



Målgruppsanalys

– en kvantitativ studie baserad på
en regional attityd- och
resvaneundersökning



Bakgrund

Målgruppsanalysen bygger på attitydundersökningen som gjordes inom ramen för den regionala attityd- och resvaneundersökningen som genomfördes i 13 kommuner i fyra län 2009.

För orterna Ånge, Timrå, Sollefteå, Kramfors, Härnösand, Nordmaling, Sundsvall och Umeå har en analys gjorts för vardera tätort och omland.

I Örnsköldsvik har en fördjupningsstudie genomförts i RVU:n och därigenom gett tillgång till uppdelning på stadsdel. För Örnsköldsvik har sju analyser genomförts, sex för stadsdelarna och en för omlandet.

Sammantaget har 21 målgruppsanalyser genomförts.

Denna kvantitativa del genomförts av Trivector Information (Susan Lorentzen) som således är ansvariga för resultatet.

Målgruppsanalyserna genomfördes inom projektet Bästa Resan – vars syfte och inriktning beskrivs på nästa bild.

Projekt Bästa Resan

Syftet med projekt Bästa Resan är att uppnå attraktiva och konkurrenskraftiga arbetsmarknadsregioner genom hållbar regionförstoring och kraftigt ökad andel kollektivt resande.

Begreppet Bästa Resan handlar om att utifrån resenärspektivet överbygga alla delar av en persons resa. En person måste kanske cykla till en busshållsplats, vänta, åka buss till ett resecentrum, vänta, åka tåg och slutligen gå till slutdestinationen. Det innebär att det är flera ansvariga parter som påverkar om resan fungerar eller inte; kommunen, länstrafiken, Trafikverket med flera.

Bästa Resan verkar inom tre huvudområden:

- * Förändra människors attityder och beteenden till kollektivtrafik så att kollektivtrafik upplevs som ett förstahandsval.**
- * Skapa attraktiva småskaliga bytespunkter.**
- * Samhällsplanering för ökat kollektivt resande och en hållbar regionförstoring.**

Härnäst i denna PPT visas en bild med övergripande generella resultat. Det är tendenser vi har kunnat se i samtliga orter och som kan användas som input i den övergripande kommunikationen.

Sedan följer målgruppsanalyserna uppdelat på ort. För varje ort finns en första bild med ortsnamnet och några meningar om de generella tendenserna för orten.

För varje målgruppsanalys presenteras en första bild som visar tendensen, vilka målgrupper som tagits fram och syftet med kommunikationen till dessa. Sedan följer en fördjupande bild för varje målgrupp. I de allra flesta fall är det två målgrupper. Den första målgruppen är den som bör prioriteras för att förändra beteende.

Det som presenteras i målgruppsanalyserna är huvudtendenser.

Resultaten som presenteras är de där det finns en signifikant skillnad mellan olika grupper – framförallt färdmedelsanvändare. Skulle en annan uppdelning ligga till grunden för resultatet uppges detta. Där skillnaderna inte är signifikanta, men resultatet ändå varit av vikt för målgruppsanalysen, presenteras resultatet ändå, med en förtydligande kommentar.



Presentation – exempel

Visar vilken ort och del av ort (och vid målgruppsbeskrivning vilken målgrupp) som resultatbilden handlar om.

Ortsnamn – tätort

Tendens	<i>Visar tendensen på den aktuella orten</i>
Målgrupper:	<i>Listar målgrupperna på orten.</i>
Syfte kommunikation	
- målgrupp 1	<i>Beskriver syftet med kommunikationen för målgrupp 1</i>
- målgrupp 2	<i>Beskriver syftet med kommunikationen för målgrupp 2</i>

Ånge – tätort – målgrupp 1

Målgrupp 1	<i>Beskriver vilka målgruppen består av, med utgångspunkt i färd sätt</i>
Syfte kommunikation	<i>Beskriver syftet med kommunikationen för målgruppen</i>
Vilka är de	<i>Kort beskrivning av könsfördelning och ålder om det finns några tendenser</i>
Anledning till resval	<i>Här visas resultat som har bäring på målgruppens sätt att resa som de gör</i>
Attityder	<i>Attityder handlar om målgruppens inställning till olika delar av pendlingen. Det kan till exempel handla om inställning till kollektivtrafikpersonalens bemötande</i>
Förändringsbenägenhet	<i>Här visas resultat som påvisar förändringsbenägenhet hos målgruppen</i>
Kunskap och information	<i>Här visas resultat för påståenden som har att göra med i vilken utsträckning man har kunskap och information om pendlingen</i>



Generella tendenser

I både omlandet och tätorten dominerar bilen.

Alternativen till att åka bil är framförallt att gå – i tätorterna – och åka buss – i omlandet. Det är främst ungdomar som åker buss.

I några tätorter är bussen ett mer konkurrenskraftigt alternativ, än i de övriga.

De som åker buss har generellt en positivare attityd till kollektivtrafiken än de som åker bil.

Ånge

Majoriteten är bilister i tätorten och i omlandet. I omlandet åker ungdomar buss.

Ånge – tätort

Ånge – tätort

Tendens	Männen åker bil i störst utsträckning
Målgrupper:	1. Bilister
	2. Gående

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
- målgrupp 2	Bibehåll beteende

Ånge – tätort – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Fler män än kvinnor
Anledning till resval	Viktigt till och från arbetet: Snabbhet (72 %) Frihet (24 %)
Attityder	92 % tycker att buller är ett litet eller inget problem 90 % tycker det är viktigt att det finns möjlighet att promenera 57 % tycker inte att avgaser är något problem 26 % är nöjda med hur biljettsystemet i kollektivtrafiken fungerar
Förändringsbenägenhet	21 % uppger att de skulle börja åka buss om kollektivtrafiken blev billigare 16 % uppger att möjlighet till distansarbete skulle påverka deras resor 11 % uppger att de skulle börja åka buss om de hade närmare till hållplatsen vid arbetet 10 % säger att de skulle börja gå eller cykla mer om cykelvägarna vore bättre
Kunskap och information	31 % instämmer helt eller delvis i påståendet "för de flesta resor jag gör, vet jag hur jag kan åka med buss" [resultatet är inte signifikant] 9 % instämmer helt eller delvis i påståendet "jag kan använda buss för de flesta resor jag gör" [resultatet är inte signifikant]

