. Tror du att politikerna anser att en satsning på kollektivtrafiken är bra för samhället?
24. Möjligheterna att resa kollektivt har förbättrats det senaste året.
25. Jag har uppmärksammat förbättringar i kollektivtrafiken för funktionshindrade under det senaste året.

För mer information kontakta Anita Stenhardt, SLTF, tel 08-788 08 69 alt 070-588 08 69.

Tabeller & Åtgärdsmatriser – Kundnöjdhet 2002,
SLTFs Kollektivtrafikbarometer

Fakta:

Totalt har 29 603 personer intervjuats under år 2002.

Nedan redovisas respektive fråga där populationen som tagit ställning – avgett betyg 1-5 redovisas.

Andelen "vet ej/vill ej svara" uppgår till ca. 10-20% för respektive fråga, dessa har exkluderats från redovisningen nedan.

	Allmänhet	Riksgenomsnitt kunder
Service och kvalitet		
Fråga: 1. Att resa med [bolaget] är prisvärt jämfört med bil.		
5. Instämmer helt	20%	23%
4. Instämmer delvis	24%	26%
3. Varken eller	33%	31%
2. Tar delvis avstånd	13%	12%
1. Tar helt avstånd	11%	7%
Fråga: 2. Det är lätt att få information om avgångstider.		
5. Instämmer helt	34%	38%
4. Instämmer delvis	32%	33%
3. Varken eller	19%	17%
2. Tar delvis avstånd	9%	8%
1. Tar helt avstånd	6%	4%
Fråga: 3. Det är lätt att köpa [bolagets] biljetter och kort		
5. Instämmer helt	40%	46%
4. Instämmer delvis	29%	30%
3. Varken eller	19%	15%
2. Tar delvis avstånd	7%	6%
1. Tar helt avstånd	4%	2%
Fråga: 4. Det är nära till hållplatser och stationer.		
5. Instämmer helt	41%	45%
4. Instämmer delvis	29%	30%
3. Varken eller	15%	15%
2. Tar delvis avstånd	7%	6%
1. Tar helt avstånd	8%	4%

	Allmänhet	Riksgenomsnitt kunder
Fråga: 5. Avgångstiderna passar dina behov.		
5. Instämmer helt	19%	23%
4. Instämmer delvis	23%	27%
3. Varken eller	25%	26%
2. Tar delvis avstånd	15%	14%
1. Tar helt avstånd	19%	9%
Fråga: 6. [Bolagets] linjer går bästa vägen för dig.		
5. Instämmer helt	23%	27%
4. Instämmer delvis	24%	28%
3. Varken eller	25%	26%
2. Tar delvis avstånd	14%	13%
1. Tar helt avstånd	14%	7%
Fråga: 7. Hållplatser och stationer är välskötta.		
5. Instämmer helt	21%	20%
4. Instämmer delvis	37%	36%
3. Varken eller	29%	30%
2. Tar delvis avstånd	9%	10%
1. Tar helt avstånd	3%	3%
Fråga: 8. Det är rent och snyggt i fordonen.		
5. Instämmer helt	27%	26%
4. Instämmer delvis	44%	44%
3. Varken eller	23%	22%
2. Tar delvis avstånd	5%	6%
1. Tar helt avstånd	2%	2%
Fråga: 9. Förarnas och personalens uppträdande är trevligt		
5. Instämmer helt	28%	28%
4. Instämmer delvis	41%	42%
3. Varken eller	24%	23%
2. Tar delvis avstånd	5%	5%
1. Tar helt avstånd	2%	2%
Fråga: 10. Man sitter bekvämt på resan.		
5. Instämmer helt	24%	25%
4. Instämmer delvis	38%	39%
3. Varken eller	28%	27%
2. Tar delvis avstånd	7%	7%
1. Tar helt avstånd	2%	2%

