

RAPPORT

.....

HUI Research på uppdrag av Kalmar kommun

Cyklisters betydelse för handeln i Kalmar

– en konsumentundersökning på Kvarnholmen, i Giraffen och Hansa City



Juni 2012

Karin Olsson och Henrik Vestin, HUI Research

SAMMANFATTNING

Som en del i projektet ABC – Från A till B med Cykeln har HUI Research, på uppdrag av Kalmar kommun, under våren 2012 genomfört en undersökning bland konsumenter på Kvarnholmen, vid Giraffen och Hansa City. Målet med undersökningen var att kartlägga cyklisternas ekonomiska betydelse för handeln i Kalmar i relation till de konsumenter som valt andra transportmedel. Vidare var målet att kartlägga konsumenternas attityder till Kalmar som cykelstad samt att undersöka vad som avgör valet av färdmedel. Totalt har 670 konsumenter intervjuats.

23 procent av konsumenterna i Kalmar uppger att de cyklar under hela året, oavsett årstid. Vanligast är dock att man cyklar under perioden april-oktober. Bland samtliga intervjuade konsumenter visade det sig vara fler som har tillgång till en cykel (80 procent) än en bil (77 procent). Trots detta var bil det vanligaste transportmedlet då konsumenterna tog sig till handelsplatsen den dag de blev intervjuade. Till Hansa City tog sig 75 procent med bil, medan andelen bilburna konsumenter på Kvarnholmen uppgick till 44 procent. På Kvarnholmen valde 21 procent cykeln den aktuella intervjudagen, medan 18 procent promenerat. De Kalmarbor som tagit bilen till handelsplatsen hade i snitt 6,4 kilometer från hemmet till handelsplatsen, medan de som cyklat eller som promenerat hade kortare avstånd, 2,4 kilometer i snitt.

Studien visar att man väljer det transportmedel som man anser vara det smidigaste för resan, det vill säga mest tidsbesparande och bekvämast. 64 procent av dem som cyklat eller promenerat angav detta som anledningen till valet av transportsätt, medan endast 47 procent av bilisterna angav smidigheten som främsta skäl. Bland bilisterna förklarades valet av många även med att man behövde lastutrymme, medan några av dem som cyklat eller promenerat uppgav att de gjort det i motionssyfte. Mellan 11 och 19 procent av dem som kommit med bil, tåg eller buss kunde tänka sig att ta cykel istället till handelsplatsen. Den främsta anledningen för dem som inte kunde tänka sig att ta cykeln var att det skulle ta för lång tid eller att de behövde lastutrymme. Samtidigt hade cirka 25 procent av bilisterna inte längre än 4 kilometer till handelsplatsen, vilket betyder att det finns en potential att få fler att ta cykeln oftare då de ska besöka handelsplatserna i Kalmar.

En cyklist spenderar i snitt 285 kronor vid ett besök på någon av de tre handelsplatserna i Kalmar, vilket kan jämföras med snittbilisten som har en genomsnittlig konsumtion på 502 kronor. Ser man bara till dem som besöker Kvarnholmen uppgår snittkonsumtionen för en cyklist till 317 kronor och för en bilist 544 kronor per person och dag. Bilisterna är således de som konsumerar mest på de tre handelsplatserna, men de konsumenter som valde ett miljövänligt transportsätt står ändå för en betydande andel av omsättningen. Under april månad uppskattar HUI Research att de stod för cirka 38 procent av omsättningen inom handeln på Kvarnholmen, medan bilisterna står för de övriga 62 procenten.

Helhetsomdömet om cykelsituationen i Kalmar får ett bra betyg av respondenterna i studien. Bäst betyg gavs "tillgängligheten till cykelvägar som passar mitt resande". En sammanfattande analys ger en bild av att det man bör satsa på att förbättra för att höja betyget för Kalmar som cykelstad är säkerheten, både med avseende på stöldrisken och på trafiksituationen, snarare än utbudet av cykelvägar eller cykelparkeringar som majoriteten är nöjda med idag. Dock var inte säkerheten något som respondenterna upplevde påverkade deras val av transportmedel. Det var istället tidsaspekten som gavs som främsta förklaring till varför man inte tog cykeln den dagen man blev intervjuad. Det är därför svårt att säga att just förbättringar inom säkerhetsområdet skulle få fler att cykla i Kalmar.

INNEHÅLL

INLEDNING.....	1
Bakgrund.....	2
Projektets mål och syfte.....	2
METOD	3
Datainsamling.....	3
Antal intervjuer och svarsfrekvens.....	3
Begreppsdefinitioner.....	4
RESULTAT	5
Vem besökte respektive handelsplats?	5
Val av transportmedel.....	8
Besöket på handelsplatsen	13
Konsumtion	15
Kalmar som cykelstad	17
SAMMANFATTANDE SLUTSATSER.....	19

Inledning

En helt vanlig dag, närmare bestämt fredagen den 27:e april 2012, kunde man räkna till 875 parkerade cyklar på Kvarnholmen i Kalmar¹. Dessa cyklars ägare är inte enbart personer som väljer ett miljövänligt sätt att transportera sig till och från arbete eller skola utan många av dem besöker även butikerna i city och konsumerar varor under dagen. Cyklisterna glöms ofta bort i diskussionerna om att utveckla centrumhandeln och det är lätt att samtalet i stället rör saker som hur många fler parkeringsplatser som behövs till bilisterna.

Denna rapport syftar till att belysa cyklisters och även de promenerandes betydelse för handeln i Kalmar. Undersökningen har genomförts av HUI Research på uppdrag av Kalmar kommun under våren 2012.



¹ Endast cyklar parkerade på ytor med allmänt tillträde räknades. Privata innegårdar ej inräknade.

Bakgrund

Kalmar kommun har för avsikt att öka cyklandet inom kommunen och har därför skapat arbetsgruppen Kalmar Cykelstad. I linje med detta arbete ansökte man och blev antagna till EU-projektet ABC – Från A till B med Cykeln. Syftet med projektet är att ta fram en handlingsplan för hur man gynnar konsumenter som cyklar. Projektet löper från 2011 till 2014.



Projektets mål och syfte

Mål

Målet med denna konsumentundersökning var att kartlägga cyklisternas ekonomiska betydelse för handeln i Kalmar i relation till de konsumenter som valt andra transportmedel. Vidare var målet att kartlägga konsumenternas attityder till Kalmar som cykelstad samt att undersöka vad som avgör valet av färdmedel.

Syfte

Syftet med att göra undersökningen var dels att belysa cyklisternas ekonomiska betydelse för handeln i Kalmar samt dels att identifiera möjligheter och hinder för att kunna stärka cyklandet och i längden även cyklisternas betydelse för handeln i kommunen.

Metod

Datainsamling

Undersökningen genomfördes under vecka 13-17² våren 2012 och metoden som användes var personliga intervjuer enligt ett fast frågeformulär. Målgruppen för undersökningen var konsumenter på följande tre handelsområden i Kalmar kommun:

- Kvarnholmen (city)
- Giraffen Köpcentrum
- Hansa City

Intervjuerna genomfördes utanför och på gatorna mellan butikerna. HUI Research fanns på plats för att intervjua under vardagar såväl som helger och under olika tider på dygnet, dock endast under butikernas öppettider. Alla konsumenter som befann sig på någon av de tre intervjuplatserna under de dagar HUI Researchs intervjuare fanns på plats hade lika stor sannolikhet att komma med i undersökningen, då urvalet var slumpmässigt.

Personer som besökte handelsplatserna i egenskap av att de arbetade i någon av butikerna ingick inte i målgruppen för undersökningen. HUI Research intervjuade endast personer över 15 år samt endast en person per sällskap.

Antal intervjuer och svarsfrekvens

Totalt genomfördes 670 intervjuer med konsumenter i Kalmar. Antalet genomförda intervjuer per målgrupp redovisas i tabellen nedan, dels uppdelat på intervjuplats och dels uppdelat på val av transportmedel.

