


# Etatsprosjekt

i Statens vegvesen

Holdninger og transportmiddelvalg – en litteraturstudie

TØI rapport 512/2001

# Kollektiv transport



Guro Berge  
Astrid H. Amundsen



**TØI rapport  
512/2001**

# **Holdninger og transportmiddelvalg**

**En litteraturstudie**

**Guro Berge  
Astrid H. Amundsen**

ISSN 0802-0175  
ISBN 82-480-0191-1

Oslo, juni 2001

---

**Tittel:** Holdninger og transportmiddelvalg. En litteraturstudie

**Forfatter(e):** Guro Berge; Astrid Helene Amundsen

TØI rapport 512/2001  
Oslo, 2001-06  
63 sider  
ISBN 82-480-0191-1  
ISSN 0802-0175

**Finansieringskilde:**

Statens vegvesen Vegdirektoratet (Etatsprogram for kollektivtransport)

**Prosjekt:** 2535 Holdninger og transportmiddelvalg

**Prosjektleder:** Guro Berge

**Kvalitetsansvarlig:** Marika Kolbenstvedt

**Emneord:**

Holdninger; kollektivtransport; preferanser;

**Sammendrag:**

Fokuset i dette litteraturstudiet er rettet mot holdninger og to preferanser i forhold til transportmiddelvalg. I forbindelse med markedsføring av eksisterende og nye transport, kollektivtiltak, er det viktig at informasjonen når de customer kundegruppene en ønsker å nå. Dette krever en utstrakt and kjennskap til nåværende og potensielle kundegrupper. En utstrakt kjennskap til deres behov og ønsker til det kollektive tilbudet er også nødvendig.

---

**Title:** Attitudes and modal choice. A literature review

**Author(s):** Guro Berge; Astrid Helene Amundsen

TØI report 512/2001  
Oslo: 2001-06  
63 pages  
ISBN 82-480-0191-1  
ISSN 0802-0175

**Financed by:**

Norwegian Public Roads Administration

**Project:** 2535 Attitudes and modal choice

**Project manager:** Guro Berge

**Quality manager:** Marika Kolbenstvedt

**Key words:**

Attitude; public transport; preference;

**Summary:**

The focus in this study is aimed at attitudes and preferences

modal choice.

When marketing existing and future initiative in public

it is important that the information reach the group of

you want it to reach. This demands knowledge of present

potensiell groups of customers.

Knowledge about their needs and wishes concerning public transport is also necessary.

**Language of report:** Norwegian

---

Rapporten kan bestilles fra:  
Transportøkonomisk institutt,  
Gaustadalleen 21, 0349 Oslo  
Telefon 22 57 38 00 - [www.toi.no](http://www.toi.no)

---

The report can be ordered from:  
Institute of Transport Economics, The library  
Gaustadalleen 21, NO 0349 Oslo, Norway  
Telephone +47 22 57 38 00 - [www.toi.no](http://www.toi.no)

---

## Forord fra Statens vegvesen

*Gjennom St meld nr. 37 (1996-97) om Norsk veg- og vegtrafikkplan 1998-2007 og Stortingets behandling av denne ble Statens vegvesen tillagt et større planansvar for kollektivtransport. St meld nr. 46 (1999-2000) om Nasjonal transportplan 2002-2011 fastholder etatens nye rolle innen tilrettelegging for kollektivtiltak samt faglig veiledning og utvikling.*

*Med bakgrunn i St meld nr.37 opprettet Vegdirektoratet "Etatsprosjekt kollektivtransport", som et fire-årig FoU-program for Statens vegvesen for perioden 1998-2001. Den økonomiske rammen er på 15 mill. kr. Etatsprosjektet drives av Miljø- og samfunnsavdelingen i Vegdirektoratet.*

*Det er lagt vekt på et godt samarbeid med blant annet Jernbaneverket, Samferdselssjefenes kontaktutvalg, de nasjonale forskningsinstitusjonene og operatørene.*

*Vi legger vekt på å utvikle dokumentasjon fra prosjektet som skal være lett tilgjengelig ved hjelp av felles design på rapporter og en oppdatert hjemmeside der alle rapporter ligger.*

*Forskningsinstitusjoner, konsulenter og vegkontor er invitert til å komme med prosjektforslag innen fastlagte kriterier. Vegdirektoratet har i samråd med en referansegruppe antatt om lag 40 delprosjekter. Disse omhandler blant annet temaene holdninger og atferd, konkurranse- og samarbeidsflater, konsekvensanalyser, transportmodeller, bruk av geografiske informasjonssystemer, trafikkstyring, signalprioritering og knutepunktsutvikling..*

*Denne rapporten er en av om lag 40 delrapporter i etatsprosjektet.*

*Oslo, september 2000*

*Sidsel Sandelien*  
Sidsel Sandelien  
Etatsdirektør



# Forord

Denne rapporten er resultatet av et litteraturstudie knyttet til prosjektet «Holdninger og transportatferd». Hensikten med prosjektet er å få økt kunnskap om befolkningens holdninger til og preferanser i forhold til ulike transportmidler. Fokuset her er hovedsakelig nordiske studier. Målsetningen er å sammenfatte og utvikle kunnskap som kan komme Vegdirektoratet og vegkontorene til nytte i deres daglige forståelse og arbeid med kollektivtransport.

Rapporten er skrevet av geograf Astrid Amundsen og sosiolog Guro Berge. Guro Berge har vært prosjektleder. Avdelingsleder Marika Kolbenstvedt har vært ansvarlig for kvalitetssikringen og sekretær Trude Rømming har utført tekstbehandling og tilrettelagt for trykking.

Prosjektet er finansiert av Statens vegvesen Vegdirektoratet, gjennom etatsprogrammet for kollektivtransport. Kontaktpersoner i Statens vegvesen har vært Ole A Hagen og Toril Presttun.

Oslo, juni 2001

TRANSPORTØKONOMISK INSTITUTT

*Knut Østmoe*  
instituttssjef

*Marika Kolbenstvedt*  
avdelingsleder





# Innhold

## Sammendrag

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1 Innledning</b> .....   | <b>1</b>  |
| <b>2 Faktorer som kan påvirke transportmiddelvalget</b> .....         | <b>2</b>  |
| <b>3 Normative omgivelser</b> .....                                   | <b>6</b>  |
| 3.1 Innledning .....  | 6         |
| 3.2 Det moderne samfunnet .....                                       | 6         |
| 3.3 Bilismen som ideologi .....                                       | 7         |
| 3.3.1 Individualisme .....  | 7         |
| 3.3.2 Fart .....  | 8         |
| 3.3.3 Identitet .....   | 9         |
| 3.3.4 Felleskap .....   | 9         |
| 3.4 Utfordringer for kollektivtransporten .....                       | 10        |
| <b>4 Personlige omgivelser – Holdninger til transportmidler</b> ..... | <b>12</b> |
| 4.1 Bilen .....   | 12        |
| 4.2 Kollektivtransport .....  | 16        |
| 4.3 Ulike kollektivtransportmidler .....                              | 19        |
| <b>5 Avgjørende holdningsfaktorer</b> .....                           | <b>22</b> |
| 5.1 Reisetid .....  | 22        |
| 5.2 Tilgjengelighet .....   | 25        |
| 5.3 Pålitelighet .....  | 26        |
| 5.4 Komfort .....   | 27        |
| 5.5 Trygghet .....  | 28        |
| 5.6 Pris .....  | 28        |
| 5.7 Informasjon og service .....                                      | 28        |
| <b>6 Sammenheng mellom holdninger og handlinger</b> .....             | <b>30</b> |
| <b>7 Ulike segmenter i befolkningen</b> .....                         | <b>34</b> |
| 7.1 Holdningssegmenter .....  | 34        |
| 7.2 Livsstilsstudier .....  | 37        |
| <b>8 Avslutning</b> .....   | <b>41</b> |
| <b>9 Referanser</b> .....   | <b>43</b> |
| <b>Vedlegg 1: Oversikt over aktuell litteratur</b> .....              | <b>51</b> |



**Sammendrag:**

# **Holdninger og transportmiddelvalg. En litteraturstudie**

For å få et godt og markedstilpasset kollektivsystem er det ikke nødvendigvis nok å sørge for at folk kommer fort og billig fra start til mål når de trenger det. Kollektivsystemet har også en rekke egenskaper som er vanskelige å måle, men som kan ha stor betydning for hvordan folk reagerer på tilbudet. Disse egenskapene grupperes gjerne under samlebegreper som komfort, bekvemmelighet og servicenivå.

Kvalitative egenskaper som komfort, servicenivå og transportmiddelets symbolske mening er vanskelig å måle med enkle kvantitative mål som kroner og øre. Derfor brukes ofte dimensjoner som holdninger og preferanser, for å måle disse egenskaper ved transportsystemet. Hensikten med rapporten er å oppsummere og presentere resultater fra studier av holdninger og preferanser knyttet til persontransport.

Litteraturen som er gjennomgått er i hovedsak holdningsundersøkelser av befolkningen generelt og av ulike segmenter i befolkningen, "statet preference"-undersøkelser, ulike markedsanalyser, og evalueringer av kollektivtiltak. Fokus er rettet mot nordiske undersøkelser.

## **Holdninger til transportmidlene**

Når det gjelder holdninger til og opplevelsen av transportmidlene, viser undersøkelser både fra USA og Europa at folk er ganske enige om hva som er fordelene ved bilen i forhold til de kollektive transportmidlene.

Bilen oppfattes som et fleksibelt transportmiddel og forbindes med en frihetsfølelse. En kan reise hvor og når en vil, uten å ta hensyn til rutetabeller og faste trasèer. En kan reise alene, høre på radio, diskutere uhemmet med eventuelle passasjerer eller gjøre andre private ting som en ellers gjør hjemme. Undersøkelser viser også at for mange er bilen et ideal og den har blitt et symbol på glede, fart, styrke, frihet og framgang. Negative holdninger til bilbruk er først og fremst knyttet til er at det er vanskelig å parkere, og at mange finner kjøring plagsomt.

Fordelene som fremheves ved kollektivbruken er at en slipper å konsentrere seg om trafikksituasjonen, at en slipper kjøringen i rushtiden og den evige jakten på parkeringsplasser. Mange brukere oppfatter også kollektivtransporten som et trygt, pålitelig og enkelt transportmiddel. Den er mer miljøvennlig og man kan lese, slappe av og gjerne sove på reisen. I en undersøkelse ble det også fremhevet muligheten av å kunne nyte alkohol på steder en besøker, noe som ikke er mulig hvis en har bilen med seg. Kollektivtransport oppleves dessuten som mer fleksibel

---

*Rapporten kan bestilles fra:*

*Transportøkonomisk institutt, Postboks 6110 Etterstad, 0602 Oslo*

*Telefon: 22 57 38 00 Telefax: 22 57 02 90*

å bruke enn bil når en er i sentrum, fordi en slipper å gå tilbake til der bilen er parkert for å komme seg hjem. Ulempen er at man er bundet til å legge opp reisene etter et gitt tilbud av gitte rutetider og faste traseer. Reisen kan derfor oppleves som både lang og tungvint (fra dør til dør)

Det som reduserer kollektivtransportens attraktivitet er både knyttet til faktiske forhold som begrenset tilbud, standard, reisetid, kostnader, skjult ventetid o l, og til symbolske verdier. For eksempel kan usikkerheten ved venting på kollektivtransporten degradere statusen på kollektivreisene. Det å ikke ha kontroll, å ikke ha valgmuligheter, betyr mye for status og opplevelsen av status. Forskere fra Nederland fant for eksempel at opplevelsen av kontroll over reisetidens lengde var en viktig faktor ved valg av transportmiddel på arbeidsreisen.

Nå er det ikke slik at alle kollektivtransportmidler vurderes likt. Vurderingene er heller ikke uavhengig av tid og sted. Ut i fra de ulike undersøkelsene oppfattes imidlertid tog generelt som mer punktlig, komfortabelt og raskere enn buss. Mens buss på sin side oppfattes som mer fleksibelt enn tog. Avstanden til holdeplassene er kortere, og en kommer ofte nærmere bestemmelsesstedet.

### **Avgjørende holdningsfaktorer**

Litteraturen viser at de viktigste holdningsfaktorene er knyttet til:

- ◆ Reisetid
- ◆ Tilgjengelighet
- ◆ Pålitelighet
- ◆ Komfort
- ◆ Trygghet
- ◆ Pris
- ◆ Informasjon

*Reisetiden* fra dør til dør er muligens den faktoren som i størst grad er bestemmende for om vi velger å reise kollektivt eller ikke. Er valget tatt, blir tiden imidlertid mindre viktig. Det er først og fremst den ”opplevde reisetiden” heller enn den faktiske reisetiden som er bestemmende. Bytter, forsinkelser og tiden det tar å gå til holdeplassene blir ofte overvurdert i tid.

Undersøkelser i Norge viser at kortere gangtid, skult ventetid, og byttetid vurderes høyere enn kortere reisetid på selve transportmidlet. På den annen side viser en undersøkelse fra Danmark at reisende er villig til å gå lengre til et transportmiddel som de opplever som raskere og mer pålitelig enn alternativene.

Tilgjengeligheten til kollektivtransporten er først og fremst avhengig av avgangshyppigheten. 10 minutter eller mindre, er en avgangshyppighet som de fleste kan godta for et transportmiddel på de lokale reisene. Man føler seg da ikke bundet av rutetidene, men kan dra til holdeplassen når det passer en selv, uten at ventetiden blir for lang. Man kan til en viss grad godta lengre reisetid på transportmiddelet, dersom avgangshyppigheten øker.

Med det tidspresset flere har i hverdagen, er det viktig at det kollektive transportmidlet kommer når det skal. Forsinkelser er for mange en stressfaktor.

Forsinkelser oppfattes som verre når en står og venter, enn mens en sitter i transportmiddelet.

Komfort er en av de viktigste faktorene som bilbrukere fremhever som årsak til at de ikke benytter kollektive transportmidler mer enn de gjør. Komforten på transportmidlet har betydning for hvor lang reisen oppfattes. Tilgang på sitteplasser, kjøremåten og renholdet er her viktige faktorer.

Det er særlig eldre og kvinner som synes det er utrygt å reise kollektivt om kveldene. Buss oppfattes som tryggere enn trikk/t-bane, noe som skyldes bedre kontakt med føreren.

Unge, barnefamilier og bileiere oppgir i større grad enn andre at prisen er en viktig årsak til at de ikke benytter kollektive transportmidler oftere.

Økt informasjon om rutetider og forsinkelser er ønsket. Rutekart og opplysninger om andre holdeplasser på ruten (samt avstand i tid til disse) er ønskelig på alle holdeplasser.

### **Sammenhengen holdning - adferd**

Flere studier påviser en sammenheng mellom holdninger og handlinger, men det er ingen klar enighet om hvordan denne sammenhengen egentlig er. Usikkerheten er blant annet knyttet til hva som påvirker hva. Spørsmålet er om det er våre holdninger som påvirker våre handlinger, eller er det omvendt?

Det blir stadig uttrykt et behov for holdningsendringer for å endre adferd. Teorien om kognitiv dissonans sier at dersom det er uoverensstemmelse mellom holdning og handling, vil en av dem endres. I lengden er det uholdbart for den enkelte å handle på tvers av sine holdninger. Det er imidlertid lettere å endre holdning enn adferd. Det letteste er derfor å tilpasse ens holdninger til det en faktisk gjør.

Studier viser at vår holdningsmessige innstilling har sammenheng med våre transportmiddelvalg. De som har en positiv innstilling til kollektivtransport, reiser oftere kollektivt. De som har mest negativt å si om kollektive transportmidler, er ofte de som foretrekker å bruke bilen på alle reiser.

En måte å studere forholdet mellom verdier, holdninger og handlinger, uten å se på årsaksrekkefølgen, er å kartlegge hvordan verdier, holdninger og handlinger empirisk opptrer sammen. Det vil si å fokusere på segmenter av befolkningen med ulike verdioppfatninger, holdningssett og handlingsmønstre. Rapporten presenterer noen slike studier.

## Markedet for kollektivtransport

Markedet for kollektivtransport er segmentert, og publikum har forskjellige preferanser. Det hevdes at det tas for lite hensyn til dette i utviklingen og markedsføringen av kollektivtransporten. Erfaringer fra andre felt viser at det å konsentrere seg om å gjøre eksisterende kunder fornøyde kan gi en stor gevinst. Disse er ikke så prisbevisste og holder seg i større grad til samme selskap. Fornøye kunder og deres anbefalinger av tilbudet til bekjente er dessuten mer overbevisende enn tradisjonell markedsføring.

Det anbefales i første rekke å gjøre noe med de faktorene som vurderes som dårlig hos kunder som ofte benytter seg av tilbudene. Dette vil i første rekke være prisnivå, reisetid (opplevd og faktisk), frekvens, kvaliteten på holdeplassene og renhold.

Kundene bør kunne føle at de blir tatt på alvor. Dette går ikke bare på at klager eller forespørsler som fremmes bør føre til direkte handling eller snarlig tilbakemelding, men også på at tilbudet er rettet mot deres behov og tilfredsstiller deres preferanser. Rutetidene på de forskjellige stoppestedene bør for eksempel i større grad tilpasses *forskjellige* brukernes behov ved den aktuelle holdeplassen.

Nytten av å fokusere på holdninger til ulike transportmidler å se disse i forhold til ulike segmenter i befolkningen, er for det første å vise at det trengs forskjellige framgangsmåter for å endre gruppenes transportpraksis til å bli mer miljørettet – hvis det er ønskelig. For det andre vil det gi noen retningslinjer om hvordan de ulike gruppene kan eller ikke kan, påvirkes. En del vanebilister vil for eksempel ikke merke forbedringer på kollektivtransporten eller la seg påvirke av miljøargumenter. Andre grupper har et stort sosialt engasjement og ser på bilkjøring som et sosialt dilemma. De kjører ofte mindre bil enn andre, men har likevel et stort potensiale for redusert bruk av bil hvis forholdene blir lagt til rette for dem.

# 1 Innledning

For å få et godt og markedstilpasset kollektivsystem er det ikke nok å sørge for at folk kommer fort og billig fra start til mål når de trenger det. Kollektivsystemet har også en rekke egenskaper som er vanskelige å måle, men som kan ha stor betydning for hvordan folk reagerer på tilbudet. Disse egenskapene grupperes gjerne under samlebegreper som komfort, bekvemmelighet og servicenivå

Et produkt er ikke bare et fysisk objekt evaluert ut fra funksjonelle kriterier, det har også en symbolsk dimensjon som evalueres etter følelsesmessige, psykologiske og sosiologiske kriterier. Det samme gjelder for kollektivtransporten, det er ikke bare de rent funksjonelle kriterier som er av betydning.

Kvalitative egenskaper som komfort, servicenivå og transportmiddelets symbolske mening er vanskelig å måle objektivt. Derfor brukes ofte subjektive dimensjoner som holdninger og preferanser, for å måle disse egenskaper ved transportsystemet. Hensikten med denne rapporten er å oppsummere og presentere resultater fra studier av holdninger og preferanser knyttet til persontransport. Litteraturen som er gjennomgått er i hovedsak holdningsundersøkelser av befolkningen generelt og av ulike segmenter i befolkningen, ”statet preference”-undersøkelser, ulike markedsanalyser, og evalueringer av kollektivtiltak.

Fokus er i hovedsak rettet mot nordiske undersøkelser. Holdningsstudier knyttet til trafikkikkerhet er ikke med. Heller ikke undersøkelser om sammenhenger mellom generelle holdninger til miljøspørsmål og transportmiddelvalg. Holdninger til miljø er bare med der disse er direkte knyttet til transportmiddelet.

Dokumentet er strukturert på følgende måte: Først gjennomgås faktorer som viser seg å ha betydning for transportmiddelvalget. Deretter omtales de kulturelle faktorene på samfunnsnivå som kan påvirke den enkeltes holdninger og transportmiddelvalg. Disse kulturelle faktorene kan forstås som normative omgivelser for den enkeltes transportmiddelvalg. Så presenteres resultater fra studier av ulike holdninger til transportmidlene hver for seg, etterfulgt av hva som regnes for de avgjørende holdningsfaktorene for transportmiddelvalg. Deretter fokuseres det på forholdet mellom holdninger og handlinger generelt. Til slutt presenteres noen resultater fra ulike segmenteringsstudier.

## 2 Faktorer som kan påvirke transportmiddelvalget

Det er i hovedsak to forhold som må forstås når det gjelder folks valg mellom bil og kollektivtransport:

1. Faktorer som påvirker bilholdet og bilbruken
2. Faktorer som berører tilbud og etterspørsel av kollektivtransporten

Det er utviklet mange teorier om dette, hvor hver av dem påpeker en rekke forhold av betydning. Det de fleste har felles er i hovedsak knyttet til (Berge og Solheim 1998):

- Lokalisering og arealbruk
- Infrastruktur
- Demografi
- Teknologi
- Politiske og økonomiske faktorer
- Kulturelle faktorer

Det er hvem vi er, hva vi har av ressurser og hva vi gjør som påvirker reisebehovet og transportmiddelbruken. Det som faktisk best forklarer folks daglige reisevaner er den enkeltes tilgang på bil. Det er en tendens til at de som har bil, og ikke trenger å dele denne med noen, bruker bil uansett hvor de skal og hva de skal. Dette illustrerer at atferden ikke bare bestemmes av daglige valg, men også påvirkes av langsiktige beslutninger som kjøp av bil, valg av bosted mv. Samtidig vil strukturelle rammebetingelser, som lokalisering av forskjellige funksjoner, vegnett og kollektivtransport, ha avgjørende betydning for hvilke aktiviteter som velges, om aktivitetene forutsetter reiser og hvordan reisene i tilfelle gjennomføres.

Fra 1985 til 1992 økte bilbruken sterkt på bekostning av alle andre typer transportmidler (Vibe 1993). Denne utviklingen har også fortsatt utover i 1990-årene, men ikke i like sterk grad. Fra 1992 til 1998 har vi fått en økning i andelen reiser som bilfører fra 51-55%. Samtidig har vi fått en reduksjon i andelen reiser som bilpassasjer, noe som viser at bilen i stadig sterkere grad har blitt et individuelt transportmiddel (Stangeby m fl 1999).

