

KOLLEKTIVTRAFIKBAROMETERN

Årsrapport 2025 - Länstrafiken Västerbotten



SVENSKKOLLEKTIVTRAFIK



Projektgrupp:

Erik Granberg, Lysio Research

Maja Odestål, Lysio Research

Oskar Bork, Lysio Research

Kontaktpersoner:

Mattias Andersson, Svensk Kollektivtrafik

e-post: mattias.andersson@svenskkollektivtrafik.se

Maja Odestål, Lysio Research

e-post: maja.odestal@lysio.se

Foto på framsidan: Blekingetrafiken



Innehållsförteckning

1. Sammanfattning	6
2. Bakgrund	8
3. Resultat	10
3.1. Nöjd-kund-index	10
3.2. Nöjdhet med senaste resan	12
3.3. Kollektivtrafikens marknadsandel	16
3.4. Faktorer som driver kollektivt resande	21
3.5. Resenärstyper	23
3.6. Resefrekvens med kollektivtrafik och bil	26
3.7. Skäl till kollektivt resande	29
3.8. Resorna under året	32
3.9. Förutsättningar för kollektivt resande	45
3.10. Ombord i kollektivtrafiken	48
3.11. Trygghet	51
3.12. Information	53
3.13. Bolagsspecifika frågor	55
4. Bilagor	57
4.1. Definitioner	57
4.2. Metod	58
4.3. Fakta om respondenterna	62
5. Om Lysio Research	65

66
sidor lång
rapport

Förord

Nästan 100 000 respondenter har berättat för kollektivtrafiksverige vad de tycker och hur de reser, nära hälften av dem är dessutom kunder i kollektivtrafiken minst varje månad. En oförändrad andel av befolkningen på 84% har rest kollektivt under året. Glädjande är att andelen hållbara resor håller sig kvar på fjolårets höga nivå och att tryggheten och den övergripande nöjdheten för kollektivtrafiken ökar bland resenärerna. Vi ser också förbättringar i nöjdhet kring information, både före resa och under resa, sannolikt är det branschens enträgna arbete i dessa frågor som gett effekt. 60% av kollektivtrafikresorna sker till arbete och studier och fler av resorna har skett på periodbiljett än året innan.

Men, det är inte bara muntra siffror som presenteras i denna rapport, trenden fortsätter med minskad marknadsandel, dvs kollektivtrafikens andel av det motoriserade resandet, på tvärs mot både kommuner, regioner och statens mål i detta. Andelen som bara reser kollektivt minskar och tyvärr ger inte medborgarna något toppbetyg när det gäller varken användbarheten, tidsbesparing och inte heller i upplevelsen att möjligheterna att resa med kollektivtrafiken har förbättrats under året. Under

året ökade andel som distansarbetar (minst någon dag varje vecka) och det är ju en större andel kunder än icke kunder som är distansarbetande. Det kan därför vara dags att fråga sig vilka som kommer att vara framtidens nya kollektivtrafikresenärer?

Det är fortsatt faktorer som upplevd tidsbesparing och användbarhet som skulle öka kollektivresande. Här finns en del att göra för att öka kollektivtrafikens attraktionskraft, där inte bara kollektivtrafiken själva utan både kommuner och staten behöver bidra, tex vad gäller åtgärder att skapa bättre framkomlighet i och omkring våra större städer, och att ta bättre hänsyn till vardagspendlarnas behov när det gäller väg- och banavstängningar vid underhåll. Bland bilister är fortfarande det vanligaste argumentet att de föredrar bil, inte att det är något fel på kollektivtrafiken.

Under året har vi haft fördjupande tilläggsfrågor om biljettkontroll, fritidsresor och distansarbete. Resultaten kring biljettkontroll finns redan publicerat i en separat rapport och motsvarande fördjupningar kring fritidsresor och distansarbete kommer att komma senare i år.



Mattias Andersson

Branschexpert och ansvarig för Kollektivtrafikbarometern
Svensk Kollektivtrafik

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



1. Sammanfattning



Framgångar 2025

- Andelen hållbara resor i Region Västerbotten ligger år 2025 kvar på den rekordhöga nivå som uppmättes under 2024.
- Andelen invånare som reser med kollektivtrafiken minst en gång i månaden har ökat med två procentenheter jämfört med föregående år och uppgår nu till 32 procent.
- Nöjdheten med den senaste resan uppgick under 2025 till 79 procent, vilket innebär en ökning med två procentenheter jämfört med 2024.



Utvecklingspotential 2026

- Kollektivtrafikens marknadsandel uppgick år 2025 till 15 procent, vilket är oförändrat jämfört med föregående år. Utvecklingen går därmed emot den nationella trenden med minskande marknadsandelar.
- Många respondenter upplever att kollektivtrafiken i begränsad utsträckning är anpassad till deras vardagsresor och att den inte medför någon tydlig tidsbesparing. Bristande upplevd användbarhet och effektivitet utgör därmed fortsatt centrala hinder för att öka resandet i länet.

15%

(0)

Marknadsandel

I 2025 års undersökning uppgår marknadsandelen till 15 procent, vilket är samma nivå som i 2024 års mätning.

Under samma period har marknadsandelen nationellt minskat med omkring en procentenhet.

De högsta marknadsandelarna återfinns i de tre storstadsregionerna samt i Uppsala.

69%

(-1)

Nöjd-kund-index (NKI)

NKI för 2025 uppgår till 69 procent, vilket innebär en minskning med 1 procentenhet jämfört med 2024.

Högst NKI bland kollektivtrafikens kunder återfinns i Region Västmanland (75 procent), följt av Region Värmland (72 procent) och Region Norrbotten (72 procent).

79%

(+2)

Nöjdhet med senaste resan

Andelen kunder som är nöjda med sin senaste resa uppgick år 2025 till 79 procent, en ökning med 2 procentenheter jämfört med föregående år.

Den högsta andelen nöjda resenärer återfinns i Region Norrbotten (82 procent).

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 2025 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 12 000.¹

Genomförande

Undersökningen sker löpande under hela året genom en mixad metod som inkluderar webbenkät, telefonintervjuer samt påminnelser via sms.

Inbjudan till undersökningen sker postalt. 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 om inte kvotgruppen för respondenten redan är uppfylld.

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	1 702
Icke-kunder	3 117
Okänt	18

¹ Se även bilaga 4.3 Fakta om respondenterna

Resultat



3. Resultat

3.1. Nöjd-kund-index

69%
Nöjd-kund-index

Kollektivtrafikens NKI för 2025 är **69%** bland Kunder. För Icke-kunder är NKI-värdet **51%**.



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

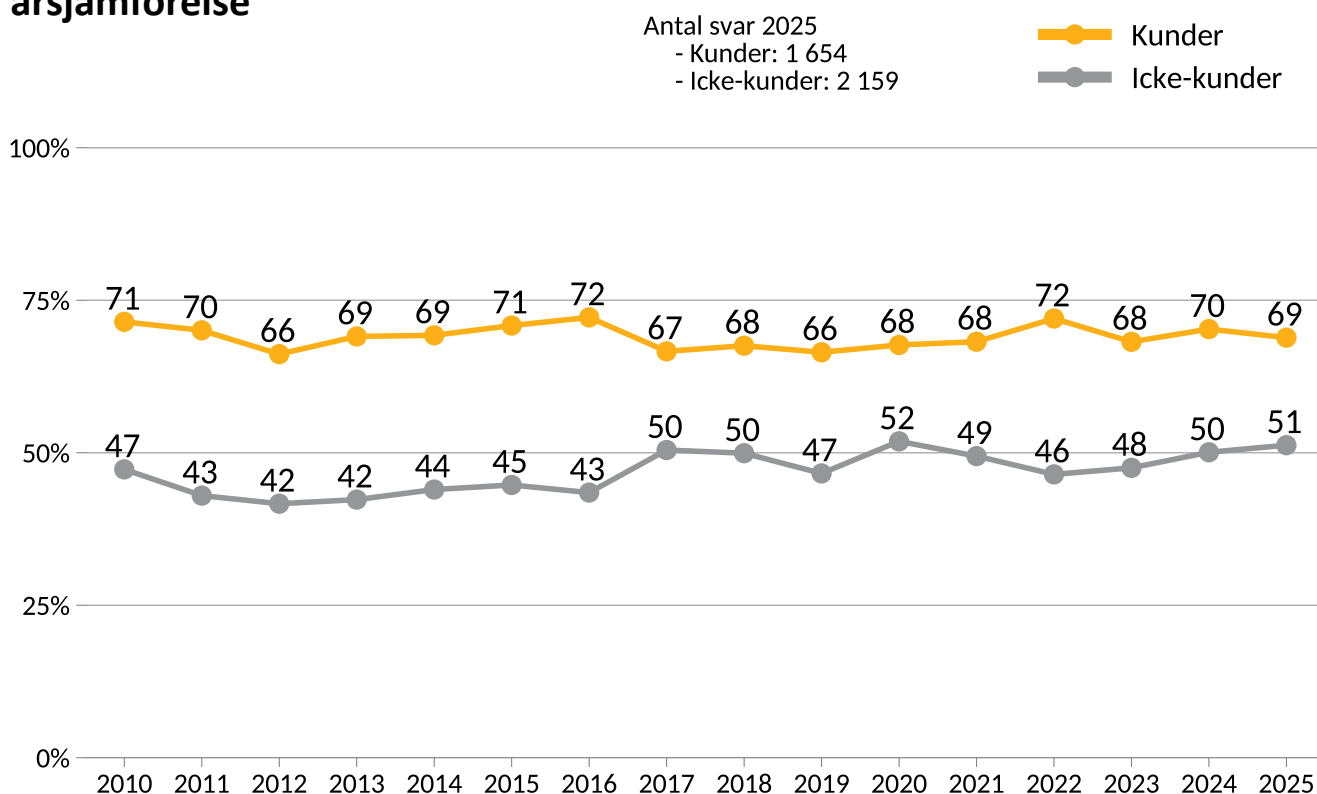
De personer som reser med sin regionala kollektivtrafikorganisation minst en gång per månad.



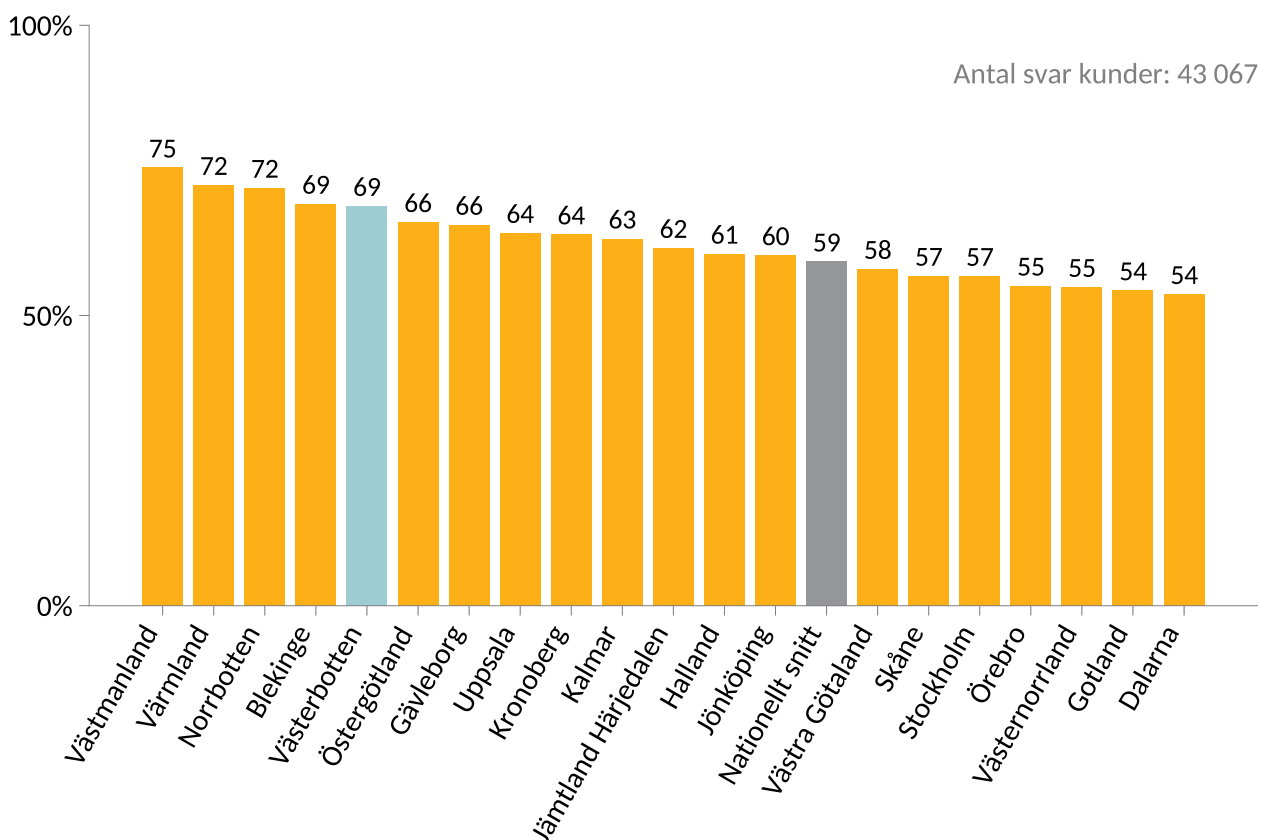
Icke-kunder

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

Graf 2. Kollektivtrafikens NKI bland Kunder och Icke-kunder, årsjämförelse



Graf 1. NKI, per region



3.2. Nöjdhet med senaste resan

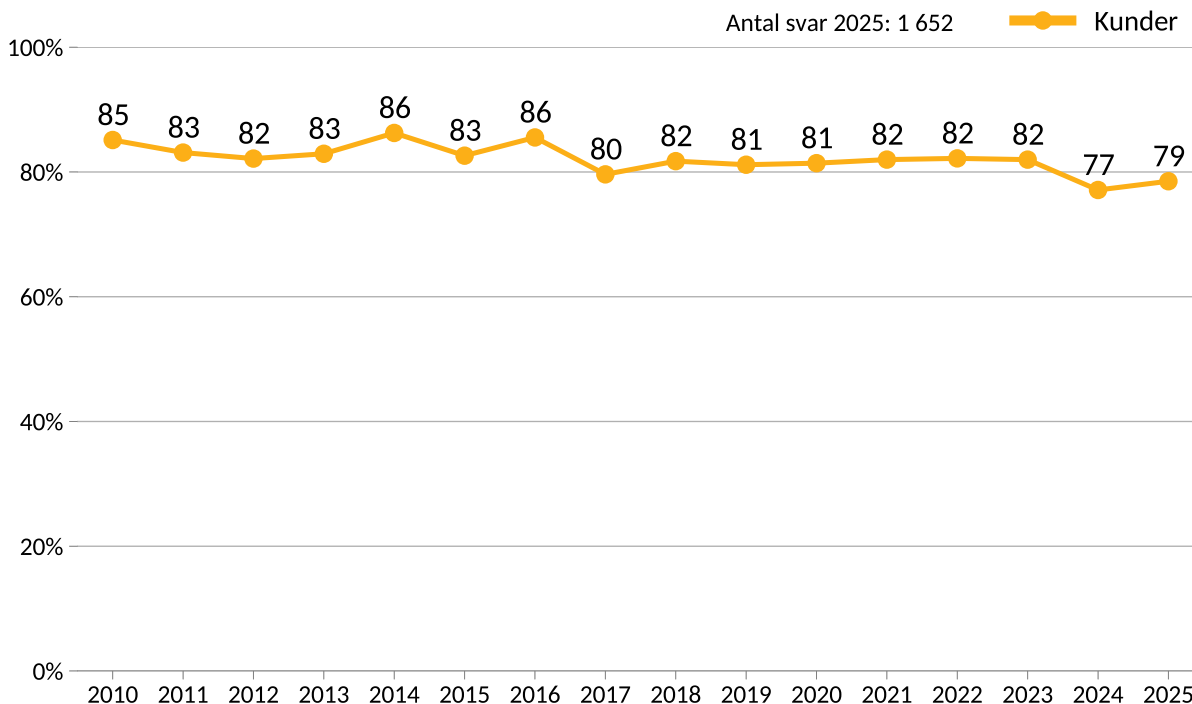
79%
nöjda med senaste
resan

Enligt 2025 års mätning är **79%** av Kunderna nöjda med sin senaste resa med den regionala kollektivtrafiken.

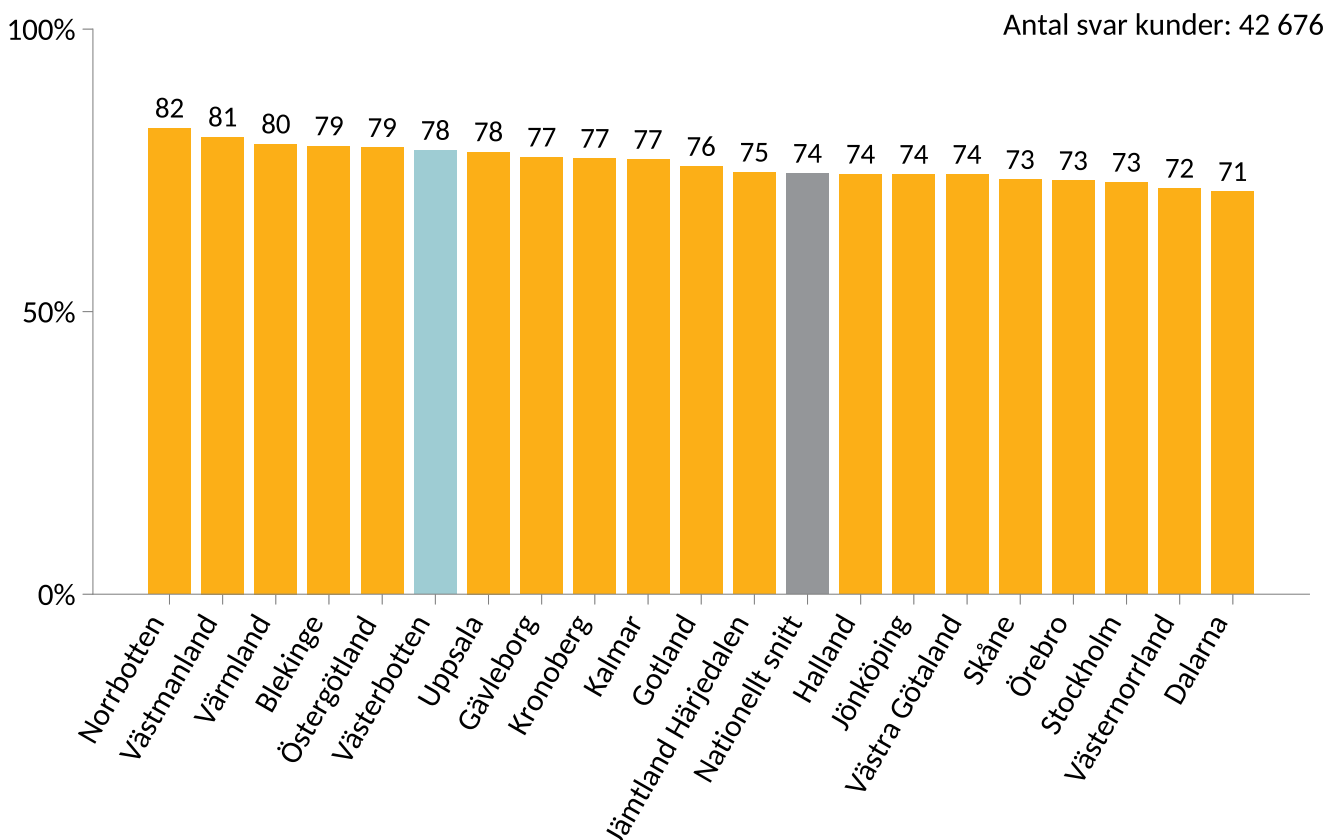
10%
Varumärkes-
underskott

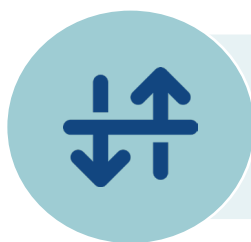
Varumärkesunderskottet bland Kunder för 2025 års undersökning är **10%**. Skillnaden mellan nöjdhet med den senaste resan och NKI utgör varumärkesunderskottet.