Antal intervjuer

	Antal intervjuer
Kvarnholmen (city)	300
Giraffen	167
Hansa City	203
Totalt	670

	Antal intervjuer
Bilister	395
Cyklister och promenerande	202
Övriga transportmedel*	73
Totalt	670

* Buss och tåg

² Under påskveckan genomfördes inga intervjuer.

Totalt tillfrågades 2 109 personer om att delta i undersökningen, varav 670 kontakter ledde till en genomförd intervju. Detta gav en svarsfrekvens på 32 procent, vilken kan anses vara normal med avseende dels på intervjuens längd och dels på att intervjuerna genomfördes då respondenterna var på väg någonstans eller utträttade ett ärende (till exempel inköp). De som inte ville delta i undersökningen noterades med uppgift om kön och ålder och vid en analys av bortfallet noteras inga större skillnader mellan dem som avböjde att delta och dem som deltog i studien. Detta tyder på att undersökningens resultat bör vara representativa för målgruppen, det vill säga konsumenter i Kalmar.

Begreppsdefinitioner

Nedan förtydligas några av de begrepp som används i rapporten.

Handelsplatsområde

När benämningen handelsplatsområde används i rapporten avses något av de tre områden som denna undersökning genomfördes på, det vill säga Kvarnholmen (city), Giraffen Köpcentrum eller Hansa City. Undersökningen begränsades till de delar av dessa områden där handel bedrivs.

Konsument

Undersökningens målgrupp var konsumenter som befann sig på något av handelsplatsområdena Kvarnholmen (city), Giraffen Köpcentrum eller Hansa City. Som konsument räknas samtliga personer som besökte något av dessa tre handelsområden, oavsett om de vid tidpunkten för intervjun gjort något inköp under dagen eller ej. Personer som befann sig på dessa platser för att de arbetade i någon av butikerna ingick inte i målgruppen för undersökningen och räknas därför inte som konsumenter.

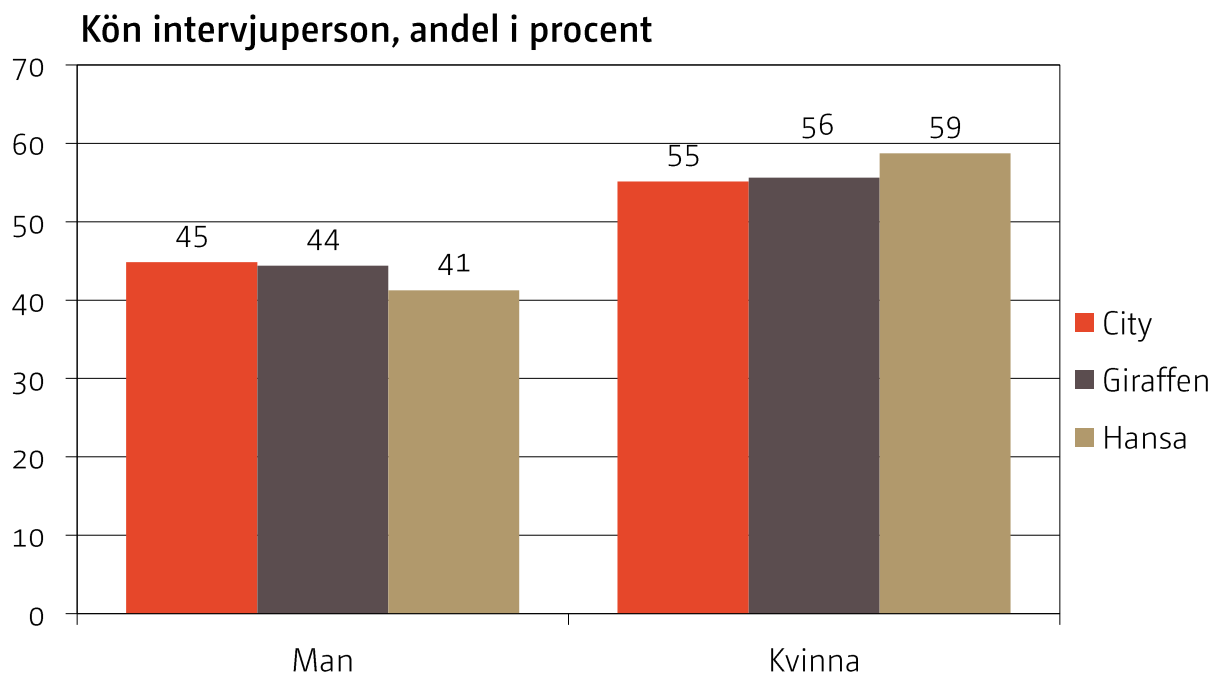


Resultat

Nedan presenteras resultaten från HUI Researchs undersökning i Kalmar. Resultaten presenteras ibland på totalnivå för samtliga konsumenter, ibland uppdelat på val av transportmedel och ibland uppdelat på vilket handelsplatsområde (Kvarnholmen, Giraffen och Hansa City) man besökt.

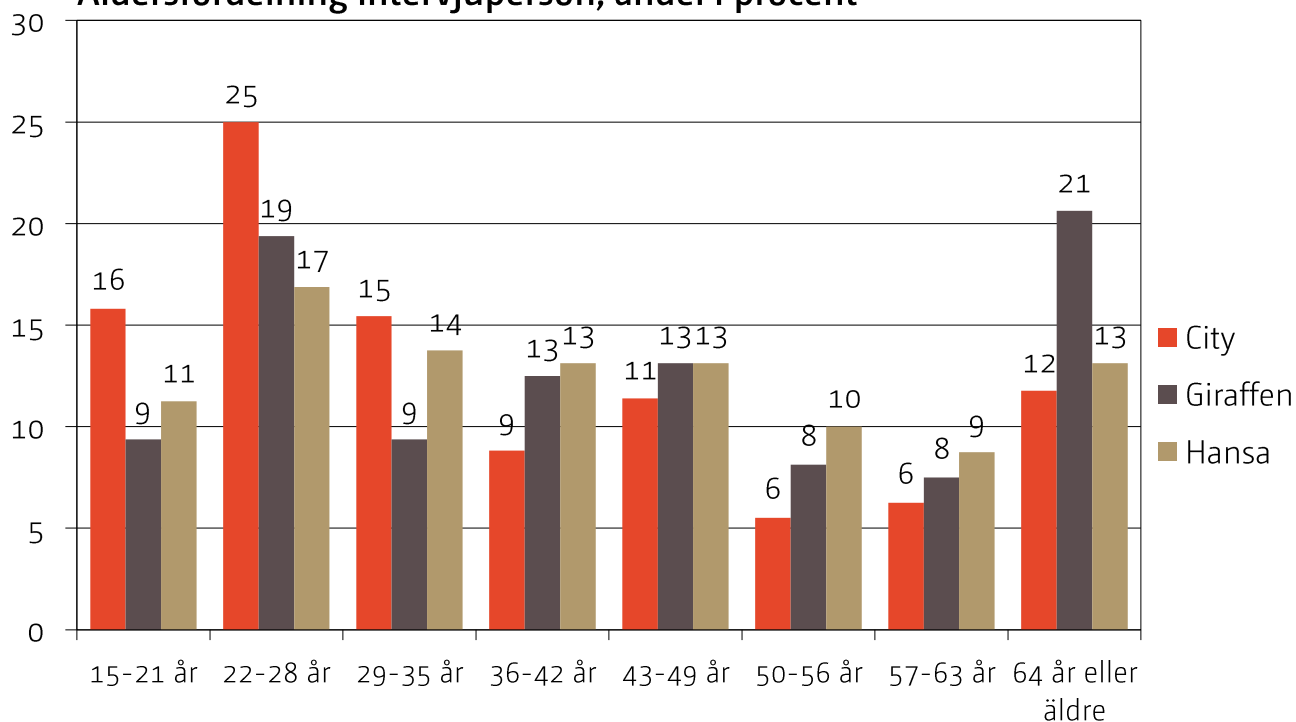
Vem besökte respektive handelsplats?