Ånge – tätort

Ånge – tätort – målgrupp 2

Målgrupp 2	Gående
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Fler kvinnor än män
Anledning till resval	Viktigt till och från arbetet: Frihet (46 %) Snabbhet (40 %) Miljövänligt (25 %)
Attityder	Ungefär hälften är nöjda med hur biljettsystemet inom kollektivtrafiken fungerar
Förändringsbenägenhet	[Inga signifikanta resultat]
Kunskap och information	35 % uppger att de för de flesta resor de gör inte vet hur de kan åka med buss [resultatet är inte signifikant]

Ånge – omland

Ånge – omland

Tendens	Ungdomar åker buss
---------	--------------------

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehålla beteende
--------------	--------------------

Ånge – omland

Ånge – omland – målgrupp 1

Målgrupp 2	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Både kvinnor och män i de flesta åldrar, förutom ungdomar
Anledning till resval	Viktigt till och från arbetet: Tillgänglighet (31 %) Flexibilitet (24 %) Pålitlighet (12 %)
Attityder	Endast 3 % tycker att miljövänlighet är viktigt till och från arbetet
Förändringsbenägenhet	21 % säger att möjlighet till att samåka för att hämta och lämna barn skulle påverka deras resande 17 % säger att flexibla arbetstider skulle påverka deras resande till eventuellt minskat bilresande 6 % säger att de skulle cykla mer om de fick bättre omklädningsmöjligheter på jobbet
Kunskap och information	31 % instämmer helt eller delvis i påståendet "för de flesta resor jag gör, vet jag hur jag kan åka med buss" [resultatet är inte signifikant]

Ånge – omland

Ånge – omland – målgrupp 2

Målgrupp 1	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Bussresenärerna är främst ungdomar (16-19 år)
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Pålitlighet (37 %) Miljövänlighet (21%) 11 % uppger att de inte kan använda bil för de flesta resor de gör
Attityder	53 % är nöjda med kollektivtrafiken överlag [resultatet är inte signifikant]
Förändringsbenägenhet	28 % uppger att de skulle åka mer buss om de fick bättre information om busstrafiken
Kunskap och information	32 % instämmer helt i påståendet "för de flesta resor jag gör vet jag hur jag kan resa med bil." 53 % instämmer delvis. Bussresenärerna har alltså god kännedom om hur de kan resa med bil.

Örnsköldsvik

I tätorten kör männen mest bil och det är främst ungdomar som åker buss i tätorten. Även i omlandet är det ungdomarna som står för den största delen av bussresandet.

Örnsköldsvik – tätort – Centrum

Örnsköldsvik – tätort – Centrum

Tendens	Män kör bil, kvinnor går
---------	--------------------------

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Gående
--	-----------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Örnsköldsvik – tätort – Centrum

Örnsköldsvik – tätort – Centrum– målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Främst män
Anledning till resval	Viktigast till och från jobbet: Snabbhet (69 %) Trygghet (23 %)
Attityder	95 % tycker det är viktigt eller mycket viktigt att ha möjlighet att promenera till och från arbetet, samma siffra gäller för möjlighet att cykla
Förändringsbenägenhet	28 % uppger att "inte behöva ha ärenden och aktiviteter" som något som skulle påverka deras resande 12 % uppger att "inte behöva hämta och lämna barn" skulle påverka deras resande
Kunskap och information	45 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör [resultatet är inte signifikant]

Örnsköldsvik – tätort – Centrum

Örnsköldsvik – tätort – Centrum– målgrupp 2

Målgrupp 2	Gångtrafikanter
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Fler kvinnor än män
Anledning till resval	Viktigast till och från jobbet: Snabbhet (48%) Trygghet (7%)
Attityder	100 % tycker det är viktigt eller mycket viktigt att ha möjlighet att promenera till och från arbetet
Förändringsbenägenhet	12 % uppger att "inte behöva ha ärenden och aktiviteter" som något som skulle påverka deras resande
Kunskap och information	35 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör [resultatet är inte signifikant]

Örnsköldsvik – tätort – Domsjö

Örnsköldsvik – tätort – Domsjö

Tendens	De flesta kör bil
---------	-------------------

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Örnsköldsvik – tätort – Domsjö

Örnsköldsvik – tätort – Domsjö – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Finns bland båda könen och spridda i åldergrupperna
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Bekvämlighet (44%) Flexibilitet (17%) 26 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör. [Resultatet är ej signifikant]
Attityder	52 % uppger snabbhet som en viktig faktor för hur man reser till fritidsaktiviteterna. 49 % instämmer helt i påståendet "det finns fördelar att åka bil jämfört med att åka buss 24 % uppger att de inte tycker det är prisvärt att åka med buss. 17 % är nöjda eller mycket nöjda med trafiksäkerheten där de bor 11 % tycker att trafiksäkerhet är ett stort problem
Förändringsbenägenhet	14 % säger att möjligheter till att distansarbete skulle påverka deras resande. Ca 60 % uppger att de skulle åka mer buss om fanns fler förbindelser eller bättre avgångstider [resultatet är inte signifikant]
Kunskap och information	52 % uppger att de för de flesta resor de gör vet hur de kan åka med buss [resultatet är ej signifikant]

Örnsköldsvik – tätort – Domsjö

Örnsköldsvik – tätort – Domsjö – målgrupp 2

Målgrupp 2	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehålla beteende
Vilka är de	Finns bland båda könen och spridda i åldergrupperna
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Bekvämlighet (24 %) Hälften av bussresenärerna uppger att de kan använda bil för de flesta resor de gör
Attityder	32 % av bussresenärerna instämmer delvis i påståendet att det inte är prisvärt att åka buss 29 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken där de bor 20 % av bussresenärerna instämmer helt i påståendet "det finns fördelar med att åka bil jämfört med att åka buss" 10 % tycker att trafiksäkerheten är ett problem
Förändringsbenägenhet	Ca 60 % uppger att de skulle åka mer buss om fanns fler förbindelser eller bättre avgångstider [resultatet är inte signifikant]
Kunskap och information	62 % instämmer helt i påståendet "för de flesta resor jag gör vet jag hur jag kan åka med bil"