Graf 4. Nöjdhet med senaste resan, årsjämförelse



Graf 3. Nöjdhet med senaste resan, per region





Varumärkesunderskottet

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

Graf 5. Varumärkesunderskott, årsjämförelse

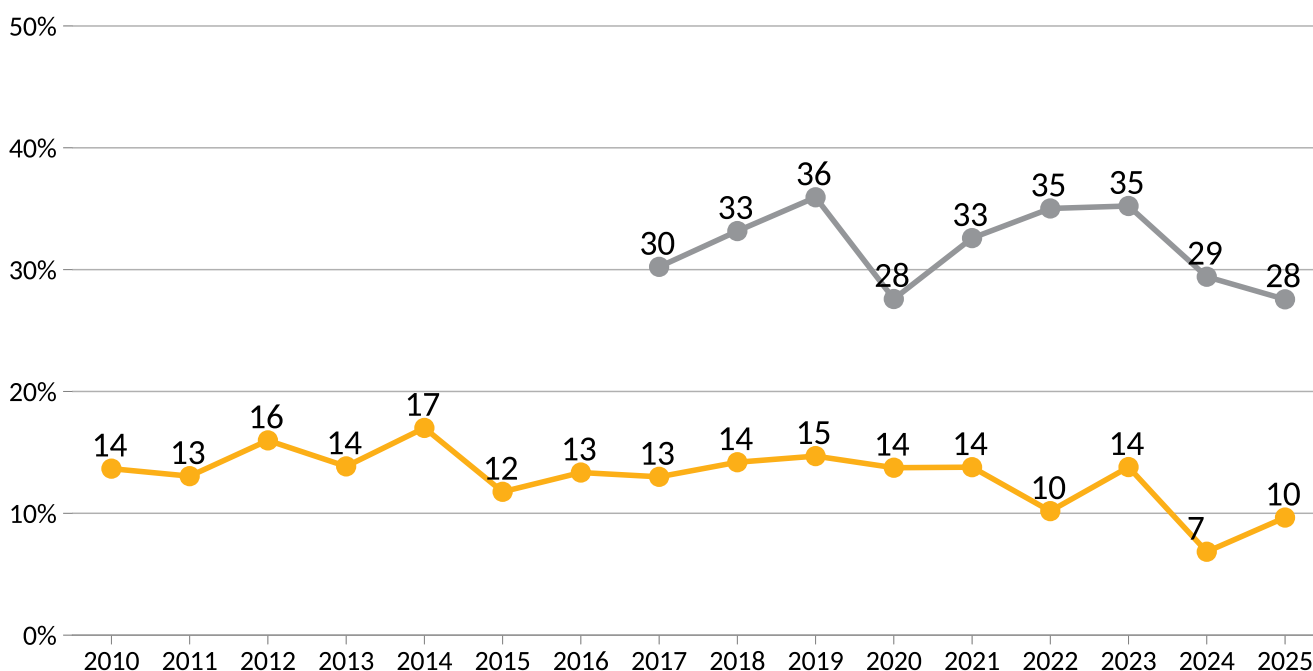
Antal svar nöjdhet med senaste resa 2025

- Kunder: 1 652
- Icke-kunder: 802

Antal svar NKI 2025

- Kunder: 1 654
- Icke-kunder: 2 159

—●— Kunder
—●— Icke-kunder



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 än den sammantagna nöjdheten.

Gällande varumärkesunderskottet framgår en relativt stor skillnad mellan Kunder och Icke-kunder där varumärkesunderskottet är betydligt större bland Icke-kunder. Detta är till följd av att båda grupper har ungefär samma nivå av nöjdhet med senaste resa, samtidigt som Icke-kunder har ett mycket lägre NKI.

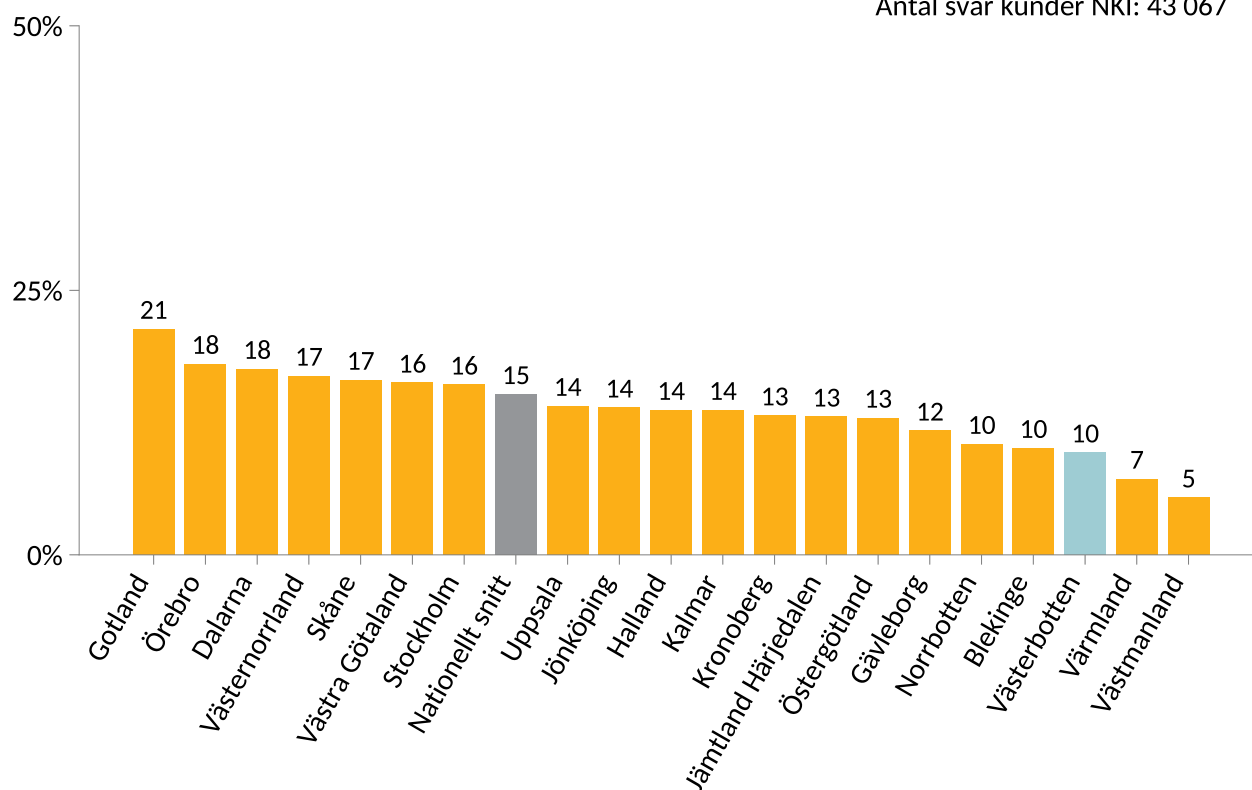
Notera att ett lågt varumärkes-underskott inte nödvändigtvis innebär att nöjdheten sammantaget är hög.

Det är därför viktigt att analysera varumärkesunderskottet tillsammans med trenderna i nöjdhetsmåten.

Graf 6. Varumärkesunderskott, per region

Antal svar kunder nöjdhet med senaste resa: 42 676

Antal svar kunder NKI: 43 067



3.3. Kollektivtrafikens marknadsandel

15%

Kollektivtrafikens
marknadsandel

Kollektivtrafikens marknadsandel uppgår i årets undersökning till **15%**. Detta är en skillnad med (0) procentenheter från föregående år.

41%

andel hållbart
resande

Andelen hållbart resande uppgår i årets undersökning till **41%**. Detta är en skillnad med (0) procentenheter från föregående år.

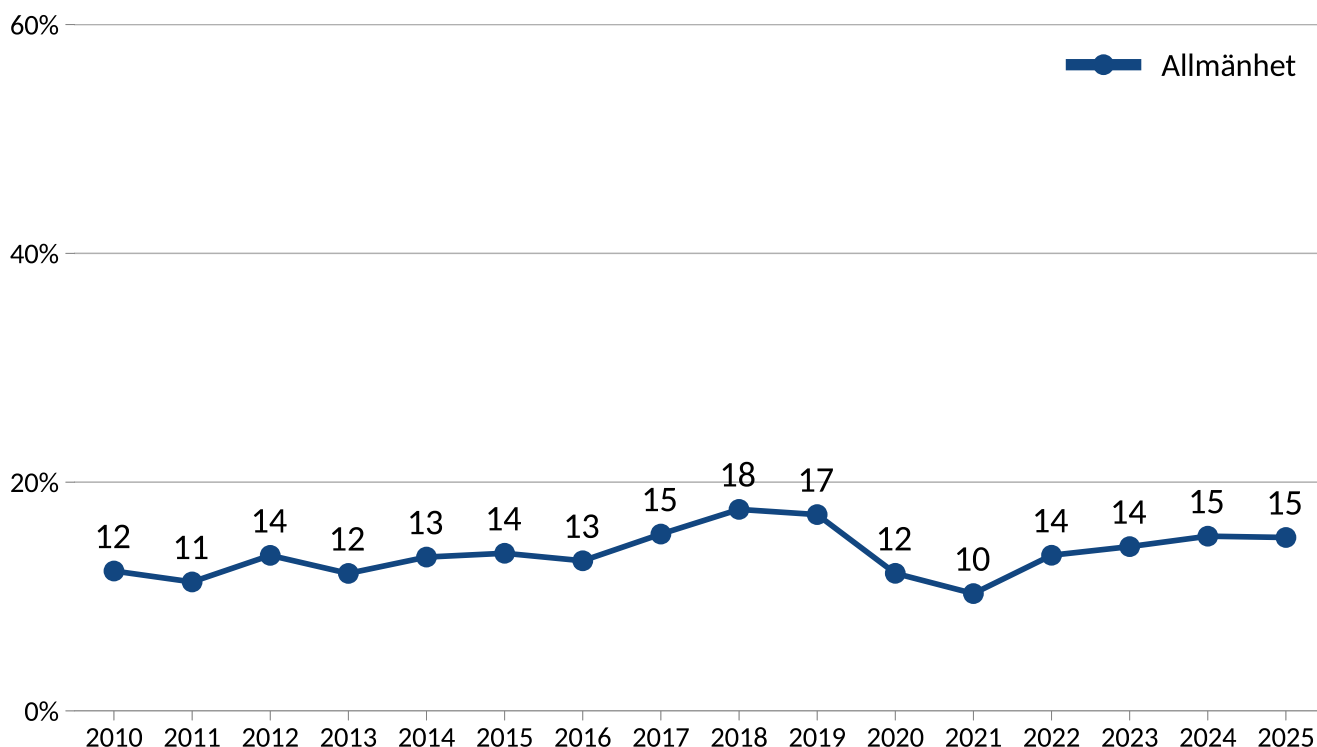


Allmänhet

Allmänhet definieras som samtliga respondenter som svarat på undersökningen.

Graf 7. Marknadsandel, årsjämförelse

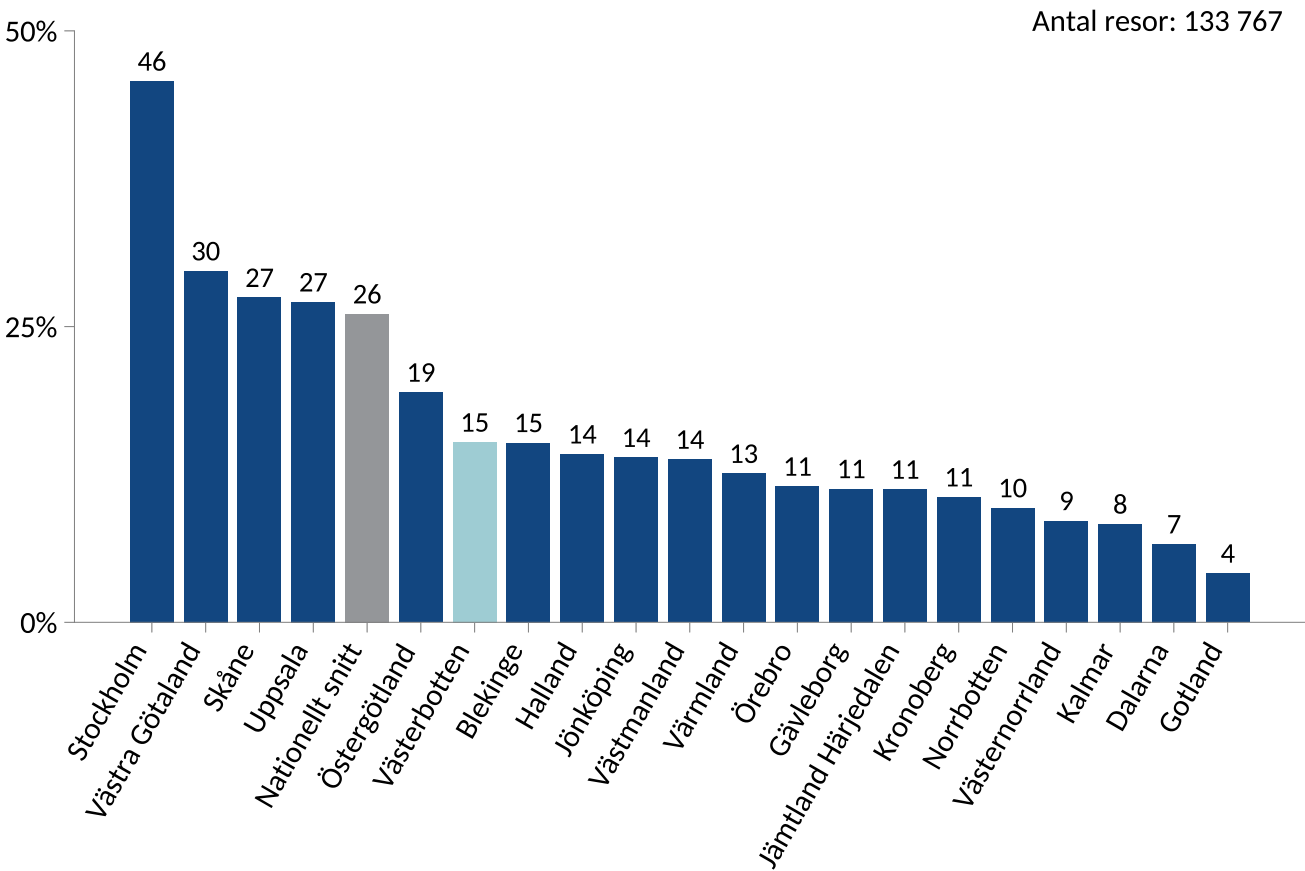
Antal resor 2025: 6 032



Notera att nedgången i marknadsandel under 2016 beror på att Region Stockholm inte deltog i undersökningen detta år. Eftersom SL verkar i en folkrik region med större andel kollektivtrafikresor än övriga kollektivtrafikorganisationer, får detta ett märkbart genomslag på det nationella snittet för marknadsandelen.

Nedgången under 2020 - 2021 beror på pandemin Covid-19 som medförde att resandet bland befolkningen avtog kraftigt.