Nedan presenteras köns- och åldersfördelningen på de tre handelsplatserna. Fler kvinnor än män besökte samtliga handelsplatser.



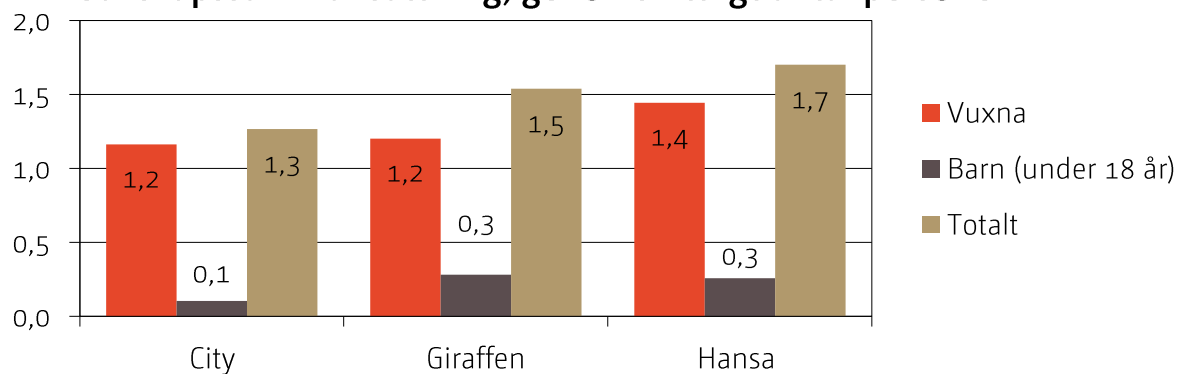
Medelåldern bland besökarna var lägst på Kvarnholmen med 37 år. Vid Giraffen var besökarna äldst, då medelåldern låg på 44 år. Vid Hansa City uppgick medelåldern till 41 år. Observera att endast personer över 15 år intervjuats. Åldersfördelningen i sin helhet presenteras i diagrammet nedan.

Åldersfördelning intervjuperson, andel i procent

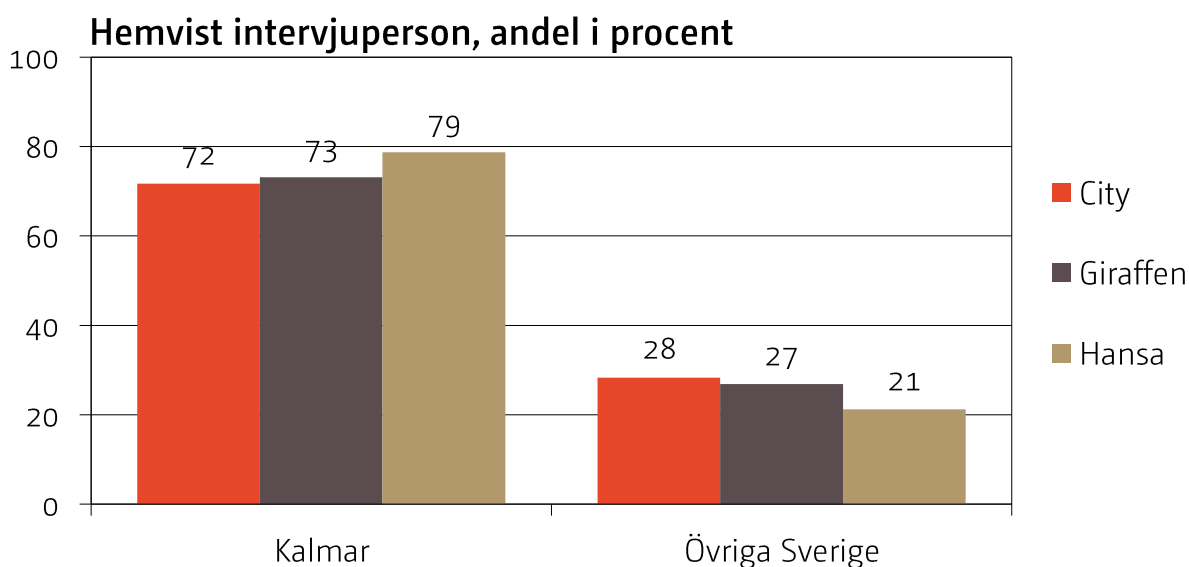


Den genomsnittliga sällskapsstorleken var mellan en och två personer på alla tre handelsplatser. Barn i sällskapet var vanligast i Hansa och Giraffen, där i genomsnitt var tredje intervjuad hade med sig ett barn. Att ha med sig barn var även vanligare bland bilburna respondenter än bland övriga.

Sällskapssammansättning, genomsnittligt antal personer



En övervägande majoritet av dem som besökte någon av handelsplatserna i Kalmar var personer som var bosatta i kommunen. Drygt en fjärdedel var dock tillresta besökare, bosatta utanför Kalmar kommun.



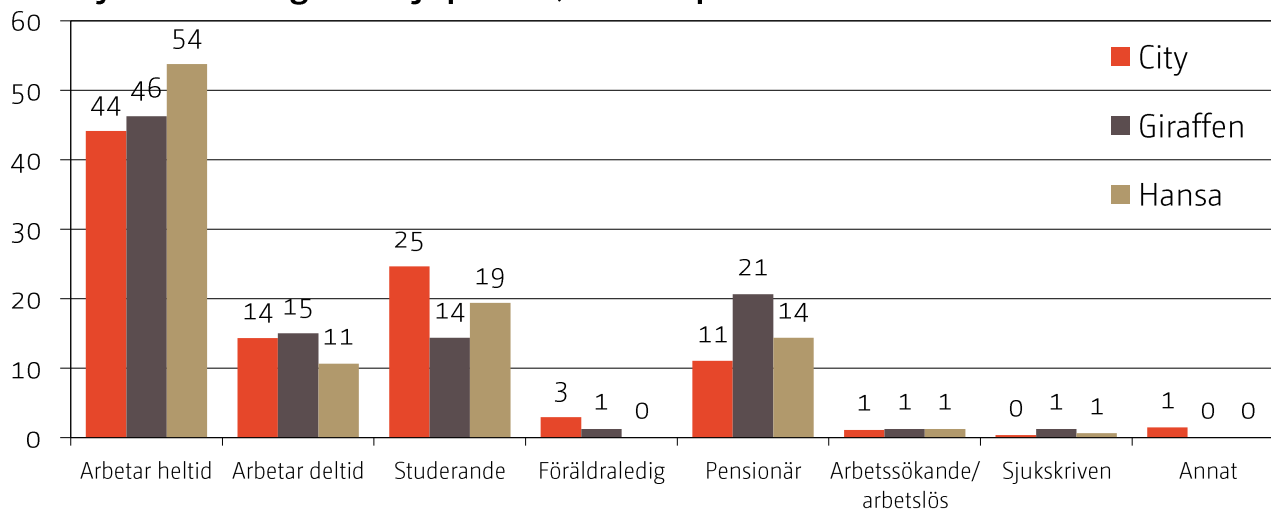
I tabellen nedan redovisas det genomsnittliga avståndet mellan handelsplatsen och hemmet för besökare från Kalmar. Besökarna på Kvarnholmen hade i snitt rest en kortare sträcka än dem som besökte Hansa City. För besökare utifrån kommunen var motsvarande avstånd i genomsnitt cirka sex mil, vilket tyder på att merparten var hemmahörande i någon av grannkommunerna.

Avstånd till handelsplatsen för Kalmarbor

Kalmarbor	Genomsnittligt avstånd, i km
Kvarnholmen (city)	4,0 km
Giraffen	4,2 km
Hansa City	5,9 km

På nästa sida presenteras intervjupersonernas sysselsättning. Diagrammet visar bland annat att studerande utgjorde en fjärdedel av besökarna på Kvarnholmen samt att pensionärer stod för 21 procent av besökarna vid Giraffen.