	Allmänhet	Riksgenomsnitt kunder
Fråga: 11. Det går snabbt att åka med [bolaget].		
5. Instämmer helt	19%	21%
4. Instämmer delvis	33%	35%
3. Varken eller	32%	31%
2. Tar delvis avstånd	11%	10%
1. Tar helt avstånd	4%	3%
Fråga: 12. Det är pålitligt att åka med [bolaget]		
5. Instämmer helt	25%	26%
4. Instämmer delvis	41%	41%
3. Varken eller	24%	22%
2. Tar delvis avstånd	7%	8%
1. Tar helt avstånd	3%	3%
Fråga: 13. Det känns tryggt att åka med [bolaget].		
5. Instämmer helt	31%	34%
4. Instämmer delvis	43%	43%
3. Varken eller	20%	18%
2. Tar delvis avstånd	4%	4%
1. Tar helt avstånd	2%	1%
Fråga: 14. Informationen vid förändringar av tidta- beller och linjer är bra.		
5. Instämmer helt	19%	20%
4. Instämmer delvis	27%	28%
3. Varken eller	31%	31%
2. Tar delvis avstånd	15%	16%
1. Tar helt avstånd	7%	6%
Fråga: 15. Informationen vid förseningar och stopp fungerar bra.		
5. Instämmer helt	8%	9%
4. Instämmer delvis	14%	15%
3. Varken eller	33%	32%
2. Tar delvis avstånd	26%	27%
1. Tar helt avstånd	18%	18%

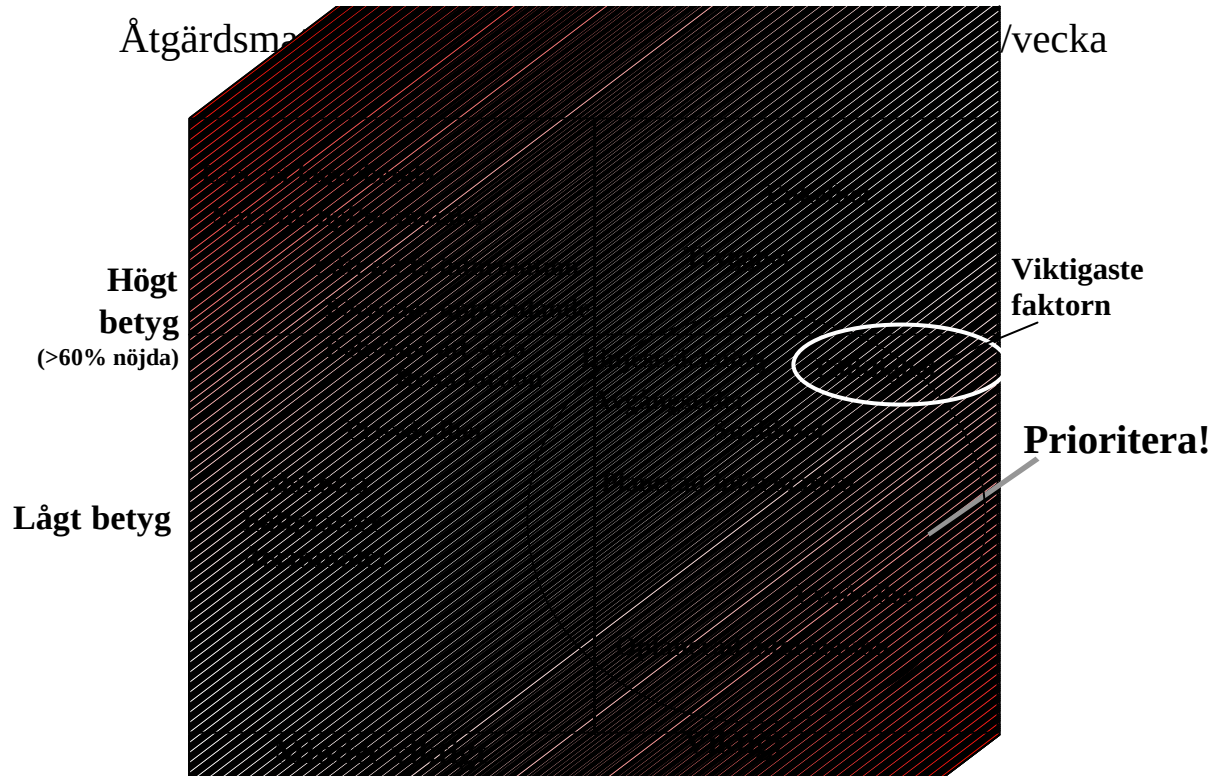
	Allmänhet	Riksgenomsnitt kunder
Fråga: 16. [Bolaget] är lyhörda för synpunkter		
5. Instämmer helt	8%	8%
4. Instämmer delvis	18%	19%
3. Varken eller	45%	45%
2. Tar delvis avstånd	19%	18%
1. Tar helt avstånd	11%	9%
Fråga: 17. Det är enkelt att åka med [bolaget].		
5. Instämmer helt	28%	32%
4. Instämmer delvis	40%	42%
3. Varken eller	23%	20%
2. Tar delvis avstånd	6%	4%
1. Tar helt avstånd	4%	1%
Fråga: 18. Hur nöjd är du sammanfattningsvis med [bolaget]?		
1. Mycket missnöjd	3%	1%
2. Ganska missnöjd	8%	5%
3. Varken nöjd eller missnöjd	34%	28%
4. Ganska nöjd	44%	51%
5. Mycket nöjd	12%	14%
Lojalitet		
Fråga: 19. Om du ser framåt ett år, i vilken omfattning tror du då att du kommer att åka med [bolaget]. Kommer du att åka...		
1. ...i minskad omfattning	12%	14%
2. ...i oförändrad omfattning	74%	70%
3. ...i ökad omfattning	10%	14%
Fråga: 20. Skulle du rekommendera dina vänner och bekanta att åka med [bolaget]?		
1. jag skulle aldrig rekommendera [bolaget]	5%	3%
2.	5%	3%
3.	24%	20%
4.	35%	37%
5. jag skulle definitivt rekommendera [bolaget]	32%	36%