Graf 8. Marknadsandel, per region

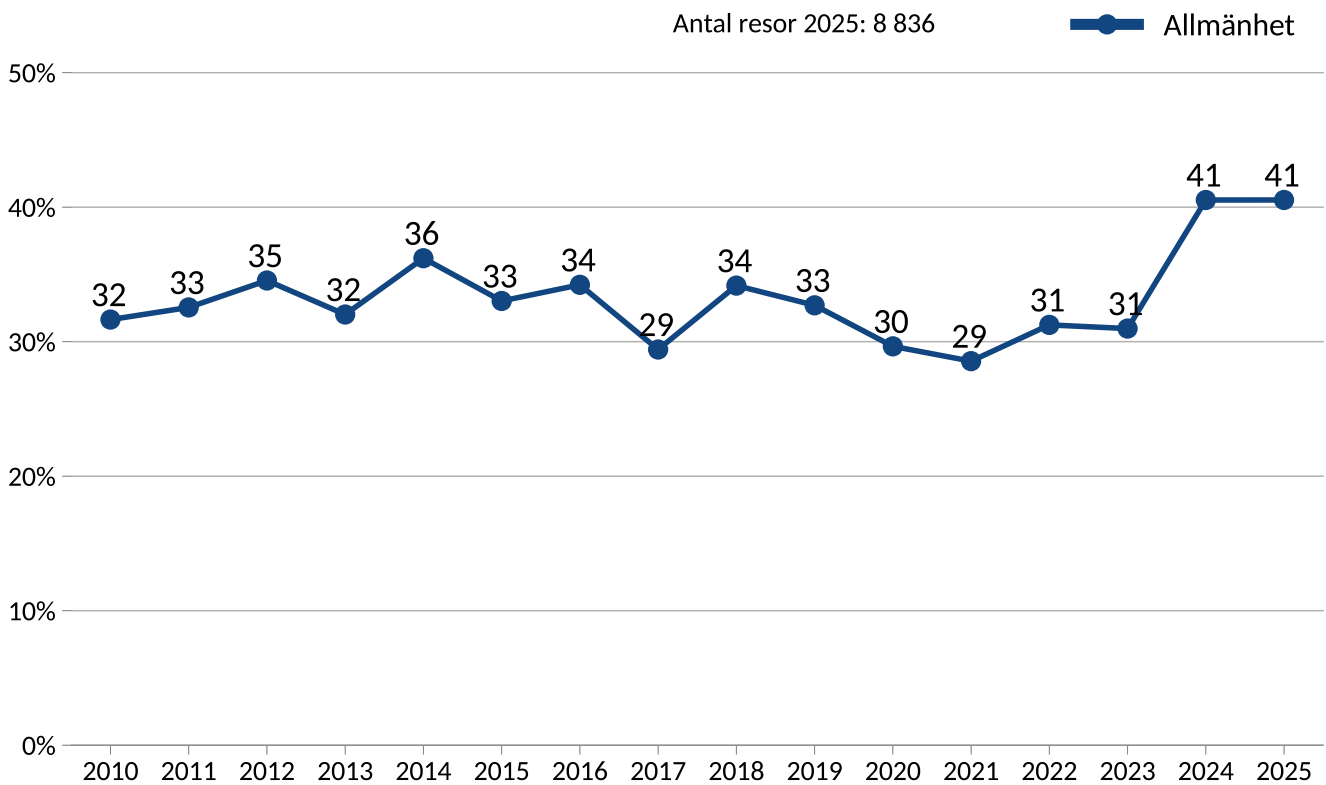




Hållbart resande

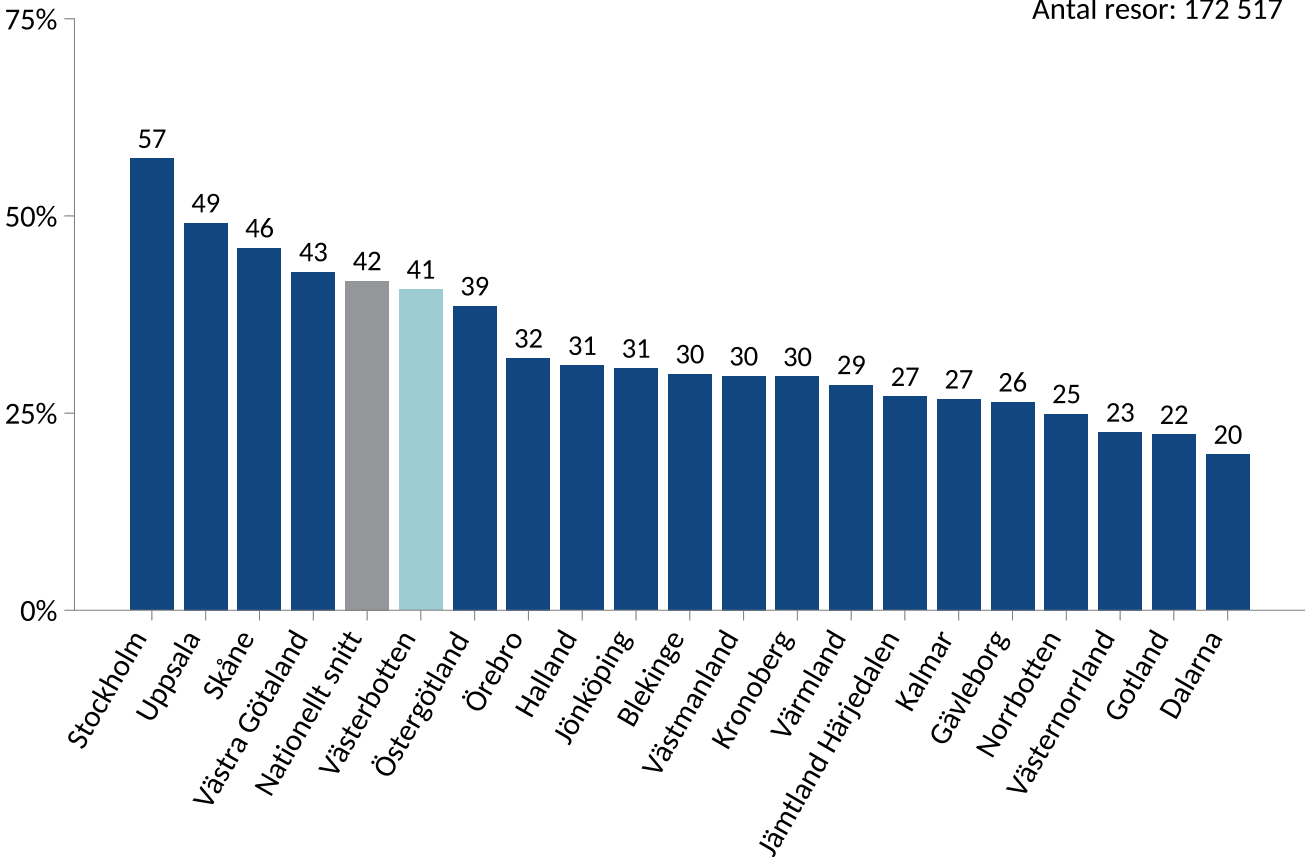
Resor som görs med kollektivtrafik, cykel, gång, taxi (även t.ex. färdtjänst) eller elsparkcykel som huvudsakligt färdmedel.

Graf 9. Hållbart resande, årsjämförelse



Graf 10. Hållbart resande, per region

Antal resor: 172 517



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.

**Relevans
Kunskap
Avgångstider**
driver kollektivt resande i
högst grad

De faktorer som i högst grad driver kollektivt resande i årets undersökning är Relevans, Kunskap och Avgångstider.

Förkortningar faktorer

Relevans - Jag kan använda bolaget för de flesta resor jag gör

Kunskap - För de flesta resor jag gör, vet jag hur jag kan åka med bolaget

Närhet - Jag har nära till hållplatser och stationer för de flesta resor jag gör

Miljöperspektiv - När jag reser i kollektivtrafiken är det viktigt att jag samtidigt bidrar till en bättre miljö

Enkelhet - Det är enkelt att resa med bolaget

Fördelar kollektivtrafik - Det finns fördelar att åka med bolaget jämfört med att åka med bil

Pålitlighet - Jag kan lita på att jag kommer fram i tid om jag reser med bolaget

Avgångstider - Avgångstiderna passar mina behov

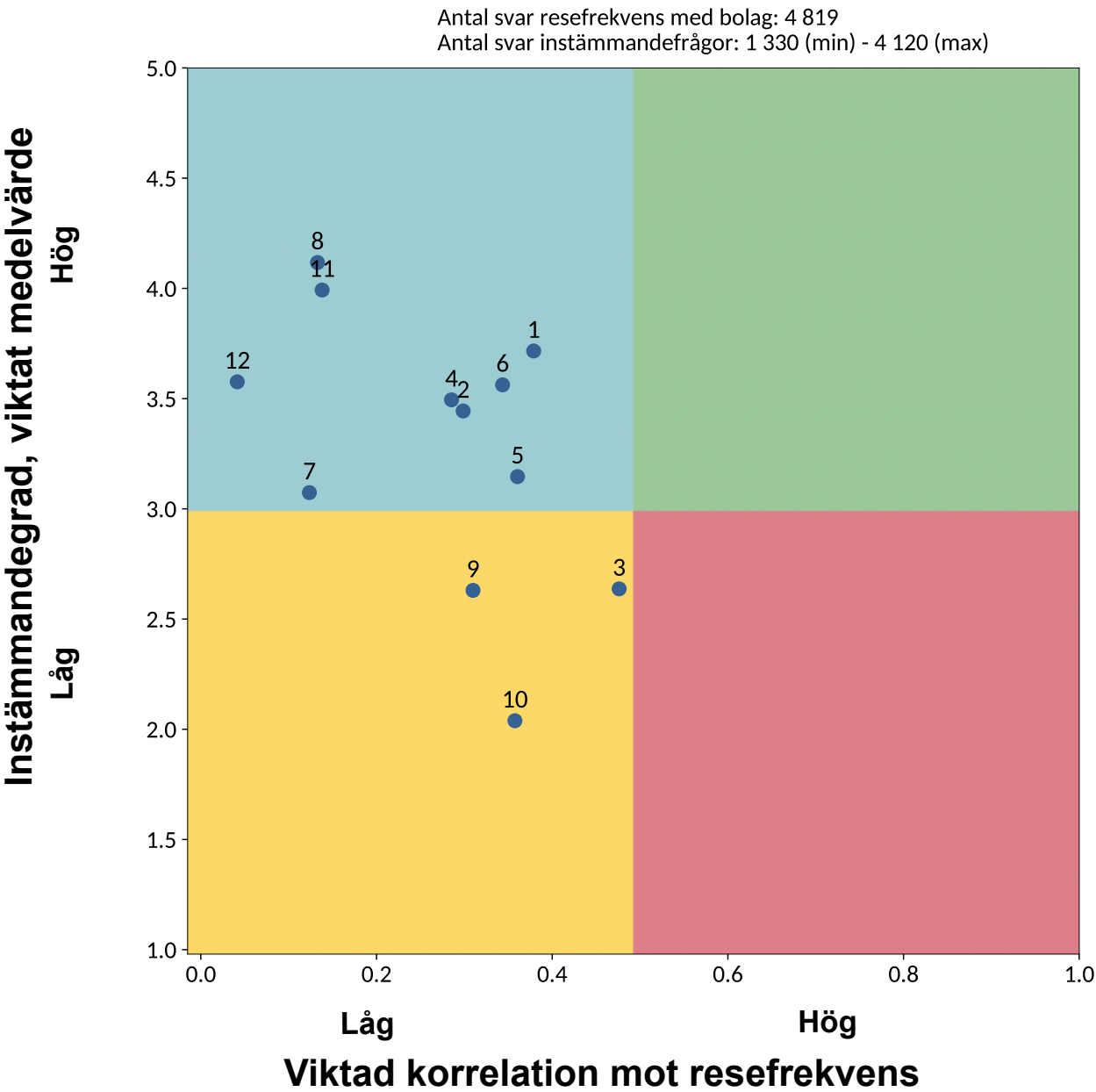
Prisvärdhet - Det är prisvärt att resa med bolaget

Tidsbesparing - Jag sparar tid genom att resa med bolaget

Förbättrade möjligheter - Mina möjligheter att resa kollektivt har förbättrats det senaste året

Trygghet - Det känns tryggt att resa med bolaget

Graf 11. Drivkraftsanalys för kollektivt resande



- | | |
|---|--|
| 1 För de flesta resor jag gör, vet jag hur jag kan åka med bolaget | 7 Det är prissvärt 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 |

3.5. Resenärstyper

34%
Övriga bilister

Övriga bilister (**34%**) är den vanligaste resenärstypen i årets undersökning, följt av Alltid-bilister (**30%**) och Växlare (**25%**)

I Kollektivtrafikbarometern definieras fem resenärstyper 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

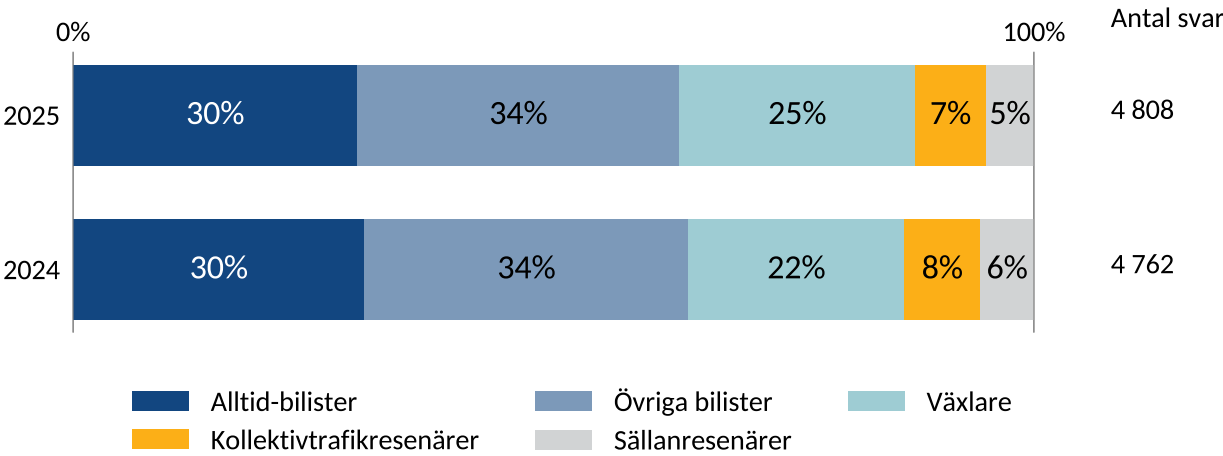
Reser minst en gång i månaden med kollektivtrafik, och reser någon gång per kvartal eller mer sällan med bil.



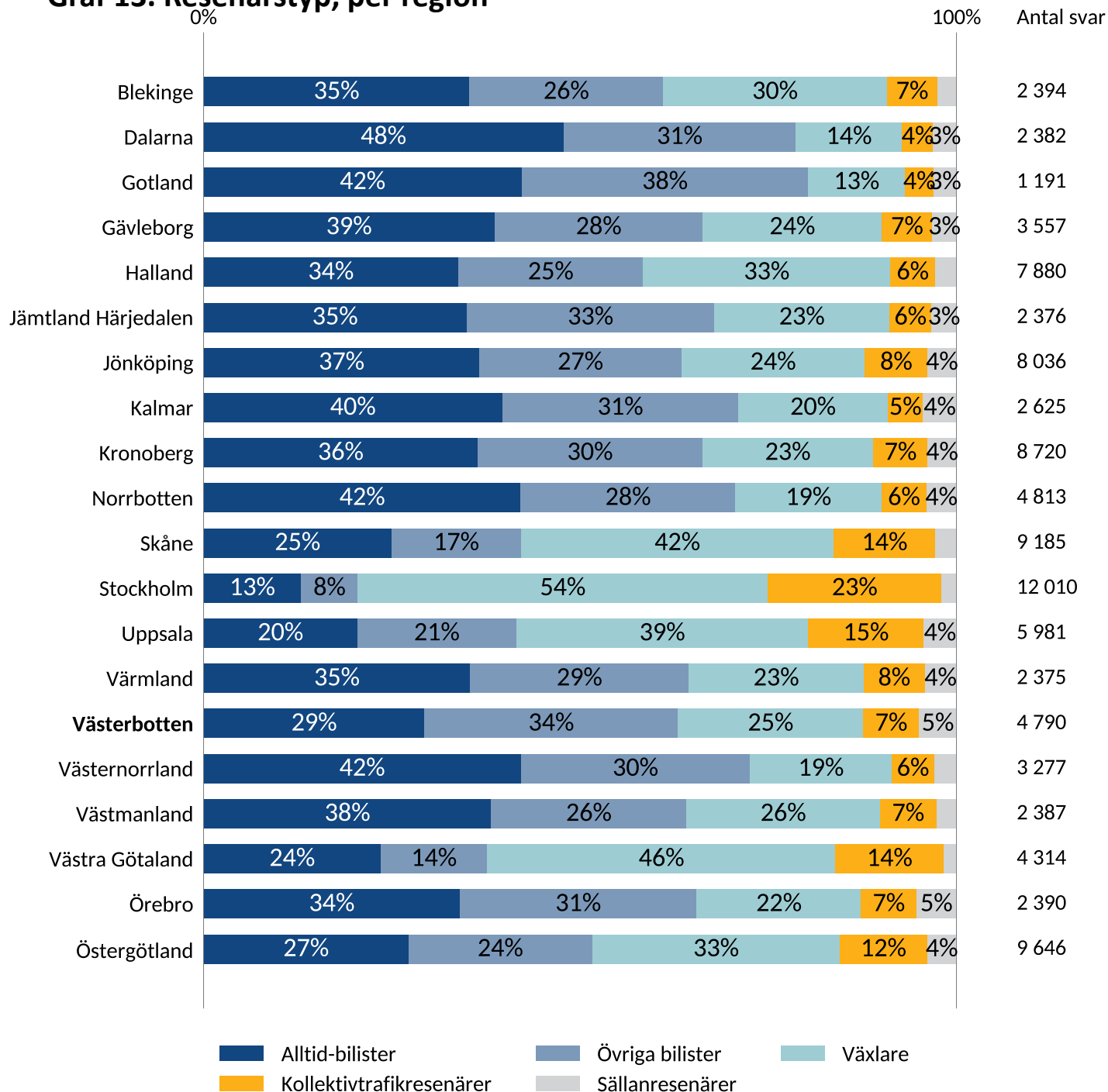
Sällanresenärer

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

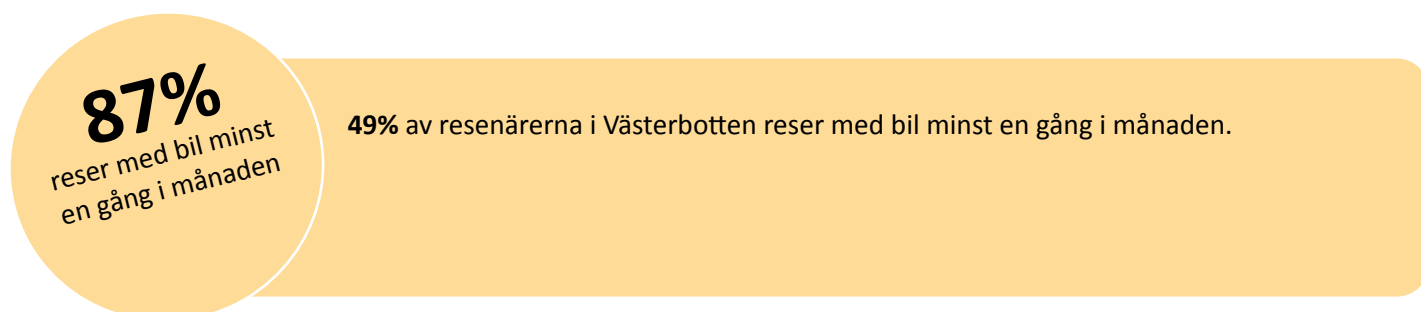
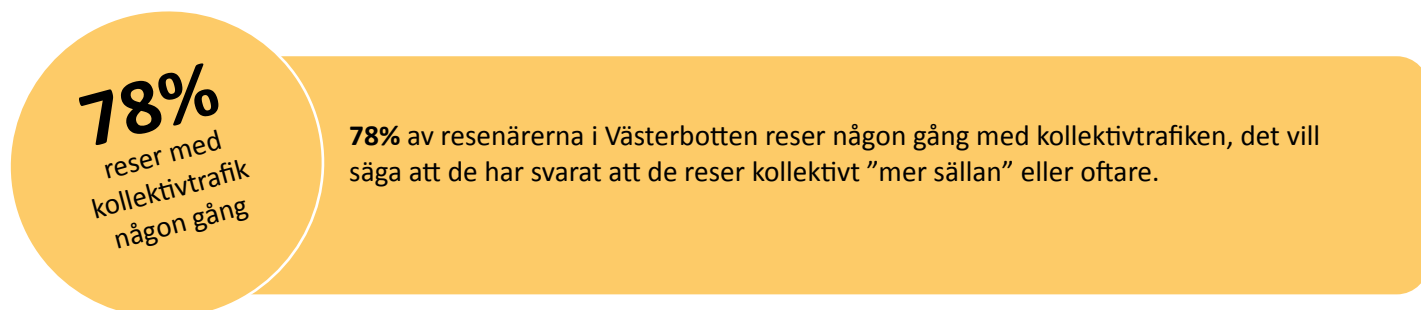
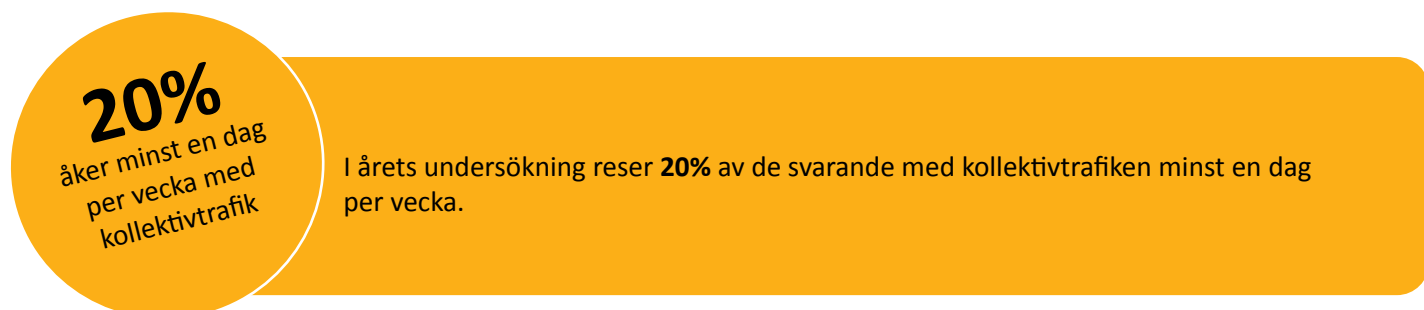
Graf 12. Resenärstyp, årsjämförelse