Sysselsättning intervjuperson, andel i procent



Val av transportmedel

Av samtliga intervjuade uppgav 77 procent att de hade tillgång till bil, 80 procent att de hade tillgång till cykel samt 4 procent att de inte hade tillgång till vare sig bil eller cykel. Andelen konsumenter som hade tillgång till både cykel och bil uppgick till 61 procent.

77 % har bil



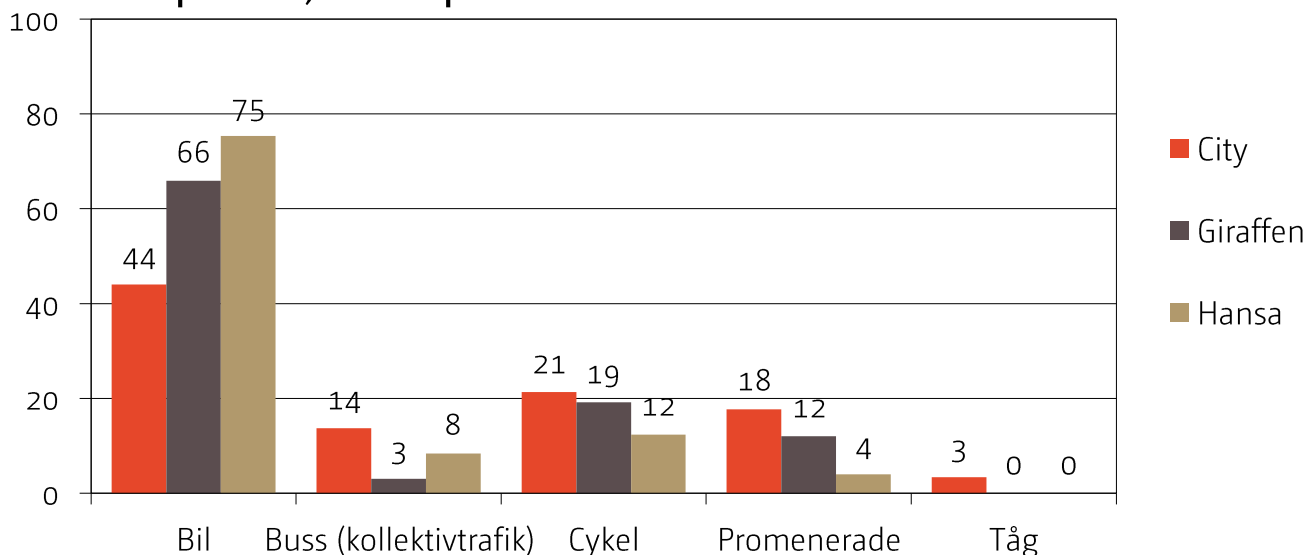
80 % har cykel



Vilket transportmedel de valt för att ta sig till handelsplatserna den dagen de intervjuades varierade. Bil var det vanligast förekommande transportsättet på samtliga handelsplatser. Bland dem som besökte city (Kvarnholmen) var variationen dock större och fler valde andra transportmedel än bil. Att cykla och promenera var vanligast bland besökarna på Kvarnholmen och vid Giraffen.

Det genomsnittliga avståndet en bilist från Kalmar kommun rest för att ta sig till handelsplatsen uppgick till 6,4 kilometer medan en konsument som cyklat eller promenerat i snitt hade 2,4 kilometer mellan sin bostad i kommunen och handelsplatsen de besökte. Bilisterna har således längre till handelsplatsen än de som cyklat eller promenerat, men andelen bilister som har ett avstånd som var kortare än 4 kilometer till handelsplatsen uppgår ändå till 25 procent. Detta indikerar att det finns en potential att få en andel av de som idag tar bilen att välja cykeln istället då 75 procent av bilisterna även svarade att de hade tillgång till en cykel.

Transportsätt, andel i procent



Nedan redogörs för respondenternas anledningar till varför de valde aktuellt transportmedel den dag de intervjuades. Svaren presenteras uppdelat på de tre grupperna baserat på val av transportmedel, dessa är:

1. Bilister
2. Cyklister och promenerande
3. Övriga transportsätt (buss och tåg)

Främsta anledning till valet av transportmedel

Bilister	
Smidigast (bekvämt, tidsbesparing, mm)	47 %
Behöver lastutrymme	28 %
Av vana (använder alltid samma transportsätt)	15 %
Ska resa vidare mot annat slutmål (t.ex. genomresa eller fler ärenden)	8 %
Annan anledning	2 %

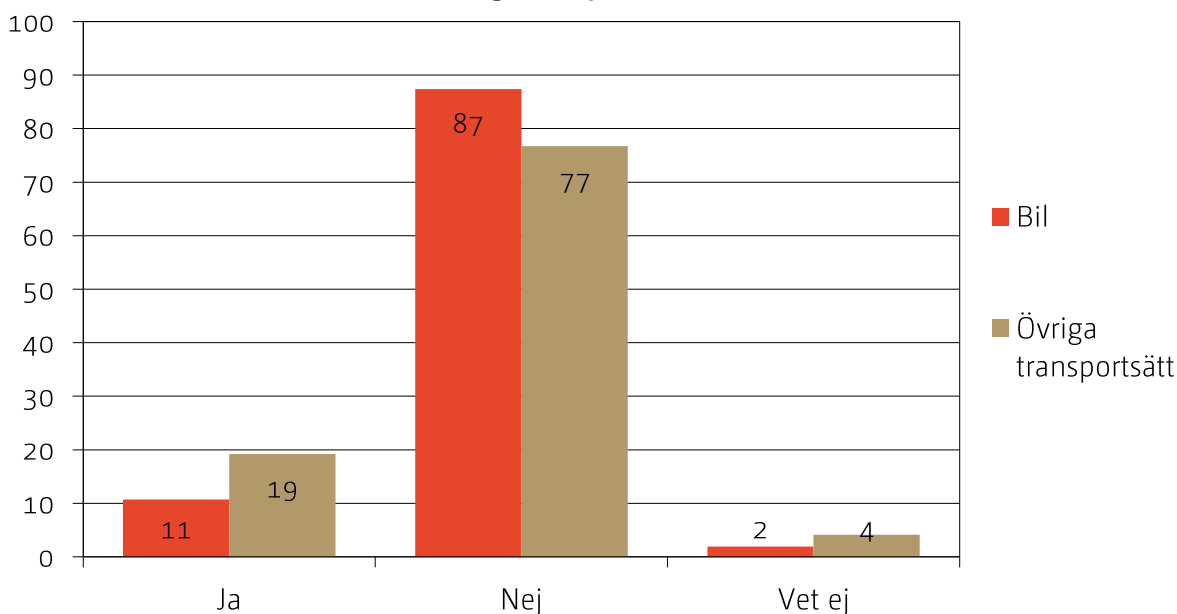
Cykel/promenerande	
Smidigast (bekvämt, tidsbesparing, mm)	64 %
Motionssyfte	13 %
Priset/kostnaden (det är det billigaste transportalternativet för mig)	9,5 %
Av vana (använder alltid samma transportsätt)	9,5 %
Annan anledning	4 %

Övriga transportsätt	
Smidigast (bekvämt, tidsbesparing, mm)	60 %
Av vana (använder alltid samma transportsätt)	12 %
Priset/kostnaden (det är det billigaste transportalternativet för mig)	7 %
Ska resa vidare mot annat slutmål (t.ex. genomresa eller fler ärenden)	4 %
Annan anledning	17 %

Majoriteten väljer transportmedel på grund av att de anser att det är det smidigaste sättet att ta sig till sitt slutmål. Bland dem som använde sig av bil var det även vanligt att man förklarade sitt val av transportmedel med att man behövde lastutrymme, vilket 28 procent svarade. Bland dem som cyklade eller promenerade var det däremot vanligt att ange motionssyfte som skäl till sitt val, vilket var fallet för 13 procent av dem som tillfrågades. Priset är endast av betydelse vid valet för dem som använt sig av andra transportsätt än bil.