Hvis vi ser på tall fra siste reisevaneundersøkelse i 1998 (Stangeby m fl 1999) så viste denne at:

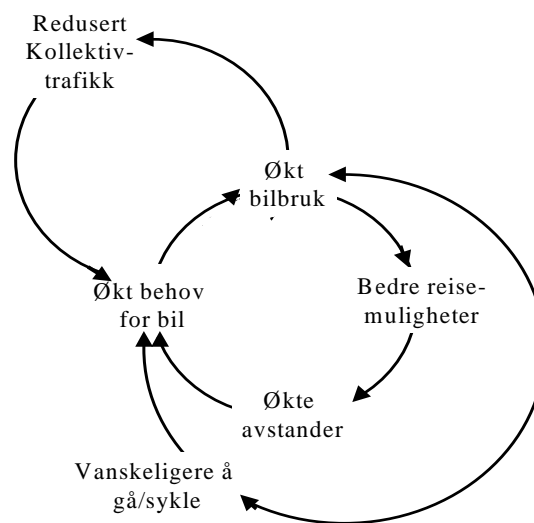
- 90 prosent av befolkningen over 13 år tilhører en husholdning med én eller flere biler. Vel halvparten av disse har en bil og ca 1/3 har to eller flere biler.
- 55 prosent av alle reiser utføres som bilfører og 11 prosent av reisene gjøres som bilpassasjer. Bilen er dermed hovedtransportmiddel for bortimot 70 prosent av alle reiser.



- Når det gjelder andre transportmidler så er 19 prosent av alle reisene gangturer, mens 6 prosent er sykkeltureturer. Reiser med kollektive transportmidler utgjør 9 prosent.

Reisevaneundersøkelsen viser videre at 71 prosent av alle arbeidsreiser, 73 prosent av alle handlereisene, 43 prosent av alle fritidsreiser, 63 prosent av alle besøksreiser, og hele 90 prosent av alle omsorgsreiser, gjøres med bil.

Et viktig spørsmål er hvorfor vi kjører så mye bil. Figur 1.1. viser en meget enkel modell som beskriver drivkreftene bak økt bilbruk. Denne demonstrerer at det er en rekke av årsaker og at disse henger gjensidig sammen i en kjede.

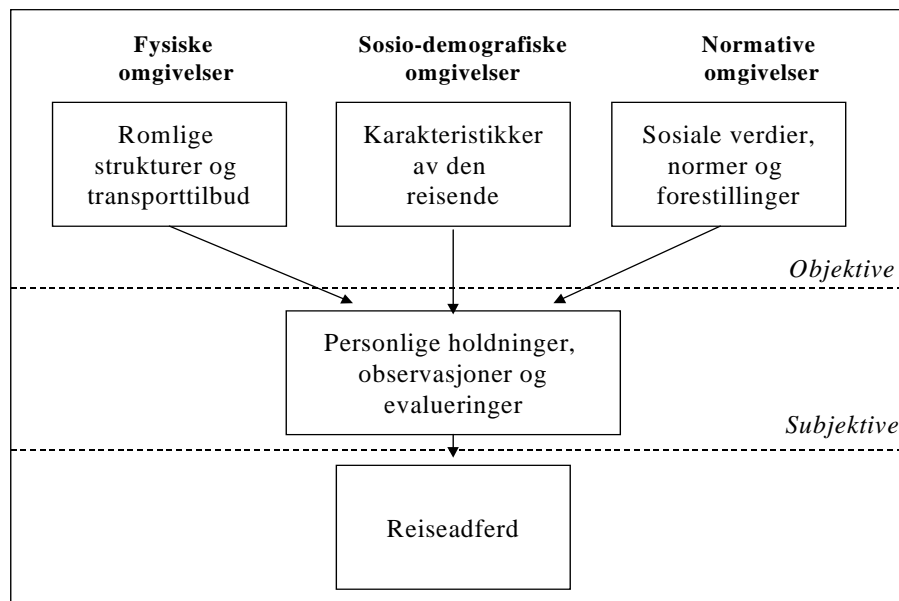


Figur 2.1: Enkel oversikt over drivkrefter bak økt bilbruk. Kilde: Nilsen og Vibe 1989

Modellen over gir et bilde på en del ytre strukturelle forhold som er av betydning. Vi må imidlertid også forstå reisevaner ut fra den enkelte som reiser. De reisenes preferanser, verdier, hvilken situasjon de er i og så videre, er også av betydning. Dvs at vi må forstå personene i dette systemet.

Spørsmålet om hvorfor vi kjører så mye bil kan i hovedsak studeres og forstås ut fra to innfallsvinkler: Enten fra et strukturelt perspektiv, som ser på ulike ytre faktorer som påvirker befolkningens reisevaner. Eller alternativt, fra et mer individorientert eller handlingsteoretisk perspektiv hvor den enkelte reisende er utgangspunktet for analysen.

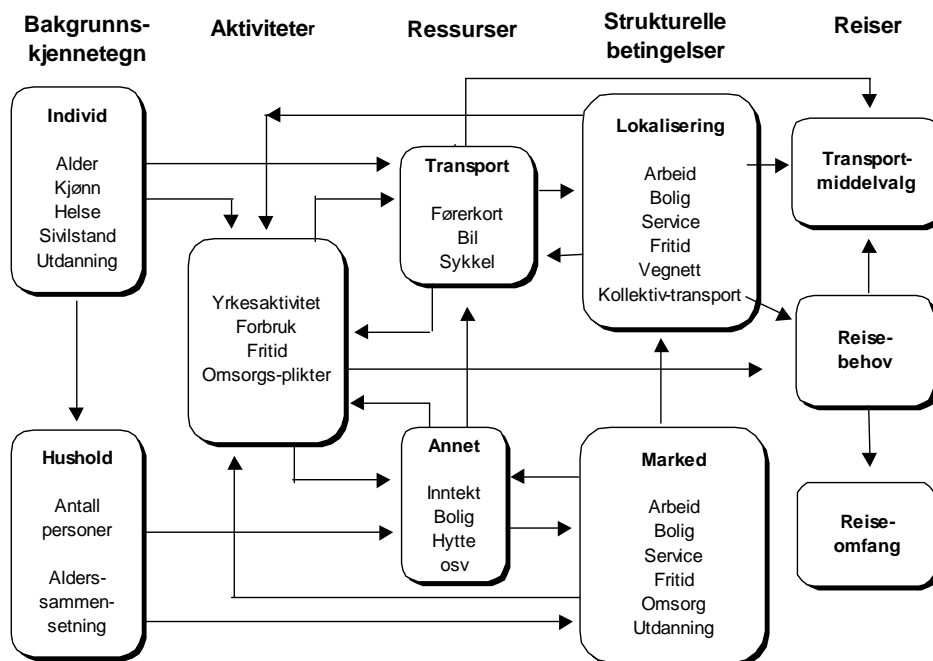
Studier av holdninger innebærer et individorientert perspektiv. Fra et slikt individorientert perspektiv forstås gjerne reiseatferd som et resultat av en prosess påvirket av både subjektive og objektive forhold. Det vil si at den som skal reise bestemmer sin atferd basert på sine objektive omgivelser og sine personlige meninger eller oppfatninger om disse. Modellen i figur 1.2 viser sammenhengen mellom disse forholdene



Figur 2.2 : Faktorer som påvirker individuell reiseadferd. Kilde: Bovy og Stern 1990

- ▶ *Fysiske omgivelser* innebærer den romlige strukturen bestående av både bygninger, lokalisering av aktiviteter osv, og infrastruktur som veier, kollektivtransport etc. Disse fysiske omgivelsene påvirker en persons reise muligheter og hvordan de kan gjøres.
- ▶ *Sosio-demografiske omgivelser* består av husholdskarakteristika som lønn, antall barn deres alder etc, transportmidler som husholdet eier og individets kjønn og alder. Alle disse kjennetegnene vil påvirke den enkeltes forhold til ulike transport muligheter, og vil legge press på reiseatferden - hvilke reiser som må gjøres og hvordan ulike reisemål prioriteres.
- ▶ *Normative omgivelser* som innebærer normer, verdier og forestillinger som stammer fra samfunnet generelt og da særlig fra den reisenes nærmeste omgivelsene, påvirker også den reisende og hvordan han eller hun prioriterer.
- ▶ *Personlige omgivelser* er å forstå som beslutningstakeren selv og hans/hennes personlige holdninger og preferanser. Denne kan vel være et resultat av de tre andre faktorene, som til sammen danner en slags objektiv situasjon, som skal observeres subjektiv, og som skal gi informasjon for å kunne bli konvertert til en beslutning.

De fleste analysene av reisevaner fra et individorientert perspektiv tar med fysiske og sosio-demografiske forhold. Modellen i figur 1.3 gir en god oversikt over fysiske og sosio-demografiske omgivelser som er avgjørende for reisebehov, reiseomfang og transportmiddelvalg. Verdi- og holdningsperspektivet er imidlertid ikke med.



Figur 2.3 : Model som viser faktorer som har betydning for reisebehov, reiseomfang og transportmiddelvalg, ut i fra et strukturelt perspektiv. Kilde: Vibe og Hjorthol 1993

Et fokus på holdninger, det vil si på de normative og de personlige omgivelsene, innebærer ikke en undervurdering av de fysiske og de sosio-demografiske omgivelsene som forklaring på befolkningens reisevaner. For å få en full forståelse av befolkningens valg av transportmidler er de imidlertid nødvendig å ha med. Det er de normative og personlige omgivelsene som er hovedfokuset i denne rapporten.

## 3 Normative omgivelser

### 3.1 Innledning

Normative omgivelser omfatter normer, verdier og forestillinger som stammer fra samfunnet generelt og da særlig fra den reisenes nærmeste omgivelser. Disse normene, verdiene og forestillingene påvirker, mer eller mindre, den reisende og hvordan han eller hun prioriterer.

Dominerende normative omgivelser, forstått som kulturelle verdier i et samfunn, finnes i et samspill med samfunnets materielle betingelser og organisering. Det vil si at de kulturelle verdiene knyttet til transport også er preget av de materielle betingelsene for persontransport. Det er et stadig samspill mellom personene i et samfunn, dets materielle betingelser og kulturelle forestillinger. De kulturelle forestillingene og ideologiene som samfunnsinstitusjonene representerer behøver derfor ikke være konstante, men utvikler seg over tid. Transportmiddelvalgets normative omgivelser som presenteres her er i hovedsak basert på teoretiske analyser omkring det moderne samfunnet. Holdningene i befolkningen og i utvalg av befolkningen behandles i de senere kapitlene.

### 3.2 Det moderne samfunnet

Det er hevdet at bilen er det fremste symbolet på det moderne samfunnet (Brownell 1972). Dyrkingen av individualiteten og den personlige friheten, vektleggingen av fornuften og troen på framskrittet (Østerberg 1999) er typiske modernitetsforestillinger. Det vil si dyrkingen av individualiteten og den personlige friheten i form av frigjøring og selvstendigjøring i forhold til omverdenen, vektleggingen av fornuften som begrunnelse for handlinger og i forståelsen av naturen og samfunnet, og troen på framskrittet basert på vitenskap og teknologi.

Det er imidlertid ikke gitt at det moderne bare er positivt. Det har også det motsatte i seg:

*“To be modern is to find ourselves in an environment that promises adventure, power, joy, growth, transformation of ourselves and the world – and, at the same time, that threatens to destroy everything we have, everything we know, everything we are.”* (Berman 1982 referert i Harvey 1990)

Det samme kan sies om bilen. Den gir oss eventyr, makt, glede og forandrer oss og verden rundt oss – samtidig som den truer med å kunne ødelegge alt vi har og alt vi setter pris på. ”Trafikkens to ansikter” er bildet Solheim og Aas (1998) bruker for å beskrive bilismens motsetningsfylte rolle - mellom frihet, individualitet og bevegelse på den ene siden, og forurensende utslipp, støy og energiforbruk på den andre.

Kulturelle forestillinger om kollektivtransporten fanger opp det motsatte av bilen. Den er på mange måter miljøvennlig, men innebærer et krav til samordning av den enkeltes aktiviteter i forhold til kollektivtransportens gitte rutetider og traséer. Det vil si at den symboliserer miljøvennlighet, solidaritet og fellesskap på den ene siden, og tvang, samordning og ufrihet på den andre.

### 3.3 Bilismen som ideologi

Det er gjort få analyser av kulturelle forestillinger om kollektivtransport. Fordi bilismen på mange måter sees på som en del av dagens ideologi, er det derimot gjort flere analyser av kulturelle forestillinger om bilen. Under presenteres noen av disse. De kulturelle forestillingene knyttet til bil og bilkjøring som fremføres er på ingen måte uttømmende, men er ment som en illustrasjon på de utfordringer kollektivtransporten står ovenfor i det moderne samfunnet.

#### 3.3.1 Individualisme

Bilen passer perfekt til det moderne samfunnets dyrking av individets frihet. Den øker individets bevegelighet, den gjør det enkelt å komme seg rundt og den gir frihet til å ferdes hvor og når en vil. Bilen forsterker og muliggjør på denne måten en type individualisme mange opplever som helt uvurderlig. At folk foretrekker private transportløsninger er en del av den moderne individualismen.

Poenget med bilen er ikke bare fordelene den har som et individuelt transportmiddel. Det handler også om å få leve ut individualiteten på helt egne premisser, nemlig det å kunne reise helt alene (Andréasson 1997). Ut i fra et slikt perspektiv er bilen et sted hvor vi befinner oss såkalt "off stage" (Goffmann, 1992) - et sted vi kan være oss selv alene. På et kollektivt transportmiddel må vi i mye større grad forholde oss til mennesker vi ikke kjenner.

Bilen er særlig viktig for dem som ikke kan være for seg selv andre steder (Milton J. Horowitz, 1987) Bilens betydning for ungdom som et eget rom utenfor hjemmet er for eksempel viktig (Hjorthol m fl. 1990). Inne i bilen kan vi gjøre mange av de private tingene som vi vanligvis gjør hjemme, som for eksempel høre på radio og snakke i telefon. Eller vi kan bruke bilen som vårt private konsertlokale (Öblad 1996). Bilen er videre et av de få stedene hvor familiemedlemmene er samlet og sitter tett sammen, en situasjon som inviterer til *fortrolighet*. Nå kan vi også gjøre inne i bilen det vi vanligvis gjør på kontoret. Vi kan være *private mobile og produktive* på samme tid. Dette gjør at vi får høyere aksept for å sitte i bilkø.

Bilen er et lønnkammer. For den enkelte bilist kan for eksempel arbeidsreisen oppleves som det eneste tidspunktet på dagen hvor hun eller han er alene og kan la roen senke seg. Bilturen til og fra jobb kan dermed oppleves som et pusterom mellom arbeid og hjem - mellom konfrontasjonene med mennesker på jobben og stresset dette fører med seg, og konfrontasjonene med forpliktelsene i hjemmet og kravene fra de andre familiemedlemmene.

I en kvalitativ undersøkelse gjennomført på TØI (Berge og Vaa 2001) sa en av deltakerene, en mann på 47 år:

*”Jeg synes ikke kø er så galt, jeg. Jeg har ikke så lang reisevei, så det kvarteret eller halvtimen det tar så er jeg fritatt for å gjøre noe som helst annet enn det å sitte i bilen. Det synes jeg er helt greit. Det betyr at det er ingen ting jeg skal prestere, ingen som skal ha tak i meg... Da har jeg en halvtime helt for meg selv og det er helt utmerket. Så jeg kan gjerne sitte i kø.”*

Forfatteren Finn Jor har blant annet skrevet (Jor 1996):

*”Er man helt oppriktig mot seg selv, er de daglige bilturene ikke bare frikvarter, men en luksus man synes man fortjener midt i en hektisk virksomhet. Bilen er et sted for avspenning og hvile.”*

### 3.3.2 Fart

Når det individualistiske ved bilen og friheten den representerer skal selges via bilreklame visualiseres dette gjerne gjennom fart (Hubak 1992). Med fart assosierer en gjerne til overførte betydninger av tempo. Det kan f.eks. være besluttsomhet og handlekraft. Fasinasjonen av fart kom imidlertid ikke med bilen. Det spesielle med bilen er at den gjør opplevelsen av farten personlig. Bayley (1986) skriver følgende:

*”Speed, Aldous Huxley once remarked, is the only entirely novel sensation of the twentieth century. Trains made speed a democratic experience, and a century and a half later, the refined technology of jet travel took away the sensation. The private car made this extraordinary experience personal.”*

At farten i bilen er personlig er knyttet til at det er oss selv som må mestre den. Under høy fart må vi være helt og fullt til stede i det vi gjør. Mestring av fart gjør oss på denne måten nærværende fordi all oppmerksomhet ligger i selve kjøringen (handlingen). Dette er forførende for mange i det moderne samfunnet hvor få av dagliglivets handlinger er av denne karakter.

Ut fra et instrumentelt perspektiv er det rimelig å anta at trafikanter ønsker å komme rimelig raskt fra et sted til et annet. Bjørnskau (1994) mener det er snakk om å finne *sin egen behagelige kjørefart*, noe som er knyttet til kjøre glede. Han bruker Baudrillards (1988) beskrivelse av bilkjøring i USA som illustrasjon:

*”Å rykke fra uten anstrengelse, lydløst sluke rommet, gli fremover uten risting (veiene og motorveienes profil er enestående, slik den trinnløse mekanikk er det), bremse mykt hvor hurtig som helst, flyte fremover som på ei luftpute uten lenger å ofre en tanke på det som kommer imot eller drar forbi ..”*

Bilen og bilens motor er også et symbol på fysisk styrke og makt. Bilen blir en forlengning og en forsterkning av kroppen (Hagman 1994). Den gir sjåføren mulighet til å overgå sin egen styrke. «*Den underordnede bliver herre-menneske, når mekanikken lystre ham, den svage får hestekrefter.*», skriver Sherfig (1971). Opplevelsen av makt gjør seg gjeldende fordi vi får mulighet til å heve oss over

det naturlige (vektløshet), over kjøretøyet (full kontroll) og over andre mennesker (de vi kjører i fra).

Dyrkingen av fart kan imidlertid fremstå som absurd i dagens massebilsamfunn. Det er bare utenfor dagliglivet at farten kan dyrkes fullt ut. Historien om opplevelsen og dyrkingen av farten er da også sterkt knyttet til motorsporten (Sachs 1992). På landevegen er det fartsgrenser som må overholdes, og i byene er det rett og slett ikke mulig å kjøre fort på grunn av dårlig framkommelighet. Ideen om fartsnyttelsen er likevel levende. Årsaken kan være at bilen gir *mulighet* for fart, og selv om vi stort sett er forhindret fra å benytte oss av den, er det likevel svært mange som bryter disse reglene.

### 3.3.3 Identitet

Dyrkingen av individualiteten og det frie mennesket innebærer at individene i samfunnet ønsker å fremstå som selvstendige individer både for seg selv og andre. I storbyene og i det moderne samfunnet er det vanskelig å gjøre sin personlighet gjeldende (Simmel 1902). For å bli lagt merke til og for å skille seg ut fra den grå massen, må en enten gjøre noe ekstra eller ha på seg noe spesielt.

Transportmidlene som identitetsbærende objekter er ikke helt uvesentlig i forståelsen av den enkelts transportmiddelvalg sine normative omgivelser (Berge 1995). Ved siden av å være et transportmiddel har bilen alltid hatt en promoterende rolle for brukeren. Parkert utenfor huset, som et utemøbel, gir den et inntrykk av eierens sosiale status. Ute på veien bærer bilen den samme identifikasjon med seg ut i en videre kulturell sammenheng.

I markedsføringen av biltyper blir det gitt inntrykk av at biltypen avspeiler forskjellige *personlighetstyper*. De fleste bilmerkene har bygget opp sine image som brukes i markedsføringen. Bilen som moteplagg er også stadig diskutert. Det spesielle ved bilen som moteplagg er at den endrer fokuset fra kroppen til føreren, til bilen, mens klær nettopp trekker oppmerksomheten mot kroppen. Du kan være tykk og fet og kjøre en MG sportsbil, og du kan være liten og nett, og kjøre en stor Mercedes. (ESRC 1995).

### 3.3.4 Felleskap

Bilkjøring innebærer et eget språk og egne koder, det er normer og regler som må følges. Det forutsettes at alle følger dem. Bilkjøring forbindes på denne måten med tillit og samarbeid. Det vil si at bilisme forutsetter en tillitserklæring; vi må stole på at helt fremmede folk følger regler og tar hensyn. På den måten fungerer bilismen som disiplinering; vi må underordne oss fellesskapets regler for adferd (Heideken, 1989) .

Omtalen av bil i massemedia bidrar til å forsterke det anonyme fellesskapet mellom bilister. Bil omtales på egne sider eller i egne bilag i avisene. I de senere årene er det også kommet flere gratisaviser som bare dreier seg om bil. Flere radioprogrammer i både NRK og nærradioer er også viet bilen, og det dukker i tillegg av og til opp egne bilprogrammer på TV.

Omtalen av bil i massemedia er i hovedsak knyttet til *forbrukeropplysning*, det vil si *trafikkinformasjon* og sindige formaninger om forskriftsmessig trafikkavvikling - i kombinasjon med underholdning. Problemene som reises er sett fra

bilførerens perspektiv - som for eksempel hvor vanskelig det er å komme seg fram og finne parkeringsplass, testing av nye modeller og så videre. Det også egne programmer som loser oss trygt og sikkert på veien fram og tilbake fra jobb i rushtiden. At man kan ringe inn og bidra i programmet med sine egne observasjoner, styrker fellesskapet og opplevelsen av at bilister er betydningsfulle.