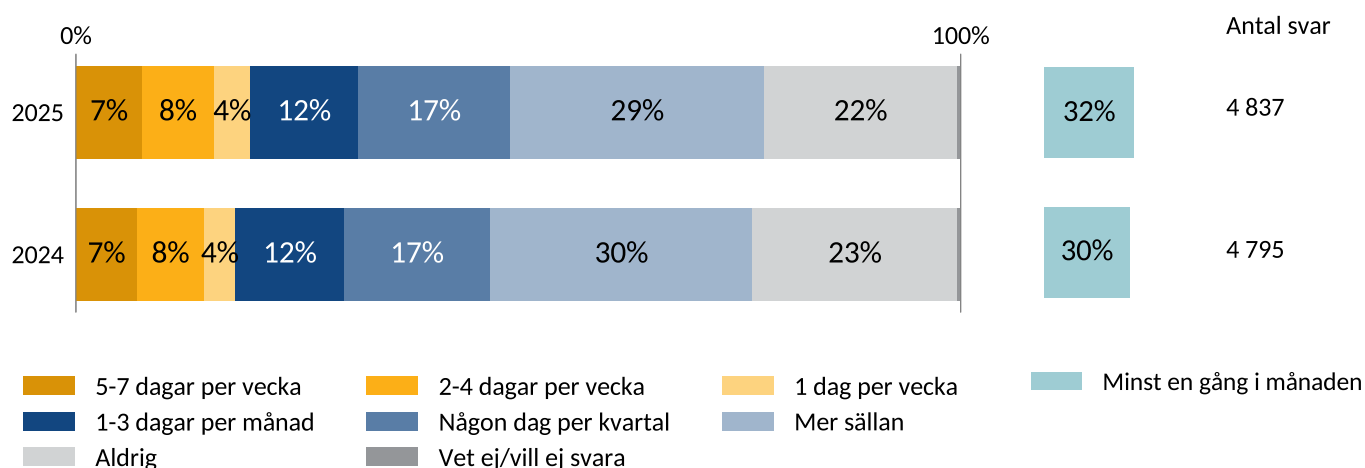
Graf 13. Resenärstyp, per region



3.6. Resefrekvens med kollektivtrafik och bil

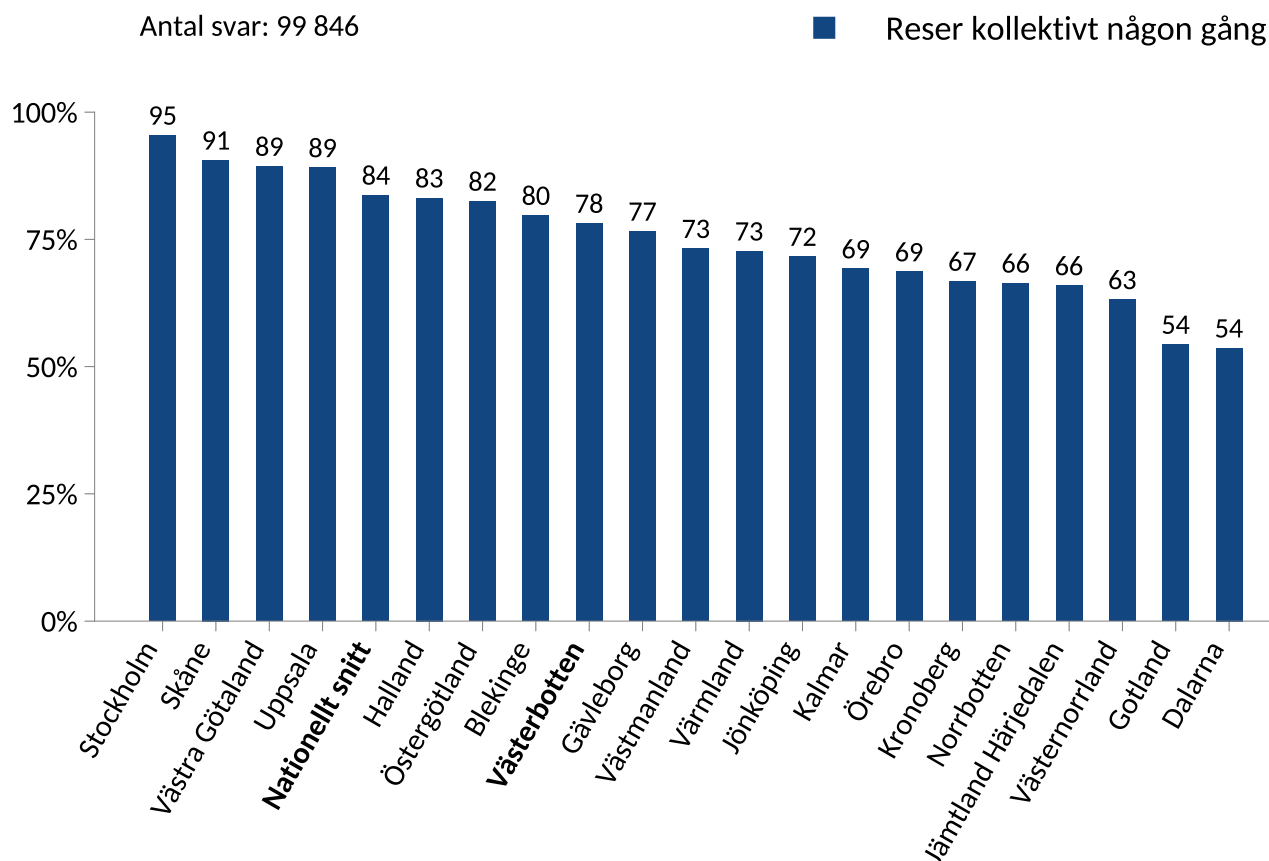


Graf 14. Resefrekvens kollektivtrafik, årsjämförelse

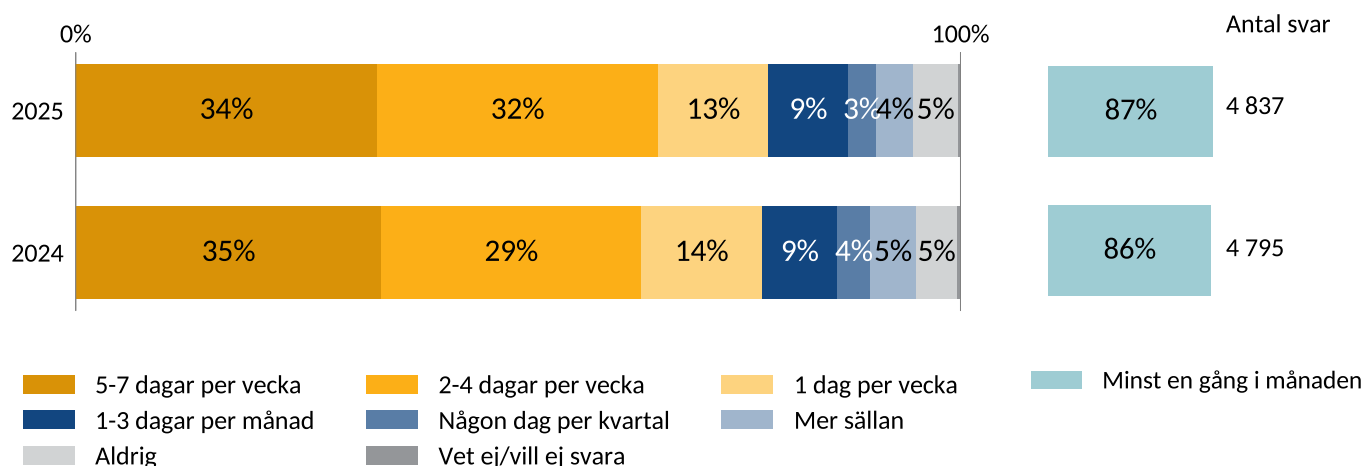


Graf 15. Reser kollektivt någon gång

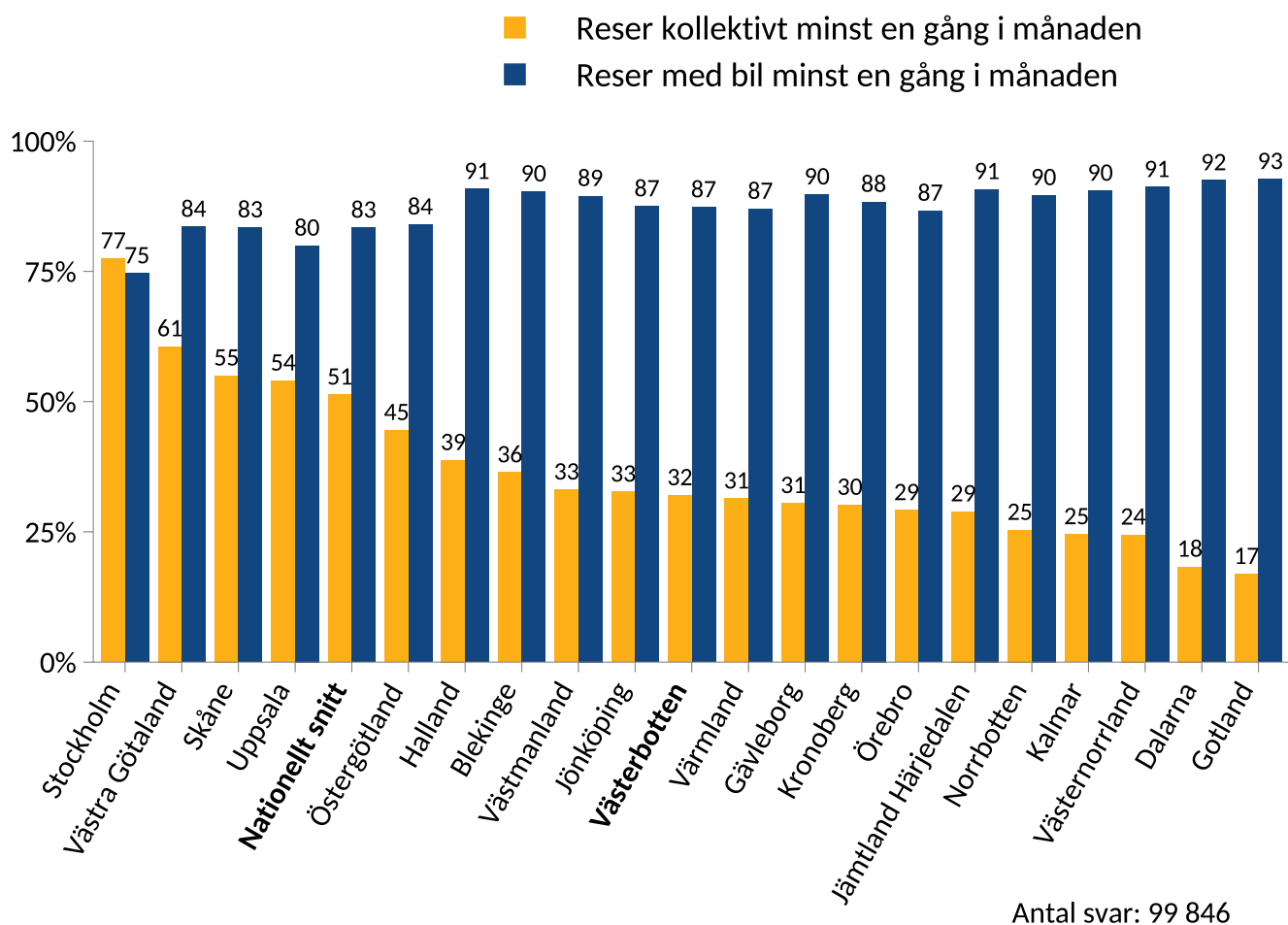
De som svarat att de reser kollektivt "Mer sällan" eller oftare.



Graf 16. Resefrekvens bil, årsjämförelse



Graf 17. Reser minst en gång i månaden

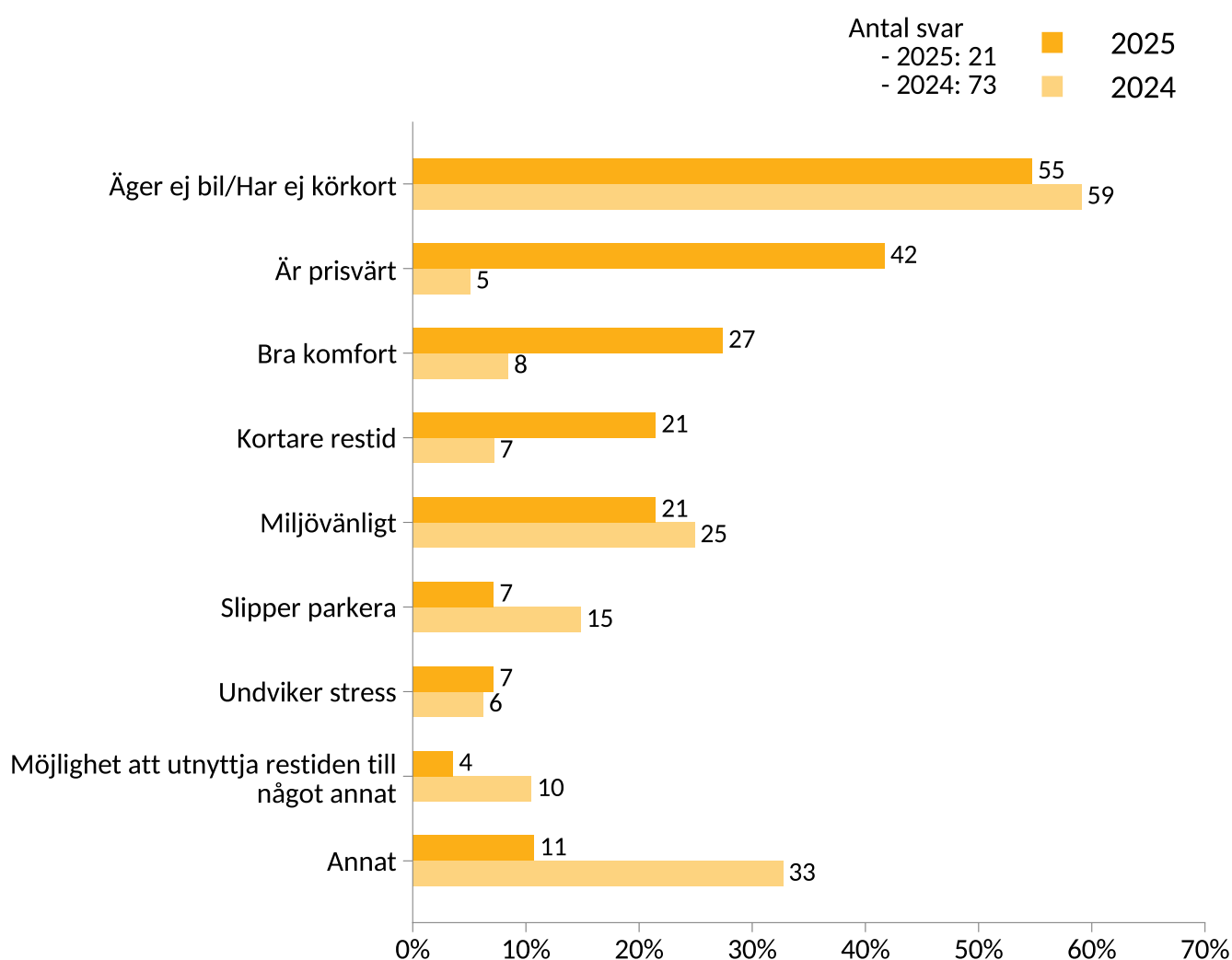


3.7. Skäl till kollektivt resande

Äger ej bil/Har ej körkort
Är prisvärt
Bra komfort
är de vanligaste skälet till att resa kollektivt

Bland de som reser kollektivt mer än en gång i månaden (Kunder) är de tre vanligaste skälen till att resa med kollektivtrafiken under 2025 att **Äger ej bil/Har ej körkort**, **Är prisvärt** och **Bra komfort**.

Graf 18. Skäl till kollektivt resande, årsjämförelse*



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

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

Instämmandegrad	
Norrbotten	45%
Örebro	40%
Östergötland	38%
Uppsala	37%
Blekinge	36%

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

Instämmandegrad	
Halland	35%
Norrbotten	33%
Östergötland	32%
Kronoberg	31%
Blekinge	29%

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

Instämmandegrad	
Västernorrland	42%
Jönköping	40%
Uppsala	40%
Örebro	39%
Kronoberg	39%

*Notera att 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. Resorna under året

Huvudsakligt färdmedel

Vid **48%** av resorna 2025 används bil - som förare som huvudsakligt färdmedel.



Vid **10%** av resorna 2025 var kollektivtrafiken huvudsakligt färdmedel.



Ärende för resa

Det vanligaste ärendet* med resa i årets undersökning är Arbete (till jobbet).

17% av resorna till arbete eller studier görs med kollektivtrafik som färdmedel.



Distansarbete

28% har svarat att de arbetar på distans minst en dag per vecka.

Icke-kunder har i högre grad ett arbete som inte kan utföras hemifrån.



Reslängd

41% av resorna (samtliga färdmedel) i årets undersökning har reslängden **1,1 - 5 km**.

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



Biljettyper & inköpsställe

57% av resenärerna använder en periodbiljett.