De som kommit till handelsplatsen med ett annat transportmedel än cykel eller som promenerat fick frågan om de kunde tänka sig att cykla istället. Bland bilisterna kunde ungefär var tionde tänka sig att ta cykel istället, medan ungefär var femte bland dem som kommit med buss eller tåg kunde överväga att ta cykeln. Några större skillnader kan inte noteras mellan konsumenterna på de tre handelsplatserna, de verkar således ungefär lika benägna att cykla till Kvarnholmen som Hansa City.

Skulle du kunna tänka dig att cykla istället?



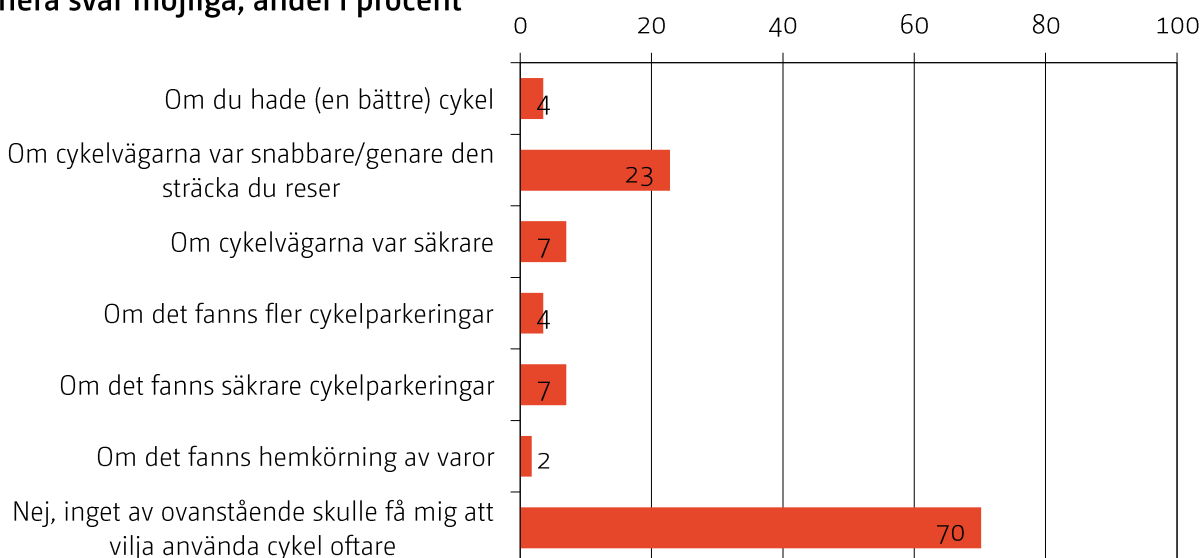
Anledningarna till varför bilisterna inte kunde tänka sig att cykla låg framförallt i att de ansåg att det tog för lång tid eller att de behövde lastutrymme. Även de som valt andra transportsätt (buss eller tåg) förklarade det med att det tog för lång tid att cykla. Bland dem var det även vanligare att inte ha en fungerande cykel.

Förklaring till varför cykeln inte är ett alternativ

	Bilister	Övriga transportsätt (exkl. cykel och promenerande)
Tar för lång tid	41%	38%
Behöver lastningsutrymme	35%	4%
Vädret (t.ex. regn, blåst)	19%	20%
Äger ingen fungerande cykel	14%	34%
För fysiskt ansträngande (dvs. svettigt, jobbigt)	6%	9%
Annan anledning	3%	2%
Stöldrisk	2%	2%
Kan ej cykla	1%	2%
Saknar bra cykelvägar	1%	0%
Svårt att hitta cykelparkering	1%	2%
Känns osäkert (trafiksituationen)	0%	0%

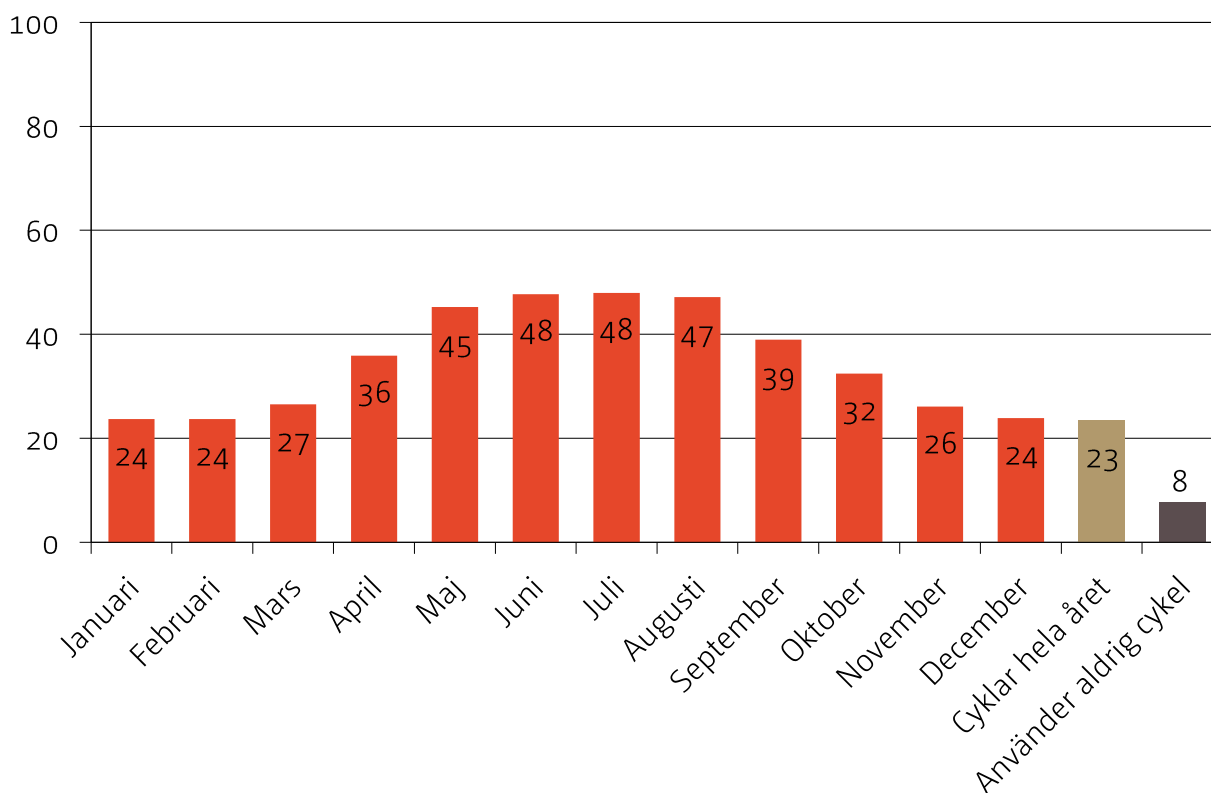
De som svarade att de kunde tänka sig att cykla istället fick ett antal förslag upplästa för sig och fick ta ställning till om de skulle få dem att välja cykeln framför andra transportsätt. Resultaten på denna fråga presenteras endast på totalnivå eftersom så pass få respondenter svarat att de övervägde cykeln som transportmedel och därmed fick denna fråga.

Skulle detta få dig att vilja använda cykeln oftare? flera svar möjliga, andel i procent



Närmare en fjärdedel av de intervjuade, 23 procent, uppgav att de använder sin cykel som transportmedel under hela året. Bland dem som cyklade eller promenerade uppgick denna andel till hela 56 procent. Det kan vara värt att ha i åtanke att vintern 2011/2012 som föregick denna undersökning var mild och att det därför var möjligt att cykla under större delen av vintern. Vanligast bland övriga var att man cyklade under perioden april till och med september/oktober.

