



Testresenärskampanjen, 2010 hos Länssjukhuset i Östersund

Rapportförfattare: Grön Trafik



Fotograf: Jonas Kullman

Sammanfattning

Testresenärskampanjen omgång 4 ingår som en del av den överenskommelse som Grön Trafik och Östersunds kommun har med Trafikverket Region Mitt. Kampanjen är ett samarbete mellan Grön Trafik (Östersunds kommun), Stadsbussarna, Länstrafiken och Jämtlands Läns Landsting. Syftet är att minska de fossila koldioxidutsläppen från trafiken genom att öka andelen resenärer som använder sig av kollektivtrafiken. Samba marknad har medverkat genom att förstärka marknadsföringen. Syftet för 2010 års kampanj är att få anställda på Länssjukhuset, Jämtlands Läns Landsting, vilka pendlar med bil att istället använda sig av buss vid resor till och från arbetet.

167 personer anmälde sitt intresse för att delta i kampanjen, 52 av dessa uppfyllde villkoren för att bli testresenär och blev utvalda att delta och fick åka buss gratis under en månad. Med tanke på att Landstingets personal arbetar både skift och på helgerna var det svårt att finna lämpliga kandidater till kampanjen då deras arbetstider passade dåligt med busstiderna. Detta visade sig framförallt när testresenärerna inte tyckte att tiderna passade dem fastän de innan kampanjen trodde att tiderna skulle göra det.

Av de 49 testresenärerna som fullföljde projektet använder sig 13 stycken av buss som huvudsakligt färdmedel, minst 50 % av resorna, ett halvår efter projektets slut. Under testperioden använde 92 % av resenärerna sig av buss som huvudsakligt färdmedel. Två veckor efter testperioden hade andelen sjunkit till 34 % och ett halvår efter testperiodens slut var siffran nere på 27 %. Andelen bussresor av det totala resandet låg före kampanjen på 6 % och hade efter ett halvår efter kampanjen ökat till 29 %.

Resultaten ligger i nivå med tidigare kampanjer. Jämfört med förra kampanjens resultat, 32 %, är användandet av buss som huvudsakligt resande lägre (27 %). Medan det totala resandet har ökat mer den här kampanjen, 29 % mot den förra kampanjens 24 %. På frågan vad som skulle kunna få testresenärerna att använda bussen oftare svarar de flesta billigare biljetter och tätare turer.

Under själva testperioden har testresenärskampanjen lett till minskade fossila koldioxidutsläpp på 3,6 ton och, baserat på resvaneundersökningen som gjordes drygt ett halvår efter testperioden, till en årlig minskning av fossila koldioxidutsläpp på 21,8 ton. En viss sidoeffekt på testresenärernas och eller personer i deras familjers resvanor kan också noteras i form av ökad gång, cykling och bussåkande.

Kampanjen har fått många mycket positiva reaktioner från testresenärerna, vilka har gett ett gott betyg åt kollektivtrafiken. 84 % av testresenärerna var nöjda med kollektivtrafiken två veckor efter testperioden och efter ett halvår var 77 % nöjda.

Kampanjen har utvärderats enligt SUMO (system för utvärdering av mobilitetsprojekt), dess mål och måluppfyllelse framgår av nedanstående tabell. De flesta av målen har uppfyllts. Målet om två inslag i media har dock ännu inte uppfyllts; det var något färre testresenärer som valdes ut än planerats och långtidsutvärderingen visade att färre resenärer än vad som avsetts fortsatte att åka buss efter kampanjen.

SUMO

| | | Målsättningar | Indikatorer | Metod | Resultat |
|-------------|--|--|--|----------------------------|---|
| Tjänster | Nyttiga prestationer | 1 annonsering om kampanjen via personalsida på Länssjukhuset 2 stycken inslag i media | Antal annonseringar Antal inslag i media | Summering Summering | 1 annonsering via personalsida genomförd Inga inslag i media |
| | Användningsgrad av mobilitetstjänster | Minst 100 personer ska ha anmält sitt intresse för att delta i kampanjen. | Antal personer som anmält sitt intresse för att delta i kampanjen | Summering | 167 personer anmälde sitt intresse |
| Erbjudanden | Acceptans av erbjudande | 60 personer ska skriva på avtalet för testresenärer | Antal personer som skrev på avtalet för testresenärer | Summering | 52 personer skrev på avtalet |
| | Experimentellt individuellt beteende | Minst 80 % av testresenärerna använde bussen som huvudsakligt färdmedel under testperioden | Andel av testresenärerna som använde bussen som huvudsakligt färdmedel under testperioden | Resedagbok | 92 % använde bussen som huvudsakligt färdmedel under testperioden (46 av 50) |
| | Nöjdhet med erbjudande | 80 % av testresenärerna är nöjda med kollektivtrafiken | Andel av testresenärer som är nöjda med kollektivtrafiken | Enkät 1+2 | 84 % är nöjda med kollektivtrafiken, två veckor efter testperioden |
| Effekter | Permanent individuellt resbeteende | Minst hälften av testresenärerna fortsätter att använda kollektivtrafiken som huvudsakligt färdmedel ett halvår efter testperiodens slut | Andel av testresenärerna som fortsätter att använda kollektivtrafiken som huvudsakligt färdmedel ett halvår efter testperiodens slut | Enkät 3 | 27 % av testresenärerna använde buss som huvudsakligt färdmedel ett halvår efter perioden (13 av 49) |
| | Systemeffekt | 5 ton/år reducerade utsläpp av koldioxid | antal ton/år reducerade utsläpp av koldioxid | Summering | 21,8 ton koldioxidbesparing/år |

Innehållsförteckning

| | |
|--|----|
| Sammanfattning | 2 |
| Bakgrund | 6 |
| Syfte | 6 |
| Metod | 6 |
| Resultat..... | 9 |
| Resultat från anmälan..... | 11 |
| Resultat från resedagböckerna | 12 |
| Uppföljning två veckor in på testperioden (Enkät 1)..... | 13 |
| Uppföljning två veckor efter testperioden (Enkät 2)..... | 16 |
| Uppföljning ett halvår efter testperioden (Enkät 3)..... | 20 |
| Jämförelser mellan de olika tidsperioderna..... | 24 |
| Utvärdering..... | 26 |
| | |
| Bilaga 1: Kampanjmaterial | |
| Bilaga 2: Aktivitetsplan och Kommunikationsplan | |
| Bilaga 3: Utsållningsfrågor | |
| Bilaga 4: Enkät 1 | |
| Bilaga 5: Enkät 2 | |
| Bilaga 6: Långtidsutvärdering (Enkät 3) | |
| Bilaga 7: Effektberäkningar | |

Bakgrund

Grön Trafik har vid tre tillfällen tidigare arbetat med testresenärskampanjer för olika målgrupper; bl a hos kommunförvaltningen, företag i Odenskog och allmänheten. Ett koncept har tagits fram för testresenärskampanjen.

Vid samtliga tillfällen och även denna gång har kampanjen genomförts i samverkan med Länstrafiken och Stadsbussarna inom ramen för den överenskommelse som finns med Trafikverket Region Mitt. Vid tidigare omgångar har enligt enkätutvärderingen c:a 1/3 av deltagarna fortsatt att åka buss vid långtidsutvärdering efter kampanjens slut.

Den fjärde omgången av testresenärskampanjen har genomförts tillsammans med Jämtlands Läns Landsting. Samma koncept som tidigare har använts, men kampanjen har förstärkts genom att Samba Marknad tagit fram bättre marknadsföring.

Testresenärskampanjen omgång 4 hade som målgrupp inbitna bilister, vilka var anställda på Länssjukhuset i Östersund. Dessa fick kostnadsfritt prova på att busspendla till arbetet under en månad.

Förutom att resandet med kollektivtrafik ger en minskad miljöpåverkan på uppskattningsvis 75 %, kan det dessutom bidra till att förbättra pendlarnas hälsa. Detta då bussresenären i snitt rör sig fyra gånger mer än de som färdas med bil. Det räcker med 30 minuters motion om dagen för att förebygga exempelvis hjärt- och kärlsjukdomar.

Syfte

Syftet med kampanjen var att få fler landstingsanställda på Länssjukhuset att lämna bilen hemma och istället ta sig till arbetet med kollektivtrafik.

Mål

- att minst 100 personer anmäler sitt intresse för att delta i kampanjen
- att 60 personer skriver på avtalet för testresenärer
- en annonsering om kampanjen via personalsida på Länssjukhuset
- två pressklipp om testresenärer (inslag i media)
- att minst 80 % av testresenärerna använder bussen som huvudsakligt färdmedel under testperioden
- att 80 % av testresenärerna är nöjda med kollektivtrafiken
- att minst 50 % av testresenärerna fortsätter att använda kollektivtrafiken som huvudsakligt färdmedel ett halvår efter testperiodens slut
- att CO₂-utsläpp reduceras i en omfattning av 5 000 kg/år
- bidra till att stärka attityden till att resa kollektivt

Metod

Förberedelsearbetet inför kampanjen med översyn av bland annat informationsmaterial påbörjades i oktober 2009 genom ett förberedelsemöte med representanter för Grön Trafik, Stadsbussarna och Länstrafiken. Projektgruppen bestod av Ruth Ericsson, Länstrafiken; Karin Axén, Stadsbussarna; Grön Trafik (Anne Sörensson, Helena Jansson, Petter Björnsson) och Sara Carlemår, Samba Marknad. Möten hölls också med projektgruppen och Landstinget. I testresenärsmång 4 förstärktes marknadsföringen med hjälp av Samba Marknad. Med syfte att säkerställa att kommunikationsinsatserna skedde vid rätt tidpunkt, med rätt budskap och

till rätt personer samt att alla berörda var medvetna om vad som hände, gjordes en aktivitetsplan och en kommunikationsplan (se bilaga 2). För att väcka intresse hos de anställda och för att synliggöra testresenärskampanjen togs ett bättre marknadsföringsmaterial fram.

En informationsmonter sattes upp vid entrén till sjukhusets personalmatsal. Montern bestod av självhäftande film som klistrats på ett antal fönster längs korridoren, med tryck föreställande två väntande resenärer vid en busshållplats samt en marknadsföringstext. På golvet lades en grön matta och två hållplatsskyltar placerades i var sin ände, en för Stadsbussarna och en för Länstrafiken.

Informationsflyers i med nyckelband hängdes upp på en hängare mitt i montern. Under den första dagen bemannades montern av bl a två busschaufförer. Andra informationskanaler som användes för att nå de anställda var information och via affischer i fikarum (se bilaga 1), via mail/postfack och på personalmöten under december 2009 och januari 2010. Linda Henriksson, informatör på Jämtlands Läns Landsting hjälpte till att föra ut informationen på länssjukhuset. Under januari gjordes det dessutom extra åtgärder som rekryteringsaktivitet i entrén och gerillamarknadsföring på personalparkeringsplatser då de anställdas bilar blev lappade med informationsmaterial.



Monter utanför personalmatsal på Östersunds sjukhus.

Marknadsföringen via nätet gjordes på Östersunds kommuns hemsida. Anledningen till att kampanjen lades på kommunens hemsida var att kommunens enkätutvärderingssystem skulle kunna användas.

För att få delta som testresenär krävdes att man använde bil som huvudsakligt färdmedel till och från arbetet samt att det fanns en tillfredställande kollektivtrafik som ersättning för bilresor. Sällningsfrågor användes för att välja ut testresenärerna enligt dessa villkor (se bilaga 3). 167 personer ansökte om att få delta i projektet. De deltagare som valdes ut som testresenärer fick sedan ett månadskort från Stadsbussarna eller Länstrafiken, samt skriva på ett avtal där de lovade att lämna bilen hemma under testperioden och använda bussen som huvudsakligt färdmedel. De förband sig även vid att svara på tre enkäter: en under själva testperioden, en direkt efter testperioden och en ett halvår efter det att perioden hade avslutats (i oktober 2010). Testresenärerna använde sig, vid sina enkätsvar, av kommunens digitala enkätutvärderingssystem.

Själva testresenärperioden varade under en månad i februari-mars, 2010. Deltagarna påbörjade sitt resande genom att aktivera sitt busskort. I förkommande fall inleddes perioden den första februari utan att kortet först aktiverades och i många fall pågick testperioden under kalendermånaden och varade således i 28 dagar. Andra hade en period på 30 dagar*. Långtidsutvärderingen som skedde ett halvår efter periodens slut sträcktes ut upp till nio månader beroende på när testperioden varade till dess att alla svar hade kommit in.

Ett klimatdiplom delades ut till Landstingets miljöchef efter avslutat projekt. Varje testresenär fick dessutom ett diplom med sin personliga minskning av koldioxidutsläpp.



*Eftersom testresenärerna inte hade samma längd på testperioden finns det ett litet statistiskt fel i resultatet. Detta är dock inget som påverkar resultatet i stort.

Resultat

Vid anmälan om att få bli testresenär fick de intresserade svara på ett antal frågor, dessa svar användes vid urvalet av vilka som fick bli deltagare. De utvalda testresenärerna fick fylla i en resedagbok i vilken de bokförde sina resor till och från arbetet. Det gjordes tre enkäter, en två veckor in på testperioden, en två veckor efter att testperioden hade avslutats och en sista ett drygt halvår (sex till nio månader) efter testperiodens slut (se bilagorna 3-6). Utifrån de svar som kom in har detta resultat sammanställts. Svaren ligger även till grund för den effektberäkning vilken utgör bilaga 7 och från vilken reduktionen av fossila CO₂-utsläpp har framräknats.

De informationskampanjer som genomfördes på Länssjukhuset ledde till att 167 personer anmälde sitt intresse av att få bli en testresenär. Hur de sökandes bil- och bussvanor såg ut kan ses i diagram 1 och 2. Efter det att sällningsfrågorna hade gått igenom blev 52 personer utvalda för projektet och dessa skrev på avtalet. Ingen av dessa personer hade tidigare använt sig av buss som färdmedel i någon större utsträckning (se diagram 3).

- 82 % av arbetsresorna gjordes med buss under testperioden av de deltagare som lämnade in sina resedagböcker (41 av 50 deltagare) (se diagram 4)
- 92 % av testresenärerna använde bussen som huvudsakligt färdmedel under testperioden (46 av 50) (se diagram 5)
- 84 % (42 av 50) av testresenärerna var nöjda med kollektivtrafiken (se diagram 17 och 18) två veckor efter testperioden och efter ett halvår var 77 % nöjda (37 av 48) (se diagram 22 och 23)

Två veckor efter testperioden hade andelen arbetsresor med buss sjunkit till 33 %, från 82 % under testperioden (se diagram 12 och 4), och efter ett halvår så hade de minskat till 29 % (se diagram 20). Innan testperioden åkte de, som blev uttagna som testresenärer, buss i genomsnitt 6 % av resorna till och från arbetet. Under testperioden var andelen testresenärer som använde buss som huvudsakligt färdmedel 92 % (46 av 50), två veckor efter testperioden hade denna andel sjunkit till 32 % (16 av 50) och efter ett drygt halvår låg andelen på 27 % (13 av 49) (se diagram 5, 13 och 21). För en bild över frekvensen av arbetsresor med buss två veckor efter respektive ett halvår efter testperiodens slut hänvisas till diagram 11 samt 19.