### 3.4 utfordringer for kollektivtransporten

De kulturelle forestillingen om bilen i det moderne samfunnet er en del av de normative omgivelsene som kollektivtransporten må leve i forhold til. Dyrkingen av individualiteten, friheten og vektleggingen av identitetsbygging gjør det vanskelig for kollektivtransporten. Kulturelle verdier knyttet til transport er imidlertid preget av de materielle betingelsene for persontransport. Det er et stadig samspill mellom personene i et samfunn, dets materielle betingelser og kulturelle forestillinger. Betydningen av kollektivtransportens kvalitet og materielle rammebetingelser i forhold til bilens er derfor stor. Det er ikke gitt at de kulturelle forestillingene om kollektivtransporten må være negative. Massebilismen har etter hvert gitt opphav til konkurrerende symbolske fortolkninger av bilen, der bilen signaliserer tilbakeskritt, kollektiv ufornuft og økologisk krise. Under slike betingelser kan kollektivtransporten ha et fortrinn.

Et problemet er at når kollektivtransporten omtales i media er det i hovedsak knyttet til problemer. Følgende hovedoppslag er typiske eksempler:

- ▶ *T-bane stoppet på Majorstua* (Aftenposten 20.3.01)  
En av de nyeste T-bane togene til Oslo Sporveier stoppet helt opp på Majorstuen i dag tidlig. Vognsettet fikk verken kjørt frem eller tilbake, noe som førte til forsinkelser over hele T-bane nettet i morgentimene.
- ▶ *Oslo Sporveier måtte svare for seg* (Aftenposten 6.3.01)
  - Dårlig informasjon
  - Sinte kontrollører
  - Møkkete vogner
- ▶ *T-banen stod en time i morgenrushet* (Aftenposten 1.3.001)  
T-banen i Oslo sto klokken 7.10 til 8.25 etter at trafikkleadersentralen mistet strøm og telefonforbindelse torsdag morgen. Strømbruddet vil føre til store forsinkelser i trafikken ut over dagen...
- ▶ *Glemte å varsle om færre tog i vinterferien* (Aftenposten 23.2.01)  
Ikke nok med at ekstraavgangene på T-banen er innstilt denne uken. Oslo Sporveier glemte å informere de reisende...
- ▶ *Dyrere trikk uten avtalegiro* (Aftenposten 15.2.01)  
Fra april koster månedskort i Sporveien 30 kroner mer for deg som ikke har avtalegiro. –Urimelig, mener Forbrukerrådet...
- ▶ *Feil på signalanlegget* (Aftenposten 31.1.01)  
Bare flaks gjorde at ingen koliderte med Jar-trikken i går da signalanlegget sviktet...



Medias formidlingen av folks dårlige erfaringer er også med på å danne kulturelle forestillinger om kollektivtransporten:

*'Kollektivtransport inn til byen har hun nesten sluttet å ta etter noen ubehagelige episoder'* Susan Badrkhan (28), (Magasinet 13.1.01)

*'Stuingsteknikkene og Oslo Sporveier': Vi ... lojale kunder, står den ene dagen som sardiner, den andre dagen som sild, og ligger som klippfisk når en uvøren trikkefører tester bremsen. Vi blir intimt kjent med de medreisende der vi slingrer uten holdepunkter i verken vogn eller virkelighet ned mot sentrum og en ny arbeidsdag'* Halvor Elvik, (Dagbladet, 24.1.01)

## 4 Personlige omgivelser – Holdninger til transportmidler

Som nevnt foregår det et kontinuerlig samspill mellom personene i et samfunn, dets materielle betingelser og kulturelle forestillinger. De kulturelle forestillingene og ideologiene som samfunnsinstitusjonene representerer behøver derfor ikke til en hver tid å stemme overens med det enkelte individ sine holdninger og verdier. Når det gjelder holdninger til og opplevelsen av transportmidlene, viser imidlertid undersøkelser både fra USA og Europa at folk er ganske enige om hva som er fordelene ved bilen i forhold til de kollektive transportmidlene (Stangeby 1994, Paine m fl 1969, Schmidt 1982), og at disse langt på vei er i overensstemmelse med de normative omgivelsene for transportmiddelvalg presentert i kapittel 3. I det følgende presenteres resultater fra noen undersøkelser som viser dette. Holdningene til bil og kollektivtransport behandles separat.

### 4.1 Bilen

I følge en kvalitativ intervjuundersøkelse i Sverige (Warsén 1991) tilbyr bilen en frihetsfølelse og gir en bedre mulighet for selv å disponere tiden. I en kvalitativ studie i Oslo av ulike transportmidler sitt image (Berge 1995) ble det sagt at «bilen symboliserer mobilitet, frihet og luksus». Det ble også sagt at «En bil har personlighet - jeg føler at jeg har et forhold til bilen - det er ikke bare en død ting» og at «Det er godt for selvtilliten (å kjøre bil)». En mann sa også at «*Bilen er der kona og jeg snakker sammen*».

Undersøkelsen viste videre at bil ble assosiert med «komfortabel, «praktisk», «lett å bruke», «rask», «effektiv», «tidsbesparende», «avslappende» og «fleksibel». Den er «Tilgjengelig når du trenger den», en er «uavhengig av tidstabeller», og «kan kjøre og stoppe når du vil». Bilen ble videre vurdert som «økonomisk å bruke hvis flere skal reise sammen», «kan høre musikk», «den er varm om vinteren», og «den er privat».

Det kom for øvrig også fram negative assosiasjoner til bil: «Den forurenses, «den gir deg dårlig samvittighet når du bruker den, «den stinker eksost», «du blir lett stressa», «den er farlig for små barn» og den er «uøkonomisk». Dessuten; «det er ofte problemer med parkeringsplass», og «du vet aldri når du kommer fram på grunn av kø».

En undersøkelse av et tilfeldig utvalg av beboere i Oslo (1000 personer) (Vibe og Hjorthol 1993) bekrefter noen av disse holdningene. Resultatene viste at mer enn halvparten av de spurte var helt enige i at bilen gir dem en følelse av frihet. Tabell 4.1 viser imidlertid at denne frihetsfølelsen også har en motsats. For Oslos befolkning forbindes bilkjøring også med køkjøring og parkeringsproblemer.

Friheten til å ferdes rundt når man vil er en side ved frihetsopplevelsen, og det er nettopp dette det er aller størst enighet om.

Tabell 4.1: Ulike betydninger av bilkjøring for kvinner og menn 18-67 år. Oslo 1993. Prosent. Kilde: Vibe og Hjorthol 1993.

| Påstand  | Kjønn  | Enig | Verken enig eller uenig | Uenig | Antall |
|--|--------|------|-------------------------|-------|--------|
| Jeg liker å kjøre bil, det gir meg en følelse av frihet                      | Kvinne | 23   | 8                       | 69    | 415    |
|  | Mann   | 27   | 11                      | 62    | 418    |
| Jeg liker ikke å kjøre bil fordi det er så mye køkjøring                     | Kvinne | 43   | 12                      | 45    | 479    |
|  | Mann   | 40   | 11                      | 50    | 428    |
| Jeg liker ikke å kjøre bil fordi det er så mye stress med å finne parkering* | Kvinne | 63   | 7                       | 30    | 439    |
|  | Mann   | 55   | 8                       | 37    | 413    |
| Jeg liker å kjøre bil fordi jeg kan reise hvor og når jeg vil                | Kvinne | 95   | 2                       | 3     | 458    |
|  | Mann   | 99   | 1                       | 2     | 423    |
| Jeg liker å ha en bil som folk legger merke til***                           | Kvinne | 12   | 8                       | 79    | 427    |
|  | Mann   | 23   | 11                      | 66    | 408    |
| Jeg liker følelsen av å mestre bilkjøringen                                  | Kvinne | 77   | 12                      | 11    | 397    |
|  | Mann   | 69   | 17                      | 14    | 412    |
| Jeg liker å reparere og vedlikeholde bilen***                                | Kvinne | 22   | 6                       | 72    | 406    |
|  | Mann   | 41   | 7                       | 51    | 407    |
| Jeg liker å kjøre bil, for da kan jeg høre musikk og slappe av               | Kvinne | 60   | 12                      | 29    | 467    |
|  | Mann   | 65   | 10                      | 27    | 420    |
| Jeg liker å kjøre bil, for da slipper jeg å reise sammen med ukjente         | Kvinne | 12   | 16                      | 71    | 459    |
|  | Mann   | 13   | 15                      | 72    | 418    |

\* signifikant for  $p < 5\%$ , kjikvadrat-test

\*\*\* signifikant for  $p < 0,001\%$ , kjikvadrat-test

Undersøkelsen viser at å ha en iøynefallende bil er viktigere for menn enn for kvinner. Men å mestre bilkjøringen er like viktig for begge kjønn. Fremdeles er det slik at menn oftere enn kvinner liker å reparere og vedlikeholde bilen. Dette mestringsaspektet er åpenbart knyttet til mannsrollen.

Godt over halvparten setter pris på bilen som en forlengelse av hjemmet, der man kan slappe av og høre musikk. Derimot er det svært få som synes det har noen betydning at man slipper å reise sammen med fremmede.

Generelt sett er det flere som er positive enn negative til bilkjøring. Dette kom fram i en annen undersøkelse av befolkningen i Oslo (Stangeby 1994). Tabell 4.2 viser andel personer som er enige i ulike påstander om bil og bilbruk.

Tabell 4.2: Personer som er enige i påstander om bruk av bil. Prosent. N=1053. Kilde: Stangeby 1994.

| Liker å kjøre bil   | Andel enige | Liker ikke å kjøre bil  | Andel enige |
|---|-------------|---|-------------|
| Jeg liker å kjøre bil fordi jeg kan reise hvor og når jeg vil | 96          | Jeg liker ikke å kjøre bil fordi det er så mye stress med å finne parkering | 59          |
| Jeg liker å kjøre bil fordi jeg sparer tid                    | 82          | Jeg liker ikke å bruke tid på å vaske og holde bilen i orden                | 48          |
| Jeg liker å kjøre bil, det gir meg en følelse av frihet       | 82          | Jeg liker ikke å bruke bil fordi det er skadelig for miljøet                | 46          |
| Jeg liker følelsen av å mestre bilkjøringen                   | 73          | Jeg liker ikke å kjøre bil fordi det er så mye køkjøring                    | 42          |
| Jeg liker å kjøre bil for da kan jeg høre musikk og slappe av | 61          |   |             |

At bilen står sterkt kommer blant annet fram i en undersøkelse utført av TSU – Transport Study Unit i 1989 (2428 pers) hvor 56 prosent av respondentene var sterkt enige i «at bilen var en viktig del av deres livsstil, og at de ikke kunne klare seg uten den», ytterligere 24 prosent var delvis enige i utsagnet (ESRC 1995). Fleksibiliteten til bilen vurderes høyt. Over 30 prosent av respondentene i den samme undersøkelsen (ESRC 1995) var «sterkt enige» i at bilen er et sikrere transportmiddel enn kollektive transportmidler (i tillegg rundt 25 prosent som var «delvis enige»).

I en undersøkelse i New York blant 171 personer som bruker bil i jobben (Rossmly og Brown 1989) var et ønske om å beholde kontrollen/frihet (og da bla kontroll over følgende faktorer: reisetid, sikkerhet, predikterbarhet, trygghet, tilgjengelighet av informasjon) hovedårsaken til at disse valgte bil.

En undersøkelse i Oslo av ungdoms holdninger til transport og miljø (Lodden 1998) viser at ungdom er opptatt av å skaffe seg førerkort og bil. 70 prosent av ungdommene ønsker å skaffe seg bil så snart som mulig, og 90 prosent av de som ikke allerede har førerkort har planer om å skaffe seg det. Det er ingen forskjeller mellom jenter og gutter med hensyn til planer om å ta førerkort. At det er flest gutter som allerede har førerkort eller er begynt å øvelseskjøre, må bety at de prioriterer dette sterkere enn jenter, som på sin side føler at de kan utsette det til senere.

Ungdommene legger til en viss grad vekt på tidsaspektet og framkommeligheten ved bruk av bil. Omtrent 40 prosent sier seg enig i to påstander om at bilen er det raskeste transportmiddelet og at man kommer fram overalt med bil. Men andelen som er uenig i disse påstandene er faktisk litt større enn andelen enige, så det er svært delte meninger om dette. Ikke uventet viser guttene en noe større interesse for bil og bilbruk enn jentene.

Omtrent 60 prosent av ungdommene i samme undersøkelse mener at bilbruken i de større byene bør begrenses, og nærmere 80 prosent tror at folk flest må regne med å redusere sin bilbruk i byene i fremtiden. Samtidig erkjenner de at bilen fremdeles kommer til å være det dominerende transportmiddelet også i fremtiden.

Studier viser at bevisstheten om sammenhengen mellom bilkjøring og forurensning varierer. Erfaringer fra USA viser blant annet at bilister kan deles inn etter de som mener at de kan bidra til et bedre miljø hvis de velger kollektive

transportløsninger og de som mener at deres bilkjøring verken virker fra eller til på miljøet. De siste mener at det i hovedsak er nyttetrafikken i byene som forurensrer og at det er myndighetenes oppgave å bedre framkommeligheten for privatbilismen (Rossmly og Brown 1989).

En omfattende undersøkelse i Norge, viser at ca halvparten mener at bilen er skyld i en stor del av den lokale luftforurensingen. Omtrent like mange mener imidlertid at deres egen bilkjøring har liten betydning for miljøet (Berge 1997). Se tabell 4.3.

Tabell 4.3: Personer som er enige/uenige i påstander om sammenhengen mellom bilkjøring og miljø. Prosent. N=12.790. Kilde: Berge 1997.

| Utsagn   | Enig | Verken enig eller uenig | Uenig |
|--|------|-------------------------|-------|
| Jeg synes bilen er skyld i en stor del av den lokale luftforurensingen           | 51   | 20                      | 27    |
| Jeg synes det har liten betydning for miljøet hvilket transportmiddel jeg velger | 37   | 21                      | 51    |

En undersøkelse fra Australia viser at alenekjørere i mindre grad er bekymret for miljøet enn andre. Disse synes i større grad å mene at de eventuelle miljøproblemene kan løses gjennom teknisk utvikling (Golob og Hensher 1997). I Norge har vi funnet noe av det samme. De segmentene i befolkningen som kjører mest bil, har også flest personer som mener at bilen ikke har skyld i lokal luftforurensing, at eget transportmiddelvalg ikke har betydning for miljøet, og at ny teknologi vil løse framtidens miljøproblemer (Berge 1997).

Et studie gjennomført i Oslo og Kristiansand viser at grad av bilkjøring og nærhet til vegtrafikkproblemer påvirker opplevelsen av dette som et miljøproblem. De som bare bruker bil, oppfatter for eksempel biltrafikken som et mindre problem enn andre trafikantgrupper, og de som er bosatt i Oslo mener trafikken er et mye større nasjonalt problem enn de som bor i Kristiansand (Hjorthol og Berge 1997).

Når det gjelder sammenhengen mellom egen bilkjøring og miljøholdninger, så viser en studie av personer (358) med bil i husholdet fra Oslo/Akershus at de fleste mente at kollektivtransport er miljøvennlig (94 prosent) og at de bidrar til å forurense miljøet når de kjører bil (91 prosent) (Berge og Nondal 1994). For de fleste var imidlertid denne kjensgjerningen ikke noe hinder for å bruke bil. 70 prosent av utvalget brukte bil 5-7 ganger i uken.

I en undersøkelse fra Sverige angav 61 prosent av de spurte at trafikken sto for en stor del av luftforurensningen, men av disse var kun 39 prosent innstilt på selv å redusere bilbruken (Nilsson 1995).

Tabell 4.4 viser hva befolkningen i Norge sier at de gjør for å bedre miljøet. Det er flest som svarer at de sykler og går på korte avstander for å redusere bilbruken. Om dette er for å bedre miljøet, spare penger, eller bedre egen helse, sier undersøkelsen ingen ting om (Berge 1997).

Tabell 4.4: Personer som er enige/uenige i påstander om hva de gjør for å bedre miljøet. Prosent. N=12.790. Kilde Berge 1997.

| Utsagn   | Enig | Verken enig eller uenig | Uenig |
|--|------|-------------------------|-------|
| Jeg sykler eller går på korte avstander for å redusere bilbruken             | 63   | 12                      | 23    |
| Jeg aksepterer å bruke mer tid på de daglige reisene hvis det bedrer miljøet | 44   | 25                      | 30    |
| Jeg velger aktiviteter som ligger nærmere boligen for å redusere bilbruken   | 39   | 28                      | 33    |
| Jeg reiser kollektivt når jeg skal inn til sentrum for å redusere bilbruken  | 30   | 21                      | 47    |

Selv om samfunnet og bystrukturen for en stor del er lagt opp slik at bil er nødvendig for å gjennomføre dagliglivets aktiviteter, misliker deler av befolkningen denne avhengigheten av bil. I Tyskland viser en undersøkelse (Sachs 1983) en tendens til at det særlig er de velutdannede som har mistet entusiasmen for et bilsentrert liv.

En undersøkelse av Bilkollektivet i Oslo viser også at deres medlemmer i hovedsak består av personer med høy utdanning og høy inntekt. Altså personer som ikke har valgt en billøs tilværelse av økonomiske grunner (Berge 1998), men fordi de ikke ønsker å ha bil.

## 4.2 Kollektivtransport

Kollektivtransporten kan vurderes ut fra de samme dimensjonene som bilen. Selv om det i en undersøkelse av den voksne befolkningen i Oslo (Vibe og Hjorthol 1993) viste seg at det er langt færre som forbinder det å reise kollektivt med frihet til å reise hvor og når de vil, er det 30 prosent som er enige i dette utsagnet, kvinner mye oftere enn menn. Frihet er også frihet fra ubehageligheter. Tabell 4.5 viser at kollektivtransporten oppleves som at den gir muligheten til å slippe å konsentrere seg om trafikksituasjonen og å bekymre seg om parkeringsproblemene. Dette betyr mer for kvinner enn for menn.

Tabell 4.5: Ulike betydninger ved å reise kollektivt for kvinner og menn, 18-67 år. Oslo 1993. Prosent. N=1000. Kilde: Lunden 1994.

| Påstand  | Kjønn  | Enig | Verken enig eller uenig | Uenig | Antall |
|--|--------|------|-------------------------|-------|--------|
| Jeg liker å reise kollektivt fordi det gir meg mulighet til å reise hvor og når jeg vil*** | Kvinne | 36   | 7                       | 57    | 565    |
|  | Mann   | 22   | 9                       | 69    | 456    |
| Jeg liker å reise kollektivt fordi jeg slipper å tenke på trafikksituasjoner***            | Kvinne | 64   | 9                       | 18    | 556    |
|  | Mann   | 64   | 9                       | 27    | 458    |
| Jeg liker å kjøre kollektivt, for da slipper jeg å tenke på parkeringsplass for bilen**    | Kvinne | 79   | 5                       | 16    | 529    |
|  | Mann   | 71   | 5                       | 24    | 441    |
| Jeg liker å finne fram i kollektivsystemet når jeg skal til steder i byen jeg sjelden drar | Kvinne | 50   | 11                      | 40    | 549    |
|  | Mann   | 42   | 11                      | 47    | 443    |
| Jeg liker å reise kollektivt, for da føler jeg meg trygg***                                | Kvinne | 46   | 18                      | 37    | 565    |
|  | Mann   | 33   | 20                      | 47    | 459    |
| Jeg føler meg utrygg når jeg går til holdeplassen***                                       | Kvinne | 23   | 4                       | 73    | 472    |
|  | Mann   | 8    | 1                       | 91    | 450    |
| Jeg liker å reise kollektivt fordi det er miljøvennlig***                                  | Kvinne | 78   | 12                      | 11    | 558    |
|  | Mann   | 66   | 14                      | 21    | 451    |
| Jeg liker å reise kollektivt fordi da kan jeg lese og slappe av**                          | Kvinne | 70   | 8                       | 24    | 562    |
|  | Mann   | 66   | 9                       | 25    | 459    |

\* signifikant for  $p < 5\%$ , kjiqvadrat-test

\*\* signifikant for  $p < 1\%$ , kjiqvadrat-test

\*\*\* signifikant for  $p < 0,001\%$ , kjiqvadrat-test

Å mestre kollektivsystemet på den måten at man liker å finne fram i det når man skal til ukjente steder i byen, er et aspekt som nesten halvparten sier seg enige i.

Kvinner opplever at det er trygt å reise kollektivt, men utrygt å gå til og å vente på holdeplassene. Menn har ikke tilsvarende opplevelser.

Både kvinner og menn opplever kollektivtransporten som miljøvennlig. Det er mer enn 70 prosent som sier de liker å reise kollektivt fordi det er miljøvennlig.

Kollektivtransporten oppfattes altså generelt som lite stressende samtidig som det er mulig å lese og slappe av, den er miljøvennlig, og den sparer folk for bryet med å finne parkeringsplass. Tabell 4.6 viser hva et annet utvalg av befolkningen i Oslo sier at de liker og ikke liker ved bruk av kollektivtransport.

Tabell 4.6: Personer som er enige i påstander om bruk av kollektivtransport. Prosent. N=1053 Kilde: Stangeby 1994

| Liker å kjøre kollektivtransport   | Andel enige | Liker ikke å kjøre kollektivtransport                                   | Andel enige |
|--|-------------|---|-------------|
| Jeg liker å reise kollektivt for da slipper jeg å tenke på parkeringsplass for bilen | 75          | Jeg liker ikke å reise kollektivt fordi jeg er bundet av ruter og tider | 60          |
| Jeg liker å reise kollektivt fordi det er miljøvennlig                               | 72          | Jeg liker ikke å reise kollektivt fordi det tar for mye tid             | 50          |
| Jeg liker å reise kollektivt fordi da kan jeg lese og slappe av                      | 68          | Jeg liker ikke å reise kollektivt fordi det går for langsomt            | 49          |
| Jeg liker å reise kollektivt fordi jeg slipper å tenke på trafikksituasjonen         | 69          | Jeg liker ikke å reise kollektivt fordi det er så dyrt                  | 42          |

Forhold som reduserer kollektivtransportens attraktivitet er knyttet til både faktiske forhold som begrenset tilbud, standard, reisetid, kostnader, skjult ventetid o.l. (Stangeby og Norheim 1995), og til symbolske verdier (Berge 1995). For eksempel kan usikkerheten ved venting på kollektivtransporten degradere *statusen* på kollektivreisene (Warman og Sheldon 1985). Det å ikke ha kontroll, å ikke ha valgmuligheter, betyr mye for status og opplevelsen av status. Forskere fra Nederland (Van Vugt, Van Lange og Meertens 1996) fant for eksempel at opplevelsen av kontroll over reisetidens lengde var en viktig faktor ved valg av transportmiddel på arbeidsreisen.