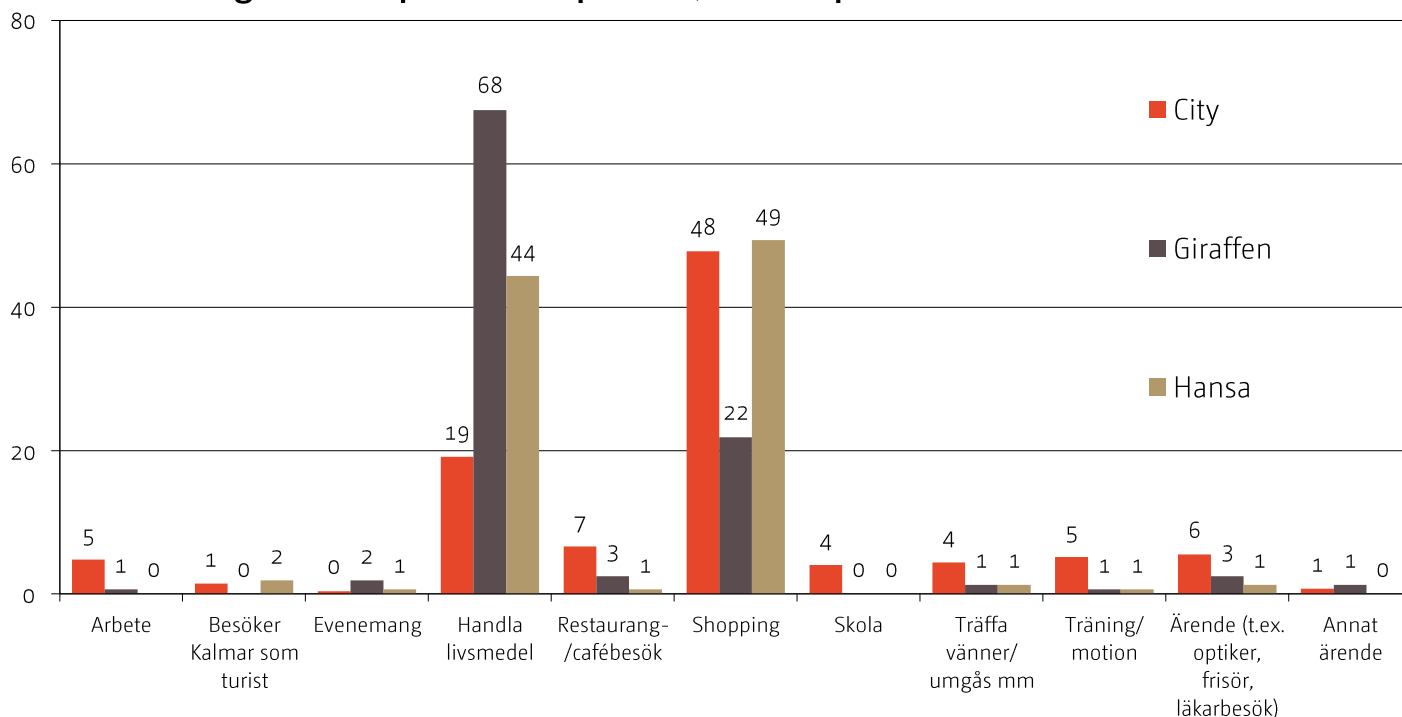
Månader man använder cykeln, andel i procent



Besöket på handelsplatsen

Majoriteten av besökarna på Kvarnholmen och i Hansa befann sig på området huvudsakligen för att shoppa, vilket närmare hälften av undersökningens respondenter uppgav. Med shopping avses då inte inköp av livsmedel, som fanns som ett separat alternativ. I Giraffen var det vanligast att man kom i syftet att handla just livsmedel. Det är dessa två svarsalternativ som dominerar på samtliga tre handelsplatser. På Kvarnholmen skiljer sig svaren något mer från varandra då fler svarat att de kommit för att till exempel äta på restaurang/café eller för att de hade ett ärende att uträtta. Vid både Hansa och Giraffen svarade dock fler än 9 av 10 att de kommit specifikt för att göra inköp. Detta beror med största sannolikhet på att utbudet av andra aktiviteter är begränsade på dessa handelsplatser.

Huvudsakligt ärende på handelsplatsen, andel i procent



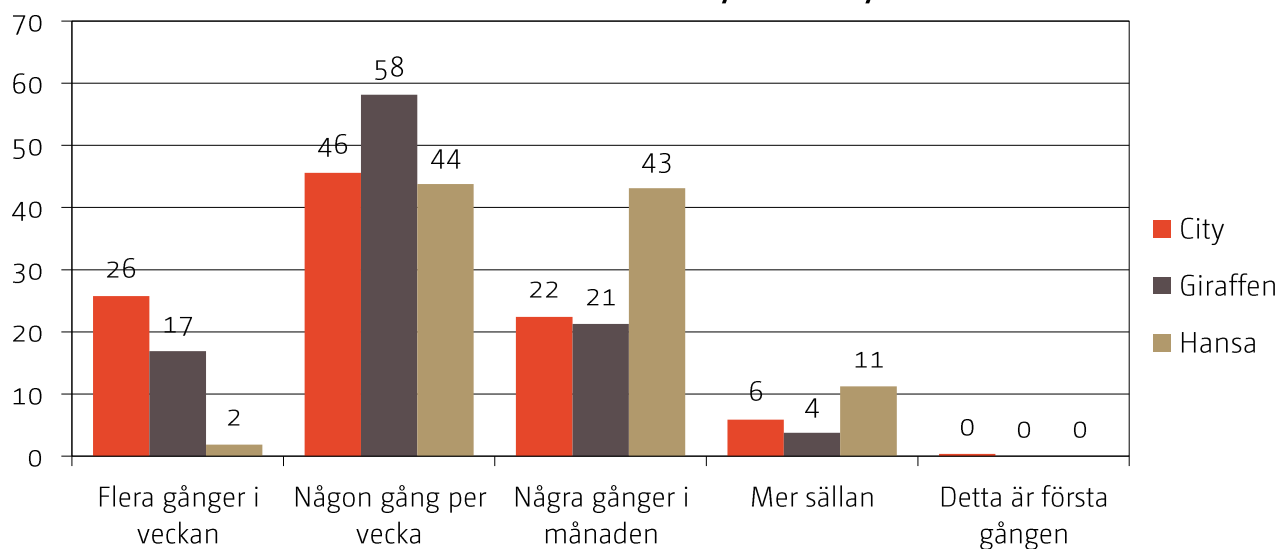
De konsumenter som intervjuades på Kvarnholmen fick även frågan om vilka övriga aktiviteter de planerade att ägna sig åt. Deras svar redovisas i tabellen på nästa sida och visar att över hälften enbart hade ett ärende. Utöver det huvudsakliga ärendet (som redovisats ovan) var de vanligaste svaren Shopping, Träning samt Skola.

Andra aktiviteter på Kvarnholmen

	Andel svarande
Inga fler aktiviteter	59%
Shopping	14%
Träning/motion	8%
Skola	7%
Restaurang-/cafébesök	3%
Ärende (t.ex. optiker, frisör, tandläkare, läkarbesök)	3%
Teater/bio/kultur	2%
Träffa vänner/umgås m.m.	2%
Annat	2%
Arbete	1%
Evenemang	0%
Handla livsmedel	0%

Bland dem som intervjuades på Kvarnholmen och vid Giraffen utgjorde besöket i större utsträckning en del av respondentens vardag då hela 72 respektive 75 procent av dem uppgav att de besökte handelsplatsen minst en gång i veckan. Motsvarande andel för besökarna vid Hansa City var 46 procent. Hansa City är således ett område man som konsument besöker mer sällan än de övriga två handelsplatserna.

Hur ofta brukar du besöka Kvarnholmen/Giraffen/Hansa?



Konsumtion

De intervjuade fick frågan om hur mycket de spenderade under sitt besök på handelsplatsen under intervjudagen. De som ännu inte var klara med sina inköp fick uppskatta sin konsumtion för hela dagen. Observera att konsumtionen endast gäller det handelsplatsområde som intervjun genomfördes på.