För att se en jämförelse, mellan de olika tidpunkterna, över hur andelen arbetsresor och buss som huvudsakligt transportmedel förändrades se diagrammen 27 och 28. I diagram 27 går det att utläsa att den totala andelen bussresor steg från 6 % till 29 % om man jämför resandet före och ett drygt halvår efter kampanjen. Om man ser på diagram 3 och diagram 28 framgår det att andelen buss som huvudsakligt transportmedel även den har ökat från hur det såg ut innan kampanjen till efter densamma även om andelen har sjunkit sedan kampanjen genomfördes. I diagram 29 kan man jämföra bilåkandet två veckor respektive ett halvår efter kampanjens slut. Då dessa staplar är ganska lika varandra, det skiljer bara någon resenär upp eller ned, får man anse att de är stabila och att dessa testresenärer inte kommer att fortsätta att åka buss.

En intressant fråga var om busstiderna passade, och lite drygt hälften av Länstrafikens resenärer tyckte inte att tiderna passade, trots att de i den första sällningsenkäten blev utvalda för att de hade kontrollerat att tiderna skulle passa. Stadsbussarnas resenärer tyckte i större utsträckning att tiderna passade där drygt 2/3 tyckte att tiderna gjorde det (se diagram 6). Detta är inte förvånande då de som reser med Stadsbussarna har fler alternativ (olika bussar) och därmed fler avgångar att välja på än vad de som reser med Länstrafiken har.

För testresenärerna var det främsta sättet att få information om bussarnas avgångstider ficktidtabell och att hämta tidtabell på Internet, från respektive bussbolags hemsida (se diagram 7).

För de flesta testresenärer medförde inte testperioden några sidoeffekter på hur den övriga familjen tog sig till arbete/skola (se diagram 14). Detta resultat stod sig även ett halvår efter det att testperioden hade slutat (se diagram 24). Det var ett större antal av de testresenärer som reste med Stadsbussarna som ansåg att det blev sidoeffekter jämfört med dem som reste med Länstrafiken, vilket även det höll i sig ett halvår efteråt. De som ansåg att testperioden hade ändrat familjens resvanor svarade de flesta, både efter två veckor och efter ett halvår, att de själva eller andra i familjen cyklat eller gått mer än innan testperioden (se diagram 15 och 25).

På frågan om kollektivtrafiken motsvarade testresenärernas förväntningar svarade de allra flesta, 90 % (47 av 52), att de var något bättre eller bättre, medan några tyckte att de var sämre. Det var en större andel som ansåg att Stadsbussarna uppfyllde deras förväntningar jämfört med Länstrafiken (se diagram 8).

Två veckor efter testperioden uppgav de flesta testresenärer, 84 % (42 av 50 deltagare), att de var ganska eller mycket nöjda med kollektivtrafiken (se diagram 17 och 18). Efter ett drygt halvår var majoriteten fortfarande positiv även om andelen hade sjunkit något (77 %, 37 av 48) (se diagram 22 och 23).

På frågan om vilka fördelar det fanns med att åka buss kom att slippa stök med bilen (att slippa skrapa rutor, kallstarta bilen, leta parkering) högst upp, sedan kom att man kunde vila och läsa tidningen på bussen. Några såg miljövinsten som en viktig fördel. Det var bara en person som ansåg att motion var en fördel (se diagram 9).

Testresenärerna ansåg att nackdelarna med att åka buss främst var att flexibiliteten och friheten minskar. Detta uttrycktes som att de inte längre kunde uträtta ärenden på staden och handla på vägen hem. Dessutom tyckte de att det var jobbigt att vara tvungna att passa tiden (främst att de fick vänta innan de kunde åka hem efter avslutad arbetsdag) och att det gick snabbare med bil (se diagram 10).

På frågan till dem som inte fortsatt åka buss efter testperioden om vad som skulle få dem att börja åka igen, var det vanligaste svaren både två veckor efter uppföljningen och ett halvår efter testperioden entydiga: billigare bussbiljetter följt av tätare turer (se diagram 16 och 26).

En långtidsutvärdering påbörjades i oktober 2010 och fortsatte in i december innan de flesta svar hade kommit in. Av 52 deltagare har 49 stycken svarat. En person har flyttat till en annan stad, vilket innebar att denne inte svarade på enkäten. Trots flera försök till personlig kontakt är det två personer som inte har svarat på enkät tre. Av dem som har svarat på enkät tre har två personer förändrat sina resmönster. Den ena flyttade till centrum och fick då gångavstånd till sitt arbete. Medan den andre blev stationerad närmare sitt hem, men var fortsatt tvungen att åka till Länssjukhuset nästan varje dag på möten och såg då inte bussen som ett alternativ.

I de nedanstående diagrammen kommer Stadsbussarna att benämnas som SB och Länstrafiken som LT. Dessa redovisas i tidsordning utifrån vilken enkät de härstammar. I diagrammen där det hänvisas till andel gäller det att staplarna för SB och LT är andelen av var och en av dem, medan stapeln Totalt redovisar andelen av alla testresenärer.

Resultat från anmälan

Kampanjen började med att sålla bland dem som hade ansökt om att få bli testresenär. I de följande diagrammen framgår hur andelen bil respektive buss användes av det totala antalet sökande samt hur de som blev uttagna som testresenärer använde sig av buss innan perioden.

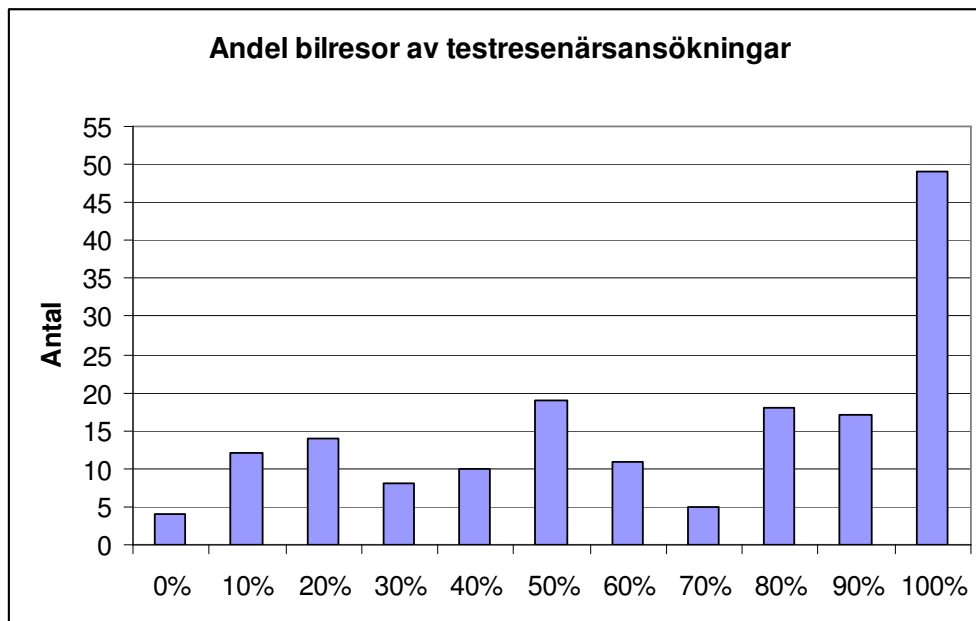


Diagram 1. Hur fördelningen av bilresor till och från arbetet hos dem som ansökte om att få bli testresenärer såg ut.

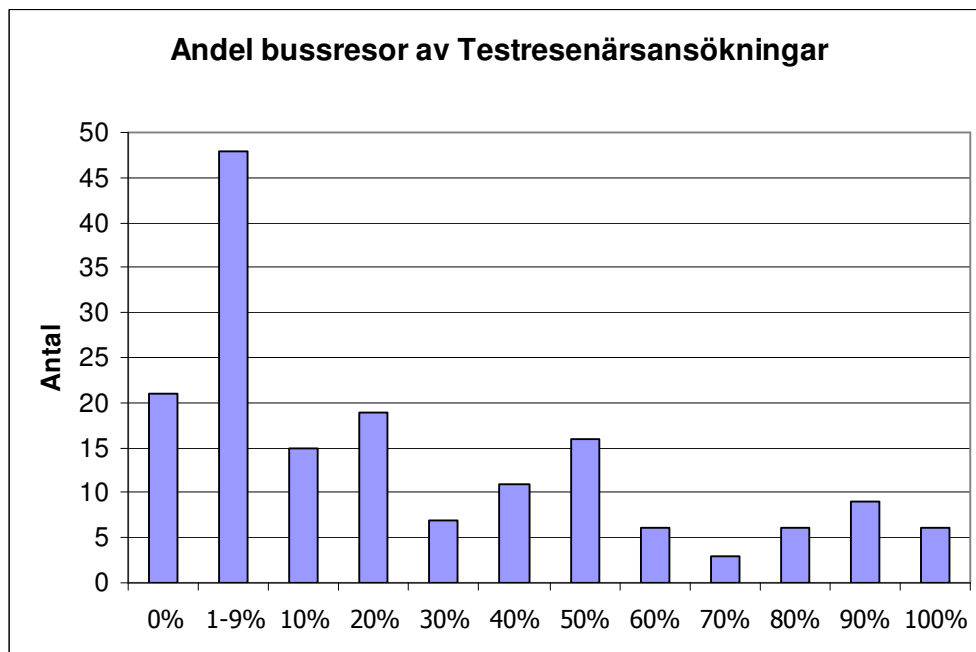


Diagram 2. Hur fördelningen av bussresor till och från arbetet hos dem som ansökte om att få bli testresenär såg ut innan testperioden.

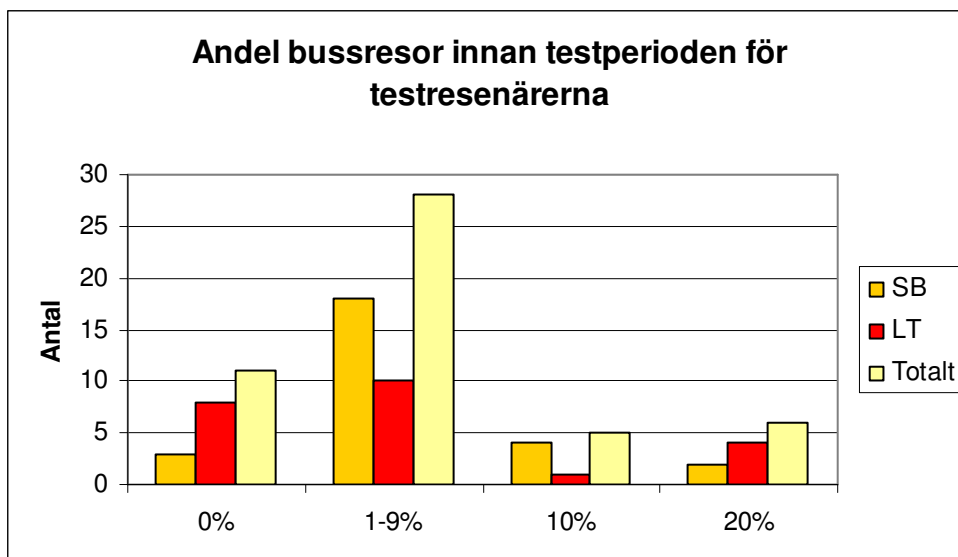


Diagram 3. Hur fördelningen av bussresor hos dem som blev uttagna som testresenärer såg ut innan testperioden. (och vilket bussbolag de åkte med – SB = Stadsbussarna, LT = Länstrafiken).

Resultat från resedagböckerna

I resedagböckerna redovisade testpersonerna sina dagliga resor till och från arbetet. Från detta kunde utläsas hur många och hur stor del av resorna som gjordes med buss. Förutom att åka buss tog sig testresenärerna sig till och från arbetet med bil, cykel samt till fots.

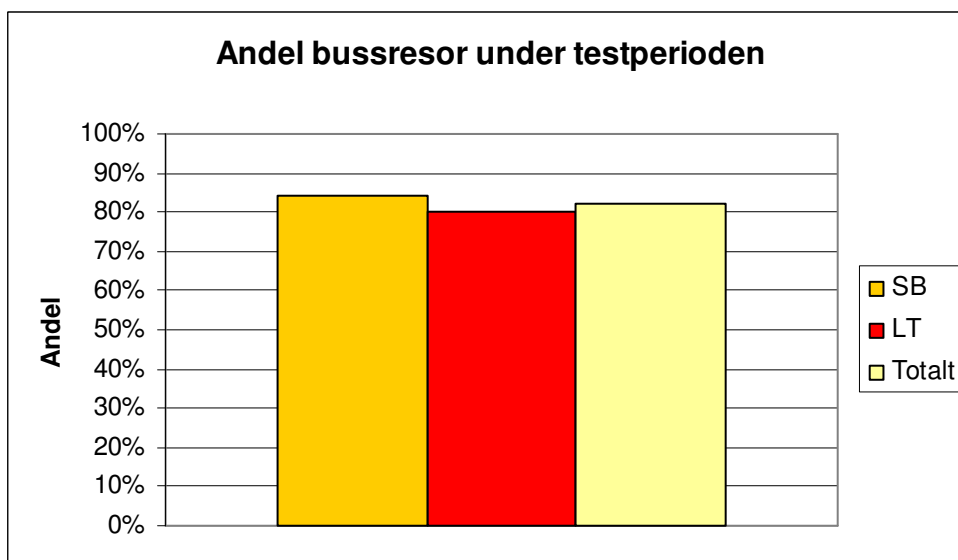


Diagram 4. Hur andelen bussresor under testperioden utföll.