I en kvalitativ studie (Berge 1995) hvor det i fokusgrupper ble diskutert fordeler og ulemper ved bruk av kollektivtransport, kom det blant annet fram at fordelene var avhengig av hvor en bor, hvor langt det er til nærmeste stasjon, hvor en arbeider, hvor ens andre aktiviteter er lokalisert og hva slags aktiviteter en gjør. Bor en midt i byen og/eller ens aktiviteter er lokalisert i sentrum, ble det opplevd som OK å bruke kollektivtransport. Den største fordelen er at en slipper kø og parkeringsproblemer. Noen synes også at kollektivtransport er billigere og raskere å bruke enn bil frem og tilbake til sentrum.

En annen fordel som ble nevnt, var muligheten av å kunne nyte alkohol. Dessuten ble det nevnt at kollektivtransport er mer fleksibelt å bruke enn bil når en er i sentrum fordi en slipper å gå tilbake til der bilen er parkert for å komme seg hjem.

Et representativt utvalg av befolkningen i Kristiansand/Vennesla, Hordaland, Østfold, Skien/Porsgrunn og Tromsø viser at folk oppfatter kollektivtransporten (bussen) som et trygt, pålitelig, enkelt og miljøvennlig transportalternativ (Kjørstad 1995). Det er derimot svært mange som er uenig i påstandene om at kollektivtransporten er billig, fleksibel, rask og praktisk, se tabell 4.7.



Tabell 4.7: Holdninger til kollektivtransport. Personer enige/uenige i påstander om kollektivtransport. Prosent. Kilde: Kjørstad 1995

| Bussen er:   | Enig | Verken/eller | Uenig |
|--------------|------|--------------|-------|
| Trygg        | 92   | 4            | 4     |
| Pålitelig    | 89   | 5            | 6     |
| Enkel        | 81   | 7            | 12    |
| Miljøvennlig | 81   | 8            | 11    |
| Komfortabel  | 74   | 12           | 14    |
| Praktisk     | 71   | 11           | 18    |
| Rask         | 56   | 14           | 30    |
| Fleksibel    | 52   | 10           | 37    |
| Billig       | 40   | 12           | 48    |

I den kvalitative undersøkelsen (Berge 1995) i Oslo kom det fram at ulempene ved å reise kollektivt var at dette generelt sett var en brysom og omstendelig måte å transportere seg på og at en alltid må planlegge livet sitt etter en gitt tidstabell. Dette ble uttrykt på følgende måte:

- «Det er ofte for langt å gå til stasjonene»
- «Det er mange steder det er vanskelig å nå med offentlig kommunikasjon»
- «Det er vanskelig å huske rutetidene»
- «Det er vanskelig å bruke når en ikke vet nøyaktig hvor en skal»
- «Det er sjeldent en direkte rute dit jeg skal»
- «Du må alltid vente når du skal bytte fra et transportmiddel til et annet»
- «Det er stadig forsinkelser, men du må alltid være presis for hvis du ikke rekker toget eller bussen så må du ofte vente i 20 minutter»
- «Det er ukomfortabelt hvis du ikke får sitte»
- «De slutter å gå for tidlig på kveldene»
- «Det er dyrere å betale enkeltbillett sammenlignet med bensinutgifter hvis en skal reise flere sammen»
- «Billettautomatene er et hinder, særlig hvis en er sent ute og ikke har vekslepenger».

En kvalitativ intervjuundersøkelse av dagpendlere i Oslo/Akershusområde (Berge 1999) viste at kollektivtransporten også har helt andre kvaliteter. En av de intervjuede sa blant annet: «Ofte så er det en frisone, jeg synes det er deilig å ta bussen. Hvis jeg da er ekstra sliten av et eller annet så rigger jeg meg til og så sovner jeg.». En annen sa: «Jeg sitter og sløver, har hatt perioder hvor jeg har lest avisen og lest lite grann, men jeg sitter som regel og sover.» En tredje: «Jeg reiser jo bort tre timer. Men på den andre siden så tar jeg igjen litt søvn».

### 4.3 Ulike kollektivtransportmidler

Nå er det imidlertid ikke slik at alle kollektivtransportmidler vurderes likt. En Svensk undersøkelse viser for eksempel, at der buss og tog går på parallelt (Transek 1996, i Loncar-Lucassi 1998) så er pris og komfort klart de viktigste faktorene som bestemmer hvilket valg en foretar. Prismessig er buss best, mens toget har klart bedre komfort. Punktlighet er også en av de opplevde fordelene med toget.

En annen svensk undersøkelse (Transek 1991, i Loncar-Lucassi 1998) viser at ved valg mellom tog og buss vil majoriteten velge tog, om reisetid, kostnad og tilgjengeligheten er den samme. Komfort som toalett, oppvarmet venterom, justerbare seter, er faktorer som folk setter pris på ved togreiser.

Tog ansees generelt som et mer komfortabelt og bedre transportmiddel enn bussen på regionale reiser i følge deltagerne i en fokusgruppe i Sverige (Warsèn 1991). På toget kan man både arbeide og slappe av. Flere i undersøkelsen foretrakk bussen på regionale arbeids-/skolereisen om morgenen i og med at denne ansees som raskere og mer bekvem. Toget passer bedre på turen hjem da man kan sove eller bare koble av (Warsèn 1991).

Undersøkelser i Gøteborg (Loncar-Lucassi 1998) har påvist en svak negativ vurdering av sporgående transportmidler i forhold til buss. Respondentene i undersøkelsen var i gjennomsnitt villige til å betale 40 øre mer per tur for å reise buss i forhold til sporvogn. I stor grad basert på vane, de som kjørte buss var positivt innstilt til dette, og omvendt, de som kjørte tog var mest positive til tog. Bussreisende var imidlertid betydelig mer positivt innstilt til å reise med buss (omtrent tre ganger), enn sporvognbrukere var til reiser med sporvognen. Kvinner mer negative innstilt til sporvognen enn menn. Forskjellen kan forklares via trygghetsfaktorene: bedre kontakt med føreren på bussen.

En kvalitativ imageanalyse av ulike transportmidler i Oslo (Berge 1995) viste at deltakerene i analysen assosiert svært forskjellig når det gjaldt de ulike kollektive transportmidlene. Assosiasjonene knyttet til *T-banen* som transportmiddel var i hovedsak positive. Utrykk som ble brukt var: «Til å stole på», «lett å finne», «enkel å bruke», «effektiv», «punktlig», «rask» og «den går som en klokke». Den er videre «komfortabel», «moderne», «trygg med hensyn til trafikkulykker», og «den er avslappende å bruke». Negative beskrivelser av T-banen var at «det er for mange folk i forhold til sitteplasser i rushtiden», at den er «ukomfortabel» og at «vognene er shabby». En negativ side som det særlig ble lagt vekt på, var at den var skummel og utrygg å bruke om kvelden og natten.

Karakteristikkene av *buss* som transportmiddel var i hovedsak negative. I følge respondentene er den: «Upålitelig, «uforutsigbar, «farlig i trafikken», «dårlig informasjon», «vanskelig å vite hvor de kjører og hvor stasjonene er – de tar alltid en omvei», og «rutetabellene er kompliserte». «De kjører vanligvis veldig sakte», «er ofte forsinket», og «noen ganger stopper de ikke på stasjonen fordi de er fulle av folk». Bussen er videre «ukomfortabel hvis en ikke får sitteplass», «det er for mange stopp og kjøør», «det er varmt, «det er for liten plass» - og «en blir lett kvalm». Ikke alle karakteristikkene var negative, selv om det var disse som dominerte. Noen av de positive egenskapene var at bussen er fleksibel fordi den kan kjøre der annen kollektivtransport ikke kan kjøre, bussen er dessuten «mere privat enn T-banen», «det er vanligvis en hyggelig atmosfære mellom folk», og «det er fin utsikt hvis en er interessert i det som foregår utenfor bussen».

Undersøkelsen i Oslo av ungdoms holdninger til transport og miljø (Lodden 1998) viste at kollektivtransporten oppfattes som noe utilstrekkelig, særlig når det gjelder service (sjåførenes opptreden og vennlighet), pris (for dyrt) og komfort (mangel på sitteplasser). Men omtrent 40 prosent mener at man kommer fort fram med kollektive transportmidler, og like mange sier de liker å reise kollektivt fordi man da kan bestemme når og hvor man selv vil reise. Jentene er noe mer positive

med hensyn til framkommelighet og fleksibilitet med kollektive transportmidler enn guttene er. Det samme gjelder de yngste ungdommene som heller ikke opplever de negative sidene ved kollektivtransporten like sterkt som ungdommene over 16 år. En svært høy andel av ungdommene, 84 prosent, var for øvrig enig i at kollektivtransporten bør utbygges, og særlig de eldste ungdommene var opptatt av dette.

## 5 Avgjørende holdningsfaktorer

Som beskrevet foran (figur 1.2) er transportmiddelvalget påvirket av objektive forhold som romlige strukturer og transporttilbudet. Våre holdninger og vår livsstil påvirker i sin tur hvordan vi oppfatter disse romlige strukturene og muligheten for å benytte ulike transportmidler. Hvilke faktorer som er bestemmende varierer ikke bare mellom forskjellige grupper i samfunnet. Reisens hensikt, aktuelle transportmiddel og reisens lengde er også av betydning. I tillegg har nåværende transportmiddelbruk betydning (velger det vi er vant til).

Avgjørende holdningsfaktorer kan forstås som kvalitetsparametre for å vurdere kundetilfredsheten. Når en vurderer hvilket transportmiddel som passer best for den aktuelle turen vil hele reisekjeden bli vurdert. Reisen har da lett for å bli vurdert ut fra kvaliteten på det dårligste leddet (Rossmys and Brown 1989). Vanen har imidlertid stor betydning (Ronis m fl 1989 og Gärling og Garvill 1993).

Litteraturen viser at de viktigste holdningsfaktorene er knyttet til:

- Reisetid
- Tilgjengelighet
- Pålitelighet
- Komfort
- Trygghet
- Pris
- Informasjon

Holdningsfaktorene tilsvarer langt på veg kvalitetsparameterene for kundetilfredshet som benyttes i EU-prosjektet QUATRO (Quality Approach in Tending/contracting urban public Transport Operations). I det følgende presenteres hva litteraturen sier om betydningen av disse faktorene.

### 5.1 Reisetid

Reisetiden fra dør til dør er muligens den faktoren som i størst grad er bestemmende for om man velger å bruke offentlige transportmidler eller bilen (AS Oslo Sporveier 1994, Biong m fl 1991, Davidsson m fl 1993, Forward 1998, Garvill 1994, Loncar-Lucassi 1998, Wildlert 1992). Dette påvirkes blant annet av transportmiddelets avgangshyppighet og tilgjengelighet. Alle 53 politiske beslutningstakere som var med i en undersøkelse i Norge mente at tiltak for å redusere reisetiden er viktig (AS Oslo sporveier 1994). Undersøkelser viser at tidsaspektet er viktig ved valget av transportmiddel, men når en først har foretatt et valg blir den mindre viktig (Davidsson m fl 1993).

I undersøkelsen av Oslo-befolkningens holdninger til reiser og transportforhold (Vibe og Hjorthol 1993) ble det spurt om hvor mye ekstra tid bilistene kunne

godta å bruke på reisen dersom de skulle reise kollektivt i stedet for med bil. Gjennomsnittlig kunne folk godta en økning på tolv minutter på arbeidsreisen (én veg). Dette er tre minutter mindre enn den faktiske differansen mellom de som reiser kollektivt og de som bruker bil blant Oslo-beboerne (resultater fra en etterundersøkelse knyttet til bompengeringen). Som tabell 5.1 viser er det stor forskjell mellom type reisehensikt. Når det gjelder innkjøp av dagligvarer, er ikke befolkningen villige til å godta en ekstra reisetid på mer enn seks minutter ved overgang fra bil til kollektivtransport. Til sammenlikning er den faktiske differansen tolv minutter. I rapporten fra undersøkelsen blir den relativt korte tiden man her har «råd til å gi bort», forklart med at en god del av dagligvareinnkjøpene gjøres på veg hjem fra arbeidet, på et tidspunkt da tiden er knapp.

Tabell 5.1: Hvor mye ekstra reisetid bilbrukere kan godta dersom de skulle reise kollektivt. 18-67 år. Minutter. Kilde: Vibe og Hjorthol 1993

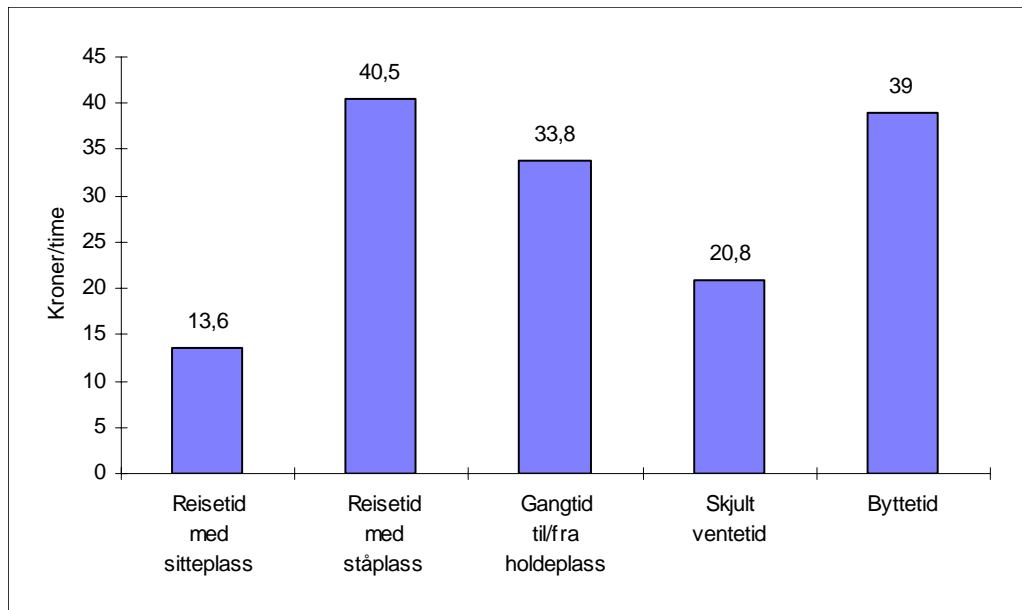
| Reisetype                   | Antall minutter ekstra |        |
|-----------------------------|------------------------|--------|
|                             | reisetid               | Antall |
| Arbeidsreise                | 11,8                   | 224    |
| Innkjøp av dagligvare       | 5,8                    | 287    |
| Handle klær og sko          | 10,6                   | 289    |
| Besøk                       | 15,5                   | 490    |
| Kino, restaurant, teater ol | 11,7                   | 204    |

Den største forskjellen mellom det folk kan godta av økt reisetid og den faktiske differansen mellom reisemåtene har med private besøk å gjøre. De som kjører eller sitter på i bil når de skal besøke venner og bekjente sier at de kan akseptere femten minutter ekstra reisetid, mens den faktiske forskjellen mellom de som kjører bil og kollektivt på disse reisene bare er fire minutter.

Når det gjelder tid så er det gjerne snakk om den «opplevde reisetiden». Opplevd tidsforbruk er i flere tilfelle forskjellig fra faktisk tidsbruk. Den opplevde reisetiden for kollektivbrukere er gjerne en kombinasjon av: tiden det tar og komme seg til og fra holdeplassen, ventetid på holdeplassen, forsinkelser og tiden i transportmiddelet. Eventuelle bytter, forsinkelser og lang spasertur til holdeplassen blir ofte overvurdert.

I forbindelse med Stated Preference studier har en blant annet funnet ut at betalingsvilligheten er stor for å redusere tiden det tar til og fra holdeplassen, ventetiden på holdeplassen og skjult ventetid (Davidsson og Eklöv 1993, Kjørstad 1995).

Resultater fra en markedsanalyse av kollektivtrafikantenes preferanser (Kjørstad 1995) som ble gjennomført i Moss, Skien/Porsgrunn, Kristiansand, Ålesund og Tromsø i 1994 viser hvor mye trafikantene i gjennomsnitt er villige til å betale for kortere reisetid. Undersøkelsen omfatter 1009 kollektivtrafikanter over 16 år. Som figur 5.1 viser vektlegges både gangtid, skjult ventetid (behandles i kapittel 5.2) og byttetid, høyere enn kortere reisetid på transportmiddelet. Hvis en ikke får sitteplass, vil imidlertid reisetiden på transportmiddelet telle mer enn de andre faktorene.



Figur 5.1: Verdsetting av kortere reisetid. Kroner/time. Samvalganalyse i Moss, Grenland, Kristiansand, Tromsø og Ålesund, 1994. Gjennomsnitt for alle områder. Kilde: Kjørstad 1995

Figuren viser at det er stor motstand mot å bytte transportmiddel underveis. Selv ved direkte bytte til ventende transportmiddel er trafikantene villige til å betale fra kr 3,20 til 8,30 for å slippe å bytte. Hvis de må vente 10 minutter på neste transportmiddel, øker betalingsvilligheten til fra kr 8,20 til 23,00. En undersøkelse fra Sverige (Peterson m fl 1998) bekrefter den negative oppfattelsen av bytte mellom kollektive transportmidler. Personer som i dag ikke trengte å bytte underveis var villige til å øke den totale reisetiden med 22 minutter for å slippe et eventuelt bytte i fremtiden. De som i dag måtte bytte var villige til å øke reisetiden med 7 minutter for å slippe bytte i fremtiden. I begge tilfeller var den totale reisetiden i dag på 45 minutter.

I undersøkelsen fra Norge (Kjørstad 1995) er det ikke noe som tyder på at de som reiser kort, ser på bytte i seg selv som noen større ulempe enn de som reiser langt. Det ser derimot ut til at ulempen ved byttetiden øker med reiselengden, dvs at de som reiser langt, over 45 minutter, i mindre grad er villige til å akseptere økt byttetid.

Oppfatningen av reisetiden til de forskjellige transportmidlene, har en klar sammenheng med den faktiske bruken. De som kjører mye bil har en oppfatning om at bilbruk er tidsbesparende, mens de mener at kollektivtransport er mer tidkrevende. De som reiser mye kollektivt har på sin side en mindre negativ holdning til kollektivtransportens tids- og romlige begrensninger (Hjorthol 1998).

Om en vurderer buss og tog opp mot hverandre er det en tendens til at man undervurderer tiden på toget, og overvurderer tiden bussen bruker (Lonca-Lucassi 1998). Når det gjelder arbeidsreiser med bil er tendensen at dess lengre reisen er dess mer fornøyd er man, mens det motsatte er tilfelle for buss. På innkjøpsreiser har tiden mindre betydning enn ved arbeidsreisene (Garvill 1994).

## 5.2 Tilgjengelighet

I en undersøkelse i Sverige (Warsèn 1991) angir bilbrukere at følelsen av frihet som bilen tilbyr og det at man selv kan disponere tiden, som viktige grunner til ikke å benytte kollektive transportmidler. Transportmiddelets tilgjengelighet er med på å skape denne friheten. Avstand til holdeplass er en viktig faktor som påvirker opplevelsen av tilgjengelighet.

I en svensk undersøkelse oppgav bilister en grense på 500 meter til holdeplassen, og rundt 200 meter (ca 3 min gange) om en hadde bagasje. Kollektivbrukere satte grensen ved rundt 10 minutters gange (Loncar-Lucassi 1998). I en passasjerundersøkelse fra Notodden (Renolen og Kjørstad 1995) svarer godt over halvparten at gangtiden ikke bør overstige 5 minutter.

Avgangshyppighet er også en viktig faktor for opplevelsen av tilgjengelighet. Ved å gå, sykle eller kjøre bil, kan de reisende starte reisen umiddelbart - dvs når man vil. For mange er det viktig å selv å kunne bestemme når en vil reise, i tillegg til hvor en skal stoppe på veien. Det er særlig aldersgruppen 30-49 år som setter denne faktoren høyt ved valg av transportmiddel (Garvill 1994).

For kollektivtransport er de derimot avhengig av å vente til neste avgang. Med lav frekvens kan dette innebære en betydelig *skjult ventetid* for trafikantene. Det vil si at tilgjengeligheten er dårligere enn ved hyppige avganger. Under forutsetning av at ønsket avreisetidspunkt varierer tilfeldig mellom avgangene, vil gjennomsnittlig skjult ventetid være halvparten av intervallet mellom avgangene. Hvis det for eksempel er 30 minutters frekvens, vil gjennomsnittlig skjult ventetid være 15 minutter.

Vektleggingen av skjult ventetid vil avhenge av hvor «fornuftig» denne ventetiden kan utnyttes. Hvis den skjulte ventetiden *ikke* oppleves som noen ulempe, er det rimelig å anta at hyppige avganger med høy fleksibilitet i avreisetidspunktet vektlegges lavt. Ved hyppige avganger er faktisk og skjult ventetid like store (Norheim m fl 1994). Når det er mindre enn 10 minutter mellom avgangene, tar trafikantene i liten grad hensyn til rutetabellen når de møter opp på holdeplassen. Dersom det er over 10 minutter mellom hver avgang, stabiliserer den faktiske ventetiden seg på i underkant av 10 minutter, mens den skjulte ventetiden øker.

I en markedsundersøkelse i Norge (Forsøksordningen) ble det spurt om holdninger til ulike standardforbedringer av kollektivtransporten. Tabell 5.2 viser hvor mange som gikk inn for de ulike tiltakene som var knyttet til tilgjengelighet. Dataene viser at flesteparten av trafikantene ønsker flere avganger (høyere frekvens).