Nedanstående tabell redogör för konsumenternas utlägg uppdelat på deras val av transportsätt, oavsett vilken handelsplats de intervjuades på.

Genomsnittlig konsumtion uppdelat på transportsätt

	Cyklister och promenerande	Bilister
Restaurang och café	13 kr	21 kr
Livsmedel och Systembolag (mat, alkohol, apotek, tobak)	87 kr	184 kr
Kläder, skor och accessoarer	125 kr	164 kr
Hem- och fritidsvaror (inredning, sportartiklar, elektronik, leksaker, böcker)	14 kr	107 kr
Kultur och nöjen	3 kr	2 kr
Drivmedel	0 kr	13 kr
Övrigt (t.ex. frisör, kemtvätt)	4 kr	11 kr
Genomsnittlig konsumtion per person och dag	246 kr	502 kr

De som använt sig av andra transportsätt än bil, cykel eller som promenerade hade ett genomsnittligt utlägg per dag på 293 kronor. På grund av få svar inom denna grupp redovisas ingen fördelning mellan konsumtionskategorierna.

Resultaten visar att bilisterna är den grupp som spenderar mest som konsumenter i Kalmar, mycket beroende på att de i större utsträckning besöker Hansa City, som visade sig vara den handelsplats där besökarna i snitt spenderade mest per person och dag (se tabell och diagram på nästa sida).

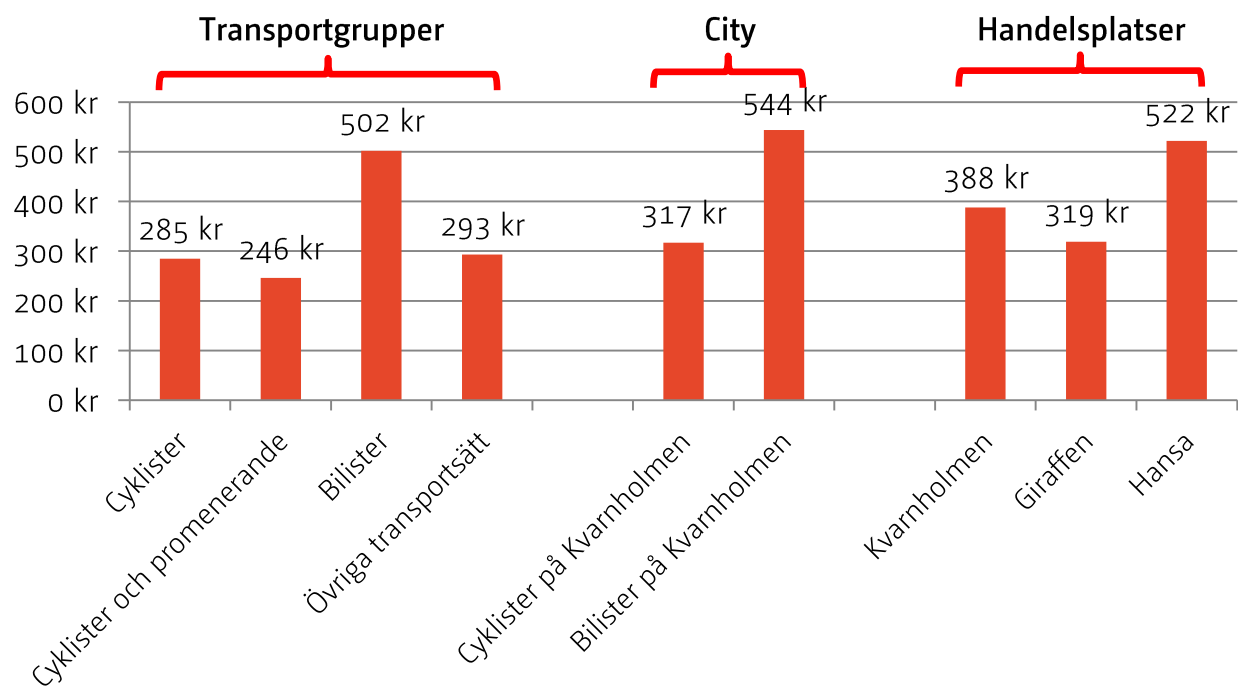
År 2010 gjordes en studie av cyklisters konsumtion i Växjö centrum (också denna genomförd av HUI Research) som visade att en cyklist i snitt spenderade 260 kronor per person och dag i centrumhandeln. Då man bryter ner resultaten för Kalmar och enbart tittar på cyklisters konsumtion på Kvarnholmen (city) får man fram att jämförande siffra blir 317 kronor per person. Tittar man på samtliga cyklister i Kalmar, oavsett vilken handelsplats de besökt, spenderade de i snitt 285 kronor.

Genomsnittlig konsumtion uppdelat på handelsplats

	Kvarnholmen	Giraffen	Hansa City
Restaurang och café	29 kr	5 kr	20 kr
Livsmedel och Systembolag (mat, alkohol, apotek, tobak)	60 kr	224 kr	189 kr
Kläder, skor och accessoarer	248 kr	36 kr	135 kr
Hem- och fritidsvaror (inredning, sportartiklar, elektronik, leksaker, böcker)	36 kr	31 kr	165 kr
Kultur och nöjen	3 kr	0 kr	0 kr
Drivmedel	3 kr	12 kr	10 kr
Övrigt (t.ex. frisör, kemtvätt)	9 kr	11 kr	3 kr
Genomsnittlig konsumtion per person och dag	388 kr	319 kr	522 kr

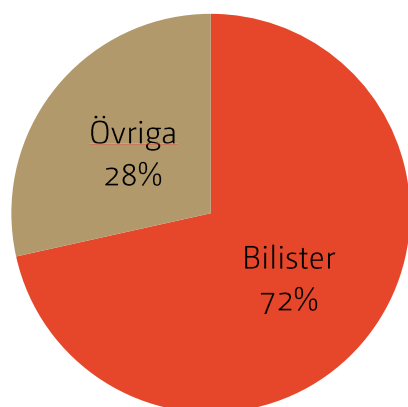
Diagrammet ovan visar att de konsumenter som besöker City i snitt spenderar 248 kronor på kläder, skor och accessoarer, vilket motsvarar 64 procent av den genomsnittliga konsumtionen. I Giraffen är det istället livsmedelshandel som dominerar då det står för 70 procent av de 319 kronorna varje konsument i snitt spenderar. I Hansa City är variationen större och det finns ingen konsumtionskategori som sticker ut på samma sätt.

Översikt – genomsnittlig konsumtion per målgrupp

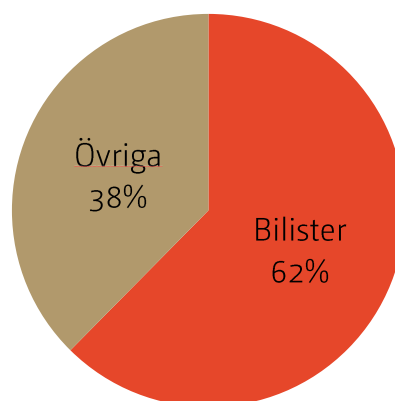


Det är inte känt hur mycket handeln omsätter totalt på de tre handelsplatserna som studerats i Kalmar kommun, vilket innebär att det inte går att beräkna hur mycket olika grupper spenderar inom handeln. Däremot kan undersökningen svara på hur stor *andel* av omsättningen som genereras av bilburna konsumenter respektive konsumenter som valt andra, miljövänliga, transportsätt. Nedanstående diagram gäller för undersökningsperioden, det vill säga april månad 2012, och visar respektive konsumentgrupps andel av den totala omsättningen i handeln. Ser man till samtliga tre handelsplatser som undersökningen genomfördes på står bilisterna för 72 procent av omsättningen. På Kvarnholmen har de konsumenter som valt miljövänliga transportsätt en något större betydelse, då de står för 38 procent av omsättningen mot 62 procent för bilisterna.