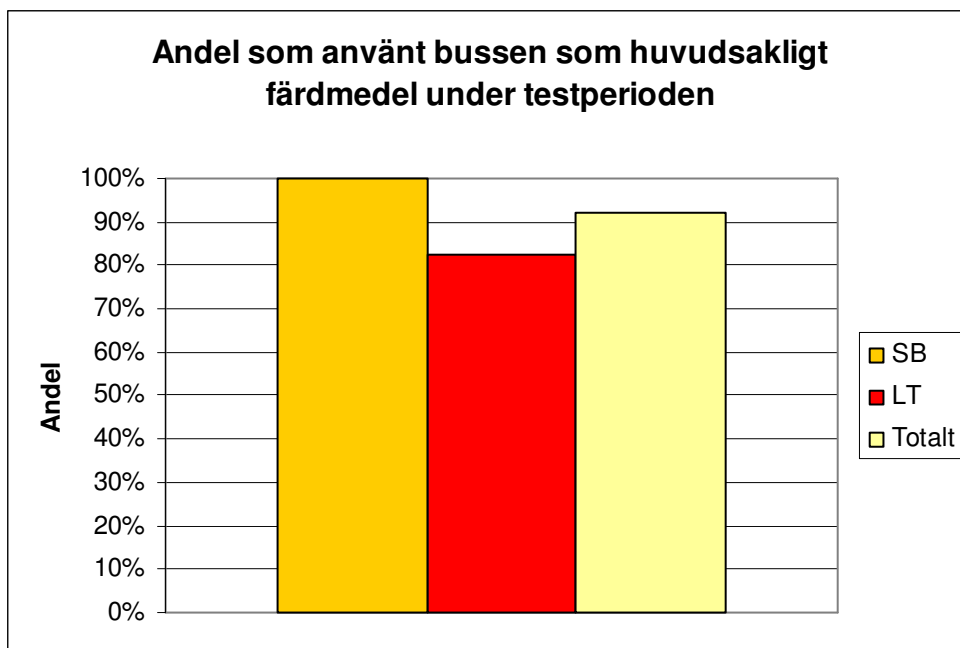


Diagram 5. Andelen som använde sig av buss som huvudsakligt, minst 50 % av resorna, färdmedel under testperioden

Uppföljning två veckor in på testperioden (Enkät 1)

När testpersonerna hade kommit halvvägs med sina bussresor gjordes en enkät för att se hur de upplevde att ta bussen till och från arbetet. Det frågades bland annat om bussavgångarna passade dem, hur de tog reda på när bussen gick, om kollektivtrafiken motsvarade deras förväntningar och fördelar samt nackdelar med att åka buss.

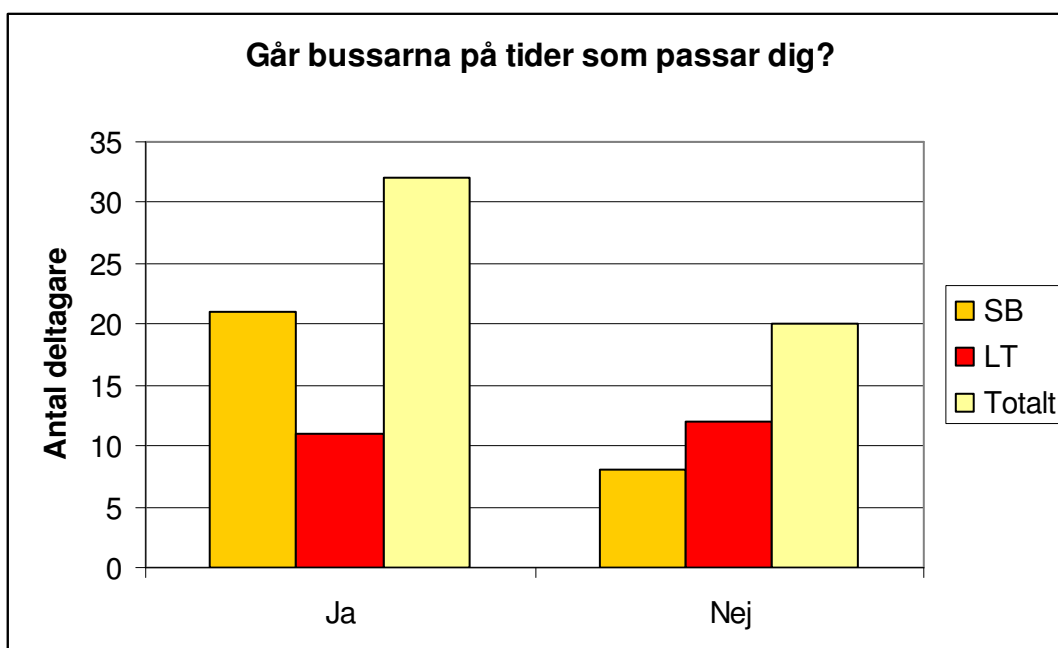


Diagram 6. Svaren på frågan "Går bussarna på tider som passar dig?"

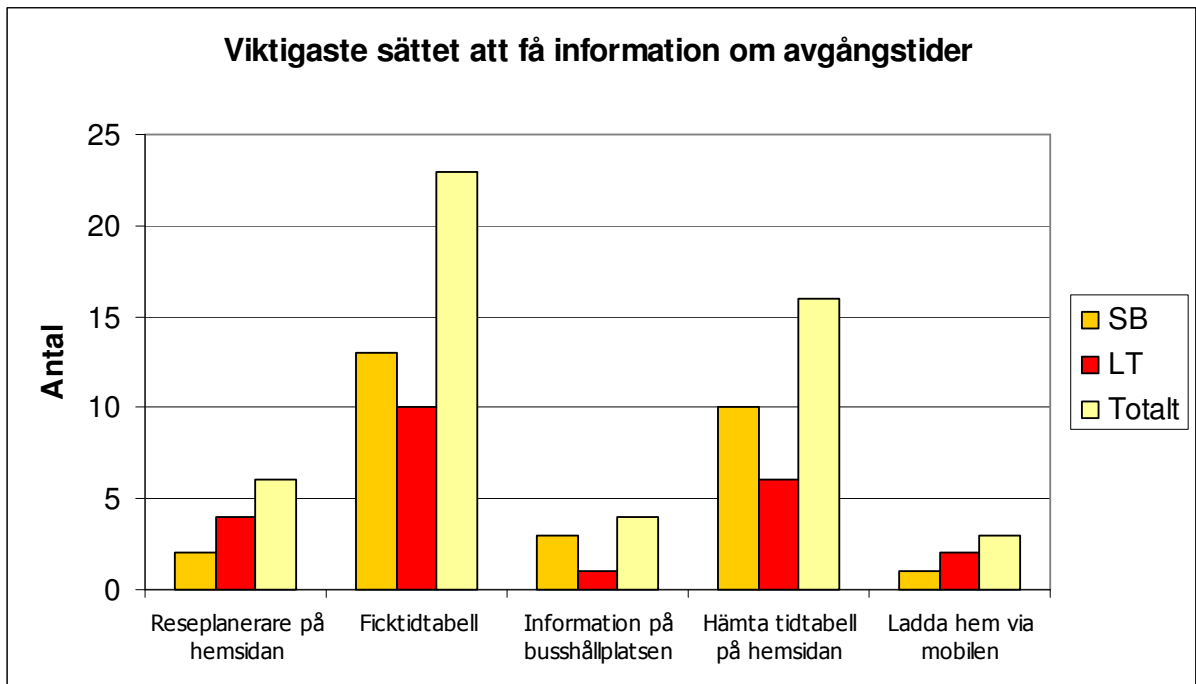


Diagram 7. De viktigaste sätten att erhålla information om avgångstider.

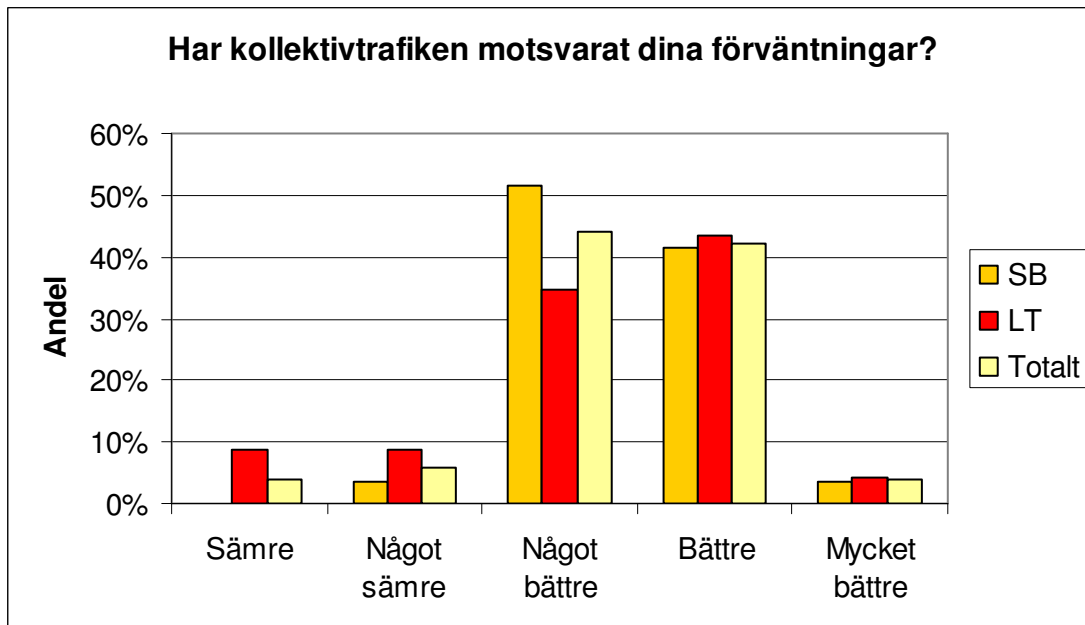


Diagram 8. Hur kollektivtrafiken motsvarade testresenärernas förväntningar

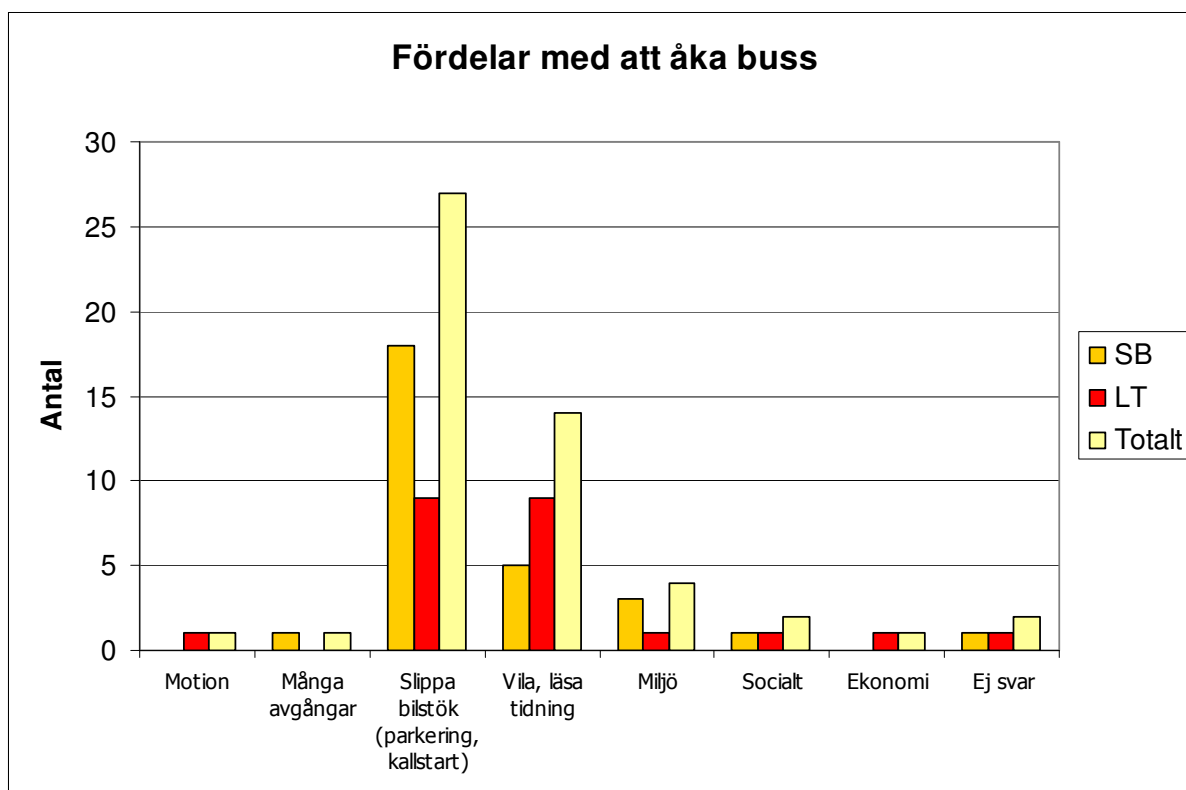


Diagram 9. Fördelarna med att åka buss istället för bil.

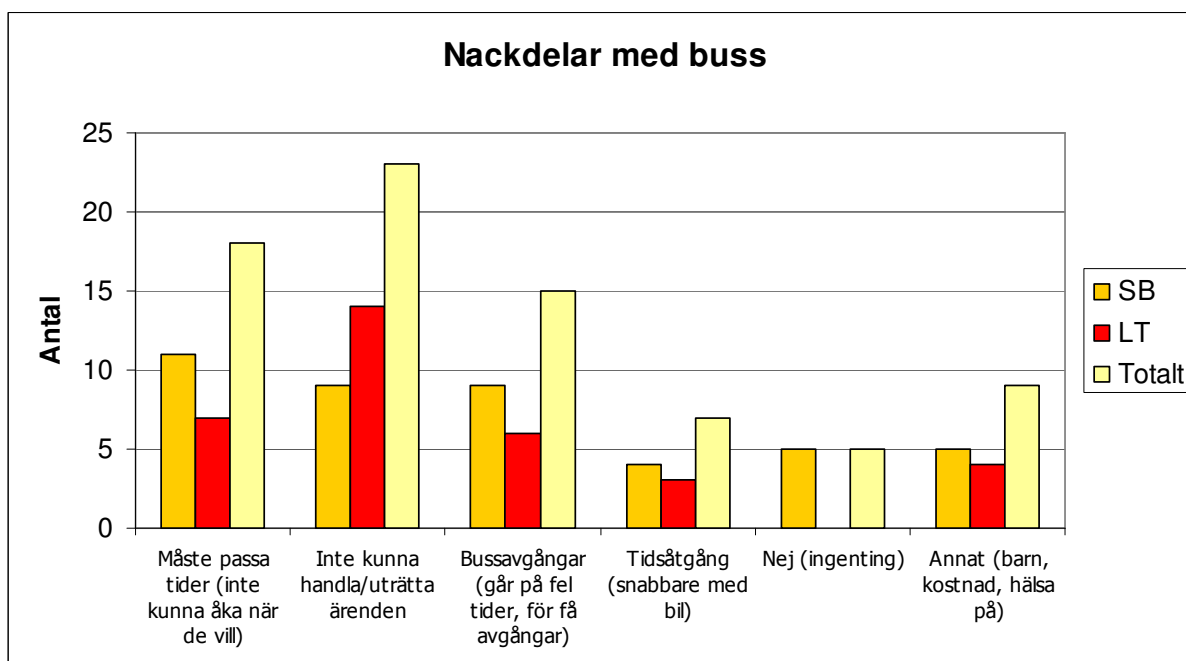


Diagram 10. Vad som saknades från tiden som bilburen kontra bussresenär. Nyckelorden som användes av testresenärerna i svaren på enkäten var flexibilitet och frihet. Diagrammet redovisar deras mer konkreta svar. En del testresenärer har angett mer än ett svar.

Uppföljning två veckor efter testperioden (Enkät 2)

Efter det att testperioden hade avslutats gjordes en enkät för att se om testresenärerna fortsatte att åka buss, om testperioden hade haft några sidoeffekter och om så på vilket vis, vad som skulle förmå dem att fortsätta att åka buss och om de var nöjda med kollektivtrafiken.