Tabell 5.2: Viktigste standardfaktorer trafikantene ønsker forbedret på kollektivtilbudet. Prosent. Data fra markedsundersøkelsene innenfor Forsøksordningen. (N= 11.448). Kilde: Kjørstad 1997

| Standardforbedring                       | Prosent |
|--|---------|
| Ubesvart                                 | 15      |
| Ingen/bra som det er                     | 17      |
| Økt frekvens                             | 44      |
| Utvidet , bedre tilpasning av rutenettet | 7       |
| Reisetiden                               | 2       |
| Flere/bedre holdeplasser                 | 3       |
| Bedre service/informasjon                | 2       |
| Andre tiltak                             | 9       |

I den norske markedsundersøkelsen fra Kjørstad (1995) viste det seg at i valget mellom to ruter hvor én har 15 minutter mellom avgangene og én har 30 minutter, vil trafikantene foretrekke den ruta som har færrest minutter mellom avgangene, selv om denne bruker noe lenger tid.

I en undersøkelse av tilfeldig valgte personer i Norge (Feedback 1998) var i underkant av 50 prosent av de som bruker buss (mer enn 1-2 ganger per kvartal) misfornøyd med rutetilbudet på kveldene og i helgene. For avgangshyppigheten i rushtiden er den tilsvarende andelen i overkant av 20 %. Tendensen er tilsvarende når det gjelder avgangshyppigheten til tog og trikk. Warsèn (1991) peker på at tog og buss har «ujevne» avgangstider avhengig av ukedag, noe som kan være vanskelig å tilpasse egne behov.

### 5.3 Pålitelighet

I en svensk undersøkelse (Loncar-Lucassi 1998) anså respondentene at toget var mer punktlig enn bussen. Dette gjaldt for regionale reiser på samme strekning. I Norge oppgav 32 prosent av de som brukte toget at de var misfornøyd med punktligheten, 22 prosent av trikk-/banebrukere var misfornøyd med punktligheten, mens 19 prosent av bussbrukerne ikke var fornøyd med punktligheten (Feedback 1998)

I en kvalitativ intervjuundersøkelse (Berge 1999) kom det fram at de som på grunn av barn og arbeid har liten fleksibilitet i hverdagen, opplevde forsinkelser i deres daglige transporttilbud som en stor stressfaktor. En av de intervjuede sa: «I perioder tar jeg drosje hjem, hvis jeg har for mye stress, hvis jeg ikke når det. Jeg tar ikke sjansen på at bussen kommer. Det er en veldig stor stressfaktor.»

Intervju av 314 personer på linjene mellom Stockholm-Malmø og Stockholm-Gøteborg (Lindh og Widlert 1989), viste at det var betalingsvillighet for å bedre punktligheten. Selv i Sveits der punktligheten ligger på opp mot 90 prosent anser de reisende at ytterligere forbedringer av punktligheten er en av de viktigste kvalitetsfaktorene. Den svenske undersøkelsen viste at forsinkelser er verre når en står og venter på toget, enn når en først er på transportmiddelet. Ved økt turtetthet, reduseres betalingsvilligheten for å redusere forsinkelser. En økning i reisetiden på grunn av forsinkelser er verre enn lang reisetid. Det er et sterkt ønske om at



togføreren alltid informerer om forsinkelser og disses lengde, samt tid til neste holdeplass, samt informasjonstavler med alle avganger, ankomster og eventuelle forsinkelser på perrongene.

En undersøkelse i England (ESRC 1995) viste at rutefrekvens og pålitelighet synes å være de faktorene som i størst grad kan få bilister til å reise kollektivt.

## **5.4 Komfort**

Komfort er en av faktorene bilbrukere fremhever som årsak til at de velger bil fremfor kollektive transportmidler. Det er hovedsakelig personer i aldersgruppen 30-49 år som sier at komforten er en viktig årsak til å velge bil (Garvill 1994).

Komforten har betydning for hvor lang vi føler at reisen er (opplevd reisetid). Tilsvarende er utformingen av holdeplassene viktig for hvordan vi opplever ventetiden på stasjonen (Loncar-Lucassi 1998). Som vist i figur 5.1 var for eksempel opplevelsen av reisetiden på transportmiddelet og av ventetiden ved bytte og ved forsinkelser, lengre uten tilgjengelig sitteplass. I så måte ønsker flere en bedre kontroll på antall passasjerer i bussene og flere avganger for å unngå å måtte stå som "sild i tønner" (Warsèn og Bjørnehult 1995).

Komforten i kjøretøyet påvirkes av forhold som: ventilasjon, stoler i kjøreretning, plass til bagasje, informasjon på reisen, støy, renhold, kjøreset (mykt – rykkete), og sist men ikke minst tilgangen på sitteplasser. Komforten på stasjonen påvirkes blant annet av: toalett, sykkelparkering, bilparkering, renhold, bemannede stasjoner, avstand fra parkering til stasjonen, værbeskyttelse og informasjon (Loncar-Lucassi 1998, Warsèn 1991).

For regionale reiser kan det være mer nærliggende å forsøke å få til en overgang fra bil til tog (heller enn buss), i og med at komforten på toget er nærmere det bilen kan tilby (Loncar-Lucassi 1998).

I en stated preference undersøkelse i Sverige (Wildlert m.fl. 1989) konkluderes det med at følgende tiltak som kan bedre komforten burde gjennomføres: beskyttelse mot regn på bussholdeplasser, realtidsinformasjon på alle store holdeplasser/ stasjoner og bedre renhold. Mer tvilsomme tiltak (mhp lønnsomhet) var: bemannede stasjoner, alle dørene i bussen brukes for påstigning (særlig ønskelig i perioder med tett trafikk – tidsbesparelser). Andre tiltak (med varierende kostnadseffektivitet): tilgang til sitteplasser, punktlighet, kort avstand mellom plattformer ved bytte mellom transportmidler.

På- og avstigning er spesielt viktig for komforten til utsatte grupper, som eldre, funksjonshemmede og personer med barnevogn. Resultater fra Norge (Kjørstad 1995) viser at det er mange blant dem som har på- og avstigningsproblemer som reduserer sin bruk av buss på grunn av dette. Én av tre av dem som har problemer i dag sier at dette reduserer deres bruk av buss. Kvinner har oftere hatt problemer enn menn. Mennene reduserer i noe større grad enn kvinnene sin bruk av buss på visse typer reiser for å unngå slike problemer.

## 5.5 Trygghet

Buss scorer høyere på «trygghetsskalaen» enn trikk/T-bane. Dette skyldes blant annet at det er bedre kontakt med føreren på busser. Kvinner er mer negativt innstilt til T-bane enn menn, og eldre mer negativt innstilt enn de yngre (Luncar-Lucassi 1998).

Kvinner føler seg mer utrygge enn menn, og særlig på kveldstid. Eldre (50-65) føler seg generelt mer utrygge enn yngre mennesker (Garvill 1994).

Blant de faste kollektivtrafikkbrukerne i Oslo reiser for eksempel halvparten av kvinnene ikke om kvelden fordi de synes det er utrygt, spesielt på vei til og fra holdeplassen (Norheim og Stangeby 1993). Det er bl a betalingsvillighet for å ha vakter og nødtelefoner på T-bane stasjoner (Norheim m fl 1993).

Bilistene oppfatter kollektivtransporten som mer utrygg enn kollektivbrukerne. Kollektivbrukerne var mer opptatt av den tekniske sikkerheten, som blant annet nødutganger og alarmanlegg (Luncar-Lucassi 1998).

Når det gjelder synet på trafikksikkerheten er forskjellene mer uklare, men kollektive transportmidler synes å oppfattes som noe sikrere (Garvill 1994), noe som også svarer til de faktiske risikoforhold.

## 5.6 Pris

Trafikantenes prisfølsomhet for kollektivtrafikk, dvs hvilken pris de er villige til å betale for en kollektivreise, avhenger av en rekke forhold. Grovt sett kan den forklares ved å se på trafikantenes valgsituasjon: Trafikanter med tilgang til bil eller mulighet til å endre reisemål har høyere prisfølsomhet enn trafikanter som ikke har alternativer (Norheim og Stangeby 1995).

Reduksjon i pris kan være avgjørende for å fremme interessen for tilbudet hos enkelte. Mengderabatter, ungdomskort, pensjonistrabatter og lignende er da aktuelle tiltak. Det er særlig de unge som oppgir at prisen er viktig for transportmiddelvalget. Barnefamilier er mer misfornøyde med prisen enn andre, og bileiere mer enn de som ikke eier bil (MMI 1982).

I en undersøkelse foretatt for Vegdirektoratet (Feedback 1998) oppgav i underkant av 30 prosent at en reduksjon i billettprisene var et av tiltakene som måtte iverksettes for at de skulle reise oftere kollektivt. Andre undersøkelser viser imidlertid at prisen er mindre viktig hvis tilbudet er tilpasset på andre måter (Danielsen 1999, Kjørstad m fl 2000)

## 5.7 Informasjon og service

Enkelt og oversiktlig billettsystem er noe flere anser som viktig. Det er også et generelt ønske om bemannede stasjoner (både mhp trygghet, informasjonssammenheng, og tilgjengeligheten til billetter).

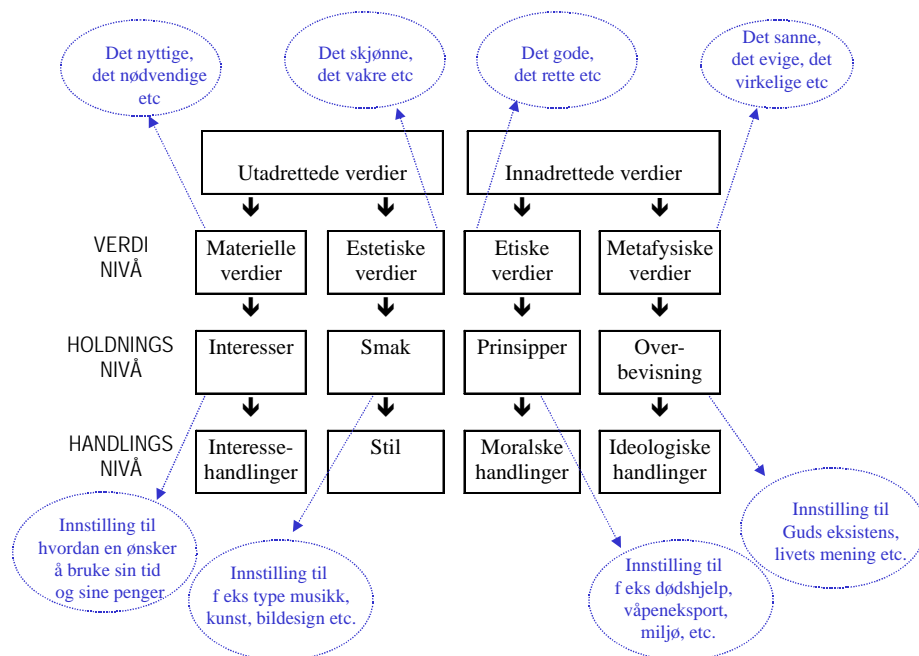
Informasjon om ruter og eventuelle forsinkelser er viktig. I en Svensk undersøkelse (Warsèn m fl 1995) ble det kommentert at det generelt var dårlig ruteinformasjon på holdeplasser for buss. Det var et ønske om at det også skulle

oppgis andre stoppesteder på ruten (samt tidspunkt til disse) og eventuelt rutekart på hver enkelt holdeplass. Dette er informasjon som stort sett alltid er tilgjengelig på holdeplasser for trikk og tog.

Opplysninger om eventuelle forsinkelser på alle stasjoner vil kunne bedre kundetilfredsheten. Om manglende informasjon om kollektivtilbudet kan være en avgjørende faktor for transportmiddelvalget, er usikkert. Det er imidlertid i større grad påvist manglende kunnskaper hos bilistene, enn blant andre. En undersøkelse viser at halvparten av bilistene i områder med et godt utbygd kollektivtilbud ikke kjenner til dette tilbudet (Brög 1991). Årsaken kan til en viss grad skyldes at de allerede har foretatt et valg og i utgangspunktet ikke er interessert i å bytte transportmiddel. (Davidsson m fl 1993). Vanebilister er derfor en meget vanskelig gruppe å informere, i og med at de ikke er interessert i denne type informasjon.

## 6 Sammenheng mellom holdninger og handlinger

De to foregående kapitlene presenterer ulike holdninger til transportmidler og avgjørende holdningsfaktorer som er presentert i litteraturen. Kapittel 3.3 om bilismen trekker fram ulike verdier på samfunnsnivå knyttet til bilkjøring. Når det snakkes om holdninger og transportmiddelbruk på individnivå, brukes gjerne verdier og holdninger om hverandre. Men både innen sosialpsykologien og innen sosiologien er dette to ulike begreper. Et verdisystem defineres gjerne som et relativt stabilt hierarkisk sett av oppfatninger om at bestemte måter å handle på er bedre enn andre (Rokeach 1973). Stort sett har man få, grunnleggende og mer eller mindre varige verdier, mens holdninger, de har man mange av, og de endres raskere enn ens verdier. Holdninger er mye mer konkrete. Selv om verdier og verdisystem er relativt stabile, vil de likevel kunne endres over tid. Fordi de er rangordnet, kan de komme i konflikt med hverandre, og dermed blir en tvunget til å sammenlikne og velge mellom dem når en skal uttrykke holdninger og når en skal handle. Verdier kan dermed måtte bli reorganisert og den innbyrdes betydningen av dem bli endret. (Hjorthol og Berge 1997)



Figur 6.1: Oversikt over hvordan verdier, holdninger og handlinger teoretisk henger sammen. (Kilde Miegel 1990)

Figur 6.1 viser hvordan verdier, holdninger og handlinger teoretisk henger sammen.

Figuren skiller mellom fire typer handlinger. Spørsmålet er hva slags handling reiseatferd og transportmiddelvalg er. Det er kanskje først og fremst en *interesse handling*. Det har noe med hvordan en ønsker å bruke sin tid og sine penger på, og hvordan en ønsker å organisere livet sitt. Det kan imidlertid også være en del av ens *stil*. Hva slags transportmiddel en synes er stygt og pent, hva en synes passer best til ens identitet etc. Det kan også være en *moralsk handling*. For eksempel hvis en er veldig opptatt av miljø så velger en kanskje sykkel eller kollektivtransport framfor å kjøre bil. Transportmiddelvalg kan faktisk også være en *ideologisk handling*. Ideologiske handlinger er knyttet til religiøsitet, og politisk overbevisning. En kan for eksempel mene at det offentlige ikke skal blande seg inn i hva hver enkelt gjør og er lei av alt maset om miljø, og kjører derfor bil av politiske grunner.

Modellen indikerer at det er en sammenheng mellom verdier, holdninger og handlinger. Og i teorien kan vi si at det er en slik sammenheng, men innen empirisk forskning er det ikke en klar enighet om hvordan denne sammenhengen egentlig er, og ikke minst hvilke holdninger som styrer hvilke handlinger. Det er også uenighet om hva som faktisk påvirker hva. Er det holdningene som påvirker handlingene, eller er det handlingene som styrer holdningene? Forholdet mellom holdninger og handlinger er med andre ord et vanskelig tema.

For å studere forholdet mellom handlinger og holdninger må en først og fremst være sikker på at holdningen som registreres har en viss sammenheng med den handlingen som den skal måles i forhold til. Det må foreligge en plausibel hypotese om sammenheng. Har for eksempel holdning til bruk av en ny trikkelinje på én kant av byen noen sammenheng med bruk av transportmiddel på arbeidsreisen for et tilfeldig utvalg av byens befolkning? Høyst sannsynlig ikke. (Hjorthol og Berge 1997).

Det som også er et problem når det gjelder studiet av forholdet mellom holdninger og handlinger, er at det i holdningsundersøkelser er en tendens til å benytte bare ett spørsmål for å få fram en mening eller holdning. Dette kan for eksempel være et resultat av økonomiske vurderinger for å få ned kostnaden på undersøkelsen. Holdninger har imidlertid flere dimensjoner (Ajzen og Fishbein 1980), og handlingsresultatet kan dermed vanskelig forutsies av bare én av disse dimensjonene.

Et tredje problem er hvor tilgjengelig eller hvor aktiv holdningen som måles er. Kommer svaret på spørsmålet spontant er dette en meget tilgjengelig holdning og har sannsynligvis stor betydning for hva en gjør. Må en derimot tenke nøye gjennom spørsmålet før en svarer er holdningen mindre tilgjengelig og er dermed av mindre betydning for ens handlinger. I spørreundersøkelser spørres også folk gjerne om å ta stilling til noe de egentlig ikke har gjort seg opp en mening om eller som de ikke har en holdning til. Undersøkelser hvor personer må ta stilling til slike forhold som de ikke har tenkt over noe særlig tidligere, er relativt ubrukelige med hensyn til å forutsi hva de faktisk kommer til å gjøre. Desto mindre man må tenke over svaret, desto mer aktiv er altså holdningen. Den har dermed større sjanse for å ha noe å si for hva en faktisk gjør eller kommer til å gjøre (Fazio 1986 og Bennulf 1994).

Et viktig spørsmål når det gjelder transportpolitikk er om det er mulig å endre folks handlinger ved å påvirke deres holdninger. Det er det holdningskampanjer prøver å gjøre. Her er det svært delte meninger. En hypotese er at jo oftere kunnskap og holdninger presenteres i offentligheten, dess mer sannsynlig er det at de huskes og dermed gjøres tilgjengelig og til slutt påvirker hva en kommer til å gjøre. Hvordan den enkelte sorterer ut informasjonen og i hvilken situasjon den enkelte er, påvirker imidlertid også valget av handlingsalternativ. Rene holdningskampanjer er derfor ofte ikke tilstrekkelig. Spørsmålet kan imidlertid også snus. Det er faktisk slik at ved å «tvinge» folk til å endre sine handlinger, så kan dette endre deres holdninger over tid.

Teorien om kognitiv dissonans (Festinger 1957) sier at dersom det er uoverensstemmelse mellom holdning og handling, vil en av dem endres, slik at de kommer i overensstemmelse. I lengden er det nemlig uholdbart for den enkelte å handle på tvers av sine holdninger. En tilpasser derfor sine holdninger til det en faktisk gjør. Det betyr at det ikke nødvendigvis er holdning som leder til handling, det motsatte kan også være tilfelle. Et eksempel innenfor trafikkområdet er påbudet om bruk av sikkerhetsbelter. Bruken ble påtvunget bilistene gjennom påbud, og etter hvert har denne alminneliggjøringen av sikkerhetsbelter i bil endret folks holdning til bruk av dem (Graham 1989).

Studier viser at vår *holdningsmessige innstilling* har sammenheng med våre transportmiddelvalg. En undersøkelse av befolkningen i Oslo (Stangeby 1994) viser for eksempel at de som er positive til å reise kollektivt og de som er negative til å kjøre bil; oftere reiser kollektivt til arbeidet enn de som er negative til å reise kollektivt og positive til bilbruk (tabell 6.1). Andre studier bl a i Sverige, viser det samme (Forward 1998, Gärling 1992, Loncar-Lucassi 1998).

Tabell 6.1: Bruk av transportmiddel på arbeidsreiser etter score på indekser for påstandene «jeg liker å reise kollektivt» og «jeg liker å kjøre bil»<sup>1</sup>. Oslo-befolkningen 1993. Prosent. Kilde: Stangeby 1994

| Transportmiddel til arbeid | Jeg liker å reise kollektivt * |         | Jeg liker å kjøre bil * |         |
|----------------------------|--------------------------------|---------|-------------------------|---------|
|                            | Negativ                        | Positiv | Negativ                 | Positiv |
| Bil                        | 61                             | 18      | 18                      | 59      |
| Kollektivt                 | 17                             | 53      | 49                      | 25      |
| Gange/sykkel               | 21                             | 29      | 33                      | 17      |
| Sum                        | 99                             | 100     | 100                     | 101     |
| Antall                     | 238                            | 143     | 227                     | 174     |

<sup>1</sup> Bare tallene for dem som scorer positivt eller negativt på indeksen er vist i tabellen.

\* Det er en signifikant sammenheng på 5 %-nivå mellom score på indeksen og bruk av transportmiddel til arbeid.

Undersøkelsen i Oslo av ungdoms holdninger til transport og miljø (Lodden 1998) viste også at ungdoms tilgang til transportressurser, dvs bil, har stor betydning for hvilke miljøholdninger de har. Jo bedre tilgang til transportressurser ungdom over 18 år har, jo mindre miljøbevisste holdninger gir de uttrykk for.

En måte å studere forholdet mellom verdier, holdninger og handlinger, uten å se på årsaksrekkefølgen, er å kartlegge hvordan verdier, holdninger og handlinger empirisk opptrer sammen. Det vil si å fokusere på segmenter av befolkningen med ulike verdioppfatninger, holdningssett og handlingsmønstre. Det neste kapittelet presenterer resultatene fra noen slike undersøkelser.

## 7 Ulike segmenter i befolkningen

Segmenteringsstudier innen transportområdet kan i hovedsak deles inn i tre typer: For det første, studier som i hovedsak tar utgangspunkt i reisevanedata. Målsetningen i disse studiene er å lokalisere ulike transportatferdssegmenter i befolkningen. Utover beskrivelsen av transportatferd beskrives segmentene i forhold til sosio-demografiske kjennetegn, aktivitetsprofil, ressurser og strukturelle omgivelser. For det andre, studier som først og fremst tar utgangspunkt i rene verdi-/holdningsdata. Målsetningen er da å se hvordan ulike verdier og holdninger opptrer sammen for å komme fram til ulike holdningssegmenter i befolkningen generelt eller innen begrensede transportbrukergrupper. Den tredje gruppen studier prøver å koble verdier, holdninger og handlinger sammen. Slike studier kalles gjerne livsstilsstudier.