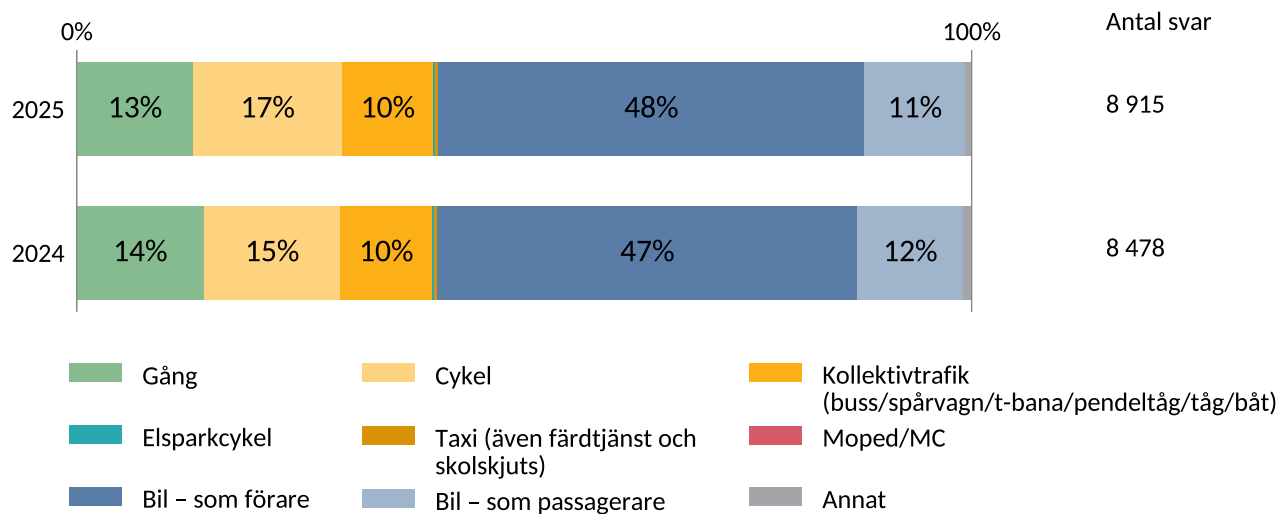


34% reser med en enkelbiljett i årets undersökning.



*Exklusive resor med ärende "Hemresa/till bostaden"

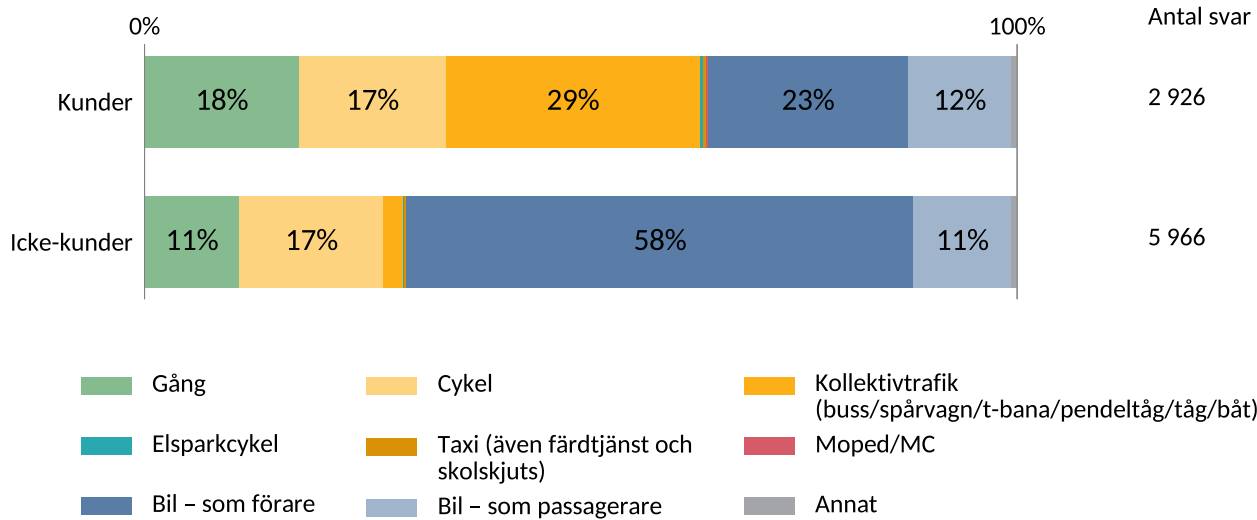
Graf 19. Huvudsakligt färdmedel, årsjämförelse



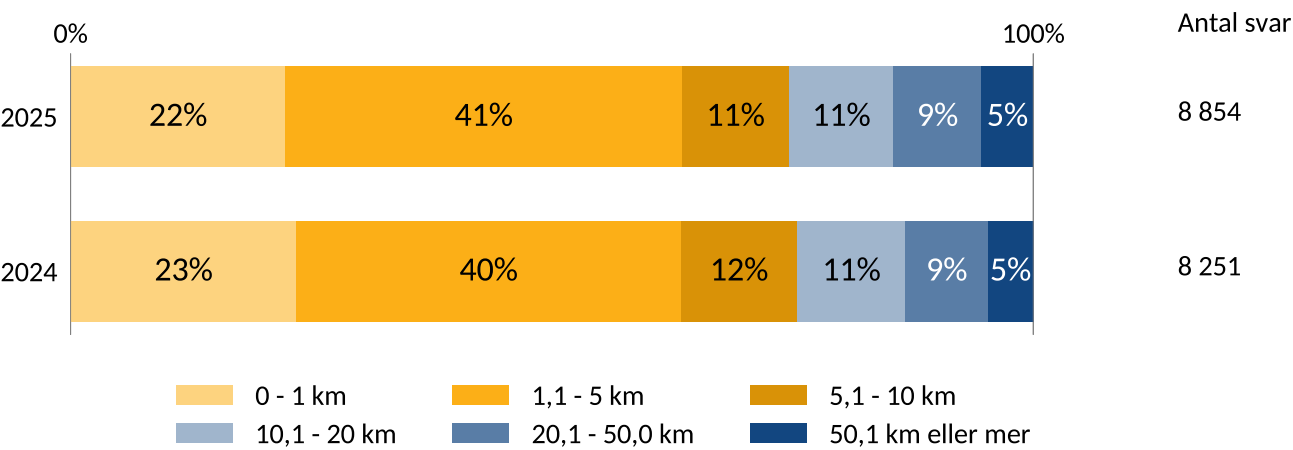
Respondenterna fick i enkäten svara om sitt resande under föregående dygn. Resultaten i detta avsnitt baseras på de 74 procent som anger att de gjort en eller flera resor under föregående dygn.

De allra flesta resor med kollektivtrafiken sker med buss (88%), följt av tåg (13%) och närtrafik (1%).

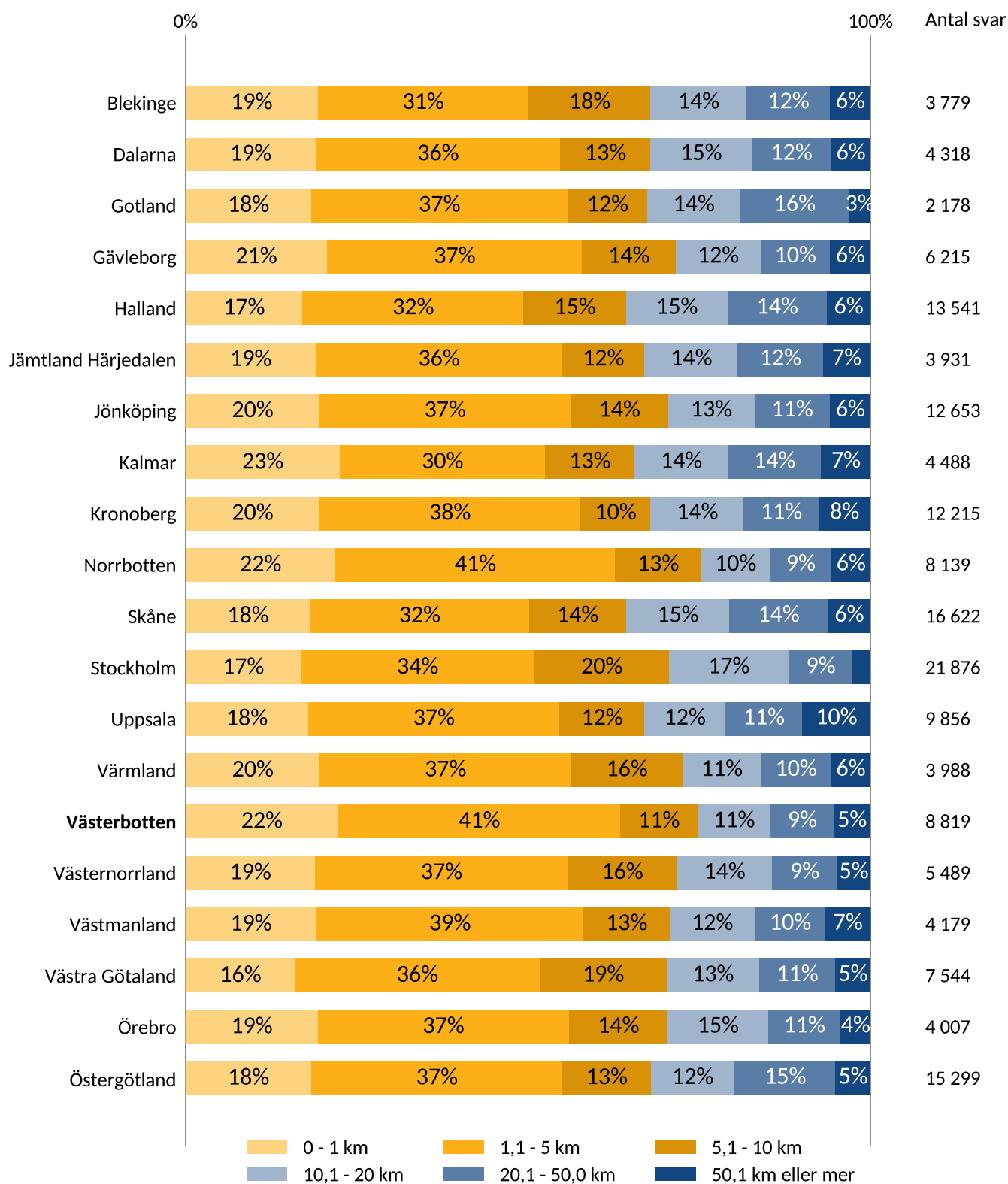
Graf 20. Huvudsakligt färdmedel, Kunder och Icke-kunder



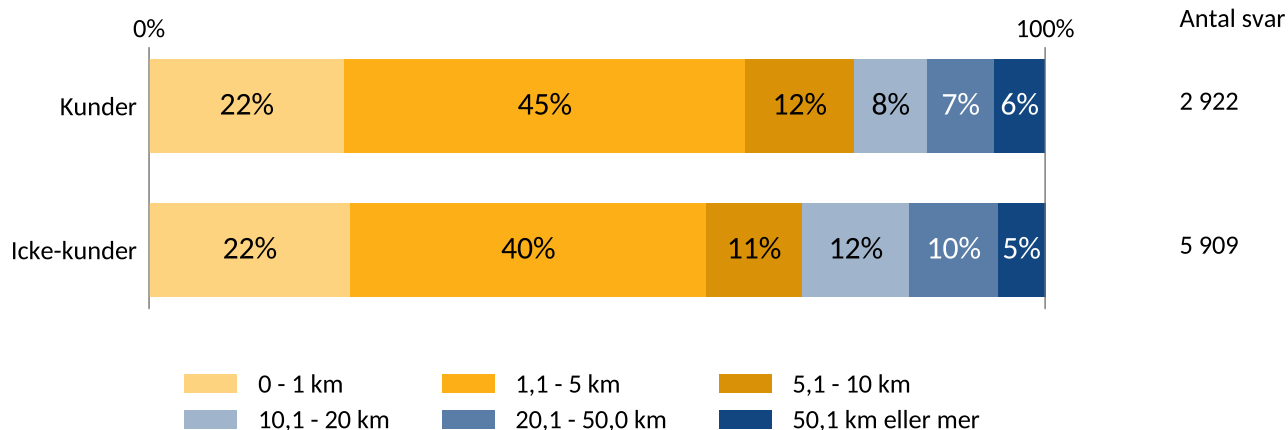
Graf 21. Reslängd per resa, årsjämförelse



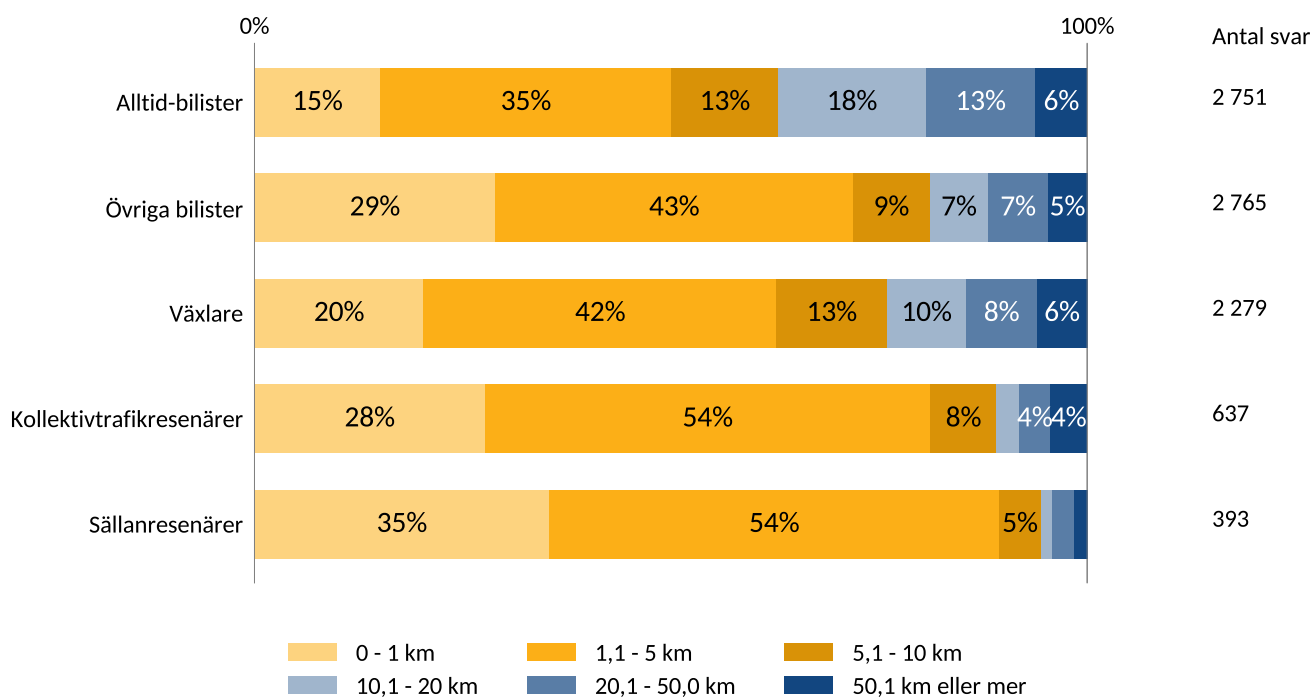
Graf 22. Reslängd per resa, per region



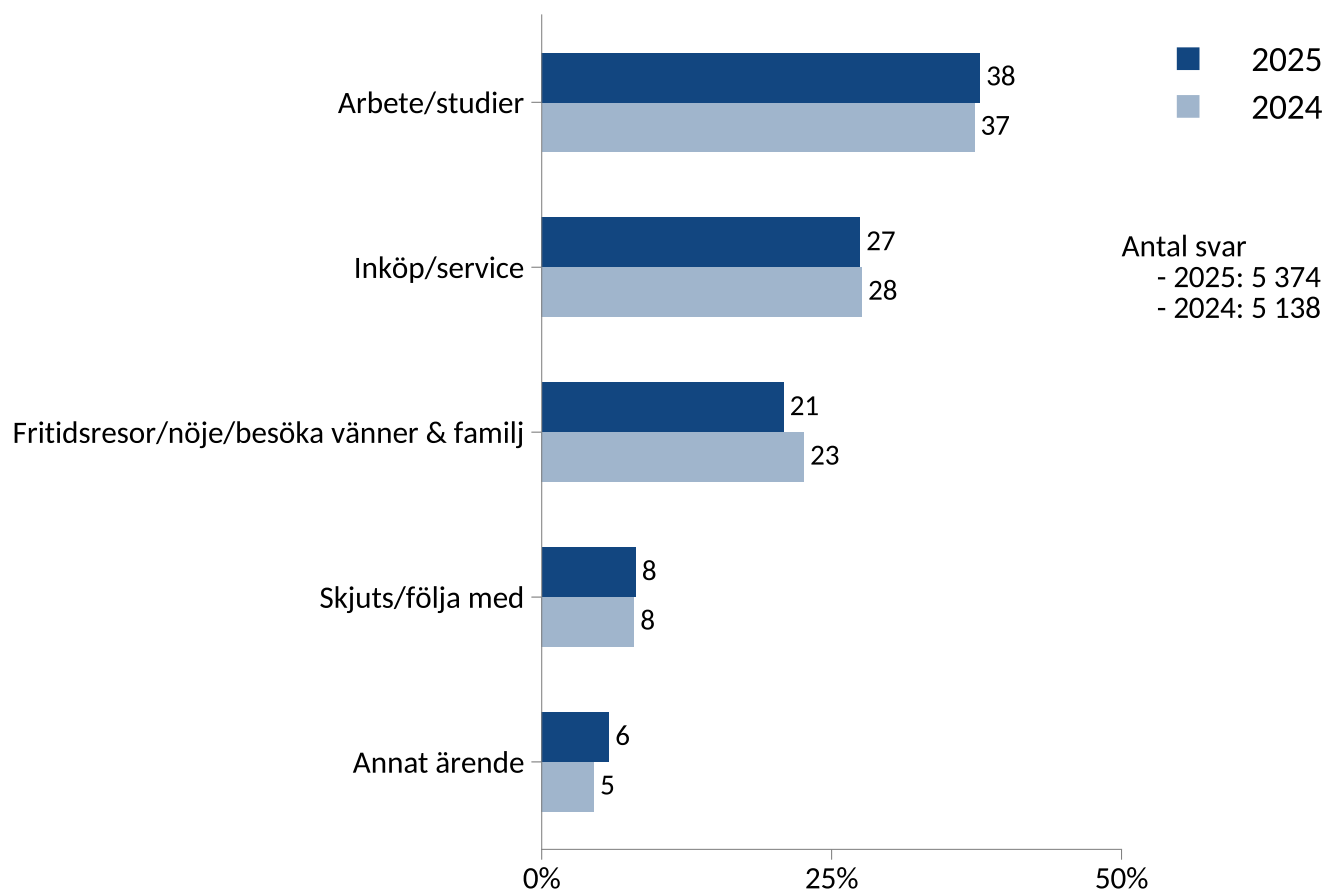
Graf 23. Reslängd per resa, Kunder och Icke-kunder