	Allmänhet	Riksgenomsnitt kunder
Attityder, opinionsbildning		
Fråga: 21. Vilket av färdmedlen anser du samhället bör prioritera för att människor skall kunna bo, arbeta och studera där man vill?		
1. Kollektivtrafik	74%	81%
2. Bil	17%	11%
-- Vet ej/vill ej svara	0%	0%
Fråga: 22. Anser du att en satsning på kollektivtrafiken är bra för samhället?		
1. Ja	96%	98%
2. Nej	2%	1%
-- Vet ej/vill ej svara	0%	0%
Fråga: 23. Tror du att politikerna anser att en satsning på kollektivtrafiken är bra för samhället?		
1. Ja	58%	56%
2. Nej	24%	24%
-- Vet ej/vill ej svara	0%	0%
Tillgänglighet		
Fråga: 24. Möjligheterna att resa kollektivt har förbättrats det senaste året.		
5. Instämmer helt	10%	11%
4. Instämmer delvis	20%	21%
3. Varken eller	38%	41%
2. Tar delvis avstånd	15%	13%
1. Tar helt avstånd	18%	13%
Fråga: 25. Jag har uppmärksammat förbättringar i kollektivtrafiken för funktionshindrade under det senaste året.		
5. Instämmer helt	9%	11%
4. Instämmer delvis	23%	25%
3. Varken eller	29%	29%
2. Tar delvis avstånd	16%	16%
1. Tar helt avstånd	22%	19%

Åtgärdsmatriser

Det här skall kollektivtrafiken prioritera för att **befintliga kunder skall stanna kvar och åka mer.**

Matris 1 –



Oplanerad information = Informationen vid förseningar och stopp fungerar bra.

Nedan matris (2) visar vad kollektivtrafiken måste prioritera i det framtida arbetet med att nå de kundgrupper som idag använder kollektivtrafiken mer sporadiskt (när inga alternativ finns?)

Matris 2 –