De tre handelsplatserna



Kvarnholmen



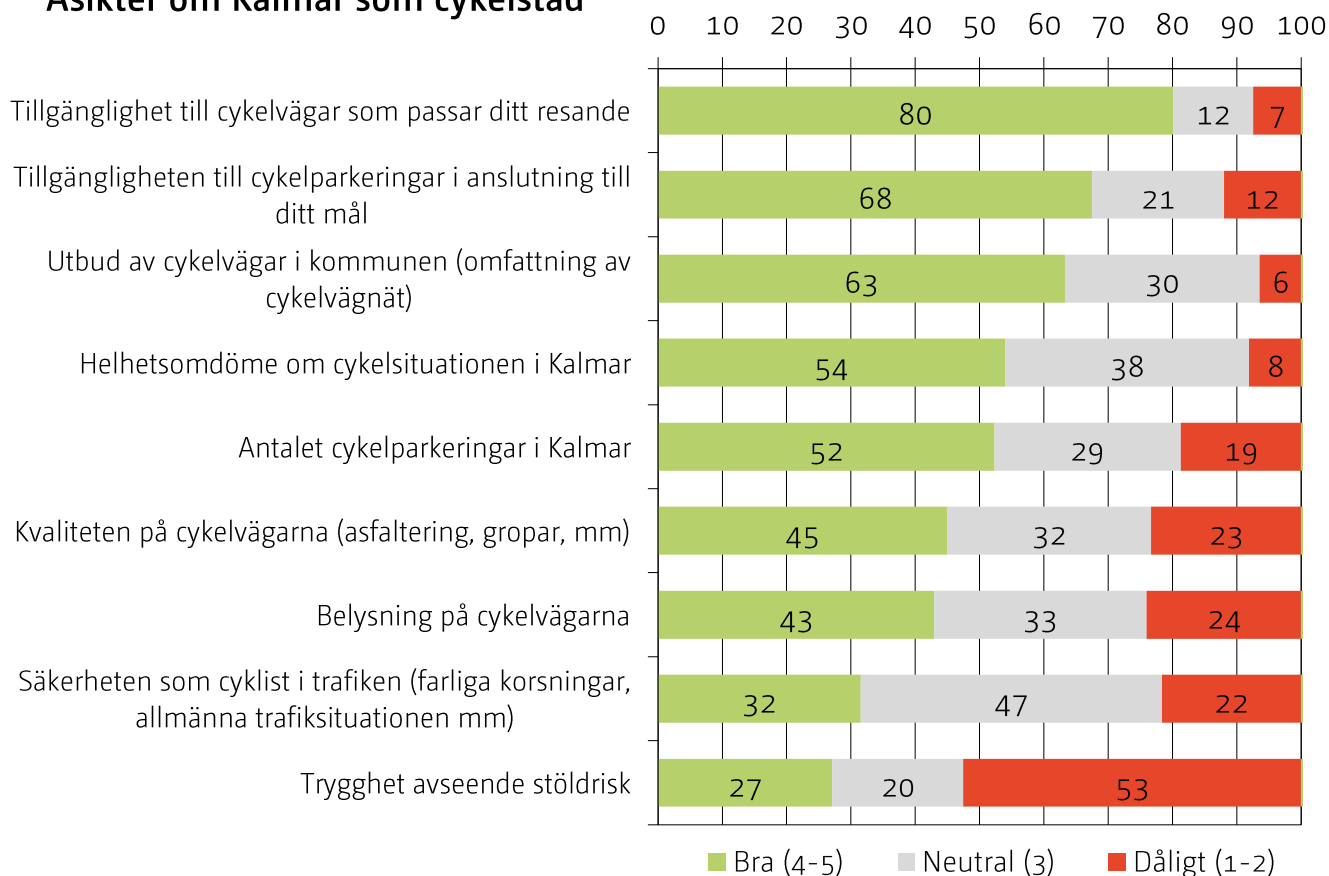
Kalmar som cykelstad

56 procent av samtliga tillfrågade uppgav att de hört talas om Kalmar Cykelstad, kommunens arbetsgrupp för cykelfrågor. Vid en analys av svaren noteras inga större skillnader bland cyklister/promenerande och bilister. Kännedomen tycks vara lika hög inom dessa grupper.

I slutet av intervjun fick respondenterna även svara på ett antal frågor om hur de ser på Kalmar som cykelstad.³ De fick ta ställning till vardera av nedanstående faktorer enligt en femgradig skala där "1" motsvarade "mycket dåligt" och "5" motsvarade "mycket bra". Den faktor flest var nöjda med var "tillgänglighet till cykelvägar som passar mitt resande" som 80 procent av de tillfrågade betygsatte med antingen en fyra eller femma på skalan (gröna staplar i diagrammet nedan). Den faktor som fick sämst betyg var "trygghet avseende stöldrisk" som 53 procent endast gav betyget ett eller två på den femgradiga skalan (röda staplar).

³ På grund av frågeformulärets längd infördes en begränsning som gjorde att endast cirka 200 personer fick denna fråga.

Åsikter om Kalmar som cykelstad



Medelbetygen för varje faktor var:

	Medelbetyg (skala 1-5)
Tillgänglighet till cykelvägar som passar ditt resande	4,0
Tillgängligheten till cykelparkeringar i anslutning till ditt mål	3,9
Utbud av cykelvägar i kommunen (omfattning av cykelvägnät)	3,7
Helhetsomdöme om cykelsituationen i Kalmar	3,5
Antalet cykelparkeringar i Kalmar	3,4
Kvaliteten på cykelvägarna (asfaltering, gropar, mm)	3,3
Belysning på cykelvägarna	3,2
Säkerheten som cyklist i trafiken (farliga korsningar, allmänna trafiksituationen mm)	3,2
Trygghet avseende stöldrisk	2,6

Helhetsomdömet om cykelsituationen i Kalmar får ett bra betyg av över hälften av respondenterna (54 procent). En sammanfattande analys av betygsättningen ger en bild av att det man bör satsa på att förbättra för att höja Kalmars betyg som cykelstad är säkerheten, både med avseende på stöldriskan och på trafiksituationen, snarare än utbudet av cykelvägar eller cykelparkeringar som majoriteten är nöjda med idag. Dock var inte säkerheten något som respondenterna upplevde påverkade deras val av transportmedel (se sidan 11). Det är därför svårt att säga att förbättringar inom säkerhetsområdet skulle få fler att cykla.

Sammanfattande slutsatser

Nedan sammanfattas några av de viktigaste slutsatserna av konsumentstudien.

- Närmare var fjärde konsument (23 procent) i Kalmar uppgav att de använder cykeln som transportmedel under hela året. Detta visar att det finns goda möjligheter att transportera sig med cykel även under vinterhalvåret i Kalmar.
- Bland konsumenterna i Kalmar är det något fler som har tillgång till cykel än bil, 80 procent mot 77 procent. Detta tillsammans med det faktum att var fjärde bilist inte har längre än 4 kilometer till den handelsplats de besökte tyder på att det finns stor potential till att få fler konsumenter att använda cykeln oftare. Dessutom svarade så många som 15 procent av bilisterna att de tar bilen av vana. Detta bör i kombination med det faktum att många har kort avstånd till handelsplatsen betyda att det går att påverka vissa av dem som tar bilen idag till att ta cykeln istället.
- Varje ny cyklist man lockar till Kalmar som konsument genererar i snitt en ökad omsättning på 285 kronor till handeln i kommunen. Enbart på Kvarnholmen uppskattas varje cyklist generera en konsumtion på 317 kr per person och dag.
- De konsumenter som valt ett miljövänligt transportsätt stod uppskattningsvis för 28 procent av omsättningen i handeln under undersökningsperioden. På Kvarnholmen var denna andel högre, 38 procent, då fler konsumenter valde miljövänliga transportmedel. Som visas ovan finns goda möjligheter att öka antalet cyklister i Kalmar, vilket då skulle innebära att miljövänliga färdssätt även får en högre andel av konsumtionen inom handeln i Kalmar.