Örnsköldsvik – tätort – Själevad-Ås

Örnsköldsvik – tätort – Själevad-Ås

Tendens	Männen kör bil och ungdomarna, 16-25 år åker buss
---------	---

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Örnsköldsvik – tätort – Själevad-Ås

Örnsköldsvik – tätort – Själevad- Ås– målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Båda könen, de flesta åldersgrupper
Anledning till resval	Viktigast till och från jobbet: Enkelhet (55 %)
Attityder	83 % tycker att dåligt underhåll av vägarna är ett stort eller mycket stort problem 84 % tycker det är viktigt med möjlighet att åka buss 35 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa inom kollektivtrafiken 29 % är nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 25 % är nöjda med hur biljettsystemet fungerar 14 % är nöjda eller mycket nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar där de bor 3 % tycker att det är viktigt att resan till och från jobbet är miljövänlig
Förändringsbenägenhet	16 % skulle åka mer buss om de hade en hållplats närmare arbetet 8 % säger att de skulle åka mer buss om de hade hållplats närmare hemmet
Kunskap och information	16 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Örnsköldsvik – tätort – Själevad-Ås

Örnsköldsvik – tätort – Själevad-Ås – målgrupp 2

Målgrupp 2	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Främst ungdomar
Anledning till resval	Viktigast till och från jobb/skola Enkelhet (36 %)
Attityder	50 % tycker att dåligt underhåll av vägarna är ett stort eller mycket stort problem 100 % tycker det är viktigt med möjlighet att åka buss 90 % är nöjda med hur biljettsystemet fungerar 64 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa inom kollektivtrafiken 64 % är nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 36 % är nöjda eller mycket nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar där de bor
Förändringsbenägenhet	[Inga signifikanta resultat]
Kunskap och information	80 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Örnsköldsvik – tätort – Gullänget

Örnsköldsvik – tätort – Gullänget

Tendens	De flesta männen kör bil. Kvinnorna och ungdomarna, 16-19 år, åker buss
Målgrupper:	1. Bilister
	2. Bussresenärer

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
- målgrupp 2	Bibehåll beteende

Örnsköldsvik – tätort – Gullänget

Örnsköldsvik – tätort – Gullänget – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister.
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Främst män
Anledning till resval	Viktigast till och från jobbet: Flexibilitet (21%)
Attityder	46 % uppger att möjlighet att cykla är mycket viktigt 45 % uppger att möjlighet att promenera är mycket viktigt 3 % tycker att det är viktigt att resan till och från jobbet är miljövänlig
Förändringsbenägenhet	19 % uppger att inte behöva hämta och lämna skulle påverka deras sätt att resa till och från arbetet 12 % uppger att företagsbil skulle påverka deras sätt att resa
Kunskap och information	15 % instämmer helt eller delvis i påståendet ”jag kan använda buss för de flesta resor jag gör.

Örnsköldsvik – tätort – Gullänget

Örnsköldsvik – tätort – Gullänget – målgrupp 2

Målgrupp 2	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Främst kvinnor och yngre, 16-19 år
Anledning till resval	[Inga signifikanta resultat]
Attityder	69 % uppger att möjlighet att cykla är mycket viktigt 54 % uppger att möjlighet att promenera till och från jobbet är mycket viktigt 8 % tycker att det är viktigt att resan till och från jobbet är miljövänlig.
Förändringsbenägenhet	9 % av bussresenärerna uppger att inte behöva hämta och lämna skulle påverka deras sätt att resa till och från arbetet
Kunskap och information	50% instämmer helt eller delvis i påståendet "jag kan använda buss för de flesta resor jag gör"

Örnsköldsvik – tätort – Högland-Arnäs

Örnsköldsvik – tätort – Högland-Arnäs

Tendens	Majoriteten kör bil – över 90 % i åldersgruppen 45-64 år. De yngre cyklar eller går.
Målgrupper:	1. Bilister
	2. Cyklister och gående
Syfte kommunikation	
- målgrupp 1	Förändra beteende
- målgrupp 2	Bibehåll beteende

Örnsköldsvik – tätort – Högland-Arnäs

Örnsköldsvik – tätort – Högland-Arnäs – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Kvinnor och män i alla åldrar
Anledning till resval	Snabbhet, enkelhet och flexibilitet är viktigt till och från arbetet [Resultatet är inte signifikant] Bilisterna värderar snabbhet högre än övriga [Resultatet är inte signifikant]
Attityder	37 % är nöjda med kollektivtrafiken överlag [Resultatet är inte signifikant]
Förändringsbenägenhet	67 % skulle åka buss mer om det fanns fler förbindelser eller bättre avgångstider [Resultatet är inte signifikant]
Kunskap och information	Ungefär en tredjedel av bilisterna uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör [Resultatet är inte signifikant]

Örnsköldsvik – tätort – Högland-Arnäs

Örnsköldsvik – tätort – Högland-Arnäs – målgrupp 2

Målgrupp 2	Gående och cyklister
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Kvinnor och män i alla åldrar
Anledning till resval	Snabbhet, enkelhet och flexibilitet är viktigt till och från arbetet, för gående och cyklister [Resultatet är inte signifikant]
Attityder	[Inga signifikanta resultat]
Förändringsbenägenhet	80 % skulle åka buss mer om det fanns fler förbindelser eller bättre avgångstider [Resultatet är inte signifikant – och baseras på ett fåtal individer]
Kunskap och information	Ungefär hälften uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör [Resultatet är inte signifikant – och baseras på ett fåtal individer]

Örnsköldsvik – tätort – Järved-Bonäset

Örnsköldsvik – tätort – Järved-Bonäset

Tendens	Kvinnor kör mest bil. Män och ungdomar, 16-25 år, åker buss mer än andra.
---------	---

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Örnsköldsvik – tätort – Järved-Bonäset