Graf 24. Reslängd per resa, resenärstyper

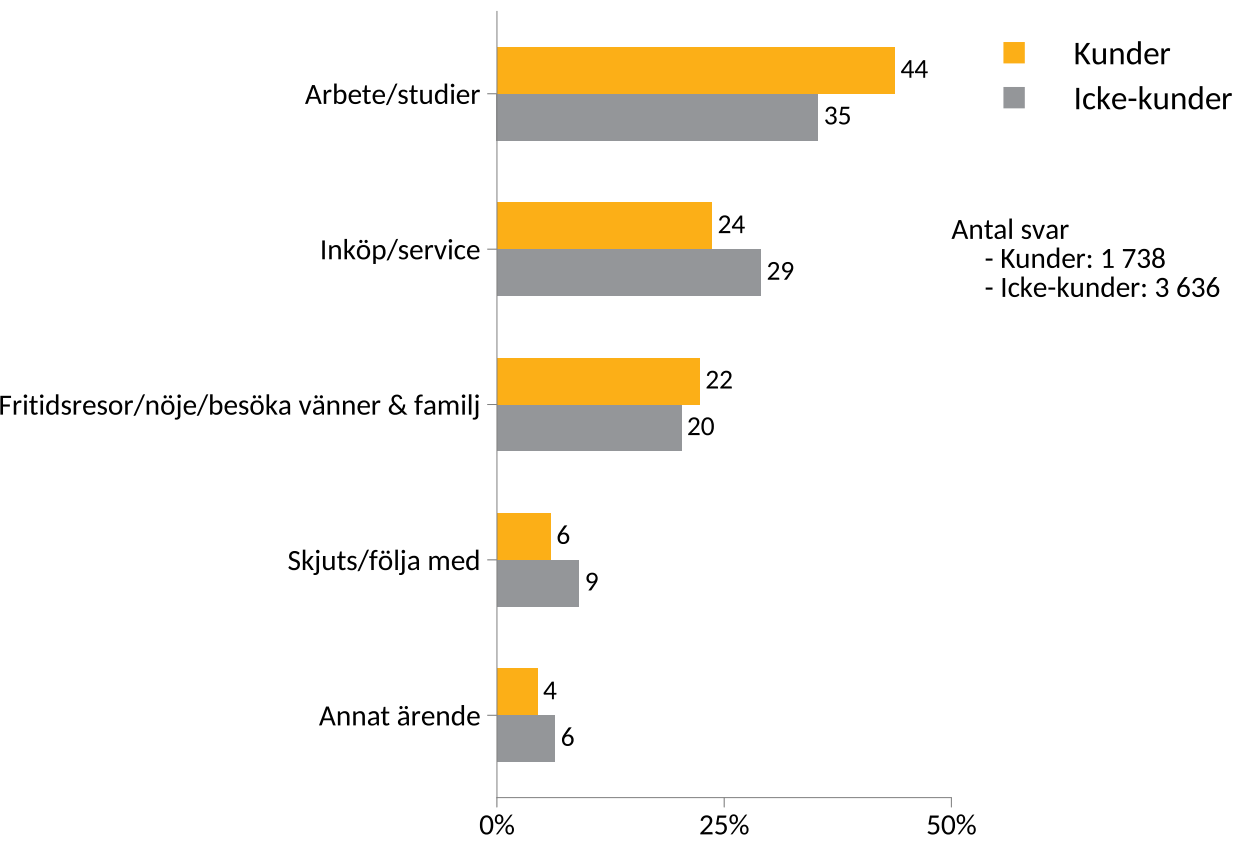


Graf 25. Ärenden för resa, årsjämförelse*



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

Graf 26. Ärenden för resa, Kunder och Icke-kunder*



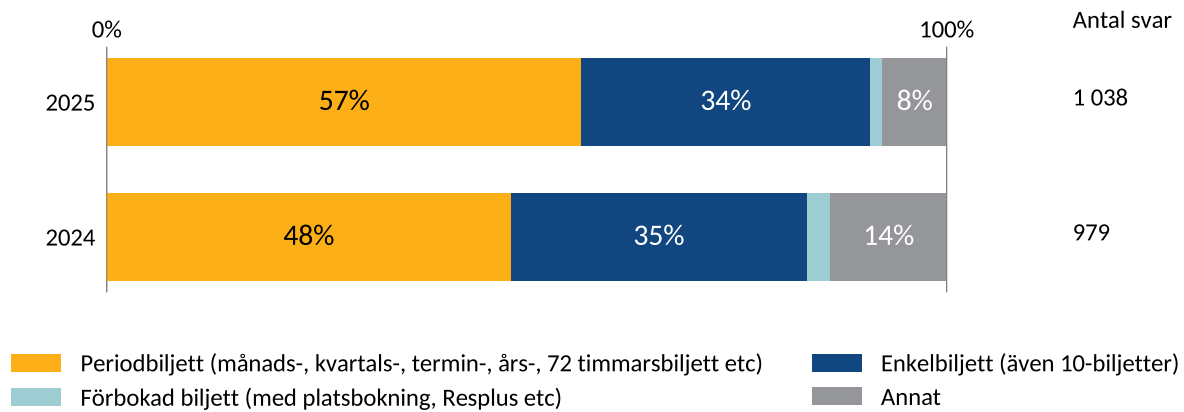
*Notera att ärendet "Hemresa/till bostaden" har exkluderats från grafen samt att svarsalternativen för ärenden har kategoriserats.

Tabell 4. Ärenden och huvudsakligt färdssätt*

	Bil – som förare	Bil – som passagerare	Gång	Cykel	Kollektivtrafik
Arbete/studier	33%	17%	37%	51%	61%
Inköp/service	31%	35%	31%	19%	13%
Skjuts/följa med	12%	4%	6%	6%	2%
Fritidsresor/nöje/besöka vänner & familj	18%	33%	21%	20%	22%
Annat ärende	6%	10%	5%	4%	3%
Antal svar	2 490	523	709	962	589

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

Graf 27. Typ av biljett, årsjämförelse



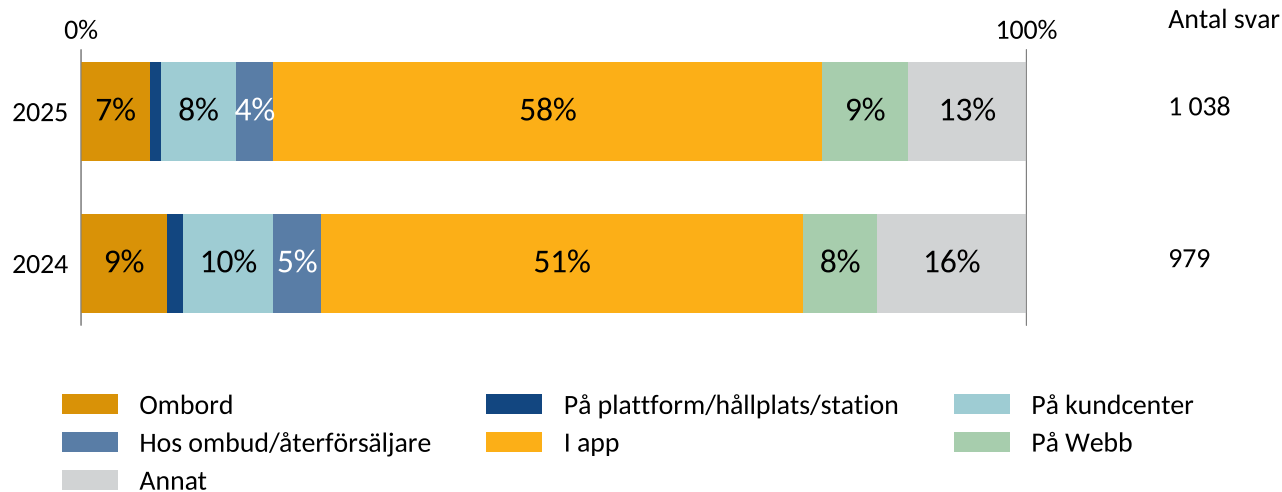
Tabell 5. Regioner där det är vanligast att resa med periodbiljett

	Andel som reser med periodbiljett
Stockholm	71%
Jönköping	70%
Skåne	70%
Östergötland	68%
Halland	65%

Tabell 6. Regioner där det är vanligast att resa med enkelbiljett

	Andel som reser med enkelbiljett
Norrbotten	35%
Västerbotten	35%
Uppsala	32%
Kalmar	29%
Jämtland Härjedalen	27%

Graf 28. Inköpsställen för biljett, årsjämförelse



Tabell 7. Regioner där det är vanligast att köpa sin biljett i app

	Andel som köpt biljett i app
Skåne	77%
Kronoberg	71%
Östergötland	71%
Halland	69%
Uppsala	67%

Tabell 8. Regioner där det är vanligast att köpa sin biljett hos ombud/återförsäljare

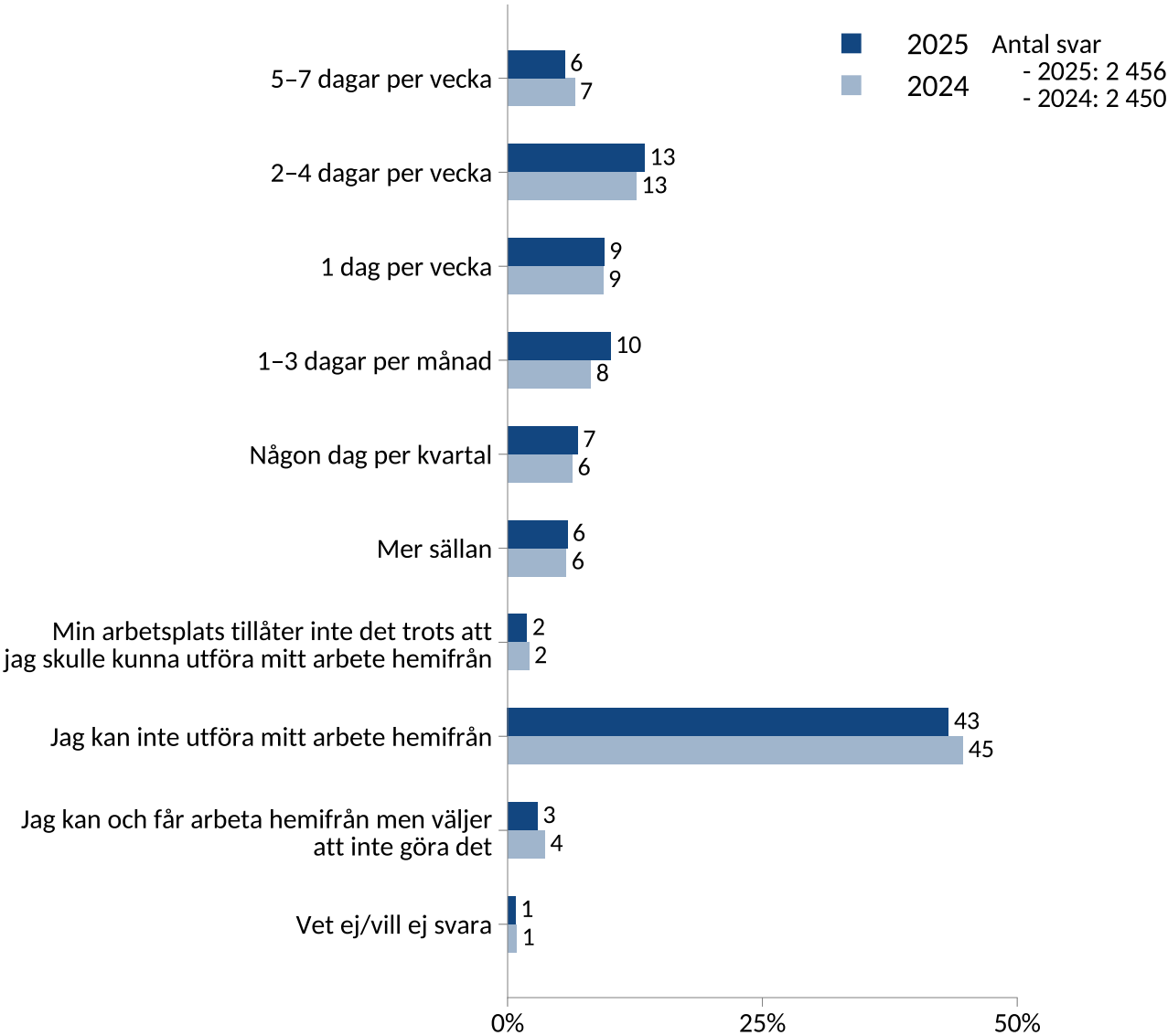
	Andel som köpt biljett hos ombud/återförsäljare
Värmland	12%
Norrbottn	8%
Örebro	8%
Västernorrland	7%
Stockholm	7%

Tabell 9. Biljettyp som köps, per inköpsställe

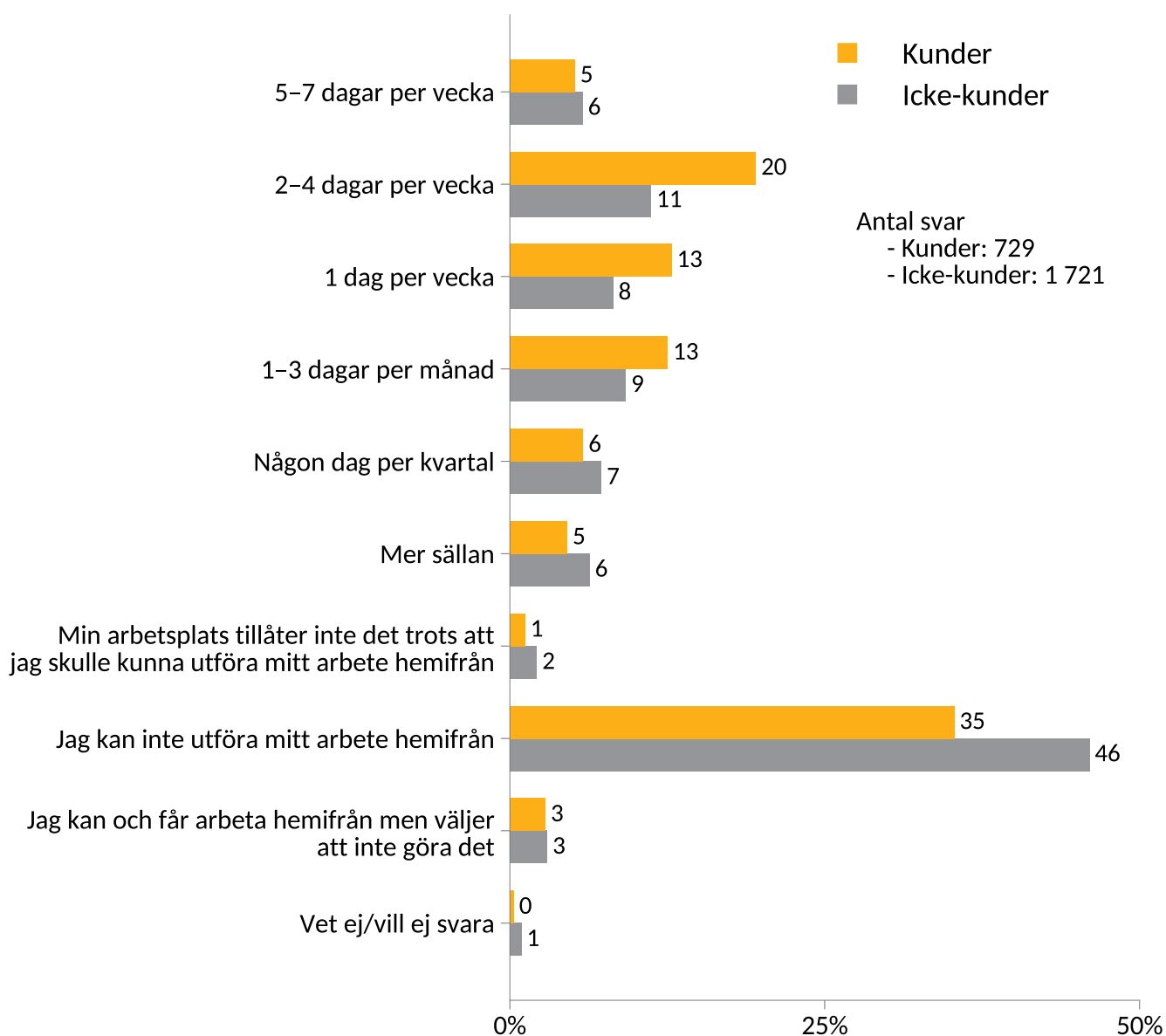
	Ombord	På plattform/ hållplats/ station	På kund- center	Hos om- bud/åter- försäljare	I app	På Webb
Periodbiljett (månads-, kvartals-, termin-, års-, 72 timmarsbiljett etc)	30%	48%	71%	52%	57%	70%
Enkelbiljett (även 10-biljetter)	65%	52%	24%	31%	41%	22%
Förbokad biljett (med platsbokning, Resplus etc)	0%	0%	0%	2%	1%	5%
Annat	5%	0%	5%	14%	1%	3%
Antal svar	52	8	88	47	636	88



Graf 29. Distansarbete, årsjämförelse



Graf 30. Distansarbete, Kunder och Icke-kunder



Tabell 10. Färdmedel per resdag*

	Mån-Fre	Lör-Sön	Antal svar
Bil – som förare	16%	10%	4 026
Bil – som passagerare	15%	13%	959
Moped/MC	12%	21%	4
Taxi (även färdtjänst och skolskjuts)	17%	7%	31
Elsparkcykel	16%	10%	19
Gång	16%	9%	1 196
Cykel	17%	6%	1 608
Kollektivtrafik	17%	9%	1 012
Annat	14%	14%	60

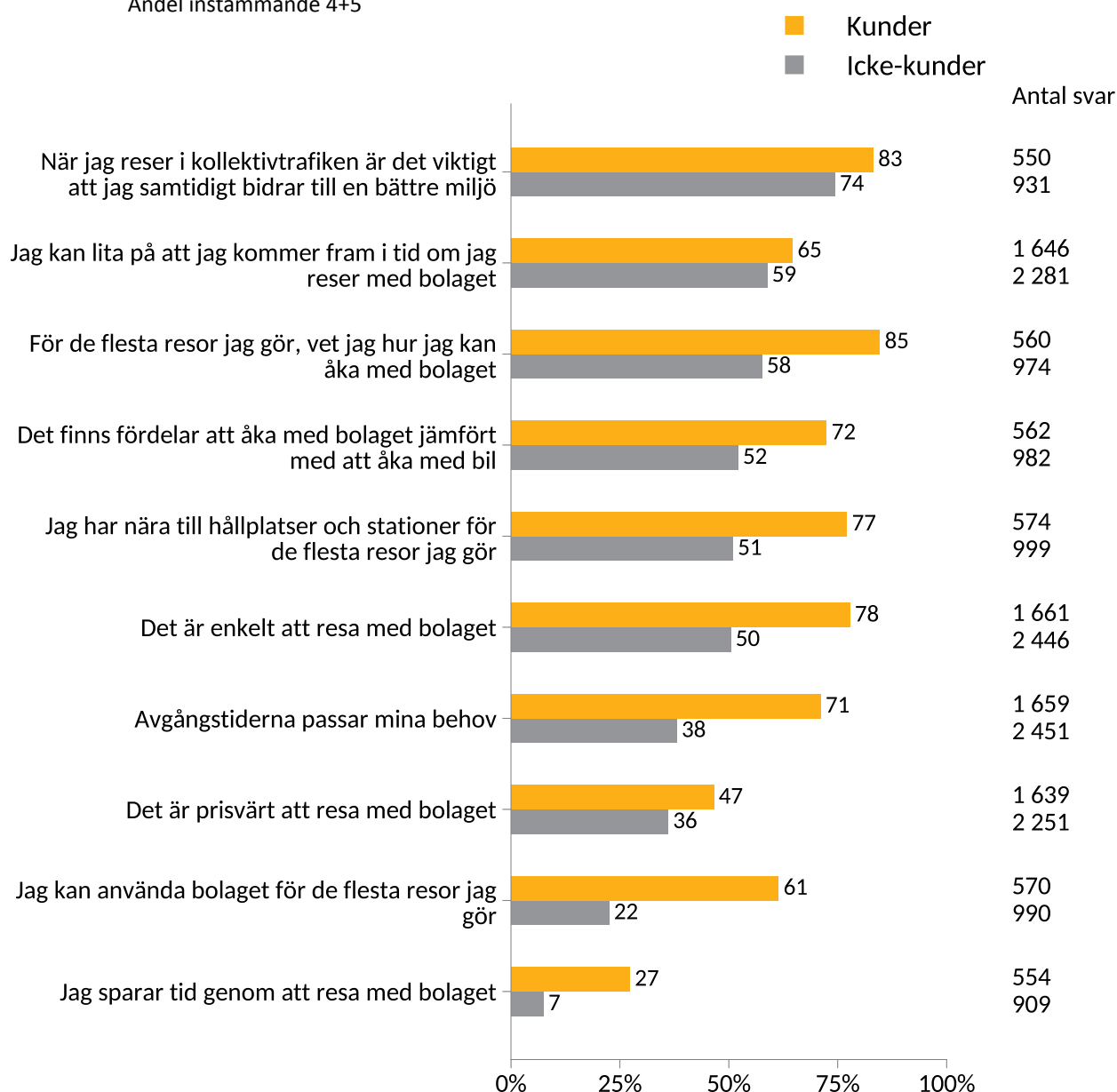
3.9. Förutsättningar för kollektivt resande

Kunskap
har högst andel
instämmande bland
Kunder

Kunder upplever överlag bättre förutsättningar för kollektivt resande jämfört med Icke-kunder. Den faktor med högst andel instämmande för kunder är Kunskap. Mellan Kunder och Icke-kunder skiljer sig uppfattningen främst i faktorn Relevans.