### 7.1 Holdningssegmenter

Presentasjonen av holdninger til transportmidler og avgjørende holdningsfaktorer i kapittel 4 og 5, har ikke trukket inn holdningsforskjeller, hvem som mener hva og hvilke holdninger som henger sammen. En del studier har sett ulike holdninger i sammenheng og forsøkt å identifisere ulike transportholdningssegmenter. Flere av disse studiene har også med data om transportmiddelbruk.

En undersøkelse fra USA viser at bilbrukere kan deles inn i to grupper etter følgende kjennetegn (delvis egendefinerte) (Rossmey and Brown 1989):

1. Ikke interessert i å gå over til kollektive transportmidler. Trengte bilen på jobben, mer sensitive enn kollektivbrukere, brukte bil selv om dette ville koste dem mer, ser det som en rettighet å selv å kunne velge transportmiddel, sterk motstander av å innføre tiltak som begrenser bilbruken i byene (buss og lastebiler står for de største forurensningene i byen).
2. Mer åpne for en overgang til kollektive transportmidler. Avhengig av pris, reisetid, pålitelighet, forutsigbarhet. Flere brukte bil i og med at det gav økonomiske fordeler for dem, firmabil, gratis parkering med mer.

I Norge er det gjort en undersøkelse (Berge og Nondal 1994) som skiller mellom fem ulike holdningssett basert på 33 holdningsutsagn direkte knyttet til bil og kollektivtransport. De fem holdningssettene er kalt:

1. *Kollektivt er miljøvennlig, men bil er praktisk*  
Holdningene som indikerer dette holdningssettet er helt eller ganske enighet i følgende påstander: «Det er miljøvennlig å reise kollektivt», «Du bidrar til å forurense miljøet når du kjører bil» og «For deg er bilen først og fremst et praktisk fremkomstmiddel»
2. *Kjører bil til jeg dør*  
Dette holdningssettet består av helt eller delvis enighet i at: «For meg spiller



det ingen rolle hva det koster å kjøre bil, jeg kjører bil uansett» og «Jeg kjører først kollektivt den dagen det blir forbudt å kjøre bil»

3. *Liker fart og elektronikk*

I denne gruppen er folk helt enig eller delvis enig i at : «Jeg liker biler som er utstyrt med mye elektronikk og annet moderne utstyr» og «Jeg liker følelsen av fart når jeg kjører bil»

4. *Bil er billig og speiler identitet*

Dette holdningssettet kjennetegnes ved helt eller delvis enighet i at «Det er billigere å kjøre bil enn å reise kollektivt» og helt eller delvis *uenighet* i påstanden «Du synes ikke det er dyrt å reise kollektivt». Videre helt eller delvis enighet i at «En kan si mye om en person ut fra hvilken bil vedkommende har.»

5. *Kollektivt er topp*

Holdningene som dette holdningssettet består av er helt eller delvis enighet i at: «Jeg synes jeg opplever mer når du kjører kollektivt enn når du kjører bil» og «Jeg liker å kjøre kollektivt»

Tabell 7.1 viser hvilke grupper som er over- og henholdsvis underrepresentert innen de ulike holdningssettene.

Tabell 7.1: Oversikt over grupper som er overrepresentert innen ulike holdningssegmentene. Kilde: Berge og Nondal 1994

| Holdningssett  | Grupper som er overrepresentert  |
|--|--|
| <i>Kollektivt er miljøvennlig, men bil er praktisk</i> | Kvinner, og ansatte i offentlig sektor   |
| <i>Kjører bil til jeg dør</i>                          | Personer i privat sektor, lav utdanning, bil til alle gjøremål, karakteriserer seg som bilist, har flere biler, får økonomisk støtte til bil av arbeidsgiver, alltid tilgang på bil og passive og lite aktive i aktiviteter utenfor hjemmet. |
| <i>Liker fart og elektronikk</i>                       | Menn, under 30 år, tett bygde strøk og småbyer, har flere biler  |
| <i>Bil er billig og speiler identitet</i>              | 30-44 år, videregående skole, kombinerer bil og kollektivt og også sykkel, bilister, har firmabil  |
| <i>Kollektivt er topp</i>                              | 30-44 år og 60+, personer som sykler eller kjører kollektivt, karakteriserer seg som kollektivtransportbruker, har begrenset tilgang på bil  |

En annen inndeling (Berge 1998) basert på 14 spørsmål om holdninger til bil og transportinteresser, viste at det er mulig å skille ut følgende segmenter:

1. *Bilkyndige* som sier at de kan såpass mye om biler at de vet hva som er et godt eller dårlig kjøp og at de vet en del om hvordan bilen fungerer rent teknisk. De interesserer seg for bil/motor, holder seg godt orientert om nye bilmodeller og liker å bruke mye tid og krefter på å vurdere forskjellige bilmerker og modeller når de/husstanden kjøper bil, uansett om den er ny eller brukt.
2. *Posører* som foretrekker biler som utseendemessig skiller seg positivt ut, og store biler med et luksuriøst preg og høy grad av komfort. De foretrekker videre biler med kraftig motor og høy akselerasjon. De mener i større grad enn andre også at hver ny bil bør være noe større og finere enn den foregående.

3. *Pragmatikere* som mener at for dem er bil kun et transportmiddel, så pris og god driftsøkonomi betyr alt. De mener at bilens utseende spiller mindre rolle, så lenge den fungerer godt, og de ber om råd fra andre som kan mye om bil når de/husstanden kjøper bil.
4. *Uinteresserte* som skårer lavt på spørsmålene nevnt over, men er interessert i trafiksikkerhet og har interesse for å bruke kollektive transportmidler.

*Pragmatikerne* er den største gruppen, deretter kommer de *uinteresserte*, så de *bilkyndige*. *Posørene* er den minste gruppen.

AS Oslo Sporveier har som grunnlag for sin kundeorientering og markedsføring laget en inndeling av sine kunder. Disse oppsummeres i fem hovedgrupper etter holdninger og innstillinger til kollektivtransporten (AS Oslo Sporveier 1992).

1. *Prinsipielle kollektivvenner (21 prosent):*

«For meg er den en selvfølge å reise kollektivt». Denne gruppen har stor fortrolighet til AS Oslo Sporveier og er de mest fornøyde kundene. Denne gruppen finnes særlig blant gifte uten barn, enslige med barn, personer over 60 år, pensjonister, ansatte i offentlig sektor og blant kvinner.

2. *Pragmatiske kollektivvenner (22 prosent):*

«Jeg foretrekker kollektivtrafikken av praktiske grunner». Denne gruppen reiser mye kollektivt fordi de synes det er bedre enn å kjøre bil. De er likevel ikke fornøyd med tilbudet og takstsystemet. Gruppen finnes særlig blant enslige uten barn, personer under 30 år, studenter og ansatte i offentlig sektor.

3. *Frustrerte miljøvenner (19 prosent):*

«Jeg synes miljøet er viktig, men kollektivtrafikken passer meg ikke alltid». Dette er en gruppe som er positivt innstilt til kollektivtransporten, men er lite fornøyd fordi tilbudet ikke er tilpasset deres behov. De legger stor vekt på kort reisetid og finnes særlig blant gifte med barn, personer i 30-årsalderen og heltids-arbeidende.

4. *Pragmatiske bilvenner (17 prosent):*

«Jeg foretrekker bilen fordi den er komfortabel og praktisk». Denne gruppen foretrekker bilen fordi den gir komfort og frihet til ikke å ta hensyn til andre. De vil ha kontroll med tiden og reiser derfor sjelden kollektivt. Denne gruppen finnes særlig blant gifte med barn, 40-åringer og heltids-arbeidende.

5. *Prinsipielle bilvenner (22 prosent):*

«For meg er bilen viktigere enn miljøet». Denne gruppen vil ikke begrense sin bilbruk på grunn av miljøet. Som de pragmatiske bilvennene bruker de bilen fordi den er komfortabel og gir dem frihet til ikke å ta hensyn til andre. De reiser lite kollektivt og har dårlig kunnskap om kollektivtilbudet. Gruppen finnes særlig blant gifte med barn, heltidsarbeidende, folk som arbeider i privat sektor og menn.

I en landsdekkende intervjuundersøkelse i Danmark (Jensen 1997a og b) ble de intervjuede delt inn i 6 trafikantgrupper:

1. *Den lidenskapelige bilisten (6,3%)*  
Dette er i hovedsak menn, mange mellom 30-60 år, noe under halvparten har barn, det store flertallet bor i eneboliger, høy inntekt, høyere utdanning, har bil og bruker den daglig mellom bolig og arbeide uansett avstand. Reiseavstanden mellom bolig og arbeide er noe lenger enn for populasjonen for øvrig, særlig når det gjelder de lengste reisene (fra 20 km og over).
2. *Hverdagsbilisten (33%)*  
Består av begge kjønn (noe overvekt av menn), 30-60 år, over 50 prosent har barn, høy inntekt, høyere utdanning, og 60 prosent har en reiseavstand på over 10 km til jobben,
3. *Fritidsbilisten (36,4%)*  
Blant fritidsbilistene er det noe overvekt av kvinner, og det er større aldersspredning, rundt 1/3 har barn, gjennomsnittlig inntekt. Her er det en del arbeidsløse, 20 prosent arbeider hjemme, og 2/3 av de i arbeide har under 5 km til arbeidsplassen,
4. *Syklist/kollektivbruker av hjerte (1,4%)*  
Blant de som er syklist/kollektivbruker av hjerte, er 2/3 kvinner, De er relativt unge, og få har barn og det er mange uten høyere utdanning (flere er under utdanning), 90 prosent har maks 10 kilometer reiseavstand mellom bolig og arbeide/utdanning. Under 10 prosent har tidligere hatt bil.
5. *Syklist/kollektivbruker av behov (16,4%)*  
Skiller seg ikke ut med hensyn til alder og kjønn, kun 20 prosent har barn, lavere inntekt, over 40 prosent arbeidsløse – hjemmeværende – pensjonister el. 66 prosent har avstand på under 5 km til arbeide og utdanning. 25 prosent har tidligere hatt bil.
6. *Syklist/kollektivbruker av «tvang» (6,5%)*  
Er unge (ofte under 30 år), litt flere kvinner, ca 1/5 har barn, har ikke høyere utdanning (under utdanning), 76 prosent har under 10 km til arbeide/skole. ca 40 prosent har tidligere hatt bil, mener selv de ikke har råd til bil, vil sannsynligvis anskaffe dette når økonomien bedrer seg.

Disse og lignende analyser av holdninger er nyttige for å få vite mer om ulike brukere og for å kunne identifisere forskjellige markedssegmenter og dermed målrettede tiltak. Problemet er at de gjerne er avgrenset til brukere av et transportmiddel og/eller til et begrenset holdningsspekter. Brukerens verdioppfatninger er sjeldent med.

## 7.2 Livsstilsstudier

Betegnelsen livsstil blir gjerne brukt for å beskrive ulike sosiale og kulturelle aspekter ved menneskers måter å leve sine liv på. Målet med livsstilsstudier innen transportområdet kan dermed forstås som studier som beskriver ulike sosiale og kulturelle aspekter ved menneskers måter å organisere og gjennomføre sin daglige aktiviteter på som krever transport. Denne forståelsen av livsstil er imidlertid meget vag og har liten vitenskapelig validitet. Selv om livsstil er et begrep som brukes innen samfunnsforskningen og offentlig debatt, er det ikke enighet om dets

innhold. Innen empirisk forskning må begrepet derfor operasjonaliseres og tilpasses en problemstilling.

Det er gjort flere studier av livsstil og transport. Problemet er at det heller ikke her er konsensus om hva livsstilsbegrepet skal inneholde. Noen bruker begrepet i forhold til tidsbruk (Allman m fl 1982 og Principio og Pas 1997), andre knytter livsstil til livssyklus, inntekt og bosted (Sharp 1987) og andre igjen forstår livsstil som forbruksmønstre (Kitamura 1988). Hovedhensikten med fokuset på livsstilsstudier i denne sammenhengen er imidlertid å fokusere på hvordan ulike verdier, holdninger og handlinger opptrer sammen. Livsstil defineres dermed som meningsfulle mønstre av verdier, holdninger og handlinger som kan relateres til transportmiddelvalg.

I Norge er det gjort en undersøkelse som skiller mellom fire idealtyper av transportrelaterte livsstilssegmenter (Berge og Nondal 1994). Disse er konstruert på bakgrunn av hvordan ulike holdninger og verdier fordeler seg langs to dimensjoner, Bilvennlig-kollektivvennlig og moderene-tradisjonell. Forskjellen mellom moderne og tradisjonell her, er ikke relatert til trendy eller lignende, men er relatert til forbruksinnstilling.

Blant de *moderne bilvennlige* blir bil vurdert som en prinsipp sak, ikke først og fremst et praktisk transportmiddel. De har ikke, eller benekter at det finnes motargumenter til bilbruken. For dem spiller det ingen rolle hva det koster å kjøre bil, de kjører uansett og de vil ikke stoppe med dette før det blir forbudt. De deltar ikke i fritidsaktiviteter, er mot restriksjoner på bilbruk og stemmer gjerne Fremskrittspartiet eller Høyre. Hovedgruppen er menn. De har to eller flere biler og har over 15 minutter å gå til nærmeste holdeplass for kollektivtransport.

Motstykket til de moderne bilvennlige, er de *tradisjonelle bilvennlige*. Disse er mer ordinære bilbrukere som ser bilbruk først og fremst som et praktisk spørsmål og som et spørsmål om et gode. De liker ikke å kjøre kollektivt og er glad i fart og moderne tekniske løsninger. De kan godta å øke bompenggeavgifter for å redusere biltrafikken, men er mot strengere restriksjoner på bilkjøring. Gruppen er ikke villig til å akseptere lavere levestandard for å hindre miljø-ødeleggelser, men ser ikke en umiddelbar løsning på miljøproblemene. De kan karakteriseres som ubekymrede forbrukere uten noen klar partipolitisk profil.

De *moderne kollektivvennlige* er en gruppe av ubekymrede forbrukere med kollektivvennlige holdninger. De er for de fleste begrensninger av bilbruk og kan samtidig tenke seg å akseptere lavere levestandard for å bedre miljøet. De er mellom 30-44 år, stemmer Sosialistisk Venstreparti eller Arbeiderpartiet og deres deltakelse i fritidsaktiviteter er relativt høy. Alle transportmidler benyttes, gjerne kollektivtransport og de definerer seg som kollektivtransportbrukere. De har ikke alltid tilgang på bil, de innser at kollektivtransport er billigere enn bil.

De *tradisjonelle kollektivvennlige* gir i større grad enn andre uttrykk for en miljøpolitisk optimisme. De mener at med den prioriteringen miljøproblemer har fått er løsninger innen rekkevidde. De er for kollektivtransport, men mot restriksjoner på bilbruk. De mener bil er billigere enn kollektivtransport og at hva slags bil en har avspeiler ens identitet. De er 45 år eller eldre, stemmer gjerne Senterpartiet og har høy utdannelse.

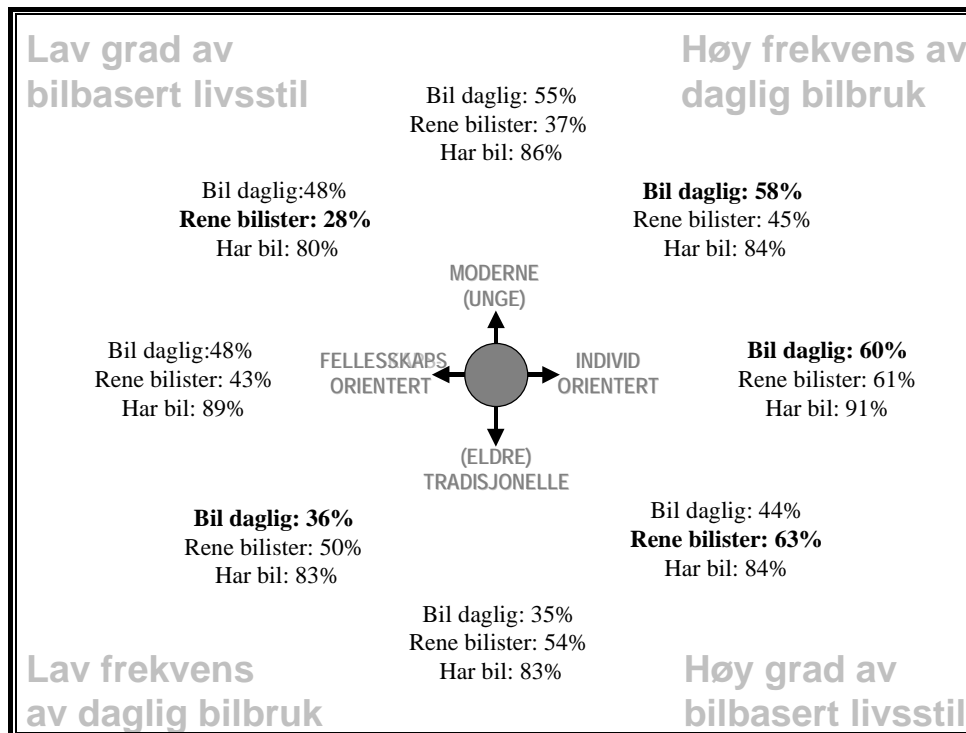
I Norge er det også gjort transportstudier med utgangspunkt i en såkalt generell livsstilsmodell (Berge 1996 og 1997). Grunnelementene i modellen er 38 spørsmål om holdninger og 21 om atferd. Holdningsspørsmålene er rettet mot de intervjuedes egenskaper som forbruker og mot samfunnspolitiske, kulturelle og personlige grunnholdninger. Aktivitetsspørsmålene er rettet mot vedkommendes fysiske og kulturelle aktiviteter. De ulike livsstilsgruppene har sitt utspring i fordelingen av disse spørsmålene langs to hoveddimensjoner; henholdsvis en moderne-tradisjonell dimensjon og en fellesskapsorientert-individorientert dimensjon.

*Moderne* mennesker er åpne for impulser, opptatt av å følge trender og fører gjerne et aktivt liv utenfor hjemmet i fritiden. Et høyt personlig forbruk henger gjerne sammen med en moderne livsstil. *Tradisjonelle* mennesker er mer hjemmekjære, mindre mottakelige for nye impulser og mer trygghetsorienterte. Det er flere yngre enn eldre blant de moderne og motsatt for de tradisjonelle.

Den andre dimensjonen representerer grad av orientering mot fellesskapet og individorientering. *Fellesskapsorienterte* mennesker er opptatt av samfunnets ansvar for svakerestilte grupper, miljø og framtidige generasjoner. Omsorg og solidaritet står sentralt. De *individorienterte* er i større grad opptatt av individets innflytelse og frihet, den enkeltes ansvar og å minske statens ansvarsområde.

Analysen (Berge 1997) viste at individorienterte personer generelt sett er de mest utpregede bilbrukerne. De eldre individorienterte har størst andel *rene bilister*, det vil si personer som sier de ikke bruker andre transportmidler enn bil mer en 1-3 ganger i måneden. De kjører på den annen side ikke så ofte bil. Det gjør imidlertid de yngre individorienterte, som har høyest *bilbruksfrekvens*, det vil si størst andel personer som kjører bil hver dag.

Fellesskapsorienterte, uansett alder, utmerker seg samlet sett ved noe lavere bilbruk. De eldste har lavest andel personer som kjører bil daglig og de yngste har lavest andel *rene bilister*. De yngste fellesskapsorienterte utmerker seg i forhold til resten av befolkningen også ved at de bruker kollektivtransport og sykkel relativt ofte. De bruker med andre ord alle typer transportmidler. Figur 7.3 viser en enkel oversikt over livsstilsgruppenes bilbruksprofiler basert på andel daglig bruk og ensidig bruk av bil. Bilhold er også med.



Figur 7.1: En enkel oversikt over livsstilsgruppenes bilbruksprofiler og andel med bil i husstanden. Gallup Kompass 1996. Kilde: Berge 1997

Analysen viser at livsstilsgruppene har et ulikt forhold til bilkjøring. For mange av de eldre individorienterte er bilkjøring en vane. De bruker bil uansett hva eller hvor de skal, og de gjør antakelig dette for det første fordi de har bil og for det andre fordi det en gang var, og kanskje fremdels er, det mest målrasjonelle å gjøre. De er på samme måte som yngre individorienterte ikke plaget av bilkjøring som et sosialt dilemma.

For de fellesskapsorienterte, og særlig de yngre, er det derimot mer opplagt å se bruken av alternative transportmidler til bil som et mål i seg selv. I denne gruppen finner vi den største andelen av personer som mener at deres bilkjøring har betydning for miljøet, og de er relativt bekymret for miljøet i framtiden.

Unge individorienterte har nok det mest følelsesmessige forhold til bilkjøring. De er mest interessert i bil, har høyest andel som setter pris på bilens ytre kvaliteter og lavest andel personer som legger vekt på det pragmatiske ved bil. Det er da også denne gruppen som kjører hyppigst bil.

## 8 Avslutning

For å kunne tilby de rette tjenestene og for å kunne markedsføre eksisterende kollektivtransporttilbud godt nok, er det viktig å vite mer om befolkningen holdninger til ulike transportmidler og å få mer kunnskap om de ulike markedssegmentene.

Gjennomgangen av litteraturen viser at det er relativ stor enighet om en del av fordelene og ulempene ved både bilen og de ulike kollektivtransportmidlene. Studier viser imidlertid at vår holdningsmessige innstilling til ulike transportmidler er avhengig av hva vi faktisk gjør. I lengden er det vanskelig for den enkelte å ha holdninger som går på tvers av atferden. De som for eksempel er positive til å reise kollektivt og negative til å kjøre bil, viser seg å være de som oftere reiser kollektivt til arbeidet enn andre. Det betyr at det ikke nødvendigvis er holdning som leder til handling, det motsatte kan også være tilfelle.

En måte å studere forholdet mellom verdier, holdninger og handlinger, uten å se på årsaksrekkefølgen, er å kartlegge hvordan verdier, holdninger og handlinger empirisk opptrer sammen. Det vil si å fokusere på segmenter av befolkningen med ulike verdioppfatninger, holdningssett og handlingsmønstre. Lokalisering av slike segmenter er blant annet nyttige for å kunne skreddersy tilbud.