Örnsköldsvik – tätort – Järved-Bonäset – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister,
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Fler kvinnor än män
Anledning till resval	[Inga signifikanta resultat]
Attityder	35 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken 28 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar 20 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 20 % är överlag nöjda eller mycket nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar där de bor
Förändringsbenägenhet	[Inga signifikanta resultat]
Kunskap och information	43 % instämmer helt eller delvis i påståendet ”för de flesta resor jag gör, vet jag hur jag kan åka med buss” 17 % instämmer helt eller delvis i påståendet ”jag kan använda buss för de flesta resor jag gör”

Örnsköldsvik – tätort – Järved-Bonäset

Örnsköldsvik – tätort – Järved-Bonäset – målgrupp 2

Målgrupp 2	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehålla beteende
Vilka är de	Främst män och yngre (16-25 år)
Anledning till resval	[Inga signifikanta resultat]
Attityder	100 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar 85 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande. 29 % är nöjda eller mycket nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar överlag där de bor
Förändringsbenägenhet	[Inga signifikanta resultat]
Kunskap och information	85 % instämmer helt eller delvis i påståendet ”för de flesta resor jag gör, vet jag hur jag kan åka med buss” 50 % instämmer helt eller delvis i påståendet ”jag kan använda buss för de flesta resor jag gör”

Örnsköldsvik – omland

Örnsköldsvik – omland

Tendens	Ungdomarna är de som åker buss (främst 16-19 men även 20-25-åringarna)
Målgrupper:	1. Bilister
	2. Bussresenärer

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
- målgrupp 2	Bibehåll beteende

Örnsköldsvik – omland

Örnsköldsvik – omland – målgrupp 1

Målgrupp 2	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	De som inte åker buss
Anledning till resval	Viktigt till och från jobbet: Snabbhet (65 %) Flexibilitet (23 %)
Attityder	41 % tycker att möjligheten att promenera är mycket viktig 21 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken 18 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 15 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar 9 % är överlag nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken där de bor Endast 4 % tycker det är viktigt att resan till och från jobbet är miljövänlig
Förändringsbenägenhet	33 % av bilisterna skulle åka mer buss om de hade en hållplats närmare hemmet 31 % skulle åka mer buss om kollektivtrafiken vore billigare 20 % uppger möjlighet att distansarbete som något som skulle påverka deras resande 14 % av bilisterna skulle åka mer buss om de hade en hållplats närmare arbetet 11 % uppger att inte behöva lämna och hämta skulle påverka deras resande 10 % skulle cykla mer om cykel- och gångvägarna vore bättre 5 % skulle åka mer buss om hållplatserna vore tryggare
Kunskap och information	22 % uppger att de vet hur de kan åka med buss för de flesta resor de gör 10 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör



Örnsköldsvik – omland

Örnsköldsvik– omland – målgrupp 2

Målgrupp 1	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Majoritet ungdomar (främst 16-19 men även 20-25-åringarna)
Anledning till resval	Viktigt till och från jobbet: Snabbhet (47 %), Miljövänlighet (13 %), 60 % har inte körkort
Attityder	87 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken 80 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande. 74% är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar 52% tycker att möjligheten att promenera är mycket viktig. 36 % är överlag nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken där de bor 31 % tycker att pålitlighet är viktigt vid resor för andras fritidsaktiviteter
Förändringsbenägenhet	64% skulle åka mer buss om kollektivtrafiken vore billigare 35 % skulle cykla mer om cykel- och gångvägarna vore bättre 23 % av bussresenärerna skulle åka mer buss om de hade en hållplats närmare hemmet 13 % uppger möjlighet att distansarbete som något som skulle påverka deras resande
Kunskap och information	88 % vet hur de kan åka med buss för de flesta resor de gör 77 % vet hur de kan åka med bil för de flesta resor de gör 57 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör 57 % uppger att de kan använda bil för de flesta resor de gör

Timrå

I tätorten kör män bil i störst utsträckning. De flesta resenärer som inte kör bil går. I omlandet åker kvinnor och ungdomar buss mest.

Timrå – tätort

Timrå– tätort

Tendens	Män kör bil mest, kvinnorna går mer
---------	-------------------------------------

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Timrå – tätort

Timrå – tätort – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Främst män
Anledning till resval	[Inga signifikanta resultat]
Attityder	<p>77 % tycker att dåligt underhåll av vägarna är ett stort eller mycket stort problem</p> <p>22 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken</p> <p>13 % är nöjda med hur biljettsystemet inom kollektivtrafiken fungerar</p> <p>8 % är nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar i stort där de bor</p>
Förändringsbenägenhet	14 % uppger att möjlighet till distansarbete skulle påverka deras resande
Kunskap och information	<p>97 % uppger att de för de flesta av sina resor vet hur de kan åka med bil</p> <p>97 % kan använda bil för de flesta resor de gör</p> <p>45 % uppger att de för de flesta av sina resor vet hur de kan åka med buss</p> <p>14 % instämmer helt i påstående "det finns fördelar med att åka buss jämfört med att åka bil. 35 % instämmer delvis</p>



Timrå – tätort

Timrå – tätort – målgrupp 2

Målgrupp 2	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Större andel kvinnor
Anledning till resval	Ca 80 % har inte körkort
Attityder	<p>36 % tycker att dåligt underhåll av vägarna är ett stort problem</p> <p>53 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet inom kollektivtrafiken fungerar</p> <p>34 % är nöjda eller mycket nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar i stort där de bor</p> <p>47 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken</p> <p>62 % instämmer helt eller delvis i påståendet "det finns fördelar att åka buss, jämfört med att åka bil"</p>
Förändringsbenägenhet	[Inga signifikanta skillnader]
Kunskap och information	<p>76 % av bussresenärerna uppger att de för de flesta av sina resor vet hur de kan åka med buss</p> <p>76% uppger att de för de flesta av sina resor vet hur de kan åka med bil</p> <p>73 % kan använda bil för de flesta resor de gör</p>

Timrå – omland

Timrå – omland

Tendens	Kvinnor och ungdomar åker buss mest
---------	-------------------------------------

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Timrå – omland

Timrå – omland – målgrupp 1

Målgrupp 2	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Främst bilister
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Snabbhet (77 %)
Attityder	Bilisterna är inte speciellt nöjda med kollektivtrafiken. 14 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken 13 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 12 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet inom kollektivtrafiken fungerar 4 % är nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar i stort där de bor
Förändringsbenägenhet	19 % uppger att distansarbete skulle påverka deras resande
Kunskap och information	40 % uppger att de för de flesta av sina resor vet hur de kan åka med buss