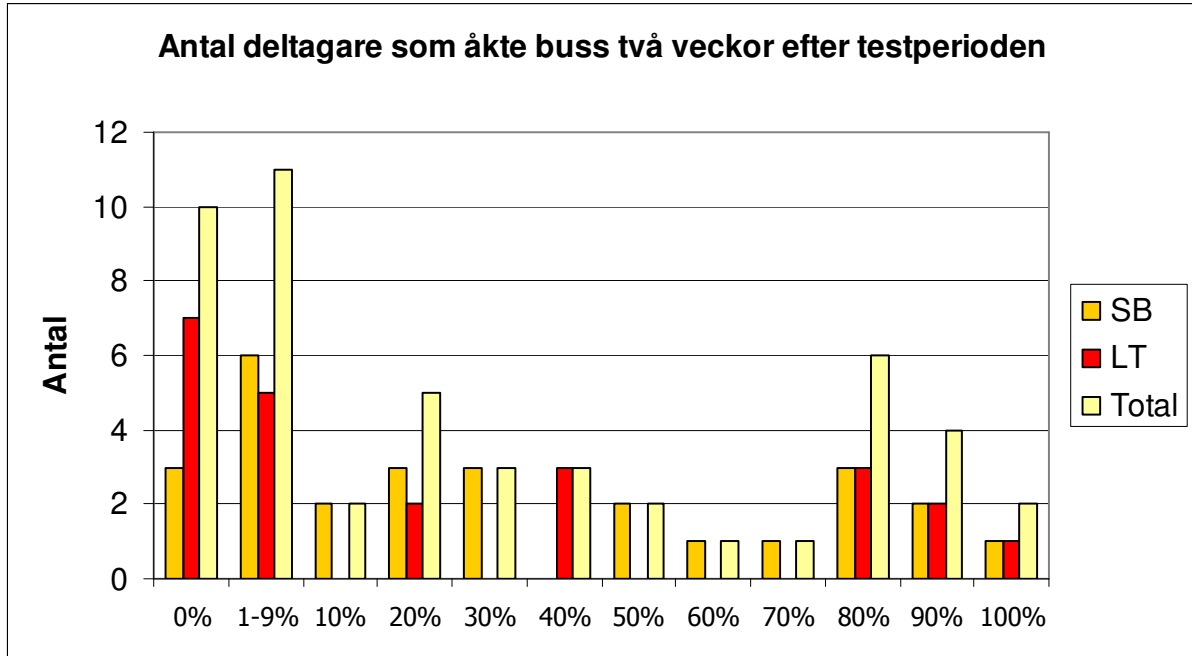


Diagram 11. Hur frekvensen av bussresande såg ut två veckor efter testperioden.

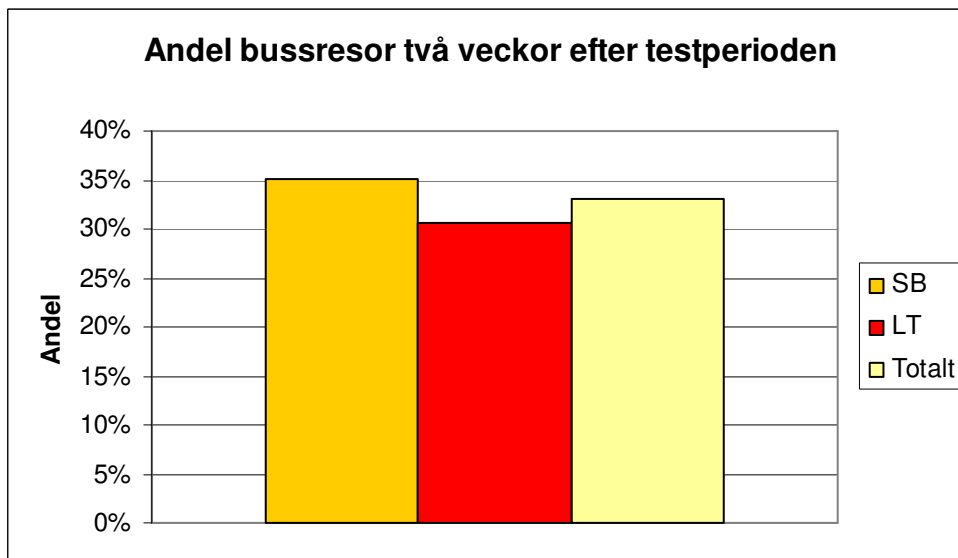


Diagram 12. Andelen arbetsresor med buss två veckor efter testperioden

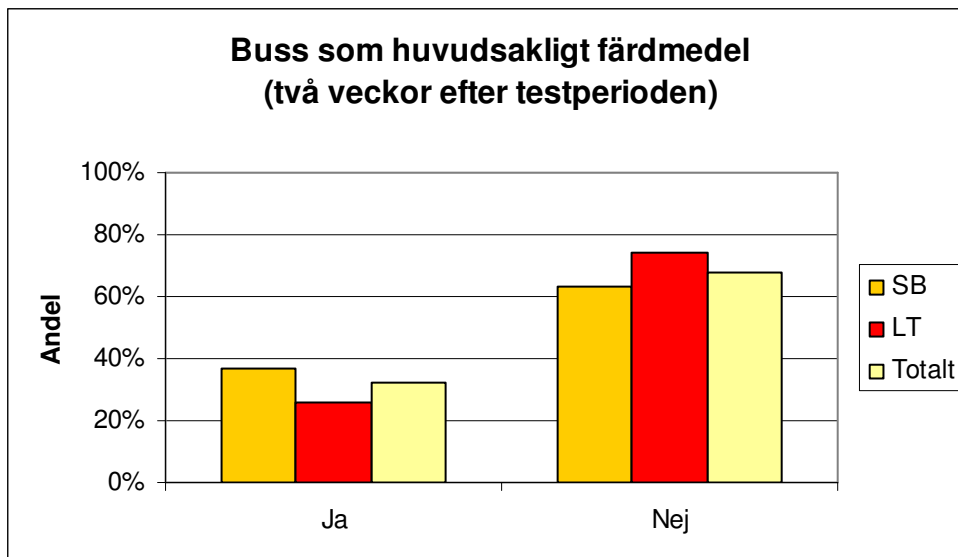


Diagram 13. Andelen testresenärer som använde sig av buss som huvudsakligt färdmedel två veckor efter testperiodens slut.

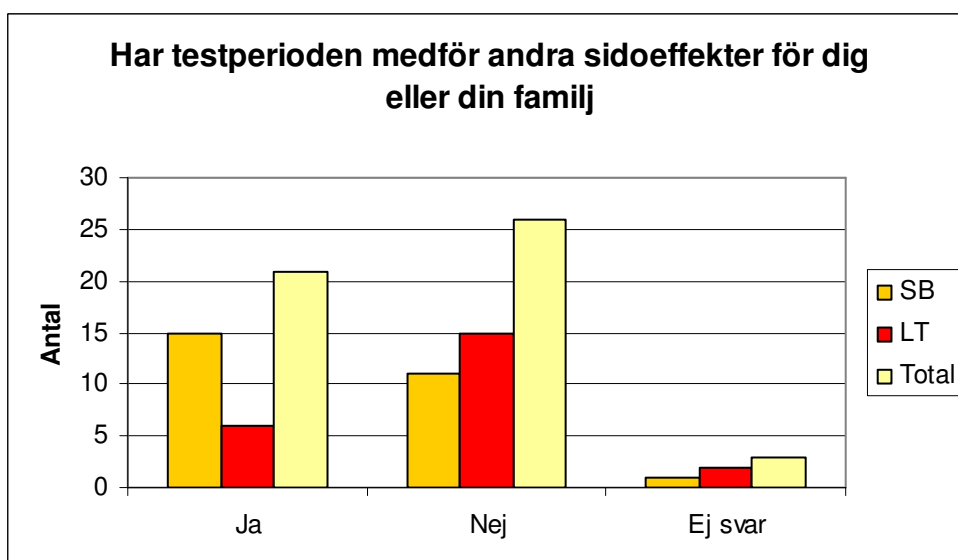


Diagram 14. Om testperioden medförde några sidoeffekter för testresenärerna eller deras familjemedlemmar två veckor efter testperiodens slut

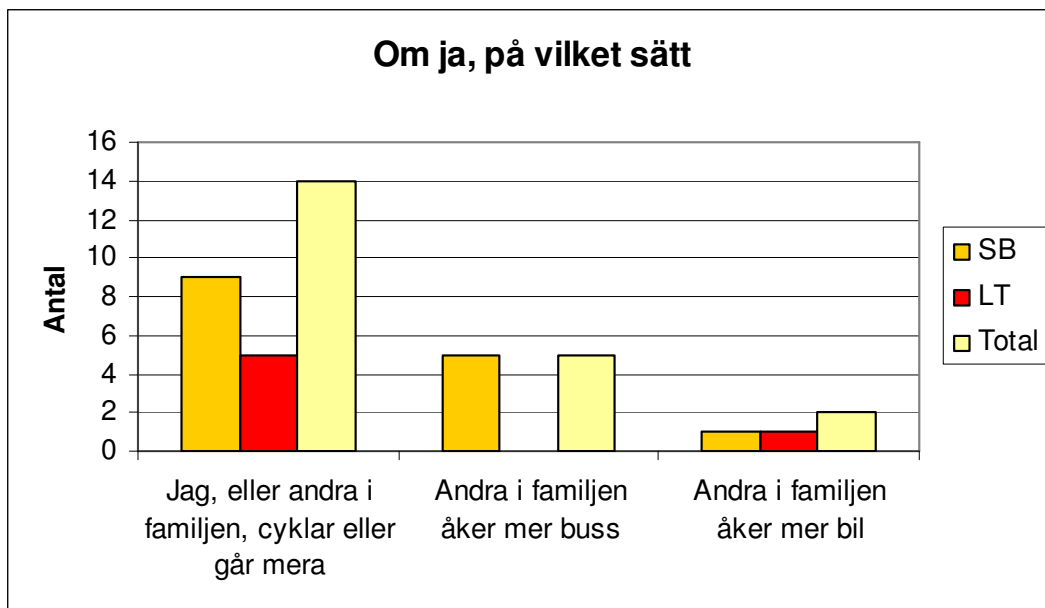


Diagram 15. Hur sidoeffekterna slog hos testresenärerna eller deras familjer två veckor efter testperioden.

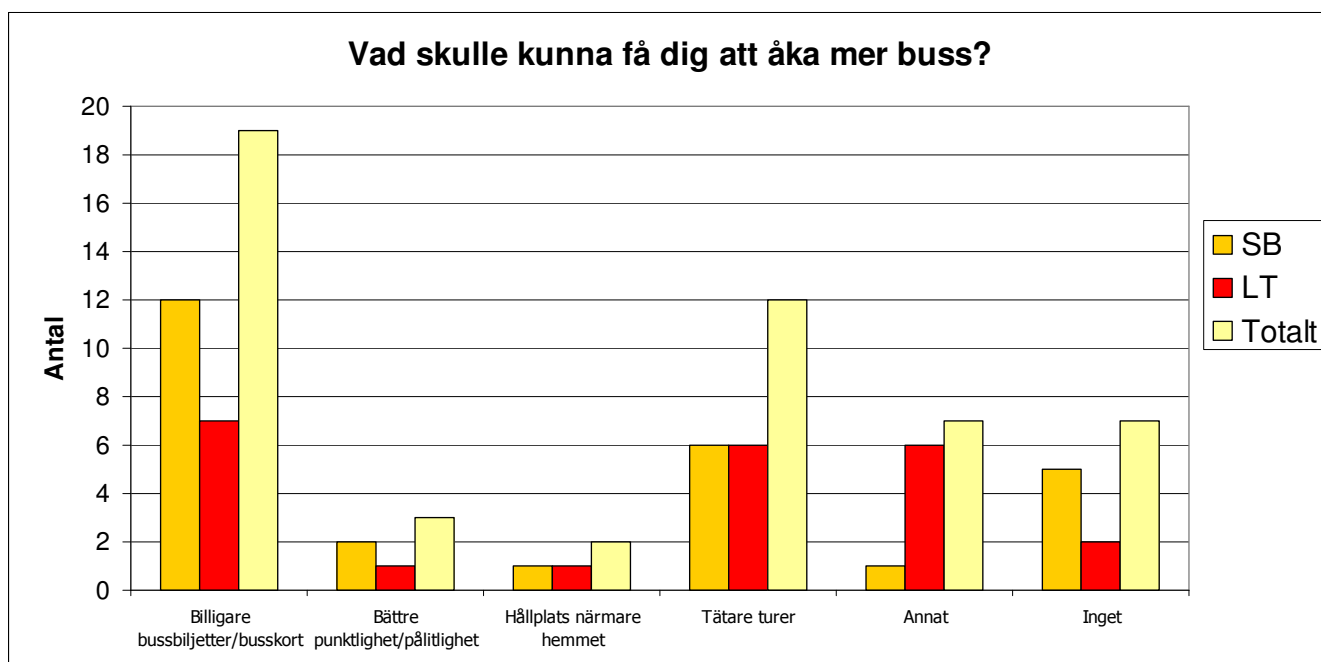


Diagram 16. Vad, om något, som skulle förmå testresenärerna att åka mera buss två veckor efter testperioden.

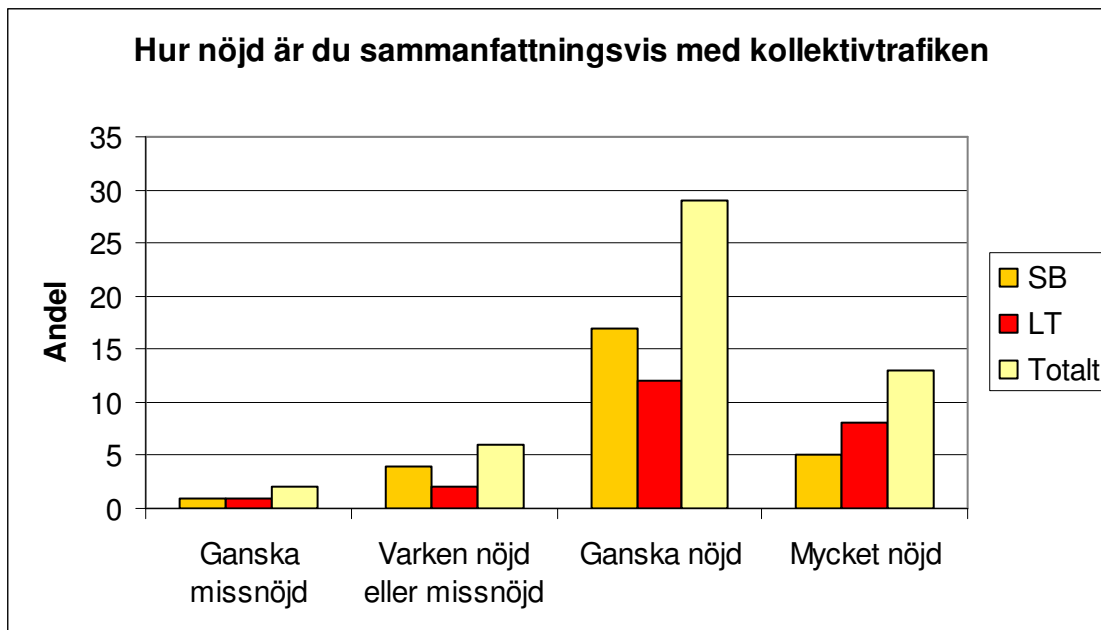


Diagram 17. Hur nöjda, eller inte, testresenärerna var med kollektivtrafiken.