Graf 31. Förutsättningar för kollektivt resande, Kunder och Icke-kunder

Andel instämmande 4+5



Tabell 11. Regioner där kunskapen bland kunder om hur man kan åka med kollektivtrafikorganisationen är som högst

Instämmandegrad	
Stockholm	93%
Uppsala	90%
Skåne	89%
Värmland	89%
Östergötland	89%

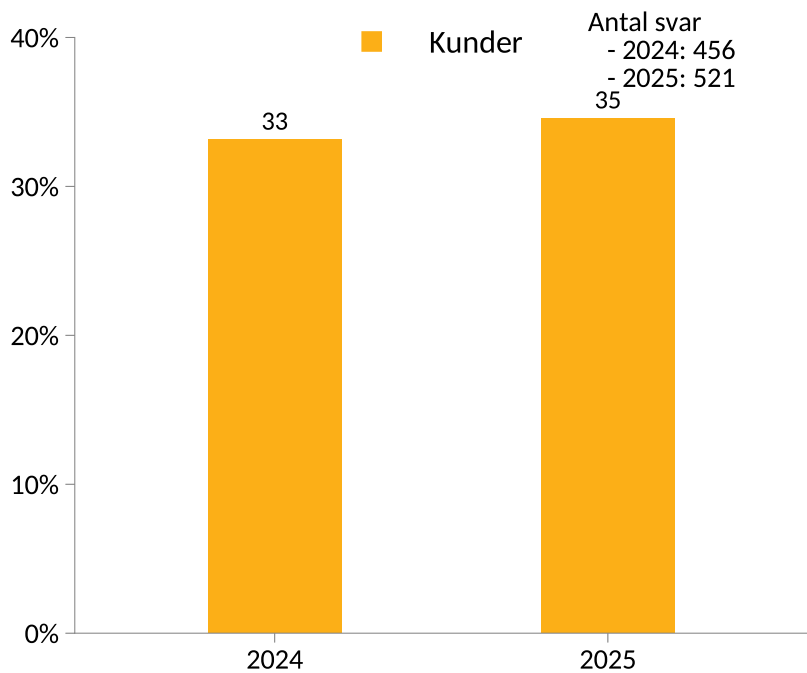
Tabell 12. Regioner där kunder i störst utsträckning anser sig ha nära till stationer och hållplatser för de flesta resor de gör

Instämmandegrad	
Stockholm	84%
Värmland	83%
Jämtland Härjedalen	82%
Uppsala	79%
Halland	77%

Tabell 13. Regioner där kunder i högst grad anser att det är viktigt att de bidrar till en bättre miljö när de åker kollektivt

Instämmandegrad	
Västerbotten	83%
Gotland	80%
Kronoberg	78%
Halland	78%
Blekinge	77%
Stockholm	78%

Graf 32. Mina möjligheter att resa kollektivt har förbättrats det senaste året, andel "Ja", årsjämförelse



Tabell 14. Regioner där invånarna i högst grad anser att deras möjligheter att resa kollektivt förbättrats det senaste året*

	Kunder	Icke-kunder
Västerbottens län	35%	15%
Jämtlands län	35%	13%
Blekinge län	29%	16%
Norrbottens län	34%	11%
Värmlands län	32%	13%

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

3.10. Ombord i kollektivtrafiken

Bemötande
har högst andel
instämmande

Den ombordfaktor med högst andel instämmande är Bemötande där 85% instämmer i påståendet "Förarna och ombordpersonalen har ett trevligt bemötande".

Ombordfaktorn som skiljer sig främst mellan Kunder och Icke-kunder är Rent och snyggt.

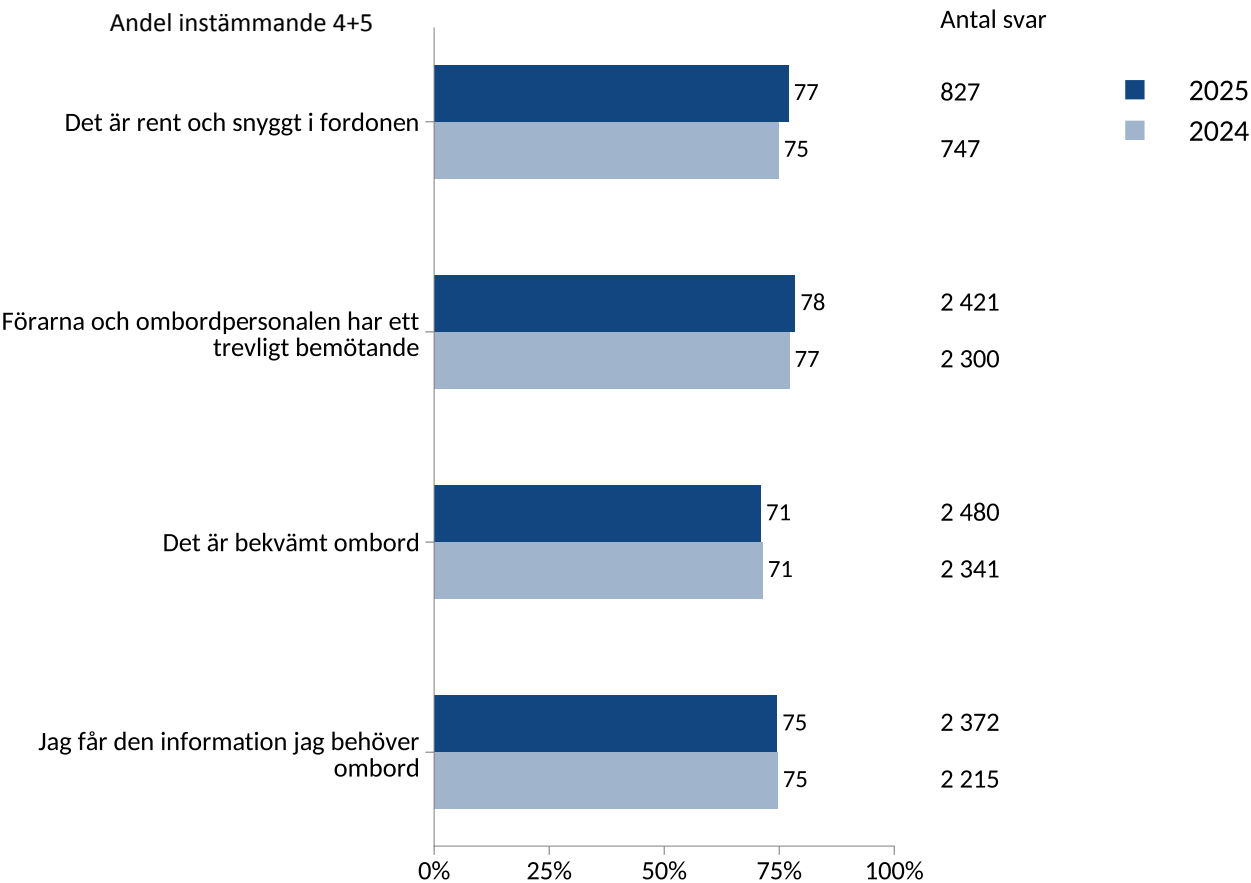
Respondenter som reser med kollektivtrafiken minst någon gång i kvartalet har fått svara på påståenden om hur de upplever olika faktorer ombord.

frågepaketet. Resultatet reflekterar därför inte alla kollektiva färdmedel fullt ut och inte landets alla regioner.

Påståendena besvarades genom en instämmandeskala 1-5, 1 motsvarar en väldigt låg instämmandegrad samtidigt som 5 motsvarar en väldigt hög instämmandegrad.

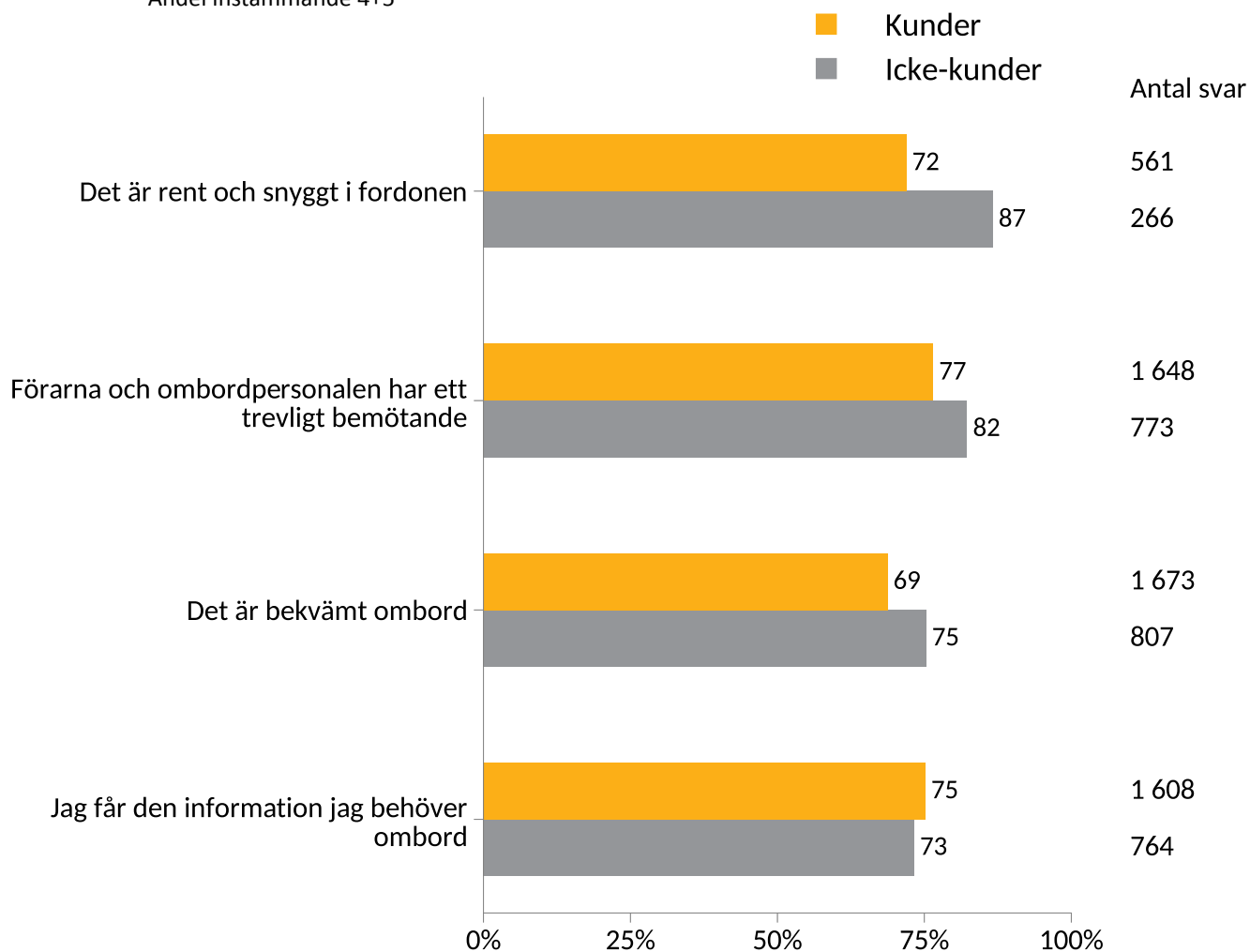
Frågorna i detta område ställs endast av de kollektivtrafikorganisationer som har beställt

Graf 33. Ombord i kollektivtrafiken, årsjämförelse



Graf 34. Ombord i kollektivtrafiken, Kunder och Icke-kunder*

Andel instämmande 4+5



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

Tabell 15. Regioner där resenärer i störst utsträckning anser det vara rent och snyggt i fordonen*

Instämmandegrad	
Gotland	85%
Värmland	82%
Norrbottn	81%
Kalmar	78%
Västerbotten	77%

Tabell 16. Regioner där resenärer i högst grad anser att förare och ombordpersonal har ett trevligt bemötande*

Instämmandegrad	
Gotland	83%
Norrbottn	81%
Värmland	81%
Blekinge	78%
Västerbotten	78%

Tabell 17. Regioner där resenärer i störst utsträckning anser att det är bekvämt ombord*

Instämmandegrad	
Gotland	81%
Värmland	76%
Blekinge	76%
Norrbottn	76%
Kalmar	72%

Tabell 18. Regioner där resenärer i högst grad instämmer i att de får den information de behöver ombord*

Instämmandegrad	
Gotland	83%
Uppsala	81%
Västmanland	80%
Värmland	79%
Örebro	78%

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

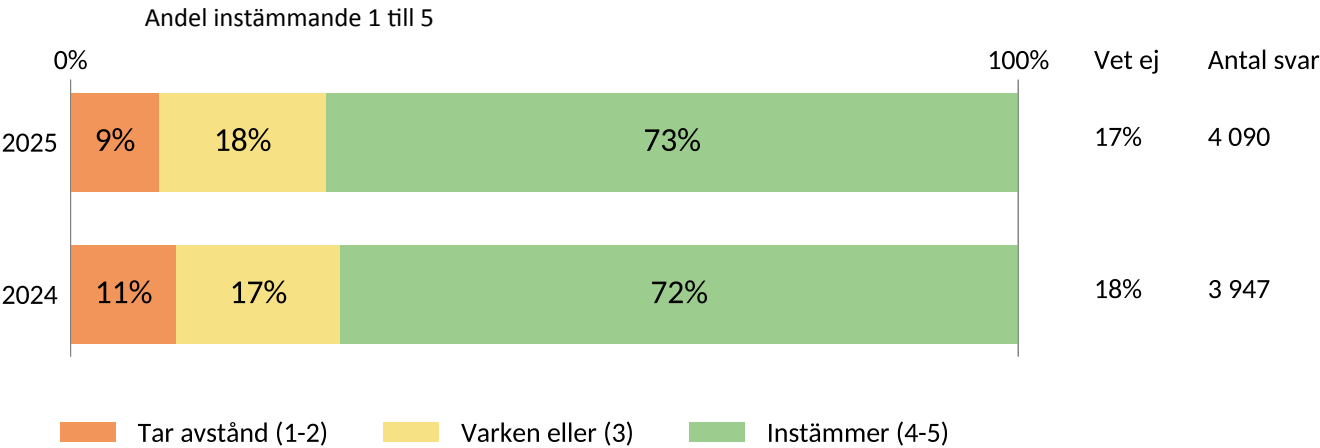
3.11. Trygghet

73%

känner sig trygga i
kollektivtrafiken

Kunder upplever sig i högre grad trygga jämfört med Icke-Kunder. Bland Icke-Kunder upplever 69% sig trygga i kollektivtrafiken, att jämföra med Kunder där motsvarande andel är 80%.