Markedet for kollektivtransport er segmentert, og publikum har forskjellige preferanser. Det hevdes at det tas for lite hensyn til dette i utviklingen og markedsføringen av kollektivtransporten (Andreassen 1997, Sverdrup 1994). Personer som driver med markedsføring innen offentlig transport tar eksisterende kunder for gitt, uten å forsøke å utvikle en kundelojalitet (Probst 1999). Erfaringer fra andre felt viser at det å konsentrere seg om å gjøre eksisterende kunder fornøyde kan gi en stor gevinst. Disse er ikke så prisbevisste og holder seg i større grad til samme selskap, samt at fornøyd kunder og deres anbefalinger av tilbudet til bekjente er mer overbevisende enn tradisjonell markedsføring.

Det hevdes (Andreassen 1997) at heterogeniteten i kunders preferanser reflekteres i forskjellige nivåer av kundetilfredshet. Vanebrukeren har for eksempel tilpasset sine forventninger ut fra tidligere erfaringer, og har derfor et høyere nivå av tilfredshet med tilbudet enn personer som ikke bruker kollektivtransport så ofte (mindre enn 3 ganger i uken).

God tilpasning og markedsføring av kollektivtransporten bør gjenkjenne forskjellige preferanser hos sine kundegrupper, og utforme produkter og service deretter. Det anbefales i den forbindelse å i første rekke gjøre noe med de faktorene som scorer lavest hos kunder som ofte benytter seg av tilbudene. Dette vil i første rekke være prisnivå, reisetid (opplevd og faktisk) frekvens, kvaliteten på holdeplassene og renhold (Andreassen 1997, Biong m fl 1991). Det er så store informasjonsflommer i dagens samfunn at det kan være avgjørende at budskapet er direkte rettet mot de ønskede markedssegmentene. Føler mottageren at

budskapet ikke er direkte rettet mot dem, blir det lett silt bort i informasjonsflommen (Sverdrup 1994).

Kundene bør kunne føle at de blir tatt på alvor. Dette gjelder ikke bare om klager eller forespørsler som fremmes fører til direkte handling eller ved snarlig tilbagemelding (Warsèn m fl 1995 og Rossmys og Brown 1989), men også at tilbudet er rettet mot deres behov og tilfredsstiller deres preferanser. Rutetidene på de forskjellige stoppestedene bør for eksempel i større grad tilpasses *forskjellige* brukernes behov ved den aktuelle holdeplassen (Murray m fl 1998).

Nytten av å fokusere på holdninger til ulike transportmidler og se disse i forhold til ulike segmenter i befolkningen, er for det første å vise at det trengs forskjellige framgangsmåter for å endre gruppenes transportpraksis til å bli mer miljørettet – hvis det er ønsket. For det andre å gi noen retningslinjer om hvordan de ulike gruppene kan eller ikke kan, påvirkes. Noen grupper i samfunnet ser på bilkjøring som en verdi i seg selv og ser ut til å knytte sin identitet til bruk av bil. Det vil derfor være bortimot nytteløst å sette i gang tiltak som bare er rettet mot deres instrumentelle rasjonalitet, som for eksempel å gjøre det dyrere å kjøre bil eller å forbedre kollektivtransporttilbudet. Andre er vanebilister. Problemet med disse er at de ikke vurderer andre transportmåter, de anerkjenner heller ikke bilen som forurensningskilde. De vil derfor ikke merke forbedringer på kollektivtransporten eller la seg påvirke av miljøargumenter. Andre grupper har et stort sosialt engasjement og ser på bilkjøring som et sosialt dilemma. De kjører ofte mindre bil enn andre, men har likevel et stort potensiale for redusert bruk av bil hvis forholdene blir lagt til rette for dem.



## 9 Referanser

- Ajzen, I og Fishbein 1980  
*Understanding attitudes and predicting social behaviour*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Andreassen, T W 1997  
*(Dis)satisfaction with public services: the case of public transport*. Sandvika, Norwegian School of management. BI særtrykk no 28/97.
- Andréasson, H. 1997  
Ensam i bilen. Artikkel i *Drømmen om bilen*. Nordiska Museet Stockholm. 1997:225-242.
- AS Oslo Sporveier 1992  
*Kundeorientering i Sporveien*. AS Oslo Sporveier, mai 1992.
- AS Oslo Sporveier og Norske Transportbedrifters landsforening 1994  
*Tid for å tenke nytt? Holdninger til transportpolitikk blant politikere og i befolkningen*.
- Bayley, S. 1986  
*Sex, Drink and Fast Cars*. London: Farber and Farber.
- Bennulf, M. 1994  
*Miljøopinionen i Sverige*. Lund, Universitetsförlaget. Dialogos AB.
- Berge G. 1997  
*Livsstil, miljøbevissthet og transportatferd*. Oslo: Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 366/1997.
- Berge G. 1999  
*Velferd og mobilitet – Identifisering og analyse av segmenter i befolkningen med ulik reiseaktivitet*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 442/1999.
- Berge, G og Nondal, T. 1994  
*Livsstil som barriere. Holdninger til bil og kollektivtransport blant bilbrukere i Oslo og Akershus*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 267/1994
- Berge, G. 1998  
*Bilkollektivet i Oslo – Studie av en pionergruppe*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-notat 1095/1998.
- Berge, G. 1998  
På biltur med Weber. Bilkjøring som sosial handling. Artikkel i *Sosiologi i dag* nr 2-1998:33-53.
- Berge, G. 1995  
*Kampen om holdningene*. Paper på trafikkdagene på universitet i Aalborg

21.22. August 1995. Konferanserapport bind 2. Red. Lohmann-Hansen, A. Skriftserie Nr 159. Aalborg, Aalborg universitet.

Berman, M. 1992

*All that is solid melts into air.* New York

Biong, H. Roos, J. Thorenfeldt, P J og Rønqvist, M 1991

*Kundetilfredshet med kollektive transportmidler. En reanalyse av data fra en svensk undersøkelse.* Sandvika, Norsk institutt for markedsforskning. NiM rapport 7-91.

Bovy, P.H.L. og Stern, E. 1990

*Route choice : wayfinding in transport networks* I serie: Studies in industrial organization/Studies in operational regional science ; 9. Dordrecht, Kluwer Academic Publishers

Brownell, B. 1972

A Symbol of Modernity: Attitudes Toward the Automobile in Southern Cities in the 1920s. *American Quarterly* no 24, s 22-44, 1972.

Brög, W 1991

*Marketing and service quality in public transport. Behaviour begins in the mind.* European Conference of Ministers of Transport. Round Table 91. Paris 23 October 1991. München: Socialdata.

Danielsen, A (red) 1999

*Customer oriented public transport.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. Informasjonsbrosjyre (engelsk).

Davidsson, P och Eklöv, G 1993

*Kan man ta bussen?* Umeå Universitet. Transportforskningsenheten (TRUM) och Företagsekonomiska instituten. 1993:1.

ESRC Transport Study Unit, University of Oxford, 1995

*Car dependence - Report for The RAC Fondation for Motoring and the Environmen.*

Fazio, R H. 1986

How do attitudes guide behaviour? I: Sorrentino, R M and Higgins E T (eds). *Handbook of motivation and cognition: Foundation of social behaviou.* 204-243. New York, Guildford Press.

Feedback research and consulting 1998

*Brukerundersøkelser for vegdirektoratet.* Rapport av desember 1998.

Festinger, L. 1957

*A theory of cognitive dissonance.* Evanton, III.

Forward, S. 1998

*Val av transportmedel för kortare resor. Götegorarnas resvanor och attityder.* VTI rapport 437/1998.

Garvill, J. Laitila, T og Brydsten, M 1994

*Livsvärden och val av transportmedel.* Umeå Universitet, Transportforskningsenheten. Rapport 1994:1.

- Goffman, E. 1992  
*Vårt rollespill i det daglige*. Oslo: Pax forlag A.S.
- Golob, T F og Hensher, D A 1997  
Greenhouse gas emissions and Australian commuter`s attitudes and behaviour concerning abatement policies and personal involvement. *Transportation Research, Part D*. Vol 3D, no 1, side 1-18.
- Graham, J D. 1989  
*Auto safety. Assessing America`s performance*. Dover, Mass., Auburn House.
- Gärling, T og Garvill, J. 1993  
Psychological explanations at participation in everyday activities. I: Gärling og Golledge (red) *Behaviour and environment. Psychological and geographical approaches*. Amsterdam: Elsevier/North-Holland.
- Gärling, T. 1992  
*Bilushålls vilja att redusera bilresande för olika syften*. Umeå Universitet, Transportforskningsenheten (TRUM) och Göteborgs Universitet, Psykologiska institutionen. 1992:1.
- Hagman, O. 1994  
*Svenskarna och deras bilar. Bilen som en kulturell värdetransport? Om svenskheten i bilreklamen*. Stockholm, Kommunikationsforskningsberedningen. KFB rapport nr 15.
- Harvey, D. 1990  
*The Condition of Postmodernity*. Oxford: Blackwell Publishers
- Heideken, C. 1989  
*Trafikk* (Antologi). Stockholms Stadsmuseum
- Hjorthol, R og Berge, G. 1997  
*Miljøbevissthet og valg av reisemåte - Et pilotprosjekt om forholdet mellom miljøholdninger og dagliglivets reiser i to byområder*. Oslo: Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 350/1997.
- Hjorthol, R, Kolbenstvedt, M og Vibe, N. 1990  
*Kan vi leve uten bil? Et spill om byfamiliens hverdagsliv og reiser*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 57/1990.
- Hjorthol, Randi. 1998  
*Hverdagslivets reiser. En analyse av kvinners og menns daglige reiser i Oslo*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 391/1998.
- Hjorthol, Randi. 1999  
*Daglige reiser på 90-tallet. Analyser av de norske reisevaneundersøkelsene fra 1991/92 og 1997/98*. Oslo, Transportøkonomisk institutt TØI-rapport 436/1999
- Horowitz, M J. 1987  
Det perfekte lønnkammer, artikkel i *Samtiden* 6/1987, opprinnelig trykt i Los Angeles Times.
- Jensen, M 1997a  
*Benzin i blodet. Kvalitativ del*. Miljø og Energiministeriet, Danmarks Miljøundersøkelser. DMU rapport nr 191.

- Jensen, M 1997b  
*Benzin i blodet. Kvantitativ del.* Miljø og Energiministeriet, Danmarks Miljøundersøkelser. DMU rapport nr 200.
- Kjørstad, K. N. 1995  
*Kollektivtrafikantenes preferanser. Erfaringer fra Moss, Grenland, Kristiansand, Tromsø og Ålesund.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 312/1995.
- Kjørstad, K. N. 1997  
*Markedsføring av kollektivtransport – Analyser av markedsføringskampanje innenfor Forsøksordningen for kollektivtransport.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 360/1997
- Kjørstad, K N. Lodden, U B. Fearnley, N og Norheim, B 2000  
*Samlet evaluering av tiltakspakker for kollektivtransport i byområder – 1996/97.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 497/2000.
- Lindh, C och Widlert, S 1989  
*SJ – resenärernas kvalitetsvärdering. Med avseende på information, punktlighet, resetid, styv tidstabell och turtäthet.* Stockholm, Kungliga tekniska högskolan. Meddelande 71.
- Lodden, U. 1998  
*Ungdoms reiseaktivitet og holdninger til transport og miljø. En undersøkelse blant ungdom i Oslo.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 410/1998
- Loncar-Lucassi, V M 1998  
*Spårtrafik kontra buss!? Mjuka faktorerers inverkan på resenärers färdsmedelval.* KFB-meddelande 1998:1.
- Lunden, P K (red) 1994  
*Transport i større byer – Om transportplanlegging, næringsvirksomheters lokalisering og befolkningens reisevaner.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 226/1994
- Miegel, F. 1990  
*Om värden och Livsstilar.* Lunds Universitet, Sociologiska Institutjonen, Prosjekt LOM.
- MMI 1982  
*Reisevane-/holdningsundersøkelse.* Skien/Porsgrunn. Kommentarrapport
- Murray, A T. Davis, R. Stimson, R J and Ferreira, L. 1998  
*Public transportation access.* Transpn Res. –D. Vol 3 nr 5.
- Nilsen, G. Og Vibe, N. 1989  
*Drivkrefter bak trafikktviklingen i Byene.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-notat 44/1989
- Nilsson, A. 1995  
*Potensial att överföra korta bilresor til cykel.* Lund. Institutionen för Trafikteknik, Lunds Tekniska Högskola. Thesis 84.

- Norheim, B og Stangeb, I 1995  
*Fakta om kollektivtransport – Erfaringer og løsninger for byområdet.* Oslo, Transportøkonomisk institutt TØI rapport 307/1995
- Norheim, B. og Stangeby, I. 1993  
*Bedre kollektivtransport. Oslo-trafikanter verdsetting av høyere standard.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 167/1993.
- Norheim, B. Hovi, I. B. Frøysadal, E. Kjørstad, K og Stenstadvold, M 1993  
*Forsøksordningen for utvikling av kollektivtransport. Sluttrapport for samlet evaluering av 1991- forsøkene.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 198/1993.
- Norheim, B. Kjørstad, K N og Renolen, H 1994  
*Ny giv for kollektivtrafikk i Drammensregionen: hovedresultater fra samvalgsanalysen.* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 241/1994.
- Oslo Sporveier, 1992  
*Kundeorientering i Sporveien.* AS Oslo Sporveier, mai 1992.
- Paine, F, Nash, A og Hille, S J. 1969  
Consumer attitude toward auto versus public transport alternatives. *Journal of Applied Psychology*, 53 (6), 1969, s 472-480
- Peterson, B E. Sjöstrand, H. Barman, S och Blomquist, P 1998  
*Bekvämt byte mellan bussar genom dockning.* Stockholm, Kommunikationsforsknings-beredningen. KFB rapport 1998:27.
- Probst; G. 1999  
*Customer loyalty in Public transit : A new benchmark for service-oriented marketing.* Firenze, UITP. Konferanse: Organisation of transport and quality of service. 29-30 september.
- Renolen, H. og Kjørstad, K. 1995  
*Timebussen – et godt bybusstilbud på Notodden?* Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI- notat 1010/1995.
- Rokeach, M. 1973  
*The nature of human values.* New York, Free Press.
- Ronis, D L, Yates, J F, Kirscht, J P. 1989  
Attitudes, decisions, and habits as determinants of repeated behavior. I Pratkanis m fl (eds) *Attitude structure and function.* Hillsdale, N J, Erlbaum
- Rossmly, M J. og Brown, S A. 1989  
Congestion management in New York City: Managing why people drive. *Transportation Research Record* 1237, 1989
- Sachs, W. 1983  
Are energy-intensive life-images fading? The cultural meaning of the automobile in transition. *Journal of Economic Psychology*, 3, 1983, s 347-365
- Sachs, Wolfgang 1992  
*For Love of the Automobile.* Berkeley: University og California Press
- Scherfig, Hans 1971  
*Den fattige mands bil.* Udvalgte essays. København: Viten forlag 1971

- Schmidt, L. 1982  
Die Bedeutung des Kraftfahrzeugs in der Meinung der Österreichischen Autofahrer. *Arbeiten aus dem Verkehrspsychologischen Institut, vol 19, nr 6, 1982, s 57-69*
- Simmel, G. 1902  
Storbyen og Åndslivet i *Handling og samfunn* av Dag Østerberg (red) Oslo: Pax forlag 1978.
- Solheim, T. og Aas, H. 1998  
*Trafikkens to ansikter*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 390/1998.
- Stangeby, I og Norheim, B. 1995  
*Fakta om kollektivtransport - Erfaringer og løsninger for byområder*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 307/95.
- Stangeby, I. 1994  
*Holdninger til bil og kollektivtransport - En intervjuundersøkelse blant befolkningen og politikere i Oslo*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 288/1994.
- Stangeby, I. 1999  
*Reisevaner i Oslo/Akershus 1998*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-notat 1129/1999.
- Stangeby, I. Haukeland, J. V. og Skogli 1999  
*Reisevaner i Norge 1998*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 418/1999.
- Stangeby, Ingunn. 1987  
*Reisevaner i Norge*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 1987.
- Stangeby, Ingunn. Haukeland, Jan Vidar. og Skogli, Arne. 1999  
*Reisevaner i Norge 1998*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 418/1999.
- Sverdrup, S. 1994  
*Evaluering av informasjons- og markedsføringstiltak for kollektivtransport i fylkene*. Lysaker, Statens institutt for forbrukerforskning. SIFO arbeidsrapport nr 2-1994.
- Säverman, O. 1990  
*Ändra Livsstil! Älskade hatade bil*. Forskningsrådsnämnden. Forskarnas debatt om bilen och miljön, nr 35.

- Van Vugt, Van Lange og Meertens. 1996  
Commuting by car or public transportation? A social dilemma analysis of travel mode judgements. *European Journal of Social Psychology*. Vol. 26. 373-395
- Vibe, N og Hjorthol, R. 1993  
*Dagliglivets reiser i større byer*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 214/1993.
- Vibe, N. 1993  
*Våre daglige reiser*. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 171/1993.
- Warman, P og Sheldon, R. 1985  
Real time information for bus travelers in London. *PTRC Summer Annual Meeting. Proceedings of Seminar J, vol P266*. Sussex 1985
- Warsèn, L 1991  
*Lagom lyxigt! Utvärdering av ombyggda regionalståg (Y1)*. TFK rapport 1991:11/30.
- Warsèn, L og Björnehult, Å 1995  
*Resemöjligheter för alla. Visioner om ett integrerat transporttillbud baserat på resenärens behov och krav*. TFK rapport 1995:3.
- Wernick, A. 1991  
*Promotional Culture - Advertising, ideology and symbolic expression*  
London: SAGE Publications Ltd.
- Wildlert, S. 1992  
*Kan livsstilar och värderingsförskjutningar bidra till att förklara kollektivtrafikens utveckling?* Transek
- Wildlert, S. Gärling, T og Uhlin, S. 1989: *Värdering av kollektivtrafikens standard*. Stockholm, Transportforsknings-beredningen. TFB rapport 1989:2.
- Öblad, C. 1996  
*Musik i bilen : handlingar och preferenser - om bilen som konsertlokal*  
Stockholm: Kommunikationsforskningsberedningen,/KFB-meddelande; 1996:12
- Østerberg, D. 1999  
*Det moderne*. Oslo: Gyldendal





# **Vedlegg 1: Oversikt over aktuell litteratur**



## Vedlegg 1: Oversikt over aktuell litteratur

| Rapport  | Beskrivelse av innhold  | Område   |
|--|---|--|
|  | - noen hovedtrekk   | Holdninger<br>Segmenter<br>Faktorer<br>Markedsføring |
| <i>Aksjon nærmiljø og trafikk</i> 1997: Bilby eller kollektivby? Trender og muligheter.  | Sett på forholdene i forskjellige byer i Europa og USA.   |  |
| <i>Andreassen, T W</i> 1997: (Dis)satisfaction with public services: the case of public transport. Sandvika, Norwegian School of management. BI særtrykk no 28/97.   | Hetrogeniteten i kunders preferanser reflekteres i forskjellige nivåer av kundetilfredshet. Som en følge av dette vil forskjellige segmenter av brukergruppene ha forskjellig nivå av kundetilfredshet.<br><br>God markedsføring bør gjenkjenne forskjellige preferanser hos sine kundegrupper, og utforme produkter og service deretter. | Markedsføring  |
| <i>AS Oslo Sporveier og Norske Transportbedrifters landsforening</i> 1994: Tid for å tenke nytt? Holdninger til transportpolitikk blant politikere og i befolkningen.  | Intervjuundersøkelse om hvordan disse oppfatter problemene rundt trafikk og trafikkvekst.   | Holdninger   |
| <i>Bamberg, S and Schmidt, P</i> 1998: Changing travel-mode choice as rational choice. Results from a longitudinal intervention study. <i>Rationality and society</i> . Vol 10, nr 2. California, Sage Publications. | Metodediskusjon. Før og etteranalyse av forsøk i Tyskland der en innførte billige semesterkort for studenter. Kortene kunne brukes på alle kollektive transportmidler i området.  |  |

| <b>Rapport</b>  | <b>Beskrivelse av innhold</b>   | <b>Område</b>                         |
|---|---|---------------------------------------|
| <i>Berge, G</i> 1994: The battle of images. Cultural conceptions of different transport modes in Oslo. TØI arbeidsdokument TP/0741/94.  | Fokusgruppediskusjon. Prøver å karakterisere den typiske bilist, bussbruker med mer.  | Holdninger<br>Segmenter               |
| <i>Berge, G og Nondal, T</i> 1994: Livsstil som barriere. Holdninger til bil og kollektivtransport blant bilbrukere i Oslo og Akershus. TØI rapport 267/1994.   | Livsstilskart med to hoveddimensjoner: bilvennlig – kollektivvennlig og moderne – tradisjonelle. Plassert i gruppene etter holdningssett. | Holdninger<br>Segmenter               |
| <i>Berge, G</i> 1997: Bil och transporter i ett kulturellt perspektiv. Bilbruk og livsstil. Ulike transportmiddelbrukeres forskjellige livsstiler. TØI særtrykk 116.  | Et forsøk på å lokalisere ulike livsstilssegmenter innen transportfeltet.   | Segmenter                             |
| <i>Berge, G</i> 1997: Livsstil, miljøbevissthet og transportatferd. TØI rapport 366/1997.   | Ulike livsstilgrupper har ulik holdning til miljø og forskjellig grad av miljørettet transportatferd.                                     | Holdninger<br>Segmenter ,<br>Faktorer |
| <i>Berge, G</i> 1998: Bilkollektivet i Oslo – Studie av en pionergruppe. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-notat 1095/1998.   | En studie av medlemmene i bilkollektivet i Oslo. Hvem er den typiske brukeren?  | Holdninger<br>Segmenter               |
| <i>Berge, G</i> 1999: Velferd og mobilitet – Identifisering og analyse av segmenter i befolkningen med ulik reiseaktivitet. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 442/1999.   | Befolkningen inndelt i 5 mobilitetssegmenter: Langveisfarende, Immobile, Lokalmobile, På farten og Pliktmobile.                           | Holdninger<br>Segmenter               |
| <i>Biong, H. Roos, J. Thorenfeldt, P J og Rønqvist, M</i> 1991: Kundetilfredshet med kollektive transportmidler. En reanalyse av data fra en svensk undersøkelse. Sandvika, Norsk institutt for markedsforskning. NiM rapport 7-91. | Kvalitet ⇒ Kundetilfredshet ⇒ Gjenkjøp.   | Faktorer<br>Markedsføring             |