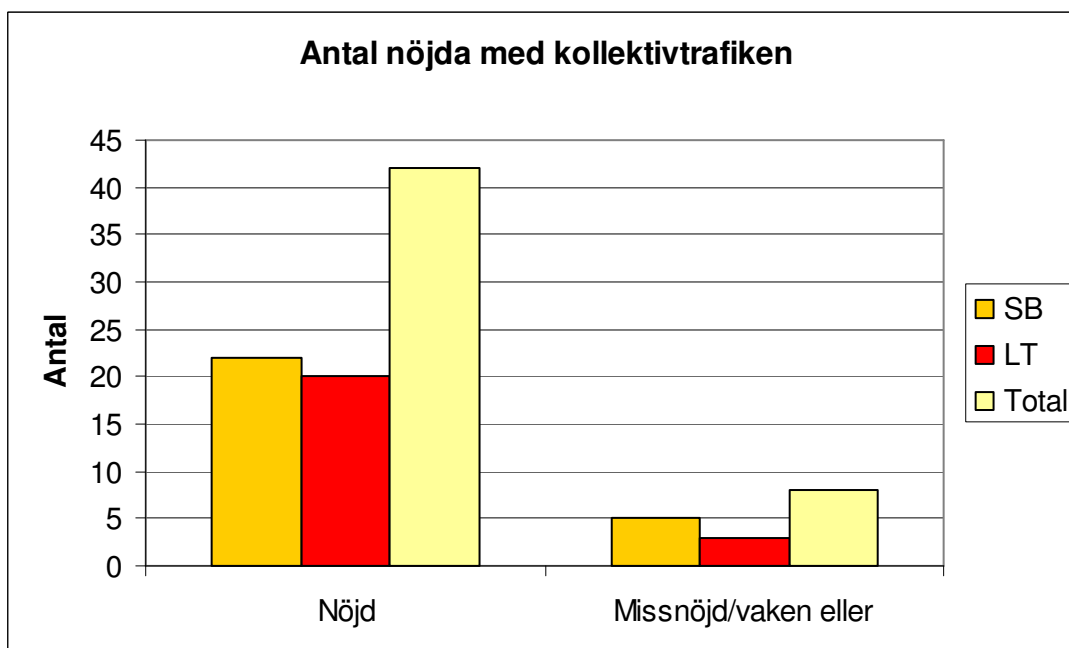


Diagram 18. Fördelningen av nöjda kontra neutrala/missnöjda

Uppföljning ett halvår efter testperioden (Enkät 3)

Ett drygt halvår efter det att testperioden hade avslutats gjordes en sista enkät. Beroende på när testresenärerna avslutade sin period och när enkätsvaren kom in blev tiden någonstans mellan sex till nio månader. Detta i syfte att se om testpersonerna åkte buss, om de var nöjda med kollektivtrafiken, vilka sidoeffekter testperioden hade, vad som skulle få dem att använda bussen som färdmedel samt hur antalet bussresor och bilåkandet hade förändrats under tiden.

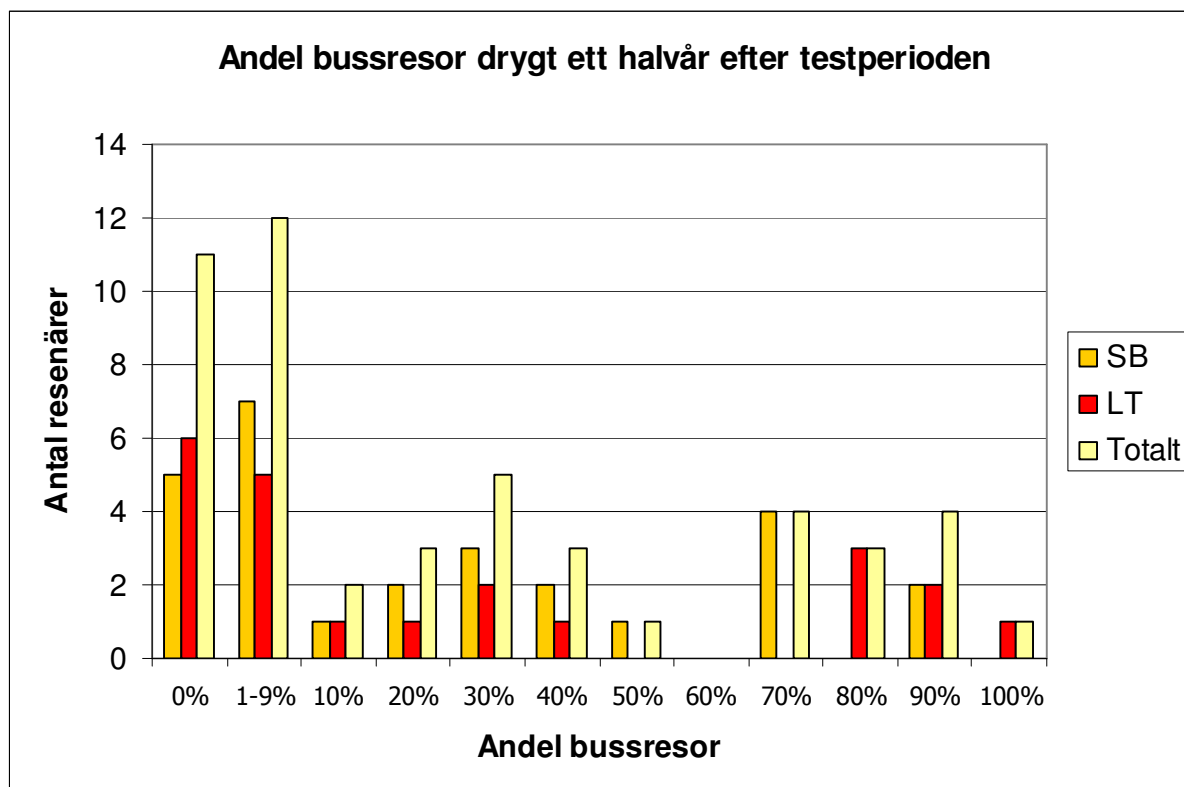


Diagram 19. Frekvensen bussresor ett drygt halvår efter testperiodens slut

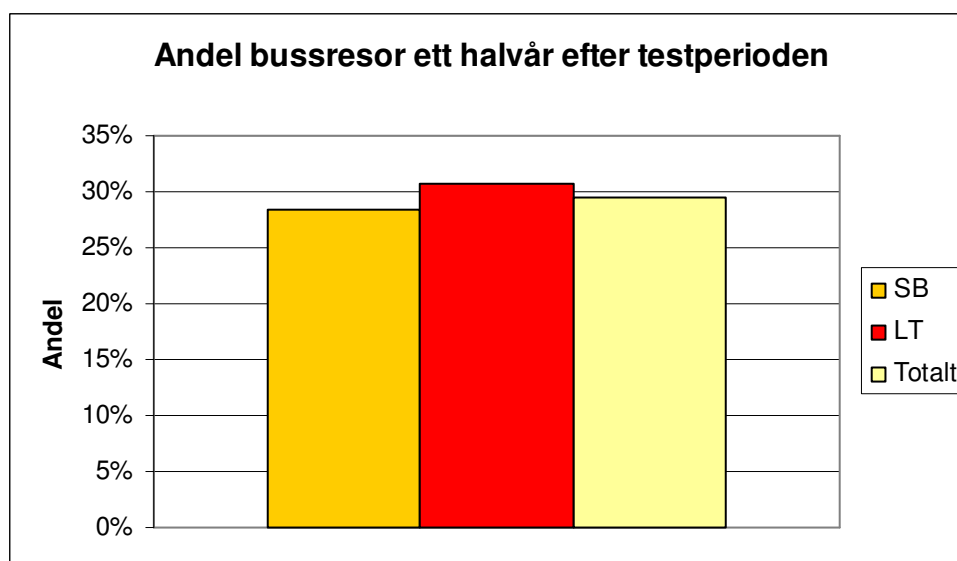


Diagram 20. Andelen bussresor ett halvår efter testperioden

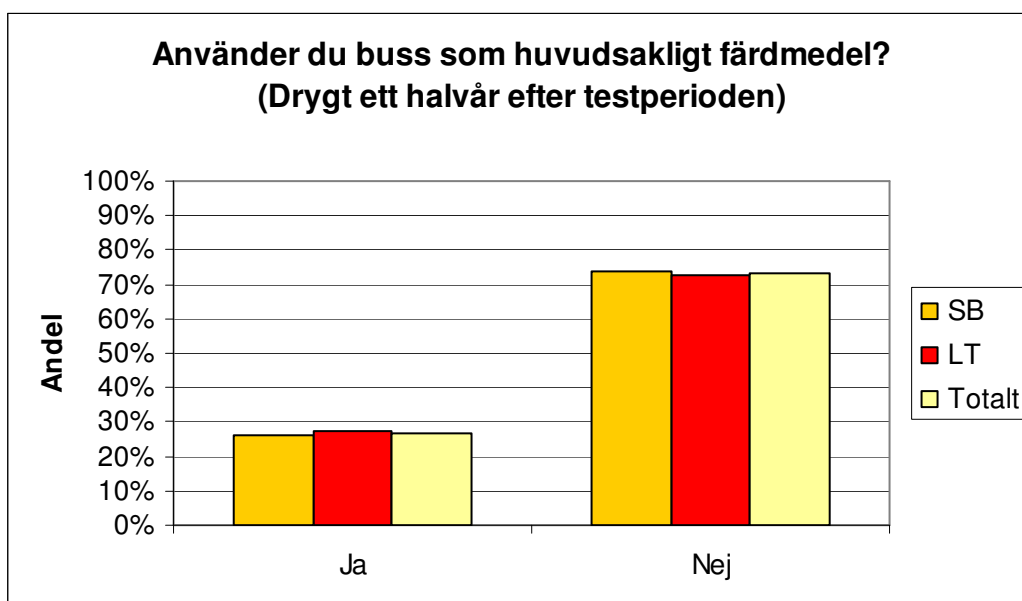


Diagram 21. Användandet av buss som huvudsakligt, minst 50 % av resorna, färdmedel ett drygt halvår efter testperioden

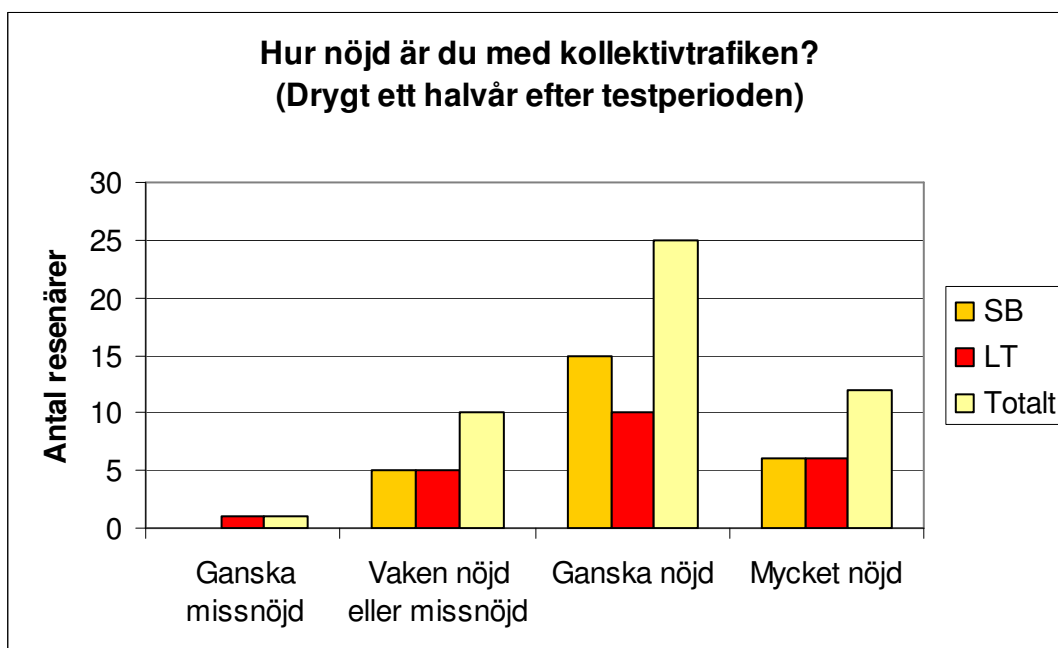


Diagram 22. Hur nöjda testresenärerna är med kollektivtrafiken ett drygt halvår efter testperioden. Fråga: om de inte använder sig av kollektivtrafiken – hur kan de då svara?