Timrå – omland

Timrå – omland – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Främst kvinnor och ungdomar
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Snabbhet (63 %) Miljövänlighet (16 %) Ungefär hälften har inte körkort
Attityder	44 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken 38 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 27% av bussresenärerna är nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar i stort där de bor 26 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet inom kollektivtrafiken fungerar
Förändringsbenägenhet	25 % skulle cykla och gå mer om trafiksäkerheten var bättre för cyklister och gående 10 % uppger att distansarbete skulle påverka deras resande
Kunskap och information	80 % uppger att de för de flesta av sina resor vet hur de kan åka med buss 80 % uppger att de för de flesta av sina resor vet hur de kan åka med bil

Sollefteå

I tätorten går ungdomarna (16-25 år) mer, och åker mer buss än övriga. I övriga åldersgrupper kör man bil. I omlandet åker 16-19-åringarna mest buss, de äldre kör bil.

Sollefteå – tätort

Sollefteå – tätort

Tendens	Ungdomar 16-25 år, åker buss och går mer än övriga.
---------	---

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Sollefteå– tätort – målgrupp 1

Målgrupp 2	Övriga åldersgrupper som inte åker buss.
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Bilister
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Tillgänglighet (32 %)
Attityder	90 % tycker det är viktigt att det finns möjlighet att gå 88 % tycker det är viktigt att det finns möjlighet att cykla 55 % tycker det är prisvärt att åka buss 25 % av är nöjda med senaste resan med kollektivtrafiken 23 % är nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 18 % är nöjda med hur biljettsystemet fungerar 8 % av är nöjda med kollektivtrafiken där de bor Endast 3 % av bilisterna tycker att det är viktigast att resan till och från jobbet är miljövänlig
Förändringsbenägenhet	28 % åka mer buss om det var billigare 20 % uppger att inte behöva ha ärenden och aktiviteter som något som skulle påverka deras resande 16 % uppger att inte behöva lämna och hämta som något som skulle påverka deras resande 11 % skulle åka mer buss om de hade närmare till busshållplatsen
Kunskap och information	34 % vet hur de ska göra de flesta av sina resor med buss 13 % menar att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Sollefteå – tätort – målgrupp 2

Målgrupp 1	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehålla beteende
Vilka är de	Främst ungdomar
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet (skola): Priset (40 %) 36 % har körkort
Attityder	82 % tycker att det är viktigt att det finns möjlighet att cykla 80 % tycker det är viktigt med möjlighet att promenera 80 % är nöjda med senaste resan med kollektivtrafiken 70 % är nöjda med kollektivtrafikpersonalens beteende 70 % är nöjda med hur biljettsystemet fungerar 40 % tycker det är prisvärt att åka buss
Förändringsbenägenhet	56 % skulle åka mer buss om det var billigare 11 % skulle åka mer buss om de hade närmare till busshållplatsen 11 % skulle cykla mer om de visste bättre var cykelvägarna fanns
Kunskap och information	90 % vet hur de ska göra de flesta av sina resor med buss 82% kan använda bil för de flesta resor de gör 60 % kan använda buss för de flesta resor de gör

Sollefteå – omland

Sollefteå – omland

Tendens	Ungdomar 16-19 år, åker buss mer än övriga
---------	--

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehålla beteende
--------------	--------------------

Sollefteå – omland

Sollefteå – omland – målgrupp 1

Målgrupp 2	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Främst bilister
Anledning till resval	[Inga signifikanta resultat]
Attityder	87 % är nöjda med kollektivtrafiken där de bor 17 % är nöjda med kollektivtrafikpersonalens beteende 13 % av bilisterna är nöjda med hur biljettsystemet fungerar
Förändringsbenägenhet	18 % skulle åka mer buss om det var billigare 14 % skulle cykla eller gå mer om trafiksäkerheten för cyklister vore bättre
Kunskap och information	78 % av bilisterna uppger att deras vänner är positiva till att åka buss. Endast 8 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Sollefteå - omland

Sollefteå – omland – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehålla beteende
Vilka är de	Främst ungdomar
Anledning till resval	Drygt häften har körkort
Attityder	80 % är nöjda med kollektivtrafikpersonalens beteende 67 % uppger att deras vänner är positiva till att åka buss 56 % är nöjda med hur biljettsystemet fungerar 22 % är nöjda med kollektivtrafiken där de bor
Förändringsbenägenhet	33 % skulle åka mer buss om det var billigare
Kunskap och information	78 % kan använda bil för de flesta resor de gör 40 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Kramfors

I tätorten kör de flesta bil, de som inte gör det går till fots. Även i omlandet kör de flesta bil, men här är alternativet buss och gång.

Kramfors – tätort

Kramfors – tätort

Tendens	De flesta kör bil, majoriteten som inte gör det går
---------	---

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Gående
--	-----------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Kramfors – tätort

Kramfors – tätort – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Något fler män än kvinnor
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Snabbhet (71 %) Bekvämlighet (34 %)
Attityder	87 % tycker det är viktigt eller mycket viktigt att det finns möjlighet att cykla 86 % tycker det är viktigt eller mycket viktigt att det finns möjlighet att promenera 19 % är nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken 18 % är nöjda med hur biljettsystemet fungerar 13 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 6 % är nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar där de bor
Förändringsbenägenhet	[Inga signifikanta resultat]
Kunskap och information	38 % uppger att de för de flesta resor de gör vet hur de kan åka med buss 19 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Kramfors – tätort

Kramfors – tätort – målgrupp 2

Målgrupp 2	Gående
Syfte kommunikation	Bibehålla beteende
Vilka är de	Något fler kvinnor än män
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Snabbhet (30 %) Bekvämlighet (15 %) 13 % har inte körkort
Attityder	34 % är nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken 29 % är nöjda med hur biljettsystemet fungerar 28 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande. 17 % är nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar där de bor
Förändringsbenägenhet	[Inga signifikanta resultat]
Kunskap och information	60 % uppger att de för de flesta resor de gör vet hur de kan åka med buss 28 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Kramfors – omland