| <b>Rapport</b>   | <b>Beskrivelse av innhold</b>   | <b>Område</b>           |
|--|---|-------------------------|
| <i>Brownell, B.</i> 1972: A Symbol of Modernity: Attitudes Toward the Automobile in Southern Cities in the 1920s. <i>American Quarterly</i> no 24, s 22-44, 1972.  |   | Holdninger              |
| <i>Brög, W</i> 1991: Marketing and service quality in public transport. Behaviour begins in the mind. European Conference of Ministers of Transport. Round Table 91. Paris 23 October 1991. München: Socialdata. |   | Markedsføring           |
| <i>Davidsson, P och Eklöv, G</i> 1993: Kan man ta bussen? Umeå Universitet. Transportforskningsenheten (TRUM) och Företagsekonomiska instituten. 1993:1.   | Den totale reisetiden (dør-til-dør) er den viktigste faktoren ved valg av transportmiddel. Tiden det tar å: gå til holdeplass, vente på bussen, bytte transportmiddel, gå fra endeholdeplass til destinasjonen – er viktigere en reisetiden i transportmiddelet.                        | Faktorer                |
| <i>Eidset, I og Bjørnskau, T</i> 1995(6?): Kvinners bruk av og holdninger til bil. Bergen, Opinion og FAFO. Opinion rapport.   | Kvinner mer opptatt av sikkerhet ved kjøp av ny bil, mens menn er mer opptatt av om bilen passer til bruksbehovet.  | Holdninger              |
| <i>Feedback research and consulting</i> 1998: Brukerundersøkelser for vegdirektoratet. Rapport av desember 1998.   | Landsdekkende spørreundersøkelse. Besvart spørsmål om blant annet i hvilken grad man er fornøyd med forskjellige typer kollektive transportmidler. Eldre og kvinner mer fornøyde enn andre. Personer bosatte på Østlandet mer fornøyde enn de som er bosatte i andre områder av landet. | Holdninger<br>Segmenter |
| <i>Forward, S</i> 1998: Val av transportmedel för kortare resor. Göteborgarnas resvanor och attityder. VTI rapport 437/1998.   | Litteraturgjennomgang, reisevaneundersøkelse.   | Holdninger<br>Faktorer  |
| <i>Garvill, J, Laitila, T og Brydsten, M</i> 1994: Livsvärden och val av transportmedel. Umeå Universitet, Transportforskningsenheten. Rapport 1994:1.   | Holdninger til bil – buss, sykkel og gange. Fleksibilitet, sikkerhet og reisetid synes å ha størst betydning for transportmiddelvalget.   | Holdninger<br>Faktorer  |

| <b>Rapport</b>   | <b>Beskrivelse av innhold</b>  | <b>Område</b>                   |
|--|--|---------------------------------|
| <i>Gärling, T</i> 1992: Bilhushålls vilja att redusera bilresande för olika syften. Umeå Universitet, Transportforskningsenheten (TRUM) och Göteborgs Universitet, Psykologiska institutionen. 1992:1.                                 | Intervju av 277 bilister.<br><br>Bilen scoret høyt med hensyn på: reisetid, valgfrihet (reisetidspunkt og samordning med andre ærend) og muligheten til å ha med varer. Scoret lavt med hensyn på: kostnader, ulykkesrisiko og parkeringsmuligheter. | Holdninger<br><br>faktorer      |
| <i>Gärling, T</i> 1997: Psykologisk teoretisk referensram for hushålls beslutsfattande avseende resor. Göteborgs Universitet, Psykologiska institutionen.  | Kollektiv nytte – Egeninteresse  | Holdninger                      |
| <i>Golob, T F og Hensher, D A</i> 1997<br>Greenhouse gas emissions and Australian commuter's attitudes and behaviour concerning abatement policies and personal involvement. Transportation Research, Part D. Vol 3D, no 1, side 1-18. | Bilbruk – miljøhensyn. Resultater fra en spørreundersøkelse i 6 større byer i Australia.   | Holdninger                      |
| <i>Hagman, O.</i> 1994: Svenskarna och deras bilar. Bilen som en kulturell värdetransport? Om svenskheten i bilreklamen. Stockholm, Kommunikationsforskningsberedningen. KFB rapport nr 15   | Hvordan bilens symbolistiske betydning fremstilles i reklamen.   | Holdninger<br><br>Markedsføring |
| <i>Halfwordson, E och Möller, M</i> 1999: KOBRA. Den nya kollektivtrafiken- med buss som bas. Stockholm, Kommunikationsforsknings-beredningen. KFB rapport 1999:2.   | Gjennomført/ planlagte tiltak for å bedre kollektivandelen i Nacke kommune i Sverige.  | Faktorer                        |
| <i>Hjorthol, R, Kolbenstvedt, M og Vibe, N.</i> 1990: Kan vi leve uten bil? Et spill om byfamiliens hverdagsliv og reiser. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 57/1990.  | Byfamiliers hverdag, og bilens plass i denne. Hvordan ville de oppfatte hverdagen om de ikke hadde tilgang på bil.   | Holdninger                      |

| <b>Rapport</b>   | <b>Beskrivelse av innhold</b>  | <b>Område</b>           |
|--|--|-------------------------|
| <i>Hjorthol, R og Berge, G 1997: Miljøbevissthet og valg av reisemåte. Et pilotprosjekt om forholdet mellom miljøholdninger og dagliglivets reiser i to byområder. TØI rapport 350/1997.</i> | Oslo og Kristiansand. Vanereisende med bil oppfatter miljøproblemene forbundet med bilkjøring som mindre alvorlige enn andre.  | Holdninger              |
| <i>Hjorthol, R J 1998: Hverdagslivets reiser. En analyse av kvinners og menns daglige reiser i Oslo. TØI rapport 391/1998.</i>   | Reisevaner og holdninger.  | Holdninger<br>Segmenter |
| <i>Jensen, M 1997: Benzin i blodet. Kvalitativ del. Miljø og Energiministeriet, Danmarks Miljøundersøkelser. DMU rapport nr 191.</i>   | Kvalitativt intervju av 30 pers. Inndelt i 6 transportkategorier (se under).   | Holdninger<br>Segmenter |
| <i>Jensen, M 1997: Benzin i blodet. Kvantitativ del. Miljø og Energiministeriet, Danmarks Miljøundersøkelser. DMU rapport nr 200.</i>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Den lidenskapelige bilisten (6,3%)</li> <li>2. Hverdagsbilisten (33%)</li> <li>3. Fritidsbilisten (36,4%)</li> <li>4. Syklist/kollektivbruker av hjerte (1,4%)</li> <li>5. Syklist/kollektivbruker av behov (16,4%)</li> <li>6. Syklist/kollektivbruker av "tvang" (6,5%)</li> </ol> <p>Karakterisering av disse gruppene med bakgrunn i intervju av 788 personer.</p> | Holdninger<br>Segmenter |
| <i>Kjørstad, K N 1995: Kollektivtrafikanternes preferanser. Erfaringer fra Moss, Grenland, Kristiansand, Tromsø og Ålesund. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 360/1997.</i>    | <p>Sett på betalingsvillighet for forbedringer av: reisetid, kortere gangtid til/fra holdeplassen, frekvens, slippe å bytte transportmiddel og holdeplasstandard.</p> <p>Kollektivtrafikanter som må stå betrakter dette som en betydelig ulempe.</p>  | Holdninger<br>Faktorer  |

| <b>Rapport</b>  | <b>Beskrivelse av innhold</b>   | <b>Område</b> |
|---|---|---------------|
| <i>Kjørstad, K N 1997: Markedsføring av kollektivtransport. Analyser av markedsføringskampanjer innenfor Forsøksordningen for kollektivtransport. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 360/1997.</i>     | Basert på 11 447 telefonintervjuer. Under halvparten har registrert kampanjene. Store forskjeller fra sted til sted, avhengig av kampanjens utforming og design. Informasjon om konkrete tiltak når best frem. Eksterne kanaler, annonser og avisomtale når best ut. Ungdom vanskelig å nå. | Markedsføring |
| <i>Kjørstad, K N. Lodden, U B. Fearnley, N og Norheim, B. 2000: Samlet evaluering av tiltakspakker for kollektivtransport i byområder – 1996/97. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 497/2000.</i>      | Evaluering av tiltakspakkene innenfor Forsøksordningen.   | Markedsføring |
| <i>Lindh, C och Widlert, S 1989: SJ – resenärernas kvalitetsvärdering. Med avseende på information, punktlighet, resetid, styv tidstabell och turtäthet. Stockholm, Kungliga tekniska högskolan. Meddelande 71.</i> | Vurdering av kvalitetsfaktorene ved togreisen, ved hjelp av Stated preference.  | Faktorer      |
| <i>Lodden, U 1998: Ungdommers reiseaktivitet og holdninger til transport og miljø. En undersøkelse blant ungdom i Oslo. TØI rapport 410/1998.</i>   | Holdningen til kollektivtransport er mest positive blant de yngste av ungdommene.   | Holdninger    |
| <i>Loncar-Lucassi, V M 1998: Spårtrafik kontra buss!? Mjuka faktorerers inverkan på resenärers färdsmiddelval. KFB-meddelande 1998:1.</i>   | Litteraturundersøkelse og fokusgruppediskusjon. Diskutert syn på trivsel, service og komfort sett i forhold til transportmiddel og type reise.  | Faktorer      |



| <b>Rapport</b>   | <b>Beskrivelse av innhold</b>   | <b>Område</b>                       |
|--|---|-------------------------------------|
| <i>Lunden, P K</i> (red) 1994: Transport i større byer. Om transportplanlegging, næringsvirksomheter lokalisering og befolkningens reisevaner. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 226/1994. | Kapittel om holdninger til transportmidler basert på reisevaneundersøkelser.  | Holdninger                          |
| <i>Mangelund, L(år?)</i> : Holdninger har betydning for transportmiddelvalget. Storbybefolkningens valg mellom kollektiv og bil i bolig-arbeidsreisen. København, Hovedstadsområdet Trafikselskab (HT)   | De objektive forhold som best forutsier den trafikale atferden er: inntektsforhold, forhold relatert til arbeidsfunksjonen samt parkeringsforholdene ved arbeidsplassen   | Holdninger<br>Segmenter<br>Faktorer |
| <i>MMI 1982</i> : Reisevane-/holdningsundersøkelse. Skien/Porsgrunn. Kommentarrapport.   | Årsaker til at man lot bilen stå (i de tilfeller dette ble gjort): parkeringsproblemer, buss billigere, buss mer praktisk.<br><br>De to viktigste årsakene bilbrukeren nevnte på spørsmål om hvorfor de ikke brukte buss (i de tilfeller der dette var mulig) var: for dyrt og ikke hyppige nok avganger. | Holdninger<br>Faktorer              |
| <i>MMI 1997</i> : Reisevaner og holdninger i Gamle Oslo. Miljøbyen Gamle Oslo  | Hovedsakelig knyttet opp mot miljøspørsmål.   | Holdninger                          |
| <i>Murray, A T. Davis, R. Stimson, R J and Ferreira, L.</i> 1998: Public transportation access. Transpn Res. –D. Vol 3 nr 5.   | Tilpasse rutene etter hele reisekjeden (bolig, arbeid, andre ærend) og tilpasse rutetidene og korrespondansemulighetene etter dette.<br><br>Tilpasse rutetidene og antall avganger fra de forskjellige holdeplassene til de forskjellige brukernes behov ved den aktuelle holdeplassen.                   | Markedsføring                       |
| <i>Norheim, B. og Stangeby, I.</i> 1993: Bedre kollektivtransport. Oslo-trafikanter verdsetting av høyere standard. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 167/1993.                            | Kartlagt kollektivtrafikanternes verdsetting av ulike forbedringer av kollektivtilbudet.  | Faktorer                            |

| <b>Rapport</b>   | <b>Beskrivelse av innhold</b>   | <b>Område</b> |
|--|---|---------------|
| <i>Norheim, B. Hovi, I. B. Frøysadal, E. Kjørstad, K og Stenstadvold, M 1993: Forsøksordningen for utvikling av kollektivtransport. Sluttrapport for samlet evaluering av 1991- forsøkene. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 198/1993.</i> | Hovedresultater fra den samlede vurderingene av tiltakene innenfor Forsøksordningen.  | Markedsføring |
| <i>Norheim, B. Kjørstad, K N og Renolen, H 1994: Ny giv for kollektivtrafikk i Drammensregionen: hovedresultater fra samvalgsanalysen. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 241/1994.</i>   | Kartlagt kollektivtrafikanternes verdsetting av ulike standardfaktorer.   | Faktorer      |
| <i>Paine, F, Nash, A og Hille, S J. 1969: Consumer attitude toward auto versus public transport alternatives. Journal of Applied Psychology, 53 (6), 1969, s 472-480</i>   |   | Holdninger    |
| <i>Peterson, B E. Sjöstrand, H. Barman, S och Blomquist, P 1998: Bekvämt byte mellan bussar genom dockning. Stockholm, Kommunikationsforsknings-beredningen. KFB rapport 1998:27.</i>  | Regionale reiser. Stated preference.<br>De som ikke hadde noe bytte i dag var villige til å forlenge reisetiden med 22 minutter for å slippe bytte. De som hadde opplevd det nye tilbudet vurderte det samme forholdet til 7 minutter. Begge gruppene hadde en gjennomsnittlig reisetid på 45 minutter i dag. | Faktorer      |
| <i>Probst; G. 1999<br/>Customer loyalty in Public transit : A new benchmark for service-oriented marketing. Firenze, UITP. Konferanse: Organisation of transport and quality of service. 29-30 september.</i>  | Viktig å skape kundelojalitet hos dagens kunder. Fornøyde kunder er mindre prissensitive, samt at de forteller venner og bekjente om tilbudene.   | Markedsføring |
| <i>RAC, Foundation for motoring and the environment 1995: Car dependence. A report for the RAC foundation for motoring and the environment. ISBN 0-86211355-5.</i>   | Evaluerings av holdningsundersøkelser   | Holdninger    |

| <b>Rapport</b>  | <b>Beskrivelse av innhold</b>   | <b>Område</b>          |
|---|---|------------------------|
| <i>Rosèn, P og Warsèn, L 1997: Hur utforma en buss? Eb process från forskning till implementering och utvärdering. KFB rapport 1997:46.</i>   | Ønske om bedringer på følgende punkter: forenkling av og påstigningen, lettere å gå bak i bussen, bedre informasjonen, enklere å betale, miljøvennlig, komfortabelt, velstelt.                                    | Holdninger<br>Faktorer |
| <i>Rossmo, M J and Brown, S A. 1989: Congestion management in New York city: managing why people drive. Washington. Transportation Research Record 1237.</i>                                      | Fokusgruppediskusjon, bilbrukere.<br>Kvaliteten på kollektiv-transporten vurderes ut fra lenken med dårligst kvalitet.  | Holdninger<br>Faktorer |
| <i>Ruud, A 1999: Bilismen er skadelig for miljøet- men spiller jeg noen rolle? En studie av holdninger til og bruk av transportmidler blant ungdom i Oslo. TØI rapport 424/1999.</i>              | De som er opptatt av miljøspørsmål synes å i mindre grad benytte moped, MC og bil.  | Holdninger             |
| <i>Rystam, Å och Renolen, H 1998: Utvärdering av kollektivtrafikkåtgärder. Riktlinjer till gemensam bas för utvärdering. Stockholm, Kommunikationsforskningsberedningen. KFB rapport 1998:25.</i> | Ikke så aktuell, men gir forslag til metodikk for å undersøke effekten av diverse tiltak.   |                        |
| <i>Sandquist, K 1997: The appeal of automobiles – human desires and the proliferation of cars. Stockholm, Kommunikationsforskningsberedningen. KFB rapport 1997:21</i>                            | En kvalitativ vurdering av hva som er attraktivt med bil og bilbruk.  | Holdninger             |
| <i>Stangeby, I. Hanssen, J U. og Norheim, B. 1991: Hva vet vi om kollektivtransportbrukerne? En kunnskapsoversikt. NORAS. Rapport nr 5.</i>   | Kollektivbrukere er hovedsakelig: unge, kvinner, ikke yrkesaktive, personer uten bil i husholdet, de som bor i byene.<br><br>Reisetid og parkering er viktige faktorer i valget mellom bil og kollektivtransport. | Segmenter<br>Faktorer  |
| <i>Stangeby, I 1994: Holdninger til bil og kollektivtransport. En intervjuundersøkelse blant befolkningen og politikere i Oslo. TØI rapport 288/1994.</i>   | Politikere mer positive til å reise kollektivt enn andre. Ulempen ved kollektivbruk er: avhengighet av rutetider og –sted, samt at det tar lengre tid.  | Holdninger<br>Faktorer |

| <b>Rapport</b>   | <b>Beskrivelse av innhold</b>  | <b>Område</b>             |
|--|--|---------------------------|
| <i>Stangeby, I og Norheim, B. 1995:</i> Fakta om kollektivtransport - Erfaringer og løsninger for byområder. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 307/95                                    | Erfaringer fra norsk forskning. Vurdert etterspørselseffektene av tiltak.  | Holdninger<br>Faktorer    |
| <i>Stangeby, I 1997:</i> Attitudes towards walking and cycling instead of using a car. TØI rapport 370/1997.   | Reisevaner og holdninger i Europa og i Oslo.   | Holdninger<br>Faktorer    |
| <i>Stangeby, I. Haukeland, J. V. og Skogli 1999:</i> Reisevaner i Norge 1998. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI-rapport 418/1999.  | Reisevaner og holdninger i Norge (1998).   | Holdninger                |
| <i>Strand, S 1991:</i> Konkurransen mellom tog og ekspressbuss. TØI rapport 0078/1991.   | Har mye av det samme kundegrunnlaget (mhp alder, kjønn, yrke, inntekt reiseformål med mer).<br><br>Pris og komfort omtrent det samme, mens toget er noe raskere. Ekspressbuss i flere tilfeller mer tilgjengelig.  | Faktorer                  |
| <i>Sverdrup, S. 1994:</i> Evaluering av informasjons- og markedsføringstiltak for kollektivtransport i fylkene. Lysaker, Statens institutt for forbrukerforskning. SIFO arbeidsrapport nr 2-1994.      | Budskapet tilpasses mål og målgruppe. Hvem er målgruppe, foreta en markedssegmentering.<br><br>Det kan være avgjørende at budskapet er direkte rettet mot det aktuelle markedssegmentene. Føler mottageren at budskapet ikke er direkte rettet mot dem, kan det lett bli silt bort i den øvrige informasjonsflommen. | Markedsføring             |
| <i>TØI. 1999:</i> Costumer oriented public transport. Oslo, Transportøkonomisk institutt. Brosjyre.  | Oversikt over resultater fra Forsøksordningen.   | Faktorer<br>Markedsføring |
| <i>Van Vugt, Van Lange og Meertens. 1996:</i> Commuting by car or public transportation? A social dilemma analysis of travel mode judgements. European Journal of Social Psychology. Vol. 26. 373-395. | Det sosiale dilemma. De umiddelbare egeninteressene ⇔ de langsiktige kollektive interessene.   | Holdninger                |

| <b>Rapport</b>  | <b>Beskrivelse av innhold</b>   | <b>Område</b>                       |
|---|---|-------------------------------------|
| <i>Vibe, N og Hjorthol, R</i> 1993: Dagliglivets reiser i større byer. Oslo, Transportøkonomisk institutt. TØI rapport 214/1993.  | Reisevaner og holdninger.   | Holdninger                          |
| <i>Waldo, Å.</i> 1999: Vardagslivets resor i den stora staden. Lund university, department of sociology. Licentiate`s dissertations in sociology 1999:2.                |   | Holdninger                          |
| <i>Warsèn, L</i> 1991: Lagom lyxigt! Utvärdering av ombygga regionalståg (Y1). TFK rapport 1991:11/30.  | Intervju av brukere av nye og gamle tog. Oppsummering av mangler og ønsker for fremtidig utforming av tog.  | Holdninger<br>Faktorer              |
| <i>Warsèn, L og Wacklin, L</i> 1994: Transport for the future, an Interdesign workshop in Sweden. TFK rapport 1994:6E.  | Tar hovedsakelig opp hvordan estetikken i vegens omgivelser kan bedres.   | Holdninger                          |
| <i>Warsèn, L og Björnehult, Å</i> 1995: Resemöjligheter för alla. Visjoner om ett integrerat transporttillbud baserat på resenärens behov och krav. TFK rapport 1995:3. | Gruppediskusjon.<br>For å bedre forholdene bør man ta tak i følgende faktorer: Tid, service, pris, komfort, informasjon og holdeplassene                                | Faktorer                            |
| <i>Wildlert, S. Gärling, T og Uhlin, S.</i> 1989: Värdering av kollektivtrafikens standard. Stockholm, Transportforsknings-beredningen. TFB rapport 1989:2.             | States preferenc av arbeidsreiser med buss og tunnelbane.<br>Hva er vi villige til å betale for bedringer av servicefaktorer, holdeplassfaktorer, og kjøretøysfaktorer. | Faktorer                            |
| <i>Wildlert, S</i> 1992: Kan livsstilar och värderingsförskjutningar bidra til att förklara kollektivtrafikens utveckling? Transek                                      | Segmatering av de intervjuede ut fra tradisjonelle, moderne, pragmatiske og prinsippfaste.<br>Vurderes disse faktorer ved kollektivtrafikken forskjellig?               | Holdninger<br>Segmenter<br>Faktorer |