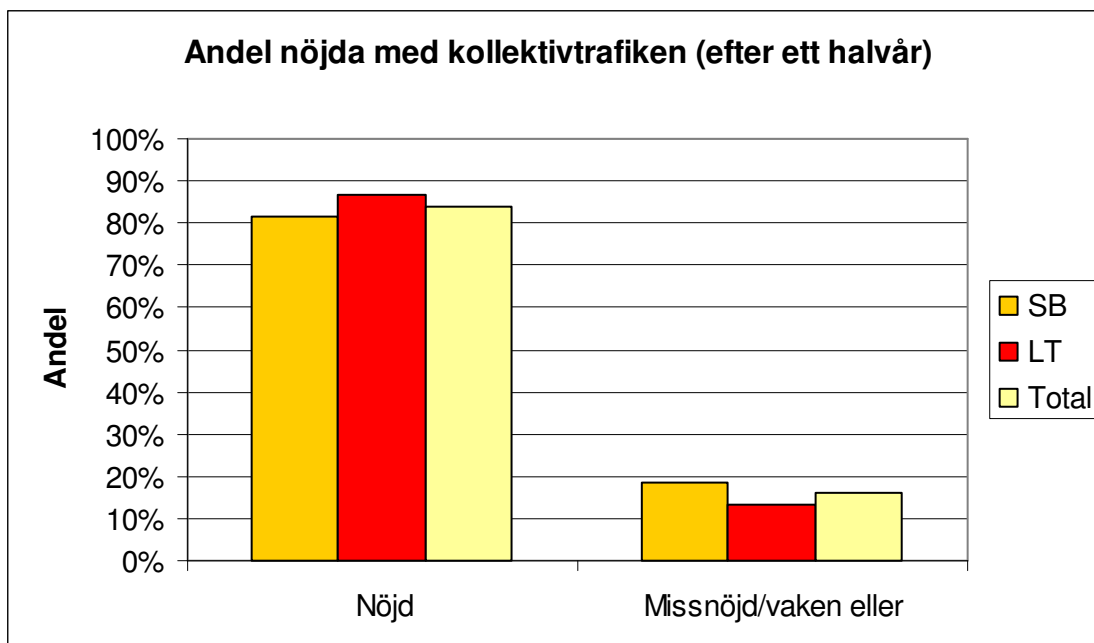


Diagram 23. Fördelningen av nöjda kontra neutrala/missnöjda

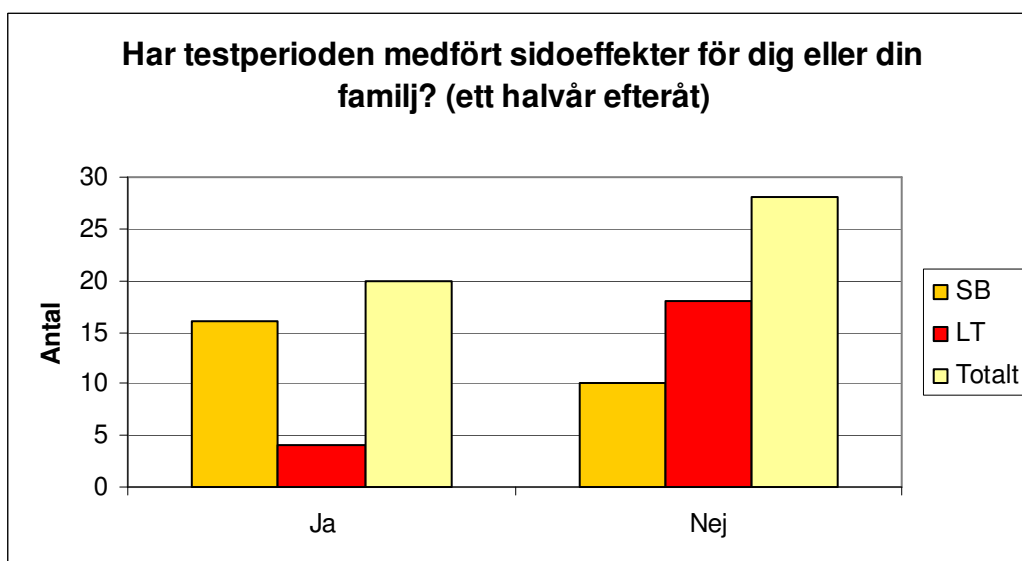


Diagram 24. Om testperioden medförde några sidoeffekter för testresenärerna eller deras familjemedlemmar ett halvår efter.

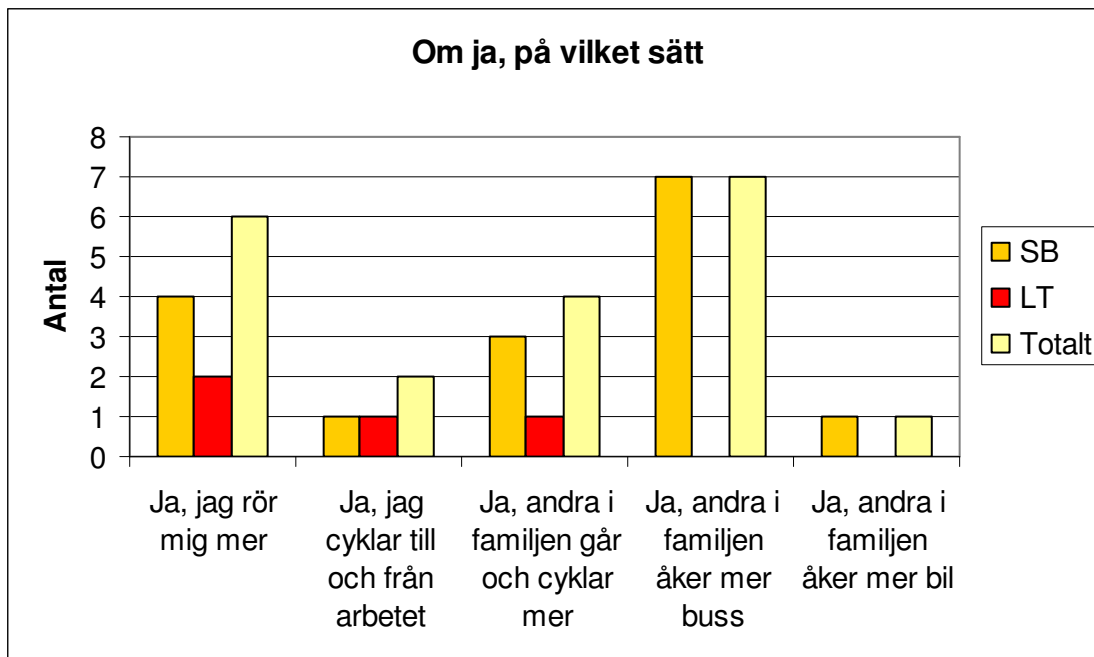


Diagram 25. Hur sidoeffekterna slog hos testresenärerna eller deras familjer ett halvår efter testperioden.

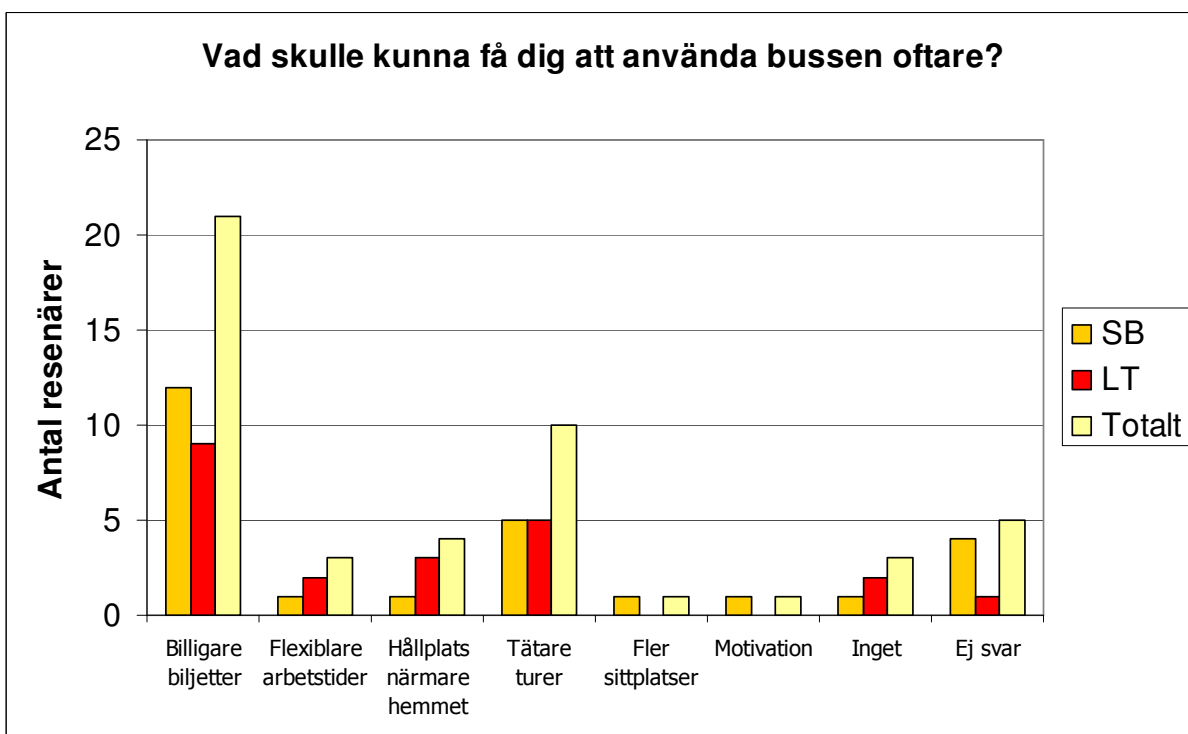


Diagram 26. Vad, om något, som skulle kunna få testresenärerna att åka mera buss ett halvår efter testperioden.

Jämförelser mellan de olika tidsperioderna

Nedan följer några diagram, vilka beskriver hur förändringar i testresenärernas transportsätt har förändrats före, under och efter testperioden.

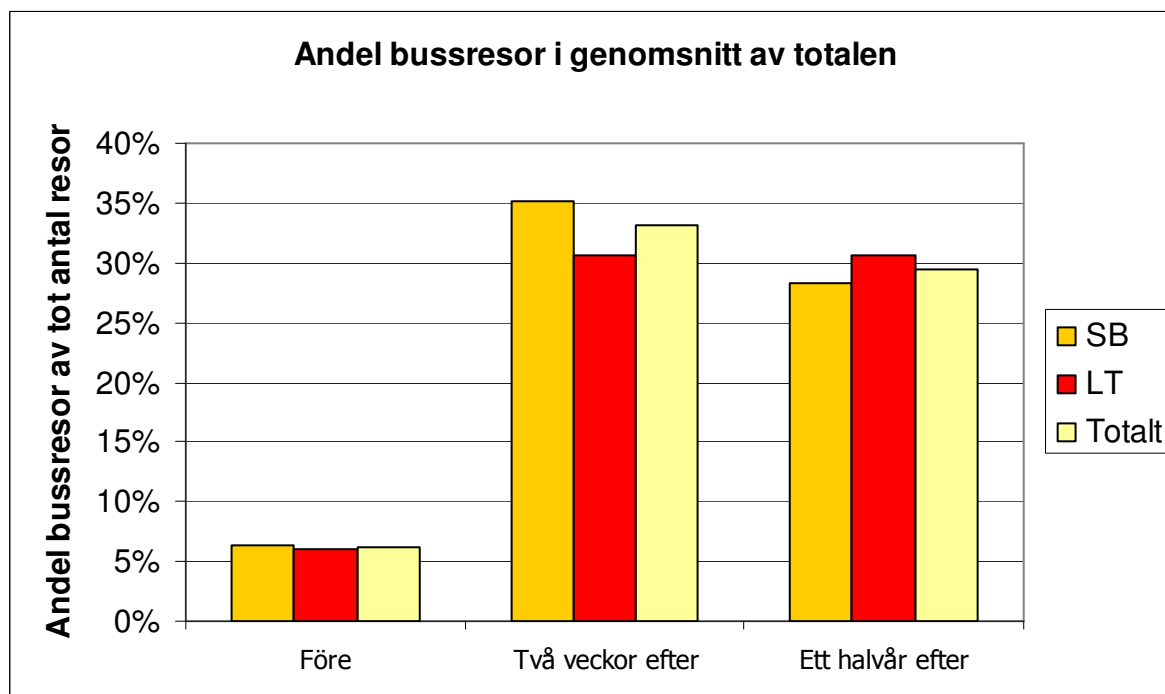


Diagram 27. Hur andelen bussresor i genomsnitt av det totala antalet resor har förändrats från före testperioden och efter densamma.

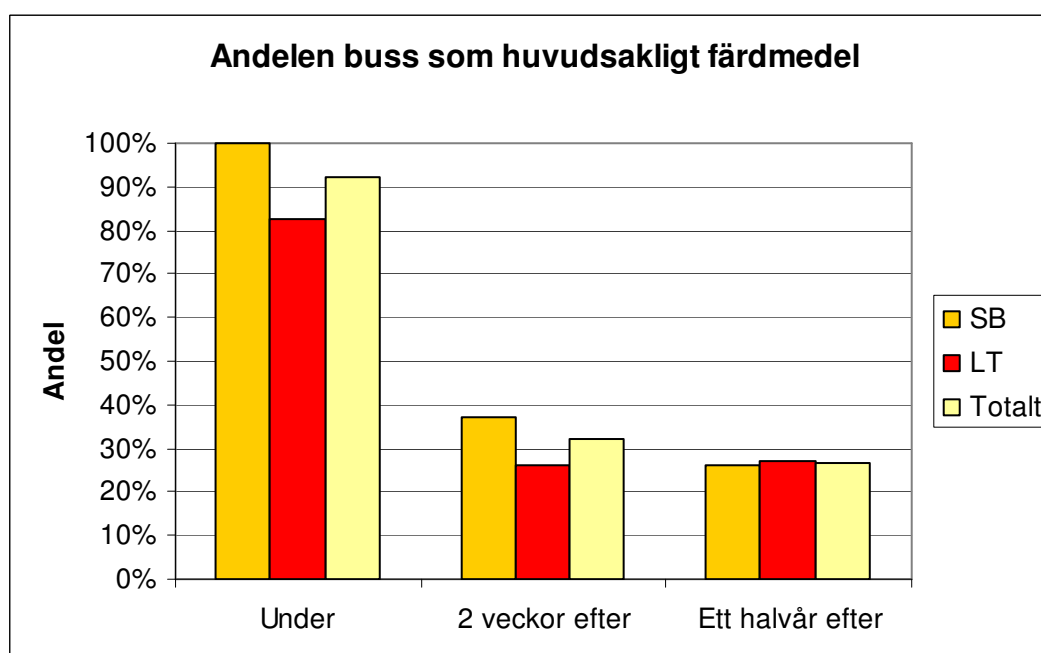


Diagram 28. Andelen testresenärer som använde sig av buss som huvudsakligt, minst 50 % av resorna, färdmedel under och efter testperioden.

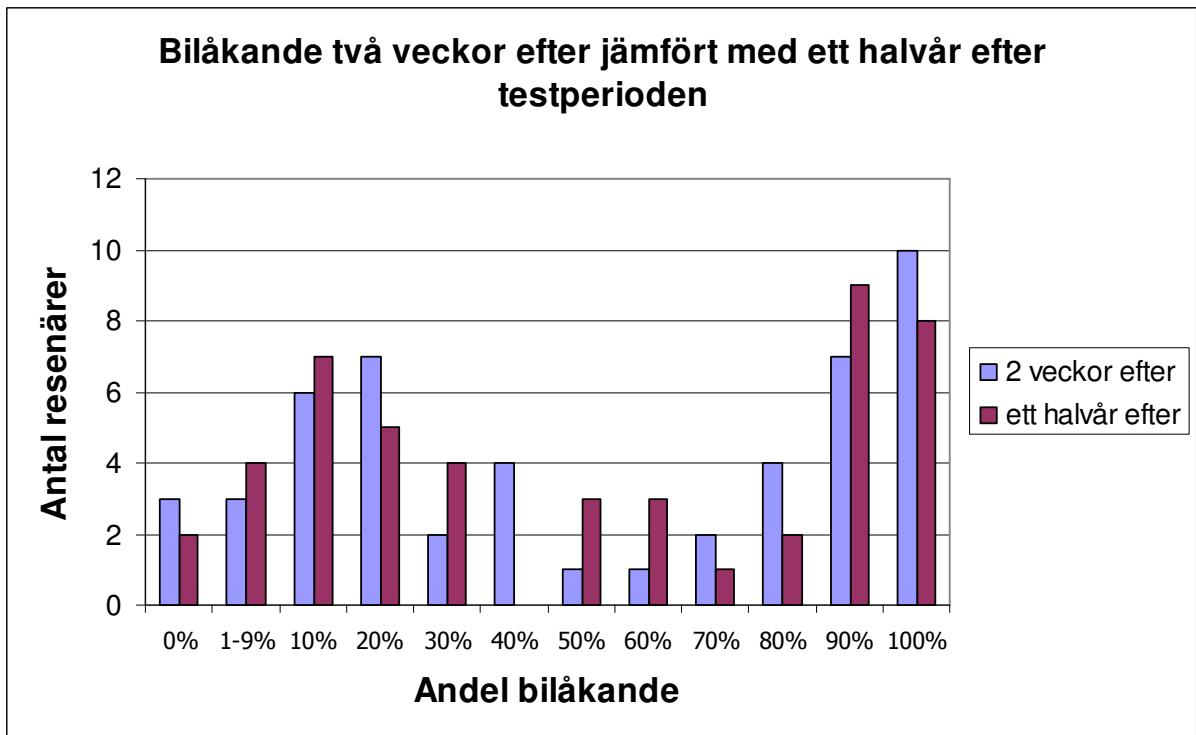


Diagram 29. Hur andelen bilåkande har förändrats två veckor efter jämfört med ett drygt halvår efter det att testperioden hade avslutats.