Kramfors – omland

Tendens	De flesta kör bil
---------	-------------------

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Kramfors – omland

Kramfors – omland – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Män och kvinnor i alla åldrar
Anledning till resval	Viktigaste till och från jobbet: Miljövänlighet (3 %)
Attityder	39 % anser att det är prisvärt att åka buss 28 % är nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken 23 % är nöjda med hur biljettsystemet fungerar 21% är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande. 10 % är nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar där de bor
Förändringsbenägenhet	8 % skulle cykla mer om det fanns bättre cykelvägar
Kunskap och information	Endast 9 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Kramfors – omland

Kramfors – omland – målgrupp 2

Målgrupp 2	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehålla beteende
Vilka är de	Främst yngre resenärer
Anledning till resval	Viktigaste till och från jobbet: Miljövänlighet (21 %) 57 % har inte körkort
Attityder	83 % anser att det är prisvärt att åka med buss 75 % av de som åker buss är nöjda med hur biljettsystemet fungerar 68 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 64 % är nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken 38 % är nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar där de bor
Förändringsbenägenhet	[Inga signifikanta resultat]
Kunskap och information	[Inga signifikanta resultat]

Härnösand

**I tätorten kör män främst bil. Kvinnor går och cyklar.
På omlandet kör de flesta bil.**

Härnösand – tätort

Härnösand – tätort

Tendens	Män kör bil mest
---------	------------------

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Gående och cyklister
--	-------------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Härnösand – tätort

Härnösand – tätort – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Fler män än kvinnor
Anledning till resval	Viktigt till och från jobbet: Snabbhet (67 %) Flexibilitet (27 %)
Attityder	88 % tycker det är viktigt med möjlighet att promenera. Lika stor andel tycker det är viktigt med möjlighet att cykla. 50 % instämmer helt i påståendet ”mina vänner är generellt positiva till att åka buss” 21 % är nöjda eller mycket nöjda med senaste resa med kollektivtrafiken 8 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken i stort där de bor
Förändringsbenägenhet	23 % uppger att möjlighet att distansarbete skulle påverka deras resande 14 % skulle cykla mer om det fanns bättre underhållna cykelvägar och cykelparkeringar 13 % skulle cykla mer om trafiksäkerheten för cyklister var bättre 9 % skulle gå mer om det fanns bättre gångvägar 9 % skulle åka mer buss om de fick bättre information om vilken buss som passar dem
Kunskap och information	44 % vet hur de skulle göra de flesta av sina resor med buss 16 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Härnösand – tätort

Härnösand – tätort – målgrupp 2

Målgrupp 2	Gående och cyklister
Syfte kommunikation	Förändra och bibehålla beteende
Vilka är de	Främst kvinnor
Anledning till resval	Viktigt till och från jobbet: Snabbhet, pris, flexibilitet , miljövänlighet är viktigt både för gående och cyklister En knapp tredjedel saknar körkort
Attityder	Ungefär en tredjedel är nöjda eller mycket nöjda med senaste resa med kollektivtrafiken Knappt en tredjedel instämmer helt i påståendet ”mina vänner är generellt positiva till att åka buss” 26 % av de som går skulle åka buss mer om de fick bättre information om vilken buss som passar dem Ungefär en sjättedel av cyklisterna och gångtrafikanterna är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken i stort där de bor
Förändringsbenägenhet	44% av cyklisterna skulle cykla mer om det fanns bättre underhållna cykelvägar och cykelparkeringar 42% av cyklisterna skulle cykla mer om trafiksäkerheten vore bättre 24 % av de gående skulle gå mer om det fanns bättre gångvägar
Kunskap och information	Drygt en tredjedel uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör. Ca 70 % kan använda bil för de flesta resor de gör

En investering för framtiden

Härnösand – omland

Härnösand – omland

Tendens	De flesta kör bil
---------	-------------------

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Härnösand – omland

Härnösand – omland – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Kvinnor och män i alla åldergrupper
Anledning till resval	Flexibiliteten är viktig vid egna resor på fritiden
Attityder	63 % instämmer helt i påståendet "mina vänner är generellt positiva till att åka buss" 25 % anser inte att det är prisvärt att åka bil
Förändringsbenägenhet	11 % skulle åka mer buss om de hade en busshållsplats närmare arbetet. 13 % skulle cykla mer om cykelvägarna var bättre underhållna
Kunskap och information	17 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör [resultatet är inte signifikant]

Härnösand – omland

Härnösand – omland – målgrupp 2

Målgrupp 2	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Främst yngre
Anledning till resval	Viktigt till och från jobbet: Pris (50 %)
Attityder	30 % instämmer helt i påståendet "mina vänner är generellt positiva till att åka buss" 77 % anser inte att det är prisvärt att åka bil
Förändringsbenägenhet	[Inga signifikanta resultat]
Kunskap och information	[Inga signifikanta resultat]

Nordmaling

I tätorten kör män mest bil. I omlandet åker kvinnor och yngre buss i högre utsträckning.

Nordmaling – tätort

Nordmaling – tätort

Tendens	Män kör bil mest
---------	------------------

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Gående
--	-----------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Nordmaling – tätort

Nordmaling – tätort – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Män i något högre utsträckning än kvinnor
Anledning till resval	Viktigast till och från jobbet: Enkelhet (26 %) Flexibilitet (26 %) Tillgänglighet (32 %)
Attityder	37 % är nöjda med senaste resa med kollektivtrafiken 28 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande. 25 % är nöjda med biljettsystemet 11 % är nöjda med kollektivtrafiken överlag där de bor
Förändringsbenägenhet	58 % skulle åka mer buss om det fanns fler förbindelser och bättre avgångstider 28 % uppger att bättre möjlighet att samåka och hämta barn skulle påverka deras resande 27 % skulle åka mer buss om de hade närmare till hållplatsen vid hemmet 27 % skulle åka mer buss om det var kortare restid 26 % skulle åka mer buss om de hade närmare till hållplatsen vid arbetet
Kunskap och information	41 % uppger att de för de flesta av sina resor vet hur de ska resa med buss 13 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör



