



Merkevareanalyse Svipper

Om undersøkelsen

- Undersøkelsen er utført av Respons Analyse på oppdrag fra Troms fylkeskommune i samarbeid med HK Reklamebyrå Tromsø.
- Bakgrunn og formål for undersøkelsen er å måle merkevarekjennskap og omdømme til Svipper, samt bruk av transportmidler i hverdagen.
- Spørsmålene i undersøkelsen bygger i stor grad på en tilsvarende undersøkelse for Troms fylkestrafikk i 2022, dog med noen endringer.
- Undersøkelsen er gjennomført på telefon blant totalt 1501 innbyggere i Troms 18 år og eldre. Utvalget er kvotert med 701 intervju i Tromsø, 400 i Harstad og 403 i Øvrige Troms.
- Resultatene i denne rapporten vises samlet for hele Troms, og for hver av de tre områdene for seg. I resultatene for det samlede Troms er de tre kvoterte områdene vektet i forhold til sin faktiske befolkningsstørrelse i fylket.
- I rapporten sammenligner vi årets resultater med resultatene fra 2022 der dette er relevant. Det er imidlertid noen endringer i enkelte spørsmål som gjør en direkte sammenligning vanskelig. Dette gjelder spesielt kjennskapsspørsmålene innledningsvis, som er annerledes både i formulering og metodisk tilnærming i årets undersøkelse

Prosjektinformasjon

	Prosjektnavn:	Merkevareanalyse for Svipper
	Målgruppe:	Befolkning 18 år og eldre i Troms
	Antall intervju:	1504
	Metode:	Telefonintervju (CATI)
	Datainnsamling:	02.05. -02.06.2025
	Vekting av data:	Vektet på kjønn, alder og geografi basert på befolkningsfordelingstall fra SSB.
	Nedbrytninger:	Resultater nedbrutt på kjønn, alder, regioner og om en er bruker/ikke bruker av kollektivtilbudet i Troms, er kommentert i rapporten der dette er relevant
	Feilmarginer:	+/- 1,0% og +/- 2,5% ved 1500 respondenter.

Ansvarlig konsulent



Idar Eidset
Tlf. 907 86 694
Idar.eidset@responsanalyse.no



Oppsummering av hovedfunn

OPPSUMMERING AV HOVEDFUNN

1

Fortsatt kan omtrent halvparten av befolkningen i Troms defineres som brukere av kollektivtilbudet, men det er store variasjoner mellom regionene.

2

Det er like høy total kjennskap til merkevarenavnet Svipper som det var for Troms fylkestrafikk, og denne kjennskapen baserer seg i hovedsak på uhjulpen kjennskap

3

Omdømmet til Svipper alt i alt er tilfredsstillende og noe bedre enn for Troms fylkestrafikk i 2022.

49% av innbyggerne i Troms kan defineres som brukere av kollektivt (minst månedlig). Dette er omtrent det samme som i 2022 da andelen brukere var 49 %. Andelen brukere er imidlertid klart høyest i Tromsø og øker fra 67 til 72 . Også i Harstad øker andelen brukere noe fra 33 til 42 %, mens den reduseres fra 29 til 25 % i øvrige Troms Kvinner er i større grad brukere enn menn, og de unge er i større grad brukere enn de eldre.

Basert på uhjulpet og hjulpet spørsmål om kjennskap til hva kollektivtilbudet i Troms heter, har vi kartlagt den totale kjennskapen til Svipper til 90 %. Dette er det samme som for Troms fylkestrafikk, men i motsetning til kjennskapen til Troms fylkestrafikk som baserte kjennskapen i stor grad på hjulpet kjennskap, er kjennskapen nå i størst grad basert på uhjulpet kjennskap. 62 % svarer Svipper uhjulpet på spørsmålet om en vet hva kollektivtilbudet i Troms heter. Selv om ulike spørsmål fra 2022 og nå kan ha bidratt til denne forskjellen, indikerer dette at merkevaren allerede etter kort tid står ganske sterkt i befolkningen

55 % svarer nå at de alt i alt har et godt inntrykk av Svipper. Dette må anses som tilfredsstillende og er også noe bedre enn for Troms fylkestrafikk i 2022 (45 %). Svipper har sterkest omdømme i Tromsø, og det er også her at omdømmet øker mest sammenlignet med Troms fylkestrafikk i 2022. På spørsmål om inntrykk av Svipper på ulike delområder, er omdømmet bedre både når det gjelder betalingsløsninger, billettinformasjon og reiseinformasjon enn for omdømmet alt i alt.