Utvärdering

Av SUMOns åtta målsättningar uppnåddes fem. Det genomfördes en annonsering via Landstingets hemsida, vilket uppfyllde målet. Målsättningen att få två stycken inslag i media misslyckades då det inte blev något överhuvudtaget. Det blev 167 anmälningar om att få delta i kampanjen och detta överträffade målet om 100 personer. Av de önskvärda 60 deltagarna blev det 52, varav 49 slutförde kampanjen, vilket inte nådde målet.

Målet om att minst 80 % av testresenärerna skulle använda sig av buss som huvudsakligt färdmedel till och från arbetet uppfylldes då 92 % av testresenärerna gjorde det (av dem som lämnade in sina resedagböcker). Då det var 84 % som var nöjda med kollektivtrafiken två veckor efter testperiodens slut och 77 % ett drygt halvår efter densamma uppfylldes målet om att 80 % skulle vara nöjda. Målet att minst hälften av testresenärerna skulle använda sig av kollektivtrafiken som huvudsakligt färdmedel ett halvår efter testperiodens slut uppfylldes inte då endast 27 % av dem gjorde det. Vilket var en nedgång ifrån den förra omgången (nr 3) då 32 % använde sig av buss vid sina resor till och från arbetet ett halvår efter den testperioden. En förklaring till detta kan vara att Länssjukhuset har en del personal som jobbar på tider (skift och helg) när busstrafiken inte överensstämmer med deras arbetstider.

När det gäller målet om att reducera de fossila CO₂-utsläppen med 5 000 kg/år uppnåddes detta då den sammanlagda minskningen beräknades uppgå till drygt 21 800 kg/år.

Vid jämförelse av utvärderingarna som är gjorda två veckor efter avslutad testperiod respektive ett drygt halvår efter är de mycket lika varandra. Vilket leder till slutsatsen att personer kan lära sig en vana på en månad och sedan hålla fast vid den. Har man däremot inte lyckats övertyga dem från början kan det bli svårt att göra det sedan.

Långtidsutvärderingen som var tänkt att ske ett halvår efter avslutad testperiod förlängdes i upp till nio månader efter, beroende på när testresenärerna avslutade sin period till dess att enkätsvaren kom in. Som det var sagt från början skulle testperioden ske under februari-mars och långtidsutvärderingen i oktober. Några få av svaren på enkäten kom inte in förrän i december, vilket ledde till att långtidsutvärderingen sträcktes ut. Resultaten presenteras dock som ett drygt halvår efter perioden. I realiteten kom de flesta enkätsvaren in sju månader efter det att testperioden hade avslutats.

Även om inte alla mål uppfylldes anses kampanjen ha varit lyckad då deltagarna överlag har varit positiva och det har skett en förändring av en dels resvanor till att åka mera buss. Detta kan inspirera personer i deras omgivning att göra detsamma.

Bilaga 1. Kampanjmaterial



östersund.se



Startsida Barn/Utbildning Bo/Leva Fritid/Kultur Politik/Inflytande Stöd/Omsorg/Vård Näringsliv

Ange sökord --- Vem är du? --- --- Vad söker du? ---

Du är här: [Startsida](#) | [Om kommunen](#) | [Miljöarbetet](#) | [Grön Trafik](#) | [Testresenär](#)

E-tjänster

Blanketter, ansökningar, självbetjäning

Innehåll

- ADORE IT
- Arkiv
- Bilpooler
- Biogas
- Cykling
- EcoDriving & Sparcoach
- Elbilar
- Europeiska Trafikantveckan
- Grön Trafik
- Grön Trafik gamla webben
- Historik
- Miljöfordon
- Seminarier
- Testresenärprojektet 2010
- Vandrande/cyklande skolbuss
- Vintertrampare

Redo för nya vanor? Bussresenärer sökes!

- Vill du slippa leta parkeringsplats?
- Vill du få mer egen tid?
- Vill du få extra vardagsmotion?

Vi söker 60 personer som är redo att ändra sitt livsmönster och bli våra testresenärer under februari månad. Om du har Sjukhuset som arbetsplats och kan tänka dig att busspendla istället för att åka bil till och från arbetet, är du den vi söker.

När du reser kollektivt slipper du leta parkeringsplats och betala dyra avgifter. Dröm dig bort, planera dagen eller bara reflektera en stund medan din chaufför ser till att du når ditt mål längs resvägen. Aktuell forskning visar dessutom att den som reser kollektivt rör sig i snitt fyra gånger mer än den som åker bil, samtidigt som klimatpåverkan minskar.

Testperioden är februari månad och du får ett busskort av oss. Enda motkravet är att du skriver på ett avtal om att låta bilen vila, bokför dina resor samt svarar på enkäter som vi skickar.

Nu är intresseanmälan stängd då vi har fått tillräckligt med anmälda testresenärer.

[Kampanjaffisch](#) (pdf, 1 MB)

Frågor?

Kontakta [Stadsbussarna](#)
Kontakta [Länstrafiken](#)



TESTRESENÄR SÖKES
FRITT BUSSKORT I EN MÅNAD



Måndag 9 Augusti
Väder: Östersund
16°
18° / 14°
@klart.se, Foreca [Mer >>](#)

[Skriv ut sidan](#)
[Lägg till i "Mina favoriter"](#)
[Så fungerar Mina favoriter](#)

Om Kommunen

Om Östersund

Turistinformation

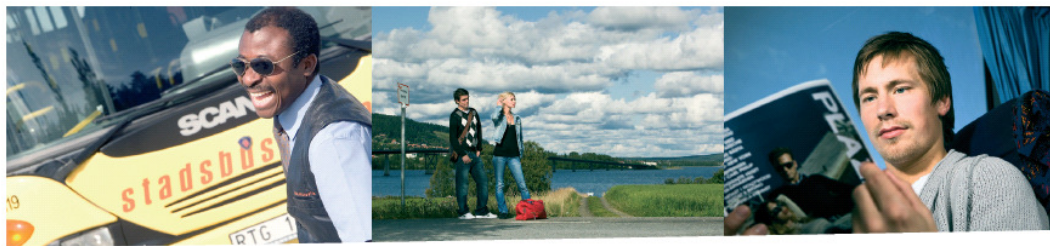
Kontakt

Pressrum

Lämna synpunkter
Serviceklarationer

Miljö

Kampanjsida på Östersunds kommuns hemsida.



REDO FÖR NYA VANOR? BUSSRESENÄRER SÖKES!

VILL DU SLIPPA LETA PARKERINGSPLATS?
VILL DU FÅ MER EGEN TID?
VILL DU FÅ EXTRA VARDAGSMOTION?

Vi söker 60 personer som är redo att ändra sitt livsmönster och bli våra testresenärer under en månad. Om du har Sjukhuset som arbetsplats och kan tänka dig att busspendla istället för att åka bil till och från arbetet, är du den vi söker.

När du reser kollektivt slipper du leta parkeringsplats och betala dyra avgifter. Dröm dig bort, planera dagen eller bara reflektera en stund medan din chaufför ser till att du når ditt mål längs resvägen. Aktuell forskning visar dessutom att den som reser kollektivt rör sig i snitt fyra gånger mer än den som åker bil, samtidigt som klimatpåverkan minskar.

Testperioden är en månad och du får ett busskort av oss. Enda motkravet är att du skriver på ett avtal om att låta bilen vila, bokför dina resor samt svarar på enkäter som vi skickar.

ANMÄL DITT INTRESSE PÅ WWW.OSTERSUND.SE/TESTRESENAER



Marknadsföringsaffisch

Testresenär februari 2010

Information/Avtal

Så här går det till...

- ✓ Du får ett buskort värt 610 kr av oss.
- ✓ Du bli dessutom **Värdekund** hos Stadsbussarna. Detta innebär att du får ditt kort värdesäkrat och att du får ta del av information och erbjudanden från Stadsbussarna.

Detta förbinder du dig att göra...

- ✓ Du lämnar bilen hemma under testperioden och använder bussen som huvudsakligt färdmedel till och från arbetet under perioden (Bilen får användas i undantagsfall, dock max tre gånger under perioden).
- ✓ Du besvarar tre enkäter, en i mitten av testperioden, en 2 veckor efter testperioden samt en enkät ett halvår efter testperioden. Enkäterna fyller du i på nätet, vi skickar ett mail med en länk till dig när det är dags att besvara enkäterna.
- ✓ Du noterar hur du reser under testperioden (se Resedagbok baksidan) och fyller i Resedagboken digitalt på nätet efter avslutad testperiod.
- ✓ Vår förhoppning är att du även efter testperioden fortsätter att åka buss, då använder du kortet som du fått av oss.

Övrig info

- ✓ Kortet är ett 30-dagarskort och fungerar så att du kan åka hur mycket du vill under 30 dagar med Stadsbussarna. Dagar börjar räknas från första dagen du använder kortet. Efter testperioden kan du, om du vill, göra om kortet till ett tankkort. Detta gör du på bussterminalen.
- ✓ Vi följer upp hur kortet används under och efter testperioden.
- ✓ För information om Tider och Priser ring 0771-100 110. Besök gärna Stadsbussarnas hemsida www.stadsbussarna.se

Vid frågor, kontakta Karin Axén på 063-16 12 45 eller karin.axen@stadsbussarna.se

.....

Härmed intygar undertecknad att jag under 30 dagar kommer att lämna bilen hemma och istället nyttja kollektivtrafiken som mitt huvudsakliga färdmedel mellan bostaden och arbetet. Jag har läst igenom och godkänner villkoren för kampanjen.

Östersund den

Klimat Diplom

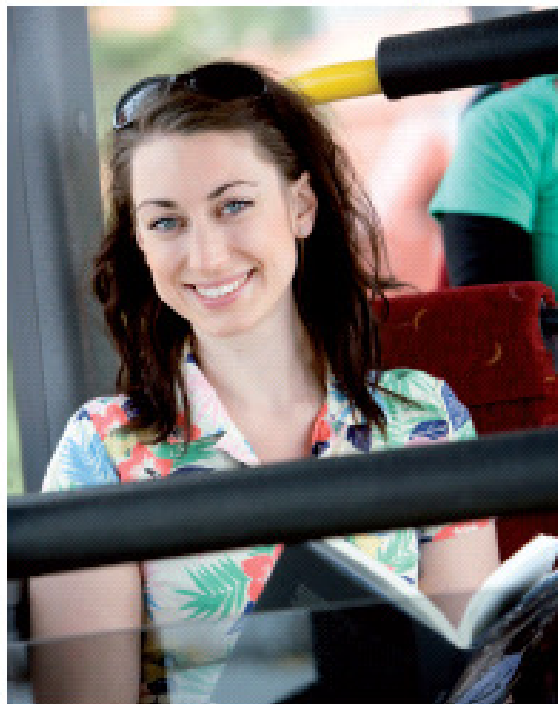


Foto: Sandra Petroni fotografiska.se

Genom Landstingets deltagande i
Testresenårsprojektet har ni minskat
koldioxidutsläppen med 4515 kg



Lycka till som fortsatt klimattrafikant!

Projektledare Testresenär

Klimatdiplom till Landstingets miljöchef.

Aktivitetsplan 2009 - 2010

Testresenär

| Aktivitet | November | | | | 45 | | | | 46 | | | | 47 | | | | 48 | | | | 49 | | | | | | | | | |
|-----------|----------|---|---|---|----|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | S | M | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | M |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Möte m projekgruppen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Möte med Landstinget | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Aktivitet | December | | | | 50 | | | | 51 | | | | 52 | | | | 53 | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|----------|---|---|---|----|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Monter vid entréen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Intranät (intresseväckare, anmälan) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Info via mail/postfack | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fikarum / omklädningsrum (Anslag) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Personal möte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Aktivitet | Januari | | | | 2 | | | | 3 | | | | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Monter vid entréen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Intranät | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fikarum / omklädningsrum (Anslag) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Personal möte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gerilla Personal P-platser | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rekryteringsaktivitet i entréen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Utsällning av kandidater | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Utlämning av kort & påskrift av avtal på Sjukhuset | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Aktivitet | Februari | | | | 6 | | | | 7 | | | | 8 | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | M | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Testperiod | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Enkät 1 genomförs digitalt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Påminnelse till de som inte genomfört Enkät 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Aktivitet | Mars | | | | 10 | | | | 11 | | | | 12 | | | | 13 | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|------|---|---|---|----|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | M | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | M | T | O | T | F | L | S | M | T | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Testperiod | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Enkät 2 genomförs digitalt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Påminnelse till de som inte genomfört Enkät 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Skicka ut klimat/hälsodiplom | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Bilaga 2. Aktivitetsplan, vilken beskriver vad som ska göras när och Kommunikationsplan, vilken följer nedan.

Kommunikationsplan för Testresenärer Sjukhuset 2009

Författare av kommunikationsplanen: Sara Carlemår, Samba Marknad AB

Kontaktperson:

Anne Sörensson, Grön Trafik

Östersunds Kommun

Bakgrund

Östersunds Kommun, Länstrafiken, Stadsbussarna & Jämtlands Läns Landsting kommer att genomföra ett testresenärsprojekt på Sjukhuset i Östersund. Anne Sörensson från Grön Trafik är utsedd projektledare.

Syfte

Syftet med kommunikationsplanen är att säkerställa att alla berörda vet vad som kommer att ske, vilken kommunikation som kommer att gå ut samt vilka praktiska delar som kommer att beröra vilka personer. Planen ska även säkerställa att alla kommunikationsinsatserna sker vid rätt tidpunkt och med rätt budskap.

Kommunikationsmål

Mätbara mål. Kommunikationsinsatsen ska generera ett visst resultat.

- Minst 60 st och max 100 st deltagare i testresenärsperioden, 30-50 för Länstrafiken & 30-50 för Stadsbussarna.
- 2 pressklipp
- Bidra till att stärka attityden till att resa kollektivt.

Taktik

Hur gör vi för att nå målen och på vilket sätt når vi mest effektivt ut med vårt budskap?