Normaling – tätort

Nordmaling – tätort – målgrupp 2

Målgrupp 2	Gående
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Något fler kvinnor än män
Anledning till resval	Viktigast till och från jobbet: Enkelhet (50 %) Miljövänlighet (26 %) Flexibilitet (14 %) Tillgänglighet (11 %) 22 % har inte körkort
Attityder	60 % är nöjda med senaste resa med kollektivtrafiken 40 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 31 % är nöjda med biljettsystemet 31 % är nöjda med kollektivtrafiken överlag där de bor
Förändringsbenägenhet	28 % skulle åka mer buss om det fanns fler förbindelser och bättre avgångstider 6 % skulle åka mer buss om de hade närmare till hållplatsen vid hemmet 6 % skulle åka mer buss om det var kortare restid 3 % skulle åka mer buss om de hade närmare till hållplatsen vid arbetet
Kunskap och information	27 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Nordmaling – omland

Nordmaling – omland

Tendens	Kvinnor och yngre (16-19-åringar) åker buss mest
---------	--

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehåll beteende
--------------	-------------------

Normaling – omland

Nordmaling – omland – målgrupp 1

Målgrupp 2	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Något fler män än kvinnor
Anledning till resval	Viktigast till och från jobbet: Tillgänglighet (29 %)
Attityder	85 % tycker det är viktigt eller mycket viktigt med möjlighet att cykla 28 % är nöjda med senaste resa med kollektivtrafiken 25 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 6 % skulle åka mer buss om det var tryggare hållplatsmiljö
Förändringsbenägenhet	14 % uppger att inte ha ärenden och aktiviteter skulle påverka deras resande
Kunskap och information	10 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Normaling – omland

Nordmaling – omland – målgrupp 2

Målgrupp 1	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Framförallt kvinnor och ungdomar
Anledning till resval	Viktigast till och från jobbet: Tillgänglighet (15 %) 29 % har inte körkort
Attityder	100 % tycker det är viktigt eller mycket viktigt med möjlighet att cykla 73 % är nöjda med senaste resa med kollektivtrafiken 68 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande
Förändringsbenägenhet	[Inga signifikanta resultat]
Kunskap och information	73 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör 63 % uppger att de för de flesta av sina resor vet hur de ska resa med buss

Umeå

I tätorten cyklar man i stor utsträckning, men det finns även bussresenärer och bilister. I omlandet kör de flesta bil.

Umeå – tätort

Umeå – tätort

Tendens	En stor andel cyklar. Bland de som inte cyklar åker kvinnorna mer buss och männen mer bil.
Målgrupper:	1. Bilister
	2. Bussresenärer
	3. Cyklister
Syfte kommunikation	
- målgrupp 1	Förändra beteende
- målgrupp 2	Bibehåll beteende
-målgrupp 3	Bibehåll beteende

Umeå – tätort – målgrupp 1

Målgrupp 2	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Män och kvinnor i olika åldrar
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Snabbhet (75 %) Bekvämlighet (33 %)
Attityder	Praktiskt taget samtliga tycker det är viktigt eller mycket viktigt med möjlighet att cykla och att gå 57 % anser att det finns fördelar med att åka buss jämfört med att åka bil 42 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa i kollektivtrafiken 31 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar 25 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 21 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken där de bor
Förändringsbenägenhet	35 % skulle åka mer buss om det var billigare och bussarna var fräschare 23 % skulle cykla mer om cykelvägarna och cykelparkeringarna var bättre underhållna
Kunskap och information	[Inga signifikanta resultat]

Umeå – tätort – målgrupp 2

Målgrupp 3	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Män och kvinnor i olika åldrar
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Snabbhet (56 %) Pris (37 %) Miljövänlighet (21 %) Bekvämlighet (18 %)
Attityder	Praktiskt taget samtliga tycker det är viktigt eller mycket viktigt med möjlighet att cykla och att gå 74% är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa i kollektivtrafiken 73 % anser att det finns fördelar med att åka buss jämfört med att åka bil 72 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken där de bor 70 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar 56 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande
Förändringsbenägenhet	58 % skulle åka mer buss om det var billigare och bussarna var fräschare 45 % skulle cykla mer om cykelvägarna och cykelparkeringarna var bättre underhållna
Kunskap och information	69 % kan använda bil för de flesta resor de gör

Umeå – tätort – målgrupp 3

Målgrupp 1	Cyklister
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Män och kvinnor i olika åldrar
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Snabbhet (67 %) Pris (30 %) Miljövänlighet (28 %)
Attityder	Praktiskt taget samtliga tycker det är viktigt eller mycket viktigt med möjlighet att cykla och att gå. 74 % anser att det finns fördelar med att åka buss jämfört med att åka bil 49 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa i kollektivtrafiken 47 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 44 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken där de bor 41 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar
Förändringsbenägenhet	57 % skulle cykla mer om cykelvägarna och cykelparkeringarna var bättre underhållna 54 % skulle åka mer buss om det var billigare och bussarna var fräschare
Kunskap och information	80 % kan använda bil för de flesta resor de gör

Umeå – omland

Umeå – omland

Tendens	De flesta kör bil. Män i åldersgruppen 26-44 år något mer än övriga.
Målgrupper:	1. Bilister
	2. Bussresenärer
	3. Cyklister

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
- målgrupp 2	Bibehåll beteende
-målgrupp 3	Bibehåll beteende

Umeå – omland

Umeå – omland – målgrupp 1

Målgrupp 1	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Något fler män och resenärer i åldersgruppen 26-44 år.
Anledning till resval	[Inga signifikanta resultat]
Attityder	<p>Praktiskt taget samtliga tycker det är viktigt eller mycket viktigt med möjlighet att cykla och att gå</p> <p>32 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa i kollektivtrafiken</p> <p>25 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande</p> <p>20 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar</p> <p>11 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken där de bor</p>
Förändringsbenägenhet	<p>23 % skulle åka mer buss om det var närmare till hållplatsen vid hemmet</p> <p>20 % skulle åka mer buss om det var närmare till hållplatsen vid arbetet</p>
Kunskap och information	18 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Umeå – omland – målgrupp 2