OPPSUMMERING AV HOVEDFUNN

4

Mange har benyttet seg av Svipper-appens løsninger, og er stort sett fornøyd med disse

5

Bilen er fortsatt det flest benytter i hverdagen i Troms, men 4 av 10 bruker buss. Dette er en økning fra 3 av 10 i 2022

6

Bedre kollektivtilbud der man bor og hyppigere avganger er fortsatt det som i hovedsak må til for å få kollektivbruken opp.

73% av de som har kjennskap til Svipper, har også benyttet Svipper-appen til billett kjøp, og 9 av 10 av disse igjen er alt i alt fornøyd med denne. 56 % har benyttet Reiseplanleggeren i appen, og 77% av disse er fornøyd med den. Tilsvarende tall er det for Sanntidsinformasjonen enten i appen eller på holdeplass, mens klart færre 28% har benyttet nettsiden Svipper.no, og halvparten av disse er fornøyd med den.

I Troms samlet benytter 80% vanligvis bil i hverdagen, noe som er en liten økning fra 2022. Størst er imidlertid økningen i andelen som benytter buss i hverdagen. Denne andelen går fra 31 til 40 %. Økningen er størst i Tromsø der nå 60 % benytter buss mot 47 % i 2022. Også bussandelen i Harstad øker fra 20 til 31 %, mens den er stabil rundt 20 % i øvrige Troms. På spørsmålet som danner grunnlaget for definisjonen av bruker og ikke-bruker, svarer 20 % at de benytter kollektivtilbudet flere ganger i uken, mens ytterligere 8 % benytter det minst en gang i uken. Også her er disse andelen betydelig høyere i Tromsø (34 % og 15 %).

På spørsmål om hva som skal til for å benytte kollektivtilbudet mer, er det først og fremst bedre kollektivtilbud der en bor og hyppigere avganger som blir trukket fram. Det samme var det i 2022. Og som den gang er det er særlig i øvrige Troms utenfor byene at disse forholdene trekkes fram. Som i 2022 stilte vi fire påstander om hvordan man opplever kollektivtilbudet i Troms. Dette var påstander om at det er enkelt å reise kollektivt der jeg bor, og i Troms generelt, samt om sanntidssystemet og informasjon om avvik. underbygger dette, ved at svært få (27 %) er. Det er fortsatt slik at man er mest enig i at sanntidssystemet er godt, men at en er mindre enig i at informasjonen om avvik er god. Det er bare mindre endringer på disse vurderingene fra 2022



Kjennskap til Svippers merkevare oppsummert

- Kjennskapen til Svipper har avdekket at et flertall av innbyggerne i Troms knytter Svipper til kollektivtilbudet uhjulpet. Navnendringen fra Troms fylkestrafikk til Svipper ser ut til å ha blitt godt kommunisert både til brukere av kollektivtilbudet og de som ikke bruker det.
- Svipper har således høy total kjennskap. 9 av 10 kjenner til Svipper når vi tar med den hjulpne kjennskapen. Særlig positivt er det at denne kjennskapen baserer seg i større grad på kjennskap uhjulpet, og i mindre grad på hjulpet kjennskap. Dette indikerer at merkevaren «Svipper» allerede står sterkere i befolkningen, enn det Troms fylkestrafikk gjorde.
- På direkte spørsmål om hvor godt man kjenner til Svipper svarer halvparten av befolkningen at de kjenner Svipper ganske eller svært godt. Det er særlig brukerne av kollektivtilbudet som drar opp denne andelen. 72 % av brukerne svarer dette, mens tilsvarende andel blant ikke brukerne er 27 %.
- Den totale kjennskapen til Troms fylkeskommune som forvalter av kollektivtilbudet i Troms er i stor grad lik den for Svipper både i omfang og struktur



Hvilket omdømme har du inntrykk av at Svipper har i befolkningen?

- I tillegg til å måle inntrykk/omdømme direkte mot befolkningene, ba vi også respondentene vurdere hvilket inntrykk de har av hvilket omdømme Svipper har i befolkningen, altså hva de tror andre mener.
- Vi ser da at andelen som mener omdømmet i befolkningen er godt (svært eller ganske), er noe lavere enn når vi spurte om deres eget inntrykk. 47 % mener befolkningen har et godt inntrykk av Svipper. Til sammenligning mente 39 % at Troms fylkestrafikk hadde et godt omdømme i befolkningen i 2022.
- Forskjellen mellom de tre områdene er her mindre enn når vi spurte om eget inntrykk, men også her vurderer innbyggerne i Tromsø omdømmet å være bedre enn hva innbyggerne i Harstad og øvrige Troms gjør.
- Det samme gjelder også når vi bryter ned på brukere og ikke-brukere, selv om det her er en viss forskjell. 54 % av brukerne mener de har et godt omdømme, mens 38 % av ikke-brukerne svarer det samme.