- För att vi ska bli framgångsrika i aktiviteten förankrar vi budskap & aktiviteter internt inom våra olika organisationer, innan vi går ut externt.
- Vi kommunicerar med samma grafiska profil och ett enhetligt budskap i alla kanaler.
- Vi följer planen och är konsekventa och sammansvetsade.

Kommunikationsmålgrupper

Vi vill investera i kommunikation för att nå dessa målgrupper

Målgrupper för intern kommunikation.

Primär

- Medarbetare på Länstrafiken & Stadsbussarnas kontor
- Medarbetare på Grön Trafiks kontor

Sekundär

- Länstrafiken styrelse

Målgrupper för marknadskommunikation

Primär

- Kvinnor & män 20-39år som arbetar på Östersunds Sjukhus, som reser med bil till sitt arbete idag och bor inom Östersunds tätort eller längs linjerna Krokomb, Ås, Lit, Brunflo.

Sekundär

- Kvinnor & män över 40 med samma förutsättningar som ovan.

Målgrupper för pressbearbetning

- Lokalmedia

Integrerad aktivitetsplan

Den integrerade aktivitetsplanen består av planer för:

Intern kommunikation

Marknadskommunikation

Pressbearbetning

Exempel på aktiviteter (pricka även in aktiviteterna i den grafiska aktivitetsplanen).

Internkommunikation

| KANAL | VEM/VILKA pratar vi med? | VAD | NÄR klart | VEM ansvarar |
|----------------------|--------------------------|-----|-----------|--------------|
| Mail | | | | |
| Chefsinformatio n | | | | |
| Intranätet | | | | |

Externkommunikation

| KANAL | VAD / BUDSKAP | SYFTE | LEVERANS (Impact, räckvidd, frekvens) | NÄR klart | VEM ansvarar |
|-------------------------------|---|---------------|--|-----------|--------------|
| Sjukhusets entré | Monter i entrén under en månad | Införsäljning | Frekvens | v 51 | Sara |
| Intranät | Intresseväckare, information & hänvisa till intresseanmälan | Införsäljning | Räckvidd | v 51 | Sara |
| Fikarum / omklädningsrum | Intresseväckare, information & hänvisa till intresseanmälan. Vem kan sätta upp? | Införsäljning | Räckvidd | v 51 | |
| Personal P-platser | ”Trycka” budskap på bilrutor / lappa bilar | Införsäljning | Impact | v 2 | Sara |
| Sjukhusets entré | Rekryteringsaktivitet | Införsäljning | Impact | v 2 | |
| Informationsblad & resedagbok | ”Så här går det till...” informationsblad | Information | | v 2 | Karin |
| Klimat / hälsodiplom | Skickas ut till samtliga deltagare ev. internt med Landstingspost. | Bekräftelse | | v 13 | |

Pressbearbetning

| Kanal | Känna till, kunna, tycka, göra | Vem/vilka pratar vi med? | Klart datum | Ansvarig person |
|-------------------|--------------------------------|--------------------------|-------------|-----------------|
| Pressmeddelande 1 | | | | |
| Pressmeddelande 2 | | | | |

Presstalesmän

Presstalesmän / kontaktpersoner:

Xx

Relevanta budskap

Vilken infallsvinkel kan kommunikationen ha? Vad ska den bygga på? Prioritera bland alla produktgenskaper och rekommendera den mest relevanta kundnyttan.

Exempel på tidigare formulering: Grön Trafik söker nu femtio personer från kommunförvaltningen som kan tänka sig att busspendla istället för att åka bil till och från arbetet. Testperioden är en månad och du får ett busskort av oss. Enda motkravet är att du skriver på ett avtal om att låta bilen vila, bokför dina resor samt svarar på enkäter som vi skickar. Det finns många fördelar med att åka buss. Exempelvis rör sig bussresenären i snitt fyra gånger mer i jämförelse med bilåkaren. Krånglet med parkeringsavgifter förvandlas till ett avlagset minne och miljöpåverkan minskar vanligtvis med 75 procent.

Nya vinklar

PERSONLIGT KLIMAT - BÄTTRE HÄLSA

Tid för reflektion, vardagsmotion, tid till annat / egen tid.

Att åka kollektivt ger bättre hälsa

Aktuell forskning visar att den som åker kollektivt rör sig i genomsnitt fyra gånger längre sträcka per dag än den som åker bil. Forskare rekommenderar 30 minuters sammanlagd fysisk aktivitet under dagen, spridd under kortare perioder. Detta förebygger folksjukdomar som hjärt- och kärlsjukdomar, diabetes typ, högt blodtryck m.fl. Källa: SLTF Svenska Lokaltrafikföreningen

BÄTTRE MILJÖ

Kollektivtrafik är bra för miljön.

Ett viktigt mål för Sverige är att skapa ett uthålligt transportsystem. Att åka kollektivt ger oftast mindre miljöpåverkan än att åka bil. Om man jämför de avgasutsläpp som kan värderas samhällsekonomiskt visar det sig att den sammanlagda miljöpåverkan per bussresenär bara är ca 60% av bilresenärens på landsbygd. Källa: SLTF Svenska Lokaltrafikföreningen

Namn på produkten / tjänsten.

- Tidigare "testresenärer"
- Nu ? Livsmönster, livspusslet, nya vanor, efterlysning

Sållningsfrågor till testresenärer Omgång 4

NAMN:

Postadress:

E-post:

Kan vi skicka enkäter till din e-postadress (som du regelbundet använder) Svar _____

Tel. jobb:

Tel. hem:

Ålder:

Arbetsplats:

I vilken utsträckning arbetar du?

- a. 100%
- b. 75%
- c. 50%
- d. 25%
- e. <25%

Vilka arbetstider har du vanligast, (det går att kryssa flera alternativ)?

- a Dag
- b Kväll
- c Natt

Ungefär hur många kilometer har du till arbetet med bil (enkel resa)?

_____ kilometer

**1. Hur stor andel av dina arbetsresor sker med bil? (välj något av följande alternativ
OBS alt B är lathund och gäller vid heltidsarbete)**

A

- a 0%
- b. 10%
- c. 20%
- d. 30%
- e. 40%
- f. 50%
- g. 60%
- h. 70%
- i. 80%
- j. 90%
- k.100%

B

- 0,5 gånger/vecka(OBS används vid heltid och 10resor/arbvecka)
- 1 gånger/vecka
- 1,5 gånger/vecka
- 2 gånger/vecka
- 2,5 gånger/vecka
- 3 gånger/vecka
- 3,5gånger/vecka
- 4 gånger/vecka
- 4,5 gånger/vecka
- 5 gånger/vecka

2. Ungefär hur mycket betalar du för bilparkering på jobbet per månad?

Svar:

3. Hur lång tid tar det för dig, att komma till arbetet med bil (dörr till dörr)?

Svar:

4. Hur stor andel av dina resor till och från jobbet har du åkt kollektivtrafik det senaste året?

- a. 0%
- b. 1-9%
- c. 10%
- d. 20%
- e. 30%
- f. 40%
- g. 50%
- h. 60%
- i. 70%
- j. 80%
- k. 90%
- l. 100%

5. (Vet du något om bussförbindelserna idag? Tror du att busstiderna fungerar för dig?)
(Gå igenom busstiderna kopplat till arbetstiderna för personen och gör en rimlighetsanalys)

Tack för dina uppgifter, vi kommer att kontakta er om ni blir utvald som testresenär.

Bilaga 4. Enkät 1

Enkät 1 - Testresenärer på Länstrafiken

Namn *

E-postadress, OBS! All kommunikation kommer att ske via e-post *

Nu när du har börjat åka kollektivt till och från arbetet, hur lång tid tar det för dig, från dörr till dörr med kollektivtrafiken? (minuter) *

Går bussarna på tider som passar dig? *

- Ja
 Nej

Om nej, hur skulle du vilja att tidtabellen förändrades?

Vilket är det viktigaste sättet för dig att få information om Länstrafiken avgångstider? *

- Ficktidtabell
 Hämta tidtabellen på Länstrafikens hemsida
 Ladda hem tidtabellen via mobilen
 Få information om avgångstider vid hållplatsen
 Använda Reseplaneraren på hemsidan

Vad kostar en enkel resa till ditt arbete med Länstrafiken? (Gå in på vår hemsida www.ltr.se om du inte redan vet)

Med enkelbiljett (kr/resa) *

Med Best Pricekort (kr/resa) (Priset avgörs av resans längd och hur ofta du åker, beräkna det ungefärliga priset per resa. Tips: På Länstrafikens hemsida www.ltr.se finns prisexempel för Best Price. *

Med 30-dagars Länskort (kr/resa, beräkna det ungefärliga priset per resa) *

Vad kostar din bil att köra enkel väg till jobbet? (kr/resa)
Använd gärna bilkalkylen på konsumentverkets hemsida, följ länken längst ned på sidan! *

Hur har kollektivtrafiken motsvarat dina förväntningar? *

| | | | | | | |
|------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | Mycket bättre | Bättre | Något bättre | Något sämre | Sämre | Mycket sämre |
| Svar | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Vad har varit mest fördelaktigt med att åka kollektivt till och från arbetet? *

Finns det något du saknar från den tiden du åkte bil till och från arbetet? *

Skicka in svar

[Länk till Bilkalkylen](#)

www.konsumentverket.se/sv/bilar/Bilkalkylen/

Enkäten finns i en lite ändrad version för stadsbussarna, men frågorna har samma innebörd.

Enkät 2 - Testresenärer på Länstrafiken 2010

[Svara](#) [Deltaqare](#) [Utskick](#) [Lämnade svar](#) [Statistik](#)

[Enkät](#)

Nedan visas en förhandsgranskning av enkäten så som den kommer att se ut för besökarna.

Namn *

Hur stor andel av dina resor till och från arbetet gör du med kollektivtrafik, nu när testperioden är slut? (För hjälp, se lathund längst ned på sidan) *

- 0%
- 1-9%
- 10%
- 20%
- 30%
- 40%
- 50%
- 60%
- 70%
- 80%
- 90%
- 100%

Hur stor andel av dina resor till och från arbetet gör du med bil, nu när testperioden är slut? (För hjälp, se lathund längst ned på sidan) *

- 0%
- 1-9%
- 10%
- 20%
- 30%
- 40%
- 50%
- 60%
- 70%
- 80%
- 90%
- 100%

Har testperioden medfört andra sidoeffekter för dig eller din familj (under testperioden)? *

- Ja, andra i familjen cyklar och går mer
- Ja, andra i familjen åker mer buss
- Ja, andra i familjen åker mer bil
- Ja, jag rör mig mer
- Nej
- Annat

Har testperioden medfört andra sidoeffekter för dig eller din familj (efter testperioden)? *

- Ja, andra i familjen cyklar och går mer
- Ja, andra i familjen åker mer buss
- Ja, andra i familjen åker mer bil
- Ja, jag rör mig mer
- Nej
- Annat

Om du inte fortsatt att använda bussen som huvudsakligt färdmedel till och från arbetet efter testperioden, vad skulle få dig att börja använda bussen igen? *

- Flexiblare arbetstider
- Billigare bussbiljetter/busskort
- Tätare turer
- Hållplats närmare hemmet
- Hållplats närmare arbetet
- Färre byten
- Bättre punktlighet/ pålitlighet
- Inget
- Annat

Hur nöjd är du sammanfattningsvis med kollektivtrafiken? *

Mycket missnöjd Ganska missnöjd Varken nöjd eller missnöjd Ganska nöjd Mycket nöjd

Svar

LATHUND FÖR ANDEL RESOR (Vid normal femdagarsvecka)

- 1 enkel resa/vecka = 10%
- 2 enkla resor/vecka = 20%
- 3 enkla resor/vecka = 30%
- 4 enkla resor/vecka = 40%
- 5 enkla resor/vecka = 50%
- 6 enkla resor/vecka = 60%
- 7 enkla resor/vecka = 70%
- 8 enkla resor/vecka = 80%
- 9 enkla resor/vecka = 90%
- 10 enkla resor/vecka = 100%

Långtidsutvärdering - Testresenärer på Stadsbussarna 2010

[Svara](#) [Deltaqare](#) [Utskick](#) [Lämnade svar](#) [Statistik](#) [Enkät](#)

Nedan visas en förhandsgranskning av enkäten så som den kommer att se ut för besökarna.

Namn *

Hur stor andel av dina resor till och från arbetet gör du med kollektivtrafik, nu ett halvår efter testperioden? (För hjälp, se lathund längst ned på sidan) *

[Välj alternativ] ▼

Hur stor andel av dina resor till och från arbetet gör du med bil, nu ett halvår efter testperioden? (För hjälp, se lathund längst ned på sidan) *

[Välj alternativ] ▼

Har testperioden medfört andra sidoeffekter för dig eller din familj (såhär ett halvår efter testperioden)? *

- Ja, andra i familjen cyklar och går mer
- Ja, andra i familjen åker mer buss
- Ja, andra i familjen åker mer bil
- Ja, jag rör mig mer
- Nej
- Annat

Om du inte fortsatt att använda bussen som huvudsakligt färdmedel till och från arbetet efter testperioden, vad skulle få dig att börja använda bussen igen? *

- Flexiblare arbetstider
 - Billigare bussbiljetter/busskort
 - Tätare turer
 - Hållplats närmare hemmet
 - Hållplats närmare arbetet
 - Färre byten
 - Bättre punktlighet/ pålitlighet
 - Inget
-

Hur nöjd är du sammanfattningsvis med kollektivtrafiken? *

- Mycket Ganska Varken Ganska Missnöjd
nöjd nöjd nöjd missnöjd
eller
missnöjd
- Svar

Har du samma pendlingssträcka nu som under testperioden?
(dvs du har ej flyttat eller bytt jobb) *

- Ja
 Nej

Om nej, hur ser din nya pendlingssträcka ut

Om du bytt resväg, har kollektivtrafiken blivit bättre, sämre eller
oförändrad

Övriga synpunkter

**LATHUND FÖR ANDEL RESOR
(Vid normal femdagarsvecka)**

- 1 enkel resa/vecka = 10%
 - 2 enkla resor/vecka = 20%
 - 3 enkla resor/vecka = 30%
 - 4 enkla resor/vecka = 40%
 - 5 enkla resor/vecka = 50%
 - 6 enkla resor/vecka = 60%
 - 7 enkla resor/vecka = 70%
 - 8 enkla resor/vecka = 80%
 - 9 enkla resor/vecka = 90%
 - 10 enkla resor/vecka = 100%
-

Table with columns A-AC and rows 1-57. Header row 1: Effektberäkning Testresenärskampanjen Omgång 4. Sub-headers include: Fekorro, Fekorro, Skiffblad, Skiffblad, StöZaka, Besättningen, Antal, och Skiffblad; Effekt under testperiod; Total emission; Reduktion; and Resultat för. Rows 2-57 contain detailed numerical data for various test scenarios (LT, SP) with columns for parameters like fuel type, power, speed, fuel consumption, CO2 emissions, and other performance metrics.

Bilaga 7. Effektberäkning av testresenärsomgång 4