Målgrupp 2	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Förändra och bibehåll beteende
Vilka är de	Män och kvinnor i olika åldrar
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Pris (55 %) Miljövänlighet (36 %)
Attityder	Praktiskt taget samtliga tycker det är viktigt eller mycket viktigt med möjlighet att cykla och att gå 82 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa i kollektivtrafiken 73 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 73 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar 50 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken där de bor.
Förändringsbenägenhet	8 % skulle åka mer buss om det var närmare till hållplatsen vid arbetet
Kunskap och information	100 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör 97 % kan använda bil för de flesta resor de gör

Umeå – omland – målgrupp 3

Målgrupp 1	Cyklister
Syfte kommunikation	Bibehåll beteende
Vilka är de	Män och kvinnor i olika åldrar
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Pris (50 %) Miljövänlighet (50 %)
Attityder	Praktiskt taget samtliga tycker det är viktigt eller mycket viktigt med möjlighet att cykla och att gå 64 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa i kollektivtrafiken 57 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar 36 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken där de bor 22 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande
Förändringsbenägenhet	[Inga signifikanta resultat]
Kunskap och information	79 % kan använda bil för de flesta resor de gör 36 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör

Sundsvall

I omlandet och tätorten åker kvinnor och ungdomar, 16-25 år, buss mer än övriga. Männen kör bil i något större utsträckning än kvinnorna.

Sundsvall – tätort

Sundsvall – tätort

Tendens	Kvinnor och ungdomar (16-25 år) åker buss mer än övriga
---------	---

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehålla beteende
--------------	--------------------

Sundsvall – tätort

Sundsvall – tätort – målgrupp 1

Målgrupp 2	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Något fler män än kvinnor
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Snabbhet (75 %) Bekvämlighet (34 %)
Attityder	82 % tycker det är viktigt med möjlighet att åka buss 37 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken 33 % tycker det är prissvärt att åka buss 32 % tycker att avgaser är ett stort eller mycket stort problem 24 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 21 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar 19 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken där de bor
Förändringsbenägenhet	52 % skulle åka mer kollektivt om det var billigare och bussarna var fräschare 14 % skulle åka mer kollektivt om det var bättre punktlighet i kollektivtrafiken 13 % skulle åka mer kollektivt om de hade en hållplats närmare hemmet
Kunskap och information	56 % instämmer helt eller delvis i påståendet "för de flesta resor jag gör vet jag hur jag kan åka med buss" 32 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör 53 % menar att det finns fördelar med att åka buss framför att åka bil

Sundsvall – tätort

Sundsvall – tätort – målgrupp 2

Målgrupp 1	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehålla beteende
Vilka är de	Fler kvinnor än män, fler ungdomar än äldre
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Snabbhet (65 %) Pris (44 %)
Attityder	95 % tycker det är viktigt med möjlighet att åka buss 58 % är nöjda eller mycket nöjda med sin senaste resa med kollektivtrafiken 51 % är nöjda eller mycket nöjda med hur biljettsystemet fungerar 50 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 49 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafiken där de bor 46 % tycker det är prissvärt att åka med buss 30 % tycker att avgaser är ett stort eller mycket stort problem
Förändringsbenägenhet	69 % skulle åka mer kollektivt om det var billigare och bussarna var fräschare 35 % skulle åka mer kollektivt om det var bättre punktlighet i kollektivtrafiken 15 % skulle åka mer kollektivt om de hade en hållplats närmare hemmet
Kunskap och information	96 % instämmer helt eller delvis i påståendet "för de flesta resor jag gör vet jag hur jag kan åka med buss" 84 % uppger att de kan använda buss för de flesta resor de gör 70 % uppger att de kan använda bil för de flesta resor de gör



Sundsvall – omland

Sundsvall – omland

Tendens	Kvinnor och ungdomar (16-25 år) åker buss mer än övriga
---------	---

Målgrupper:	1. Bilister
-------------	-------------

	2. Bussresenärer
--	------------------

Syfte kommunikation

- målgrupp 1	Förändra beteende
--------------	-------------------

- målgrupp 2	Bibehålla beteende
--------------	--------------------

Sundsvall – omland

Sundsvall – omland – målgrupp 1

Målgrupp 2	Bilister
Syfte kommunikation	Förändra beteende
Vilka är de	Något fler män än kvinnor
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Snabbhet (70 %) Priset (11 %) Flexibilitet (25 %)
Attityder	34 % är nöjda eller mycket nöjda med senaste resan de gjorde med kollektivtrafiken 26 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 20 % är nöjda med hur biljettsystemet fungerar 12 % är nöjda eller mycket nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar där de bor.
Förändringsbenägenhet	22 % uppger att möjligheten att distansarbete skulle påverka deras resande 17 % uppger att inte behöva lämna/hämta barn skulle påverka deras resande 10 % uppger att flexiblare arbetstider skulle påverka deras resande
Kunskap och information	51 % anser att det finns fördelar med att åka buss framför att åka bil 48 % vet för de flesta av sina resor hur de kan resa med buss 17 % kan använda buss för de flesta resor de gör

Sundsvall – omland

Sundsvall – omland – målgrupp 2

Målgrupp 1	Bussresenärer
Syfte kommunikation	Bibehålla beteende
Vilka är de	Främst kvinnor och ungdomar
Anledning till resval	Viktigast till och från arbetet: Priset (40%) Snabbhet (37%) Miljövänlighet (16 %) 60 % har inte körkort
Attityder	82 % är nöjda eller mycket nöjda med kollektivtrafikpersonalens bemötande 66 % är nöjda eller mycket nöjda med senaste resan de gjorde med kollektivtrafiken 62 % är nöjda med hur biljettsystemet fungerar 40 % är överlag nöjda eller mycket nöjda med hur kollektivtrafiken fungerar där de bor
Förändringsbenägenhet	15 % uppger att möjlighet att distansarbete skulle påverka deras resande 11 % uppger att inte behöva lämna/hämta skulle påverka deras resande 3 % uppger att flexiblare arbetstider skulle påverka deras resande
Kunskap och information	83 % vet för de flesta av sina resor hur de kan resa med buss 76% anser att det finns fördelar med att åka buss framför att åka bil 48 % kan använda buss för de flesta resor de gör