Graf 35. Allmänhetens upplevelse av trygghet, årsjämförelse

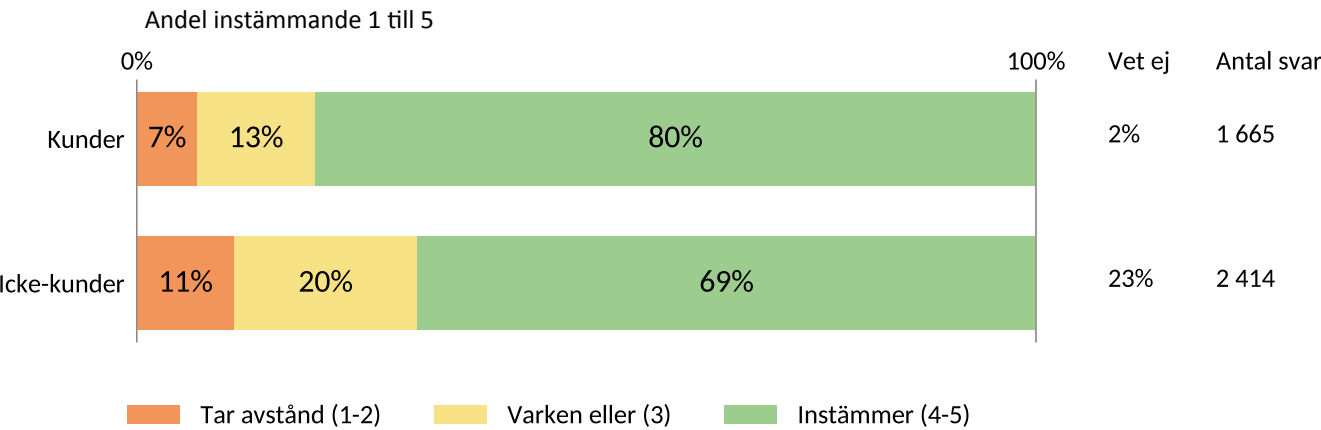


Tabell 19. Regioner där allmänheten i högst grad känner trygghet när de åker kollektivt

Andel instämmande 4 + 5

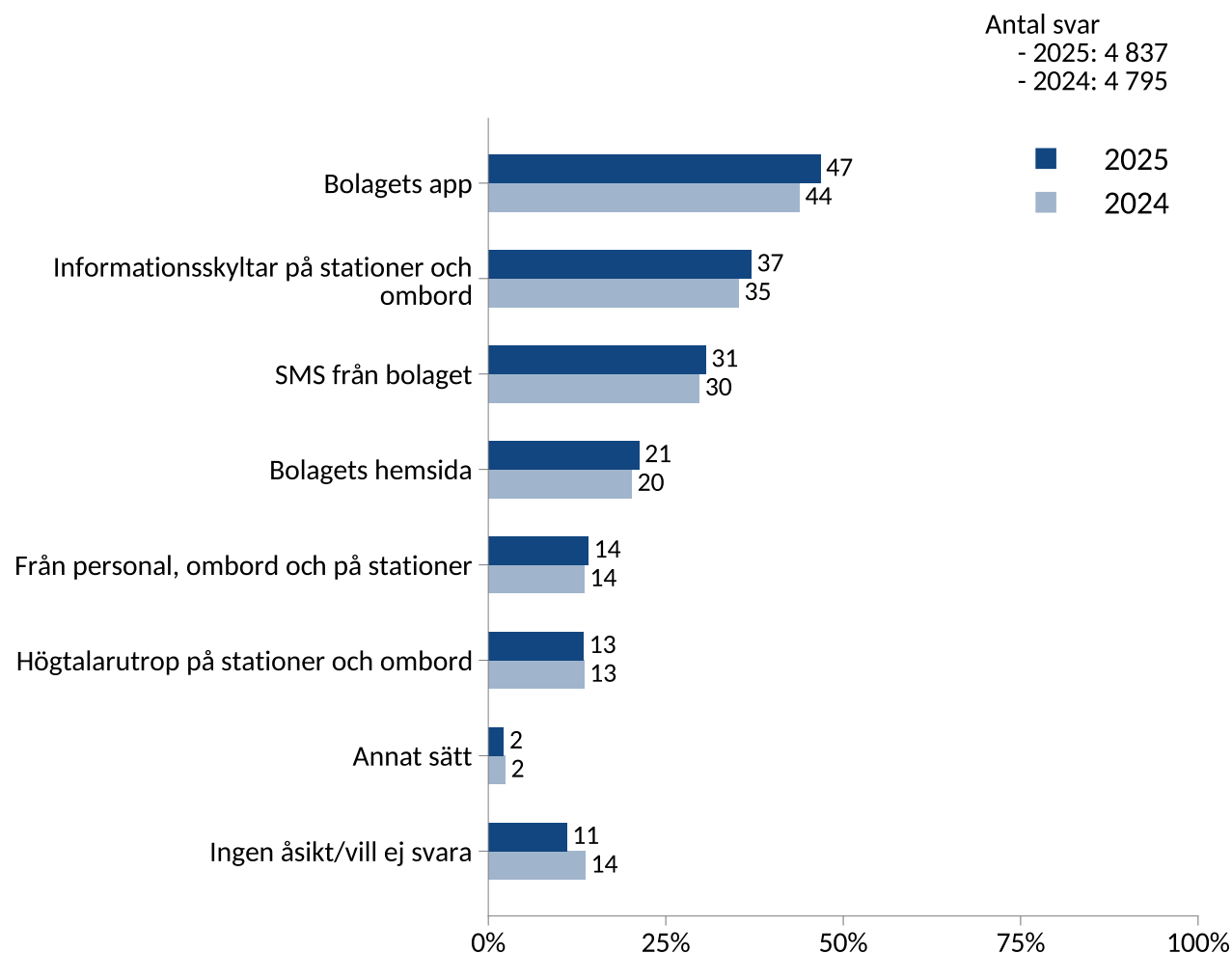
Instämmandegrad	
Västerbotten	73%
Värmland	72%
Uppsala	72%
Norrbottn	71%
Gotland	71%

Graf 36. Upplevelse av trygghet, Kunder och Icke-kunder



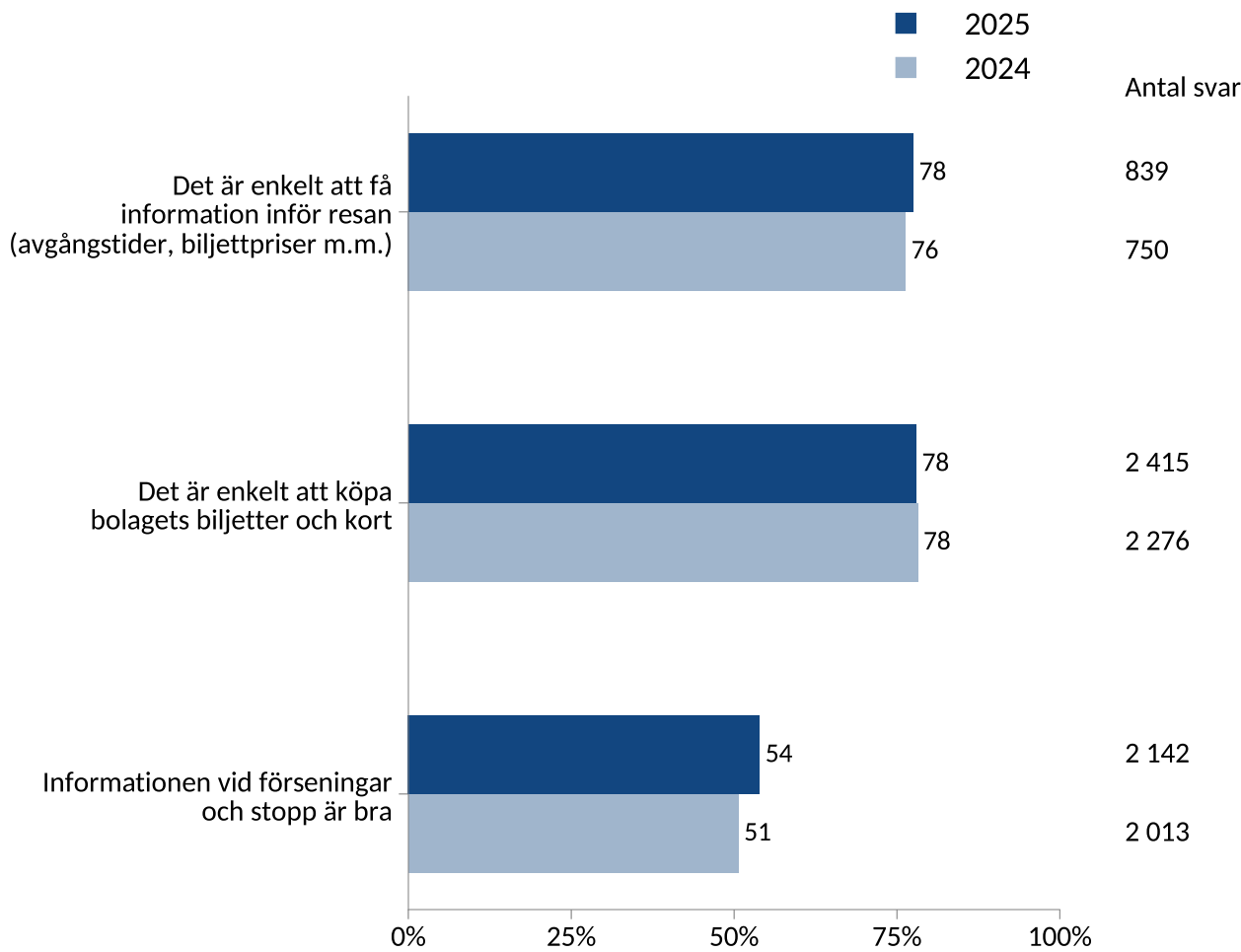
3.12. Information

Graf 37. Var vill du främst få information om förseningar/inställa avgångar? Årsjämförelse



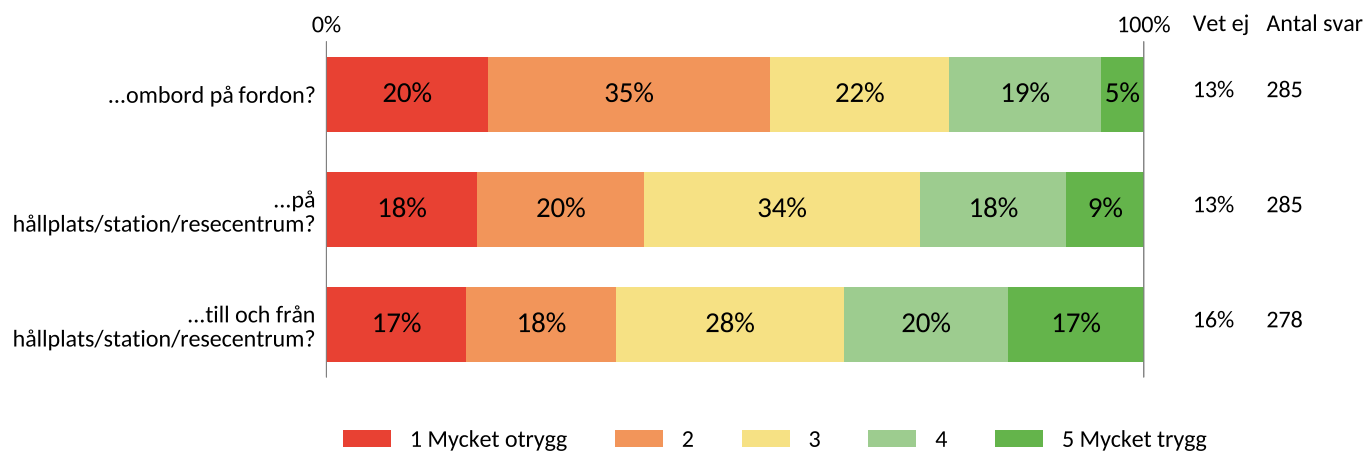
Orsakerna till otrygghet i kollektivtrafiken redovisas bland annat i Kollektivtrafikbarometerns Årsrapport 2023. Den största orsaken är "risk för förseningar" vilket gjort att branschen sedan dess har ett fokus på att fånga hur resenärerna vill erhålla information vid förseningar.

Graf 38. Service och information, årsjämförelse



3.13. Bolagsspecifika frågor

Graf 39. Hur upplever du tryggheten...?



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 den regionala kollektivtrafikorganisationen.

Icke-kunder

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

Allmänhet

Samtliga svarande på undersökningen.

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.

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 den regionala 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 som innebär en "flerstegsraket" där en webbenkät erbjuds till ett slumpmässigt urval bland landets befolkning. Inbjudan till webbenkäten genomförs genom ett postalt brev. De som inte har svarat får ett påminnelsebrev och sms-påminnelser. Har de trots påminnelserna inte besvarat undersökningen samt om kvoten respondenten ingår i inte är uppfylld, kontaktas respondenten för en telefonintervju. 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 2025 deltog 23 organisationer i undersökningen, vilka representerar alla Sveriges regioner förutom Södermanland. Antalet insamlade enkätsvar per deltagande organisation varierar mellan cirka 1 200 och 12 000.¹

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 motsvarar lägsta betyg och 5 motsvarar högsta betyg. De som angivit betyg 4-5 på skalan klassas som nöjda. För alla attitydfrågor finns det möjlighet att ange svarsalternativet vet ej.

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.

Efter påminnelser kontaktas de respondenter som ännu inte besvarat enkäten via telefon baserat på om kvotgruppen respondenten tillhör är uppfylld eller inte. Respondenter som kontaktas via telefon ges möjlighet att svara på frågorna muntligt. Under 2025 har totalt 95 procent deltagit i undersökningen 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.

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

Undersökningen genomförs månadsvis under hela året i syfte att löpande följa utvecklingen av kund- och marknadskapitalet. Totalt samlades 99 846 enkätsvar in under 2025. Av dessa är 43 314 svar från

¹ Se bilaga 4.3 Fakta om respondenterna

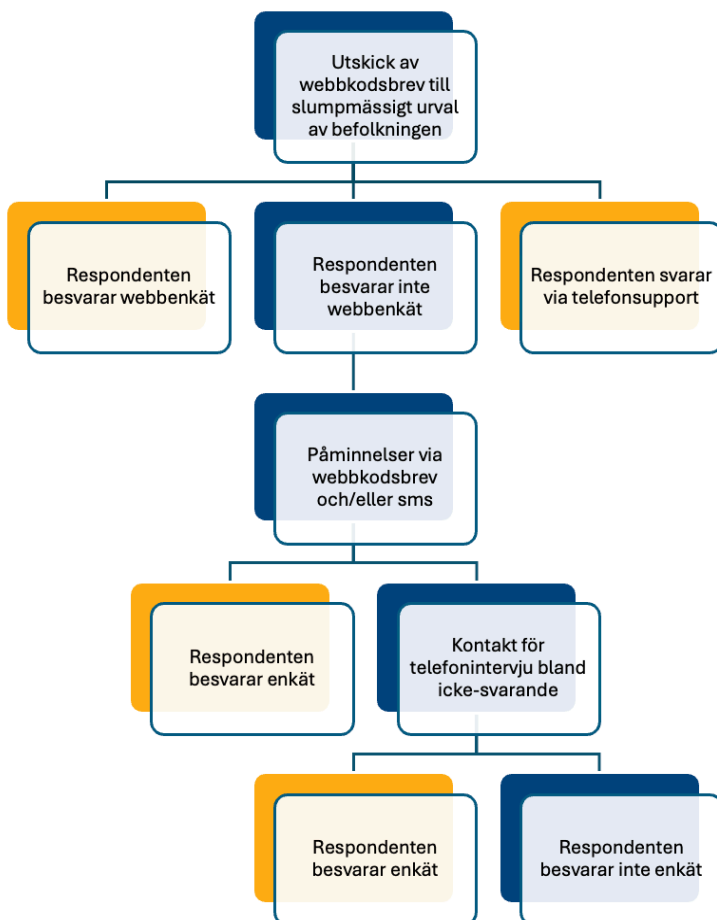
kunder.

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 4.3 redovisas antalet svar för deltagande organisationer.

Svarsfrekvens

Svarsfrekvensen i undersökningen uppgår till 20 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 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 kollektivtrafik-organisationerna får ta del av månatliga resultat i en webbaserad resultatportal. I resultatportalen är det möjligt att bland annat följa resultatutvecklingar över tid, filtrera resultatet 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 haft möjlighet att välja omfattning på frågeformuläret samt kunnat 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	48%	51%
Kvinna	52%	49%

Åldersfördelning

Ålder	Kollbar	Regionen*
15-29 år	22%	23%
30-44 år	24%	24%
45-64 år	28%	27%
65-85 år	24%	23%
86-95 år	2%	3%

*Källa: <https://www.statistikdatabasen.scb.se/>
Folkmängden den 1 november efter region, ålder och kön. År 2025

4.3. Fakta om respondenterna

Antal svar per deltagande organisation

Kollektivtrafikbolag	Antal svar
Totalt	99 846
Blekingetrafiken	2 411
Dalatrafik	2 389
Din Tur (Kollektivtrafikmyndigheten i Västernorrland)	3 287
Gotlands kollektivtrafik	1 198
Hallandstrafiken	6 084
Jönköpings Länstrafik	8 104
Kalmar Länstrafik (KLT)	2 643
Luleå Lokaltrafik (LLT)	2 430
Länstrafiken Jämtland	2 382
Länstrafiken Kronoberg	7 672
Länstrafiken Norrbotten	2 403
Länstrafiken Västerbotten	4 837
Länstrafiken Örebro	2 405
SL	12 064
Skånetrafiken	9 226
UL	6 018
VL	2 406
Värmlandstrafik	1 205
Värmlandstrafiks stadsbussar	1 200
Västtrafik	6 187
X-trafik	3 584
Östgötatrafiken	9 711

Bakgrundsfrågor

Kön	Alltid-bilister	Övriga bilister	Växlare	Kollektivtrafikresenärer	Kunder	Icke-kunder
Man	56%	46%	41%	43%	42%	50%
Kvinna	43%	53%	58%	57%	58%	49%
Okänt	1%	0%	0%	1%	1%	0%

Ålders-grupp	Alltid-bilister	Övriga bilister	Växlare	Kollektivtrafikresenärer	Kunder	Icke-kunder
15-19 år	4%	3%	19%	7%	16%	3%
20-25 år	7%	4%	10%	21%	13%	6%
26-44 år	36%	24%	30%	35%	31%	29%
45-64 år	37%	27%	23%	16%	22%	31%
65-85 år	16%	39%	15%	15%	15%	28%
86-95 år	0%	3%	2%	6%	3%	2%

Huvud-saklig syssel-sättning	Alltid-bilister	Övriga bilister	Växlare	Kollektivtrafikresenärer	Kunder	Icke-kunder
Förvärvs-arbetande/egen före-tagare	71%	44%	46%	35%	43%	55%
Pensionär	15%	42%	18%	21%	19%	30%
Studerande	5%	5%	26%	31%	27%	6%
Arbetssö-kande	2%	2%	2%	4%	3%	2%
Föräldrale-dig	2%	1%	1%	1%	1%	2%
Annat	4%	4%	5%	7%	5%	4%
Vet ej/Vill ej svara	1%	1%	2%	1%	2%	1%

Avstånd till arbets/skola	Alltid-bilister	Övriga bilister	Växlare	Kollektivtrafikresenärer	Kunder	Icke-kunder
Mindre än 1 km	4%	16%	8%	13%	9%	10%
1,0 - 3,0 km	13%	37%	18%	36%	22%	25%
3,1 - 5,0 km	15%	24%	18%	20%	18%	19%
5,1 - 10,0 km	15%	8%	16%	9%	15%	12%
10,1 - 20,0 km	23%	3%	17%	4%	14%	13%
20,1 - 50,0 km	24%	6%	13%	7%	11%	15%
Mer än 50 km	5%	3%	9%	7%	8%	4%
Vet ej/Vill ej svara	2%	3%	2%	3%	2%	2%

Tillgång till bil	Alltid-bilister	Övriga bilister	Växlare	Kollektivtrafikresenärer	Kunder	Icke-kunder
Vi äger en bil	45%	67%	52%	13%	43%	54%
Vi äger flera bilar	51%	21%	27%	6%	22%	33%
En tjänstebil/leasingbil	8%	4%	4%	0%	3%	5%
Flera tjänstebilar/leasingbilar	1%	0%	0%	0%	0%	0%
Ja, vi är med i en bilpool	0%	0%	1%	1%	1%	0%
Ja, vi lånar av vänner/bekanta	0%	2%	4%	4%	4%	1%
Nej	1%	6%	13%	74%	27%	8%
Vill ej svara	0%	1%	1%	2%	1%	1%

5. Om Lysio Research



Varmt välkommen att kontakta oss på:

Telefon:
031-313 48 78 eller
046-460 28 78
Mail:
kontakt@lysio.se
Hemsida:
www.lysio.se

Lysio Research har som mål att genomföra undersökningar, utredningar och analyser som leder till samhällsutveckling. Med forskningsbaserade arbetsmetoder och många års erfarenhet av undersökningsprocesser erbjuder vi lösningar som leder till välgrundade beslutsunderlag för ditt företag. Vårt fokus är att du som kund ska få nya insikter och underlag som är enkla att förstå och ta vidare i din verksamhet.

Lysio Research grundades 2009 som enkätinsamlingsföretag, under 15 år har vi växt och gör idag allt från enkätundersökningar till fördjupade analyser och håller workshops för våra kunder inom offentlig-, akademisk-, privat och ideell sektor.

Vi är teamet bakom rapporten!



Maja Odestål
Projektledare



Erik Granberg Projekt-
ledare



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, 97 % av landets sjötrafik och 92 % 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, här görs ca 86 miljoner resor årligen. Flera primärkommuner är associerade medlemmar.



SVENSKKOLLEKTIVTRAFIK